

证券代码：300288

证券简称：朗玛信息

公告编号：2020-027

贵阳朗玛信息技术股份有限公司 2019 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。

公司所有董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

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：无。

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 337,941,402 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.21 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	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	贵州省贵阳市贵阳国家高新技术产业开发区金阳科技产业园长岭南路31号（国家数字内容产业园二楼）		贵州省贵阳市贵阳国家高新技术产业开发区金阳科技产业园长岭南路31号（国家数字内容产业园二楼）
传真	0851-83835538	0851-83835538	
电话	0851-83842119	0851-83842119	
电子信箱	zhengquanbu@longmaster.com.cn	zhengquanbu@longmaster.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

2019年度，公司在发展传统的电信及电信增值业务的基础上，继续在医疗信息服务、医疗服务、医药流通、智能穿戴设备等板块深化朗玛信息互联网医疗生态圈的构建，秉持“敬畏医疗”之心，以“互联网医疗的本质还是医疗”的核心价值，夯实自有医疗机构，深耕于医疗+互联网医疗业务板块，坚持以互联网、大数据等技术作为医疗的“连接器”和“放大器”。公司仍聚焦两大业务板块，全面提高公司综合竞争力。

（一）医疗服务+互联网医疗业务板块

公司深耕“互联网+医疗”、“智慧医疗”，依托线下医疗机构，提升“39”品牌价值。在39健康医疗服务平台、39健康-IPTV智慧医疗家庭健康服务平台、39互联网医院的基础上，汇聚优质资源，整合打造“39”互联网医疗品牌，形成品牌化的公司互联网医疗产业集群，融合线上互联网服务+线下实体医院的医疗服务，推进各业务相互协作与协同发展，有效提升优质医疗资源的效率，大大降低了百姓的就医成本，助力国家分级诊疗政策的落实。在“新冠肺炎”疫情蔓延期间，公司依托旗下39健康网、39互联网医院联合中国志愿医生及相关医生分会、医院协会等，运用“互联网+医疗”技术为老百姓提供免费远程问诊服务，有效减轻实体医疗机构就诊压力，降低百姓实地就医交叉感染风险，实现专家与病人、专家与医护人员之间异地“面对面”会诊，为全国范围内的疫情防控，积极做出自身应有的贡献。

（1）实体医疗机构业务

公司旗下二级甲等综合性医院贵阳市第六医院，秉承“政府放心、同行认可、患者满意、职工幸福”的办院理念，通过对医院基础设施进行升级改造、新建医技病房综合楼、优化经营管理团队，引进优秀人才等一系列举措，实现“互联网+远程医疗”推动国内优质医疗资源下沉，在改善患者就医体验的基础上，形成“找名医，到六医”的品牌效应，通过提升经营管理策略，储人才、控费用，门诊诊次、入院人次、手术台次均同比有所增长，公司营业收入持续增长。六医公司将继续贯彻落实“强专科带综合、强内涵促规范、强人才建团队、强服务创品牌、强管理增效益”的发展战略。

（2）医疗信息服务业务

公司全资子公司启生信息通过重新调整产品定位，去中心化经营策略，以多中心化、新媒体优质的内容加持，从内容、产品、技术、销售方面进行提升，满足客户多层次以及不同场景的个性化需求，在自身流量优势的基础上将信息内容服务提升至多维度的综合资讯服务。

（3）互联网医院业务

39互联网医院经过四年的持续探索，形成以“互联网+专科建设”为核心，聚焦帮扶县域医院，助力基层医院的专科建设，促进优质医疗资源有效下沉至基层医院。“互联网+专科建设”的模式不断演进，通过规范诊疗流程，以大医生+基层团队，为基层医疗机构建立稳固的专家团队，定期常态化立体化开展远程+实地帮扶，从而提高学科业务水平并引进新技术。

“39健康医疗服务平台”面向贵州基层提供下沉式的医疗服务，在切实服务基层人民群众的过程中，落实国家精准扶贫，通过互联网医疗改善偏远地区群众的就医状况，也是基层医疗工作者提升执业水平的学习平台。“贵健康”APP以定制化服务模块根据用户个性化需求发掘深度价值，结合现有的线上线下资源为用户提供更多的会员专享特权服务。

