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** | 交银施罗德杨金金、华泰证券谢春生、东北证券赵伟博、东北证券邵珠印、东北证券王哲宇、西部证券邢开允 |
| **时间** | 2020年9月24日 |
| **地点** | 公司会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书 迟梦洁 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 1. **能否介绍一下焦点科技的主要业务？**   迟梦洁：目前我们公司核心方向主要是四块，第一是中国制造网，自1998年上线运营以来，专注服务于全球贸易领域，致力于为国内中小型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，为国际贸易达成提供一站式外贸服务，该平台主要通过上述会员服务获得收入。第二是跨境交易B2B电子商务平台，目前包含了跨境交易B2B电子商务平台Crov.com、可提供一站式落地美国服务的inQbrands Inc.、美国商品直发平台Doba.com。Crov.com交易平台的核心价值是“去中间化”，即帮助中国优质供应商的优质产品跨过海外进口商、分销商、批发商等中间环节，分销给海外本土的以零售商为主的线下小B买家，提升销售额和利润。inQbrands Inc.为供应商企业提供品牌营销、落地美国等全流程一站式服务，通过组建专业美国本土团队、自建海外仓和美国展厅等手段，切实解决企业需求。第三是互联网保险B2B/B2C电子商务平台，新一站目前主要依托互联网开展业务，通过独立开发和运营的互联网保险平台——新一站保险网（xyz.cn）和移动端、第三方商城平台、公众号等通道，向客户提供一站式的保险服务。第四是内贸B2B电子商务平台，百卓主要运营产品包括中国制造网内贸站（cn.made-in-china.com）、百卓网和百卓优采，为买卖双方提供信息管理、展示、搜索、对比、询价、采购管理等全流程服务，同时提供第三方认证、广告推广等高级服务。  **二、中国制造网的会员费是一年一收吗？**  迟梦洁：大部分是一年一收，最长不超过两年，存在合同还没有到期，客户提前交钱延长会员期的情况。  **三、我们看到目前很多美国海外仓三季度都爆仓了，跨境的业绩会不会受到影响？**  迟梦洁：因为疫情的影响，很多美国境内的物流确实无法完成正常的收发货，我们的仓库还好，能够承诺48个小时发货，但是还是受到一些影响，已经满仓。  **四、开锣上自营业务占比多少？**  迟梦洁：开锣的最终目标还是交由客户自己做交易，但是在初期，有些客户对于必须备货到美国海外仓的费用有所担心，我们会选择对一些产品做自营，让客户看到我们渠道的销售能力，最终引导客户自行交易。  **五、营业收入构成中，哪些属于中国制造网的收入,哪些属于跨境的收入？**  迟梦洁：在半年报主营业务分析中，“按行业”分，“B2B”最主要的应该是中国制造网的收入。“商品贸易”，主要是跨境业务中的自营部分；“商业服务”，主要是跨境的平台交易佣金、仓储、物流、代运营等业务收入。  **六、中国制造网去年进行了哪些改革？**  迟梦洁：去年我们把跨境从中国制造网事业部独立出来，由非常年轻的业务领头人进行带领，新的领头人采取新的产品、运营政策，增加了中国制造网产品的丰富度，同时网站的访问量等都有所提升。二是公司改制上的尝试。我们让员工成为公司业务的合伙人，激发他们的工作积极性，为自己而奋斗。如果效果好的话我们会推至全国。三是产品合作上的创新。与客户需要的产品进行合作，如建站、培训服务等，都结合到中国制造网上的全链路外贸服务。  **七、未来你们的人员会扩张很多吗？**  迟梦洁：在疫情期间，除了销售和研发人员，其他岗位是严控的。  **八、如何实现跨境自营的放量增长？选品逻辑是什么？**  迟梦洁：我们跨境的最终目标还是做平台，现阶段我们加大自营，是目前我们有控货的需求，当买家在平台上下单后，我们要保证我们的仓库里有这个货。目前我们自营的品类集中在户外用品、办公用品和汽配用品上。目前我们选货有两种方式，一个是主动方式，自己选品，我们有自己的一套选品的方法论，这套方法论也是我们的竞争力，通过市场信息和数据分析、交易能力的提升，给供应商更好的支持。供应商自己也有选品的能力，我们提供供应链的支持，供应商就会优先支持我的分销，那我们可以进一步保证供应量；另一种是被动方式，主要来源于平台上的买家，当买家群体一旦有迹象集中购买某个商品，我们会跟供应商沟通要不要锁货，通过买家的行为来完成选品，平台也不用担风险，随着交付有优势的商品的不断增加，逐渐会形成一个良性循环。  **九、2019年的会员单价提升是为什么？**  迟梦洁：以前我们只有金牌会员，金牌会员费是31100元一年，现在我们增加了钻石会员，钻石会员费是59800元一年。  **十、增值服务费和会员服务费怎么区分？**  迟梦洁：根据合同可以区分，合同中会写明是增值服务还是会员服务。  **十一、自营业务的退货率有多少？**  迟梦洁：退货率不高，退货的风险真正在零售商上，毕竟是零售商在面对用户，首先零售商得有他的退货逻辑，我们并不介入，当零售商来找我们的时候，才由我们平台来解决。  **十二、跨境电商出口海外仓（“9810”）模式对海外仓的影响有哪些？还有哪些阻碍？**  迟梦洁：目前很多小B客户在观望，原因是税务上的配套还在跟进。  **十三、“9810”模式会不会改变公司对海外仓的布局？**  迟梦洁：我们有自己的仓库，同时也跟别人的仓库进行合作，仓库之间都是互通，每个仓库都有相应的平台，我们把货放到别人的仓库，同时我们也可以入驻他的平台，同理，对方把货放到我们仓库，也可以同时入驻我们的平台，我们都是彼此的分销渠道。  **十四、广告宣传费和代理服务费的细项是指哪些？**  迟梦洁：代理服务费是新一站的渠道费，广告宣传费主要是参展及部分网络推广费。  **十五、中国制造网和开锣的定位差异在哪？**  迟梦洁：中国制造网是信息平台，而开锣是交易平台，同一家公司，可能是中国制造网的会员，同时也在开锣上进行注册，中国制造网帮助供应商寻找生意机会，一年几万块的会员费，对于一家外贸企业来说，能获得的询盘收益是巨大的，中国制造网能持续给企业带来订单，而开锣则帮助他销售，开锣是基于成交来收费，不成交不收费，且客户必须备货美国仓。  **十六、你们公司的海外仓库的面积有多少？**  迟梦洁：我们自己的仓库面积有2万平米，同时和20、30家左右海外仓有合作。 |
| **附件清单（如有）** |  |
| **日期** | 2020年9月24日 |