

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：2021-01-30

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	宝盈基金、北京鸿道投资、渤海汇金证券、大家资产、淡水泉投资、德邦证券、登程资产、东方证券、方圆投资、工银、广发基金、广州瑞民投资、国泰基金、国投瑞银基金、杭州青士投资、红杉资本、泓德基金、湖南聚力财富、华宝基金、华创证券研究所、华商基金、华夏基金、汇安基金、江苏大正十方股权投资基金、金元顺安基金、开源证券、南方基金、平安资管、融通基金、陕西韩元汇通投资、上海明河投资、上海尚雅投资、上海雅策投资、尚腾、世纪证券、苏州龙远投资、统一投信、西部利得基金、新华基金、易方达基金、长盛基金、知己投资、中融基金、中信证券、中银基金、中再资管、珠海兆金资本、1898 创投等
时间	2021 年 1 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、董事会秘书 张丽艳

投资者关系活动主要内容介绍	一、 业绩预告财务数据解读（陈丽娜） 2020 年报告期虽然营业收入大幅增长，但是主要受历史原因、疫情反复、收入准则切换等多重因素的叠加影响，存量项目延期带来主营成本的大幅增长、也有部分项目存在减值迹象、同时战略转型投入加大，相关研发及管理费用增长，预计归属于上市公司股东的净利润亏损 11—13 亿元。 一、营业收入实现大幅增长： 本报告期实现营业收入在 28 亿和 32 亿之间，同比增幅约：31.80%~50.62%，主要来自 2 个方面： 1、对内加强项目管理，集中梳理在建 7124 个存量合同，控制项目成本，按照时点法，加快项目当年验收落地，转化的收入增长约 4 个亿。 2、对外通过加大业务拓展力度，立体营销，转型升级，新增收入约 6 个亿。 从业务板块结构上看： 1、医疗健康业务收入增长约 5 亿，约占收入增长的 50%；其中医卫收入占比提升了约 5 个百分点； 2、信创业务收入增长约 2.5 亿元，约占收入增长的 25%，这部分收入作为今年业务的增量，虽然毛利不高，但主要是为了提前布局新基建的数字底座卡口，增强客户粘性，为未来国产软件及应用升级的信创 2.0 版打下坚实基础； 3、因运营服务收入增长，智慧政务业务收入增长约 2 亿，约占收入增长的 20%。 二、主营业务成本增长明显 1、受到新会计准则影响，对于软件开发和集成类合同，收入确认方法从时段法变更为时点法，涉及到上千个以前年度签订未执行完毕的合同，要转回当年收入同时结转当期成本，该部分存量合同的历史包袱较重，收入占比约 70%，成本占比远超收入比重，其中：
----------------------	--

	(1) 本报告期前已经计提减值的合同，剩余收入只能覆盖剩余成本，对本报告期的毛利贡献为 0，不能产生新增毛利额贡献，这部分合同占全部收入的比重约为 21%； (2) 本报告期前签的合同，但是未计提减值的合同，这部分合同很多属于签订时间在 3 到 5 年还没有验收完工，但是在今年的强管理措施推动下验收确认营业收入，实质上是延迟工期的。因为人工及其他费用逐年上涨，现在的人工费用和 3 年前是不可同日而语的，造成的实质影响就是现在的人工投入远超计划，这部分合同仅有微利，这部分占全部收入的比重约近 50%。所以在整个报告期的营业收入中，由于存量合同确认的收入占比高达 70%，这部分收入的成本较高，毛利不高，因此只有微利或者不盈利。 2、本报告期内新签的合同，包含软件开发、运营维护和集成三大类合同，在本报告期确认收入的合同毛利率相比去年是有质的飞跃，基本上达到预期的水平，比去年同期提升 10 多个百分点，特别是其中的软件开发类合同毛利率达到历史新高。这部分合同占全部收入的比重不到 30%。 综上，本报告期的综合毛利率虽然是下降的，但是从结构性分析，公司主要在消化以前低毛利甚至零毛利历史合同，本报告期新签合同的盈利能力已实现实质性的提升。 三、计提约 4 亿的存货减值准备： 减值准备的计提主要是以下几个方面： 1、受到新会计收入准则变化影响，年初转回的部分存量合同，转回毛利较低，但项目未结项，今年仍在持续投入，导致剩余收入无法覆盖成本，出现减值。 2、受新冠疫情反复影响，各业务中心普遍反馈部分在建合同因工程设备交付延迟、客户需求新增计划外内容，项目出现延期，有的合同甚至需延期半年以上，为此公司于 10 月份对存量项目进行了集中摸排，发现部分合同出现减值。
--	--

