

焦点科技股份有限公司 2020 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。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股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普通股利润分配预案为：以 305500000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

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		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	迟梦洁		
办公地址	南京市江北新区丽景路 7 号焦点科技大厦		
电话	025-8699 1866		
电子信箱	zqb@focuschina.com		

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司主要业务包括外贸B2B电子商务平台、跨境交易B2B电子商务平台、互联网保险代理电子商务平台、内贸B2B电子商务平台、以及与各平台业务相关联的综合服务。

（一）外贸B2B电子商务平台

中国制造网（Made-in-China.com）创立于1998年，由焦点科技股份有限公司开发及运营，作为全链路外贸服务综合平台，中国制造网（Made-in-China.com）致力于为中国供应商和海外采购商挖掘全球商机，为双方国际贸易的达成提供一站式外贸服务。该平台主要通过预收平台费用获得收入，再根据客户开通的服务逐月确认收入，未确认的收入计入“合同负债”科目。

在信息展示服务基础之上，中国制造网（Made-in-China.com）还为会员企业提供精准营销推广、TM洽谈在线翻译、在线交易支付、物流报关、融资退税、专业培训等全链路外贸服务，赋能国内外外贸企业，为其拓展国际市场、获取贸易机会提供全程保障。中国制造网（Made-in-China.com）以“弘扬中国制造，服务中小企业，促进全球贸易”为宗旨，持续深耕于国际贸易领域，连续多年荣获“最具商业价值电子商务网站”、“中国B2B行业网站影响力奖”、“中国电子商务最佳跨境电商企业”等殊荣，获得了市场的高度认可。

2020年，中国制造网（Made-in-China.com）凭借二十多年来积累的商业力量和技术力量，通过商机开源、精准营销、人才培养、企业建站以及一站式外贸综合服务，在疫情之年，为中国供应商打开了全新的外贸全链路营销之路。

（二）跨境交易B2B电子商务平台

跨境交易事业部致力于打造以交易平台为核心、服务平台为支撑的完整跨境B2B服务生态链，目前包含了跨境B2B在线交易平台开锣（Crov.com）、美国商品直发平台Doba.com，以及可提供一站式落地美国服务的inQbrands Inc.，旨在帮助中国供应商以集约化、低成本的方式成功出海，赢得外贸新的增长点。

开锣（Crov.com）是焦点科技开发的B2B在线批发交易平台，旨在帮助中国优质供应商的优质产品跨过海外进口商、分销商、批发商等中间环节，分销给海外本土的以零售商为主的线下小B买家，提升中国供应商在美国B类交易市场的竞争力。报告期内，开锣（Crov.com）在汽配、户外、办公用品等主要品类上，强化备货销售以加强控货，保证分销货源充足，提升买家采购体验度，进而带动平台的长久、健康发展。

Doba, Inc.成立于2002年，是最早提出Drop Shipping模式的美国公司，焦点科技于2015年底完成对Doba的收购。Doba以创新的理念和系统工具优势，率先进入一件代发电商领域，通过开放平台接口，有效地连接供应商与零售商，为供应商和零售商提供了便捷、有效的渠道和资源，帮助供应商利用众多的零售商资源增加订单，拓展线上销售渠道。2020年10月Doba.com完成业务重构。

inQbrands, Inc.，主要为外贸客户落地北美市场提供行政、物流、仓储、客服、展示、市场等一站式服务，帮助客户实现在美国本土运营的跨境贸易模式，化中美跨境贸易为美国国内贸易。

（三）互联网保险代理电子商务平台

公司通过控股子公司新一站保险代理股份有限公司（证券简称：新一站，证券代码：839459）从事互联网保险代理服务。目前主营业务包括通过以新一站保险网(xyz.cn)为核心的多终端，为企业和个人提供各类保险产品的代理销售服务、处理相关保险业务的损失勘查和理赔服务，提供保险智能化整体解决方案，

