

关于星辉互动娱乐股份有限公司对  
《关于对星辉互动娱乐股份有限公司  
的年报问询函》（创业板年报问询函  
〔2023〕第 109 号）回复的会计师意  
见

司农专字〔2023〕23000470079 号

---

目 录

报告正文.....	1-40
-----------	------



**关于星辉互动娱乐股份有限公司对  
《关于对星辉互动娱乐股份有限公司的年报问询函》（创业板  
年报问询函（2023）第 109 号）回复的  
会计师意见**

司农专字[2023]23000470079 号

深圳证券交易所创业板公司管理部：

由星辉互动娱乐股份有限公司（以下简称“公司”或“星辉娱乐”）转来的贵部问询函（创业板年报问询函（2023）第 109 号）《关于对星辉互动娱乐股份有限公司的年报问询函》（以下简称“问询函”）奉悉。对此，我们作了认真研究，并根据问询函的要求，对星辉娱乐相关问题的情况说明如下：

1. 报告期内，你公司实现营业收入 16.06 亿元，较上年同期增长 14.15%，其中与主营业务无关的业务收入 1.02 亿元；第四季度实现营业收入 3.06 亿元，同比下降 32.75%，环比下降 41.83%。请你公司：

（1）补充披露报告期内与主营业务无关的业务收入明细，包括具体业务内容、金额、较上年同期增减变动比例，并详细核查营业收入扣除是否准确、完整。

（2）结合公司业务季节性特点、收入确认时点及依据、以往年度情况等说明你公司 2022 年第四季度在营业收入同比、环比均大幅下降的原因及合理性，并充分提示相关风险。

请年审会计师核查并发表明确意见。

（一）公司回复：

（1）补充披露报告期内与主营业务无关的业务收入明细，包括具体业务内容、金额、较上年同期增减变动比例，并详细核查营业收入扣除是否准确、完整。

公司报告期内与主营业务无关的业务收入明细，包括具体业务内容、金额、较上年同期增减变动比例的情况如下：

单位：万元

项目	本年度	上年度	同比增减变动比例
营业收入扣除项目合计金额	10,237.73	8,947.23	14.42%
一、与主营业务无关的业务收入小计	10,237.73	8,947.23	14.42%
租赁收入	3,640.79	3,495.07	4.17%
物业收入	912.47	885.51	3.04%
销售原材料	4,237.40	4,387.28	-3.42%
营销推广收入	1,386.68	146.59	845.96%
其他收入	60.39	32.78	84.23%
二、不具备商业实质的收入小计	0.00	0.00	0.00%
三、与主营业务无关或不具备商业实质的其他收入	0.00	0.00	0.00%

公司的主营业务包括游戏业务、足球俱乐部业务和玩具业务。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；足球俱乐部业务的收入包括电视转播权、球员交易、门票会员、商业赞助、周边商品销售等方面的收入；公司玩具业务主要专注于动态及静态车模、机器人、婴童玩具、积木拼装类玩具和户外骑行等产品的研发、生产及销售。

公司逐项将营业收入构成与上述规定逐条核对，其中：租赁收入是指公司将自有办公楼等物业对外出租取得的收入；物业收入是指公司自有物业团队向承租方提供服务取得的收入；销售原材料收入公司与供应商签订长期合作协议获取较低的采购价格；在确保安全库存的前提下，每月将生产计划外的原材料对外销售；营销推广收入是指公司借助渠道进行推广，向咪咕平台提供内容产生的分成收入；其他收入为偶发性或临时性收入。

根据《上市公司自律监管指南第1号——业务办理》“4.2 营业收入扣除相关事项”之“二、营业收入具体扣除项”的规定，上述收入均与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入。营业收入中与主营业务无关的收入均予以扣除。

(2) 结合公司业务季节性特点、收入确认时点及依据、以往年度情况等说明你公司 2022 年第四季度在营业收入同比、环比均大幅下降的原因及合理性，并充分提示相关风险。

①公司营业收入实现的具体核算原则如下：

业务类型	具体收入确认原则
玩具及衍生品业务	内销：(1) 送货上门方式或客户自行到公司提货的，客户在送货单上签收时确认收入。(2) 托运方式的，直接交货给购货方或交付给购货方委托的承运人，以取得货物承运单或铁路运单时-确认收入。
	外销：(1) 离岸价 (FOB) 结算形式的，采取海运方式报关出口，公司取得出口装船

业务类型	具体收入确认原则
	提单时确认收入。(2)其他结算形式的,按合同要求货物到达提货点并取得客户验收确认时确认收入。
游戏业务	(1)授权联合运营模式:该模式主要指公司通过自研或者代理的方式获得一款游戏产品的经营权后,授权游戏运营商运营该款游戏。公司与运营商按照联合运营协议约定的比例分成,经双方核对数据确认无误后的分成金额确认营业收入。
	(2)代理联合运营模式:该模式主要指公司通过代理的方式获得一款游戏产品的经营权后,并同时在自有平台、非自有平台(包括该游戏的研发商)运营该款游戏。公司自有平台方面,在收到游戏玩家充值款项时确认营业收入;联合运营商方面,公司与运营商按照联合运营协议约定的比例分成,经双方核对数据确认无误后的分成金额确认营业收入。
	(3)自主运营模式:该模式主要指公司将自研游戏产品发布在自有平台进行运营。游戏玩家通过充值获得游戏内的虚拟货币,公司在游戏玩家使用虚拟货币购买游戏道具时将已消费的金额确认为营业收入。
	(4)版权金:公司收取的版权金在协议约定的受益期内按照直线法摊销确认为营业收入。
体育业务	(1)电视转播权收入:根据西班牙足球协会确定的转播权分配额,按赛季平均确认收入。
	(2)球员转会收入:在合同已经签订,双方的权利义务已经明确,并收取款项或取得向客户收取款项的权利时确认收入。
	(3)广告收入:在合同已经签订,双方的权利义务已经明确,已经按照合同约定履行广告发布等义务,并收取款项或取得向客户收取款项的权利时确认收入。
	(4)门票收入:套票收入按场次平均确认收入;单场自营销销售的门票于门票已经售出且观赏服务提供完毕时确认收入。
	(5)商品销售收入:于产品已经发出,货物权属已经转移,已收取款项或是取得向顾客收取款项的权利时确认收入。

## ②公司第四季度营业收入环比变动情况:

单位:万元

类别	营业收入			
	2022年第四季度	2022年第三季度	环比增长额	增长率
车模	7,342.97	11,040.39	-3,697.42	-33.49%
婴童用品	1,061.16	1,259.38	-198.22	-15.74%
游戏	8,143.13	9,851.68	-1,708.54	-17.34%
电视转播权	8,706.04	8,749.54	-43.50	-0.50%
赞助及广告	1,374.55	2,281.00	-906.45	-39.74%
票务、会员	648.44	1,895.40	-1,246.96	-65.79%
球员转会	0.00	13,775.73	-13,775.73	-100.00%
足球衍生品	373.31	655.25	-281.94	-43.03%
租金	943.38	870.22	73.16	8.41%
其他	2,010.32	1,882.07	128.25	6.81%
合计	30,603.30	52,260.66	-21,657.36	-41.44%

2022年第四季度营业收入环比2022年第三季度下降，主要系公司球员转会收入、车模收入、游戏收入及票务、会员收入下降所致。

球员转会收入方面：2022年第三季度俱乐部球员转会收入为13,775.73万元，主要原因是西甲联盟夏季转会窗口为当年7、8月份，冬季转会窗口为次年1月份，球员转会交易集中在转会窗口期进行。依据国际足联的章程，如果未在转会窗口期完成交易，球员不可在足协注册且无法上场参加比赛，因此球员转会交易收入集中发生于第一季度和第三季度，第四季度未发生球员转会交易属于正常现象。同时，由于公司在2022年夏季转会窗口出售多名球员，因此俱乐部2022年第三季度球员转会收入显著增加。

票务、会员收入方面：1、套票收入是按年收取，按场次平均确认收入。2、单场自营销售的门票收入主要来源于主场比赛散客观赛收入。其中散客门票收入受西班牙人主场的对手实力影响很大。2022年8月29日西甲第3轮西班牙人主场与皇家马德里球队的比赛门票销售收入远高于其他场次。而四季度主场对手基本为中下游球队且对球迷吸引力下降，因此第四季度门票销售额环比三季度有所下降。

车模收入方面：公司车模收入以境外销售为主，境内销售为辅，境外客户主要为大型综合性进口贸易商、专营玩具进口贸易商等。玩具业务的销售具有季节性的特征，每年的第三季度境外客户集中采购为圣诞节等重要节日备货，是公司的出口销售旺季，故玩具业务第三季度的销售额为全年最高，第四季度销售额环比有所下降。

游戏收入方面：由于公司2022年下半年没有新游戏上线，游戏的主要收入仍来源于以前年度上线的老游戏，受游戏生命周期后期流水下降影响，第四季度游戏收入环比第三季度有所下降。

### ③公司第四季度营业收入同比变动情况：

单位：万元，%

类别	营业收入			
	2022年第四季度	2021年第四季度	同比增长额	增长率
车模	7,342.97	8,200.93	-857.96	-10.46%
婴童用品	1,061.16	1,098.51	-37.35	-3.40%
游戏	8,143.13	18,902.27	-10,759.14	-56.92%
电视转播权	8,706.04	9,898.40	-1,192.36	-12.05%
赞助及广告	1,374.55	2,231.21	-856.66	-38.39%
票务、会员	648.44	1,751.20	-1,102.76	-62.97%

类别	营业收入			
	2022 年第四季度	2021 年第四季度	同比增长额	增长率
球员转会	0.00	0.00	0.00	0.00%
足球衍生品	373.31	375.41	-2.10	-0.56%
租金	943.38	642.76	300.62	46.77%
其他	2,010.32	2,384.30	-373.98	-15.69%
合计	30,603.30	45,484.99	-14,881.69	-32.72%

2022 年第四季度营业收入同比下降 32.72%，主要系公司游戏收入、电视转播权收入、票务、会员收入、赞助及广告等收入下降所致。此外，不同时段欧元汇率波动的影响，也导致了体育业务收入同比出现了一定的下降。

游戏业务方面：由于公司 2021 年第四季度上线了重要游戏《枫之谷 R：经典新定义》《帕尼利亚战纪》，该上述游戏在 2021 年第四季度产生的收入较大。2022 年第四季度公司没有新游戏上线，上半年新产品上线后的数据未达到预期，公司及时止损，于下半年对相关产品进行关服停运；游戏业务的主要收入仍来源于以前年度上线的老游戏，受制于老产品游戏生命周期后期流水下降的影响，2022 年第四季度游戏收入同比 2021 年第四季度下降幅度较大。

电视转播权方面：2021 年，西甲联盟与 CVC Capital Partners（以下简称“CVC”）达成战略合作协议，CVC 将向西甲联盟提供资金，再由西甲联盟向各俱乐部提供贷款。西甲联盟每赛季的收益需要先扣除分配给 CVC 的收益，剩余的净收益再根据转播权分配规则向各俱乐部进行分配。CVC 收入的占比在 2021/22 赛季、2022/23 赛季的分别为 1.93%、6.77%，故导致 2022 年第四季度转播权收入较 2021 年第四季度有所下降。

