

证券代码：300038

证券简称：数知科技

公告编号：2019-010

北京数知科技股份有限公司 2018 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

☐ 适用 ☒ 不适用

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

☐ 适用 ☒ 不适用

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 0.70 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

（1）主要业务及经营模式

随着互联网的发展及应用，互联网数字经济成为全球经济增长的强劲引擎，互联网技术也对社会变革产生了深刻的影响，各种新兴产业不断涌现。在互联网浪潮中，公司对自身的业务模式进行了大刀阔斧的改革，通过外延并购以及内生增长等方式，实现了公司业务转型和战略升级，形成了智慧营销、智能通信物联网、数据智能应用与服务三大业务板块，逐步将公司打造为一家以技术和数据作为驱动的大数据科技公司。报告期内，公司主营业务未发生重大变化，主要业务和经营模式如下：

1) 智慧营销业务

目前，公司的智慧营销业务涵盖SSP和DSP两大业务板块，两者形成战略协同与业务互补，实现了互联网营销全产业链的布局；同时，借助AI行业的发展，通过机器学习、自然语言处理及知识图谱等相关技术，对数据处理、内容投放以及效果监测等营销关键环节进行赋能，优化投放策略、增强投放针对性。



在海外，公司的智慧营销业务主要由BBHI负责。BBHI是全球领先的互联网广告供应端平台公司，在全球范围内拥有20,000多家媒体资源，为其提供广告位的管理和运营业务，为Yahoo! Bing Network、Verizon Media、Microsoft、Facebook等广告网络及其广告主提供精准的广告投放业务。BBHI集团拥有领先的基于上下文检索（Contextual）的广告技术，尤其在预测数据分析（Predictive Analytics）和机器学习（Machine Learning）方面，BBHI集团的自主算法可以根据用户正在浏览/搜索的网页内容自动和动态的选择性展示用户可能会感兴趣的广告，并且智能化的实现点击率和竞价排名之间的平衡，从而帮助媒体主大幅提高长期广告收入，实现广告位价值的最大化，帮助广告主实现精准营销。BBHI现有广告产品包括展示类广告、搜索广告、邮件广告、移动广告、视频广告、本地原生图片展示广告、消费洞察、域名DNS解析停靠广告等。

2018年8月，BBHI与Yahoo、Verizon Media续签五年期广告投放合同，意味着在双方过去五年合作共赢的基础之上，BBHI与雅虎的长期合作关系得到了进一步深化。雅虎作为BBHI业务收入占比超过60%的重要客户，BBHI未来业绩高速增长确定性增强。

在国内，公司的智慧营销业务主要由日月同行和中易电通等负责。日月同行是较早以互联网联营平台模式为客户提供软件营销服务的在线营销服务商之一，其主要业务包括软件营销业务、流量增值业务、互联网营销业务和海外业务等。日月同行通过构建互联网联盟平台，依托资源整合能力、平台运营能力和客户获取能力，为需求方与供给方搭建桥梁，平衡、匹配、优化不同的流量需求方及供给方之间的价值诉求，实现广告主推广效果要求和媒体渠道流量变现要求。中易电通是一家基于人工智能和大数据能力应用于互联网数字营销的智慧营销平台，其旗下DIM平台整合了MCN，SSP，DSP，CDP（Customer Data Platform，是传统的CRM在数据领域的升级，互联网的消费者社交化的倾向以及符合新零售的趋势。）等人工智能和大数据前沿技术，构建起短视频智能分发、内容营销、IP营销、内容社群电商以及品牌出海入境等业务板块。

2) 智能通信物联网业务

一方面，公司围绕运营商信息基础设施服务需求，通过铁塔、管道、室分、驻地网等通信基站设施，为通信运营商提供运营服务及增值服务；另一方面，公司在通信业务的基础上，结合5G产业特点，将业务延伸至智慧城市建设中的基础设施及物联网领域，助力智慧城市建设。

