

证券代码：300063

证券简称：天龙集团

公告编号：2023-018

广东天龙科技集团股份有限公司 2022 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

大华会计师事务所（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由变更为大华会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期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利润分配预案为：以 753,313,950 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0 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	天龙集团	股票代码	300063
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王晶	秦月华	
办公地址	广东省肇庆市金渡工业园内	广东省肇庆市金渡工业园内	
传真	0758-8507823	0758-8507823	
电话	0758-8507810	0758-8507810	
电子信箱	tljt@gdtljt.cn	tljt@gdtljt.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司从事的主要业务

公司是专注于互联网营销服务和精细化工产品制造的现代企业集团，主营业务包括互联网营销、林产化工和油墨化工。公司互联网营销板块主要包括媒介代理服务和品牌营销服务。媒介代理服务主要从事信息流、搜索引擎、手机厂商等媒体的互联网广告代理服务，为广告主提供互联网各大平台广告的媒介采买、效果优化监测、品牌定制策划、短视频制作、咨询投放、数据技术支持等，致力于为广告客户提供全链路、全行业、全媒体、全平台定制化移动营销解决方案及社会化营销服务。品牌营销服务主要为品牌客户提供整合及数字化营销创意与传播、社会化媒体及用户体验营销、电商转化营销及用户会员管理等专业的营销服务。

林产化工板块主要从事松节油、松香深加工产品以及其他林化精细化工产品的生产与销售，其中松节油深加工产品包括二氢月桂烯、月桂烯、蒎烯、莰烯、松油醇精细化工产品；松香深加工产品包括歧化松香、松香树脂等。上述产品广泛应用于清洗剂、消毒剂、香精香料、汽车轮胎、医药中间体等精细化工领域。公司在全国设有四大林产化工产品生产基地，产品销往全国并出口欧美、日本、中东、东南亚。

油墨化工板块主要从事环保油墨及相关产品的生产和销售，产品包括水性油墨、环保型溶剂油墨、水性固体丙烯酸树脂和水性光油等，主要服务于包装印刷企业，油墨产品主要用于食品、日用品、医药包装等的印刷；水性固体丙烯酸树脂广泛应用于水性油墨、水性光油、水性涂料、改性塑料等领域。公司在肇庆、杭州、成都设有生产基地，产品覆盖全国并销往海外。

报告期内的公司主营业务未发生重大变化。

（二）行业发展状况

1、互联网营销行业

2022 年，互联网营销行业巨头广告收入增速明显放缓，同时消费增速放缓使得广告主压缩营销费用，加剧互联网营销业务量整体缩减。

从中长期看，互联网广告行业将迎来信息技术的更新迭代，互联网营销生态也在不断丰富，AIGC 生态下的 ChatGPT 和百度文心一言（英文名：ERNIE Bot）等人工智能相关产品的持续创新与应用、各类平台的营销多元化、闭环化模式的日渐成熟将成为互联网营销产业发展的新引擎。

2、林产化工行业

2022 年，供给端的不稳定令林产化工原材料价格波动剧烈，需求端的收缩又使得松香深加工产品的价格下行，林产化工行业整体面临了较大的挑战，市场存量竞争更趋激烈；但另一方面，人民币阶段性贬值为外贸业务创造了有利条件。

长远来看，随着经济发展和人们生活水平的提高，人们对林产化工产品的需求仍将不断增加。公司林产化工板块经过近年的打磨，具备了规模优势、管理优势和技术优势等，具有较稳固的市场占有率和市场地位。

3、油墨化工行业

2022 年受地缘政治等因素的影响，原油等能源价格大幅飙升并持续高位运行，油墨行业主要原材料价格大幅波动；全球经济承受着显著的下行压力，下游包装印刷行业需求无明显增长。

