

证券代码：300288

证券简称：朗玛信息

公告编号：2019-035

## 贵阳朗玛信息技术股份有限公司 2019 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次半年报的董事会会议。

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	朗玛信息	股票代码	300288
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	王春	肖越越	
办公地址	贵阳市观山湖区长岭南路 31 号国家数字内容产业园二楼	贵阳市观山湖区长岭南路 31 号国家数字内容产业园二楼	
电话	0851-83842119	0851-83842119	
电子信箱	zhengquanbu@longmaster.com.cn	zhengquanbu@longmaster.com.cn	

## 2、主要财务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）	234,188,485.73	228,472,570.81	2.50%
归属于上市公司股东的净利润（元）	44,054,404.71	50,134,370.92	-12.13%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	41,165,592.12	45,049,662.52	-8.62%
经营活动产生的现金流量净额（元）	65,494,407.15	42,348,247.01	54.66%
基本每股收益（元/股）	0.13	0.15	-13.33%
稀释每股收益（元/股）	0.13	0.15	-13.33%
加权平均净资产收益率	3.30%	4.05%	-0.75%
	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）	1,775,845,075.20	1,722,366,727.60	3.10%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,345,228,702.66	1,318,071,368.05	2.06%

## 3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数	35,859	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
王伟	境内自然人	35.56%	120,185,915	91,872,000		
靳国文	境内自然人	7.11%	24,036,100	18,027,075		
黄国宏	境内自然人	5.91%	19,981,086	14,985,814		
刘玲	境内自然人	4.53%	15,312,900	0		
贵阳朗玛投资咨询企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.45%	8,285,640	0		
史红军	境内自然人	1.83%	6,175,000	4,680,000		
广州市玄元投资管理有限公司—玄元新大宗策略 3 号私募证券投资基金	境内非国有法人	0.89%	3,000,000	0		

广州市玄元投资管理有限公司—玄元定增精选证券投资基金	境内非国有法人	0.60%	2,026,814	0		
宫龙	境内自然人	0.40%	1,339,400	0		
顾晶	境内自然人	0.30%	1,000,000	0		
蒋毅华	境内自然人	0.30%	1,000,000	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司法人股东贵阳朗玛投资咨询企业（有限合伙）由公司控股股东、实际控制人王伟控制，双方为一致行动人。此外的其他股东，公司未知股东间是否存在关联关系，也未知其是否属于上市公司持股变动信息披露管理办法中规定的一致行动人。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

#### 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

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

#### 6、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，且在半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

否

公司自2014年转型互联网+医疗领域以来,通过外延式并购与内生式业务发展,围绕着“用户入口、大数据分析、医疗资源”三要素,完成了包含医疗信息服务、医疗服务、医药流通、智能可穿戴设备等几个板块的业务布局,形成了以实体医院为基础,集医疗健康咨询、远程问诊、健康检测和医药电商于一体的“互联网+医疗”健康服务闭环。公司依托互联网医疗运营及数据优势,于2019年7月作为牵头单位成立了国家技术标准创新基地(贵州大数据)医疗健康大数据专业委员会,在相关行业主管部门的指导下,通过搭建标准创新协作平台、探索市场化标准创新模式、建立医疗健康大数据省级和国家级标准和规范,规范数据云并应用到人工智能等,打造政产学研结合的医疗健康大数据开放平台;建立实体医院和互联网医院建设以及移动远程诊疗规范、标准数据库、人工智能应用的三层结构的标准;探索医保数据标准与模型,并可将其应用到诊疗的临床路径以及慢病随访标准的制定、公共卫生疾病预防和筛查等领域。

2019年上半年,公司各业务线板块稳步协同发展,医疗信息服务、医疗服务为上市公司主要收入来源。2019年8月14日,中国互联网协会、工业和信息化部信息中心联合在北京发布了2019年“中国互联网企业100强”排行榜,公司自2016年起四度蝉联百强榜单,凭借在互联网+医疗领域的影响力,排名从去年的第39位上升到今年的第35位,成为国内唯一连续四年入选百强榜的“互联网+医疗”企业。