	3、部分高科技的通讯设备及集成设备，受到国际形势的影响，供应速度有所延缓，且供应价格上升，但难以从客户端得到补偿，导致成本难以覆盖计提减值。 四、管理费用大幅增加： 1、根据存货准则要求，企业应将非正常消耗的直接材料、直接人工及制造费用计入当期损益，因此将投入多个先行实施的抗疫项目的成本核算至费用。 2、新增战略转型相关投入。因报告期公司转型升级需要，聘请知名咨询公司进行战略规划，导致咨询费用大幅增长，同时相关市场推广、品牌宣传等费用也有所增长。 3、日常经营管理费用增长较快。为保障全体员工尤其是一线人员的生命财产安全，公司为员工购买了疫情保险，为提升企业对外形象，公司乔迁新址，相关开支增加。 五、研发费用化比例加大： 去年研发投入合计 7.6 个亿，其中资本化投入 3.9 亿元，费用化投入 3.7 亿元。尽管在疫情的特殊时期，但为保持科技中台核心竞争力，今年研发总投入与去年基本持平。但投入重心转向战略转型的蛮牛健康及产品化研发，这部分研发投入不符合资本化条件，同时也是为了降低未来的折旧摊销，所以反映在研发投入的结构上，费用化水平较高。 六、经营亮点： 本报告期内，虽然主要受历史因素影响，公司出现亏损，但董事会和高管层直面公司的困难和挑战，明确了“开源、节流、止血、降杠杆、化风险”的基本管理思路，主动沟通重要客户，打消客户顾虑和疑虑，稳定公司业务发展；狠抓回款，清理旧账，增强公司自我造血能力，强化与国寿之间的优势互补、资源共享、业务协同，在报告期内管理效果显著，主要体现在以下几个方面： 1、在手合同充足，盈利能力将持续上升
--	--

(1) 在手合同总额高。受益于今年的合同新签额的大幅提升,年末在手合同有 42 亿元,为 2021 年业绩释放奠定基础。

(2) 在手合同盈利能力强。受益于今年开展的合同清收行动,验收了大批有疑难杂症的旧账合同,留下的在手合同基本上都是在正常项目执行计划内的,其中 72%以上的合同是本报告期新签,这部分毛利率较高,效益将逐步在 2021 年显现。

2、经营现金流显著改善

经营现金流指标是财务效益的先行指标,最能提前反映企业的经济运行情况。本报告期内,经营现金流指标持续改善,本报告期历史上首次在第 3 季度出现单季经营现金流实现净流入,第四季度是公司回款高峰期,经营现金流净流入更是得到进一步的扩大,全年累计收回款项 33 亿元,同比增幅 23%,创近年新高,从而实现本报告期经营性现金净流入同比大幅增长超过 50%。

3、财务费用明显下降

公司近十年对外投资性现金支出约 50 亿,收回投资性现金仅 10 亿元,导致负债融资规模高企,财务费用持续增加,2019 年达到峰值 1.8 亿元,占营业收入比高达 8%,报告期公司通过加强资金计划管理,优化负债结构,缩短回款周期等措施多管齐下,提高资金使用率,使得报告期财务费用同比大幅下降约 40%,占营业收入比重 3%,逐步回归正常水平。

4、资产质量明显增强

今年在加强项目管理的同时,重点推进旧账清收和疑难合同的验收工作,从内控管理、建章立制及员工激励方面做了全面部署,对于疑难合同,强调应验尽验,彻底消除历史旧账。应收账款及其他应收款信用减值损失同比呈现较大幅度下降,应收账款周转率大幅改良,存货周转天数也大幅下降。

二、 业务预告经营层面解读（胡宏伟）

2020 年是新管理团队进驻万达信息之后第一个完整的会计年度，我们向投资者交出了一份不太令人满意的答卷，公司有较大幅度的亏损。我想从两个维度谈谈我们管理团队对这份预告的解读和理解，一是这份答卷代表的是过去；二是尽管并不令人满意但却蕴含了未来的希望。

国寿及新的管理团队是在纾困的背景下进来的，过去的2020 年我们的主要任务是基于纾困前提下的解困。万达信息过去曾经有过辉煌，但是近些年随着市场的变化、竞争的加剧、管理上的缺失，造成了公司存在很多问题，比如现金流极度紧缺、客户的信任危机、粗放的管理方式以及原大股东资金占用及破产清算的问题等等。过去的一年，我们花了很大的精力在解决这些历史的遗留问题。