票务、会员收入方面：1、套票收入是按年收取，按场次平均确认收入。2、单场自营销售的门票收入主要来源于主场比赛散客观赛收入。其中散客门票收入受西班牙人主场的对手实力影响很大。2021 年第四季度俱乐部进行了 6 场主场比赛，且包括主场对阵皇家马德里的比赛，而 2022 年第四季度仅进行了 4 场主场比赛，且参赛的对手主要为中下游球队。因此 2022 年第四季度票务、会员收入较 2021 年第四季度有较大幅度的下降。

赞助收入方面：俱乐部于 2021/22 赛季重返西甲赛场（即 2021 年下半年开始），球队大力拓展赞助渠道，积极开拓与包括银行、地方旅游局、体育装备以及新业态等合作；2022/23 赛季，受欧洲安全局势及经济大环境复苏乏力影响，部分赞助商开始减少营销投入甚至停止赞助支出，因此 2022 年第四季度赞助收入较 2021 年第四季度有一定幅度下降。

#### ④充分提示相关业务风险

a. 依据国际足联的章程，如果未在转会窗口期完成交易，球员不可在足协注册且无法上场参加比赛，因此球员转会交易收入集中发生于第一季度和第三季度，第四季度未发生球员转会交易属于正常现象；同时，球员转会交易是基于买方、卖方、球员达成充分一致的情况下方可顺利发生，因此可能存在转会窗口期未能发生交易的情况。上述情况将使得收入在季节的同比及环比上产生较大波动。

b. 近年来，游戏行业主管部门高度重视游戏产业发展工作，对游戏出版实行更为严格的监管措施。国家新闻出版署 2020 至 2022 年三年期间的游戏版号过审数量呈逐年下降趋势。2023 年游戏产业政策回暖，游戏版号发放趋向稳定。尽管游戏版号核发重启，但发放时间和数量仍存在不确定性，公司游戏产品存在不能按期上线的风险，将对收入产生较大的波动。

c. 公司目前主要游戏以老产品为主，但游戏存在一定的生命周期，若不能及时对运营的游戏进行改良升级、拓展推广等方式延长生命周期，则进入到用户流失、游戏流水下降的正常衰减状态，将产生收入环比下滑的情况。

d. 游戏用户对产品品质要求日趋提高，同时需求在不断变化，对公司在产品研发、渠道运营、产品推广等方面带来了挑战。公司在新产品上线可能存在新游戏流水未达预期、注册及活跃人数较少等情况。为控制成本，公司在面临相关情况下可能采取及时止损的措施，对游戏进行停运下架，使季节间的收入产生较大的波动。

#### （二）会计师核查过程及意见：

会计师针对上述问题履行了以下核查程序及核查措施：

##### 1、关于营业收入扣除相关事项

（1）测试并评价管理层对各业务分部收入确认相关的内部控制设计和执行的有效性。

（2）获取公司提供的营业收入明细表，复核公司收入类别划分是否准确，结合对原始业务单据的检查及函证程序，复核主要客户的收入确认的真实性和完整性。

（3）与管理层讨论收入扣除判断依据，分析收入扣除内容的合理性，及相关项目波动的合理性。

（4）获取公司编制的营业收入扣除明细表，并根据《上市公司自律监管指南第

1 号——业务办理》中营业收入扣除事项的相关规定，逐项核查收入扣除项的判断依据是否合理，扣除项目对应金额是否准确。

## 2、关于营业收入季节性事项

(1) 测试并评价管理层对各业务分部收入确认相关的内部控制设计和执行的有效性。

(2) 检查主要销售合同等销售业务流程单据，评价各业务分部收入确认政策是否符合企业会计准则的规定。

(3) 对主要收入项目年度波动、月度波动的合理性进行分析，结合游戏新品上线情况、车模出口情况、球队竞技情况、球员转会交易、联赛对手等了解波动的合理性。

(4) 针对资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本核对相关支持性凭证，评估收入确认是否记录在恰当的会计期间。

经过核查，我们认为：

(1) 公司营业收入扣除明细表符合公司的实际情况，未发现营业收入存在其他应扣除而未予扣除的情形。

(2) 公司第四季度营业收入波动情况符合公司的实际情况。

2. 报告期内，你公司游戏业务实现营业收入 4.19 亿元，较上年同期减少 30.88%；实现净利润 0.30 亿元，较上年同期减少 37.38%；其中，境内游戏业务收 1.81 亿元，较上年同期下降 26.90%；境外游戏业务收入 2.38 亿元，较上年同期下降 33.62%。同时，你公司境内外游戏新增用户及月活用户均出现明显下降，且下降幅度明显高于营业收入下降幅度。请你公司：

(1) 补充说明你公司游戏业务收入持续下降、境内游戏业务持续亏损的原因及合理性，并结合行业状况、公司对游戏业务的发展规划、公司游戏产品的核心竞争力、正在研发的新游戏、游戏研发投入等方面，详细说明你公司游戏业务是否具有可持续性，相关商誉减值准备计提是否充分。

(2) 列示报告期内境内外前五大游戏各季度的经营数据（包括但不限于用户数量、活跃用户数、付费用户数量、推广营销费用、ARPU 值、充值流水等）同比、环比的变动情况；并结合各游戏生命周期、营销投放策略等，详细说明上述变动的



原因及合理性、你公司主要游戏运营指标是否符合游戏生命周期正常规律、是否与同行业类似游戏经营情况存在重大差异。

请年审会计师说明对游戏业务收入确认、用户数量、充值流水等执行的审计程序、覆盖的审计范围和获取的审计证据，相关审计程序是否有效、审计证据是否充分，并对游戏业务收入真实性发表核查意见。

(一) 公司回复：

(1) 补充说明你公司游戏业务收入持续下降、境内游戏业务持续亏损的原因及合理性，并结合行业状况、公司对游戏业务的发展规划、公司游戏产品的核心竞争力、正在研发的新游戏、游戏研发投入等方面，详细说明你公司游戏业务是否具有可持续性，相关商誉减值准备计提是否充分。

① 游戏业务收入持续下降的原因及合理性

2022 年公司未有重要的游戏上线，同时新游戏上线后运行数据不及预期，公司采取及时止损的措施停运相关产品，因此游戏业务的主要收入仍来源于以前年度上线的老游戏，受制于老产品游戏生命周期后期流水下降的影响，2022 年度公司游戏业务实现主营业务收入 41,913.35 万元，较上年同期减少 30.88%。

2021-2022 年公司主要产品流水及营业收入统计如下：

单位：万元

项目	区域	上线时间	2021 年度		2022 年度	
			流水	收入	流水	收入
游戏一	中国大陆、日本、韩国等	2017 年 9 月	75,093.97	18,082.89	53,319.18	14,300.20
游戏二	日本、韩国、中国港澳台等	2019 年 8 月	32,574.73	8,327.26	27,962.78	7,496.84
游戏三	中国大陆、日本、韩国、欧美等	2018 年 3 月	1,652.82	716.23	1,680.69	566.42
游戏四	中国大陆	2019 年 10 月	2,305.00	1,533.26	657.64	416.88
游戏五	中国大陆、中国港澳台	2021 年 4 月	2,639.90	1,850.10	53.74	39.57
游戏六	中国大陆	2017 年 12 月	2,636.52	1,644.73	1,109.48	488.78
游戏七	中国大陆	2018 年 10 月	2,137.04	681.73	1,005.71	182.08
游戏八	中国大陆	2019 年 5 月	5,385.82	780.83	4,791.39	772.81
游戏九	日本	2020 年 10 月	8,316.47	5,826.31	1,501.87	1,091.52
游戏十	中国大陆	2020 年 12 月	1,881.76	1,230.16	104.70	59.80
游戏十一	中国港澳台	2021 年 9 月	11,716.07	7,811.32	7,920.55	5,502.93
游戏十二	中国大陆	2021 年 9 月	6,789.77	3,534.50	24,227.37	3,686.19
游戏十三	日本	2021 年 3 月	3,375.35	2,368.90	1,144.37	821.32

项目	区域	上线时间	2021 年度		2022 年度	
			流水	收入	流水	收入
游戏十四	日本	2021 年 11 月	2,153.36	1,523.71	2,055.03	1,515.14
游戏十五	中国大陆	2022 年 1 月	23.52	17.74	278.9	1,191.10
游戏十六	中国大陆	2022 年 5 月	0.00	0.00	1,162.05	750.17
	合计		158,682.10	55,929.67	128,975.45	38,881.75

A. 公司自研自发的二次元游戏《游戏三》，于 2018 年 3 月上线，报告期内该产品新接入 BT 渠道，虽付费用户数有所提升，但单次付费金额较低，且分成比例仅为 15%，故导致 2022 年游戏收入有所下降。

B. 《游戏十五》上线后产品数据不达预期，于 2022 年 8 月关服停运，公司在 2022 年第三季度一次性确认了版权金收入 910 万元。

C. 公司自主研发的《游戏一》《游戏四》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《游戏七》于 2018 年 10 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 2022 年度存在一定的下滑。

D. 为探索游戏业务的可持续发展方向，公司积极尝试游戏新品类，并在 2021-2022 年间上线，但产品上线后的数据未达预期，公司及时止损，关服停运，包括 2021 年 4 月上线的自主研发的二次元女性向 RPG 手游《游戏五》，单个项目产生大额亏损，已不再进行投放；2022 年 1 月上线的自主研发的电影式都市奇幻冒险手游《游戏十五》，于 2022 年 8 月关服停运。

综上，受制于老产品生命周期的影响及新产品上线后的数据未达到预期，公司 2022 年营业收入出现一定幅度的下降。

## ②境内游戏业务持续亏损的原因

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度
营业收入	18,072.06	24,720.76
营业成本	14,759.79	11,879.82
其中：游戏分成	3,753.10	3,996.60
其中：人工成本	10,272.29	7,546.20
期间费用	11,360.44	21,771.45
其中：广告费	2,630.14	10,000.57
净利润	-7,990.90	-8,648.73

如上表所述，2022 年公司境内游戏业务收入 18,072.06 万元，相比 2021 年度下降 26.90%，2022 年境内游戏业务净利润为-7,990.90 万元，相比 2021 年度增加

了 7.61%，境内游戏业务两年持续亏损，主要原因如下：

#### A. 境内游戏业务收入下降

公司自研的 SLG、放置类等优势赛道的产品是公司国内游戏业务主要的收入贡献，但老产品受游戏生命周期的影响，充值流水、新增用户数量、活跃用户等进入正常的衰减阶段，对收入的贡献逐步下降。

2021-2022 年间公司将已取得版号的新游戏在国内发行，但几个重要产品在国内上线后的数据未达预期，公司及时止损，采取了停止投放、关服停运等措施，因此境内发行的新游未能形成对收入的持续贡献，同时未能覆盖对应的开发成本，从而导致大额的单项亏损。上述游戏后续亦未在境外进行投放。

