



星辉娱乐

A股代码：300043

星辉互动娱乐股份有限公司

2023年度 环境、社会及治理(ESG)报告



让健康快乐无处不在
www.rastar.com



目录

报告说明 01



第一章 03

关于星辉娱乐

公司简介 05
年度荣誉 09

第二章 11

公司治理

发展战略的实现 13
内控与合规 20
投资者关系 21
党建引领 22

第三章 23

社会责任

供应商、客户和消费者
权益保护 25
职工权益保护 28
产业责任 30
回馈社会 31

第四章 33

环境保护

加强环境管理 35
践行绿色办公 36

第五章 37

展望未来

报告说明

一、重要提示

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

二、编制依据

本报告是公司根据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号—创业板上市公司规范运作》《深圳证券交易所创业板上市公司社会责任报告披露要求》的规定，结合本公司2023年度在环境、社会及治理方面的具体情况编制的。

三、时间范围

本报告期间为2023年1月1日至12月31日，部分内容超出上述时间范围。

四、发布周期

本报告为年度报告。

五、报告范围

上市公司合并范围。

六、数据来源

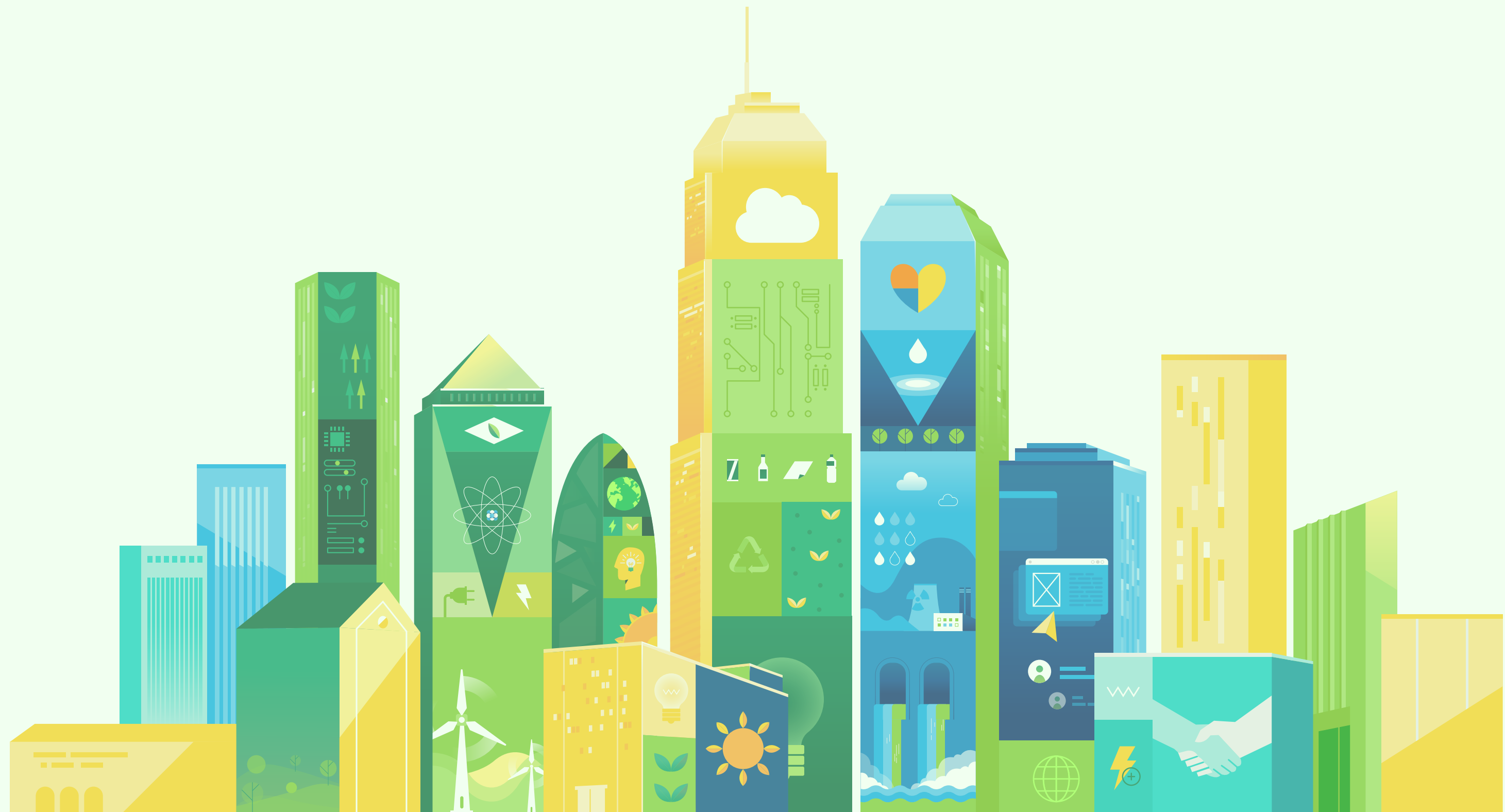
报告中的经营数据来源于经过审计的星辉互动娱乐股份有限公司年报，其他数据来源于公司内部文件和信息统计。

七、指代说明

为了便于表述及方便阅读，在本报告中，星辉互动娱乐股份有限公司简称“公司”或“星辉娱乐”。

八、报告获取

本报告为中文，在深圳证券交易所指定信息披露网站巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）、星辉娱乐官方网站（www.rastar.com）均可下载本报告的电子文档。若想了解本报告以外的其他信息，可通过公司年度报告或浏览公司网站。



第一章

关于星辉娱乐





公司简介

星辉互动娱乐股份有限公司于2010年1月在深圳证券交易所创业板上市（股票代码：300043）。公司目前主要从事游戏业务、玩具业务、足球俱乐部业务等相关业务，在汕头、广州、香港、深圳、巴塞罗那等地设有办公室，是国内领先的综合文体娱乐产业企业之一。

公司秉承“让健康快乐无处不在”的企业使命，以“敬业、团队、创新”为经营理念，守正出奇为发展观念，以致力于“成为全球领先的娱乐集团”为企业愿景。

游戏业务



公司游戏业务已发展成为研运一体的综合性网络游戏运营商，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《倚天》《龙骑士传》《刀锋无双》《三国群英传-霸王之业》《苍之纪元》《霸王之野望》《枫之谷R：经典新定义》《战地无疆》《冒险岛：联盟的意志》等多款精品游戏，并拥有《三国群英传》《仙境传说》《斗破苍穹》《冒险岛》《盗墓笔记》等多款IP授权。

公司秉持产品系列化、市场国际化、发行品牌化的战略布局，借助自身在游戏行业的全产业链优势，建立了完善的游戏发行业务体系，除了中国大陆，还覆盖至中国港澳台、日韩、东南亚、欧美等多个国家和地区，并于2019-2024年连续被评为“国家文化出口重点企业”。

玩具业务



公司玩具业务主要专注于动态车模、静态车模、拼装积木车模、婴童玩具及户外骑行等产品的研发、生产及销售。历经二十余年的积淀，公司形成了研发—生产—销售等全环节业务体系，研发综合实验室已达

国际先进水平，能够完成ROHS、Non-Phthalates、EN71检测等国际一流标准的内部自我检测，具有较强的综合竞争力。

公司玩具已建立起完善的境外境内、线下线上全渠道销售体系，包括玩具反斗城、Smyths、山姆、Top Toy、亚马逊、天猫、京东、得物、孩子王等，总计有超过400款优质玩具产品远销120多个国家和地区，累计已获得超过35个世界知名车企授权，在110多个国家和地区拥有商标知识产权，也是宝马、法拉利的重要合作商，且成为宝马公司动态车模、儿童自行车系列产品的全球唯一授权商超过十年。

