

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

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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） </p>
<p>参与单位名称及人员姓名(排名不分前后)</p>	<p> 中信建投 杨艾莉、杨晓玮、何智健；中信证券 朱珏琦；中信建投资本 王亮；中泰证券 闻学臣；中金证券 王之昊、赵元挥；中海外钜融资产 李斌；中国国金 袁咪；正圆私募 黄志豪；真科私募 曾维江；浙商证券 吴安琪；肇万资产 崔磊；招商证券 徐帅；长盛基金 吴午、徐小勇；源闾投资 刘春昊；誉辉资本 郝彪；煜德投资 程跃、靳天珍、程跃；甬兴证券 夏明达、张洪乐；银河证券 顾熹闽；易方达 冯波；衍航投资 杨晓鹏；兴业证券 金秋；西南证券 周杰；闻天投资 梁悦芹；途灵资产 赵梓峰；天治基金 王策源；天玑投资 杜景涛；天风证券 来舒楠、刘诗雨；天奥投资 巩来华；斯米克材料 李怡欣；水璞私募 庞宇翔；世诚投资 姚文峰；申港证券 谢琳；山石基金 王中胜；睿策投资 程海泳；人保资产 吴若宗；鹏扬基金 伍智勇；磐厚动量 于昀田；诺德基金 王超；宁银理财 吴桐；南方基金 郭东谋；明世伙伴基金 彭杨；民生证券 李瑶；麦高证券 周撷；路博迈 安鹏；力驶私募 杨天；交银施罗德 魏玉敏；建信养老金 陶静；混沌投资 黎晓楠；惠升基金 彭柏文；华夏基金 张木；华西证券 许光辉、徐晴；华泰证券 朱珺、周钊；华福证券 王鑫昉；华创证券 刘雄；华安基金 刘潇；红杉资本 闫慧辰；和谐汇一 章溢漫；国信证券 柳旭；国泰海通 赵国振、陈笑；国盛证券 范佳博、李可夫；国盛证券 杜玥莹；国联民生 姚蕾；国海证券 张娟娟；国丰兴华 杨琳；广通投资 王威；广发证券 杨起帆；广发基金 杨松霖；光大保德信 林晓凤；格林基金 刘思敏；港澳资讯 杨耀华；富国基金 顾飞飞；非马投资 宋振平；东吴证券 周良玖；东北证券 陈俊如；德邦证券 易丁依；创金合信 梁雪；财通证券 包敦文、于健；博时基金 李绮雯；北京国际信托 陈凯南；保銀資產 David Ni；邦客资产 张一毅；HSZ (Hong Kong) Limited Dennis；李威；裘峥；罗根达。 </p>
<p>时间</p>	<p>2025年4月30日</p>
<p>地点</p>	<p>线上会议</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>曹睿（中国制造网总经理）、顾军（财务总监）、迟梦洁（董事会秘书）、赵国勇（证券事务代表）</p>

投资者关系活
动主要内容介
绍

一、公司的主营业务及 2025 年第一季度经营情况介绍

先给大家简单介绍下今年一季度的经营情况：

2025 年一季度，公司营业收入 4.41 亿元，与去年同期相比增加了 15.40%；归母净利润 1.12 亿元，相比较于去年同期增长了 45.94%；扣非后归母净利润 1.09 亿元，相比较于去年同期增长了 49.37%。一季度公司净利润端的增长主要系中国制造网业务的持续增长、内部管理效率提升。

截至 2025 年 3 月 31 日，中国制造网（Made-in-China.com）平台收费会员数为 28,118 位，较 2024 年末增加 703 位，购买 AI 麦可的会员累计超过 11,000 位（不含试用体验包客户）。

二、美国增加高额关税事件对于平台的影响以及公司未来计划采取的举措？

公司主营业务中国制造网（Made-in-China.com,以下简称“平台”）秉持“弘扬中国制造，服务中小企业，促进全球贸易”宗旨，借多样化会员服务与数字化出海方案，助力中国外贸企业链接全球商机。在中美问题的复杂背景下，我们平台主要从多元市场布局、产品服务升级、助力卖家出海这三大维度采取举措：

（一）多元化布局：分散风险，抢占新兴市场增长红利

平台全球化布局成效显著，平台的海外买家覆盖全球 220 多个国家和地区，美国买家流量占比在 10%以内，有效规避单一市场波动风险。2025 年一季度，平台整体流量实现突破性增长，其中中东、南美、欧洲、东南亚市场同比增幅均超 50%，新兴市场流量增长显著。

另外，美国增加高额关税可能对贸易产生负面作用，但并不能打压需求，当需求必然存在的时候，美国当地买家就可能想着打破现在的一些采购模式或采购关系，在需求释放下使美国用户买家行为更活跃，尤其是轻工方向需求爆发，他们为了对冲美国关税成本，更倾向寻找源头工厂、购买性价比更高的产品。美国针对不同国家实施的关税政策缓和

期导致买家囤货、全球新兴市场需求进一步爆发等。而针对部分无法替代中国产品的企业，像沃尔玛等大型商超，仍选择让中国供应商恢复供货并承担关税。整体贸易态势复杂，但也呈现出危中有机的态势。

