

证券代码：300038

证券简称：数知科技

公告编号：2020-009

北京数知科技股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

大信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所未变更，仍为大信会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1,171,827,123 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.25 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	数知科技	股票代码	300038
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	梅泰诺		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈鹏	冷洁	
办公地址	北京市海淀区花园东路 15 号旷怡大厦 7-9 层	北京市海淀区花园东路 15 号旷怡大厦 7-9 层	
传真	010-82055731	010-82055731	
电话	010-82054080	010-82054080	
电子信箱	info@shuzhi.ai	info@shuzhi.ai	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务模式

报告期内，公司紧紧围绕“致力于成为最专业的大数据服务提供商”的发展战略，通过夯实基础、储备提升能力、转化生产力；以平台化的运作，实现产融结合；借助内部研发、孵化项目，外部引进人才技术、境内外并购，实现产业升级转型。毕十年之功，经过转型发展，公司已逐步构建完成**123^N业务模式**，实现促增长、调结构，逐步提高有概念、有前景的业务收入与利润比重。

123^N业务模式，即**昨天的1个基础：新基建**，**今天的2个能力：互联网+数字经济**，**明天的3^N个应用（收益）**。该业务模式衍生出的成熟**商业模式**，是一种基于新基建的数字经济可复制、边际成本极低且边际收益极高的蓝海模式，具体业务模式如图1所示。

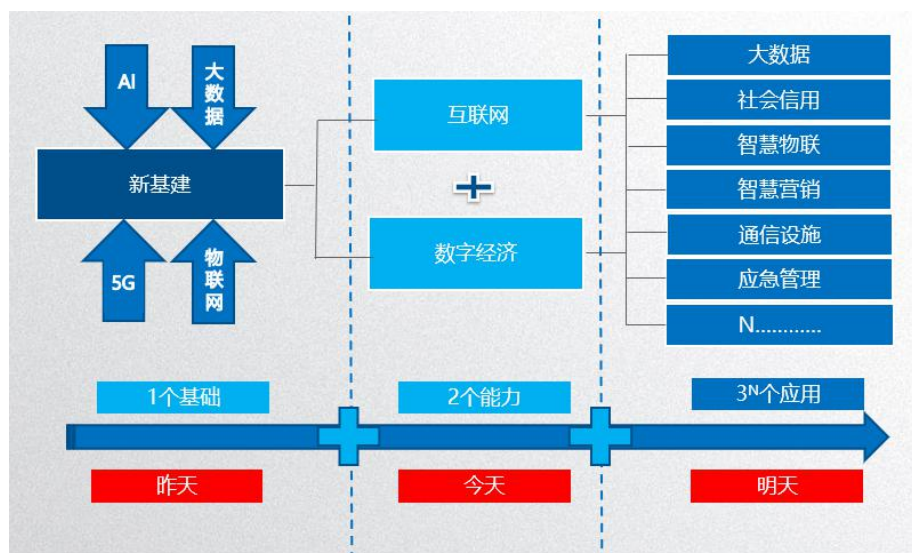


图1 主要业务模式

1是昨天的基础：新基建。

公司已储备并全面布局新基建的主要内容：5G+物联网（产业互联网）、大数据+AI（人工智能），作为战略储备的基础，并用区块链、量子技术、边缘计算等新技术赋能。

2是今天的能力：互联网+数字经济。

互联网+数字经济，即基于新应用技术与领域的互联网（垂直精准可复制的产业互联网+消费互联网）的数字经济（多维实时大数据内容融合与人工智能精准算法、识别技术、机器学习等导致的DIY智造的精准可复制产业互联网+社群引导共享经济的消费互联网）。今后一段时间的互联网不仅仅是网络的联接，而是数据的互联与共享，今天已产生了可复制的消费互联网，以及正在、将产生的垂直可复制的产业互联网；数字经济是基于多维实时大数据内容的融合与人工智能精准算法、识别技术、机器学习导致的**DIY智造的产业互联网**和以**社群引导共享经济的消费互联网**。“互联网+数字经济”是“互联网+行业应用”的传统行业数据化、信息化的具体体现。

基于新基建，公司已储备并继续加大投入万物互联、无时延的5G技术与物联网布局，真正形成5G时代的互联网+行业应用（即用信息化手段改造传统产业），创造产品、服务能力便利政府管理、公民生活。

公司已储备并继续加大投入大数据的广泛、实时、核心数据采集内容，以及建模、分析、挖掘的大数据模型并储备、培养、引进核心人才梯队，以及计算机视觉、自然语言理解、知识图谱、机器学习等人工智能技术，真正积累大数据的与人工智能算法的应用能力，为DIY智造的产业互联网的垂直应用领域创造精准可复制的应用场景（昨天、今天投入的是固定成本，因是应用到可复制的行业垂直领域，明天应用的边际成本较低、边际效益较高），满足基于以社群为基础的共享经济的精准需求、实时响应的数字经济，改变人类的生产、生活方式提高政府、公民效率，节约社会资源。

