

广东德生科技股份有限公司

2022 年度总经理工作报告

2022年，广东德生科技股份有限公司（以下简称“公司”）在全体员工的奋力拼搏下，我们攻坚克难，经受住了多重考验，采取了一系列战略性举措，公司发展迈上新台阶。现将2022年度公司经营管理情况及2023年度经营计划情况报告如下。

一、2022 年度整体经营情况

2022 年度，公司紧抓行业发展机遇，开展城市居民服务一卡通数字化建设和运营服务，实现营业收入 90,537.58 万元，同比增长 21.91%，归属于上市公司股东净利润 11,375.62 万元，同比增长 24.26%；其中，以第三代社保卡为载体的居民服务“一卡通及 AIoT 应用”业务实现营业收入 69,829.63 万元，同比增长 23.23%，“人社运营及大数据服务”成果突显，实现营业收入同比增长 149.12%。

单位：元

项目	本报告期	上年同期	增减变动幅度 (%)
营业收入 (元)	905,375,765.35	742,638,309.06	21.91%
净利润 (元)	122,657,519.93	93,363,213.75	31.38%
归属于上市公司股东的净利润 (元)	113,756,179.31	91,545,385.36	24.26%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 (元)	111,406,065.71	88,897,097.65	25.32%
经营活动产生的现金流量净额 (元)	75,698,836.51	-12,945,469.05	684.75%
基本每股收益 (元/股)	0.3771	0.3260	15.68%
稀释每股收益 (元/股)	0.3769	0.3256	15.77%
加权平均净资产收益率	10.96%	11.21%	-0.25%
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅

			度 (%)
总资产 (元)	1,493,923,140.23	1,343,303,751.18	11.21%
归属于上市公司股东的净资产 (元)	1,127,858,311.46	856,057,029.14	31.75%

二、2022 年重点工作开展情况

1、经营表现上，交出亮眼“成绩单”

(1) 各区域稳中求进亮点纷呈。公司各区域在业务突破上亮点诸多，安徽省、江苏省、贵州省、湖北省等省份业绩创下历史新高，保持了良好的增长势头，重庆市、云南省、湖北省则业绩增幅明显。城市规模上，2022 年以哈尔滨市、铜仁市、滁州市为代表，销售规模达千万级的城市数量超 20 个，业务整体覆盖 150 多个城市。

(2) 以“社保卡”为核心的业务巩固领先优势。围绕以社保卡为载体的居民服务一卡通，在自上而下的城市合作方面，北京和铜仁的一卡通建设由平台建设开始向运营过渡，结合区块链、大数据等技术，平台核心价值和业务逻辑更加清晰，政企合作模式也得到更多客户的认可。在自下而上的应用场景建设方面，以一卡通服务体系为代表，已形成交通、文旅、校园、食堂等 20 多个应用场景、160 多项服务清单。

(4) 贴近“人”和“资金”的业务实现突破性进展。“数字化城乡就业三级联动”服务体系走出毕节，在四川、安徽等近 10 个区县落地，与超 20 个城市实现握手，同时主导策划了新疆克拉玛依公共就业服务能力提升示范项目，进一步提升公司在行业内的影响力。“亲亲小保”APP 在报告期内聚焦蓝领群体推出人才快递业务，借助直播、社群运营等方式，平台入驻服务商超 400 家，求职者超 4.6 万人，形成“政府部门-用工企业-求职个人-服务机构”的就业生态圈，为公司探索人力资源市场化服务奠定基础。“信用就医”服务业务商业模式日趋成熟，在广东省内十多家医院上线，通过打通政府数据和银行信用体系，为老百姓实现就医场景的“免排队”支付服务，推动医疗场景的创新。资金发放监管服务实现从平台到服务的升级，在河北省厅实现战略卡位，并在邢台、邯郸等多个地市试点成功，为 2023 年的区县级拓展奠定基础。智能知识运营产品形态更加

丰富，在河北省厅、佛山、广州中行等 10 多个地市和银行落地，其中河北省厅作为首个省级智能客服项目，服务内容涵盖全产品线，为后期地市拓展奠定基础。

(5) 创新业务进行大胆探索实践。以居民服务一卡通为基础，积极链接第三方社会场景和资源，在退伍军人就业创业服务、个人职业大征信、地区就业情况分析、银行信贷大数据等方面进行大量尝试，为基于数据产生新的服务场景创造了条件。凭借在乡村电子商务领域累积的经验与技术优势，紧抓国家发展供销社的政策机遇，聚焦供销社基层服务网络建设，实现县域供销数字一体化。同时，积极探索社保卡与数字人民币、补贴发放以及消费券之间的联接可行性，在山东等省份有望挖掘出具备全国创新性的发展机会。

2、战略布局上，推动迈上新征程

(1) 差异化定位形成显著优势。公司致力于搭建政府与民生之间的“桥梁”，在实践中随着业务模式的不断创新，“以大数据为基础、互联网运营为手段、服务为产品形态”的业务逻辑逐渐成熟，形成“做大公司不愿意做，小公司做不来，政府没有机制做”的差异化定位，在行业中构建起独特的竞争优势。

