

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>投资者关系活动类别</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>参与单位名称及人员姓名（排名不分前后）</p>	<p>德睿恒丰：江昕；中邮保险资产管理有限公司：张雪峰；中银基金：崔凡平；中信证券：朱珏琦；中信建投证券：杨艾莉、罗泽兰、蔡佳成；中信建投基金：禹世亮；中泰证券：朱骏楠；中国国际金融：谭哲贤、王之昊、张煜昱、周文菁；云杉投资：李晟；征金资本：谢丰；真科基金：杨君山；浙商证券：汤秀洁、陶韞琦、吴安琪；招商证券资管：何怀志；长盛基金：吴午、王柄方；长江证券：高超；长见投资：唐祝益；长城证券：沈彻；长城基金：陈良栋；长城财富：胡纪元；樟树基金：张国澄；张家港高竹：李心宇；悦溪投资：李晓光；元泓投资：周立峰；誉辉资本：郝彪；禹田资本：刘元根；永赢基金：任桀；银华基金：刘宇尘；银河基金：杨宁；阳光资管：王逸峰；亚太财险：程永宾；兴华基金：崔涛；兴合基金：侯吉冉；信泰人寿：刘跃；鑫诺嘉誉：廖勇；西南证券：苟宇睿；西部证券：高悦欣、卢可欣、陆亚宁；西部利得基金：邹玲玲；天玑投资：曹国军；天风证券：朱琳；泰信基金：杨显；太平养老：高瑜、仝栋材；太平洋证券：李林卉；深圳睿德信：肖斌；深圳前海博普：雍国铁；深圳凯丰投资：陈烽；深圳丞毅投资：胡亚男；申万宏源证券：黄俊儒、邓湘伟；申九资管：朱晓亮；尚诚资管：黄向前；上海肇万资管：崔磊；上海偕沣：尧小星；上海水璞：章宇轩；上海慎知资管：崔澎；上海人寿：王志伟；上海乾惕投资：罗志强；上海骥书投资：高自扬；上海磐稳投资：陈奕霖；上海磐厚动量：张云于、田田；上海牛乎：徐磊；上海弥远资管：许鹏飞；上海钧泽基金：余辉武；上海玖鹏资管：陈虹宇、陈勇；上海涇溪投资：邬丹妮；上海嘉世：李其东；上海混沌投资：叶子；上海方以：谭淼舰；上海方大投资：王麒印；山西证券：胡德军；厦门坤易投资：郑婷；瑞银证券：张维璇；瑞腾投资：刘晓宁；人寿保险：费磊；笠笠资管：郑峰；泉果基金：葛世琦；趣时资管：滕春晓；乾锦豪资管：曹棋；前海君安资管：卢晓冬；谦信私募基金：黄福淦；平安基金：刘杰；鹏扬基金：吴西燕、黄旭；磐稳投资：王含嫣；诺安基金：王晴；南方基金：尤丹倩；名禹资管：刘宝军；民生证券：刘彦菁、刘雄；民生银行：杨桐；路博迈基金：安鹏；领久基金：张帅；联合保险：李东；昆仑保险：周志鹏；凯石基金：厉楠、黄津津；开源证券：刘逍遥、李海强；精砚基金：钟沁昇；金股证券：曹志平；健顺投资：邵伟；建信养老金：王天乐；建信信托：李小亮；建信基金：王誉锦；嘉御资本：袁颖；嘉实基金：蔡丞丰、安昊；吉富投</p>

