

证券代码：300043

证券简称：星辉娱乐

公告编号：2021-021

星辉互动娱乐股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由华兴会计师事务所(特殊普通合伙)变更为广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1,244,198,401 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.1 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	星辉娱乐	股票代码	300043
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	刘胜华	李穗明	
办公地址	广东省广州市天河区黄埔大道西 122 号星辉中心 26 楼	广东省广州市天河区黄埔大道西 122 号星辉中心 26 楼	
传真	020-28123521	020-28123521	
电话	020-28123517	020-28123517	
电子信箱	ds@rastar.com	ds01@rastar.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主要业务与行业地位

公司的主要业务包括游戏业务、足球俱乐部业务、玩具业务。

（1）游戏业务

公司游戏业务已发展成为集手机游戏、网页游戏、H5游戏的研发与发行为一体的综合性网络游戏运营商，先后研发与发行《倚天》《龙骑士传》《枪林弹雨》《盗墓笔记》《刀锋无双》《大圣之怒》《三国群英传-霸王之业》《苍之纪元》《霸王之野望》《三国武神传》《霸王之业-波澜万丈的三国志》《少女的王座》等多款精品游戏。借助自身在游戏行业的全产业链优势，进行多层次的游戏内容呈现，为玩家提供综合性娱乐体验。

历经十年的积累与沉淀，公司在细分领域内不断迭代出新，形成了独特的品类优势。尤其是在极具中国传统文化特色的古风策略类以及深受年轻用户喜爱的二次元类游戏题材上屡出精品，分别推出了《三国群英传-霸王之业》《霸王之野望》《苍之纪元》《少女的王座》《拾光梦行》等产品，并进行了系列化的在研项目储备及IP储备，形成古风策略类及二次元类两个优势产品群，满足了多年龄层用户的游戏体验需求，为公司游戏业务的持续发展，奠定了坚实的基础。

报告期内，公司游戏业务实现主营业务收入6.48亿元，同比减少19.70%；得益于“宅经济”的蓬勃兴起及前期项目投放的延迟效应，游戏业务净利润达到1.64亿元，同比增加29.50%。

（2）足球俱乐部业务

公司已获得西班牙人足球俱乐部99.55%的股份，是首家控股欧洲五大联赛顶级俱乐部的A股上市公司。西班牙人足球俱乐部位于西班牙著名经济中心、历史文化名城、加泰罗尼亚自治区首府巴塞罗那，是欧洲主流足球联赛中唯一以所属国家命名的足球俱乐部，也是西班牙语系辐射全球足球运动的文化符号之一。

西班牙人俱乐部拥有完整的资产资源体系，包括自主建设的具备欧洲四星标准的现代化球场及先进的训练场、先进成熟的青训机制和完整的梯队体系、超过120年的足球文化沉淀及品牌积累。借助欧洲顶级联赛俱乐部的产业链头部资源，有利于发扬欧洲现代职业足球运动的体系化优势，不断实施中国球员培养工作，支持中国足球发展，努力成为中国足球的重要海外资源平台。报告期内，受新冠疫情及降级因素的双重影响，公司的足球俱乐部业务实现主营业务收入6.98亿元，同比减少42.42%；足球俱乐部业务净利润为1,449.80万元，同比下降93.54%。

（3）玩具业务

在玩具业务方面，公司主要专注于动态车模、静态车模、收藏型车模和电动童车、儿童自行车等重点婴童产品的生产、研发及销售。公司研发综合实验室和现代化生产基地已达国际最先进水平，保持国内同行业的领军地位，具有较强的产品竞争力。

截至目前，公司累计获得宝马、奔驰、奥迪、兰博基尼等超过35个世界知名汽车品牌的超300款车模生产的品牌授权，是国内车模企业中获得授权数量最多的企业之一。报告期内，受新冠疫情影响，公司玩具及衍生品业务实现主营业务收入2.93亿元，同比减少34.86%；玩具业务净利润为685.97万元，同比下降56.01%。