以及从事其他经银保监会批准的业务。

新一站秉承以客户为导向、以价值为中心、以科技为驱动的发展理念，注重服务客户、赋能行业，通过终端消费用户、企业端跨行业合作伙伴及机构端科技用户三个方向的持续发展，不断推动业务发展。基于持续的业务发展和客户积累，公司经营险种已基本覆盖财产险和人身险的全险种，目前既能面向个人和家庭消费者提供各类旅游险、意外险、健康险、人寿险、家财险、车险等产品和服务，也能面向企业提供各类团体意外险、企业财产险、企业责任险、货运险、企业车险等产品和服务。

盈利模式方面，新一站以获取佣金为主要盈利模式，新贝金服主要向机构客户提供科技解决方案并收取相关的科技服务费用。为了保持并进一步提高产品利润率，公司一方面独立设计和持续引进适合用户需求的保险产品，围绕保险价值链提供一站式的服务；另一方面，也更加注重技术创新和加快技术开放合作的步伐，以技术升级带动提质增效，从而提升公司整体盈利水平。

（四）内贸B2B电子商务平台

百卓网络科技有限公司主要为中小企业提供内贸采购数字化管理平台与服务，包括百卓优采供应链云平台 and 百卓优采云进销存软件。百卓优采供应链云平台，为国内中大型企业量身打造企业供应链协同平台，旨在通过供应链信息管理平台，帮助企业实现高效的寻源、询价、供应链上下游协同管理，实现供应链管理的精细化、便捷化、智能化、规范化，达到降本增效的效果，全面提升企业云供应链的信息化高度。百卓优采云进销存：专注服务中小微企业，为企业提供采购、销售、库存、财务、CRM、订货商城、商机管理一站式解决方案。在企业外部，能打通订单流转的路径，实现在线订货、分销一体，加强上下游企业间的协作，降低采销成本；在企业内部，支持采购、销售、仓库、财务等多岗位协同，助力高效企业管理，全方位推动企业数字化升级。

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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	1,129,744,169.15	978,005,673.25	15.52%	875,181,934.57
归属于上市公司股东的净利润	173,377,334.13	150,917,649.09	14.88%	56,305,632.30
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	148,375,918.31	63,054,787.35	135.31%	17,326,173.19
经营活动产生的现金流量净额	539,857,104.43	152,302,276.20	254.46%	301,457,530.83
基本每股收益（元/股）	0.57	0.49	16.33%	0.18
稀释每股收益（元/股）	0.57	0.49	16.33%	0.18
加权平均净资产收益率	8.43%	7.82%	0.61%	3.09%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末

资产总额	3,449,742,333.62	2,900,861,875.79	18.92%	2,538,126,685.70
归属于上市公司股东的净资产	2,198,088,296.57	1,986,106,300.10	10.67%	1,791,392,433.09

(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	228,734,269.51	300,153,035.39	291,726,482.80	309,130,381.50
归属于上市公司股东的净利润	-20,330,153.40	68,018,818.19	89,332,979.20	36,355,690.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-788,337.56	57,483,221.92	60,818,166.40	30,862,867.50
经营活动产生的现金流量净额	-20,464,993.84	182,585,994.50	60,538,755.40	317,197,348.30

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	28,131	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	28,660	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							
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	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
沈锦华	境内自然人	50.97%	155,715,158	120,904,701	质押	35,200,000	
中国工商银行股份有限公司—交银施罗德趋势优先混合型证券投资基金	其他	3.38%	10,328,958	0			
姚瑞波	其他	3.02%	9,220,664	0			
易方达基金—中央汇金资产管理有限责任公司—易方达基金—汇金资管单一资产管理计划	国有法人	2.02%	6,167,720	0			
黄良发	境外自然人	1.47%	4,480,000	385,000			
谢永忠	境内自然人	1.40%	4,275,970	0			
欧阳芳	境内自然人	0.84%	2,566,200	0			
许剑峰	境内自然人	0.78%	2,374,008	0			
上海朴易资产管理有限公司—朴易至尚证券投资基金	其他	0.62%	1,888,800	0			
黄世霖	境内自然人	0.28%	848,000	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						