（1）中国人寿通过纾困基金进入万达信息时，公司现金流几近断裂。在国寿集团及投资团队的强有力支持下，我们解决了公司的现金流问题。经过一年的努力，我们第一次在第3 季度实现了现金流为正。

（2）公司原先招聘、采购都是业务部门说了算，没有统一管理，采购成本居高不下，人工成本效能不符，管理十分粗放。我们在 BCG 和德勤的帮助下全面进行了梳理，进行架构重整，流程再造，管理颗粒度细化，规范公司的经营行为，现在这些方面也得到了极大的改善。

（3）公司过去没有定期进行业务梳理，过去的业务合同有很多严重逾期和超期未付款的情况，存在旧账不清的问题。对此，在精细梳理的基础上，管理层狠抓回款，做到了任务明确、措施到位、责任到人。万达信息存在着大量多年未到款合同及坏账合同，给公司留下沉重的历史包袱，2020 年公司梳理出共计 7124 个问题合同，将各个合同的追款责任明确到人，由责任人全权负责，直接向管理层汇报。在公司上下一心的努力下，过去的问题合同逐步得到了清理。

(4) 公司历史上收入不错，但应收账款周转天数非常高，存在回款慢造血差的问题。我们通过加强管理，积极推动管理变革，挖掘内部潜力，提高收款的周转，周转天数大幅下降，从 960 天下降到了 485 天，未来将会进一步改善。

经过一年的努力，公司的管理团队、技术骨干、人员结构都得到了优化。通过鲲鹏计划等一系列举措，骨干流失率是近些年来最低的。目前整个公司的精神状态和文化氛围都非常好，凝心聚力的局面初步形成。

公司业务也取得了比较明显的成绩。**营业收入大幅增长、新签合同及实际到款创新高**：2020 年，公司预计营业收入 28~32 亿，同比增长 31.80%~50.62%。公司的千万以上大单金额合计为 18.8 亿，比去年同期增长 125%；2020 年，新签合同 38.98 亿，同比增长 40%；实际到款 32.82 亿，同比增长 23%；新签合同及实际到款双创新高。

公司大力弘扬“忠诚、干净、担当、奋进”的企业文化，并在 2020 年末部署“百日冲刺”收官红活动，提出全员“有目标必达成、有商机必跟踪、有对手必战胜、有问题必解决、有技术必创新、有风险必排除、有奖励必获取、有荣誉必捍卫”的管理要求，前中后台均迅速响应，协同补位，合力冲刺。

经过全面管理改革，公司上下统一认识，全体员工争先进位，各个事业部从原先各自为战的单打独斗转向整体布局的重拳出击，体现出前所未有的凝聚力和执行力，爆发出了巨大的战斗力：公司 2020 年第四季度实现了新签合同金额全年占比 44%，到款金额全年占比 56%，同比增幅分别达到 74%、23%。

“百日冲刺”目标的全面达成，体现了全公司的凝心聚力，员工战斗力充分被激发，执行力得到大大加强！公司整体面貌改善，未来发展充满希望！

二、2020 年公司业务取得的成绩

过去一年，公司在“3+2”战略下，传统业务稳中有升，

	创新业务逐步孵化，公司致力转型升级，探索创新、传统两大板块互相联动赋能，获得了初步成效。 1、传统业务稳中有升 智慧政务，业务从上海走向全国，在单纯信息化建设的基础上增加了运营服务。2020 年，新签合同 12.8 亿，同比增长 32%。 在上海市深耕细作，如政务事业群和城市安全事业群在上海市的市场占有率均达到了 50%左右，同时将上海经验逐渐推广至全国市场。其中，特别要强调的是公司中标上海大数据中心“一网通办”运营服务项目，中标金额 9306 万，在长三角乃至全国政务服务领域，树立了建设与运营并重这一新型服务模式的标杆和典范，体现了万达信息整体输出信息化建设和运营服务方案的一体化能力。 智慧医卫，业务在常态化疫情防控环境和医疗补短板政策背景下，同比实现较大增长。2020 年，新签合同 10.6 亿，同比增长 59%。订单金额和增长幅度均排在医疗信息化行业前三（根据 2020 年度公开招标信息统计）。2020 年 8 月，公司中标安徽省儿童医院信息化建设项目，金额 9568 万。2020 年 12 月，公司中标海南省“三医联动一张网”项目，金额 1.9 亿，这些大单的签署让我们对 2021 年以及未来有更多信心，对智慧医卫的能力输出充满信心，因为海南的项目极具代表性，三医联动一张网，这将有可能成为各省智慧医疗的标杆和模板。 ICT 业务，协同国寿资源，整合内部资源，助力业务拓展。2020 年，新签合同 10.3 亿，同比增长 107%。其中，千万大单 19 个，合计金额 7.55 亿，同比 2019 年的千万大单合同数量增长 90%，金额增长 331%。 2、蛮牛健康茁壮成长 2020 年，通过“+互联网”，蛮牛健康实现当年研发、当
--	--

