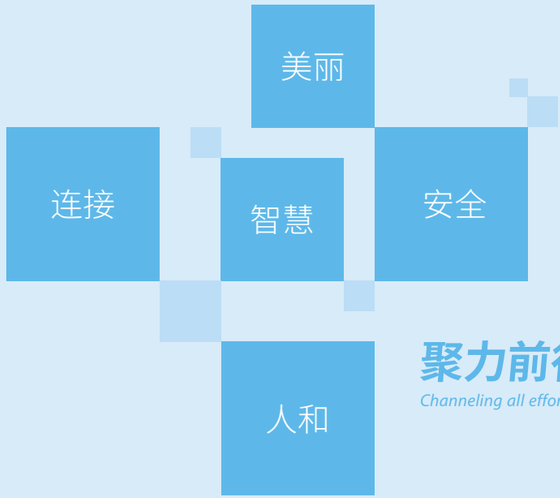
聚力前行 臻于智善

Channeling all efforts towards technology for good

2019 年度企业社会责任报告

@FOCUS 焦点科技

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn



聚力前行 臻于智善

Channeling all efforts towards technology for good

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

目录 Contents

聚力前行 臻于智善

Channeling all efforts towards technology for good

2019 年度企业社会责任报告

01 董事长致辞 —— 04

02 不断前行中的焦点科技 —— 06

03 责任理念 —— 10

04 实质性分析与利益相关方沟通 —— 12

05 连接 · 聚焦中国制造 —— 14

扬帆起航，走向海外市场

全心全意，服务中小企业

06 智慧 · 赋能贸易生态 —— 24

智慧创新，促进全球贸易

透明公开，乐享阳光采购

金融赋能，构建善融驿站

转型升级，打造品牌力量

07 安全 · 守护全网空间 —— 40

安全防护，保障数据信息安全

信息监管，营造优良网络空间

08 人和 · 共建奋斗者家园 —— 46

公正公平，保障员工权益

全面赋能，深化人才培养

文化积淀，创造活力环境

09 美丽 · 共创善美世界 —— 58

精心甄选，弘扬中国制造之美

真善与共，传播公益善行

绿色运营，共建美好环境

数据资料篇

10 公司治理 —— 74

11 所获荣誉和奖项 —— 79

12 加入的行业协会 —— 80

13 绩效数据 —— 81

14 对标索引 —— 90

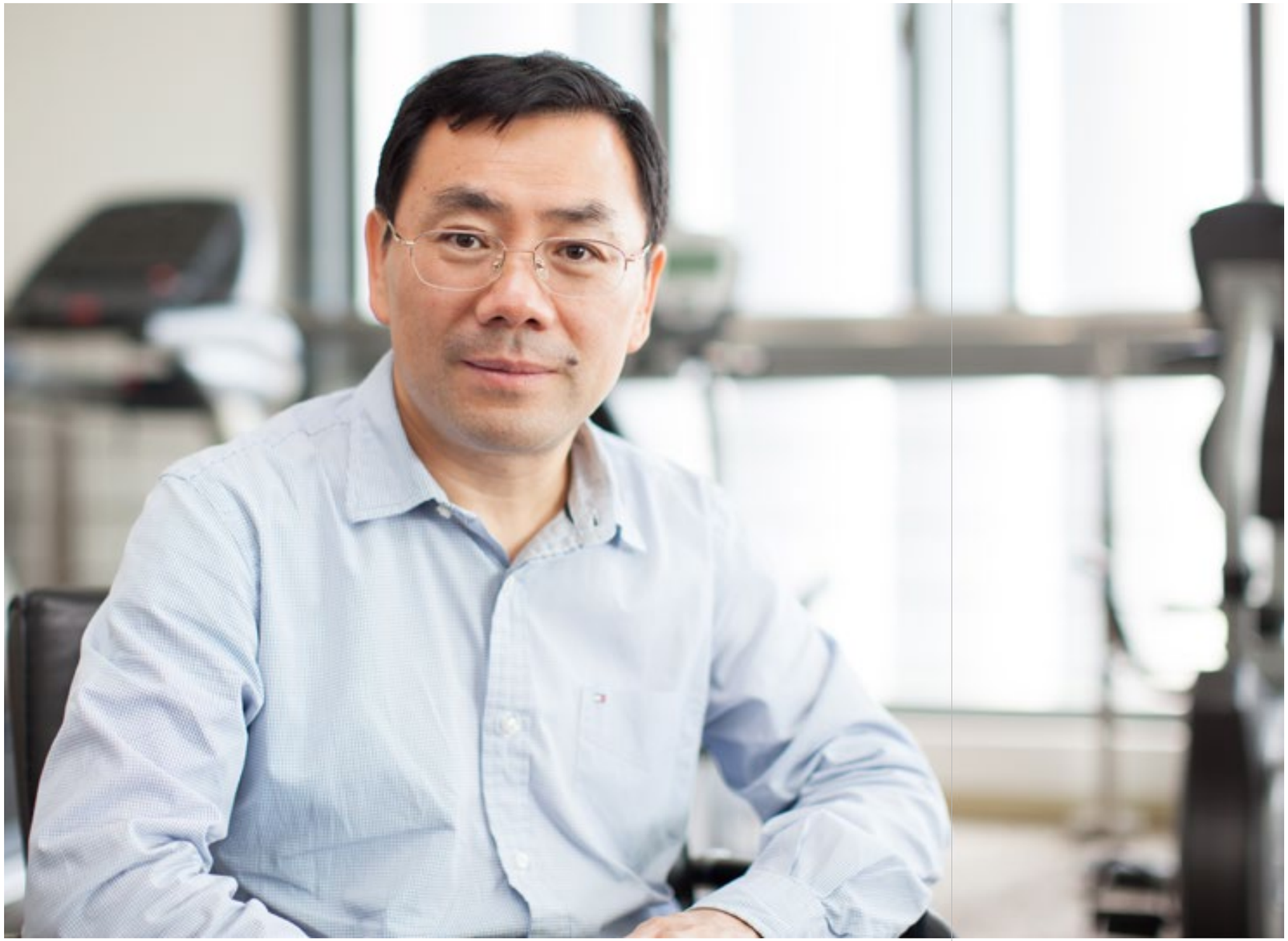
15 关于本报告 —— 96

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

01 董事长致辞

正念正道，方能久远

我们认为，人类如果要永续生存，就需要有最基本的伦理。这种伦理来自基因而非教育，真善美也是藏在我们的基因里面的。商业向善，是我们开展各项业务，以及处理和员工关系、客户关系的一个重要原则，也是我们弘扬中国制造，赋能行业生态，共筑美好家园，实现可持续发展愿景的重要基石。



2019 年，是焦点科技上市的第 10 年，也是焦点科技成立的第 23 年，伴随着业务的进步和拓展，焦点始终在为打造一家干净、透明、友好、没有阶层之分的企业不断努力，希望在复杂多变的社会中创造一个简单、可控、更符合人们心中期待的企业环境。

早在 2001 年，我们的管理层就开始郑重地考虑一个问题，公司的发展应当基于什么样的价值观和理念？最后总结为我们都认同，并且贯穿公司所有价值理念的三个字——真、善、美。我们认为，人类如果要永续生存，就需要有最基本的伦理。这种伦理来自基因而非教育，真善美也是藏在我们的基因里面的。商业向善，是我们开展各项业务，以及处理和员工关系、客户关系的一个重要原则，也是我们弘扬中国制造，赋能行业生态，共筑美好家园，实现可持续发展愿景的重要基石。

坚守初心，助力中国制造。我们成立中国制造网，为中国制造商提供了与海外买家连接的平台。围绕着“弘扬中国制造，服务中小企业，促进全球贸易”的初心和宗旨，我们以“竭尽全力创造客户认可的有价值的产品和服务”为使命，帮助上下游的合作伙伴以及客户获得了更多的商业机会，取得了更好的经济效益，并为中小企业的业务推广和成长提供有效支持。

智慧创新，赋能行业生态。我们借助在互联网领域多年积累的技术优势，推出了新一站、百卓网、inQbrands 等业务品牌，通过新一站，用户可以在更加开放、透明的环境中选择最适合自己的保险产品；通过百卓网，企业在采购环节中可以节省大量时间、人力成本，确保采购全过程更加高效和透明；通过 inQbrands，中国企业逐步建立起海外品牌形象，赢得世界范围更多消费者的认可。而推动我们做这些业务的初衷，是希望为客户和社会解决当前存在的实际问题，创造真实的社会价值。

全面履责，建设美好家园。我们从 2008 年起开始关注公益慈善领域，2010 年成立了“关爱未来委员会”，2014 年，我们确立了重大公益项目的执行方向及愿景“与未来有关的都与我们有关”，并逐步增大教育领域的公益投入。在贫困地区，我们通过自身的技术优势，携手内部员工、公益组织等合作方，开展了各类助学助教项目，帮助提升贫困地区师资能力和教育资源水平，为中国教育脱贫事业贡献焦点力量。此外，我们深知环境对于企业和整个社会可持续发展的重要性，不断加强环境管理，积极践行绿色运营，实现经济和环境的和谐发展，建设绿色、美好的幸福家园。

正念正道，方能久远。我们将持续开展以大数据、人工智能为引领的技术创新，以“竭尽全力创造客户认可的有价值的产品和服务”为使命，坚实地走好前进中的每一步，携手各界同仁，共创善与智的价值，共创更美好的未来。

焦点科技董事长兼总裁

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

02 不断前行中的焦点科技

公司简介

焦点科技股份有限公司（以下简称“焦点科技”“公司”“我们”，股票代码：002315）成立于 1996 年，注册资本 23,500 万元，是国内成立最早从事互联网和电子商务服务及创新的企业之一，总部位于江苏省南京市。焦点科技是国家规划布局内重点软件企业，国家首批信息化试点单位，国家工业和信息化深度融合示范企业，国家首批电子商务示范城市试点项目单位，商务部电子商务示范企业。

公司始终致力于将传统行业与互联网深度融合，先后将互联网引入外贸、保险、企业采购、教育、医疗等多个领域，研发并运营了中国制造网（Made-in-China.com）、新一站保险网（xyz.cn）、百卓采购网（Abiz.com）三大电子商务平台，以及移动医疗等互联网项目。凭借多年来的不断积累，旗下中国制造网已成为全球采购商寻找中国供应商以及贸易伙伴的重要网络渠道。

一直以来，焦点科技以“竭尽全力创造客户认可的有价值的产品和服务”为使命，持续进行产品与服务创新，连续多年荣获“中国最佳客户服务奖”“中国最佳服务管理奖”等殊荣，获得业界广泛好评。

2007 年 8 月 入驻南京高新软件大厦

公司主营业务

品牌	业务运营地	产品和服务	客户类型	服务的市场
中国制造网	中国	为外贸型用户提供交易信息的发布、搜索、管理服务，为供求双方提供沟通与磋商工具，以及其他外贸过程中的相关服务。	国内中小企业	全球市场
中国制造网内贸站	中国	为买卖双方提供信息管理、展示、搜索、对比、询价等全流程服务，同时提供第三方认证、推广等高级服务。	国内中小企业	中国
Crov.com	中国	专业跨境 B2B 在线批发交易平台，通过品类分销、商品直发、定制采购等业务，帮助中国供应商将产品直接分销给海外本土的以零售商为主的线下小 B 买家。	中国供应商 海外分销商 海外零售商 海外企业	美国、东南亚等全球市场
inQbrands	美国	为企业提供包括品牌建设、产品开发、仓储、办公等落地美国销售的全流程一站式服务，为产品找到美国目标消费者。	中国企业 美国中小型商家	中国、美国
Doba	美国	通过开放平台接口，有效地连接供应商与零售商，为供应商和零售商提供了便捷、有效的渠道和资源。帮助供应商，拓展线上销售渠道。	中国供应商 美国供应商 美国线上零售商	美国
新一站	中国	为广大中小企业及个人提供保险产品的咨询、购买、理赔、保全等一站式服务。	企业、个人	中国大陆境内（不含港、澳、台）
百卓优采供应链云平台	中国	为国内中大型企业量身打造的企业供应链协同云平台，通过电子采购管理平台，帮助企业实现采购管理的精细化、便捷化、智能化、规范化。	中大型企业 集团公司	中国
百卓优采云进销存	中国	专注服务中小微企业，为企业提供采购、销售、库存、财务、CRM、订货商城、商机管理一站式解决方案。	中小微企业	中国
焦点小贷	中国	主要提供基于互联网平台应用场景下的中小微企业及个人贷款发放、创业投资、融资性担保以及经政府主管部门批准的其他业务，满足客户在不同时期、不同业务场景下的资金需求。	焦点科技旗下各电商平台及子公司客户	中国
中企教育	中国	旗下焦点商学院专注提供跨境贸易、电子商务等专业方向的人才服务；江苏企业大学为江苏省工业和信息化厅授权成立并指导的江苏省级人才服务平台，专注提供软件和信息服务产业方向的人才服务。	中小外向型企业 江苏省内的制造企业	中国

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1996.1

南京焦点科技开发有限公司正式成立

致力于为中小企业提供互联网应用服务。

1998.2

中国制造网（www.made-in-china.com）上线运营

帮助中国中小企业和海外采购商建立联系，挖掘全球市场商业机会。

2007.1

中国制造网推出“认证供应商 (Audited Suppliers)”认证服务

解决国内外企业贸易中的买卖双方信息不对称的问题，通过与第三方认证机构合作，提供认证服务，更多维度展示企业综合实力；海外买家可以随时查看到认证报告，了解供应商真实情况。

2008.9

《焦点视界》正式创刊

为广大中小企业开展贸易以及电子商务应用提供客观、深度和专业的报道与分析。

2009.12

焦点科技股份有限公司 在深圳 A 股正式挂牌上市

公司发展进入新纪元。借助资本市场，进一步增强公司的发展潜力，充分吸纳社会优质资源，更好的服务企业用户。

2010.4

焦点商学院成立

致力于为中小型外贸企业发展与个人成长提供全方位的教育、培训与咨询服务，以及线上 + 线下的人才服务。通过对企业与个人持续、务实的培训与咨询服务，提升组织与个人在国际贸易中的竞争力。

2010.12

新一站保险代理有限公司正式成立

进入金融行业，为个人客户和企业客户提供多元化的保险产品和服务。

2011.6

中国“制造之美”首届评选

帮助中小制造型企业发掘创新力量，促进产品的转型升级，让中国产品在海外获得议价权。

2011.11

百卓采购网 (Abiz.com) 上线运营

帮助企业实现采购透明化，降低企业隐形采购成本。

2013.4

美国全资子公司 Focus Technology (USA) Inc. (现已更名为 inQbrands, Inc.) 正式成立

帮助中国中小企业快速将企业品牌和产品服务下沉至海外市场，建立企业的海外品牌形象，孕育世界品牌。

2013.9

江苏中企教育科技股份有限公司 (zq-edu.com) 正式成立

帮助中小企业客户提升外贸领域的知识和技能，整合国内顶级政、产、学、研优质资源，全面服务企业人才培养。

2015.11

收购美国电子商务平台 Doba

帮助中国企业实现海外“创牌、创量、创利”，为国内更多中小企业“走出去”提供了全面深入的服务保障。

2016.8

焦点互联网科技小额贷款有限公司正式成立

解决中小企业客户供应链金融体系的问题，为企业提供更低成本的融资服务，助力中小微企业持续发展。

2016.10

新一站完成新三板挂牌

以互联网基因，谱写服务消费者、反哺保险行业新篇章。

2017.6

B2B 在线交易平台——开锣 (Crov.com) 上线运营

帮助中国供应商减少跨境渠道的中间环节，赢得更高的市场竞争力和对应的利润空间，以及市场影响力和话语权。

2018.7

中国制造网联合inQbrands,Inc.推出“中国企业品牌出海计划”

助力国内中小企业成功走向国际市场。

2019.7

中国制造网全新品牌升级 新 LOGO、新首页、新服务

中国制造网发展的新起点，网站将以用户为核心、技术创新为先，以服务为赢，续写外贸 B2B 平台发展的新篇章。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

03 责任理念

企业文化与价值观

使命 竭尽全力创造客户认可的有价值的产品和服务

愿景 成为奋斗者的家园

价值观 客户、务实、创新、团队、担当、激情

社会责任模型

焦点科技以“善”为运营准则，以“智”为行动方针，围绕“创造智善价值”的核心责任理念，逐步形成以下五大责任领域：

“连接”——构建对外贸易平台，连接全球商业资源

“智慧”——全面赋能贸易生态，打造贸易服务生态圈

“安全”——竭力守护全网空间，营造优良网络空间

“人和”——聚力共建奋斗者家园，携手员工共同成长

“美丽”——积极践行公益慈善，共建绿色美好社会

通过以上五大责任领域的各项实践，焦点科技希望实现“弘扬中国制造”“赋能行业生态”“共筑美好家园”的责任愿景，并为之不断努力，持续创造“智善”价值。

焦点科技社会责任模型

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

04 实质性分析与利益相关方沟通

实质性分析

实质性分析是本报告信息披露的重要基础。我们结合国家及行业政策，综合考虑公司战略以及利益相关方关注的重点和期望，参考深交所《上市公司社会责任指引》（2006）、全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》、中华人民共和国电子行业标准《电子信息行业社会责任指南》（SJ/T16000—2016）等要求，按照实质性议题识别、评估和筛选的程序，分析比较各议题对利益相关方决策的重要性和焦点科技对该议题影响的重要性，筛选出高实质性议题，并在报告中进行重点披露和回应。

实质性议题分析过程

识别

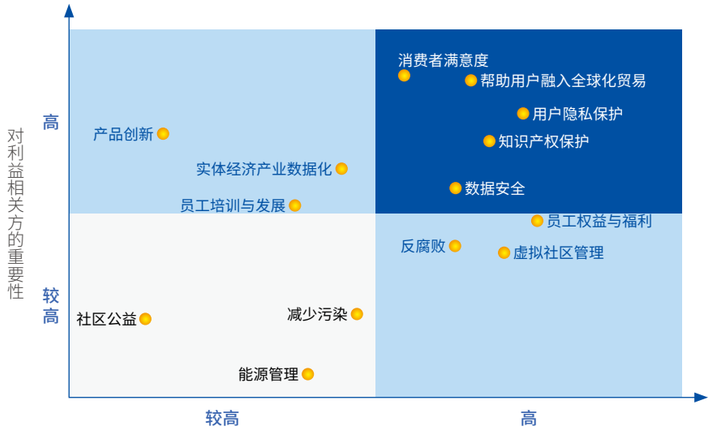
- 梳理国内及国际相关标准；
  1. 深交所社会责任指引
  2. 电子信息行业社会责任指南
  3.GRI 标准
- 深度解读宏观与行业热点政策，明确政策导向及发展机遇。

