

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	☒特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐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)	中银证券资管 张岩松；中信证券 朱珏琦；中信期货 魏巍；中信建投证券 马晓婷；中泰证券 闻学臣；中科沃土基金 黄艺明；中金公司 王之昊、袁佳妮；中汇人寿 朱炳姮；中海基金 谢 华；人民养老 王澍；浙商证券 吴安琪、陈磊、冯翠婷、林子涵、王笑飞；长盛基金 郭堃、吴午；长城证券 纪涵宇；源乘投资 刘小瑛；银河证券 顾熹闽；循远投资 田超平；兴乾基金 袁修恒；信泰人寿 云昀；西南证券 周杰、苟宇睿；西部证券 卢可欣；天风证券 刘诗雨、来舒楠；创富兆业 吴贇宇；申万宏源 黄俊儒、陈晴华；宁泉资产 高熙尧；睿扬投研 屈霞；荣泽石资产 史良；磐厚动量 于昀田；麦高证券 周楦；凯丰投资 曹博；九方智投 王德慧；江苏瑞华 于宁、葛苑姣；华夏未来资本 褚天；华夏基金 张木；华夏财富 刘春胜；华西证券 许光辉、徐晴；华泰证券 朱珺、吴珺、刘亚涵、万义麟、郭嘉；华金证券 王延森；泓德基金 胡云；红年资产 王聪；和谐汇一 章溢漫；中大君悦 陈修能；国元证券 李典、王朗、郜子娴；国信证券 柳旭；国泰基金 郑浩；国泰海通 孙小雯、任嘉骏 、李宏科、陈笑；国盛证券 杜玥莹、范佳博；国联民生 姚蕾、周芷西；郝彪；国海证券 程泽惠；广发证券 朱慧敏、曹敦鑫；亘曦资产 朱登科；富荣基金 黄津津；峰辰资产 刘华峰；沅京资本 汤晨晨；方正证券 刘雄；东吴证券 张家琦、田华；东方证券 沈熠；东方财富证券 向心韵；东北证券 易丁依；财通证券 杨澜；渤海证券 王 晴；博时基金 李绮雯；北京金百裕投资 刘晓爽；Pickers Capital Stanley Yip；HSZ Group Dennis Chien。
时间	2025 年 9 月 1 日
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	卢颐（AI 中心总经理）、顾军（财务总监）、迟梦洁（董事会秘书）、赵国勇（证券事务代表）
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司 2025 年上半年经营情况介绍 先给大家简单介绍下今年主营业务及上半年的业绩情况：

	2025 年上半年，公司营业收入 9.15 亿元，与去年同期相比增加了 15.91%；归母净利润 2.95 亿元，相比较于去年同期增长了 26.12%；扣非后归母净利润 2.86 亿元，相比较于去年同期增长了 24.17%。半年度公司净利润端的增长主要系主营业务中国制造网业务收入保持平稳增长所致。 截至 2025 年 6 月 30 日，中国制造网（Made-in-China.com）平台收费会员数为 28,699 位，较去年同期增加 2,966 位，购买 AI 麦可的会员累计超过 13,000 位（不含试用体验包客户）。 2025 年上半年，公司围绕外贸核心场景深耕发力，核心业务与 AI 应用协同推进，成效显著。在全链路外贸服务领域，中国制造网针对外贸向买方市场倾斜的趋势，从流量与赋能两端强化竞争力。流量生态构建上，通过网站性能升级、多语站点优化等举措，实现整站流量同比增长 35%；同时深化品牌建设，联合海外红人扩大知名度，落地 50 余场线下展会及采洽活动，并在巴西、阿根廷等地开展特展，提升全球影响力。交易赋能方面，针对内贸转外贸、工厂型、轻工企业推出专属赋能计划，创新 Biz Connect 商链活动，还优化平台功能以提升供需对接效率等。在外贸 AI 应用业务领域持续突破，公司坚守外贸垂类 AI 创新方向，2025 年上半年对 AI 麦可进行多维度升级，使其与平台场景深度融合、强化多语言接待能力等；同时计划下半年推出买家端升级后的 Sourcing AI，并将 AI 应用于公司内部运营，提升多语页面质量与销售效率，助力业务降本增效。 二、公司推出的“新航海计划”定向赋能轻工行业的初衷是什么，主要是包括哪些行业，在这些行业中是采用什么样的具体方式给他们赋能的？ 公司主要是为帮助了广大中国外贸企业应对全球贸易环境的不确定性、关税壁垒带来的挑战，同时进一步优化中国制造网平台卖家结构，启动了“新航海计划”，以多元化国际市场布局为核心，通过强化平台资源投入、深耕重点区域市场、扶持轻工行业出海等系列举措，助力中国供应商稳固核心市场、拓展新兴市场，不断夯实“中国制造”在全球的核心竞
--	---

