

证券代码：300043

证券简称：星辉娱乐

公告编号：2021-034

星辉互动娱乐股份有限公司

关于对深圳证券交易所半年报问询函的回复公告

本公司及董事会全体人员保证信息披露的内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

星辉互动娱乐股份有限公司（以下简称“星辉娱乐”或“公司”）于2021年9月8日收到深圳证券交易所《关于对星辉互动娱乐股份有限公司的半年报问询函》（创业板半年报问询函【2021】第26号）（以下简称“问询函”）。根据问询函的要求，公司对相关事项进行逐项核实，现将问询函所涉及的问题回复并公告如下：

1.报告期内，你公司足球俱乐部业务实现营业收入7,176.42万元，较上年同期减少75.78%；实现净利润-21,528.45万元。其中，电视转播、赞助及广告、票务会员业务收入、毛利率均呈大幅下滑趋势。半年报显示，随着下半年皇家西班牙人俱乐部（以下简称“西班牙人”）重返西甲和疫情常态化防控措施落实，俱乐部电视转播收入将显著提升，其他收入也将增加。

（1）请结合2021年上半年足球俱乐部业务开展的具体情况以及与上年同期相比的变化情况，说明上述业务规模、毛利率大幅下滑的原因，以及疫情及降级对相关业务开展的具体影响。

（2）请结合下半年西班牙人重返甲级联赛及疫情常态化防控措施落实的有关情况，说明你公司预计相关业务收入将显著提升的依据，并充分提示有关风险。

回复：

（1）请结合2021年上半年足球俱乐部业务开展的具体情况以及与上年同期相比的变化情况，说明上述业务规模、毛利率大幅下滑的原因，以及疫情及降级对相关业务开展的具体影响。

单位：人民币万元

业务种类	2021年1-6月			2020年1-6月		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
电视转播权	2,949.89	14,984.08	-407.95%	21,810.92	24,804.72	-13.73%
赞助及广告	1,612.98	7,905.52	-390.12%	4,194.88	4,400.98	-4.91%
票务、会员	757.03	3,710.36	-390.12%	2,311.07	2,424.61	-4.91%
球员转会	1,157.31	36.61	96.84%	704.85	273.25	61.23%
足球衍生品	699.21	203.96	70.83%	609.23	197.90	67.47%
合计	7,176.42	26,840.53	-274.01%	29,630.95	32,101.46	-8.34%

如上表所示，体育业务上半年营业收入较去年同期有明显下降，主要原因来自于上赛季降级和疫情的双重影响：

1) 2020/21 赛季俱乐部上赛季降级对电视转播权收入和赞助及广告收入的影响

受上赛季降级因素影响，2021年1-6月确认电视转播权收入2,949.89万元，与去年同期相比下降86.48%。根据欧洲足球协会联盟的相关规定及西甲联盟转播权分配原则，西甲联赛与西乙联赛的转播权收入分配比例为9:1。西甲联盟将西甲联赛电视转播权整体收入的50%平均分给西甲联赛的20家球队，另外50%则根据转播次数、排名、票房和会员指标分配；联盟将西乙联赛电视转播权整体收入的50%平均分给西乙联赛的22家球队，另外50%则根据转播次数、排名、票房和会员指标分配。

受上赛季降级及疫情因素双重影响，2021年1-6月确认赞助及广告收入1,612.98万元，与去年同期相比下降61.55%。

2) 新冠疫情对球票及会员业务收入的影响

受新冠疫情的影响，西甲联盟自2020年3月起空场比赛，球迷不再能够购票进场观赛，2021年1-6月确认球票及会员收入757.03万元，与去年同期相比下降67.24%。

3) 成本变动情况表：

单位：人民币万元

类型	2021年1-6月	2020年1-6月	变动比例
人工成本	19,673.76	22,933.00	-14.21%
折旧、摊销成本	6,400.07	6,870.18	-6.84%
买入球员成本	226.51	1,599.40	-85.84%
其他	540.19	698.88	-22.71%
合计	26,840.53	32,101.46	-16.39%

如上表所示，2021年1-6月公司营业成本26,840.53万元，较上年同期下降5,260.93万元，降幅16.39%；营业成本主要包括球场及训练场折旧、球员摊销及球员工资等，支出金额相对固定，变动幅度远不及收入波动幅度。受俱乐部上赛季降级和新冠疫情的双重影响，2021年1-6月俱乐部营业收入与上年同期相比下降22,454.53万元，降幅75.78%。因本期俱乐部营业收入下降幅度显著高于营业成本下降的幅度，导致本期俱乐部毛利率大幅下滑。

(2) 请结合下半年西班牙人重返甲级联赛及疫情常态化防控措施落实的有关情况，说明你公司预计相关业务收入将显著提升的依据，并充分提示有关风险。

随着俱乐部重返甲级联赛及疫情常态化防控措施落实，俱乐部各项收入也将得到明显提升，具体分析如下：

1) 转播权收入的增加

根据欧洲足球协会联盟的相关规定，联盟将西甲联赛电视转播权整体收入的50%平均分给20支球队，另外50%则根据转播次数、排名、票房和会员指标分配。本次西班牙人晋级西甲联赛，将会为俱乐部带来下一赛季（自2021年7月至2022年6月）电视转播收入的显著提升，预计将获得不低于5,421.05万欧元的转播权收入（不含增值税，按5月7日汇率计算约折合人民币42,285.84万元）（星辉娱乐公告编号：2021-022）。

从纵横角度考察，西班牙足球联赛的尤其是转播权收入仍有较大的增长空间，如下表：

市场	国内转播权		海外转播权	
	合同周期	合同价	合同周期	合同价

英超	2016/17~2018/19 赛季	51 亿英镑	2016/17~2018/19 赛季	30 亿英镑
	2019/20~2021/22 赛季	50 亿英镑	2019/20~2021/22 赛季	42 亿英镑
西甲	2016/17~2018/19 赛季	29.78 亿欧元	2016/17~2018/19 赛季	21 亿欧元
	2019/20~2021/22 赛季	34.21 亿欧元	2019/20~2023/24 赛季	49.05 亿欧元

从时间纵向角度看,西班牙足球联赛国内转播权收入 2019/20 赛季至 2021/22 赛季 3 个赛季总销售额为 34.21 亿欧元,单赛季平均销售额增长了 15%;国际转播权收入:2019/20 赛季至 2023/24 赛季 5 个赛季销售总额为 49.05 亿欧元,单赛季平均销售额增长了 40%。

根据 2021 年 5 月 14 日西甲官方网站发布消息,在未来 8 个赛季中(至 2028/29 赛季),ESPN+将使用英语和西班牙语在美国转播西甲和西乙赛事。从 2021 年 8 月起,ESPN+的观众每年可收看全部 380 场西甲直播赛事以及其他指定的西乙比赛,电视转播权签约总价约 14 亿美金。

从市场横向角度看,西班牙足球联赛转播权收入规模虽逐步在增长,但目前仍不足英国超级联赛转播权收入规模的 60%。西甲与英超作为最知名的顶级足球俱乐部赛事,二者收入规模差距在缩小,西甲未来仍有较大增长空间。

2) 赞助收入增加

新赛季俱乐部已签订的赞助合同明细表如下:

单位:万欧元

序号	甲方	乙方	合同起始日	合同终止日	赞助内容	2021/22 赛季 赞助不含税 金额
1	RCDE	客户一	2019/6/27	2023/6/30	胸口赞助	95.00
2	RCDE	客户二	2019/6/27	2023/6/30	包厢门票、广告、使用权	55.00
3	RCDE	客户三	2018/7/1	2022/6/30	球衣赞助	120.00
4	RCDE	客户四	2018/7/1	2023/6/30	广告位分包	68.00
5	RCDE	客户五	2019/7/1	2024/6/30	广告赞助	50.00
6	RCDE	客户六	2019/7/1	2030/6/30	电子游戏授权	42.50
7	RCDE	客户七	2019/7/1	2022/6/30	差旅宣传赞助	10.00