足球俱乐部业务



公司目前已获得西班牙人足球俱乐部99.59%的股份，是首家控股欧洲五大联赛俱乐部的A股上市公司。足球俱乐部业务的收入包括电视转播权、门票会员、商业赞助、球员交易、周边商品销售等方面的收入。西班牙人足球俱乐部是欧洲五大联赛中唯一以所属国家命名的足球俱乐部，也是辐射全

球5.8亿西班牙语人群的足球文化符号之一，有着超过120年的足球文化沉淀及品牌积累。西班牙人拥有先进成熟的青训机制和完整的梯队体系，建有U8-U19共12支男子梯队和8支女队，是西班牙及欧洲人才输出率最高的青训营之一。

公司认为履行社会责任是企业经营与发展过程中重要的组成部分。企业存在的意义不仅在于商业层面上取得的成功，还体现在环保生态、社会责任、公司治理等方面做出的表率及贡献。公司注重构建和谐企业形象，做好社会责任工作，有助于展现星辉娱乐受人喜爱的企业形象、不断增强企业软实力和竞争力，将企业创造的经济价值和社会价值有机结合起来，将最终实现综合价值的最大化。

年度荣誉

报告期内，公司围绕战略发展目标，不断提升综合竞争力，推动企业高质量发展，并取得了多项荣誉。

企业荣誉

高新技术企业

广州市游戏行业协会“年度至臻奉献奖”

广东省专精特新中小企业

广州市游戏行业协会“年度热心公益奖”

CTJPA中国制造升级奖·2021-2022产品升级示范企业

广州市游戏行业网络生态治理优秀企业

中国经济大会“2023年度最具社会责任感上市公司”

2023年广州市优秀软件企业（骨干型）

2023-2024年度国家文化出口重点企业

荣耀游戏中心“创新合作伙伴”

广州市“专精特新”民营企业扶优计划培育企业

小米游戏“2023年最具潜力厂商”

金手指奖“2023年度优秀企业”

虎牙“最具商业合作潜力奖”

金钻榜“2023广东游戏企业20强”

2022年度广东扶贫济困红棉杯铜杯

金钻榜“社会责任奖”

2023年粤黔协作“先进民营企业”

金陀螺奖“年度优秀出海企业奖”

2023年度爱心企业公益奖

金茶奖“GTA2023年度最佳出海游戏企业”

广州市非公有制经济组织“双强六好”标杆党组织

金茶奖“2023年度最佳游戏发行商”

天河区冼村街道楼宇党群服务站“先进单位”“优秀站长”

中国游戏出海扬帆奖“2023十佳亚太游戏发行商”

天河区冼村街“维护稳定及社会综合治理先进单位”

广州市游戏行业协会“年度锐意进取奖”

冼村街“平安建设优秀单位”

广州市游戏行业协会“年度优秀企业”

汕头市澄海区玩具协会“热心公益会员企业”

产品荣誉



《战地无疆》

- 金翎奖“最佳原创移动游戏”
- 金手指奖“最佳手机游戏”

《MapleStory R: Evolution》

(《枫之谷 R: 经典新定义》东南亚版本)

- iOS新马泰免费榜Top1
- iOS新加坡畅销榜Top1
- iOS泰国、马来西亚游戏畅销榜Top2
- Google Play泰国、新加坡免费榜Top1
- Google Play新加坡畅销榜Top2
- Sensor Tower2023年8月中国手游海外增长排行榜第14位



《冒险岛：联盟的意志》

- 金翎奖“玩家最期待的移动网络游戏”
- 金口奖“2024年度最受期待产品”

1: 16悍马EV遥控车

- 中国玩具和婴童用品协会颁发的“2023年升级和创新产品”



1: 14奥迪RS Q e-tron E2遥控车

- 中国玩具和婴童用品协会颁发的“2024年趋势升级产品”

玛莎拉蒂MC20积木车

- 2023年度中外玩具大赛“年度潮流玩具奖”



奥迪R8 LMS GT3积木车

- 汕头市第四届市长杯优秀奖、最佳工艺奖

第二章

公司治理



发展战略的实现

公司努力以效益为导向，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。公司将全面提升产品核心竞争能力及业务管理水平，致力于打造中国式的一流骨干文化企业。

报告期内，公司新一届董事会将提升公司业绩，推动公司高质量发展作为重点工作。公司经营管理层对国家政策和所在行业的宏观形势进行了深入的研讨学习，同时充分分析公司的经营现状及发展优势，明晰了公司多元化业务中的主线业务，从而制定了稳健可行的发展规划，进行业绩修复的战略布局。

游戏业务篇

保持优势赛道产品的迭代承接，打造扎实的基本盘。

报告期内，公司对SLG策略类等具有系列化开发经验的优势产品赛道，持续进行推新迭代。SLG策略类游戏相对其他游戏品类而言，具备长生命周期、高ARPU值的特征，同时该类游戏由于研发投入度高、内容储备深度化等特征形成相对门槛。公司对这类游戏已具备丰富的内容沉淀，自2015年进入该赛道以来，推出了《三国群英传-霸王之业》《霸王之野望》《三国志M》等系列化的产品。《三国群英传-霸王之业》的全球累计流水超过58亿元、《霸王之野望》的全球累计流水超过14亿元，相关产品在研发持续的更新维护下流水仍具备规模。



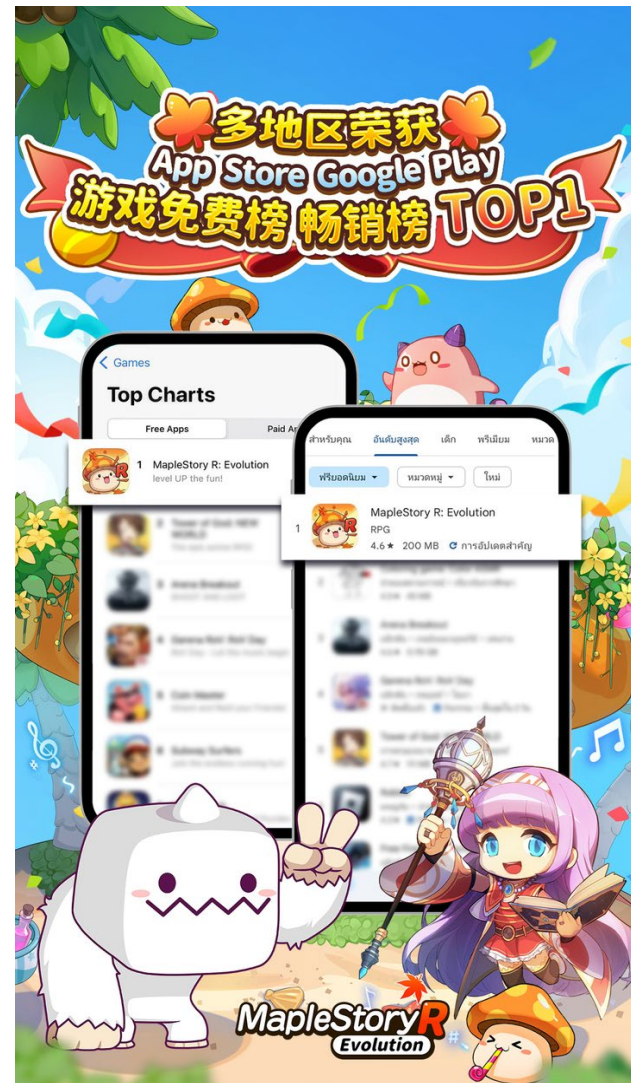
同时，公司于2023年8月底推出了自研并由腾讯在中国大陆地区独家代理发行的SLG策略类游戏《战地无疆》，游戏上线首月流水突破1亿元，并荣获金翎奖“玩家最期待的移动网络游戏”“最佳原创移动游戏”奖项，金手指奖“最佳手机游戏”称号。《战地无疆》在大陆地区上线让公司的SLG策略类游戏系列化在新老产品更迭下得到更好的承接。