3^N是明天的应用（收益）。目前主要的应用场景有：

- （1）大数据（用人工智能赋能，为政府、企业、个人提供大数据资源及模型的支持，提供标准化、科学化管理与应用）；
- （2）社会信用（五位一体产业园、家政信用、梯联网、消费扶贫等）；
- （3）智慧物联（垂直应用场景复制，用信息技术改造传统产业：文旅、物流、供应链等）；
- （4）基础设施（通信基础设施投资后由于进入壁垒，可做万物互联的复用等）；
- （5）智慧营销（大数据精准营销）；
- （6）应急管理（应急专网、应急管理体系等）。

基于昨天的基础（新基建）的战略储备、今天的能力（互联网+数字经济）的投入，这些都是成本，趋于短期利益考量，大部分厂商不愿投入，这样的投入产出的业务模型就构建出了新的商业模式，一种基于新基建的数字经济可复制边际成本极低边际效益极高的蓝海模式；明天的收益体现在应用场景3^N（可扩展可复制的垂直行业应用），而且是早期一次固定成本投

入，后期低成本高收益。

报告期内，公司不断夯实昨天的基础、积极投入继承昨天提升今天的能力，为明天的产业升级转型积蓄力量（促增长、调结构），主要业务构成如下：

1、数据智能应用与服务

(1) 大数据

基于公司数据来源、数据建模、人才梯队的积累与投入夯实了基础、锻造了能力、培育了前景，可为政府、企业、个人提供大数据资源及模型的支持，提供标准化、科学化的管理与应用。作为北京市经信局“北京市大数据行动计划”18家单位之一，面向政府和重点垂直行业的市场，整合大数据优势及人工智能的核心技术、人才梯队及产品能力，逐步形成了在多个垂直应用领域的领先市场地位，促进公司在大数据人工智能应用与服务领域技术和产品的升级迭代及行业市场深耕。公司通过整合内部技术和产品资源，以及第三方数据资源，逐步形成了以围绕公司大数据融合平台为核心的行业应用解决方案以及满足重点垂直行业应用的可持续、可运营的行业大数据应用平台，应用于营销、政务、信用、城市、建筑、物流、应急、交通、教育、公安、环保、电力、通信、教育、安全、文旅、家政、扶贫、城管等行业。

主要行业应用：（1）信用领域，公司构建了政府信用体系建设服务、行业信用体系建设服务、企业信用体系建设服务、物联网信用体系建设服务和数据资源服务等；（2）环保领域，公司构建了生态环境大数据平台、环境污染源管理平台、环境监控监管平台等；（3）安全领域，公司构建了城市低空飞行器管理平台、重点人群管理系统等；（4）政务领域，公司构建了基于区块链的大数据治理平台、产业发展辅助决策平台等；（5）扶贫领域，公司积极开展大数据精准扶贫，涉足教育扶贫、就业扶贫、消费扶贫、社会扶贫、扶贫信用等多个方面。

(2) 社会信用

基于公司参与全国社会信用体系制度和规划建设，政府、行业、企业、个人信用案例应用，人才梯队的积累与投入夯实了基础、锻造了能力、培育了前景，可主要应用于五位一体产业园、家政信用、梯联网、消费扶贫等。北京目前唯一一家信用创新中心落户在公司，是全国第一家基于城域物联网数据体系开展社会、商业和金融等领域产业化、生态化服务的信用服务企业。公司是国家发改委全国首批“综合信用服务机构试点机构”、国家信用信息中心首批全资质信用修复机构、全国“双公示”工作第三方评估机构、全国扶贫信用体系建设服务机构；北京信用科技产业创新中心运营机构、北京市信用创新大数据试点示范项目单位、京津冀守信联合激励试点建设单位，目前，数知旗下的信用团队已经为16个省、33个城市提供信用服务，形成了国家、省、地市及县区，四级政府社会信用体系建设服务能力，各类信用服务已经覆盖商务诚信、政务诚信、社会诚信和司法公信全领域。并开始应用于以下行业领域：交通、商务、扶贫、家政、环保、政府、税务、航运、梯联网、街道、停车、园林、园区、校园、开发区、供应链等。

同时公司已开始着手在北京投资建设信用产业园、信用产业创新中心、信用孵化器、信用数据专区、信用产业基金“五位一体”的北京信用产业发展模式，引领全国信用产业发展。

(3) 应急管理

基于公司基础通信设施、大数据、人工智能算法、应急管理的案例应用，人才梯队的积累与投入夯实了基础、锻造了能力、培育了前景，可应用于应急专网、应急管理体系。公司已开始着手与行业头部企业共同开发、建设、运营国家、省、地、县四级应急管理体系平台与业务。公司开展了大数据平台和应急管理平台双平台的联动结合，推动应急专网及应急管理综合应用的信息化建设。

2、智能通信物联网

(1) 智慧物联

基于公司通信基础设施的投资与运营，以及在大数据、人工智能、信用、物联网的案例应用，人才梯队的积累与投入夯实了基础、锻造了能力、培育了前景，可实现垂直应用场景复制，用信息技术改造传统产业：文旅、物流、供应链等。

