

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（排名不分前后）	广发基金 吴远怡、姜冬青；富国基金 李元博；中欧基金 钟鸣；南方基金 邹寅隆、吴超；华夏基金 彭海伟；招商基金 文仲阳、徐生；博时基金 付伟、黄继晨；建信基金 王誉锦；中信保诚 邹伟；汇丰基金 范坤祥；国寿安保 刘兵；中银基金 王帅、李建；万家基金 耿嘉洲；华泰柏瑞 杜聪；上投摩根 李婧；长城基金 刘疆、余欢；宝盈基金 刘凯；乘是资产总经理 赵大海；趣时资产 章秀奇、唐贝；深圳民森 丁凡伦；凯思博 王一凡；恒越基金 白钰；淳厚基金 陈文、廖辰轩；前海联合 王静；广发证券 嵇文欣、杨起帆、董程扬；灏霖投资 周小钢；运舟资本 周应波；肇万资产 崔磊；常春藤基金 陈雯雯；冲积资产 徐莉；富敦投资 刘宏；汇添富基金 黄耀锋；华夏基金 彭海伟；天弘基金 张磊；华泰保险 刘潇潇；上投摩根 王嵩；平安基金 黄维、丁琳；嘉实基金 赵钰、延建磊、余昊、何鸣晓、安昊、孟夏、王贵重、刘畅、唐堂、王宇恒、丁力、陈涛、刘焯；融通基金；新华资产 兰宏阳。
时间	2023年5月9日-12日
地点	现场及网络通信方式
上市公司接待人员姓名	迟梦洁（董事会秘书）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司的主营业务及经营情况介绍</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</p>

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。中国制造网（Made-in-China.com）的收费客户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。

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。

就今年一季度的经营情况而言，一季报的表现和年报的业务表现很相近。公司一季度的营业收入 3.44 亿元，与去年同期相比减少了 0.31%，净利润 4,858.44 万元（原记录表记载为 4.86 亿，系笔误），相比较于去年同期增长了 19.79%，扣非后净利润 4,647.24 万元（原记录表记载为 4.65 亿，系笔误），相比较于去年同期增长了 29.85%。合并报表层面销售商品、提供劳务收到的现金为 3.18 亿元，与同期相比增长了 14.44%。

	<p>二、公司中国制造网推出的 AI 智能助手麦可有哪些主要的功能？</p> <p>中国制造网 (Made-in-China.com) 推出了面向国内供应商的外贸 AI 智能助手——麦可，该产品于 2023 年 4 月 25 日推出限量试用版，将在 5 月 15 日迭代 2.0 版本，主要功能介绍如下：</p> <p>在营销推广场景，麦可能够实现从市场洞察到营销文案的综合产出，多场景撰写外贸专业开发信、智能改写产品描述，并实时进行 SEO 检测和优化提醒；</p> <p>在品牌出海场景，麦可能从企业品牌形象打造、社媒贴文创意策划、Blog 自动生成等功能驱动品牌内容生产自动化；</p> <p>在采洽沟通场景，麦可承担了“AI 全能助理”的角色，当收到国外买家的询盘（询盘国际贸易术语，是指买方或卖方为了购买或销售某项商品，向对方询问有关交易条件的表示）时，麦可能智能提炼买家的诉求和关键点，并实现对话内容的多语种翻译，贴合不同对话场景进行自动回复。</p> <p>该产品的推出旨在提升用户对中国制造网的使用粘性，通过提升用户的人员效率，提高用户对中国制造网的满意度。</p> <p>三、中国制造网业务的增长主要来源于哪些方面？</p> <p>中国制造网的业务增长主要来源于两个方面，一方面是客户数量的增长；另一方面是客户平均 ARPU 值的提高。</p> <p>这两年中国制造网也在不断的优化调整，越来越重视新客户的开发工作，扩大收费客户群体。在 ARPU 值提升方面，核心还是要丰富平台的产品与服务，近几年来，我们已推出了以领动建站、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”，与中国制造网业务共同形成外贸生态圈。今年我们又推出了 AI 智能助手麦可，相信对于提高用户使用粘性，增加用户满意度，可以起到积极的促进作用。</p>
日期	2023 年 5 月 12 日