

证券代码：300043

证券简称：星辉娱乐

**星辉互动娱乐股份有限公司 2024 年 5 月 10 日投资者关系活动记录表**

编号：20240510

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（_____）
参与单位名称及 人员姓名	线上投资者
时间	2024 年 5 月 10 日
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）
上市公司接待人 员姓名	董事长：陈创煌 董事兼总经理：卢醉兰 董事兼财务总监：孙琦 独立董事：姚明安 独立董事：赵智文 独立董事：刘伟 副总经理兼董事会秘书：潘永祥
投资者关系活动 主要内容介绍	为便于广大投资者更深入全面地了解公司情况，公司于 2024 年 5 月 10 日 15:00-17:00 在全景网举办 2023 年度业绩说明会，利用网上路演平台与投资者进行了沟通交流，业绩说明会主要内容如下： 一、贵司玩具以出口为主，能否考量扩大内销这一轨道呢？谢谢！ 答：感谢您的关注！星辉玩具对国内市场的开拓线下线上并重。在境内销售方面，公司已与玩具反斗城、孩子王等知名

玩具连锁店、TOP TOY、酷乐潮玩等潮玩连锁店以及多家儿童游乐厅连锁店进行线下渠道合作，进而形成遍布全国的线下营销网络；同时，公司通过“RASTAR”品牌在天猫、京东等传统电商平台进行线上销售，还与得物、小红书、抖音等一线内容电商平台保持深度合作，拓展线上销售的覆盖率，提高产品渗透率。谢谢！

**二、贵公司在游戏上线发行中会不会采取买量方式来获客？如何评估游戏行业中的买量投入？谢谢！**

答：感谢您的关注！公司主要采取自买量、渠道分成两种发行模式。公司有自身成熟的发行团队，随着更多储备游戏推出，2024 年度将逐步加大自买量发行模式的比例。买量投入需要考虑对产品的理解、分析市场竞品投注、用户行为以及匹配渠道和平台等多方综合因素。在买量投入下，既能为产品提供灵活的经营策略，也能更好地为产品价值最大化提供支持，但同样也面临投入控制等多方面的挑战及风险。谢谢！

**三、贵公司去年在游戏板块，特别是东南亚地区取得了比较不错的成绩，比如《战地无疆》，《冒险岛》，2024 年计划上线的自研产品中目前有没有预期比较高的作品？可否简单的介绍一下贵公司目前储备的自研游戏产品。谢谢！**

答：感谢您的关注！公司 2024 年游戏产品储备丰富，包括《斗破苍穹》《三国群英传》《仙境传说》等 IP 游戏产品及《末世王者》《冒险归来》《庆余年》多款中腰部游戏和小程序游戏产品，在全球多个地区陆续推出，产品具体上线时间受多重因素影响，存在一定的不确定性，公司将按照经营计划稳健推进游戏上线事宜，敬请关注公司公告及星辉游戏官方新闻发布。谢谢！

**四、请问公司流水最高的游戏是哪些？**

答：感谢您的关注！公司游戏业务在细分领域形成了古风

策略类及放置类两个优势产品群，先后研发与发行了多款精品游戏，2023 年公司 SLG 策略类游戏全年流水稳定地维持在近 10 亿元的规模。谢谢！

**五、公司的积木玩具现在有多少款了？还会不会做积木类的新品？**

答：感谢您的关注！星辉玩具已推出帕加尼积木拼装车、宝马 M8 拼装车、法拉利 SF1000 拼装车、奥迪 R8 LMS 积木车、玛莎拉蒂 MC20 积木车、红牛 F1 RB19 积木车等多款拼装积木玩具。您可通过天猫搜索店铺“rastar 旗舰店”进一步了解。公司也将围绕国产积木玩具快速发展的新机遇进行布局，不断丰富产品矩阵，持续推出新品。谢谢！

**六、请问公司未来盈利新的增长点或者说未来最有潜力的业务是什么？**

答：感谢您的关注！公司以效益为导向，将有重点、有方向、有节奏推动主业的发展；同时，对内部将积极实现降本增效，优化资产结构，提升公司价值质量；对外部将把握市场机遇，密切关注市场和技术的变化和发展，将新兴技术的落地应用融入业务发展战略中。对于造成压力的足球俱乐部业务，公司在持续实行成本控制、结构调优的管理措施，同时俱乐部将基于青训优势，提高球员价值释放的机会；对于步入增量轨道的游戏业务，公司将持续在全球多个地区推出产品，并进行新一轮的产品积累以及优质 IP 的储备；对于持续发展的玩具业务，公司将在渠道及产品上进一步拓展，在营收与利润双增长的基础上争取更大的空间。谢谢！

