

证券代码：300288

证券简称：朗玛信息

公告编号：2021-007

贵阳朗玛信息技术股份有限公司 2020 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 0.15 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

2020年度，公司“医疗服务+互联网医疗服务”与“电信及电信增值业务”两大业务板块继续协同发展。公司秉持“敬畏医疗”，以“互联网医疗的本质还是医疗”的核心价值，依托实体医疗机构，将互联网、大数据的“连接”与“放大”作用持续赋能医疗，继续深耕医疗+互联网医疗业务，同时创新电信及电信增值业务经营思路，提升业务效率，全面提高公司综合竞争力。



（一）医疗服务+互联网医疗服务业务板块

2020年，受突如其来的新冠肺炎疫情影响，互联网医疗凸显出在防控中的积极作用，至2021年，国家出台了一系列“互联网+医疗”政策，鼓励加快建立线上线下一体化的医疗服务新模式，进一步发挥互联网医疗服务在巩固疫情防控成果和改善医疗服务中的积极作用，持续推动预约诊疗、智慧医院、互联网诊疗和互联网医院快速健康发展，全行业正迎来全新发展机遇。

公司继续坚定深耕“互联网+医疗”，加持“智慧医疗”，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，提升“39”品牌价值，汇聚优质资源，打造“39”互联网医疗品牌，加速完善朗玛互联网医疗生态系统，推进线上互联网医疗服务+线下实体医院的医疗服务各业务相互协作与协同发展，通过提升优质医疗资源的使用效率，满足百姓对优质医疗资源的就医需求，在落实国家分级诊疗政策的同时，降低群众的就医成本。

(1) 医疗、互联网医疗服务

1) 业务介绍

公司搭建了线上+线下相结合的医疗及互联网医疗体系。线下医疗服务主要为控股子公司贵阳六医。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，下设24个临床医技科室，拥有相对完善的医疗管理体系和医务人才团队。依托实体医疗机构资质，贵阳六医经主管部门批准于2016年2月增设第二名称“39互联网医院”并开展互联网医疗服务。39互联网医院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了帮助和提升。依托实体医院的资质，通过移动远程+实地帮扶（疑难重症远程会诊、远程教学查房、远程门诊、远程影像会诊、实地帮扶带教等业务形态）构建的专业的“移动互联网+实地”专科建设平台，专注于为县市医院、民营医院提供智能、优质、规范的医疗服务和解决方案。

公司“贵健康”平台覆盖全贵州的远程医疗服务网络体系，“贵健康APP”面向患者提供疾病问医、预约挂号、症状自查、健康自测、慢病管理等线上医疗服务。

2) 主要经营模式

①服务模式

医疗服务的服务对象是各类患者，患者在身体不适时根据身体症状选择医院就诊，医院医师根据问诊情况及患者需求向患者提供具有针对性的治疗方案与服务。

②采购模式

医院主要对外采购各类药品、医疗器械等。贵阳六医制定了《设备采购制度》、《药品采购工作制度》，对于经使用科室申请，可行性研究论证并由院党委会决定采购的设备，通过招标的形式采购；对于药品采购，由药剂科负责根据《基本用药品种目录》、《基本医疗保险用药目录》和处方集目录并结合临床需要制定采购计划，对临床需要使用的上述目录之外的药品或新药，由临床科室申请经药事管理委员会审批后采购。根据《药品集中采购监督管理办法》，目前贵阳六医药品采购主要根据《贵州省药品集中采购备案采购目录》选择供

应商及供应价格。

③结算模式

根据我国的医疗保障体系，医院向患者收取的药品、医疗服务费用部分由患者个人承担，部分由医保承担。由个人承担的部分，采取即时结算的方式，由患者以现金或银行及第三方支付平台转账的方式支付；由医保承担的部分，社会保障部门每月就应支付的金额与医院进行对账，一般在两个月之后统一转账支付。对于患者因住院产生的住院费用，患者通常在入院之时以押金的形式缴纳预付款，出院时根据实际产生的住院费用多退少补。

④盈利模式

医疗服务行业的主要利润来源是服务费收入以及医疗耗材进销差价。服务费收入主要是医疗机构通过诊疗、手术、护理、体检等业务获取，该部分收入是医疗服务行业的重要利润来源。

