

星辉娱乐：持续深化国际化布局 打造健康娱乐生态圈

游戏总部位于广州的星辉互动娱乐股份有限公司，是一家低调务实的综合文体娱乐产业企业。

文/林曦 陈泽云 范子华

作为行业内排名前列的游戏厂商，星辉游戏坚持产品系列化、市场国际化、发行品牌化的战略布局，秉持“延续高质量精品产出，巩固细分市场领先地位”的打法，利用精细化运营、品牌建设和管理体系等方面经验不断打磨精品游戏。

今年上半年，星辉娱乐实现营业总收入8.47亿元，其中，游戏业务盈利能力持续提升，今年上半年游戏业务实现净利润1.25亿元，相比去年同期增长49.58%。

从财务数据来看，上半年星辉娱乐现金流持续改善，经营活动产生的现金流量净额达到2.64亿元，同比大幅增长44.42%；得益于良好的现金流，公司带息债务净额及资产负债率水平稳步下降，带息债务净额由上年同期末的22.46亿元下降至本报告期末的18.03亿元，资产负债率由上年同期末的51.59%下降至本报告期末的48.77%。

公司稳健的财务管控手段，保障了公司未来可持续健康发展。



深化游戏国际化布局 聚焦中国文化输出

近年来，中国游戏产业在海外市场佳讯不断，不少游戏全球下载量超亿次，多个国家游戏榜单前三名被中国游戏占领。乘着“游戏出海”的东风，星辉娱乐也早早布局国际化市场。星辉娱乐董事兼总经理陈创煌对羊城晚报记者表示，移动游戏是中国文化海外输出的重要形式，公司积极布局国内移动网络游戏海外发行和运营。

今年上半年，公司游戏业务实现游戏流水11.43亿元，同比增长5.91%，实现海外流水5.44亿元，同比增长33.21%，占游戏总流水的47.59%；实现主营业务收入3.81亿元，同比增长1.23%，占营业总收入的45.02%；公司海外游戏业务实现营业收入1.41亿元，同比增加

11.72%；海外游戏业务收入占游戏主营业务收入的36.93%。

“2018年，星辉游戏国内和国外占比大概是7比3，到了现在，游戏（国内外）占比已经是6比4，未来我们也将变成5比5。”陈创煌表示，由公司自主研发并由腾讯独家代理的古风历史策略游戏《三国群英传-霸王之业》在今年上半年全球月均流水规模维持在9000万元左右；公司自研古风战争SLG策略手游《霸王之野望》海外月均流水达3000万元左右。

据介绍，星辉游戏自研古风唯美二次元手游《苍之纪元》今年2月在日本上线运营，获得谷歌Google Play市场游戏免费榜排名第一、苹果App Store市场游戏免费榜排名第一的成绩；

自研古风战争SLG策略手游《霸王之野望》在日本地区长期处于Google Play和App Store排行榜前100名。

“接下来，我们将针对国际市场特点，并结合当地语言、文化及玩家偏好实现游戏产品的高度本地化开发及运营，提升公司游戏产品在海外市场份额，从而提升公司的整体盈利能力。”陈创煌表示，星辉游戏已经初步实现了游戏“市场国际化”，把自身的研发品牌打入了国际市场；更希望在这个过程中，把中国优秀的传统文化在海外进行输出。

除了出海，5G云游戏也是今年行业里面的热门话题。数据显示，2018年全国云游戏市场规模仅为6.3亿元；2019年市场规

模增长至22.4亿元。据预测，在5G助推下，2023年的云游戏市场规模将冲击千亿元大关。可以预料的是，谁掌握了5G的浪潮，谁就能乘势走得更远。这方面，星辉游戏积极探索云游戏模式，古风历史策略游戏《三国群英传-霸王之业》已开始进行云游戏的适配测试，上线腾讯游戏旗下云游戏平台“腾讯即玩”。

陈创煌表示，未来公司将继续聚焦策略类、二次元等细分品类的优势资源，积极探索女性向游戏、剧情叙事等创新品类产品市场，满足不同层面的游戏消费需求。今年7月，公司联合B站共同宣布，星辉游戏自主研发的古风二次元手游《拾光梦行》在中国大陆地区将由B站游戏独家代理发行。

