

证券代码：300063

证券简称：天龙集团

公告编号：2021-039

# 广东天龙科技集团股份有限公司 2020 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。

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

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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

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 750201950 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@tlym.cn	tljt@tlym.cn	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司经营范围和主营业务

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板块、油墨化工板块和林产化工板块。公司互联网营销板块主要从事信息流、搜索引擎、手机厂商等媒体的互联网广告代理业务，为广告主提供互联网各大平台广告的媒介采买、效果优化、全案策划、短视频制作、咨询投放、创意制作、效果监测、技术支持等服务，同时也为广大客户提供全方位定制化的移动营销解决方案以及社会化全案营销服务。油墨化工板块主要从事环保油墨的生产和销售，产品包括水性油墨、环保型溶剂油墨、水性树脂和水性光油等，公司所服务的印刷企业主要为外包装印刷企业，产品主要用于瓦楞纸箱、食品、日用品、医药外包装等的印刷。林产化工板块主要从事松香、松节油以及二氢月桂烯、月桂烯、蒎烯、苧烯、歧化松香、松油醇等林化深加工产品的生产及销售，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。

报告期内的公司主营业务未发生重大变化。

## (二) 公司主要经营模式

### 1、互联网营销经营模式

公司互联网营销业务主要提供信息流、搜索引擎、应用市场、品牌广告等营销服务，为客户提供品效合一的数字营销服务。合作媒体包括巨量引擎、腾讯、百度、快手、vivo、OPPO等顶级流量媒体平台，根据广告主业务需求和营销目标，为广告主提供媒介采买、广告优化、创意策划、技术支持等全方位整合营销服务，通过专业的智能大数据平台，为客户提供高质量的营销解决方案。报告期内，公司重点加大对信息流业务的投入，尤其是对短视频信息流业务深度布局，进一步完善内容制作和运营团队，在场景搭建、演员调配、线上提交项目、线下创意制作等专业化协作程度全面提高，为客户提供高品质、高亮点数据转化服务。

### 2、油墨化工经营模式

公司向市场采购合成树脂所需的各种化工原料，通过高温聚合、乳液聚合等工艺自制合成树脂，再经过配料、研磨、搅拌、调浆等生产环节，将所采购的颜料、溶剂、助剂配制成油墨，向下游印刷企业提供专业油墨产品。公司所生产的油墨较之传统的印刷油墨更具环保性，具有无毒、无污染的特点，符合环保政策的要求。公司所服务的印刷企业主要为外包装印刷企业，产品主要用于瓦楞纸箱、食品、日用品、医药外包装等的印刷。公司在广东、北京、杭州、成都设有四大生产基地，产品覆盖全国并销往东南亚。

### 3、林产化工经营模式

公司向脂农采购松脂，通过各种工艺生产制造成松香、松节油等，或以松香、松节油为原料再深加工为歧化松香、歧化松香钾皂、蒎烯、月桂烯、二氢月桂烯、苧烯等产品。产品广泛应用于清洗剂、消毒剂、香精香料、医药中间体、汽车轮胎等精细化工领域。公司在全国设有四大生产基地，产品销往全国并出口东盟、欧盟、日韩等国家。

## (三) 公司所处行业及行业地位分析

### 1、互联网营销业务

整体来看，在疫情来临经济一度停滞发展的情况下，2020年度中国网络广告市场规模较2019年度有所紧缩，随着经济的稳步复苏，预计2021年将逐渐回升，达到万亿规模。从行业格局和发展趋势来看呈现以下特点：

①新领域新手段逐渐融入传播领域：随着信息技术的发展和革新和5G商用的逐渐提上日程，多种形式的内容传播成为主流，各种数字化技术逐渐推动传播营销应用的成熟。视频、图文、数据精准化营销、私域流量变现等等都催生了新的营销服务产品和解决方案。数据解决方案公司、MCN公司、人工智能触发内容解决方案的科技公司、数据洞察及商业情报分析及战略解决方案，甚至LOT物联网企业等，过去不被定位在广告营销行业的参与者的各类型公司和解决方案，都进入了互联网营销行业，并在各个细分的专业领域和传统广告营销公司形成了竞争关系，行业竞争越来越复杂。