（4）IPTV智慧医疗家庭健康服务平台

公司与电信运营商及其合作方建立长期稳定的业务合作关系，基于家庭网络电视盒子和大屏电视所推出IPTV智慧医疗家庭健康服务平台，以大健康大医疗为指导理念，将互联网医疗覆盖延伸至第三屏，将IPTV承载的互联网医院服务通过电视端惠及全国家庭，为用户提供集视频问诊、预约挂号、慢病管理、健康咨询、知识科普等功能为一体的健康服务，

以信息化的方式为每个家庭提供优质的健康服务。

（5）智能可穿戴设备业务

公司控股子公司贵州拉雅开展的医疗级智能可穿戴及微型医疗设备的研发、生产及销售，在心血管、糖尿病等慢病领域提供有力的技术支持。2019年，贵州拉雅基于“LM-系列”检测模块，完成了新一代仪器的研发，用户可选择多种通讯模式，该仪器具有血细胞压积校正和免调码技术的优势。同时，贵州拉雅联合具有渠道优势和熟悉医疗器械注册的厂家，开展面向土耳其、阿尔及利亚等“一带一路”沿线国家的整体技术服务输出和业务合作。

（6）医药流通业务

贵阳市医药电商服务有限公司作为公司在医药流通领域的业务布局，在贵州省及邻近地区已形成网状业务覆盖和稳定的业务。2019年医药电商全资子公司贵州康心药业入选2018年度中国医药商业百强企业，名列第47名。由于药品在医院端的采购价格因国家大力推行药品采购两票制有较大幅度的下降，导致医药电商行业的综合毛利率出现整体的下滑。

（二）电信及电信增值业务板块

（1）移动转售业务

2019年1月，公司获得工信部颁发的正式移动转售商用执照，并拥有中国移动和中国电信双转售牌照，由控股子公司朗玛通信负责运营。2019年初朗玛通信尝试线上推广销售，用户有较快的增长；2019年年底开始拓展集团客户，在完全满足实名制规范的同时，开展对公司、团队用卡的供给。在移动转售市场竞争日益激烈的环境下，通过规范的管理，灵活的资费套餐模式，便捷严谨的线上实名认证，强大的渠道商业务管理平台，保持业务稳定发展。

（2）电信增值业务

“电话对对碰”是公司传统的现金流产品，通过与基础运营商合作，以“基础服务免费、增值服务收费”的会员模式，与电信运营商进行收入分成。2019年，受运营商业务结构调整影响，电话对对碰业务受到较大影响，业务区域缩减，收入下滑。

(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	115,110,413.66	119,078,072.07	114,473,430.04	87,044,175.02
归属于上市公司股东的净利润	18,952,556.07	25,101,848.64	22,389,087.62	-534,125.04
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	18,189,142.46	22,976,449.66	21,283,960.91	-6,804,500.79
经营活动产生的现金流量净额	29,364,134.90	36,130,272.25	-2,572,294.94	38,129,636.63

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	33,823	年度报告披露日前上一月末普通股股东总数	33,381	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
股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持股数量	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	35.36%	119,496,015	91,872,000			
靳国文	境内自然人	7.11%	24,036,100	24,036,100			
刘玲	境内自然人	4.53%	15,312,900				
黄国宏	境内自然人	4.44%	14,991,086	14,985,814			
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				
史红军	境内自然人	1.78%	6,028,000	4,680,000			
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	1.12%	3,783,628				

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			
宫龙	境内自然人	0.40%	1,350,600			
曲贵田	境内自然人	0.22%	751,200			
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。					

(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

2019年，公司继续聚焦大数据大健康产业，提供大数据医疗健康服务。公司围绕着“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业务支撑，围绕医疗健康咨询、在线问诊、健康检测和医药电商于一体的“互联网+医疗”健康服务闭环；同时继续发展电信及电信增值业务，为公司发展提供现金流保障。公司各业务板块稳步协同发展，医疗信息服务、医疗服务、移动转售业务为公司主要收入来源。公司于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，以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年公司再次入选“中国互联网企业100强”排行榜，凭借深耕互联网+医疗领域及持续创新，排名由第39位上升至第35位，成为国内唯一连续四年入选百强榜的“互联网+医疗”的企业。

（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，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，以精准用户需求定位，将长期积淀在医疗健康咨询的数据，进行深度价值挖掘，由流量内容向“全方位+个性化”内容和服务转变；探索用户流量价值与媒体品牌价值的融合点，通过去中心化策略，加持新媒体，实现内容线、产品线、技术线、销售线融合并引入新业务线的新场景。报告期内，启生信息实现收入15,523.69万元，较上年同期增长了1.25%。

