证券代码:300288　　证券简称:朗玛信息　　公告编号:2012-013

贵阳朗玛信息技术股份有限公司

【2011】年度报告摘要

§1 重要提示

1.1本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文,报告全文同时刊载于巨潮资讯网等中国证监会指定信息披露网站 。投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读年度报告全文。

1.2除下列董事外,公司其他董事会成员亲自出席了本次审议年度报告的董事会。

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
陈永正	独立董事	出差	王欣

1.3公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员对年度报告内容的真实性、准确性和完整性均无异议。

1.4公司2011年年度财务报告已经大华会计师事务所有限公司审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.5公司负责人王伟、主管会计工作负责人李毅文及会计机构负责人(会计主管人员)王春声明:保证季度报告中财务报告的真实、完整。

§2 公司基本情况

2.1基本情况简介

股票简称	朗玛信息
股票代码	300288
上市交易所	深圳证券交易所

2.2联系人和联系方式

职务	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李毅文	王春
电话	0851-3842119-804	
传真	0851-3833983	
联系地址	贵阳市南明区沙冲南路202号贵阳软件园	
电子邮箱	zhengquanbu@longmaster.com.cn	

§3 会计数据和财务指标摘要

3.1主要会计数据

单位:人民币(元)

	2011年度	2010年度	本年比上年增减(%)	2009年度
营业总收入	112,181,641.23	73,350,078.19	52.94%	43,421,259.26
营业利润	54,506,589.47	39,267,620.31	38.81%	15,580,583.43
利润总额	68,417,226.94	40,698,304.90	68.11%	15,786,582.15
归属于上市公司股东的净利润	58,142,544.76	36,664,325.17	58.58%	12,858,725.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	46,318,502.91	35,376,709.04	30.93%	12,683,626.61
经营活动产生的现金流量净额	40,914,185.55	36,239,807.46	12.90%	16,784,567.17
	2011年末	2010年末	本年比上年末增减(%)	2009年末
资产总额	147,724,755.53	98,507,644.12	49.96%	50,967,881.72
负债总额	9,710,878.16	18,636,311.51	-47.89%	7,760,874.28
归属于上市公司股东的所有者权益	138,013,877.37	79,871,332.61	72.80%	43,207,007.44
总股本(股)	40,000,000.00	40,000,000.00	0.00%	10,000,000.00

3.2主要财务指标

	2011年度	2010年度	本年比上年增减(%)	2009年度
基本每股收益(元/股)	1.45	0.92	57.61%	0.32
稀释每股收益(元/股)	1.45	0.92	57.61%	0.32
用最新股本计算的每股收益(元/股)	1.09	-	-	-
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	1.16	0.88	31.82%	0.32
加权平均净资产收益率(%)	53.37%	59.58%	-6.21%	34.96%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	42.52%	57.49%	-14.97%	34.49%
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	1.02	0.91	12.09%	1.68
	2011年末	2010年末	本年比上年末增减(%)	2009年末
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	3.45	2.00	72.50%	4.32
资产负债率(%)	6.57%	18.92%	-12.35%	15.23%

3.3非经常性损益项目

项目	2011年度	2010年度	2009年度
非流动性资产处置损益	-917.61	-11,576.99	-4,001.28
政府补助	14,031,555.08	1,435,961.58	210,000.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-120,000.00	6,300.00	
其他符合非经常性损益定义的损益项目			
非经常性损益总额	13,910,637.47	1,430,684.59	205,998.72
减:非经常性损益的所得税影响数	2,086,595.62	143,068.46	30,899.81
非经常性损益净额	11,824,041.85	1,287,616.13	175,098.91
减:归属于少数股东的非经常性损益净影响数			
归属于公司普通股股东的非经常性损益	11,824,041.85	1,287,616.13	175,098.91

§4 股东持股情况和控制框图

4.1前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况

2011年末股东总数	7		本年度报告公布日前一个月末股东总数		3935
前10名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数(股)	持有有限售条件股份数量(股)	质押或冻结的股份数量
王伟	境内自然人	51.04	20,416,000	20,416,000	0
黄国宏	境内自然人	13.80	5,520,000	5,520,000	0
靳国文	境内自然人	11.60	4,640,000	4,640,000	0
肖文伟	境内自然人	8.00	3,200,000	3,200,000	0
刘玲	境内自然人	7.80	3,120,000	3,120,000	0
贵阳朗玛投资咨询有限公司	境内非国有法人	4.66	1,864,000	1,864,000	0
史红军	境内自然人	3.10	1,240,000	1,240,000	0

前10名无限售条件股东持股情况		
股东名称	持有无限售条件股份数量(股)	股份种类
中国农业银行-中邮核心优选股票型证券投资基金	819,288	人民币普通股
中国工商银行-宝盈泛沿海区域增长股票证券投资基金	236,000	人民币普通股
吕健成	188,188	人民币普通股
王红雨	153,000	人民币普通股
朱乃军	139,405	人民币普通股
于洪仓	127,119	人民币普通股
王洪根	100,095	人民币普通股
聂挺	100,000	人民币普通股
江苏熔盛重工有限公司	83,748	人民币普通股
海通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	78,600	人民币普通股
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述发起人股东之间不存在关联关系。	

4.2公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

§5 董事会报告

5.1管理层讨论与分析概要

一、报告期内公司经营情况回顾

(一)公司总体经营情况

2012 年2月16 日,公司在深圳证券交易所创业板成功挂牌上市,成为贵州省首家创业板上市企业,这是公司发展史上的一个重要里程碑,但也是一个充满挑战的新起点。作为上市企业,公司将努力抓住移动互联网发展的机遇,加强自身建设,不断开拓新产品,满足用户的需求,以更好的业绩回报广大投资者的支持与厚爱。

报告期内,公司管理层紧密围绕着2011年初既定的发展战略目标,贯彻董事会的战略部署,较好地完成了各项工作。公司牢牢把握移动互联网的发展趋势,持续夯实和深化自身的核心竞争力,进一步巩固和挖掘市场潜力,加大投入研发,努力为用户提供差异化的产品与服务,扩大产品美誉度,持续改进公司运营管理体系,提升了公司整体运营成效,加强内控建设,建立风险防范机制。

