

证券代码：300047

证券简称：天源迪科

公告编号：2022-43

深圳天源迪科信息技术股份有限公司

2022 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	天源迪科	股票代码	300047
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	陈秀琴	谢维	
电话	0755-26745678	0755-26745678	
办公地址	深圳市南山区沙河西路 1801 号国实大厦 10 楼	深圳市南山区沙河西路 1801 号国实大厦 10 楼	
电子信箱	v-mailbox@tydic.com	v-mailbox@tydic.com	

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	2,064,182,824.76	2,376,895,073.75	-13.16%
归属于上市公司股东的净利润（元）	30,879,648.84	42,824,946.94	-27.89%

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	14,037,257.38	27,193,513.59	-48.38%
经营活动产生的现金流量净额（元）	175,842,636.52	372,145,599.21	-52.75%
基本每股收益（元/股）	0.0484	0.0672	-27.98%
稀释每股收益（元/股）	0.0484	0.0672	-27.98%
加权平均净资产收益率	0.93%	1.30%	-0.37%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	6,329,099,888.83	6,295,755,219.74	0.53%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,327,284,356.92	3,306,668,053.94	0.62%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	59,868	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
陈友	境内自然人	8.65%	55,137,772.00	41,353,329.00	质押	22,004,443
陈兵	境内自然人	4.24%	27,037,188.00	22,265,391.00		
陈鲁康	境内自然人	2.85%	18,182,518.00	13,636,888.00		
谢晓宾	境内自然人	2.48%	15,820,453.00	13,365,340.00		
杨文庆	境内自然人	2.24%	14,314,632.00	10,735,974.00		
谢明	境内自然人	1.23%	7,871,228.00			
谢雄友	境内自然人	0.76%	4,865,540.00			
张华	境内自然人	0.32%	2,054,300.00			
法国巴黎银行—自有资金	境外法人	0.31%	2,000,000.00			
劳锦达	境内自然人	0.30%	1,920,968.00			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司主要自然人股东陈友、陈兵、陈鲁康、谢晓宾、杨文庆、谢明之间不存在关联关系，也不存在一致行动。未知上述其他股东之间是否存在关联关系及一致行动。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	谢雄友通过国信证券客户信用交易担保证券账户持有 4,865,540 股；张华通过国泰君安证券客户信用交易担保证券账户持有 2,054,300 股；劳锦达通过长城证券客户信用交易担保证券账户持有 1,920,968 股。					

公司是否具有表决权差异安排

是 否

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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

公司以产业数智化转型为核心，投入研发，服务于金融、通信、政府及其他大型企业。报告期内，公司主营业务收入 2,064,182,824.76 元，较去年同期减少 13.16%，归属于上市公司股东的净利润 30,879,648.84 元，较去年减少 27.89%。

收入和利润下滑的主要原因：1. 报告期内，网络产品分销收入和利润同比下滑 20%左右，主要原因是控股子公司金华威经销的华为服务器业务在 2021 年下半年做业务重组，导致华为服务器销售在 2021 年下半年下滑严重，反映出来的财务数据主要体现在 2022 年上半年，2022 年上半年此业务已重组完成，预计下半年此产品线业务销售恢复增长。2. 上海子公司专注于公安、安全和交管行业的信息化建设，报告期内，受当地疫情及政府投资节奏的影响，收入不达预期，经营利润亏损。3. 报告期内，公司在国防科技领域收入确认较少，项目开发成本仍保持了一定时间的刚性投入，经营利润亏损。

报告期内，合计占软件及服务收入比达 88.09%的金融和通信行业业务在报告期内均保持良好的发展势头，金融和通信行业业务收入合计 490,728,128.00 元，较去年同期增长 21.06%。