助力中国足球发展 树立中西体育合作典范

2015年年底，星辉娱乐收购西班牙人俱乐部的消息曾引起国内足球圈的轰动，现在已经接近5年时间。截至目前，星辉娱乐通过收购和增资等方式，持有西班牙人俱乐部99.55%的股份，几乎实现了对球队的全资控股；并对球队进行了精细化的管理运营，将“西班牙人”这个辐射5.8亿西班牙语人群的老牌劲旅带入国内，成为中国足球耳熟能详的欧洲足球俱乐部之一。

引爆国内球迷关注的，来自于西班牙人2018/19赛季冬窗的一次引援。2019年1月，球队正式官宣中国球员武磊加盟西班牙人，成为唯一一名在欧洲五大联赛效力的中国球员。2019年3月，武磊在西甲赛场上完成了首粒进球，打破

了中国球员在欧洲五大联赛3731天的进球荒。随后，武磊还创造了中国球员在西班牙国王杯、欧联杯正赛比赛的进球，并成为首位攻破巴萨球门的中国球员。

中国球员历史性的突破激动人心，也为俱乐部带来了巨大的影响力。据西班牙《每日体育报》《阿斯报》等媒体的报道，超过3.5亿人对武磊登陆西甲的新闻进行浏览和关注；超过2.2亿人次关注武磊对巴萨的历史性进球；武磊首次代表西班牙人上场比赛吸引了超过4000万球迷观看直播。《人民日报》等国内媒体也点赞“全村的希望”武磊，称他“给中国足球和中国体育带来了信心”。

与此同时，中国和西班牙在足球文化领域的交流也在不断

加深。西班牙驻华大使发文祝贺武磊西甲进球；西甲主席特巴斯称赞武磊的表现和传播影响力。2019年5月，时任中国驻西班牙大使吕凡鼓励武磊“刻苦训练，力争佳绩，为国争光”。2019年7月，中国驻巴塞罗那总领事林楠会见西班牙人主席和球员武磊，表示“中国资本和优秀球员进入西甲并取得成功，为中西体育合作树立了典范”。2020年2月，中国国家队主教练李铁访问西班牙人俱乐部，与球队进行了深入的交流。

2020年是西班牙人俱乐部成立120周年。陈创煌表示：“我们会继续传承球队悠久的足球文化，发扬欧洲职业足球运动的体系化优势，并把先进的足球理念与中国足球实践相结合。”

加大玩具品牌建设 探索“云端”新商机

玩具也是星辉娱乐重要的主营业务板块。今年上半年，星辉娱乐玩具及衍生品业务实现主营业务收入1.18亿元，占营业总收入的13.89%。其中车模玩具业务实现营业收入0.95亿元，婴童用品实现营业收入0.23亿元。

据了解，2020年星辉玩具先后发布了帕加尼Huayra BC益智拼装积木、法拉利及兰博基尼创意拼装车、JEEP大轮越野遥控车、迈凯伦Senna遥控车等玩具新品，并在户外骑行细分市场拓展宝马品牌和路虎品牌儿童自行车产品系列。

今年6月，第127届广交会“云端”召开。星辉玩具精选了

160款产品参展，包括获得宝马公司独家授权的动态静态车模、法拉利正版授权的电动童车，以及太空星龙、智能特犬等寓教于乐的智能机器人玩具，借助“云端”直播，让沟通无障碍，在特殊时期促进全球范围内的交流合作，也擦亮了中国制造的名片。

目前，星辉娱乐在玩具领域已经实现涵盖汽车模型、儿童自行车、电动童车、智能玩具、滑板车、手推车等多元化产品线，总计超过400多款优质玩具产品远销120多个国家和地区。公司品牌“RASTAR”获评广东省著名商标、广东省出口名牌，在90多个国家和地区拥有商标知识产权。



投入30亿元安全专项经费 滴滴进一步提升安全竞争力

绿色生活、高质量就业…… 共享的不止是单车

文沈刊 图受访者供图

“滴滴出行并不是一个简单的撮合交易的平台，而是一个运送生命的平台。”正如滴滴出行总裁柳青此前所说的，滴滴承载的社会责任是巨大的。在2020年，滴滴对外宣布投入近30亿元的安全专项经费，在网约车、两轮车、顺风车、代驾、智慧交通等领域初步建立了一套行之有效的安全体系。统计数据显示，今年1月至11月，滴滴网约车交通伤亡事故率同比去年同期下降35%。

