

## 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：2021-014

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 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	上海诚熠投资 岳方、李璿、彭耀民、林若海 成泉资本 王雯珺 北京国际信托 康子冉 上海设松 叶斌 个人投资者 韩旻、余永亮 长安基金 崔甲子 宝盈基金 张仲维、刘凯、侯嘉敏、陈金伟 天弘基金 周楷宁、肖丽荣
时间	2021年12月28日-12月29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2021年12月28日-12月29日（星期二、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><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>

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。

面对短视频、直播、内容带货等不断产生的新营销场景，公司构建了视频制作、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。

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。

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。

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、请具体介绍一下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。

### **2、未来公司客户结构方面是否会有变化？**

随着公司新媒体和电商业务的发展，公司品牌客户的体量会相应增加，但我们服务方向还是以中长尾为主，客户结构目前不会有太大变化。

### **3、针对广告业务毛利率逐年下降，公司如何应对和布局？**

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方面的合作政策每年会进行调整，移动互联网的建设进程加快、逐渐丰富的应用场景使企业客户对于一体化的运营需求价值点越来越突出，现在企业逐渐更注重的是 LTV 而不单单是 ROI，之后会更考验服务商自身的核心能力。

公司不仅仅满足于广告投放和售卖能力的提升，而是将公域营销能力作为我们的核心基建，业务模式着重向内容服务、电商服务和代运营服务方向上发力。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。

### **4、公司在直播电商业务主要基于哪些媒体？**

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。

### **5、公司电商代运营业务的收费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。

	<p><b>6、公司目前客户行业分布情况？</b></p> <p>从公司上半年收入情况看，目前合作客户主要分布在电商零售、商务服务、生活服务等行业。</p> <p><b>7、公司在虚拟数字内容业务方面的运营模式和布局？</b></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 12 月 29 日</p>