此外，部分在境外发行的取得成绩的游戏产品未能取得国内版号，无法在国内上线，国内业务的效益未能得到正向补充。

2021-2022 年主要境内产品的数据统计如下：

单位：万元

项目	上线时间	2021 年度				2022 年度			
		流水	收入	成本	广告费	流水	收入	成本	广告费
游戏一	2017 年 9 月	43,400.25	10,090.43	2,371.50	102.36	31,306.44	8,625.73	2,636.31	112.52
游戏二	2019 年 10 月	2,305.00	1,533.26	637.04	19.26	657.64	416.88	462.23	73.29
游戏三	2018 年 3 月	860.67	337.82	407.32	0.36	1,383.40	352.57	297.88	16.31
游戏四	2021 年 4 月	2,269.06	1,726.91	4,028.57	1,662.41	52.76	41.81	37.97	7.32
游戏五	2017 年 12 月	2,636.52	1,644.73	1,043.00	2,511.81	1,109.48	488.78	447.88	1,127.15
游戏六	2018 年 10 月	2,137.04	681.73	239.34	2.27	1,005.71	182.08	135.26	5.45
游戏七	2016 年 7 月	836.60	598.17	199.89	-0.02	462.65	295.88	98.36	0.05
游戏八	2019 年 5 月	5,385.82	780.83	350.91	0.00	4,791.39	772.81	632.05	0.05
游戏九	2020 年 12 月	1,881.76	1,230.16	536.90	486.61	104.70	59.80	25.05	3.33
游戏十	2021 年 9 月	6,789.77	3,534.50	564.73	3,042.03	24,227.37	3,686.19	1,918.27	245.35
游戏十一	2022 年 1 月	23.52	17.74	0.00	0.00	278.90	1,191.10	3,247.47	85.00
游戏十二	2022 年 5 月	0.00	0.00	0.00	0.00	1,162.05	750.17	370.80	105.33
	合计	68,526.01	22,176.28	10,379.20	7,827.09	66,542.49	16,863.80	10,309.53	1,781.15

2021 年 4 月份上线的自主研发的二次元女性向 RPG 手游《游戏四》，单个项目产生大额亏损，已不再进行投放；2022 年 1 月上线的自主研发的电影式都市奇幻冒险手游《游戏十一》，于 2022 年 8 月关服停运。

#### B. 境内游戏业务成本上升

2021-2022 年，国内营业成本分别为 11,879.82 万元、14,759.79 万元，营业成本同比上升 24.24%，公司 2022 年国内营业成本增加的主要原因是：

项目	2021年	2022年	差异
运营维护薪酬(万元)	7,491.88	8,076.63	584.75
研发转入维护薪酬(万元)	54.32	2,195.66	2,141.34

a. 行业人力成本在逐年上升，公司薪酬处于行业中位值水平，每年有两次向上薪酬考核调整政策，在近几年人员编制处于稳定状态下，人工成本总体较上年有所提升；

b. 2022年上半年公司主要的在研产品进入成熟阶段，在储备游戏等待版号期间及新项目立项测试阶段，研发团队较前期分配更多人员为已上线产品的更新调优、内容迭代以及运行维护，以稳定在运行游戏的贡献，故相关人员的薪酬计入当期主营业务成本科目。

项目	2021年	2022年	2023年1-3月
运营维护团队人数	306	373	381
在研项目团队人数	389	248	253
合计	695	621	634

综上，受制于老产品生命周期的影响及新产品上线后的数据未达到预期，近两年公司境内营业收入出现持续下降，而公司员工薪酬有所上升，故导致了公司境内游戏业务持续亏损。

③结合行业状况、公司对游戏业务的发展规划、公司游戏产品的核心竞争力、正在研发的新游戏、游戏研发投入等方面，详细说明你公司游戏业务是否具有可持续性

#### A. 行业发展趋势及政策回暖

中国音数协游戏工委(GPC)与中国游戏产业研究院发布了《2022年中国游戏产业报告》显示，2022年，中国游戏市场实际销售收入为2658.84亿元，同比减少306.29亿元，下降10.33%；自主研发游戏国内市场实销收入为2223.77亿元，同比下降了13.07%；2022年中国游戏用户规模为6.64亿人，较上年基本持平。受宏观经济影响，国内游戏市场整体承压蓄力；同时，游戏产业的人口红利逐渐减退，游戏行业总体进入存量市场时代。在用户消费趋向理性，追求内容及体验感的趋势下，实现高质量、精品化、细分化、差异化，将成为中国游戏行业实现持续健康发展的核心手段。

国家新闻出版署2020至2022年三年期间的游戏版号过审数量分别为1405个、755个、512个，呈逐年下降趋势。版号的审核趋严，在防沉迷落实及内容监管等措

施取得成效下，游戏产业在经济、文化与科技等新价值上开始进一步的挖掘。2023年游戏产业政策回暖，游戏版号发放趋向稳定，其中1月份96个、2月份87个、3月份86个、4月份85个，均高于2022年的月平均发放数量。

## **B. 公司的核心竞争力及可持续发展的规划**

公司坚持产品系列化、市场国际化、发行品牌化的战略布局，实现研发和发行业务一体，深耕古风策略类、放置类等细分游戏市场，形成较为优质的内容及技术积累；同时，注重优质IP的储备，为游戏产品的内容及受众能力进行赋能。细分赛道的深耕与优质IP的赋能形成双驱动是未来公司的发展规划，公司将持续进行游戏产品迭代与创新。

### **a. 拥有丰富的优质IP战略资源储备**

公司拥有包括《三国群英传》《仙境传说》《斗破苍穹》《冒险岛》等多款IP授权，并拥有《苍之纪元》等精品游戏的完整知识产权。根据优质IP研发出的《三国群英传-霸王之业》《枫之谷R：经典新定义》等多款精品游戏取得良好成绩，巩固了与IP授权方的合作关系，形成良好的行业合作口碑，既确保了IP授权使用的持续性，同时也为争取新的优质IP授权奠定基础。

### **b. 拥有良性且稳定的细分赛道研发资源**

公司建立了近500人的细分赛道研发团队。头部团队自2016年开始深耕古风策略类、放置类等两个赛道，在产品内容及开发能力上有深度的积累；公司积极构建孵化创新品类及H5小游戏等产品队伍，开辟了新赛道。研发团队出品的《三国群英传-霸王之业》《枫之谷R：经典新定义》《苍之纪元》取得良好的成绩，增强了团队信心与实力。在积极吸收行业优秀资源的同时，公司形成了内部稳定的人力资源及持续的团队优化机制。

### **c. 拥有研运一体的国际化经营布局**

公司借助自身在游戏行业的全产业链优势，形成了完善的发行业务体系，建立近200人的发行团队，除了中国大陆，还覆盖至中国港澳台、国外日韩东南亚欧美等多个国家和地区。研发与发行的配合，能更好地结合自身游戏产品及发行地区特点，实现高度本土化的运营和推广策略。研运一体模式使公司海外业务持续稳定，并成为游戏业务发展的第二驱动力。在公司国际化布局下，下属子公司星辉天拓入选了由商务部、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“2021-2022年度国家文化出口重点企业”。

#### d. 与行业优质渠道保持稳固的合作关系

公司与腾讯、苹果、华为、oppo、vivo、小米、九游、B站、TapTap等主流游戏渠道维持良好的合作关系，亦与巨量引擎、腾讯、快手、百度、UC、YouTube、Facebook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，游戏产品也被腾讯、B站等平台独家代理，为公司产品的投放提供持续的渠道供应能力；同时，产品取得的良好成绩充分印证了公司产品的实力，强化了后续与相关平台稳定持续的合作。

#### C. 公司有较为丰富的游戏资源储备

随着国家政策支持下的行业复苏，公司储备了丰富的游戏产品，在2023年第一季度已有三款游戏取得版号，并计划陆续在中国大陆、中国港澳台、日韩东南亚及欧美等地区发行；同时公司围绕着储备的《三国群英传》《仙境传说》《斗破苍穹》《冒险岛》等多款优质IP实施相关产品的研发计划。产品矩阵的优化，让公司游戏业务的后续经营具备可持续能力。

游戏名称	状态	是否取得版号	游戏类型
战地无疆	待发行	是	由腾讯独家代理，《三国群英传-霸王之业》团队自研，三国历史题材的真实沙盘策略手游
冒险岛：联盟的意志	待发行	是	放置冒险类手游
冒险归来	待发行	是	日式像素风放置手游
起源与勇士	待发行	是	放置幻想手游
塔塔英雄	待发行	是	魔幻策略塔防手游
战国最强传说	已在部分海外地区发行	否	战国写实放置类卡牌

#### D. 持续的研发投入储备

公司目前有六个在研的游戏项目，围绕着储备的IP资源，借助新技术进行开发。2020至2022年研发投入金额分别为1.26亿元、1.18亿元、0.95亿元。

主要研发项目名称	项目进展	拟达到的目标
项目一	研发中	基于团队放置品类的积累，通过美术差异和玩法升级，打造长生命周期的放置卡牌产品
项目二	研发中	借助引擎与美术升级、玩法创新，形成一款高品质的三国历史题材沙盘策略手游
项目三	研发中	打造一款基于经典端游IP的放置类精品手游，探索放置品类新玩法。
项目四	研发中	通过高水准研发工艺结合S级国漫IP授权打造卡牌RPG的行业标杆产品
项目五	研发中	基于有全球影响力的S级IP改编一款放置MMOARPG，打造经典端游IP移动游戏新标杆
项目六	研发中	成为新一代三国题材沙盘策略手游的突破型产品，强化团队历史题材SLG的研发能力。

综上所述，公司的游戏业务在行业的前景、发展规划的可实施性及公司的资源储备上均具备了持续的经营能力。

#### ④星辉天拓商誉减值测试过程

单位：人民币/万元

项目/年度	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年及以后
主营业务收入	59,238.97	62,848.87	64,489.71	66,222.37	66,846.79	66,846.79
主营业务成本	23,781.28	23,028.95	23,641.81	24,285.77	24,527.94	24,527.94
营业税金及附加	139.24	268.79	277.72	287.23	289.48	289.48
销售费用	22,998.11	23,538.55	23,870.95	24,217.59	24,455.62	24,455.62
管理费用	6,816.03	7,173.82	7,333.10	7,534.93	7,708.00	7,708.00
利润总额：	5,504.31	8,838.76	9,366.13	9,896.84	9,865.75	9,865.75
减：所得税费用	825.65	1,325.81	1,404.92	1,484.53	1,479.86	1,479.86
净利润：	4,678.66	7,512.95	7,961.21	8,412.31	8,385.89	8,385.89
净现金流量	2,438.03	9,148.43	9,080.35	9,665.57	9,689.41	9,630.44
加权平均资本成本	13.47%					
五年后预计增长率	0%					
未来五年内现金流折现	26,450.88					
五年后的现金流折现系数	3.9					
未来现金流量折现金额总额	64,461.30					
商誉加可辨认净资产账面价值之和	62,412.42					

经测试，未发现星辉天拓商誉价值存在减值迹象。

(2) 列示报告期内境内外前五大游戏各季度的经营数据（包括但不限于用户数量、活跃用户数、付费用户数量、推广营销费用、ARPU值、充值流水等）同比、环比的变动情况；并结合各游戏生命周期、营销投放策略等，详细说明上述变动的的原因及合理性、你公司主要游戏运营指标是否符合游戏生命周期正常规律、是否与同行业类似游戏经营情况存在重大差异。

#### ①境内前五大游戏各季度的经营数据统计：

游戏名称	季度	2022年					
		用户数量 (人)	活跃用户数 (人)	付费用户数 (人)	ARPU值(元 /人)	充值流水 (万元)	推广运营费用 (万元)
游戏一	第一季度	92,433.00	165,617.00	51,845.00	1,722.92	8,932.49	44.09
	第二季度	89,527.00	159,942.00	49,488.00	1,664.32	8,236.40	12.52
	第三季度	55,832.00	119,104.00	41,756.00	1,795.97	7,499.26	41.46
	第四季度	97,605.00	160,620.00	44,386.00	1,513.10	6,716.04	14.44
游戏二	第一季度	379,909.00	397,734.00	66,401.00	620.34	4,119.15	72.57
	第二季度	572,896.00	591,927.00	118,254.00	581.95	6,881.76	69.85
	第三季度	463,414.00	483,883.00	111,688.00	471.69	5,268.19	62.00
	第四季度	355,155.00	373,887.00	112,475.00	616.69	6,936.21	40.93
游戏三	第一季度	27,135.00	30,614.00	2,836.00	1,367.62	387.86	9.22
	第二季度	21,675.00	25,695.00	2,166.00	1,399.45	303.12	