公司坚持以效益为导向的精准投资，在配合运营商市场布局的情况下，聚焦重点业务和重点区域，不断完善4G网络覆盖和质量，为“4G+5G”网络建设做好基础。同时，借助智慧灯杆及公司物联网平台，公司将业务聚焦于政务、教育、医疗、交通、旅游等重点行业市场，打造出面向不同客户的创新产品。

目前，公司与运营商及铁塔公司在多个地区保持着密切的合作关系，在雄安，公司与中移物联网合作完成NB-IOT智慧灯杆示范项目后，又实施了容城容东片区截洪渠景观一期项目的景观照明工程，在助力雄安智慧城市建设的前提下，成为公司智慧城市应用与人工智能相结合的重要推动力；在北京，公司通过什刹海智慧西海湿地公园建设项目，实现了物联网平台在旅游、环保、安防等多个领域的场景应用；在通州，公司实现了智慧灯杆功能的智能协同等。

3) 数据智能应用与服务

长期以来，借助资源及人才优势，公司在数据侧筹谋布局，建设了多种数据中心，包括移动支付数据、考拉征信数据、银行信贷数据、运营商大数据、扶贫数据以及数字营销数据等，并且借助政府引导背景的高精尖产业基金实现“放大效应”，通过数据治理与数据湖的实施，建立起多维全息用户画像；基于Hadoop的系统实施以及营销大数据的实施，为行业客户提供数据管理与治理服务、提供基于行业的大数据解决方案、垂直行业大数据全景展现、个体特征识别与标签管理等服务。凭借在大数据和人工智能的理解和探索，公司大数据产品已在相关领域实现成果落地，广泛应用于智慧城市、智慧金融、智慧医疗、智慧交通、智慧营销等领域。

在营销领域，公司通过DIM平台，利用自有的大数据处理分析技术，实现广告内容的精准营销；在信用领域，公司成为国家首批26家综合信用服务机构试点单位之一，一方面肯定了公司原有的业务模式，另一方面为公司业务开展提供了良好的支撑；公司与海南省政府的战略合作协议，依托在公司大数据运营方面的优势，助力海南国际旅游消费、重点产业发展；在广西，通过高速公路数据智能化的应用，成为公司在交通大数据领域的试点工程，推动了在其他地区的应用等。

(2) 行业情况及趋势

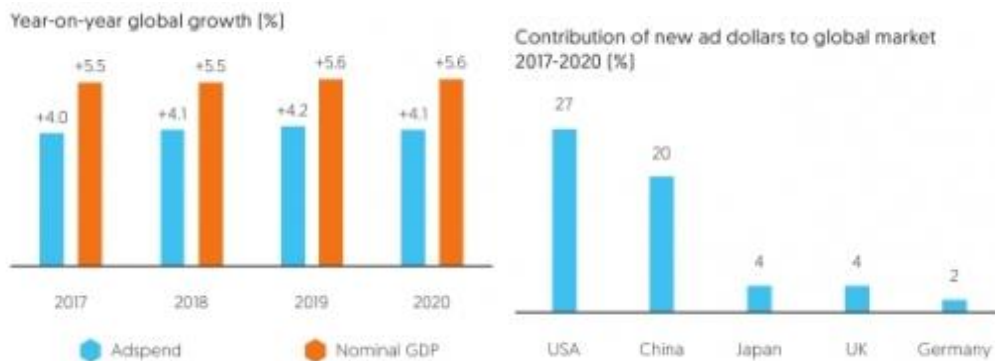
1) 智慧营销领域

“互联网+”时代，市场仍是数字营销的驱动力，在互联网及移动互联网高速发展的背景下，2018年数字化继续以汹涌之势影响和改变着整个营销行业。为了赶上环境和消费者的变化，营销持续以新鲜的姿态出现在众人面前，无论是短视频、创

