

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
【2022】第 520 号）回复的会计师意
见

司农专字[2022]21006220050 号

目 录

报告正文.....	1-55
-----------	------

**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【2022】第 520 号）回复的
会计师意见**

司农专字[2022]21006220050 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【2022】第 520 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，你公司游戏业务实现营业收入 6.06 亿元，较上年同期减少 6.48%；实现净利润 4,834.50 万元，较上年同期减少 70.50%；境内游戏业务收入 2.47 亿元，较上年同期下降 33.62%；境外游戏业务收入 3.59 亿元，较上年同期增长 30.15%。请你公司：

（1）结合你公司游戏业务成本、费用的变动情况说明游戏业务净利润大幅下降的原因及合理性。

（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、营销投放策略说明上述变动的原因及合理性、是否与同行业公司可比业务存在重大差异。

（3）结合行业环境、公司经营策略说明境内外游戏业务收入变动趋势背离以及境外游戏每用户平均收入显著偏高的原因及合理性，并充分提示相关业务风险。

（4）你公司全资子公司星辉游戏（香港）有限公司实现净利润 1.35 亿元，请详细说明其主营业务及利润构成。

请会计师说明对游戏业务收入确认执行的审计程序、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) 结合你公司游戏业务成本、费用的变动情况说明游戏业务净利润大幅下降的原因及合理性。

2020-2021 年公司游戏业务净利润的构成如下：

单位：人民币万元

项目	2020 年度	2021 年度	变动比例
主营业务收入	64,838.48	60,637.50	-6.48%
主营业务成本	23,803.31	21,390.05	-10.14%
期间费用	24,035.39	35,166.78	46.31%
其中：管理费用	4,544.33	4,096.28	-9.86%
销售费用-广告费	17,383.97	22,068.29	26.95%
销售费用-其他	1,610.62	2,144.66	33.16%
财务费用	183.02	1,185.10	547.52%
研发费用	313.46	5,672.46	1,709.63%
所得税费用	-650.36	-1,911.72	193.95%
净利润	16,386.00	4,834.50	-70.50%

如上表，2021 年度公司游戏业务实现主营业务收入 60,637.50 万元，较上年同期减少 6.48%；2021 年度公司游戏业务发生期间费用为 35,166.78 万元，较上年同期增长 46.31%；2021 年度公司游戏业务实现净利润为 4,834.50 万元，较上年同期减少 70.50%。2021 年度公司净利润大幅下降的原因如下：

① 主营业务收入及销售费用中广告费变动原因分析

2020-2021 年主要游戏产品的数据统计如下：

单位：人民币万元

项目	区域	上线时间	2020 年度				2021 年度			
			流水	收入	成本	广告费	流水	收入	成本	广告费
游戏一	国内、日本、韩国等	2017 年 9 月	107,373.87	23,552.22	4,714.00	132.79	75,093.97	18,082.89	2,371.50	102.36
游戏二	日本、韩国、港澳台等	2019 年 8 月	36,454.16	10,234.11	-	473.96	32,574.73	8,327.26	-	150.30
游戏三	国内、日本、韩国、欧美等	2018 年 3 月	10,829.27	3,086.85	1,689.82	-	1,652.82	716.23	418.03	128.85
游戏四	国内	2019 年 10 月	5,898.11	4,723.88	3,844.18	340.95	2,305.00	1,533.26	1,637.04	19.26
游戏五	国内、港澳台	2021 年 4 月	278.80	54.36	250.30	105.12	2,639.90	1,850.10	4,028.57	2,364.34
游戏六	国内	2017 年 12 月	10,439.01	8,306.35	2,547.97	8,224.94	2,636.52	1,644.73	1,043.00	2,511.81
游戏七	国内	2019 年 1 月	2,910.44	2,569.81	831.29	1,276.14	201.75	328.92	192.61	67.23
游戏八	国内	2018 年 10 月	3,127.23	1,729.68	912.89	536.70	2,137.04	681.73	239.34	67.43
游戏九	国内	2016 年 7 月	1,516.28	1,362.80	446.19	7.98	836.60	598.17	199.89	-
游戏十	国内	2019 年 5 月	6,388.10	937.96	606.67	-	5,385.82	780.83	350.91	-

项目	区域	上线时间	2020 年度				2021 年度			
			流水	收入	成本	广告费	流水	收入	成本	广告费
游戏十一	日本	2020 年 10 月	4,228.58	3,136.45	1,084.00	4,436.65	8,316.47	5,826.31	2,135.78	1,478.12
游戏十二	国内	2020 年 12 月	188.19	142.72	17.71	383.08	1,881.76	1,230.16	536.90	517.49
游戏十三	港澳台	2021 年 9 月	42.40	38.26	-	65.86	11,716.07	7,811.32	2,913.44	3,745.70
游戏十四	国内	2021 年 9 月	22.29	31.36	-	86.01	6,789.77	3,534.50	564.73	3,126.72
游戏十五	日本	2021 年 3 月	-	-	-	-	3,375.35	2,368.90	943.63	3,198.74
游戏十六	日本	2021 年 11 月	-	-	-	-	2,153.36	1,523.71	489.94	2,310.28
游戏十七	国内	2021 年 8 月	-	-	-	-	150.59	140.55	36.27	247.25
合计			189,696.73	59,906.81	16,945.02	16,070.18	159,847.52	56,979.57	18,101.58	20,035.88

注：销售费用中广告费包含广告费、市场推广费及服务器费用。

a、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《游戏八》《游戏七》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年度分别存在一定的下滑。

b、为提升游戏业务的核心竞争力，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和新市场，2021年3月公司代理产品《游戏十五》在日本地区上线，2021年4月自主研发的首款女性向产品《游戏五》在国内各大渠道上线。为提升用户口碑，扩大产品的影响力，上述两款产品在上架前期均投入较多营销推广费用，而产品上架后数据未达到预期，导致当期的广告费用增加而收入未有相应提升。

c、公司自主研发的《游戏十三》于2021年9月在港澳台地区上线，代理产品《游戏十四》《游戏十六》分别于2021年9月、11月在国内及日本地区上线，按照游戏运营的一般规律，新游戏上架后需要进行宣传推广，从而产生较大的推广支出，导致上架后出现短暂性亏损。随着用户群体的壮大与稳定，公司逐步减少宣传推广力度，游戏充值收入超过推广支出，从而实现产品盈利，这是新游戏产品上架后盈利的延迟效应。

②研发费用的变动原因分析

2020年-2021年当期费用化的主要产品如下表所示：

单位：人民币万元

游戏项目	2020年	2021年	增减变动	变动原因
游戏一	154.53	-	-154.53	Demo验收前，游戏业务归集成本直接费用化
游戏二	23.42	-	-23.42	
游戏三	-	746.82	746.82	
游戏四	-	262.66	262.66	
游戏五	-	693.95	693.95	
游戏六	-	56.77	56.77	
游戏七	-	71.51	71.51	
游戏八	-	306.75	306.75	
游戏九	-	28.83	28.83	
游戏十	12.94	437.18	424.24	

游戏项目	2020年	2021年	增减变动	变动原因
游戏十一	94.26	1,607.53	1,513.27	由于游戏版号停发，对不再符合资本化条件的在研游戏项目的开发支出转为研发费用
游戏十二	-	383.01	383.01	
游戏十三	-	806.32	806.32	
游戏十四	-	271.11	271.11	
游戏十五	28.3	-	-28.30	外包费尾款，已上线，直接费用化
合计	313.45	5,672.44	5,358.99	

游戏业务成本归集分为游戏上线前和游戏上线后两个阶段，（1）在游戏项目立项并通过 demo 测试前，游戏业务归集成本直接费用化；（2）在游戏项目立项并通过 demo 测试后，将与游戏项目开发相关的成本（包括人力成本、美术外包、房租水电、差旅交通等）进行资本化，记入“开发支出”科目归集。（3）待游戏上线后将“开发支出”科目转入“无形资产”科目进行核算，并按照直线法在预计使用期内分期摊销计入当期损益；（4）若游戏项目无法如期上线，则将“开发支出”科目转让“研发费用”科目，当期全额费用化；（5）游戏上线后在预计使用期内提前结束运营，将剩余未摊销的无形资产余额全部结转当月成本。

公司游戏业务上线前后会计政策如下：

阶段	会计科目	运营状态	会计政策		
			立项&demo前	立项&demo后	
				正常上线	无法上线
上线前	开发支出		费用化	资本化	费用化
上线后	无形资产	正常运营		按使用期内平均摊销	
		提前结束运营		将剩余成本当月一次性结转损益	

综上，公司主营业务收入下降及广告费用增加导致 2021 年的净利润出现大幅下降。2022 年，国家新闻出版总署时隔 8 个月重启国产网络游戏版号发放，分别于 4 月、6 月发放 45 个及 60 个国产网络游戏版号。尽管游戏版号发放数量不多，但却为游戏行业带来积极的信息。目前公司已有 3 款游戏产品通过总局的最终审核，尚待批复。

（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、营销投放策略说明上述变动的原因及合理性、是否与同行业公司可比业务存在重大差异。

①境内前五大游戏各季度的经营数据统计:

游戏名称	季度	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	59,049.00	60,110.00	10,797.00	67.82	73.22	335.59
	第二季度	1,226,018.00	1,226,284.00	111,036.00	166.53	1,849.13	1,664.03
	第三季度	181,868.00	234,918.00	20,144.00	163.33	329.02	270.15
	第四季度	50,777.00	80,180.00	3,585.00	82.08	29.42	34.51
游戏四	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
游戏五	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	-