②资源更为集中，体现明显的头部聚集特点，广告主采购体系调整，资源议价权的抢夺压力与挑战巨大。数字化应用大环境下，投入产出效率的转化在监测和评估上越来越直接和及时。由此带来的影响是，强者越强，弱者恒弱。强势资源的转化效率高，针对强势资源的采购和合作越来越多，资源集中导致采购要求更为集中的采购方式获得更低价格。一站式广告营销解决方案的常规服务模式在大型广告主（互联网企业、大型一线手机3C及快消巨头企业）的采购结构里逐步调整优化，资源采购逐步独立成为单独板块以帮助广告主获得更低的价格和更高的谈判空间。对于营销服务商来说，如何获得独家资源，如何布局资源合作获得价格优势成为另一大挑战。

③品牌的营销链路快速缩短，电商直销等模式带动营销节点的多样化，营销行动速度的要求越来越高。快速响应，策略到执行的快速产出在质量和速度的把控需要营销人员及时转型调整思路，匹配更新更快的营销方式和手段的落地，进一步强化提升竞争力。

公司下属品牌“品众创新”在互联网营销市场中，具备多年的数字营销经验，领先的资源采购量级，适应多媒体形式的高效运营团队，强大的技术研发平台，长年服务上万家知名客户，树立了优秀的品牌影响力。报告期内，品众创新在巨量引擎、百度的排名均有提升。品众创新旗下子公司获得巨量引擎“2020年度服务突破合作伙伴”、“2020年-风雨同舟奖”、腾讯“2020年上半年金牌服务商”、“2020年下半年金牌服务商”、快手“上半年商业优秀合作伙伴”等数字营销领域多个重量级大奖及各种行业大奖。

公司下属品牌“优力互动”持续服务于世界五百强的如微软、奔驰、惠普、米其林等国际大品牌客户，形成了专业有素的服务体系，在行业内创造了良好口碑。同时作为腾讯、知乎、虎扑、字节跳动、网易等媒体代理商为广告主提供新媒体广告创意策划、活动管理执行、舆情监测、媒体发布等互联网全媒体营销服务。报告期内，优力互动数个作品分别获得“金鼠标——数字媒体整合金奖”、“金鼠标——最佳媒介策略奖单项奖”、“IAI国际广告奖——汽车营销奖/创新营销银奖”、“中国广告年度数字大奖——跨界整合类金奖”、“中国广告年度数字大奖——社会化营销类银行”等等行业大奖。

### 2、油墨化工业务

在国家经济发展速度趋缓，环保政策逐步推进，下游市场需求平稳等多种因素叠加影响下，油墨行业总体呈平稳的发展格局。据油墨协会统计信息专业组统计，全国油墨工业总产值约180亿元，国内油墨消耗量约70多万吨。下游印刷市场油墨行业属精细化工行业，安全绿色环保是产业发展的主方向，随着国家安全、环保政策趋严，油墨行业集中化程度越来越高，作为具备规模的油墨大型企业，公司有望继续领跑行业的绿色环保之路。

公司油墨板块专注于为包装印刷企业提供高质量印刷油墨，据油墨协会统计，公司油墨产量居国内油墨行业排名第五，“天龙牌”水性油墨市场份额连续二十年处于国内水性油墨市场的前列，“天龙牌”环保型溶剂油墨产品也占有重要的市场地位。公司主要油墨子公司广东天龙油墨有限公司获得油墨行业“十二五最强油墨企业”、“新中国成立70周年优秀油墨企业”、国家知识产权局颁发的“国家知识产权优势企业”、广东省工业和信息化厅、广东省财政厅、海关总署联合颁发的“广东省省级企业技术中心”等荣誉称号。

### 3、林产化工业务

公司林产化工板块主要是为终端消费品或接近于终端消费品的生产企业提供重要原料，随着出口贸易收窄，国家安全环保管控加强，市场和原材料供给两端承压，林产化工行业洗牌趋势加剧，国内大企业之间竞争更加激烈。

公司林产化工板块子公司天龙精细化工公司松节油深加工产品技术和规模优势明显，其生产的蒎烯、月桂烯和二氢月桂烯出口量、营销收入规模居全国同行业前列，报告期内，获得“广东省林业龙头企业”称号。子公司松源林产、美森源林产和云南天龙合计拥有国内最大的歧化松香产能，子公司松源林产荣获“广西壮族自治区民族贸易企业”、“广西现代林业产业龙头企业”、“广西壮族自治区农业产业化重点龙头企业”、“广西名牌产品”、“自治区级林业重点龙头企业”等称号。

