

奥康国际 中国领先的皮鞋品牌运营商

——浙江奥康鞋业股份有限公司首次公开发行 A 股网上路演精彩回放

出席嘉宾

浙江奥康鞋业股份有限公司 董事长兼总裁	王振滔 先生
浙江奥康鞋业股份有限公司 董事副总裁	王进权 先生
浙江奥康鞋业股份有限公司 董事会秘书	余雄平 先生
浙江奥康鞋业股份有限公司 财务总监	王志斌 先生
国信证券股份有限公司 投资银行部董事总经理	钮蓟京 先生
国信证券股份有限公司 保荐代表人	董宇 先生
国信证券股份有限公司 保荐代表人	董加武 先生

浙江奥康鞋业股份有限公司 董事长兼总裁 王振滔先生 致推介辞



品的研发、生产、分销及零售业务。公司采取纵向一体化的经营模式，以自有品牌运营为核心，研发设计与渠道经营为两翼，为消费者提供科技、时尚、舒适的皮鞋及皮具产品。经过多年努力，奥康国际现已拥有奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人、万利威德等自有品牌，且已建立了4500多个营销网点，成为了中国领先的皮鞋品牌运营商。

秉承以“诚信、创新、人本、和谐”为核心价值观的文化理念，奥康国际持续创新，致力于打造“百年奥康，全球品牌”。

通过这次网上路演，我们希望广大投资者对奥康国际的经营和发展状况有一个全面的了解，我们也将认真地听取广大投资者的意见和建议。公司将借助资本市场，创造更加优良的业绩，回报广大的投资者！

欢迎大家在线踊跃提问，再次感谢大家的关心与参与！

尊敬的各位投资者、各位网友：

大家好！非常感谢您参与浙江奥康鞋业股份有限公司首次公开发行 A 股网上路演活动。在此，我谨代表奥康国际全体员工，向参加本次网上路演的各位投资者和各界朋友表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

奥康国际主要从事男女皮鞋及皮具产

国信证券股份有限公司 投资银行部董事总经理 钮蓟京先生 致辞



营销网点，拥有奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人及万利威德等自有品牌，形成了纵向一体化的经营模式。奥康国际坚持以“诚信经营、质量至上”为企方针，先后荣获了“中国真皮领先鞋王”、“第十一届全国质量奖”、“中国驰名商标”等殊荣，成为了国内领先的皮鞋品牌运营商。奥康以卓越的品牌、高端的人才、先进的文化和一流的研发技术为支撑，具有持续的竞争力、成长力、生命力，是民族品牌的一颗璀璨明珠。

国信证券非常荣幸能够成为奥康国际 A 股发行的保荐人和主承销商。在合作的过程中，我们见证了奥康国际优秀务实的管理团队和积极向上的企业文化，深刻感受到奥康国际的品牌实力和发展前景。

我们真诚地希望通过本次网上路演，广大投资者能够更加深入、客观地了解奥康国际，准确地把握奥康的投资价值！我们相信，奥康国际上市后，将不断提升公司竞争力，给广大投资者带来丰厚的回报！

再次感谢广大投资者对奥康国际的支持和关注！

尊敬的各位嘉宾、各位投资者、各位网友：

大家好！今天，浙江奥康鞋业股份有限公司在这里举行首次公开发行 A 股的网上路演。作为本次发行的保荐人和主承销商，在此，我谨代表国信证券股份有限公司对各位投资者朋友表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

经过多年发展，奥康国际已建立了三大鞋业生产基地、两大研发中心、4500 多个

浙江奥康鞋业股份有限公司 董事副总裁 王进权先生 致答谢辞



司多年来在经营理念上始终坚守原则，在管理上不断突破创新的努力，得到了资本市场的肯定。我们成功迈上新的台阶，正在朝着国际领先的皮鞋品牌运营商的方向，稳步迈进！

今天网上的交流很活跃，让我们彼此更加信任。各位投资者也提出了许多专业的意见和建议，我们将充分重视，充分吸收。奥康国际发行上市后，我们将借助资本市场的力量，在广大投资者的监督下，保障公司治理结构的健康运转，致力于建设高效率的管理机制，稳固公司发展根基，并持续创新，不断提升盈利能力，保证各位投资者的最大利益！

