

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）	Manulife Investment Management 浩成；Pinpoint Asset Management 辛陆；Willing Capital Management 花梦雷；安信基金 吴俊桥；安信证券 王逊；北京成泉 王海斌；北京国际信托有限公司 陈凯南；清和泉资本 帅也；尚艺私募 姜斌宇；志开投资 周彬；博远基金 冯妙婷；财通证券 陈修能；创金合信基金 赖鹏；东方阿尔法基金 潘登；东吴证券 陈岚静；三鑫资产 郭玉燕；富蘭克林華美證券 邱泓瑞；光大保德信基金 林晓凤；广东正圆私募基金 戴旅京；国泰君安证券 郑伟；杭州东方嘉富 范佳锴；红杉资本 闫慧辰；宏利基金 石磊；泓德基金 余玮婧；华创证券 杜郁坤；华富基金 邓翔；华夏基金 林坚勋；汇丰晋信基金 桂治元；汇添富基金 劳杰男；嘉实基金 赖礼辉；交银施罗德 杨芝廷；君康人寿 宋强磊；凯石基金 厉楠；明世伙伴基金 朱瑶琪；摩根基金 郭晨；南方基金 孙伟仓；诺安基金 王晴；鹏扬基金 彭冬尧；平安资管 王晶；泉果基金 姜荷泽；融通基金 陈鑫、关山；复胜资产 赵超；上海健顺投资 邵伟；上海坤阳私募基金 焦庆；上海名禹资产 王益聪、刘宝军、王友红；上海拾贝能信私募基金 张剑；上海泰旻资产 汤明泽；上海同犇投资 龚小乐；上海途灵资产 赵梓峰；上海远海资产 周泽；申万宏源证券 张立平；瑞信致远 何家龙；华安合鑫 丁俊；泰康资产 周昊；万和证券 赵维卿；金谷融通 赵红志；兴证全球基金 叶飞；盈峰资本 张国平；长安基金 徐小勇；浙江龙航资产 沈振华；中国人保资产 毕庆澜；中国人民养老保险 杨通、刘春江；中国人寿资产 段莎；中国石油化工集团 高英杰；中海外钜融资产 李斌；中信保诚基金 孙浩中；中信建投 杨艾莉、何智健、赵哲锐；中意资产 臧怡；林仁兴、张人亮、张卿隆；卢敦。
时间	2024 年 11 月 14 日
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	卢颐（AI 事业部总经理）、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、焦点科技 AI 产品及发展历程介绍

焦点科技属于较早思索 AI 应用落地的企业，对 AI 作为长期业务发展方向持有坚定的信念。2023 年，焦点科技经深入剖析自身于行业发展浪潮里所处的位置以及应当发力的方向，结合自身实际具备的资源与能力状况，最终作出聚焦 AI 应用发展的决策，其中关键因素在于焦点科技旗下拥有中国制造网（Made-in-China.com）这一颇具影响力的外贸 B2B 平台，业务具备两大天然属性：其一，在外贸业务开展的过程中，由于涉及与全球不同国家和地区的客户进行交流对接，多语言沟通是必不可少的环节，这使得外贸场景天然地对多语言能力有着强烈且持续的使用需求。而 AI 时代，多语言能力正是 AI 能够轻松赋能的方面。其二，用户在中国制造网平台上进行各项操作（如产品信息发布、订单处理、客户跟进等诸多环节），存在着大量重复且枯燥的工作内容，而这些工作恰好可以借助 AI 强大的功能来实现成本的降低以及效率、能力的提升，用户对此有着切实且迫切的需求。正是基于这样的用户需求，焦点科技才更明确地选择聚焦 AI 应用层面，以更好地挖掘和发挥平台价值，实现业务拓展与创新。

