

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：2022-003

投资者关系活动类别	<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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 _____ 电话会议 _____
参与单位名称及人员姓名	招商基金 文仲阳 海通证券 毛云聪，孙小雯
时间	2022 年 1 月 19 日
地点	北京市通州区商通大道 5 号院 21 号楼
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书 李旭 投资者关系经理 朱童童
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 2022 年 1 月 19 日（星期三）接待投资者调研，会议通过线上电话会议的形式与投资者就公司基本情况、公司近期业务发展状况和公司业务规划等问题进行沟通。主要内容如下：</p> <p>一、公司介绍</p> <p>天地在线成立于 2005 年，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，累计服务企业客户数量超过 10 万家。公司先后二十余家分、子公司，形成覆盖全国的、服务企业级客户的营销服务网络。</p> <p>在财务方面，公司 2021 年上半年营收 21.5 亿，同比增长 77.22%，净利润 4202 万，同比增长 25.65%。</p> <p>公司目前已汇聚行业线上、线下 40 多家主流媒体资源，构建了多元化的互联网媒体与产品体系，可以多维度、多场景全域覆盖客户想要的用户群体，满足广告主多样的营销需求。</p>

此外，公司自主研发的首款商业化自营 SaaS 产品-星云 Astar，可凭借数十万网红达人及数百家 MCN 机构资源，为客户提供全方位的营销数据支持，帮助客户快速触达其想要的达人，完成图文、视频、直播等多种新媒体形式的合作。

在内容服务方面，天地一直紧跟行业发展，构建了视频制作、直播电商、MCN 等能驾驭不同形态及深度的专业内容团队，基于抖音、快手、腾讯视频、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。

在内容服务方面，为增强公司数字内容的制作能力，2021 年公司在通州紫光科技园落地“企业研发与赋能中心”项目，整体占地 3300 余平方米，是具有高科技含量的数智内容生产基地，进一步扩大公司数字内容拍摄场景和直播间搭建规模，利用智能化拍摄设备、AI 技术等提升公司内容产能，其中包含：广播级演播室系统、动作捕捉设备、两套惯性捕捉设备、白/绿箱数字录影棚、360 度虚拟拍摄系统。公司通过上述软硬件设备等高端的软硬件技术搭建多样化虚拟场景，构筑多元化虚拟内容制作体系。

随着通讯技术的进步及 5G 时代的发展，作为一直在互联网领域深耕的公司，在互联网 3.0 到来之时，面对品牌及企业对内容服务需求不断升级，公司正在持续加强虚拟数字内容及衍生商业化服务的研究并积极打造相应的能力，以及更开放的合作生态，在更多元化的场景和维度中为客户提供更优质的产品和服务。

未来，公司会随着将企业数字化营销能力作为我们的核心基建，形成以多元化流量渠道+精细化内容运营+全链路数智化服务的三维融合共振发展的产业生态，为企业提供流量全生命周期经营诊断、电商赋能、新锐品牌孵化共建等多方位服务。

二、提问环节：

1、与公司业务模式相同的服务商有很多，公司的核心优势有哪些？

虽然业务模式本身没有太大的区别，但是各家公司的优势和发展基因不同。天地擅长公域流量的抓取和运营，凭借多年的业务积累，目前已形成了流量可打通线上线下的全域触点的多元化媒体矩阵，通过

信息流、KOL 合作、短视频等方式最大程度帮助企业客户抓取公域流量。

其次，公司多年来一直专注于为中小企业提供互联网数字化服务，服务客户已覆盖全行业，运营团队经验丰富，熟知各行业客户的营销痛点，同时因与媒体长期保持良好的合作关系，公司能够及时跟进上游媒体发展动向和互联网技术的革新。此外，公司组建了专业的内容创策团队和产研团队，可为各行业客户提供从媒体、内容、电商到私域适用于全域、多维场景的全链路数字化解决方案和工具，形成以公域流量前链路赋能+私域流量后链路托管覆盖流量全生命周期的整体品牌价值增长方案，全方位助力企业实现品牌升级。

2、传统广告业务竞争越来越激烈，公司对未来业务的发展方向是如何规划的？

随着互联网建设进程加快、应用场景的逐渐丰富使企业客户对于一体化的运营需求价值点越来越突出，选择更贴合品牌价值的内容平台、背书作用更强的 KOL、内容运营能力更强的服务商，成为品牌和企业的刚需。

公司紧随行业发展和客户需求的变化，在夯实主营业务的同时，将持续拓展更多的媒体资源和新业务模块，不断完善内容生产硬件设备、优化服务链路，为客户提供基于短视频、直播等多种新媒体形式的内容生产及运营服务。