评估

- 基于利益相关方的意见，结合专家意见对议题重要性程度综合分析；
- 通过在线问卷方式，针对实质性议题影响程度开展关键相关方专项调查，共回收有效问卷 185 份。

筛选

- 根据议题评价结果构建实质性分析矩阵，并根据议题的排序结果，对于高实质性的议题，在报告中进行重点披露。



焦点科技对经济、社会及环境影响的重要性

实质性议题列表

帮助用户融入全球化贸易
消费者满意度
用户隐私保护
知识产权保护
数据安全
产品创新
实体经济产业数据化
员工权益与福利
反腐败
虚拟社区管理
员工培训与发展
减少污染
社区公益
能源管理

利益相关方沟通

我们在日常经营服务的各个环节积极拓展与各利益相关方的沟通渠道，建立常态化的沟通机制，充分倾听利益相关方的期待与诉求，并纳入公司的运营和决策中，以创造各方认可的价值。

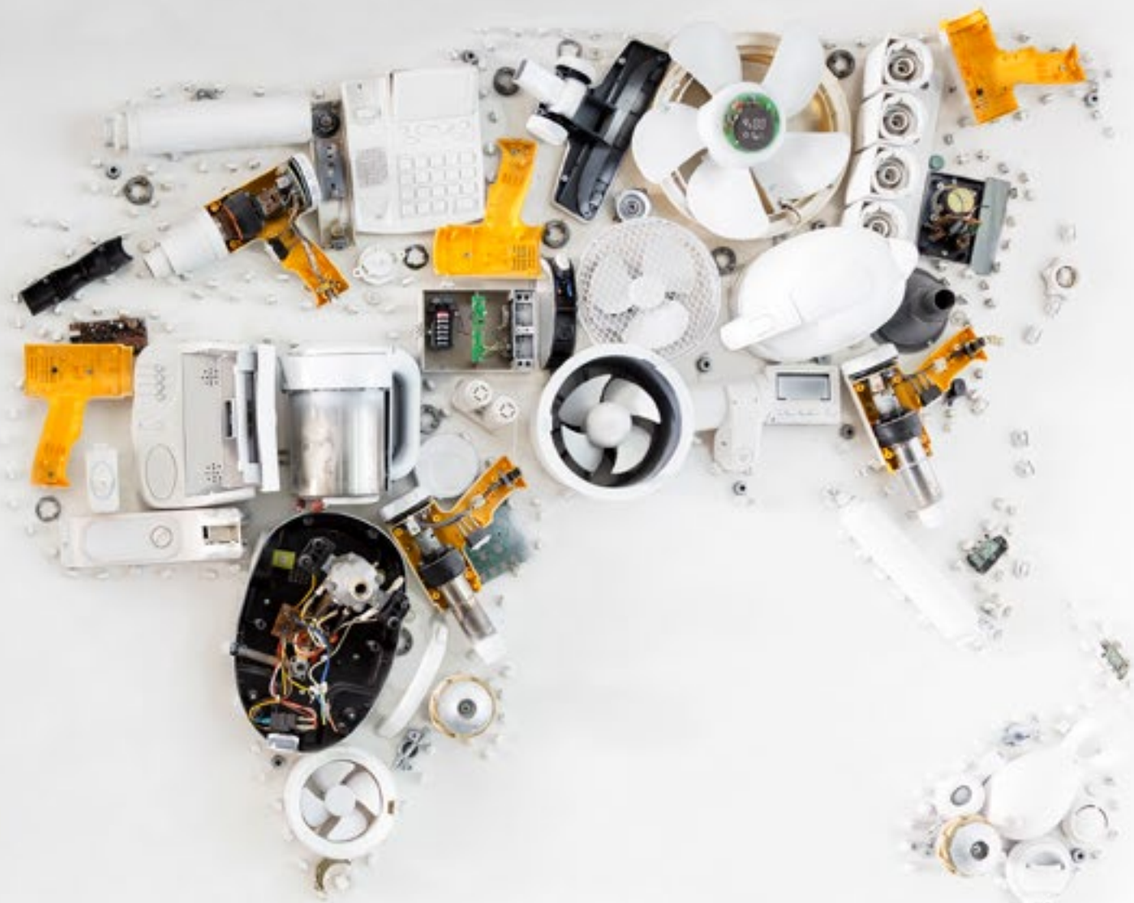
利益相关方	期待与诉求	沟通渠道与回应方式
股东及投资者	· 规范的公司治理 · 经营绩效 · 投资回报	· 股东大会 · 互联网提问、电话垂询 · 线下调研
客户	· 高质量服务 · 用户隐私保护 · 知识产权保护 · 融入全球化贸易 · 实体经济产业数据化	· 搭建线上、线下客户服务系统 · 客户满意度调查 · 建立网络安全体系 · 开展多样化会员培训 · 拓宽业务领域
员工	· 权益和福利保障 · 专业的培训与发展平台 · 身心健康保障	· 申诉与举报机制 · 职工代表大会 · 丰富的员工培训机会 · 多样化员工文体活动
政府及监管机构	· 合规经营 · 虚拟社区管理 · 支持国家战略 · 促进经济发展	· 依法合规经营 · 积极响应监管要求 · 支持国家及行业政策落地 · 及时的信息披露
供应商	· 合规经营 · 公平竞争 · 互利共赢	· 规范的采购流程 · 开展供应商审核 · 开展交流互访活动
社区及公众	· 社区公益 · 环境保护 · 贡献行业发展	· 开展公益慈善活动 · 推动企业绿色运营 · 助力行业发展

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

05 连接

聚焦中国制造

中国制造网（Made-in-China.com）创立于 1998 年，作为第三方 B2B 电子商务服务平台，中国制造网沿着“弘扬中国制造，服务中小企业，促进全球贸易”这项宗旨，专注于服务全球贸易领域，致力于为国内中小企业开展国际营销构建展示平台和交流渠道，帮助供应商和海外采购商建立联系，挖掘全球市场商业机会。



cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

5.1 扬帆起航，走向海外市场

自 1978 年正式实行改革开放政策以来，我国积极参与世界经济、贸易等各个领域，逐步加入到世界经济一体化进程中。大量外商的直接投资，带来了先进的管理经验和生产技术，再加上中国自身的诸多因素，让我国一跃成为制造业大国，拥有享誉全球“世界制造工厂”的称号，也在一定程度上加大了国内企业尤其是中小企业的生产和管理压力。国外企业纷纷走进中国，但由于语言、信息、企业体量及外贸能力等方面的阻碍，我国中大型企业率先走向海外，而中小企业鲜有走向海外的成功案例。

中国制造网（Made-in-China.com）电子商务平台成立的初衷，就是让“中国制造”的产品走向世界的每一个角落，为众多中小型外贸企业开拓海外市场，并提升“中国制造”在国际上的产品形象和品牌形象。由此，我们也确定了中国制造网的服务宗旨——弘扬中国制造，服务中小企业，促进全球贸易。

Made-in-China
Connecting Buyers with Chinese Suppliers

1998 年

我们注册成立了中国制造网（Made-in-China.com），通过互联网让海外买家了解中国卖家。

让世界看见中国制造

1998 年，我们注册成立了中国制造网（Made-in-China.com），通过互联网让海外买家了解中国卖家。中国制造网为用户提供交易信息的发布、搜索、管理服务，为供求双方提供沟通与磋商工具，以及其他贸易过程中的相关服务。在这里，中国中小企业供应商可以发布企业、产品信息，进行企业形象展示及产品推广，获得商业机会。在这里，世界开始看见中国制造。

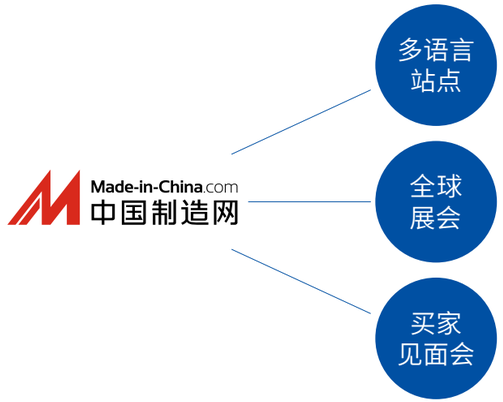
产品展台（Spotlight Exhibits）在中国制造网首页、各产品目录首页、产品搜索结果页以静态图片的方式进行，对产品形象的推广及企业品牌的宣传作用尤其明显。

精品橱窗（Button AD），是为中小企业量身打造的图片宣传方式。位于中国制造网产品关键词搜索结果页右侧，该位置针对性强，直指潜在客户，充分达到产品推广的目的。

名列前茅（TopRank）是中国制造网提供搜索结果优先排名服务，当全球采购商通过关键词搜索产品信息时，购买排名的会员信息将出现在列表页的前 10 位，并带有“TopRank”的专属标识。

中国制造网企业展示服务

此外，中国制造网通过多语言站点、全球展会、买家见面会等方式，为中小企业提供多渠道的宣传途径，让海外买家能在不同语言、各不同采购环境下看见中国供应商，并和中国供应商建立连接。



中国制造网推出西班牙语、葡萄牙语、法语、俄语、意大利语、德语、荷兰语、阿拉伯语、韩语、日语十大多语言站点，全面覆盖非英语地区采购力量，为客户拓展全球贸易提供新契机。

中国制造网每年精选海内外百余场展会，利用不同领域的会展推广，为客户多方位开拓市场，创造更多价值。

中国制造网通过与各国商会的合作，引入买家采购团，为买卖双方搭起一个面对面坐下来谈生意的平台。通过进行有效的贸易互动，保证买卖双方的匹配精准度，让客户掌握第一手市场前沿资讯。

中国制造网为企业提供的宣传渠道

让世界信任中国制造

在国际贸易中，信任是一切的前提。长期以来，诚信问题始终是制约电子商务领域发展的一道关卡，尤其是对外贸类 B2B 电子商务而言，许多海外买家很难通过简单的企业信息方面的认证来了解国内相关企业的实际生产能力和商业信誉。为了加强海外买家对中国中小企业的信任，提升中国制造整体在世界买家心中的认可度，2007 年起，中国制造网与瑞士通用公证行（SGS 集团）签署战略合作协议，推出“认证供应商 (Audited Suppliers)”实地认证服务，有效地解决了国内外企业贸易中买卖双方信息不对称的问题，海外买家可以查看国内供应商真实的情况，看到中国制造业的真正实力。2011 年 7 月，中国制造网全网高级会员已实现全员审核。

2007 年 1 月，中国制造网与国际权威认证组织 SGS 合作推出认证供应商服务

案例：联手第三方专业机构 打造可信赖的“认证供应商”

认证供应商（Audited Suppliers）是指经过第三方严格审核的中国制造网高级会员。中国制造网及合作伙伴——国际知名权威检验认证公司 SGS，Bureau Veritas，作为独立第三方进行审核并出具完整的认证报告，全方位展示企业综合实力。

通过认证的中国制造网企业用户，将拥有专属标识及唯一序列号的“认证报告（Audit Report）”，报告上传至其在中国制造网英文版的全球展示厅，可供海外全球采购商下载查看。“认证报告”为双方建立了信任基础，让海外买家更加信赖中国供应商，有助于双方交易的最终达成。

中国制造网高级会员认证供应商（Audited Suppliers）标识

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

让世界认可中国制造

在为海内外企业提供连接平台并建立信任的基础上，我们通过多种方式来促成中国买家与海外买家的外贸交易。包括提供丰富的培训内容赋能供应商、为细分产品及行业提供专业定制化服务、增设采购阳光平台提升买家采购效率、提升企业品牌形象帮助供应商转型升级等，帮助供应商更好地赢得海外市场。

案例：代表中国出征的五金礼品企业

2011 年，在广东省中山市某居民区的一间平房里，一位从事五金生意的企业主从这里开始了他的创业之旅。同期，这名客户选择了中国制造网作为其对外贸易的主推渠道，成为了中国制造网的会员企业，由此这家初创企业也从中国制造网开始了企业的出征之路。

经过 2011–2019 年的持续发展，当初 3 个人的贸易公司，发展成 200 多人的外贸业务团队，并成为拥有下辖工厂的专业跨境电商工贸一体企业，在当地五金礼品企业中排名前三。值得一提的是，2019 年 FINA 世界游泳锦标赛的整套奖牌，以及第十四届 G20 峰会等多项国际会议的纪念礼品，均由这家企业负责设计和制作，切实地让中国制造展现在世界的面前。

案例：风雨同舟十三载 从中国到七大洲的外贸之路

2006 年，当时刚刚成立外贸部门的东莞维格钢至尊办公设备有限公司（以下简称“维格”）选择了中国制造网，开拓国际贸易市场。2007 年，维格收到了一份来自沙特的询盘。经过客户来访、样品制作等一些列前期准备，2008 年 1 月，维格收到了总额为 317.4 万的批量订单。

在接下来的客户接触与合作中，2009–2016 年间，维格多次拿下了千万级的项目。二十多年来中国制造网专注于出口推广，专注于服务买家，而维格作为希冀不断提升自身竞争力的出口企业，一直紧跟市场前进的步伐，充分利用中国制造网，努力展现自身的市场魅力。

近年，中国制造网推出了简介视频拍摄、100 张免费修图、上传的视频扩大到 2G、360 度全景图片增加到 6 条、优秀采购推荐等一系列服务升级活动，让维格有更多便捷的途径可以有效拉近和买家的距离，通过网络解决国际贸易中最核心的“信任”问题。

中国制造网携手维格走过了十三年的风雨历程路，2019 年，维格将产品辐射到了七大洲近五十个国家，凭借其新型实用产品入围了中国“制造之美”年度评选，未来维格也会有更多优质的产品走出国门，走向更多国家。

中国制造网成立至今，支持了众多中小企业从零开始的外贸起步，也见证了无数企业的产品升级和产业转型，让中国中小企业焕发无限生机。截至目前，中国制造网已有 590 万中国供应商会员和超过 1,030 万全球采购商。

5.2 全心全意，服务中小企业

在帮助中小企业客户开拓海外市场的同时，我们也积极探索服务客户的更多方式。通过及时准确的资讯分享、客观专业的报道分析，以及全面深度的培训交流，我们希望为中小企业客户的成长与发展带来更多价值。

焦点视界，一路相伴成长

在中国制造网的运营过程中，我们获得了海量的第一手贸易数据信息和企业反馈，这也成为我们深入了解市场需求的宝贵资源。面对中小企业对及时准确的商贸资讯，和专业具体的实践案例的诉求，我们积极采取行动，希望能为中小企业提供更多帮助。

2008 年，我们为中小企业量身定制的《焦点视界》正式创办，以第三方视角聚焦“中国制造”，分享“中国智慧”。《焦点视界》致力于提供权威、深入和专业的国内外贸易资讯、应用分析和经验交流，全面展示关于“中国制造”的标志人物、故事，为广大中小企业开展贸易以及电子商务应用提供客观、深度和专业的报道与分析。

2008 年，《焦点视界》创刊号

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

中小企业的发声交流平台	专业性极强的容
与其他刊物热衷于寻找名人大佬不同——《焦点视界》在领军企业的报道之外，还将更多的精力放在了广大中小企业上。更大的关注、更多的报道，让中小企业有一个属于自己的发声渠道，和互相交流的平台。	《焦点视界》内容定位极为清晰明确，就是与贸易人、企业人息息相关。我们聚集了一大批在外贸、市场和制造业方面的专家作者，内容不仅专业，更追求不空谈，能对读者提供实际的帮助。

焦点视界微信公众号

为了适应移动互联网时代的阅读趋势，《焦点视界》也采取了媒体矩阵的方式为读者提供更好的资讯服务：

2013 年 1 月，“焦点视界”微信公众号正式开通，为外贸从业者提供实务操作、风险预警及市场开拓等资讯内容，经过近 7 年的运营，目前粉丝数量超过 10 万。

2017 年 10 月，我们组建读者俱乐部微信群，为外贸人提供学习和交流的平台，每日发布外贸资讯、实单采购信息、外贸干货文章、组织分享课程、及时解答用户疑问等，整理发布外贸操作工具书《每天学点外贸知识》《强哥说外贸》《英语开口脆》等系列内容，帮助外贸人提升工作技能，为外贸人赋能。

读者反馈

《焦点视界》伴我外贸成长之路

每次收到客户经理寄来的《焦点视界》我都如获珍宝，会先读一下总编说，然后再仔细地阅读“商学院”栏目的每篇文章，边读边做笔记。教育绝不是灌输，更是点燃。我觉得《焦点视界》既做到了灌输，也做到了点燃，商学院在灌输，总编说在点燃。感谢《焦点视界》！

——读者 Kathy

《焦点视界》是我学习的养分

2008 年《焦点视界》创办，从此结缘，整体设计大气，文风不庸俗，一种社会责任感、文艺范隐然其中，不同于其他刊物，夹杂太多广告或者软文，或是孔方兄味道太浓。阅读《焦点视界》，我也学到很多东西，特别是一些同行的经验之谈，读到有的文字感觉是醍醐灌顶，不在这行做，不会有这种感受，当然别人的成功是不能复制的，只有自己真正体悟到了，才能变成对自己成长有益的养料。

——读者 Hunk

培训交流，赋能中小企业家

2007 年，中国外贸发展处于百舸争流快速发展的时期，很多民营工厂和个人都投入到外贸大潮之中。随之而来，对外贸业务流程的不熟悉和业务技能的不专业，成为了中小企业外贸之路的瓶颈。为了让中国制造网的广大外贸企业会员更好地利用平台推广企业和产品，我们成立了客户培训部，为会员企业提供包括平台操作推广技巧、全球海外买家特点分析、外贸流程、询盘处理、风险控制等免费的培训服务。