2023 年 4 月，AI 麦可首次亮相，公司将 AI 技术综合应用于外贸 B2B 领域；随后产品持续迭代，同年 7 月，2.0 版本问世，进一步拓展应用范围，其功能覆盖了平台运营、内容生产、商机跟进等外贸工作领域全场景；2023 年 9 月，AI 麦可 3.0 以“数智化 AI 助手”的全新姿态面向用户，全面提升了外贸人的工作效率。2024 年 11 月，AI 麦可升级至 4.0 版本，实现从“AI 外贸助手”向全流程“AI 外贸能手”的跃升，能完成整个外贸工作流的自动规划与执行，并且能主动“学习”知识库，成为名副其实的外贸“AI 能手”。公司认为一款真正有商业价值的 AI 产品，必须要能带来生产力的成倍提升。所以，AI 麦可从设计之初就遵循从工作目标和价值倒推工作需求的逻辑，一切只为帮供应商在电子商务平台上实现生意的增长、人力成本的节省，从而让供应商切实感受到它的独特价值。

另外，公司今年在组织架构上也有一定的调整，单独成立了 AI 事业部，AI 事业部在 2024 年 7 月也推出了 AI 独立平台，公司基于对外贸流程的理解，将最新的 AI 技术与传统外贸行业进行了新的尝试，持续开发相关产品来解决外贸领域面临的各项问题，除 AI 麦可外，该平台还囊括了 Sourcing AI 和 Mentarc（“门道”）：

Sourcing AI 定位是全球买家的采购助手，提供高效智能的采购体验，包括：智能筛选器，辅助采购决策；快速报价，简化与供应商的沟通；定制推荐，匹配符合全球买家需求的产品和供应商。

Mentarc 以 AI Agent 的方式为全球分销商和跨境电商商家提供解决选品、货源查找、店铺运营等多方面的难题，致力于让每个人能“低进入门槛、高发展空间”地轻松做起跨境生意，用 AI 颠覆传统工作方式，用 AI 实现跨境生意闭环。

二、如何看待未来某些国家可能加征关税对公司发展的影响？

对于未来某些国家可能加征关税对公司发展的影响，可从以下几方面来看：

1. 客户获取与市场分布角度：中国制造网是外贸企业关键的获客及推广渠道，供应商通过多渠道方面寻找海外买家时，渠道性价比是企业核心考量，即便关税变化致利润波动，其重要性也不会发生改变。网站买家呈全球化布局，新兴市场流量增长显著，单一国家加征关税造成的该国买家流量变化，对整体运营影响相对可控，不会动摇业务根基。

2. 企业应对策略与产品价值角度：部分国家加征关税，出口企业支出会更谨慎，更关注投入产出与利润。此时，处于高速发展的人工智能产品（尤其 To B 领域）价值更显著。中国制造网的相关产品，能助企业应对关税压力带来的成本增加、利润压缩问题，提升效率、优化运营，保障企业外贸积极性，稳固公司合作关系与发展前景。

3. 平台功能与企业需求契合角度：中国制造网定位全球贸易，有买家挖掘、市场分析等实用功能，可助企业探索海外市场，连接需求与产

	<p>能，应对市场份额变化。同时，企业为控用工、管理成本等对人工智能工具有需求，拓展海外业务诉求强烈。凭借高性价比与功能优势，网站能持续吸引企业，可凭平台价值满足企业需求，助力稳步发展。</p> <p>三、从中长期角度来看，随着 AI 功能进一步迭代，公司 AI 的商业模式会不会从纯粹订阅制转向商家服务，基于交易成交额进行抽成来拓展商业化空间？</p> <p>公司 AI 产品的切入点更贴近能接触到的客群及其日常工作流管理，重点是帮助客户在平台上获得更高的变现价值，如丰富产品内容、提升曝光等核心能力。通过 AI 技术的应用，帮助客户在整个出海流程过程中，提供一站式海外拓客能力（也就是 AI+BI+Agent 的能力），这是长期来看比较有价值的的能力。</p> <p>目前我们的变现逻辑不会与广告投放效果做绑定，但在思考 AI 与最终经营效果、账号效果做捆绑的可能性，不过目前还处于早期，像 AIGC、AI 代运营之类的效果虽有正向反馈，但怎么实现商业变现还在探索中，毕竟现在很多时候还需要人工辅助，存在数字员工和人工的功劳博弈关系，直接按效果或订单付费在现阶段还太早，目前还是类似 Copilot 的情况，最终还是人对结果负责，在商业领域需要更谨慎一些。</p>
日期	2024 年 11 月 14 日