

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	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 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）	财通零售 王瑾瑜；东方资产 伊尹；东吴证券 张家琦、郭若娜、林乐涛；东吴自营 陈岚静；国金证券 陆意；国联证券 丁子然；华安证券 石月昊；华福证券 陈泽敏、杨岚；华夏基金 柯若凡、张千洋；汇安基金 徐昕；嘉合基金 陶棣威；鹏华基金 杨飞；鹏扬基金 黄旭；趣时资产 翁亶；姚泾河私募基金 周小钢；泽恒基金 李奥杰。
时间	2023年5月22日
地点	公司现场
上市公司接待人员姓名	迟梦洁（董事会秘书）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司的主营业务及经营情况介绍</p> <p>目前公司的主营业务主要分为：</p> <p>1. 中国制造网（Made-in-China.com）业务，作为全链路外贸服务综合平台，主要为一般贸易的中国供应商和海外采购商提供国际贸易商机匹配服务，帮助中国供应商出口产品，帮助海外采购商获得更多中国制造产品的信息资源，中国供应商和海外采购商可以通过平台提供的产品和服务功能，达成国际贸易订单交易。中国制造网（Made-in-China.com）主要通过预收平台服务费，再根据客户开通的服务逐月确认为收入，未确认的收入计入“合同负债”和“其他非流动负债”科目。此处所提及的平台服务费，主要是基于向供应商卖家提供会员服务及网站增值服务相关费用。中国制造网（Made-in-China.com）的收费客户主要分为金牌会员和钻石会员两种类型，金牌会员的价格是 31,100 元/年，钻石会员价</p>

格是 59,800 元/年。在上述会员服务的基础上，客户还可以购买与品牌展示、搜索优化、产品推荐等相关的增值服务，具体增值服务的费用根据客户需求与平台资源情况确定。

2. 跨境 B2B 电子商务：公司的跨境 B2B 业务是从中国制造网延伸出来的。我们想为中国制造网上出口型企业落地北美提供更多本地化的产品和服务。目前主要分为两块：从事 Dropshipping 业务的美国本土一件代发平台 Doba.com，同时依托在美国设立的全资子公司 inQbrands Inc. 为中国供应商提供全渠道销售的跨境出海服务。Doba.com 平台主要以供应商交易佣金及买家会员费为主要收入来源。

3. 保险代理业务，通过互联网、电话、上门推广、线下活动等线上线下融合模式为企业和个人提供各类保险产品的代理销售服务，提供保险智能化整体解决方案。保险代理业务主要以收取保险公司支付的保险代理费用为主要收入来源。

2022 年度，公司营业收入 14.63 亿元，与 2021 年基本持平，净利润约 3 亿元，相比较于去年同期增长 22.60%，扣非后净利润约 2.79 亿元，较去年同期增长 37.44%。从收入层面按产品拆分来看，核心业务中国制造网（Made-in-China.com）在去年贡献了 12.37 亿元的收入，占整体营收比重约 85%，同比增长了 13.44%。另外两块业务，淘汰了部分利润率低、业务质量不稳定的业务线。

就今年一季度的经营情况而言，一季报的表现和年报的业务表现相近。公司一季度的营业收入 3.44 亿元，与去年同期相比减少了 0.31%，净利润 4,858.44 万元，相比较于去年同期增长了 19.79%，扣非后净利润 4,647.24 万元，相比较于去年同期增长了 29.85%。合并报表层面销售商品、提供劳务收到的现金为 3.18 亿元，与同期相比增长了 14.44%。

二、中国制造网的 AI 智能助手麦可目前是什么进度？

AI 智能助手麦可于 2023 年 4 月 25 日开始内测，已于 5 月 15 日推出正式版并面向中国制造网的收费会员开始销售。

三、AI 麦可的产品定位是什么？主要解决供应商的哪些痛点？另外，该产品后续有迭代计划吗？

	<p>AI 麦可的主要定位是帮助外贸人员提高日常工作效率，以提升中国制造网上供应商的订单转化率。</p> <p>目前，AI 麦可的功能模块可根据国内中小供应商在中国制造网上成单的递进步骤分成三大类：信息发布、产品展示和商机跟进。</p> <p>公司将持续迭代 AI 麦可，并计划在未来的版本中增加视频处理、AI 数字营销和 24 小时 AI 客服等相关功能。</p> <p>四、供应商选择中国制造网 (Made-in-China.com) 的原因是什么？</p> <p>中小型外贸企业开拓海外采购商的途径主要有四种：1. 建立自己的独立网站，并通过 SEM、SEO 等搜索优化方式来获取客户；2. 参加展会以吸引客户；3. 利用社交媒体来获取客户；4. 通过像中国制造网 (Made-in-China.com) 这样的平台来获取客户。前三种方式需要更高的成本和专业人员，并且收益不稳定。相比之下，中国制造网 (Made-in-China.com) 可以提供高性价比的销售外贸询盘和销售线索，试错成本更低。</p> <p>此外，中国制造网 (Made-in-China.com) 已经形成了一个外贸生态圈，可以帮助供应商解决外贸领域的多种需求，包括云建站、CRM 系统、企业培训、仓储物流等。这些资源的丰富性也使得供应商更愿意选择与平台合作。</p>
日期	2023 年 5 月 22 日