意中插，还是营销云、信息流广告等，均是多重因素作用下产生的不同营销形式，带动了整个数字营销行业的不断发展。

面对消费者需求越发个性化、碎片化的趋势，数据与技术的发展越来越快，数字营销方式也不断多样化。在此情形下，数字营销必须运用更丰富、更智慧、更有效的手段，为广告主切实解决全链路营销问题，智慧营销平台已经成为数字经济时代企业营销的标配。

2018年，全球广告市场表现平稳，根据Zenith发布的《2018年全球广告行业报告》(Zenith Global Intelligence 2018)显示：2018年全球广告支出增幅约4%，实现了自2011年以来的持续增长态势。但是，广告增长大部分来自大国和大城市，并流向大型网络平台。Zenith估计2017-2020年，中国和美国为新增广告支出贡献47%，前五大国家（美国、中国、日本、英国和德国）将贡献57%。



（数据来源：Zenith）

美国作为互联网技术最主要的发源地，拥有先天优势，美国掌握着全球互联网发展的主动脉，在互联网广告市场高速发展之际，移动互联网广告市场也进入了崭新的发展阶段。2018年美国移动互联网广告收入超过电视广告，并且是桌面端广告收入的两倍之多。智能手机在人们生活中所扮演的角色越来越重要，此外，受消费减少和广告拦截的影响，基于桌面的广告销售额有所下降。未来，美国移动互联网广告占数字广告市场的比重或逐步增加。



2018年是中国广告市场调整与发展的一年，年初的高涨幅在年末回归稳定，最终呈现出整年微涨2.9%的趋势。传统媒体广告花费同比下滑1.5%，广播成为传统媒体广告上扬的主要拉动力，同比上涨5.9%，电视和传统户外媒体的广告花费下滑影响了传统媒体的整体走势。电视媒体中，央视和省级卫视的广告花费同比上涨，省级地面和省会城市频道的广告花费下滑明显。生活圈媒体方面，电梯类媒体在今年保持着稳定的增长，广告花费同比均超过去年同期水平。影院视频媒体涨幅回落，增幅为18.8%。互联网媒体在今年的增长稳定，为7.3%。



（数据来源：CTR媒介智讯）

进入2019年，在经济下行趋势下，广告主一方面希望节约营销成本来减少经营压力，另一方面希望营销投入能带来现实

的销售成果。这就要求营销公司不只追求效率，而且采用更全面的方法来尽可能提升营销的准确性。

针对现实状况，数字营销行业迎来新的发展挑战和机遇。一方面，实现精准营销需要大数据支持，数据量越大，定位越准确。获取大数据的重要条件是需要支持渠道的整合营销，通过各种渠道积累数据，分析大数据，开发营销模式，以及设计合理的营销策略。另一方面，人工智能近年来备受关注，该技术用于营销方面，可以大大提高数据分析，增加数据处理能力，有助于增加策略的可行性和多样性。

2) 智能通信物联网领域

自1999年正式提出物联网这一概念，到2008年IBM的智慧地球在全球引爆，随后全球众多城市纷纷进行部署，利用物联网技术构建智慧城市等，物联网大潮在全球盛行。物联网已成为现实，不再是未来概念，伴随一线巨头纷纷入场，推动物联网得到更加广泛应用。

据IDC表示，2018年全球对物联网的投入预计将增长15%，达到7725亿美元。但整体来看，全球物联网相关技术、标准、应用、服务还处于起步阶段，物联网核心技术持续发展，标准体系加快构建，产业体系处于建立和完善过程中。未来几年，全球物联网市场规模将出现快速增长。据预计，未来十年，全球物联网将实现大规模普及，年均复合增速将保持在20%左右，到2023年全球物联网市场规模有望达到2.8万亿美元左右。



(数据来源：前瞻产业研究院)

