

证券代码：002315

证券简称：焦点科技

公告编号：2026-008

焦点科技股份有限公司 2025 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 317235869 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	焦点科技	股票代码	002315
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	迟梦洁	赵国勇	
办公地址	南京市江北新区丽景路 7 号焦点科技大厦	南京市江北新区丽景路 7 号焦点科技大厦	
传真	025-5869 4317	025-5869 4317	
电话	025-8699 1866	025-8699 1866	
电子信箱	zqb@focuschina.com	zqb@focuschina.com	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司合并报表范围内共实现营业总收入为 19.21 亿元，较上年同期增长 15.12%；营业利润和利润总额分别为 5.59 亿元、5.53 亿元，较上年同期分别增长 12.36%和 11.55%，归属于上市公司股东的净利润和扣除非经常性损益的净利润分别为 5.04 亿元和 4.92 亿元，较上年同期分别增长 11.61%和 12.41%，主要系中国制造网收入稳定增长的同时，公司持续降本增效所致；归属于上市公司股东的每股净资产为 8.64 元，较上年年末增加 8.95%。另外，本年度实施 2025 年股票期权激励计划导致本期确认股份支付费用 6,810.64 万元，如剔除本次激励计划的股份支付费用影响后，归属于上市公司股东的净利润为 55,949.52 万元，同比增长 24.01%；扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为 54,778.24 万元，同比增长 25.19%。

（一）全链路外贸服务综合平台业务

2025 年，全球贸易格局处于深度重构过程中，传统主流市场贸易不确定性加剧，跨境 B2B 电商行业延续结构性扩张与数字化升级的核心趋势。作为国内领先的全链路外贸服务综合平台，中国制造网（Made-in-China.com）始终锚定 B2B 跨境贸易核心赛道，以“深化平台综合服务、多元市场拓增量、AI 技术全链路赋能”为核心经营方向，精准把握全球贸易结构性机遇，实现经营规模、用户质量、平台价值的同步高质量增长。

2025 年，中国制造网业务实现稳健增长，经营质量持续提升，成为公司整体业绩增长的核心支柱。平台高级会员规模保持稳步扩容，会员数量实现良好增长，会员价值与平台贡献度同步提升，实现用户规模与单用户质量的双重优化。流量与转化方面，平台整体流量结构持续优化，买家活跃度与商机转化效率稳步提升，转化表现优于流量增长水平，买家粘性与平台运营效能进一步增强。面对传统市场关税波动带来的挑战，公司精准把握全球贸易多元化趋势，于 2025 年 4 月推出“新航海计划”，以多元化国际市场布局为核心，通过资源倾斜、区域深耕、行业专项扶持的组合拳，助力供应商抢滩新兴市场。品类结构上，平台持续巩固重工领域传统优势，同时推动轻工等重点品类突破，轻工行业供应商规模稳步增长，服装、家具、交通运输等行业供应商数量实现良好增长，品类布局更趋均衡完善。

2025 年平台流量同比增长 33%。公司坚持“提质增效+渠道创新”双轮驱动，一方面持续构建优化多维引流体系，提升推广转化效率，在巩固欧美传统市场基本盘的同时，加大新兴市场渗透力度，全年平台新兴市场流量增长亮眼，中东全年流量同比增长 44%，拉美全年流量同比增长 44%，非洲全年流量同比增长 38%，南亚全年流量同比增长 35%，欧洲全年流量同比增长 32%。另一方面积极布局 AI 搜索引擎等新兴流量渠道，AI 引荐流量保持高速增长，转化率与稳健度表现优异，成为流量增长新支撑。同

时，公司发力移动端运营，通过 AI 技术优化推荐精准度，买家 APP 日活与商机量均实现大幅提升，移动端转化能力持续增强。品牌建设上，公司线上联动英国、美国、德国、阿拉伯、墨西哥、西班牙、土耳其、巴西等三十余国家及地区海外红人，覆盖海量 B 端采购买家；线下落地 BizConnect 商链系列活动，通过“精准匹配洽谈—深度验厂—快速决策”全链路模式，完成千场优质 B 端买供双方匹配对接，有效提升买卖双方信任与合作深度，实现品牌声量与商业机会的同步转化。