智慧物联以物联网、大数据、云计算、人工智能技术为核心，依托自主研发，以资本为纽带，面向城市信息化基础设施提供咨询规划、建设、管理、运营一体化服务，构建智慧灯杆、智慧停车、智慧街道、智慧景区等应用场景下的智慧城市综合解决方案及运营服务。主要项目包括雄安新区，北京的什刹海（西海、前海、后海）智慧公园路灯项目、西单文化广场智慧路灯项目、金融街智能步道项目、怀柔新城杨雁路公交站台智能化改造项目、张家口冬奥会项目等。正在进行中的项目包括与若干家央企的垂直应用，即用信息技术改造传统产业：文旅、物流、供应链等。

(2) 通信设施

基于公司通信基础设施的投资与运营，形成进入壁垒，并结合5G+物联网，以及人才梯队的积累与投入夯实了基础、锻造了能力、培育了前景，可做万物互联的复用。目前，信息化基础设施业务拥有控制权的通信铁塔共4000多基，在民营铁塔公司中名列前茅。主要业务包括通信基站站址的投资、建设、运营和维护，原有下游客户主要为三大通信运营商、铁塔公司、广告租赁公司以及其他物联网应用公司等，随着5G的商用与物联网的发展，基站可一次投资，万物互联复用。

3、智慧营销

基于公司大数据、人工智能算法、互联网技术营销的案例应用，人才梯队的积累与投入夯实了基础、锻造了能力、培育了前景，可应用于大数据精准营销等。公司旗下的Media.net作为全球收入仅次于Google AdSense的第二大广告技术平台，在全球范围内拥有20,000多家媒体资源，为媒体提供广告位的管理和运营业务。经过多年发展，公司的智慧营销业务已经构建起了以SSP和DSP为主的业务板块，并以境外BBHI（及其子公司Media.net）和境内日月同行、中易电通等组合的互联网营销布局，通过不断完善的营销产业链，实现了各业务、各公司之间优势互补、协作共赢，为公司智慧营销业务提供了充足的发展空间。经过多年的持续研发和投资，不断增强自身在广告定位、产量优化和机器学习方面的能力，使Media.net在特定垂直领域处于行业领先地位。Media.net通过在广告技术中跨多个细分市场构建顶级产品来简化在线广告，从而使客户能够通过

使用公司的平台来对接多家供应商的解决方案。目前，Media.net的产品解决方案包括：上下文和搜索广告解决方案、媒体购买解决方案、可下载产品解决方案、显示和本地广告解决方案、电子邮件和潜在客户广告解决方案、视频广告解决方案等。

在境内，公司在传统的软件营销、流量增值、互联网营销等业务基础上，构建了一站式人工智能营销平台DIM，实现了SSP、DSP、ADX等模式的全覆盖，包括智能运营平台、广告平台和数据平台三部分，覆盖互联网营销“创意-渠道-运营”全产业链环节。与此同时，公司以消费者洞察为核心，以设计营销内容、提升营销效率为目标，不断适应新媒体营销的特点，形成了内容营销业务、MCN业务和网红直播+电商业务等的加持。

（二）行业发展趋势

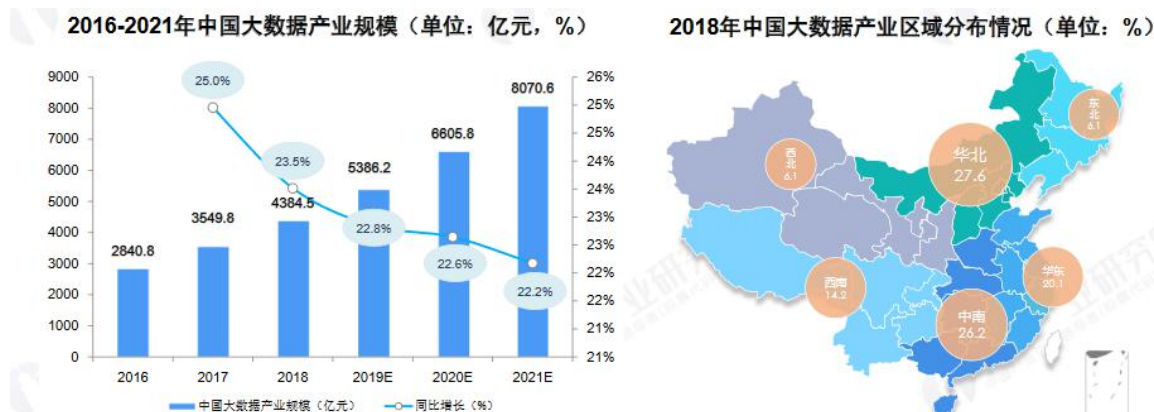
在2019年的《政府工作报告》中，政府8次提到互联网，其中6次的表述是“互联网+”，其中心思想是“加快在各行业各领域推进‘互联网+’”，并特别提到“互联网+政务服务”、“互联网+教育”、“互联网+监管”、“互联网+督查”等，将互联网上升到基础设施建设的战略高度。互联网与经济社会的深度融合，意味着“互联网+”将全面融入到我国经济结构优化升级、社会事业发展和机制体制创新之中，全面提升人民生活品质、增进人民福祉。我国互联网发展将进入新时代。