滴滴出行CEO、安全管理委员会主任程维也表示，往后10年，安全会成为科技公司的核心竞争力。



首款定制网约车关注安全 D1为用户提供可定制的出行服务

过去滴滴致力于优化软件，但在分析了大量的出行场景和数据后发现，部分出行问题需要从交通工具侧的变化来解决才更有效。为此，滴滴联合比亚迪，基于滴滴平台的出行数据，共同设计开发了首款定制网约车。同普通网约车相比，D1的安全性更强，科技感更足，同时车辆的舒适度也提高到了一个新高度。

据介绍，D1针对网约车出行场景，在车内人机交互、司乘体验、车联网等多方面进行定制化设计。在性能上，车辆也已经达到了市面上主流电动轿车的水准，同时在轴距和乘坐空

间上还实现了跨级，达到了C级车的水准。作为第一款为共享出行而生的汽车新物种，D1将引领汽车交通出行行业进入一个新的阶段。

“你好，小滴，关门。”司机进入D1后，通过人脸识别或扫码登录滴滴司机端系统，即可语音控制电滑门等，与以往不同的是，D1司机登录的是车控系统，驾驶座前方的10.1寸大屏可看到司机端所有信息，当发现有可接的单时，司机通过方向盘上的橙色“滴滴键”一键接单，不用在行驶过程中用手机接单，可更专注前方道路。

记者了解到，D1搭载了AEB系

统，急行遇障时会自动刹车，保障司乘安全。这也是在同类车型中首次采用AEB系统，也是首款搭载AEB系统的网约车。此外，D1还采用了高度定制的超级座椅、移动公文包等，能够让司机在长时间驾驶工作中减缓疲劳，D1的单侧电滑门让乘客上下车体验更好、更安全。

最受乘客欢迎的是，D1是一款“可遥控”的网约车。乘客上车前可以通过滴滴App调节车内空调温度、风量等。当乘客呼叫D1时，平台会派发一个彩虹颜色与迎驾车辆匹配，“彩虹接驾灯”让乘客更方便找车。

安全与业务均衡发展 滴滴今年投近30亿元安全专项经费

这期间滴滴一直把安全放在第一位。就在刚刚过去的第九个全国交通安全日（12月2日），滴滴公布的数据显示，今年1月至11月，滴滴网约车交通伤亡事故率同比去年同期下降35%。

滴滴出行CEO、安全管理委员会主任程维也在全国交通安全日这个重要节点上复盘了滴滴安全：“感谢all in 安全那一年，滴滴梳理出了安全的方法论，初步建立了一套安全体系。从all in 安全到现在的业务与安全均衡发展，在肉眼可见的进步背后，滴滴已经在交通安全降发生上找到了可以实现的路径。在这一点上，我觉得再多投入都是有价值的。”

据了解，在2019年投入超过20亿元安全专项经费的基础上，滴滴曾对外宣布2020年投入近30亿元安全专项经费，在网约车、两轮车、顺风车、代驾、智慧交通等多个业务上都花了大力气“做”安全。

目前，滴滴智能安全车载设备标配已经覆盖超过50%的网约车订单。桔视除了实现行程加密录音录像等安全功能，还将进一步尝试对行程中不安全行为进行检测，并在必要时根据情况采取紧急干预手段。

在出行安全预防上，滴滴平台已围绕行驶中手持接打电话、分心操作手机、严重超速、疲劳驾驶等多种不安全驾驶行为建立起“提醒—教育—管控”一整套管理体系。今年以来，滴滴网约车司机的主要不安全驾驶行为同比下降超70%。对比2018年，滴滴顺风车的交通安全状况也得到有效改善，今年以来，滴滴顺风车亿公里重伤及以上案件数下降54.5%。

“平台型科技公司必须要做好安全，（这些）企业的安全意识也在空前地加强。从现在开始往后10年，安全会成为科技公司的核心竞争力。”程维说。

根据交通运输部发布的数据，作为交通运输新业态的典型代表，共享单车在全国数百个城市投放运营，投入车辆达1945万辆，日均订单量超过4570万单。共享单车代表企业哈啰出行执行总裁李开逐表示，在即将过去的“十三五”期间，两轮共享出行行业坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，经历从无到有、从无序生长到有序管理的多个阶段，生态友好的“3.0时代”已逐步开启。

把运营决策交给“智慧大脑”