游戏名称	季度	2020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	236,118.00	397,409.00	86,516.00	2,084.38	18,033.22	84.76
	第二季度	147,442.00	301,041.00	76,789.00	2,035.84	15,633.00	19.89
	第三季度	98,734.00	237,421.00	71,776.00	2,140.39	15,362.90	12.33
	第四季度	163,298.00	302,324.00	93,041.00	1,493.58	13,896.45	15.81
游戏四	第一季度	565,518.00	610,111.00	66,822.00	733.99	4,904.66	1,567.52
	第二季度	249,117.00	275,429.00	27,717.00	1,209.08	3,351.21	3,022.38
	第三季度	160,822.00	181,530.00	18,490.00	1,044.02	1,930.39	1,126.91
	第四季度	108,876.00	110,538.00	10,617.00	1,490.71	1,582.69	2,508.14
游戏五	第一季度	912,771.00	940,234.00	28,187.00	510.22	1,438.17	535.33
	第二季度	907,806.00	934,149.00	12,531.00	577.29	723.40	-
	第三季度	376,003.00	399,973.00	19,121.00	260.29	497.70	2.62
	第四季度	241,503.00	251,162.00	13,741.00	376.96	517.97	3.76

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，产品上线后的用户数量、ARPU值和充值流水均大幅上升。

c、公司自研的二次元女性向RPG手游《游戏三》于2021年4月上线，为提升游戏业务的核心竞争力，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，该产品在上线前期投入较多营销推广费用，而产品上线后数据未达到预期，导致上线后充值流水大幅下降。

d、公司代理游戏《游戏四》《游戏五》分别于2017年12月、2018年10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。

② 境外前五大游戏各季度的经营数据统计：

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)
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	-
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	-
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	-
	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	-
游戏四	第一季度	36,237	78,083	13,391	2,837.28	3,799.40	631.69
	第二季度	34,030	62,402	8,359	2,923.60	2,443.84	585.76
	第三季度	11,757	37,246	4,497	3,058.59	1,375.45	10.76
	第四季度	5,640	16,231	2,645	3,017.67	798.17	1.65
游戏五	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

游戏名称	季度	2020 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)
游戏一	第一季度	111,208	183,204	29,931	2,235.99	6,692.54	-
	第二季度	104,322	185,274	31,719	2,884.57	9,149.57	-
	第三季度	82,857	162,588	28,714	3,045.30	8,744.28	-
	第四季度	83,476	163,543	30,118	3,185.35	9,593.63	-
游戏二	第一季度	6,333	49,204	12,713	4,190.06	5,326.82	-
	第二季度	5,721	46,319	13,105	4,214.29	5,522.82	-
	第三季度	17,042	55,439	13,550	4,251.29	5,760.50	-
	第四季度	17,517	55,969	12,999	4,635.82	6,026.11	-
游戏三	第一季度	6,976	131,058	16,871	3,175.67	5,357.67	-
	第二季度	6,282	126,766	16,213	3,148.89	5,105.29	-
	第三季度	4,207	114,853	14,162	3,409.92	4,829.13	-
	第四季度	3,287	107,857	13,088	2,961.05	3,875.42	-
游戏四	第一季度	-	-	-	-	-	-
	第二季度	-	-	-	-	-	-
	第三季度	-	-	-	-	-	-
	第四季度	212,462	212,462	25,224	1,766.99	4,457.05	4,436.65

a、公司自研 SLG 游戏《游戏二》《游戏三》分别于 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、公司代理游戏《游戏四》于 2020 年 10 月上线，新游戏上线后需要进行宣传推广，从而产生较大的推广支出，随着用户群体的壮大与稳定，逐步减少宣传推广力度，游戏充值收入超过推广支出，从而实现产品盈利。

c、公司自研的《游戏五》于 2021 年 9 月 22 日港澳台地区上线，公司加大产品的推广力度，该产品获得中国台湾地区 iOS 畅销榜、免费榜双总榜第一的成绩，峰值流水达 5,300 万元。

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。

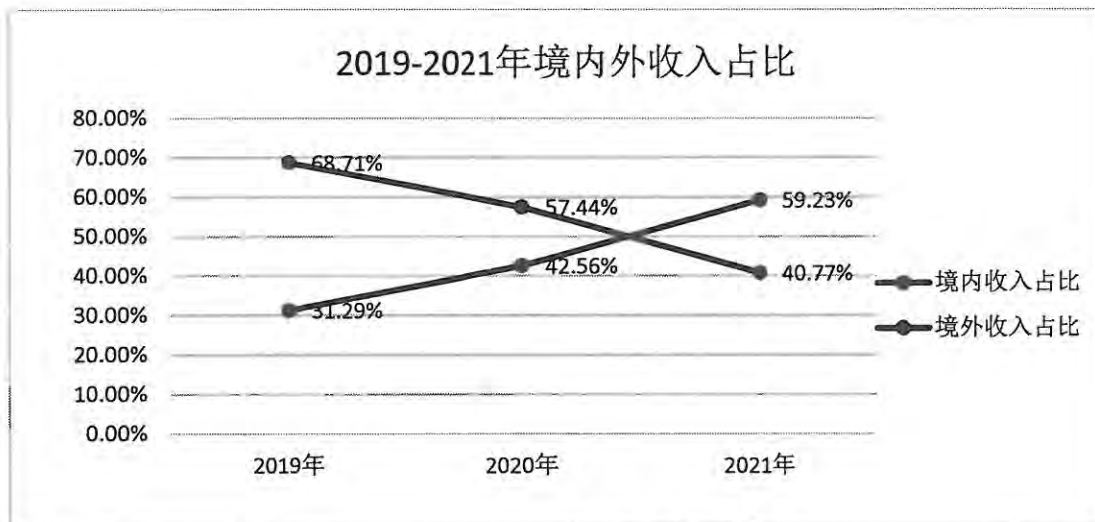
c、游戏品质的不同。同品类、同地区的情况下，游戏品质对游戏经营数据有明显影响，例如公司《三国群英传》《霸王之野望》属于 SLG 品类中的精品游戏，对应 arpu 值也偏高。

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。

(3) 结合行业环境、公司经营策略说明境内外游戏业务收入变动趋势背离以及境外游戏每用户平均收入显著偏高的原因及合理性，并充分提示相关业务风险。

①境内外游戏业务收入变动趋势背离的原因及合理性。

近年来，受国内政策影响，中国市场竞争压力加剧，同时，海外游戏市场的潜力展现，吸引了众多中国游戏企业布局海外。受益于国内游戏市场发展迅速及国内游戏研发水平不断提高，中国自研产品在海外的竞争优势逐渐增强。根据中国音数协游戏工委（GPC）、中国游戏产业研究院发布的《2021 年中国游戏产业报告》，今年我国游戏产业出海规模、海外市场的渗透范围和产品销售规模依然保持增长。2021 年，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达 180.13 亿美元，比 2020 年增加了 25.63 亿美元，同比增长 16.59%。公司秉持“产品系列化、市场国际化、发行品牌化”的发展战略，积极布局国内移动网络游戏海外发行和运营，以精品游戏为载体推动中华文化走向世界。提升公司游戏产品在海外市场的市场份额，从而提升公司的整体盈利能力。公司 2019-2021 年境内外收入占比表：



如上图，2019-2021 年公司境外游戏业务收入实现稳定增长，并在 2021 年首次超过境内收入，有助于缓解国内游戏业务的政策压力，并有利于公司整体游戏收入的稳定增长。主要原因如下：

A、国家新闻出版署 2021 年全年仅有 397 款国产移动游戏过审，国内版号获批数量较 2020 年过审的 660 款下降将近 40%。公司因重要游戏产品未能按原计划获取版号，游戏上线时间推迟且存在不确定性，导致公司境内游戏业务收入下降。

B、2021 年，公司自研古风战争策略手游《霸王之野望》，海外月均流水达 2,715 万元；经韩国 NEXON Korea Corporation 授权并由公司自主研发的《枫之谷 R：经典新定义》上线后获得中国台湾地区 iOS 畅销榜、免费榜双总榜第一的成绩，峰值流水达 5,300 万元；公司独家代理并在日本地区上线的《帕尼利亚战纪》获得当地 iOS 游戏免费榜第二、GooglePlay 游戏免费榜第四的成绩，为公司境外游戏业务收入做出贡献。

②境外游戏每用户平均收入显著偏高的原因及合理性

2021 年境外前五大游戏各季度 ARPU 值统计：

单位：元/人

游戏名称	类型	季度	ARPU 值
游戏一	SLG	第一季度	2,737.52
		第二季度	2,919.69

游戏名称	类型	季度	ARPU 值
		第三季度	2,955.68
		第四季度	2,960.00
游戏二	SLG	第一季度	4,365.93
		第二季度	3,579.36
		第三季度	3,414.54
		第四季度	3,638.15
游戏三	SLG	第一季度	2,987.22
		第二季度	2,878.26
		第三季度	2,187.79
		第四季度	2,991.07
游戏四	放置卡牌	第一季度	2,837.28
		第二季度	2,923.60
		第三季度	3,058.59
		第四季度	3,017.67
游戏五	SLG	第一季度	924.02
		第二季度	2,358.74
		第三季度	3,275.75
		第四季度	2,435.91

a、与境内游戏相比，公司境外游戏产品数量少，主要以经过境内数据验证的精品手游为主，而境内的部分游戏虽然新增用户数量高，但充值收入偏低，拉低了用户平均收入。

b、公司境外产品以 SLG 品类为主，如《三国群英传》《霸王之野望》《霸王之业-波澜万丈的三国志》等，SLG 品类具有生命周期长、用户付费高的特性，明显拉升了境外用户的平均收入。

c、境外的主要产品《三国群英传》《霸王之野望》《三国武神传》等均为 2021 年之前上线的老产品，在 2021 年内活跃的用户大多数为游戏的核心老用户，对产品的忠诚度高，付费意愿强，进一步提升了境外用户的平均收入。