最后，祝愿浙江奥康鞋业股份有限公司，在董事会和管理层的领导下，在新的梦想之路上再创新的辉煌！为市场提供美好的消费体验！为投资者带来更美好的回报！

谢谢大家！同时也感谢上证报为我们提供这样一个交流的平台和良好的服务！

尊敬的各位投资者、各位网友：

浙江奥康鞋业股份有限公司首次公开发行 A 股网上路演即将结束，感谢各位投资者和所有关心奥康国际的朋友们与我们真诚沟通，感谢大家对奥康国际的积极参与、信任和支持！

本次发行上市，对于浙江奥康鞋业股份有限公司，有着重大的意义。它标志着公



公司、保荐机构合照



奥康国际董事长王振滔先生在路演现场

发行篇

问：采用何种发行方式？网下、网上发行比例分别是多少？

钮蓟京：您好！本次发行采取网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式。详细情况请查阅初步询价及推介公告，该公告已经通过上海证券交易所披露。谢谢！

问：作为奥康国际的主承销商，国信证券如何看待奥康国际的未来发展走向？奥康国际的投资价值在哪里？

董加武：我认为奥康国际将保持长期稳定良好的发展态势，奥康国际有一个好的管理层和敬业勤劳的员工队伍，奥康国际经过多年的积累沉淀，在品牌、营销网络、研发、信息化管理、质量、企业文化、管理团队等方面具有突出的竞争优势。谢谢！

问：公司发起人的情况怎样？

余雄平：2001年7月26日，奥康集团、王振滔、王进权、廖彦枢、潘长忠签订《发起人协议书》，共同发起设立本公司，股本总额为7,000万股。其中：奥康集团以经评估的实物作价人民币3,500万元出资，占注册资本的50%；王振滔以现金出资人民币2,100万元，占注册资本的30%；王进权以现金出资人民币700万元，占注册资本的10%；廖彦枢以现金出资人民币350万元，占注册资本的5%；潘长忠以现金出资人民币350万元，占注册资本的5%。谢谢！

问：请问对于25元发行价，您认为支撑如此高发行市盈率的理由是什么？明日有3只新股发行，人民网相对奥康而言，吸引力更大，很多投资者犹豫申购哪个更好，请给出申购公司的理由？

王振滔：您好！自信是成功的一半。目前仅仅确定了发行价格区间，对于您提到的这个价格水平，我认为我们是有足够的优势取得的。主要表现在以下方面：第一、公司旗下奥康及康龙品牌已经具备较高的知名度和美誉度，并在各自的细分市场取得了市场占有率第一的地位；第二、公司的渠道以街边独立店为主，到目前为止，已有近5000家终端店铺的规模，奥康品牌已经基本覆盖除港澳台之外的全国各省市，旗下康龙、红火鸟等品牌也正以较快的速度进行渠道拓展。在未来的五年内我们会发展到街边店一万家，保持男鞋市场占有率全国第一位。另外公司具备天时、地利、人和。天时——目前是国家发展连锁专卖店的最佳时机；地利——国家金融改革试验区落户温州；人和——我们富有一个激情、稳定、忠诚的团队。谢谢！

行业篇

问：中国皮鞋行业基本概况怎样？

王振滔：您好！目前，中国是全球最大的皮鞋生产国和出口国，更是全球最大的鞋类消费国。但国内人均皮鞋消费量却低于世界平均水平，内需市场有着广阔的发展空间。在原材料成本波动、劳动力成本优势减弱、出口经济政策的调整和人民币升值等因素影响下，我国皮鞋产业调整步伐加快，自主原创品牌逐渐崛起，皮鞋行业开始由一般加工型向自主设计生产和自主品牌型转变。相信在未来的五到十年内，中国的制鞋行业会从大国走向强国。谢谢！

问：中国皮鞋业近年的产量是什么情况？

王振滔：您好！2003年中国皮鞋产量为18.2亿双，到2007年产量达到33.6亿双，年均复合增长率为16.6%；2008年，在国际金融危机爆发、人民币升值、原材料价格上涨以及劳动力短缺等不利条件下，中国皮鞋行业顶住压力仍实现了年产33.2亿双的成绩；2009年我国皮鞋产量为35.9亿双，比2008年增长8.13%。谢谢！

问：国际知名皮鞋品牌在中国的营销网络是什么情况？

王振滔：您好！随着中国经济的发展和人们生活水平的提高，国际知名皮鞋品牌纷纷在中国快速扩展营销网络，Clarks、ECCO、GEOX、Bata 等国际知名皮鞋品牌采取与经销商合作的方式扩展营销渠道，目前上述几家国际知名皮鞋品牌在中国设立的销售终端均已超过200家，其中 ECCO 在中国设立的销售终端已接近500家。谢谢！