8	RCDE	客户八	2020/7/1	2024/6/30	广告赞助	53.87
9	RCDE	客户九	2020/7/1	2024/6/30	广告赞助	15.00
10	RCDE	客户十	2020/9/12	2023/6/30	广告赞助	5.50
11	RCDE	客户十一	2021/3/17	2023/6/30	球裤赞助	12.00
12	RCDE	客户十二	2021/7/1	2024/6/30	球衣袖口赞助	24.79
13	RCDE	客户十三	2021/7/8	2023/6/30	球衣后背	27.50
14	RCDE	客户十四	2021/7/20	2023/6/30	广告赞助	55.00
15	RCDE	客户十五	2021/8/31	2023/6/30	广告赞助	50.00
16	RCDE	客户十六	2021/7/27	2026/6/30	广告赞助	30.00
17	RCDE	客户十七	2021/6/7	2026/6/30	广告赞助	5.00
18	RCDE	客户十八	2021/8/31	2024/6/30	广告赞助	25.00
19	RCDE	客户十九	2021/8/6	2024/6/30	广告赞助	7.00
20	RCDE	客户二十	2018/5/16	2023/5/16	广告赞助	2.42
21	RCDE	客户二十一	2020/6/30	2022/6/30	广告赞助	2.90
22	RCDE	客户二十二	2020/9/22	2022/6/30	广告赞助	64.78
23	RCDE	客户二十三	2020/6/30	2022/6/30	广告赞助	2.56
合计						823.82

如上表所示，2021/22 赛季截至目前已确定并签署的赞助合同不含税金额合计 823.82 万欧元，较上赛季有明显提升，后续依旧存在增长空间。

3) 票务及会员收入增加

新赛季西甲联赛已开放 30%现场观赛，目前俱乐部正在积极出售季票和年票，票务及会员收入较上赛季空场比赛定会有明显增长；随着疫情常态化防控措施落实、现场观赛的开放及俱乐部重返西甲联赛，俱乐部衍生品收入也将随之增长。

4) 俱乐部业务的风险提示

① 新冠疫情风险

俱乐部主要风险高低主要来自于欧洲新冠疫情的防控效果。如果再次爆发大规模疫情，存在重新施行空场比赛的可能性，对衍生品和票务收入依旧存在直接

影响。

② 竞技成绩波动风险

此外，受球员伤病、球员竞技状态、教练团队训练指挥以及比赛赛程等多方面因素的综合影响，球队比赛成绩容易产生波动，对俱乐部的赛季排名产生一定的影响，严重的情况下可能导致降级。

针对上述风险，俱乐部一方面积极加强内部管理，做好各种预案储备，主动防范或降低疫情风险带来的影响；另一方面积极进行青训体系建设，为球队长期发展培养后备人才，提升体育管理能力，通过预备队提升和球员转会等方式保持球队竞技状态，减少竞技成绩波动，保证球队稳定发展。

2.半年报显示，你公司收购西班牙人形成的 33,909.90 万元商誉未计提减值准备，西班牙人报告期内实现净利润-21,528.45 万元。你公司于 2021 年 8 月 18 日披露的《关于皇家西班牙人足球俱乐部同意西甲联盟接受 CVC Capital Partners 注资的公告》显示，CVC 将出资 26.68 亿欧元取得联赛 10.95% 的收益分配权，西班牙人通过此次交易将分得 7,780 万欧元，占总分配额的 3.16%。

(1) 请你公司说明商誉减值测试的主要假设、参数设置及依据、具体计算过程，并结合西班牙人的经营情况说明未计提商誉减值准备的依据和合理性。

(2) 请补充披露 CVC 注资事项的交易实质及与收益分配、贷款利率和还款期限有关的详细条款，并说明注资事项对西班牙人队后续业务开展、收入确认的具体影响，商誉减值测试是否对相关因素予以充分考虑。

(3) 请你公司逐项列示此次商誉减值测试与 2020 年末减值测试时评估模型中所使用的关键参数存在的差异，并补充说明相关差异产生的原因和合理性。

回复：

(1) 商誉减值测试的主要假设、参数设置及依据、具体计算过程，并结合西班牙人的经营情况说明未计提商誉减值准备的依据和合理性

① 西班牙人俱乐部商誉减值测试过程（收益法&资产基础法）

A、收益法

商誉减值测试计算表（收益法）

单位：万欧元

项目/年度	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年及以后
主营业务收入	4,821.63	10,980.66	11,691.09	12,408.53	12,233.18	12,233.18
利润总额：	-2,718.68	1,834.91	2,183.96	2,533.52	2,560.81	2,560.81
自由现金流量	-1,902.67	214.20	3,366.70	1,993.11	1,998.77	2,704.86
税前折现率	9.56%					
五年后预计增长率	0.00%					
未来五年内现金流折现	3,651.91					
五年后的现金流折现系数	6.63					
未来现金流量折现金额总额	21,584.31					
商誉加可辨认净资产账面价值之和	20,968.10					

注①：2022 年度及以后年度的营业收入的预测均以俱乐部参加西甲联赛为前提，即按照西甲联赛应分配转播权收入进行的预测。

注②：本次商誉减值测试，是在 2020 年末的商誉减值测试基础上进行了如下的三项调整：

a、2021 年 8 月 12 日，西甲联盟与 CVC 成立合资公司，自 2021 年至 2024 年，CVC 不享有转播权收入分成。自 2025 年起，合资公司将电视转播权收入中 10.95% 分成给 CVC。本预测中 2025 年的转播权收入较原预测中减少了 737.59 万欧元。以 2021 年 12 月 31 日为基准日，合同期内累计减少转播权收入折现金额为 5,647.55 万欧元。

b、CVC 向西甲联盟注资，俱乐部按照分配比例应分得 7,780 万欧元，该笔款项降低了俱乐部融资成本，提高融资效率。2022 年至 2025 年，俱乐部每年减少的利息支出分别为 203.25 万欧元、278.14 万欧元、353.02 万欧元、385.11 万欧元，合计 1,219.52 万欧元。以 2021 年 12 月 31 日为基准日，合同期内累计减少利息支出折现金额为 2,934.84 万欧元。

c、2021 年度利润总额为-2,718.68 万欧元，已结合俱乐部 2021 年 1-6 月实际的业绩情况并对全年预测的基础上进行商誉减值测试。

收益法的主要假设如下：

单位：万欧元

主要假设	内容
预测期间	5 年
预测期营业收入增长率	18.65% ^①
预测期利润率	4.07%
预测期净利润	6,394.52
稳定期间	5 年以后
稳定期营业收入增长率	0.00%
稳定期利润率	20.93%
稳定期净利润	2,560.81
折现率	9.56%

注^①：预测期营业收入增长率 18.65%，主要是随着 2021 年下半年西班牙人重返西甲和疫情常态化防控措施落实，自 2022 年起，俱乐部电视转播收入将显著提升，其他收入也将随之增加。

B、资产基础法

俱乐部主要资产包括球场、训练场及球员资产，均实现了保值或不同幅度的增值。截至2021年6月30日，西班牙人俱乐部主要资产统计如下：

单位：万欧元

座落	用途	建筑面积 (m ²)	土地面积 (m ²)	数量 (人)	账面净值 2021.06	评估值
西班牙 Cornella 市 Baix 街 100 号	体育场、 办公室	76,477.57	36,000.00	-	9,723.34	11,202.76
西班牙 sant Adrian del besos 市大街 Mataró 76 号	训练场、 办公室	30,549.00	50,016.00	-	1,449.41	3,846.67
一队球员	竞赛	-	-	26.00	5,951.02	11,542.20
合计		107,026.57	86,016.00	26.00	17,123.77	26,591.63

