

证券代码：300168

证券简称：万达信息

万达信息股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-08-30

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（投资者交流电话会议）
参与单位名称及人员姓名	银华基金 王浩、薄光辉；汇添富基金 夏正安、王天宣、马翔、刘江；招商基金 文仲阳、李京洋；大成基金 李哲超、郭玮羚；鹏华基金 董威、倪也；信诚基金 郭梁良；中融基金 汤祺；中海基金 李东祥；财通基金 傅一帆；景顺长城基金 江磊；平安大华基金 翟森；国投瑞银基金 徐栋、袁野、陆宇轩；安信基金 沈明辉；华安基金 袁祥；国泰基金 孙家旭；金鹰基金 席俊峰；中邮基金 雷蒙；国都证券基金部 黄翱；融通基金 田祥光、孙卫党、邹曦、彭炜、关山、林清源；长城基金 苏俊彦、张留信；新华基金 栾超；诺安基金 王创练、路龙凯；交银施罗德基金 刘庆祥；前海开源基金 梁策；湘财基金 房天昊；阳光保险 陈拓；东方资产 张伟峰；国寿资产 杨琳；光大保德信基金 林晓枫；华创证券 王文龙、邓怡；中信证券 陈涵泊；熠星投资 邹亚雄；鸿道投资 方云龙；江苏瑞华 黄立图；青骊 钱喆、吴洋；兆天投资 范迪钊；恒生前海 李和瑞；拾贝投资 杨立、胡建平。

时间	2020年8月30日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长 匡涛 副董事长、总裁 胡宏伟 高级副总裁、财务总监 陈丽娜 高级副总裁 张丽艳
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司副董事长、总裁胡宏伟发言</p> <p>第一部分：面向市场解读公告</p> <p>首先，就是大家关注的定增情况，万达信息本次定增的发行价格为 21.54 元/股，本次非公开发行股份数量不超过 9,285.05 万股，全部由中国人寿认购。本次发行后，中国人寿及其一致行动人持股比例为 24.15%。通过本次非公开发行 A 股股票募集资金偿还银行贷款，公司资本结构将得到优化，同时公司的财务成本以及现金比率、流动比率等偿债能力指标得到改善。这一举措巩固了中国人寿作为公司第一大股东核心地位，完全体现对于万达信息长期发展的信心。万达信息引入中国人寿作为战略投资者有利于公司各项业务与资源发挥协同效应，在全国范围内协同中国人寿促进各业务板块资源整合，进一步增强公司整体的竞争力，加快实现公司发展战略。定增后中国人寿坚定了第一大股东地位。未来万达信息将进一步拓展全国市场，这也需要资本的注入。</p> <p>中国人寿与万达信息签订《日常关联交易框架协议》。双方将按照一般商务条款，开展基础技术类、数字化经营管理类、医保业务领域类、客户资源开发类、健康管理类等关联交易。未来三个年度总交易的年度上限分别是 10 亿、15.5 亿、17.5 亿。未来双方的合作规模将会进一步增加，如果以 2019 年度万达信息 21.2 亿的年营收来对比，未来三年中国人寿能给万达信息带来稳定的巨大的营收贡献。本次《框架协议》系公司与中国人寿为满足双方未来三年在战略合作安排、日常业务增长及新业务开展等方面的需要，以自愿、平等、互利、诚实信用及公允为原则而签订，符合公司与全体股东的整体利益。中国人寿作为国务院直接控股的央企，对万达信息的技术储备和运营能力有着充分的信心，所以才会在关联交易的框架内进行深度广泛的合作，这一前景是十分光明的，将来不排除进一步提升相关关联交易额度。</p> <p>第二部分：经营情况概览</p> <p>2020 年是公司全面战略转型的关键一年，三大传统板块（大政务、大医卫及信创）加两大战略板块（智慧城市及健康管理）的落地同步推进。虽然上半年受到疫情影响，半年报中</p>

公司传统业务的营收和净利润有所下降，但在中国人寿的支持下公司取得了诸多新的突破。公司新签合同金额 10.52 亿元，同比增长 8%，其中合同毛利率 59.2%，同比增长 13.1%；外采成本同比下降 4%；销售费用同比下降 14%，财务费用同比下降 18%。公司上半年梳理了过去所有未完成全款的合同与项目的对应关系并制定回款计划。公司逐步将毛利率低的项目模式剔除。这一系列成本管控措施的巨大成效可以在下半年逐步体现出来。