2011年度公司的营业收入为11,218.16万元,比上年同期的7,335.00万元增长52.94%;营业利润5,450.66万元,比上年同期增长38.81%,实现净利润5,842.59万元,比上年同期增长59.38%(公司2010年被认定为国家规划布局内重点软件企业,按照10%所得税税率计算所得税费用;因2011年度重点软件企业名单尚未公布,2011年度公司按15%所得税税率计算所得税费用;如果2011年度公司继续被认定为国家规划布局内重点软件企业,公司将继续按10%税率计算所得税费用,将使所得税费用减少约344.96万元,该部分减少的所得税费用将计入2012年度财务报告);扣除非经常性损益后的净利润4,621.72万元;经营活动产生的现金流量净额4091.42万元。

报告期内公司营业收入99%以上是来自核心产品电话对对碰业务,营业收入及净利润取得快速增长主要有以下原因:

1、公司坚持不懈的推行自主创新的企业和产品发展战略,靠不断的创新赢得更多客户和市场。

创新是科技企业生存和发展的基石。公司一直以来,始终瞄准行业发展的最前沿,坚持不懈的在运营模式、产品内容和产品技术等方面进行大胆的自主创新,不断提高产品吸引力和增强对客户的粘性,取得了明显的成效。

在产品内容方面,公司围绕着增强用户体验不断创新产品内容,陆续推出了朋友圈、电话语音微博等新的功能模块,每个板块又不断结合最新热点主题,推出新颖时尚的服务内容,持续提升产品吸引力和对客户的粘性。

2、公司接入手段的不断丰富以及和基础运营商合作的不断扩大保证了公司今后将具有更丰富的获取用户的渠道资源。

通过数年的运营,公司积累了良好的信誉,在推广上能够得到运营商的有力支持。与公司开展合作的省级运营商不断增加,2011年增加了中国电信西藏分公司、辽宁分公司、四川分公司,中国联通浙江省分公司等省级运营商,由年初的25省扩展到年底的29个省级运营商,实现了固定电话网和移动通信网在电话对对碰业务平台的接入。与基础运营商稳定的合作关系为公司更好的进行产品营销和业务推广提供了保证。

尤其是在市场潜力更加巨大的手机用户领域。手机接入方式的开通,极大的便捷了用户使用,增加了电话对对碰的市场容量,手机会员用户在2011年内由52万人增长至89万人,增长率为74.51%,手机会员占会员用户的比例达45.88%,手机用户已成为公司会员用户增加的重要来源。

3、公司渠道建设的加强、现有庞大用户群的口碑效应将推动公司产品渗透率的不断提高。

在不断的市场推广和客户开发过程中,公司目前形成了一支强有力的覆盖全国27个省、市、自治区的市场推广团队,既能根据用户及运营商不同的需求,制定相应的解决方案,又善于在与客户的交流过程中,发现新的市场需求,使产品得到进一步的完善。公司通过电台、报纸、电视及其它传媒,以及利用基础运营商自身的宣传渠道进行电话对对碰的宣传,从而不断提升电话对对碰的影响力,吸引了越来越多的用户,形成了良好的口碑。长期以来,电话对对碰用户的口口相传已成为公司获取客户和终端用户的重要手段。

4、积极吸纳各种人才,稳步推进人才管理。

公司倡导以企业发展创造员工实现自我价值的平台,以员工发展提供企业持续进步的动力。在报告期内,公司员工数量由2010年底的496人增加到2011年底的687人,公司努力优化人才结构,提高员工岗位胜任能力;培养和甄别各级管理人才,为公司长远发展储备干部梯队;通过组织氛围建设,深化员工关系管理,不断增强企业凝聚力,进一步推进人力资源管理的系统化进程。

5、提升管理效率,加强内控建设

报告期内,公司重点从项目管理体系和财务体系入手,优化公司质量管理、知识管理、成本管理和信息化水平,持续改进运营管理体系,提升管理效率。严格按照《公司法》、《证券法》、《创业板股票上市规则》、《创业板上市公司规范运作指引》等相关规则的要求,公司完善了内控制度建设,开展内部审计工作,加强运营风险监控,建立起适应资本市场要求和公司业务发展需要的风险防范机制。

(二)公司主营业务及其经营情况

1、公司2011年度主营业务(电话对对碰)分地区情况

业务区域	2011年度		2010年度		本年比上年增减(%)	
	营业收入(元)	各区域收入占总收入比(%)	营业收入(元)	各区域收入占总收入比(%)	营业收入增减(%)	各区域收入占总收入比增减(%)
华北区	27,122,082.22	24.18%	13,535,558.66	18.62%	100.38%	5.56%
东北区	5,011,880.24	4.47%	2,824,384.63	3.88%	77.45%	0.59%
华东区	14,719,058.36	13.13%	7,087,677.22	9.74%	107.67%	3.39%
中南区	30,572,353.32	27.26%	19,900,349.70	27.36%	53.63%	-0.10%
西南区	19,491,448.37	17.38%	16,889,954.46	23.22%	15.40%	-5.84%
西北区	15,223,182.66	13.58%	12,497,431.68	17.18%	21.81%	-3.60%
合计	112,140,005.17	-	72,735,356.35	-	53.95%	-

2、主要客户情况

(1)前五大客户情况

序号	客户名称	营业收入(元)	所占比例(%)
1	中国联合网络通信有限公司河北省分公司	17,276,907.21	15.40%
2	广东广信通信服务有限公司	16,780,778.20	14.96%
3	中国电信股份有限公司贵州分公司	9,204,490.22	8.21%
4	中国电信股份有限公司云南分公司	7,510,951.74	6.70%
5	中国联合网络通信有限公司山西省分公司	6,892,682.93	6.14%
	合计	57,665,810.30	51.40%

公司前五名客户与公司不存在关联关系,公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、持股5%以上的股东、一致行动人和其他关联方在主要客户中无直接或间接利益。单一客户收入不存在比例超过30%的情形,不构成对单一客户的重大依赖。