从长远来看，包装作为提升产品附加值的重要手段，产品个性化、创新化将是市场发展的新趋势。公司通过自研产品控制成本，洞察市场变化，加大油墨原材料水性固体丙烯酸树脂的研发和开发力度，实现国产替代，适应当前环保、无污染、低消耗的现代化印刷及涂料需要。

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

元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末 增减	2020 年末
总资产	3,346,358,798.02	3,424,824,056.60	-2.29%	3,179,880,580.88
归属于上市公司股东的净资产	1,541,948,806.08	1,395,337,164.19	10.51%	1,231,777,565.42
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	9,633,363,940.64	10,641,504,276.83	-9.47%	10,674,947,586.63

归属于上市公司股东的净利润	102,957,234.10	124,628,341.64	-17.39%	122,516,983.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	52,691,063.01	61,847,133.83	-14.80%	56,978,709.63
经营活动产生的现金流量净额	-40,068,727.81	2,865,039.22	-1,498.54%	82,969,637.71
基本每股收益（元/股）	0.1400	0.1693	-17.31%	0.1680
稀释每股收益（元/股）	0.1375	0.1660	-17.17%	0.1663
加权平均净资产收益率	7.00%	9.50%	-2.50%	10.67%

(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	2,600,869,478.54	2,276,491,274.93	2,242,602,052.51	2,513,401,134.66
归属于上市公司股东的净利润	18,635,955.14	46,400,162.98	21,862,111.99	16,059,003.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,822,681.47	36,291,959.82	10,307,092.41	-730,670.69
经营活动产生的现金流量净额	95,959,274.55	-222,069,345.78	112,210,536.77	-26,169,193.35

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

报告期末普通股股东总数	34,072	年度报告披露日前上一月末普通股股东总数	36,228	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
持股 5%以上的股东或前 10 名股东持股情况									
股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持股数量	报告期内增减变动情况	持有有限售条件的股份数量	持有无限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
							股份状态	数量	
冯毅	境内自然人	22.66%	170,724,933	0	128,043,700	42,681,233	质押	60,000,000	
程宇	境内自然人	4.99%	37,665,633	-3,715,100	0	37,665,633			
冯华	境内自然人	2.68%	20,225,000	0	0	20,225,000			
上海进承投资管理 中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.28%	17,150,000	0	0	17,150,000	质押	17,150,000	
冯军	境内自然人	1.88%	14,150,000	0	0	14,150,000			
#常州长平企业管理咨询 有限公司	境内非国有法人	1.66%	12,483,900	6,482,274	0	12,483,900			
#张霞	境内自然人	1.61%	12,145,497	0	0	12,145,497			
#西藏尚天瑞格企 业管理有限公司	境内非国有法人	1.18%	8,888,800	152,000	0	8,888,800			

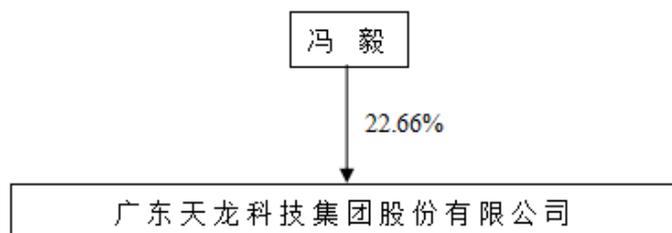
王娜	境内自然人	0.66%	4,937,500	-312,500	4,687,500	250,000		
金克馨	境内自然人	0.39%	2,969,050	0	0	2,969,050		
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，冯毅、冯华和冯军为胞兄弟关系，为一致行动人。常州长平企业管理咨询有限公司和西藏尚天瑞格企业管理有限公司的股东均为江阴植乾企业管理咨询有限公司，江阴植乾企业管理咨询有限公司为中植资本全资子公司，常州长平企业管理有限公司和西藏尚天瑞格企业管理有限公司为一致行动人。						

单位：股

公司是否具有表决权差异安排

□适用 不适用**(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表**

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、在年度报告批准报出日存续的债券情况**□适用 不适用**三、重要事项**