## 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：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	10,674,947,586.63	8,673,655,780.29	23.07%	7,967,709,804.43
归属于上市公司股东的净利润	122,516,983.11	76,186,204.81	60.81%	-905,744,089.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	56,978,709.63	31,758,808.38	79.41%	-903,464,540.16
经营活动产生的现金流量净额	82,969,637.71	-26,292,262.24	415.57%	-77,494,893.94
基本每股收益（元/股）	0.1680	0.1049	60.15%	-1.2468
稀释每股收益（元/股）	0.1663	0.1049	58.53%	-1.2468
加权平均净资产收益率	10.67%	7.45%	3.22%	-63.19%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	3,179,880,580.88	2,753,289,356.18	15.49%	2,514,499,026.71
归属于上市公司股东的净资产	1,231,777,565.42	1,073,253,708.67	14.77%	984,957,559.49

### (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	2,539,962,450.08	2,381,952,215.00	2,769,431,072.24	2,983,601,849.31
归属于上市公司股东的净利润	28,414,722.26	39,800,749.76	31,955,648.49	22,345,862.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	14,143,931.28	26,031,861.72	16,250,262.76	552,653.87
经营活动产生的现金流量净额	-34,108,454.51	45,730,153.35	-60,131,722.41	131,479,661.28

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	45,200	年度报告披露	42,983	报告期末表决	0	年度报告披露	0
--------	--------	--------	--------	--------	---	--------	---

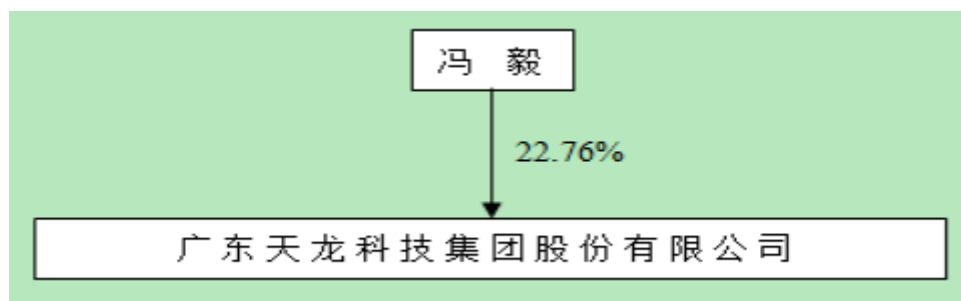
股股东总数		日前一个月末普通股股东总数		权恢复的优先股股东总数		日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
冯毅	境内自然人	22.76%	170,724,933	128,043,700	质押	42,680,000	
程宇	境内自然人	6.70%	50,231,133	0			
冯华	境内自然人	2.70%	20,225,000	0			
常州长平企业管理咨询有限公司	境内非国有法人	2.64%	19,803,640	0			
上海进承投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.29%	17,150,000	0	质押	17,150,000	
#张霞	境内自然人	1.91%	14,291,997	0			
冯军	境内自然人	1.89%	14,150,000	0			
王娜	境内自然人	0.93%	7,000,000	5,250,000			
瑞士信贷(香港)有限公司	境外法人	0.36%	2,724,700	0			
王炬	境内自然人	0.35%	2,621,600	0			
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。						

## (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

2020 年是全面建成小康社会和国家“十三五”规划的收官之年，也是公司上市后第二个五年规划的收官之年。公司面对新冠疫情及全球经济衰退等影响，齐心协力，逆势突围，紧紧围绕以效益为核心，坚持客户为中心、坚持规范为基石、坚持品质作保障、坚持创新谋发展，上下一心、攻坚克难，圆满地完成了上市后第二个五年规划的各项经营目标。

报告期内，公司实现营业收入 1,067,494.76 万元，较上年同期增长 23.07%；实现归属于普通股股东的利润 12,251.70 万元，较上年同期增长了 60.81%。截至报告期末，公司的总资产规模为 317,988.06 万元，较年初数增长 15.49%；归属于上市公司股东的净资产为 123,177.76 万元，较年初数增长 14.77%。报告期内公司实现基本每股收益 0.1680 元，较上年增长 60.15%。