报告期内，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，且因采取代理发行与自研自

发的协同方式，让产品的效益得到稳定贡献，对覆盖公司业务固定成本起关键性作用。

优质IP产品蓄势待发，做好增量的释放。

报告期内，公司的IP产品从研发储备逐步迈出了推新上线的步伐，2023年7月底在东南亚地区推出了自主研发、韩国NEXON冒险岛IP正版授权的《枫之谷R：经典新定义》（东南亚版本《MapleStoryR: Evolution》），游戏上线首月流水突破5,000万元，并于2023年12月进入上线前的宣发阶段。



优质的IP拥有较高的知名度，可以让产品摆脱单一流量获取用户的方式，也能让游戏产品拥有更高的玩家忠诚度。报告期内，在国际化战略布局下，公司进一步补充了IP储备库，包括取得了《三国群英传》《仙境传说》《斗破苍穹》《冒险岛》《盗墓笔记》等多款能适配全球多地区的IP授权。同时游戏项目的研发打磨已进入到成熟阶段，并且发行条件得到进一步的满足，多款游戏已取得国内游戏版号。

IP游戏构成了后续公司业务的主力增量点，《冒险岛：联盟的意志》于2024年1月底上线，同时自研的《斗破苍穹》《仙境传说》《三国群英传》等系列产品将于2024—2025年前后在海内外陆续推出，游戏业务未来的产品释放基础得到夯实。

公司主要游戏产品储备明细

游戏名称	定位	状态	游戏类型
冒险岛：联盟的意志	国内发行	待发行	放置卡牌，2024年1月发行
塔塔英雄	国内发行	待发行	魔幻风策略塔防手游，2024年1季度发行
起源与勇士	国内发行	待发行	放置冒险类手游
斗破苍穹：异火降世	全球多地区发行	研发中	放置卡牌RPG
三国群英传：策定九州	全球多地区发行	研发中	自研三国题材沙盘策略手游，核心内容已完成，进入最终打磨阶段
仙境传说IP产品	全球多地区发行	研发中	放置MMOARPG
代号-Q1	全球多地区发行	研发中	放置RPG
代号-H3	全球多地区发行	研发中	卡牌RPG
代号-D2	全球多地区发行	研发中	放置类小游戏
代号-H4	全球多地区发行	研发中	回合制小游戏

积极拓宽产品边界与区域的边界，建立新一轮增量基础。

报告期内，公司小程序游戏产品布局逐步落地，自研的像素风卡牌游戏《冒险归来》在2023年二季度国内上线后，后续累计实现了超过四百万的用户增量，取得良好的口碑；同时海外多地区的本地化版本也积累完成，蓄势待发。小程序游戏凭借其入口的便捷性、游戏上手的低门槛性能更加有效地吸引目标玩家，为游戏市场带来了新的增量。公司以小程序游戏为着力点拓宽产品及投放区域的边界，以自建小程序游戏研发工作室及外部定制代理发行的双模式结合，实现产品的快速储备，以轻度休闲迎合泛用户特性为驱动，匹配国内外多地区发行为方向，逐步建立起新一轮的增量基础。《冒险归来》《末世王者》《盗墓

笔记》等一批产品将在2024-2025年间逐步推向全球多个地区；其中，《末世王者》小程序版本已于2023年12月推出，《冒险岛：联盟的意志》小程序版本已在2024年一季度推出。

报告期内，公司与华为游戏中心正式达成鸿蒙原生游戏合作，已启动《冒险岛：联盟的意志》《斗破苍穹：异火降世》等产品的鸿蒙原生游戏开发。基于软硬协同的技术优势和方舟图形引擎能力，公司与华为游戏中心进行联合调优，将会为用户带来更高清的游戏画质和更流畅的游戏体验；同时，基于鸿蒙系统多设备协同和无缝连接特性，也能让玩家在不同设备之

间无缝切换游戏进度和社交互动，为玩家享受跨平台游戏体验提供便利。公司通过对游戏产品进行鸿蒙系统开发，拓宽了产品边界，将有效提高公司游戏产品的受众量。

拥抱新质生产力，实现AI常态化应用。



报告期内，公司积极拥抱以AI等技术为代表的新质生产力所带来的机遇及变革，目前AI应用已在公司的游戏研发及发行上实现常态化应用，包括基于AI训练游戏素材的能力，借助于如runway等AI文本生产视频的工具，结合游戏引擎的渲染优化，自研制作更为精美的游戏剧情过场短动画、发行宣传视频素材、游戏UI动态界面等，如在《战地无疆》项目中训练了一种能够模拟游戏引擎渲染最终效果的AI设计师助手，设计师可以在草图设计的最初阶段，通过AI直接看到游戏的最终效果，辅助快速生成游戏的过场动画。此外，通过绘图AI的学习，能更为高效地将特色文化素材应用于游戏中，游戏《战地无疆》与荆州博物馆联动，训练了一种针对文物藏品的绘图AI，对包括青铜器、漆木器、西汉织绣品等文物藏品的形状、颜色、



纹理等进行刻画训练，快速生成高质量、高还原度的图像，融合到游戏的设计视觉中，带给玩家沉浸式的体验，让玩家近距离感受国宝的魅力，让文博历史知识赋能三国游戏，大力传承和弘扬中华优秀传统文化。

报告期内，公司积极实现AI应用在工作流程及管理机制中嵌入，如绘图设计师在接到工作任务后，跟以往流程有所不同，会优先组织对所制作素材的AI模型进行训练，实现工作方式的全方位转变。公司将AI的研究纳入到管理体系，包括分配适当的研发工时进行AI学习、将成果纳入考评等方式。为了让AI的训练能得到更为稳定的算力支持，报告期内公司全面升级计算机、服务器等，采用更为先进的硬件设备，支撑整个程序及美术团队的升级。

玩具业务篇



实施创新赋能战略，加快智能制造数字化转型。

公司玩具业务实施创新赋能战略，持续专注产品的研发与创新，提高玩具产品附加值，加快玩具智能化转型发展，走玩具智造高质量发展之路。2023年玩具板块共申请21项专利，包括发明专利5项、实用新型专利6项、外观专利10项；截至报告期末，公司玩具板块共取得专利265项，其中发明专利13项、实用新型专利127项、外观专利125项。此外，公司已在动态玩具系列中储备了VR遥控、语音遥控等对接技术，未来将继续推动玩具+AI的深度融合，将人工智能交互技术嵌入至产品及其应用场景。

紧跟潮流趋势，布局玩具新品类。

随着近年来国产积木玩具的火热发展，公司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。报告期内，除推出保时捷911 GT2 RS Clubsport 25遥控车、奥迪RS Q e-tron E2遥控车、悍马EV遥控车、兰博基尼STO合金车、保时捷911 Sport Classic、法拉利296 GTS、BMW宝马20寸铝合金自行车等产品外，公司还推出了1:8玛莎拉蒂MC20、1:8阿尔法罗密欧F1 Team ORLEN C42、1:24红牛F1 RB19等积木车，并于2024年一季度推出了保时捷911 GT2 RS Clubsport 25拼装车、奥迪RS Q e-tron E2积木车、红牛F1合金车等。公司车模新品真实复刻原版赛车，深受客商喜爱，荣获CTJPA中国制造升级奖·2021-2022产品升级示范企业；玩具新品1:16悍马EV遥控车、1:14奥迪RS Q e-tron E2遥控车分别荣获中国玩具和婴童用品协会颁发的“2023年升级和创新产品”“2024年趋势产品”，新品玛莎拉蒂MC20积木车于第35届国际玩具及教育产品(深圳)展览会首发并获得2023年度中外玩具大赛“年度潮流玩具奖”，奥迪R8 LMS GT3积木车荣获汕头市第四届市长杯“优秀奖”和“最