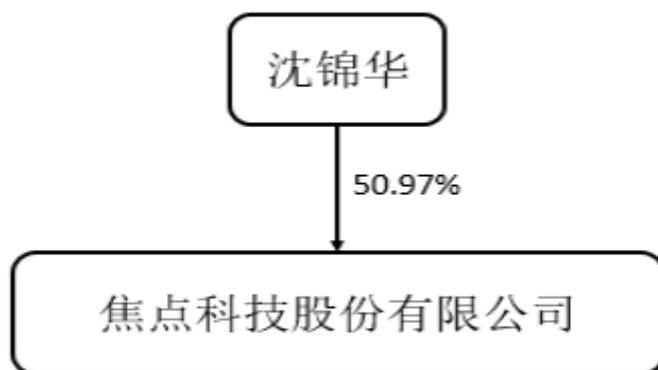
	其他股东之间是否存在关联关系及是否属于一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无

(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、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年，突如其来的新冠肺炎疫情，给全球经济带来了巨大挑战，整个社会形态正在发生转变。面对外部环境的冲击，公司全员坚定信念，同心协力力克时艰，积极发挥公司的互联网技术优势与平台资源优势，通过产品技术创新、服务模式创新、运营管理创新、营销模式创新等，竭尽全力帮助广大中小企业通过线上营销拓展贸易市场，与中国制造和中国企业共渡难关。在全体人员的共同努力以及疫情背后对外贸易和线上服务需求增长的机遇下，公司业绩实现了逆势增长。

2020年度，公司合并报表范围内共实现营业总收入为115,856.13万元，较上年同期增长14.73%，主要系本报告期内中国制造网（Made-in-China.com）业务快速增长，带来当期确认的会员费及增值服务收入增加；公司2020年度营业利润和利润总额分别为19,237.02万元、19,189.38万元，较上年同期分别增长

10.72%和10.27%；归属于上市公司股东的净利润为17,337.73万元，较上年同期增长14.88%；公司2020年度实现扣非后净利润1.48亿，较上年同期增长了135.31%；归属于上市公司股东的每股净资产为7.20元，较上年同期减少14.79%，主要系本报告期内实施资本公积转增股本，总股本增加，导致每股净资产摊薄所致。

（一）外贸B2B电子商务平台全面升级

作为全链路外贸服务综合平台，中国制造网（Made-in-China.com）致力于为中国供应商和海外采购商挖掘全球商机，为双方国际贸易的达成提供一站式外贸服务，现已成为中国外贸企业走向国际市场的重要桥梁和海外采购商采购中国产品的重要网络渠道。

2020年，随着新冠疫情的全球性蔓延，实体经济发展空间遭受挤压，线下展会全面停摆，广大中小企业面临着延迟开工、资金链紧张、国际物流受阻、供应链断裂等困境，国内外贸企业由传统贸易向线上以及数字化方向转型的需求日益强烈。本着助力中小企业降成本、拓市场、稳就业的思路，中国制造网（Made-in-China.com）在2020年重磅推出了“腾云计划2020”。

“腾云计划2020”包含“云展会”、“云数据”、“云培训”、“云建站”、“云链路”五大服务。

在疫情导致线下展会全面停摆的背景下，中国制造网（Made-in-China.com）在2020年初迅速做出反应，凭借二十多年来积累的技术力量，于2020年5月全新推出线上云展会，付费会员可通过音视频与买家进行实时采洽；供应商也可利用直播工具进行线上直播，吸引买家关注，对于意向买家，可转入会客厅进行一对一有效沟通，以促进商机转化。2020年6月，中国制造网（Made-in-China.com）作为国内第三方跨境电商平台入选广交会跨境电商展示专区，并合作举办主题为“同步广交会，环球享商机”活动。“云展会”运用科技力量，结合“3D展馆”、“在线音视频直播”、“多语即时翻译”、“共屏演示”、“独立展厅”、“企业独立网站外链”、“大数据动态监控”等一体化的平台展示方式，帮助企业实现跨国际、跨时空的交流与贸易合作，在疫情来临的特殊时期，对于拉动企业线上转型、推进传统线下展会数字化升级具有重要意义。