⑤互联网医疗业务经营模式

公司目前互联网医疗业务以面向基层医院的互联网+专科建设为主，以根据患者需求通过基层医院发起的远程专家会诊为有效补充。互联网+专科建设根据基层医院科室实际情况及建设需求，通过专科领域的资深专家定期远程教学查房、临床查房、病例论证、学术研讨，线上线下教学指导等形式，整体提升基层医院相关科室的医技水平。远程专家会诊是指在基层医院就诊的患者根据自身需要，向基层医院提出申请，由基层医院邀请39互联网医院的专家医生通过39互联网医院远程诊疗平台（包括用户端APP“39互联网医院”、医生端APP“39医生工作站”），会同患者的主管医生开展远程会诊，探讨患者病情并完善诊疗方案。

互联网+专科建设旨在提升基层医院科室的医技水平，收入来源为基层医院支付的服务费。远程会诊服务以患者支付的服务费为其主要收入来源，并由患者直接支付给贵阳六医（39互联网医院）。

鉴于互联网医院专家医生资源开发及远程会诊平台建设需要大量前期投入，现阶段39互联网医院采取贵阳六医与叁玖互联网医疗合作运营的模式，由叁玖互联网医疗负责专家医生资源开发、提供医生助手服务、搭建远程会诊平台、开发基层合作医院等。贵阳六医根据39互联网医院的实际收入按合同约定的比例向叁玖互联网医疗支付技术服务费。

（2）互联网医疗健康信息服务

1) 业务介绍

全资子公司启生信息是国内较早一批进入医疗健康信息服务领域的互联网企业，其自主运营的39健康网（www.39.net）是国内领先的医疗健康门户，39健康网通过互联网平台整合

健康资讯，传播健康理念，为网站用户提供专业健康信息服务，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。此外，39健康网还搭建了疾病、药品等专业医疗健康数据库，并可提供在线就诊咨询、答疑等服务，其中，主要功能板块包括“39问医生”、“名医在线”、“诊疗频道”、“就医助手”、“药品通”、“疾病百科”等。

2) 主要经营模式

①服务模式

启生信息通过专业的健康资讯满足用户的医疗保健信息需求，增强其用户粘度、积累了用户数量；同时借助其专业优势、用户流量优势等，通过为搜索引擎广告联盟提供医疗健康信息内容，形成医疗健康信息服务收入，或者在网站植入药品、医疗器械品牌客户的图片或文字类广告，形成广告收入。

②采购模式

启生信息专注于提供互联网医疗健康信息服务，属于互联网企业，需要外部采购的主要为服务器租赁、办公场地租赁、办公耗材以及网站注册医师的劳务等，涉及的采购金额较小。

③销售模式

销售模式上，对于与搜索广告联盟的合作，启生信息直接与各搜索联盟组织者（如百度、搜狗等）签署合作协议，搜索联盟组织者通过技术安排，从其推广客户库中自动匹配出与39健康网页面内容、访问用户相关的若干条推广内容，出现在39健康网相应正文周围合适页面位置进行推广。根据39健康用户点击相应推广内容而带来的实际收入，由双方按比例分成。

（二）电信及增值电信业务

公司电信业务为移动通信转售业务；增值电信业务主要包括电话对对碰及IPTV业务两部分。

（1）电信业务

1) 业务介绍

移动通信转售业务，是指从拥有移动网络的基础电信业务经营者购买移动通信服务，重新包装成自有品牌并销售给最终用户的移动通信服务。2018年5月1日，移动通信转售业务由试点正式转为商用后，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，移动通信转售业务范围已覆盖全国。

2) 主要经营模式

①服务模式

公司根据与基础电信运营商之间的合作协议，获得码号资源后，结合终端用户需求，自主设计出包含不同资费标准、流量、通话时长、增值服务的套餐，供终端用户选择。公司基于基础电信运营商的电信网络向终端用户提供移动通信服务，并按照套餐约定向终端用户收取通信服务费用。

②销售模式

公司移动通信转售业务的客户主要分为三类，即个人客户、集团客户及行业客户，公司主要通过网上商城、渠道代理等形式进行市场推广。

③盈利模式

根据《工业和信息化部关于移动通信转售业务正式商用的通告》（工信部通信[2018]70号），基础电信企业给予转售企业的批发价格应低于基础电信企业同类业务平均业务单价（或套餐价格）。移动通信转售业务的主要收入来源为公司向终端用户收取的通信服务费，主要成本为向基础电信运营商支付的基础电信服务费用，二者差价即为公司移动通信转售业务主要的利润来源。