（二）行业发展状况

2020年11月，文化和旅游部发布《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》，旨在促进文化产业与数字经济、实体经济深度融合，扩大优质数字文化产品供给，促进消费升级，积极融入“双循环”新发展格局。回顾2020年，在新冠肺炎疫情期间，数字文化逆势上扬，在经济社会发展中发挥了积极作用。2020年全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入9.85万亿元，比上年增长2.20%，保持稳健发展。

（1）游戏行业的发展状况

2020年12月，中国音数协游戏工委(GPC)与中国游戏产业研究院发布了《2020年中国游戏产业报告》，2020年中国游戏市场实际销售收入2,786.87亿元，同比增长20.71%。其中，中国移动游戏市场实际销售收入达到2,096.76亿元，比2019年增加了515.65亿元，同比增长32.61%。受新冠肺炎疫情影响，宅经济蓬勃兴起，促进了游戏行业快速发展。

2020年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达154.50亿美元，同比增长33.25%；游戏出海的范围也从港澳台地区、东南亚地区为主逐步转向全球，国际化水平进一步提升。国际化是国内互联网企业的发展趋势，传播中国优秀传统文化的精品游戏出海不但为游戏企业带来了更高的经济增长和良好的品牌形象，更是为“十四五”时期推进社会主义文化强国建设贡献力量。

与此同时，游戏用户规模保持稳定增长，2020年中国游戏用户规模为6.65亿人，同比增长3.70%。但用户规模增长较为缓慢，新产品获取流量的成本和难度越来越高，游戏企业为规避竞争风险，将产品研发转向有优势、仍有发展空间的细分市场。数据显示，2020年，在中国移动游戏收入排名前100的产品中，角色扮演类游戏、卡牌类游戏、策略类游戏分别占据前三；中国自主研发移动游戏海外地区收入分布中，策略类游戏、射击类游戏、角色扮演类游戏位列前三。如何开拓细分市场游戏品类，将细分市场的潜在用户转化为游戏用户，成为拓宽市场格局、实现行业增长的重要推动力。

（2）足球等体育行业的发展状况

足球是世界上最受欢迎的体育运动之一，而产业化的足球运动更是世界上产值最高、受众最广泛、影响力最大的体育运动，为体育产业最大的单一项目。世界范围内足球产业年生产总值达5000亿美元，被称为“世界第17大经济体”。足球在西班牙体育产业中占据重要地位，西班牙职业足球联盟旗下涵盖20支西甲俱乐部以及22支西乙俱乐部，2019/20赛季在全球范围内影响超过27亿人。2020/21赛季是西甲庆祝第90个赛季的历史时刻，这个最开始只有十支球队的本土联赛，如今已成为一个全球性、现象级的品牌，甚至不限于体育。

近年来，国家密集出台《中国足球改革发展总体方案》《体育强国建设纲要》《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》等政策，大力扶持体育行业发展。过去六年，国内体育产业总值以年均复合增速18%迅速发展。根据国家统计局数据显示，2019年全国体育产业总规模为2.95万亿元，增加值为1.12万亿元，总规模比2018年增长10.90%，产业总值已接近《体育发展“十三五”规划》中的3万亿元目标。在国家财政、产业政策和体育消费需求的强有力支撑下，预计2025年体育产业总值将达到国务院《关于加快发展体育产业促进消费的若干意见》中的5万亿元目标。

国家从顶层总体产业政策出发，引导细分领域专业规划计划出台。为落实《中国足球改革发展总体方案》的要求，教育部、体育总局等七部门于2020年9月联合发布了《全国青少年校园足球八大体系建设行动计划》。按照行动计划，预计到2022年，全国青少年校园足球普及推广、竞赛联赛等体系更加完善，将制定统一的青少年足球人口标准，做好运动员在校园足球与中国足协的共同注册工作，力争为每所校园足球特色学校培训至少一名具有中国足协D级或同等水平教师或教练员、均建有1块以上足球场地、中小学生经常参加足球运动人数超过3000万。同时，将加快推进新型足球学校、足球相关专业院校和学科专业建设，并定期组织各年龄段全国最佳阵容集训，建立与足协精英青少年训练营和职业俱乐部青少年梯队的合作共建机制，组建多组别校园足球精英集训队，加强国际交流。完善校园足球事业发展的多元化投入机制，引导社会力量支持校园足球发展。