佳工艺奖”。2024年，公司将陆续推进法拉利499P遥控车、兰博基尼SC63 LMDH遥控车、阿斯顿马丁Valkyrie AMR Pro遥控车、宝马3.0 CSL遥控车等玩具新品的研发上市工作。

报告期内，随着2022年中国首位车手在世界一级方程式锦标赛（简称“F1”）的出现，以及F1大奖赛时隔5年回归中国进行，国内对F1关注度逐步提高，公司已率先积累相关题材的资源，包括已经取得了F1的梅赛德斯AMG赛车、法拉利赛车、迈凯伦赛车、阿尔法罗密欧的2022-2025赛季车型、红牛F1赛车多品类车模的授权，推出了红牛F1遥控车等新品，并在国内部分卡通少儿频道实施了RASTAR F1系列产品推广的计划。

积极营销，参展拓新。

报告期内，随着线下展会逐渐恢复，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。积极的营销策略，让公司在面对全球玩具消费市场疲软的情况下，海外市场规模得到稳定的保障，同时也挖掘到新兴市场商机。



拓宽车模授权品类，深化渠道体系建设。



报告期内，公司不断拓展IP授权合作方和合作品类，新增红牛F1赛车、奥迪RS Q e-tron E2赛车、兰博基尼Revuelto跑车、帕加尼Utopia Coupe跑车、奔驰AMG GT2赛车、保时捷911 Dakar跑车等授权。报告期内，公司已累计获得超过35个世界知名车企授权，车企IP具备全球化的受众面，为公司全球化品牌运营奠定基础。同时，公司在全渠道体系覆盖的基础上，不断深化与各方的合作，报告期内与一汽奥迪、宝马等4S店合作持续深入，并积极开拓了一批大型室内连锁游乐场，包括大玩家、星际传奇等，巩固了公司渠道覆盖优势。

足球俱乐部业务篇

实行成本控制，优化球队结构。

报告期内，俱乐部实行严格的成本控制措施，在新赛季匹配球队对应的竞技级别，对绝大部分一线队球员及教练团队执行下调后的薪资政策，有效降低球队运营成本；同时，在夏窗转会期结合球队的竞技需求及经营计划，利用租借、转会等方式对球队进行调整，球员交易业务已趋向常态化。

球队结构调整后，俱乐部焕发新活力：2023/24赛季共12名出自俱乐部青训体系的球员进入西班牙人一线队大名单。比赛的成绩及球员在球场上的出色表现，让这支年轻的队伍价值得到提升，具备了对外输送价值球员的基础。俱乐部正在致力于构建结构平衡且活力年轻的西班牙人，未来有信心实现重返西甲联赛的目标。

百年俱乐部青训积淀，持续培育高水平人才。

俱乐部积极进行青训体系建设，并获得了多项优异的青训成绩。报告期内，西班牙人青训队伍在地中海杯获得U12B组别冠军、U16组别亚军；在Mundialito赛事获得U10组别冠军；在Primer Toque锦标赛获得U9组别冠军；在Mallorca East Cup获得U11和U13组别冠军；在第七届西甲希望之星国际锦标赛夺得U12亚军。

基于优秀的青训机制和深厚的文化积淀，俱乐部着力

于西班牙人品牌内容输出，实施多样化内容经营，推进国际化发展。西班牙人积极在全球范围内合作开设国际足球学院，截至目前已在西班牙本土之外开设了14所足球学院，分布在10个不同国家，主要聚焦于青少年足球兴趣培训，向合作足球学院授权及派驻有资质的教练团队等，除了有业务收益外，还能更好地将俱乐部青训营先进优秀的训练体系及品牌形象推广到世界各地。



着力内容输出，品牌价值不断提升。



随着西班牙人青训体系不断完善与俱乐部国际化发展的不断推进，西班牙人品牌价值逐步深化。报告期内，西甲北美区的合作伙伴——美国票务技术公司Stage Front 冠名西班牙人主场，西班牙人主场成为西班牙目前仅有的5家拥有球场冠名的俱乐部球场之一，极大地推广了俱乐部在全球的影响力，提升品牌价值。报告期内，西班牙人新增功能饮料Enerdrink、医疗仪器机构INDIBA、运动

医学机构Podoactiva、物流仓储机构Carretilas TR等赞助商，并与西班牙凯克萨银行CaixaBank、墨西哥国家旅游局Riviera Maya、食品集团可口可乐Coca Cola、管理服务公司爱玛客Aramark、大型连锁百货公司El Corte Inglés、运动装备服务商Kelme等多个赞助商保持良好的合作关系；与国际视听媒体集团Mediapro、体育营销集团Lagardère等媒体渠道商保持了良好的合作关系，这些合作有助于促进俱乐部商业开发及多元化业务的开展，实现品牌价值的持续提升。

报告期内，西班牙人全球社交媒体粉丝数突破800万，其中全球Tiktok粉丝人数超过400万，相关短视频的累计播放量达到3000万，各项社交媒体数据均位列西甲联盟前十，为俱乐部的合作伙伴提供更多数字化与国际化的曝光渠道。由西班牙人俱乐部自主建设、被欧足联评选为四星级球场的Stage Front球场，地处西班牙旅游胜地、历史文化名城巴塞罗那，是现代场馆标杆，其具备高质量的硬件设施及深厚的地理文化标签，备受赛事举办方的青睐，有望作为2030年世界杯赛事的比赛场地。

积极促进中西交流，发挥海外重要资源平台作用。



进行更多层面的合作与交流。

此外，2023年7月，西班牙人亦作为重点俱乐部之一，积极参与西甲俱乐部在中国深圳的主题展，推广足球文化，让球迷感受俱乐部百年文化魅力。

内控与合规

1 完善治理体系

公司按照《公司法》《证券法》《企业内部控制基本规范》等法律法规的要求，不断完善法人治理结构，制订了有关规章制度，形成了以股东大会、董事会、监事会相互制约、运营有效的内部管理和控制制度体系。公司认真做好股东大会、董事会、监事会的会议召开工作，积极协调合理安排上述会议召开流程及内容。报告期共召开1次年度股东大会，4次临时股东大会，除了现场参会的方式外，还提供网络投票的方式以最大限度地维护中小投资者利益。

公司严格按照《公司法》《公司章程》规定的选聘程序选举董事，充分考虑董事会成员的多元化，推进公司治理效能提升。报告期内，公司董事会换届时，综合考虑性别、年龄、教育背景、专业经验、技能知识等多元化因素，选举了在公司行业、上市公司履职、投资管理、财务审计等多个领域拥有丰富经验和专业专长的专业人才担任董事；聘任了女性董事以提高董事会创新能力、增强董事会决策质量。报告期末，公司董事会由7位成员构成，其中3位为独立董事、1位女性董事；独立