注：按照会计准则的要求，上述资产应按成本法计量，相关增值 9,467.86 万欧元未能体现在财务报表中。

根据 2021 年 4 月出具的评估报告，西班牙人俱乐部球员总价值已达约 1.15 亿欧元。同时，西班牙人俱乐部拥有 2 个球场，一个比赛球场，一个训练球场，估值均有提升。

经测试未发现俱乐部商誉价值存在减值迹象。

(2) 请补充披露 CVC 注资事项的交易实质及与收益分配、贷款利率和还款期限有关的详细条款，并说明注资事项对西班牙人队后续业务开展、收入确认的具体影响，商誉减值测试是否对相关因素予以充分考虑。

A、CVC 注资事项的交易实质及与收益分配、贷款利率和还款期限有关的详细条款

2021 年 8 月 12 日，西甲联盟与 CVC Capital Partners（以下简称“CVC”）达成战略合作协议，双方同意，西甲联盟整体估值 242.5 亿欧元，并与 CVC 成立合资公司，CVC 出资 26.68 亿欧元，占合资公司 9.90% 股权比例，并从电视转播权收益中获得 10.95% 分成，以促进各俱乐部发展《西甲推动计划》。为了不减少交易前三年各俱乐部将收到的电视转播权收入，CVC 同意在合同前三年不参与西甲收益的分配。

本次注资中有 24.60 亿欧元以贷款的方式，按照过去 7 个赛季的综合价值评估，分配给 20 个西甲俱乐部以及 22 个西乙俱乐部。西班牙人俱乐部分得 7,780 万欧元，占总分配额的 3.16%。

本次注资，西班牙人俱乐部预计在 2021 年 10 月获得 3,112 万欧元的资金，占比 40%，剩余资金预计于 2022 年 6 月、2023 年 6 月、2024 年 6 月各获得 1,556 万欧元。借款期限 40 年，利率为 0%，按 40 年平均偿还。

上述资金有 70% 将用于基础设施开发，15% 将用于债务再融资和疫情带来的损失补偿，15% 将用于增加俱乐部工作人员的收入（上调工资帽）。将有利于降低西甲俱乐部融资成本，提高融资效率，为其后续经营业绩提升提供有效的支撑，同时进一步提升俱乐部的综合竞争力。

B、西甲转播权收入仍有较大增长空间

俱乐部文化在欧洲的发展历史比较长，足球已经成为很多普通民众（球迷）的精神食粮，每周一次的比赛，是球迷最重要的生活项目之一。因此，相比国内

足球俱乐部较为单一的收入来源(球票),欧洲足球俱乐部的收入结构也更成熟、更丰富,西班牙人俱乐部的收入来源主要包括五类:电视转播权、广告赞助、票务、球员出售、足球衍生品。从纵横角度考察,西班牙足球联赛的尤其是转播权收入仍有较大的增长空间,如下表:

市场	国内转播权		海外转播权	
	合同周期	合同价	合同周期	合同价
英超	2016/17~2018/19 赛季	51 亿英镑	2016/17~2018/19 赛季	30 亿英镑
	2019/20~2021/22 赛季	50 亿英镑	2019/20~2021/22 赛季	42 亿英镑
西甲	2016/17~2018/19 赛季	29.78 亿欧	2016/17~2018/19 赛季	21 亿欧
	2019/20~2021/22 赛季	34.21 亿欧	2019/20~2023/24 赛季	49.05 亿欧

从时间纵向角度看,西班牙足球联赛国内转播权收入 2019/20 赛季至 2021/22 赛季 3 个赛季总销售额为 34.21 亿欧元,单赛季平均销售额增长了 15%;国际转播权收入:2019/20 赛季至 2023/24 赛季 5 个赛季销售总额为 49.05 亿欧元,单赛季平均销售额增长了 40%。

根据 2021 年 5 月 14 日西甲官方网站发布消息,在未来 8 个赛季中(至 2028/29 赛季),ESPN+将使用英语和西班牙语在美国转播西甲和西乙赛事。从 2021 年 8 月起,ESPN+的观众每年可收看全部 380 场西甲直播赛事以及其他指定的西乙比赛,电视转播权签约总价约 14 亿美金。

从市场横向角度看,西班牙足球联赛转播权收入规模虽逐步在增长,但目前仍不足英国超级联赛转播权收入规模的 60%。西甲与英超作为最知名的顶级足球俱乐部赛事,二者收入规模差距在缩小,西甲未来仍有较大增长空间。

综上所述,西甲联盟与 CVC 成立合资公司,并自 2025 年起,合资公司将电视转播权收入中 10.95%分成给 CVC,导致 2025 年电视转播权收入较原预测收入减少 737.59 万欧元。同时,CVC 向西甲联盟注资,较大幅度的降低了俱乐部带息债务并减少了融资成本,提升了盈利水平。因此,从整体角度看 CVC 注资项目预计不会对公司的经营业绩产生重大影响。

(3) 请你公司逐项列示此次商誉减值测试与 2020 年末减值测试时评估模型中所使用的关键参数存在的差异,并补充说明相关差异产生的原因和合理性。

单位:万欧元

主要假设/测试基准日	2020年12月31日	2021年6月30日	变动幅度
预测期间	5年	5年	
预测期营业收入增长率	8.98%	18.65%	9.67%
预测期利润率	11.26%	4.07%	-7.19%
预测期净利润	7,239.37	6,394.52	-13.21%
稳定期间	5年以后	5年以后	
稳定期营业收入增长率	0.00%	0.00%	
稳定期利润率	18.49%	20.93%	2.44%
稳定期净利润	2,398.10	2,560.81	6.35%
折现率	9.56%	9.56%	0.00%
预计未来现金净流量的现值	23,320.43	21,584.31	-8.04%

如上表所示，预测期净利润下降 13.21%、预计未来现金净流量的现值下降 8.04%，原因是西甲联盟与 CVC 成立合资公司，自 2025 年起，合资公司将电视转播权收入中 10.95% 分成给 CVC，导致俱乐部电视转播权收入有所下降；同时 CVC 向西甲联盟注资，降低俱乐部融资成本，提高融资效率，上述转播权收入减少与融资成本下降相抵后，不会对俱乐部经营业绩产生重大影响。

3.报告期内，你公司游戏业务实现营业收入 27,926.14 万元，较上年同期减少 26.78%；实现净利润 5,232.28 万元，较上年同期减少 58.25%；其中境外游戏业务实现营业收入 14,991.20 万元，较上年同期增长 6.45%，占游戏营业收入的 53.68%。

(1) 近三年你公司境内游戏业务收入规模持续减少，报告期内实现收入 12,934.94 万元，较上年同期下降 46.23%，境内业务下降幅度明显高于板块整体情况。请结合境内各主要游戏的新增注册用户数、活跃用户数、付费用户数、ARPU 值等运营数据与上年同期的变化，说明境内游戏业务规模大幅下滑的原因。另外，请结合拟入市游戏版号审批进展、游戏项目储备和近期限制未成年人游戏时间的政策等因素补充说明境内游戏业务经营是否存在重大不确定性，并充分提示风险。