	第三季度	10,261.00	12,753.00	1,425.00	1,872.39	266.82	
	第四季度	10,168.00	12,556.00	1,469.00	1,882.33	276.51	
游戏四	第一季度	45,652.00	49,291.00	6,861.00	487.59	334.54	1.33
	第二季度	63,968.00	66,734.00	11,813.00	355.35	419.78	4.43
	第三季度	30,641.00	33,210.00	12,668.00	150.30	190.41	
	第四季度	15,467.00	17,503.00	22,972.00	72.44	166.40	1.33
游戏五	第一季度	21,430.00	36,481.00	3,572.00	452.57	161.66	2.17
	第二季度	123,969.00	152,644.00	24,556.00	335.12	822.92	5.69
	第三季度	72,396.00	95,543.00	42,754.00	109.02	466.08	2.14
	第四季度	50,457.00	67,739.00	43,252.00	58.04	251.03	18.49

游戏名称	季度	2021年					
		用户数量 (人)	活跃用户数 (人)	付费用户数 (人)	ARPU值(元 /人)	充值流水 (万元)	推广运营费 用(万元)
游戏一	第一季度	51,701.00	143,465.00	65,981.00	1,945.12	12,834.10	16.94
	第二季度	59,772.00	145,107.00	67,559.00	1,605.71	10,848.02	38.53
	第三季度	82,156.00	165,938.00	56,319.00	1,640.83	9,240.97	31.26
	第四季度	80,061.00	156,182.00	62,301.00	1,483.60	9,242.97	15.63
游戏二	第一季度	23,705.00	25,655.00	5,275.00	369.35	194.83	65.50
	第二季度	24,550.00	24,553.00	5,576.00	120.03	66.93	167.71
	第三季度	483,006.00	486,983.00	117,207.00	200.89	2,354.59	1,748.67
	第四季度	355,843.00	394,063.00	71,613.00	623.16	4,462.63	1,060.15
游戏三	第一季度	61,381.00	70,613.00	8,299.00	1,429.28	1,186.16	783.40
	第二季度	36,424.00	40,593.00	3,556.00	2,255.57	802.08	3.31
	第三季度	39,420.00	42,954.00	3,914.00	1,527.00	597.67	860.14
	第四季度	22,543.00	26,342.00	2,824.00	1,556.81	439.64	829.84
游戏四	第一季度	232,124.00	240,169.00	15,525.00	317.38	492.73	2.13
	第二季度	102,919.00	110,909.00	15,175.00	284.82	432.21	0.07
	第三季度	57,527.00	63,533.00	10,908.00	376.40	410.58	-
	第四季度	71,632.00	76,157.00	15,406.00	356.67	549.49	-
游戏五	第一季度	23,268.00	59,336.00	4,206.00	483.25	203.25	
	第二季度	42,487.00	75,777.00	5,097.00	557.56	284.19	
	第三季度	17,613.00	41,649.00	3,609.00	645.48	232.95	
	第四季度	11,567.00	30,024.00	3,076.00	570.22	175.40	0.03

- a. 公司自研并由腾讯独家代理的SLG游戏《游戏一》，于2017年9月上线，受制于产品生命周期，各季度的充值流水均有所下降。
- b. 公司代理游戏《游戏二》于2021年9月上线，随着该产品度过宣发期，游戏充值收入超过推广支出，已实现产品盈利。
- c. 公司代理游戏《游戏三》于2017年12月上线，受制于生命周期及产品热度下滑，公司减少广告费投放，导致各项经营数据均有所下降。
- d. 公司代理游戏《游戏四》于2018年10月上线，随着产品热度下滑，公司为降低存量产品获取新用户数所需要的广告投放成本，推行消费减免优惠活动拉升用



户体验感，故报告期内付费用户数同比上升，充值流水下降。

e. 公司自研自发的二次元游戏《游戏五》，于2018年3月上线，报告期内该产品新接入BT渠道，虽付费用户数有所提升，但单次付费金额较低，且分成比例仅为15%，故对于游戏收入贡献不大。

②境外前五大游戏各季度的经营数据统计：

游戏名称	季度	2022年					
		用户数量 (人)	活跃用户 数(人)	付费用户 数量 (人)	ARPU值 (元/人)	充值流水 (万元)	推广运营 费用(万 元)
境外游戏一	第一季度	57,475	145,453	27,921	3,026.10	8,449.18	-
	第二季度	43,683	121,015	26,384	2,779.04	7,332.21	-
	第三季度	45,722	121,663	24,186	3,093.47	7,481.87	-
	第四季度	45,415	118,847	23,547	3,079.23	7,250.66	-
境外游戏二	第一季度	8,132	38,678	10,991	3,192.20	3,508.54	-
	第二季度	5,592	32,229	11,026	3,080.22	3,396.25	-
	第三季度	6,412	32,148	10,304	3,009.15	3,100.63	-
	第四季度	7,662	32,270	10,002	3,090.64	3,091.26	-
境外游戏三	第一季度	6,580	87,041	9,077	2,315.71	2,101.97	-
	第二季度	3,432	79,006	7,717	2,831.45	2,185.03	-
	第三季度	4,294	51,435	6,599	2,397.98	1,582.43	-
	第四季度	2,767	48,195	6,107	2,482.42	1,516.01	-
境外游戏四	第一季度	97,311	135,559	16,687	2,392.66	3,992.64	536.77
	第二季度	59,080	81,594	9,397	2,634.05	2,475.22	124.60
	第三季度	81,135	94,093	7,798	2,000.16	1,559.73	125.92
	第四季度	47,577	56,703	5,038	1,952.87	983.86	90.21
境外游戏五	第一季度	4055	19405	4537	2,010.46	912.15	-
	第二季度	3134	17993	4413	1,824.97	805.36	-
	第三季度	3,001	16,786	3,927	2,063.63	810.39	-
	第四季度	2,447	15,526	3,927	1,891.39	742.75	-

游戏名称	季度	2021年					
		用户数量 (人)	活跃用户 数(人)	付费用户 数量 (人)	ARPU值 (元/人)	充值流水 (万元)	推广运营 费用(万 元)
境外游戏一	第一季度	87,722	173,828	31,120	2,737.52	8,519.16	-
	第二季度	74,460	164,010	30,614	2,919.69	8,938.35	-
	第三季度	65,251	154,548	29,575	2,955.68	8,741.41	-
	第四季度	68,150	155,857	29,752	2,960.00	8,806.59	-
境外游戏二	第一季度	15,499	54,695	12,962	4,365.93	5,659.12	-
	第二季度	13,535	49,977	13,020	3,579.36	4,660.33	-
	第三季度	12,444	50,680	12,608	3,414.54	4,305.05	-
	第四季度	11,214	46,463	12,161	3,638.15	4,424.36	-
境外游戏三	第一季度	5,720	121,094	12,637	2,987.22	3,774.95	-
	第二季度	7,779	99,505	10,887	2,878.26	3,133.56	-

游戏名称	季度	2021年					
		用户数量 (人)	活跃用户 数(人)	付费用户 数量 (人)	ARPU值 (元/人)	充值流水 (万元)	推广运营 费用(万 元)
	第三季度	4,110	95,662	13,513	2,187.79	2,956.36	-
	第四季度	4,386	87,693	9,190	2,991.07	2,748.79	-
境外游戏四	第一季度	-	-	-	-	-	-
	第二季度	-	-	-	-	-	-
	第三季度	431,827	431,827	97,141	301.63	2,930.07	1,170.49
	第四季度	228,468	369,923	59,884	1,530.38	9,164.55	2,442.67
境外游戏五	第一季度	22,445	45,838	6,486	1,991.67	1,291.80	-
	第二季度	3,550	22,536	5,691	1,995.75	1,135.78	-
	第三季度	3,480	21,671	5,102	2,104.19	1,073.56	
	第四季度	2,882	19,782	4,898	1,791.21	877.34	

a. 公司自研 SLG 游戏《境外游戏五》《境外游戏二》《境外游戏三》分别于 2017 年 10 月、2018 年 3 月和 2018 年 3 月上线，受制于产品生命周期，各季度的经营数据均有所下降。

b. 公司自研的《境外游戏四》于 2021 年 9 月上线，随着该产品度过宣发期，游戏充值收入超过推广支出，已实现产品盈利；但受制于产品生命周期，各季度的经营数据有所下降。

### ③是否与同行业公司可比业务存在重大差异

游戏经营数据受到多方面的因素影响，主要包括以下因素：

a. 游戏品类不同。例如 SLG、MMO 品类的 ARPU 值明显高于 MOBA、射击游戏等休闲竞技品类，不同品类之间的 ARPU 值不具备参考意义。

b. 游戏面向的用户群和区域不同。一般情况下，如面向大学生群体的产品 ARPU 值低于面向更高年龄层用户的产品，发达国家地区的 ARPU 值也高于欠发达国家地区。

c. 游戏品质的不同。同品类、同地区的情况下，游戏品质对游戏经营数据有明显影响，例如公司《三国群英传》《霸王之野望》属于 SLG 品类中的精品游戏，对应的 ARPU 值也偏高。

d. 统计口径不同。由于各公司对经营数据字段定义存在差异，导致统计口径不同，同行业公司经营数据可比性不高。

## (二) 会计师核查过程及意见：

我们按照中国注册会计师审计准则的要求，设计和执行了相关程序，审计范围包括合并范围内所有从事游戏业务的主体。针对游戏业务收入确认我们执行的主要程序如下：

(1) 对游戏业务收入进行风险评估。通过公开渠道了解游戏行业监管动态和产业报告，结合对管理层的访谈，了解游戏行业 2022 年的发展状况，以及公司游戏分部的 2022 年总体业务情况。

(2) 了解和评价与游戏业务收入确认相关的关键内部控制的设计和运行的有效性，了解公司游戏业务流程、运营模式等信息，评估公司游戏业务收入确认的会计政策合理性。

(3) 对重要游戏开展 IT 审计。核查数据来源为各游戏的日志系统，分析了充值订单、消耗游戏虚拟货币、前 500 大玩家行为等关键的业务数据的合理性。

(4) 通过后台信息系统的穿行测试（包括游戏试玩），查看充值金额、充值时间、注册、登录、元宝消耗等信息记录的准确性。

(5) 针对主要游戏，检查本期发生的主要收入记录，复核与联运协议、业务结算单、银行单据是否一致。

(6) 通过公开信息，查询重要客户的工商资料，核查公司与重要客户是否存在关联关系。

(7) 实施函证程序。

(8) 针对资产负债表日前后记录的销售收入，选取样本核对相关支持性凭证，评估收入确认是否记录在恰当的会计期间。

我们认为，针对游戏业务收入的审计程序有效，获取的审计证据充分，游戏收入的真实性未发现重大异常。

3. 报告期内，你公司足球俱乐部业务实现营业收入 7.05 亿元，较上年同期增长 95.10%；实现净利润-1.81 亿元。你公司表示，前期赛季的降级对转播权收入仍有影响；另外，报告期内俱乐部更新了体育团队，球员相关交易产生了负收益。同时，你公司足球俱乐部本赛季存在较高降级风险，并对足球俱乐部业务计提商誉减值准备 0.75 亿元，商誉剩余账面价值 2.52 亿元。请你公司：