③充分提示相关业务风险。

a、公司游戏业务从区域上划分为境内游戏业务与境外游戏业务。由于 2021 年

国产游戏版号暂停发放，以及存量游戏受限于产品生命周期而流水下降，导致公司境内游戏业务亏损。

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。自2021年7月23日起，国家新闻出版总署连续8个月暂停发放游戏版号，直至2022年4月及6月，国家新闻出版总署才分别发放45个、60个国产网络游戏版号。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，导致公司游戏产品存在不能按期上线的风险。

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、延长生命周期，则存在用户流失、游戏流水下降的风险。

d、游戏技术及内容更迭速度快，用户对产品品质要求日趋提高，游戏行业竞争日益加剧，对公司在产品研发、渠道运营、产品推广等方面带来了挑战。公司在新产品上线后进行营销投入，可能存在新游戏流水收入未达预期、投入无法回本的风险。

针对上述风险，公司通过建立和完善产品研发及运营体系，持续为产品研发、发行和生命周期的有效规划提供保障，积极在产品玩法、技术等多个层面进行研发创新，通过持续创新提升产品品质和用户体验。同时，公司秉持市场国际化的经营策略，积极开拓海外游戏市场，挖掘游戏产品的全球化潜力，确保公司持续盈利能力和经营业绩。

(4) 你公司全资子公司星辉游戏（香港）有限公司实现净利润1.35亿元，请详细说明其主营业务及利润构成。

2021年星辉游戏（香港）有限公司实现净利润的构成如下：

单位：人民币万元

项目	金额
营业收入	33,711.71
其中：境外游戏	33,711.71
营业成本	8,951.14
其中：游戏分成	8,477.97

期间费用	11,321.59
其中：游戏广告推广费	10,249.32
减值损失（损失以“-”号填列）	38.81
净利润	13,481.00

如上表所述，2021年星辉游戏（香港）有限公司实现境外游戏业务收入33,711.71万元，实现净利润为13,481.00万元。

2021年主要游戏产品数据统计如下：

单位：人民币万元

项目	区域	运营模式	上线时间	流水	收入	分成及广告费	收入占比	分成及广告费占比
游戏一	日本	自研外发	2018年3月	15,905.01	4,085.90	807.48	12.12%	4.31%
	韩国	自研外发	2018年3月	7,240.57	1,622.64	332.67	4.81%	1.78%
	港澳台	自研外发	2017年10月	3,836.58	768.99	206.02	2.28%	1.10%
游戏二	日本	自研外发	2019年8月	30,607.17	7,048.71	1,614.00	20.91%	8.62%
游戏三	港澳台	自研自发	2021年9月	11,716.07	7,811.32	6,640.52	23.17%	35.46%
游戏四	日本	独代发行	2020年10月	8,316.31	5,826.17	2,852.45	17.28%	15.23%
游戏五	日本	独代发行	2021年3月	3,375.34	2,368.90	3,280.58	7.03%	17.52%
游戏六	日本	独代发行	2021年11月	2,129.87	1,507.44	2,557.85	4.47%	13.66%
合计				83,126.92	31,040.07	18,291.57	92.07%	97.68%

自2017年开始，得益于《三国群英传》《霸王之野望》《三国武神传》《枫之谷R：经典新定义》《帕尼利亚战纪》等产品陆续在海外上线，海外游戏业务收入稳步上升。

（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 2021 年的发展状况，以及公司游戏分部的 2021 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) 对重要客户进行访谈。

(8) 对境内外收入和毛利执行分析性复核程序，评价收入、毛利率变化的合理性。

(9) 实施函证程序。

(10) 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。

2. 报告期内，你公司足球俱乐部业务实现营业收入 3.63 亿元，较上年同期减少 47.95%；实现净利润-3.20 亿元。你公司表示，足球俱乐部业务业绩下滑主要系皇家西班牙人俱乐部（以下简称“西班牙人”）上赛季降级及新冠疫情的双重影响所致，西班牙人已于 2021 年下半年重返西甲联赛。请你公司：

(1) 量化说明赛季降级及新冠疫情对足球俱乐部业务 2021 年全年业绩的具体影响。

(2) 结合西班牙人俱乐部已于 2021 年下半年重返西甲联赛的情况，说明赛季

降级能否解释足球俱乐部业务业绩较上年同期大幅下降的成因。

(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，并结合足球俱乐部业务持续亏损的情况及问题(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。

请会计师、评估师进行核查并发表专业意见。

(一) 公司回复：

(1) 量化说明赛季降级及新冠疫情对足球俱乐部业务2021年全年业绩的具体影响。

2021年俱乐部主营业务收入及净利润

单位：人民币万元

收入项目/季度	2021年1-6月	2021年7-12月	2021年合计
电视转播权	2,949.89	22,806.62	25,756.51
赞助及广告	1,612.98	4,323.47	5,936.45
票务	757.03	1,652.40	2,409.43
出售球员	1,157.31	107.38	1,264.69
足球衍生品	699.21	250.98	950.19
主营业务收入小计	7,176.42	29,140.85	36,317.27
净利润	-21,371.56	-9,901.40	-31,272.96

a、2021/22 赛季俱乐部重返西甲联赛后，2021 年 7-12 月电视转播权收入为 22,806.62 万元，较 2021 年 1-6 月电视转播权收入 2,949.89 万元上涨了 673.13%。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。

b、受上赛季降级及疫情因素的双重影响，西甲联盟自2020年3月起至2021年9月空场比赛，球迷不再能够购票进场观赛，导致2021年度上半年俱乐部票务收入和赞助及广告收入均有明显下降。2021年10月3日西甲联赛已开放100%现场观赛，目前俱乐部正在积极出售季票和年票，2021年下半年俱乐部票务收入和赞助及广告收入均有所上升。

c、为了保证球队稳定发展，减少竞技成绩波动，俱乐部在2021年夏季转会窗口开启时未出售球员，俱乐部现已储备了大量的优秀球员，保障俱乐部未来健康发展。

截至2021年12月31日，西班牙人俱乐部总资产为20,053.06万欧元、负债总额为8,385.78万欧元，资产负债率为41.82%，自并购以来呈现了根本性改善，俱乐部的财务状况在西甲联盟各俱乐部中处于较好水平。俱乐部良好的财务状况及逐年提升的营业规模，增强了持续经营能力及偿债能力，为未来的长足发展打下了基础。

(2) 结合西班牙人俱乐部已于2021年下半年重返西甲联赛的情况，说明赛季降级能否解释足球俱乐部业务业绩较上年同期大幅下降的成因。

单位：人民币万元

收入项目/季度	2020年	2021年	变动比例
电视转播权	49,383.65	25,756.51	-47.84%
赞助及广告	7,037.27	5,936.45	-15.64%
票务	3,209.77	2,409.43	-24.93%
球员转会	9,077.60	1,264.69	-86.07%
足球衍生品	1,063.44	950.19	-10.65%
主营业务收入小计	69,771.73	36,317.27	-47.95%
人工成本	36,239.15	42,326.67	16.80%
折旧、摊销成本	13,119.19	13,497.40	2.88%
其他	4,032.64	1,897.46	-52.95%
主营业务成本小计	53,390.98	57,721.53	8.11%
净利润	-41.17	-31,272.96	-75,864.33%

如上表所示，2021 年确认收入 36,317.27 万元，与去年同期相比下降 47.95%，2021 年实现净利润-31,272.96 万元，与去年同期相比下降 75,864.33%，主要原因如下：

a、俱乐部降级对电视转播权收入的影响

受上赛季降级因素影响，2021 年俱乐部确认电视转播权收入 25,756.51 万元，与去年同期相比下降 47.84%。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。

b、2020 年俱乐部确认了降级补助金收入 3,010.00 万欧元（折合人民币 23,705.26 万元）

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。

c、2020 年俱乐部出售了青训培养球员马克罗卡到拜仁慕尼黑，实现营业收入 889.85 万欧。为了保证球队稳定发展，减少竞技成绩波动，俱乐部在 2021 年夏季转会窗口开启时未出售球员，俱乐部现已储备了大量的优秀球员，保障俱乐部未来健康发展。

d、2021 年下半年西班牙人俱乐部重返西甲联赛，产生了团队升级奖金成本 898.60 万欧元。

(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，并结合足球俱乐部业务持续亏损的情况及问题（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 2022 年 6 月 10 日，西班牙人在本赛季西甲联赛以 42 分位列第十四位。其中在 2021 年 10 月 3 日西甲第 8 轮，西班牙人在主场以 2-1 战胜皇马。2021 年 6 月，西班牙人青训球员普阿多入选西班牙国奥队，征战东京奥运会并取得银牌。