(2) 你公司境外运营游戏中，手游各季度新增注册用户数和活跃用户数均较上年同期大幅减少。2021 年一季度、二季度新增注册用户分别为 31.81 万人和

16.43 万人，较上年同期分别减少 62.59 万人和 35.86 万人；活跃用户数分别为 70.26 万人和 49.62 万人，较上年同期分别减少 57.76 万人和 41.40 万人。请你公司分地区分产品列示说明上述运营数据降幅较大的原因，并结合你公司海外游戏业务的具体运营情况说明在用户数大幅减少的情况下，营业收入增长的原因和合理性。

回复：

(1) 近三年你公司境内游戏业务收入规模持续减少，报告期内实现收入 12,934.94 万元，较上年同期下降 46.23%，境内业务下降幅度明显高于板块整体情况。请结合境内各主要游戏的新增注册用户数、活跃用户数、付费用户数、ARPU 值等运营数据与上年同期的变化，说明境内游戏业务规模大幅下滑的原因。

① 境内主要游戏的新增注册用户数、活跃用户数、付费用户数、ARPU 值运营数据与上年同期的变化如下：

主要游戏	上线时间	季度	2020 年 1-6 月				2021 年 1-6 月				
			新增用户数量 (人)	活跃用户数 (人)	付费用户数 (人)	ARPU 值	新增用户数量 (人)	活跃用户数 (人)	付费用户数 (人)	ARPU 值	
存量产品	游戏一	2017 年 9 月	第一季度	236,118.00	397,409.00	86,516.00	2,084.38	51,701.00	143,465.00	65,981.00	1,945.12
	游戏一	2017 年 9 月	第二季度	147,442.00	301,041.00	76,789.00	2,035.84	59,772.00	145,107.00	67,559.00	1,605.71
	游戏二	2017 年 12 月	第一季度	565,518.00	610,111.00	66,822.00	733.99	61,381.00	70,613.00	8,299.00	1,429.28
	游戏二	2017 年 12 月	第二季度	249,117.00	275,429.00	27,717.00	1,209.08	36,424.00	40,593.00	3,556.00	2,255.57
	游戏三	2019 年 1 月	第一季度	319,123.00	323,046.00	27,963.00	565.09	12,936.00	14,468.00	1,963.00	933.97
	游戏三	2019 年 1 月	第二季度	46,682.00	52,663.00	4,980.00	1,511.90	1,605.00	2,988.00	713.00	1,609.24
	游戏四	2018 年 3 月	第一季度	35,858.00	101,101.00	7,610.00	427.10	23,268.00	59,336.00	4,206.00	483.25
	游戏四	2018 年 3 月	第二季度	30,448.00	82,791.00	6,124.00	413.93	42,487.00	75,777.00	5,097.00	557.56
	游戏五	2018 年 10 月	第一季度	912,771.00	940,234.00	28,187.00	510.22	232,124.00	240,169.00	15,525.00	317.38
	游戏五	2018 年 10 月	第二季度	907,806.00	934,149.00	12,531.00	577.29	102,919.00	110,909.00	15,175.00	284.82

新产品	游戏六	2020年12月	第一季度					304,937.00	414,619.00	21,453.00	797.51
	游戏六	2020年12月	第二季度					33,337.00	36,840.00	1,786.00	376.50
	游戏七	2021年4月	第一季度					59,049.00	60,110.00	10,797.00	67.82
	游戏七	2021年4月	第二季度					1,226,018.00	1,226,284.00	111,036.00	166.53
合计								2,247,958.00	2,641,278.00	333,146.00	-

注①：用户数量指新增注册的用户数，活跃用户数量指登录过游戏的用户数量，付费用数据是指在游戏中消费的用户数量，ARPU 值是指充值流水除以付费用户数量。

a、2017年12月，公司代理产品《游戏二》在国内多渠道上线，由于产品热度下降，业务团队根据投产比模型，适时调低了投放力度，推广费2021年1-6月同比2020年1-6月减少3,803.19万元，推广力度下降导致本期新增用户及活跃用户有所减少。

b、2018年10月，公司代理产品《游戏五》在国内多渠道上线，受制于生命周期规律，2021年前二季度产品流水、收入、产品推广费同比分别下滑了893.93万元、781.36万元、528.13万元。同时，对应的新增及活跃用户也有所下降。

② 境内游戏收入同比下降原因

2021年1-6月境内游戏收入较2020年1-6月下降11,121.93万元，降幅46.23%，境内主要产品收入变动如下：

单位：人民币万元

项目系列	运营模式	上线时间	2020年1-6月			2021年1-6月			流水变动金额	收入变动金额	推广费变动金额
			流水	收入	推广费	流水	收入	推广费			
游戏一	自研外发	2017年9月	28,571.97	7,309.81	77.75	24,000.76	5,084.80	55.47	-4,571.21	-2,225.01	-22.28
游戏二	代理发行	2017年12月	7,450.46	6,157.41	4,589.90	1,688.91	1,152.46	786.71	-5,761.55	-5,004.95	-3,803.19
游戏三	自研自发	2019年10月	4,020.71	3,333.18	131.79	1,326.12	973.17	10.33	-2,694.59	-2,360.01	-121.46
游戏四	代理发行	2019年1月	2,301.23	2,052.42	1,189.10	84.81	224.17	63.42	-2,216.42	-1,828.25	-1,125.68

游戏五	代理发行	2018年10月	2,164.02	1,319.36	530.33	1,270.09	538.00	2.20	-893.93	-781.36	-528.13
游戏六	代理发行	2016年7月	1,029.44	898.02	-	417.00	311.24	-	-612.44	-586.78	-
游戏七	代理发行	2020年12月	16.58	15.47	14.91	1,827.80	1,200.37	457.76	1,811.22	1,184.90	442.85
游戏八	自研自发	2021年4月	-	-	21.15	1,909.32	1,340.00	1,357.74	1,909.32	1,340.00	1,336.59
游戏九	代理发行	2021年2月	30.74	27.64	63.55	4,313.53	1,240.86	529.76	4,282.79	1,213.22	466.21
合计			45,585.15	21,113.31	6,618.48	36,838.34	12,065.07	3,263.39	-8,746.81	-9,048.24	-3,355.09

注：公司自研并由腾讯独家代理的 SLG 策略游戏《游戏一》，按照合同的约定，按照流水*25%获取分成收入。

a、公司自主研发《游戏一》《游戏三》分别于 2017 年 9 月、2019 年 10 月在腾讯渠道上线及国内其他渠道上线，代理产品《游戏五》《游戏四》分别于 2018 年 10 月、2019 年 1 月在国内多渠道上线，受制于生命周期规律，上述产品收入在 2021 年上半年分别存在一定的下滑。

b、公司代理产品《游戏二》由于产品热度下降，公司减少了产品推广费 3,803.19 万元，导致 2021 年上半年收入与上年同比下降 5,004.95 万元。

c、公司 2021 年发行的新游戏主要集中在下半年上线，游戏新品包括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，预计游戏上线后，对收入、新增、活跃均有所提升。

③ 拟入市游戏版号审批进展、游戏项目储备

2021 年公司游戏新品储备丰富，2021 年下半年公司拟在国内和海外发行的游戏新品包括韩国 NEXON 冒险岛 IP 正版授权《枫之谷 R：经典新定义》、经典日式奇幻冒险卡牌手游《帕尼利亚战纪》、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、二次元等多种类型。《纯白和弦》《拾光梦行》《幻世九歌》均已获得版号，预计下半年陆续上线，其他多款游戏已提交版号申请，待国家新闻出版署审批。如下表：

序号	游戏名称	进度
1	游戏一	已提交，待审核

2	游戏二	已出版号，版本调优中
3	游戏三	已终审
4	游戏四	已终审
5	游戏五	已提交，待审核
6	游戏六	已提交，待审核
7	游戏七	已提交，待审核
8	游戏八	已出版号
9	游戏九	已出版号