2022 年，党的二十大胜利召开，擘画了以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，发出了为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴而团结奋斗的伟大号召。报告期内，公司实现营业收入 963,336.39 万元，实现归属于上市公司股东的净利润 10,295.72 万元。截至报告期末，公司的总资产规模为 334,635.88 万元；归属于上市公司股东的净资产为 154,194.88 万元，较上年末增长 10.51%。面对宏观经济的不利影响、行业景气度下降，公司上下锚定方向、同心聚力，战胜重重困难，基本达成各项经营目标，归属上市公司股东的净资产持续增长。

(1) 新媒体板块数字化经营能力持续增强

随着媒体业务生态的迭代发展，公司全资子公司品众创新已从最初的广告代理商向互联网数字化营销服务商转变，数字经营能力包括数字营销中的用户洞察、媒介选择、流量数字化运营、数字内容、私域到公域的全域流量经营等，并尝试在数字内容、数字场景、数字虚拟人等方向上体现新的营销价值。报告期内，品众创新获得了百度五星代理中首批数字经营专项认证代理商，延伸出以精准投放为最终目标的用户分层和度量指标方法，通过用户生命周期的全景分析、深度挖掘和数字资产组合再利用，成功为客户引入更多高价值转化人群。

公司紧跟产业数字化转型发展趋势，主动融入产业数字化生态，着力构建基于数字要素的核心能力，自主研发构建品智、品效、品创、品观四大具有“品众”特色的自主数据系统平台，并围绕具体业务场景和数字化提效与管理需求从数字经营、用户运营、智能创意三大服务能力打造全方位的服务链路模型，为业务运转和服务价值挖掘深度赋能，并探索品智+品创+品观+品效全链路的 AI 升级植入的运营模式，新技术和新模式的协同迭代过程形成的相关知识与技能，构成了公司“营销数字化、场景化、智能化”的战略升级，实现“品效合一”的经营目的可依托的核心能力。

(2) 媒体合作不断深化，品牌营销逆势增长

在与媒介资源合作上，公司进阶为巨量千川二星级服务商，通过提供广告优化、直播运营、整合营销等服务，撬动更多客户的营销投放预算，服务能力不断提高。抓住厂商媒体的市场和政策机会，新增华为鲸鸿动能业务代理，小米媒体实现业绩增长。

品牌营销方面，子公司优力互动围绕 3C、互联网、汽车、快消行业领域持续深耕开拓，在品牌预算较保守的市场情况下，优力互动以出色的专业能力继续获得大客户的信任，为惠普、微软、大众汽车等世界 500 强品牌客户提供年度营销服务，保证稳定的业务增长。

（3）抓住市场机会，精细化工产销量上新台阶

精细化工两大板块以做大体量、提升产能利用率、提升市场占有率为核心，规模持续保持增长。松节油深加工产品抓住市场波动带来的机会扩大生产规模，产销量达到近五年最高值；松香类深加工产品加快生产和库存周转，歧化松香产能充分释放，销量位于全国同行业前列。

溶剂油墨持续做大，新增多个大规模集团型客户；水性油墨重点提升售后服务，销量持续保持行业前列。食品包装油墨、热转印油墨、PVC 油墨、药用松香等新产品销售实现突破，获得客户认可。

（4）水性固体丙烯酸树脂新增产能成新利润增长点

水性固体丙烯酸树脂是国家重点推广的低（无）VOCs 含量原辅材料，符合国家《打赢蓝天保卫战三年行动计划》中对于涉 VOCs 排放的行业政策导向。公司在 2009 年已获得“本体聚合法”工艺发明专利，随着下游行业应用范围扩大、市场需求量增加，报告期内，公司新增水性固体丙烯酸树脂产线顺利投产，销售额同比增幅超过 80%，通过提高产能填补市场需求的缺口，同时推动我国在水性固体丙烯酸树脂的国产化替代进程。