2) 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	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年及以后
主营业务收入	11,151.25	11,904.52	12,723.32	13,613.84	14,582.89	14,582.89
利润总额：	685.21	904.11	1,144.31	1,407.96	1,697.39	1,697.39
自由现金流量	2,397.07	3,178.01	1,495.73	1,776.59	2,087.73	2,063.37
税前折现率	9.49%					
五年后预计增长率	0.00%					
未来五年内现金流折现	8,544.32					
五年后的现金流折现系数	6.70					
未来现金流量折现金额总额	22,370.37					
商誉加可辨认净资产账面价值之和	21,647.71					

注①：2022 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。

B、资产基础法

与轻资产业务不同，公司体育业务配置了较多的实物资产。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 12 月 31 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 2021.12	评估值
西班牙 Cornella 市 Baix 街 100 号	体育场、办	76,477.57	36,000.00	-	9,640.88	11,701.77

	公室					
西班牙 santAdriandelbesos 市大街 Matar ó 76 号	训练 场、办 公室	30,549.00	50,016.00	-	1,510.13	1,630.30
一队球员	竞赛	-	-	25	5,248.50	12,919.00
合计		107,026.57	86,016.00	25	16,399.51	26,251.07

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 9,851.56 万欧元未能体现在财务报表中。

根据 2022 年 3 月出具的评估报告，西班牙人俱乐部球员总价值已达约 1.29 亿欧元。同时，西班牙人俱乐部拥有的两个球场——比赛球场与训练球场，估值均有提升。

经测试，未发现西班牙人俱乐部商誉价值存在减值迹象。

3) 体育业务大幅度亏损的情况下未对其计提商誉减值准备的原因

a、体育业务出现较大幅度亏损的原因是暂时性的

报告期内，公司体育业务出现较大幅度的亏损，主要是受上赛季降级及新冠疫情的双重影响，这些影响是暂时性的。本赛季俱乐部已重返西甲联赛，同时新冠疫情也得到有效控制，转播权收入及门票收入大幅增长。同时，球员转会市场也逐步回暖。综上，俱乐部营业收入实现恢复性增长，盈利能力逐步修复。

b、俱乐部拥有完整的资产资源体系，均实现保值或不同幅度的增值

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、超过 120 年的足球文化沉淀及品牌积累、拥有成熟先进的青训体系及完整的梯队序列。

根据 2022 年 3 月出具的评估报告，西班牙人俱乐部球员总价值已达约 1.29 亿欧元。同时，西班牙人俱乐部拥有的两个球场——比赛球场与训练球场，估值均有提升。

2022 年 1 月 18 日，经西班牙足协确认，西班牙国家队对阵阿尔巴尼亚的比赛，将于 2022 年 3 月 26 日在西班牙人主场（即：RCDE 球场）举办，这是加泰罗尼亚地区在 18 年后再次承办国家队比赛。作为欧足联评选的四星级球场，RCDE 球场的价值及品牌将再次得到肯定。

c、俱乐部拥有完善的青训体系、培养多名优秀足球队员

西班牙人足球俱乐部青训营，即达尼哈尔克体育城，是西班牙人的“造星工厂”，西班牙及欧洲人才输出率最高的青训营之一，建有 U8-U19 共 12 支男子梯队和 8 支女队。近五个赛季，西班牙人各级梯队在顶级联赛中共赢得 15 个冠军 21 个亚军和 7 个季军，并斩获 6 次地中海杯冠军、5 次加泰罗尼亚杯冠军；刚刚结束的 21-22 赛季，12 支男子梯队中有 9 支都打进联赛前三，其中 4 冠 3 亚，是欧洲高水平青少年赛事的冠军常客。此外，俱乐部青训营常年为各级别国家队输送人才，本赛季已有 11 名青训球员入选相应级别的国家队梯队，另有 14 名球员入选加泰罗尼亚大区代表队。在西班牙 U21 国家队近三次获得欧青赛冠军的球队中，都有出自西班牙人青训的球员：迪达克（2011 年）、阿尔瓦罗-巴斯克斯（2013 年）、艾伦-马丁和马克-罗卡（2019 年），其中艾伦-马丁于 2017 年入选欧洲金童奖候选名单。在世界范围内的职业联赛中，有 89 名球员出自西班牙人青训营，其中有 36 名目前效力欧洲五大联赛。2021/22 赛季，西班牙人一线队中有高达 36% 的球员出自自家青训体系，包括佩德罗萨、达德尔、梅伦多、队长戴维-洛佩斯、普阿多等核心球员，以及入选西班牙人 U21 的国青球员约安-加西亚。

西班牙人的百年青训理念和体系，通过青训基地、足球学校以及在中国、日本、芬兰、美国等国家开设的共 11 家国际足球学院的培养和推广，致力于为世界范围内热爱足球、享受足球的孩子们提供一个集专业、稳定、开放于一体的综合教育平台，为全世界输送专业的高水平足球人才。

德国球员转会市场（足球运动员估值最权威的市场）可查询到，从西班牙人青训走出的现役球员最高身价列表如下：

单位：万欧元

球员中文名	球员名称	位置	目前球队	历史最高身价
大卫·洛佩斯	David López	中场	西班牙人	1,500.00
达德尔	Sergi Darder	中场	西班牙人	1,400.00
佩德罗萨	Adrià Pedrosa	右后卫	西班牙人	1,000.00
梅伦多	Óscar Melendo	右边锋	西班牙人	1,000.00
比达尔	Aleix Vidal	左后卫	西班牙人	1,000.00
丹尼·奥尔莫	Dani Olmo	前腰	莱比锡	5,000.00

杰拉德·莫雷诺	GerardMoreno	中锋	比利亚雷亚尔	4,000.00
埃里克·贝利	EricBailly	中防	曼联	3,500.00
霍尔丹	JoanJordán	中场	塞维利亚	3,000.00
马克·罗卡	MarcRoca	中场	拜仁	3,000.00
保·洛佩斯	Paul López	守门员	马赛	2,400.00
马克·巴特拉	MarcBartra	中防	皇家贝蒂斯	2,200.00
合计				29,000.00

d、转播权收入仍有较大增长空间

自 2016 年 1 月并购西班牙人俱乐部以来，营业收入较并购前增长超过一倍，尤其是转播权收入从 2014/2015 赛季 2,361.83 万欧元增长至 2021/2022 赛季 6,200.00 万欧元，净利润也从并购前的亏损转为常规经营状态下的盈利（受新冠疫情及上赛季降级因素的双重影响，俱乐部近两个赛季出现亏损）。

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
	2022/23~2026/27 赛季	49.50 亿欧元	-	-

从时间纵向角度看，西班牙足球联赛国内、海外转播权收入在 2019/20~2023/24 赛季、2022/23~2026/27 赛季总销售额分别为 49.50 亿欧元、49.05 亿欧

元，其中海外转播权收入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 2028/2029 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仍不足英国超级联赛转播权收入规模的 60%，但差距在缩小，未来仍有较大增长空间。

e、俱乐部现役球员的表现

2021/22 赛季，西班牙人一线队多名球员多次被国家队征召。2021 年 11 月，西班牙人前锋德托马斯第一次入选西班牙国家队并首发出场，其违约金从 6,000 万欧元上涨至 7,000 万欧元；2022 年 1 月，西班牙人前锋武磊和后卫卡夫雷拉分别入选中国和乌拉圭国家队。

2022 年 3 月，西班牙人再次有多达 5 名球员入选各级别国字号队伍：德托马斯（西班牙）、埃雷拉（委内瑞拉）、凯迪-巴雷（阿尔巴尼亚）、卡夫雷拉（乌拉圭）和约安-加西亚（西班牙 U21）。本赛季，核心球员表现如下（包括西甲和国王杯）：

序号	球员姓名	出场次数	首发次数	进球数	助攻数
1	德托马斯	36	35	17	3
2	普阿多	33	28	5	1
3	佩德罗萨	33	33	2	2
4	卡夫雷拉	40	40	2	0
5	达德尔	39	38	3	9

前锋德托马斯以 17 粒进球获得本赛季西甲本土最佳射手奖，中场球员达德尔以 9 个助攻位列西甲本土助攻榜第 4，门将迭戈-洛佩斯以 115 次领衔西班牙本土守门员补救第一。此外，球员卡夫雷拉、佩德罗萨等为俱乐部后防线提供强有力的支撑，俱乐部现已储备了大量的优秀球员，保障俱乐部未来健康发展。

f、CVC 注资事项

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 242.50 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，西班牙人俱乐部截止 2022 年 6 月 10 日已获得 2,606.09 万欧元的资金，占比 33.50%，剩余资金预计于 2022 年 7 月-12 月获得 525.40 万欧元、2023 年 6 月获得 2,713.63 万欧元、2024 年 6 月获得 1,934.88 万欧元。借款期限 40 年，利率为 0.00%，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）。这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。

综上，俱乐部一方面积极加强内部管理，做好预案储备，主动防范或降低疫情风险带来的影响；另一方面依托完善的青训体系，为球队长期发展储备人才，提升球队竞技水平，确保俱乐部资产的保值增值。

（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） 访谈公司管理层，向管理层了解西班牙人俱乐部报告期内的经营状况、亏损产生的原因以及未来的经营计划；