秉持公司的“二五”规划，各板块不断开拓创新、降本增效、防控风险，企业运营各项综合能力显著提升。报告期内，公司紧跟市场步伐，专注业绩提升，进入发展的快车道。经过多年来的努力，并购后整合效应凸显，走出了一条传统产业与新媒体产业各具特色，齐头并进的发展之路。

##### 1、业务持续创新，品牌知名度和市场影响力不断提升。

跟随媒体流量变迁的步伐，新媒体板块完成了从搜索全案服务为主向以信息流为代表的综合全案服务商的转变，并向综合智能营销服务商迈进。灵活主动的市场策略带来显著业绩提升，2020 年新媒体板块营业收入较 2019 年增长 26.6%。报告期内，品众创新在几大头部媒体的排名持续上升，重点布局巨量引擎和腾讯社交广告，新增快手媒体代理，抢占市场先机，进一步完善信息流媒体布局。客户端行业布局上进一步优化，深挖网服、教育行业，加强游戏行业的风险控制。继续加大布局短视频，以短视频的质量获取更多创意点击率和后端转化率，赢得客户及市场的认可；布局品众创新广告数据全链路中台，以“广告+技术+数据”推动数字营销行业智能化转型。公司重视组织的创新发展，着力搭建体系化服务。北京、上海、广州三大主要基地完成搬迁扩建，确保满足区域服务需求，保持战斗力和凝聚力。报告期内，公司投资控股海南乾乾网络科技有限公司、天津年年有娱信息技术有限公司，进一步加强在短视频制作、娱乐营销方面的投入。优力互动持续为品牌客户提供互联网全媒体营销方案，业务重点逐渐转移到创新全案营销，同时，增加互联网舆情监测系统，意见领袖管理及效果评估系统等系统化服务，与微软、惠普、米其林等国际大公司保持合作，新增华为等顶尖客户，将创意、技术优势转化为服务优势，拓宽市场空间，带来了业务亮点。

报告期内，油墨事业部一手抓疫情防控一手抓生产经营，整体工作稳中有序开展，在大客户均稳定合作的基础上新增了一批新型客户；大宗材料统购优势明显，广东天龙首次尝试开展苯乙烯期货的套期保值业务，准确判断建仓和平仓套保时机；产品研发工作有所突破，聚氨酯复合胶黏剂产品研发成功，为凹印油墨市场做大份额提供新的着力点和增长点。2017 年以来，公司顺应环境和市场的变化，对油墨板块大力实施内部改革，重置组织架构，重建核心管理团队，引进高端人才、提高研发水平，目前创新改革见成效，从 2017 年亏损到 2018 年扭亏到 2020 年创上市后业绩新高。

林化事业部在松脂原料价格暴涨和全球经济下行等严峻挑战下，仍取得了疫情防控和经营生产“双胜利”。深耕细作现有产品的同时积极开展技术创新，完善二氢月桂烯醇工艺研发并进入投产设计阶段，天龙精细化工 7 个产品被认定为高新技术产品，公司被认定为广东省林业龙头企业；松源林产以客户需求为导向，推出最适用客户的高性价比产品，被认定为广西林业产业重点龙头企业。

报告期内，公司正式更名为广东天龙科技集团股份有限公司，以科技创新引领企业高质量发展。

##### 2、激励落地，降本增效，管理能力不断提升。

2019 年，公司推出限制性股票激励计划，对高级管理人员、核心管理人员和核心技术（业务）人员授予限制性股票激励。报告期内，第一批限售股票达到考核要求并解除限售。此外，公司还针对不同事业部核心管理人员制定效益共享的激励方案，健全完善员工工资增长机制，激发整体活力，助力业绩增长。

严格执行预算管理、成本核算、项目管理，推行销售费用改革、人力成本地区化转移、客户结构性优化、供应商优化整合、战略性增加原材料库存等多项举措，优化成本费用，增强盈利能力；信息化建设取得新进展，核心子公司广东天龙、天龙精化实现业财融合，品众创新业务、财务系统先后上线，采购视频会议软件，实现线上办公、OA 办公，审批效率大幅提升。