(1) 量化说明前期赛季降级及球员交易对足球俱乐部业务 2022 年全年业绩的

具体影响。

(2) 结合俱乐部业务在全年处于甲级联赛情况仍持续亏损、未来存在较高的联赛降级风险等情形，分析说明你公司足球俱乐部业务是否具备持续盈利能力，并充分提示相关业务风险。

(3) 补充披露西班牙人商誉减值测试的详细过程、具体参数及预测依据，并结合问题(1)、(2)的回复，说明对西班牙人俱乐部计提商誉减值准备的原因及合理性，相关会计处理是否符合《企业会计准则第8号—资产减值》以及《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的规定。

请年审会计师、评估师进行核查并发表专业意见。

(一) 公司回复：

(1) 量化说明前期赛季降级及球员交易对足球俱乐部业务 2022 年全年业绩的具体影响。

单位：人民币/万元

项目/期间	2022 年	2021 年
营业收入	70,855.74	36,317.27
1、转播权收入	37,650.79	25,756.51
2、会员及门票	6,044.63	5,936.45
3、赞助	8,993.53	2,409.43
4、球员交易	15,810.48	1,264.69
5、足球衍生品	2,356.32	950.19
营业成本	71,292.68	57,721.53
1、人工成本	38,967.54	42,326.67
2、折旧、摊销成本	11,739.67	13,497.40
3、其他	20,585.47	1,897.46
净利润	-18,128.95	-31,794.65

如上表，俱乐部 2022 年营业收入较 2021 年增加 34,538.48 万元，增幅 95.10%，主要原因是 2021/22 赛季俱乐部重返西甲联赛后，转播权收入有所增加。

俱乐部 2022 年净利润较 2021 年增加 13,665.70 万元，增幅 42.98%，主要原因是俱乐部重返西甲联赛后，转播权收入、赞助收入和足球衍生品等收入均较大幅度提升。虽然俱乐部的亏损收窄，但 2022 年度俱乐部仍处于亏损状态，其中转播权收入仍未恢复到降级前对应在西甲中游成绩的水平：

单位：万欧元

项目/期间	22/23 赛季	21/22 赛季	20/21 赛季	19/20 赛季	18/19 赛季
经营收入	9,449.74	8,384.22	5,975.69	13,302.04	9,751.71

其中：转播权收入	5,012.12 <sup>③</sup>	5,506.11	4,024.44 <sup>①</sup>	7,605.25 <sup>②</sup>	5,930.00
本赛季结束竞技成绩（名次）	赛事进行中	14	西乙	20	7
前次赛季结束竞技成绩（名次）	14	西乙	20	7	11

注①：2020/21 赛季俱乐部处于西乙联赛，转播权收入包含 3,100 万欧元的降落伞。

注②：在 19/20 赛季期间，因 2018/19 赛季俱乐部晋级欧联杯正赛，获得 1,201.27 万欧元的收入。剔除欧联杯收入后，俱乐部当赛季的转播权收入为 6,403.98 万欧元。

注③：截止本回复披露日，22/23 赛季仍在继续，按照西甲联盟对转播权收入预估分配额为 5,012.12 万欧元。

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 支球队，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 支球队，另外 50% 则根据转播次数、排名、票房和会员指标分配。前赛季及当赛季的比赛成绩是公司转播权收入等最主要的影响因素，而高价值球员及高薪资支出将作为球队竞技力支撑因素之一。

如上表，俱乐部在降级前竞技成绩处于西甲的中游水平，每年的转播权收入在 6,000-6,400 万欧元左右；俱乐部重返西甲后，球队的竞技力未发生重大变化情况下，竞技成绩稳定在中下游的水平。因此，虽然转播权收入有所增加，仍未恢复到降级前的水平。

2022 年度，俱乐部的转播权收入为 5,323.85 万欧元，如竞技成绩能恢复至降级前中游水平，转播权收入仍有一定的上涨空间。

2022 年俱乐部出售球员统计如下：

单位：万欧元

球员名称	转会费	账面净额	利润
球员一	800.00	1,395.19	-595.19
球员二	500.00	440.37	59.63
球员三	326.00	527.15	-201.15
球员四	180.00	25.15	154.85
合计	1,806.00	2,387.86	-581.86

如上表，俱乐部 2022 年度出售球员的收入 1,806.00 万欧元，产生的亏损 581.86 万欧元。

(2) 结合俱乐部业务在全年处于甲级联赛情况仍持续亏损、未来存在较高的联赛降级风险等情形，分析说明你公司足球俱乐部业务是否具备持续盈利能力，并充分提示相关业务风险。

竞技特点和比赛规则，使足球运动不仅具有集体球类项目共有的整体性、对抗性、观赏性，还有战术配合的多变性、比赛结果的偶然性。受球员伤病、球员竞技状态、教练团队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。前赛季及当赛季的比赛成绩是公司转播权收入等最主要的影响因素，而高价值球员及高薪资支出将作为球队竞技力支撑因素之一。

为确保盈亏平衡及实现后续的持续盈利，俱乐部有能力采取以下经营措施：

#### ①薪资下调机制

俱乐部将实行积极的盈亏平衡措施，量入为出，匹配球队所在成绩等级的运营成本，进行严格的经营成本控制；俱乐部与球员在劳动合同中签署了条款，如出现降级的情况将参照西乙球队的薪酬成本下调球员的薪资。

西甲工资帽限制标准显示了球队工资成本可能达到的最高支出。22/23 赛季西甲上下半赛季工资帽中位值为 0.71 亿欧元、0.69 亿欧元，西班牙人俱乐部的工资帽控制标准为 0.72 亿欧元、0.70 亿欧元，在西甲 20 支球队中排名中游，但球队的竞技成绩在末端，呈现不匹配情况，存在可调整的空间；此外，22/23 赛季西甲上下半赛季工资帽总额为 30.52 亿欧元、30.23 亿欧元，西乙上下半赛季工资帽总额为 2.11 亿欧元、2.03 亿欧元，西甲球队的总体工资水平远高于西乙球队。

#### ②通过球员转会控制成本

购进的高价值球员将在其服务期内形成大额资产摊销成本。根据欧洲足球联赛转会制度，在 7 月 1 日至 8 月 31 日为夏季转会期，1 月 1 日至 1 月 31 日为冬季转会期。转会期间，俱乐部将根据球队结构情况结合球员的意愿，出售部分高价值球员，降低薪资及成本摊销带来的压力；同时，优质球员的出售，将有更大的可能出现交易溢价，为俱乐部提供利润贡献。

#### ③利用青训优势确保球队的高竞技水平

西班牙人足球俱乐部青训营，是西班牙及欧洲人才输出率最高的青训营之一。西班牙人建有 U8-U19 共 12 支男子梯队和 8 支女队，并以优秀的青训成绩享誉欧洲足坛。2022 年期间西班牙人青训队伍在第 18 届地中海杯（F7）获得 U8、U9 和 U11 三项组别的冠军；在 2022 年雅加达亚细亚青年挑战杯中，西班牙人 U12 队成为第

一支在亚细亚青年挑战杯夺冠的非亚洲球队；在第 26 届西甲希望之星杯少年足球国际邀请赛中，西班牙人 U13 队以 2:1 战胜巴塞罗那，队史第 4 次赢得西甲希望之星杯冠军；2022-23 赛季，西班牙人有 9 名青训球员入选相应级别的国家队梯队，累计有 21 名年轻球员入选相应级别的国家队梯队，为后续球队竞争力提供保障。

#### ④降级援助金对收入端的补充

根据《西甲总规》第 11 册的规定，每个附属（西甲联盟的）的俱乐部及体育股份有限公司，每个赛季必须从西甲联盟联合经营电视转播权中获得的收入扣除 3.5% 用于资助补偿基金的义务，使级别下降的俱乐部/体育股份有限公司能从中受益。

俱乐部在 2019/20 赛季结束时从甲级降级至乙级联赛，获得了西甲联盟支付的补助金 3,010.00 万欧元，以支持降级初期的财政支出。俱乐部已分别在 2020 年 8 月、2020 年 11 月、2020 年 12 月收取降级援助金。

若俱乐部在 2022/2023 赛季降级，降级不会影响俱乐部正常运营，西甲联盟将在 2023/24 赛季支付不低于 1,700 万欧元的降级援助金，相关降级援助金将按照核算规则计入电视转播权收入。

#### ⑤俱乐部业务风险提示

A. 当前国外的宏观环境存在多变性，在欧洲政治局势复杂严峻、地缘政治加剧及战争冲突发生的背景下，所在地区经济活动、居民生活等存在不稳定性，影响了文娱类产业的经营。

B. 受球员伤病、球员竞技状态、教练团队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，若西班牙人俱乐部至赛季结束时排名较低甚至降级，将直接影响球队电视转播权、门票会员、商业赞助、周边商品销售等方面的收入。

C. 球员转会交易并非一定产生盈利，买方、卖方、球员达成充分一致可以提升交易盈利的可能性；为了优化球队结构、释放薪资空间，球员转会交易可能出现折价交易的情况，对公司短期的业绩造成不利影响。

D. 俱乐部如在降级后进行球员转会，且未来赛季中不能回归西甲，将面临转播权收入等规模下降、球员价值下降等情况，则可能产生资产减值的风险。

(3) 补充披露西班牙人商誉减值测试的详细过程、具体参数及预测依据，并结合问题 (1)、(2) 的回复，说明未对西班牙人俱乐部计提商誉减值准备的原因及合

理性，相关会计处理是否符合《企业会计准则第8号—资产减值》以及《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的规定。

### ①西班牙人俱乐部现状

截至2023年5月23日，西班牙人在本赛季西甲联赛以34分位列第十九位，受球员伤病、球员竞技状态、教练团队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。若西班牙人俱乐部至赛季结束时排名较低甚至降级，将直接影响球队电视转播权、门票会员、商业赞助、周边商品销售等方面的收入。

### ②商誉减值测试的相关依据

根据《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，因企业合并形成的商誉应在每年年度终了或在会计期间内出现减值迹象时进行减值测试，商誉减值测试应当估计包含商誉的资产组或资产组组合的可收回金额，以判断商誉是否发生减值或计算商誉减值金额。

《资产评估专家指引第11号——商誉减值测试评估》第七条 商誉减值测试评估价值类型是可收回金额。可收回金额应当根据包含商誉资产组或资产组组合公允价值减去处置费用后的净额与预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

已确信包含商誉资产组或资产组组合公允价值减去处置费用后的净额、预计未来现金流量的现值两者中任意一项金额已超过评估对象账面价值时，可以以该金额为依据确定评估结论。

### ③西班牙人俱乐部商誉减值测试过程

#### A. 未来现金流量的现值

商誉减值测试计算表

单位：万欧元

项目/年度	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年及以后
主营业务收入	11,455.95	12,257.94	13,130.46	14,080.22	15,114.54	15,114.54
主营业务成本	7,770.97	8,301.39	8,880.43	9,512.75	10,160.75	10,160.75
税金及附加	69.62	72.38	75.38	78.64	82.20	82.20
销售费用	173.29	179.98	187.05	194.51	202.40	202.40
管理费用	2,958.55	3,022.78	3,101.60	3,182.78	3,266.39	3,266.39
利润总额：	483.52	681.40	886.01	1,111.55	1,402.81	1,402.81
折旧与摊销	1,635.00	1,622.71	1,622.71	1,622.71	1,622.71	1,622.71
资本性投资	237.85	225.56	975.56	975.56	975.56	1,236.01