“云培训”：中国制造网（Made-in-China.com）邀请国内外贸专家及实操大师，全年通过线上、线下的方式提供了300+场的专业培训，通过专业技能培训，提升外贸企业软实力，内容覆盖：平台推广、外贸基础、买家开发、沟通谈判、热点市场、海外市场类。

“云数据”：中国制造网（Made-in-China.com）于2020年8月推出了“数据银行”。该产品的推出，一方面帮助国内出口型企业变被动等待为主动开发，另一方面也盘活了中国制造网（Made-in-China.com）公域与私域领域的海量数据资源，从站内站外为客户进行全方位引流服务，增加了原有平台产品的丰富度。

“云建站”：面对出口型企业多样化的营销推广需求，中国制造网（Made-in-China.com）突破局限，联合合作伙伴向客户推出包括营销素材数字化建设、多语种建站、多途径推荐和询盘转化四项核心服务，帮助外贸企业零起点开展企业数字化营销之路。

“云链路”：除此之外，中国制造网（Made-in-China.com）还从物流、信贷、金融等方面为供应商提

供全方位的产品与服务。

2020年，中国制造网（Made-in-China.com）重新梳理了生态圈，盘活资源的同时，增加了未来新的收入增长点，也大大增加了客户对于平台的粘性。

平台流量端：一方面，中国制造网（Made-in-China.com）加大多语种的全球推广，以覆盖多语买家人群，另一方面，除了传统的搜索引擎，中国制造网（Made-in-China.com）主动拥抱、充分利用国际主流社交新媒体，多渠道推广，提升产品覆盖。

销售渠道端：公司以深圳为试点，推出了分公司改制，使员工在身份上从打工人变成了公司业务的合作伙伴，大大激发了销售团队的活力。基于深圳市场的出色表现，四季度公司又选择了杭州和上海作为试点，并将在2021年推广到全国。

得益于中国制造网（Made-in-China.com）始于2019年起的多项变革，报告期内，中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）实现现金回款111,180.94万元，较去年同期增长44.46%；截至2020年12月31日，中国制造网共有注册收费会员21,960位，其中英文版注册收费会员20,384位，较上年增加4,339位。同时，网站流量、询盘量、买家用户数量等各方面均较去年实现了显著增长，展现出了平台的抗风险与深度运营能力。

未来，尽管疫情常态化带来了诸多的不确定性，中国制造网（Made-in-China.com）仍将竭尽全力，创造客户认可的有价值的产品和服务。

（二）跨境交易电子商务平台方向逐渐清晰

2020年，受疫情影响，一方面，跨境交易整个行业发展的如火如荼，但另一方面，公司的跨境在线交易平台因不控货，在商品交付上遇到了巨大挑战。

2020年整个跨境物流跌宕起伏，从航班停飞停航，海运一柜难求，到后期的物流价格暴涨、配送时效无保障，均严重影响了“平台发展”思路下的产品的正常交付和买家购买体验。同时，海外仓因其能够解决配送时间长、及时发货等问题，被越来越多跨境卖家青睐。但美国当地偶有的罢工、抗议事件加剧了公司美国仓的爆仓、尾程派送无保障的困境。

针对上述问题的产生，跨境事业部在2020年主要开展了以下工作：

1、Doba.com网站全面升级，重构Drop Shipping业务系统

2020年，跨境事业部全面升级了旗下美国老牌商品直发服务平台Doba.com。Doba.com凭借沉淀多年在drop shipping行业的品牌影响力，积累了大量小B买家资源。此次网站全面升级，可以为海外电商卖家和供应商带来更先进的技术支撑和更顺畅的使用体验，为供应商拓宽全球售卖渠道，帮助供应商开拓美国市场。