未来，平台将深化多元市场拓展策略：一方面，全面升级全球买家端 APP 矩阵，围绕多语化、行业垂直化、体验轻量化三大核心方向，精准适配新兴市场网络环境与本土采购习惯，提升买家采购效率；另一方面，加大“一带一路”沿线等高增长市场的定向流量推广投入，通过流量扶持计划，赋能外贸企业捕捉高质量商机，持续夯实全球化市场根基。

（二）产品服务升级：聚焦痛点，打造差异化竞争优势

针对外贸企业小语种市场交易需求，平台已开通 13 个语种的在线交易服务。2025 年一季度，西语、法语、德语、葡语市场下单量增长势头迅猛，凸显小语种市场巨大潜力。平台将进一步聚焦小语种市场收汇难题，推进交易全链路多语种覆盖，并强化外贸 AI 工具“AI 麦可”的跨语言服务能力，帮助中国企业突破语言文化障碍，开拓小语种市场蓝海。

在贸易服务生态构建上，平台坚持“拓客提质”。2025 年，加速落地中东、南美、东亚等高增长市场的线下特展活动，采用“展会+考察+采洽”模式，精准对接海外需求；25 年 4 月初平台推出的“商链”

（BizConnect）活动，通过买家研讨、直采大会、交易保障等多元形式，打造覆盖国际贸易全周期的智能服务生态，显著提升采供匹配效率与成交速度。

（三）助力卖家出海：同呼吸、共命运，激发品牌增长动能

即便面临中美关税调整带来的利润波动，平台卖家开拓全球非美市场的意愿依旧强烈。平台将与外贸企业携手应对挑战，通过系列创新举措助力企业发展，例如：设立 1.5 亿元轻工行业专项发展基金，重点扶持轻工日用品、消费电子等十大轻工行业；提供普惠性跨境收款服务，

保障交易资金安全；依托“中国制造之美”等活动，引导供应商加强品牌建设，提升产品附加值与利润率，增强抗风险能力。

三、公司销售体系经过近一年调整后，目前在销售体系、销售策略上有哪些新发展和变化？

公司在今年更注重精细化管理，包括流量端服务运营和销售端精细化管理，如大区经理层面动作响应度、团队绩效考核等体现了更精细化的管理要求。市场活动端，针对更多行业尤其是轻工行业进行拓展，给予会员更多福利。销售端会组织面向供应商的各类市场活动，结合平台流量端工作，帮助实现销售转化。

四、公司一季度业绩增速较快是否与国内企业抢出口情况有关？

平台以一般贸易为主，大部分供应商是接到订单后再采购原材料、加工生产，平台流量数据比实际出口时间更早，所以公司一季度实际业绩与供应商抢出口无关。

五、今年一季度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润增速超过 40%，主要原因是什么？

首先是公司营业收入的增长，在营业收入的确认模式上，中国制造网（Made-in-China.com）主要通过预收全部费用，再根据客户开通的服务逐月确认为营业收入，因而在 2024 年下半年相对 2024 年上半年而言现金收入增速增加、2025 年一季度现金收入保持增长的双重因素影响下，2025 年一季度营业收入实现了 15.40% 的增长。其次是公司在人员费用和投放成本上控制得当，所以费用率有所下降。综合以上因素，公司扣非后净利润获得了显著增长。

六、公司对 Sourcing AI 方面的定位是什么？未来对于 AI 研发相关的内容？

Sourcing AI 团队将其定位为成为买家真正的采购助理，旨在解决买家在采购过程中不知道如何与国内供应商打交道，通过专业化数据辅助买家进行采购谈判决策，并引导其与供应商更好地谈判。希望通过这个工具

	<p>为买家提供更多价值，降低买家专业能力门槛，提升双方议价效率。</p> <p>七、公司近日也推出了 2025 年股票期权激励计划，公司推出该计划的具体考量是什么？</p> <p>当前市场环境中仍存在诸多机遇：一方面，非美市场发展潜力巨大；另一方面，中美之间最终贸易环境虽存在不确定性，但从长期来看，也存在积极因素。对标公司目前的业务规模，并结合全球市场需求分析，公司仍有广阔的发展空间。公司的主营业务为中国制造网，该业务具有较高的毛利率，从公司过往发展历程来看，每当面临类似的关键时间节点，更需要公司全体上下齐心协力，共同克服短期困难。因为我们坚信，只要成功跨越这些困难，公司长期发展的空间必然广阔，于是我们在这个时期推出了股票期权激励计划。</p> <p>作为一家互联网平台公司，员工的各项工作紧密相连，平台运营、流量获取、供应商合作以及研发创新（尤其是 AI 领域）等环节均至关重要，缺一不可。同时，今年我们也进行了慎重的人员筛选，重点激励公司的公司核心管理人员、核心业务（技术）等对公司各方面发展贡献较大的同事，首期授予激励对象共 1153 人；同时预留了接近 20%的份额给予未来对公司发展贡献较大的同事。希望能够通过这个激励计划，实现股东、公司、员工的共同成长。</p>
	2025 年 4 月 30 日