(2)2011年公司新增合作的中国电信及中国联通省级分公司4家,具体情况如下:

客户名称	地区	开通时间
中国电信集团公司西藏分公司	西藏	2011年3月
中国电信股份有限公司辽宁分公司	辽宁	2011年8月
中国电信股份有限公司四川号码百事通信息服务分公司	四川	2011年9月
中国联合网络通信集团有限公司浙江分公司	浙江	2011年11月

3、资产构成

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		占比变动情况
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	
流动资产:					
货币资金	100,468,007.24	68.01%	66,237,390.85	67.24%	0.77%
交易性金融资产					
应收票据					
应收账款	33,534,256.18	22.70%	25,225,279.61	25.61%	2.91%
预付款项	4,694,477.36	3.18%	413,702.48	0.42%	2.76%
应收利息					
应收股利					
其他应收款	3,097,844.45	2.10%	1,634,083.12	1.66%	0.44%
存货					
一年内到期的非流动资产					
其他流动资产					
流动资产合计	141,794,585.23	95.99%	93,510,456.06	94.93%	1.06%
非流动资产:					
可供出售金融资产					
持有至到期投资					
长期股权投资					
投资性房地产					
固定资产	5,436,074.71	3.68%	4,963,239.79	5.04%	-1.36%
在建工程					
工程物资					
固定资产清理					
生产性生物资产					
油气资产					
无形资产	11,050.46	0.01%	17,250.10	0.02%	-0.01%
开发支出					
商誉					
长期待摊费用	462,000.00	0.31%			0.31%
递延所得税资产	21,045.13	0.01%	16,698.17	0.02%	-0.01%
其他非流动资产					
非流动资产合计	5,930,170.30	4.01%	4,997,188.06	5.07%	-1.06%
资产总计	147,724,755.53		98,507,644.12		

公司2011年年末资产构成与2010年末相比较未发生重大变化。公司2011年末应收账款增长的原因主要是公司业务不断的拓展带来营业收入大幅增长。其他应收款较去年增长原因,主要为公司已支付的上市费用还未从发行费用里扣除。

4、主要费用项目

项目	2011年度	2010年度	本年比上年增减(%)
主营业务成本	11,681,268.99	11,069,826.63	5.52%
销售费用	8,979,979.73	1,531,988.45	486.16%
管理费用	34,740,853.10	19,314,874.90	79.87%
财务费用	-1,693,385.26	-276,206.73	-513.09%
资产减值损失	69,314.91	-75,963.49	191.25%
营业外支出	120,917.61	11,576.99	944.47%
所得税费用	10,274,682.18	4,033,979.73	155.94%

公司2011年度各项费用增长与收入增长基本保持同向变动。其中销售费用较上年同期增加486.16%,主要是由于业务规模扩大,市场营销费用大幅增加所致;财务费用较上年同期减少513.09%,主要是由于公司存款增长而带来的利息收入;管理费用较上年同期增长79.87%,主要原因是公司业务扩展人员增长带来人工成本、办公费用的增加;资产减值损失较上年同期增长191.25%,主要是由于应收账款增加,按账龄计提的资产减值损失增加所致;利润总额、净利润分别较上年同期增长68.11%和58.58%,主要是公司业务规模扩大,营业收入快速增长所致。

二、对公司未来发展展望

(一)业务发展宏观预测

公司将互联网社区理念与音频相结合并首创性应用于通信网络,通过坚持不懈的创新运营模式和服务内容,增强用户体验和客户粘性,目前,已发展成为中国创新能力领先、规模最大的社区性语音增值服务提供商。

未来,公司将继续专注于电信和互联网音视频应用领域,充分发挥公司的创新能力、用户规模、运营经验、渠道资源等优势,围绕娱乐和社区两大主题,致力于打造一个跨终端、跨区域、跨平台、国内领先的大型音视频社交娱乐平台。

通过打造跨网络(电话网、互联网、移动互联网)的大型音视频社交平台和移动互联网通信工具(Phone+),形成朗玛的用户优势;通过不断向用户提供优质的网络游戏、会员增值、语音加密、语音微博、婚恋咨询服务等增值内容,将公司的用户优势,转化为收入优势。

(二)行业发展预测

语音增值业务,是指在传统通讯业务的基础上实现的增值性服务,是由基础运营商、平台提供商、服务提供商通过固定电话、移动电话以及计算机语音设备实现的语音交互,主要为客户提供语音信息以及基于语音传递的多种服务。用户根据自己的需要选择收听语音信息,或者参与聊天、交友等互动式服务,以及其他语音增值业务。语音增值业务市场发展趋势:

1、社区性语音增值业务不断发展

用户对电信服务的需求逐渐从简单的点对点连接性通信需求,向人机通信、多点通信、信息服务的整体多元化需求演进。以IP 为核心的、能够满足人们多种需求的、多功能的网络是通信网络发展的趋势,基于IP技术的新增值电信业务的比重也在不断上升,随着通信技术不断发展,借助明星效应、重大事件等,基于通信网和互联网的SNS给人们提供了一个方便的交流与沟通平台,吸引了大量用户,促进了社区性语音增值业务的不断发展。

2、语音增值业务展现形式更加丰富

随着技术的发展,用户对语音增值业务服务需求逐步呈现出多媒体化、个性化、智能化和多样化的特点,对语音增值业务的服务内容要求越来越高,传统的语音增值业务将无法满足用户的多样化需求。IVVR 业务就是对原有语音IVR 业务的延伸,借助视频和语音的特色,突出"互动"型功能。用户通过拨打不同的业务接入号码,提供视频点播、视频信箱、视频短信等业务。在3G网络中,网络通信能力及对数据业务的支持力度得到了很大的加强,3G视频的业务承载环境也得到了有效的改善,随着3G 业务的逐步成熟,语音增值业务的展现形式也将更加丰富,产业链上各环节主体也将得到更多的盈利机会。