④ 限制未成年人游戏时间的政策等因素补充说明

星辉娱乐游戏产品的目标定位及用户群体均针对成年用户，来自未成年人的收入在公司总收入中占比不超 2%。相关监管政策的出台，并不会对公司营业收入造成重大影响，公司境内游戏业务经营不存在重大不确定性。

星辉娱乐积极响应和坚定落实未成年人游戏防沉迷最新规定，切实履行企业主体责任，自 9 月 1 日开始，在线运营游戏已全面接入国家新闻出版署的“网络游戏防沉迷系统”，并建立和完善未成年人防沉迷机制，限制未成年用户游戏时长、游客模式游戏时长及游戏消费，并携手社会各界共同营造有利于未成年人健康成长的良好环境，切实呵护青少年健康成长，为游戏产业健康有序发展贡献力量。

⑤ 游戏业务新上线产品的风险提示

因获客成本的提高及游戏用户喜好的波动，游戏的推广成本及推广效果存在不确定性，导致新上线的游戏产品业务流水及营业收入也存在一定的不确定性。

(2) 你公司境外运营游戏中，手游各季度新增注册用户数和活跃用户数均较上年同期大幅减少。2021年一、二季度新增注册用户分别为31.81万人和16.43万人，较上年同期分别减少62.59万人和35.86万人；活跃用户数分别为70.26万人和49.62万人，较上年同期分别减少57.76万人和41.40万人。请你公司分地区分产品列示说明上述运营数据降幅较大的原因，并结合你公司海外游戏业务的具体运营情况说明在用户数大幅减少的情况下，营业收入增长的原因和合理性。

① 境外游戏手游各季度新增注册用户数和活跃用户数如下：

游戏类型	指标	2020年第一季度	2020年第二季度	2021年第一季度	2021年第二季度
手游	当期新增注册用户数 (人)	943,977.00	522,930.00	318,100.00	164,316.00
	当期活跃用户数 (人)	1,280,181.00	910,201.00	702,551.00	496,208.00

如上表，2021年第一季度和第二季度产品当期新增注册用户数同比分别下降 625,877 人、358,614 人，减幅 66.30%、68.58%。2021年第一季度和第二季度产品当期活跃用户数同比分别下降 577,630 人、413,993 人，减幅 45.12%、45.48%。

② 境外产品新增用户数、活跃用户数大幅下滑原因

公司境外产品可分为“量大价低”和“量小价高”两类，其中“量大价低”是指产品新增用户和活跃用户数量大，但 ARPU 值及 LTV 值较低的产品，如二次元类游戏。这类产品的用户量较大，往往波动也较大，有利于快速宣传游戏品牌，但对业务流水及营业收入的贡献较低。“量小价高”是指产品新增用户和活跃用户数量相对不大，用户品质高且获客成本较高，属于 ARPU 值及 LTV 值较高的产品，如策略类游戏。这类产品用户量较稳定，对业务流水及营业收入的贡献高，是境外游戏收入的主要构成部分。

A、“量大价低”产品新增用户及活跃用户

境外主要手游产品	上线时间	季度	2020年1-6月		2021年1-6月		
			当期新增注册用户数 (人)	当期活跃用户数 (人)	当期新增注册用户数 (人)	当期活跃用户数 (人)	
存量产品	游戏一	2020年2月	第一季度	386,878	386,878	9,366	34,888
	游戏一	2020年2月	第二季度	140,791	213,595	3,997	18,900
	游戏二	2019年10月	第一季度	121,610	133,819	764	1,193
	游戏二	2019年10月	第二季度	25,241	31,076	-	-
	游戏三	2019年12月	第一季度	131,067	144,651	400	1,848
	游戏三	2019年12月	第二季度	8,221	13,113	304	1,485
	游戏四	2020年4月	第一季度	-	-	1,158	4,785

游戏四	2020年4月	第二季度	80,423	80,423	2,579	5,493
游戏五	2019年9月	第一季度	106,345	112,322	-	-
游戏五	2019年9月	第二季度	21,080	29,300	-	-
游戏六	2019年3月	第一季度	21,678	25,668	-	-
游戏六	2019年3月	第二季度	10,799	12,741	-	-
游戏七	2020年5月	第一季度	-	-	88	171
游戏七	2020年5月	第二季度	38,161	38,963	-	-
游戏八	2020年6月	第一季度	-	-	-	-
游戏八	2020年6月	第二季度	38,749	38,693	-	-
合计			1,131,043	1,261,242	18,656	68,763

a、《游戏一》日本区域于2020年2月上线，由 Bushiroad Inc. 独家代理发行，合作商结合当地运营策略，在产品首发期加大推广，因此2020年前二季度的新增及活跃用户有所增长。产品上线稳定后，合作商根据产品特质减少推广力度，对应的2021年前二季度新增用户及活跃用户因此造成一定程度的减少。

b、《游戏二》各区域分别于2019年10月、2019年12月上线，主要是运营数年的存量产品，随着游戏生命周期的延长，用户新增及活跃数据将规律性下降。

B、“量大价低”产品占营业收入比重

单位：人民币万元

项目系列	区域	运营模式	分成规则	上线时间	2020年1-6月				2021年1-6月			
					流水	收入	推广费	占游戏境外总收入比重	流水	收入	推广费	占游戏境外总收入比重
游戏一	欧美	自研自发	-	2019年3月	233.59	173.81	8.04	1.23%	0.14	0.01	-	0.00%
	日本	自研外发/自研自发①	流水*21%	2020年2月	6,750.31	1,499.35	-	10.65%	536.46	198.49	-	1.32%
	东南亚	自研外发	流水*23%	2019年9月	176.73	123.56	-	0.88%	-	-	-	-

游戏二	韩国	自研自发	-	2020年4月	1,043.31	723.51	631.32	5.14%	482.26	334.61	3.41	2.23%
游戏三	港澳台	自研外发	流水*21%	2019年4月	162.57	34.59	-	0.25%	-	-	-	-
	韩国	自研外发	流水*20%	2019年12月	2,460.98	525.44②	-	3.73%	66.12	34.61③	-	0.23%
合计					10,827.49	3,080.26	639.36	21.88%	1,084.98	567.72	3.41	3.78%

注①：经总经办决议，自2021年4月起，上述产品的发行模式由自研外发转为自研自发。

注②：2020年1-6月，《游戏三》韩国区域累计实现营业收入525.44万元，其中包含版权金收入78.31万元。

注③：2021年1-6月，《游戏三》韩国区域累计实现营业收入34.61万元，其中包含版权金收入22.74万元。

上述产品多属于“量大价低”的产品，新增及活跃用户数量下降并未对游戏业务流水及收入产生较大影响，2021年上半年“量大价低”的产品收入占境外总收入比重仅为3.78%。截至2021年6月30日游戏业务境外日均流水为252.38万/天，上述产品游戏流水日均合计额仅占游戏业务境外日均流水的2.39%，如下表所示：

单位：人民币万元

游戏名称	上线时间	2021年1-6月流水日均	占境外流水日均比重	
存量产品	游戏一	2020年2月	2.98	1.18%
	游戏二	2019年10月	0.01	0.00%
	游戏三	2019年12月	0.37	0.15%
	游戏四	2020年4月	2.68	1.06%
	游戏五	2019年9月	0.00	0.00%
	游戏六	2019年3月	0.00	0.00%
	游戏七	2020年5月	0.00	0.00%
	游戏八	2020年6月	0.00	0.00%

