

北京全时天地在线网络信息股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-002

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input checked="" type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他 <u>（请文字说明其他活动内容）</u> </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>嘉实基金刘晗竹，华创证券刘欣</p>
<p>时间</p>	<p>2021年1月27日 10:30</p>
<p>地点</p>	<p>北京市朝阳区五里桥一街1号院9号楼</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事长兼总经理信意安，副总经理兼董事会秘书李旭，投资者关系经理朱童童</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、公司介绍</p> <p>天地在线自2005年成立以来，一直专注于为企业客户提供互联网综合营销服务及企业级 SaaS 营销服务，目前已经发展成为国内互联网营销服务领域具有品牌影响力的领先企业，累计服务企业客户数量超过 10 万家。公司凭借优质的互联网媒体资源、丰富的互联网营销经验，结合对客户营销需求的精准把握，通过专业高效的营销服务团队及自主研发的服务平台，为客户提供“一站式”综合营销解决方案，从而提升企业的互联网营销效果及管理效率。</p> <p>公司总部位于北京，并在天津、广东、安徽、河北、山东、四川、陕西、山西等地成立分、子公司，初步建立了全国性的综合服务网；公司分别与腾讯、360、爱奇艺、今日头条、抖音、搜狐等知名企业、集团建立友好合作关系，多次荣获腾讯、360、爱奇艺等合作厂商授予的年度最佳服务商、年度最佳合作伙伴等荣誉称号，构建了多元化的互联网媒体与产品体系；公司具有一流的广告及运营服务团队，凭借对互联网、客户需求的深刻理解及十余年的专业服务经验，以大数据为依托，不断为客户提供更加精准专业的互联网</p>

综合营销服务及企业级 SaaS 营销服务。

天地在线紧随市场新环境变化，不断拓展新业务路径，面对短视频、直播等新营销场景，公司本着为客户提供全方位服务的理念，现已在短视频、直播电商、MCN 等当下新型营销领域布局，成立了新媒体中心，并组建了专业视频制作团队、直播团队，基于抖音、快手、腾讯视频号、淘宝等主流流量入口,为客户提供视频创意、拍摄、投放、电商直播代运营、IP 孵化等新服务模式，搭建新型产业链，帮助企业快速触达新生代的网民用户。

在夯实原有营销业务基础上，公司以一站式新媒体综合服务平台为支点，不断整合数据及媒体资源，以大数据为依托，围绕新场景构建全域全平台链路，通过内容策划+营销工具双轮驱动为客户提供更精准专业的数字化营销服务，帮助企业在营销增效的同时搭建企业间社交场景，为客户拓展更多商机，宽度+深度双效赋能推动企业价值增长。

当下移动互联网流量逐渐饱和，市场环境也逐渐向数字化营销模式转变，公司经过十余年互联网服务的积淀，业务已覆盖全行业及线上线下全场景，拥有流量整合和流量变现能力，未来公司将专注后移动互联网时代数字化转型，通过公域流量前链路的赋能+私域流量后链路的托管，打造全域全链路数字化营销模式。针对客户现状及品牌诉求，将流量变为“留”量，为其提供多触点全场景的综合式解决方案。

二、问答环节：

Q1：公司上市前收入来源主要以 360 业务为主，近年来腾讯业务占比逐步上升，是什么原因导致的呢？公司业务发展上是如何布局的？

答：360 搜索业务属于搜索引擎类营销，该类业务是利用互联网用户对搜索引擎的依赖、依托搜索引擎平台，将营销信息传递给目标客户的营销方式，是 PC 时代主要的营销方式之一。2013 年公司开始与 360 达成合作，为三六零搜索竞价业务北京地区独家总代理。

近年来，随着移动智能终端设备的普及、移动互联网累计接入流量的增长以及移动互联网用户的增加，互联网营销也随之由 PC 端向移动端迁移，其他类型广告营销方式的迅速发展，搜索引擎类营销的市场规模占比逐步降低。信息流广告呈现媒体化、视频化、直播化趋势，以数据和技术优势实现精准定向，由于其种类多样、表现丰富、展示直观的特点，决定了其应用范