从社会经济层面，在2019年，全球经济增长趋势继续放缓，各大主要经济体的GDP表现均呈现一定程度下滑；而在新的一年，受2019冠状病毒大流行疫情影响，国际货币基金组织预测2020年全球经济将萎缩3%，创近90年最糟，而对2020年中国经济增长预期为1.2%，2021年为9.2%。与境外疫情相比，我国疫情已经取得阶段性成效，地方复工复产在积极推进，各项指标也有所回升，但是疫情在全球范围的扩散和蔓延也给我国的外需带来复杂性和不确定性。所以，现在稳定和扩大内需成为首要目标，目前我国已在城镇化、区域经济、新基建、5G等领域陆续出台一系列措施，加快相关产业的发展。

1、大数据智能应用与服务领域

大数据作为一种基础性和战略性资源，能有效集成经济、政治、文化、社会、生态等各方面的信息资源，为国家现代化治理提供基础数据和决策支撑。目前，大数据已从概念落到实处，在精准营销、智慧医疗、影视娱乐、金融、教育、体育、安防等领域均有大量应用，随着云计算、物联网、移动互联网等支撑行业快速发展，未来大数据将拥有更为广阔的应用市场空间。2020年3月4日中央政治局常务委员会会议，提出加快5G网络、大数据中心等七大“新基建”领域建设，凸显大数据对经济发展的重要意义。

伴随新一代信息技术、智慧城市、数字中国等发展战略逐步推动社会经济数字化转型，大数据的产业支撑得到强化，应用范围加速拓展，产业规模实现快速增长。根据赛迪数据显示，2019年中国大数据产业规模为5386.2亿元，同比增长22.8%；到2021年，中国大数据产业规模将超过8000亿元。从企业业务布局来看，大数据产业主要集中在华北、华东及中南地区，具体如图2、图3所示。



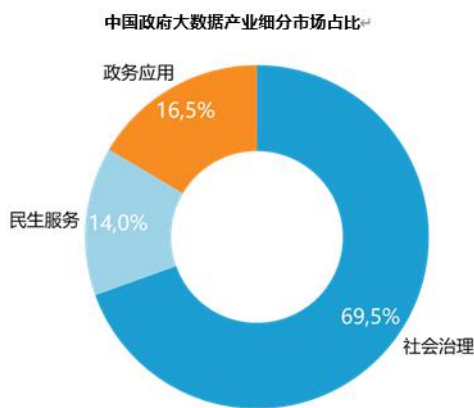
资料来源：赛迪 前瞻产业研究院整理

图2 中国大数据产业规模

图3 中国大数据产业区域分布

随着2019年10月31日，在2019年中国国际信息通信展览会上，中国工信部宣布5G商用正式启动，我国正式进入5G时代，由此数据产生的速率呈现指数倍的增长，产生规模庞大的数据。5G时代带来的物联网发展，使得人和物、物和物之间的连接产生的数据类型将会更多，而5G催生的车联网、智能制造、智慧能源、无线医疗等新型应用将创造新的丰富的数据维度。中国产业信息网预测，2020年全球数据中心流量将增长至15.3ZB，复合增速为18.7%。根据Gartner预测，到2020年全球物联网设备数量将增至208亿个，复合增速高达34%。

IDC报告指出，目前中国大数据行业的发展仍处于应用落地阶段。随着前几年的基础设施建设接近完成，大数据落地场景将逐渐清晰，未来发展趋势将偏向软件及平台的开发和探索落地更多的应用场景。目前，政府大数据的主要应用场景为社会治理。根据赛迪顾问统计，2018年社会治理市场规模占政府大数据总市场规模的69.5%。社会治理领域，政府大数据应用包括安防、交通、舆情、信用等领域，其中交通占比最高为34.1%，安防其次为27.5%，舆情7.7%，信用4.9%，社会治理大数据应用比重如图4所示。信用领域虽然目前占比较少，但是赛迪顾问预测，未来3年中国公共信用数字化市场将保持20.3%的平均增速，市场前景广阔。

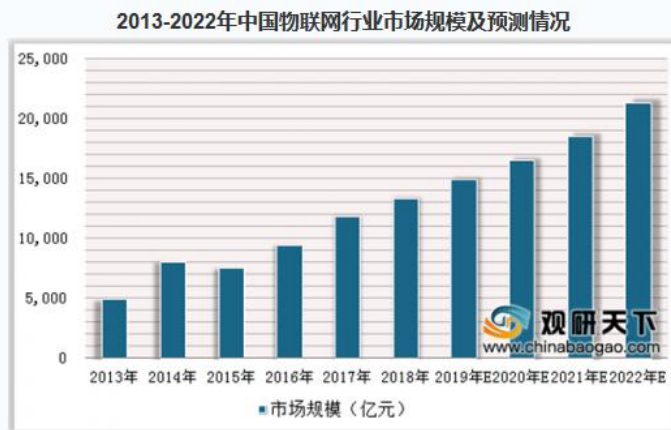


数据来源：赛迪顾问

图4 社会治理大数据应用比重

2、智能通信物联网领域

在2006年，我国政府就提出要对传感网进行战略部署，2010年物联网被正式列为国家首批培育的七大战略性新兴产业之一。目前，我国物联网产业保持了健康稳定的发展态势，根据工业协会数据显示，2013年我国物联网市场规模为4896.5亿元，2018年上升到13300亿元，年复合增长率达22.12%，随着国家政策、经济、社会及技术等快速发展，预测到2022年我国物联网产业规模将超2万亿元。而据IDC预计，全球物联网支出将在2017-2022期内保持两位数的年增长率，并在2022年超过1万亿美元大关，具体如图5所示。