2010 年起，我们逐步升级中小企业的培训服务，成立焦点商学院，并推出线上线下综合培训服务。其中线上培训服务包括线上微课、远程视频培训等，覆盖帐号推广、买家开发、热点市场、贸易风险、参展技巧等多个主题。培训对象方面，实现了从外贸企业负责人到入职一年以内新人的全覆盖；培训内容方面，实现了从人员招聘到在岗培训的全流程支持。截至目前，焦点商学院已累计推出微课培训逾 500 场，累计参与客户超过 90,000 人次。

主要培训方式

线下培训	微课培训	远程视频培训
以小班化的培训方式，覆盖会员聚集的主要城市，通过面对面的授课方式，为中小企业提供专业化帮助。	借助于第三方软件（千聊等）在线开课，讲师讲授过程中，学员与讲师可在线互动提问，也可以回看视频教程，巩固培训所学内容。	通过第三方软件（QQ、微信等），为付费供应商提供一对一在线远程视频培训，付费供应商可以跟讲师同步操作，针对性提升会员推广技巧。

外贸智汇堂

外贸智汇堂

面向中国制造网用户开展的“外贸智汇堂”系列培训，包含实战课、大讲堂、外教课、管理课等四大课程类型，通过培训赋能助力外贸企业的持续成长。

2019 年外贸智汇堂的外教课现场

外贸 BOSS 堂

外贸 BOSS堂

在为外贸企业持续不断的服务过程中，焦点商学院梳理出了外贸人才成长路线图，即在成长的各个阶段匹配不同类型的学习内容，学校阶段的雏鹰、飞鹰训练营，新人阶段的外贸实战集训营，资深阶段的外贸精英堂和管理阶段的外贸 BOSS 堂。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中国制造网会员俱乐部已在
全国 **100** 多个城市

举办线下培训交流活动
近 **2,700** 场

服务企业超过
16 万家

受益人数超过
32 万

2017 年，中国制造网会员俱乐部全面启动，旨在为外贸企业的管理人员提供一个学习交流分享的综合平台。主要活动包括为广大会员企业中的管理人员提供管理方向主题培训、BOSS 沙龙、标杆企业走访、户外体验式交流等活动，帮助企业管理者拓展人脉、打开思路、提升视野。会员俱乐部每年举办各式活动近百场，俱乐部秉承“传递价值，成就你我”的宗旨，持续提升活动品质，努力携手会员企业共同进步。

截至目前，中国制造网会员俱乐部已在全国 100 多个城市举办线下培训交流活动近 2,700 场，服务企业超过 16 万家，受益人数超过 32 万。

“658 培训工程”，是焦点商学院于 2010-2012 年开展的系列培训，投入 6000 万培训经费，服务 50000 家外贸企业，80000 人次学员参加培训

案例：从飞鹰训练营“起飞”的 BOSS 之路

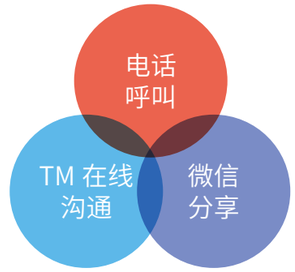
飞鹰训练营新秀班“第一期”合影

现任东莞鼎立有限公司外贸总监的黄总，曾是焦点商学院在南京举办的第一届飞鹰训练营的学员。当时还在高校就读的他，通过飞鹰训练营的学习，已经全方位掌握了外贸基础知识。训练营结业之后，他在我们组织的双向匹配活动上遇到了东莞鼎立有限公司，并成为了鼎立公司的一员。彼时的鼎立正处于用人之际，凭借着在飞鹰训练营期间的扎实积累，黄总很快在众多外贸新人之中脱颖而出，并升职为外贸经理，现在已经担任鼎立公司外贸总监的重要职位。由于个人职业发展得到了焦点商学院的有力助益，目前黄总仍定期亲自带领团队成员参加焦点商学院在东莞举办的各项培训活动。

全心全意，只为客户满意

除了用知识赋能中小企业用户外，为了快速及时地响应客户需求，第一时间解决客户问题，我们通过设置电话呼叫服务、TM 在线沟通服务和微信分享服务等方式，为中小企业客户提供全方位的支持和帮助。

用户通过拨打 400 服务热线输入 6 位数专属服务代码，可以直接联系到对应的行业运营顾问寻求帮助。此外，也可以拨打 025-66775577 投诉 / 建议热线，向中国制造网提交建议或意见。

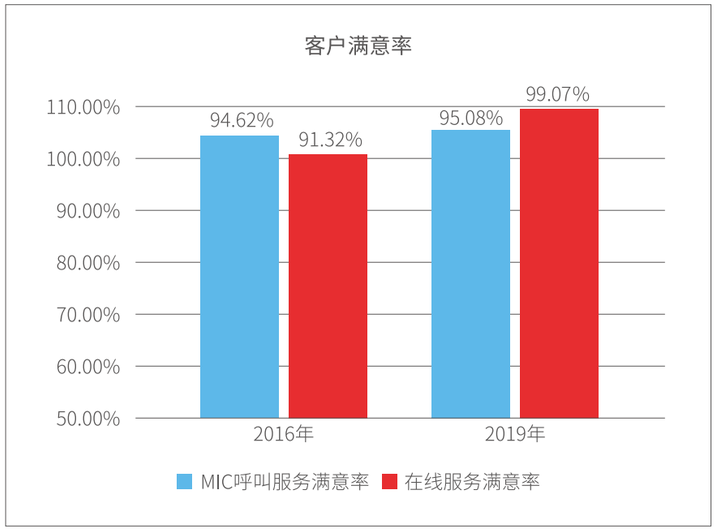


中国制造网自主研发 Trade Messenger（简称 TM）聊天工具，为付费供应商或免费供应商提供在线沟通服务。会员点击 TM 图标，即可第一时间在线寻求帮助。

中国制造网开设“麦小麦”个人号微信服务渠道。小麦通过第一时间发布新功能通知，不定期分享账号操作技巧、外贸经验和成功案例等，在供应商刷朋友圈的同时，快速掌握平台信息，亦能第一时间解决问题。

数据一览：

近四年来，MIC 呼叫服务的满意率稳定在 94% 以上，在线服务满意率从 2016 年 91.32% 上升到 2019 年的 99.07%。



cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

06 智慧

赋能贸易生态

中国制造网为中国中小企业打开了海外市场的大门，并逐步拓展到外贸流程的全场景，包括供应链服务、配套金融及保险服务等，并为中小企业提供从品牌建设到销售等全流程、一站式服务，帮助中国中小企业在海外打响品牌。同时，我们也在不断深挖区域和产业特征，提供符合用户独特需求的产品和服务，解决其全球贸易中的痛点问题。利用大数据、AI 等科技手段，实现外贸全链路的数字化、智能化以及全球化智能营销体系，为中小企业注入智慧外贸的能量。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

6.1 智慧创新，促进全球贸易

自中国制造网 1998 年成立以来，我们不断思考与探索如何让中国中小企业更有效地对接海外的市场和客户，更好更快地走向世界。以前沿互联网技术的应用为基础，如何在更多场景为中小企业外贸提供深度支持，升级中小企业卖家和海外买家的使用体验。服务中国中小企业走向海外的初心，让我们在产品创新、服务升级的道路上不断前行。

现在，我们已经在信息技术、互联网技术、移动技术、大数据技术、AI 技术、工程管理技术等方面有了深厚的积累，中国制造网也逐步拓展到外贸流程的全场景。利用大数据、AI 等科技手段，实现贸易全链路的数字化、智能化以及全球化智能营销体系，为中小企业构建智慧外贸。

案例：全景展示，足不出户也能“身临其境”

自 2017 年起，中国制造网全面升级展示服务，开创全景展示新时代。实体产业企业可通过 360 全景展示自己的工厂全貌，海外采购商可通过锚点与全景展示进行互动，从而达到身临其境的效果。产品动图和视频打破了图片展示单一、单调的弊端，实体产业可以更丰富、全面地呈现产品信息。

360 全景展示

案例：千人千面技术，精准匹配买卖双方需求

千人千面技术，即通过大数据、人工智能等技术手段实现用户与内容的精准匹配，其核心是基于对“人”的理解，为不同的人在不同的场景下呈现定制化的内容。用户在使用中国制造网时，看到的不再是千人一面的网站页面，而基于系统大数据分析的差异化网站页面，中国制造网的海外买家和中国供应商都能够更加精准的进行需求匹配，有效提升双方的贸易效率。

案例：智能搜索平台，信息获取更加便捷

智能搜索平台突破单纯的传统文本匹配技术，基于大数据和机器学习技术，采用语义实体技术，结合用户搜索行为或访问行为等多维度数据，智能理解被搜索信息内容，智能化理解用户的搜索实际意图，实现千人千面的个性化搜索服务平台，为用户提供更加符合其需求的信息展示。

智能搜索平台在日常的业务中除了千人千面的个性化搜索和推荐之外，还有一个重要的运用场景，就是基于 NLP（自然语言处理）的问答搜索。当前智能 AI 客服已经逐渐接替了传统的人工客服作为在线客服的第一接触方。当用户和智能客服进行对话沟通时，智能搜索平台可以基于 NLP 模型，通过向量搜索技术、计算答案和问题之间的匹配概率，搜索得到更加准确接近用户意图的问题答案。

智能搜索平台是面向未来信息检索服务的新一代智能化搜索服务平台，通过持续增强的 NLP 模型能力，持续完善的语义实体网络，更好地为企业用户服务，充当信息世界的连接桥梁。

案例：SMART EXPO 虚拟展会，助力企业智慧参展

中小外贸企业生存压力大，获得订单的主要途径是展会与电商平台。然而，参加一场海外展会的金钱成本和人力成本非常高昂，绝大多数中小企业无法做到长期持续性到海外参展。如何做到“让千千万万的中国供应商，足不出户也可以参加海外展会”，这个挑战摆在了焦点科技的面前。

基于互联网基因，结合多年从事传统展会推广的经验，焦点科技创新推出了线上及线下融合的 SMART EXPO 虚拟展会。SMART EXPO 虚拟展会依托互联网的强大优势，利用新技术在线上呈现供应商的优质样品，获得线上买家询盘；线下同期由资深团队携带优质样品落地行业明星展会，挖掘现场买家。让供应商收获线上、线下双渠道订单。2018 年，通过 SMART EXPO 产生的询盘量近 60,000 封，极大地促进了买卖双方的交流互动，为最终贸易的达成提供基础。

线下买家名片与线上供应商名片完成交换

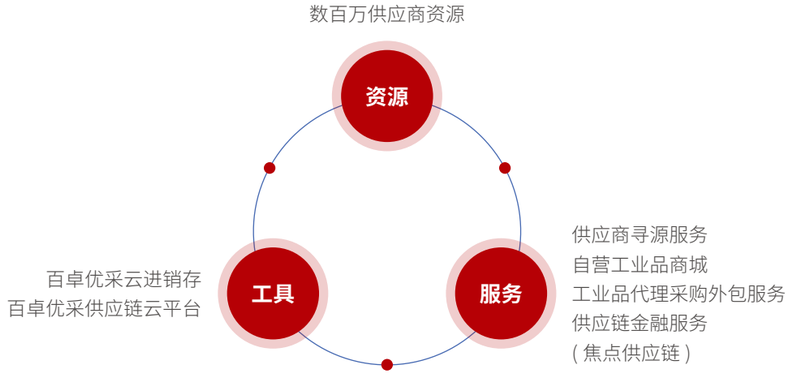
自主创新的 SMART EXPO APP

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

我们希望全球贸易的参与者通过大数据和物联网进行精准搜索和匹配，将更多的时间和精力用于贸易洽谈中。未来，全球贸易的所有参与者都将受惠于新技术、新服务，让全球贸易变成本地畅捷贸易，甚至是无地界贸易。

6.2 透明公开，乐享阳光采购

在帮助中国中小企业打开海外市场的过程中，我们也注意到了一些国内企业在采购方面存在采购程序不规范、采购效率低、采购成本高的现象。而采购这一环节又将直接影响到企业的经营与管理，进而影响到企业的健康发展。在这样的背景下，我们成立了百卓采购网（Abiz.com），希望帮助企业实现采购透明化，降低企业隐形采购成本。通过采购管理云平台、供应商寻源服务、工业品采购服务、供应链金融等服务，全面助力企业采购降本增效。

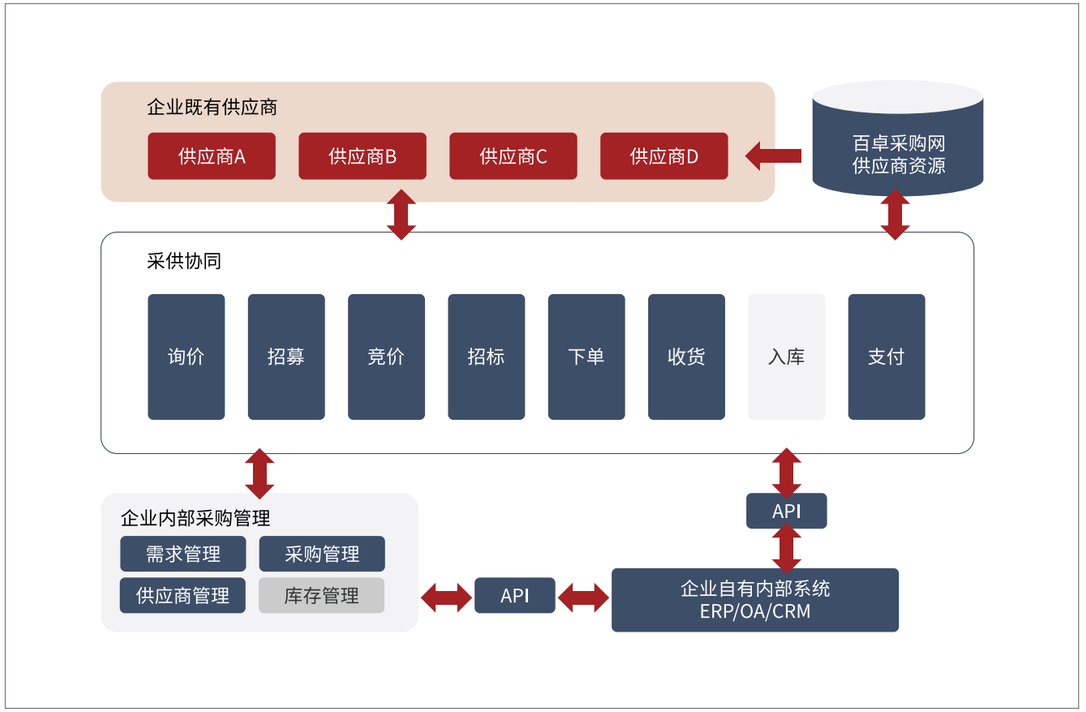


为国内企业提供一站式的采购与供应链管理服务

百卓采购网通过给企业提供线上的招投标，竞价，询报价流程，丰富企业的采购方式，增加企业的议价能力，并帮助企业建立符合政策要求的、标准专业化的线上招投标采购流程，进行快速、阳光、可追溯的招投标管理。此外，通过百卓优采采购与供应链管理云平台帮助企业按照集中、高效、制约的物资采购管理思路，能够建立一个由集团总部的采购中心统一采购的管理系统，把分散的采购集中化，以弥补分散采购的缺陷。

截至 2019 年底，百卓采购网累计服务国内企业超过 400 万家，年意向采购额超千亿元，为企业节省超过 15% 的采购成本。

百卓网工作人员在展会现场与客户交流



采购协同平台（注：API 为采购协同平台数据交换接口）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

案例：台塑集团的采购效率提升之路

台塑将年度采购需求通过系统对接的形式发布至百卓采购网，百卓会通过数据匹配的形式，筛选符合台塑要求的供应商，并将供应商的生产资质信息及产品资质等信息反馈至台塑集团采购中心予以复审，以满足台塑集团各品类物资的采购。

为提升台塑集团的采购管理效率，百卓在与台塑集团合作的过程中进一步优化了台塑的采购业务系统，具体包括：

（1）在台塑电子市集首页放置了 Abiz 案件公报及网站链接，让更多电子市集会员获得更多采购资讯，竞价销售机会。

（2）双方共同致力于吸引长江中下游大买家的入场，壮大买家采购专场的阵容，推广对象集中在长三角地区的中大型企业。

（3）新增 Web 端采购管理系统，征集现有会员的意见与需求，协助企业更好地进行采购管理工作。

（4）Abiz 系统与台塑 ERP 系统整合，台塑集团直接将采购信息通过 ERP 转入 Abiz 平台公开询价，大大提高了管理效率。

6.3 金融赋能，构建善融驿站

在中国制造网不断发展壮大过程中，我们也注意到很多中小企业在发展中面临着融资压力，这也为中小企业把握发展机遇带来了阻碍。为了解决供应链金融体系的问题，更好地服务于我们的客户，我们利用现有的资金和已经建立起来的团队为企业提供更低成本的融资服务。

解决企业融资问题，助力企业持续发展

依托焦点科技集团百万量级的客户资源、雄厚的科技研发实力、高效协同能力及对市场和客户的敏锐洞察力，焦点小贷通过精准营销、大数据风控、线上操作等方式，为大量中小微企业提供高效、简单、便捷的优质融资服务，针对国内出口厂商的融资需求，已推出“信用证管家”及“信保达”两款融资服务产品，深受客户好评。未来，焦点小贷将一如既往地为广大中小微企业客户和个人提供量身定制的特色融资服务，助力中小微企业持续发展。

焦点小贷
FOCUS FINANCIAL

焦点小贷为大量中小微企业提供高效、简单、便捷的优质融资服务

案例：帮助乐骑顺利获得信用证订单

深圳市乐骑在展会中获得了买家下的一笔 250 万金额的信用证订单。乐骑想拿下这笔订单，但又感到对信用证的风控难以把握，并没有信心能做好这笔生意。并且因为没有充足的资金流可以支持订单的良好运转，这笔订单让乐骑面临了不小的资金周转压力。

中国制造网和焦点小贷联合易方达为乐骑提供信用证管家服务，由专家团队帮助乐骑审证制单，专业金融团队提供融资服务，以及报关、待办退税等服务，一站式解决客户在信用证订单过程中遇到的各项难题，该服务正好契合了乐骑的所有需求。

同时，针对乐骑的资金周转压力，焦点小贷提供了发货后融资服务，通过智能风控系统，高效、便捷地为乐骑提供了适合的融资方案，有效缓解了企业资金压力，最终促成客户成功完成了订单。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