（2）增值电信业务

增值电信业务包括与电信运营商合作的电话对对碰业务，以及与电信运营商、IPTV运营商合作的IPTV业务。

1) 业务介绍

IPTV业务是基于电信运营商、广电运营商及OTT厂商等IPTV运营商开展的智慧医疗家庭健康服务平台。公司利用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，以大健康大医疗为指导理念，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。

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，固定电话、手机用户均可拨打，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、随心寻找朋友及参与所有游戏等更多语音内容的权利。

2) 主要经营模式

①服务模式

公司作为语音增值服务提供商，为各地电信运营商提供软硬件系统，并通过电信网络进行网络连接，用户通过固定电话、手机拨打电话对对碰的平台接入号码进入平台后，按照语音提示操作，便可参与到平台所提供的聊天、游戏、交友等语音增值服务。公司作为IPTV内

容提供商，将医疗健康类资讯或服务嵌入IPTV的EPG系统，电视用户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，最终公司与IPTV运营商按用户付费金额进行分成。

②盈利模式

电话对碰业务及IPTV业务的收入来源均系分成收入，电信运营商、IPTV运营商根据终端用户实际订阅的增值电信服务情况与终端用户结算，然后扣除合同约定比例的分成后，向公司支付分成款。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年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

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	375,241,081.93	435,706,090.79	-13.88%	458,109,105.00
归属于上市公司股东的净利润	45,761,267.13	65,909,367.29	-30.57%	104,398,064.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	40,847,343.89	55,645,052.24	-26.59%	91,330,554.30
经营活动产生的现金流量净额	69,575,610.53	101,051,748.84	-31.15%	123,837,769.39
基本每股收益（元/股）	0.14	0.20	-30.00%	0.31
稀释每股收益（元/股）	0.14	0.20	-30.00%	0.31
加权平均净资产收益率	3.30%	4.88%	-1.58%	8.25%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	1,877,352,042.58	1,856,177,613.28	1.14%	1,722,366,727.60
归属于上市公司股东的净资产	1,411,762,774.61	1,367,083,665.24	3.27%	1,318,071,368.05

(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	83,529,822.18	100,773,575.03	111,236,031.86	79,701,652.86

归属于上市公司股东的净利润	6,687,713.16	9,308,646.04	32,790,190.50	-3,025,282.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	5,167,804.35	8,013,426.46	24,132,306.86	3,533,806.22
经营活动产生的现金流量净额	9,330,316.14	28,038,686.56	26,134,038.01	6,072,569.82

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

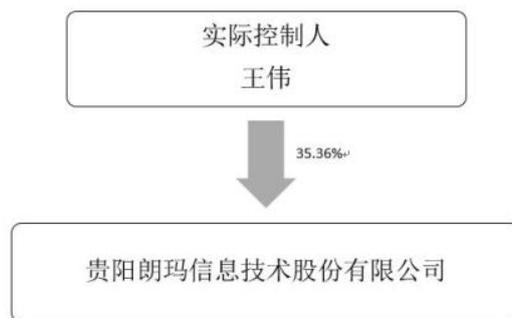
单位：股

报告期末普通股股东总数	31,719	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	30,751	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
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	35.36%	119,496,015	29,874,004			
靳国文	境内自然人	5.93%	20,042,611				
刘玲	境内自然人	4.19%	14,145,602				
黄国宏	境内自然人	3.61%	12,184,695				
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	1.36%	4,592,200				
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	0.61%	2,044,864				
邬凌云	境内自然人	0.52%	1,769,806				
宫龙	境内自然人	0.38%	1,297,400				
林新	境内自然人	0.35%	1,194,200				
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。以外的其他股东，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**

2020年，公司继续深耕大数据大健康产业，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，专注于医疗+互联网领域，与公司电信及电信增值业务协同发展。公司主要收入源自医疗信息服务、医疗服务、移动转售业务，但受到新冠肺炎疫情影响，2020年公司总体业务收入和经营业绩受到较大影响，报告期公司实现营业收入37,524.11万元，较上年同期下降13.88%，归属于上市公司普通股股东的净利润为4,576.13万元，较上年同期下降30.57%。

(1) 39健康网

39健康网是公司全资子公司启生信息旗下运营的专注于为用户提供优质在线健康信息服务的平台。39健康网已积累多年的优质医疗健康信息资源，近几年在传统业务外积极布局新媒体生态，实施去中心化经营策略，推出更多针对特定用户的新媒体IP，将医疗健康咨询数据实现由“流量内容”转向“全方位+个性化”的服务升级，2020年12月，成立抖音MCN机构，