数据来源：工信部

图5 中国物联网产业规模及预测

物联网技术的发展，带动了社会行业的整体变革，并通过信息技术等基础设施的完善和应用，推动了智慧城市的发展。受此影响，我国智慧城市建设正从连接互联网的1.0时代，向更高效的数据互联的2.0时代迈进。智慧城市不再只是信息互联网化，而是人工智能化的新型基础设施的集合，比如智慧城市中的智慧市政（水电煤能源、管网、路灯等）、智慧交通、智慧安监等。据国家统计局数据，2019年年末全国大陆总人口140005万人，比上年末增加467万人，其中城镇常住人口84843万人，占总人口比重为60.60%，比上年末提高1.02个百分点。我国城镇化率的不断提升，对城市管理提出了更高的要求，推动各地政府的智慧城市建设，以此来实现城市管理的智能化、网络化等。

“兵马未动，粮草先行”，在智慧城市中，通信网络基础设施成为建设的先行者。依托移动通信网络，我国已建成全球覆盖范围最广的物联网。截至2019年底，蜂窝物联网连接数达到10.3亿个，净增3.57亿个，电信企业提供的物联网行业应用超百种，泛智能终端产品超过3000款，在公共事业、智慧交通、智慧社区、智能制造等领域不断渗透。

进入新的一年，我国物联网行业的投资明显加速。2020年3月4日，中共中央政治局常务委员会召开会议提出，加快5G网络、数据中心、人工智能、工业互联网等新型基础设施建设进度。2020年3月6日，工信部召开加快5G发展专题会，加快新型基础设施建设。与此同时，运营商的5G基站投资进行明显加快。受此影响，中国信息通信研究院预测，到2025年，我国5G网络建设投资累计将达到1.2万亿元，将带动产业链上下游以及各行业应用投资超过3.5万亿元。“新基建”的加速启动，必将大力刺激中国经济，5G、人工智能、物联网等新兴产业也将迎来重大发展机遇。

3、智慧营销领域

作为传播信息的媒介，媒体已成为实现信息从信息源传递到受信者的一种工具、渠道、载体、中介物或技术手段，并不断进行演化。而互联网行业的发展，在给广告行业带来了激烈竞争的情况下，又扩大了广告市场的潜力，不断孕育出各种商机和媒体形式。

目前，中国已成为全球广告行业增长最快的市场之一，在经历了萌芽期和高速发展期两个阶段的我国广告业，目前已经

进入平稳发展期，挑战和机遇并存。据市场监管总局最新数据显示，2019年我国大陆地区广告市场总体规模达到8674.28亿元，较上年增长了8.54%，占国民生产总值（GDP）的0.88%。广告经营额变化情况如图6所示。

2009—2019中国广告经营额



图6 广告经营额变化情况

在互联网领域，作为全球第二大广告消费国，我国互联网广告在形式创新上已经具备引领世界的趋势，互联网持续创新营销，成为引领广告市场发展的主导力量。互联网营销对传统媒体在冲击的同时也创造了深度变革创新的机遇，据《2019中国互联网广告发展报告》显示，2019年我国广播、电视广告经营额分别呈现5.73%、14.26%的负增长。作为传统媒体营收晴雨表的电视广告跌幅之大创近十年来最高，而随着短视频、社交电商、小程序等新势力的日渐壮大并加大内容和形式的创新，价值收割由规模扩容逐渐转向用户深耕。这将导致对用户的时间收割进一步增长，使得用户对互联网平台的粘性越来越强，电视等传统媒体将面临更艰巨的挑战。

2019年，以在线直播、短视频为代表的移动互联网泛娱乐用户规模庞大，用户的娱乐时间增加，娱乐方式多样化。泛娱乐直播平台涵盖了音乐、舞蹈、综艺、游戏、户外、美食等一系列节目类型，为互联网用户提供了多元的娱乐内容，短视频平台也相应布局了直播功能，完善了自身的视频流内容生态。而作为内容产业的新兴链路，中国MCN产业自2017年出现了爆发式增长，机构数量从数百家量级猛涨到上万家量级，平均同比增速大于100%。预计到2020年，中国MCN机构数量将突破两万家，达到28000家。从2019年中国MCN机构地域分布情况来看，中国MCN主要分布于一二线城市。其中一线城市占比56.3%，二线城市占比28.9%。三线及以下城市MCN机构分布较少，占比14.8%。具体分布如图7所示。