以服务出口贸易为使命，用保险服务为企业护驾护航

2009 年中国保费总收入超过万亿元，而网络保险当前占全国年总保费的比例还不到 1%，到 2009 年底中国网络保险的总保费收入只约为 77 亿元，市场成长空间巨大。国家对电子商务的系列政策以及保监会关于促进网络保险发展的态度，使得网络保险电子商务平台的发展得到了政策层面的支持。对比其他电子商务应用，当时还没有出现国内第三方网络保险平台提供商的寡头效应，无论是市场容量还是服务水准均处于起步阶段，国内互联网应用巨大的用户群以及娱乐化向消费商务转型的趋势，都是网络保险平台发展的良好机遇。

新一站在保险宣传日活动中

此外，随着参与国际商展的外贸企业越来越多，随之而来国际商旅中的安全问题，也成为我们重点关注的问题。2010 年底，我们利用自身多年对电子商务平台设计开发、运营管理的深厚经验和技术实力，深入挖掘保险市场服务的盲点，投资设立新一站保险代理有限公司（现更名为新一站保险代理股份有限公司），期望用优质、高效、低成本的在线保险代理运营方式，着力改善广大中小企业和个人客户的投保体验，并向其提供可选择、透明、持续专注的保险产品及服务，成为真正以满足客户需求为导向的、中国最大、最好的保险专业代理公司。

保险网购 新一站 xyz.cn

让保险更保险

新一站被第一届“今日保险中介榜”评为年度值得信赖保险中介

个人和家庭保险

旅游险　意外险　健康险　家财险　人寿险　理财险　私家车险

企业和团体保险

货运险　产责险　团体险　车财险　雇责险

案例：创新保障中小企业商旅安全

展会责任保险，是公众责任保险的一种，被保险人为展会主要参与方，包括主办方、参展商、承包商、展馆、搭建商等，主要保障其在展览场所进行展出工作时，因装卸展品、运转机器及其他疏忽行为所引起的对他人财产的损毁或人身伤害的赔偿责任。

境外商旅保险，方案产品均选自国资一线保险品牌以及外资保险品牌，产品服务范围为全球，同时具备品牌口碑、服务能力、境外协助等各方面产品条件。境外商旅保险方案不仅提供意外伤害、疾病医疗、紧急救援等基础性的旅行保障，同时还在签证拒签、财产遗失、旅行责任等个性化保障需求上做到全面覆盖。

案例：守护“你”的无忧旅途

2017 年，蒋先生去杭州旅游，在文物展览馆参观时，一不留神将身边展陈的鎏金水晶杯打破，瞬间报警器响起，赶来了一群安保人员。蒋先生瞬时惊呆了，他不相信这鎏金水晶杯真的碎了，而且竟是自己打碎的。接下来就是一笔不小的索赔。惊魂未定的蒋先生想起了出游前曾在新一站购买了一份旅游险，立即联系了新一站，新一站理赔人员告知他如何保护自己的权益，如何处理此类索赔案件，以及需要保留哪些资料以便旅游结束后申请赔付。

在与新一站理赔人员取得联系后，蒋先生安心地继续旅程。旅游结束后蒋先生将资料全部寄送到了新一站，几个工作日后蒋先生赔付给展览馆的 5000 元就打到他的银行卡上。经过这样的一次旅程，蒋先生切身感受到新一站是可以信赖的，现在还总是能看到他每次出游在新一站购买保险。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

6.4 转型升级，打造品牌力量

中国外贸在 2015 年第一次出现了出口总额下滑的现象。回看中国外贸过去的成功，本质上是承接了全球主要经济体的产业转移，在主要由中间商推动的全球贸易中，利用我国劳动力优势，在环境与资源方面长期付出。然而不容忽视的是，在全球贸易中中国企业仅占据价值链底端，对消费者需求、产品开发、渠道与品牌建设等关键环节缺少话语权。

以互联网为代表的科技的高速发展，带动全球资源以更公平的方式流动和共享。而逐步成为消费主力的“千禧一代”更愿意尝试全新品牌的优质产品，这使得传统的商业行为正在悄然发生变化。2012 年以来，一批新兴企业用全新的自有品牌思路，通过自建电商平台或利用第三方电商平台的方式，结合中国制造大国的优势，短时间内就取得了骄人成绩，产品和品牌均获得国外消费者认可，并进入国外传统线下销售渠道，为众多以 OEM（Original Equipment Manufacturer 原始设备制造商）贴牌生产为主的传统外贸企业的转型提供了示范。事实证明，中国企业完全可以打造走出国境的品牌。但品牌建设在短期内依然是中国企业的软肋，换个角度来看，这也恰恰是中国企业尤其是中小企业最大的潜能，是中国制造升级的核心。

全面打造跨境服务生态圈，孕育世界品牌

为了促进中国制造业转型升级，帮助中国中小企业更好地赢得海外市场，我们将分散的中国制造商和美国中小型零售商连在一起，通过品牌营销、多渠道销售、落地美国等全方位的服务，帮助中国中小企业借助高速发展的互联网技术和逐步完善的全球物流体系，快速将企业品牌和产品服务下沉至海外市场，逐步建立起企业的海外品牌形象，孕育世界品牌。这其中包含着 inQbrands、开锣（Crov.com）、Doba（Doba.com）等一系列产品和服务，所构成的焦点科技跨境服务生态圈。

在公司运营过程中，我们严格遵守《电子商务法》《反不正当竞争法》，及国际《联合国国际货物销售合同公约》等境内外法律法规和国际公约。报告期内，公司未发生任何关于不当竞争行为，和违反反托拉斯和反垄断法的法律诉讼。

品牌营销服务	多渠道销售服务	落地美国等服务
· 企业品牌、形象设计 · 官网建设及内容优化 · 图片及视频拍摄	· 拓展线下销售渠道（Crov.com） · 拓展线上销售渠道（Doba.com）	· 自建美国海外仓 · 设立美国展示厅 · 办公共享 · 商标 / 公司注册服务 · 综合行政及人力资源服务

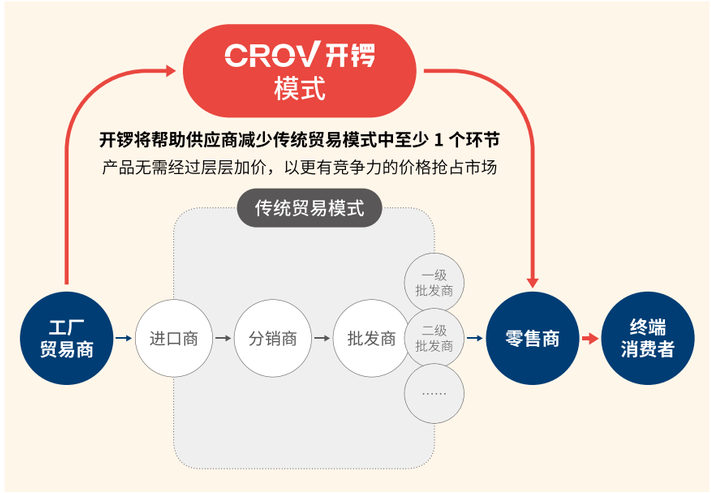
inQbrands 整合美国当地优质资源，组建专业美国本土团队，自建海外仓和美国展厅，为企业提供从品牌建设到销售等全流程一站式服务，切实解决企业需求，帮助中国企业真正走出去，快速落地美国，高效制胜美国市场。

inQbrands 服务模式

inQbrands 美国总部

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

CROV 开锣
美国本土化运营的在线交易平台



Crov 服务模式

开锣（Crov.com）帮助中国供应商，减少跨境渠道的中间环节，直接下沉到当地市场，实现在线批发交易业务，开拓小 B 买家，帮助中国供应商赢得更高的市场竞争力和对应的利润空间，以及市场影响力和话语权。

开锣（Crov.com）位于加州安大略市的 20 多万英尺的海外仓内景

Doba 服务模式

Doba（Doba.com）通过开放平台接口，有效地连接供应商与网络零售商，为双方提供了便捷、有效的渠道和资源，帮助供应商利用众多的零售商资源增加订单，拓展线上销售渠道。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

案例：Z Grills，从烤炉制造商到品牌所有者

Z Grills，是中国一家专业做烧烤炉代工的工厂，面向美国市场推出的自有品牌。开锣作为其美国市场重要合作伙伴，大力支持实力工厂实现在目标市场的落地运营、品牌营销和销售拓展。

开锣一方面帮助企业跨境出海，在目标市场落地，为企业提供公司注册、办公共享、仓储、展厅等基础服务，保障企业在美落地和高效运营；另一方面帮助企业突破原有工厂 OEM 的模式，打造国际自有品牌，为企业提供品牌命名、品牌设计、品牌注册、品牌推广等服务，符合目标市场审美和文化内涵的品牌名称和设计对于品牌推广至关重要，助力企业实现从制造商到品牌所有者的角色转变。

更重要的是，开锣同时积极帮助企业拓展销售渠道，具体包括：

线上销售渠道，例如通过开锣网（Crov.com）线上批发平台开发中小企业类型买家，通过 Amazon.com，Wayfair.com 等平台运营开发个人消费者类型客户；

线下销售渠道，开锣自建的本地销售团队通过展会、地推等方式，并与销售代表及组织进行合作，为企业开拓线下中小型独立零售店。减少了传统外贸模式中的进口商和大中型贸易商环节，企业自有品牌在目标市场自建分销渠道，产品直接销售到中小型零售商以及个人消费者，企业的自主权、定价权、品牌价值都更高，企业获得的利润也更高。

经过近两年的筹备，Z Grills 品牌产品 2018 年在美国市场的销售实现首个突破，工厂在保持 OEM 订单的基础上，自有品牌产品出售 2 万多台，销售额新增 700 多万美元，2019 年自有品牌产品销量再翻番，售出 5 万多台。在两年与开锣携手共进的过程中，Z Grills 也成功实现了从烤炉制造商到品牌所有者的成功转型。

正确应对，助力跨境贸易更上层楼

“成为中国企业最值得信赖的跨境贸易伙伴，帮助他们孕育属于自己的世界品牌，让国界和天堑变通途”一直是我们构建跨境生态圈的愿景，但跨境服务由于跨越国界，在文化语言、海外团队管理、海外法律法规等方面都存在挑战。不同国家，甚至同一国家的不同地区在法律法规、语言文化、消费文化等各方面都存在很大的差异。这给我们构建跨境服务生态圈带来不小的挑战。我们在客观认识这些挑战的同时，也积极地采取应对措施，缩小因文化差异带来的挑战，为中国中小企业构建跨境生态圈，具体措施包括：

- 明确相互尊重是文化融合的首要条件；
- 增进团队间彼此的交流沟通，培养团队之间的合作默契；
- 优化管理机制，因地制宜制定“人性化”管理模式；
- 树立团队间共同的奋斗目标，增强团队凝聚力；
- 完善法律体系人员配置，设置中美法律团队。

开锣（Crov.com）美国部分销售团队

开锣（Crov.com）美国展厅

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

07 安全

守护全网空间

焦点科技自 2011 年起开始组建安全团队，在 8 年间不断强化在平台运营、用户信息及隐私保护、知识产权保护等方面的安全管理和运营工作，并通过采取技术措施、制度措施、培训措施等多方位措施不断完善。此外，我们通过建立公共敏感词库，主动监控敏感信息，积极营造优良网络空间。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

7.1 安全防护，保障数据信息安全

安全是底线，更是企业和产品的生命线。我们深知肩上的责任重于泰山，从技术管理、人员管理两大主线紧抓安全管理，持续建设符合焦点实际情况的安全体系。我们将不断强化安全管理，提升团队战斗力，完善系统建设。让信息更安全，让焦点科技的每一位用户都更加放心。

平台运营安全

焦点科技平台的安全运营，包含了设备、系统、人、组织和流程等因素。我们持续推进安全运营，不断完善安全管理体系，通过不断强化自主安全评估强度、实施常态化安全评估等措施，全面覆盖焦点各平台，确保平台运营安全。

我们严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《网络交易管理办法》《保密管理制度》等相关法律法规，并根据焦点科技的实际运营情况制定了《信息安全管理制度》《备份与恢复管理规范》《网络数据安全管理制度》《网络安全管理办法》等相关制度及管理办法，通过与员工签订保密协议、定期开展内部培训等方式，加强安全制度管理体系建设。

在完善内部制度的同时，我们还充分引入外部力量 FSRC（焦点安全应急响应中心），尽可能发现潜在安全漏洞。截至目前，FSRC 在 2019 年已经举办了三次大力度的漏洞收集活动，共计接收 200 个以上有效漏洞，有效化解了潜在的风险点。

案例：引入“白帽子”加强风险防控

白帽子是指识别计算机系统或网络系统中安全漏洞的正面黑客，FSRC（焦点安全应急响应中心）是与白帽子交流、合作的平台，白帽子通过 FSRC 向我们反馈焦点旗下产品的安全漏洞，协助我们修复漏洞，提高我们的安全水平。在充分遵守《FSRC 用户协议》和不危害用户数据安全的前提下，白帽子可以充分发挥其自身所拥有的知识和技能，通过合法正当的方式和途径帮助我们发现安全漏洞并提交给我们。FSRC 通过引入社会上分散的安全力量，在风险可控前提下进行漏洞挖掘，实现了焦点科技和白帽子的双赢。

此外，我们还制订平台用户准入规则，详细制订了分类用户的准入条例。对会员企业的经营状态进行严格审核，并对账号及敏感信息进行确认，该规则会及时响应国家最新出台的法律法规而进行相应更新和升级。

除自行审核企业资质外，所有签约客户必须经过第三方的审核以后，才能在中国制造网等平台上开通服务。这些审核包括但不仅限于第三方认证机构 SGS、BV 完成上门实地审核、线上文件审核等。对于有风险的特定地区特定行业客户，除实地审核外，还需要同时满足法人代表在现场、提交征信报告、贸易累积金额大于 1 万美金、供应商大于 2 家的要求。对于经常出现经营异常、存在贸易投诉、欺诈风险的客户，平台会根据运营需要，采取飞行审核（二次突击上门）的模式。

用户信息保护

置身互联互通的网络时代，个人信息的采集与记录十分普遍，相关信息在特定平台的共享也无可避免。一定程度上，这为拓展网络应用、便利日常生活提供了必要条件和基础。然而，面对源源不断的“授权”要求，人们也不无担忧：往往一点击“同意”，个人信息就必须共享，这样的程序或应用会不会埋下隐患？从某种意义上说，个人信息保护方面存在的短板，影响着用户对网络世界的信任感、安全感。

互联网用户信息泄露不仅对用户日常生活造成困扰，严重者更是导致用户的财产和人身安全受到侵害。因此，用户信息安全保护工作刻不容缓。但是也应该看到，用户信息安全保护问题将随着技术革新而不断演变出新的挑战。所以，这一问题的解决将是一项长期的工作。

为确保平台的运营安全，我们制订了《信息安全管理制度》《保密管理制度》《网络数据安全管理制度》等一系列保障用户信息的内部政策，明确了用户信息安全管理要求、责任、保护措施，规定了违法行为巡查与处置办法。报告期内，公司未发生任何侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉事件。

焦点科技自 2011 年起开始组建安全团队，在 8 年间不断强化在平台运营、用户信息及隐私保护、知识产权保护等方面的安全管理和运营工作，并通过采取技术措施、制度措施、培训措施等多方位措施不断完善。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

增强安全意识	明确安全责任	采取技术措施
· 不断扩大保密协议的有效覆盖度，预计年底实现 100% 有效覆盖； · 制定了网站运营相关安全要求与规范，客户投诉处置流程等； · 按照法律法规和监管部门要求，及时更新了客户隐私条款。	· 制定了相关的安全制度，明确了对客户隐私数据的防护责任。	· 数据库安全运维系统会对客户隐私数据进行脱敏处理，防止在运维过程中出现隐私信息泄漏； · 应用系统设定了严格的权限机制，并对客户隐私数据进行了脱敏处理，降低泄漏风险； · 所有涉及个人隐私信息的数据传输全部通过高强度加密技术转换为无法破译的文本，且必须使用正确的密钥才能读取； · 开展了信息安全评估，重点是发现信息保护方面的问题并对其整改。

保护用户信息、维护平台运营安全的具体措施

7.2 信息监管，营造优良网络空间

焦点科技旗下中国制造网已跻身国内 B2B 电子商务领域前三甲，成为全球采购商寻找中国供应商以及贸易伙伴的重要网络渠道，我们肩负的责任不仅是确保平台运营和用户信息安全，更要维护海内外的守法企业，特别是有知识产权竞争优势企业的利益，维护社会公共秩序，营造一个健康、安全的优良网络空间。

知识产权保护

随着知识经济的兴起，知识产权已成为市场竞争力的核心要素。企业是自主创新的主体，更是知识产权创造、运用、管理和保护的主体，提高企业的知识产权管理工作水平是增强自主创新能力的重要保证。我们将进一步加强入驻中小企业的知识产权保护意识，提高客户的知识产权保护能力与水平，并通过公司遍及世界的业务网络，提升广大平台用户的知识产权保护意识。

在平台知识产权保护方面，我们成立了专门的审核小组，制定了《知识产权侵权投诉处理规范》《知识产权侵权处罚规则》《知识产权权利人信息备份》等规范及制度，并在平台上搭建便捷的知识产权纠纷投诉通道，公示知识产权纠纷处理流程，以维护拥有知识产权企业的合法权利。报告期内，公司未发生任何涉及产品和服务信息与标识的违规事件，以及其他市场营销相关的违规事件。

我们通过建立包含商标词、专利词等敏感信息的公共敏感词库，将有敏感词的产品信息筛出进行人工审核，通过系统与人工相结合的方式，确保全平台内容的有效与稳定，并积极推进 AI 图片智能审核项目，智能识别侵权产品图片，严格监管平台上线信息，最大化避免侵权情况。