（2）实体医院

公司秉持“敬畏医疗”之心，以“互联网医疗的本质还是医疗”的核心价值，贵阳六医

是一家集医疗、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。作为落实“互联网+医疗”的重要战略支撑，通过开设的互联网慢病管理科，与公司已有的互联网医疗企业积极合作，实现医疗服务与互联网医疗的深度融合，以“互联网+远程医疗”的方式实践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、肿瘤科、骨科、精神科、泌尿科等重点特色专科方面持续进行技术储备。在心脑血管科领域，与以霍勇教授为主导的权威专家团队保持深度合作；在肿瘤科领域，与来自北京大学肿瘤医院等知名肿瘤医院的院长和主任医师团队开展合作；在骨科领域，贵阳六医经国家卫计委批准加入“区域性严重创伤救治体系”，依托位于交通环线要道的地理优势，为骨科患者提供及时专业的治疗；在精神科领域，北京知名专家定期进行远程查房，不断提升院内精神科医生的诊疗能力；在泌尿领域，与北大人民医院的专家密切合作，长期有专家来医院指导和开展手术；ICU（危重病房）独立开科后，在北京朝阳医院RICU（呼吸危重病房）专家的每周互联网+帮扶下，引进新技术，提高科研水平，三篇科研文章被欧洲医学期刊Critical Care接受和刊发。

六医公司通过基础设施升级改造及医疗信息化建设，同时优化经营管理、引进优秀人才，在硬件和软件层面全面提升患者的就医体验，2019年门诊总诊次16万人次、住院人数12万人次、手术台次3千余台，较上年同期分别增长6.07%、2.45%、6.55%。报告期内，六医公司实现营业收入18,367.64万元，较上年同期增长2.26%。

（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。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。“互联网+专科建设”还将逐步提升级，实现医学部+大医生部+基层销

售团队共同参与，以单病种学习核心，结合国家或省级认可的专科（中心）标准制定阶段性系统化的学科发展计划，帮助医院“看好病”，达成专科（中心）标准化的建设目的。

39互联网医院于2019年3月顺利获得CMMI3级认证，表明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，确保39互联网医院从流程体系上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。

（4）39健康医疗服务平台

39健康医疗服务平台融合39健康医疗健康服务、39健康-快应用、贵健康-APP、39医生工作站构成。

39健康医疗服务依托贵阳六医互联网科全科医生，通过以三甲、二甲医院为核心，以社区（乡镇）医院、村卫生计生服务室、实体药店、社区服务中心为便民就诊点，在各相关场所部署远程医疗视频设备，运用远程视频为用户提供常见病、慢性病的医疗健康咨询服务，为广大用户提供互联网在线医疗咨询，并提供常见病、慢性病（高血压、糖尿病等）的复诊、轻问诊及在线医患随访管理服务。在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，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，通过“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。

39健康-快应用定位于移动互联网关注健康用户人群，为用户提供各种在线健康咨询和医疗服务，如：健康咨询、一问多诊、健康问答、预约挂号、在线问诊、电子处方、在线购药等产品服务。

“贵健康”APP围绕医院患者场景，为用户提供各种在线医疗服务入口，如：预约挂号、预约诊疗、在线问诊等服务，“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。

39医生工作站围绕医生个人的场景，打造医生的移动诊室，处理紧急的需求，服务患者咨询、管理、随访。

（5）IPTV业务

IPTV系统，包括视频问诊、专家约诊、预约挂号、健康视频、健康检测、走进医学、39互联网医院、我的家等功能模块。用户在家里，打开电视就可以看医生，方便简单，特别适用于有老人、小孩的家庭，对慢病管理和需要长期持续健康服务的家庭可以建立家庭健康档案，照顾家人健康。

业务发展主要通过产品运营、线上活动开展（义诊、有奖活动等），结合线下推广（营业厅、社区、药店、医院等场景），结合电视EPG（电子节目指南）首页入口流量，带来用户增长的同时，也为用户提供电视大屏端的家庭医生服务。收入方式主要与运营商合作分成，用户可进入业务后，可免费体验部分功能和试用产品，需要享受更多服务和功能时可选择订购，可按次购买服务，也可以按月、季、半年、年为服务周期订购业务。支付成功后即可享受全部功能和服务，公司与运营商按合同约定对收入进行分成。

