

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	广发证券—糜韩杰 广发证券—张雨露 广发证券—翟凌阳 西部证券—谢乐轩 恬昱投资—肖建中 益菁汇资产—吴宇同 方正证券—陈佳妮 兴业证券—韩欣 平安资本—张超 金鹰基金—许中雅 华商基金—常宁 德华创业投资—杜波 盈峰资本—张国平 少数派投资—张宁 星泰投资—贾雨朦 久阳润泉资本—赵炜 昆仑健康保险—陈师 安信基金—张明 海通国际资产—徐盛栋 光大保德信基金—张禹 红筹投资—蒋凌萌 东吴基金—姜怡 大家资产—胡筱 金鹰基金—殷磊 中投国际(香港)有限公司—Simon Mou
会议时间	2022年4月26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

<p>投资者关系活动 主要内容</p>	<p>一、公司董事会秘书翁衡先生对 2021 年及 2022 年第一季度经营情况及财务状况进行阐述。</p> <p>二、投资者提问交流</p> <p>问题 1：公司去年集合店净减少较多，公司集合店里面主要是哪些品牌？集合店会有渠道和货品的改革吗？集合店未来是如何规划的？</p> <p>答复：公司集合店以奥康、康龙品牌为主的男鞋、女鞋、飞织、皮具、箱包等多品类的集成零售平台。现阶段，公司战略转换，聚焦奥康品牌，逐步缩减集合店数量，针对优势商圈集合店整改为单品类门店，重点布局男士皮鞋业务。</p> <p>问题 2：新品去年的销售收入占比？</p> <p>答复：2021 年 8 月开始，公司重推“更舒适的男士皮鞋”新战略，主推四大新品系列，从发售至 2021 年年末，新品销售占公司总营收的个位数，因新品发售时间自 2021 年 Q3 开始，公司战略门店开拓数量有限，故新品销售占比有限。目前在不断推进中。</p> <p>问题 3：康龙品牌目前盈利吗？未来康龙品牌的发展规划？</p> <p>答复：康龙 2021 年全年收入 3.67 亿元，毛利率 48.34%，较同期增长 2.93 个百分点，利润有所盈利。公司目前战略重点在奥康品牌，康龙品牌未来的发展模式以轻资产为主，重点发展城市代理，精减网络，提升坪效，面向年轻消费者进行渠道转型。</p>
-------------------------	--

问题 4：兰亭还会继续计提减值吗？

答复：未来兰亭减值的空间较小。2021 年，公司聘请中介机构对兰亭集势进行评估，同会计师进行多次沟通，最终决定计提减值准备。

问题 5：2022 年一季度收入有所下降，如果分 1-2 月和 3 月的话，大约各是什么情况？是否主要是 3 月下旬疫情的影响？

答复：2022 年 1 月公司销售同比增长，2022 年 2 月，国内疫情零星散发，客流量较同期下降显著，2022 年 3 月全国疫情形势严峻，导致门店销售下降，另外经销商所在部分区域受疫情影响未能按时发货。但一季度整体线上销售有所增长。

问题 6：2022 年一季度奥康品牌毛利率提升，从渠道类型看，主要是团购和网购，包括经销毛利率提升，这个是什么原因导致的？

答复：2022 一季度，公司直营店毛利率同比增长 1.80%，主要为公司新产品客单价提升，原有产品价格也有小幅度调整，并控制促销折扣力度，加强对品牌的维护。经销店毛利率的提升，是源自溢价更高的品类订购率上升，也反映出经销商对公司战略转型的支持。

问题 7：一季报库存增加是因为疫情吗？

答复：2022 年第一季度，公司存货水平同比增加四千多万。一方面为公司 2022 年一季度承接国家相关单位的团购订单，因疫情原因货品无法及时发出所致。另一方面，对于疫

情影响销售运营的库存，公司根据整体运营情况对生产及采购计划进行调整，并及时调配销售区域之间的库存结构，不至于整体库存加大。

问题 8: 面对国内目前的疫情形势，今年公司在产品、渠道、营销等改革方面的推进进度，包括投入是否会有一些调整？

答复：公司在产品方面继续做深四大系列，精简 SKU，夯实基础品类；渠道方面，进一步优化网络结构，增加购物中心网络比例，尤其是中高端购物中心门店占比，控制街边店数量，开源节流；营销方面，依据市场行情及各地疫情动态，看实际情况调整城市广告投放的策略。此外，在投入方面，会适当放缓节奏。

（以下无正文）