未来，我们将持续完善知识产权信息管理系统、知识产权投诉记录系统、知识产权举报投诉机制、知识产权管理制度等内容，坚决维护企业知识产权。

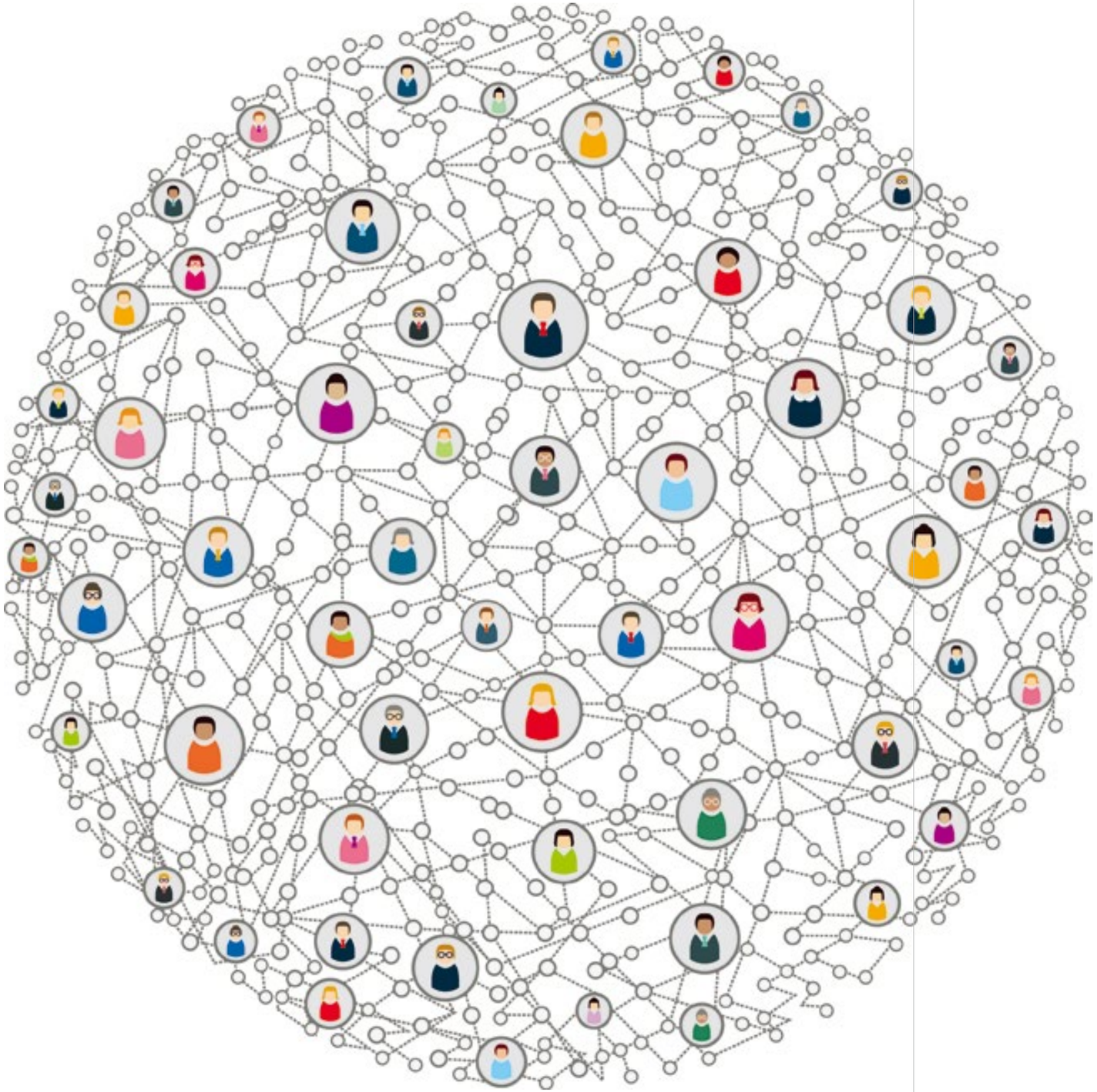
维护健康网络空间

为了建立公平、合法、合规的互联网营商环境，维护健康、安全的网络运营空间。我们制定了《贸易纠纷处理规范》《贸易纠纷处罚规则》等运营规范，并通过客服培训等方式，在指导供应商使用平台的基础上，进一步强调平台的合法、合规性，提升供应商的合规意识，避免违法广告、违规信息的产生。2019 年国庆期间，公司各平台为了保证平台信息发布的及时性与安全性，组织人员 7*24 小时待命，坚守岗位，共同守护平台秩序。

“即时通”通讯安全管理	“会员 E 家”信息发布规范	公共敏感词管理
· 规范用户软件使用协议、群使用协议以及隐私政策内容，保障用户信息安全； · 通过垃圾消息过滤机制、敏感词过滤以及病毒文件检测功能，还原绿色网络环境，保障用户网络信息安全。	· 明确用户发布的信息须遵循真实、合法、有效原则； · 明确各类产品规范发布说明； · 明确违反信息发布规范的处理。	· 建设并推动公共敏感词库，通过系统与人工相结合的方式，确保全平台内容的有效与稳定； · 对接监管，关注时事动态，及时处理敏感内容，保障平台健康运营。

维护健康网络空间的具体措施

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn



08 人和

共建奋斗者家园

员工是企业最宝贵的财富，焦点科技所取得的任何成就，都离不开每一位员工在工作岗位的努力和奉献。我们为员工提供公正、平等、尊重的工作氛围，并持续完善薪酬福利体系，开展多样化的员工活动，保障每一位员工的身心健康。在此基础上，我们也为员工提供活力、创新的工作环境，努力打造更有利于员工施展智慧和才华的职业发展平台，为员工提供个人成长及职业发展中所需的知识、经验和资源，与员工携手并进，聚力共建奋斗者家园。

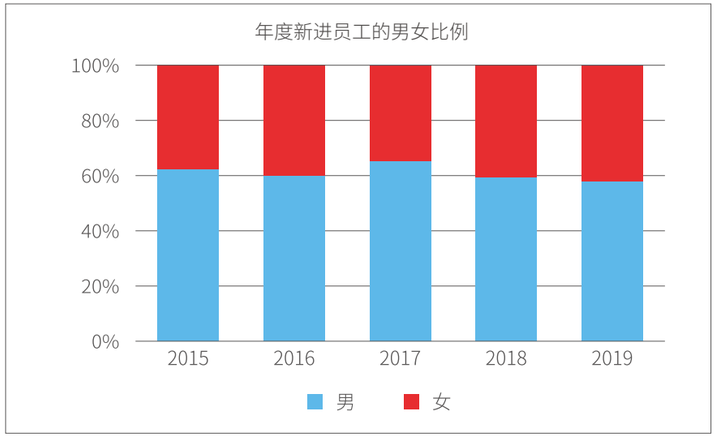
cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

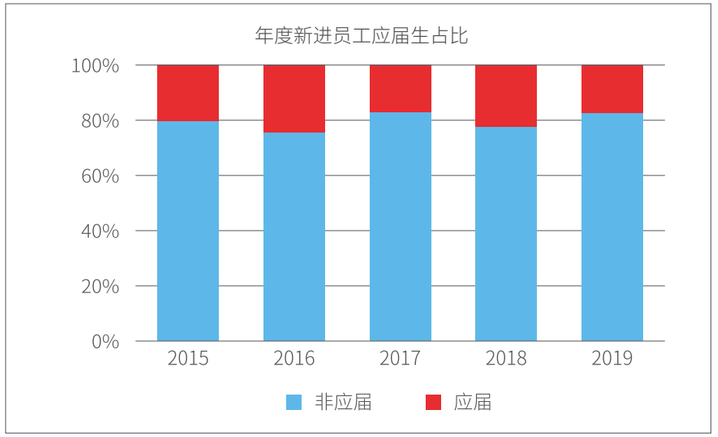
8.1 公正公平，保障员工权益

平等包容的职场环境

公司坚持以人为本，不因国籍、种族、性别、年龄的差别而区别对待员工，严格遵守我国《劳动法》《劳动合同法》《社会保险法》等法律法规，及运营所在国法律法规，并制定了《招聘与录用管理制度》《绩效管理制度》《晋升管理制度》《薪酬管理制度》等内部制度，切实保障员工各项劳动权利，维护员工合法权益。严格杜绝聘用童工和强制劳动现象。

在员工结构上，我们实现了较好的性别平衡，以保障用工的多元化。焦点科技平均每年招聘的女性员工人数约占招聘总人数的 40%。同时公司积极招收应届毕业生，为初入职场的学生提供施展才华的机会，近五年内，焦点科技每年招收的应届生人数平均约占当年招聘总人数的 20%。





在薪酬管理方面，我们积极落实同工同酬，按时、足额发放员工薪酬，并通过内外部薪酬数据分析，优化薪资序列。我们设置了绩效积分制，以充分挖掘人才潜力。此外，我们实行一事一奖制度，对于在业绩贡献、管理创新、善行勇为、献计献策等方面具有卓越表现的员工，在公司范围内做表扬，及时给予肯定与激励，营造积极、开放、奋斗、进取的氛围。

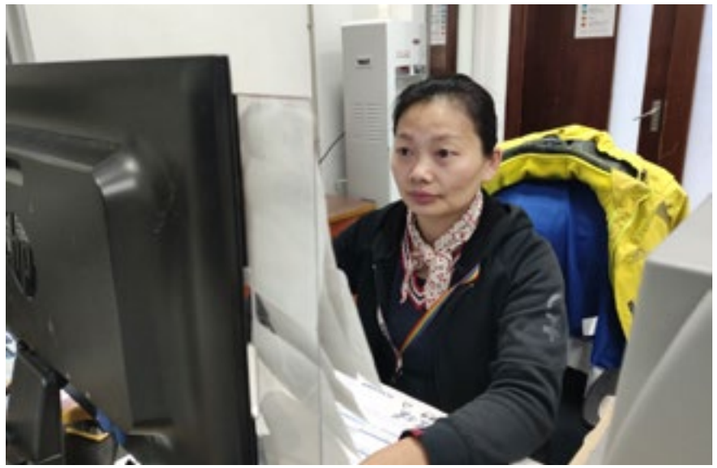
此外，焦点科技大力支持残疾人就业，保障残疾人的劳动权利，并连续多年获得“南京市残疾人就业工作先进单位”的称号。据统计，目前公司在职残疾职员工 12 名，历史上累计入职残疾员工 33 名。目前在职残疾员工人数占总员工数的 5.4%。

案例：平凡岗位上不平凡的人生

袁桂芝是一名普通又特殊的焦点科技员工，她是一名聋哑人，于 2008 年 7 月 1 日入职焦点科技，2019 年是她在焦点工作的第 11 个年头。袁桂芝在行政部担任行政助理，负责快递收发、数据统计等工作，和其他员工一样，袁桂芝也常有工作表现突出被领导表扬，偶尔也有工作失误被批评的时候。

袁桂芝日常工作非常努力，也十分珍惜和尊重这份工作。行政部的领导和同事们也会给予一定的帮助，并鼓励她多去沟通。因为日常的快递收发工作需要和很多人沟通，为了能和他人正常沟通，袁桂芝在工作之余还自学了唇语。在自己的辛勤努力，以及身边同事的大力支持下，这份工作对于她来说没有任何不适应，反而做得很得心应手，获得了行政部和其他部门同事的认可。

2020 年初，袁桂芝作为焦点工作突出的员工代表，在焦点全员大会上做了演讲，在手语和其他同事的辅助下，袁桂芝在台上展示自己的工作价值，讲述自己的成长收获，赢得了焦点全体员工的掌声。



工作中的袁桂芝

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

丰富畅通的沟通渠道

我们致力于为员工创造开放的工作环境，不断深化员工沟通与交流，倾听员工意见，积极采纳优秀建议并推动建议在公司内部转化和落地。

2011 年，焦点科技首个内部即时通讯软件“麦通”正式上线。通过麦通，每一位员工都可以进行“零门槛”沟通，分别代表行政、技术支持等的 8000、7000 等账号也在麦通上开通，24 小时响应员工的需求。移动互联时代来临，公司及时上线移动版麦通，让随时随地通过麦通联系每一位同事成为可能。

自 2014 年 7 月起，焦点科技每月定期开展“高管面对面”活动，以便更好地倾听来自基层的声音。公司所有员工均可报名参加该活动，就自己感兴趣的问题与总裁沈锦华先生进行沟通交流。

此外，员工还可以通过内部 OA 论坛、企业通讯录、职工代表大会、面对面沟通等渠道和方式反馈自己的建议和意见。

焦点科技于 2007 年 12 月成立工会，自此工会在员工权益保障、民主沟通渠道搭建方面发挥重要作用：

- 听取公司发展、经营管理、开展民主管理活动等情况的报告，并提出意见和建议；
- 讨论有关劳动报酬、工作时间、休息休假、劳动安全卫生、保险福利、职工培训、劳动纪律等直接涉及职工切身利益的规章制度，提出意见和建议；
- 选举公司监事会成员中的职工监事代表；
- 教育和督促职工遵纪守法、诚实守信、积极参与公司民主管理；
- 密切联系广大职工，维护职工合法权益，如实反映职工的意见和要求。

以人为本的关爱活动

我们不断优化员工福利，以便更好地满足员工对福利的实际需求，努力让员工达到工作与生活的平衡。此外，我们组织了形式多样、丰富多彩的集体活动，使员工的业余生活充满健康与活力。

我们为员工提供了丰富多彩的集体活动，包括龙舟比赛、欢乐颂音乐节演出等活动，员工也自发组织了艾灸、瑜伽、篮球、摄影等各类共计 11 个俱乐部，并不定期自行开展活动。此外，我们还为员工提供“M+ 计划”即首套房免息贷款，以及“焦点一家亲”活动等员工特色福利。截至目前，“M+ 计划”已累计提供 6,000 多万的无息贷款，帮助约 300 名员工实现购房梦想。

案例：焦点一家亲，与员工家属共享欢聚时光

焦点一家亲

“焦点一家亲”（以下简称“一家亲”）自 2011 年 10 月开始迄今已经成功举办 13 次，累计有 258 个员工家庭参与了这项活动。一家亲活动成立的初衷，是公司希望让更多的员工家属能够见证员工在公司的成长历程，同时也对家属多年以来的支持表示感谢。

每期一家亲活动按照员工的工作年限长短，依次进行邀约，每次活动平均有 18 个员工家庭受邀参加，受邀家庭涵盖总部、驻外分支机构所有在职员工。每期一家亲活动时间为 4 天 3 晚，具体活动内容有：总部参观，高管与家属的座谈会，南京一日游以及短途一日游。

一家亲活动的举办，让家属近距离地了解员工所在公司的发展情况以及员工工作情况，同时也是一次难得的机会，让员工可以表达对家属的感谢。对于建立员工向心力，培养员工对公司的归属感起到了重要作用。

“焦点一家亲”自 2011 年 10 月开始迄今已经成功举办 13 次，累计有 258 个员工家庭参与了这项活动

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

员工参与幸福驿站读书会活动

员工参与肩颈按摩

在员工身心健康关爱方面，我们为员工提供开放舒适的办公环境，每年组织员工进行健康体检，并额外为员工购买商业保险，全面保障员工健康。2011 年，我们开设了保健室，并雇佣盲人按摩师，面向内部员工免费提供肩颈按摩服务，以缓解部分员工因长期端坐在电脑前工作而产生的肩颈不适。此外，我们定期开展沙盘游戏、幸福驿站读书会等心理关怀活动，以缓解员工可能产生的心理压力，以及紧张和焦虑的情绪。沙盘游戏自 2018 年 9 月开展至今，已先后开展团体沙盘近 30 场，个人沙盘近 10 场。幸福驿站读书会自 2019 年 2 月开展至今，已先后开展读书活动十多场，受众百余人。参加人员对活动形式、读书内容都予以很高的评价，有效地帮助员工缓解了职场压力。

在女性员工关爱方面，我们为处于孕期、产假期、哺乳期的女性员工依法提供假期，同时，公司设置准妈妈休息室、哺乳室，并开设准妈妈心理辅导班，为准妈妈们提供必要的帮助，帮助准妈妈安全、愉快地度过孕期。

在困难员工帮扶方面，我们制定了《工会家庭困难员工帮扶暂行办法》，工会根据员工提供的困难员工帮扶政策，按照工会相应的条例，核实无误后，给予一定的帮扶款项，并联合员工所在部门，结合困难员工自身实际情况前去探望。自 2009 年起，我们累计帮扶员工 24 人次，累计帮扶金额 117,459 元，人均约 4,900 元。

8.2 全面赋能，深化人才培养

我们鼓励和支持员工提升综合素质和能力，不断完善人才培养体系，全力为员工的成长提供平台、资源和帮助。

畅通职业发展路径

我们为员工建立了管理和专业双序列发展路径，以满足不同员工的发展需求。其中在专业序列中，细分出技术、产品、运营、销售等序列，并根据员工所属的不同序列开展了各有特色，同时也相互交叉的职业培训，为员工的职业发展提供源源不断的知识支撑和多样化的学习选择。此外，我们为所有员工提供换岗实践和转岗培训，增进部门间理解和合作的同时，更帮助员工拓展职业宽度，找到更加适合自己发展的岗位。

为此，我们制定了《晋升管理制度》，并通过新员工培训、职场加油站、焦点面对面、焦点公开课、“焦点科技”在线学习管理系统（e-Learning 系统）等线上和线下结合的学习方式开展内部培训。此外，我们鼓励员工积极参加外部机构组织的公开课、行业大会以及员工在职教育等培训活动，并为员工提供相应的资金支持。

案例：职场加油站

职场加油站是由人力资源部自主设计和策划的，以“提升组织绩效氛围、员工职业能力”为目标的培训活动。通过该培训为奋斗者赋能，为各团队加油。2019 年，职场加油站接收到各团队报名，共计组织活动 12 场，覆盖约 1,200 人次。

职场加油站 CAREER-GO

2019 年，职场加油站为团队组织活动 **12** 场

覆盖约 **1,200** 人次

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

“50 工程”人才培养计划

深化人才培养体系

我们围绕人才培养建立了分类别、专业化、全覆盖的人才培养体系，并持续丰富培训内涵和课程，为公司发展储备关键人才。

“50 工程”人才培养计划以素质能力优秀、潜力突出的奋斗者为培养对象，由公司高管担任导师，为公司未来发展储备关键人才。具体培养方式包括但不限于：导师辅导、换岗实践、牵头实践项目、优先提供发展机会、提供高额学习基金等。自“50 工程”实施以来，已有近百位学员陆续成长为各业务和职能方向的骨干、专家或走上了管理岗位。他们正在公司业务发展中发挥着重要作用。