营运资金增加及期末回收	200.62	-90.22	-99.72	-110.53	-111.97	0.00
自由现金流量	1,680.06	2,168.77	1,632.89	1,869.23	2,161.94	1,789.52
税前折现率	9.29%					
五年后预计增长率	0.00%					
未来五年内现金流折现	7,301.69					
五年后的现金流折现系数	6.9080					
未来现金流量折现金额总额	19,663.70					
商誉加可辨认净资产账面价值之和	21,554.34					

2022 年度及以后年度的主营业务收入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。主要原因如下：

a. 根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第四条 “企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。”及第十二条 “预计资产的未来现金流量，应当以资产的当前状况为基础，不应当包括与将来可能会发生的、尚未作出承诺的重组事项或者与资产改良有关的预计未来现金流量。”等条款的规定，公司基于俱乐部在 2022 年底的状况为基础预计未来现金流量，对俱乐部商誉进行减值测试。

2022 年 12 月 31 日，西甲联赛进行到第 15 轮，俱乐部排名第 16 名。俱乐部处于保级区。

b. 直至 2023 年 4 月 21 日，公司披露 2022 年年度报告时，西甲联赛进行到第 29 轮，剩余 9 场比赛，俱乐部的排名跌至第 19 名降级区，且降级区和保级区的球队分差接近，俱乐部是否降级存在不确定性。公司从信息披露完整性、谨慎性的角度出发，对上述的情况进行了充分披露，提醒投资者关注。

如上表，俱乐部未来现金流量折算金额总额小于商誉加可辨认净资产账面价值之和，本年需要对俱乐部计提商誉减值，公司计提商誉减值的金额为 1,013.38 万欧元（ $(21,554.34 - 19,663.70) * 53.6\%$ ）。

#### B. 公允价值减去处置费用

##### 商誉减值测试计算表

单位：万欧元

项目	商誉资产组账面价	评估价值	增减值
----	----------	------	-----

		值		
1	流动资产	2,845.33	2,848.33	3.00
2	非流动资产	15,001.28	21,358.65	6,357.37
3	固定资产	6,845.74	14,269.75	7,424.01
4	无形资产	8,001.97	6,935.33	-1,066.64
5	使用权资产	153.57	153.57	-
6	资产总计	17,846.61	24,206.98	6,360.37
7	流动负债	4,436.79	4,436.79	-
8	非流动负债	86.42	86.42	-
9	负债合计	4,523.21	4,523.21	-
	净资产	13,323.40	19,683.77	
	合并日商誉账面价值	4,411.79	-	-
	合并比例	53.60%	-	-
	全部商誉账面价值	8,230.95	-	-
	处置费用	-	177.63	-
10	商誉资产组	21,554.34	19,506.14	-2,048.20

如上表，公允价值减去处置费用法的评估价值为 19,506.14 万欧元，未来现金流量的现值法的评估值为 19,663.70 万欧元，公司选取未来现金流量的现值法对俱乐部 2022 年度的商誉进行减值测试。

综上，按照《企业会计准则第 8 号—资产减值》《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》《资产评估专家指引第 11 号——商誉减值测试评估》的相关规定，公司需要选择两种评估方法对俱乐部进行商誉减值测试，且以评估值孰高为原则，即未来现金流量的现值法的评估值高于公允价值减去处置费用，公司选取未来现金流量的现值法对俱乐部 2022 年度的商誉进行减值测试，商誉减值的金额为 1,013.38 万欧元。

## （二）会计师核查过程及意见：

针对上述事项，我们执行的核查措施包括但不限于以下审计程序：

- （1）向公司管理层了解西班牙人俱乐部的经营状况、经营业绩波动的主要原因；
- （2）对西班牙人俱乐部报告期内的收入、成本及费用明细进行分析性复核；
- （3）对重要的客户及供应商执行了函证；
- （4）抽取了球员转会及赞助收入合同、球员转会记录、西甲转播权排期单、票务明细表、银行单据、发票等各类证据进行复核；
- （5）了解资产负债表日后俱乐部的经营状况；

(6) 关于商誉减值相关事项的核查，我们按照中国注册会计师审计准则的要求，设计和执行了相关程序，针对上述问题我们执行的主要程序如下：

- 1) 了解、评估并测试与商誉减值相关的内部控制的设计及执行有效性；
- 2) 获取并复核商誉及相关资产组组成范围明细表，评价管理层是否按照合理的方法将商誉分摊至相关资产组或资产组组合；
- 3) 了解和评价管理层聘用的外部评估机构的胜任能力、客观性和独立性；
- 4) 访谈外部评估机构，获取评估机构出具的与商誉资产组相关的评估报告，并与其讨论评估报告中使用的关键假设、重要参数及估值模型的合理性；
- 5) 获取管理层编制的各资产组商誉减值测试表，考虑各资产组的历史业绩、行业走势、市场资金成本等，评价管理层选择的估值方法和采用的盈利预测数据、测试参数等的合理性，复核减值测试表计算结果的准确性；

基于上述执行的审计程序，我们认为：公司对于西班牙人俱乐部前期赛季降级及球员交易的具体影响、持续盈利能力的说明，与我们在执行 2022 年度财务报表审计过程中所了解的情况在所有重大方面一致；公司对西班牙人俱乐部计提商誉减值准备，相关会计处理符合《企业会计准则第 8 号—资产减值》以及《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》的规定。

5. 报告期末，你公司递延所得税资产余额为 2.83 亿元，较上年同期增长 8.85%。请你公司结合近三年经营业绩、主营业务持续盈利能力等，分析说明你公司判断未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的依据及合理性，相关递延所得税资产的确认是否符合企业会计准则的相关规定。请年审会计师核查并发表明确意见。

(一) 公司回复：

(1) 公司 2022 年递延所得税资产较上年同期增加了 8.90%，明细如下：

单位：人民币万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日		增长
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	
资产减值准备	12,364.99	2,113.69	9,171.87	1,312.66	-37.90%
内部交易未实现利润	180.57	27.09	318.07	47.71	76.14%

可抵扣亏损	68,392.83	13,147.13	65,903.45	15,308.01	16.44%
公允价值变动	-	-	59.69	14.92	-
待抵扣广告费	18,383.45	2,849.74	18,384.30	3,193.47	12.06%
折旧与摊销差异	23,273.18	3,703.36	23,598.94	4,051.18	9.39%
利息费用差异	16,354.29	4,088.57	17,668.99	4,417.25	8.04%
赔偿准备金	412.67	103.17	20.00	3.00	-97.09%
合计	139,361.98	26,032.75	135,125.31	28,348.20	8.89%

《企业所得税法》第十八条、企业纳税年度发生的亏损，准予向以后年度结转，用以后年度的所得弥补，但结转年限最长不得超过五年。

财政部、税务总局《关于延长高新技术企业和科技型中小企业亏损结转年限的通知》（财税〔2018〕76号）自2018年1月1日起，当年具备高新技术企业或科技型中小企业资格（以下统称资格）的企业，其具备资格年度之前5个年度发生的尚未弥补完的亏损，准予结转以后年度弥补，最长结转年限由5年延长至10年。

根据西班牙当地所得税第27/2014法律的规定，可抵扣亏损无到期日，可以无限期进行抵扣。

根据上述有关规定，公司各板块可抵扣亏损的期限如下：

板块	可弥补亏损的期限
玩具板块	10年
体育板块	永久
游戏板块	5年

## （2）玩具板块

①2021年-2022年玩具板块递延所得税资产明细如下：

单位：人民币万元

项目	2021年12月31日		2022年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	6,486.30	984.14	6,553.39	994.83
可抵扣亏损	32,920.49	5,183.79	13,015.65	2,088.46
合计	39,406.79	6,167.93	19,569.04	3,083.29

近年来，公司因收购西班牙俱乐部及购买星辉中心办公楼，产生了较大的借款，使得公司利息支出增加；加之近几年全球公共卫生事件对公司玩具出口业务产生一定的影响，导致公司在2020-2022年期间产生可抵扣亏损13,015.65万元，2022年底可抵扣亏损相比于2021年底减少60.46%。

②2020年-2022年玩具板块三年经营业绩统计如下：

单位：人民币万元

项目	2020年	2021年	2022年
营业收入	39,772.80	44,321.78	47,665.75
营业成本	27,705.11	30,882.29	31,674.18
利润总额	-8,361.2	-4,810.98	-119.32

受国际贸易环境波动及全球公共卫生事件的影响，2020年公司玩具业务营业收入有所下降，自2021年以来公司玩具业务营业收入逐步恢复，利润总额也有所增加。

③可抵扣亏损的测算过程

财政部、税务总局《关于延长高新技术企业和科技型中小企业亏损结转年限的通知》（财税〔2018〕76号）自2018年1月1日起，当年具备高新技术企业或科技型中小企业资格（以下统称资格）的企业，其具备资格年度之前5个年度发生的尚未弥补完的亏损，准予结转以后年度弥补，最长结转年限由5年延长至10年。

经测试，玩具板块预测未来期间可以获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异，如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
营业收入	48,205.00	50,615.25	55,256.78	55,897.78	56,097.78	56,097.78	56,097.78
营业成本	32,131.20	33,737.76	36,775.54	37,256.34	37,384.34	37,384.34	37,384.34
期间费用	14,568.75	14,482.19	14,716.30	14,189.79	13,476.95	13,476.95	13,476.95
利润总额	1,511.6	2,401.8	3,771.4	4,458.1	5,243.0	5,244.0	5,244.0
减：研发费用加计扣除	1,800.0	1,800.0	1,800.0	1,800.0	1,800.0	1,800.0	1,800.0
应纳税所得额	-288.5	601.8	1,971.4	2,658.1	3,443.0	3,444.0	3,444.0
应纳税所得额合计	15,273.80						
截止2022年12月31日可抵扣亏损金额	13,015.65						
是否可以抵扣	是						

星辉中心部分办公楼处于广州商圈核心地段，出租业务稳定，每年能获得租金收入4,000万左右。公司管理层继续采取稳定的减债措施，预计未来几年公司的债务规模和利息支出将有所减少，玩具板块预测未来期间可以获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异。

④玩具板块持有不动产情况

建筑物	建筑面积	账面价值	评估价值或市	备注
-----	------	------	--------	----

	(平方米)	(万元)	场价值(万元)	
星辉中心	24,407.36	86,189.21	134,240.48	市场价值
诏安县工业园区	71,053.22	14,901.78	21,935.83	评估报告
汕头市澄海区上华镇夏岛路北侧星辉工业园A、B、C幢建筑物	66,750.62	11,844.91	19,818.60	评估报告
汕头市澄海区上华镇夏岛路北侧星辉工业园D、E幢	35,786.47	10,316.33	10,641.24	评估报告
汕头市澄海区华东路东侧厂房	34,925.76	2,867.20	8,857.02	评估报告
汕头市澄海区登峰路厂房	28,713.14	4,872.84	8,304.91	评估报告
荣兴大厦房产	2,011.13	1,818.99	3,016.70	市场价值
宝能T2房产	3,170.14	2,399.03	4,121.18	市场价值
合计	266,817.84	135,210.29	210,935.96	