##### (1) 39健康网

39健康网是公司全资子公司启生信息运营的具有优质流量的医疗健康信息服务平台,专注于为用户提供优质的在线健康信息服务,内容包括医疗健康行业动态、医疗保健、疾病预防、疾病诊断、医学护理、医疗方案咨询、社区交流等,覆盖诊前、诊中、诊后全医疗健康环节,在医疗健康的搜索生态中持续保持头部地位。39健康网与全国众多的知名三甲医院和知名药企有着长期的合作,在积累海量优质医疗资源的基础上,通过平台精准的需求定位,将长期积淀在医疗健康咨询的用户需求数据,进行深度价值挖掘,实现由单纯流量变现向“全方位服务+个性化内容”变现的转变;通过持续探索用户流量价值与媒体品牌价值的融合点,

将由单方的流量出入口转变为内容+服务+商品输入输出的新场景。

依托流量的优势地位，与权威媒体联合主办“健康中国2030品牌计划”，以“政经一体、媒企融合、程序公平、价值传播”为指导方针，以“温润医患关系 和谐健康中国”为使命，通过指数研究和产业洞察，以品牌建设服务经济建设，助力健康中国产业成长，打造“医药健康行业首选内容营销平台”，形成线上资讯，线下服务的深度融合，致力于成为健康产业的风向标。

启生信息一直注重自主创新及知识产权保护、提升企业核心竞争力，通过开展自主研发项目，已形成90余项核心自主知识产权，2018年再次通过高新技术企业重新认定，从2018年度起连续三年继续享受高新技术企业所得税优惠政策。报告期内，启生信息实现收入8,321.43万元，较上年同期增长了9.47%。

## （2）实体医院

贵阳六医是集医疗、教学、科研、预防、保健、康复为一体的综合性二级甲等医院，是省、市、铁路、新农合、工伤、商保定点医院，现设立了32个医技科室，职工600余人。作为公司互联网医疗业务的实体医疗载体，利用“互联网+远程医疗”实现了国内优势医疗资源下沉。依托互联网医疗的布局和强大的医疗人才网络，借助国内一流专家团队为贵阳六医各重点特色专科提供指导，在心脑血管科、泌尿科、肿瘤科、骨科和精神科等重点特色专科方面持续进行技术储备，提升精准治疗能力，为其持续发展提供了强劲的动力。在充实医院专家团队的同时，六医公司持续升级改造基础设施、优化经营管理和引进优秀人才，全面改善患者的就医体验，经营情况持续改善，门诊病人、住院病人、手术台次较上年同期实现了较大幅度的增长。待六医公司新建医技综合大楼投入使用后，将大幅提升贵阳六医的整体综合服务能力，有利于贵阳六医未来三级医院的评审申报工作，促进六医公司进一步做大做强医疗服务业务。报告期内，六医公司实现营业收入9,866.84万元，较上年同期增长了17.79%。

## （3）39互联网医院

39互联网医院是国内率先获得合法医疗机构资质的互联网医院，主要是利用便捷的移动终端设备，通过远程医疗模式，更高效的利用优质医疗资源，给基层医疗机构带来帮助和提升。经过近几年的探索，39互联网医院在疑难重症二次会诊的基础上，已衍生出“互联网+专科建设”的医疗模式，专注于为县市级医院、民营医院提供智能、优质、规范的医疗服务

解决方案，围绕提升医疗能力、搭建人才梯队、新技术的学习、合作科研等4个医疗维度，全力协助基层医院的专科发展，最终实现基层医疗机构科室能力的提升和品牌的建设。通过39互联网医院专业的互联网医疗服务运营团队整合多方资源与重塑诊疗的流程，已在心内科、呼吸内科、泌尿科、妇科、肿瘤科、骨科等专科积累了丰富的运营和诊疗经验。截止目前，39互联网医院已合作300余家县市医院，签约超过2,000位名医专家，累计完成了来自24个省、37个专业、20多万病例诊疗服务。