	年上线、当年突破千万收入，在途订单近一亿，未来“互联网+”将有更大空间发展。具体来说，主要达成了以下几方面重要成绩： （1）和国寿系统 19 个省市公司达成采购合同 4335 万元，其中 365 健康包 2399 万元，会员费收入 1936 万元。 （2）自行研发的垫付模式，通过和银联合作实现一键式无风险垫付，实现了医疗垫付服务的客户体验提升、垫付效率提升、垫付成本降低。这件事对于寿险，特别是对健康险的意义很大。目前我们正通过营销团队向整个行业推广。 （3）开启蛮牛直播：截至目前，蛮牛直播共计完成 25 场，覆盖全国 36 个省份，凭借着内容丰富，用户互动性高的特点，累计收看人次已超过 25 万。后续，蛮牛伙伴还会启动百城联动、百城惠品大直播等活动，将流量转化为收益。 （4）健康小屋 1.0 版本已经渐次落地，2.0 版本也已在上海、广西等地相继落户。这个健康小屋不同于健康云的健康小屋，是万达信息县域一体化的延伸，通过与信息化平台对接，打通蛮牛医、药、险一体化，实现硬件终端进社区、入乡村、入企业、入家庭，实现“足不出户可看病”、“足不出户可配药”。 （5）海南蛮牛健康互联网医院于 2021 年 1 月 25 日获取医疗机构执业许可证，目前处于在公示期。海南蛮牛健康互联网医院以实体医院为建设主体，将线上医疗服务和线下就诊流程打通，以其自带的医护资源与蛮牛健康 C 端健康管理平台和 A 端保险代理人服务平台联动，保证问诊有质量，打造高端旅游医疗服务。蛮牛健康将充分利用医疗特区优势，打造蛮牛线下医疗诊所，开设线上远程诊疗中心，搭建体检创新中心，将大量优质的医生、医疗、用户资源聚集，创立属于蛮牛健康独有的线上线下特色医疗基地。 （6）蛮牛商城：a. 通过国大药房、康爱多等战略供应商合作，蛮牛健康商城可提供 120+靶向药罕见病药购，10000+
--	--

	特价购药等多种服务，20000+家合作药房，覆盖全国 260 个主要城市，包括全国 124 个大病医保落地城市。b. 引入和缓医生、远盟、环球医疗等服务类供应商 34 家，迅速覆盖目前互联网医疗所有服务内容，建立严密的供应商管理办法，确保服务质量。c. 引进 90 家货品类供应商入驻，实现 40000+各类实物商品在架可购。重点打造高品质高性价比特色爆款商品，全年共策划活动 22 个，策划爆款商品 50 余款。 (7) 蛮牛健康目前已与上海交大医学院公共卫生学院、国际医学、国药口腔、国药口腔爱齿怡、中国银联、中国联通、上海市眼病防治中心等企事业单位签署了战略合作协议。蛮牛健康将在 5G 建设及智慧医疗、医疗卫生、健康管理、医养结合、口腔健康管理服务、精准健康干预体系的建立、眼健康相关产业研究、互联网+医疗大健康服务等方面与各方合作伙伴共建医疗大健康服务平台。 蛮牛健康不是一般意义的互联网公司，它是上市公司孵化的战略板块，不同于市面上一味烧钱的创业公司。蛮牛健康分为两个战略阶段：首先，“+互联网”，给中国人寿以及万达信息传统信息化加互联网，实现营收快速增长，为公司贡献毛利。其次，“互联网+”，载体就是即将发布的蛮牛 2.0 版本，通过在线运营实现在线转化。蛮牛健康的目前用户数据：截至 2021 年 1 月 27 日，C 端（蛮牛健康 APP）累计用户数达 187.8 万人；A 端（蛮牛伙伴 APP）累计用户数达 29.6 万人。 3、市民云和健康云突破发展 以市民云为基础的智慧城市商业化变现取得突破。2020 年新拓展城市 12 个，合计签约城市 20 个，拓城数量倍速于去年，倍增于竞争对手；用户数方面，全年新增用户数 5010 万，累计注册用户数 7168 万，同比 2019 年增加 232%；运营收入方面，2020 年实现突破 8000 万，同比实现翻倍增长。 市民云主要围绕商业化变现进行探索，在政府购买服务、
--	---

