

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：2023-04

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：踔厉奋发新征程 投教服务再出发--走进上市公司易点天下（301171）
参与单位名称及人员姓名	见附件
时间	2023年09月13日14:00-16:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书：王萍女士 技术总监：秦鹏先生 投资者关系管理：尚斐女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>本次交流主要情况如下：</b></p> <p><b>一、公司介绍</b></p> <p>作为企业国际化智能营销服务商，易点天下的主营业务包括了效果广告服务、品牌广告服务和头部媒体账户管理服务三大板块，致力于为客户提供全球营销推广服务，帮助他们在全球各个市场高效获取用户、提升品牌知名度，并实现商业化变现。</p> <p>易点天下始终遵循“技术驱动发展”的战略定位，在大数据、机器学习和人工智能算法等领域积极储备专业人才与前沿技术，已经掌握的核心技术包括实时及离线海量</p>

数据计算框架、全球网络加速技术、分布式消息、渠道客户智能评级等，均位于行业前列。

区别于传统品牌营销广告，互联网广告通过前述技术手段实现精准营销及效果监测，并逐渐由合约广告的商业模式升级发展成为竞价广告和实时竞价广告的商业模式。公司以稳健扎实的技术能力支撑起优质的服务能力与良好的行业口碑，也因此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。

在互联网媒体资源方面，公司与Google、Meta、TikTok for Business、巨量引擎、磁力引擎、Kwai for Business、Microsoft广告、Apple Ads等在内的全球头部媒体及当地特色流量资源保持着长期稳定且良好的合作伙伴关系；在广告主客户方面，公司赢得了阿里巴巴、腾讯、华为、网易、字节跳动、百度、快手、爱奇艺、SHEIN、米哈游等知名企业的信赖；与此同时，公司也获得了众多政府部门和行业组织的认可，荣获2023-2024年度“国家级电子商务示范企业”；公司先后获得了西安市商务厅陕西省工商业联合会“第二届陕西省新生代企业家联合会会长单位”、“西安市2022年度稳外贸促开放先进企业”、2022年度“西软之星”创新之星企业、巨量引擎“共擎奖-2022-2023年度行业服务案例-易点天下x网易有道”、中国上市公司品牌价值榜-新锐榜TOP50、Kwai for Business“2023年度出海代理商品牌创意提案大赛-一等奖”、Kwai for Business“年度先锋合作伙伴”、巨量引擎“2022年度优秀合作伙伴大奖”、华为云“决胜千里年度出海企业先锋奖”、华为云“2022最佳出海奖”、华为云“优秀云商店伙伴奖”等荣誉。

## 二、投资者提出的问题及公司回复情况

1.问：请介绍一下公司半年报的业绩情况？

**答：**2023年上半年，易点天下实现营业收入9.98亿元，归属于上市公司股东的净利润1.19亿元；Q2实现利润总额9475万元，环比增长95.46%；剔除汇兑损益后Q2利润总额6637万元，环比增长22.00%，同比增长26.17%。

在AI助力下，报告期内，易点天下2023Q2毛利率、营业净利率较2023年Q1均有增长。2023年Q2毛利环比增长26.85%，毛利率环比增长3.20%，营业净利率环比增长6.08%，通过深化AI技术的应用实践实现降本增效成果已初步显现。

报告期内披露剔除汇兑的数据是因为公司做出海业务，帮助客户拓展海外市场。所以收付结算都是以美金为主，不会大量的操作结汇，因此汇率的影响是美元报表和人民币报表之间的折算差导致的。剔除后更能真实准确的反映公司的经营业绩。谢谢！

**2.问：公司今年一季度收入下滑的原因是什么？上半年AI在业务上的赋能？**

**答：**公司2022年4季度受国内突然放开的影响，对客户在国内生产经营产生巨大影响，尤其是跨境电商客户供应链生产效率大幅下降，由于没有办法发货，导致客户广告预算大幅下滑，传统4季度是电商旺季，既有国内的双十一，又有海外黑五、圣诞等大促，因此2022年4季度业绩下滑明显。上述影响一直延续到2023年2月中旬，因此2023年一季度收入依然同比下滑，但从环比来看，较2022年4季度有较好恢复，全面放开后恢复态势较好，公司对后续经营非常有信心。人工智能、大数据一直是公司重点研究的方向，公司一直致力于通过广告平台建设提升广告投放效率和效果，AI的大力发展，提升了公司系统化、平台化建设的节奏，公司目前使用AI技术，对于投放效率的

