

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：2021-009

<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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u> </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p> 华创证券 刘欣、李依韩 进门财经 赖如帆 德邦证券 周钰婷 阳光资产 张伟 汇安基金 吴杰妮 安信基金 林乐 生命保险 何佳天 前海尚善资产 苏启裕 河床资产 裴文宸 </p>
<p>时间</p>	<p>2021 年 11 月 18 日 15:30</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> 证券事务代表 刘立娟 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>公司于 2021 年 11 月 18 日（星期四）15:30 至 16:30 参加华创证券举办的线上策略会，与参会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。公司先后在山东、安徽、陕西、河北、山西、深圳、四川等地成</p>

立 21 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。

公司多年来紧跟行业的变化，从 PC 搜索时代到信息流时代，自 2013 年起，公司先后与 360、新浪、腾讯、爱奇艺等主流媒体达成深入的合作关系，并逐步开展 SaaS 服务业务。2020 年 8 月，公司正式在深交所上市。

公司凭借扎实的业务能力，连续多年获得合作媒体授予的年度最佳合作伙伴、金牌服务商等称号，与腾讯、360、爱奇艺、今日头条、百度、搜狐、快手等知名企业、集团建立长期友好合作关系，并随着行业发展，持续拓展优质媒体资源，今年 6 月我们与今日头条达成进一步合作，成为头条旗下巨量引擎综合代理商以及巨量千川全国服务商。

在视频流量快速崛起的新浪潮下，新媒体逐渐加码电商生态建设，通过短视频、直播的方式，消费者能更直接认知到商品和品牌，用户购物决策链路不断缩短。直播平台成为新消费场，用户直播购物心智逐渐养成。随着人们对于精品内容的诉求越来越强，广告主更注重“内容精耕”，不只是精细化的内容创作，更是精通把控内容投放的数据库和传播链路。

面对不断变化的市场环境，公司在保证主营业务稳健发展的基础上，进一步对短视频拍摄制作传播、电商直播代运营等行业新兴方向布局。业务已逐渐向数智内容营销领域延伸。在流量方面，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。

在内容方面，公司自 2019 年即开始为客户提供短视频生产服务，并于 2020 年构建了视频制作、直播电商、MCN 等能驾驭不同形态及深度的专业内容团队，从需求采集到创意策划，从红人筛选到素材投放，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。

同时公司在通州紫光科技园落地的“企业研发与赋能中心”项目，进一步加强硬件设施建设，以智能化拍摄设备、AI 技术等，整体提升公司数字化营销内容生产能力，满足业务更多元化和规模化的需求。

公司面对短视频、直播、内容带货等不断产生的新营销场景，自主研发的首款商业化自营 SaaS 产品-星云 Astar，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。随着功能的不断完善，星云 Astar 未来将不仅仅作为广告投放的工具，还将作为公司数据中台，为客户提供涵盖 KOL 推广、数字内容生产、电商带货、代运营等更全面的一站式数字化整合服务。

未来，公司会将企业数字化营销能力作为我们的核心基建，服务思维从服务 B 端逐渐向 C 端用户思维转变，利用闭环数据，创造新产品，提升对 C 端的服务价值。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、公司在短视频和直播电商领域的布局和进展如何？直播、新媒体业务的规模情况？

目前公司电商代运营业务主要基于腾讯和抖音生态体系内，新媒体业务团队有 300 余人。我们针对不同平台的电商逻辑和玩法，为企业客户提供广告推广、视频创意、拍摄、电商直播代运营、IP 孵化等服务。天地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，针对商家需求和品牌特点，匹配媒体平台相应的生态产品组件，辅助商家从零开始完成基础建店，帮助其创建所有可能与目标消费者产生交互的环节组件（如电商建店、公众号、蓝 V 账号、小程序、个人号、企微等等），之后通过全域多媒体平台的广告投放，实现大声量的引流曝光，同时公司新媒体内容团队帮客户定制和拍摄基于品牌定位的视频素材或寻找红人店播带货，产出合适的内容吸引目标客户群关注品牌直播间或平台其他生态组件，引导消费者完成下单。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。

2、请介绍一下公司的 SaaS 业务以及与同业公司相比公司在自研

SaaS 工具布局和优势？

公司基础的企业 SaaS 营销服务业务主要是以为客户提供企业级 SaaS 工具的使用培训服务，如企业 QQ、企业微信等。在我们提供广告服务的过程中，通过代理的 SaaS 工具，帮助客户提升内部销售及运营管理效率。目前这块业务是作为我们完善综合营销服务体系里面的一个增项，收入占比相对较小。

