

证券代码：301171

证券简称：易点天下

易点天下网络科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-01

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"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他：____（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中信建投杨艾莉、杨晓玮，中信建投财富管理余伟毅、陈建群，安信基金林乐天，建信理财汪径尘，金鹰基金陈颖，中海基金谢华，方正富邦基金李韦韬，上海名禹资产刘宝军，上海歌斐资产许家逸，富盛德资产郑小波等。
时间	2022年8月30日 15:00-16:00
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事、财务总监：杨晓鸥； 董事、董事会秘书：王萍。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于2022年8月30日通过电话会议方式，召开了“易点天下2022年半年度报告业绩交流会”，主要介绍公司经营发展的简要情况，具体内容如下：</p> <p>一、公司基本情况</p> <p>易点天下网络科技股份有限公司（以下简称“公司”或“易点天下”）成立于2005年4月6日，作为企业国际化智能营销服务商，易点天下致力于为客户提供全球营销推广服务，帮助其高效地获取用户、提升品牌知名度、实现商业化变现。目前，公司的主营业务包括效果广告服务和头部媒体账户管理服务。</p> <p>公司坚持“技术驱动发展”的战略定位，掌握了大数据、机器学习和人工智能算法等领域的前沿互联网广告技术。在我国“一带一路”倡议的背景下，公司凭借深厚的行业积累以及技术优势，累计为跨境电商、工具应用和游戏等各行业5,000余家广告主客户提供了全面、专业的出海营销解决方案，助力企</p>

业快速实现国际化布局，也为中国企业践行“走出去”的发展战略添砖加瓦。

凭借优质的服务能力与良好的行业口碑，公司积累了多元的互联网媒体资源以及优质的广告主客户资源。2022年上半年在互联网媒体资源方面，公司继续与Google、Meta、Twitter、Pinterest和字节跳动等头部媒体或其代理商建立了稳定的合作关系；在广告主客户方面，公司赢得了阿里巴巴、腾讯、网易、欢聚时代、三七互娱、小米等知名企业的信赖。同时，公司的效果广告服务积累了丰富的业务实践经验，累计实现应用安装、用户注册、商品销售等商业效果转化超过8亿次，覆盖有效设备超过70亿台，遍及全球200余个国家和地区，单日最高有效转化达到百万量级。

2022年1月—6月，公司的服务能力及技术水平也获得了众多政府部门和行业组织的认可，先后获得了陕西省商务厅“陕西省服务贸易示范企业”、中国商务广告协会“年度广告代理公司奖”、华为云“出海先锋年度最佳市场开拓奖”和“乘风破浪出海创新企业奖”、TikTok For Business“2022年度出海卓越合作代理商”、虎啸网“年度最佳智能营销系统”等荣誉。

二、公司2022年半年度经营情况

2022年上半年公司实现营业收入13.14亿元，营业成本10.15亿元，同比下降24.80%，公司实现毛利率22.70%，较上年同期增加6.1%，系公司业务进行调整，主要客户阿里巴巴直接通过谷歌采买流量，公司仍然为其提供效果广告营销服务，因此公司本期收入成本较上年同期有所下降，整体毛利率较上年同期有所上升。

2022年上半年公司实现归母净利润1.78亿元，同比增长42.12%；实现扣非净利润1.68亿元，同比增长38.29%，主要系2022年上半年美元汇率增长产生汇兑收益影响所致；基本每股收益0.45元/股，较上年同期增长40.63%。

三、回复投资者关注的主要问题

1、公司市场竞争力主要体现在哪里？

回复：公司市场竞争力主要体现在：1) 长期业务积淀的智能化业务系统；2) 公司在互联网广告市场中拥有良好的口碑，具有品牌影响力；3) 与头部媒体的合作关系及代理商资质。

2、公司在客户资源方面是否有竞争优势？

回复：公司系Google一级代理商，与Google直接签署合作协议，直接获得Google的返点。2015年至2019年，公司连续五年被评为Google优秀合作伙伴，与Google建立了良好的合作关系。公司虽然不是Facebook直接全球合作伙伴，但公司与木瓜移动、蓝色光标等行业知名的Facebook合作伙伴建立了良好的业务合作关系，能够通过其持续采购Facebook的广告流量，并由于较大的业务规模享受到具有竞争力的返点政策。因此，相对于其他规模较小的广告服务商，公司与头部媒体及其代理商建立了良好的合作关系，具有竞争优势。

3、公司的客户获取方式？

回复：公司获取客户的方式主要包括：1) 参加展会、论坛等活动，通过设立展位、进行主题演讲或专题讨论推广公司的经营理念、竞争优势及具体服务内容；2) 通过查阅互联网等行业投融资报告、查询互联网行业投融资新闻等公开渠道定位潜在客户，分析目标市场发展趋势及潜在客户发展状况，并通过网络、线下展会、沙龙等途径主动联系表达合作意向；3) 现有合作伙伴介绍；4) 凭借公司在行业内的口碑吸引广告主客户主动联系；5) 通过线上直播，参与各头部媒体平台举办的相关的在线平台活动。