	企业购买服务、提供金融保险等增值服务方面，都取得了初步成效。与国寿集团的协同，已经在数字工会、数字社区等领域进行落地尝试，这些将在 2021 年呈现效果。 此外，健康云也有不错的发展。2020 年新拓城市 48 个，累计覆盖城市达 55 个，拓城速度加快；平台新增用户数 1971 万，同比增长 511%，累计用户数 2636 万，同比增长 308%；健康云线上互联网医院接入 10 家。收入方面，2020 年实现约 1.2 亿，同比翻番。 三、国寿协同取得重要进展 双方签订战略合作协议及日常关联交易框架协议，中国人寿独家认购 20 亿定增，并签下三年上限为 43 个亿的关联交易框架协议。自 2019 年 11 月中国人寿成为第一大股东以来，万达信息与中国人寿在全国 30 个省、直辖市、自治区开展协同销售活动超过 500 次，业务领域主要涵盖智慧城市、医疗卫生服务、信创服务、政务服务、健康管理服务等。2019 年 11 月至 2020 年 12 月末，由中国人寿推介等协同新增业务金额 6.09 亿元，其中销售合同 14 份，金额为 3.84 亿元，已中标尚未签订合同项目 2 个，金额为 2.25 亿元。此外，万达信息与中国人寿直接签订销售合同及已中标合同金额合计已达到 8,528.71 万元。 四、2021 年展望 1、公司收入 2020 年全年新签订单近 40 亿，这些订单是 2021 年部分收入的有力保障。已经在手的订单，就可以保证 2021 年的收入至少与 2020 年持平，而 2021 年预计新签订单将有两位数以上的增长。 2、蛮牛健康 2021 年，蛮牛健康全年预期保守实现 3 亿收入、中性预期实现 5 亿收入、乐观全年实现 7 亿收入。
--	---

2021 年，蛮牛健康的发展规划主要在以下几方面：

蛮牛健康 1.0 版本将推出多种健康医疗权益服务，在全国范围内推广蛮牛健康小屋，向国寿分公司及代理人销售团队提供高质量的专题培训。此外，公司还将与中国联通在信息化基础网络建设、5G 建设及智慧医疗、企业财险（智慧园区建设）、大数据、云计算、物联网、直播平台开发等方面继续深入合作。

蛮牛健康 2.0 版本预计年中上线。2.0 版本增加个性化设计，让整个产品更具亲和力，以用户为中心，重交互、重体验，辅以游戏化运营，带给用户沉浸式体验。此外，新版本加载智慧物联 2.0 应用，让健康管理智能化。以家庭为单位，对个人进行健康数据监测、干预随访、就医登记、慢病专项档案、健康咨询等，随时关注个人身体状况，让每一位家人的健康可以得到及时呵护。通过构建蛮牛构建的知识库和知识图谱，以人机交互方式，语言与情感的沟通，形成了智能导诊、智能问诊等服务，让每个用户都拥有自己专属的 AI 守护精灵。

同时，将通过 My-Link 搭建蛮牛健康 2.0 物联网体系，开发衣食住行各方面的物联网产品，通过 My-Link 的迅速扩张为用户提供一揽子健康数据及家居智能解决方案，实现蛮牛的竞争壁垒。My-Link 将基于大数据及人工智能及强大的健康管理服务落地能力为保险公司赋能。通过长期积累连续全场景的数据，进行追踪和分析，建立数据健康管理体系。

我们将会利用万达信息多年来在全国各地搭建的区域卫生平台和体系，在政府允许、合作方同意、个人授权的情况下，在全国寻找合作方。我们将会在全国全面落地医、药、险生态，打造属于蛮牛自身的生态闭环，目前已有两个城市洽谈中。

3、市民云：2021 年计划新拓展城市 15 个，合计达到城市 35 个；注册用户数预计达 9000 万~1 亿；收入破亿、力争翻番，提高增值服务占比。市民云作为“互联网+”城市服务平台，也将成为各地城市数字化转型的抓手。