IPTV业务线上覆盖25个省，45个省级运营商IPTV平台，提供多个IPTV健康类产品服务用户，覆盖1.2亿家庭用户，已形成良性循环的业务发展态势。项目整合公司旗下优质医疗资源，可向电视端用户提供以视频问诊、视频点播、健康检测、健康咨询、慢病管理等健康服务内容。本项目将以公司医疗资源为基础，以创新的业务模式和产品服务为核心，走一条差异化的发展道路，打造闭合产业链，形成生态体系。

IPTV以宽带电视为平台，将全面整合已有投资公司及外部合作伙伴资源，做好产品服务完善并拉动合作企业共同发展。创新现有电视端产品及业务内容，在电视端实现双向互联互通的医疗健康类交互应用，扩大电视端应用的覆盖面，集聚海量用户，形成良性发展。最终，推动医疗健康服务在电视端的应用与发展，为电视端用户提供安全、有效、便捷健康服务的同时带动收入增长点。

（6）智能可穿戴设备业务

智能可穿戴领域由公司控股子公司贵州拉雅实施研发、生产及销售，产品主要针对心血管疾病、糖尿病等慢性病领域，实现血糖、尿酸、总胆固醇、血酮等多项指标的医学级测量。贵州拉雅完成了生产厂房的消防、环评验收及洁净度测试以及仪器试纸生产相关原料的筛选及供应商考察。贵州拉雅的智能可穿戴设备及耗材试纸是基于电化学原理完全自主研发。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、家庭和个人健康管理、疾病预防控制、慢病管理等需要现场快速检测需求。

在国家一带一路发展的契机之下,产品已成功拓展至海外市场,2019年4月交付三万台LM-602到土耳其,并于8月在土耳其加济安泰普实施技术培训。2019年贵州拉雅在知识产权方面完成9项专利的申请申报,完善公司海外出口业务所涉及流程环节。2019年实现主营业务收入60.97万元,同比增长80%。

(7) 医药流通业务

公司子公司医药电商是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,其全资子公司康心药业名列第47位。2018年起,由于国家大力推行药品采购两票制,对医药流通行业形成较大影响,原先的药品经营模式在医院实行药品集中招标、集中采购之后,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,导致医药流通企业的整体盈利能力下降。对此医药电商通过拓展市场,进行业务推广,控制利润的下滑,加强人力成本集约化,业务部门整合,成本精准管控等举措,对应收账款采取积极的管理、催收、回款,减少公司的资金回笼过程的成本支出。报告期内,医药电商实现营业收入261,468.93万元,较上年同期下降4.52%。

(8) 电话对对碰业务

公司电话对对碰为特定用户群体提供聊天、交友、电话游戏的传统电信增值业务,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,由于4G商业运用普及,运营商对业务结构进行较大调整,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2,589.41万元,较上年同期减少65.59%。公司已将该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

公司移动转售业务由控股子公司朗玛通信独立运营，2019年1月29日获得工信部颁发开展全国转售业务的正式商用牌照。从技术升级的角度，经过近一年的技术改造，基本完成新系统“万象互联云系统”的搭建，该系统由财务管理系统、风控管理系统、用户管理系统、数据分析系统、渠道管理系统、运营商管理系统、客服管理系统构成，所有功能模块化，操作效率更高，功能更智能、更强大，对转售业务未来的成长、延伸、扩展、运维起到了极其重要的支撑作用。报告期内，移动转售业务实现收入5,829.73万元，较上年同期增长了38.57%。

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
IPTV 业务及电话对碰业务	31,751,472.43	6,670,983.68	78.99%	-58.99%	-23.21%	-9.79%
移动转售业务	58,297,300.47	32,801,427.19	43.73%	38.57%	9.95%	14.64%
医疗信息服务	153,774,628.78	31,270,644.85	79.66%	1.94%	26.11%	-3.90%
医疗服务	180,598,892.81	172,390,774.63	4.54%	2.62%	6.41%	-3.40%
其他	11,283,796.30	7,472,823.43	33.77%	-4.29%	11.04%	-9.15%
合计	435,706,090.79	250,606,653.78	42.48%	-4.89%	7.99%	-6.86%

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

公司于2019年8月27日召开第三届董事会第二十六次会议、第三届监事会第十五次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》，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

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

2020 年 4 月 22 日