39健康MCN是在抖音生态下，专注于医疗健康领域，集科普内容输出、网红医生孵化、专属IP打造及推广营销、商业服务为一体的综合型机构。

通过持续丰富业务内容线、拓展产品线，做强销售线，持续发掘用户流量价值与媒体品牌价值，将用户从医疗健康信息服务连接到医疗健康服务上，把“39健康网”打造成“医药健康行业首选内容营销平台”。2020年受新冠肺炎疫情影响，启生信息实现收入10,346.16万元，较上年同期下降了33.35%；实现净利润5,352.40万元，较上年同期下降29.09%。

（2）实体医院

贵阳六医作为公司落实“互联网+医疗”的重要战略支撑，通过与叁玖互联网医疗合作运营“39互联网医院”，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，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，重点加强心血管、肿瘤、骨科等重点学科建设，强专科带综合。

至2020年底，贵阳六医拥有正式在岗职工618人，报告期继续推进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，扩大“找名医，到六医”的品牌效应。由于2020年新冠疫情，上半年就医人数大幅减少，报告期内六医公司实现营业收入15,717.24万元，较上年同期下降14.43%。

（3）39互联网医院

39互联网医院依托实体医疗机构资质，运用移动终端通过互联网实现远程医疗模式，在提升优质医疗资源的利用效率的同时，给基层医疗机构及医务从业人员的执业水平带来提升。39互联网医院秉持“天下名医，帮扶基层”，以加强医院人才培养、技术开展和重点专科建设为目的，打造专业的“39互联网医院——互联网+专科建设”平台。平台专注于为县市级医院、民营医院提供智能、优质、规范的医疗服务和解决方案，提升常见病、多发病诊疗规范，增强疑难重症识别和处理能力，助力落实国家的分级诊疗，促进优质医疗资源切实下沉到县市基层医院，最终实现基层医疗机构科室能力的提升和品牌的建设。

2020年11月，由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提出，贵阳叁玖互联网医疗有限公司带头，联合广州启生信息技术有限公司、广西医科大学附属肿瘤医院等16家学会、企业及医院，组织50多位相关领域专家学者共同参与起草的《互联网医院服务规范》团体标准被正式发布，于2020年12月1日起正式实施。

（4）39健康医疗服务平台

公司“39健康医疗服务平台”融合了39健康医生版、39医生工作站、贵健康-APP、39健康-快应用、39健康私家医生等板块。

该平台是主要为O2O医疗服务模式，将部分诊疗环节转移到线上完成，优化就医流程，缩短诊疗等候时间，推进分级诊疗制度的开展。用户通过在便民药店、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，或者手机端、电视端即可进行线上问诊服务。

运营至今，“39健康医疗服务平台”累计问诊总量近400万人次，注册用户累计超过200万，日问诊量最高达到7千人次。同时，该平台积极实践“互联网+医疗精准扶贫”模式，已将贵阳市20个困难村村医纳入“39健康医疗服务平台”服务体系，借助贵阳六医互联网科全科医生以及各科室专家的资源，对各村村医实现一对一帮扶；此外，该平台已在贵州省134个贫困村铺设了远程问诊设备，让当地村民能够“足不出村”享受远程诊疗服务，缓解贫困地区“看病难、看病贵”的问题。

(5) 39健康-IPTV家庭智慧医疗平台

39健康—IPTV家庭智慧医疗平台是公司利用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，整合公司旗下优质医疗资源，建立的一个完善、周密和个性化的服务平台。为家庭提供集视频问诊、预约挂号、慢病管理、健康咨询、知识科普、健康提升为一体的系统服务，有效促进健康服务信息化，为每个家庭提供优质有效的健康服务。

截至2020年底，公司IPTV业务已在20个省的27个省级运营商的IPTV平台上线，覆盖1.4亿家庭用户，形成良性的业务发展态势。为拓展创新市场、改变运营机制，实施激励政策，公司投资设立了控股子公司贵阳朗玛视讯科技有限公司，从2021年1月1日开始，将电信增值业务及IPTV家庭智慧医疗业务平台提供给朗玛视讯独家运营。

(6) 智能可穿戴设备业务

公司控股子公司贵州拉雅在智能可穿戴领域具备完善的研发、设计、生产、销售能力。自主研发了“拉雅芯”医学模块，可一次性完成血糖、总胆固醇、尿酸、甘油三酯、高密度脂蛋白等多项指标的测量。目前产品主要为血糖、尿酸、血酮、总胆固醇试纸，其检测的精准度符合国外的相关标准，并获得CE认证，主要销往海外。贵州拉雅将通过完善整体的供应链管理，加强核心竞争能力建设，加大研发投入，开发新产品，积极开拓海外市场。