2020年突如其来的新冠疫情，影响了包括聚集性体育在内的多个行业，限制了相应的消费需求。随着

疫情防控进入常态化阶段，将推动国内体育产业复苏、海内外赛事复赛。

受新冠疫情影响，第32届夏季奥林匹克运动会在原定时间表推迟一年后，将于2021年7月在东京举行。东京奥运会的举办，既是人类和平、团结以及抗击疫情韧性的象征，也将为体育行业的复苏带来希望。

按照赛事计划，第二十二届世界杯足球赛将于2022年11月在卡塔尔举办。世界杯是世界上最高荣誉、最高规格、最高含金量、最高知名度的足球比赛，与奥运会并称为全球体育两大最顶级赛事。

2021年1月，亚足联及亚洲杯中国组委会宣布，第18届亚足联亚洲杯足球赛将于2023年6月至7月在北京、天津、上海等国内10座城市举行。

目前，在我国包括爱奇艺体育、咪咕视频、地面电视联播网等在内的多个平台都已进行了包括西甲联盟在内的多个赛事转播，形成了电视、互联网、IPTV全覆盖。足球在中国起步发展相对较晚，但随着基础设施的全面发展，专业球迷人数的不断增长，中国的足球市场将会变得非常庞大，中国市场也会成为西甲联盟重要的海外市场。

国内雄厚的球迷基础与西班牙丰富的足球资源之间的联动与互补、国家系统性系列化的产业政策支持，以及国内外一系列重要赛事的举办，将形成合力推动足球产业的长足发展。

（3）玩具行业的发展状况

心理学家布鲁纳说过“玩具是儿童的天使”，在幼儿认识周围世界的过程中，玩具起着极大的作用。

玩具是儿童学习的教科书。玩具能促进适龄儿童思维发展和动手操作习惯的养成，达到手脑并用的目的。在使用各种材料的过程中，孩子可直接了解各种物质的性能，认识各种材料的形状、数量等，并且从结构中取得运用各种材料的知识和经验，而孩子的设计、构思的能力，也都可得到锻炼。

玩具是儿童生活的好伴侣。玩具以其鲜艳的颜色，优美、奇异的造型，灵巧的活动，悦耳的声响等激发着孩子的好奇心和吸引着他们的注意力。玩具是具体的实际物体，近似实物的形象，可以满足幼儿动手动脑、操纵摆弄物体的愿望，可以引起幼儿做游戏的兴趣。

2015年12月，第十二届全国人民代表大会常务委员会第十八次会议审议通过了《关于修改〈中华人民共和国人口与计划生育法〉的决定》，决定“国家提倡一对夫妻生育两个子女”，自2016年1月1日起执行。

2021年3月，第十三届全国人民代表大会第四次会议审议通过了《中华人民共和国经济和社会发展第十四个五年计划和2035年远景目标纲要》，规划纲要包括：制定人口长期发展战略，优化生育政策，增强生育政策包容性，提高优生优育服务水平，发展普惠托育服务体系，降低生育、养育、教育成本。

近年来，受益于全面二孩政策实施，我国玩具及婴童用品行业呈增长趋势。根据中国玩具和婴童用品协会发布的《2020年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示，2019年国内市场玩具零售总额759.70亿元，比上年增长7.80%。据海关总署发布的最新数据显示，2020年传统玩具出口额为334.90亿美元，同比增长7.50%。

2020年，潮玩产业具有极大的市场规模，盲盒作为一种时尚潮玩迅速走红，盲盒经济引起消费热潮。第一财经商业数据中心等联合发布的《2020跨境出口消费趋势报告》显示，盲盒线上消费呈爆发式增长，同比消费增速达400%以上，多个新兴潮玩手办品牌出口至美国等120多个国家。盲盒经济迅速扩大，一方面是由于IP自身的艺术设计魅力，以及随机购买的销售模式；另一方面也反映出新的消费审美观念，盲盒能带来陪伴感、归属感和依赖感，影响圈子社交关系，也紧密联系着消费者情感。