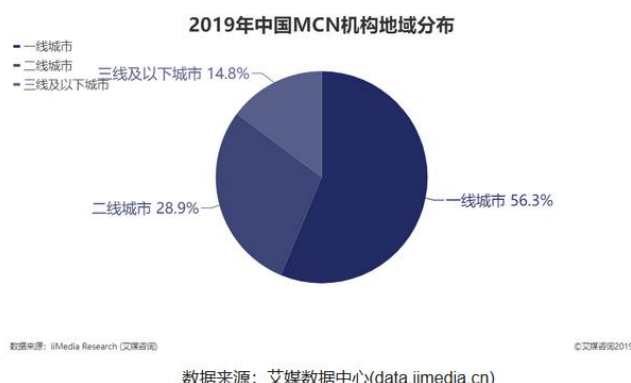
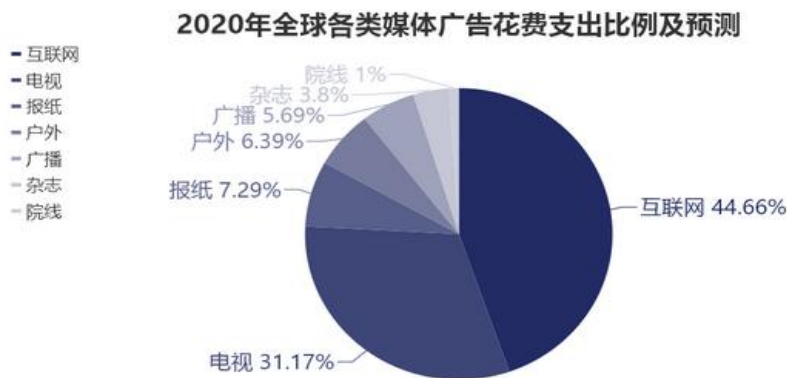


图7 中国MCN机构地域分布

从全球来看，互联网广告继续保持了稳定的增长趋势，据全球最大的广告媒体公司GroupM(群邑)所发布的关于美国广告媒体的报告显示：2019年，美国广告收入增长6.2%，达到2440亿美元，作为目前全球最大的广告市场，美国的广告收入依旧连续第四年实现相对稳健的增长。而在广告媒介方面，根据数据显示，2020年互联网和电视仍将成为全球各类媒体投放广告的主要领域，其中互联网在全球各类媒体广告花费支出中占比44.66%，电视占比31.17%。此外报纸占比7.29%，户外占比6.39%，广播占比5.69%，杂志占比3.8%，院线占比仅1%。具体如图8所示。



数据来源: Global Intelligence

©艾媒咨询2019

数据来源: 艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

图8 全球各类媒体广告花费支出

目前,新冠病毒疫情在境外肆虐,而我国疫情已经取得阶段性成效,地方复工复产在积极推进,社会各项活动也有所回升。在疫情的影响下,作为经济晴雨表的广告行业受到一定影响。因为人流量减少,线下广告市场基本处于停滞状态,在线广告市场受到的影响则有利有弊。因为“人员外出减少,产品运输受阻”,餐饮/旅游/酒店/交通运输等行业出现断崖式下跌,季节性行业比如滑雪的投放基本停滞。但如下行业是显著增长的:1、需求暴涨的行业如清洁用品的广告投放反而是大幅上涨的;2、利用非常时期进行市场教育的行业,如在线医疗;3、利用上网人数增加加大曝光的行业,如网络游戏,以及在线教育、在线娱乐、在线医疗、生鲜新零售、在家办公等逆势增长的行业,广告投放增长明显。

疫情终将结束,大多数人高估了疫情的短期影响,却低估其长期影响,特别是对生活习惯、民众心理、消费理念和社会治理等领域的影响。作为线上广告,受疫情影响的程度相对线下广告要小很多,而在疫情发生前,在线广告的下跌幅度是远低于传统媒体的,结果就是在线广告的比重会更高。疫情直接影响是让在线广告成为广告主首选项,这对在线广告平台来说是一个很好的获客机会。在后疫情时代,不管是消费者还是广告主,都可能迎来“反弹红利”:消费者的消费不是消失,而是大部分延后;广告主在疫情期间销售影响的情况下,后期料将通过追加广告预算来提升产品的曝光度,最终提升产品销售。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位:元

	2019年	2018年		本年比上年增减 调整后	2017年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入	5,721,465,227.30	5,454,088,588.48	5,454,088,588.48	4.90%	2,751,327,886.67	2,751,327,886.67
归属于上市公司股东的净利润	575,922,750.45	633,739,964.32	633,739,964.32	-9.12%	487,268,383.64	487,268,383.64
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	461,106,124.28	611,469,534.57	611,469,534.57	-24.59%	484,521,259.94	484,521,259.94
经营活动产生的现金流量净额	-111,822,250.44	99,687,150.11	99,687,150.11	-212.17%	289,556,658.97	289,556,658.97

基本每股收益 (元/股)	0.4915	0.5408	0.5408	-9.12%	0.5379	0.5379
稀释每股收益 (元/股)	0.4915	0.5408	0.5408	-9.12%	0.5379	0.5379
加权平均净资产收益率	5.39%	6.20%	6.24%	-0.85%	7.40%	7.40%
	2019 年末	2018 年末		本年末比上年末增减	2017 年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
资产总额	14,672,621,346.55	13,433,599,153.99	13,384,508,094.51	9.62%	12,039,093,027.12	12,039,093,027.12
归属于上市公司股东的净资产	10,968,543,402.25	10,515,299,296.84	10,465,646,547.07	4.81%	9,886,852,369.48	9,886,852,369.48