广州的一个早高峰，海珠区的哈啰单车运维小哥在他的手机专用APP上收到了一条调度指令：江南西车辆因潮汐现象出现淤积，而附近宝岗大道有缺口。限行时间一过，他与同事将富力海珠城一带的部分车辆装上货车，迅速调度至近2公里外的地方。如此一来，江南西附近的车辆摆放更加整齐有序了，而宝岗大道一带的市民也得以能快速找到可用的共享单车。

上面描述的这个场景，离不开哈啰出行智慧系统“哈啰大脑”的助力。结合各项高新技术应用，哈啰大脑已经能够实现智能规划、智能调度、智能派单等全链路运营决策智能化。

李开逐介绍，在哈啰出行投放的每一辆单车智能锁里，都包含了定位模组和通讯模组。智能锁实时接收北斗卫星信号，并向哈啰数据中心发送车辆定位信息。哈啰出行在后台通过采集车辆定位信息，了解每一辆车的实时位置和行驶轨迹。基于这项大数据，哈啰出行能提前预估骑行需求，对路面运维团队发送如“填补特定区域车辆需求缺口”等智能化车辆调度指令。

推动全周期管理解决方案

“十三五”期间，共享两轮陆续覆盖近400座不同规模的城市，让中小城市民众与大城市市民同步享受到交通运输新业态带来的福利。



文沈刊 图受访者供图

尤其是在公交服务尚欠发达的部分地区，共享单车成为很多市民中短途出行的不二选择。

李开逐介绍：“哈啰出行目前拥有超过4亿的注册用户，其中相当一部分来自传统意义上的经济欠发达地区。”从2016年9月在浙江宁波投放首批车辆，而今最南至海南三沙、最北至内蒙古呼伦贝尔、最东至黑龙江牡丹江、最西至新疆伊宁，都能看到哈啰共享两轮的身影。

共享出行给城市带来了绿色发展。共享单车是与民众关系最为紧密的低碳出行新业态之一，是被列为中国“新四大发明”的技术创新和模式创新。几年来，以哈啰出行为代表的共享单车企业，在大江南北让骑行文化又重新回到了民众身边，提升了城市的绿色出行分担率。“‘十四五’期间，哈啰出行将继续携手各地主管部门、媒体和社会各界，不遗余力倡导绿色出行，为国家实现碳排放承诺献出自己的力量。”李开逐说。

此外，哈啰出行从创立之初就提出单车全生命周期管理系统解决方案，在车辆“设计、生产、投放、管理、回收、再生”等单车全生命周期，贯彻国际循环经济中标准的“3R”原则，即减量化、再使用、再循环。

大力推动高质量就业

增加就业机会是共享出行行业企业承担社会责任的集中体现。外卖、快递、网约车等行业提供了大量新就业岗位，而在城市街道上披星戴月的单车运维人员也是值得关注的新就业群体。

哈啰出行日常在全国400座城市提供着约3万个运维岗位，其中有15%为“4050人员”（处于劳动年龄段中女40岁以上、男50岁以上的，本人就业愿望迫切，但因自身就业条件较差、技能单一等原因，难以在劳动力市场竞争就业的劳动者）。过去4年中，哈啰出行累计为近40万人提供全职或零工运维岗位，涉及车辆运维、车辆调度、仓库管理等多个工种。“十四五”期间，哈啰出行将继续大力推动高质量就业，吸纳人才投身共享出行事业。

不断完善两轮出行生态

共享两轮产业涉及广阔的上游制造业链条，截至2019年年底，哈啰出行覆盖上游供应商近300家生态伙伴，分布在江苏、浙江、广东、福建、天津、河南等地，涉及电池、换电柜、半导体、五金、通讯等产业。目前哈啰出行每年拉动上游企业创造产值上百亿元，直接为上游创造超5万个就业岗位，间接为上游创造超20万个就业岗位。

日前，由上海自行车协会主办，哈啰出行承办，中国自行车协会和中国互联网协会共同指导的“智出行、共生态”中国两轮出行产业高峰论坛在上海举行。李开逐表示，基于两轮出行这一国内最高频且用户基础最大的市场，哈啰出行将继续深耕两轮业务，在共享两轮服务、换电、电动车三条业务线上持续加注，同时将继续坚持生态供应链战略，以更开放的姿态携手产业伙伴共同撬动巨量两轮市场。