4、公司的营销布局情况？

回复：按产品类别进行划分，公司分为效果广告服务、头部媒体账户管理服务和品牌广告服务，主营业务收入主要来自于营销推广服务收入。

按地区分类，公司业务主要来自于亚洲、北美洲、欧洲等，其中亚洲收入主要来自于中国、韩国、日本、印度、印度尼西亚等国家，北美洲收入主要来自于美国、加拿大等国家，欧洲收入主要来自于英国、德国等国家。

5、公司的市场拓展情况？

回复：媒体资源作为互联网广告的最终载体，广告主更倾向于与拥有更多优质媒体资源的广告服务商建立合作关系，以得到更好的推广效果。经过多年的不断积累，公司目前已经和全球知名的媒体资源平台建立了长期稳定的合作关系。此外，公司也积累了大量优质的广告主资源，例如阿里巴巴、腾讯、网易、字节跳动、快手、爱奇艺等。

6、公司的采购模式？

回复：公司效果广告服务的供应商主要为互联网媒体，包括头部媒体、中长尾媒体、广告交易市场以及其他互联网广告渠道等。公司采购的主要内容是各类互联网媒体的广告资源。

头部媒体账户管理服务中，公司通过头部媒体或其代理商采购广告资源。

此外，公司采购内容还包括服务器及互联网云服务等业务必须的IT资源与互联网资源。公司的采购部门通过与业务部门及技术研发部门沟通协商，结合公司业务开展情况确定采购产品及服务的种类和数量，并由财务部门负责价格审核。

7、像拼多多、京东，都在发展自己的跨境电商业务，公司如何发展这些头部互联网企业成为我们未来的客户。

回复：中国互联网企业的发展程度，已经到了一个比较高的水平，头部的互联网企业都不可避免地会把增长的目光放到海外去，TikTok的出海激发了国内头部互联网企业的出海热情。经过多年的发展，公司树立了良好的品牌形象，形成了由大型互联网企业、国内出海互联网企业以及境外广告主组成的市场知名度高、信用状况良好的多层次的客户群体。目前公司正在积极同国内多家头部互联网企业接洽中，讨论出海的策略。

8、公司收入的增长是依靠存量客户的持续投放，还是对新客户的不断挖掘？回复：通过多年发展，公司积累了跨境电商、移动应用、游戏等行业丰富的服务经验，能够满足不同行业广告主差异化的营销需求。通常情况下，广告主基于自身的营销阶段、产品特征、营销目标等因素制定广告推广策略，不同广

告主具有较大的差异。

公司效果广告服务业务的广告主客户类型主要分为电商类、娱乐类、应用类、代理及其他。截至2022年6月30日，公司电商类客户收入金额占营业收入比重为54.95%，公司客户以中长期持续陪伴的老客户为主，并每年持续不断地挖掘新客户。

9、公司如何拓展客户类别？

回复：目前公司主要从以下三个方面进行客户拓展：

第一个层面：结合目前国际形势。随着国际形势的复杂化，对于能源的需求是各国的一个迫切需求点。新能源汽车也受益于这个需求，在快速发展。目前公司积极拓展新能源类客户，服务新能源汽车的出海，包括像哪吒、爱驰等电动汽车的出海。公司希望能够服务更多有出海需求的新能源汽车公司，助力中国新能源汽车的国际化，在能源紧缺的当下，提升中国新能源汽车的品牌影响力。

第二个层面：结合后疫情时代中国跨境电商出海的趋势。公司深耕跨境电商领域多年，具有丰富的服务跨境电商出海的经验和能力。在跨境电商领域，公司对广告主的需求有着深入的理解，并针对性地开发了CyberTargeter系统等智能营销辅助工具，为跨境电商广告主广告创建、再营销等场景提供专项解决方案。因跨境电商的垂类非常多种，从服饰类目可以拓展到日用家居用品，再到其他3C类电器、运动健身器械等，公司积极拓展各类型的潜力客户。依托中国强大的供应链的优势，跨境电商正成长为推动中国外贸增长的新动能，中国商品获得全球消费者的认可，未来公司将陪伴和服务更多中国出海的品牌电商崛起，为跨境电商等各行业广告主客户提供全面、专业的出海互联网营销服务，助力企业快速实现国际化布局。

第三个层面：结合中国互联网巨头的国际化战略。中国目前智能手机的普及率极高，互联网用户的增速也基本见顶，因此对于中国互联网巨头要谋求继续的高速增长，国际化战略是必然选择，如前几年出海战略成功的TikTok、阿里巴巴、腾讯等。未来公司将继续凭借自身在出海领域积累的经验及技术优势，

	带动更多中国的品牌出海，帮助更多优秀企业加快国际化步伐。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 8 月 31 日