3、三网融合为语音增值业务带来巨大的发展空间

目前,我国已基本具备进一步开展三网融合的技术条件、网络基础和市场空间,加快推进三网融合已进入关键时期。跨网络业务的发展使语音增值业务市场更加迅速多变,服务提供商纷纷借力三网融合开发新的业务模式,保证了固网语音增值业务的平稳过渡和演进,促进了移动语音增值业务和互联网语音增值业务的升级,为语音增值业务创造了良好的发展环境。

伴随着三网融合的发展,服务提供商在数据、视频、语音等多个方面将开创出许多新的业务领域,通过一体化的综合宽带多媒体通信网络,可以向在任何地点、采用任何终端的用户提供综合语音、数据、图像等高质量的多媒体通信服务,这将极大地推动语音增值业务的发展。

4、移动互联网将成为未来重要的创新方向

移动互联网将移动通信和互联网这两个发展最快、创新最活跃的领域连接在一起,并凭借数十亿的用户规模,正在开辟信息通信业发展的新时代。移动互联网所改变的绝不仅仅是接入手段,也绝不仅是桌面互联网的简单复制,而是一种新的能力、新的思想和新的模式,并将不断催生出新的产业形态、业务形态和商业模式。在移动互联网发展正处于初期阶段的背景下,移动互联网对我国是难得的历史性机遇,是中国信息通信业发展和创新的重要方向。

(三)公司在行业中的竞争优势和困难

1、公司在行业中的竞争优势

(1)坚持不懈的自主创新

在运营模式创新方面,公司核心产品电话对对碰本身就是公司首创性的将互联网领域不断兴起的社区理念运用于通信网络增值服务的产物。公司借鉴网络游戏使用免费、道具收费的免费模式,率先在业内推出了"拨打免费、增值收费"的运营模式,打造了一个"阳光交友、绿色聊天"的大型社交娱乐平台;在产品内容创新方面,公司围绕着增强用户体验不断创新产品内容,陆续推出了电话游戏、电话开心农场、婚介俱乐部、朋友圈、电话语音微博等新的功能模块,持续提升产品吸引力。

在产品技术创新方面,近年来,公司投入大量的研发费用,取得了一系列研发成果,并成功将研发成果转化为高科技产品或应用,保障了公司的快速发展。截至2011年底,公司拥有软件著作权12项,申请发明专利9项,获得实用新型专利1项。

公司将继续在模式创新、内容创新等方面继续加大投入,将目前存在于固话和手机网络的电话对对碰系统引入到更加海量用户的互联网领域,将引入语音微博、电话大讲堂、语音会议、集团通话、语音电台、电话红娘等内容,届时电话对对碰系统将由单纯满足人们的娱乐聊天功能进而成为人们日常办公、生活、娱乐不可缺少的工具平台。电话对对碰系统将把固定电话网络、移动通讯网络和互联网联合一体,成为大型综合性娱乐、生活、工作应用平台。创新将成为推动公司快速发展的第一源动力。

(2)与基础运营商稳定的业务合作关系

本公司始终坚守并倡导"阳光交友、绿色聊天"的经营理念,通过多年的运营,公司积累了良好的信誉,在推广上能够得到运营商的有力支持。公司本着规范经营,合作共赢的做事风格,取得了基础运营商的信任,尤其与中国电信、中国联通两大基础运营商建立了紧密、广泛的合作关系,截至2011年底,公司已经在全国27个省、市、自治区实现了固定电话网和移动通信网在电话对对碰业务平台的接入。与基础运营商稳定的合作关系为公司更好的进行产品营销和业务推广提供了保证。

(3)成熟的市场推广渠道

营销渠道的建设始终是增值电信服务提供商的核心工作之一,公司成立十二年来,一直从事增值电信产品开发和服务提供,通过多年的市场推广和客户开发,截至2011年底,公司形成了一支强有力的覆盖全国27个省、市、自治区的市场推广团队,既能根据用户及运营商不同的需求,制定相应的解决方案,又善于在与客户的交流过程中,发现新的市场需求,使产品得到进一步的完善。公司通过电台、报纸、电视及其它传媒,以及利用基础运营商自身的宣传渠道进行电话对对碰的宣传,从而不断提升电话对对碰的影响力,吸引了越来越多的用户。

(4)强大的专业人才队伍

语音增值业务的关键是产品,需要根据用户的需求和不断变化的市场情况及时的进行产品的调整维护,并不断的开发新的功能与应用,保持用户的新鲜感,增加产品粘性。为此,一支强大的产品开发、技术研发和营销队伍是市场拓展的必要保障,将为公司未来的发展提供持续的动力。

公司自成立之初就一直从事电信及互联网行业产品开发和服务提供,主要管理团队均具备电信及互联网行业长期从业经验,对电信及互联网行业、基础运营商及语音增值服务领域理解深刻。公司创始团队具有良好的电信及互联网专业技术背景和丰富的从业经验,对电信及互联网行业的发展趋势有卓越的把握能力。公司根据业务的发展注重人才的培养和广纳专业人才,公司的产品开发、技术研发和市场营销骨干大多具有多年增值电信服务领域的从业经验,既精通电信技术,同时又理解基础运营商及用户需求。此外,公司注重人才的创新培养,不断对员工进行内、外部的专业培训,提供专业人才对外交流的机会,引进高素质人才,增强公司的专业化水平。

(5)庞大且逐年递增的用户规模

庞大的用户规模和持续的用户粘性是电话对对碰不断发展的动力。多年来,公司注重产品品牌的建设,始终秉承让用户满意,对客户负责的服务精神,壮大用户规模。经过多年开拓,截至2011年底,电话对对碰已在全国27个省、市、自治区积累了广泛的用户基础,电话对对碰用户总数超过1400万,会员用户数为194万,公司已成为中国电信和中国联通首选的社区性语音增值服务合作伙伴。

随着电话对对碰覆盖范围从27个省逐步往全国扩展、手机用户市场渗透率不断提高以及未来互联网等接入方式的开通,电话对对碰吸引力和用户数量将会在相当长时间内继续保持快速增长态势。庞大的用户群基础不断增强了电话对对碰的吸引力和凝聚力,也为未来"朗玛网"等新业务拓展和用户的深度开发提供了资源基础,有利于提升新业务的使用率,加快普及速度,进一步扩大用户优势。