(2) “中台”体系成效明显。面对各地在居民服务一卡通建设中遇到的问题，公司前瞻性地提出居民服务一卡通的本质是“实名数据”的一卡通，在南京人社体验大厅项目中得到充分验证，获得了客户的高度认可。同时，公司集合各部门优势力量成立一卡通服务体系突击队，以“数据底座+中台+场景”的方式，从各类定制场景中提炼出标准服务清单，在全国快速推进落地，大大提升了推广效率和交付速度。目前已成功落地滁州、清远、黄冈等近 20 个城市，其中滁州市凭借服务卡位和场景叠加，直接跃升为销售规模千万级城市，充分体现一卡通卡位优势。

(3) “服务”转型取得标志性成果。在毕节项目基础上，总结提炼出“县-乡-村”三级联动服务产品，并成立运营服务中心，通过“服务”将上百项公共就业服务事项转化为“三级联动”服务内容，为政府基层工作人员减负增效，成为就业部门的服务助手。同时结合“亲亲小保”的互联网运营能力，在安徽南陵

基于撮合平台开展市场化服务，实现“政府、人力服务机构、企业、劳动者、基层工作人员”五位一体服务融合。在就业业务上的尝试，验证了将政府定制业务转化为服务业务的可行性与必要性，为公司未来发展打开了新局面。

3、管理机制上，迈出转型关键步伐

(1) **借助 CRM 塑造核心竞争力。**为精准助力各团队高效拿到结果、提升商机转化率，公司借助 CRM 平台，数据化呈现主要团队的动作和贡献，作为成果分享的依据。同时成立赋能中心工作小组，协助团队进行动作标准化、梳理里程碑目标完成情况、攻克项目卡点等，并进行资源链接赋能，加强各团队间的合作。目前，该平台已陆续实现日常工作管理的一体化，为公司数字化经营提供了有力抓手。

(2) **组织改革试点成效初显。**为进一步满足公司快速发展的战略意图、提升管理效率，报告期内，以广东为试点进行组织结构优化，管理架构从原来的“省-城市”，走向“省-各专业化部门”的分工。对公司核心员工角色进行职责梳理，明确各自分工，将专业的事交给专业的人。同时基于 CRM 平台重新梳理业务流程，并匹配相应的绩效激励机制，初步实现管理的数据化、规范化。

(3) **多项举措注入新活力。**报告期内，公司成立应收账款突击队，有效降低应收账款规模，为达成公司经营目标做出重要贡献。推出股权激励方案，将股东利益、公司利益与员工利益紧密结合，借助资本平台实现价值变现，进一步建立健全长效激励机制。颁布《创造性解决问题奖励制度》，发挥集体智慧，激发员工发现问题、解决问题的主动性。同时通过设置各业务单项奖，持续调动员工积极性，推动各项业务快速落地。

4、团队建设上，为规模发展提供重要保障

(1) **人才梯队建设步入正轨。**基于公司业务战略规划，2022 年从外部引入新鲜血液近 300 人，有效保障了各部门和业务线对人才的需求，同时引进众多行业优秀人才，为公司高速发展提供坚实保障。内部本着“让优秀的人被看见”的

原则，盘活和识别了核心人才超 200 名，并晋级晋升超 150 人，有效激励和保留了一批优秀人才，为公司的规模发展打下了坚实基础。

(2) 百人计划卓有成效。围绕“眼睛盯着客户，脑袋装着公司，事事都是商机，件件都有着落”的人才画像标准，2022 年公司启动“百人计划”，参与人数超 100 人，通过开展每月公共大课、业务线学习与产品通关等活动，增强员工对公司的认同感、对产品的理解度以及对客户的服务能力。同时构建“学-练-考-赛”的培养考核机制，通过百人计划学员贡献案例超 80 个，为关键岗位供应超 100 名合格及优秀人才，实现人才培养“从业务中来，回业务中去”。

三、2023 年度经营计划

针对公司目前所处的实际情况，结合公司战略和发展目标，公司制定如下经营计划：

1、把握一卡通战略机遇期提升市场渗透率。在未来三年，以社保卡为载体的居民服务一卡通仍将是各地政府的工作重点，市场空间巨大。公司将继续遵循“以场景建设提升一卡通价值，以数据运营赋能政府决策”的理念，发挥创新领先优势，不断提升市场渗透率。

2、抓住数字经济时代趋势加大对数据产品投入力度。目前国家大力推动数据要素市场发展，公司在“基于业务产生数据”、“基于数据产生新的应用场景”方面具备天然的优势，未来公司将通过运营政务民生数据，链接到公司业务覆盖的各大场景，形成数据产品体系服务政企居民，并通过内生和外延相结合的方式，实现公司在数据产品和服务领域的跨越式成长。

3、不断提升数字化技术服务水平。加快推进公司募集资金投资项目建设，推进社保民生数字化业务及技术中台建设，卡位高维竞争优势，打造公司在民生数字经济领域的全产业链优势。

4、壮大核心人才队伍。加强目标管理、过程管理，借助CRM管理工具重新梳理业务流程，以长效的人才管理机制，搭建更强大的研发队伍和城市运营官队伍，进一步提升公司的科技创新能力和城市运营服务能力，增强公司的核心人才储

备。

5、**加强企业文化建设。**通过“百人计划”加强人才梯队建设，内部构建学习生态圈，创造良好的人文环境，不断完善培训考核和创新激励机制，以增强企业凝聚力来更好地支撑主营业务发展。

广东德生科技股份有限公司

总经理：魏晓彬

二〇二三年四月十七日