（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） 抽取了球员销售及赞助收入合同、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） 关于降级补助相关事项的核查，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) 我们获取了降级补助金的官方规定, 查询俱乐部降级补助的公开报道信息, 结合与俱乐部管理层的访谈, 了解俱乐部降级补助的原因、金额等基本情况;

2) 获取降级补助文件、银行单据等原始资料, 复核账面记录的金额是否准确、会计处理是否正确;

3) 对降级补助金进行截止测试, 分析降级补助是否计入正确的会计期间;

(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;

从来源机制上看, 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。各俱乐部收取的降级补助金, 用于支持降级初期的财政支出。

<p>第五条 当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时, 企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入:</p>	<p>降级补助金确认为营业收入</p>
<p>(一) 合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务;</p>	<p>根据《西甲总规》第 11 册的规定</p>
<p>(二) 该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务(以下简称“转让商品”)相关的权利和义务;</p>	<p>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, 以支持降级初期的财政支出, 从实</p>
<p>(三) 该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款;</p>	

(四) 该合同具有商业实质, 即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额;	现形式看, 降级是启动条件, 这是联盟的保护性政策。
(五) 企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。	俱乐部已分别在 2020 年 8 月、2020 年 11 月、2020 年 12 月收取 1413.90 万欧元、752.50 万欧元、843.60 万欧元降级援助金。

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业绩下滑原因的
解释与说明, 与我们在执行 2021 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; 西班牙人俱乐部降级补助的会计处理符合《企业会计准则第 14 号
——收入》的相关规定, 确认为营业收入; 公司未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。

3. 最近三年你公司流动比率分别为 0.59、0.45、0.29, 速动比率分别为 0.56、
0.42、0.25, 呈持续下滑趋势。报告期末, 你公司货币资金余额为 0.84 亿元, 较
期初同比减少 77.69%, 短期借款及一年内到期的非流动负债余额合计为 9.98 亿元。
请你公司:

(1) 补充披露截至目前合并报表范围内有息负债情况, 包括但不限于融资(借
款)方式、融出方、融入方、借款日、还款日、融资(借款)金额等, 是否存在逾
期或者违约的情况。

(2) 结合你公司货币资金、现金流及收支安排、债务到期、融资成本、融资结
构、融资渠道等情况, 说明你公司日常经营是否受到影响, 是否存在短期偿债压力,
是否存在流动性风险及拟采取的应对措施。

(一) 公司回复:

(1) 补充披露截至目前合并报表范围内有息负债情况, 包括但不限于融资(借款)
方式、融出方、融入方、借款日、还款日、融资(借款)金额等, 是否存在逾期或者违
约的情况

截至 2022 年 6 月 9 日，公司合并报表范围内有息负债合计 178,167.22 万元，统计如下：

单位：人民币万元

序号	借款人	借款机构	借款金额	现利率	原利率	借款期限		担保方式	抵质押情况	是否逾期及违约
						发放日	到期日			
1	星辉互动娱乐股份有限公司	机构一	9,998.00	3.48%	4.50%	2022/6/2	2023/3/1	抵押借款+实控人担保	星辉中心 7-9/11-15/17-20/23-26 层写字楼抵押	否
			8,000.00	4.20%	4.35%	2022/3/31	2031/12/31			
			24,288.68	5.83%	7.20%	2018/11/1	2033/11/1			
			6,735.10	4.90%	4.95%	2020/10/27	2033/11/1			
			5,307.69	4.95%	5.00%	2021/1/20	2033/11/1			
			4,657.26	5.24%	5.39%	2021/8/25	2033/11/1			
2	星辉互动娱乐股份有限公司	机构二	2,500.00	4.20%	4.35%	2022/6/1	2023/6/1	信用借款+实控人担保	无	否
3	星辉互动娱乐股份有限公司	机构三	5,000.00	未变动	4.35%	2021/9/16	2022/9/16	信用借款+实控人担保	无	否
4	广东星辉天拓互动娱乐有限公司	机构四	5,000.00	未变动	4.30%	2022/1/21	2023/1/19	抵押借款+实控人担保	星辉中心 21-22 层写字楼抵押	否
5	星辉互动娱乐股份有限公司	机构五	25,000.00	4.20%	4.35%	2022/4/29	2023/1/23	抵押借款+实控人担保	星辉中心 10 层写字楼抵押	否
6	星辉互动娱乐股份有限公司	机构六	5,000.00	未变动	4.90%	2022/3/28	2023/3/14	抵押借款+实控人担保	汕头和福建厂房抵押	否
			20,000.00	未变动	5.23%	2020/3/24	2023/3/24			

7	星辉互动娱乐股份有限公司	机构七	10,500.00	4.35%	4.80%	2022/5/24	2023/5/24	信用借款+实控人担保	无	否
8	巴塞罗那皇家西班牙人足球俱乐部体育股份有限公司	机构八	1,605.95	未变动	4.23%	2021/6/28	2022/7/20	电视转播权质押	电视转播权应收款质押	否
9	巴塞罗那皇家西班牙人足球俱乐部体育股份有限公司	机构九	322.02	未变动	5.50%	2021/1/11	2022/7/20	电视转播权质押	电视转播权应收款质押	否
10	巴塞罗那皇家西班牙人足球俱乐部体育股份有限公司	机构十	14,727.18	未变动	4.87%	2021/7/30	2025/7/20	电视转播权质押	电视转播权应收款质押	否
11	雷星(香港)有限公司	机构十一	3,243.57	未变动	2.80%	2019/1/16	2025/12/16	抵押借款+实控人担保	香港物业抵押(按揭)	否
12	星辉互动娱乐股份有限公司	机构十二	18,900.00	未变动	4.35%	2022.5.18	2023.4.28	无	无	否
13	星辉体育(香港)有限公司	机构十三	7,381.77	未变动	4.35%	2022.4.13	2023.4.12	无	无	否
合计			178,167.22							

注：机构十二和机构十三系公司实际控制人陈雁升控股的公司，上述借款（包括展期款项）按照银行同期贷款基准利率计算利息，无需提供保证、抵押、质押等任何形式的担保。该笔借款事项是为了更好得满足公司日常经营需要，补充公司营运资金，相比其他融资方式具有较大的灵活性和便捷性，亦有利于公司降低融资成本，拓宽了公司的融资渠道，有利于公司发展。

截至目前，除中国银行汕头分行的转贷业务计划于 2022 年 6 月底前完成，其他境内短期借款到期日均为 2023 年，公司尚无短期偿债压力，尚不存在流动性风险。

(2) 结合你公司货币资金、现金流及收支安排、债务到期、融资成本、融资结构、融资渠道等情况，说明你公司日常经营是否受到影响，是否存在短期偿债压力，是否存在流动性风险及拟采取的应对措施。

①公司近年来债务总额及债务结构的变动

近年来，公司因投资西班牙人俱乐部及购置集合办公平台（星辉中心），产生了较大的借款。得益于相关资产整体保值增值、公司持续稳定的经营性现金流入及公司管理层坚持稳定的减债措施，公司债务总额显著下降，具体情况如下表下图 A、B。

A、2017-2021 年合并资产负债率、带息债务净额和经营性现金净流量情况统计

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 12 月 31 日或 2021 年度
带息债务	长期借款	106,905.30	142,365.66	75,848.99	63,038.43	67,276.01
	短期借款	67,024.22	71,659.82	88,372.16	75,014.95	67,666.64
	一年内到期流动负债	21,195.83	35,011.39	39,825.47	32,869.25	32,102.51
	应付债券	74,708.39	3,667.72	-	0.00	0.00
带息债务余额		269,833.74	252,704.59	204,046.62	170,922.63	167,045.16
相关保证金			4,750.00	13,590.00		
带息债务净额		269,833.74	247,954.59	190,456.62	170,922.63	167,045.16
资产负债率		56.27%	53.58%	48.65%	45.17%	52.77%①
经营性现金净流量		28,101.87	62,540.29	81,991.93	65,153.88	10,000.83

注①：2021 年底公司资产负债率为 52.77%，主要是因为 2020/21 赛季受俱乐部降级及新冠疫情的双重影响，导致公司在 2021 年度产生亏损，使得 2021 年底资产负债率有所上升。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司短期负债为 67,666.64 万元，一年内到期的长

期负债为 32,102.51 万元，账面货币资金为 8,361.75 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。2021 年度，公司财务费用中利息支出已经下降至 1 亿元以内，减债降息效果显著。

近年来，公司的债务结构得到实质性优化，将以短期负债为主的债务结构，转换为以长期负债为主的债务结构，同时带息债务总额也进一步减少，如下表。

单位：人民币万元

带息债务类别/期间	2019 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期负债	88,372.16	62.83%	75,014.95	63.12%	67,666.64	59.73%
一年内到期的长期负债	39,825.47		32,869.25		32,102.51	
长期负债	75,848.99	37.17%	63,038.43	36.88%	67,276.01	40.27%
合计	204,046.62	100.00%	170,922.63	100.00%	167,045.16	100.00%

B、2017 年 9 月-2021 年 12 月合并带息债务净额



②公司偿债计划及后续的融资安排

截至 2021 年 12 月 31 日，公司短期借款及一年内到期的非流动负债合计为 99,769.15 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	现利率	原利率	状态	授信额度
1	银行一	1-3年	4.20%	4.9%-5.225%	进行中	25,000.00
2	银行二	1年	4.20%	4.35%	已完成	25,000.00
3	银行三	1年	4.35%	4.80%	已完成	10,500.00
4	银行四	1年	3.48%	4.50%	已完成	9,998.00
5	银行五	1年	4.20%	4.35%	接近完成	5,000.00
6	银行六	1年	4.20%	4.35%	进行中	2,500.00
7	银行七	1年	未变动	4.50%	到期后归还	5,000.00
8	银行八	1年	未变动	4.79%	到期后归还	3,500.00
9	银行九	1年	未变动	4.35%	到期后归还	2,400.00
10	银行十	1年	未变动	4.23%-5.5%	到期后归还	10,288.00
合计：				-	-	99,186.00