2025 年，公司围绕供应商出海全生命周期需求，针对不同企业核心痛点，推出定制化差异化赋能体系，持续扩大市场份额。针对内贸转外贸企业，推出“无忧成长计划”，提供全流程一站式服务，助力数千家企业平稳转型；针对优质工厂型企业，落地“标杆工厂”项目，为认证企业提供流量、排名等核心权益，助力对接全球优质大买家；针对轻工行业推出“十大轻工”赋能计划，通过专项资源扶持，助力企业打开多元市场订单空间，抵御市场波动。同时，公司持续完善在线交易全链路服务体系，支付端新增多币种原币收款功能、优化资金管理全流程，物流端拓展国际合作网络、提供多元化解决方案，全面夯实交易闭环，完善外贸全流程服务生态。

截至 2025 年 12 月 31 日，中国制造网 (Made-in-China.com) 收费会员数为 29,793 位，较去年同期增加了 2,378 位。

（二）外贸 AI 应用业务

人工智能驱动的智能转型浪潮，是公司自 1998 年创立以来面临的前所未有的重大发展机遇。公司始终坚守外贸垂类 AI 应用创新的核心战略，以前瞻性布局把握技术变革红利，依托二十余年行业场景与数据沉淀，构建覆盖采供双方、贯穿业务全流程、赋能内外部运营的全链路 AI 应用体系，2025 年实现产品力、商业化、用户价值的全方位突破，成为公司核心业务增长新引擎与差异化竞争核心壁垒。

公司在 AI 领域具备先发优势，2023 年成为国内首批实现 AI Agent 外贸垂类落地的企业，先后推出面向卖家的 AI 麦可、面向买家的 Sourcing AI 两大核心产品，聚焦 B 端跨境采供双方能效提升与商机转化，打造区别于通用 AI 产品、深度适配外贸全场景的核心竞争力。2025 年，公司持续深化 AI 与业务融合，完成“AI 麦可+Sourcing AI”智能协同布局，形成买卖双方全流程 AI 赋能生态闭环。

卖家端，全流程外贸工作流智能体 AI 麦可能够帮助出口企业自动完成大部分日常运营工作，填补了传统外贸模式下成交效率提升的核心空白，助力企业跳出存量内卷、实现降本增效。2025 年内产品完成多维度迭代：升级全天候多语言 AI 接待，破解跨境时差沟通壁垒；推出覆盖千余场景数字人营销视频功能，赋能卖家全渠道推广；支持企业专属知识库搭建，实现从通用工具到定制化模型的升级，深度融入平台运营闭环。商业化层面，截至 2025 年 12 月 31 日，累计购买过 AI 麦可的会员数为 18,494

位（不含试用体验包客户）。2025 年 AI 麦可现金收入 9,083.24 万元，较去年同期增长 88.49%。产品月活稳定维持在较高水平，已深度融入外贸企业日常运营全流程，用户粘性与市场认可度持续走高。

买家端，公司 2025 年 10 月完成 SourcingAI2.0 重磅升级，实现从“寻源匹配”到“全流程采购决策辅助”的核心跨越。针对跨国采购信息繁杂、筛选难、风控难等行业痛点，产品通过 AI 技术覆盖需求发布、寻源匹配、智能比价、资质审核、订单管理全核心环节，有效优化采购体验，提升平台商机匹配精准度与转化效率，巩固了公司 B 端采购领域核心优势。