提升有明显的效果，公司会努力抓住这波ai的深度发展争取收入利润双胜利。谢谢！

### 3.问：下半年公司在AI上有哪些布局？

答：主要几个方面：第一个下半年KreadoAI产品上会有两次大的版本更新，也会逐渐的开启，针对产品自身的营销和买量操作，我们预期会有用户量和营收的双重增长。我们也针对性的，比如跟亚马逊云内部的市场团队做了很多的培训，让对方可以帮助我们到亚马逊云的客户中去推荐和落地我们的产品。针对这个产品，我们下半年的计划，主要还是集中在数字人形象的完善上、精度的提升，包括语音克隆的线上定制化服务的推出，逐渐的去提升我们这个产品运营服务的效率，这部分我们预期会伴随着更多内容的推出，以及现有内容的优化。后续会推出一系列定制化的服务，以及在视频合成的速度，文本生成虚拟人物形象等方面的尝试和针对性产品功能的发布。第二是我们都知道AIGC包含的内容落在广告营销上，不只是我们现在所能看到的数字人，除了数字人以外，包括我们的广告营销创意生成的涵盖内容和范围还是很广的，从文字到音频到视频到甚至是互动式广告，我们看到很多AI领域的一些产品机会和我们自己内部已经正在研发和内测的产品正在逐步的完成内测，然后预备上线，最后形成一个统一的AIGC驱动的产品矩阵去服务我们各种类型的广告客户。第三是伴随着AIGC的推出到变成市场的热点。我们看到越来越多巨头加入到了这个赛道当中去，尤其是像刚才大家提到的像Google、Meta，国内的华为、阿里等，甚至像英伟达这样的巨头都有在加入到这个赛道当中去，我们欣喜可以看到大模型领域，不管是文字还是语音还是视频都有更多新的产品商业化以及开源的产品出现。这对

于易点天下未来的战略有着非常好的帮助。大模型其实是未来AIGC的底座,就像移动互联网时代的操作系统一样,但是单纯的操作系统并不能直接被用户使用,我们需要在这样稳定的基座之上去针对性的开发应用属于我们效果营销和品牌推广相关的针对性的专业模型跟大模型进行适配调优,最后形成我们的AIGC方案以及相应的一些产品。谢谢!

**4.问:中国品牌出海发展趋势明显,公司怎么看待跨境电商,尤其是中国品牌出海的跨境电商?公司对下半年及明年业绩增量的展望?**

答:在过去的一两年中,从整个跨境电商的出海来说,其实品牌出海无论是从声量还是从市场份额上来讲,都保持了非常高的增长,易点天下过去主要服务的是互联网客户,包括原来以卖货为主的跨境电商,以及应用、泛娱乐的客户,但是在过去的一年多当中,我们尝试了非常多品牌客户的合作,举几个例子,比如说我们除了服务拼多多、腾讯这些传统的互联网企业以外,我们跟绿联、传音这些3C企业也在做品牌上的探索;跟自然堂、花无缺这类美妆的品牌,甚至包括库迪咖啡这些新消费品的品牌;跟储能分布式光伏,新能源汽车等这些品牌也都在合作。除了线上营销以外,公司也在帮他们提供从网红营销到本地化的媒体营销再到线下媒体的营销等等一系列的品牌,品效合一的全案营销推广。

我们认为,随着全面服务品牌出海,以AIGC对于品牌出海的进一步助力,我们会看到越来越多的品牌在加快出海的进程。也看到越来越多的品牌在海外取得了非常好的成绩,公司也将进一步伴随我们的客户成长为他们提供更加全面和全方位的服务。谢谢!