1 大政务：公司继续巩固上海市“一网通办”总集成的地位，公司积累形成了多个 AI 应用场景，并陆续在上海各区的项目中落地。同时公司在全国行政服务中心的拓展上也取得了一定的成绩，湖南省、青岛崂山、潍坊等项目正在实施推进中。民生保障领域，公司积极探索新型创新业务开拓，推动行业发展和运营模式转型，完成了人社一体化业务中台产品规划、设计并率先在江苏省研发落地。此外，公司在广东、江西、重庆、四川等省市的人社重点项目也都顺利上线。

2 大医卫：万达信息在国家医疗保障局组织的数据中心机房和通信基础设施租用项目中标金额 3630 万元。在医保省级平台方面，公司中标了河北省医保平台、青海省医保信息系统和广东省医保信息平台。在卫生健康行业，公司新增贵州省省级核心全民健康信息平台业务。在医疗卫生行业，公司与 301 医院合作的未来医院课题及面向平战结合，满足战时快速部署和应用要求的新一代 HIS 系统建设。公司在 2020 年 5 月中标上海市崇明区智慧医院信息化项目，金额 4500 万，取得重大突破。

3 信创：公司依托国寿集团优势，打开信创业务新局面。2020 年上半年，公司与众多信创核心厂商达成合作协议，“万达信息安全可靠电子公文软件”、“万达信息全民健康信息平台”等一系列行业软件系统完成了信创基础软硬件环境适配验证，并获得了相关厂商权威兼容性证明证书。公司发起或加入湖南、四川、广东、浙江等省市信创行业协会和产业联盟，推动信创业务落地。公司也先后陆续中标湖南省、四川省相关重大信创项目。

4 智慧城市：“随申办市民云”是全国第一个突破千万注册用户的公共服务类 App，也是习总书记和克强总理点赞的平台。2020 年上半年，市民云在全国多个城市加快布局，不断提升公司品牌形象。

年初万达信息迅速推出“市民云疫情防控服务专版”APP 帮助各地城市抗疫。从全国到地方各地媒体报道市民云 4000 多次，美国 CNN 对公司首发的上海健康码（随申码）也进行了积极报道。上海“一网通办”（移动端即“随申办市民云”）入选联合国优秀案例。

5 健康管理：公司协同中国人寿，面向全国各地免费提供抗疫情服务，为上海、成都、海口、长沙、扬州、柳州、大连、

永州等 40 多个城市 2.3 亿人提供服务。健康码、口罩预约等应用有效保障了各地抗疫情工作 2020 年上半年，健康云平台总用户突破 3000 万，其中上海健康云注册用户超过 2000 万。

今年公司经过 4 个月的筹备和研发，蛮牛健康工作团队逐步充实到位，截止 7 月初，蛮牛健康正式员工已达 364 人。今年 7 月份蛮牛健康正式上线，成为提供覆盖健康筛查、健康计划、医疗服务、医药服务、生活检测、金融保险六大体系的健康管理平台。

对于创新业务蛮牛健康，其互联网健康类的竞争对手们过去几年的营收中一直保持着较高的关联交易比重，某保险系竞品在 2019 年度营收规模 50 亿左右并且继续亏损，其市值突破千亿港元。某互联网系竞品营收规模在一百亿且持续亏损，其市值已经突破 2500 亿港币。所以互联网健康业务更加看重的是营收和用户的增长，这也是公司重点关注的发展方向。

中国人寿未来三年对于万达信息的关联交易达到了 43 亿并且还有提升空间，这将对于蛮牛健康业务发展提供持续的强有力的支持。2019 年度，中国人寿拥有 3.03 亿份有效的长期个人和团体人寿保险单、年金合同及长期健康险保单，服务客户超过 5 亿人，作为国内保险业的领军者，中国人寿有能力和意愿把蛮牛健康在全国代理人和用户范围内推广。中国人寿布局保险、投资、银行三大业务板块，蛮牛健康不仅可以以定制化的医疗服务与产品去服务中国人寿寿险、健康险等客户。还可以借助国寿旗下金融机构，拓展信用卡、理财产品等金融服务，充分利用国寿系资源实现共赢。

中国人寿未来会不遗余力的为万达信息尤其是蛮牛健康业务持续导流，会注入源源不断的用户资源和营收。公司希望打造一个以蛮牛健康为载体的全面健康管理的体系，这一体系已实现以下几大成果：