(6)丰富的本地化运营经验

由于增值电信类业务的目标用户区域分布非常广泛,用户对增值服务的需求带有明显的多样性和当地特色,因此差异化服务是增值电信服务提供商重要的竞争环节。差异化服务不仅体现为产品创新,更重要的是满足不同地域用户的服务需求。

公司多年来坚持本地化运营路线,采取集中研发,区域化经营的市场拓展模式。截至2011年底,公司已经在全国28个省、市、自治区设立了分支机构,对各地分支机构既实行适当的分权管理,又进行统一的指导和培训。通过精准把握当地运营商和用户的需求,能够及时提供具有明显本地社会文化特色的增值服务。此外,电话对对碰平台针对新疆、青海、广东等地开发有维汉、藏汉、粤普等双语平台,以适应各地民族文化和语言的差异。电话对对碰是有着鲜明地方特色的本地化增值业务,已经成为各地知名的语音社交娱乐品牌。

(7)完善的服务体系

电话对对碰自运营以来,从硬件质量到软件支持、客户服务等各环节,都严格遵循高标准要求。硬件系统可以保证数据的可靠性和平台不间断工作的能力;软件系统可以保证平台的兼容性、容错性、可监测性以及并行性等要求;在用户界面设计方面,公司采用了良好的人机交互界面设计,提供多种操作接入手段(本地和远程登录),便于直观、快捷的操作。公司提供的这些软硬件保证了产品的高质量并为用户提供了良好的体验。

公司坚持以客户为中心,不断完善服务流程,改善服务形式,制定了一套完善的客服管理和培养晋升制度,确保了客户服务的标准化和规范化。公司注重客户服务工作,在多年的市场推广和客户开发过程中,锻炼了一支数量达270 人、高度负责的客服团队,本着对用户负责的态度处理用户的咨询或可能的投诉。公司下设总部和分公司两级客户服务中心,设有固定客户免费服务热线,提供7x24小时全天候不间断热线服务,给咨询和投诉用户最快和满意的答复,客户提出的要求在12小时内均可得到答复,电话接通率接近100%。同时,定期对系统进行安全维护,制定了及时应对突发事件的措施,保证业务的正常运行。优秀的客服团队突出了公司在竞争中的服务优势。

2、公司在行业发展中的困难

(1)公司资本规模偏小

公司虽然拥有创新能力、运营经验等竞争优势,但由于一直主要依靠自身的积累发展,与现有的用户规模、行业市场容量相比,公司的资本规模相对偏小,有可能影响公司在市场推广、新服务提供、系统升级等方面决策时把握最佳时机,在一定程度限制了公司的发展步伐。

(2)高端人才相对不足

由于贵州省内软件人才整体匮乏,公司很多优秀的开发人员都是从外地引入。公司在人才队伍的建设上付出了比其它公司更多的成本,未来"朗玛网"、"爱碰"、"phone+"等项目的实施,公司对人才的需求将更加紧迫。

(3)渠道建设的深度不足

截至2011年底,虽然公司在27个省、市、自治区建立了自己的分支机构,但尚没有深入覆盖地市级、县级城市,在市场推广、客户关系维系上还需要进一步加强。

从自身角度来看,由于公司是处于成长阶段的技术密集型高新技术企业,人才、资金和市场拓展是影响公司未来几年发展的关键因素。随着产品市场规模的不断扩大和产品线的延伸与拓展,能否建设和保持一支具有持续自主创新能力的专业人才队伍,能否与基础运营商保持并不断扩大合作区域和领域,是公司顺利实现发展规划面临的主要挑战。

(四)公司2012年度经营计划

进一步扩展电话对对碰业务规模和市场覆盖率,大力开发朗玛网并逐步实现与电话对对碰对接融合,初步形成跨网络、无终端限制的大型语音社交娱乐平台,并在此基础上深入挖掘产品内容,利用平台用户和人气的优势,向用户提供更加丰富多彩的服务内容,将用户优势转换为市场优势和收入优势:

(1)、拓展电话对对碰覆盖面,提高用户规模和市场占有率

(2)、推进新产品的研发、运营和推广

(3)、进一步提升研发实力

(4)、完善市场开拓营销体系建设

1、技术研发与创新计划

(1)加强研发人员队伍建设

公司将围绕着提升核心竞争力的需要,不断完善保持技术创新的机制,提升技术进步的能力,时刻把握市场的脉搏和技术发展趋势,形成快速的市场反应能力和优秀的产品创新能力,保障公司持续健康发展。

人才战略方面,公司将结合行业特点和公司实际情况,在培养综合性人才和关键技术专才两个方面持续努力,更有意识地培养和储备将在未来对公司技术研发、市场竞争、资本运作、管理创新等战略性活动具有重大影响的关键性高技能人才,结合人力资源评估技术和员工职业生涯规划,通过合理配置和动态整合,在公司形成合理的人力资源结构。做好公司知识产权保护工作,对知识型员工的管理采取激励与约束两手抓。一方面,对公司的高技能员工和掌握公司核心技术、关键客户资源等的关键员工,提供比较优厚的物质报酬和精神鼓励,鼓励他们多做事、做好事;另一方面,上述关键岗位的人员在上岗前必须与公司签订保密协议、同业禁止协议等约束性文件,规避公司关键技术和能力外流给公司经营和发展带来的风险。

为配合人才扩充计划的有效实施,公司与贵州大学建立了合作关系,每年由贵州大学向公司推荐优秀学生到公司做课题研究和项目实习,发现和培养优秀的软件开发人才,并委托贵州大学研究生院培养专业对口的研究生,在贵大研究生院进行指定专业的研究生委托培养计划,生源毕业之后将到公司服务。

(2)加大产品技术研发力度

通过多年的积累和持续的技术创新,在语音增值服务和互联网音视频通信领域,公司已具备了国内先进的研发能力,处于行业领先地位。未来,公司将在以下方面持续投入,进一步提高技术攻关和产品技术实现能力,促进和保障公司的长期可持续发展:

