

## 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：2022-002

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 type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	西南证券 苟宇睿 开源证券 王硕 华夏基金 彭海伟
时间	2022 年 1 月 17 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 17 日（星期一）接待投资者调研，会议通过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：</p> <p><b>一、公司介绍</b></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</p>

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、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、请介绍一下公司投资的老板骨具体业务模式，公司与其合作的规划是什么？**

公司 2020 年投资了“老板骨”品牌公司夏焱焱，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。

## **2、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。

**3、目前来看公司 saas 业务营收占比较小，未来这块业务占比是否会逐步扩大？规划是怎样的？**

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。随着工具升级和业务模块的优化，公司整体业务结构及收入模式也将逐渐以自有产品为主导的业务链路划分。

## **4、请介绍公司环游天地项目的合作模式。**

公司合作的“环游天地巨幕飞行影院”项目落地于北京隆福寺文化景区，项目主要由飞行影院区、沉浸漫游体验区、潮流消费区三部分组成，其中“飞行影院”是集合 8K 实景拍摄影片、20 米球型包覆性巨幕、六自由度悬空座椅、模拟自然风、水、云、气味等多种实体感官技术综合打造的巨幕 6 轴沉浸式影院，通过实现裸眼全感官虚拟实境，给予消费者身临其境的观影体验。

该项目作为北京市东城区重点项目，拥有丰富的世界级 IP 资源与产业链，融合了文化、科技、艺术与潮流商业的沉浸体验消费场景，本次合作公司将通过搭建“大声量”媒体矩阵、提供综合性营销战略、建立品牌、打造 IP、电商运营等多方位服务，对该项目进行全域营销布局，打造基于“品”、“效”、“销”一体的全链路营销方案，有效促进项目全面升级，实现线下沉浸体验与内容流量平台的全面融合。

#### **5、广告行业毛利逐渐压缩的状态还会持续吗？广告业务的后续规划？**

各平台对于公域广告投放方面的合作政策每年会进行调整，传统广告业务的毛利已趋于平稳，随着移动互联网的建设进程加快、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，之后会更考验服务商自身的核心能力。

未来公司将专注后移动互联网时代数字化转型，不断深化布局私域生态、落地后链路生态化的建设，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。构建以“流量+技术+内容+工具”为核心的服务产业生态，综合提升公司运营效率及竞争实力。

#### **6、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。

	<p>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。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2022年1月18日