

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：2023-002

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	武汉长江六屏投资管理有限公司 石章前 东方财富证券 刘雪莹、陈子怡
时间	2023年2月13日-2月14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	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2023年2月13日-2月14日接待投资者调研，会议通过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：</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，公司目前拥有 20 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>在业务方面，公司依托十余年的业务积累，目前已汇聚行业线上、线下 40 多家主流媒体资源，累计服务企业客户数量超过 10 余万家，服务客户涉及餐饮、文化、娱乐、国潮消费品等多个领域及行业，业务模式已覆盖全行业及线上线下全场景。</p> <p>在当下全面数字化新商业生态中，短视频、直播等不断产生的新营销场景使内容成为品牌成长的核心助推力，天地一直紧跟行业发展，重点向内容服务、全域全链路营销服务的方向布局，积极组建视频制</p>

作、直播等能驾驭不同形态及深度的专业内容团队，同时，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，搭建了20余间数字化影棚及直播间、30余个实景拍摄场地，进一步扩大公司数字内容拍摄场景和直播间搭建规模，提升公司内容产能。公司现已具备内容全域化、运营全景化、营销全链化的一站式服务能力，针对客户需求和品牌特点，为客户提供视频创意、拍摄、投放、直播代运营、品牌IP孵化等适用于全域全链路营销解决方案和工具，通过多媒体覆盖、多内容形态、多链路玩法全面帮助企业搭建品牌商业化基建，满足企业多元一体化的营销需求。

随着元宇宙概念的盛行，带动当前数字产业快速进化，虚拟偶像、虚拟数字资产、虚拟数字空间等数字内容和场景开始进入大众视野，公司顺应变化，迅速在新领域展开积极业务尝试和布局。

自2020年上市以来，我们持续探索数字营销相关的赛道和商业机会，并逐渐关注到互联网加速向web3.0演进的趋势，2021年随着元宇宙概念的爆发，我们经过一系列的调研考察，发现公司内容服务和营销业务与元宇宙产业发展上的强关联性，便迅速确立了公司虚拟数字业务发展的战略规划。

2022年初开始，公司围绕人、物、场三个维度，不断探索新的业务模式，下半年确立了服务类和平台类两大数字业务板块，逐步推出了虚拟形象“元启”，虚拟数字化商业综合体“无限盒子”，数字藏品平台“无限数藏”，持续在艺术、影视、泛娱乐、文旅等领域建立合作资源，不断推进公司在虚拟数字业务方面的探索和布局。

未来，公司将坚持以“内容+技术”为战略核心，深化数智内容服务、全域全链路营销服务、虚拟数字业务及相关领域布局，为公司持续拓展新的业务增长点。

一、公司介绍

二、提问环节：

1、公司毛利率逐年下降的原因？

公司毛利率下降主要因疫情带来的各种不确定因素，以及行业发展、媒体平台政策、客户需求变化等多方面因素使公司传统业务受到不同程度的影响。目前公司毛利率处于同行业平均水平范围内。

2、广告行业毛利逐渐压缩的状态还会持续吗？广告业务的后续规划？

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，传统广告业务的毛利已趋于平稳，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，之后会更考验服务商自身的核心能力。

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。

3、请问公司的客户目前在广告预算方面的情况如何？疫情逐渐放开是否会对公司业务带来正面影响？

往年企业客户对于下一年的广告预算会在四季度初步确定，2022年因疫情的原因，客户规划广告预算的时间有所延迟，目前部分客户已开始与业务团队沟通新一年的投放计划。

对于公司广告业务，我们能够看到目前很多经济实体和门店正在逐步复原，许多餐饮、娱乐、新消费企业正在复苏，并逐渐带动企业客户的营销需求，随着这种趋势，将对公司广告业务带来正面影响。

4、请问公司虚拟数字业务的收入模式是怎样的？

目前公司虚拟数字业务的收入模式是独立项目制的，根据客户不同类型、不同阶段的需求给予相应的服务方案和报价。例如品牌类的客户，我们前期会帮其搭建虚拟空间，后期随着客户虚拟营销活动的加入，会针对其活动的场次、量级和内容需求收取相应的服务费和交易分成。目前“无限盒子”仍处于初期发展阶段，商业化模式尚未成熟还在逐步探索当中。

5、公司对于虚拟人业务未来的商业变现模式是如何规划的？

随着元宇宙概念的不断走热，虚拟人受到了更多的关注。目前公司打造出公司自有虚拟数字业务传递官“元启”、歌手孙语赛、演员班嘉佳等艺人虚拟形象。

在应用方面，去年我们将“元启”分别在数字员工、品牌代言、IP

偶像等需求场景中展开尝试性实践，将他应用在企业内部直播培训、新产品宣传、网络微短剧等方向。2022年8月，“元启”化身证券日报“2022数字经济领航者峰会”的传递官，参与大会的宣传、现场迎宾、发展报告发布等环节。

目前公司在虚拟数字人和虚拟内容打造方面已形成了一套较完善的技术操作流程和服务方案，我们未来将凭借自身的内容生产体系和互联网营销服务的能力，逐步探索数字人在各类场景中的应用模式。

6、关于公司的“无限盒子”，能否请您简单介绍下未来产品的发展路径是怎样的？未来如何实现商业化？

“无限盒子”是公司基于5G、大数据、云计算、虚拟现实等技术自研开发的沉浸式虚拟数字商业综合体，通过PC、移动、VR等多终端融合的新颖交互方式，帮助各行业企业及品牌客户提供基于其需求的虚拟人、虚拟发布会、虚拟会展、虚拟直播、虚拟产品等定制化、一站式数字内容生产及商业化运营解决方案。

目前公司已与UME达成战略合作共创“UME Space数字影城”，与众信旅游合作共同拓展元宇宙商业模式。“无限盒子”中已开放了部分虚拟空间并开始招商工作，现拓展了近80家不同行业的企业客户挂牌入驻其中。

我们将“无限盒子”定位为一个B2B2C概念的产品，主要服务于企业客户，通过新技术和新内容帮助企业进入“元宇宙”，并为其搭建全新的商业化基建，在拓展更多元化的商业应用场景的同时助力品牌积累数字资产，实现企业在Web3.0时代的数字化转型和品牌价值再升级。

7、公司虚拟数字业务团队配置情况？

2021年11月，公司在北京通州区成立了全资子公司“启元天地”，开始全面推进虚拟数字业务的服务能力和业务体系搭建。公司从软硬件设备、人员团队和业务模式上逐步完善，并持续加强业务相关技术及人才的储备。在业务模式上，我们目前规划了服务类和平台类两大模块。目前公司负责服务类业务（虚拟人、数字内容、XR直播）的团队约40人，平台类业务（无限数藏、无限盒子）的研发团队约50人，商务团队约10人。整体约100余人。

	<p>8、关于公司虚拟人这块业务，请问公司与世优科技合作关系？</p> <p>公司目前拥有独立的虚拟人和数字内容创策和制作团队，世优科技拥有较为成熟的数字人产品、技术和商业模式，与世优科技开展的战略合作，将公司虚拟数字业务的产品运营和商业化服务的能力进一步增强和补充。</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	2023年2月14日