**七、请问公司的研发方向主要是什么方向？**

答：感谢您的关注！公司游戏业务在细分领域形成了古风策略类及放置类两个优势产品群，先后研发多款精品游戏；今年小程序游戏持续增长，公司将结合自身优势及 IP 加成，加

大小程序游戏的研发投入。谢谢！

八、在公司 2023 整年的业务中，其中 Q3 表现特别出色：23Q3 单季度实现营收 7.51 亿元，同比增长 43.67%，归母净利润 1.34 亿元，2022 年同期净亏损 3561.91 万元。期间我们知道是公司海外（东南亚）游戏市场做的比较突出，这个会占期间增量利润部分的百分之多少，还有其余的业绩增量部分来自哪里？可否方便做一个简单的拆解？谢谢！

答：感谢您的关注！公司三大业务有各自经营情况影响不同期间段的业绩。2023 年三季度，足球俱乐部业务方面处于夏窗交易期，发生球员转会交易较上年同期产生更大的正收益；游戏业务方面，公司头部游戏《战地无疆》《枫之谷 R：经典新定义》（东南亚版本）在第三季度上线产生效益；玩具业务方面，总体势头良好，2023 年第三季度较上年同期有所增长。谢谢！

九、贵公司玩具业务以海外为主，今年有没有计划进一步打开海外市场？

答：感谢您的关注！公司玩具业务以出口为主，产品远销 120 多个国家和地区。2023 年，公司携玩具精品积极参展，通过纽伦堡玩具展、香港玩具展、广交会、深圳玩具展、CKE 中国婴童用品展、汕头玩博会等主流专业展会开拓新客源。未来，公司将继续积极参与展会开拓市场，并与全球更多地区渠道方展开合作。此外，公司亦围绕市场需求，积极拓展 IP 授权合作方和合作品类。谢谢！

十、公司有团队可以自己发行游戏产品吗？

答：感谢您的关注！公司已建立了 200 余人的优秀发行和运营团队，并构建了覆盖游戏发行、媒体宣传、活动策划、渠道拓展等方面的完整运营体系，为未来新游戏顺利推出提供强有力的支撑和保障。同时，公司与各主流游戏渠道维持良好的

合作关系，亦与主要广告投放平台保持投放推广业务合作，能够对游戏产品进行全球化的流量投放和大数据分析。谢谢！

**十一、除了斗破苍穹、仙境传说等是否有新的项目落地？**

答：感谢您的关注！立足于具有中国特色的古风文化基础上，公司在推进游戏项目研发的同时，已储备一批在影视、小说、动漫等方面有优质流量的 IP，将赋能在游戏的在研产品上。公司已与上海玄霆娱乐信息科技有限公司签订授权协议取得《庆余年》授权。《庆余年》是知名的架空历史小说，入选“2019 年度中国网络文学排行榜”之“中国网络文学 IP 影响排行榜”，2019 年同名影视剧获得了巨大的成功，《庆余年》同名影视第二季预计将在 5 月中下旬登录腾讯视频与央视 8 套，截止目前该剧在腾讯视频的预约数量已超 1300 万，在影游联动的赋能下，公司有望借助于顶级 IP 以增强产品的竞争力。公司的游戏运营在多年积累下无论从产品还是支持机制上，已形成较为成熟与 IP 方的合作模式，有能力在后续储备更多优质的 IP，形成合作上的良性循环。谢谢！

**十二、公司业务都是热门的，为什么都赚不了钱？今年 2024 年公司第一季度亏损这么严重，接下来还会亏损吗？公司有没信心做强，成为百亿市值甚至千亿市值公司？2024 年度会靠业务净利大幅提升吗？**

答：感谢您的关注！公司一季报造成压力主要来自于足球俱乐部业务，因球队处于乙级赛事，总体收入下降而无法覆盖运营成本，且冬窗期间并未发生球员交易收入，导致总体亏损，后续公司将加强成本控制、结构调优，尽力降低球队的经营影响。本年度随着游戏业务产品的逐步推出，推广投放逐步控制，将进入效益回收阶段；同时公司的玩具业务基于多年积累及消费复苏的催动下，已得到了营收与利润双增长状态。公司有信心对目前总体情况实现逐步改善，后续相关情况请留意公司公

	告及官方新闻发布，谢谢！
附件清单(如有)	无
日期	2024年5月10日