

证券代码：002315

证券简称：焦点科技

焦点科技股份有限公司投资者关系活动记录表

<p><b>投资者关系活动类别</b></p>	<p> <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 type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）         </p>
<p><b>参与单位名称及人员姓名</b></p>	<p>陈宝健 开源证券；李海强 开源证券；沈敏杰 开源证券；杨祎帆 中粮资本；王优草 信诚基金；陈建新 财通资管；孙权 富国基金；平舒宇 浙商基金；胡纪元 长城财富；高松 鹏华基金；方榕佳 中金基金；刘奇 光大永明；田明华 万和证券；肖沛 鹏华基金；邹伟 信诚基金；孟晓林 长城财富；姜通晓 中再资管；陆阳 德邦基金；葛儒 歌汝私募；马力 望正资本；交银施罗德基金管理有限公司；赵超 复胜资产；黄维 平安基金；吴昊 德邦基金；林小聪 国泰基金；王翔 银华基金；吴刚 南土资产；周菁 复胜资产；邹寅隆 南方基金；邢晓迪 易同基金；国晓雯 中邮创业；董高峰 巨曦资产；赵勇 中再资产；王洲 乾惕投资；任逍 允泰投资；罗天艺 明曜投资；李翔 中泰资管；何少 景泰利丰；侯英杰 中金基金；丁诗媛 中粮资本；苏莉莉 红骅投资；沙文静 歌汝基金；祝文领 红骅投资；于健 财通零售；吴晓宇 华泰证券；闻学臣 东吴证券；韩阳 利幄基金；平安资管；华泰柏瑞；陈洪 海南鑫焱；谢泽林 嘉实基金；石浩 歌汝私募；胥本涛 华安基金；赵俊 尚近投资；李琪瑶 财通证券；方云龙 鸿道投资；吴菊 鑫元基金；孙桐语 长江资管；姜盼宇 中金基金；郭鹏飞 玖鹏资产；王卫丰 同犇投资；张伟 华富基金；刘开扬 汐泰；朱战宇 中邮人寿；汪静以 嘉合基金；陈宇庭 广发基金；翟旭 上投摩根；史彬 德邦基金；栾小明 红土创新基金；王晓岩 民生加银；谭小兵 长城基金；黄泓渊 东方证券；黄鹏 明世伙伴；朱亮 丹羿投资；祁园园 歌汝私募；邵伟 上海健顺；陈文 淳厚基金；邱子扬 太平基金；聂嘉雯 华富；安鹏 光大保德信；宋磊 农银汇理；高冉 上海健顺；余思颖 同犇投资；刘晓晨 中加基金；郭强 广银理财；王晓璇 茂典；李泽昱 汇添富；应晓立 歌汝私募；刘凯 宝盈基金；彭耀民 诚熠；姚梦晓 五地投资；邓倩磊 国寿资产；苏香 摩根士丹利华鑫基金；李智琪 同犇投资。</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2023年3月22日至23日</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>线上</p>

<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>迟梦洁（董事会秘书）</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>一、公司的主营业务及 2022 年的经营情况如何？</b></p> <p>目前公司的主营业务主要分为：1.中国制造网(Made-in-China.com)业务，作为全链路外贸服务综合平台，中国制造网(Made-in-China.com)主要是为中国供应商和海外采购商提供国际贸易商机匹配服务，帮助中国供应商出口产品，帮助海外采购商获得更多中国制造产品的信息资源。2.跨境 B2B 电子商务业务：致力于打造以交易为核心、供应链为基础、平台为支撑的完整跨境 B2B 服务生态链，通过 Doba.com 平台从事美国本土一件代发服务，同时依托在美国设立的全资子公司 inQbrands Inc.组建了国际化跨境运营团队，为中国供应商提供品牌策划、营销推广、全渠道销售、供应链管理 etc 落地北美市场的一站式跨境出海全流程服务。3.线上线下融合的保险代理业务，通过互联网、电话、上门推广、线下活动等线上线下融合模式为企业和个人提供各类保险产品的代理销售服务,处理相关保险业务的损失勘查和理赔服务，提供保险智能化整体解决方案。</p> <p>2022 年度，公司营业收入 14.63 亿元，与去年基本持平，净利润约 3 亿元，相比较于去年同期增长 22.60%，扣非后净利润月 2.79 亿元，较去年同期增长 37.44%。从收入层面按产品拆分来看，核心业务中国制造网(Made-in-China.com)在去年贡献了 12.37 亿元的收入，占整体营收比重约 85%，同比增长了 13.44%。另外两块业务，淘汰了部分利润率低、业务质量不稳定的业务线，降本增效。综合以上因素，公司营业收入端总体看是持平状态，但核心业务存在增长空间，且公司在持续降本增效。</p> <p><b>二、我们如何看待中国制造网(Made-in-China.com)业务的长期空间？</b></p> <p>任何一个新业务的增量，通常不外乎来自于两方面，一是拓展新客户群体，另一方面就是增加新服务/产品。</p>

	<p>拓展新客户群体方面：目前无论是从海关发布的具有进出口实绩企业数量，还是从中国外贸整体体量来看，中国制造网的付费客户数量还存在很大的空间，这两年中国制造网的架构和销售体系都在不断的优化调整，越来越重视对于新客户开发的考核力度。</p> <p>增加新服务/产品：如果想要提升客户的投入，平台必然要提供与客户投入价值相匹配的产品与服务，才能形成长久的良性循环。过去几年，我们致力于打造一个外贸生态圈，针对外贸用户对于外贸领域的多种需求，我们与合作方可以以共同开发市场的方式去引入更多新服务或新产品到中国制造网上来，推出了以领动建站、孚盟 CRM、企业培训为主的“X 业务”和以交易、收款、物流等服务为主的“链路生态业务”。</p> <p>B 类客户存在决策周期长的特性，但只要战略方向正确并始终坚持，无论是拓展新客户群体还是增加新服务/产品方面，最终都能看到越来越好的转化指标。</p> <p><b>三、公司如何看待 AI 技术的发展？</b></p> <p>关于 AI 技术的应用，其实在过去几年里，大家普遍的共识应该是，使用 AI 是必然趋势，AI 会逐步提升我们每个人的工作效率。在过去几年里，公司原有业务中，我们已经在商品文本描述自动生成、智能客服方面有了 AI 技术应用。目前 Open AI 推出的 Chat GPT 本质上也是属于 AI 技术，它会大幅提升各行各业使用 AI 的进程，就如同疫情加速了美国市场的线上零售一样，这是一个助推器。</p> <p><b>四、AI 在电商领域能够和现有的哪些业务场景去做结合？</b></p> <p>目前公司研发端对接了 Open AI 的 API 接口，正在积极探索 Chat GPT 的技术应用，在中国制造网（Made-in-China.com）原有的多语网站翻译、智能客服、内容自动生成领域会尝试 Chat GPT，提升原有产品和服务的客户体验。</p>
日期	2023 年 3 月 23 日