	<p>资：陈剑锋；汇添富基金：马翔、钱诚；汇鸿汇升投资：李栋；华鑫证券：任春阳；华夏未来资本：褚天；华夏久盈资产：周武；华夏创新投资：刘春胜；华西证券：许光辉；华西基金：徐语晨；华泰证券：周钊；华商基金：王毅文；华金证券：林挺；华福证券：左行、张东雪；华鼎资产：忻红玲；华创证券：杨澜、杜郁坤；华安证券：傅晓焯、来祚豪；华安财保资管：房晓；鸿运基金：张永波；宏利基金：徐雨楠；红土创新基金：杨一；红塔证券：俞海海；红杉资本：闫慧辰；贺腾资管：杨森杰；合众资管：王浩、张看；合道资管：严思宏；禾其投资：王祥麒；杭州米仓资管：管晶鑫；瀚伦私募基金：黄志青；瀚川资管：陆忆天；海通证券：毛云聪、康百川；国元证券：耿军军、路璐、邵子娴；国信证券：闵晓平；国泰君安证券：刘晨露、俞春梅、陈笑；国泰基金：饶玉涵；国盛证券：李可夫；国融基金：贾雨璇；国君证券资管：范明；国金证券：李忠宇、廖馨瑶；国海证券：罗婉琦；广发证券：杨起帆；广东远桥：汪睿；光大证券：孙相绪、颜燕妮；光大永明资管：刘奇；共青城基研投资管：高耀华；工银理财：刘荫涛；富国基金：孙权；复星蜂巢控股：张叶萌；复通投资：余音；复胜资管：戴卡娜；方正证券：景柄维；方正债投：邓迪飞；朵娜创梦投资：黄钦文；东兴证券：王健辉；东吴证券：张家琦；东吴基金：姜怡；东方证券资管：周云；东方证券：张开元；东方财富证券：周旭辉、陈子怡、吕林、刘雪莹；东北证券：陈俊如、黄净、马宗铠；大家资管：王凤娟；大道兴业投资：黄华艳；淳厚基金：陈文、陈基明；创金合信基金：陆迪；乘富投资：谢哲；晟店溪谷：王涌；财通证券：王瑾瑜；冰河资产：刘春茂；北信瑞丰基金：石础；北京泽铭投资：单河；北京衍航资管：杨晓鹏；北京鸿道投资：方云龙；宝盈基金：刘凯；百嘉基金：黄艺明、张路榆；爱建信托：唐泰凌；IGWT 投资：廖克铭。</p>
时间	2024 年 2 月 23 日
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	李磊（中国制造网总经理、高级副总裁）、迟梦洁（董事会秘书）、顾军（财务总监）、赵国勇（证券事务代表）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司的主营业务及 2023 年年度经营情况介绍</p> <p>2023 年，公司营业收入 15.19 亿元，与去年同期相比增加了 3.84%；归母净利润 3.79 亿元，与去年同期相比增加了 26.12%，该净利润中已计提了 2,882.09 万元业绩激励基金。2023 年扣非后归母净利润 3.67 亿元，与去年同期相比增加了 31.71%。</p> <p>公司的主营业务由中国制造网、新一站保险代理业务以及跨境电子商务业务三部分组成。其中，中国制造网业务占公司营业收入的 82.03%，2023 年其营收达到了 12.46 亿元，在现金回款层面，中国制造网实现现</p>

金回款较去年同期增长超 15%，考虑到中国制造网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这一特点，2023 年现金回款的增长正常在 2024 年营业收入中得到一定体现。

近年来，公司深入洞察外贸企业的需求变化，持续发展完善包括 X 业务（如领动建站、孚盟 CRM、企业培训等外贸生态圈横向业务）和链路生态业务（如交易、收款、物流等外贸交易流程范围内的纵向服务）在内的各项业务，2023 年，此类业务营业收入已超过 4500 万元，同比上年增长 40.48%。

公司在 2023 年重点加大了海外买家的流量投放和建设，加强了移动端策略，使得中国制造网买家 APP 端的活跃用户同比增长 47.6%。此外，公司还推出了多个小语种网站，包括专门的阿拉伯语言版本的 APP，使得来自中东、北美、东南亚等新兴市场的商机同比显著增长。公司助力会员抢抓外贸“新三样”等高增长点，平台全年储能系统行业商机同比增长 803%，二手电动载人汽车及库存车辆商机同比增长 509%，电动载人汽车商机同比增长 225%。在产品方面，公司在 2023 年 4 月份在行业内率先推出了 AI 麦可，并经历了数个版本的迭代。到目前为止，公司在文字的自动生成和优化、图片的优化以及视频的自动生成维度，都有针对外贸行业的解决方案。截止到 2023 年底，正式购买 AI 产品的会员数约 4000 位，现金回款超过 2000 万元。

新一站保险业务在 2023 年的营业收入与 2022 年相比变化不大，但其业务质量和构成、产品构成都进行了大量调整。公司在人员组织架构方面也进行了调整，使得新一站全年减亏 1000 多万元，未来实现盈利的可能性进一步提升。

关于跨境业务，跨境电商是中国外贸高质量发展的新引擎。公司过往主要服务传统贸易企业，但长期探索尝试以交易为核心、供应链为基础、服务平台为支撑的跨境出海解决方案建设。2023 年，公司跨境业务方向的营业收入增长了 2.18%，跨境方向在 2023 年也实现了减亏。

二、AI 麦可未来功能端的计划及该产品的发展规划是什么样的？

功能端上线计划：目前公司的 AI 麦可已涵盖了文字、图片、视频等多种媒体形式，为 B2B 垂直领域的客户提供了数智化功能，目前 AI 麦可已经完成了大部分功能开发，2024 年，AI 麦可的功能迭代重点主要包括：

（一）企业知识库的构建和应用。公司计划利用 AI 能力并结合客户自身的业务数据和知识，为客户打造专属的企业知识库，从而提升客户的业务效率和价值。例如，公司可以帮助客户实现智能问答、智能搜索、智能推送等基于客户知识库的功能。