董事占董事会人数的比例为43%；兼任高管及由职工代表担任的董事占董事会人数的比例为29%。

公司积极保障和发挥独立董事“参与决策、监督制衡、专业咨询”的作用，每年组织召开独立董事与管理层见面会、独立董事与会计师沟通会，并不定期就公司重大事项与独立董事进行沟通。同时，公司实时跟踪法律法规的更新情况，及时向独立董事传达。报告期内，公司率先在《上市公司独立董事管理办法》修订后一个月内及时对公司《独立董事工作细则》等相关规章制度进行修订，并召开独立董事培训会议，向独立董事讲解各项修订要点，确保独立董事可以按照最新法律法规履行职责，以独立、客观的角度为公司发展提出专业建议，作出合理决策。

此外，公司积极组织董事、监事、高级管理人员、证券部及财务部等相关人员参加培训，为董监高等人员依法履职提供充分支持。报告期内相关人员参与监管机构等培训十余次，参与人次超过三十人，相关人员通过认真学习最新的法律法规，加强了对相关法律法规、规范性文件的认识和理解。

2 强化信息披露义务

公司严格按照有关法律法规及公司制定的《信息披露管理制度》的要求履行信息披露责任，真实、准确、完整、及时地披露有关信息。在中国证监会指定的信息披露网站巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）发布相关公告，并选定《证券时报》《中国证券报》《证券日报》《上海证券报》作为公司信息披露媒体，确保公司所有股东能够公平地获取公司信息。披露内容包括定期报告及其他临时性公告，基本涵盖了公司所有的重大事项，使投资者更快速地了解公司发展状况，维护广大投资者的利益。报告期内公司累计组织披露公告文件112份。此外，报告期内公司还强化了对外信息报送机制，严格把关各渠道输出内容，所有对外披露的材料均在董事会秘书审核后后方可对外报送，确保公司公开信息的合规性。

规经营和风险管控。在内部，经验丰富的内审、财务、法务团队确保公司合规运营；在外部，有资深的律师顾问、审计顾问提供法律和财务合规咨询。

公司制定了《内部审计管理办法》《对外投资管理制度》《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》《财务管理制度》等一系列规则及内控制度，从制度层面明晰公司高管及各级经营管理层的职责及权限边界，对关键风险控制点、重点业务、重大事项进行专项审计，并对重要岗位离职人员进行离任审计。

4 保持公司独立

报告期内，公司不存在将资金直接或间接地提供给大股东及关联方、公司董事、监事、高级管理人员使用的各种情形。公司严格控制对外担保风险，没有为本公司的股东、股东的附属企业及本公司的其他关联方提供担保，公司股东权益得到应有的保障。

3 深化风险管控

公司配备了专业的内外部支持团队，确保公司的合

投资者关系

深化多层次沟通机制

公司高度重视与投资者的沟通交流，制定了《投资者关系管理制度》《投资者调研接待工作管理制度》《投资者投诉处理工作制度》。公司设置了日常投资者热线电话及相应岗位，接听投资者建议和意见，既能及时了解广大投资者的投资意愿，也加强了与中小投资者之间的沟通效率和质量；并对深圳证券交易所互动易平台上投资者的咨询、提问均认真回复，确切地传达公司的声音和信息，形成双向沟通的良好机制。报告期内，随着线下走访交流的方便度提升，公司大幅增加与投资者交流的频率，将业绩交流会由以往的每年度一次，在2023年增加至定期报告披露后均举办一次，并将在今后持续增加交流会的频次；也在交易所及投资者保护局的指导下举办了多次投资者走进上市公司活动，更直观、更深入地向投资者传播公司的价值。



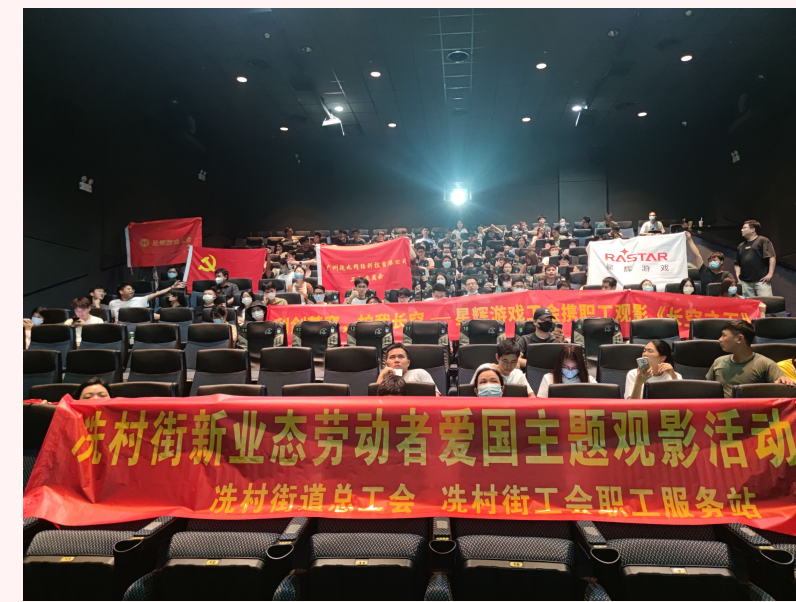
此外，公司还通过在官网设立投资者关系专栏、接待投资者来访咨询、参与投资者网上集体接待日活动等方式加强与投资者的沟通和交流；并通过微信公众号、视频号、新浪微博、抖音号、同顺号、财富号等，将公司动态以及业务发展进行系统发布，增进投资者对公司的了解。2023年度，公司累计在互动易平台回复投资者提问304条，披露投资者关系活动记录表7份，接待投资者超过200人次。

积极回报投资者

为完善和健全公司科学、持续、稳定的分红决策和监督机制，积极回报投资者，引导投资者树立长期投资和价值投资的理念，根据公司2023年8月修订的《公司章程》，公司利润分配可以采取现金、股票、现金与股票相结合或法律、法规允许的其他方式。公司将优先考虑采取现金方式分配股利；若公司增长快速，在考虑实际经营情况的基础上，可采取股票或者现金股票相结合的方式分配股利。公司确定采取现金方式分配利润的，每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可分配利润的10%。自上市以来，公司实施分红12次，累计现金分红3.5亿元，上市以来分红率达 **27.12** %。

党建引领

公司设置了中国共产党星辉互动娱乐股份有限公司支部委员会和广东星辉天拓互动娱乐有限公司支部委员会，并开设了星辉中心党群活动中心。星辉中心党群活动中心面积达到1500平方米，配套党建活动区、工会“会站家”一体化职工之家等功能，是三级党群服务阵地建设的重要内容。



2023年，公司坚持党建引领，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神为指导，深入落实新时代党的建设总要求。公司党支部通过坚持集中学习和自主学习相结合，创新活动形式，开展了特色鲜明、形式多样的学习活动：为深入学习宣传贯彻党的二十大精神，天河区非公有制经济组织党委联合公司党支部开展专题学习会，并邀请中共广东省委党校教授尹德慈同志进行宣讲；为深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，公司党支部连同天安人寿广东分公司党支部邀请中共广州市委党校秦攀博教授开展“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴——深入学习贯彻党的二十大精神”专题讲座；为进一步践行党史学习教育，弘扬爱国主义精神，公司党支部组织党员及部分员工共同观看爱国主义题材影片《长空之王》；公司党支部连同棕榈股份广州分公司党支部组织“党建+公交+文化”主题党日活动，各支部党员、积极分子以及爱国群众乘坐红色公交前往中共三大遗址参观。公司党支部通过上述专题活动，坚定员工信仰信念，加深党员对党的历史理解和把握，持续深入党建工作，不断提升党建质量。报告期内，广东星辉天拓互动娱乐有限公司支部委员会被授予“广州市非公有制经济组织‘双强六好’党组织”，星辉中心党群活动中心荣获“2023年度广州市天河区冼村街道楼宇党群服务站先进单位”、“2023年度广州市天河区冼村街道楼宇党群服务站优秀站长”。