①、继续开拓CTI领域新产品和业务类型,保持公司在该领域的技术领先地位;

②、继续加强基于浏览器的非客户端语音和视频通信技术应用开发,保持国内领先地位;

③、加快互联网基于纯软件的混音技术开发,实现国内领先;

④、加快构建大型朗玛网语音社区平台建设研发,尤其是多点分布负载均衡技术上实现突破。

除此之外,公司将在应用领域对一些关键技术进行专项攻关,主要包括:

①、使用P2P思想进行分布式数据存储和共享的应用框架设计;

②、对传统混音算法计算性能提升和降噪效果改进的研究;

③、音视频数据在互联网传输时防抖动控制技术改进设计;

④、图像识别技术在3G视频通讯中的应用技术研究及框架设计;

⑤、视频(图像)合成技术在3G视频动态内容生成中的应用研究。

2、市场开发与营销网络建设计划

公司将在未来的3至5年内,完成以下营销网络建设重要规划和目标:

首先,在保证截至2012年第一季度覆盖29个省、市、自治区营销网络的基础上,再重点就东北、上海等最后几个未覆盖地区加大开发力度,力争实现网络的全国覆盖。在所有地区开通电话对对碰,应与朗玛网形成良好配合与协同。

其次,针对已经建立分支机构的地区,加大对于二、三级城市及地区的市场开发力度,扩大业务宣传的广度和深度,深挖市场潜力,力争将对对碰业务的会员渗透率提升到2%以上。

第三,建立营销商合作模式,通过在各地区发展营销战略合作伙伴,快速融入当地市场,建立总部——分支机构——经销商的分层次营销网络和市场推广体系。

第四,继续深挖电话对对碰推广方式的潜力,线上推广为核心,线下活动为辅助,同时以媒体合作为新的增长点。

5.2主营业务分行业、产品情况表

主营业务分行业情况

□适用 ■不适用

主营业务分产品情况

单位:元

产品名称	2011年度		2010年度	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
对对碰及碰碰币	112,140,005.17	11,185,890.84	72,735,356.35	8,995,380.41
其他	41,636.06	495,378.15	614,721.84	2,074,446.22
合计	112,181,641.23	11,681,268.99	73,350,078.19	11,069,826.63

5.3报告期内利润构成、主营业务及其结构、主营业务盈利能力较前一报告期发生重大变化的原因说明

□适用 ■不适用

§6 财务报告

6.1 与最近一期年度报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的具体说明

□适用 ■不适用

6.2 重大会计差错的内容、更正金额、原因及其影响

□适用 ■不适用

6.3 与最近一期年度报告相比,合并范围发生变化的具体说明

□适用 ■不适用

6.4 董事会、监事会对会计师事务所"非标准审计报告"的说明

□适用 ■不适用

贵阳朗玛信息技术股份有限公司

法定代表人签字:

日期:2012年4月16日

证券代码:300288　　证券简称:朗玛信息　　公告编号:2012-014

贵阳朗玛信息技术股份有限公司

【2012】第一季度报告

§1 重要提示

1.1本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

1.2除下列董事外,公司其他董事会成员亲自出席了本次审议季度报告的董事会。

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
陈永正	独立董事	出差	王欣

1.3公司第一季度财务报告未经会计师事务所审计。

1.4公司负责人王伟、主管会计工作负责人李毅文及会计机构负责人(会计主管人员)王春声明:保证季度报告中财务报告的真实、完整。

§2 公司基本情况

2.1主要会计数据及财务指标

	本报告期末	上年度期末	本报告期末比上年度期末增减(%)
总资产(元)	438,366,940.00	147,724,755.53	196.75%
归属于上市公司股东的所有者权益(元)	428,630,673.82	138,013,877.37	210.57%
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	8.03	3.45	132.75%
	年初至报告期期末		比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额(元)	6,675,196.09		93.90%
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.13		44.44%
	报告期	上年同期数	比上年同期增减(%)
营业总收入(元)	35,296,582.59	23,970,116.19	47.25%
归属于上市公司股东的净利润(元)	15,205,507.66	12,358,664.07	23.04%
基本每股收益(元/股)	0.33	0.31	6.45%
稀释每股收益(元/股)	0.33	0.31	6.45%
加权平均净资产收益率(%)	6.33%	14.36%	-8.03%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	5.58%	12.30%	-6.72%

非经常性损益

■适用 □不适用

非经常性损益项目	金额	附注(如适用)
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	2,002,629.68	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	50,000.00	
所得税影响额	-292,894.45	
合计	1,659,735.23	

2.2报告期末股东总人数及前十名无限售条件股东持股情况表

报告期末股东总数(户)	3935	
前十名无限售条件流通股股东持股情况		
股东名称(全称)	期末持有无限售条件流通股的数量	种类
中国农业银行-中邮核心优选股票型证券投资基金	819,288	人民币普通股
中国工商银行-宝盈泛沿海区域增长股票证券投资基金	236,000	人民币普通股
吕健成	188,188	人民币普通股
王红雨	153,000	人民币普通股
朱乃军	139,405	人民币普通股
于洪仓	127,119	人民币普通股
王洪根	100,095	人民币普通股
聂挺	100,000	人民币普通股
江苏熔盛重工有限公司	83,748	人民币普通股
海通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	78,600	人民币普通股