新冠肺炎疫情爆发对我国玩具产业造成了很大影响，但随着疫情缓解，包括玩具在内的各行业正逐步

恢复正常运行状态。同时，由于海外疫情蔓延，全国各地实施的居家隔离措施，也增加了室内玩具的消费需求。未来，随着生育政策的包容性增强及国家政策的扶持、行业的技术创新及模式创新，玩具行业整体上将能保持稳定增长。

文化是民族的血脉，是人民的精神家园。人们的文化需求内容涵盖很广，包括文化娱乐、体育健身等。在知识经济条件下，文化消费呈现出主流化、高科技化、大众化、全球化的特征。文化与数字科技的深度融合形成众多新的增长极，带动各行业推进文化艺术生产消费与互联网、大数据、5G等技术的全面融合，催生出多种新兴业态。

2020年3月，国家发展改革委等23部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，要求重点推进文旅休闲消费提质升级。十九届五中全会提出，加快构建以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局。文化经济是双循环中的重要环节，文化消费正逐步成为拉动内需、推动经济增长的重要动力。

2021年，随着我国国民经济持续稳定恢复，文化消费需求将进一步释放，文化产业规模将继续扩大，文化市场复苏态势将不断巩固。潮玩产业、“宅经济”蓬勃兴起，新兴业态及数字文化加速发展。未来，更多结合中国传统文化内涵、融合数字文化新技术的文化产品将成为优秀中国文化产品出海的关键符号，也将成为“十四五”时期推进社会主义文化强国的重要驱动力量。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	1,742,854,011.17	2,594,420,044.04	-32.82%	2,820,325,348.79
归属于上市公司股东的净利润	26,013,979.26	258,517,064.41	-89.94%	238,463,435.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	13,910,457.52	269,418,872.75	-94.84%	195,629,804.19
经营活动产生的现金流量净额	651,538,788.84	819,919,314.45	-20.54%	625,402,922.28
基本每股收益（元/股）	0.02	0.21	-90.48%	0.19
稀释每股收益（元/股）	0.02	0.21	-90.48%	0.19
加权平均净资产收益率	0.88%	8.93%	-8.05%	8.95%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	5,360,084,427.62	5,740,027,823.74	-6.62%	5,955,584,749.22
归属于上市公司股东的净资产	2,937,668,313.79	2,946,510,368.85	-0.30%	2,766,323,200.05

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	397,039,388.13	450,146,997.64	496,704,395.16	398,963,230.24
归属于上市公司股东的净利润	13,205,367.86	-57,238,708.65	71,040,229.48	-992,909.43

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	11,112,072.72	-56,615,865.59	65,521,940.69	-6,107,690.30
经营活动产生的现金流量净额	98,998,713.81	165,362,669.17	141,439,968.58	245,737,437.28

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

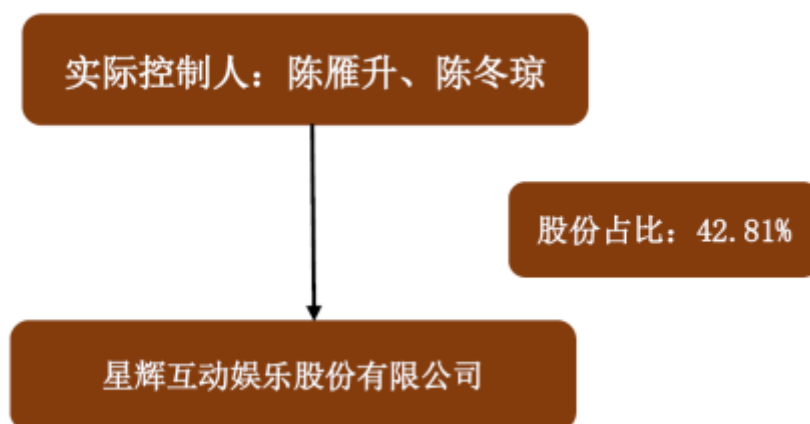
报告期末普通股股东总数	54,335	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	51,729	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
陈雁升	境内自然人	32.77%	407,721,600	305,791,200	质押	81,500,000	
陈冬琼	境外自然人	10.04%	124,906,767	0			
郑泽峰	境内自然人	1.80%	22,359,125	0	质押	20,079,997	
珠海市瑞丰汇邦资产管理有限公司—瑞丰汇邦中星私募证券投资基金	其他	1.47%	18,350,000	0			
珠海市瑞丰汇邦资产管理有限公司—瑞丰汇邦宏星私募证券投资基金	其他	1.47%	18,250,000	0			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.92%	11,497,351	0			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.78%	9,742,200	0			
珠海厚朴投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.69%	8,612,582	0	质押	8,389,997	
方昶行	境内自然人	0.31%	3,831,400	0			
吴斌	境内自然人	0.20%	2,500,000	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	截至报告期末，陈雁升和陈冬琼为本公司实际控制人，陈雁升和陈冬琼为夫妻关系，两人合计持有本公司 42.81% 的股份。						