金融业务板块

在金融 IT 服务领域 报告期内，公司金融行业信息化业务的拓展工作有成效，新增了大小客户 10 余个，企业级建模的质量管控能力已经成为行业的标杆，继中国银行、邮储银行之后，今年拓展到了交通银行；在营收方面，境内收入同期增长 14%，境外收入同期增长 12%；在数字人民币方面，今年上半年某指定运营商项目已成功投产，某非指定运营商项目一期已结束，二期项目已于 2 月份启动，另外，数字人民币业务也正积极向其它的银行业务场景应用拓展。

在金融服务外包领域 报告期内，市场环境变化迅速，行业竞争加剧，面对复杂的市场环境，公司加强市场拓展，优化以“为客户创造价值”的整体服务解决方案，在合规的基础上加强产品与服务创新。存量客户业务运营稳定，并新增了农业银行、邮储银行等客户，成为多家国有银行和股份制银行的核心供应商。同时，公司加大内部治理，升级运营管理系统，优化运营管理流程，整合公司内外部资源，降本增效，提升运营效率和业务效能。报告期内，实现营业收入 16,216.81 万元，净利润 1,640.93 万元，净利润同比增长 61%。

通信业务板块

在中国电信市场。报告期内，公司在中国电信集团的业务收入持续增长，并首次成为公司在中国电信市场的第一大客户。在政企 BSS 域，集团政企 2B 的 IDC、ICT、5G 切片、两线、云、物联网等战略管控业务由集团集中管理，公司助力政企产数业务高质量发展，明确产数业务为支撑新目标，以能力提升为重点，打造新售前、新运营，新交付演进路线，加速推动政企全面数字化转型。与数据中心合作，签约了大数据基础能力平台，渠道管控等业务。在中国电信的省分公司的业务收入均保持正增长。

随着改革转型，中国电信客户将把大部分投资放到对外的产品研发和市场拓展。报告期内，中国电信集团新设立金融、应急、政法公安、农业农村等 12 个产业研究院，设立中国电信数字智能科技分公司，公司通过做好政企 BSS，大数据能力平台积极切入客户对外的生态支撑，利用公司现有公安、交管和金融行业产品寻找政企合作机会。

在中国联通市场。公司以联通总部业务为基石，横向拓展，多点开花。报告期内，总部公众业务市场份额进一步扩大；政企业务智慧运营在总部和省分公司持续推进；通过数据分析项目持续深化在总部数据域的沉淀；成功中标联通总部外呼应用建设项目，正式进入联通智能客服领域；联通子公司及省分公司不断有新项目落地，进入浙江政企中台市场，与客户共同摸索新模式；拿下联通规模最大的生产中心项目“上海联通交付中心运营外包项目”框架。

在中国移动市场不断破冰。巩固现有客户和项目，拓展现有客户业务领域，占据中台等重点项目位置。同时公司依托在运营商市场的多年业务沉淀和技术积累，全力拓展中国移动相关市场，积极跟进移动分子公司市场新机会。

政府及其他业务板块

报告期内，政府项目落地较少，政府垂直领域产品下沉至地、市及区、县，如智慧城管、智慧住建、数据安全等仍获得了不少项目机会。在公安市场，考虑到疫情相关因素的影响，以谨慎收缩战略，严禁提前投入，报告期内，以存量公安数据业务及交警业务为主，产出主要来源于广东、江苏等地老公安客户。

完善内部控制和提升管理

报告期内，宏观经济下行，公司坚持稳健和可持续发展原则，进一步完善管理制度，提升内部控制，优化成本结构，防范经营风险。建立机制性、全面性、预防性管理体系，成立技术委员会、项目管理办公室、产品委员会等，共享专家资源提供技术支持。以项目为中心，预防为主，管控前移，化解风险，解决技术、工程、业务拉通等管理问题，有效地降低了项目管理成本。以人为本，把“人”定位成公司的最重要资产，识别关键岗位和骨干人才，重点岗位技能标签化管理，把人才招募和培训提到公司核心竞争力的角度来对待。知识赋能，建立“超级大脑”，赋能“意识、信息，技能和经验”，从层级走向扁平，更加高效地直达每个人。