(7) 医药流通业务

公司子公司医药电商为贵州省大型医药流通企业，2020年其全资子公司康心药业入选2020中国药品流通行业批发百强企业，名列第53名。当前，国家对药品采购及流通模式进行改革，两票制及国家药品集中采购等改革，对医药流通形成挑战，2020年医药电商将在巩固贵州省内市场份额的基础上，有序拓展云南、四川、重庆、广西等周边省份市场，与此同时，

公司将持续推进医药电商优化管理模式，提高效率，降本增效。报告期内，医药电商实现营业收入266,500.68万元，较上年同期基本持平，实现净利润8,201.90万元，较上年同期增长5.77%。

（8）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。2020年受新冠肺炎疫情和行业政策趋紧的影响，上半年整个行业处于停滞状态，市场需求相对低迷。朗玛通信及时对市场和政策进行预判和调整，依托自身技术优势，自建管理平台，为合作伙伴、个人用户提供专属服务，在线上线下构建销售渠道、规范号卡销售流程，拓宽用户来源，推动用户快速增长。朗玛通信于2020年6月18日上线天猫商城，成为为数不多的通过电商进行销售的虚拟运营商。同时，产品、技术快速突破，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，强大的线上线下渠道能力，快速响应行业政策变化，保持业务稳步的增长。截至目前，已在全国三十个省、自治区、直辖市，四十余个城市开展转售业务。报告期内，移动转售业务实现收入8,516.30万元，较上年同期增长46.08%，实现净利润2,608.51万元，较上年同期增长34.23%。

（9）电话对对碰业务

随着移动应用及高速网络的普及，运营商对业务结构进行较大调整，公司传统电信增值业务电话对对碰呈持续萎缩态势，公司对该业务仅保持系统维护，不再投入推广，业务资源已向其他业务进行转移和整合。报告期内实现营业收入1,432.86万元。

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 业务及电话对对碰业务	25,720,153.04	22,416,444.78	87.16%	-19.00%	-10.62%	8.17%
移动转售业务	85,162,979.92	34,965,066.19	41.06%	46.08%	37.14%	-2.67%
医疗信息服务	102,430,316.95	85,976,576.92	83.94%	-33.39%	-29.82%	4.28%

医疗服务	153,994,368.21	-2,791,193.44	-1.81%	-14.73%	-134.01%	-6.35%
其他	7,933,263.81	2,442,023.35	30.78%	-29.69%	-35.92%	-2.99%

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、面临退市情况

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

1) 会计政策变更说明：

本公司自2020年1月1日起执行财政部2017年修订的《企业会计准则第14号——收入》，变更后的会计政策详见附注五。

根据新收入准则的衔接规定，首次执行该准则的累计影响数调整首次执行当期期初（2020年1月1日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

在执行新收入准则时，本公司仅对首次执行日尚未执行完成的合同的累计影响数进行调整；对于最早可比期间期初之前或2020年年初之前发生的合同变更未进行追溯调整，而是根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。

执行新收入准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

单位：元

项目	2019年 12月31日	累积影响金额			2020年 1月1日
		重分类	重新计量	小计	
应收账款	63,708,478.43	-4,341,865.83	—	-4,341,865.83	59,366,612.60
合同资产	—	4,341,865.83	—	4,341,865.83	4,341,865.83
资产小计	63,708,478.43	—	—	—	63,708,478.43
预收款项	26,686,827.81	-26,686,827.81	—	-26,686,827.81	

合同负债		25,455,207.12	—	25,455,207.12	25,455,207.12
其他流动负债	198,742.25	1,231,620.69	—	1,231,620.69	1,430,362.94
负债小计	26,885,570.06	—	—	—	26,885,570.06

执行新收入准则对2020年度合并利润表无影响。

2) 会计估计变更:

本报告期主要会计估计未发生变更。

3) 本报告期公司的会计核算方法未发生变化。

(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

报告期合并报表范围增加一家控股子公司贵阳朗玛视讯科技有限公司，由公司与贵阳朗玛视讯管理咨询合伙企业（有限合伙）共同出资设立，朗玛视讯注册资本300.00万元，公司认缴221.70万元，持股73.90%，贵阳朗玛视讯管理咨询合伙企业（有限合伙）认缴78.30万元，持股26.10%。

贵阳朗玛信息技术股份有限公司

2021年4月24日