2024年是全面贯彻党的二十大精神的关键之年，公司将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神，以强有力的党建引领，推动公司各项工作全面进步、全面过硬，以高质量党建引领公司高质量发展。

第三章

社会责任



供应商、客户和消费者权益保护

公司本着平等、友好、互利的商业原则与供应商、客户建立长期稳定的合作伙伴关系，努力维护供应商、客户的权益。

与供应商客户合作共赢

公司在供应商管理方面有着完整的管理制度，规范供应商审核、询价、验收等流程工作，以便有效地掌握供应商的品质、价格、交期、配合度，使得采购、生产作业能有效地进行。在商业交往过程中，公司注重供应商权益的保护，主动换位思考，推动供应商在质量管理等方面的提升，确保所需商品及服务长期、稳定、可靠供应，与供应商保持互惠互利、合作共赢的良性关系。



在游戏业务方面，公司与腾讯、苹果、华为、OPPO、vivo、小米、九游、bilibili、TapTap、抖音、好游快爆、谷歌等主流游戏渠道维持良好的合作关系，亦与巨量引擎、腾讯、bilibili、快手、百度、UC、谷歌、Meta等广告投放平台保持投放推广业务合作。凭借与这些行业头部平台良好的合作关系，公司形成了优秀的产品供应能力，多款游戏产品由腾讯、bilibili等平台进行独家代理，能够进行全球化的流量投放和大数据分析。

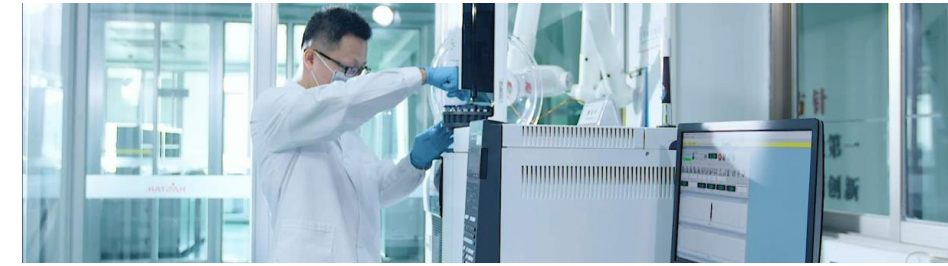


在足球俱乐部业务方面，与西班牙人合作的既包括功能饮料Enerdrink、医疗仪器机构INDIBA、运动医学机构Podoactiva、物流仓储机构Carretillas TR、西班牙凯克萨银行CaixaBank、墨西哥国家旅游局Riviera Maya、食品集团可口可乐Coca Cola、管理服务公司爱玛客Aramark、大型连锁百货公司El Corte Inglés、运动装备服务商Kelme等多个赞助商；也包括了如国际视听媒体集团Mediapro、体育营销集团Lagardère等媒体渠道商。这些合作有助于促进俱乐部商业开发及多元化业务的开展，实现品牌价值的持续提升。



在玩具业务方面，公司已建立起完善的境内外渠道体系。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；在境外销售方面，公司除了在亚马逊平台进行线上渠道的布局外，在线下渠道目前已经与世界上多个国家及地区的玩具代理商建立了长期稳定的合作关系，主要的代理商包括意大利的MONDO、英国的TESCO和Argos、德国的Jamara、波兰Joinco、西班牙的Color baby s.l、俄罗斯的Limited Liability Company DM、北美的LA CURACAO、拉丁美洲的COTO、大洋洲Kmart等。这些知名玩具代理商在当地都具有较强的市场推广能力和渠道覆盖能力，有利于本公司将来继续深耕欧盟、亚洲、北美、拉美等市场。

重视产品质量与创新



公司高度重视产品质量，严格按照国家标准、行业标准以及企业标准进行质量评估，玩具业务已获得CE、ROHS、FCC、ASTMF-963等国际安全认证，能够完成ROHS、EN71、Non-Phthalates检测等国际一流标准的内部自我检测，也是国内第一批获得CCC认证的玩具企业。此外，星辉玩具拥有通过IETP、FCCA、CQC、ISO9001、ISO14001等资质认证的工厂，出口产品符合美国和欧盟标准。报告期内，公司未因产品质量被投诉，不存在被质量技术监督等部门提出整改要求或者进行立案稽查和行政处罚。

同时，公司注重技术创新及研发团队建设，以市场需求和用户体验为导向，持续推动产品的研发创新。在游戏方面，公司拥有“分布式全球唯一ID生成方法”“一种网络游戏场景图片的加载方法及装置”“游戏服务端虚拟时间实现方法”“一种游戏账号内数据共享方法



AI辅助修图



传统模型修图

及其系统”等发明专利；在非专利技术方面，公司凭借“美术建模技术”“微端技术”“脚本开发技术”和“异步加载技术”等提高游戏制作效率，降低开发成本；在多个项目上设计并应用了“全服同步架构”“数据与逻辑分离的纯分布式规则”，提升了服务器稳定性，使用“ragdoll动画系统”“屏幕空间AO光照”“wwise音频引擎”等，显著提升玩家的沉浸感和体验感；另外，公司已将AI相关技术应用于游戏中的AI绘图、场景建模、智能NPC、过场动画设计等方面，同时通过AUTO gpt等AI算法获得更精准的产品及用户数据，根据玩家的行为和喜好，及时对美术风格、玩法、剧情内容和难度等进行相应的研发调整。

玩具业务方面，经过20多年的摸索与发展公司的研发综合实验室已达国际先进水平，可利用计算机辅助设计技术和电子数码技术等工业技术，创新开发出普及型的动态车模，并将用于汽车工业的3D打印快速成型机应用于车模研发设计；同时公司采用机械手、中央供料系统等组建自动化注塑车间，引进ABB自动喷漆线，创新发明全自动通用零件组装线等，实现标准化、自动化生产，提高生产效率，提升稳定性及产品质量。另外，玩具智能化是发展的趋势，公司在动



态玩具系列中储备了VR遥控、语音遥控等对接技术。通过领先的研发和生产技术赋能，公司玩具产品特别是车模产品展现出差异化竞争优势，具有较强的自主定价权。

2023年公司研发投入金额9,596.45万元，占营业收入5.54%，截至报告期末，公司研发人员469人，占比21.00%。

注重知识产权保护

公司非常重视知识产权管理，将知识产权的保护与经营和管理紧密结合，切实保障消费者的权益。截至报告期末，公司共持有软件著作权 **496** 件，共取得专利 **271** 项，其中发明专利 **17** 项、实用新型专利 **271** 项、外观专利 **127** 项。

保护未成年人

星辉娱乐始终积极响应国家号召，并按法律法规认真落实未成年人防沉迷措施，帮助未成年人树立正确的网络游戏消费观念和行为习惯。

公司旗下星辉游戏确保用户通过实名认证后方可进入游戏，限制未成年人用户登录时段、时长和消费，同时强化实施适龄提示制度，在游戏官网、登录界面显著位置标识网络游戏适龄提示；实施未成年人家长监护工程，积极引导家长、学校等社会各界力量履行未成年人监护守护责任，切实保障未成年人健康成长。



保护用户隐私

公司旗下星辉游戏严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《信息安全技术个人信息安全规范》，并依据目前发布的法律法规指导公司对用户个人信息的保护工作。制定了《个人隐私保护及信息收集利用政策》《儿童个人信息收集利用与隐私保护政策》，以严谨的管理制度和流程为基础，确保用户个人信息被恰当地采集、使用和存储。报告期内，凭借在网络生态治理方面取得的优秀成果，公司荣获广州市游戏行业协会颁布的“2023年度广州市游戏行业网络生态治理优秀企业”。