为此，发达国家纷纷出台政策进行战略布局，抢抓新一轮信息产业的发展先机。美国以物联网应用为核心的“智慧地球”计划、欧盟的十四点行动计划、日本的“U-Japan计划”、韩国的“IT839战略”和“u-Korea”战略、新加坡的“下一代I-Hub”计划、台湾的U-Taiwan计划等都将物联网作为当前发展的重要战略目标。

在物联网发展中，智慧城市已成为目前最重要的应用领域。智慧城市作为一个涉及物联网、云计算、大数据等众多技术的复杂系统，随着5G时代的来临，大容量、低时延的网络传输变为现实，5G以更广、更快、更强的姿态连接起各个系统板块，加快推进城市安防系统、交通、照明、电网等方面高度智能化的过程。5G为物联网等行业带来的诸多创新和智慧，成为智慧城市落地的重要推动力。万物透过互联，赋予万物感知、认知，人类进入万物互联的物联网时代，智慧城市建设也步入一个崭新阶段。

据国家统计局资料，我国2018年末城镇化率为59.58%，比上年末提高1.06个百分点，城镇化率持续提高。根据“十三五”规划纲要，到2020年中国常住人口城镇化率要达到60%，但仍明显低于发达国家80%左右的水平，我国城镇化仍有较大的提升空间。在推进城镇化建设过程中，通过智慧城市建设，能有效提升城市管理能力和治理水平，有助于改善民生，并使得城市运行更加高效，智慧城市建设正成为我国城镇化进程中的重要组成部分。智慧城市以信息化技术为基础，实现城市运行系统之间的交融协作，从而实现有效的市政服务和管理。人工智能、大数据、云计算等信息技术的逐渐成熟对于智慧城市解决方案质量的提升起着明显的作用，是智慧城市建设发展过程中的重要趋势。

3) 数据智能应用与服务

2016年以来，国家政策持续推动大数据产业发展。2016年“十三五规划”中明确提出实施大数据战略，把大数据作为基础性战略资源，全面实施促进大数据发展行动，加快推动数据资源共享开放和开发应用，助力产业转型升级和社会治理创新。发改委、工信部、农业部、交通部等部委先后颁布相关后续政策，推动大数据产业发展。随着大数据产业的进一步落地，预计未来将有更多利好具体政策出台，推动大数据行业的发展。

目前我国大数据应用已经不断渗透到金融、汽车、医疗、服务业等各个领域，行业应用范围逐步扩大。大数据的场景化应用帮助各类企业从原本毫无价值的海量数据中挖掘出各类支持企业决策发展的高质量数据，使数据从量变到质变，真正产生应用价值，具有强大的经济带动作用。据华沙经济研究所测算，欧盟27国因大数据的引进，至2020年将获得1.9%的额外GDP增长；美国麦肯锡预计到2020年美国大数据应用带来的增加值将占2020年GDP的2%-4%；中国信息通信研究院预测到2020年大数据对我国GDP的增量贡献最高将达到1.9%。

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

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入（元）	5,454,088,588.48	2,751,327,886.67	98.23%	984,218,702.59
归属于上市公司股东的净利润（元）	633,739,964.32	487,268,383.64	30.06%	108,104,837.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	611,469,534.57	484,521,259.94	26.20%	80,691,986.07
经营活动产生的现金流量净额（元）	99,687,150.11	289,556,658.97	-65.57%	160,751,306.42
基本每股收益（元/股）	0.5408	0.5379	0.54%	0.2028
稀释每股收益（元/股）	0.5408	0.5379	0.54%	0.2028
加权平均净资产收益率	6.20%	7.40%	-1.20%	5.28%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额（元）	13,433,599,153.99	12,039,093,027.12	11.58%	3,947,026,509.67
归属于上市公司股东的净资产（元）	10,515,299,296.84	9,886,852,369.48	6.36%	1,962,609,281.24

