

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：2022-001

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u> 电话会议 </u>
参与单位名称及人员姓名	海通证券 陈星光、康百川 中银基金 杨雷 中金资管 周秀峰 英大资管 王京乐 裕德投资 王亚茹 长安基金 崔甲子 中融资金 陈祖睿 北京信托 高峰 中融信托 赵晓媛
时间	2022 年 1 月 13 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 赋能中心负责人 费子铭 投资者关系经理 朱童童
投资者关系活动主要内容介绍	公司于 2022 年 1 月 13 日（星期四）接待投资者调研，会议通过线上电话会议及现场调研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： 一、公司介绍 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。

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%。

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。

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。

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、公司目前制作内容是定制化还是批量化的？

公司目前处于转型提升期，产出的内容由原来是批量化逐步向精品化、定制化转变。目前公司有两个视频小组负责内容产出，一组维持传统批量化内容业务，另一组是服务于新业务线，输出精品化高定制化的内容。

2、公司的业绩预测？

公司新业务目前处于发展阶段，所以目前业绩预测基于公司基础广告业务，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。

未来公司将把数字内容服务、电商服务、代运营服务作为业务发展重要方向，通过内容运营+技术研发+产品工具多点布局建立公司新的盈利增长点，提高公司盈利水平。

3、请介绍一下公司投资的老饭骨具体业务模式，公司与其合作的规划是什么？

公司2020年投资了“老饭骨”品牌公司夏瀚焯，持有其9.892%的股权，具体信息请查阅公司2020年10月29日发布的《关于对外投资暨关联交易的公告》。“老饭骨”致力将大师盛宴带上寻常家庭餐桌，推出快手菜、预制菜等产品，目前老饭骨推出了”小小狮子头、秘制鸡、菊花金汤酸菜鱼、葱油肉丁炸酱、佛跳墙等”多道预制菜美食，近期在微信小程序、天猫、抖音、京东平台上线了春节年夜饭“盛宴家享”、“承京运2.0”等多种预制菜礼盒。

在业务合作方面，公司发挥自身业务优势和服务能力，基于抖音、淘宝、腾讯等媒体平台，助力“老饭骨”在品牌内容IP打造、内容电商运营、IP商业化增值、新消费品牌孵化等多业务板块创新突围，以高品质的数字化服务赋能IP，实现品牌在互联网3.0时代商业价值再升级，推动老饭骨在预制菜领域深入发展，同时沉淀公司在预制菜领域的全域全链路营销解决方案。

4、请具体介绍一下公司的运营模式？

公司是链接互联网媒体资源、SaaS 产品与企业客户的桥梁，通过为客户提供多元化的互联网产品与服务、充分了解客户需求、提供综合化互联网营销方案等增值服务来降低客户营销成本和提升营销效果，同时持续积累行业和客户数据，为客户后续服务提供更好的数据和策略支持，最终增强客户与公司的“黏性”。

5、电商代运营业务的收费模式是怎样的？市场空间如何？有望成为未来的增长点吗？

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。经过内部初步测算，此块业务毛利率将高于公司基础广告业务的毛利率。

6、公司在数字内容业务方面已做了哪些布局？

作为一直在互联网领域深耕的公司，天地在线在互联网 3.0 到来之时，在软硬件及团队建设方面均有初步布局及一定能力积累。公司近几年为客户提供短视频、直播等新媒体内容生产、运营及营销服务，组建了一支专业的数智化营销服务团队，业务已逐渐向数智内容营销领域延伸。

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业化服务等相关业务发展布局打下良好基础。

7、公司在虚拟数字内容业务方面的运营模式和布局？

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。

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。

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。

8、针对国务院新下发的“十四五”数字经济发展规划，对于公司发展有哪些影响？

从客户需求上，随着互联网的建设进程加快，行业、媒体、技术等各方面不断高速发展，内容和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，企业和品牌需要更专业、更精细化且可以一站式解决商业痛点的服务方案来帮助自己的品牌在当下完成高效转型，从而也更考验服务商自身的核心能力。

天地在线作为专精于互联网营销领域重要的服务商，多年来始终致力于为企业提供互联网数智化服务，从PC搜索时代到移动信息流时代，再到现在全面数字化、智能化的互联网3.0时代，公司始终紧随行业、技术和企业需求的变化，不断优化调整自身业务模式，升级硬件设施，逐渐沉淀出可覆盖全域的多元化媒体矩阵，组建了熟知各行业客户营销痛点并能快速提供针对性解决方案的专业运营团队，可满足多元化应用场景的内容创策团队和高精尖产研团队，构建了公司多元化流量渠道+精细化内容运营+全链路数智化服务三维共振发展的新业态。

未来公司将积极响应国家发展方针、顺应行业和媒体发展，依托大数据及技术的革新，将数据价值产品化、服务化，基于企业需求和自身业务能力，促进数据、技术、场景深度融合，打造全域全链路数字化服务模式，为企业提供更加专业化、个性化的数智化营销解决方案，满足企业全场景、多维度的品牌价值增长需求，凭借“流量+技术+内容+工具”为核心的综合服务能力，帮助企业顺势而“升”高效赋能，快速实现数智化转型。

本次接待过程中，公司通过电话会议和现场调研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。

附件清单 (如有)	
日期	2022 年 1 月 13 日