2.3限售股份变动情况表

股东名称	期初限售股数	本期解除限售股数	本期增加限售股数	期末限售股数	限售原因	解除限售日期
王伟	20,416,000	0	0	20,416,000	首发承诺	2015.2.16
黄国宏	5,520,000	0	0	5,520,000	首发承诺	2015.2.16
靳国文	4,640,000	0	0	4,640,000	首发承诺	2015.2.16
肖文伟	3,200,000	0	0	3,200,000	首发承诺	2015.2.16
刘玲	3,120,000	0	0	3,120,000	首发承诺	2015.2.16
贵阳朗玛投资咨询有限公司	1,864,000	0	0	1,864,000	首发承诺	2015.2.16
史红军	1,240,000	0	0	1,240,000	首发承诺	2015.2.16
中国建设银行-宝盈资源优选股票型证券投资基金	670,000	0	0	670,000	定向发行限售	2012.5.16
宝盈鸿利收益证券投资基金	670,000	0	0	670,000	定向发行限售	2012.5.16
中国农业银行-中邮核心成长股票型证券投资基金	670,000	0	0	670,000	定向发行限售	2012.5.16
光大证券-光大-光大阳光集结号收益型一期集合资产管理计划	670,000	0	0	670,000	定向发行限售	2012.5.16
合计	42,680,000	0	0	42,680,000		

§3 管理层讨论与分析

3.1 公司主要会计报表项目、财务指标大幅度变动的情况及原因

■适用 □不适用

一、资产负债表项目:

1、货币资金期末余额较年初增长280.42%,主要原因系公司首次发行新股募集资金到账所致。

2、应收款项较年初增长27.60% ,主要系公司收入增长而引起的未收款项。

3、其他应收款项较年初减少 24.20%,主要系公司新增办公室所产生的租赁押金所致。

4、无形资产项较年初增长1186.21%,主要系公司购买财务软件计入无形资产。

5、长期待摊费用项较年初减少13.64%,主要系公司本期费用摊销减少了待摊费用。

6、应付账款项较年初增加163.69%,主要系公司本期购买无形资产及固定资产按合同规定未到付款期。

7、预收账款较年初增加 511.95%,主要系本期公司收到客户预付款项增加所致。

8、应付职工薪酬较年初增加15.12%,主要系公司本期人员增加及原有员工薪酬调整。

9、应交税费较年初减少26.61%,主要系公司年初应交税费中含有去年四季度计提的企业所得税在本期一月缴纳。

10、其他流动负债项较年初减少53.97%,主要系公司按规定确认政府补贴。

11、其他非流动负债项较年初减少14.29%,主要系公司按规定确认政府补贴

12、股本较年初增长33.50%,主要系公司在一季度公开发行股票 1,340 万股所致。

13、资本公积较年初增长1812.38%,主要系公司募集资金扣除股本部分增加所致。

14、未分配利润较年初增加20.22%,主要系公司第一季度盈利所致。

二、利润表项目:

1、营业收入较上年同期增加47.25%,主要系公司部分省开通新平台、原有平台用户增长特别是手机会员用户

的增长及互联网业务的扩展。

2、营业成本较上年同期增加67.00%,主要系公司客服人员人工成本增加、业务扩展需要增加中继费及服务器托管费。

3、营业税金及附加较上年同期增加 55.18%,主要系公司收入增加导致税费增加。

4、管理费用较上年同期增长 56.00%,主要系公司本期人工成本增长、管理成本增长。

5、财务费用较上年同期减少 156.08%,主要系公司银行存款利息收入增加所致。

6、销售费用较上年同期增加942.33%,主要系公司随着收入的增长而相应加大投入了市场推广费用。

7、所得税费用较上年同期增加21.69%,主要系公司利润总额增长所致。

三、现金流量表项目:

1、经营活动产生的现金流量净额较上年同期增长93.9%,主要系公司第一季度经营活动收入比上年同期大幅增加,同时经营活动同期支出比例小于同期经营活动收入比例所致。

2、筹资活动产生的现金流量净额较上年同期增长了275,411,288.79元 ,主要系本期公司发行新股募集资金到账所致。

3.2 业务回顾和展望

一、报告期内公司经营情况

报告期公司实现营业总收入为35,296,582.59元,比去年同期增长47.25%;营业利润为15,906,791.10元,比去年同期增长24.62%,利润总额17,859,420.78元,比去年同期增长21.69%;净利润为15,205,507.66元,比去年同期增长23.04%。

二、经营计划的执行情况

1、业务拓展情况

电话对对碰作为公司现阶段的核心产品,发展势头良好,一季度不重复拨打用户达到530万人,会员数在季末达204万,比去年底增长10万人。不断拓展开展业务的区域,一季度与中国电信浙江、河南、河北、吉林分公司及中国联通广东、江苏分公司签订了开展电话对对碰业务的合同,使与公司合作的中国电信及中国联通省级分公司数量从2011年底的29个增加到35个。

2、研发:

(1)研发技术人员情况:

2012年1季度末研发人员增长到93人,较上季度末增幅为20.78%,占员工总数的12.6%,其中核心技术人员11人。

(2)研发项目运用情况:

①、电话对对碰业务

电话对对碰业务已完成与朗玛网对接的技术实现,电话用户拨入系统后,可按键进入朗玛网聊天室,与互联用户进行沟通交流。目前已经在贵州、广东等十余省平台上进行试运营并逐步推广。

②、朗玛网

一季度朗玛网主要完成了异网访问语音加速设计及开发和试运行,完成新一轮调整及产品改造工作。

③、爱碰业务

一季度爱碰业务主要完成了文字聊天、语音留言、表情、图片传送等业务模块的开发及试运行工作,目前业务已经在贵州及广东进行客户端1.0.7版推广。第二版本已经完成开发,待细节优化后下一季度将进行发布。

④、Phone+业务

一季度Phone+业务主要完成了客户端1.0版的软件原型开发,并进行压力测试,目前正在进行内部试用阶段。

(3)研发项目立项情况:

按照国家科技重大专项2012年度课题申报要求,2011年下半年公司申报了移动互联网及业务应用研发中的课题;基于C语言的移动应用软件开发(音频实时通讯),并通过了"新一代宽带无线移动通信网"国家科技重大专项2012年课题评审。3月底,公司收到国家工业和信息产业部的文件《关于拨付新一代宽带无线移动通信网重大专项2012年立项课题中央财政启动资金的通知》,对公司承担的基于C语言的移动软件开发(音频实时通信)项目拨付启动资金60万元。至此,尽管未收到正式入围的通知,但公司基本确认申报的项目已入围国家科技重大专项2012年度课题 ,这标志着公司的核心技术得到国家最高层面的认可。