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年，新型冠状病毒感染的肺炎疫情给中国和全球经济社会发展带来了深远的影响，我国在艰辛抗疫的同时，取得了全面建成小康社会的决定性成就，在全球主要经济体中唯一实现经济正增长。虽然文化市场短期受到了冲击，但随着新冠肺炎疫情防控形势持续向好，我国文化市场逐步回归正常轨道。

疫情的发展一定程度上改变了人们工作方式、生活方式、娱乐方式和消费方式，新的商业模式、产业格局加速产生和变化，对文化产业的发展带来了挑战和机遇。2021年3月，十三届全国人大四次会议通过了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，该纲要提出实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式。随着云计算、大数据、人工智能（AI）、虚拟现实（VR）和增强现实（AR）等数字技术在文化产业领域不断普及和革新，推动文化产业结构性转型升级，文化体育行业将迎来新一轮增长空间。

展望未来，星辉娱乐将做好长期的思想准备，在疫情常态化防控机制下，结合公司游戏、体育和玩具等文体产业的业态特点，持续专注产品的研发与创新，不断进行文化创造，提升用户体验和产品核心竞争力，为用户提供优质的内容服务和深度的娱乐体验。

报告期内，公司持续推进各业务发展，具体情况如下：

1. 公司整体财务表现

2020年度，公司实现营业总收入17.43亿元，较上年同期减少32.82%；实现归属于上市公司股东的净利润2,601.40万元，较上年同期减少89.94%；扣除非经常性损益后净利润1,391.05万元，同比减少94.84%。报

告期内，尽管公司整体经营受到新冠疫情的影响，但游戏业务盈利能力持续提升，2020年游戏业务实现净利润1.64亿元，相比去年同期增长29.50%。

同时，报告期内公司带息债务总额及资产负债率水平稳步下降，带息债务总额由上年末的20.40亿元下降至本报告期末的17.09亿元，资产负债率由上年末的48.65%下降至本报告期末的45.17%。自2017年9月以来，公司带息债务累计减少近13亿元，整体偿债能力显著增强。公司稳健的财务管控手段，保障了公司未来的可持续健康发展。

2. 各业务板块经营情况

(1) 游戏业务

报告期内，公司游戏业务实现主营业务收入6.48亿元，同比减少19.70%，占营业总收入的37.20%；由于报告期内广告费用减少，游戏业务实现净利润1.64亿元，同比增长29.50%；实现海外营业收入2.76亿元，同比增加9.22%，占游戏主营业务收入的42.56%。

延续高质量精品产出，巩固细分游戏市场领先地位。2020年受疫情影响，宅经济产品畅销，游戏市场需求提升。星辉游戏秉持产品系列化、市场国际化、发行品牌化的发展战略，持续巩固SLG策略类、二次元类细分游戏市场产品研发运营的领先地位，持续迭代经典产品，沉淀产品系列化开发经验，利用游戏出海、品牌建设和管理体系等方面经验不断打磨精品游戏。

报告期内公司自主研发并由腾讯独家代理的古风历史策略游戏《三国群英传-霸王之业》全球月均流水规模维持8,000万元左右；公司自研古风战争SLG策略手游《霸王之野望》海外月均流水达3,000万左右。