导师辅导	换岗实践	优先发展	项目牵头
• 由公司高管担任导师，每学年更换 1 次； • 采取小组研讨、一对一交流、走访交流等小班制辅导。	• 通过换岗实践，拓展个人视野和能力边界、发现有价值的业务机会和创新点、促进跨部门（岗位）合作、提升个人影响力。	• 获得在竞聘管理岗位、配置内外部学习资源方面的优先机会。	• 牵头实践项目，由所属一级部门负责人及其他公司高管给予指导、支持和关注。

人才培养方式

焦点科技欢乐颂音乐节

8.3 文化积淀，创造活力环境

我们致力于打造奋斗者家园文化，为员工创造活力、创新的成长环境，为员工发展提供更广阔的舞台和天地。

奋斗者家园文化

我们围绕企业战略布局，提炼出适应业务发展和组织氛围营造的奋斗者家园文化，鼓励员工成为有自我追求，能够自我驱动，积极主动，不达目的永不放弃的奋斗者，并为奋斗者提供一切可能的回报，分享公司发展的成果和未来。

企业文化是企业内涵的重要组成部分，而首席文化官就是企业文化的重要载体。我们通过设置首席文化官，主导组织、策划和实施有利于业务发展和员工关怀的各项企业文化活动，增强团队凝聚力，并设置了“焦小糖”这一虚拟员工形象，以“有深度，有温度，有态度，有力度”的方式，帮助员工在高速工作的同时，发现身边的温暖，分享身边的快乐。

焦点梦之队参加龙舟赛

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

焦小糖 2019

案例：嘿！我是焦小糖

焦小糖形象于 2015 年 9 月 30 日诞生。焦小糖成立之初，是为了让焦点总部以及驻外的员工多一个非官方的渠道，运用社交媒体的方式，多角度、多形式了解自己所在公司所发生的事。现在焦小糖的定位是一个符合和认可公司文化的正式员工，想要传递的是一种积极的工作态度，一种阳光的生活态度，一种正向的思考方式。因此焦小糖被定义为四度小糖：有温度、有态度、有深度、有力度。

温度：焦小糖不是机器人，是一个有血有肉、接地气、每天都与大家工作生活在一起的伙伴；
态度：焦小糖和所有人一样，有自己的喜、怒、哀、乐；
深度：对于周遭发生的事情有自己的看法，敢于发声，敢于说出自己的见解，从不人云亦云；
力度：用自身的行动，去感染、影响身边的每一位伙伴。

信息高速发展的今天，快餐、快时尚、外卖、共享，无一不是在某个角度不断推动人们更快速地工作生活，而作为一家互联网公司，焦小糖的出现是为了帮助伙伴在高速工作的同时，能发现身边的温暖，分享身边的快乐。

打造活力创新环境

我们持续为员工打造活力创新的工作环境，通过设立焦点研究院、各业务部门 / 创业团队及创新管理办公室在内的内部创新体系，制定《创新驱动发展实施办法》《员工内部创业计划》等创新创业管理制度，充分激发员工创新意识和创新热情，驱动员工及公司的可持续发展。

我们定期组织创新评选，鼓励所有部门和全体员工积极参与企业产品、运营、管理、营销以及技术研发等各层面的改进和创新，在不断提升业务绩效的同时积极为公司发展献计献策。此外，我们还鼓励、帮助员工孵化有价值的商业创意，支持团队独立创业，并给予包括提供发展启动资金、技术支持与知识共享、知识产权保护和公共资源获取等全方位的支持，最大程度实现个人及团队价值。

案例：因创新而诞生的“领动”

南京焦点领动云计算技术有限公司（以下简称“领动”）是一家专注为中小企业提供云建站、云营销服务的创新型高科技技术企业，也是焦点科技成功孵化的创业项目之一。

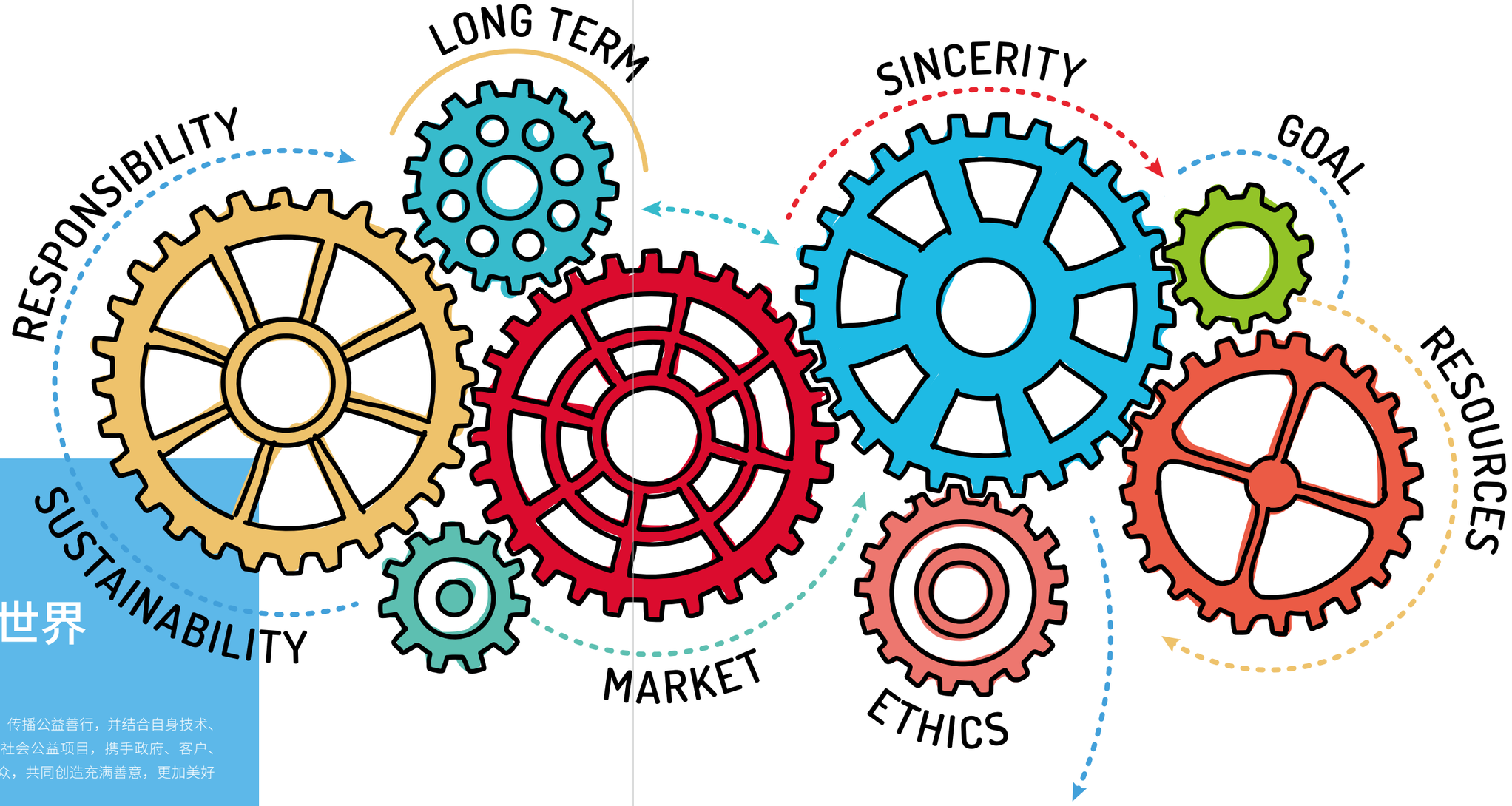
在领动成立初期，焦点科技为其提供了用于员工工资发放、市场推广、采购和销售等经营开支的发展启动资金约 300 万元，并提供了免费的办公场地、行政、人事、财务和法务等专业支持，帮助领动规范公司治理架构。

在领动发展过程中，焦点科技为其提供了系统架构、技术选型、数据库及服务器运维等各方面的技术指导和支持，增强了领动在市场上的技术优势和竞争力，并且帮助领动对其现有的知识产权进行梳理和成果转化，有效降低了领动的经营风险和经营成本，目前已支持领动获得了 16 项专利和 27 项著作权。此外，焦点科技协调整合自身资源，帮助领动进行市场推广及销售，为领动的发展提供了大量的资源和机会。

在焦点科技提供的资金、技术、运营等多方面的支持下，截至目前，领动云平台销售渠道覆盖中国 300 余个城市，企业用户超过万家，平台使用人数超过数十万人。领动云平台（建站和营销服务）以其功能强大、易于操作的特点，不断提高企业网站的利用率和转化率，在业界获得了客户极高的认可和赞誉。

面向未来，焦点科技集团高管以企业管理者的视野和格局，为领动的负责人和其他骨干成员提供了战略指导和组织发展方面的建议，支持领动的可持续发展。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn



09 美丽

共创善美世界

我们致力于弘扬中国制造之美，传播公益善行，并结合自身技术、教育等方面的优势，积极开展社会公益项目，携手政府、客户、公益组织、当地社区及社会公众，共同创造充满善意，更加美好的世界。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

9.1 精心甄选，弘扬中国制造之美

2011 年，全球回归制造业。当年，后金融危机时代的发达国家实施“再工业化”战略，大力推进先进制造，让全球制造业开始了新一轮的洗牌。处于工业化进程中后期的中国，多种工业品产量居世界第一，工业制成品的出口规模也列世界第一，俨然已成为名副其实的“世界制造工厂”。

同时，中国制造走入了第三个发展的十年，加速了海外业务拓展的步伐，开始了从世界加工中心到世界创造中心的蜕变，“Made in China”的各种产品遍布世界各地，在自豪之余，国人也经常因为世界各地消费者和媒体对中国制造的一些负面评价而郁闷，很多时候一提到中国制造，难免让人联想到粗制滥造、价格低廉，甚至假冒伪劣等，这样的负面形象一直伴随着中国制造的成长，也切实成为当时阻碍中国制造进一步发展的重要障碍。

作为中国较早将互联网引入外贸领域的平台，中国制造网已伴随着中国制造企业的发展走过了 13 年，我们认为，只有当中国有了全世界认可的设计标杆，中国制造的价值才会被重新发现和认可。而关注中国“制造之美”正是重点，发掘中小制造型企业的创新力量，以各种方式打破中小企业传统观念的桎梏，促进产品的转型升级，进而帮助中国产品在海外获得议价权，由“中国制造”走向“中国智造”刻不容缓。

由此，中国制造网发起了中国“制造之美”公益评选项目。中国“制造之美”以帮助中国产品树立国际品牌、赢得议价权为己任，自 2011 年发起以来，从最初单一的产品评选活动，逐渐发展为集专业评选、全球市场推广、企业游学交流、优质制造与设计资源对接、产学研深度融合等为一体的创新赋能平台。为进一步秉承公益初心，促进制造产业繁荣发展，中国“制造之美”持续扩大对外交流合作，先后与江苏、广东、安徽、福建等工业设计大赛达成战略合作，强化大赛间的业务协同，共同为中国制造树立更多标杆，齐心协力将优秀中国制造推向全球。

MEI Awards 制造之美

发现制造之美 展示质造精品

案例：2019 中国“制造之美”年度评选

2019 年，中国制造之美组委会共收到了 5917 件参赛作品，参赛作品数量同比增长近 50%，参赛企业共计 2309 家，均创历史新高。本次评选经国内工业设计顶级大咖、资深国际采购商、知名业内专家等评委从产品品质、创新价值、人机交互、安全环保、美学效果等维度进行评估，最终 57 件优秀产品分别荣获 2019 中国“制造之美”金奖 8 个、银奖 33 个、单项奖 16 个，共计 49 家企业获奖。在全球经济放缓，贸易环境不确定因素增加的背景下，2019 年参赛的产品无论是从产品品质还是创新程度都有进一步的提高，也让人民感受到中国制造企业对产品品质、设计创新、品牌提升越来越重视。

截至目前，中国制造之美公益评选活动已经连续 9 年开展，中国“制造之美”一边以严谨的眼光审视中国制造，一边把握市场不断变化的需求。在线上渠道，历年获奖的优秀产品通过中国制造网直面国际市场，通过线上渠道打破贸易壁垒，足不出户，让获奖产品收获全球询盘。在线下渠道，组委会每年携 400 余件优秀产品走遍全球 10 多个热门国家和地区，进行 30 余场“中国‘制造之美’优品发布会”，受到国内外采购商及媒体的高度关注与积极传播。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

越来越多的中小企业借助中国“制造之美”这个平台，获得了与行业内外专业人士学习交流的宝贵机会，获取了与优秀上下游资源合作的机会。而中国“制造之美”也力所能及地帮助中国品牌对外宣传推广，帮助企业做大变强，不断把中国品牌声音带向世界，让世界更了解中国品牌。

未来，中国“制造之美”将持续拓展与各地政府机构、行业协会、高等院校、工业设计类评选赛事、海外商协会的合作，围绕人才培养、产品创新、贸易对接、资本对接等方向，让越来越多的中小企业获得与专业人士学习交流和贸易对接的宝贵机会，提升大型企业在海外市场的品牌影响力，助推制造业与互联网、工业设计的融合，帮助制造企业提升国际市场竞争力。

中国“制造之美” 荣誉历程：

2011

中国“制造之美”正式启动。

2012

中国“制造之美”年度评选共有近3000件来自全国各地的制造企业和设计机构的产品报名参赛，获奖产品充分体现了中国制造的创新水平。

2013

中国“制造之美”联合南方周末推出“发现制造之美”深度调查报告专题，深度剖析中国制造新变化、新亮点，传递中国制造正能量。

2014

举办“制造之美中国行”活动，带领参观标杆企业，先后走进海尔、方太、华帝等国内知名企业，感受他们的企业文化和公司经营管理制度。同时组委会携优秀参赛作品参展高端展会，如中国工业设计周、上海工博会等。

2015

中国“制造之美”组委会斥资1000万元作为年度专项推广基金，为获奖产品及企业量身定制专属推广方案，直促贸易达成。

2016

中国“制造之美”获奖产品在全球多个国家及地区巡展，收获国际知名采购商及媒体关注；同时，组委会开展制造业交流峰会、设计零距离、名企学习等活动，助力企业全方位提升。

2017

首次携手中国贸促会贸推中心共同主办，联合 SGS、TÜV 南德、BV 三大国际知名认证机构，更大程度地引入行业标杆企业，发挥“中国制造”的榜样力量。

2018

中国“制造之美”举办设计成果交易会，让优质设计方案落地，走向市场，让更多制造企业获得可持续发展的机会。

2019

中国“制造之美”对大赛赛制进行升级优化，引入合作机构推优机制，联合安徽、福建、江苏、广东等多地工业设计大赛及协会，纳入更多优质产品和企业，让中国“制造之美”覆盖到更广泛的人群，形成更大的社会影响力。

微信公众号　　微　信　号

扫描二维码，关注中国“制造之美”。
活动实况，一手掌握！

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

9.2 真善与共，传播公益善行

我们坚持商业向善，以实际行动向客户和社会公众传递我们的公益观点。我们充分利用自身优势，携手政府、高校、客户、公益组织等，共同支持行业人才培养及公益事业发展。

传播公益观点

焦点科技旗下《焦点视界》从创刊之日起，就保留封三宝贵的版面位置，每期一个公益广告，代表焦点科技，向客户读者表达自己的公益观点和态度。目前已持续推出 68 期公益广告，题材包括汶川地震重建、环保、助残日、国际微笑日、支教、制造品质、企业社会责任等。

从 2013 年总第 28 期开始，我们开始策划“焦点公益行”栏目：由杂志社策划公益选题，每期拿出 6P 版面，由摄影记者前往各个典型的地方去采访、拍摄，以引起外贸企业读者的关注和思考，并唤起大家的公益行动。“焦点公益行”栏目目前已经走过了 41 期，内容包括对格萨拉留守儿童、公益慈善法、即将失传的工艺大师、知识产权、环保、代课老师等社会热点话题进行的展现和剖析，以持续向中国制造企业输出公益价值观，唤起大家的关注，引发大家的思考和行动。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2008 年

被认为是中国的公益元年，同样也是焦点科技的公益元年。我们从公益捐赠起步，开始踏上了公益的征途。

2014 年

我们确立了重大公益项目的执行方向及愿景“与未来有关的都与我们有关”。

2019 年初

我们与攀枝花市花城义工协会签署“看世界”项目，共同倡导更多的中国制造企业和个人参与其中，帮助贫困山区的儿童更好地“认识外面的世界”。

聚焦儿童关爱

2010 年

焦点科技“关爱未来委员会”发起“焦点员工志愿支教行动”，牵手革命老区河南省桐柏县朱庄乡第二中心小学，开展了长达 4 年的支教活动，在支教的过程中，焦点科技的公益理念逐步成型。

支教老师刘老师和她的学生们

2015 年 6 月

我们携手爱德基金会启动“聚焦启智”公益项目。以贫困地区义务教育从业机构和贫困家庭子女为扶持对象，通过我们自有的技术和设备，唤醒学生学习的热情，促进提升贫困地区师资能力和教育资源的平衡，渐次提高教学质量。在接下来的几年中，我们分别在云南施甸、四川攀枝花等地开展针对“助学助教”的公益慈善活动，助力贫困地区教育脱贫。

我们始终相信，所有与未来有关的都与我们有关，点滴的努力可以在未来汇成江河。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

助力行业人才培养

我们心系互联网、制造业及外贸等领域专业人才的培养，利用企业自身优势，积极与高校联合开展产教融合类项目，帮助在校大学生实现“学校人”到“企业人”的转变，为专业人才培养提供助力。

我们通过线上培训与线下培训相结合，管理培训与技能培训相融合、国内培训与海外培训相结合的培训发展路径，整合国内顶级政、产、学、研优质资源，全面服务企业人才培养。面向大三大四的在校大学生，我们推出了集职业培训、就业匹配、人才输送为一体的人才培养计划。整个计划结合了行业的用人需求，精心设计每一个课程内容和流程，“技能为先，就业为主”，帮助在校大学生真正实现从“学校人”到“企业人”，从入门到精通的飞跃。