2021年，跨境事业部将以Doba品牌为核心，从系统和运营层面，竭尽全力优化流程、改善体验、强化

功能，完成从商品到订单的有效转化，实现Drop shipping业务的规模化增长。

2、明确控货平台的发展路径

作为Drop shipping和B2B分销平台，本质上是为供应商和零售商提供选品和商品交付，商品的质量、价格，尤其是库存稳定性，很大程度上决定了分销商的持续合作。2020年由于无法保障稳定的商品交付，虽然平台GMV较上一年有较大幅度的增长，但仍未达到原有发展预期。自2020年下半年起，跨境交易事业部明确了控货平台的发展路径，在汽配、户外、办公用品三大核心品类，严格做好产品分析、选品，优质品类提前备货，以保证产品分销充足的货源供给，强化了核心品类备货销售，提升分销商的采购服务体验。平台在初期缺少优质供应商的情况下，通过强化自身供应链能力，实现自营控货，快速响应市场需求，通过业务最终带动平台发展。

3、完善仓配体系，提升平台交付能力

针对2020年出现的仓配问题，跨境事业部将不断完善仓配体系，提升平台交付能力，打造仓储物流公共服务平台，加强仓库多点布局，并已完成与合作的仓储及物流服务公司系统对接，为供应商提供灵活多样的仓储物流专业解决方案，保证物流时效，降低物流成本，提升企业出海竞争力。对于分销商而言，能够满足B2B、B2C客户的送达要求，提升分销商的用户体验。目前，包括自有海外仓在内，跨境已在美国、加拿大、澳大利亚有超过30个海外仓库网点。

Drop Shipping业务自重构上线以来，平台的访问量、注册买家数量、一件代发的下单量均较此前有显著增长。2021年，跨境事业部将通过精细化运营，实现跨境在线交易平台质的飞跃。

（三）互联网保险代理平台转型路径明确

2020年初，受疫情影响，新一站保险网（xyz.cn）的旅游险、货运险、产责险产品业务规模出现下降趋势。即使在平台运营遭受巨大挑战的关键时期，新一站依然积极承担起自己的平台责任，全力配合国家疫情防控要求和举措，充分发挥互联网保险平台的优势，与多家合作保险公司沟通并达成共识，在原有服务基础上进一步提升快速理赔和退改订单的效率，第一时间制定并推出优先响应、简化管理手续等多项应急服务，全面助力抗击新冠疫情，守护公众健康。

同时，疫情亦提升了国民的保险意识，尤其是在健康险领域带来了较大的增长空间。新一站把握机会，持续优化产品结构与服务能力，积极引入短期健康险及长期人身险产品，并加大对于健康险选购与使用的市场普及，以满足客户对于健康保障的需求。

多年来，新一站建立的“放心买”、“安心管”、“省心赔”等一系列业内标杆服务水准，不断提升保险行业的用户体验，对引入和上架的保险产品严格把控，提升产品性价比，通过“千人千面”智能推荐系统帮助客户简单挑选适合自己的保障，借助保单统一归纳管理帮助客户提供家庭保障的咨询、评估及顾问式服务，实施3个工作日内实时赔付，大幅缩短保险行业的理赔周期。

在企业端跨行业合作伙伴方向，新一站整合超过140家合作保险公司的产品和服务资源，结合多年积

累的用户画像，为不同行业的合作伙伴定制整套解决方案。报告期内，新一站积极投入普惠型健康保障“惠民保”项目，陆续在南京、盐城、南通、烟台等城市推出，联合上下游保险生态圈内的合作伙伴，为广大市民提供超低保费、带病投保、高龄投保等特色保障服务，获得市场的好评。

新一站聚焦保险行业核心业务，探索赋能保险价值链的各个环节，帮助保险生态圈中的上下游伙伴启动数字化战略。从最基础的依托于互联网开展业务，到通过核心系统的升级实现业务流程的增效提质，新一站利用自身优势资源，帮助保险行业内的主体公司及中介公司在销售端、承保端、理赔端突破业务发展的难点痛点，推动合作伙伴的数字化转型。