围广、能够满足客户多方面需求，逐渐扩大市场份额。公司凭借对行业的熟悉和行业发展的判断，以及在企业级 SaaS 营销服务中积累的经验，不断吸收和学习行业最新业务模式优化自身业务结构，公司发展方向和定位也从基础的“代理商”转为“生态服务商”致力于为客户提供更精准专业的数字化营销服务。未来公司将凭借大数据及资本力量走出自己的商业模式，成为以自有产品为主导的全域全链路数字化服务提供商。

Q2: 公司腾讯业务结构是什么样的？

答：原来腾讯业务分为广点通和基于微信体系的朋友圈广告等等，现在已统一整合为腾讯广告，从业务模式上已经不做区分。从媒体平台角度，目前微信体系的产品业务占比较大。

Q3: 公司直销客户和渠道客户的业务收入比例？公司保留渠道的原因是？

答：目前公司这两类客户的收入占比大概为 6: 4。渠道合作伙伴可以帮助我们触达到更多客户。但是从提供服务的层面上来说，不管是渠道还是直销客户，我们提供的服务都是基于企业客户的营销诉求，为其提供一体化的解决方案。

Q4: 公司主要客户类型，这些客户有什么特点？公司在业务风险上是如何把控的？

答：区别于同行业上市公司一般以 KA 客户为主要服务对象，天地在线主要以中小企业客户为服务对象，公司凭借专业的互联网营销行业经验，赢得了广大企业客户的信赖和认可，并与之形成了长期稳定的合作关系，经过多年发展，公司已积累数万家活跃客户资源。公司对大部分客户采取预收广告投放款的方式进行结算，同时公司拥有严格审核机制和专业内控部门，能够良好的把控资金风险保证公司自运营能力。

Q5: 公司对于投入成本的结构划分？

答：为了能更好的完善自身业务体系，公司增加了直播间和摄影基地搭建等支持新媒体业务的硬件投入。同时，公司加大了技术团队和产品研发的软实力投入，希望通过大数据平台将多年业务积累整合沉淀，放大自身资源优势，为公司之后发展做强有力的支撑。另外，公司还扩大了运营和内容策划团队的规模，以增强公司后链路服务能力，将营销能力作为我们的核心基

建,未来为客户提供针对性综合解决方案,帮助客户适应市场新的营销模式,快速实现企业数字化转型。

Q6: 关注到公司与金辉文化就“人民·新国货”项目达成战略合作,请公司介绍一下该业务?

答: 在后疫情时代,国内经济稳步复苏、企业加速成长及国货风潮兴起的背景下,国货品牌正迎来重大发展机遇。“人民·新国货”项目于2020年9月23日,由人民日报数字传播有限公司与腾讯公司共同发起,天地在线作为与腾讯广告有多年紧密合作的互联网综合营销服务商,将不断利用自身丰富的IP资源和场景资产助力国货品牌高效触达消费者,通过打造全链路营销让品牌营销不断贴近交易,以公私域流量协同联运助力国货品牌沉淀数字资产和全面数字化升级。

Q7: 针对腾讯开设视频号逐步在电商领域发力,公司将如何布局?

答: 区别于抖音、快手平台,腾讯业务优势在于拥有强大的社交属性,腾讯视频作为链接公众号、小程序的桥梁,实现公域流量和私域流量的场景无缝对接,通过前端浏览器、微信、腾讯视频、游戏等全场景公域流量入口,到小程序、公众号后链路各个接口的打通,构建了腾讯全链路的生态闭环,有效增强用户粘性和留存率,实现流量快速变现,这是腾讯最大优势也是布局电商业务最可观的增长点。

我们作为腾讯的核心服务商,将在腾讯生态体系内发挥公司资源和服务优势,运用私域流量转化的产品矩阵,帮助客户适应市场新的营销模式,快速实现企业数字化转型。

未来公司将在巩固自有能力的同时,依靠合作能力推动业务转型放大公司优势,借助资本力量快速接入市场新赛道,通过内容运营+技术研发+产品工具多点布局综合加强核心竞争力,成为以自有产品为主导的全域全链路数字化服务提供商。

接待过程中,公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通,严格按照有关制度规定,没有出现未公开重大信息泄露等情况,同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。

附件清单

（如有）	
日期	2021 年 1 月 27 日