问：营销网络建设在鞋企发展的重要性？

王进权：营销网络的扩展和销售终端的增加是国际知名鞋企扩大规模和提升业绩的重要途径。国际知名鞋企积累了丰富的市场终端建设经验，在高端品牌店铺装潢、样品陈列、饰物点缀、导购技巧、店铺管理、促销时间的选择和促销品的制作、货物配送和产销衔接等方面，均有独到的一面。谢谢！

问：能谈一下中国鞋业高端市场的情况？

王振滔：您好！市场容量小，主要被国际品牌占领，毛利率高，品牌、款式、舒适度是致胜关键，消费者对品牌、款式、用料和做工的关注度较高。近年来国际知名鞋企纷纷将中国视为全球增长最快的消费市场，开始按照中国人的脚型和喜好设计鞋的款式，在国内不断扩展营销网络，国际知名皮鞋品牌在国内消费量剧增。谢谢！

问：中国皮鞋业在品牌建设方面有什么发展？

王振滔：您好！近年来，国内制鞋企业开始注重接受国际时尚流行元素，如奥康旗下美丽佳人、万利威德等国内知名品牌，开始注重舒适、时尚、科技元素，聘请国内外知名设计师，根据市场和时代的变化加入最新流行元素，不断推出最新时尚鞋款，未来的时尚脚步会与欧洲同步。谢谢！

问：国际知名鞋企优势具体表现在哪些方面？

王振滔：您好！国际知名鞋企具有明确的品牌定位，拥有成熟的研发设计团队与流程，品牌诉求与产品设计有较强的匹配性，拥有较强的品牌建设与推广能力。谢谢！

问：政府出台的政策措施对出口有没有什么影响？

王进权：政府推出的出口退税政策对企业产品出口帮助比较大，随着全球经济形势的好转及一系列政策的出台，2010年我国皮面皮鞋出口10亿双，104.5亿美元，同比分别增长13.5%和25%，而2009年同期则为下降21.4%和14.8%。谢谢！

问：影响行业发展的不利因素有哪些？

王振滔：您好！影响行业发展的不利因素有：（1）粗放的增长方式和低水平市场扩张；（2）品牌创新能力不强；（3）信息化管理系统比较滞后；（4）培训方式相对落后。谢谢！

经营篇

问：为什么以华东市场为营销网络发展重点？

王进权：一方面由于公司的地缘优势，另一方面由于公司对华东地区消费者的消费习惯、偏好较为熟悉，而且该地区人均收入水平高，消费能力和消费意愿较强。近几年，公司不断加强营销网络终端的扩张。本次募集资金投资的营销网络项目建成后，公司在全国的营销网络将进一步健全和完善。谢谢！

问：公司体育及娱乐营销是怎么开展的？

王进权：（1）2007年取得2008年北京奥运会皮具产品供应商资格，并以聘请刘翔为形象代言人为主线，实施了一系列围绕2008年北京奥运会的品牌推广策略和活动；（2）与湖南卫视合作《丑女无敌第二季》，成功植入奥康广告；（3）2009年与东南卫视合作《奥康 Office 时尚达人》；（4）与浙江卫视电视剧《爱上女主播》开展深度合作，使品牌理念得到了成功诠释；（5）与江苏卫视热播的娱乐节目《非诚勿扰》开展深度合作，奥康品牌知名度进一步提升；（6）“快乐家族”全体成员以康龙时尚顾问的身份参加品牌推广活动，同时快乐家族首张音乐专辑主打歌《快乐你懂的》将作为康龙品牌最新电视广告的主题曲，在全国推广。谢谢！

问：能否谈谈公司营销策划方面的优势？

王进权：奥康品牌从创立伊始就不断创新营销策划，与中国知名的营销策划机构合作，已成功实施事件营销、奥运营销、网络营销、娱乐营销、互动营销、植入式行销、体验式营销、快乐营销等营销方式，此类营销策划在业界和社会上引起了较大反响，使公司品牌的知名度、美誉度不断提升，奥康品牌价值大幅度提高，为公司不断创新创造的业绩提供了重要保障。谢谢！