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

财政部于 2017 年发布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》(上述四项准则以下统称“新金融工具准则”)。新金融工具准则将金融资产划分为三个类别:(1)以摊余成本计量的金融资产;(2)以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产;(3)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在新金融工具准则下,金融资产的分类是基于本公司管理金融资产的商业模式及该资产合同现金流量特征而确定。新金融工具准则取消了原金融工具准则中规定的持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产三个类别。新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型。

财政部于 2019 年 4 月发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号)(以下简称“财务报表格式”),执行企业会计准则的企业应按照企业会计准则和该通知的要求编制财务报表。

(2) 分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,323,904,724.10	1,000,771,940.53	868,952,331.03	2,527,836,231.64
归属于上市公司股东的净利润	157,240,253.72	273,941,133.53	70,638,913.99	74,102,449.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	156,595,627.76	205,815,874.03	69,706,771.67	28,987,850.82
经营活动产生的现金流量净额	41,714,140.96	3,876,910.90	20,188,232.41	-177,601,534.71

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	52,537	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	52,932	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
-------------	--------	---------------------	--------	-------------------	---	---------------------------	---

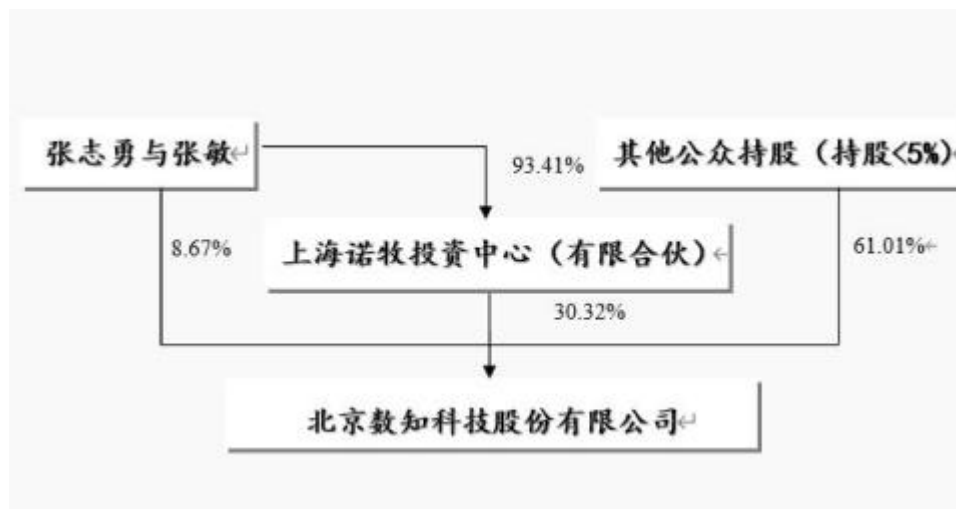
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
上海诺牧投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	30.32%	355,287,007	355,287,007	质押	355,214,569
张敏	境内自然人	7.46%	87,377,999	0	质押	74,465,600
国寿安保基金—渤海银行—民生信托—中国民生信托—至信 349 号集合资金信托计划	其他	4.43%	51,866,743	0		
鹏华资产—工商银行—中建投信托—中建投信托·京杭单一资金信托	其他	4.34%	50,810,346	0		
建信基金—兴业银行—中融国际信托—中融—宏金 114 号单一资金信托	其他	4.15%	48,666,726	0		
华宝信托有限责任公司—华宝—平安前海 1 号单一资金信托	其他	4.00%	46,907,580	0		
华安未来资产—工商银行—杭州陆金承投资合伙企业（有限合伙）	其他	2.63%	30,807,862	0		
张志勇	境内自然人	1.21%	14,158,480	10,618,860	质押	14,158,480
宁波宁聚资产管理中心（有限合伙）—宁聚量化优享 5 期私募证券投资基金	其他	0.95%	11,120,000	0		
中国工商银行股份有限公司—易方达创业板交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.69%	8,106,140			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，公司实际控制人张志勇先生、张敏女士与上海诺牧投资中心（有限合伙）为一致行动人。公司未知其他前 10 名股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2019年，公司秉持“数据即知识 知识即服务”的发展理念，“致力于成为最专业的大数据服务提供商”，不断完善现有生态布局，逐步建立了大数据、社会信用、智慧物联、通信设施复用、精准智慧营销、应急管理 etc 应用场景的产业化能力，并且在垂直领域已取得了领先的成果。经过转型发展，公司全面聚焦基于**昨天的1个基础：新基建；今天的2个能力：互联网+数字经济；明天的3个应用（收益）**：（1）大数据（用人工智能赋能，为政府、企业、个人提供大数据资源及模型的支持，提供标准化、科学化管理与应用），（2）社会信用（五位一体产业园、家政信用、梯联网、消费扶贫等），（3）智慧物联（垂直应用场景复制，用信息技术改造传统产业：文旅、物流、供应链等），（4）基础设施（通信基础设施投资后由于进入壁垒，可做万物互联的复用等），（5）智慧营销（大数据精准营销等），（6）应急管理（应急专网、应急管理体系等）。该业务模式衍生出的**商业模式，是一种基于新基建的数字经济可复制、边际成本极低边际收益极高的蓝海模式**。公司通过昨天的基础的积累，今天能力的投入，公司已储备了大数据的广泛、实时、核心数据采集内容，以及建模、分析、挖掘的大数据模型并引进核心人才梯队；并利用在计算机视觉、自然语言理解、知识图谱、机器学习等人工智能领域的技术优势，构建业内领先的人工智能服务。公司始终坚持“以客户为中心”的服务理念，围绕公司年度经营目标，根据客户需求进行产品研发和迭代升级，同时积极抓住5G等行业发展机遇，不断加强集团分子公司的资源整合和协同发展，提升公司综合竞争力，促进公司整体经营水平的提升。