职工权益保护

公司始终坚持以人为本的核心价值观，关心员工的工作、生活、健康、安全，切实保护员工的各项权益，提升企业的凝聚力，实现员工与企业的共同成长。

保障员工权益

公司实行劳动合同制，按照《中华人民共和国劳动合同法》和有关劳动法律法规的规定，严格执行国家用工制度、劳动保护制度、社会保障制度和医疗保障制度，按照国家及当地主管部门的规定、要求，为企业员工缴纳医疗保险金、养老保险金、失业保险金、工伤保险金、生育保险金和公积金。员工可享受法定节假日、年休假、婚假、丧假、产假、陪产假等多种带薪假期。

完善员工薪酬福利体系

公司建立了较为全面的绩效考核评价办法，高级管理人员的聘任公开、透明且符合有关法律、法规和公司内部规章制度的规定。公司董事和高级管理人员的绩效评价采取自我评价和薪酬委员会按绩效评价标准进行评价两部分相结合的绩效评价方式，高级管理人员的薪酬与年度经营指标完成情况挂钩，同时根据《公司章程》中对高级管理人员履职行为、权限和职责的明确规定进行综合考评。



公司对薪酬方案和标准、奖金方案和标准等继续制定和优化，以实现员工薪酬的调整与公司发展同步，促进劳动关系的和谐稳定。在员工福利方面，公司为员工提供多重保障，除法定福利社会保险、法定节假日、婚丧假、产假、产期陪护假、哺乳假等外，公司还给予员工其他额外福利，包括福利年假、提供部门活动及旅游费用、免费体检、节日礼品、下午茶、生日会、理疗、母婴室等。



关注员工学习与成长

公司十分关注员工的成长，设置了专职岗位负责员工的培训发展，不定期组织员工进行培训学习和自主学习，开展了包括员工基本素养培训、知识类培训和技能类培训等各种形式的学习活动；还订阅了丰富的报刊杂志，为员工提升专业技能和加强各类知识储备发挥了重要的作用。2023年，星辉娱乐累计为员工提供各类培训内容超40场，累计参与超过800人次。

2023年开展的部分培训课程

《弱网测试分享》	《从玩家到策划的角色转变》
《2022年游戏行业市场观察报告》	《游戏与IP》
《当爱已成往事—〈民法典-婚姻家庭篇〉》	《评测的基础知识》
《急救知识与技能培训》	《技术开发组职能介绍》
《出海热潮中,谁上谁下(第1篇)》	《客户端程序工作介绍》
《次时代角色制作研发经验分享》	《运维职能介绍》
《社保公积金知多少》	《游戏测试岗位简介》
《闭环思维管理实践》	《游戏运营入门指南》
《游戏数据分析应用(模型篇)》	《常用工具介绍》
《数值节奏把控》	《游戏营销究竟在做什么》
《系统设计基础理论》	《海外广告逻辑基础》
《浅谈文案策划在游戏本地化的职责及进阶修养》	《渠道合作那些事》
项目说明会《星辉游戏知多少》	《游戏研发美术流程分享》
《游戏行业职业规范早知道》	《全球手游市场趋势洞察》

营造良好办公环境

公司努力为员工营造轻松、和谐、愉悦的环境,使员工时刻感受到公司的关怀。为让员工享有舒适的办公环境,保洁人员在员工上班前做好办公室卫生保洁工作,并定期对公司进行驱虫、设备清洁等工作。公司设有员工餐厅,公司定期发放餐补至员工卡内。餐厅致力于每天为员工准备营养丰富、品种多样的三餐,并根据员工建议及需求及时调整菜单内容。



此外,公司还注重员工的身心健康与工作的劳逸结合,提供了丰富的文体体育活动场所,包括健身房、淋浴间、咖啡吧、图书馆等;公司还依据员工兴趣组建了燃脂、足球、羽毛球、桌游等多个俱乐部,让员工在业余活动中拓展社交圈;并举办年度文艺晚会及篮球赛、羽毛球赛等活动,既丰富了企业文化建设,也满足了员工的精神、文化、娱乐、生活的需求,增强了公司团队的凝聚力和向心力。

注重员工安全

公司注重对员工的安全保护,公司所有员工均配置胸卡,进入办公区域只可凭胸卡,所有非公司员工需至前台凭身份证登记并领取临时会客卡,同时公司会不定期地对公司生产安全进行检查,充分保障了公司内的安全性,并不定期组织员工参加消防逃生等安全知识和演练,有效地提高员工的自我保护能力。此外,公司积极开展大厦内治安防控、防诈骗宣传、粤居码推广等多项重点工作。报告期内,星辉中心被评为“浣村街平安建设优秀单位”“浣村街维护稳定及社会综合治理先进单位”。

产业责任

助力行业发展

公司在实现自身成长的同时,积极发挥自身优势,加入地方及产业组织,参与相关课题调研,为政策及行业标准制定提供参考建议,助力行业发展。其中,公司为《GB/T 28022-2021玩具适用年龄判定指南》的起草单位;公司全资子公司广东星辉天拓互动娱乐有限公司为《网络游戏分类》的团体标准起草单位,并于2022年1月加入元宇宙产业委员会,目前为元宇宙产业委员会常务委员。



此外,公司一直致力于借助欧洲顶级联赛俱乐部的产业链头部资源,为中国足球贡献自己的力量,努力成为中国足球的重要海外资源平台。公司利用西班牙人俱乐部的青训培训机制及品牌优势,在国内合作开设上海及武汉足球学院,提供有资质的教练团队,聚焦青少年足球兴趣培训,旨在发现及挖掘足球人才。同时,俱乐部技术团队一直在关注和分析中国球员,曾引进武磊、谭凯元、杨希、张奥凯、胥栩等中国球员,并与U14国少队、上海海港U19梯队、中国国家女子足球队、中国女足U17国家队等中国足球队开展技术交流。目前,中国球员杨希在西班牙人青年A队出战。报告期内,西班牙U16梯队参加在昆明举办的2023年西甲希望杯并荣获季军。

为支持中国足球事业发展,公司还积极捐资助力山区足球小将们圆梦。2021年8月30日,公司启动对口帮扶贵州省毕节市大方县“星辉足球小将”项目,该项目将在3年内捐资300万元。其中2023年公司捐资100万元,截至2023年末已累计捐资225万元,通过设立星辉营养餐、足球小将关爱补贴、奖学金、志愿者补贴、外出比赛交流与足协项目管理资金等,关爱山区学生健康发展,为元宝小学的女足队伍助力。2023年4月,元宝女足取得“追风联赛”全国总决赛亚军的好成绩。



促进文化传播

公司坚持弘扬文化、多出精品、铸就经典的产品理念,把中华优秀传统文化融入到创作、生产、传播三个环节,构建富含“主旋律、正能量”先进文化内核的游戏产品,打响具有中国特色的游戏品牌,推动中华文化走向世界。



公司旗下《三国群英传-霸王之业》以三国历史为创作背景,与第一批国家级非物质文化遗产项目潮汕木雕代表传承人——陈培臣先生进行合作,让年轻人了解丰富多彩的潮汕木雕文化的同时,又赋予了游戏更多创新玩法,提升了游戏的文化内涵,共同搭建了“游戏+非遗文化”共赢的桥梁。报告期内,公司自研游戏《战地无疆》与荆州博物馆联动,训练了一种针对文物藏品的绘图 AI,对包括青铜器、漆木器、西汉织绣品等文物藏品的形状、颜色、纹理等进行刻画训练,快速生成高质量、高还原度的