（四）内贸B2B电子商务平台及企业采购、供应链管理服务持续增值

报告期内，百卓科技聚焦用户需求，打造了融合外贸业务的云进销存SaaS平台，不断拓展新的销售模式，尝试多渠道推广和外部合作方式，积极探索内贸新的商业模式，企业采购、供应链管理服务持续增值，业务收入增长明显。报告期内，百卓顺利通过了2020年江苏省国家科技型中小企业认定，获得2020年中国产业互联网未来之星称号，同时入选2019-2020年全国供应链优秀企业白皮书。

百卓优采供应链云平台主要为国内中大型企业量身打造企业供应链协同平台，旨在通过供应链信息管理平台，帮助企业实现高效的寻源、询价、供应链上下游协同管理，实现供应链管理的精细化、便捷化、智能化、规范化，达到降本增效的效果，全面提升企业云供应链的信息化高度。2020年4月，百卓科技进行战略合作，将供应链运营模式与互联网技术深度融合，共同构建全方位、开放式的智慧物流供应链云平台，降低物流企业信息沟通成本及采购成本，提高物流运营效率，项目目前已顺利上线。

百卓优采云进销存专注于服务中小微企业，为企业提供采购、销售、库存、财务、CRM、订货商城、商机管理一站式解决方案。在企业外部，能打通订单流转的路径，实现在线订货、分销一体，加强上下游企业间的协作，降低采销成本；在企业内部，支持采购、销售、仓库、财务等多岗位协同，助力高效企业管理，全方位推动企业数字化升级。报告期内，百卓优采云进销在产品力上持续提升，PC端和APP端均进行了产品改版。在功能研发之外，百卓科技对典型用户进行深度调研，形成行业案例，并增强优质广告渠道推广，优化销售策略，最终实现了业绩的明显提升。

除了上述各业务方向的发展变化，2020年7月，公司正式推出了股权激励计划。本次股权激励采用股票期权方式，股票期权总份额为1561.11万份，约占公司当期总股本的5.11%，共覆盖1100名员工。股权激励的实施，让员工与公司成为了更深层次的利益共同体：作为员工，在为公司业绩增长的目标一同奋斗时，未来也将以另外一个身份——公司股东，一同参与公司的业务和利益分享。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
中国制造网业务收入	824,165,296.08	662,247,291.77	80.35%	26.80%	26.54%	-0.16%
新一站保险业务收入	164,134,822.55	145,468,077.50	88.63%	-17.90%	-18.06%	-0.18%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注（受重要影响的报表项目名称和金额）
财政部于2017年颁布了修订后的《企业会计准则第14号——收入》。本公司自2020年1月1日起施行前述准则，并根据前述准则关于衔接的规定，于2020年1月1日对财务报表进行了相应的调整。	已批准	详见3.38.3首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

本公司按照新收入准则相关规定，于准则施行日进行以下调整：

1、本公司将期末符合条件的“预收款项”、“其他流动负债”、“递延收益”项目调整至“合同负债”、“其他流动负债-待转销项税”，对可比期间数据不做调整。

2、本公司将期末符合条件的销售佣金确认为合同取得成本，报表列示为“其他流动资产”、“其他非流动资产”，并且确认相应的“递延所得税负债”，追溯调整本报告期期初留存收益，对可比期间数据不做调整。

本公司因执行新收入准则对2020年1月1日合并及公司资产负债表各项目的影响请见3.38.3首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

1、2020年2月27日，公司持股65%的非全资子公司深圳市焦点互联信息科技有限公司设立，新纳入合并报表范围。

2、2020年9月25日，公司持股65%的非全资子公司上海焦信网络科技有限公司设立，新纳入合并报表范围。

3、2020年10月28日，公司持股65%的非全资子公司杭州焦点互联信息科技有限公司设立，新纳入合并报表范围。

4、2020年9月29日，公司处置了持股51%的非全资子公司江苏中服焦点跨境贸易服务有限公司的股权，并完成工商变更，之后不再纳入合并报表范围。

5、2020年11月26日，公司全资子公司焦点科技（徐州）有限公司完成工商注销，不再纳入合并报表范围。

焦点科技股份有限公司

2021年3月20日