

证券代码：300288

证券简称：朗玛信息

公告编号：2022-011

## 贵阳朗玛信息技术股份有限公司

### 2021 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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：公司本年度会计师事务所未发生变更。

非标准审计意见提示

适用  不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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 0.20 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

报告期内，公司围绕年初制定的经营目标，继续深耕“互联网+医疗”，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，保持稳步增长，加速完善朗玛互联网医疗生态系统。

朗玛信息医疗生态系统



#### （一）医疗服务+互联网医疗服务业务板块

朗玛信息医疗、互联网医疗及互联网医疗健康信息服务业务的具体服务内容情况如下：

业务分类	业务形式	服务内容	覆盖终端
医疗信息 (T0 C)	39健康网	医疗健康资讯； 问医生、疾病百科、就医助手、药品通； 预约挂号； 医疗健康音视频内容生产与分发； 在线轻问诊（图文、电话、视频）； 新媒体内容运营/分发矩阵； 健康指数研究院。	网页端

在线问诊 (T0 C)	“39健康”快应用	诊前咨询、在线轻问诊； 就医流程服务（预约挂号、候诊提醒、划价缴费、诊疗报告查询）； 慢病、常见病线上复诊、处方； 诊后康复管理； 医疗健康科普信息（音视频+图文）； 医疗健康增值服务（医药电商、保险等）； 打通与其他医疗健康服务板块的连接。	安卓手机负一屏、 5G消息等
	贵健康	医院挂号/预约服务； 在线轻问诊（图文、电话、视频）；慢病管理；贵州省内医疗扶贫平台。	手机APP
	IPTV	健康视频点播；健康自测；视频轻问诊；本地/区域大屏端健康门户。	电视端
	39互联网医院	互联网诊疗业务资质；专家医生资源支持。	移动端APP PC网页端
实体医院 (T0 C)	贵阳六医	线下医疗服务； “39互联网医院”的线下实体支撑； 在线诊疗的医疗责任主体。	实体医院
医药电商 (T0 B)	医药电商(含子公司康心药业等)	药品、医疗器械销售、配送。	贵州省内为主，覆盖周边
智能硬件 (T0 B)	智能检测设备	健康检测仪器（检测模块/试纸）； 检测范围：血糖、血酮、尿酸、总胆固醇。	线下
专科建设及远程会诊 (T0 B&C)	39互联网医院	为基层医院提供互联网+专科建设服务； 院际远程专家会诊、查房； 远程/实地技术培训、学术研讨。	线上+线下

(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。线下医疗服务主要由控股子公司六医公司开展。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”平台作为覆盖贵州全省的远程医疗服务网络体系，其“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，并陆续上

线有赞商城、健康商城、药品商城，拓展业务内容。

“39互联网医院APP”（患者端）为面向全国的患者，提供与国内名医进行权威且便捷的疑难重症远程会诊平台。

“39互联网医院APP”（医生端）为面向全国医务工作者，提供各层级医务人员疑难重症远程会诊、远程教学查房、远程门诊、远程影像会诊、实地帮带的远程平台。

“39互联网医院”（PC端）为面向全国医务工作者，提供在PC端的工作平台。

## 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》、《基本医疗保险药品目录》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市场团队、研发团队等的投入，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。

### 3) 业务发展情况

贵阳六医是民营综合性二级甲等医院，位于贵阳市南明区二戈寨及临空经济区，是公司实现医疗服务与互联网医疗深度融合的重要实体支撑。报告期贵阳六医通过“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”的方式实现国内优质医疗资源下沉，借助国内一流专家团队加强心血管、肿瘤、骨科、医养等重点学科建设，以“小综合、大专科”为新的发展途径，强化“以效益化发展为核心”的改革之路，不断强化优势科室，形成差异化发展，打造“看名医，到六医”的行业口碑。报告期六医公司实现营业收入16,452.27万元，较上年同期增长4.68%。

依托贵阳六医实体医疗机构资质，公司开展线上互联网医院业务包括“39互联网医院”、“39健康医疗服务平台”。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，通过建立包含视频、图文的二次诊断平台，以二次诊断为核心，深化延展形成医疗闭环（筛查-诊断-治疗-随访-反馈）产品平台，让合作医院与上级医院医疗同质化，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。目前39互

联网医院签约了来自协和、北大、301等医院的2000多位名医专家，与300余家县市医院开展深度合作，累计完成了来自24个省份、37个专业的20多万次医疗服务。39互联网医院的业务模式将继续在国内基层医疗机构进行推广，实现业务合作的快速复制。叁玖互联网医疗通过贵州省2021年第一批报备高新技术企业认定，报告期实现营业收入1,886.89万元，较上年同期增长52%。

## （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健康网通过智慧医疗健康服务平台进行功能升级及内容扩充项目，打造网站端、新媒体端、快应用&小程序全媒体生态，2021年月度覆盖用户9.39亿。

### 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健康网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。

### 3) 业务发展情况

基于积累多年的优质医疗健康信息资源，启生信息通过实施去中心化，拓展新媒体生态，已实现医疗健康咨询数据由“流量内容”转向“全方位+个性化”的服务升级。2021年，39健康网网站月覆盖用户2.3亿，同比下降8%；新媒体月阅读量6.9亿，同比增长86.5%；快应用

&小程序月度访问量0.19亿，同比增长26.7%。在成立抖音MCN机构后，以专注于医疗健康领域，通过输出科普内容、孵化网红医生、打造专属IP、实施推广营销及商业服务向用户输出价值，2021年实现直播场次940场，观看人数超过560万人次；通过深耕医疗信息价值，推出医生数字资产，构建医生数字资产平台；与部分省市运营商合作开展5g消息及视频彩铃服务，实现商业化推送。2021年启生信息实现收入11,700.00万元，较上年同期上升了13.09%。

### （3）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，其全资子公司康心药业在商务部发布的《2020年药品流通行业运行统计分析报告》中，位列2020年药品批发企业主营业务收入第52位；2021年位列贵州百强企业第54位、贵州民营企业100强第13位。随着国家集采品种的逐步实施以及医院药品带量采购降低了利润空间，对此医药电商在巩固贵州省内医院市场份额的基础上，有序拓展医院院边药房、商业端药店的配送市场，并利用具有仓储物流的优势提供为同行业的小型企业进行代储代配业务，同时持续优化管理模式，提高效率，降本增效。报告期内，医药电商实现营业收入284,070.34万元，较上年同期增长6.59%；实现归母净利润8,289.71万元，比上年同期略有增长。

## （二）电信及增值电信业务板块

### （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处购买移动通信服务，重新包装成自有品牌并销售给最终用户的移动通信服务。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。

### 3) 业务发展情况

2021年受监管政策影响，朗玛通信全面清退物联网卡用户，致使物联卡销户200余万。对此朗玛通信在严格遵守监管要求的前提下，依靠优质服务、可靠技术的承托，通过规范的管理，灵活的资费套餐设计，便捷且严谨的线上实名认证，强大的线上线下渠道拓展能力，提高用户月均消费值，实现了用户量补差，不断提升转售业务的发展空间。报告期内朗玛通信实现收入10,533.73万元，较上年同期增长23.69%；实现净利润3,563.25万元，比上年同期增长36.60%。

## (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。

电话对对碰是公司传统增值电信业务，通过固定电话、手机进入的一个集聊天、交友、电话游戏为一体的语音社交娱乐平台。受运营商业务结构调整影响，电话对对碰业务已逐渐下滑萎缩，公司亦没有进行推广投入。

### 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) 业务发展情况

IPTV通过智能型、互动性、实用性相结合的EPG系统为用户提供了沉浸、自然个性、极速的用户体验，近年来用户数量增长迅速，具有较大市场前景。公司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，以用户画像为核心，提供优质内容和综合服务能力。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日起将增值电信业务及IPTV家庭智慧医疗业务平台提供给朗玛视讯独家运营。2021年IPTV家庭智慧医疗平台新增用户752.2万，同比增长24%。

## 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

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增 减	2019 年末
总资产	1,898,408,909.29	1,877,352,042.58	1.12%	1,856,177,613.28
归属于上市公司股东的净资产	1,470,057,415.48	1,411,762,774.61	4.13%	1,367,083,665.24
	2021 年	2020 年	本年比上年增 减	2019 年
营业收入	405,972,195.92	375,241,081.93	8.19%	435,706,090.79
归属于上市公司股东的净利润	63,669,266.10	45,761,267.13	39.13%	65,909,367.29
归属于上市公司股东的扣除	57,489,757.08	40,847,343.89	40.74%	55,645,052.24

非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	72,929,751.76	69,575,610.53	4.82%	101,051,748.84
基本每股收益（元/股）	0.19	0.14	35.71%	0.20
稀释每股收益（元/股）	0.19	0.14	35.71%	0.20
加权平均净资产收益率	4.42%	3.30%	1.12%	4.88%

(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	96,922,308.96	105,578,048.11	104,926,036.48	98,545,802.37
归属于上市公司股东的净利润	18,308,621.43	22,156,204.37	20,100,904.30	3,103,536.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	16,171,399.80	20,858,832.16	20,074,754.70	-62,701.68
经营活动产生的现金流量净额	15,977,579.96	15,437,068.50	20,326,094.82	21,189,008.48

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	32,430	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	34,503	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（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、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
王伟	境内自然人	34.09%	115,216,115	89,622,011			
靳国文	境内自然人	4.38%	14,793,511	0			
刘玲	境内自然人	3.70%	12,500,000	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			
黄国宏	境内自然人	1.95%	6,603,499	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	其他	1.27%	4,279,900	0		
史红军	境内自然人	1.16%	3,913,700	0		
宫龙	境内自然人	0.45%	1,520,600	0		
袁同合	境内自然人	0.27%	920,000	0		
中国国际金融香港资产管理有限公司—客户资金 2	境外法人	0.27%	900,004	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。					

公司是否具有表决权差异安排

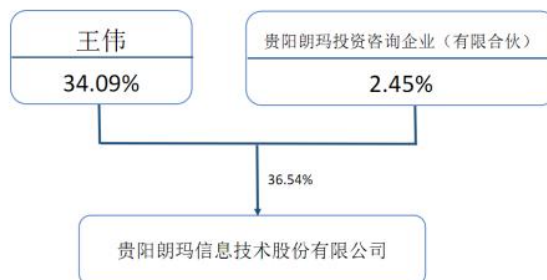
适用  不适用

(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、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用  不适用

### 三、重要事项

不适用

贵阳朗玛信息技术股份有限公司

2022年4月24日