在完成平台内采供双向 AI 赋能生态闭环的基础上，公司并未止步于中国制造网站内的产品布局，而是将多年沉淀的外贸垂类 AI 技术能力持续延伸，围绕企业内部提效，打造了赋能销售团队的 AI 教练产品“马上问 Mravin”。产品于 2025 年 9 月全面上线，深度融合 AI 技术与平台核心数据，为销售团队提供潜客推荐、潜客背调、行业洞察、智能问答等一站式智能支持，实现了销售端从“人找信息”到“信息智能推送”的模式转型。目前产品已完成售前、售中辅助及团队管理全流程功能搭建，在公司内部销售团队中实现高渗透率，显著提升了销售工作效率与客户触达精准度；同时已完成 AI 自动呼叫、线索质量判断等核心能力的原型开发，基于试点数据明确了从“一线销售工具”向“销售团队能力赋能平台”的战略转型方向。

除了产品端的持续创新与全域布局，AI 技术已深度融入公司平台运营与全球化服务的全环节。流量运营层面，公司积极布局 AI 搜索引擎等新兴流量渠道，转化率与稳健度表现优异，成为平台流量增长的全新引擎；内容运营层面，依托多语言 AI 能力，公司多语站点的信息质量与运营效率实现显著提升，持续强化平台全球化服务能力。至此，公司已形成覆盖平台内采供双向赋能、平台外外贸全场景服务、企业内部运营提效的全维度 AI 产品矩阵，持续夯实外贸垂类 AI 领域的先发优势与核心能力。

未来，公司将继续坚守外贸垂类 AI 创新战略，加大研发投入，持续完善 AI 产品矩阵，深化全场景业务融合，以技术创新驱动外贸行业高质量发展，为公司长期发展注入持续动力，为全体股东创造长期价值。

（三）跨境电子商务业务

公司在跨境方向主要由美国商品一件代发服务平台 Doba.com 分销模式和 inQbrands Inc. 两部分业务组成。

inQbrands Inc. 作为专注北美市场的一站式跨境供应链服务商，2025 年核心推进战略转型，实现业务全方位升级，同时短期经营受多重因素牵制。公司从贸易驱动转向“品牌驱动”，聚焦汽配、户外、

家具等品类，深化北美垂类渠道建设。产品端，重卡汽配等高毛利品类领跑，同步拓展房车配件等适配北美消费趋势的新品；服务端，启用加州跨境园区提供一站式落地服务，年末新增全球知识产权服务筑牢合规根基。整体而言，公司 2025 年战略转型成效初显，业务布局持续完善，为长期高质量发展奠定基础。

2025 年，Doba 持续深耕 DropShipping 核心业务，聚焦服务智能化、渠道全域化、供应链精细化三大方向，不断优化付费订阅体系与生态协同效率，实现平台经营能力与竞争力稳步提升。品牌与获客方面：平台搭建红人营销及线上线下全域传播矩阵，线上完成海内外社交渠道布局，整合跨境培训机构与 KOL 资源，创新推出游戏化新手挑战营；线下借助展会、论坛强化品牌露出，实现精准高效拓客，为业务增长提供稳定流量支撑。产品与技术层面：正式上线 AI Tool Hub 智能应用矩阵，覆盖建店、选品、刊登、优化全场景。供应链与用户服务上：推行供应商分层分类精细化管理，接入多家优质跨境货源扩充商品库，全方位优化用户体验。2025 年，Doba 以技术赋能与生态协同强化一件代发优势，高效赋能全球零售商，实现生态共赢的可持续发展。

（四）线上线下融合的保险代理业务

2025 年是新一站推进高质量发展转型的关键之年。面对保险中介行业“报行合一”政策持续深化、人口结构变迁带来的行业结构性调整与周期性挑战，新一站锚定高质量发展主线，主动优化战略布局，明确清晰的转型路径，全面完成从“保险产品销售代理”向“一站式风险解决方案提供者”的价值定位重塑。

