

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(排名不分前后)	中信证券 朱珏琦；中信期货 魏巍；中信建投 杨艾莉、何智健；中天国富证券 李宇宸；中泰证券 闻学臣、王雪晴；中科沃土基金 黄艺明；中金资管 王凯；中金公司 王之昊、佳妮；中华联合人寿 李东；中大君悦 陈修能；浙商证券 陈钊、吴安琪；招银理财 朱炳烜；招商基金 张林；长盛基金 郭堃；长江资管 汪中昊；长江证券 朱子愉；长城证券 纪涵宇；长安基金 徐小勇；源峰基金 熊毅；圆信永丰 胡春霞；煜德投资 程跃；甬兴证券 张洪乐；盈峰资本 张国平；银河证券 顾熹闽；益和源投资 魏炜；易川资产 冯强；兴业基金 蒋丽丝；信达证券 陆亚宁；鑫恒基金 史彬；小红书投资 曹青骊；仙人掌私募基金 卢崇春；西部证券 吴岑、卢可欣；途灵资产 赵梓峰；天风证券 何富丽、来舒楠；太平洋证券 李林卉；深圳量度资本 罗涛；上海证券自营 姚翔；上海睿胜 韩立；上海从容投资 陈欣蕊；熵简基金 饶小飞；仁弘基金 刘晓宁；人保养老 李金阳；筌筌资产 郑峰；磐厚动量 于昀田；南京天奥投资 巩来华；明达资产 肖铎；麦高证券 周擢；留仁投资 任伟；瓴仁投资 蒋南；凯丰投资 陈烽、曹博；菁英时代 吴小红；交银施罗德 魏玉敏；华夏未来 褚天；华夏基金 施知序；华西证券 许光辉、徐晴；华泰证券 吴珺、季一舟；华创证券 汤秀洁、方逸涵；华安自营 杨宗星；泓德 胡云；和谐汇一 章溢漫；合众资产 张看；禾永投资 张祥；国元证券 耿军军、李典；国银资本 胡勇军；国信证券 柳旭；国投瑞银基金 马 柯；国泰海通 刘越男、陈晓圣、赵国振；国盛证券 李可夫、李宏科、范佳博、钟俊煌、刘书含、杜玥莹；国联民生 李瑶、郭家玮；国海证券 程泽惠、卢世伟；广发证券 曹

	敦鑫；光大自营 刘勇；光大证券 施鑫展；观富资产 尹佳瑜；亘曦资产 朱登科；方正自营 王志广；方正证券 刘雄；东兴基金 周昊；东吴证券 张良卫、张家琦；东海基金 陆天繁；东北证券 郭思源、易丁依；淡水泉 林灏洋；从容投资 张利斌；创金合信基金 梁雪；创金 张小郭；财通证券 张琬悦、杨澜；博时基金 陈曦、李绮雯；北京泽铭投资 单河；北京东方睿石 唐谷军；RedCotton 朱宏达；PLEAID Simon；HSZ Group Dennis Chien；HSBC 张恒。
时间	2025 年 10 月 28 日
地点	线上会议
上市公司接待 人员姓名	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）
投资者关系活 动主要内容介 绍	一、公司的主营业务及 2025 年第三季度经营情况介绍 先给大家简单介绍下今年三季度的经营情况： 就三季度本期而言，营业收入 4.87 亿元，与去年同期相比增加了 17.01%；归母净利润 1.22 亿元，相比较于去年同期下降了 1.98%；扣非后归母净利润 1.18 亿元，相比较于去年同期下降了 3.42%。2025 年第三季度，公司单季度归母净利润出现了同比下降，主要系因中国制造网（Made-in-China.com）收入平稳增长的同时，2025 年股权激励计划首次授予股票期权在当期产生股份支付费用 3302.40 万元。 从本年初至三季度末的数据来看，营业收入 14.03 亿元，与去年同期相比增加了 16.29%；归母净利润 4.16 元，相比较于去年同期增加了 16.38%；扣非后归母净利润 4.04 亿元，相比较于去年同期增长了 14.60%。 截至 2025 年 9 月 30 日，中国制造网（Made-in-China.com）平台收费会员数为 29,214 位，较去年同期增加了 2,546 位。 截至 2025 年 9 月 30 日，累计购买过 AI 麦可的会员数为 15,687 位（不含试用体验包客户）。 二、公司在今年 10 月份也推出了针对买家端的 Sourcing AI 2.0 产品，

	这个产品具体是什么样的？可以解决什么样的问题？后续有哪些规划？ 基于公司在卖家端成熟的产品基础，我们已成功将 AI 能力延伸至买家端，构建起更完整的平台服务生态。公司在 2024 年推出 Sourcing AI 1.0 作为智能搜索引擎，有效帮助买家精准定位所需产品，为后续升级奠定了坚实的用户基础和数据积累。新发布的 Sourcing AI 2.0 相比较于传统版本，从单纯的“找到所需”升级为“更优决策”。我们深入洞察跨国采购中信息繁杂、供应商筛选难、风险不可控等核心痛点，通过人工智能技术覆盖采购全流程——包括需求发布、寻源匹配、智能比价、资质审核及订单管理等关键环节。 通过发布 Sourcing AI 2.0，我们希望形成 “AI 麦可（服务卖家）+ Sourcing AI 2.0（服务买家）” 的智能协同布局，完成覆盖买卖双方的全流程 AI 赋能生态。这一布局的核心价值在于双向提效：对中国供应商而言，它打开了新的流量入口，有助于提升商机转化效率；对全球买家而言，它带来了更精准的匹配、更高的采购效率和更可信的合作环境，进而增强平台对两端用户的粘性。 后续，Sourcing AI 2.0 将逐步实现桌面端与移动端的全场景覆盖，并支持更多语言服务，满足全球买家随时随地的采购需求。同时，我们还将逐步迭代 AI 谈判、市场趋势洞察等延伸功能，进一步深化对采购全流程的赋能，让全球贸易连接更精准、高效、可信。Sourcing AI 2.0 的推出，是公司 AI 战略在 B2B 场景的重要落地，既依托了现有成熟的平台资源，又精准切入了买家端的核心需求，为平台长期增长注入了新的动力。我们将持续优化产品体验，稳步扩大用户覆盖，推动生态价值进一步释放。
	2025 年 10 月 28 日