图像，融合到游戏的设计视觉中，带给玩家沉浸式的体验，让玩家近距离感受国宝的魅力。此次跨界合作，结合中国传统文化内涵展现，让文博历史知识赋能三国游戏，大力弘扬和传承了中华优秀传统文化。

同时，作为中国文化输出的重要载体，游戏越来越承载着传播和传颂文明的重要作用。星辉游戏肩负文化企业发展使命，积极构建富含先进文化内核的游戏产品，布局移动网络游戏的海外发行和运营，报告期内在海外推出了《枫之谷R：经典新定义》《MapleStory R: Evolution》《战国最强传说》等精品游

戏，致力推动以精品游戏为载体的中华文化走向世界。

报告期，星辉游戏入选由商务部、中央宣传部、财政部、文化和旅游部、广电总局五部委共同认定的“2023-2024年度国家文化出口重点企业”，并获得金陀螺奖“年度优秀出海企业奖”、金茶奖“GTA2023年度最佳出海游戏企业”“2023年度最佳游戏发行商”、中国游戏出海扬帆奖“2023十佳亚太游戏发行商”、自研产品《枫之谷R：经典新定义》摘得“2023十佳海外表现游戏”。

回馈社会

企业的发展离不开社会的支持，公司在抓好企业自身建设的同时，也不忘回报社会。报告期内，公司积极践行ESG理念，树立品牌良好形象，获得了金钻榜“年度社会责任奖”、2023年粤黔协作“先进民营企业”、2022年度广东扶贫济困红棉杯铜杯、中国经济大会“2023年度最具社会责任感上市公司”、汕头市澄海区玩具协会“热心公益会员企业”等荣誉。

参与公益活动

2023年公司积极履行社会责任，参与了多项社会公益活动：公司参与了“与环卫同行，与环保共进”——关爱环卫工人公益活动，为天河区冼村街辖内的环卫工人送上慰问品；参与了“与你童行 欢庆六一”公益活动，向广州市海珠区北山小学捐赠书籍；开展了汕头市星辉工业园无偿献血活动，多名星辉员工积极响应；参与了“游益生辉”公益捐赠活动，向丽江市永胜县程海镇洱岚小学、大理州宾川县第三中学捐赠助学体育物资；参与了广州“扫黄打非·护苗2023”绿色嘉年华活动，通过寓教于乐的产品传递了扫黄打非和护苗行动的正向价值观，守护青少年健康成长；西班牙人足球俱乐部与加泰罗尼亚大区动物保护组织合作，在主场与巴拉多利德的比赛中携带了11只流浪狗登场，为11只流浪狗找到了新的家，并筹集到了超过5万欧元的宠物用品及宠物食品；在世界预防乳腺癌宣传日，西班牙人足球俱乐部主场stage front体育场亮起了粉红色的灯光，呼吁社会关注支持所有抗击乳腺癌的患者；在国际费兰·麦克德米德综合症日，西班牙人足球俱乐部主场stage front体育场亮起了绿色的灯光，呼吁社会关注该种由遗传物质流失引起的疾病；西班牙人足球俱乐部在训练基地达尼·哈尔克体育城举行圣诞义卖的活动，所筹集的善款和玩具被捐给巴塞罗那当地的儿童福利组织。



助力乡村振兴

公司积极响应国家巩固脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴的号召，2023年，公司在天河区统一战线扶贫济困工作推介会中积极认捐善款，大力支持天河区对帮扶地区扶贫济困、乡村振兴等项目；参与了冼村街东西部协作镇街结对、“万企兴万村”暨“百县千镇”村高质量发展工程，捐资定向帮扶毕节市七星关区水等镇新地村新地小学校服采购和新地小学篮球场亮化项目；捐资参与对口帮扶的毕节市纳雍县董地乡沙落村教育设施提质改造项目，全面助力对口帮扶地区推进乡村振兴。



第四章

环境保护



加强环境管理

公司严格按照国家相关法规的要求，积极开展环境保护的相关工作，坚持发展经济与预防污染并重的发展理念，高度重视环境保护和节能减排，为国家“双碳”目标作出贡献。为贯彻落实《广东省环境保护厅关于开展固定污染源挥发性有机物排放重点监管企业综合整治工作指引》，进一步推进VOCs污染治理工作，逐步提高企业VOCs污染防治水平，切实消减VOCs排放总量，改善环境空气质量。报告期内，公司通过技术改造，VOCs总体排放总量由2015年的207.8吨，降到年排放量145.47吨以下，并通过引进更高效“水喷淋+活性炭吸附浓缩+在线脱附再生+高效催化燃烧”等设备进一步改善废气排放；公司定期点检废气处理设备，确保设施正常运行；公司还采用色粉替代部分油漆，从源头削减VOCs的产生量，并加强无组织排放的控制，同时重点加强含VOCs原辅材料、产品的管理，避免储存、运输过程中的逸散。对于生产过程中产生的固体废物，其中生活垃圾经分类收集后由环卫部门统一清运，废漆渣、废活性炭吸附材料等危险废物，则委托具有危险废物处置资质的单位清运处理。此外，公司在实施新建、改建项目时，会对周边环境的影响进行充分考量并按照法律法规要求编制环境影响报告，对生产中产生的污染源提出可靠的控制方案和治理对策，最大化降低自身运营对环境的影响。

报告期内，公司环境保护和治理的相关工作投入22.57万元，并依法按时缴纳环境保护税0.22万元。

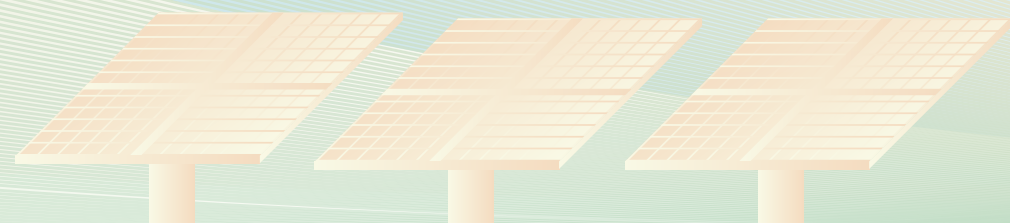


践行绿色办公

公司大力发展循环经济，不断提高资源综合利用水平，切实推进企业与环境的可持续、和谐发展。在日常工作中，公司积极推行倡导绿色办公，在公共场所张贴节水节电等相关提示标语，会议室等公共场所的灯光、空调、投影仪等电子设备视使用情况开启和关闭，引导全体员工节约每一度电、每一张纸、每一滴水；根据季节及天气情况及时调整公共用电的开启和关闭时间，减少空调等用电设备的待机能耗，最大程度节约能源；提高纸张的二次利用率，并使用企业微信、云之家等线上工作平台，积极推动办公无纸化、自动化；积极响应垃圾分类号召，全面实施生活垃圾分类



制度，在各楼层摆放其他垃圾桶和可回收垃圾桶，并标有醒目的分类标识，鼓励员工自觉遵守“垃圾分类”的规则，有效降低垃圾总量，将环境保护落到实处；倡导绿色低碳活动，组织低碳健康跑等户外活动，向社会公众宣传低碳发展理念。



第五章

展望未来





2023年，公司在公司治理、履行社会责任、环境保护等方面取得了值得肯定的成绩，为未来的可持续发展工作奠定了坚实的基础。2024年，公司将一如既往地做好经营管理工作，推动企业创新发展，支持社会公益事业，坚持把履行环境保护、社会责任作为提高企业发展质量效益和竞争力的重要内容，为股东、为社会创造更多的价值和回报。

星辉互动娱乐股份有限公司

董 事 会

二〇二四年四月二十六日