一是整合万达信息内部资源。预约挂号、全程陪诊等服务能力，赋能到蛮牛健康。同时，公司打造健康自测、健康大脑等功能模块。构建科学控糖、孕产全周期、健康心理、健康减脂、健康养心、健康呼吸、儿童保健、科学降压等 8 大健康管理服务专区，已经形成 300+检验指标知识库，500+智能导诊疾病知识库，对应 2500+疾病百科。另外，公司通过内容原创、视频制作等方式，持续丰富健康内容，形成蛮牛健康自有资源服务能力。蛮牛健康已储备短视频 5.5 万个，上线短视频 3.6 万个。

二是聚合优质第三方服务资源。蛮牛团队接洽 100 多家第三方服务商，与其中 30 多家达成了合作意向，与树兰医院、圆和医疗、美亚科技、易瑞健康、固生堂中医、安和健康、美珥医疗、圆心科技、慧医谷、科瑞泰医疗等医疗机构签署合作协议通过整合第三方服务资源，快速搭建并强化了蛮牛健康六层管理架构。

三是建设蛮牛健康商城。蛮牛健康搭建了自有的商城体

系，与医药批零企业签订 30 多份合作协议，入驻 SKU 商品近 1.8 万个，品类涵盖中西药品、营养保健、医疗器械、物联网设备、孕产母婴、健康生活、健康食品、美妆个护等健康相关领域商品。

第三部分：未来愿景

1 万达信息会深入推进国寿协同，各个领域进行双向赋能。公司深入推进战略协同，更紧密融入国寿集体生态圈，促进投资、业务信息共享、联动出击；提升协同层次和领域，重点推动健康管理领域协同、总部和省级协同，内聚外联，实现集团内的“连、通、融”。

2 万达信息会紧密聚焦国家战略。在 2020 年 2 月中共中央、国务院关于《深化医疗保障制度改革的意见》出台后，万达信息与中国人寿实现全面对接，不仅在基本医保领域寻求紧密协同突破，更是在商业的大病保险、健康险、长护险、团险以及金融科技领域实现全面对接。公司高度关注新基建、长三角一体化、粤港澳大湾区等国家战略，加强研究，持续跟进，寻找万达信息服务国家战略的结合点、突破点，做好前期准备。公司会适时举办“万达信息服务国家新基建战略发布会”。

3 万达信息会立足上海面向全国的未来战略。党中央指出目前一个以国内循环为主、国际国内互促的双循环发展的新格局正在形成。万达信息会立足传统优势所在地上海，将成功的经验和项目向全国各省、市、县复制。在内循环经济背景下，居民对于健康服务、健康管理、医疗保险等消费需求将不断攀升，万达信息会在中国人寿全力支持下抓住机遇在全国全面铺开拓展业务。

4 万达信息对于传统业务+互联网，对于创新业务业务互联网+。公司的传统业务可以进一步进行+互联网数据整合、共享与业务协同，大幅提升运营效率和推广范围。公司的创新业务蛮牛健康是原生的“互联网+”：以互联网公司形式诞生，以互联网人才为依托，以互联网技术对全面健康管理服务实现提速、提质、提效。蛮牛健康基于万达信息的互联网技术优势与人才优势，将努力成为健康中国的践行者。

2020 年，公司三大传统板块加快产品化及“互联网+”模式转型，两大创新板块以智慧城市及健康管理为突破口加强与中国人寿的深度业务协同。公司战略布局与国家政策导向高度契合，业务发展将从多年项目制的单维运营向“科技+金融+实体”多维立体运营全面转型。中国人寿战略投资万达信息将成为创业板注册制下新的混合所有制企业典范，公司将为实现健康中国的伟大愿景而继续努力。

二、问答环节

Q：后续预计的发展节奏，哪一块的业务比较早的看到成效？整个大战略，完成预计需要的时间？

A: 目前我们合作两块，一块是国寿内部的信息化项目，包括原本已经实现落地的 4000 多万的项目，以及现在和各地政府医保的合作项目，关联交易里面也有一部分额度是医保方面的合作，也会有一些单子近期落地。关联交易的重头还是在蛮牛健康，蛮牛健康最近已经跟总公司深度对接。作为中国人寿年度最重要的开门红业务即将开始部署。蛮牛健康将会在第一阶段深度赋能主业的情况下，配合中国人寿的开门红前期的获客和客户服务，这边会有比较好的额度采购，具体情况要以公开披露为准，这块相对来说会更快一点，今年可能就会马上见到成效。

大战略永无止境，最近这两三年，我们要致力于把原来落后的时间赶上去。包括蛮牛健康，我们也希望能够当年建设、当年投产、当年盈利。蛮牛健康一旦启动起来，就是时不我待、分秒必争，但是我个人认为需要 3~5 年才能把这个平台打得非常完美和成熟，要达到极致，也许还要超过 5 年。因为全生命周期的健康管理平台不能一蹴而就。我们立的目标更高远，毕竟是跟人的健康相关，所以我们一方面是要尽快去做深做细，另外一方面我们要考虑非常完善和周全，要打造极致客户体验，这是我们所追求的方向，争取又快又好。