如上表，截至2022年底，玩具板块持有不动产的账面价值135,210.29万元，评估值或市场价值210,935.96万元，增值率56%，公司未来处置上述一部分不动产可以产生足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异。

### (3) 体育板块

①2021年-2022年体育板块递延所得税资产明细如下：

单位：人民币万元

项目	2021年12月31日		2022年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	-	-	1,560.61	131.05
可抵扣亏损	27,103.13	6,773.59	49,279.39	12,317.45
公允价值变动	-	-	59.68	14.92
折旧与摊销差异	2,298.89	574.72	1,760.12	440.03
利息费用差异	16,354.29	4,088.57	17,668.99	4,417.25
赔偿准备金	412.67	103.17		
合计	46,168.98	11,540.05	70,328.79	17,320.70

如上表所示，体育板块截至2022年12月31日可抵扣暂时性差异70,328.79万元，同比上年末增长52.33%，主要原因是2020/21赛季俱乐部降级、全球公共卫生事件和球员出售产生的负收益的多重影响，导致2021年、2022年俱乐部经营出现较大亏损。

②2020年-2022年体育板块三年经营业绩统计如下：

单位：人民币万元

项目	2020年	2021年	2022年
营业收入	70,182.35	36,656.72	71,333.82
营业成本	53,401.13	57,729.27	71,299.85
利润总额	1,802.55	-42,744.58	-30,581.41

公司体育业务 2021-2022 年出现较大幅度的亏损，主要是受 2020/21 赛季俱乐部降级、全球卫生公共事件和球员出售产生的负收益的多重影响，上述影响是暂时性的。随着球队成绩稳定，转播权收入及门票收入有所增长。综上，俱乐部营业收入实现恢复性增长，盈利能力逐步修复。

### ③可抵扣亏损的测算过程

根据西班牙当地所得税第 27/2014 法律的规定，可抵扣亏损无到期日，可以无限期进行抵扣。

经测试，体育板块预测未来期间可以获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异，如下表所示：

单位：万欧元

项目	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年
营业收入	11,455.95	12,257.94	13,130.46	14,080.22	15,114.54	15,114.54	15,114.54
营业成本	7,770.97	8,301.39	8,880.43	9,512.75	10,160.75	10,160.75	10,160.75
期间费用	3,327.00	3,407.68	3,503.81	3,603.21	3,706.01	3,706.01	3,706.01
利润总额	288.36	476.49	670.84	885.62	1,165.58	1,165.58	1,165.58
减：折旧摊销	67.75	67.75	67.75	67.75	67.75	67.75	67.75
加：利息费用	86.51	142.95	201.25	265.69	349.67	349.67	349.67
应纳税所得额	307.12	551.69	804.34	1,083.55	1,447.51	1,447.51	1,447.51
应纳税所得额合计	7,089.22						
截止 2022 年 12 月 31 日可抵扣亏损金额	6,635.03						
是否可以抵扣	是						

### (4) 游戏板块

#### ①2021 年-2022 年游戏板块递延所得税资产明细如下：

单位：人民币万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,112.92	176.20	1,134.65	198.04
可抵扣亏损	9,998.38	1,597.05	3,586.79	896.70
待抵扣广告费①	18,383.45	2,849.74	18,384.30	3,193.47
赔偿准备金	-	-	20.00	3.00
折旧与摊销差异②	20,974.29	3,128.63	21,838.82	3,611.14
合计	50,469.04	7,751.63	44,964.56	7,902.35

注①《中华人民共和国企业所得税法实施条例》第四十四条 企业发生的符合条

件的广告费和业务宣传费支出，除国务院财政、税务主管部门另有规定外，不超过当年销售（营业）收入 15% 的部分，准予扣除；超过部分，准予在以后纳税年度结转扣除。

注②《中华人民共和国企业所得税法实施条例》第六十七条无形资产按照直线法计算的摊销费用，准予扣除。无形资产的摊销年限不得低于 10 年。

如上表所示，游戏板块截至 2022 年 12 月 31 日可抵扣暂时性差异 44,964.56 万元，同比上年末减少 10.91%，随着游戏版号逐步放开，公司的新产品逐步上市，游戏业务将有积极的改善。

### ②2020 年-2022 年游戏板块三年经营业绩统计如下：

单位：人民币万元

项目	2020 年	2021 年	2022 年
营业收入	70,849.26	63,597.10	41,964.04
营业成本	29,719.33	24,201.82	23,713.89
利润总额	15,977.95	3,378.71	836.07

随着国家政策支持下的行业复苏，公司储备了丰富的游戏产品，后续已有多款游戏取得版号，并计划陆续在中国大陆、中国港澳台、日韩东南亚及欧美等地区发行，游戏业务将有积极的改善。

### ③可抵扣亏损的测算过程

《企业所得税法》第十八条、企业纳税年度发生的亏损，准予向以后年度结转，用以后年度的所得弥补，但结转年限最长不得超过五年。

经测试，游戏板块预测未来期间可以获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异，如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
营业收入	33,091.05	34,083.78	35,106.29	36,159.48	37,241.27
营业成本	17,811.71	19,485.75	20,028.50	20,586.70	21,160.79
期间费用	12,896.58	13,334.41	13,705.85	14,089.80	14,486.74
利润总额	2,382.75	1,263.63	1,371.94	1,482.98	1,593.74
减：研发费用加计扣除	428.50	441.35	454.59	468.23	482.28
加：无形资产摊销会税差异	6,508.00	7,078.00	4,987.00	3,514.30	2,475.31
加：广告超额	634.17	653.20	615.14	574.78	532.04
应纳税所得额	7,138.43	5,960.47	5,139.98	4,535.98	4,085.09
应纳税所得额合计			26,859.95		



项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年
截止2022年12月31日可 抵扣亏损金额	3,586.79				
是否可以抵扣	是				

注：上述表格不包含境外子公司的数据。

## （二）会计师核查过程及意见：

针对上述事项，我们执行了以下审计程序：

（1）获取递延所得税资产明细表，复核递延所得税资产的计算过程是否准确；

（2）访谈公司管理层，了解各公司报告期内的经营状况、亏损产生的原因；查阅相关税务规定，了解递延所得税资产对应的可抵扣暂时性差异是否符合有关规定；

（3）获取公司各年所得税汇算清缴报告，检查可抵扣亏损金额是否正确；

（4）检查公司编制的未弥补亏损的主要经营主体的盈利预测情况，分析是否以未来期间很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产，并检查相关依据是否充分，分析公司确认递延所得税资产是否符合企业会计准则的规定。

基于上述执行的审计程序，我们认为：报告期末公司相关递延所得税资产的确认符合企业会计准则的相关规定。

6. 报告期内，你公司销售费用中广告费用为 0.67 亿元，较上年同期下降 71.61%，广告费用大幅下降主要系你公司游戏业务广告费减少所致。请你公司：

（1）详细列示你公司近三年广告费用明细，包括供应商、费用金额、推广项目、广告类型、投放渠道等，核实广告供应商与你公司、你公司实际控制人是否存在关联关系。

（2）结合你公司游戏业务经营策略及广告投放政策，分析说明近三年你公司广告费用大幅波动的原因及合理性，广告投放策略变动是否与主要游戏经营数据变动趋势相符，是否对你公司游戏业务产生不利影响。

请年审会计师核实相关问题并发表明确意见，说明对广告费用、真实性执行的审计程序、获取的审计证据及结论。

## （一）公司回复：

（1）详细列示你公司近三年广告费用明细，包括供应商、费用金额、推广项

目、广告类型、投放渠道等，核实广告供应商与你公司、你公司实际控制人是否存在关联关系。

2020年-2022年各板块广告费统计如下：

单位：人民币万元

主要板块	2020年	2021年	2022年	2022年增长率
玩具	1,146.28	1,088.12	990.20	-9.00%
游戏	17,383.97	22,068.29	4,974.84	-77.46%
体育	553.31	465.12	777.46	67.15%
合计	19,083.56	23,621.53	6,742.50	-71.46%

如上表所示，2022年销售费用中广告费用为6,742.50万元，较上年同期下降71.61%，其中游戏业务广告费为4,974.84万元，较上年同期下降77.46%。其中，主要指标统计如下：

单位：人民币万元

序号	供应商	推广项目	2020年	2021年	2022年	广告类型	投放渠道
1	供应商一	项目一、项目二、项目三、项目四	2,406.30	4,610.77	112.44	媒体广告投放	google、抖音
2	供应商二	项目一、项目二、项目三、项目四	1,108.49	2,461.97	387.43	媒体广告投放	applesearch代投/applesearch自投
3	供应商三	项目五、项目六、项目七、项目八	6,861.22	1,862.07	41.75	媒体广告投放	微信、今日头条、广点通
4	供应商四	项目九	1,248.97	1,248.97	730.01	代言费	媒体直播间、微信公众号
5	供应商五	项目五、项目十	1,156.67	0.00	-	媒体广告投放	今日头条、广点通
6	供应商六	项目十一、项目十二、项目十三	-	928.25	81.25	媒体广告投放	微信、今日头条、广点通
7	供应商七	项目一、项目二、项目三、项目四	338.54	896.54	286.29	媒体广告投放	applesearch代投/applesearch自投
8	供应商八	项目十、项目十四等多个游戏	578.86	620.67	592.57	云服务	腾讯云
9	供应商九	项目八、项目十一、项目十三	-	574.62	-	媒体广告投放	B站、知乎
10	供应商十	项目四	-	505.01	-	媒体广告投放	Facebook
11	供应商十一	项目十一	-	475.56	-	代言费	抖音、斗鱼
12	供应商十二	项目十一	-	278.13	-	数据优化	硬核渠道

序号	供应商	推广项目	2020年	2021年	2022年	广告类型	投放渠道
13	供应商十三	项目一、项目三	-	192.71	-	《莱莎的炼金工房》、《仁王2》 IP联动	google、抖音
14	供应商十四	项目六	171.3	28.34	2.29	媒体广告投放	百度搜索、微博
15	供应商十五	项目四、项目十五	124.24	191.53	267.74	云服务	CDS 首都在线
16	供应商十六	项目三、项目四	109.81	186.53	46.94	媒体广告投放	unityADS
17	供应商十七	其他	123.65	186.43	220.5	云服务	阿里云
18	供应商十八	其他	137.94	162.62	169.13	云服务	华为云
19	供应商十九	项目二、项目三	171.51	124.51	36.88	媒体广告投放	adways
20	供应商二十	项目五、项目十六	-	1,258.40	253	媒体广告投放	今日头条、抖音
21	供应商二十	项目十一、项目十六	-	0.00	289	媒体广告投放	今日头条、抖音
22	供应商二十	项目五、项目十一	-	190.00	212	视频制作推广	今日头条、抖音
23	供应商二十	项目五、项目十一	-	412.00	209	视频制作推广	百度腾讯
	合计		14,537.50	17,395.63	3,938.22		

如上表所示，主要供应商与公司、公司实际控制人不存在关联关系。

(2) 结合你公司游戏业务经营策略及广告投放政策，分析说明近三年你公司广告费用大幅波动的原因及合理性，广告投放策略变动是否与主要游戏经营数据变动趋势相符，是否对你公司游戏业务产生不利影响。

#### ①公司经营策略及投放政策

在经营策略上，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，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，建立了完善的发行业务体系，除了中国大陆，还覆盖至中国港澳台、国外日韩东南亚欧美等多个国家和地区，是国家文化出口重点企业。

