

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

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 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	郝彪 誉辉资本、董良泓 誉辉资本、赵超 复胜资产、戴卡娜 复胜资产、程跃 复胜资产、王涌 如山资本、王赫 博时基金、方云龙 鸿道投资、王世杰 东吴证券、张佳琦 东吴证券、戴晨 华创证券、吴茜燕 鹏扬基金、张乐 彤源投资、姜国平 星元投资、陈西中 招商基金、蒋彤 景林资产、徐雄辉 大成基金、闫宁 开源证券、陈基明 淳厚基金、马继愈 平安资管、吴桐 山西证券、卢之晗 长江传媒、杨云祺 长江传媒、金荣 华安证券。
时间	2023年4月13日
地点	公司
上市公司接待人员姓名	沈锦华（董事长）、迟梦洁（董事会秘书）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司的主营业务介绍</p> <p>目前公司的主营业务主要分为：</p> <p>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，主要为一般贸易的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。中国制造网（Made-in-China.com）主要通过预收平台服务费，再根据客户开通的服务逐月确认为收入，未确认的收入计入“合同负债”和“其他非流动负债”科目。此处所提及的平台服务费，主要是基于向供应商卖家提供会员服务及网站增值服务相关费用。</p> <p>2. 跨境 B2B 电子商务：公司的跨境 B2B 业务是从中国制造网延伸出来的。我们想为中国制造网上出口型企业落地北美提供更多本地</p>

化的产品和服务。目前主要分为两块：从事 Dropshipping 业务的美国本土一件代发平台 Doba.com，同时依托在美国设立的全资子公司 inQbrands Inc. 为中国供应商提供全渠道销售的跨境出海服务。Doba.com 平台主要以供应商交易佣金及买家会员费为主要收入来源。

3. 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，提供保险智能化整体解决方案。保险代理业务主要以收取保险公司支付的保险代理费用为主要收入来源。

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%，扣非后净利润约 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。

综合以上，公司营业收入端总体看是持平状态，但核心业务持续增长，且公司在持续降本增效。

二、中国制造网（Made-in-China.com）提供的会员服务的价格是多少？

中国制造网（Made-in-China.com）的收费会员主要分为金牌会员和钻石会员两种类型，金牌会员的价格是 31,100 元/年，钻石会员价格是 59,800 元/年。在上述会员服务的基础上，客户还可以购买与品牌展示、搜索优化、产品推荐等相关的增值服务，具体增值服务的费用根据客户需求与平台资源情况确定。

三、中国制造网（Made-in-China.com）的客户一般会只选择一个平台做吗，还是说客户一般会做好几个平台？

中国制造网作为国内一般贸易客户出海、拓展海外买家的重要渠道之一，对于客户而言是商业机会发现的过程。平台总体的推广成本相较于客户获得订单，属于成本可控而收益开放的。

客户会根据自己的预算、产品生产能力、销售能力等多种因素选择

	<p>一家或多家平台，有很多客户都是多平台布局。</p> <p>四、目前中国制造网（Made-in-China.com）的客户画像大概是什么样子？</p> <p>目前的供应商客户主要分为两大类，产销一体的外贸工厂和专注贸易的外贸公司。主要还是以中小企业为主。</p> <p>五、中国制造网（Made-in-China.com）业务推广和营销方式具体是什么样的，需要与客户进行面对面沟通吗？</p> <p>中国制造网在外贸 B2B 领域已经深耕多年，我们在品牌知名度以及海外买家的信任层面已经有了很多的积累，为平台筑造了竞争壁垒。同时，我们依然还在持续进行海外买家的运营开发工作。做好对中国供应商的效果交付是放在我们平台第一位的。</p> <p>在国内，我们建立了遍布全国三十多个城市的线下销售团队。在 TO B 业务领域，即使今天的中国制造网有了一定的知名度，但是依然需要线下销售人员建立客户（中国出口型企业）对平台信任的第一步。</p> <p>六、公司如何看待 AI 的发展，目前有哪些具体应用？</p> <p>公司内部有 AI 研发团队，过往也一直在 AI 领域进行应用层的探索。这几个月不断有新的 AI 大模型推出，公司认为这些 AI 大模型相比于过去的 AI 技术有显著进步，将大幅提升各行各业的工作效率。</p> <p>公司作为外贸 B2B 的全链路综合平台，会结合各种技术，包括 AI 技术，提升原有平台各项产品的客户满意度，或推出其他能够帮助买卖双方提升达成交易效率的产品。目前，行业内的普遍应用场景集中在网站翻译、智能客服、内容自动生成领域。</p> <p>公司内部也在培养使用 AI 的氛围，希望大家都能够借助 AI 提升工作效率，提高人效比。</p>
日期	2023 年 4 月 14 日