未来公司会将星云 Astar 作为我们 SaaS 业务的突破口，并且将重点布局在公司自有 SaaS 搭建和一体化服务上面。随着产品升级和业务模块的优化，我们会将星云 Astar 作为公司数字化业务的基建，后期不仅仅用于达人侧的广告投放和公域流量抓取，而会通过集合公司现有的内容制作、网络流量运营能力，增加营销内容的管理和运营服务系统，为企业提供数字内容生产、KOL 推广、电商带货、代运营等全链路内容营销服务。

3、公司已拿到互联网营销师的培训资格，公司对于主播团队的建设情况和规划是怎样的？

公司目前已经针对业务需要签约适合公司的红人和对应培育工作，但公司不会将此部分工作作为主要的发展方向，而是作为公司新媒体业务的资源补充，未来重点还是会放在帮助企业客户与 MCN 机构、达人完成双方的图文、视频、直播等多种新媒体形式的合作服务上。

4、公司在短视频和新媒体业务上的规划和布局？

面对视频新媒体时代，我们在短视频、直播电商等方向快速扩展资源渠道，沉淀客户数据，搭建基于新的营销模式的业务链。公司自 2019 年即开始为客户提供短视频生产服务，并于 2020 年组建了一支专业的数智化营销团队，业务已逐渐向数智内容营销领域延伸。2021 年，兴趣电商成为大势所趋，人们对于精品内容的诉求越来越强，广告主更注重“内容精耕”，不只是精细化的内容创作，更是精通把控内容投放的数据库和传播链路，公司在保证主营业务稳健发展的基础上，进一步对短视频拍摄制作传播、电商直播代运营等行业新兴方向布局。媒体资源上，公司与今日头条达成进一步深度合作，目前已成为今日头条旗下巨量引擎综合代理商以及巨量千川全国服务商，使公司扩增强

有力的新媒体渠道。公司在通州紫光科技园落地的“企业研发与赋能中心”项目将进一步加强硬件设施建设，以智能化的拍摄设备、大数据平台、AI技术等，整体提升公司数字化营销内容生产能力，满足业务更多元化和规模化的需求。在自身业务运营方面，公司快速切入品牌客户市场，逐渐扩大品牌客户的服务体量，同时内部正在积极进行团队招募和业务体系重组、服务产品和平台开发等工作，通过业务组织架构的优化升级，不断缩短公司与客户之间的距离，进一步提升内容变现能力，向客户提供更全面的一站式数字化服务。

5、请介绍一下公司赋能中心的情况以及项目对未来公司内容变现业务的影响？

为增强公司数字内容的制作能力，满足客户多样的创意内容需求。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，项目计划搭建整体占地3300余平方米的具有高科技含量的数智内容生产基地，计划增设环形数字化影棚、数字虚拟摄影棚和激光数字影棚等20余间数字化影棚，进一步扩大公司短视频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，满足客户多元化和业务规模化需求。

6、公司目前客户行业分布情况？

目前公司合作客户覆盖全行业，主要分布在电商零售、商务服务、传媒及内容、职业教育等行业。

7、公司电商代运营业务的模式和未来规划是怎样的？

从收费模式上，电商代运营业务目前按基础月服务费和客户电商代运营的GMV分成两种模式收费。如果客户有内容制作和投流的需求，公司会根据不同的内容需求另外计费。电商代运营业务将作为公司今年重点发力的方向之一。

8、公司短视频直播等新媒体业务的人员情况？

目前内容制作团队100余人。运营200余人，销售人员复用原有基础业务团队。

9、面对广告市场和国家政策的变化，公司基础广告代理业务是否会受到影响？广告业务的后续规划？

随着行业逐渐向内容+服务的趋势转变，各平台对于公域广告投放

	<p>方面的合作政策每年会进行调整，但随着公司媒体资源的不断拓展以及服务客户的体量增加，目前来看公司广告业务收入还是相对稳定且平稳增长的状态。</p> <p>从员工持股计划可以看出，基于公司基础业务，公司预计未来三年（2021-2023 年）以 2020 年扣非净利润为业绩基数，完成净利润增长 20%、35%和 50%的业绩目标。我们会将广告业务作为公司的基础能力和业务的基石。未来公司会在夯实传统广告业务的基础上，持续拓展更多的媒体资源和新业务模块，构建以多元化流量渠道+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，综合提升公司运营效率及竞争实力。</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交流沟通，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>
<p>附件清单 (如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2021 年 11 月 18 日</p>