

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（排名不分前后）</b></p>	<p>百年资产 王文心；乘富投资 谢哲；淳厚基金 陈基明；淡水泉 杨路；东北计算机 黄净；东方财富证券 刘雪莹、陈子怡；东海资管 胡玉阳；东吴证券 何逊玥、岳斯瑶、张文雨；东证融汇资管 张云亮；富国基金 于江勇；广发证券 杨起帆；国海证券 罗婉琦；国金基金 郝彪；国金证券 廖馨瑶；国联证券 刘宇浩；国泰君安 陈笑、赵国振；国信证券 柳旭；海富通基金 吕越超；鸿道投资 方云龙；华安证券 金荣、杨宗星；华创证券 周经纪、郭子萱；华富基金 黄星霖；华泰证券 吴晓宇；华夏基金 刘洋；华夏财富 刘春胜、程海泳；汇泉基金 曾万平；汇添富基金 曹诗扬、马翔；嘉实基金 龚楚、丁力；建信基金 王誉锦、项艾琳；建信理财 项艾琳、汪径尘；涇溪投资 邬丹妮；开思基金 倪文涛；凯丰投资 陈烽、范慧华；龙石资本 陆杨；弥远投资 许鹏飞；民生证券 刘雄、刘彦菁；名禹资产 刘宝军；明世伙伴基金 许庆华、刘博生；诺德基金 孙小明；鹏扬基金 吴西燕；平安资管 孙芳；上海人寿 方军平；上海天猷投资 曹国军；申九资产 欧阳沁春；申万宏源 黄俊儒；深圳市正德泰 钟华；首创证券 李星锦；泰康基金 周昊；泰康资产 余思雨；天风证券 刘诗雨；西部利得 温震宇；西部证券 卢可欣；西南证券 方建钊；兴华基金 高伟绚；阳光资产 王逸峰；银华基金 方建；涌乐投资 王雨晴；远望角投资 秦卓奕、翟灏；长盛基金 赵楠；浙商证券 吴安琪、汤秀洁；正圆投资 黄志豪；中金公司 胡安琪、王之昊；中信建投 刘岚；中信证券 朱珏琦、汪达；中银基金 崔平凡；中邮保险 朱战宇；中邮人寿 朱战宇；如山资本 王涌；HSZ Group Dennis Chien；景泰利丰 Wise Lui。</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2023年10月31日</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>电话会议</p>
<p><b>上市公司接待人员姓名</b></p>	<p>迟梦洁（董事会秘书）、顾军（财务总监）、赵国勇（证券事务代表）</p>
<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p>一、公司的主营业务及三季度经营情况介绍  先给大家简单介绍下今年三季度的经营情况：</p>

就三季度本期而言，营业收入 3.84 亿元，与去年同期相比增加了 0.61%；净利润 1.08 亿元，相比较于去年同期增长了 12.36%；扣非后净利润 1.08 亿元，相比较于去年同期增长了 20.80%。

从本年初至三季度末的数据来看，营业收入 11.19 亿元，与去年同期相比增加了 1.44%；净利润 2.98 元，相比较于去年同期增加了 24.69%；扣非后净利润 2.95 亿元，相比较于去年同期增长了 30.76%。

从报表上就可以看到，公司今年三季度结束后，净利润方面已经做到了接近去年全年净利润的一个水平。净利润端的增长主要系中国制造网业务的增长、公司的成本控制及收到的投资公司现金分红等多个因素的影响。今年营业收入端的影响因素主要是中国制造网业务的增长、保险业务及跨境业务的持续调整。

## 二、公司 AI 麦可产品目前的进展是什么？

自今年 5 月份公司 AI 麦可产品正式对外售卖以来，到如今已经跑了有 5 个多月了，结合这段时间内客户反馈的各种需求和高频使用的功能点，产品团队根据客户调研反馈不断升级功能，重点在内容营销、商机跟进和拓客等方面做升级，以提高产品满意度。此外，团队还将关注视频实时翻译和数字人两个方向，实时翻译将支持买家和供应商之间更高效的沟通和交流，而数字人的开发也已经在技术上基本解决，将在未来版本中逐步推出。

**三、今年 10 月份左右，中国制造网平台的流量突破了历史的高点，同时公司今年动作迅速，参加了很多场线下会展。在当前的市场环境下，是什么因素推动了公司在线上、线下活动中不断创造新高？**

在当前外贸大环境下，国内供应商最关键的挑战是找到买家和满足需求。多年的行业沉淀让我们认识到平台最核心的价值所在就是完成供应商和买家需求的匹配，这也是我们多年来积累的经验 and 优势。

从今天的时点看来，外贸承压是现实情况，但如果我们把时间拉长二十年来看，出口数据其实在大周期内都有过阶段性波动，眼下的情况对中国制造网而言并不陌生。越是在困难的环境下，我们更要致力于提供更好的服务给平台内的供应商会员和买家，从今年公司的经营层面可

	<p>以看到，我们公司自身运营采取了降本措施，但在推广方面的投入我们是增加的，我们需要吸引更多的买家和询盘，这是平台最重要的价值来源之一。</p> <p><b>四、请问客户在使用了 AI 麦可之后，在企业的外贸拓客以及内部人员费用控制方面会有哪些积极变化？</b></p> <p>我们在内容营销领域提供了多种功能，包括图片处理、产品描述优化、SEO 等，这些都是外贸供应商日常高频使用的场景。通过 AI 技术的应用，我们帮助国内供应商更高效地进行市场推广。其次，在供应商内部成本控制方面，我们引入了 AI agent 的概念，实现了日常规的高频工作的自动化。例如，在询盘的回复过程中，我们的 AI 麦可能够自动将买家的询盘翻译成中文，并生成回复初稿，这极大地提高了回复效率，节省了人工成本。在 AI 接待方面，我们帮助企业实现了更高效的客户互动，也降低了客服人员的压力，在内部人员费用控制方面实现了更高效的工作流程。</p> <p><b>五、AI 麦可目前的销售策略是什么？对于外部独立站和生态合作方，公司后续将如何进行合作和推广？</b></p> <p>在销售策略上，AI 麦可目前是作为一项中国制造网的增值服务在售卖，公司后续会根据产品的具体迭代策略评估是否将该产品与现有会员体系一起销售。对于外部独立站和生态合作方的合作推广，目前正在商务谈判中。</p>
<b>日期</b>	2023 年 10 月 31 日