

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：2021-008

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	东腾创新投资股份有限公司 王安亚
时间	2021 年 11 月 10 日 15:30
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	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 11 月 10 日（星期三）15:30 至 16:30 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 style="text-align: center;">一、公司介绍</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。公司先后在山东、安徽、陕西、河北、山西、深圳、四川等地成立 21 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>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，公司正式在深交所上市。</p> <p>公司凭借扎实的业务能力，连续多年获得合作媒体授予的年度最</p>

佳合作伙伴、金牌服务商等称号，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，并随着行业发展，持续拓展优质媒体资源，今年6月我们与今日头条达成进一步合作，成为头条旗下巨量引擎综合代理商以及巨量千川全国服务商。

在视频流量快速崛起的新浪潮下，新媒体逐渐加码电商生态建设，通过短视频、直播的方式，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。直播平台成为新消费场，用户直播购物心智逐渐养成。随着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。

面对不断变化的市场环境，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。业务已逐渐向数智内容营销领域延伸。在流量方面，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。

在内容方面，公司自2019年即开始为客户提供短视频生产服务，并于2020年构建了视频制作、直播电商、MCN等能驾驭不同形态及深度的专业内容团队，从需求采集到创意策划，从红人筛选到素材投放，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。

同时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。公司面对短视频、直播、内容带货等不断产生的新营销场景，自主研发的首款商业化自营SaaS产品-星云Astar，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。随着功能的不断完善，星云Astar未来将不仅仅作为广告投放的

工具，还将作为公司数据中台，为客户提供涵盖 KOL 推广、数字内容生产、电商带货、代运营等更全面的一站式数字化整合服务。

未来，公司会将企业数字化营销能力作为我们的核心基建，服务思维从服务 B 端逐渐向 C 端用户思维转变，利用闭环数据，创造新产品，提升对 C 端的服务价值。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、公司未来的业绩目标？

从股权激励计划可以看出，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。

未来公司将 SAAS 服务、内容制作服务、电商服务和代运营服务作为业务发展重要方向，通过内容运营+技术研发+产品工具多点布局建立公司新的盈利增长点，提高公司盈利水平。

2、公司与爱奇艺的主要合作模式是？

公司是爱奇艺网络广告北京区域品牌代理商，主要合作内容是依托于爱奇艺平台为客户提供视频广告、条幅广告、按钮广告、文字链接、通栏、全屏、调查问卷等互联网广告营销服务。

3、公司整体毛利率情况？

2020 年年报显示，公司毛利率为 7.43%。未来随着自身业务结构的不断升级，公司在保证基础业务良好发展的同时，巩固和提升公司的服务优势，重点向 SAAS 服务、内容制作服务、电商服务和代运营服务等高毛利业务方向布局，构建具有数字内容生产、KOL 推广、电商带货、代运营等全链路内容营销服务模式，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，建立公司新的盈利增长点，提高公司整体盈利水平。

4、请具体介绍一下公司的运营模式？

公司是链接互联网媒体资源、SaaS 产品与企业客户的桥梁，通过为客户提供多元化的互联网产品与服务、充分了解客户需求、提供综

合化互联网营销方案等增值服务来降低客户营销成本和提升营销效果，同时持续积累行业和客户数据，为客户后续服务提供更好的数据和策略支持，最终增强客户与公司的“黏性”。

公司凭借多年来的行业经验积累，与腾讯、爱奇艺、今日头条、360、百度、搜狐、网易有道等多个知名企业、集团建立长期合作关系，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。同时公司通过多年来的行业经验积累，形成了较强的综合营销服务优势，可以为客户提供营销数据挖掘、策略制定、媒体资源采购、创意设计和素材制作、投放测试和策略优化以及最终投放效果跟踪评估等全方位、高质量的服务，提高客户的营销效果。

5、公司公域和私域业务的收入情况？

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，目前从业务角度来看基础广告业务还持相对稳定的状态。

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。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、星云 Astar 有多少达人资源？

星云 Astar 目前可以提供数百家 MCN 机构及数十万的达人资源。

7、新数据安全法对公司会有什么影响？

从业务运营角度看，公司业务需要的数据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。

8、请介绍一下公司 SAAS 业务的情况？

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。

9、公司与腾讯有哪些合作？

公司与腾讯在互联网服务及 SAAS 服务业务上均有合作。互联网服务方面，公司可基于腾讯为客户提供展示类及竞价类广告服务。公司及公司河北、四川、陕西等地的分、子公司先后取得腾讯广告区域核心服务商、特定行业开发授权以及附近推生态服务商授权；

SAAS 服务方面，公司可为客户提供腾讯 SaaS 产品（企业 QQ、营销 QQ、腾讯企点、企业微信等）的咨询、培训、购买和维护等全方位服务。

10、针对阿里和腾讯的互通对公司有什么影响？

我们认为对于我们这样的综合服务商来讲是利好的，在平台互通的情况下，选择更贴合品牌价值的内容平台、背书作用更强的 KOL、内容运营能力更强的服务商，成为品牌和企业的刚需。公司一直专注于构建一站式数字化全域全链路服务体系，为客户提供内容更加丰富、与品牌更加匹配、效果更加优质的数字化营销服务，通过多媒体、多内容形态、多链路玩法帮助企业获取更加忠实的用户群体，积累品牌资产，从而满足客户多生态、一体化的多维度营销需求。

	<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11月10日