**5.问：请问公司在响应国家一带一路的号召下，具体有那些项目？**

答：公司凭借深厚的行业积累以及技术优势，为广告主提供全面、专业的出海营销解决方案，而互联网广告作为中国企业出海重要的营销推广手段，公司正积极参与“一带一路”倡议的建设浪潮，为中国企业在海外发展贡献力量。目前，公司为超过5,000个广告主提供全面、优质、高效的互联网广告服务，业务范围遍及全球200余个国家和地区。同时，在国家“一带一路”倡议的推动下，公司积极地为中国互联网企业拓展“一带一路”沿线国家市场贡献力量。在“一带一路”沿线国家帮助腾讯WeTV、Lazada、B站、凤凰浏览器、汽车之家等多款产品进行营销推广，拓展其在“一带一路”国家的业务发展。谢谢！

**6.问：AI给公司带来提质增效体现在哪些方面？有没有可量化的指标？**

答：KreadoAI目前已直接覆盖内部大部分设计团队。

(1) 在降本方面：其具备的数字人能力将内部外籍模特素材成本直接下降了86%；AI模特功能将电商商品图广告素材成本降低了83%。

(2) 在提效方面：AI营销文案解放了绝大部分优化师和运营的创意生产力；AI文本配音、AI智能抠图等工具，对设计师这两部分工作也有5倍以上效率提升。还有内测中的AI电商视频广告工具，目前内部已经可以实现10倍的广告素材生产效率，在过去一段时间我们跟头部电商开展了AI视频广告工具的合作，客户也取得了较好的反馈。接下来会在出海电商旺季来临前，计划在10月底对市场开发该工具上线后，预期会有较高的商业化价值。

(3) 在提质方面：目前在休闲游戏赛道，我们为客

	<p>户制作的数字人广告素材，已经成为了过去一个季度的Top Creative。在社交、电商领域，也是爆款频出。谢谢！</p> <p><b>7.问：公司是如何帮助库迪在海外推广，有哪些优势？</b></p> <p>答：公司自8月17日接到库迪海外传播需求后，在短短的两周时间内，帮助库迪打响了其品牌出海从0-1的全案营销第一枪。在库迪咖啡首度出海的重点地区：日韩、加拿大，我们首先通过覆盖这三个重点地区的1000多家重要媒体进行舆论造势，同时结合包含了美食、生活方式类KOL的探店视频，在ins、youtube上进行短视频推广，并聘请当地知名摄影师对其在该市场的首店进行图片拍摄创作，用于本地化推广，从而使得库迪咖啡在日韩这样的咖啡重要市场中，通过开业促销的方式吸引了大批年轻的目标受众，同时保证了品牌自身的年轻活力感。</p> <p>依托YeahGrowth一站式数字化广告管理平台，通过强大的AI数据分析能力与丰富的广告投放运营经验，让推广进程更加高效和便捷。值得一提的是，公司还帮助库迪通过与KOL共创内容，并签订版权共享，从而实现了其门店落地后广告素材的持续丰富度。此外，还帮助库迪咖啡在这三个重点拓展区域进行email营销，从而更精准的触达其目标用户。</p> <p>我们针对产品推广的目标地区做出市场洞察，分析用户心智，面对不同国家因地制宜制定出不同的推广策略，选择适配的网红人选，并通过我们丰富的网红营销经验和本地化团队，让推广完美落地。谢谢！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年09月13日

## 附件：人员名单

序号	姓名	单位
1	睢国安	个人投资者
2	何朝阳	个人投资者
3	时真	个人投资者
4	王文军	机构投资者
5	曾凡杰	个人投资者
6	韩栋泰	个人投资者
7	李浩然	个人投资者
8	赵安民	个人投资者
9	谢彩英	个人投资者
10	刘佳	机构投资者
11	张英杰	个人投资者
12	杨婧	个人投资者
13	何洪军	个人投资者
14	李蓉	个人投资者
15	潘要文	信永中和会计师事务所陕西分所
16	张大伟	机构投资者
17	王胜利	个人投资者
18	成华	个人投资者
19	程晓玮	机构投资者
20	张黎	机构投资者
21	许卓	机构投资者
22	刘璐	机构投资者
23	董豪	机构投资者
24	赵建国	个人投资者
25	范琪	个人投资者
26	刘明学	个人投资者
27	张敏	个人投资者
28	胡明	个人投资者
29	童彬	个人投资者
30	陆珊	个人投资者
31	习源	个人投资者
32	张珊	个人投资者
33	刘全平	个人投资者
34	张桂兰	个人投资者
35	王春	个人投资者
36	孙鲁渺	个人投资者
37	兰莉红	个人投资者
38	李国安	个人投资者
39	王丙宣	开源证券西安第一分公司
40	郝奕丽	开源证券西安第一分公司
41	熊迪一	开源证券普惠金融部



42	康新雅	开源证券普惠金融部
43	郭鸿佳	开源证券协同管理总部财富服务部