

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：2021-015

<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 checked="" 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> 东证资产 刘可欣 开源证券 方光照 荣正利保 朱蒙 泰达宏利基金 刘婉若 泰康养老 曹进前 成泉资本 韩旻 天弘基金 肖丽荣 长盛基金 温清 嘉实基金 彭庆雪、张泓 </p>
<p>时间</p>	<p>2021 年 12 月 30 日</p>
<p>地点</p>	<p>北京市通州区商通大道 5 号院 21 号楼</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p> 副总经理兼董事会秘书 李旭 赋能中心负责人 费子铭 产品总监 陈祥斌 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 12 月 30 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 </p>

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、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：

1) 演播室系统：赋能中心配备了广播级的演播室系统，可支持 8 讯道视频画面切换，10 讯道无线通话。同时支持虚拟演播室和实景演播室以及虚拟拍摄系统。

2) 动作捕捉设备：中心配备了一套光学捕捉设备，36 个环绕摄像头，可最多同时捕捉 5 人动作；同时配备了两套惯性捕捉设备。上述设备可实现同步驱动多个虚拟形象进行动画演绎和直播。

3) 数字录影棚：中心配备了一个绿箱数字录影棚和白箱录影棚，包含全套灯组和声光电控制系统。可支持 TVC 级别广告片的拍摄。

4) 虚拟拍摄系统：可制作 360 度虚拟环境用于真人、虚拟角色和虚拟环境的完美融合，实现丰富的场景和拍摄、直播效果。

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、请具体介绍一下公司自主研发的星云 Astar 的功能和运营模式？

星云 Astar 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工具，目前产品已开放 Web、App 和小程序端，可提供数百家 MCN 机构及数十万名达人资源，企业主和商家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，通过“招募+邀约”两大业内主流投放方式，我们从中帮助达人和有新媒体推广需求的商家或企业主完成相应的合作需求。

未来，公司计划通过对产品的不断升级，将自有的媒体资源、服务资源和客户资源逐步沉淀到工具上来，未来产品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，打造成可对接媒体、商家以及其他新媒体渠道的企业赋能工具。

2、公司与同业代运营公司的区别及优势？

代运营业务模式上本身没有太大的区别，但是各家公司的优势不一样。天地擅长公域流量的抓取和运营，在媒体资源方面，天地凭借多年的业务积累，已汇聚 40 多家行业线上、线下主流媒体资源，形成了多元化的媒体矩阵，流量可打通线上线下的全域触点，让客户线上

流量与线下流量融合，通过信息流、KOL 合作、短视频等方式最大程度帮助客户抓取公域流量。

其次，公司多年来一直专注于为企业客户提供互联网数字化服务，目前已累计服务企业客户数量超过 10 万家，年均服务活跃客户约 4 万余家，合作客户覆盖全行业全类型企业，沉淀了丰富的运营经验和专业的运营团队。

同时我们紧跟行业和客户需求的变化，不断优化内容软硬件设施，组建更专业的内容创作团队。凭借优质的媒体资源、丰富的行业经验、专业一体化的服务，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。最终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。

3、公司未来的发展规划？

随着当下媒体和内容的形式逐渐多元化，企业的需求从单一产品的 ROI 转化逐渐向以整体品牌价值增长为目的的一体化服务转变，面对行业和客户需求的变化，天地会将公域营销能力作为我们的核心基建，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。电商代运营业务将作为公司未来重点发力的方向之一。未来公司的业务模式会着重向内容制作服务、电商服务和代运营服务方向上布局。

4、公司的业务架构划分情况？

公司传统广告业务是按媒体划分，如腾讯广告项目部、360 事业部、爱奇艺项目部等，新媒体相关业务目前成立了负责视频内容产出的赋能中心、电商直播部、产品中心及项目制的全案服务部门。

5、公司接触客户的方式都有哪些？

目前触达客户的形式主要分为两种：一是依靠自有销售团队或渠道团队主动触达，二是合作媒体官方收到的客户咨询线索分发。

6、公司对于虚拟数字内容业务的整体规划？

在互联网 3.0 时代到来之时，公司作为一直深耕于互联网领域的服务商，在内容生产及团队建设方面已均有初步布局及一定的能力积累。

从内容生产能力上，公司通过白/绿箱数字影棚、光学&惯性动作捕捉设备、广播级演播室系统、360度虚拟场景布设等软硬件技术，构筑了多元化虚拟内容制作体系，可以帮助企业/品牌搭建多样化虚拟资产和衍生场景。

在运营能力方面，公司近年来一直在为企业客户提供短视频、直播等新媒体内容生产、运营及品牌营销服务，组建了一支拥有专业的内容创作和数智化营销服务能力的业务团队，业务模式也逐渐向数智内容营销领域延伸。

综合以上能力，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。

目前，公司在虚拟数字内容业务方面主要计划提供虚拟数字资产创造及衍生内容商业化应用服务为主，后续将陆续推出以自有知识产权的虚拟形象及IP衍生内容，同时会积极促成更多的虚拟内容、空间/场景落地。虚拟数字内容生产和应用、虚拟空间创造及衍生商业化服务等业务方向是公司未来会重点关注并全力投入的赛道。

未来公司会进一步结合市场需求和公司在互联网服务领域的的能力积累，针对虚拟数字内容及相关衍生数字资产的商业化服务作重点布局，以期在更开放的合作生态，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，培育新的利润增长点。

7、请详细介绍一下公司对虚拟数字内容业务的运营模式？

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。

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

	<p>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>
<p>附件清单 (如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2021 年 12 月 31 日</p>