（二）数字人的优化和升级。公司 AI 麦可目前已经上线了数字人功能，后续在这个领域内为客户提供更加自然、人性化、互动性的服务。例如，公司可以帮助客户实现智能客服、智能导购、智能助理等基于数字人的功能。公司将继续优化数字人产品，让它更加逼真、智能、个性化。

当然，AI 技术发展迅猛，公司的 AI 产品未来可能还有很多当下尚未发掘的方向，后续公司也会根据市场的需求和反馈，不断地对 AI 麦可进行创新和改进。

AI 麦可发展规划：关于 AI 麦可的战略发展规划，可以分成以下三个阶段：

第一阶段：快速整合阶段（已如期完成）

在 2023 年，公司已经完成了 AI 麦可的主要功能并成功上线。公司的目标是快速的产品成型和明确的产品定位，以抢占市场先机。目前已经实现了智能产品发布（智能撰写产品信息、批量智能发品、智能产品润色、重复产品检查调整）、内容智能生成、AI 辅助商机跟进（AI 接待、买家智能画像、翻译与自动回复、新客分析与开发信撰写）、AI 辅助拓客（行业情报、智能拓客、行业扫描仪、商机线索管理）等能力。

第二阶段：能力渗透和客群渗透阶段（进行中）

从 2023 年末到 2024 年上半年，公司将重点进行能力的渗透和客群的渗透，能力渗透如上段提到的功能端上线计划，客群渗透即在此阶段公司会以继续扩大 AI 的使用客户量为重点。

第三阶段：场景拓展和企业应用分层（进行中）

自 2024 年一季度开始，公司将进行场景的拓展和企业应用的分层，围绕企业降本增效扩大 AI 应用的场景，覆盖更多的外贸企业。将 AI 解决方案和中国制造网目前的“X 业务”、全链路服务进行结合和渗透，比如说和目前中国制造网已经在代理销售的领动云建站服务、外贸客户管理软件等企业联合，将 AI 解决方案渗透进客户外贸全流程中。另外，目前公司的 AI 麦可采取的是订阅制的形式，后续计划根据企业自身的特点与需求，尝试企业级 AI 应用的分层，对于终端企业用户的更高诉求和明确目标，公司将为其提供更多扩展场景 AI 解决方案。

三、2023 年公司 AI 麦可的现金回款超过 2000 万元，但在营业收入层面为 632.22 万元，这一块的具体原因是什么？

AI 麦可采取预付费方式（按月/半年度/年度）向供应商售卖，在确认营业收入时，按供应商实际使用的市场逐月确认为收入。

四、2024 年，公司出海的重点会在哪些方面？

自 2023 年初以来，公司看到越来越多的外贸企业正积极地走向国际。中国制造网在出海这一领域的布局很早，2013 年就已然开始尝试跨境方向，2015 年在海外设立了子公司，尝试运营海外仓等业务。在帮助企业出海的过程中，中国制造网除了为企业提供品牌力的提升，帮助企业在海外实现品牌增值，还会提供一些基础出海服务，如开设公司、在当地帮助推荐产品等业务，目前公司仍在继续推进这些服务。

在 2024 年，公司将加大对企业海外出海方向的支持力度，除中国制造网外，公司还通过“X 业务”（如领动建站、孚盟 CRM、企业培训等外贸生态圈横向业务）的开展，整合一批跨境生态圈内有竞争力的企业，通过二十余年锤炼出的 To B 业务上的连接力，共同提升制造类企业出海能

	<p>力。</p> <p>另外，公司致力于满足外贸企业的诉求，即希望投入的增加能够带动商机询盘的增加及客户质量的提高。在 2023 年，公司做了流量大数据平台分发项目，实际上是为了更好地在企业的投入以及公司平台的效果兑付上，建立一个公司认为更科学、更有承载能力和交付能力的基座。2024 年，公司将继续扩大流量生态能够支撑的客户群，将公司在头部支撑的客户范围扩大到更多的付费客户，以提升他们的满意度和阿尔法值。</p> <p>五、针对海外买家端客户，公司主要是通过什么方式进行拓展？</p> <p>经过多年的经验累积，主要分为线上和线下两个方面：</p> <p>在线下，我们每年都会参加全球的上百场展会，以此来提高我们的品牌曝光度。此外，我们还会与各个国家的政府或类似机构合作，为当地的大买家提供中国供应链的采购匹配服务。</p> <p>在线上，我们会持续进行品牌曝光，并通过 SEO/SEM 等方式在移动端、APP 端以及社媒等多种互联网入口获取优质流量。</p>
日期	2024 年 2 月 26 日