2019年3月，39互联网医院顺利获得CMMI3级认证，标志着39互联网医院在软件设计、开发、项目管理及为用户提供高品质产品方面的能力达到了国际主流软件开发企业的水平，从流程体系上确保39互联网医院能够可靠的为合作伙伴提供优质、安全、稳定的成体系医疗信息服务，在行业的竞争力和美誉度得到进一步肯定。

#### （4）39健康医疗服务平台

39健康医疗服务平台深耕于贵州省，由贵阳六医互联网慢病管理科面向基层提供下沉式的医疗服务，通过在便民药店、社区服务中心、乡镇卫生所等场所部署的远程医疗视频设备上的“39健康医疗服务平台”，或者手机“贵健康”APP为用户提供常见病、多发病诊疗以及慢病健康咨询服务，惠及患者的同时也为基层的医疗工作者提供提升执业水平的机会，实现贵州省人民群众“小病不出门”的愿景，切实推进分级诊疗制度的开展。目前开展线下问诊点+线上诊疗服务，实现最高单日视频问诊量超7,000人次，累计远程门诊超过300万例。同时39健康医疗服务平台也为贵州省脱贫攻坚工作提供助力，开展“互联网+精准扶贫”模式，将贵州省内130余个贫困（困难）村村医纳入医疗服务体系，对村医实现一对一帮扶。

“贵健康”APP已与省内近200家医院的挂号平台实现对接，可以通过其预约挂号模块完成在省内绝大多数医院的预约挂号。用户在完成实名认证之后，可以通过“贵健康”预约检查/挂号模块完成网上难以诊断、难以完成的诊疗，将转诊落实到医疗机构进行后续检查、治疗；通过电子病历功能来查看电子健康档案以及由合作医院出具的检验报告；通过药品查询服务可以查询8万种疾病、40多万类药品数据，同时，来自39健康网的实时更新可以及时满足用户最为关切的医疗热点信息需求；通过智能穿戴设备测量并记录上传数据到自测功能模块后，可以实现智能预警、提示问医。

### （5）IPTV业务

基于与电信运营商及其相关合作方建立的长期稳定的业务合作关系，以大健康大医疗为指导理念，公司开发了IPTV智慧医疗家庭健康服务平台，将公司线上互联网医院等业务放入平台，即在家庭网络电视盒子上建立一个完善、周密和个性化的医疗健康服务平台，用户打开电视机顶盒，进入医生问诊频道，选择医院、医生，连接后就能通过视频完成咨询、问诊，为社区和家庭提供集慢病管理、健康咨询、知识科普、健康提升为一体的系统服务。一方面拓展公司电信增值业务的内容，另一方面也有助于互联网医院业务的发展，有效促进健康服务的信息化。

报告期内，公司持续推进IPTV智慧医疗家庭健康服务业务在各终端渠道的覆盖，探索与各省级播控平台的合作模式。目前IPTV业务已覆盖全国20余家省级电信、联通、广电等运营商平台，与联通TV中心、电信江苏基地、未来电视、上海百视通等均已开展业务合作，各省本地化的健康医疗资源也逐步引入。家庭用户在家使用电视机就能实现预约挂号、视频问诊、健康检测、健康视频点播、名医预约咨询等服务；结合用户的健康检测数据、问诊信息，医生可以为使用者提供完善健康档案建立及管理、慢病管理、健康预警和健康提醒等服务，是家庭医生的管理入口，特别是在偏远地区和县区级地区能真实解决老百姓对健康的需求，符合国家倡导的分级诊疗政策。

### （6）智能可穿戴设备业务

布局智能可穿戴领域是公司完善互联网医疗闭环服务的重要一环，由公司控股子公司贵州拉雅实施研发、生产及销售，主要针对心血管疾病、糖尿病等慢性病领域。经过两年的发展，贵州拉雅完成了生产厂房的消防、环评验收及洁净度测试，初步完成仪器试纸生产相关原料的筛选及供应商考察。贵州拉雅的仪器、试纸是基于电化学原理自主研发的，通过测量血液与试纸反应产生的电流大小进行换算，得到血液指标的具体数值。旗下产品LM-601(血糖、尿酸、血酮、总胆固醇测试模块)和配套的6pin血糖、尿酸、血酮、总胆固醇试纸以及LM-401(血糖、尿酸、血酮、总胆固醇测试模块)和配套的6pin血糖、尿酸、血酮、总胆固醇试纸具备医疗级的检测精度，满足基层医疗机构、家庭和个体化健康管理、疾病预防控制、慢病管理等需要现场快速检测需求，并借助一带一路发展的契机，成功拓展至海外市场，已出口到土耳其等国家。报告期内，贵州拉雅实现营业收入55.28万元。