合计	6.04	2.39%
----	------	-------

注：产品 2021 年 1-6 月半年度游戏流水=产品流水日均额*180 天

C、“量小价高”产品新增用户及活跃用户

境外主要手游产品	上线时间	季度	2020 年 1-6 月		2021 年 1-6 月		
			当期新增注册用户数 (人)	当期活跃用户数 (人)	当期新增注册用户数 (人)	当期活跃用户数 (人)	
存量产品	游戏一	2019 年 8 月	第一季度	111,208	183,204	87,722	173,828
	游戏一	2019 年 8 月	第二季度	104,322	185,274	74,460	164,010
	游戏二	2018 年 3 月	第一季度	6,976	131,058	5,720	121,094
	游戏二	2018 年 3 月	第二季度	6,282	126,766	7,779	99,505
	游戏三	2018 年 3 月	第一季度	6,333	49,204	15,499	54,695
	游戏三	2018 年 3 月	第二季度	5,721	46,319	13,535	49,977
新产品	游戏四	2020 年 10 月	第一季度	0	0	36,237	78,083
	游戏四	2020 年 10 月	第二季度	0	0	34,030	62,402
	游戏五	2021 年 3 月	第一季度	0	0	85,376	85,919
	游戏五	2021 年 3 月	第二季度	0	0	7,867	26,164
	游戏六	2020 年 11 月	第一季度	0	0	49,466	82,117
	游戏六	2020 年 11 月	第二季度	0	0	13,658	31,411
合计				240,842	721,825	431,349	1,029,205

D、“量小价高”产品占营业收入比重

单位：人民币万元

项目系列	区域	运营模式	分成规则	上线时间	2020 年 1-6 月				2021 年 1-6 月			
					流水	收入	推广费	占游戏境外总收入比重	流水	收入	推广费	占游戏境外总收入比重
游戏一	韩国	自研外发	流水*22%/	2018 年 3 月	9,216.40	1,903.94	-	13.52%	6,360.80	1,615.48	-	10.78%

			流水 30%①									
	日本	自研 外发	阶梯流 水分成 ②	2018 年3 月	9,687.70	2,461.54	-	17.48%	8,562.06	2,181.52	-	14.55%
游戏 二	日本	自研 外发	流水 *22%	2019 年8 月	14,385.1 3	3,147.30	47.87	22.35%	15,455.7 7	3,397.08	-	22.66%
游戏 三	日本	独代 发行	-	2020 年10 月	-	-	-	-	6,178.66	4,315.54	1,217.45	28.79%
游戏 四	日本	独代 发行	-	2021 年3 月	-	-	-	-	1,928.33	1,347.40	3,187.41	8.99%
游戏 五	港澳 台	自研 外发	流水 *19%	2020 年11 月	-	-	-	-	319.30	99.88③	-	0.67%
合计					33,289.2 3	7,512.78	47.87	53.35%	38,804.9 2	12,956.9 0	4,404.86	86.44%

注①：经双方协商约定，自 2021 年 3 月起，分成比例由原 22%提升为 30%。

注②：2021 年 3 月 27 日之前按流水阶梯分成，即月流水小于 200 万美金，分成比例为流水*22%，月流水大于等于 200 万美金，分成比例为流水*25%。经双方协商约定，自 2021 年 3 月 27 日起，分成比例提升为流水*26%。

注③：2021 年 1-6 月，《游戏五》累计实现营业收入 99.88 万元，其中包含版权金收入 29.24 万元。

公司游戏产品分为自研自发、自研外发和独代发行三种类型，在自研外发的模式下，公司将产品交由代理商发行，如易幻网络有限公司、Six Waves Inc 等，公司按照流水的一定比例 19%-30%收取游戏分成款，公司无需支付游戏上线后的推广费。

公司自主研发的游戏《游戏二》日本地区、《游戏一》韩国地区和《游戏一》日本地区属于“量小价高”的产品，该产品当期新增注册用户数和当期活跃用户数变动不大，但流水和收入占比相对稳定。截至 2021 年 6 月 30 日，游戏业务境外日均流水为 252.38 万/天，上述产品游戏流水日均合计额占游戏业务境外日均流水的 66.87%，如下表所示：

单位：人民币万元

游戏名称		上线时间	2021年1-6月 流水日均	占境外流水 日均比重
存量产品	游戏一	2019年8月	85.87	34.02%
	游戏二	2018年3月	35.34	14.00%
	游戏三	2018年3月	47.57	18.85%
合计			168.78	66.87%

4.报告期内，你公司车模业务实现营业收入 10,980.73 万元，较上年同期增长 16.08%；实现毛利率 26.75%，较上年同期减少 8.83%。请结合公司产品销量、销售定价、生产成本变动情况及变动原因，补充说明收入增长而毛利率大幅减少的原因及合理性，并充分提示相关风险。

回复：

(1) 公司 2020 年 1-6 月和 2021 年 1-6 月收入成本如下：

单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2021年1-6月
车模业务收入	9,459.30	10,980.73
车模业务成本	6,093.69	8,043.78
毛利率	35.58%	26.75%

(2) 车模业务收入情况如下：

单位：人民币万元

车模业务	2020年1-6月	2021年1-6月
收入(万元)	9,459.30	10,980.73
销量(万只)	168.53	187.56
不含税平均单价(元/只)	56.13	58.55

注：2020年-2021年公司销售产品定价策略没有发生变化。

(3) 车模业务 2020 年 1-6 月及 2021 年 1-6 月成本构成如下：

单位：人民币万元

车模业务成本构成	2020年1-6月	2021年1-6月
车模-原材料	3,052.82	3,769.98
车模-人工	1,848.98	2,309.85
车模-折旧	584.01	538.58
车模-能源	193.25	241.54
车模-其他	414.62	1,183.83
其中：运输费	-	348.22
模具摊销	347.59	735.49
合计	6,093.69	8,043.78

报告期毛利下降的主要原因：①公司围绕市场需求积极推动产品技术创新，近年来玩具产品健康化智能化的潮流趋势，实施创新驱动发展战略，不断优化玩具产品结构，有序拓展玩具新品类，相应加大模具开发投入，2021年1-6月模具开发投入金额较上年同期增加了387.90万元，增幅111.60%；②因公司执行新收入准则，将原计入销售费用科目核算的运输费调整至主营业务成本科目，故导致2021年1-6月公司营业成本增加；③2021年1-6月，受原材料采购价格和人工成本不断上涨的影响，公司营业成本持续上升，但公司产品的销售单价未相应提高，上述因素导致公司2021年车模业务毛利率较同期下降8.83%。

（4）针对毛利率下降公司采取的应对措施

①公司通过技术工艺创新，积极对传统制造端的产品和生产线进行升级改造，不断提高生产效率、降低人工成本，从而提高产品溢价能力，增强企业竞争力的目的；

②公司加强供应链管理，降低原材料价格波动影响，公司持续提高产品标准化率和零部件通用性，引导客户使用标准产品，从而能够通过提升单个零部件采购量来降低采购成本。

（5）车模业务风险提示

①原材料价格变动

虽然公司生产、销售的产品特别是车模产品均为技术含量较高的产品，具

有较强的自主定价权，能维持较高的毛利率和安全边际，但如果塑胶原料、包装材料等原材料的价格波动过大将可能导致上游厂商尽量减少存货，从而造成原材料供给不足或者供货不及时等风险，也将会给公司业绩造成一定的影响。

针对塑胶原料、包装材料等物料价格波动的情况，公司通过进一步加强生产管理、优化产品结构、严格产品消耗定额管理等方式进行成本控制。同时，公司通过建立主要原材料价格跟踪体系，对原材料价格的变化进行实时监控，确保公司原材料的合理库存量，降低原材料价格波动对生产成本造成的影响。