多年的实践经验表明，产教研融合项目中，高校能够帮助企业解决人才、技术等问题，企业能够帮助高校解决实习、就业等问题，校企双方优势互补，共同为人才培养注入发展动力。

焦点科技在产学研方面获得的资质称号：

- 南京财经大学国际商务人才、跨境贸易人才培养基地
- 江苏省首批产业人才培训示范基地
- 江苏省人社厅“专业人才继续教育基地”
- 南京林业大学、南京信息工程大学、金陵科技学院等多家高校的实训基地

9.3 绿色运营，共建美好环境

我们始终坚持绿色运营和绿色办公的理念，在新办公大楼设计、施工等过程中，充分考虑环境影响，并积极推进数据中心能效提升、绿色办公以及绿色采购，以减少能源消耗及资源浪费。

提升能效，打造企业“绿色心脏”

随着云计算、人工智能、大数据、物联网和移动互联网的深入发展，互联网行业建成的数据中心也越来越多。数据中心平均消耗的功率是大型商业写字楼的 100 倍以上，一个大型数据中心使用了相当于一个中小城市的总用电量，服务器供电和冷却所需的电能占数据中心总运营成本的 40%，因此，数据中心电力效率以及功率密度方面的问题已经成为互联网企业绿色可持续发展的重要挑战。

为了有效提升数据中心能源利用效率，助力企业可持续发展，我们采取了以下措施：

- **调整制冷温度：**设定机房内空调的制冷温度，夏季为 22 度，冬季为 23 度；
- **新风机换风：**冬天增加新风机开机时间，更多的引入自然冷风对数据中心降温；
- **改造冷通道封闭：**将服务器的进风区增加防风挂帘形成冷 / 热区域隔离；
- **节假日关停服务器：**春节、国庆等长假期间，关闭测试设备及非核心设备；
- **设备选型考虑节能：**选择带电源节能认证的服务器并淘汰发热量大的机械硬盘；
- **热点区域重点降温：**对存储、虚拟化服务器等热点区域选用风量可控的地板。

2020 年，焦点科技全新的办公大楼将正式建成投入使用。在新办公大楼的规划中，我们将通过使用冷通道封闭的微模块机房、采用带制冷的 VRV 新风机等措施，实现 PUE 小于等于 1.5 的目标，确保数据中心的平均耗能基本与国际先进水平持平。

延伸阅读：什么是电能使用效率值（PUE）？

电能使用效率值（Power Usage Effectiveness 简称“PUE”），是国际上较为通行的数据中心能效水平使用效率的衡量指标。该指标由数据中心设备总能耗除以信息设备能耗得出，基准值为 2，数值越接近 1，意味着能源利用效率越高。

我们采取的具体措施包括：

- **使用冷通道封闭的微模块机房：**有效隔离冷热通道，提高制冷效率；
- **提高数据中心冷冻水的供水温度：**采用 12 度供水，18 度回水；
- **使用带自然冷却的冷水机组：**当自然温度小于回水温度时，自然冷却系统启动；
- **采用带制冷的 VRV 新风机：**冬天增加新风机开机时间；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

- **使用变频器控制水泵：**根据冷量需求，通过变频水泵自动调节数据中心的供水流量；
- **选择高频模块化 UPS：**提高整机电能利用率；
- **墙体隔热：**对数据中心墙体进行保温处理，朝阳的墙壁采用双层保温；
- **安装盲板：**精确送风，有效减少冷量流失；
- **设备摆放优化：**发热量大的虚拟化服务器、存储设备，优先放在空调两侧的机柜。

严格把关，推进绿色采购

我们成立了采购委员会，在采购过程中重视相关产品的环境负面影响和供应商的环境表现，通过对产品设备等采购物品的主要材质、使用周期、能源消耗等指标进行考察，严格控制采购质量及数量，并积极向供应商传达我们对绿色采购行为的支持和主张。

我们在 ICT（信息通信技术设备）绿色采购方面的主要措施：

设备采购	设备回收
· 服务器等 IT 设备在满足需求的同时优先选用低功耗 CPU，通过节能环保认证的设备； · 服务器等 IT 设备提前进行测试，匹配实际生产环境，避免资源浪费； · 新办公大楼制冷设备选用能效比高的冷水机组（能效比 COP 不小于 2.98）； · 新办公大楼 UPS（不间断电源）设备选用整机效率高的高频模块化 UPS（整机效率不低于 99%）。	· 服务器等 IT 设备在达到使用年限下线后，由专业的再生资源回收公司回收； · UPS、电池等电源配套设备由原厂进行回收。

“节”尽所能，践行绿色办公

我们积极推进节能减排和绿色办公，倡导员工珍惜办公环境中的每一度电、每一滴水、每一张纸，避免一次性餐具使用等，将绿色办公落实在工作中的每一处。

目前我们采取的绿色办公措施主要有：

- **成立专门的采购委员会，严格控制采购的数量与质量；**
- **倡导无纸化办公，鼓励员工双面使用纸张；**
- **减少塑料垃圾袋的使用，倡导内部共享垃圾桶；**
- **尽量避免使用一次性餐具，如无法避免则使用可降解餐具；**
- **建立强大的兼职维修队伍，确保损坏设备的维修再利用。**

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

数据资料篇

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

10 公司治理

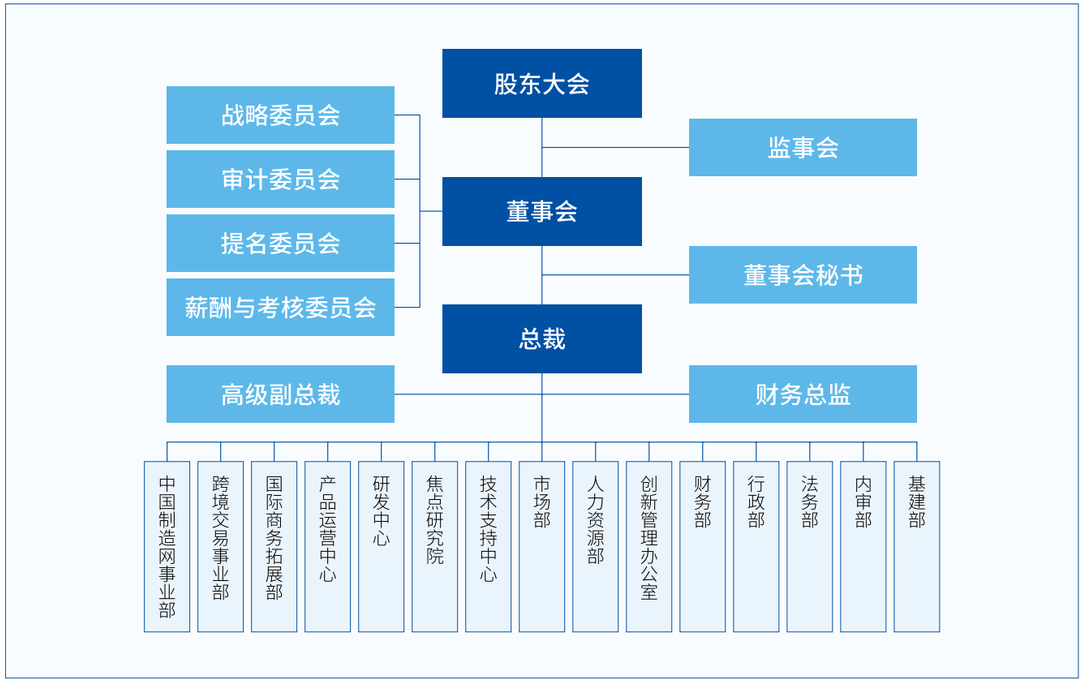
焦点科技始终坚持“竭尽全力创造客户认可的有价值的产品和服务”的使命，以党建为引领，在积极开展各项业务的同时，持续完善公司治理，强化风险管理，切实保护股东及投资者利益，为公司稳健发展提供有力保障。

10.1 治理规范有序

公司治理结构

公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》和《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规的规定，结合自身实际情况，制定了《公司章程》《信息披露管理制度》《内部审计控制制度》《内部控制制度》等相关管理制度，持续完善公司治理结构，不断提升公司治理水平。

公司治理架构图



2019 年，公司共召开董事会会议 7 次，审议议案 22 项，听取或审阅汇报事项 22 次；召开监事会会议 7 次，审议议案 17 项，听取或审阅汇报事项 22 次。

信息披露与投资者关系管理

公司制定了《信息披露事务管理制度》《投资者关系管理制度》《内幕信息知情人登记制度》等相关制度，并严格按照制度要求，公平对待所有投资者，切实履行信息披露义务，保障公司股东及广大投资者的知情权，并通过以下具体措施，确保信息披露及时、准确。

基于“及时、真实、完整、得当”四个原则，公司采取以下具体措施：

- **及时：**公司严格遵守有关法律法规，保证需披露事项自发生到披露不超过 2 个交易日，做到及时披露；
- **真实：**公司坚持以客观事实或具有事实基础的判断和意见为依据，如实反映客观情况，拒绝虚假记载或不实、夸大陈述，且做到必要的风险提示，做到真实披露；
- **完整：**公司对外披露的信息内容完整，所需支撑文件齐全，做到完整披露；
- **得当：**公司严控未披露信息的知情人范围，制备内幕信息知情人名单，严防信息泄露。

公平对待投资者：

- 公司积极完善投票表决机制，保障中小投资者的参与权，公司章程中约定股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，中小投资者表决应当单独计票；
- 公司对外开通了证券热线、网络问答平台等多种对外沟通渠道，积极解答投资者的各项疑问，保证投资者诉求通道畅通无阻；
- 公司接受各类投资者的调研，包括机构投资者及个人投资者，针对各类股东一视同仁，调研记录如实记载并在调研通过媒体予以公开；
- 公司不断强化诚信建设，及时提醒外部活动发言人遵守信披规则，对待重大事项时，信息披露先行，保证股东及投资者享有公平的知情权；
- 将分红条件写入《公司章程》，保证市场上所有投资者均能合理预期当年度的分红方案，保证投资者享有公平的知情权。

投资者沟通渠道：

- 开通证券电话专线回应投资者咨询，2019 年接听投资者电话 364 次；
- 互动易网上问答沟通，2019 年合计回复互动易咨询 31 条；
- 不定期组织调研活动，针对投资者问题进行集中解答：全年共组织调研活动 2 次，调研记录均通过巨潮资讯网进行公示披露，集中回答投资者对公司的疑问；
- 举办线上业绩说明会 1 次，公司董事、高管与股民在网络上直接沟通交流。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

负责任投资

公司充分确保和维护广大投资者的长期权益，始终坚持价值投资，而非价格投机。对于易受市场追捧的“热门行业”“高送转话题”等投资领域保持谨慎和冷静，以保证投资者获得相应的回报。

焦点科技重点投资于消费电子、宠物用品、办公家居类、智能制造等制造业行业，优先考虑中国制造网及 inQbrands, Inc 的服务会员企业，明确禁止可能危及环境保护、社会道德以及公共利益相关领域的投资，包括但不限于游戏、重污染化工、P2P、房地产等行业。

公司选择标的投资公司主要从以下方面进行考量：

· 维护社会主义核心价值观，明确自身肩负的社会责任，具备优良的企业文化；

· 处于外贸型中国制造业，有长期海外代工生产经验，有 ODM（Original Design Manufacture 原始设计制造商）诉求，发展前景良好，公司具备一定市场影响力或在区域 / 细分市场上占据优势；

· 公司商业模式清晰，具备可持续性，业务稳定增长；

· 拥有结构合理、相互支持、具有战略眼光的管理团队，团队有丰富的实践经验和强大的市场开拓能力，主要负责人具有领导力，品行良好；

· 具备通过增值服务实现公司价值提升的可能，有较清晰的退出路径。

10.2 强化合规与风险管理

合规管理体系建设

公司深入构建合规管理体系，加强合规运营，积极推动各项监管制度和规定的落地实施。我们不断完善内部控制及管理流程，确保管理效能充分发挥，提升合规管理能力。报告期内，公司未发生任何违反社会和经济领域法律法规的事件。

公司合规管理体系建设主要分为四个部分：

1、建立以法务部为核心，各业务部设立独立合规岗位或配备专业合规管控人员，在法务部基于基本法律统筹的基础上，借鉴各事业线合规人员对于业务细节的风险管控及规则制定、执行，团结一致解决合规问题；

2、全公司范围内建立了合同审批制度，并颁布了《合同审批管理办法》，从合同前期的签署到后期的归档，均有迹可循；

3、公司文件的用章建立起专门的审批系统，清晰记录印章用途及去向；

4、定期组织人员参加法律知识培训，增强人员的法律意识，培养优秀、严谨的工作习惯。

合规文化建设

2019 年，我们持续推进合规文化建设，通过开设“法律大讲堂”、论坛趣味“微普法”等形式的培训，在公司全员范围内增强合规管理意识，建设合规文化。具体行动包括：

· 开设“法律大讲堂”。公司就业务开展过程中经常出现的问题，通过定期开设“法律大讲堂”在公司范围内进行培训和普及，以减低运营风险、提高日常运营效率。2019 年全年共开设“法律大讲堂”3 次，培训 150 人次；

· 发布“微普法”。公司就社会热门话题、日常生活常见法律纠纷，在公司 OA 论坛发布“微普法”，帮助同事提高法律意识。2019 年共发帖七篇；

· 及时响应政策。针对 2019 年 1 月四部委联合发文《关于开展 App 违法违规收集使用个人信息专项治理的公告》，法务部统筹协调公司旗下全部产品线、各网站平台及 APP 应用，对用户隐私策略进行全面梳理，保证《隐私策略》无论是从展现形式，还是到内容呈现，都严格符合国家法律法规的各项要求，尊重并积极保护个人信息。

案例：法律大讲堂之“知识产权侵权投诉的认定”

2019 年 2 月 28 日，在公司总部 12 楼柠檬树会议室，法务部第 18 期法律讲堂——“知识产权侵权投诉的认定”正式开讲。参加大讲堂的同事主要是来自信息管理运营部和订单审核部的同事。此次法律大讲堂的主讲人为法务部涂蔷，她结合当前公司遇到的各类侵权投诉在处理过程中的问题，结合知识产权的相关法律法规，用通俗易懂的语言向各业务部门的同事讲解了作为网络平台应如何处理侵权投诉。在讲解过程中，她采用启发思维的提问方式和听众互动，充分调动了大家的学习积极性，更使得整个讲堂的氛围轻松、愉快。

本期法律大讲堂从知识产权的分类讲到这些知识产权在侵权认定方面的常识问题，通过举例说明的方式将知识产权法的当前规定和平台在实际业务中遇到的侵权投诉案例相结合。既完成了对当前平台遇到的具体疑难问题进行讲解分析，也让参会人员有了更深刻的亲身体验。

加强风险管理

公司在运营过程中识别到的风险种类主要包括：财务风险、经营风险以及安全风险等。公司建立了《内部控制制度》《内部审计控制制度》《关联交易控制制度》等有关风险控制与防范制度，并通过员工入职培训、论坛日常宣传、“运营一小时”分享等线上线下结合的培训方式，将风险防范渗透到各个部门、各个岗位。

此外，在布局跨境贸易生态圈的过程中，公司也面临着跨境支付纠纷风险。公司主营业务涉足在线交易领域，尤其是开锣（Crov.com）平台，既涉足国际支付，又包含用户账期服务。在交易和运营过程中，需要充分保障资金的安全性，避免出现客户偿付能力不足、违约、拒付而带来资金损失并导致运营成本的上升。为此，公司将加强金融业务审核机制，不断完善与交易有关的信用风险管理制度，由专业团队严格审核客户资质，提高要约买家条件。公司与专业第三方 Equifax 公司建立了合作关系，Equifax 将对 Crov.com 的买家进行资质审核并反馈买家信用报告，进一步降低账期服务的违约风险。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

10.3 以党建促发展

公司深入贯彻党的十九大精神，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，围绕公司中心任务，落实基层党建工作。公司党支部在上级党委的关心和指导下，认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神，深入推进“两学一做”学习教育常态化制度化，不断提高基层党组织建设和党员队伍建设科学化水平，为公司稳定发展提供了政治保证、思想保证和组织保证。

焦点科技主要开展以下几个方面的党建工作：

方面	具体内容	主要实践
推进“两学一做”学习教育	加强统筹安排	认真按照上级要求，结合公司实际研究制定工作方案。召开支委会，制定年度工作安排，坚持以问题为导向，区分层次，分类指导，确保学习教育取得实效。
	坚持政治学习	全公司范围内开展以各部门党小组为单位开展“我学十九大和两会”主题组织生活会以及习近平新时代中国特色社会主义思想主题活动，广泛进行自学，学习《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》《中国共产党章程》《党的十九大报告》，原本通读《习近平关于“不忘初心、牢记使命”论述摘编》，将学懂弄通习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神落到实处。
增强组织凝聚力与战斗力	不断强化组织学习	加强理论学习，制定学习方案，拟定学习计划，配合上级做好思想宣传工作，如组织冬训学习，学习习总书记系列讲话；联合企业文化小组组织学习活动，组织专题读书会，如《做自己的幸福架构师》幸福读书会等。
	坚持以党建带团建，丰富群团工作	开展适合企业特点的特色活动，丰富员工文化生活。组织参加软件园党委组织的乒乓球比赛，并取得了女单亚军、女单第五名和男单第五名的好成绩；组织“凝人心 聚合力”原创春联活动，发挥党建带团建的特点，增强组织整体凝聚力与战斗力。
强化基层党组织建设	专项整理党组织党员基本信息情况	由于历史原因，离职在册的人员较多，阻力较大，花一定精力整理党支部党员信息采集及党内统计工作，做好党费收缴、组织关系转接、民主推荐、党员发展等工作。
	开展党员主题教育实践活动	进行党员主题教育活动项目化管理，探索党员主题教育活动新模式，新方法，由支部组织委员组织的《法律大讲堂》已成为公司的特色活动。
	开展“亮身份，树形象”活动	通过公司年会、新职工入职培训和公司表彰等重大活动要求全党员佩戴党徽，进一步强化党员干部的身份意识，树立党员形象，展示党员风采。
	加强党风廉政建设	除对党员同志加强廉政教育外，支委会成员连同内审部，每两周对公司采购流程、食堂采购情况进行抽样突检，警钟长鸣。