（2）分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	814,552,666.57	1,184,170,003.67	1,227,138,527.19	2,228,227,391.05
归属于上市公司股东的净利润	119,625,099.53	241,305,305.53	193,762,355.20	79,047,204.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	118,900,733.45	241,268,941.40	193,701,330.73	57,598,528.99
经营活动产生的现金流量净额	148,059,479.47	-95,455,763.44	40,064,356.53	7,019,077.55

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	44,849	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	45,125	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		227,117,033
张敏	境内自然人	10.28%	120,466,726	120,466,726	质押		80,116,812
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	4.84%	56,666,666	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	4.84%	56,666,666	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	4.84%	56,666,666	0			
国寿安保基金—渤海银行—民生信托	其他	4.84%	56,666,666	0			

—中国民生信托—至信 349 号集合资金信托计划						
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	4.46%	52,227,946	0		
江西日月同辉投资管理有限公司	境内非国有法人	1.42%	16,581,936	0		
张志勇	境内自然人	1.21%	14,158,480	10,618,860	质押	10,535,700
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	1.19%	13,892,340	0		
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。				

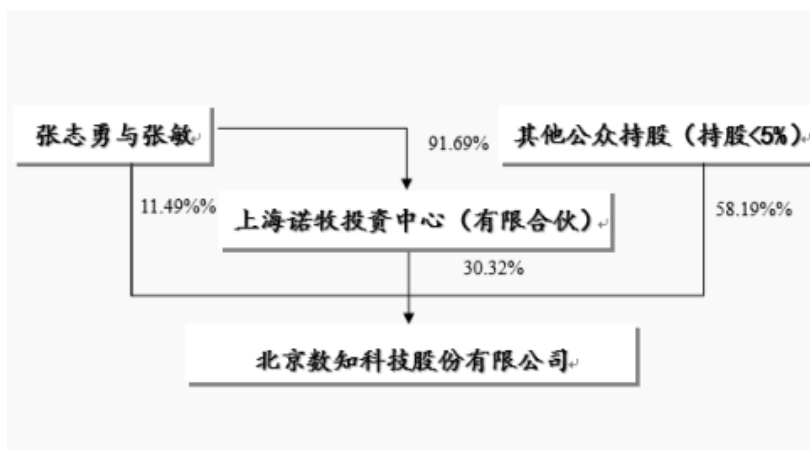
注 1：上海诺牧融资性质押股份数量为 132,845,997 股，融资性质押股份占其持有公司总股数比例为 37.39%。

（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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

是

互联网营销业

2018年，公司围绕战略目标，立足“大数据基础+智能云技术”支撑，逐步打造为一家以技术和数据作为驱动的大数据科技公司，聚焦智慧营销、智能通信物联网和数据智能应用与服务业务。公司在全球范围内成立了五大高端技术研发中心和三大产业基地。同时，公司承担了北京市西城区核心区智慧灯杆互联互通的重点建设以及雄安新区智慧灯杆微网格智能管理平台的搭建；并荣获了上市公司“中国百强企业奖”、“2018年度影响力企业奖”、“2018中国大数据创新企业TOP100”等众多重

量奖项，在行业内获得高度赞誉。报告期内，公司进一步优化完善集团组织架构体系，并围绕业务咨询、产品技术以及解决方案，继续深化业务融合与战略升级，保障公司整体经营业绩稳步增长。报告期公司共实现营业收入54.54亿元，同比增幅98.23%；实现利润总额6.97亿元，同比增幅40.73%；实现归属于上市公司股东的净利润6.92亿元，同比增幅42.05%。

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	3,604,624,381.45	641,747,607.07	25.04%	86.03%	109.44%	-3.61%
数据智能应用与服务	1,024,805,336.96	168,249,875.05	28.84%	9,428.50%	4,985.12%	1.85%
智能通信物联网业务	824,658,870.07	-18,645,426.14	19.81%	2.70%	-107.75%	-10.16%

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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

（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

本公司本年收购子公司广州融捷通信科技有限公司、北京诺知科技有限公司和黑龙江梅泰诺通信基础设施投资有限公司。