

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	菁菁投资、国赞投资
时间	2021年6月7日
地点	线下
上市公司接待人员姓名	迟梦洁（董事会秘书）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问：去年公司营业收入 11.30 亿元，今年目标是 15 亿元，公司认为主要增长点在哪里？</p> <p>答：公司目前主要收入的增长，还是源于中国制造网（Made-in-China.com）。最近两年，中国制造网（Made-in-China.com）不断推陈出新，提升客单收入，但我们看到，2B 行业的决策是相对理性的，中国制造网（Made-in-China.com）主要服务的是中小型外贸企业，对于平台的投入，客户一般是有预算计划的，平台的平均客单价会是一个逐渐提升的过程。市场上做出口的外贸型企业的线上化渗透率还很有限，会员数量还有很大的提升空间。同时，保证老客户的续约。</p> <p>问：对于老客户，公司会去定期维护吗？</p> <p>答：我们的销售人员会定期对老客户进行回访，持续关注客户的需求，从而提供更好的服务。中国制造网（Made-in-China.com）非常</p>

重视客户的口碑。

问：随着公司收入的增加，销售人员数量也会有相应比例增加吗？

答：随着公司业务的拓展，销售团队也会进行一定比例的扩充，但不会像收入增幅那么大，一方面公司需要控制成本费用，另一方面，我们也看到，新入职的销售人员流失率也是相对较高的，因此，公司内部建设了较为完善的培训体系，新入职的销售人员稳定培养 2-3 年后基本就可以稳定出单了。公司对于人员规模的扩张会比较理性。

问：在海外，公司如何提升平台的影响力？

答：早期因为较低流量成本，我们利用谷歌搜索引擎获取了大量海外买家。现阶段，除了每年在谷歌上稳定的投放外，我们也会在一些当地的搜索引擎投放。尝试新媒体探索、线下展会，与一些当地商会合作等，都是我们的渠道。

公司内部有专业的买家运营部门负责开拓海外买家，今年 3 月份，他们突破了传统，举办了线上的采洽会，创新开拓了‘逆向采洽’的模式，通过和全球各地商协会、展览公司以及本地化团队合作，将优质的买家和买家需求精准匹配给合适的供应商。

问：我们注意到，去年公司会员数量的增长并没有达到 30%，收入增长主要还是由于客单价的提升的缘故吧？

答：客单价的提升主要因为公司提升了会员收费标准和推出了更多的增值服务。截止到去年年底，钻石会员和金牌会员的比例基本在 1:1 左右。另外，公司推出了不少增值服务，依靠内部产品服务的多元化，提升了客单价。

问：公司在原有的信息服务基础上有没有提供一些其他的供应链增值服务，譬如供应链金融、跨境物流等服务。

答：目前物流方面，公司与京东国际业务下的跨境物流有合作，

	<p>推出中国制造网-京东中美快递专线，为企业提供便捷、优质、高效、低成本的物流服务，目前有义乌和金华两条线；供应链金融方面公司旗下焦点小贷，基于焦点生态业务，围绕客户在生态内的资金需求场景，提供贷款方向的服务。</p>
日期	2021年6月7日