公司的游戏发行业务分为买量模式及渠道分成模式。买量模式下公司自有的发行团队承担产品的发行，在新游戏上线后通过信息流进行宣传推广，形成大额广告投放支出，吸引客户注册体验并充值消费。随着用户群体的壮大与稳定，公司逐步减少宣传推广力度。尽管减少推广力度，会使得新增用户下降及存量客户的流失，但留下的部分用户将仍保持充值消费行为，形成“长尾效应”。

游戏用户的消费习性、需求偏好受自身及外部环境等多方面因素影响在不断变化，因此单个游戏的广告投入具备灵活性。当出现游戏产品与用户及市场需求匹配度高时，公司将加大推广投入，扩展更多的玩家群，争取后续沉淀更多的用户消费；

当出现数据不及预期时，公司将采取的停止投放、关服停运等措施对产品进行止损；此外，在游戏生命周期的后半段，通过增开分成比例较低的新渠道，增厚产品效益。

## ②近三年广告费波动的原因

2020-2021 年公司广告费支出处于较高的水平，主要原因是由公司发行的产品密集上线，采取买量的模式，包括 2020 年 10 月公司代理产品《游戏六》在日本地区上线，2021 年 4 月自主研发的首款女性向产品《游戏三》在国内各大渠道上线，2021 年 9 月自主研发的《游戏八》于在中国港澳台地区上线，公司代理产品《游戏十》《游戏九》《游戏十一》分别于 2021 年 3 月、9 月、11 月在国内及海外上线等。

2022 年老产品如《游戏三》《游戏八》《游戏十》《游戏十一》《游戏九》等利用广告推广等方式提升流水的效果大幅度减弱，因此公司减少推广力度，相关产品的广告投入减少；同时，2022 年仅上线 2 款产品，其中《游戏十三》由 B 站独家代理，采取渠道分成模式，而《游戏十二》因发行数据不达预期，公司及时止损，减少其宣传推广支出，因此 2022 年的广告费大幅下降。

### 主要游戏 2020 年至 2022 年广告费用支付的情况

单位：万元

项目	区域	上线时间	2020 年		2021 年		2022 年	
			流水	广告费	流水	广告费	流水	广告费
游戏一	中国大陆、日本、韩国等	2017 年 9 月	107,373.87	132.79	75,093.97	102.36	53,319.18	816.91
游戏二	日本、韩国、中国港澳台等	2019 年 8 月	36,454.16	473.96	32,574.73	150.3	27,962.78	41.18
游戏三	中国	2021 年 4 月	278.80	105.12	2,639.90	2,364.34	53.74	21.46
游戏四	中国大陆	2017 年 12 月	10,439.01	8,224.94	2,636.52	2,511.81	1,109.48	1,127.15
游戏五	中国大陆	2019 年 1 月	2,910.44	1,276.14	201.75	67.23	69.96	9.93
游戏六	日本	2020 年 10 月	4,228.58	4,436.65	8,316.47	1,478.12	1,501.87	107.98
游戏七	中国大陆	2020 年 12 月	188.19	383.08	1,881.76	517.49	104.7	13.42
游戏八	中国港澳台	2021 年 9 月	42.40	65.86	11,716.07	3,745.70	7,920.55	1,153.90
游戏九	中国大陆	2021 年 9 月	22.29	86.01	6,789.77	3,126.72	24,227.37	335.32
游戏十	日本	2021 年 3 月	-	-	3,375.35	3,198.74	1,144.37	74.67
游戏十一	日本	2021 年 11 月	-	-	2,153.36	2,310.28	2,055.03	209.67
游戏十二	中国大陆	2022 年 5 月	-	-	-	-	1,162.05	105.33

合计	161,937.74	15,184.55	147,379.65	19,573.09	120,631.08	4,016.92
----	------------	-----------	------------	-----------	------------	----------

综上，公司广告费的波动符合游戏行业的发展规律，公司目前产品储备丰富，未对游戏业务产生不利的影响。

## （二）会计师核查过程及意见：

针对上述情况，我们主要执行了以下审计程序：

（1）查询公司主要广告供应商的工商资料和其他公开信息，核查公司与主要广告供应商是否存在关联关系。

（2）获取公司广告费明细账，分析广告费用变动情况。

（3）向公司相关负责人了解广告费波动的原因，结合游戏上线情况、生命周期等分析其合理性。

（4）选取适当样本对广告费执行抽凭测试，查看合同、对账单、发票、银行回单、广告账号消耗记录等原始凭证。

（5）对主要广告推广费供应商的发生额及余额实施函证程序。

（6）实施截止性测试。

经核查，我们认为：未发现广告供应商与公司及公司实际控制人存在关联关系；公司对于广告费用波动的说明，与我们在执行 2022 年度财务报表审计过程中所了解的情况在所有重大方面一致，针对广告费的审计程序有效，我们获取的审计证据充分，广告费的真实性未发现重大异常。

7. 报告期末,你公司其他应收款余额 1,734.29 万元,较上年同期增长 297.92%。请你公司:

(1) 逐项列示其他应收款的欠款方及关联关系(如有)、交易背景、金额、账期,说明是否存在资金占用或违规提供财务资助的情形。

(2) 说明账龄 1 年以上的其他应收款长期未结算的原因及合理性,是否存在无法收回的风险,结合前述情况说明公司其他应收款坏账准备计提是否充分、谨慎。

请年审会计师进行核查并发表明确意见。

(一) 公司回复:

(1) 逐项列示其他应收款的欠款方及关联关系(如有)、交易背景、金额、账期,说明是否存在资金占用或违规提供财务资助的情形。

截至 2022 年 12 月 31 日,公司其他应收款组成统计如下:

单位:人民币万元

款项性质	期末账面余额	期初账面余额	增加金额
往来款	4,226.07	2,937.37	1,288.70
借款本金	5,203.42	5,203.42	-
押金、保证金	239.33	207.13	32.20
出口退税	-	12.17	-12.17
其他	171.71	2.86	168.85
合计	9,840.53	8,362.95	1,477.58
坏账准备	8,106.25	7,916.03	190.22
其他应收款账面价值	1,734.29	446.92	1,287.36

截至 2022 年 12 月 31 日,其他应收款账面价值 1,734.29 万元,比 2021 年增加 1,287.36 万元,较上年同期增长 288.05%。

2022 年其他应收款的主要欠款方统计如下:

单位:人民币万元

序号	交易对方名称	交易背景	期末账面余额	坏账准备期末余额	期末账面价值	账龄	是否关联关系
1	交易对方一	借款本金	5,203.42	5,203.42	0.00	5 年以上	否
2	交易对方二	往来款	1,172.64	1,172.64	0.00	5 年以上	否
3	交易对方三	往来款	500.00	500.00	0.00	3-4 年	否
4	交易对方四	往来款	250.00	250.00	0.00	5 年以上	否
5	交易对方五	预付金退款	797.16	39.86	757.30	一年以内、1-2 年	否
6	交易对方六	代言费退款	565.08	28.25	536.83	一年以内	否
7	员工	购房借款	136.38	6.82	129.56	一年以内、	否

						1-2年、2-3年	
8	其他	押金、保证金	239.33	11.97	227.37	一年以内、1-2年、2-3年、3年以上	否
	合计		8,864.01	7,212.96	1651.06		

以上欠款方与公司无关联关系，不存在资金占用或违规提供财务资助的情形。

(2) 说明账龄 1 年以上的其他应收款长期未结算的原因及合理性，是否存在无法收回的风险，结合前述情况说明公司其他应收款坏账准备计提是否充分、谨慎。

①公司已向交易对方五支付预付款 797.16 万元，其中账龄在 1 年以上的金额为 530.71 万元。按照合同约定，双方于 2022 年 12 月 31 日进行项目利润核算，对方需将未抵扣完毕的预付款退回公司，截至 2023 年 4 月 30 日，已结算金额为 520.47 万元。

②公司已向交易对方六支付代言费 565.07 万元，双方协商一致，提前终止合同的相关事宜，交易对方六需向公司退回 2022 年 8-11 月的代言费，截至 2023 年 5 月 12 日，已退回全部款项。

③员工借款主要系公司根据《星辉游戏员工购房借款管理办法》向员工提供的购房首付借款，1 年以上的未收回借款金额为 92.47 万元，截至 2023 年 4 月 30 日，已收回借款金额 39.27 万元。公司为了留住人才，为多位员工提供购房借款，员工按照合同约定的还款节奏逐月还款，不存在无法收回的风险。

④其他押金保证金主要系公司为了日常业务的正常进行，向平台、物业管理公司支付的押金、保证金，在未来结束业务时收回。

⑤交易对方一、交易对方二、交易对方三、交易对方四的借款及往来款，账龄均超过 3 年以上，且因上述款项能否全额收回存在重大不确定性，已全额计提坏账准备。

截至 2023 年 5 月 12 日，公司已收回 1,127.82 万元，期后回收率 64.89%，并不存在无法收回的风险。

## (二) 会计师核查过程及意见：

会计师针对上述问题履行了以下核查程序及核查措施：

(1) 获取其他应收款明细表，检查相关合同、银行单据、业务资料等，复核公司会计处理是否合理。

(2)通过公开渠道检查公司主要其他应收款往来单位的工商信息、经营情况，复核与公司是否存在存在关联关系。

(3)检查其他应收款项目账龄明细表，复核账龄计算是否准确，相关坏账准备计提是否充分。

(4)对主要其他应收款项目进行函证，并结合期后交易记录，分析坏账准备计提是否充分。

经过核查，我们认为：

未发现公司其他应收款中存在应披露为关联方但未披露的情况，未发现存在资金占用或违规提供财务资助的情形，公司其他应收款坏账准备计提充分。



（本页为关于星辉互动娱乐股份有限公司对《关于对星辉互动娱乐股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函（2023）第109号）回复的签署页，本页无正文。）

广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二三年五月二十三日



编号: S1052020060684G(1-1)

统一社会信用代码

91440101MA9W0YP8X3

# 营业执照

(副本)



扫描二维码登录  
“国家企业信用  
信息公示系统”  
了解更多登记、  
备案、许可、监  
管信息。

名称 广东司农会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 合伙企业(特殊普通合伙)

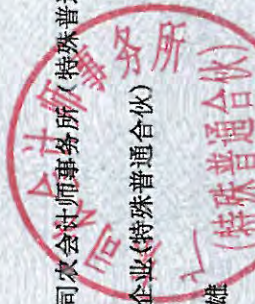
执行事务合伙人 吉争雄

经营范围 商务服务业(具体经营项目请登录国家企业信用信息公示系  
统查询,网址: <http://www.gsxt.gov.cn/>。依法须经批准的项目,  
经相关部门批准后方可开展经营活动。)

出资额 壹仟贰佰捌拾贰万柒仟陆佰元(人民币)

成立日期 2020年11月25日

主要经营场所 广州市南沙区望江二街5号中惠璧珑湾自编12栋  
2514房(一址多照)(仅限办公)



2022年12月22日

登记机关



# 会计师事务所 执业证书

名称：东司农会计师事务所（特殊普通合伙）

（普通合伙）

首席合伙人：吉争雄

主任会计师：

经营场所：广州市南沙区望江二街5号中惠璧

珑湾自编12栋2514房

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：4010293

批准执业文号：粤财穗函〔2020〕27号

批准执业日期：2020年12月9日



证书序号：0016045

## 说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关：广州市财政局

委托事项：专项章  
日期：二〇二〇年十二月六日

中华人民共和国财政部制