	4、健康云：2021 年计划新拓展城市 35 个，累计覆盖城市达 80 个；平台注册用户数达 4000 万；健康云线上互联网医院拓展至 50 家。 2020 年，我们负重前行，没有丝毫松懈，重点还是处理遗留问题和历史包袱，目前基本告一段落。2021 年将是我们全面转型升级的一年，使命担当，全力以赴，在今年年底为大家交上一份满意的答卷。 三、 问答环节 Q: 公司今年是否对子公司上海复高、宁波金唐计提商誉减值？ A: 上海复高 2020 年在公司的整体要求下实现转型，从单一的 CIS、HIS 系统、电子病历系统的产品提供商，逐步发展成为医院集成平台的一体化解决方案提供商。复高在 2020 年新签订单增长很快，它还中标了安徽三甲医院订单（约 9500 万）。2020 年上海复高资产组经营情况较好，超额完成了上一年度的预期，考虑到国内医疗信息化市场的发展及上海复高资产组多年经营情况，我们预计上海复高资产组未来经营预期向好，2020 年末未发现减值迹象，具体情况还是要看最终评估情况。 宁波金唐医院信息化产品在宁波的市场占有率超过 95%，县域一体化平台产品在浙江省的市场占有率超过了 35%。并且，金唐提出了走出去的战略，已经在新疆建设兵团、广东省、福建省、江苏省都开展了业务。2020 年收入和净利润均同比增长 20%以上。所以我们预计宁波金唐资产组 2020 年的经营情况较好，基本和前次商誉减值测试的预期一致，结合宁波金唐多年来在医疗信息化市场的沉淀，良好的客户关系及国内医疗信息化市场的发展预期，预计宁波金唐资产组未来经营持续向好，2020 年末未发现减值迹象，具体情况还是要看最终评估情况。
--	---

	Q: 公司在今年出现了亏损,那么请问公司 2021 年的业务如何布局的,是否还会出现亏损?公司已经连续两年亏损,会被 st 吗? A: 公司 2021 年业绩增长和盈利是有充分保障的!首先,期末在手合同充足,约 42 亿左右,已经可以确保在手合同确认的收入不会低于本报告期的收入总额,2021 年的新签订单也会带来更多的收入增量。 其次,前面也提到了,公司期末在手合同的平均盈利能力是比较强的,后续也会持续加强项目管理,严格把控和跟踪新签合同的签单和执行情况,使得后续新合同同类收入类型的毛利率持续提升。 今年证监会和交易所对上市公司退市规则做了较大调整。根据 2020 年 12 月最新修订的《创业板股票上市规则》第十章第三节,在净利润为负的情况下,只有当营业收入同时低于 1 亿元,或者净资产同时为负,才会触发财务类强制退市的条件。公司虽然 2020 年净利润为负,但是公司营业收入超过 20 亿元,净资产也为正,因此公司不会触发财务类强制退市,不会被 st。 Q: 请问在服务股东、服务集团方面,公司的考核 KPI 是什么? A: 集团比较关心的还是外部科技平台的打造,实现品牌年轻化,进一步深入年轻人的市场。因此,集团比较关注如何通过科技赋能传统保险行业,包括精算模型、产品开发、在线销售、智能风控、在线智能服务以及核保核赔的监测等。包括用户量、营收及其增长率都会在我们的 Kpi 中体现。从时间的趋势角度,公司是希望尽快实现。 Q: 国寿支持动力来自于哪里? A: 从集团来说,进一步加强科技建设,国寿品牌年轻化是集
--	---

	团的动力。从国寿地市公司、县级公司角度，能够帮助他们获客，完成绩效就是最大的动力。我们收购的正来书院，已经完全融于蛮牛健康，极大地提高了合作方业绩。在西北某省，我们帮助合作方提升排名至全国前十。因此，国寿地市公司、县级公司热情度非常高。 Q: 蛮牛健康今年营收目标 3、5、7 亿（分别在悲观、中性、乐观角度下）三者的决定变量是什么？ A: 蛮牛健康现阶段是+互联网，我们的乐观预期是基于和集团的合作。如果未来与国寿有大额采购和较大的全国范围内的业务合作，代表蛮牛健康的业绩预期也相对乐观。因为这代表整个中国人寿及其成员单位对我们的认可。 Q: 请问蛮牛现在有可见的商业模式吗？ A: 我们第一阶段是通过会员卡来实现会员权益服务的收入，现在这块已签合同金额达到 4000 多万，在途合同金额将近 1 亿。这方面的商业模式应该是可见的。
附件清单(如有)	
日期	2021. 1. 30