蛮牛健康真正启动是 3 月份，7 月份就上线了，天津试点完后准备全国推广。

Q: 蛮牛健康前期发展的主要切入点？互联网医疗+健康管理未来的市场格局如何？差异化竞争优势在哪里？

A: 蛮牛健康上线之前，公司仔细的学习了竞品公司。发现所有竞品公司大致可以分为两类，一类是以问诊为主，另外一类是以电商服务为主。蛮牛健康一开始的定位是服务中国人寿健康险用户，它主要提供的不仅仅是医疗服务，更重要的是要治未病，要少得病，晚得病，得小病，所以做的是健康管理。因此我们要做差异化必须从健康管理来做，前端是健康管理，健康管理做的不好，出现了健康的问题才需要医疗服务，所以一定要区分开来。

我们要尽快发展起来，又要能够少烧钱，不走传统互联网企业道路，所以我们给蛮牛健康设定两个战略步骤。

1) 第一个战略步骤是+互联网，蛮牛健康在万达信息体内，一定要依托中国人寿庞大的客户资源和线下代理人资源，这是目前我们拥有的最大优势，因此我们的第一阶段就是+互联网，而不是互联网+。通过中国人寿的深度协同，赋能主业。蛮牛健康分成 ABCD 四端，A 端是专门用于国寿业务员，包括活动量管理、获客、分享、商城以及数据分析等一系列功能，来全面满足中国人寿近 200 万代理人的个人展业、销售管理的客户服务需要；B 端服务中国人寿未来数亿团险客户，企业级客户做企业福利管理；C 端给个人用户使用；未来还会建设 D 端，就是医生端。A 端首先是来赋能主业，走+互联网道路，

将来通过 A 端+互联网，不断跟国寿深度协同，并形成一定的利润之后，再来反推 C 端的上线流量达到千万、亿万用户时，再转而做互联网+，这是目前的概念。近两三年，我们会极大依托+互联网，同时随着上线用户数量的增加，我们来做互联网+，做真正的健康关怀的模式。

健康管理的初期的定位是：一整套图文和视频健康宣教，健康管理的健康宣教，包括未来一些知识付费的健康宣教，我们的短视频都是从专业的医生和团队、机构去合作和采购的，有极强权威性；大力开拓一整套的人的智能设备，下一步会跟华为以及各个健康智能穿戴设备厂商进行全面合作，要把用户体征上传云端；建一支庞大的、有一定内外比的呼出队伍，在国内某地建一个大规模呼出中心，透过异常情况筛选系统，让呼出系统健康管理师能够进行健康关怀；一套医疗的解决方案，可能自建一部分，也可能和其他的第三方融合资源，给前端健康管理没有做好的用户来做后端的一整套的线上线下融合的医疗服务。

前面有人关怀，中间有人安排，后端有人做医疗服务对接，真正形成全闭环健康管理。这是我们整个战略，这是互联网+的内容。所以我们前端要通过+互联网先实现快速发展，有较好的盈利，后端透过持续融资，把医疗做起来，做面向未来的互联网医疗。

我们判断如果要把互联网医疗真正做强做大、做持久，要有 8 个条件：很强的技术实力；很强的资本；很强大的资源；非常良好的市场化机制；国有身份；强大互联网平台运营、产品开发、客户体验能力；强大的管理团队；要有保险。所有的健康管理服务最终都需要买单者，这个买单者就是保险。

所以，我们认为国寿加上万达，再加一些合作伙伴，基本具备这些条件。我们接下来会把蛮牛健康板块公司化来运营，尽快启动员工持股计划，把公司打造成一个非常具有市场竞争力的机构，对于管理团队、优秀人才，也会采取开放包容态度，吸收市场上优秀人才加入。

远期目标，我们一如既往还是会对标美国联合健康，来做医保科技、健康管理、药品福利管理。但从眼前来看，很难直接参照美国模式。

互联网医院目前是大趋势，我们觉得未来风口一定越来越转向到健康管理这个领域，来形成医院、政府、商保以及信息化企业这四位一体的共荣共生的生态。

Q: 万豪股权问题时间表？

A: 万豪股权问题由法院来裁定，我们不掌握具体时间表，但是我们不希望这个事情影响到上市公司的发展和经营，中国人寿、万达信息会始终高度关注。

Q: 公司人员结构调整如何？每一业务板块人员分配如

何？未来人员优化空间？

A：公司的持续盈利能力相对欠缺。中国人寿入主公司后，引进 BCG 和德勤来做战略咨询。通过项目和人员梳理，形成了关于人力成本优化方案，对一些长期亏损的项目和一些运营成本比较高的项目逐步进行清理。