报告期内，新一站以合规经营为发展基石，以价值增长为核心导向，围绕战略目标落地三大核心举措：

一是基于业务价值矩阵实施精细化资源配置。全力打造企业险为业绩增长核心引擎，对这类高增长、高价值的“明星业务”予以重点资源倾斜，保障战略投入；推动个人险业务深耕存量客户全生命周期价值，优化这类经营稳健的“现金业务”运营模式，持续贡献稳定现金流与利润支撑；对受人口趋势影响较大的传统业务、低价值低盈利性业务实施策略性收缩，主动推进业务重组或有序退出，压降低效资源消耗，同时积极探索将现有服务能力延伸至母婴健康、家庭综合保障等更广阔的场景，打开长期增长空间。

二是严守合规经营底线，筑牢风控防线。全面响应监管要求落地销售行为分级管理，常态化开展全链条合规培训，持续完善合规管理体系，为业务稳健发展保驾护航。

三是深化人工智能技术全场景落地应用。推动 AI 技术深度融入营销全链路体系，有效提升运营效率与客户服务能力，为新一站长期可持续增长注入核心动能。

基于以上举措，2025 年新一站企业财产险代理保费规模、服务企业客户数量均实现稳步提升；人身险业务首年规模保费保持强劲增长势头，核心保单续期率持续维持行业高位，充分彰显了新一站业务的发展韧性与核心客群的高粘性。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	4,818,088,029.12	4,219,091,647.46	14.20%	3,907,505,055.56
归属于上市公司股东的净资产	2,741,205,729.32	2,511,479,432.25	9.15%	2,467,137,354.98
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	1,913,609,947.68	1,660,764,603.02	15.22%	1,519,341,324.06
归属于上市公司股东的净利润	503,575,870.32	451,186,149.50	11.61%	378,864,573.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	491,863,118.39	437,549,981.54	12.41%	367,454,372.59
经营活动产生的现金流量净额	888,363,914.02	705,992,784.71	25.83%	637,009,873.25
基本每股收益（元/股）	1.5874	1.4242	11.46%	1.213
稀释每股收益（元/股）	1.5763	1.4242	10.68%	1.2118
加权平均净资产收益率	20.60%	18.37%	2.23%	16.66%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	441,200,030.79	474,221,021.11	487,314,942.88	510,873,952.90
归属于上市公司股东的净利润	111,973,222.11	182,782,407.04	121,560,065.12	87,260,176.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	109,000,907.12	177,179,108.02	118,226,143.06	87,456,960.19

经营活动产生的现金流量净额	22,032,144.40	217,334,003.06	177,855,294.48	471,142,472.08
---------------	---------------	----------------	----------------	----------------

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	36,386	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	40,340	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
沈锦华	境内自然人	46.42%	147,247,358	110,435,518	质押	4,400,000	
香港中央结算有限公司	境外法人	1.65%	5,219,786	0	不适用	0	
汇添富基金管理股份有限公司—社保基金 17022 组合	其他	1.57%	4,976,670	0	不适用	0	
黄良发	境外法人	1.41%	4,480,000	3,360,000	不适用	0	
谢永忠	境内自然人	1.33%	4,234,970	0	不适用	0	
姚瑞波	境内自然人	1.11%	3,521,638	0	不适用	0	
全国社保基金一一六组合	其他	0.97%	3,090,650	0	不适用	0	
欧阳芳	境内自然人	0.81%	2,564,200	0	不适用	0	
中国银行—华夏回报证券投资基金	其他	0.72%	2,269,400	0	不适用	0	
中国银行—华夏大盘精选证券投资基金	其他	0.71%	2,252,080	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中沈锦华先生、黄良发先生与其他股东之间不存在关联关系且不属于一致行动人，未知其他股东之间是否存在关联关系及是否属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无。						

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

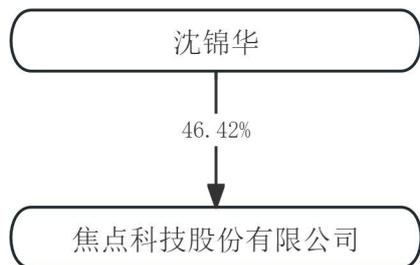
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

无。

焦点科技股份有限公司

2026年3月20日