11 所获荣誉和奖项

序号	2019 年所获荣誉及奖项	获奖主体	颁奖机构
1	“重合同守信用企业”称号	焦点科技	江苏省工商行政管理局
2	人力资源管理杰出奖	焦点科技	前程无忧
3	“南京市残疾人就业工作先进单位”称号	焦点科技	南京市人民政府残疾人工作委员会
4	2019 江苏省互联网 50 强企业	焦点科技	江苏互联网协会
5	2019 优秀跨境电商企业	焦点科技	深圳市跨境电子商务协会
6	2018 年中国跨境电商行业“百强榜”——出口跨境平台 B2B 平台	中国制造网	电子商务研究中心
7	2019 领先科技成果“优秀项目奖”	新一站	中国国际大数据产业博览会组委会
8	第一届今日保险中介榜年度最值得信赖保险中介	新一站	《今日保险》杂志社
9	腾云驾数优秀产品奖	百卓网	江苏省工业和信息化厅
10	2018-2019 年度最具商业价值 SaaS 产品	百卓网	第四届中国 SaaS 应用大会组委会
11	2019 年度最具创新云服务产品	百卓网	第二届企业云服务大会组委会
12	江苏软件人才突出贡献奖	中企教育	江苏软件产业人才发展基金会

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

12 加入的行业协会

加入协会	加入主体	会员级别 / 职位
南京市互联网协会	焦点科技	理事单位
江苏省互联网协会	焦点科技	副理事单位
南京跨境电商协会	焦点科技	副会长单位
江苏省国际商会	焦点科技	副会长单位
南京市国际商会	焦点科技	副会长单位
南京市电子商务协会	焦点科技	副理事长单位
江苏省电子商务协会	焦点科技	副会长单位
南京市进出口商会	焦点科技	理事单位
江苏省进出口商会	焦点科技	常务理事单位
江苏省国际商会商务大数据专业委员会	焦点科技	副主任委员单位
江苏省软件行业协会	焦点科技	副理事长单位
中国国际商会无锡商会	焦点科技无锡分公司	会员单位
青岛跨境电商协会	焦点科技青岛分公司	副会长单位
中国汽车改装用品协会外饰与越野装备专业委员会	焦点科技青岛分公司	副会长单位
江苏省保险中介行业协会	新一站保险网	副会长单位
中国保险行业协会	新一站保险网	会员单位
江苏省互联网金融协会	焦点小贷	会员单位
南京市小额贷款协会	焦点小贷	会员单位
托比产业互联网联盟	百卓网	会员单位

13 绩效数据

我们以关键绩效表的形式列出公司 2019 年在环境管理、产品与服务、供应链管理、员工雇佣、员工培训、反贪污、社区公益等方面的相关绩效指标统计。

经济绩效

绩效指标	单位	2019 年
营业总收入	万元	100,983.96
利润总额	万元	17,402.47
资产总额	万元	290,086.19
每股收益	元	0.64
每十股派息数（含税）	元	7.5
每十股转增股本	股	3

环境绩效

注：环境绩效数据统计口径为焦点科技（包括各个事业部、全国各地分公司）、新一站保险代理股份有限公司、百卓网络科技有限公司、南京市焦点互联网科技小额贷款有限公司、江苏中企教育科技股份有限公司。另外，由于部分子公司未纳入报告范围，但其办公地点也在焦点科技总部无法做数据剥离，因此环境绩效统计口径中还包括同在总部办公的子公司，包括：焦点进出口服务有限公司、南京新贝金服科技有限公司、南京焦点科技投资管理有限公司。

能源使用情况

绩效指标	单位	2019 年
办公运营耗电总量	兆瓦时	2906.24
数据中心年耗电量	兆瓦时	822.62
自有车辆汽油用量	升	57,500
自有车辆柴油用量	升	17,000
液化气消耗总量	吨	19.75
耗电密度（办公面积）	兆瓦时 / 平方米	0.30

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

温室气体排放

绩效指标	单位	2019 年
范围一温室气体排放量（液化石油气 + 油）	吨二氧化碳当量	262.42
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	2599.80
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	2862.22
温室气体排放密度（单位办公面积）	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.23

注：

1）本公司产生的温室气体主要为公司使用液化石油气、汽油、柴油产生的直接排放，以及外购电力产生的间接排放。

2）温室气体清单包括二氧化碳、甲烷及氧化亚氮。温室气体排放数据按照二氧化碳当量呈列，参考国家发展改革委应对气候变化司发布的中国区域电网平均二氧化碳排放因子、香港联交所提供的固定源、流动源的温室气体排放系数以及世界资源研究所发布的“城市温室气体核算工具 2.0”进行估算。

废弃物排放

绩效指标	单位	2019 年
无害废弃物排放总量	吨	761.66
其中：废纸	吨	0.30
其中：建筑垃圾	吨	650
其中：生活垃圾	吨	30
其中：厨余垃圾	吨	81.36
有害废弃物排放总量	吨	2.10
其中：电子产品废弃量	吨	2
其中：碳粉盒	吨	0.003
其中：硒鼓墨盒	吨	0.10

注：

1）本公司运营涉及的无害废弃物类型主要包括废纸、建筑垃圾、生活垃圾、厨余垃圾；有害废弃物类型主要为电子产品、碳粉盒、硒鼓墨盒。

2）废弃电子产品主要包含微机主机、显示器、笔记本电脑等物品。

水资源利用

绩效指标	单位	2019 年
总耗水量	立方米	15,541.50
按取水来源划分的耗水量：市政供水	立方米	15,541.50
耗水密度（单位办公面积）	立方米 / 平方米	1.25

办公用纸情况

绩效指标	单位	2019 年
办公用纸量	吨	2.40
办公用纸回收量	吨	0.15

注：办公用纸量为公司一年使用总量（盒）进行折算后预估的数据。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

社会绩效

员工

注：

1）统计口径说明：本报告员工数据的统计口径为焦点科技股份有限公司（包括各个事业部、全国各地分公司）、新一站保险代理股份有限公司、百卓网络科技有限公司、江苏中企教育科技股份有限公司、南京市焦点互联网科技小额贷款有限公司、焦点进出口服务有限公司、南京新贝金服科技有限公司、南京焦点科技投资管理有限公司、新一站（南京）保险公估有限公司、焦点供应链服务有限公司。

2）与年报数据差异说明：年报中披露员工总数为 2,060 人，本报告中披露员工总数为 1,962 人，数据差异因为统计口径不同。受数据收集情况限制，与年报统计口径相比，本报告员工数据未包含以下子公司数据：江苏中服焦点跨境贸易服务有限公司、文笔网路科技有限公司、DOBA, INC.、inQbrands Inc.。

员工数量

绩效指标	单位	2019 年
员工总数	人	1,962
劳务派遣制员工人数	人	1
劳动合同制员工人数	人	1,946
其他雇佣形式员工数	人	15
按性别划分		
男性员工数	人	937
女性员工数	人	1,025
按地区划分		
在中国大陆工作的员工人数	人	1,962
在港澳台及海外工作的员工人数	人	0
按年龄划分		
50 岁以上的员工人数	人	18
30 岁至 50 岁的员工人数	人	629
30 岁以下的员工人数	人	1,315
按学历划分		
拥有硕士及以上学历的员工数	人	112
拥有本科学历的员工数	人	1,303
拥有大专及以下学历的员工数	人	547

员工多元化

绩效指标	单位	2019 年
少数民族员工人数	人	39
残疾人员工人数	人	12
管理层男性员工数	人	136
管理层女性员工数	人	91

员工权益保障

绩效指标	单位	2019 年
休育儿假的女员工人数	人	94
休育儿假的男员工人数	人	63
休育儿假的员工总数	人	157
育儿假结束后在报告期内返岗的女员工数	人	76
育儿假结束后在报告期内返岗的男员工数	人	64
育儿假结束后返岗且 12 个月后仍在职的女员工数	人	61
育儿假结束后返岗且 12 个月后仍在职的男员工数	人	58
休育儿假的女员工返岗率	%	80.85
休育儿假的女员工留任率	%	80.26
员工体检覆盖率	%	100
劳动合同签订率	%	100
社会保险覆盖率	%	100
员工歧视事件总数	件	0
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数	件	0
集体协商协议覆盖的员工人数	人	0
受集体协商协议保障的员工比例	%	0
员工帮扶受益人数	人	24
员工扶贫帮困资金	万元	11.75

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

员工工伤情况

绩效指标	单位	2019 年
因工伤关系而死亡的员工人数	人	0
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0
工伤发生次数	次	0
因工伤损失的工作日数	天	0
职业病发病员工人数	人	0

员工培训与考核

绩效指标	单位	2019 年
员工培训人次	人次	2835
员工培训总支出	万元	131
男性员工培训覆盖率	%	79.00
女性员工培训覆盖率	%	75.00
普通员工培训覆盖率	%	78.00
管理层员工培训覆盖率	%	69.00
全体员工每年人均接受培训的平均小时数	小时	10
男员工每年人均接受培训的平均小时数	小时	11
女员工每年人均接受培训的平均小时数	小时	10
普通员工接受培训的平均小时数	小时	10
高级管理层接受培训的平均小时数	小时	5
接受定期绩效及职业发展考评的员工人数	人	1,962
接受定期绩效及职业发展考评的员工占全员百分比	%	100

反贪污

绩效指标	单位	2019 年
汇报期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0
参与反腐败培训人数	人	200
反贪污相关培训次数	次	1
合规培训参与人数	人	1,200
合规培训开展次数	次	12

产品与服务

中国制造网

绩效指标	单位	2019 年
接获关于产品及服务的投诉数目	件	87
投诉处理率	%	100
经证实的侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉次数	件	0
客户满意度调查次数	次	13,537
客户满意度	%	88.36

注：

1）客户满意度调查次数为每年 2 次中国制造网服务满意度调研，以及 TM 在线服务和 400 电话服务结束后开展的满意度调研次数之和。

2）TM 在线服务满意度 99.07%，400 电话服务满意度 95.08%，中国制造网服务满意度 70.93%，平均满意度为 88.36%。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

新一站

绩效指标	单位	2019 年
接获关于产品及服务的投诉数目	件	160
投诉处理率	%	100
经证实的侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉次数	件	0
客户满意度调查次数	次	14,871
客户满意度	%	99.28

注：客户满意度调查次数为每次服务结束后开展的在线系统推送调查的次数。

百卓网

绩效指标	单位	2019 年
接获关于产品及服务的投诉数目	件	0
投诉处理率	%	0
经证实的侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉次数	件	0
客户满意度调查次数	次	3
客户满意度	%	96.56

注：

1）客户满意度调查在中国制造网内贸站、百卓优采云进销存软件、百卓优采供应链云平台分别开展一次。

2）中国制造网内贸站客户满意度 93%，百卓优采云进销存软件客户满意度 96.6%，百卓优采供应链云平台客户满意度 100%，平均满意度为 96.56%。

中企教育

绩效指标	单位	2019 年
接获关于产品及服务的投诉数目	件	0
投诉处理率	%	100
经证实的侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉次数	件	0
客户满意度调查次数	次	188
客户满意度	%	97.50

注：客户满意度调查以焦点商学院为主体，主要为智汇堂培训中开展的线下满意度调查。

社会公益

绩效指标	单位	2019 年
员工公益活动参与人次	人次	16

注：员工公益活动参与人次的统计口径为焦点科技公益项目主导部门市场部，其他部门及子公司独立开展的公益活动由于相对零散，故未纳入本年度披露范围；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

13 对标索引

深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》索引表

深交所《上市公司社会责任指引》内容	对应章节
第一章 总则	
第二条	社会责任模型
第三条	利益相关方沟通
第四条	强化合规及风险管理；信息监管，营造邮优良网络空间
第五条	实质性分析
第二章 股东和债权人权益保护	
第七条	治理规范有序
第八条	治理规范有序
第九条	治理规范有序
第十条	治理规范有序
第十一条	治理规范有序
第十二条	治理规范有序
第三章 职工权益保护	
第十三条	公正公平，保障员工权益
第十四条	公正公平，保障员工权益
第十五条	公正公平，保障员工权益
第十六条	公正公平，保障员工权益
第十七条	公正公平，保障员工权益
第十八条	全面赋能，深化人才培养
第十九条	公正公平，保障员工权益
第四章 供应商、客户和消费者权益保护	
第二十条	全面守护全网空间
第二十一条	安全防护，保障数据信息安全
第二十二条	守护全网空间
第二十三条	扬帆起航，走向海外市场；透明公开，乐享阳光采购；信息监管，营造优良网络空间
第二十四条	强化合规与风险管理
第二十五条	强化合规与风险管理 安全防护，保障数据信息安全
第二十六条	全心全意，服务中小企业
第五章环境保护与可持续发展	
第二十七条	绿色运营，共建美好环境
第二十八条	绿色运营，共建美好环境
第二十九条	绿色运营，共建美好环境
第三十条	不涉及
第三十一条	绿色运营，共建美好环境
第六章 公共关系和社会公益事业	
第三十二条	真善与共，传播公益善行
第三十三条	共创善美世界
第三十四条	利益相关方沟通
第七章 制度建设与信息披露	
第三十五条	责任理念
第三十六条	对标索引

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI 标准）索引表

GRI《可持续发展报告标准》指标	披露项内容
基础	
101	关于本报告
一般披露	
组织概况	
102-1	公司简介
102-2	公司简介
102-3	公司简介
102-4	公司简介
102-5	公司简介
102-6	公司简介
102-7	绩效数据
102-8	绩效数据
102-11	公司治理
102-13	加入的行业协会
战略	
102-14	董事长致辞
102-15	董事长致辞
道德和诚信	
102-16	董事长致辞、责任理念
102-17	董事长致辞
管治	
102-18	治理规范有序
102-21	利益相关方沟通
102-29	实质性议题识别与利益相关方沟通
利益相关方参与	
102-40	利益相关方沟通
102-42	利益相关方沟通
102-43	利益相关方沟通
102-44	利益相关方沟通
报告概况	
102-47	实质性分析
102-50	关于本报告
102-52	关于本报告
102-53	关于本报告
102-55	对标索引
经济	
间接经济影响	
103-1	聚焦中国制造；赋能贸易生态；精心甄选，弘扬中国制造之美
103-2	聚焦中国制造；赋能贸易生态；精心甄选，弘扬中国制造之美
103-3	聚焦中国制造；赋能贸易生态；精心甄选，弘扬中国制造之美
203-1	聚焦中国制造；赋能贸易生态；精心甄选，弘扬中国制造之美
203-2	聚焦中国制造；赋能贸易生态；精心甄选，弘扬中国制造之美
反腐败	
103-1	公司治理
103-2	公司治理
103-3	公司治理
205-2	绩效数据
不当竞争行为	
206-1	转型升级，打造品牌力量
环境	
能源	
103-1	绿色运营，共建美好环境
103-2	绿色运营，共建美好环境
103-3	绿色运营，共建美好环境
302-1	绩效数据
302-3	绩效数据
排放	
305-1	绩效数据
305-2	绩效数据
供应链环境评估	
103-1	绿色运营，共建美好环境
103-2	绿色运营，共建美好环境

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

103-3	绿色运营，共建美好环境
社会	
雇佣	
103-1	公正公平，保障员工权益
103-2	公正公平，保障员工权益
103-3	公正公平，保障员工权益
401-2	绩效数据
401-3	绩效数据
职业健康与安全	
103-1	公正公平，保障员工权益
103-2	公正公平，保障员工权益
103-3	公正公平，保障员工权益
403-2	绩效数据
培训与教育	
103-1	全面赋能，深化人才培养
103-2	全面赋能，深化人才培养
103-3	全面赋能，深化人才培养
404-1	绩效数据
多样化与机会平等	
103-1	公正公平，保障员工权益
103-2	公正公平，保障员工权益
103-3	公正公平，保障员工权益
405-1	绩效数据
童工	
103-1	公正公平，保障员工权益
103-2	公正公平，保障员工权益
103-3	公正公平，保障员工权益
408-1	公正公平，保障员工权益
公共政策	
103-1	真善与共，传播公益善行
103-2	真善与共，传播公益善行
103-3	真善与共，传播公益善行
415-1	真善与共，传播公益善行

营销与标识	
103-1	强化合规与风险管理
103-2	强化合规与风险管理
103-3	强化合规与风险管理
417-1	守护全网空间
417-2	信息监管，营造优良网络空间
417-3	信息监管，营造优良网络空间
客户隐私	
103-1	安全防护，保障数据信息安全
103-2	安全防护，保障数据信息安全
103-3	安全防护，保障数据信息安全
418-1	绩效数据；强化合规与风险管理；安全防护，保障数据信息安全
社会经济合规	
103-1	公司治理
103-2	公司治理
103-3	公司治理
419-1	强化合规与风险管理

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

14 关于本报告

本报告是焦点科技股份有限公司（简称“焦点科技”、“公司”、“我们”）发布的第一份社会责任报告，阐述了焦点科技及其子公司的社会责任理念，所采取的社会责任实践，以及在经济、环境和社会方面取得的进展。

报告范围

- 报告的组织范围：焦点科技股份有限公司及其部分下属子公司，主要包括新一站保险代理股份有限公司、百卓网络科技有限公司、南京市焦点互联网科技小额贷款有限公司、江苏中企教育科技股份有限公司。
- 报告的时间范围：2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，由于本报告为焦点科技对外发布的首份企业社会责任报告，部分内容追溯企业发展历程，超出上述时间范围。
- 报告的发布周期：本报告为年度报告。

编写依据

- 本报告依据深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》(2006)，同时引用了全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》(2016)的部分标准，详见《可持续发展报告标准》索引。

数据说明

- 报告中的财务数据摘自《焦点科技股份有限公司 2019 年度报告》，其他数据和案例来自公司实际运行的记录。本报告中所涉及的货币金额，如无特殊说明，均以人民币为计量币种。

报告发布

- 本报告以印刷版和电子版的形式向社会发布，电子版报告可在公司网站下载（网址：https://www.focuschina.com/）。

  如对本报告有任何意见或建议，可发送邮件至 tianke@made-in-china.com。

缩略词说明

公司或业务部门全称	简称
焦点科技股份有限公司	“焦点科技”、“公司”、“我们”
新一站保险代理股份有限公司	新一站
百卓网络科技有限公司	百卓网
南京市焦点互联网科技小额贷款有限公司	焦点小贷
江苏中企教育科技股份有限公司	“江苏中企”、“焦点商学院”

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

焦点科技

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn