

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：2021-005

投资者关系活动类别	<input 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	华创证券 刘欣、李娜、张静雯 弘毅远方基金 赵阳、许智程 财通基金 苗瑜 阳光资产 张伟 国寿资产 杨子霄 上海泊通投资 朱立 生命保险资产 何佳天 上海融昊投资 沈倩筠 吉祥人寿 傅安里 申万自营 牛永晨 蔷薇资本 黄鑫 Alphahill Capital 马鸣海
时间	2021年8月30日 16:30
地点	北京市朝阳区五里桥一街1号院9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	本次投资者关系活动交流主要集中在公司基本情况、公司近期业务发展状况和公司业务规划等。具体如下： 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。公司先后在天津、广东、安徽、河北、山东、四川、陕西、山西等地成立 19 家分、子公司，初步建立了全国性的综合服务网。

公司多年来紧跟行业的变化，在 PC 搜索时代，公司在 2013 年与 360、新浪等媒体达成合作，在信息流时代，公司先后与腾讯、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 5 日，公司正式在深交所上市。

公司主营业务是围绕客户需求为其提供互联网综合营销的全案服务解决方案及企业级 SaaS 服务。公司汇聚了行业线上、线下 40 多家主流媒体资源，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，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。

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%，目前公司主要收入来源于互联网营销服务业务，占比在 99.17%。从地区划分，公司上半年收入主要集中在华北、华东地区，分别占比 41.56%和 35.32%。

2021 上半年，公司客户主要分布在电商零售、商务服务、生活服务等行业，公司人员结构方面，截至 2021 年 6 月末，公司在岗员工 1007 人。为承接公司现有业务，目前销售和运营人员占比较大，随着公司进一步的业务升级和转型规划，将逐渐加大研发方面的投入，未来研发人员占比会逐年上升。

在未来发展规划方面，天地在线紧随市场新环境变化，不断拓展新业务路径，面对短视频、直播、内容带货等不断产生的新营销场景，公司成立了视频、直播团队，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，搭建新型产业链。同时，公司今年在通州规划建设企业研发和赋能中心，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、大数据平台、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。

为保证公司长远发展，公司在 SAAS 服务方面进行了积极的布局，公司自主研发的首款商业化自营产品一星云 Astar 云服务平台，致力于为品牌与客户、营销与生意，构建全平台的连接，以矩阵式的精细化运营驱动价值增长。

未来公司将在巩固自有能力的同时，依靠合作能力推动业务转型放大公司优势，通过内容运营+技术研发+产品工具多点布局综合加强核心竞争力，成为以自有产品为主导的全域全链路数字化服务提供商。

二、交流互动环节：

1. 请具体介绍一下公司自主研发的星云 Astar 平台以及该平台在公司利润上的影响？

星云 Astar 云服务平台是公司自主研发的首款商业化自营产品，我们对此平台的定位是围绕短视频、直播、内容带货等不断产生的新营销场景打造一站式的新媒体综合服务平台，平台支持“招募+邀约”两大业内主流投放方式，企业主可根据自己的需求选择对应的达人进行图文、视频、直播等多种新媒体形式的合作，我们希望通过此平台，将 KOL、KOC，以及相关的 MCN 的机构与公司多年来服务的企业主进行链接，帮助达人和有新媒体推广需求的中小企业主完成双方的交易撮合。

目前平台已经有 500 多家 MCN 机构及十几万名达人入驻，并已逐步将公司客户源导入到平台，很好的解决了达人想触达到更多的商家及中小企业客户想尝试新媒体形式提升自己的 GMV，但没有很好的渠道触达到红人进行合作的痛点。

未来，我们计划通过对平台的不断升级，将自有的媒体资源、服务资源和客户资源逐步沉淀到平台上来，打造成链接媒体、商家以及服务的大媒体投放平台，此平台将不仅仅作为广告投放的工具，还将作为公司数据中台，为客户提供更全面的一站式数字化整合服务，帮助企业营销增效的同时搭建企业间社交场景，为客户拓展更多商机。

2. 针对星云 Astar 平台，未来与客户合作的行为上会有什么变化？

首先我们会将平台作为公司数字化业务的基建，后期平台不仅仅用于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、交易和服务系统，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。随着业务结构的不断完善和升级，公司的未来的收费模式和合作规模都将会进行相应的变化和提升。

3. 目前公司媒体资源情况以及对应业务收入占比情况？

公司汇聚了 40 多家行业线上、线下主流媒体资源，如腾讯、360、头条等信息流资源，还有当下短视频和中长视频类媒体，如抖音、快手、B 站等，已经形成多元化的媒体资源矩阵，可以为客户提供微信朋友圈、公众号、小程序、视频号，腾讯 QQ、腾讯新闻、腾讯视频、QQ 浏览器，爱奇艺视频，今日头条、抖音、快手、360 搜索、百度、小红书等多种流量通道，满足客户从媒体、内容、电商到私域等各种场景的品效联动转换，为各行业客户提供全域的营销解决方案和工具。

2021 年上半年，公司互联网营销服务业务中腾讯约占 71%，头条系业务和 360 业务，约占 13%和 9%。

4. 各媒体平台的返点政策变化和趋势？

目前各媒体平台的广告返点正在逐年下降，各大主流媒体也逐渐取消了原来“独家代理”的概念，促使合作的代理商身份转为“核心服务商”或“生态服务商”，平台希望服务商通过完善自身内容和代运营能力，为客户提供更多的增值服务来取得收入，以提升服务商自身核心竞争力的方式提高公司的盈利能力和毛利率。

5. 请具体介绍一下公司电商代运营业务？

目前电商代运营业务主要基于腾讯和抖音生态体系内，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。

6. 广告代理业务方面目前公司有什么规划？

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。公司凭借十余年互联网行业的营销经验、专业优势、优质的客户资源和品牌地位，赢得了国内主流互联网媒体的信任，建立了完善的互联网媒体资源矩阵。凭借长期稳定的合作关系与公司强大的综合化服务优势、客户资源优势与技术研发优势的支撑，促使这些互联网媒体愿意与公司共同探讨、尝试更多创新的营销表现形式，不断探索互联网行业发展的方向，从而使公司形成了行业内独有的媒体合作优势。我们将广告业务作为我们的基础和基石，随着行业发展，直播营销与短视频营销成为互联网营销下数字营销的主要新媒体类型，公司今年6月与今日头条达成进一步深度合作，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，进一步完善多元化的媒体资源矩阵。未来在夯实现有基础业务的同时，公司仍会持续不断拓展更多的媒体资源，媒体矩阵的逐渐完善将更有利于推动公司未来在新媒体及电商代运营业务的发展。

7. 公司目前业务人员配置情况？

截至2021年6月，公司在职员工有1000余人，销售和运营人员比例约占34%和37%，其中运营人员包含基础业务运营以及新媒体业务中内容策划和视频团队人员。目前公司拥有上百人的高精尖技术研发团队，随着公司数字化技术服务链路的升级，公司研发人员占比将逐步提高。

8. 针对近期出台隐私保护政策，对公司会有什么影响？

国家政策的出台引导和规范了新媒体互联网营销的可持续发展，为数字化营销高质量发展提供了良好的发展环境。从业务运营角度看，公司拿到的大部分为脱敏的信息，所以目前对于基础广告业务方面没有影响。从服务商的角度来看，我们认为是利好的，随着行业越来越规范，促使越来越多企业更加重视建立自己的私域流量池，公司2020年开始不断深化布局私域生态、落地后链路生态化的建设。同时随着短视频、直播为代表的新媒体内容供给愈加丰富及平台生态的不断完善、

内容展示形式愈加多样，企业客户对于一体化的运营需求价值点越来越突出，在全链路营销策略的指引和推动下，为以内容 IP 打造、电商代运营、IP 商业化增值、新消费品牌孵化等公司新媒体业务发展开启更多的可能性。

9. 公司在短视频新媒体业务上的发展战略？

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。

10. 请介绍一下主营业务中企业 SAAS 服务的情况？

目前企业 SAAS 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，提升客户内部销售及运营管理效率。公司主导的 SaaS 业务目前处于初期发展阶段，今年将着重于平台基础建设以及标杆客户打造工作，未来公司将重点布局在自有 SaaS 搭建和一体化服务上面，随着平台升级和业务模块的优化，公司的业务结构及收入模式也将逐渐以自有平台为主导的业务链路划分。

11. 公司后续在业务上的规划和业绩达成目标？

	<p>如今，互联网营销正在向以内容为主导，以短视频、直播为主要媒体形式的数智内容营销转型升级，数智内容营销的市场规模、客户需求增长迅速。公司为抓住内容营销的发展机遇，紧跟营销服务模式数字化转型升级的潮流，树立了成为全链路数字化营销服务商的战略目标。</p> <p>目前公司新媒体业务处于发展阶段，今年将重点放在标杆客户的建立和新服务链路测试上面。未来随着市场趋势的变化和自身业务的不断升级，公司在保证基础业务良好发展的同时，将进一步拓展合作资源，重点向 SAAS 服务、内容制作服务、电商服务和代运营服务方向上发力。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，综合提升公司运营效率及竞争实力。为公司带来更好的发展，回报广大投资者。</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>
附件清单 (如有)	
日期	2021 年 8 月 30 日