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，在公司本年已完成或即将完成的续贷业务中，各家金融机构的贷款利率均较以往年度有不同程度的下降，进一步降低了公司整体的融资成本。

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	14,500.00	2022.5-2023.4
合计	44,500.00	

上述授信额度到期后公司可以重新申请额度。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，以降低资金成本、提高资金使用效率。

4. 报告期末，你公司预付款项余额为 0.82 亿元，账龄在 1 年以上的占比为 25.79%。请你公司请补充说明账龄在 1 年以上、期末余额在 100 万元以上预付款项的具体情况，包括交易对方名称、金额、账龄、具体用途、合同约定结算时间、未能及时结算的原因，交易对方与你公司是否存在关联关系。请会计师核实上述预付款项是否具有商业实质，是否构成资金占用或对外提供财务资助，并发表明确意见。

(一) 公司回复：

(1) 2020-2021 年预付款项账龄统计如下：

单位：人民币万元

账龄		2020 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		本年增加额
		金额	比例	金额	比例	
1 年以内		7,058.28	85.13%	6,290.74	74.21%	-767.54
1 年以上	1 至 2 年	966.47	11.66%	1,741.78	20.55%	775.31
	2 至 3 年	80.02	0.96%	439.62	5.19%	359.60
	3 年以上	186.52	2.25%	4.95	0.05%	-181.57
	小计	1,233.00	14.87%	2,186.34	25.79%	953.34
合计		8,291.28	100%	8,477.09	100%	185.81

如上表所示，2021 年底账龄在 1 年以上预付账款合计 2,186.34 万元，占比 25.79%，相比 2020 年底增加 953.34 万元，增幅 77.32%。

(2) 公司账龄在一年以上的预付账款主要项目统计如下：

单位：人民币万元

序号	交易对方名称	具体用途	金额	期后已结算情况	账龄	合同约定结算时间	是否存在关联关系
1	供应商一	预付分成款	600.00	-	1-2 年	2023 年 10 月 31 日前	否
2	供应商二	宝马车厂授权金	433.61	219.28	1-2 年	2022 年 12 月 31 日、2024 年 6 月 30 日前	否
3	供应商三	预付分成款	383.77	-	2-3 年	2025 年 2 月 28 日前	否

4	供应商四	预付分成款	341.96	341.96	1-2年	2022年12月31日前	否
合计			1,759.34	561.24			

如上表，账龄在1年以上、期末余额在100万元以上的预付账款合计1,759.34万元，公司与上述交易方均不存在关联交易。截至2022年5月31日，主要交易对手已结算561.24万元，结算率31.90%，未结算主要原因如下：

① 公司已向供应商一支付600万元，获取金庸武侠小说《鹿鼎记》的游戏改编权。目前该产品尚处于开发阶段，可在游戏上线后按渠道充值流水的比例抵扣预付款，不构成资金占用或对外提供财务资助。

② 向供应商二支付的433.61万元，是公司根据合同约定预付的车厂授权金，公司按合同期限内实际销售情况进行结算，截至2022年5月31日，已结算219.28万元，不构成资金占用或对外提供财务资助。

③ 公司向供应商三支付383.77万，为IP版权预付游戏分成款。目前，《枫之谷R：经典新定义》因未获得版号，国内地区尚未上线，导致预付款项未结算，可在游戏上线后按渠道充值流水的比例抵扣预付款，抵扣期限为2025年2月28日前，不构成资金占用或对外提供财务资助。

④ 公司向供应商四支付341.96万元，款项内容为《幻世九歌》的预付分成款。《幻世九歌》于2021年9月上线，是一款以九宠助战为特色的仙幻大世界MMO手游，预付分成款可在游戏上线后逐期抵扣，截至2022年5月31日，预付分成款已全部结算完毕，不构成资金占用或对外提供财务资助。

（二）会计师核查过程及意见：

针对上述事项，我们执行的具体核查措施包括但不限于以下审计程序：

（1） 查询公司预付款项余额重大的供应商的工商资料和其他公开信息，核查公司与上述供应商是否存在关联关系。

（2） 查阅上述供应商的相关合同、采购交易明细，核查相关业务原始单据，确认预付款项是否与合同约定一致，确定会计处理是否正确。

（3） 对上述供应商进行访谈。

（4） 检查银行流水，收款人是否与合同及账面记录一致。

(5) 实施函证程序。

基于执行的审计程序，我们认为：公司的预付款项具有商业实质，未发现构成资金占用或对外提供财务资助的事项。

5. 报告期末，你公司递延所得税资产余额为 2.60 亿元，较上年同期增长 75.32%。请结合你公司近三年经营业绩，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。请会计师核查并发表明确意见。

(一) 公司回复：

(1) 公司 2021 年递延所得税资产较上年同期增加了 75.32%，明细如下：

单位：人民币万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2021 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	10,367.29	1,225.58	12,364.99	2,113.69	72.46%
内部交易未实现利润	146.10	23.45	180.57	27.09	15.51%
可抵扣亏损	28,470.74	4,746.79	68,392.83	13,147.13	176.97%
公允价值变动	74.07	11.11	-	-	-
待抵扣广告费	14,925.03	2,299.03	18,383.45	2,849.74	23.95%
折旧与摊销差异	19,739.44	3,268.44	23,273.18	3,703.36	13.31%
利息费用差异	13,084.06	3,271.01	16,354.29	4,088.57	24.99%
赔偿准备金	9.86	2.47	412.67	103.17	4,083.33%
合计	86,816.59	14,847.88	139,361.98	26,032.75	75.32%

《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

1) 2020年-2021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	2020年12月31日		2021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	6,702.67	1,017.91	6,486.30	984.14
可抵扣亏损	24,430.81	3,809.60	32,920.49	5,183.79
交易性金融工具、衍生金融工具的估值公允价值变动	74.07	11.11	-	-
合计	31,207.55	4,838.62	39,406.79	6,167.93

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；加之新冠疫情对公司玩具出口业务产生一定的影响，导致公司在2018-2021年期间产生可抵扣亏损32,920.49万元。

2) 2019年-2021年玩具板块三年经营业绩统计如下：

单位：人民币万元

项目	2019年	2020年	2021年
营业收入	57,172.55	39,772.80	44,321.78
营业成本	37,959.63	27,705.11	30,882.29

利润总额	-7,906.52	-8,361.2	-4,810.98
------	-----------	----------	-----------

受新冠疫情的影响，2020 年公司玩具业务营业收入有所下降，随着疫情常态化防控措施落实，公司玩具业务营业收入逐步恢复。

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	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
营业收入	47,550.00	51,305.00	55,425.50	59,948.05	60,148.05	60,548.05	60,548.05	60,549.05	60,550.05
营业成本	33,748.50	36,279.40	39,013.34	42,020.67	42,156.67	42,292.67	42,293.67	42,293.67	42,293.67
期间费用	12,775.00	12,568.75	12,082.19	11,516.30	11,789.79	12,076.95	11,476.95	11,476.95	11,476.95
利润总额	1,056.50	6,463.35	5,336.47	7,417.58	7,208.09	7,184.93	7,784.93	7,785.93	7,786.93
减：研发费用加计扣除	1,500.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
应纳税所得额	-443.5	4,663.35	3,536.47	5,617.58	5,408.09	5,384.93	5,984.93	5,985.93	5,986.93
应纳税所得额合计	42,124.71								
截止2021年12月31日可抵扣亏损金额	39,406.79								
是否可以抵扣	是								

随着疫情常态化防控措施落实，公司的经营状况逐渐恢复正常，星辉中心部分办公楼出租，每年能获得租金收入4000万左右。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大幅减少，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 (平方米)	账面价值(万 元)	评估价值或市 场价值(万 元)	备注
星辉中心	24,407.36	88,983.09	134,240.48	市场价值
诏安县工业园区	71,053.22	15,347.74	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	9,035.45	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	8,442.58	10,641.24	评估报告
汕头市澄海区华东路东侧厂房	34,925.76	3,676.91	8,857.02	评估报告
汕头市澄海区登峰路厂房	28,713.14	1,555.02	8,304.91	评估报告
荣兴大夏房产	2,011.13	1,933.35	3,016.70	市场价值
合计	263,647.70	128,974.14	206,814.78	

如上表，截至 2021 年底，玩具板块持有不动产的账面价值 128,974.14 万元，评估值或市场价值 206,814.78 万元，增值率 60.35%，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

1) 2020 年-2021 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	2020 年 12 月 31 日		2021 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
可抵扣亏损	968.85	239.95	27,103.13	6,773.59
折旧与摊销差异	3,099.00	774.75	2,298.89	574.72
利息费用差异	13,084.06	3,271.01	16,354.29	4,088.57
赔偿准备金	9.86	2.47	412.67	103.17
合计	17,161.76	4,288.18	46,168.98	11,540.05