##### 3、持续加强技术创新，产品竞争力不断提升。

公司不断加大研发投入，拥有发明专利和实用新型专利 33 件，软件著作权上百个。报告期内，通过不断引进行业中高端技术研发人才，对现有产品升级迭代的同时开发了一批新产品。在数字营销领域，自主研发的信息流广告投放系统开发成功并投入使用，进一步满足移动营销新环境和新需求，提升公司在技术领域的核心竞争力。

#### 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
互联网营销服务	9,772,283,150.20	<b>411,732,897.54</b>	4.21%	26.60%	16.92%	-0.35%
松香、松节油、树脂及其他林化产品	538,613,758.65	<b>69,046,946.39</b>	12.82%	-5.74%	-29.50%	-4.32%
水性油墨	212,097,307.45	<b>77,684,982.72</b>	36.63%	-8.68%	11.78%	6.71%
溶剂油墨	147,123,496.08	<b>35,259,024.45</b>	23.97%	-0.72%	-7.34%	-1.71%

#### 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

1. 报告期内实现营业收入10,674,947,586.63元，比上年同期增加23.07%，主要原因系新媒体板块营业收入增加所致；
2. 报告期内营业成本10,080,865,516.63元，比上年同期增加24.23%，主要系本期新媒体板块营业收入增加营业成本相应增加所致；
3. 报告期内实现归属于母公司股东的净利润122,516,983.11元，比上年同期增长60.81%，主要系新媒体业务增长利润增加所致。

#### 6、面临退市情况

□ 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. 会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 14 号-收入》	经公司第五届董事会第十四次会议，审议通过	

会计政策变更说明：

##### 执行新收入准则对本公司的影响

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 14 号-收入》，变更后的会计政策详见附注四。根据新收入准则的衔接规定，首次执行该准则的累计影响数调整首次执行当期期初（2020 年 1 月 1 日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

执行新收入准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

项目	2019 年 12 月 31 日	累积影响金额			2020 年 1 月 1 日
		重分类 (注 1)	重新计量	小计	

项目	2019 年 12 月 31 日	累积影响金额			2020 年 1 月 1 日
		重分类 (注 1)	重新计量	小计	
预收款项	160,252,390.98	-160,252,390.98		-160,252,390.98	0.00
合同负债		150,871,722.89		150,871,722.89	150,871,722.89
其他流动负债		9,380,668.09		9,380,668.09	9,380,668.09
负债合计	160,252,390.98	0.00		0.00	160,252,390.98

注：上表仅呈列受影响的财务报表项目，不受影响的财务报表项目不包括在内，因此所披露的小计和合计无法根据上表中呈列的数字重新计算得出。

注 1：2020 年 1 月 1 日，本公司将已收取了客户支付对价的预收款项重分类至合同负债。

2020 年 1 月 1 日，将原预收款项中的增值税部分于 2021 年 1 月 1 日重分类至其他流动负债列报。

执行新收入准则对 2020 年 12 月 31 日合并资产负债表的影响如下：

项目	报表数	假设按原准则	影响
预收款项	0.00	229,196,700.96	-229,196,700.96
合同负债	215,409,756.85		215,409,756.85
其他流动负债	13,786,944.11		13,786,944.11

执行新收入准则对 2020 年度合并利润表的影响如下：

项目	报表数	假设按原准则	影响
营业成本	10,080,865,516.63	10,058,720,056.85	22,145,459.78
销售费用	177,701,339.67	199,846,799.45	-22,145,459.78

## 2. 会计估计变更

本报告期主要会计估计未发生变更。

### (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

报告期内，新增北京品众互动网络营销技术有限公司旗下全资子公司海南品众互动网络营销技术有限公司、北京吉狮互动网络营销技术有限公司旗下全资子公司海南吉狮互动网络营销技术有限公司、控股子公司北京快道互动网络科技有限公司及其下属子公司海南快道互动网络科技有限公司、北京品众创新互动信息技术有限公司旗下全资子公司上海品慧商务服务有限公司、北京品众创新互动信息技术有限公司控股子公司海南乾乾网络科技有限公司、北京优力互动数字技术有限公司旗下控股子公司天津年年有娱信息技术有限公司，共七家子公司纳入合并报表范围。