

证券代码：603001

证券简称：奥康国际

浙江奥康鞋业股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他_____
参会单位名称及人员姓名	深圳盈泰投资-朱亚光 广发证券-糜韩杰 广发证券-张雨露 三亚鸿盛资产-陈一雄 进门财经-凌锋 上海步耘投资-史青 上海步耘投资-肖晗 前海德毅资产-陈越 上海鹤禧投资-耿荣晨 上海恬昱投资-肖建中 华泰证券-朱南钰 融通基金-马春玄 汇安基金-沈锦婷 德邦基金-石林 上海少藪派投资-张宁 农银汇理基金-周宇 安信基金-肖璇 富国基金-毛联永 新华基金-刘晓晨 九泰基金-冯涛 永赢基金-安慧丽 永赢基金-胡翔宇 恒生前海基金-祁腾 星泰投资-贾雨朦 上海仁布投资-牛妍菁 西部证券-谢乐轩 上海东方证券-张伟锋 昆仑健康保险-陈师 鹏华基金-林伟强 上海万晟-楼莉莎 汇安基金-徐扬彪 浙商基金-韩佳伟 上海名禹资产-张晓华 德华创业投资-龚小磊 光大保德信-张禹 大成基金-徐雄晖 青岛立本私募基金-黄良鹏

会议时间	2022年1月25日 15:00
会议地点	/
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：翁衡先生
投资者关系活动 主要介绍内容	<p>环节一、公司情况介绍</p> <p>董事会秘书翁衡先生介绍公司目前基本情况。</p> <p>浙江奥康鞋业股份有限公司，主要从事皮鞋及皮具产品的研发、生产、零售及分销业务，是北京2008年奥运会皮具产品供应商，公司拥有自主品牌奥康、康龙，同时代理美国运动品牌斯凯奇、德国运动品牌彪马，采取以直营和经销为主，团购、出口和线上为辅的销售模式，公司于2012年4月26日在上海证券交易所A股主板正式挂牌上市。</p> <p>2021年，公司与君智咨询达成战略合作，以聚焦主流人群，主打“舒适男鞋”为核心战略，借助战略落地、渠道拓展、形象升级、运营升级和政策激励五大动作。从“更舒适的男士皮鞋”为核心的品牌战略定位出发，致力解决男性顾客穿着皮鞋“磨脚、顶脚、皮质硬、不透气”的痛点，打造全新的符合消费者对舒适感、时尚感、科技感品质要求的产品。</p> <p>公司将在品牌上重点聚焦奥康品牌，在品类上以男士皮鞋品类为主流，从品牌、品类和款式三方面实施战略聚焦策略。</p> <p>环节二、投资者提问交流</p> <p>问题1：公司为什么会选择和君智战略咨询合作？是公司找的君智还是君智找的公司？君智和其他咨询公司有哪些差异？</p>

答复：君智咨询擅长挖掘中国本土品牌的内在价值，曾助力波司登、飞鹤、雅迪等国民品牌营收破百亿，从细分行业成功突围。公司也比较认可君智的操作方式，一次偶然的机会公司与君智对接上。君智战略与传统咨询的不同点在于服务方式不同。众多传统咨询公司侧重于咨询书面报告，而君智更侧重于战略设计与落地护航。通过调查分析，找出公司存在的问题，提出具体改进方案，并指导实施，帮助公司改善经营管理的一种服务咨询。君智战略是以“事业伙伴”的视角，为客户提供能落地的方案，引领公司其他关键领域（战略、营销、人力、文化、管理、供应），实现双方共识的市场地位目标。

问题 2：君智虽然宣传了很多成功的案例，但应该也有失败的案例，公司怎么看？为什么会觉得公司和君智的合作成功的把握会比较大？

答复：失败案例原因有很多种，我个人认为主要几个方面，行业不细分，未准备充分投资入预期，管理层不坚定等。在君智咨询介入前，公司已有 33 年历史，以“穿奥康，走四方”、“三把火”、“赞助奥运”等代表性广告营销事件，在媒介相对集中，其他品牌声量较小的背景下，迅速进入顾客心智，积累了一定的品牌知名度。且目前公司供应体系齐全，男鞋技术成熟，超百项研发专利，建立了较为专业的消费者认知基础。与君智战略的合作，是使公司的战略方向更明确，也使得公司在客户端取得品牌认知。更重要是董事长有非常坚定信心去实施和落实战略转型。

问题 3: 公司于 2021 年和君智签约定位更舒适的男士皮鞋, 为什么要定位更舒适? 另外公司在产品、渠道、品牌方面进行了哪些落地?

答复: 皮鞋是社交场合的刚需搭配, 然而舒适与否是皮鞋的主要痛点, 也是影响购买决策的重要因素。公司在 2021 年 Q3 推出四大新品系列: 万步系列、云朵系列、呼吸系列、微空调系列, 对产品舒适等各方面作相应提升, 公司已先后在温州、宁波、杭州等多地核心商圈开设 2.0 版本大型旗舰店。此外也通过梯媒、户广、线上等多种方式向广大消费者传达奥康更舒适的男士皮鞋。我们定位是, 更舒服的男士皮鞋, 我们的广告词是鞋舒不舒适, 脚知道。脚舒不舒适, 奥康知道。

问题 4: 今年除了杭州湖滨旗舰店之外, 在品牌、渠道、产品方面公司还有哪些规划?

答复: 2021 年温州五马街三店、宁波旗舰店、2022 年杭州湖滨旗舰店盛大开业, 后续公司也将继续将渠道拓展计划主要放在公司销售核心区域。此外, 2022 年将会在城市人流聚集地等进行广告投放, 通过梯媒、小红书等多种途径进行投放; 渠道方面为购物中心为主, 产品以功能与时尚相结合的试进行提升。

问题 5: 君智会定期跟踪公司哪些指标? 包括公司会定期跟踪哪些过程指标? 公司目前产品均价大约是多少? 未来计划提升到多少?

答复: 渠道开拓情况, 广告投放情况, 男鞋销售情况, 店面

毛利情况以及消费者调研数据等方面均是君智与公司共同关注的指标。新战略下新开的门店，主要产品价格带范围在600-1200元。我们希望在这个价格带下把门店逐步进行升级，待各项指标都实现的情况下再考虑下一步定价区间。

问题 6：目前公司推出的万步系列、云朵系列、呼吸系列、微空调系列目前能占到比如宁波旗舰店或者杭州湖滨旗舰店多少的销售比例？这四大系列未来是否会持续迭代升级？

答复：公司开立的新形象旗舰店四大系列新品投放比例约70%-80%，2021年7月与2021年10月，公司分别签约鞋楦大师、国际知名鞋样设计师，两位大师的加盟以重在后续打造产品的迭代升级。

问题 7：君智和公司有没有探讨过比如三年五年或者十年的战略目标？然后分几步走？

答复：公司与君智双方共同探讨，以确定十年战略规划，通过起步期、爬升期、腾飞期三个期间，激活品牌、抢占舒适、进军主流、引领男鞋，成为全球舒适男士皮鞋引领者。

（以下无正文）