在国货风潮兴起的背景下，国货品牌及新消费品正迎来重大发展机遇，公司组建了一支专业的营销服务团队，依托各平台的生态能力及公司自身多年业务服务经验积累，针对客户需求和品牌特点，为各行业客户提供包含内容 IP 打造、内容电商运营、IP 商业化增值、新消费品牌孵化等全域全链路数智化营销服务模式。

未来公司将专注构建一站式数字化全域全链路服务体系，不断深化布局私域生态、落地后链路生态化的建设，以多元化流量渠道+精细化内容运营+全链路数智化服务+高效赋能工具构建公司多维融合共振发展的产业生态，综合提升公司运营效率及竞争实力。

3、随着公司业务模式转变，公司盈利模式会有哪些变化？

从业务模式上，现在的企业逐渐更注重品牌长期价值的增长而不

仅仅是单次 ROI 转化，所以公司业务侧重点也将不再满足于广告投放和售卖能力的提升，而是把公域营销能力作为我们的核心基建，把广告服务作为我们全链路综合服务中的一环，公司的业务模式将着重向内容制作服务、电商服务和代运营服务方向转型。

从收费模式上，将从原来收取单一广告服务、代理费，转向以内容和服务为主的内容制作费、客户月服务费以及电商代运营 GMV 分成等多类型收费模式。在此期间，如果客户有投流的需求，公司会根据不同的内容需求另外计费。

4、针对虚拟数字内容业务面临的风险有哪些？公司是如何布局的？

首先，从整个市场角度看，目前虚拟数字内容和衍生商业化服务依然处于初期探索阶段，相关技术生态和内容生态都尚未成熟，理想愿景和现实发展间仍存在漫长的“去泡沫化”过程。从产业发展现实来看，目前还远未实现全产业覆盖和生态开放、经济自治、虚实互通的理想状态。公司虚拟数字内容相关业务的发展与整个产业的发展息息相关，均存在重大不确定性。

其次，数字内容涉及到诸多现实概念和未来概念，不排除未来可能出现部分与国家监管政策或法律法规相违背的内容，因合规性问题无法上线或被要求下线的可能。

但互联网升级是必然趋势，公司目前正在持续加强虚拟数字内容及衍生商业化服务的研究并积极打造相应的能力，在保证基础业务良好发展的同时，会充分发挥自身资源和服务优势，构建以“流量+技术+内容+工具”为核心的服务产业生态，希望在更多元化的场景和维度中为客户提供更优质的产品和服务，打造公司新的业务增长点。

5、公司三季报净利润下滑的原因是什么？

一方面是公司新业务投入加大，另外还有厂商确认政策的影响。

6、公司在虚拟数字内容业务方面的整体规划？

随着行业发展，虚拟数字内容应用逐渐多元化，商业价值迅速蹿升，公司通过软硬件设备的配置、内容运营和产品研发专业人才团队的组建，已具备为品牌、企业客户提供包含建立虚拟数字形象及衍生数字内容生产和内容运营服务的能力，同时为公司在虚拟数字内容资产商

	<p>业化服务等相关业务发展布局打下良好基础。</p> <p>未来公司将围绕人、物、场三个维度为企业及品牌提供虚拟数字资产创建及创新式衍生内容商业化运营服务，帮助品牌沉淀虚拟数字资产，在多维场景中打造企业“新名片”，以虚拟+现实交互的数智化服务，实现新时代下的品牌价值升级。</p> <p>7、公司在虚拟数字内容业务方面的运营模式和布局？</p> <p>随着 5G、软件技术、硬件设备的不断升级，内容的应用场景逐渐多元化，消费者和行业带动品牌和企业对内容服务的需求再次升级。</p> <p>在互联网 3.0 时代，公司除了布局在原创虚拟资产孵化外，我们会延续发挥原有业务上的服务优势，依托专业级软硬件设施和内容创作团队，帮助企业/品牌在新流量时代创建虚拟数字形象及衍生资产，搭建品牌商业化基建。运营团队将以客户需求为原点，提供创新式适用于多维度应用场景的内容运营及商业化解决方案，使品牌及其衍生资产在新流量时代进入消费者视野并最终沉淀到品牌流量池。</p> <p>最终通过多元化内容生产、全维度媒体覆盖、多场景内容运营的一体化服务，打造集合虚拟数字资产创造、商业化应用、资产管理、资产增值等可全场景、虚拟+现实空间无缝链接的商业服务生态闭环，构建在新流量时代下助力品牌价值升级的全链路赋能体系。</p> <p>本次接待过程中，公司通过电话会议的方式与投资者进行了沟通交流，严格依照相关管理制度及规定执行，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，未出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2022 年 1 月 19 日