	争力。 主要包括十大轻工行业：服装饰件(Apparel & Accessories)、纺织(Textile)、消费电子(Consumer Electronics)、计算机产品(Computer Products)、轻工日用品(Light Industry & Daily Use)、玩具(Toys)、箱包和礼盒(Bags, Cases & Boxes)、运动健身和休闲娱乐(Sporting Goods & Recreation)、工艺品(Arts & Crafts)、办公文教(Office Supplies)。未来可能根据公司的实际发展及市场变化予以调整。 在具体的赋能权益方面，主要包括三大核心扶持权益：1. 提供“省心启航包”，帮助新客利用 AI 快速完成高星级展厅搭建，帮助企业快速完成出海准备；2. 给予全方位智能营销支持，涵盖核心营销工具资源、新客专属流量倾斜，并叠加轻工行业专项发展基金与专属流量池，助力企业精准拓客、快速起量；3. 实行商机无忧保障，针对特定符合条件的供应商，还将根据不同服务周期明确商机数量保障。 三、公司二季度的营业成本占收入的比例有一定的增加，请问具体的原因是什么？ 公司的营业成本主要由两部分构成：一是流量投放相关成本，二是网站服务器等网站基础设施相关成本。鉴于外贸行业存在结构性机会，公司加大了市场流量投入力度。此举旨在吸引更多买家，进而为平台卖家创造更多全球商业机会。而在为卖家带来增量机会的过程中，公司自身的商业成长空间也将得到进一步拓展。此外，单位流量获取成本的上升，也对营业成本造成了一定影响。 四、公司今年上半年在 AI 应用上主要有哪些变化？后续公司在该方向会有哪些新的进展？ 上半年，公司一方面不断提升 AI 麦可的能力与潜力，同时也在买家端和公司内部寻找更多 AI 赋能方向。在 AI 麦可方面，上半年 AI 麦可围绕核心功能优化与技术升级，实现了多维度能力提升，主要包括 AI 麦可强化全天候多语言接待，尤其将“多语交互”与“回复稳定性”列为重
--	--

	点优化方向，通过技术迭代提升了多语言场景下的响应准确性，同时减少了系统波动，保障了外贸出口企业日常使用中的服务连续性。另外，在 AI 背景图生成、自动访客营销、自动数据分析等具体功能方面也都进行了能力提升。另外，公司进一步优化 Sourcing AI 的性能，并尝试与中国制造网进行融合，精准响应海外买家专业采购需求，预计在 2025 年下半年上线。在内部 AI 应用方面，公司通过 AI 的多语言能力提升多语页面信息质量，销售端也借 AI 推出对练、物料准备、客户背调等管理工具，有效提升销售人员效率。 公司后续在 AI 上将围绕三大方向推进： 一是持续优化 AI 麦可能力，尤其是将 AI 解读数据价值与 BI 可视化呈现深度结合，精准生成运营策略及服务推荐方案，助力企业高效决策； 二是通过 Sourcing AI 等工具拓展买家端市场与需求，提升买家体验，提高匹配效率； 三是完善公司内部 AI 赋能架构，推动 AI 技术在销售、管理、研发等关键业务环节的深度渗透，以智能化工具与能力升级，持续提升各板块运营效率与业务创新潜力。
	2025 年 9 月 1 日