②外汇汇率变动风险

公司玩具产品以出口为主，人民币汇率的波动仍会对公司以美元为主要结算货币的进出口贸易业务带来不确定性，从而对公司业绩带来一定的影响。为避免因汇率变动可能给公司带来无法预见的损失，公司将通过及时结汇并利用安全有效的避险工具和产品，相对锁定汇率，以降低汇率波动所造成的风险。

5.最近三年一期你公司流动比率分别为 0.65、0.59、0.45、0.30，速动比率分别为 0.59、0.56、0.42、0.26，呈持续下滑趋势。报告期末，你公司货币资金余额为 13,646.89 万元，较期初同比减少 63.59%，短期借款及一年内到期的非流动负债余额合计为 108,545.85 万元。请结合公司在手货币资金、经营所需资金规模、负债的期限结构、偿债计划、后续融资安排等测算说明是否存在流动性风险。

回复：

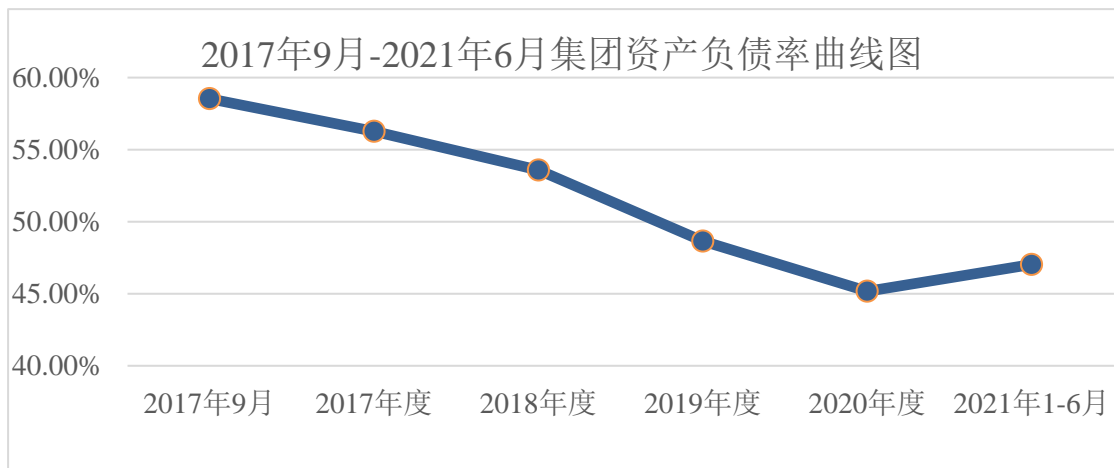
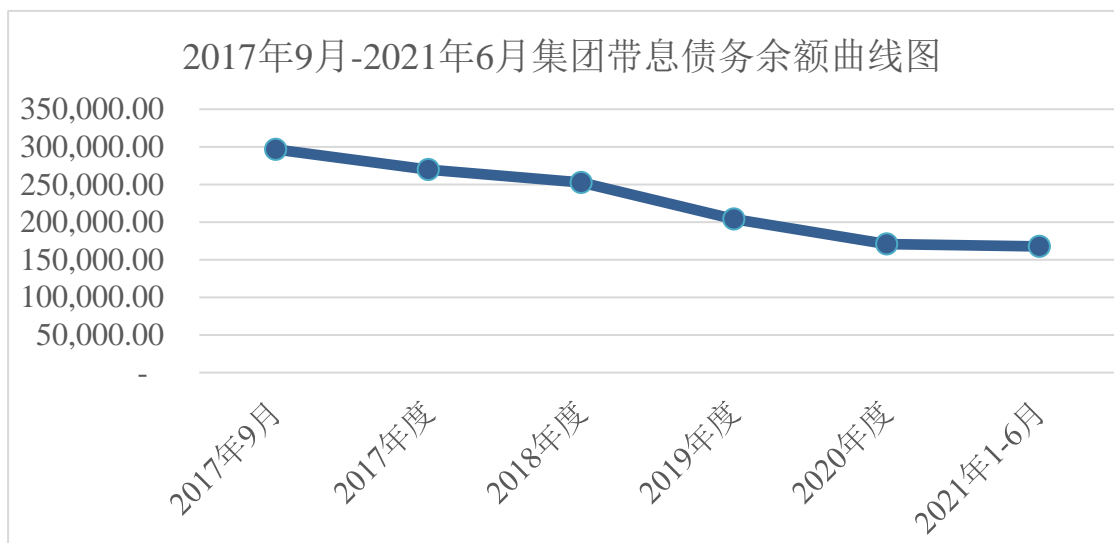
(1) 公司债务情况

2015 年至 2017 年间，星辉娱乐因投资西班牙人俱乐部、购置集合办公平台（星辉中心）及围绕游戏产业链布局，产生了较大的借款及带息债务。

得益于相关资产整体保值增值、持续稳定的经营性现金流入及该公司管理层坚定的减债措施，带息债务总额及资产负债率持续显著下降。自 2017 年 9 月以来，该公司带息债务余额从峰值 29.6 亿元下降至 2021 年 6 月末的 16.77 亿元，连续 15 个季度减债近 13 亿元，资产负债率也从峰值 58.53%下降至 47.03%，具体如下表。

单位：人民币万元

类别		2017年12月31日或2017年度	2018年12月31日或2018年度	2019年12月31日或2019年度	2020年12月31日或2020年度	2021年6月30日或2021年1-6月
带息债务	长期借款	106,905.30	142,365.66	75,848.99	63,038.43	59,169.26
	短期借款	67,024.22	71,659.82	88,372.16	75,014.95	73,067.17
	一年内到期流动负债	21,195.83	35,011.39	39,825.47	32,869.25	35,478.68
	应付债券	74,708.39	3,667.72			
带息债务余额		269,833.74	252,704.59	204,046.62	170,922.63	167,715.11
资产负债率		56.27%	53.58%	48.65%	45.17%	47.03%
财务费用		12,181.29	13,005.22	14,406.81	9,197.01	5,355.85
经营性现金净流量		28,101.87	62,540.29	81,991.93	65,153.88	-3,829.50



截至 2021 年 6 月 30 日，公司短期负债为 73,067.17 万元，1 年内到期的长期负债为 35,478.68 万元，账面货币资金为 13,646.89 万元。

公司通过增加授信额度储备及优化债务结构、适度减少现金库存的方式，在保证资金安全的前提下降低整体融资成本。2020 年度，公司财务费用已经下降至 1 亿元以内，减债降息效果显著。

(2) 公司偿债计划及后续的融资安排

截至 2021 年 6 月 30 日，公司短期借款及一年内到期的非流动负债合计为 108,545.85 万元。得益于公司持续增强的偿债能力、逐步减少的债务规模及与金融机构长期稳定的合作关系，上述流动性负债已完成长短期转换或续贷、或正在进行转贷、或正按计划还款中，具体如下：

单位：人民币万元

序号	银行名称	贷款周期	利率	状态	授信额度
1	银行一	1 年	合同利率	已完成转贷	24,200.00
2	银行二	1 年	合同利率	已完成转贷	11,500.00
3	银行三	1 年	合同利率	转贷进行中	18,142.69
4	银行四	1 年	合同利率	已完成转贷	5,000.00
5	银行五	1 年	合同利率	已完成转贷	5,000.00
6	银行六	1 年	合同利率	已完成转贷	5,000.00
7	银行七	1 年	合同利率	已完成转贷	4,250.00
8	银行八	1 年	合同利率	已完成转贷	3,500.00
9	银行九	3 年	合同利率	转贷进行中	20,000.00
10	银行十	1 年	合同利率	转贷进行中	6,500.00
11	银行十一	1 年	合同利率	按揭还款计划	833.99
12	银行十二	1 年	合同利率	到期后归还	220.84
13	银行十三	1 年	合同利率	到期后归还	4,398.33
合 计					108,545.85

