

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）	财通证券：于健；创金合信基金：郑剑；格林基金：唐嘉晨；景顺长城：张雪薇；银河资管：李卓轩；银华基金：方建、张珂；中银三星人寿：张岳。
时间	2024年4月10日
地点	北京
上市公司接待人员姓名	赵国勇（证券事务代表）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司的主营业务及2023年年度经营情况介绍</p> <p>2023年，公司营业收入15.19亿元，与去年同期相比增长3.84%；归母净利润3.79亿元，与去年同期相比增长26.12%，该净利润中已计提了2,882.09万元业绩激励基金。2023年扣非后归母净利润3.67亿元，与去年同期相比增加了31.71%。</p> <p>公司的主营业务由中国制造网、新一站保险代理业务以及跨境电子商务业务三部分组成。其中，中国制造网业务占公司营业收入的82.03%，2023年其营收达到了12.46亿元。在现金回款层面，中国制造网实现现金回款较去年同期增长超15%，考虑到中国制造网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这一特点，2023年现金回款的增长正常在2024年营业收入中得到一定体现。</p> <p>新一站保险业务在2023年的营业收入与2022年相比变化不大，但</p>

其产品构成有所变化，业务质量得到大幅提升，全年减亏 1000 多万元。

关于跨境业务，跨境电商是中国外贸高质量发展的新引擎。公司过往主要服务传统贸易企业，但长期探索尝试以交易为核心、供应链为基础、服务平台为支撑的跨境出海解决方案建设。2023 年，公司跨境业务方向的营业收入增长了 2.18%。

二、如何进一步提升中国制造网的收入增长

在当前全球化和技术快速发展的背景下，中国制造网的发展挑战与机遇并存。为应对这些挑战并充分利用机遇，公司已经采取了一系列措施，不断优化商业策略，加强 AI 技术的应用，推广增值服务，并探索新的业务方向。以下是公司具体实施的策略：

（一）进一步扩展销售市场和优化分公司布局，加强团队培训，提升收费会员的市场开发效率。

尽管目前在全国已有超过 40 个分公司或办事处，公司仍计划通过扩展销售市场和优化分公司的布局来提升收费会员数量，例如在尚未完全覆盖的地区（如广东的阳江、湛江以及江苏苏北等地区）增设分支机构，以实现更细致的市场覆盖。同时，公司将通过规模化的培训提高销售团队的拓客能力，从而提升单个销售的客户开发效率。

（二）提升单个客户的收入贡献

公司致力于通过优化产品和服务提升每个客户的平均收入（ARPU 值）。

2023 年，中国制造网基于长期产品布局重点打造了 AI 麦可和精点投，进一步优化产品的服务效果、加强客户渗透，借助新的产品和服务将为中国制造网业务带来新的增量收入。另外，2023 年，公司 X 业务在 2023 年的营业收入已经超过 4000 万元，较上一年度增长超过 40%，预计 2024 年将吸引更多新客户投入。

（三）AI 技术的应用拓展

除了现阶段推出的 AI 麦可产品外，公司认为 AI 技术还可以应用于更广泛的业务场景，公司已经开始计划将 AI 技术进一步拓展至跨境电商平台、物流支付等业务场景，从而开辟新的增长空间。

（四）关注买家端的需求

公司将关注买家端的需求，如带看厂、验厂、信保委托交易等，并计划在 2024 年对这些领域进行新的尝试和开发。这些措施有望帮助公司实现更全面的业务发展，并为收入增长提供新动力。

通过实施上述策略，公司将能够抓住外贸领域的新机遇，同时通过技术创新和服务优化实现收入的稳定增长。在外贸的大环境中，中国制造网正通过这些举措不断强化其市场地位。展望未来，公司将继续探索新的业务模式和技术应用，以推动长期的增长与发展。

三、公司的长期竞争优势有哪些？

公司的长期竞争优势显著，体现在以下五个方面：

1. 品牌知名度和客户资源积累：多年来，公司通过持续的市场建设，使得中国制造网的域名和品牌具备了较高的知名度。公司已经积累了大量的国内外 B 类客户资源，为客户与公司之间建立长期稳定的合作关系提供了坚实基础，同时有效降低了获取新客户的成本。

2. 市场定位和客户群体：公司专注服务中小企业，在开展外贸业务的众多方案中，这些企业更有意向选择性价比高、易于上手的平台来开展外贸业务，即通过较低的投入获得较高的回报。公司通过提供专业化的服务和解决方案，极力满足客户的需求。

3. 优势品类：公司在工业品、机械加工、工程装饰等商品类别上拥有明显的优势。这些优势品类为公司在激烈的市场竞争中提供了稳固的地位，并吸引了特定领域内寻求高质量产品和服务的客户。

4. 客户服务和销售团队：公司非常注重客户服务的质量，销售人员不仅仅是销售产品，还需要关注客户的实际效果和满意度。这种以客户

	<p>为中心的服务理念和销售策略，帮助公司在客户中建立了良好的口碑。</p> <p>5. 客户选择的多样性：外贸 B2B 平台之间并不是非此即彼的关系，而是有一定的差异性和互补性。客户可以选择同时使用两个以上平台，以获得更广泛的市场覆盖和商业机会。</p> <p>通过这些竞争优势，公司在外贸 B2B 市场中稳步发展，为中小企业提供了高效、便捷的外贸解决方案，同时也为自身的长期成长奠定了坚实的基础。</p> <p>四、公司在 AI 的应用具体包括哪些，近期 AI 功能有什么更新？产品规划是什么样的？</p> <p>AI 麦可是公司率先在外贸 B2B 领域推出的 AI 应用。2023 年已经在外贸垂类场景下实现了多语言翻译、改写功能，多模态处理能力（图片处理、视频数字人、AI 音乐、字幕配音等）、快速学习理解供应商产品能力，自动化工作流程等市面上常见的 AI 商业化相关的功能，后续将引入同声传译功能，进一步扩展 AI 麦可的应用范围和效能。</p> <p>从 2024 年开始，公司将着力于扩大 AI 的应用场景，将 AI 解决方案与中国制造网的“X 业务”和全链路服务结合，包括与已有合作的领动云建站服务、外贸客户管理软件等企业联动，将 AI 解决方案深度融入客户的外贸业务流程中。</p> <p>2023 年 AI 麦可的发展重点系在产品力打磨和客户市场培育两方面。2024 年计划聚焦于功能的进一步优化和技术的深度开发，同时扩大 AI 应用的用户基础，以实现客户群的广泛渗透。</p>
日期	2024 年 4 月 10 日