

## 调研记录

**时间：**2012年11月21日（上午10:00—12:00）

**地点：**董事会秘书办公室

**接待领导：**顾军（董事会秘书兼财务总监）

**调研对象：**罗延军（诺安基金管理有限公司）、王茹远（宝盈基金管理有限公司）

### 1、公司业绩下滑的原因？

答：现阶段中国的出口和外贸行业整体低迷、国内的中小企业订单数量减少，中国制造网的收费会员数量也因此出现一定幅度的下降，公司的收入增速放缓。加之前期在全国各地设立了20几个分公司，招聘了很多销售人员，管理成本出现较大幅度的增长，所以公司整体业绩出现下滑。

### 2、文笔网路科技有限公司现在的经营情况怎么样？

答：文笔网路的前身是一家台湾公司，是做黄页杂志的。随着互联网的快速发展、黄页杂志的印刷成本过高加之客户数量有限，导致公司经营出现困难。后来焦点对其进行了资产收购，收购价格是500万美元。目前的文笔网络是有正向现金流的，但是因为资产收购每年要有100万美元的摊销，共5年时间，所以账面反映出来还是亏损的。文笔网络虽然是在台湾设立的公司，但股东焦点科技是大陆公司，所以在台湾还是被定性为陆资企业，在经营管理方面还是会受到一定限制。比如台湾本土企业可以印刷黄页杂志，但文笔网络被收购后因为是陆资企业就不可以继续印刷黄页杂志。现在我们是和北京一家专门做APP应用的公司合作，通过APP应用给我们的客户发布电子杂志，客户在手机、pad上都可以随时阅读。

### 3、当初为什么想到做保险？

答：做保险最初的设想是，中国制造网是服务于外贸进出口行业的，进出口贸易都会涉及到货运保险，设立保险公司可以更好的满足客户在货运保险方面的需求。但是后来实践发现，客户的进出口业务大部分是找货运代理去做的，货代提供的一系列服务中也涵盖了货运险，客户不太需要自己单独去找货运险。所以目前的新一站更多的是代理健康险、意外险等险种，货运险还没有形成一定规模。在保险方面，除了新一站之外，去年还收购了深圳慧择，并成立了深圳市慧择保

险经纪公司。公司目前的保险架构中，既有做保险代理的新一站，也有做保险经纪的深圳慧择，都是全国性的保险牌照，在业务整合方面有一定优势。根据国家在十二五规划中对保险行业的未来发展规划，以及国民保险意识的日益增强，将来的保险经纪和保险代理业务会日趋成熟，公司在保险方面是能够有所作为的。

4、目前整体外贸形势不好的情况下，公司还在招人吗？

答：目前研发还在招人，但销售不再招人了。研发持续招聘新员工是受 TM 即时聊天工具的研发严重滞后影响，公司在 2007 年就筹划尽快推出 TM 即时聊天工具，以满足国内供应商和国外买家之间的及时互动交流需要。当时将该项目外包给上海一家软件公司，该公司做了 2 年多也没有完成。之后又找了重庆一家软件公司继续研发，最后也是以失败告终。通过这两次项目外包，公司意识到核心技术的研发还是要公司自己内部人员做，非核心项目的可以外包，所以公司在研发人员的招聘方面还是在持续跟进。

5、艾普太阳能设备有限公司经营情况怎么样？

答：艾普太阳能是沈总个人投资的，公司没有持股，它和公司之间存在关联关系。艾普太阳能今年的形势也不是很好，因为艾普太阳能的产品全部都是出口到国外的，在当地安装人工费很高，加上国外现在经济不景气，以前买家都是现款支付，现在都要求赊销。

6、百卓采购网发展如何？互联网采购平台是不是优于传统线下的采购模式？

答：百卓采购平台刚刚起步，想要发展到一定规模需要一个过程。一些大企业尤其是国企本身都有自己的供应商渠道，甚至成熟的招投标流程，他们对采购平台的需求相对较小。百卓采购平台的定位更多是服务于广大中小企业，采购商提供一些基本证照注册成为会员后，采购平台可以为其推荐中国制造网的一些优质供应商，其也可以通过采购平台的供应商库自行寻找满意的供应商，这些服务目前都是免费的。采购平台的服务不仅为中小企业采购商在人力以及采购系统方面节约成本，还可以为其挖掘到更多优质的供应商，问题是公司的管理层能够接纳采购平台，但是包括采购经理在内的具体经办人不愿意使用采购平台。一方面是他们不习惯借助互联网平台和采购工具去挖掘供应商，还是更希望通过传统的渠道，通过熟人介绍，通过其他关系去联系供应商，另一方面也可能有一定利益在

其中。目前采购平台已经入驻了一个大客户，是台湾的台塑，它已经在采购平台发布需求，并采购成功。采购平台也提供招标的功能，但后期业务成熟后不会仅针对招标一项服务进行收费，还是希望培养成会员收费模式，发布需求和招投标等服务一揽子收费。采购平台目前的工作还是希望把客户做好，把流量做好。百卓采购平台和中国制造网中文版的业务有部分趋同，后期两者会逐渐融合。

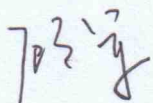
7、中国制造网和去年相比有什么变化？

答：中国制造网的核心功能没有大的变化，变化更多是功能的优化和完善。比如推出了基于数据挖掘技术的产品数据罗盘，数据罗盘作为一款专业性的数据分析产品，基于中国制造网海量访问数据，通过数据的分析和提取，为客户提供更加客观、科学的参考依据，帮助客户实施有效决策，并且将透过灵活的收费模式，为公司创造新的收入来源。

8、中国制造网已经走过高增长的阶段，目前处于一种稳定阶段。公司对给客户提供互动式高端服务方面有没有什么规划？未来收费模式有没有什么规划？

答：互动服务方面，有之前提到的 TM 即时聊天工具，买卖双方通过聊天工具即时在线交流。还有 24 小时在线客服服务，因为国外的工作时间和国内是有时差的，所以为了更好的服务于国外买家，推出了 24 小时在线客服服务。还有多语言版的推出，增加了很多小语种的服务。以后的服务将根据客户的需求提供更多服务，不仅仅是简单的线上服务，还包括落地服务，我们目前驻外的销售有 800 人左右，这些都是给客户提供优质服务的优势。中国制造网目前有几百万的免费会员，这些都是潜在客户，公司希望通过提供更多优质的、互动式、专业团队化的服务来促成免费会员转变成收费会员，为收费会员带来更多的效果和经济效益，增加客户对中国制造网的粘性。未来的收费模式有两个抓手，一方面是将收费会员绝对数提升，通过扩大收费会员数量来增加收入；另一方面是改革收费模式，根据效果来收费。

签字：



日期：

2012 / 11 / 21