如上表所示，体育板块截至 2021 年 12 月 31 日可抵扣暂时性差异 46,168.98 万元，同比上年同期增长 169.02%，主要原因是 2020/21 赛季俱乐部降级和疫情的双重影响导致 2021 年当期利润总额亏损 42,744.58 万元。

2) 2019年-2021年体育板块三年经营业绩统计如下:

单位: 人民币万元

项目	2019年	2020年	2021年
营业收入	121,741.63	70,182.35	36,656.72
营业成本	67,116.96	53,401.13	57,729.27
利润总额	29,001.50	1,802.55	-42,744.58

公司体育业务 2021 年出现较大幅度的亏损, 主要是受上赛季俱乐部降级及新冠疫情的双重影响, 这些影响是暂时性的。本赛季俱乐部已重返西甲联赛, 同时新冠疫情也得到有效控制, 转播权收入及门票收入大幅增长。同时, 球员转会市场也逐步回暖。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: 人民币万元

项目	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年及以后
营业收入	85,076.20	90,823.13	97,070.00	103,864.08	111,257.27	111,257.27
营业成本	58,708.67	62,218.42	66,046.29	70,222.49	74,780.15	74,780.15
期间费用	22,557.94	23,195.93	23,856.79	24,541.47	25,250.87	25,337.08
利润总额	3,809.61	5,408.79	7,166.89	9,100.15	11,226.29	11,140.07
减: 折旧摊销	516.88	516.88	516.88	516.88	516.88	516.88
加: 利息费用	425.42	446.68	469.02	492.48	517.08	542.95
应纳税所得额	3,718.15	5,338.59	7,119.03	9,075.75	11,226.49	11,166.14
应纳税所得额合计	47,644.15					
截止 2021 年 12 月 31 日可抵扣亏损金额	27,103.13					
是否可以抵扣	是					

(4) 游戏板块

1) 2020年-2021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	2020年12月31日		2021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	2,816.81	208.28	1,112.92	176.20
可抵扣亏损	3,071.08	697.24	9,998.38	1,597.05
待抵扣广告费①	14,925.03	2,299.03	18,383.45	2,849.74
折旧与摊销差异②	16,640.45	2,493.70	20,974.29	3,128.63
合计	37,453.36	5,698.25	50,469.04	7,751.63

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2021年12月31日可抵扣暂时性差异50,469.04万元,同比上年同期增长34.75%,主要是由于行业政策趋紧,游戏版号审核更加严格,发放的版号数量逐年下降,行业竞争将更加激烈。公司重要游戏产品未能按原计划获取版号,游戏上线时间推迟,导致游戏业务收入下降。

2) 2019年-2021年游戏板块三年经营业绩统计如下:

单位: 人民币万元

项目	2019年	2020年	2021年
营业收入	89,736.00	70,849.26	63,597.10
营业成本	38,869.88	29,719.33	24,201.82

利润总额	8,541.90	15,977.95	3,378.71
------	----------	-----------	----------

公司游戏新品储备丰富，随着 2022 年版号逐步放开，公司将积极探索创新品类产品市场，2022 年拟上线的游戏见下表：

游戏名称	类型	预计上线时间	发行商
游戏一	自研外发	2022 年 9 月	腾讯
游戏二	自研自发	2022 年 12 月	星辉游戏
游戏三	自研自发	2022 年 8 月	星辉游戏
游戏四	代理	2022 年 5 月	星辉游戏
游戏五	代理	2022 年 11 月	星辉游戏
游戏六	代理	2022 年 12 月	星辉游戏
游戏七	代理	2022 年 7 月	星辉游戏

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	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
营业收入	40,598.55	41,816.51	43,071.00	44,363.13	45,694.03
营业成本	20,797.71	20,999.12	21,629.09	22,277.96	22,946.30
期间费用	15,505.28	16,021.27	16,451.36	16,895.27	17,353.53
利润总额	4,295.55	4,796.13	4,990.56	5,189.90	5,394.20
减：研发费用加计扣除	478.50	492.85	507.64	522.87	538.55
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：广告超限额	993.94	1,023.76	981.51	936.53	888.72
应纳税所得额	11,318.99	12,405.03	10,451.42	9,117.86	8,219.67
应纳税所得额合计	51,512.99				

截止 2021 年 12 月 31 日 可抵扣亏损金额	9,998.37
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) 获取并编制递延所得税资产明细表，复核递延所得税资产的期末余额是否准确；

(2) 访谈公司管理层，了解递延所得税资产对应的可抵扣暂时性差额的形成原因，确定是否符合有关规定，相关计算是否正确；

(3) 向公司管理层了解各公司报告期内的经营状况、亏损产生的原因以及未来的经营计划；

(4) 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；

(5) 检查公司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：报告期末公司递延所得税资产及可抵扣暂时性差异计算准确，各项可抵扣暂时性差异与资产负债表相关项目的勾稽关系未见异常，会计处理符合企业会计准则的规定。

6. 报告期内，你公司销售费用中广告费用为 2.36 亿元，较上年同期增长 24.21%。同时，你公司营业收入较上年同期减少 19.28%。请你公司结合业务开展情况、广告营销策略、受众及营销效果说明广告费用持续处于较高水平的原因、必要性及合理性，与同行业广告费率水平是否一致，并详细列示广告费用明细，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。请会计师核查并发表明确意见，并说明对广告费用真实性执行的审计程序、获得的审计证据及是否充分。

(一) 公司回复:

(1) 2020 年-2021 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	增长率
玩具	1,146.28	1,088.12	-5.07%
游戏	17,383.97	22,068.29	26.95%
体育	553.31	465.12	-15.94%
合计	19,083.56	23,621.53	23.78%

如上表所示,销售费用中广告费用为 23,621.53 万元,较上年同期增长 23.78%,其中游戏业务广告费为 22,068.29 万元,占比 93.42%,较上年同期增长 26.95%。其中,主要游戏项目广告费统计如下

单位：人民币万元

项目	区域	上线时间	2020 年度			2021 年度			广告费增加额
			流水	收入	广告费	流水	收入	广告费	
游戏一	国内、日本、韩国等	2017 年 9 月	107,373.87	23,552.22	132.79	75,093.97	18,082.89	102.36	-30.43
游戏二	日本、韩国、港澳台等	2019 年 8 月	36,454.16	10,234.11	473.96	32,574.73	8,327.26	150.30	-323.66
游戏三	国内、日本、韩国、欧美等	2018 年 3 月	10,829.27	3,086.85	-	1,652.82	716.23	128.85	128.85
游戏四	国内	2019 年 10 月	5,898.11	4,723.88	340.95	2,305.00	1,533.26	19.26	-321.69
游戏五	国内、港澳台	2021 年 4 月	278.80	54.36	105.12	2,639.90	1,850.10	2,364.34	2,259.22
游戏六	国内	2017 年 12 月	10,439.01	8,306.35	8,224.94	2,636.52	1,644.73	2,511.81	-5,713.13
游戏七	国内	2019 年 1 月	2,910.44	2,569.81	1,276.14	201.75	328.92	67.23	-1,208.91
游戏八	国内	2019 年 3 月	3,127.23	1,729.68	536.70	2,137.04	681.73	67.43	-469.27
游戏九	日本	2020 年 10 月	4,228.58	3,136.45	4,436.65	8,316.47	5,826.31	1,478.12	-2,958.53
游戏十	国内	2020 年 12 月	188.19	142.72	383.08	1,881.76	1,230.16	517.49	134.41
游戏十一	港澳台	2021 年 9 月	42.40	38.26	65.86	11,716.07	7,811.32	3,745.70	3,679.84
游戏十二	国内	2021 年 9 月	22.29	31.36	86.01	6,789.77	3,534.50	3,126.72	3,040.71
游戏十三	日本	2021 年 3 月	-	-	-	3,375.35	2,368.90	3,198.74	3,198.74
游戏十四	日本	2021 年 11 月	-	-	-	2,153.36	1,523.71	2,310.28	2,310.28

游戏十五	国内	2021年8月	-	-	-	150.59	140.55	247.25	247.25
合计			181,792.35	57,606.05	16,062.20	153,625.10	55,600.57	20,035.88	3,973.68

2021年游戏业务广告费为22,068.29万元，较上年同期增长26.95%，增长原因如下：

①为提升游戏业务的核心竞争力，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和新市场，2021年3月公司代理产品《游戏十三》在日本地区上线，2021年4月自主研发的首款女性向产品《游戏五》在国内各大渠道上线。为提升用户口碑，扩大产品的影响力，上述两款产品在上架前期均投入较多营销推广费用，而产品上线后数据未达到预期，导致当期的广告费用增加而收入未有相应提升。

②公司自主研发的《游戏十一》于2021年9月在港澳台地区上线，代理产品《游戏十二》《游戏十四》分别于2021年9月、11月在国内及海外上线，按照游戏运营的一般规律，新游戏上线后需要进行宣传推广，从而产生较大的推广支出，导致上线后出现短暂性亏损。随着用户群体的壮大与稳定，公司逐步减少宣传推广力度，游戏充值收入超过推广支出，从而实现产品盈利，这是新游戏产品上线后盈利的延迟效应。