报告期内，公司大数据智能应用与服务、社会信用应用与服务、智能通信物联网、智慧营销业务稳定发展，应急管理业

务积极有效的布局与推广。(1)北京市信用创新中心资质获得审批,五位一体的信用产业园稳步推进,并与京津冀、长三角、珠三角大湾区等多地建立合作关系;(2)环保业务在生态环境部、河北、天津、山东、四川等多地落地实施;(3)扶贫业务积极开展大数据精准服务,并涉足教育扶贫、金融扶贫、就业扶贫、消费扶贫、社会扶贫、扶贫信用等多个领域;(4)通信物联加快重点项目的落地实施,并针对5G特点开发出更多的周边产品;(5)智慧营销的BBHI公司与大客户Yahoo及Verizon Media合作稳定,在境内公司加入中国商务广告协会综合代理专业委员会(中国4A),形成了内容营销业务、MCN业务和网红直播+电商业务等的加持。同时,公司参与投资的拉卡拉支付股份有限公司于4月成功上市,使公司公允价值变动产生的收益有了大幅增加。报告期内,公司共实现营业收入57.21亿元,同比增幅4.90%;实现归属于上市公司股东的净利润5.76亿元,同比增幅-9.12%。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位:元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
智慧营销业务	3,651,175,880.71	937,173,994.80	25.67%	1.29%	3.84%	0.63%
数据智能应用与应用业务	1,365,462,487.05	328,025,963.73	24.02%	33.24%	10.97%	-4.82%
智能通信物联网业务	704,826,859.54	88,785,434.39	12.60%	-14.53%	-45.66%	-7.22%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

1.关于财政部颁布的最新会计准则进行的变更

公司于2019年4月10日召开第四届董事会第五次会议及第四届监事会第四次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

①会计政策变更的原因

财政部于2017年3月31日分别发布的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（2017年修订）》（财会〔2017〕7号）、《企业会计准则第23号——金融资产转移（2017年修订）》（财会〔2017〕8号）、《企业会计准则第24号——套期会计（2017年修订）》（财会〔2017〕9号），于2017年5月2日发布的《企业会计准则第37号——金融工具列报（2017年修订）》（财会〔2017〕14号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。财政部相关文件要求境内上市公司于2019年1月1日起开始执行新金融工具准则。根据上述文件要求，公司需对原相关会计政策进行变更。

②变更日期和影响

新金融工具准则的会计政策公司将依据财政部的规定于2019年1月1日起执行。公司将于2019年1月1日起按新准则要求进行会计报表披露，不追溯调整2018年可比数据，本次会计政策变更不影响公司2018年度相关财务数据。

2.关于一般企业财务报表格式调整的会计政策变更

公司于2019年8月22日召开第四届董事会第十次会议及第四届监事会第八次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

①会计政策变更的原因

2019年4月30日，国家财政部印发了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号），要求执行企业会计准则的非金融企业按照企业会计准则和财会〔2019〕6号的规定编制财务报表，企业2019年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表均按财会〔2019〕6号的规定编制执行。

②变更日期和影响

公司按照国家财政部印发的《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号）规定的起始日期开始执行。公司本次会计政策变更只涉及财会[2019]6号财务报表列报和调整，不影响公司净资产、净利润等相关财务指标。本次会计政策变更未对公司当期及前期财务状况及经营成果产生影响，也无需进行追溯调整。

3.关于合并财务报表格式调整的会计政策变更

2019年10月24日召开第四届董事会第十二次会议及第四届监事会第十次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

①会计政策变更的原因财政部于2019年9月19日发布了《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》（财会〔2019〕16号，对合并财务报表格式进行了修订，要求执行企业会计准则的企业按照会计准则和《修订通知》的要求编制2019年度合并财务报表及以后期间的合并财务报表。根据《修订通知》的有关要求，公司应当结合《修订通知》的要求对合并财务报表格式进行相应调整按照上述通知及上述企业会计准则的规定和要求，公司对原会计政策进行相应变更。

②变更的日期和影响

公司根据财政部相关文件规定的起始日，开始执行上述新会计政策，公司将对财务报表相关项目进行列报调整。本次会计政策变更未对公司当期及前期财务状况及经营成果产生影响，也无需进行追溯调整。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

数知科技于2019年7月份与深圳市博天投资咨询合伙企业、北京鑫瑞德宝投资管理中心共同出资设立山东数知科技有限公司（以下简称“数知科技”），持股比例39%。2019年12月5日，数知科技与深圳市博天投资咨询合伙企业签订股权转让协议，深圳市博天投资咨询合伙企业将其持有的山东数知科技的40%股权转让给数知科技，并于2019年12月6日变更章程，数知科技取得山东数知科技79%股权，于2019年12月31日将其纳入合并范围。