

证券代码：002995

证券简称：天地在线

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：2021-007

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	上海天猊投资 曹国军 杭州玖龙资产 陈柯杰 上海仙翎投资 侯卜魁 百石跨境并购基金 蒋毅强 深圳中和阳光股权投资 李敬民 中天国富证券 梁昭晋 中航证券 卢正羽 鲲鹏恒隆投资 彭飞虹 天下粮仓投资 汪勇 朵娜创梦投资 王全涛 杭州恩宝资产 王炜波 杭州哲云投资 谢立军 山西证券 徐雪洁 国海证券 朱珠
时间	2021年9月24日 15:00
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	为进一步加强与广大投资者的沟通交流，公司于2021年9月24

主要内容介绍

日（星期五）15:00 至 16:00 参加北京上市公司协会与“约调研”平台共同举办的“上市公司与机构投资者线上交流会”，本次会议采用线上语音交流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投资者关注的问题进行沟通。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，从 PC 搜索时代到信息流时代，自 2013 年起，公司先后与 360、新浪、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。公司目前已汇聚行业线上、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于华北、华东地区，分别占比 41.56% 和 35.32%。合作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。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，当下新媒体逐渐加码电商生态建设，媒体平台不断精细化运营，通过短视频、电商的方式消费者能更直接认知到商品和品牌，用户购物决策链路不断缩短。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，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。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。

未来，公司会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、交流互动环节：

1、请问星云平台目前的客户粘性如何？平台上网络达人的活跃度怎么样？

目前我们可提供数百家 MCN 机构及数十万的网红达人资源，客户方面现在主要是为与公司有合作基础的客户提供相应增值服务。帮助

有红人营销需求或想通过新媒体形式提升自身品牌价值的客户触达到红人，从而完成双方的交易撮合。

2、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。

3、各媒体平台返点逐年下降，甚至有些平台取消返点，公司广告代理业务后续如何规划？

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，但目前来看还是相对持续和稳定的状态。

天地在线通过十几年来业务积累，已汇聚 40 多家行业线上、线下主流媒体资源，我们将广告业务作为公司的基础能力和业务的基石。当下后流量时代全渠道整合趋势越发明显，需要更专业更全面的服务商来帮助品牌适应新营销环境，创造生态新增长。天地通过和各大媒体长期的合作，我们熟悉每一个媒体及其平台的规则和流量玩法，可以为客户提供“品效销一体”的流量变现服务方案，帮助企业实现品牌传播和交易转化的双向增长。

公司未来会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。

4、公司目前服务的品牌客户有哪些？

目前与公司合作的知名品牌或客户主要包括阿芙精油、泡泡玛特、全友家居、痘博士、世纪佳缘等。

5、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？与市场上其他服务商相处，公司的

saas 服务有哪些优势？

公司基础的企业 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。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 平台作为我们 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。

6、未来随着“数智内容生态中心项目”投入使用，公司是否有考虑签约或培育网络达人，与公司业务形成闭环？

公司目前已经针对业务需要签约适合公司的红人和对应培育工作，但公司不会将此部分工作作为主要的发展方向，而是作为公司新媒体业务的资源补充，未来重点还是会放在企业客户与 MCN 机构、达人双方的交易撮合服务上。

7、公司是如何帮助客户建设私域流量池的？

从前期用户触达开始，公司会根据客户需求，利用自身的媒体投放平台和创意内容输出以及 SaaS 工具，打通线上线下的全方位触点，为客户提供整体品牌运营解决方案，在品牌塑造-流量投放-素材详情及流量运营等重要环节提供专业指导，通过信息流、KOL 合作、短视频等多种新型营销模式组合的方式最大程度帮助客户抓取公域流量，同时针对客户品牌特点帮助商家在合适的平台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），快速建立起品牌私域阵地，在公域多平台的反复刺激和交互完成目标用户激活，将消费者引入私域流量池。

用户和品牌产生交互或初次下单后，我们会进一步针对客户的产品特点策划后链路的留客运营方案，通过多媒体、多内容形态、多链路玩法更好地塑造品牌，帮助企业和消费者建立长期联系，使企业在

自己私域流量池中可以持续不断的和用户有更深层次的交流，增强其目标用户粘性，长线拉动客户的销售与复购转化。

8、目前进驻星云平台的商家增长速度的情况？

现在平台处于初期运营阶段，合作客户还是以公司现有客户源为主，目前暂无法提供精准的客户增长数据。待后期平台功能模块逐步完善之后，会有相对详细的数据来跟大家做汇报。

9、请问公司在各媒体平台的业务收入占比情况是怎样的？哪些平台的业务收入有望扩大？

公司目前业务收入主要来源于腾讯广告、头条系、360、百度及爱奇艺业务。目前来看，随着新媒体业务的发力，公司腾讯和头条系业务收入预计将保持较高的占比水平。

10、请介绍一下公司人员构成？未来计划打造多大规模的研发队伍？销售运营方面的体量呢？

截至 2021 年 6 月 30 日，公司在职员工总数为：1007 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。

11、公司毛利率是否还会下降？

随着互联网行业和媒体平台的发展，目前公司传统业务的毛利率受到一定影响。公司也在迅速调整和布局，我们相信未来随着公司新业务的开展和运营模式的升级，公司的盈利能力和毛利率水平会得到相应提升和改善。

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。

附件清单
(如有)

日期

2021 年 9 月 24 日