(2) 2021年主要上线产品数据统计

单位：人民币万元

项目	区域	品类	上线时间	流水	收入	广告费
游戏一	国内	RPG	2021年4月	2,269.06	1,726.91	2,364.34
游戏二	港澳台	放置ARPG	2021年9月	11,716.07	7,811.32	3,745.70
游戏三	国内	MMORPG	2021年9月	6,789.77	3,534.50	3,126.72
游戏四	日本	SLG	2021年3月	3,375.35	2,368.90	3,198.74
游戏五	日本	放置RPG	2021年11月	2,153.36	1,523.71	2,310.28
合计				26,674.45	17,088.53	14,745.78

(3) 广告费用明细主要统计如下：

单位：人民币万元

序号	供应商	推广项目	金额	广告类型	投放渠道	占比	是否 关联 关系
1	供应商一	游戏一	2,164.76	媒体广告投放	google、抖音	20.89%	否
		游戏二	1,047.13				
		游戏三	855.72				
		游戏四	538.96				
		其他	4.20				
小计		4,610.77					
2	供应商二	游戏一	1,274.81	媒体广告投放	Facebook、 line、 Twitter、yahoo	11.16%	否
		游戏二	524.52				
		游戏三	466.45				
		游戏四	188.06				
		其他	8.13				
小计		2,461.97					
3	供应商三	游戏一	972.86	媒体广告投放	微信、今日头 条、广点通	8.44%	否
		游戏二	260.17				

序号	供应商	推广项目	金额	广告类型	投放渠道	占比	是否 关联 关系
		游戏三	188.13				
		游戏四	132.20				
		游戏五	121.60				
		其他	187.11				
		小计					
4	供应商四	游戏一	1,248.97	代言费	媒体直播间、微信公众号	5.66%	否
5	供应商五	游戏一	566.98	媒体广告投放	微信、今日头条、广点通	4.21%	否
		游戏二	228.31				
		游戏三	119.43				
		其他	13.54				
		小计					
6	供应商六	游戏一	484.82	媒体广告投放	applesearch 代投/applesearch 自投 /line/Google/Twitter	4.06%	否
		游戏二	222.33				
		游戏三	135.07				
		其他	54.33				
		小计					

序号	供应商	推广项目	金额	广告类型	投放渠道	占比	是否 关联 关系
	小计		896.55				
7	供应商七	游戏一	76.71	云服务	阿里云、腾讯云	2.81%	否
		游戏二	67.91				
		游戏三	52.93				
		游戏四	45.49				
		游戏五	43.98				
		游戏六	38.25				
		游戏七	30.49				
		其他	264.91				
	小计		620.67				
8	供应商八	游戏一	266.61	媒体广告投放	B站、知乎	2.60%	否
		游戏二	208.01				
		游戏三	100.00				
	小计		574.62				
9	供应商九	游戏一	494.99	媒体广告投放	Facebook	2.29%	否
		游戏二	9.97				

序号	供应商	推广项目	金额	广告类型	投放渠道	占比	是否 关联 关系
		其他	0.04				
	小计		505.00				
10	供应商十	游戏一	475.56	代言费	抖音、斗鱼	2.15%	否
11	供应商十一	游戏一	278.13	数据优化	硬核渠道	1.26%	否
12	供应商十二	游戏一	96.82	《莱莎的炼金工房》、《仁王2》IP 联动	google、抖音	0.87%	否
		游戏二	95.89				
	小计		192.71				
13	供应商十三	游戏一、游戏二	192.70	媒体广告投放	今日头条、广点通	0.87%	否
14	供应商十四	游戏一、游戏二	191.53	云服务	CDS 首都在线	0.87%	否
15	供应商十五	游戏一、游戏二	186.53	媒体广告投放	unityADS	0.85%	否
16	供应商十六	其他	186.43	云服务	阿里云	0.84%	否
17	供应商十七	游戏一	163.18	媒体广告投放	电视广告	0.74%	否
18	供应商十八	其他	162.62	云服务	华为云	0.74%	否
19	供应商十九	游戏一、游戏二	137.13	搜索优化	ASO	0.62%	否

序号	供应商	推广项目	金额	广告类型	投放渠道	占比	是否 关联 关系
20	供应商二十	游戏一、游戏二	127.97	代言费	Facebook、 Twitter、 google	0.58%	否
21	供应商二十一	游戏一、游戏二	124.51	媒体广告投放	adways	0.56%	否
22	供应商二十二	游戏一	116.10	媒体广告投放	抖音、星图	0.53%	否
23	供应商二十三	游戏一	105.69	视频制作推广	Facebook、 YouTube	0.48%	否
24	供应商二十四	游戏一	104.79	媒体广告投放	今日头条	0.47%	否
25	供应商二十五	游戏一	103.00	视频制作推广	星辉官网	0.47%	否
合计			16,557.46			75.03%	

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

(4) 同行业广告费率对比如下：

单位：人民币万元

序号	公司名称	股票代码	营业收入-游戏收入	销售费用-广告费	广告费率
1	三七互娱	002555	1,621,649.82	876,998.19	54.08%
2	冰川网络	300533	50,133.47	25,624.80	51.11%
3	星辉娱乐	300043	60,637.50	23,621.53	38.96%
4	神州泰岳	300052	326,480.43	113,836.79	34.87%
5	宝通科技	300031	152,789.96	43,374.91	28.39%

如上表所示，公司 2021 年广告费率为 38.96%，在同行业公司中，广告费率处于中等水平。公司广告投放策略与同行业公司并无差异，均为效果广告或品牌广告，公司通过在 Facebook、Google、腾讯、抖音等渠道投放后获取用户资源。

(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) 对重要广告供应商进行访谈。

(3) 获取公司广告费明细账，复核会计处理。

(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) 向公司相关负责人了解广告费增长的原因，并判断其合理性。

(6) 实施函证程序。

(7) 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，针对广告费的审计程序有效，获取的审计证据充分，广告费的真实性未发现重大异常。

7. 报告期内，你公司支付其他与经营活动有关的现金 4.10 亿元，其中，支付营业费用和管理费用等合计 4.01 亿元。请你公司补充披露所支付营业费用和管理

费用的明细及对应的具体经营相关事项，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。请会计师进行核查并发表明确意见。

(一) 公司回复：

2021 年公司支付营业费用和管理费用等明细如下：

单位：人民币万元

项目	玩具业务	体育业务	游戏业务	投资业务	合计
营业费用：					
广告费用	1,088.13	465.12	21,090.35①	-	22,643.60
授权费用	1,794.89②	-	-	-	1,794.89
业务费用	31.69	18.48	416.14	-	466.31
办公费用	359.25	-	7.30	-	366.55
展览费用	118.00	-	-	-	118.00
租赁费用	78.16	-	-	-	78.16
检测费用	37.32	-	-	-	37.32
差旅费用	4.08	-	9.80	-	13.88
其他	38.51	-	10.81	-	49.32
小计	3,550.03	483.60	21,534.40	-	25,568.03
管理费用：					
办公费用	689.59	6,862.85③	2,269.61	3.27	9,825.32
差旅费用	11.85	1,602.39	305.63	-	1,919.87
中介机构费用	235.03	266.35	225.50	10.24	737.12
业务招待费	32.98	332.57	69.82	-	435.37
行车费用	76.23	16.76	44.62	0.71	138.32
租赁费用	20.94	23.03	52.15	-	96.12
董事会费	-	34.73	-	-	34.73
其他	172.62	56.52	70.72	-	299.86
小计	1,239.24	9,195.20	3,038.05	14.22	13,486.71
研发费用：	901.24	-	184.83	-	1,086.07

同
长
特

项目	玩具业务	体育业务	游戏业务	投资业务	合计
合计	5,690.51	9,678.80	24,757.28	14.22	40,140.81

①2021年，公司陆续上线包括《少女的王座》《霸王之业-波澜万丈的三国志》《幻世九歌》《枫之谷R：经典新定义》等游戏，新游戏上线后均需要投入较高的营销推广费用，故导致当期支付的广告费用较高。

②公司根据合同约定预付的车厂授权金，公司按合同期限内实际销售情况进行结算。

③2021年，体育业务支付了办公费用6,862.85万元，其中包括支付西甲联盟各项手续费2,250.62万元，支付球场维护费1,206.36万元，支付俱乐部安保费560.04万元，支付俱乐部水电燃气费495.72万元。

2021年公司支付的费用均为日常经营活动所必要的支出，符合《企业会计准则》的相关规定。

（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）获取公司营业费用和管理费用的明细表，复核该部分费用在现金流量表的分类是否准确，编制结果是否正确；
- （2）向公司管理层了解该部分费用形成的原因，检查对应的具体经营相关事项的会计处理是否符合会计准则的规定；
- （3）抽取对应的合同协议、台账、银行单据、发票、对账单等证据进行核查；
- （4）对比两期营业费用和管理费用的相关会计处理及现金流量表的披露是否保持一致；
- （5）检查营业费用和管理费用是否已按照企业会计准则的规定在财务报表中作出恰当列报和披露。

基于上述执行的审计程序，我们认为：公司对其支付其他与经营活动有关的现金的说明，与我们在执行财务报表审计过程中所了解的情况在所有重大方面一致；对应的具体经营相关事项的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（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【2022】第 520 号）回复的会计师意见的签署页，本页无正文。）

广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二二年六月十五日



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)

成立日期 2020年11月25日

类型 合伙企业(特殊普通合伙)

合伙期限 2020年11月25日至长期

执行事务合伙人 吉争雄

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)

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。)



登记机关



2022年03月30日



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）

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号中惠壁

珑湾自编12栋2514房

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：44010293

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



中华人民共和国财政部制