此外，聚焦战略板块，比如新基建、信创等，还有智慧城市和健康管理两大战略板块，我们要进行内部人员调配。总体员工数量上没有太大变化，但是在内部人员调整上已经有一些比较大的变化，逐步给公司战略聚焦板块配置优秀的人员。

同时，我们通过鲲鹏计划筛选出了一批非常优秀的万达信息青年管理干部后备人才，对他们长期培养，来形成万达信息未来管理团队的第二梯队。

万达信息技术实力很强，但是项目管理、营销上较弱。公司优秀的东西我们要保持，也要坚决补短板。人才上我们是开放的，奖罚分明，这个方向不会改变。

Q：市民云未来如何和蛮牛协同？

A：市民云和蛮牛健康将来会有一些协同，但市民会有自己单独的盈利模型。市民云更多的是让数据多跑腿，让老百姓少跑路，服务于百姓办事，采用一网通办这种模式。经过几年的努力，现在在 41 城已经上线全国版，其中 12 城落地，进行本地化，所谓本地化指的是和当地政府所管辖的国资合资的这样的模式。所以我们现在广泛深入讨论市民云的转型升级，真正做到互联网的盈利模式。

我们下一步要进军社区电商、小区团购，市民云始终致力提供可信的生活服务，未来也能够提供一些可信的线上生活服务。社区团购和社区电商未来实现十城、百城联动，我们提供在政府公信力背书下的社区电商模式，直接去掉所有中间环节。现在市民云覆盖了近 2.4 亿人口，实名注册用户达到了近 6000 万，是巨大的消费群体。市民云未来提供可信的线上服务，服务市民、服务政府管理，真正把市民云做成互联网型公司。蛮牛健康和市民云将来一定会有协同，相互的引流、相互功能的提供。我们对这两个板块的规划会逐步显现出来。

市民云这个平台最终的理想是希望打造成可信的城市综合服务平台，包括金融服务、体育文化服务、旅游消费等等。我们最强的优势就是可信。我们现在有一个策略，就是从国寿的角度讲，我们就叫投融资先行带动综合金融的服务，包括银行保险业务的。下面还要加上科技服务，赋能政府，帮政府提升它的综合治理能力和综合治理水平。

如果全国的社区电商模型线打通，我们下一步会做供应链金融。市民云原来是老百姓办事的，是低频行为，但是随着功能不断的强化和丰富，会产生非常多的场景，比如说一码通行、一码通医、一码通付。市民云的使用频率会由低频变成高频，再加上社区电商深度融入本地生活，成为一个线上可信生活的

	<p>提供商，再加上金融的服务，这样慢慢就会形成以智慧城市为基础的一个庞大的智慧城市群，形成未来 10 城联动、百城联动这样的格局，来打造真正意义上城市运营商这样的概念。</p> <p>接下来市民云也会成立独立子公司，推行员工持股计划，按照市场化机制来做。管理团队要面向全市场、全社会开放包容，让优秀人才加入进来。</p> <p>Q：收入增长和利润增长逐渐释放周期？</p> <p>A：通过去年新管理团队进驻，加大收款的力度，去年经营性销售回款比去年多了 5 个亿，为我们今年公司战略转型奠定良好的基础。国寿入主后，各家银行对万达信息也是非常认可的，所以在流动性方面，尤其在融资方面没有什么太大的问题。</p> <p>虽然公司贷款规模还是比较高的，资产负债率相对较高，但是我们随着募投项目的进度，我们资产负债率也会有所下降。</p> <p>从中报来看，毛利同比是有所下滑的，但是半年度毛利比去年年底还是提升了六七个百分点的。</p> <p>一些先行实施的项目，下半年已经在陆续签订合同。目前我们在手订单将近有 30 亿。信创推动也是比较快的，信创板块近两个月的增长是非常喜人的。</p> <p>在节流方面，我们内部也加强了资产质量的管理，今年上半年计提坏账 907 万，比去年 3600 多万大幅下降，财务成本比去年下降 21%。我们重点抓项目管理，由运营中心专门抓项目管理，如果我们做到同业的项目管理的水平的话，我们的利润会大幅提高。</p>
附件清单(如有)	
日期	2020.8.30