3、人力资源:

为了保证募投项目的顺利实施,保持公司的发展潜力,公司在报告期内加强了市场、销售、财务、研发人员的招聘,一季度公司人数从2011年底的687人增加至本季度末的741人,尤其是大力引进研发人员,主要是从事朗玛网、爱碰及PHONE+项目的研发工作,为公司未来发展打好良好的基础。

4、公司于2012年2月16日在深圳创业板上市,在上市前,公司已使用自有资金619.87万元开始投入各募集资金项目。上市后,各募集资金项目正按照相关要求有序投入。

5、对公司未来发展的展望:

(1)电话对对碰业务的收入仍是公司最主要的收入来源;公司将继续在全国开设新的分支机构,扩大与中国电信、中国联通的全面合作,预计随着在已签订协议省份的业务陆续展开,电话对对碰的会员人数及营业收入将仍保持稳定的增长。同时公司仍会保持与中国移动公司的接洽,争取早日开通业务。

(2)公司将继续尝试在朗玛网及电话对对碰推出广告业务,拓展公司的收入来源。

(3)进一步加大研发力度,推进募投项目的实施,争取在上半年推出爱碰及PHONE+的正式版本。

§4 重要事项

4.1 公司、股东及实际控制人承诺事项履行情况

■适用 □不适用

1、股份锁定承诺

本公司控股股东及实际控制人王伟及其关联股东朗玛投资承诺:自公司股票上市交易之日起三十六个月内,不转让或委托他人管理其已持有的本公司股份,也不由本公司收购该部分股份。

股东黄国宏、靳国文、肖文伟、刘玲、史红军承诺:自公司股票上市交易之日起三十六个月内,不转让或委托他人管理其已持有的本公司股份,也不由本公司收购该部分股份。

担任公司董事、监事、高级管理人员的股东王伟、黄国宏、靳国文、刘玲、史红军承诺:前述锁定期满后,在本公司任职期间每年转让的股份将不超过本人所持公司股份总数的百分之二十五;离职后半年内,不转让所持有的本公司股份;在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职的,自申报离职之日起十八个月内不得转让其直接或间接持有的本公司股份;在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的,自申报离职之日起十二个月内不得转让其直接或间接持有的本公司股份。

2、避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争损害本公司和其他股东的利益,控股股东、实际控制人王伟已向本公司出具了《避免同业竞争承诺》,作出以下承诺:

"本人及本人下属全资或控股子企业目前没有,将来亦不会在中国境内外,以任何方式直接或间接控制任何导致或可能导致与发行人主营业务直接或间接产生竞争的企业,本人或本人各全资或控股子企业亦不生产任何与发行人产品相同或相似或可以取代发行人产品的产品;如果发行人认为本人或本人下属全资或控股子企业从事了对发行人的业务构成竞争的业务,本人将愿意以公平合理的价格将该等资产或股权转让给发行人;如果本人将来可能存在任何与发行人主营业务产生直接或间接竞争的业务机会,应立即通知发行人并尽力促使该业务机会按发行人能合理接受的条款和条件首先提供给发行人, 发行人对上述业务享有优先购买权。本人承诺,因违反此承诺函的任何条款而导致发行人遭受的一切损失、损害和开支,将予以赔偿。此承诺函自本人签字盖章之日起生效,直至发生以下情形为止(以较早为准):1、本人不再直接或间接控制发行人;2、发行人股份终止在证券交易所上市。本人在此承诺函中所作出的保证和承诺均代表本人以及本人下属全资或控股子企业而作出。"

4.2 募集资金使用情况对照表

■适用 □不适用

单位:万元

募集资金总额			27,541.13	本季度投入募集资金总额					22.78
变更用途的募集资金总额			0	已累计投入募集资金总额					641.75
变更用途的募集资金总额比例			0.00%						
承诺投资项目	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本季度实际投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投入进度(%)(3)=(2)/(1)	项目达到预计可使用状态日期	本季度实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
电话对对碰三网融合技术改造项目	否	10915.06	10915.06	10.67	228.3	2.09%	不适用	0.00	不适用	否
朗玛网语音互联网社区项目	否	6811.29	6811.29	4.47	112.67	1.65%	不适用	0.00	不适用	否
研发中心建设项目	否	3062.75	3062.75		84.92	2.77%	不适用	0.00	不适用	否
营销服务网络建设项目	否	2904.87	2904.87	7.64	215.86	7.43%	不适用	0.00	不适用	否
合计		23693.97	23693.97	22.78	641.75			0.00		
未达到计划进度或预计收益的情况和原因(分具体项目)	不适用									
项目可行性发生重大变化的情况说明	不适用									
募集资金投资项目实施地点变更情况	不适用									
募集资金投资项目实施方式调整情况	不适用									
募集资金投资项目先期投入及置换情况	2012年3月9日,大华会计师事务所有限公司对募投项目预先投入自筹资金的情况进行了专项审核,并出具了《贵阳朗玛信息技术股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金项目的鉴证报告》(大华核字[2012]1961号)。2012年3月13日,朗玛信息第一届董事会第六次会议审议通过了《关于使用募集资金置换预先投入募集资金投资项目的自筹资金的议案》,同意使用部分募集资金6,198,737.95元置换自2011年1月至2012年2月公司预先已投入募投项目的自筹资金。									
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况	不适用									
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	不适用									
其他与主营业务相关的营运资金的使用情况	不适用									
尚未使用的募集资金用途及去向	尚未使用的募集资金用途未定,存放在银行募集资金专户									
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	不适用									

4.3 报告期内现金分红政策的执行情况

□适用 ■不适用

4.4 预测年初至下一报告期期末的累计净利润可能为亏损、实现扭亏为盈或者与上年同期相比发生大幅度变动的警示及原因说明

□ 适用 ■不适用

4.5 向控股股东或其关联方提供资金、违反规定程序对外提供担保的情况

□ 适用 ■不适用

4.6 证券投资情况

□ 适用 ■不适用

4.7 按深交所相关指引规定应披露的报告期日常经营重大合同的情况

□ 适用 ■不适用