

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	永赢基金--安慧丽 正谊资管--吴树熙 华安基金--张峦 鸿涵资管--白玉兰 弘则资管--谌红梅 天风证券--唐圣炆 天风证券--孙海洋 兰亭资产--柴珊
会议时间	2022年3月23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内容	投资者提问交流 问题 1: 疫情的反复对终端的消费及物流供应链是否有所影响? 答复：国内 1-2 月份疫情相对稳定，但 3 月份因疫情多地频发，各地政府升级了疫情防控政策，整体零售行业均有所影响，公司线下门店也有所波及，也希望国内疫情能尽快好转。另公司总部及各区域前期对商品企划和订货数量有充分规划，供应方面所受影响有限。线上销售不乏受近期物流变化因素，有一定影响，但随着疫情的管控，购买力跟物流通达度也会有一定的改善。

问题 2: 今年计划新形象门店的开设数量? 原有渠道的改扩建的进度是如何的?

答复: 2 月份止, 公司按计划开立新形象门店, 推进门店整改提升, 大型旗舰店因疫情波动拖累暂未落地, 2022 年预计改造原有渠道及开立新门店数量会达 300-400 家左右。通过政府对疫情的严控, 公司认为疫情影响会逐步得以修复, 后期会加快对门店的开拓。

问题 3: 新战略门店的产品、SKU、门店样式及门店面积的情况是如何的?

答复: 新渠道门店以男鞋为主, 逐步弱化女鞋品类, 另公司推出四大新品系列(万步系列、云朵系列、呼吸系列、微空调系列)每一系列产品紧扣“舒适”主题, 搭载自研科技, 通过整合头部供应链, 聚焦核心楦型, 严选优质用材, 为消费者带来轻、软、弹、透、贴的穿着体验。后期公司也会对产品做进一步的研究开发。面积会根据门店所在区位及商圈发展的实际情况进行规划, 旗舰店面积约 200 平, 标准门店面积范围约 80-120 平, 新战略门店整体形象可以通过公司官网等网络渠道更直观地了解。

问题 4: 品牌战略转型过程中, 有遇到哪些困难?

答复: 转型过程中, 公司对品牌、形象及产品作了不同程度的升级, 价格带也由此提升, 获得大批新老客户的青睐。但部分消费者对品牌产品和价格的认知存在固化, 故其中不得不舍弃部分不符合如今公司定位的消费者, 品牌焕新也是为了寻求更多年轻消费者的认可, 所以转换客户是一项长久性的事情。

问题 5：公司目前的营销方式是通过什么途径推广的？

答复：公司通过户外广告、电梯媒体、电台媒体、平台种草等多种方式向广大消费者传递奥康更舒适的理念。

问题 6：公司新门店的客单价、商品折扣是否与原有渠道作对比？公司原有女鞋的占比是否在减少？

答复：公司在客单价方面有一定的提高，原渠道的客单价在 300-400 元区间，新门店的客单价平均范围约 600-800 元；新战略下，公司摒弃价格战，产品折扣方面严格管控，不作大力度的打折促销，以维护我们会员客户的权益价值；新战略旗舰店全部以男鞋品类为主，原有渠道会视区域情况控制投放占比较低的女鞋。

问题 7：公司在布局新战略期间，对产品、渠道、品牌方面做了哪些变革？目前看效果如何？是否符合公司的预期？

答复：品牌方面公司着眼于“更舒适”定位，升级品牌全新的 VIS 形象，强化了品牌及产品在终端的辨识度。围绕形象店的开业打造三城样板，吸引主流客群，积累传播素材。通过户外广告、电梯媒体、电台媒体、平台种草等多种方式向广大消费者传递奥康更舒适的理念。

产品方面公司推出四大新品系列：万步系列、云朵系列、呼吸系列、微空调系列。每一系列产品紧扣“舒适”主题，搭载自研科技，通过整合头部供应链，聚焦核心植型，严选优质用材，为消费者带来轻、软、弹、透、贴的穿着体验。

渠道方面店铺规划结合公司战略落地的节奏，结合都

	<p>市区域发展情况、交通状况、人口流量等多方面因素综合考量，围绕势能城市的核心商圈，转向以购物中心为主的网络布局，加强与各类购物中心等新兴零售渠道的合作，对原有渠道进行持续的改造升级，淘汰低效店铺。</p> <p>通过上述方面的变革，提升奥康品牌在消费者心中的认同感和影响力，效果不错，与公司预期也基本相符。</p> <p>（以下无正文）</p>
--	--