国际化布局成效显著，聚焦中国文化海外输出。融合优秀传统文化的移动游戏是中国数字文化产品“走出去”的重要方式，公司积极布局国内移动网络游戏海外发行和运营，针对国际市场特点，并结合当地语言、文化及玩家偏好实现游戏产品的高度本地化开发及运营，提升公司游戏产品在海外的市场份额，从而提升公司的整体盈利能力。

报告期内，公司游戏业务实现海外流水10.37亿元，同比增长22.79%，占游戏总流水的50.27%，国内流水与海外流水比例首次达到1:1。公司自研古风战争SLG策略手游《霸王之野望》在日本地区长期处于Google Play和App Store排行榜前100名；星辉游戏独家代理的战争策略手游《霸王之业-波澜万丈的三国志》上线首日即获得日本地区苹果App Store游戏免费榜第四、Google Play下载榜第四的好成绩。

后续游戏新品储备丰富，积极探索创新品类产品市场。2021年公司游戏新品储备丰富，是近三年来游戏在研产品、代理发行产品最为丰富的元年，包括电影式都市奇幻冒险手游《拾光梦行》、二次元女性向RPG手游《少女的王座》、歌剧世界少女养成手游《纯白和弦》、东方玄幻MMORPG手游《幻世九歌》等，产品涵盖MMORPG、SLG、二次元、动作类、模拟经营等多种类型。

(2) 足球俱乐部业务

报告期内，公司足球俱乐部业务实现主营业务收入6.98亿元，占营业总收入的40.03%；实现净利润1,449.80万元。受新冠肺炎疫情和俱乐部降级因素的影响，俱乐部各项业务收入有所下降，其中来自电视转播权收入为4.94亿元，同比减少19.67%；来自赞助及广告、票务会员、球员转会、足球衍生品等方面收入2.04亿元，较上年同期减少65.85%。

创造中国球员历史，积极助力中国足球。2020年1月，在西甲2019/20赛季第19轮比赛中，武磊成为首个攻破巴塞罗那球门的中国球员。凭借2019年在西班牙人的出色表现，武磊获得“2019年中国金球奖”殊荣。2020年2月，中国国家队主教练李铁访问西班牙人俱乐部，探讨西班牙人和中国足球未来发展的各种方案。公司将继续秉持“协助中国足球发展”的目标，传承和发扬欧洲现代职业足球运动的体系化优势，继续尝试引进更多中国球员，不断实施中国球员培养工作。

重视青训积累，构建新的西班牙人。2020年是西班牙人足球俱乐部成立的120周年，俱乐部继承百年历史球会的足球文化积淀，始终重视球队青训的发展，致力于构建一个新的西班牙人，完成重返西甲联赛的目标。截至目前，西班牙人青训各梯队球员中有15名入选相应级别国家队梯队；效力全球主流联赛的球员中，出自西班牙人青训的球员超过70名。目前，西班牙人在西乙2020/21赛季中以74分的成绩稳居积分榜第一位。

承担国际社会责任，文化纽带连接中西。作为连接中国-西班牙的文化纽带，西班牙人也不断发挥连接作用，承担国际社会责任。2020年2月，为支持中国抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情，西班牙人俱乐部向中国政府捐赠43万只欧洲标准医用口罩和2万只欧洲标准N95口罩。2020年3月，西班牙人向西班牙多家医院和医疗中心捐赠了共计6000个口罩；并将主场RCDE球场以及训练基地达尼·哈尔克体育城无偿提供给当地政府使用。2020年4月，西班牙人从国内调集了10万只医用标准口罩和8000只N95口罩捐赠给西班牙政府。

(3) 玩具业务

受疫情影响，报告期内公司玩具及衍生品业务实现主营业务收入2.93亿元，占营业总收入的16.80%；其中车模玩具业务实现营业收入2.37亿元，婴童用品业务实现营业收入0.56亿元。玩具业务净利润为685.97万元，同比下降56.01%。

