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** | 浙商证券陈腾曦、浙商证券辛泽熙、华创证券姚婧、东北证券邵珠印、华泰证券陈喆、华泰证券李彦、国泰君安杨文健 |
| **时间** | 2020年10月30日 |
| **地点** | 公司会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 迟梦洁（董事会秘书）、秦臻（副总裁）、杨金瀚（投资管理公司总经理） |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、焦点科技的主要业务方向包括哪些？**  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，挖掘全球商机，为国际贸易达成提供一站式外贸服务，系国内领先的综合性外贸B2B电子商务平台，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，旨在帮助中国供应商以集约化、低成本的方式成功出海，赢得外贸新的增长点。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等手段，切实解决企业需求，帮助中国企业真正走出去，高效制胜美国市场。第三是互联网保险B2B/B2C电子商务平台，焦点科技通过控股子公司新一站从事互联网保险代理服务，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，公司旗下百卓网络科技有限公司主要运营产品包括内贸B2B电子商务平台、中国制造网内贸站（cn.made-in-china.com），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、广告推广等高级服务，帮助供应商在互联网上展示企业形象和产品信息，帮助采购商精准、快速的找到诚信供应商。  **二、跨境和海外仓库的合作方式？**  秦臻：我们跟海外仓库有两种合作方式：一种是仓库的合作。我们美国公司成为对方的客户，我们再提供给有需要的客户；第二种是分销渠道的合作。我们成为彼此的分销渠道，增加各自SKU的丰富度。  **三、你们的存货增长速度很快，是不是有备货？多长时间能消化？**  秦臻：我们经过几年时间的探索，之前也遇到了很多困难，比如当我们找到了国外买家，但是买家要下单的时候，发现仓库里没货，所以我们慢慢开始自营，我们称自己是控货型平台，理由就是保证货源，当然不是什么货都控，我们会选取一些销量好的产品做自营，从而避免无货可发的情况。一般来说1-2个月能消化完，最长不超过3个月，这边卖完也会不断有新的货买入，从这个角度上说货是源源不断的。  **四、你们开锣平台的佣金是多少，仓库的佣金又是多少？**  秦臻：平台佣金和仓库收取的费用要单独看，一个是入驻到开锣平台的交易撮合，我们收取的就是平台的佣金也就是9.5%；如果供应商使用了我们的仓库，我们的收费取决于他放了多少货、用了多少物流，如果他在海外有自己的合作仓库，他也可以选择不用我们的仓库，自然仓库的费用就不存在了。  **五、欧洲跨境电商增值税新政对于跨境和MIC来说会产生什么影响？**  秦臻：这个新政策对于我们来说几乎没有影响，这个新政策针对的跨境电商在欧盟境内的纳税问题，首先我们本身没有在欧洲做B2C，其次我们的平台面向的买家也不在欧盟。  **六、今年受疫情影响，焦点科技有个大增，明天预计会不会大幅下降？**  迟梦洁：这个不好说，首先要看美国疫情的控制水平，其次消费习惯已经养成，短时间内不会说有大幅改变。  秦臻：长期趋势首先要看消费规模有没有变，其次是电商的渗透率，今年的结果是美国电商的整体增长，渗透率的提升，对于我们来说是一个很好的机会，可能很多国内的企业做跨境电商偏向的是纯电商渠道，像能够在美国本土发力的跨境电商不多，要有当地的公司，要有当地的配送的能力，需要有当地的经营历史，而这些是我们具备的，所以我认为在几年之内不会出现说今年大幅增长，明年大幅下降的情况。可能是增速放缓，渗透率上去了，不会出现断崖式地下跌。  **七、MIC英文站和阿里国际站的客户画像的区别？客户如何做出的选择？**  迟梦洁：其实MIC英文站和阿里国际站服务的客户不管是内容还是目标其实是相同的，这二者其实并不冲突。但是具体的运营规则肯定是不一样的，以前上市的时候，就有人问客户如何在阿里和我们公司做出选择，我们认为对于客户来说，无非是增加一个渠道推广。相对来说我们跟阿里在优势行业上说可能有些差异，他们轻工业用品做的好，我们的优势是重型机械加工类产品。  **八、MIC的增值服务具体包括哪些？**  迟梦洁：有图片拍摄，针对外贸业务的课程等  **九、MIC如何拓展新的国内的供应商？**  迟梦洁：一个是地推，除了在南京，我们在全国30多个地方有分公司，  他们在当地等于说是在自己擅长的领域进行推广经营，第二个是参加展会，第三个是线上推广。  **十、比如一个小的中国供应商，是MIC上的会员，大概多长时间有订单的生成？**  迟梦洁：各个区域各个行业会有非常大的不同，其实平台后台的运营对于订单的产生也会有很大的影响，比如开通会员后，有专业的人去打理和没有专业的人去打理对客户的影响非常大，MIC上存在有些免费会员有很多订单，但是收费会员可能因为行业的差别，订单更少的情况。  **十一、像中国制造网线上展会和线下展览公司，对于客户来说，如果习惯了线上的推广方式，那线下展览公司就流失了客户，那线下展览公司为什么还要跟你们合作？**  迟梦洁：线下展览公司手上有很多客户资源，以前他们很抵触跟线上展会进行合作，因为双方是竞争关系，但是因为今年疫情，他们失去了出国参展的可能性，不得不跟线上展会进行合作，他可以成为我们代理商，帮我们介绍中国制造网。  秦臻：我来补充一下，当我们说竞争关系的时候，我的理解是中国制造网和阿里并不一定是竞争关系，当一家外贸企业要做线上推广的时候，如果选一家，那可能是阿里或者中国制造网，如果选两家，除了我们两家基本上不会有别的，对于外贸企业来说，可能80-90%的成本都花在参加展会上，可以理解为我们和阿里从传统展会业切到一部分蛋糕，但是疫情带来的影响，大家看到了传统展会的局限性，没办法办实地展会，所以他们必须搬到线上去，或者说必须在线上满足客人的需要，带来的结果要不就是自己开发要不就找合作伙伴，所以我们和线下展览公司现在从竞争关系变成竞合关系，甚至是合作关系，广交会也会和我们合作线上展会。  **十二、你们的品牌孵化业务是减少了还是增加了？**  秦臻：我们改变了浅投入的方式，因为要孵化一个品牌要投入的成本是非常高的，我们首先要确定供应商有没有决心花费这么多的成本，如果他们确定了，我们才能加大成本去更多的扶持供应商，我们会从 流量来源、物流等深入地帮助他们做海外，甚至是直接买他的货，帮助他销售，所以浅投入的方式减少了，但是在深入扶持这个角度我们是增加了。  **十三、MIC与跨境的重合度有多少？**  秦臻：如果说是免费会员的重合度，跨境上的客户都是MIC的免费会员，但是如果说是MIC上的付费会员的话，不到一半是跨境的客户。  **十四、跨境是怎么样去拓展新的客户？**  秦臻：拓展上MIC和跨境有配合，首先因为MIC的积淀更深，面更广，MIC给我们提供客户线索，我们去跟进。  **十五、百卓和新一站会不会减亏？**  迟梦洁：会减亏。新一站一直在控制，百卓肯定是减亏的，INQ也是减亏。从目前来看，INQ的成本，包括仓库和人员其实是相对固定的，唯一不确定的是推广费用。  **十六、小贷业务今年会不会比去年好一点**？  迟梦洁：小贷不是我们的主营业务，这块的业务基本维持去年的水平。 |
| **附件清单（如有）** |  |
| **日期** | 2020年10月30日 |