

证券代码：300288

证券简称：朗玛信息

公告编号：2019-011

贵阳朗玛信息技术股份有限公司 2018 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 0.50 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	贵阳市观山湖区长岭南路 31 号国家数字内容产业园二楼	贵阳市观山湖区长岭南路 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

2018年度，公司业务仍聚焦两大板块：医疗+互联网医疗业务板块以及电信及电信增值业务板块。医疗+互联网医疗业务本着“敬畏医疗”的核心价值观，遵循互联网医疗的本质还是医疗的原则，坚持以互联网、大数据等技术作为医疗的“连接器”和“放大器”，通过外延式并购发展和内生式业务范围拓展，已完成医疗信息服务、医疗服务、医药流通、智能可穿戴设备等几个板块的布局，构建了朗玛信息互联网医疗生态圈。电信及电信增值业务板块主要包含移动转售业务、电话对对碰业务。

（一）医疗+互联网医疗业务板块

报告期内，公司运用大数据，深耕智慧医疗，医疗+互联网医疗板块各项业务稳定发展。公司依托实体医疗机构贵阳六医，融和互联网医疗业务，形成“一网两院一平台”的医疗服务闭环。其中，“一网”指朗玛信息旗下国内领先的医疗健康门户网站39健康网(www.39.net)；“两院”即39互联网医院和贵州（贵阳）互联网医院，在互联网上搭建的疑难重症二次会诊平台和面向基层地区的“下沉式”医疗健康服务平台；“一平台”是在“一网两院”基础上打造的IPTV智慧医疗家庭健康服务平台。

（1）实体机构医疗业务

贵阳市第六医院有限公司作为公司互联网医疗业务的实体医疗载体，为公司的“39互联网医院”和“贵州（贵阳）互联网医院”的发展提供重要支撑。六医公司通过升级医院硬件、基础设施，全面改善患者的就医体验，利用“互联网+远程医疗”实现了国内优势医疗资源下沉，秉承“政府放心、同行认可、患者满意、职工幸福”的办院理念，全面贯彻落实“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，“找名医、到六医”的品牌效应逐渐显现，2018年六医公司的营业收入持续增长。

（2）医疗信息服务业务

公司全资子公司启生信息运营的39健康网，专注于为用户提供优质的在线医疗信息服务，是中国领先的医疗健康门户网站。基于优质的医疗健康信息与资讯积累，启生信息拥有较好的互联网流量，并通过互联网广告进行变现，是行业内少有的实现规模盈利的互联网医疗公司。2018年启生信息积极调整自身的定位和经营格局，实施去中心化策略，以多中心化满足多用户在不同场景下的个性需求。依托自身流量，从基本的信息内容服务提升至多维度的综合资讯服务，使得新媒体业务取得较大进展，在今日头条、企鹅号等头部新媒体平台上名列前茅，同时获得了良好的经济效益。

（3）互联网医院业务

“贵州（贵阳）互联网医院”继续下沉至社区和乡镇医疗机构，同时贯彻国家精准扶贫的号召，将互联网医疗与扶贫相结合，在政府依托下为贫困地区提供互联网医疗服务，减轻当地群众就医的困难，提升基层医师的执业水平和当地基层医疗机构的医疗水平。同时通过对定制化VIP服务的探索与实践，深层次的发掘用户的需求，完善用户的健康管理及咨询体验。其移动客户端“贵健康”APP已完成全省医院挂号系统对接，普惠更多用户。

“39互联网医院”凭借先进的移动远程会诊平台，通过移动互联网技术，将全国各地的各级医疗专家与来自线上线下的医师、患者实时互动，开展疑难重症的远程会诊。2018年着重打造专业的“互联网+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，以提升常见病、多发病诊疗规范，增强疑难重症识别和处理能力，加强医院人才培养、技术开展和重点专科建设为目的，助力落实国家的分级诊疗，促进优质医疗资源切实下沉到基层医院，解决医疗问题，使基层老百姓享受到优质的同质化医疗服务。

（4）IPTV智慧医疗家庭健康服务平台业务

朗玛信息基于与电信运营商及其相关合作方建立的长期稳定的业务合作关系，以大健康大医疗为指导理念，开发了IPTV智慧医疗家庭健康服务平台，将“39互联网医院”、“贵州（贵阳）互联网医院”业务放入平台，即在家庭网络电视盒子上建立一个完善、周密和个性化的医疗健康服务平台，用户打开电视机顶盒，进入医生问诊频道，选择医院、医生，连接后就能通过视频完成咨询、问诊，为社区和家庭提供集慢病管理、健康咨询、知识科普、健康提升为一体的系统服务。

（5）智能可穿戴设备业务

布局智能可穿戴领域是公司完善互联网医疗闭环服务的重要一环，主要针对心血管疾病、糖尿病等慢性病领域，开展可穿戴与微型医疗设备的研发、生产及销售，对朗玛信息既有的互联网医疗业务起到了持续支持作用。

（6）医药流通业务

2018年公司参股的贵阳市医药电商服务有限公司药品配送业务保持稳定，但由于国家大力推行药品采购两票制，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，导致药品流通企业的综合毛利率下降，从而导致医药电商2018年的净利润较上年有较大幅度的下滑。

（二）电信及电信增值业务板块

根据工信部发布的通告，移动通信转售业务自2018年5月1日起将由试点转为正式商用，公司移动转售业务在与中国移动的虚拟运营商的合作商中排名前列，已与中国移动签署正式的合作协议，并于2018年9月获得中国移动颁发的第一批正式转售牌照资格；2019年2月与中国电信签署正式协议，并获得电信第二批正式转售牌照。公司移动转售业务自2018年7月开始由控股子公司朗玛通信代理运营，在移动转售市场竞争趋于激烈并且号码资源稀缺的情况下，通过对市场的挖掘、开发及精细化管理，加快号码的循环使用，保持业务稳定。

“电话对对碰”是公司与基础运营商合作，通过“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。作为公司传统稳健的现金流产品，专注于细分用户的社交需求，定期策划大型线上活动，保障平台用户的活跃度，保持业务长期用户粘性。同时大力推广健康俱乐部，与公司既有业务之间形成较好的业务互补和用户粘性，并实现了对公司互联网医疗业务发展的资金支持。

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：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	458,109,105.00	411,758,330.50	11.26%	398,076,096.17
归属于上市公司股东的净利润	104,398,064.60	97,141,642.48	7.47%	85,145,779.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	91,330,554.30	86,498,388.24	5.59%	57,429,051.82
经营活动产生的现金流量净额	123,837,769.39	71,247,141.55	73.81%	89,337,508.35
基本每股收益（元/股）	0.31	0.29	6.90%	0.25
稀释每股收益（元/股）	0.31	0.29	6.90%	0.25
加权平均净资产收益率	8.25%	8.32%	-0.07%	8.07%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	1,722,366,727.60	1,528,184,542.05	12.71%	1,369,860,816.34
归属于上市公司股东的净资产	1,318,071,368.05	1,212,028,171.21	8.75%	1,130,124,647.81

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	105,717,302.57	122,755,268.24	121,180,380.80	108,456,153.39
归属于上市公司股东的净利润	21,472,892.33	28,661,478.59	27,610,879.34	26,652,814.34
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	20,299,681.77	24,749,980.75	23,704,617.06	22,576,274.72
经营活动产生的现金流量净额	13,799,510.46	28,548,736.55	27,621,710.60	53,867,811.78

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

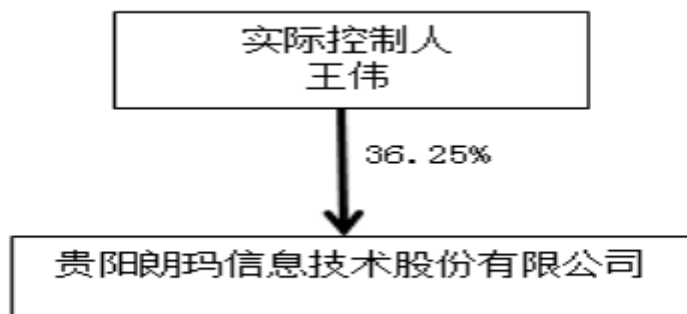
报告期末普通股股东总数	39,510	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	37,375	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
王伟	境内自然人	36.25%	122,496,000	91,872,000			
靳国文	境内自然人	7.11%	24,036,100	18,691,200			
黄国宏	境内自然人	5.91%	19,981,086	19,770,375			
刘玲	境内自然人	4.53%	15,312,900	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			
史红军	境内自然人	1.85%	6,240,000	6,240,000			
顾晶	境内自然人	1.22%	4,135,000	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	境内非国有法人	1.00%	3,379,414	0			
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	0			
肖文伟	境内自然人	0.30%	1,006,524	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。						

(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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

2018年，公司继续围绕大数据大健康产业，提供大数据医疗健康服务，各业务线板块稳步协同发展。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，逐步发展出完善的互联网医疗生态系统。依托实体医院，通过互联网医疗的连接和放大作用，传统的医疗服务业务与互联网医疗业务持续融合，医疗信息服务、医疗服务为上市公司主要收入来源；IPTV凭借丰富的产品形态、内容、功能以及与全国各省市电信运营商开展合作，市场布局初具规

模；医疗级智能可穿戴设备开拓新市场，对公司互联网医疗的医疗数据采集环节提供产品支撑；传统电信增值业务中电话对碰业务依然保持有效的用户粘性，为公司提供稳健的现金流；移动转售业务获得正式牌照，用户数稳定增长；医药电商仍作为贵州省药品流通行业龙头，名列全国医药批发企业百强。2018年7月27日，中国互联网协会、工业和信息化部信息中心发布了“2018年中国互联网企业100强”排行榜，公司再次榜上有名，位列第三十九位，比上一年度提升十一名，是唯一一家连续三年入选互联网百强榜的“互联网+医疗”的企业，也是贵州省唯一入榜的企业。



图：朗玛信息互联网医疗生态系统

（1）39健康网

公司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，启生信息以39健康网（www.39.net）为核心，明确了以“优质医疗的放大器和连接器”为发展定位，向广大用户提供优质的医疗健康信息服务。39健康网健康信息内容针对用户的切实需要，为患者提供在线医生问答的“39问医生”、名医大咖发表真知灼见的“医生说”、帮助患者进行网上快速预约就诊的“就医助手”、用户购药用药便捷查询的“药品通”；普及大众医学知识的“疾病百科”等栏目板块，覆盖诊前、诊中、诊后全医疗健康环节的咨询，在医疗健康的搜索生态中持续保持头部地位。并与全国95%以上的知名三甲医院、知名药企都有着长期稳定的合作关系，从而积累了海量的医疗健康信息。39健康网的全渠道流量继续保持稳健增长，月度覆盖已突破4亿人次。

随着互联网广告行业的变化，传统门户广告流量持续下降，媒体去中心化已成大势所趋，内容由原频道化向新媒体类转化。2018年启生信息在传统业务外积极布局新媒体生态和微信生态，推出一系列针对特定用户的新媒体IP，如深呼吸、名医在线、办公室回血指南、39减肥学院、料食如神、养生必知道等，涵盖微信、今日头条、企鹅号、网易、搜狐、南方+

zaker等主流媒体。

依托流量的优势地位，39健康网与权威媒体联合主办“健康中国2030品牌计划”，旨在寻找年度产业领导品牌，搭建“健康中国2030品牌国家队社群”，推动健康产业重声誉、构生态、筑和谐，响应新时代要求，推动健康中国品牌成长，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，打造成“医药健康行业首选内容营销平台”。2018年实现收入15,332.12万元，较上年同期增长21.56%；实现净利润8,100.72万元，较上年同期增长44.89%

（2）实体医院

报告期，在持续优化经营管理和引进优秀人才等一系列举措下，六医公司经营情况持续改善，门诊病人、住院病人、手术台次较上年同期实现了较大幅度的增长。六医公司现已设立了32个医技科室，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，是省、市、铁路、新农合，工伤，商保定点医院。2018年完成二级甲等医院复审。

2018年六医公司共有职工614人，当年新引进人员152人，涵盖心内科、普外科、影像科、重症ICU等方面的人才。新建神经内科，引进医护团队10人（包含主任医师1名，主治医师3名）；引进副高以上或硕士学位以上人才9人（其中博士1人、硕士3人）。随着医疗服务团队不断壮大，医疗服务技能不断提高，为患者提供优质医疗服务水平不断提升。

六医公司作为公司落实“互联网+医疗”战略的核心环节，通过开设的互联网慢病管理科，与互联网医院管理公司和叁玖互联网医疗公司积极合作，在充实六医公司的专家团队的同时，也在心脑血管、肿瘤、骨科和精神科等重点特色专科方面有持续的技术储备及精准治疗能力提升。在心脑血管科领域，六医公司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，六医公司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，六医公司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，六医公司通过与北京知名专家的远程查房，不断提升院内精神科医生的诊疗能力，使得精神科成为六医公司品牌科室之一；在泌尿领域，六医公司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，对本地患者有较强的吸引力。依托互联网医疗的卓越布局和强大的医疗人才网络，借助国内一流专家团队为六医各重点特色专科提供指导，六医公司持续发展有了强劲动力。

六医公司新建的医技综合大楼将在2019年完工，预计2019年下半年投入使用，医技综合

大楼投入使用后将启动三级医院的评审申报工作。随着六医公司的软硬件环境得到改善，整体综合服务能力将得到大幅提升，从而推动其营收和利润的较快增长，促进六医公司进一步做大做强医疗服务业务，增强盈利能力。2018年实现收入17,961.23万元，同比增长31.87%。

（3）39互联网医院

39互联网医院是国内率先具有合法医疗机构资质的互联医院，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）构建专业的“移动互联网+实地”专科建设平台。39互联网医院遵循“互联网医疗的本质还是医疗”的核心理念，助力落实国家的分级诊疗，促进优质医疗资源切实的落实到基层医院。解决基层老百姓可以在所在地直接预约北上广等三甲医院知名专家进行远程会诊，实现患者、基层首诊医生和顶级医学专家的多方视频会诊，推动优质医疗资源对接基层医疗机构，让权威专家的诊疗服务进入寻常百姓的日常诊疗，同时有利于提升基层医生的执业水平，积极实践习总书记提出的2030健康计划的指导思想。39互联网医院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，树立医院品牌、提高医疗和科室管理水平、降低医疗纠纷、吸引并提高病人留存率，互联网医院已在心内科、呼吸科、神经内科、泌尿科、妇科、肿瘤、骨科等专科积累了丰富的经验。

39互联网医院始终致力于以专家和名医体系为核心，以运营为导向，以互联互通数据化为桥梁，由国内著名心血管病专家、北京大学第一医院心血管内科主任霍勇教授担任院长，确保远程会诊专业且规范。医院依托于实体医院——贵阳市第六医院，并由贵阳叁玖互联网医疗有限公司独家运营。截至报告期末，39互联网医院已与四川、青海、广西、安徽、河南等近300家县市医院签约合作；以及来自协和医院、北大医院、301医院等超过2,000位名医专家，累计完成了来自24个省份、37个专业、10余万例远程会诊（疑难复杂重症）、远程查房、远程门诊以及实地诊疗等病例。远程会诊及查房沟通流畅的视频体验率高达99.8%，患者回访满意度高达99%，利用“互联网+”打造最贴近医疗本质“现场感”和最有温度的“互联网+专科建设”的医疗模式。

（4）贵州（贵阳）互联网医院

贵州（贵阳）互联网医院面向基层提供下沉式的医疗服务，由贵阳六医互联网慢病管理科为用户提供服务。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远程医疗的视频设备，或者直接通过手机“贵健康”APP，由全科医生通过远程视频的方式为用户提供

常见病、多发病首诊以及慢病健康咨询服务。截至目前全省累计铺设问诊点近300个，覆盖各地州。运营至今，贵州互联网医院端累计问诊总量近200万人次，注册用户累计超过100万，日问诊量最高达到6千人次。同时，贵州（贵阳）互联网医院积极实践“互联网+精准扶贫”，已将贵阳市20个困难村村医纳入贵州互联网医院服务体系，未来将借助贵州（贵阳）互联网医院全科专家的资源，对各村村医实现一对一帮扶。报告期内新增扶贫村卫生远程医疗服务网点129个，其中贵阳市三县一市46个、黔东南州79个、毕节地区纳雍县4个。

“贵健康”APP已与省内近200家医院的挂号平台实现对接。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；通过药品查询模块可以查询8万种疾病、39万类药品、3千家连锁药店数据，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。

贵州（贵阳）互联网医院的家庭医生签约服务平台目前已经覆盖了国家基本公共卫生服务12项中大部分项目和其他必备功能点，通过Web、App的多终端协同工作系统与贵健康App功能交互、可穿戴设备与家庭医生签约服务平台协同管理，已经能够完全支撑基层卫生组织的公共卫生服务工作。

在医疗信息化方面，公司持续对贵阳六医医疗信息化的建设提供支持，完成信息化一、二期的业务流程梳理，完成贵阳六医HIS系统与公司其他各业务部门的接口对接，自主研发医院部分信息系统、协助贵阳六医完成打造三甲医院的相关信息创建筹备工作；自主研发AI智能诊断实验室，运用深度学习理论处理医疗影像数据，形成基于人工智能的大数据分析医疗影像诊断系统和贵州省区域内关于电子病历样本的医疗数据云，建立智能分诊模型、PACS影像分析系统和智能辅助诊断系统，可对患者的初步症状进行学科分诊，减少普通病和常见病对三甲医院、专家诊断的过分依赖，降低百姓的医疗成本。

贵州（贵阳）互联网医院通过长期的互联网医院运营积累了重要的经验和大量的用户数据，将积累的病例数据化，公司研发并训练专注于某一疾病领域的“机器人医生”。通过将海量医学知识“描述”给“机器人医生”，让其储备知识、学会“思考”，逐步实现对疾病的诊断。“机器人医生”主要针对肺不张、心影增大、浸润、积液、肺气肿、结节、肺炎以及气胸这八种常见肺部疾病，自主学习专家诊断的病理影像后进行智能诊断，目前准确率已达到85%。通过实验室阶段后，“机器人医生”将在贵阳六医“上岗”。

（5）IPTV业务

随着人们的生活水平的提高，国家出台的互联网医疗相关政策为电视端的健康医疗服务产品提供了很好的市场环境和用户需求平台。公司开发的IPTV智慧医疗家庭健康服务平台是整合了公司旗下39互联网医院、贵州（贵阳）互联网医院、39健康网的优质医疗健康资源，与电信运营商及其合作伙伴共同推广运营，基于宽带互动电视所提供的家庭健康服务平台。一方面可以拓展公司电信增值业务的内容，另一方面也有助于互联网医院业务的发展，有效促进健康服务的信息化。

报告期内，IPTV业务已覆盖全国20余家省级电信、联通、广电等运营商平台，与联通TV中心、电信江苏基地、未来电视、上海百视通等均已开展业务合作，各省本地化的健康医疗资源也逐步引入。家庭用户在家使用电视机就能实现预约挂号、视频问诊、健康检测、健康视频点播、名医预约咨询等服务；结合用户的健康检测数据、问诊信息，医生可以为使用者提供完善健康档案建立及管理、慢病管理、健康预警和健康提醒等服务，是家庭医生的管理入口，特别是在偏远地区和县区级地区能真实解决老百姓对健康的需求，符合国家倡导的分级诊疗政策。

（6）智能可穿戴设备业务

公司智能可穿戴业务由子公司贵州拉雅负责开展。2018年3月，公司对贵州拉雅持股增至80%，成为公司的控股子公司，目前业务方向以生化监测POCT设备（如血糖，尿酸，胆固醇等）等研发生产为基础，以满足基层医疗机构、家庭和个体化健康管理、疾病预防控制、慢病管理等方面现场快速检测需求，是开展基于互联网的慢病管理的关键一环。

2018年贵州拉雅完成了生产厂房的消防、环评验收及洁净度测试，初步完成仪器试纸生产相关原料的筛选及供应商考察。完成特有产品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、总胆固醇试纸的研发工作，同时，联合具有渠道优势和熟悉医疗器械注册厂家，开展针对“一带一路”沿线国家的整体技术服务和业务合作。2018年实现收入33.79万元。

（7）医药流通业务

医药电商在完成对康心药业的全资收购后，成为贵州省内大型医药流通企业，拥有标准化的物流配套设施和精细化的信息化管理系统，能够实现货物流、资金流、信息流的三流合

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及云南、四川、重庆、广西、海南等部分地区。2018年度，受两票制、零差率、药占比等政策影响，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，导致药品流通企业的综合毛利率下降，从而导致医药电商利润同比下降。报告期医药电商实现营业收入273,847.70万元。

（8）电话对对碰业务

公司传统电信增值业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、手机用户可免费拨打，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、随心寻找朋友及参与所有游戏等更多语音内容的权利。通过开发新的功能与应用，不断推出新的增值服务和互动活动，保持用户的新鲜感，增加产品粘性。2018年度电话对对碰全国开通平台42个，累计会员用户数共计160万余人；健康俱乐部全国开通平台18个，会员用户近28万人。报告期实现收入7,742.52万元，继续为公司提供稳健的现金流。

（9）移动转售业务

移动通信转售业务自2018年5月1日起由试点转为正式商用，整个移动转售行业正式进入正轨。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，2018年移动转售市场一改往年供不应求的状态，逐渐转换为供大于求，基础运营商自身亦是参与者也是管理者，移动转售行业各虚拟运营商产品同质化严重，衍生产品缺乏，多以价格竞争争夺用户，导致市场过于饱和、利润空间下降。同时工信部限制虚拟运营商物联卡业务，对整个转售行业亦产生较大影响。

2018年7月起，公司移动转售业务由控股子公司贵阳朗玛通信科技有限公司独立运营，全面提升整个团队为业务更长远的发展做更扎实的布局：重组技术团队、强化团队内部管理及规程；优化重建BOSS系统，更加高效、稳定的支撑业务发展；研发渠道管理平台、物联卡管理平台，提升公司业务细节的把控能力；在现有基础上不断提高用户身份鉴别技术模块的功能；布局多元化营销体系。同时更加严格规范的落实移动转售行业政策，重视遵守行业规范。在2018年7月份工信部的实名制检查中，实名登记合格率为100%，是18家过百万用户中仅有的四家未被工信部点名及批评的虚拟运营商之一。报告期内，移动转售业务累计发展用户200余万，2018年在网用户135万，移动转售业务全年实现收入4,207.05万元。

未来移动转售业务将个人用户作为长期利润增长的重点发展方向，通过线上线下渠道并

行，以业绩考核和营销推广并进，寻找不同行业的合作契机，推广高分成导入流量，聚焦智能设备、智能穿戴用卡的物联转化方式，挖掘潜在的增值空间，针对小号、快递以及公司医疗板块业务的新需求提供技术整合支持。

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
电话对碰及碰碰币	77,425,174.59	68,738,094.88	88.78%	-22.48%	-23.83%	-1.58%
移动转售业务	42,070,478.48	12,237,887.46	29.09%	-3.52%	52.73%	10.71%
医疗信息服务	150,843,822.75	126,047,532.82	83.56%	19.96%	25.43%	3.64%
医疗服务	175,979,573.45	13,969,916.88	7.94%	32.68%	61.47%	1.42%
其他	11,790,055.73	5,059,992.58	42.92%	19.16%	-3.91%	-10.30%
合计	458,109,105.00	226,053,424.62	49.34%	11.26%	6.29%	-2.31%

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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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

1) 公司于2018年1月收到贵阳市工商行政管理局贵阳国家高新技术产业开发区分局出具的《准予注销登记通知书》（（高新）销字[2018]第27号），子公司梦城互动办理完成工商登记注销手续。

2) 公司于2018年3月30日召开第三届董事会第十次会议审议通过了《关于收购贵州拉雅科技有限公司部分股权并增资暨关联交易的议案》，公司与郭劲宏、王心福以及贵州拉雅科技有限公司签订了《关于贵州拉雅科技有限公司之投资协议的补充协议》，公司以人民币343.80万元用于向郭劲宏购买其持有的贵州拉雅在本次投资前的34.10%股权；人民币423.45万元用于认购贵州拉雅本次所增加的全部注册资本336万元。本次增资完成后，公司持有贵州拉雅80%股权，贵州拉雅成为公司控股子公司，自2018年4月1日纳入公司合并报表。

3) 公司于2018年4月18日召开第三届董事会第十二次会议审议通过了《关于投资设立贵阳朗玛通信科技有限公司的议案》，公司与贵阳朗玛通信管理咨询合伙企业（有限合伙）签订了《关于贵阳朗玛通信科技有限公司之投资协议》，共同投资设立贵阳朗玛通信科技有限公司。公司持有朗玛通信75%股权，为公司控股子公司，自2018年5月1日起纳入公司合并报表范围。

贵阳朗玛信息技术股份有限公司

2019年4月18日