重视技术创新积累，拓展玩具新品类。星辉玩具围绕市场需求积极推动产品技术创新，不断优化玩具产品结构，有序拓展玩具新品类。2020年玩具板块公司共申请专利13项，包括实用新型专利9项、外观专利4项。报告期末，公司共取得专利240项，其中实用新型专利101项、发明专利6项、外观专利133项。公司报告期内推出新品包括帕加尼系列益智拼装积木、法拉利及兰博基尼创意拼装车、迈凯伦遥控车等玩具，并在户外骑行细分品类拓展宝马品牌和路虎品牌儿童自行车产品系列，积极倡导健康快乐、寓教于乐的婴童玩乐产品理念。2021年，公司将陆续推进MINI儿童滑板车、宝马自行车、法拉利F1拼装车等户外骑行品类、玩具新品的研发上市工作。

深化全球化渠道体系，探索“云端”新商机。公司在玩具领域已经实现涵盖汽车模型、儿童自行车、电动童车、智能玩具、滑板车、手推车等多元化产品线，总计超过400多款优质玩具产品远销120多个国家和地区。报告期，面对新型冠状病毒肺炎疫情的影响，星辉玩具积极调整和深化渠道建设，同时迅速适应新形态，以全新的形象和模式登陆“云端”。借助广交会“云端”平台，星辉玩具将企业品牌和玩具产品通过线上和直播的形式推介给全球客商。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
车模	236,696,471.21	81,466,580.57	34.42%	-32.20%	-38.43%	-3.48%
婴童用品	56,167,584.75	18,390,484.51	32.74%	-44.13%	-52.03%	-5.39%
游戏	648,384,812.54	410,351,731.96	63.29%	-19.70%	-18.91%	0.61%

电视转播权	493,836,454.33	57,848,972.05	11.71%	-19.67%	-65.44%	-15.52%
赞助及广告	70,372,711.79	12,213,362.12	17.36%	-31.12%	-63.91%	-15.76%
票务、会员	32,097,677.07	5,570,633.04	17.36%	-55.20%	-76.52%	-15.76%
球员转会	90,776,017.90	80,377,219.12	88.54%	-77.14%	-72.90%	13.86%
足球衍生品	10,634,353.30	7,797,231.36	73.32%	-59.15%	-59.23%	-0.13%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

(1) 重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称	合并报表影响金额
财政部于2017年7月5日发布了《关于修订印发〈企业会计准则第14号--收入〉的通知》（财会[2017]22号）（以下简称“新收入准则”），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行。	第四届董事会第二十五次会议审议通过	预收账款	-106,104,133.37
		合同负债	88,898,836.39
		其他流动负债	17,205,296.98

其他说明：

根据新收入准则的实施时间要求，公司于2020年1月1日起执行上述新收入准则，并依据上述新收入准则的规定对相关会计政策进行变更。

根据新收入准则中衔接规定相关要求，首次执行本准则的企业，应当根据首次执行本准则的累积影响数，调整首次执行本准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。同时，本公司不需对比较财务报表数据进行调整。本次会计政策变更不会对公司以前年度的财务状况、经营成果产生影响。

(2) 重要会计估计变更

报告期公司无重要会计估计变更。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

子公司名称	变化情况
雷星（香港）实业有限公司	无变化
福建星辉玩具有限公司	无变化
深圳市星辉车模有限公司	无变化
新疆星辉创业投资有限公司	无变化
广州星辉娱乐有限公司	无变化
广东星辉天拓互动娱乐有限公司	无变化
上海悠玩网络科技有限公司	无变化
上海猫狼网络科技有限公司	无变化
霍尔果斯市星拓网络科技有限公司	无变化
星辉游戏（香港）有限公司	无变化
星辉游戏（韩国）有限公司	无变化
北海星河网络科技有限公司	无变化
绍兴星拓网络科技有限公司	无变化
珠海星辉投资管理有限公司	无变化
广州星辉趣游信息科技有限公司	无变化
星辉体育（香港）有限公司	无变化
REIAL CLUB DEPORTIU ESPANYOL DE BARCELONA, S.A.D.	无变化
广州百锲商业经营管理有限公司	无变化
星辉游戏（日本）有限公司	无变化
广州市星澄网络科技有限公司	本期新增