公司选择金融机构贷款产品，主要考虑价格、周期、担保条件以及资金市场供求关系等因素。长短期贷款搭配，既保证了资金安全，又适度节约了资金成本，

而且减少了担保资产压力。公司与各金融机构的合作关系是持续稳定的，公司减债减负的成效得到了合作机构的普遍认同。部分授信因为合同期限问题，在会计报表上列式为“短期借款”或“一年内到期的非流动负债”，并非意味着公司与金融机构的合作关系终止。

得益于公司稳定的业务收入及经营性现金流，公司与各主要金融机构保持了长期、稳定的合作关系，除已使用的授信额度外，仍有剩余额度未启用，统计如下：

单位：人民币万元

授信银行	金额	授信期限
银行一	30,000.00	2018.11-2023.11
银行二	11,000.00	2018.12-2021.12
银行三	13,500.00	2021.5-2022.5
合计	54,500.00	

上述授信额度到期后可以重新申请额度，为了改善贷款结构，降低融资成本，在防患债务风险、维护资金安全的前提下，公司账面保留较少的货币资金，就是为了降低资金成本、提高资金使用效率。

6.报告期末，你公司体育业务按账龄组合计提坏账准备的应收账款中，账龄在两年以上应收账款的账面余额为 1,631.68 万元。

(1) 请补充说明账龄在两年以上的应收账款的主要构成、交易背景，你公司与交易对方是否存在关联关系，并报备交易对方明细。

(2) 请结合体育业务信用政策、结算模式等因素，以及交易对方资信情况、偿债能力等说明上述主要长账龄应收款项长期未能收回的原因，是否存在逾期未能收回的情形，以及相关坏账准备计提是否充分。

回复：

(1) 请补充说明账龄在两年以上的应收账款的主要构成、交易背景，你公司与交易对方是否存在关联关系，并报备交易对方明细。

公司体育业务账龄两年以上的应收账款主要交易对方统计如下：

单位：人民币万元

序号	交易对方	业务内容	应收账款	坏账准备	占账龄两年以上应收余额的比例	期后回款情况	账龄情况	是否关联方	结算模式
1	客户一①	球衣广告赞助	511.64	155.93	31.36%	510.67	2-3年	否	转账结算
2	客户二②	出售球员	509.21	155.19	31.21%	509.21	2-3年	否	转账结算
3	客户三③	出售球员	230.59	184.47	14.13%	-	4-5年	否	转账结算
4	客户四④	球衣广告赞助	123.64	79.81	7.58%	-	3-4年、4-5年	否	转账结算
5	客户五⑤	球场餐厅租赁费	102.60	50.46	6.29%	-	2-3年、3-4年、5年以上	否	转账结算
合计			1,477.68	625.87	90.56%	1,019.88			

注①：应收款项 511.64 万元已分别于 2021 年 7 月 8 日和 2021 年 8 月 4 日收回 254.11 万元、256.57 万元，剩余 0.97 万元将于 2021 年第四季度收回。

注②：应收款项 509.21 万元已于 2021 年 7 月 8 日全额收回。

注③：2021 年 1 月 15 日，公司已向国际足联 FIFA 申诉，通过向国际足联申请纪律处分的方式来追讨该笔款项，目前在等待国际足联的判决结果。

注④：经双方协商约定，上述应收款款项 123.64 万元将于 2021 年第四季度收回。

注⑤：2019 年 6 月 30 日双方合作已终止，公司已提起诉讼程序，目前在等待法院判决结果。

截至 2021 年 6 月 30 日，体育业务账龄两年以上的应收账款余额为 1,631.68 万元，其中账龄两年以上主要交易对方的应收账款余额为 1,477.68 万元，占比 90.56%。上述应收账款交易对手中均不存在关联交易。

(2) 请结合体育业务信用政策、结算模式等因素，以及交易对方资信情况、偿债能力等说明上述主要长账龄应收款项长期未能收回的原因，是否存在逾期未能收回的情形，以及相关坏账准备计提是否充分。

体育业务信用政策：公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。预期信用损失率如下：

账龄	历史回收率	前瞻性调整	预期回收率	迁徙率	预期信用损失率
1年以内	82.59%	6.00%	77.63%	22.37%	2.64%
1-2年	65.24%	6.00%	61.33%	38.67%	11.79%
2-3年	52.45%	6.00%	49.30%	50.70%	30.48%
3-4年	26.44%	6.00%	24.85%	75.15%	60.12%
4-5年	80.00%	6.00%	75.20%	24.80%	80.00%
5年以上	100.00%	6.00%	94.00%	6.00%	100.00%

综上，公司已按应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率计提坏账准备；因俱乐部业务多为分期收款结算，导致应收账款账龄分期较长；俱乐部已经按照账龄对应的预期信用损失率计提上述应收账款坏账准备。

7.报告期末，你公司账龄在一年以上的预付款项期末余额为 1,769.98 万元。请补充说明账龄在一年以上的预付款项的主要构成、交易背景，你公司与交易对方是否存在关联关系，结合交易进展说明上述款项长期未结算的原因，以及减值准备计提是否充分，并报备交易对方明细。

回复：

公司账龄在一年以上的预付账款主要统计如下：

单位：人民币万元

序号	交易对方	业务内容	预付款项	期后已结算情况	账龄情况	合同约定结算时间	是否关联方
1	供应商一	授权金	689.00	20.37	1-2年	2025年12月31日前可结算	否
2	供应商二		285.22	41.11	1-2年	2024年12月31日前可结算	否
3	供应商三		104.32	16.47	1-2年	2023年12月31日可结算	否
4	供应商四	预付游戏分	383.77	-	1-2年	2023年2月28	否

		成款				日前可结算	
5	供应商五	广告预付款	156.22	-	3年以上	平台预充值, 消耗后可结算	否
合计			1,618.53	77.95			

如上表, 公司与交易对手预付款项不存在关联交易, 同时公司账龄在一年以上的预付账款的主要交易对手金额合计 1,618.53 万元, 占比 91.44%; 截至 2021 年 8 月 31 日, 主要交易对手已结算金额 77.95 万元, 结算率 4.82%, 未结算主要原因如下:

① 供应商一、供应商二及供应商三是公司根据合同约定预付授权金, 公司按合同期限内实际销售情况进行结算, 分别能在 2025 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日及 2023 年 12 月 31 日前可结算; 同时随着 2021 年 7 月三孩政策的实施, 有利于提振玩具产品的销售, 从而缩短授权金的结算期间, 故不存在减值准备计提不充分的情况。

② 供应商四是 IP 版权预付游戏分成款, 截至 2021 年 6 月 30 日游戏《枫之谷 R: 经典新定义》未上线, 导致预付款项未结算; 《枫之谷 R: 经典新定义》为公司重点打造的 H5 角色扮演动作类产品, 在美术上更趋近 Q 版风格、在玩法上做出创新, 多职业同台竞技, 各类副本 boss 玩法, 作为一款大 IP 手游, 将会是一款非常受玩家喜爱的游戏, 港澳台地区预计 2021 年 9 月正式上线, 预付款项即可开始结算, 预计在合同约定结算时间前结算完成, 故不存在减值准备计提不充分的情况。

③ 供应商五是公司在广告平台预充值的广告推广费。因前期投放效果未达预期, 导致预付款项尚未消耗; 该广告平台属于腾讯平台, 2021 年 9 月拟在国内上线东方玄幻 MMORPG 手游《幻世九歌》, 预充值的广告推广费可用于该产品的广告投放, 故不存在减值准备计提不充分的情况。

特此公告。

星辉互动娱乐股份有限公司

董 事 会

二〇二一年九月十三日