### （7）医药流通业务

公司参股子公司医药电商完成对康心药业全资收购后，成为贵州省大型医药流通企业，拥有标准化的物流配套设施和精细化的信息化管理系统，对货物流、资金流、信息流实现三流合一，对货物、票据、款项实现实时对应、查询和管理，销售网络遍及贵州全省，业务拓展至云南、四川、重庆、广西、海南等部分地区，在2018年度中国医药商业百强企业评选中，康心药业名列第47位。2018年起，由于国家大力推行药品采购两票制，原来的药品经营模式发生了变化，医院实行药品集中招标、集中采购，药品在医院端的价格尤其是公立医院的采购价格有较大幅度的下降，导致药品流通企业的整体盈利能力偏弱。对此医药电商不断拓展市场，进行业务推广，并对利润的下滑采取了应对措施：加强人力资源成本控制，整合部分业务部门，节约人力成本支出；加强成本管控，严格管理办公用品、水、电费用等支出；对应收账款进行管理、催收、回款，减少公司的资金成本支出。报告期内，医药电商实现营业收入127,191.15万元，较上年同期下降18.9%。

### （8）电话对对碰业务

公司传统电信增值业务电话对对碰是一个集聊天、交友、电话游戏为一体的大型语音社交娱乐平台，用户通过固定电话、手机免费拨打，享受多人聊天、一对一交友、游戏等众多服务，会员用户还可享有专属聊天室、随心寻找朋友、参与所有游戏等众多语音内容的权利，一直为公司提供稳定的现金流。今年起，随着4G商业运用普及，运营商对业务结构有较大调整，公司电话对对碰业务开展区域缩减，报告期内实现营业收入2,483.76万元，较上年同期减少45.31%。对此，公司已将业务资源逐渐向其他业务进行转移和整合。

### （9）移动转售业务

移动通信转售业务自2018年5月1日起由试点转为正式商用后，公司相继获得中国移动颁发的第一批正式转售牌照、中国电信第二批正式转售牌照，并授权控股子公司贵阳朗玛通信科技有限公司独立运营，让业务发展更加专业化。2018年移动转售市场各虚拟运营商产品同质化严重，多以价格竞争抢夺用户，对此朗玛通信通过重组技术团队、优化重建BOSS系统，推出了新的渠道管理平台及物联卡管理平台，以提升个人用户ARPU（每用户平均收入）值为重点发展方向，保持业务稳定发展。随着4G商用的普及，以及5G时代的即将到来，移动转售业务将通过线上线下渠道并行，以业绩考核和营销推广并进，寻找不同行业的合作契机，推



广高分成导入流量，聚焦智能设备、智能穿戴用卡的物联转化方式，针对小号、快递以及公司互联网医疗业务的新需求，挖掘潜在的增值空间。报告期内，移动转售业务实现营业收入 2,364.74 万元，较上年同期增加 9.5%。

## 2、涉及财务报告的相关事项

### (1) 与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的说明

适用  不适用

财政部陆续修订印发《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号-金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号-套期会计》和《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》等多项会计准则，境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起开始执行；于 2019 年 4 月 30 日发布《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），适用于执行企业会计准则的非金融企业 2019 年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表；于 2019 年 5 月 9 日印发《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（财会[2019]8 号），自发布之日起实施。

公司根据上述修订后的会计准则要求对会计政策进行相应变更，本次会计政策变更属于“根据法律、行政法规或者国家统一的会计制度的要求变更会计政策”的情形。

### (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) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明

适用  不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

贵阳朗玛信息技术股份有限公司

2019 年 8 月 29 日