问：公司“经销+直营”模式是怎样设置的？

王振滔：您好！直营终端按货款结算方式和经营方式的不同，可以分为直营独立店和商场店中店两类；直营独立店根据店铺面积大小、装潢档次、市场定位等，又分为直营旗舰店、直营形象店和直营标准店等形式。直营终端一般开设在省会城市、地级市及经济发展较好、市场占有率较高的县级城市，由公司直接投资设立，并派出管理人员。

直营终端代表公司中高端品牌形象，能够发挥展示公司品牌、带动和示范周边经销商、经销售店的作用。公司在全国主要省市开设15家区域销售公司，负责所在区域的直营店管理。谢谢！

问：多品牌经营的优势有哪些？

王振滔：您好！多品牌经营可以给消费者更多的展示接触机会，占领更大的市场份额。同时多品牌还可以采取共进退的策略，这无疑也增加了与强势商场、百货终端谈判的砝码。在市场竞争方面，多品牌策略可以从销售渠道减少对手竞争的可能，从功能、价格诸多方面对市场的细分，大大提高了竞争对手的成本。另一方面，多品牌策略使公司在消费者心目中树立起实力雄厚的形象，从而培养消费者对本企业某个品牌的偏好，提高其忠诚度。谢谢！

问：经销商为主的销售模式有什么优势？

王振滔：您好！受资金、规模限制，公司战略性的选择了以经销商为主的销售模式。该模式使公司能够将有限的资源集中于品牌运作、研发设计和营销策划等方面，而在终端开拓方面则依靠经销商的资源优势，有效地降低了市场开拓的风险，减少资金占用，并能使公司产品迅速覆盖市场，抢占市场份额。目前公司拥有营销网点4500多家。谢谢！

问：什么是轻资产运营模式？

王进权：也被称为“耐克模式”。该类企业将产品制造和零售分销业务外包，自身则集中于设计开发和品牌推广。轻资产模式可以降低公司资本投入，特别是生产领域大量固定资产投资，放弃了产业链附加值较低的制造业，以提高资本回报率。谢谢！

问：在温州做实业的是否比较难了？

王振滔：您好！现在做实业不是在温州比较难，其实在全国都比较难。首先是劳动力的成本上升；其次是小企业税费较重；再次是管理成本上升。所以相对来讲做实业的利润空间就比较薄。但是有品牌的大企业相对来说好一点，最重要的有自己的品牌，有自己的市场网络，有自己的管理团队。我曾经说过一句话：“一流的企业卖标准；二流的企业卖品牌；三流的企业卖产品。”能做到二流、一流的企业就不难了。谢谢！

问：销售渠道里，美丽佳人的渠道怎样发展？

王进权：从公司中长期战略规划，我们将美丽佳人品牌定位为高端、时尚品牌女鞋。主要的销售渠道以中高端的时尚百货商场为主。价位调整后以900元至1200元为主力价格。谢谢！

问：应收账款情况怎样？为什么给经销商的信用期限为90天？

王志斌：1、截至2011年12月31日，2010年12月31日，2009年12月31日，本公司应收账款账面价值分别为78,874.93万元、53,045.94万元、54,207.98万元，2011年末较2010年末增加了25,828.99万元，2010年末较2009年末降低了1,162.04万元。2、2008年金融危机爆发，以致2009年经销商资金链较为紧张，为帮助经销商共渡难关，公司适当增加了经销商的信用额度，将信用期延长为3个月。谢谢！

发展篇

问：中国鞋业发展空间是什么样的情况？

王振滔：您好！中国人均鞋类年平均消费1.9双，而美国、日本、欧洲、加拿大、韩国等发达国家分别为7.3双、4.9双、4.8双、3.8双、2.7双。目前，中国人均鞋类消费相比美、日、韩和西欧国家低很多，人口红利、居民可支配收入持续增长、不断提高的城市化三大因素将保证我国鞋业市场快速增长。谢谢！

问：听闻王总在多年前为了保持奥康的品质而坚守自己的原则，那么上市后您有什么具体的计划吗？

王振滔：您好！人品决定产品，产品体现人品，我们会坚持自己的原则，视质量为企业的生命。上市后我们会坚持以上原则，加大企业的管理力度，把企业做强做大，来回报我们的广大股民。谢谢！

问：奥康以后是否会做服饰等其它产品？

王进权：奥康是2008年奥运会皮具产品供应商，目前已经涉到皮具、袜子、鞋垫等皮鞋配套产品的经营，目前皮具占销售的比例已经达到7%以上，近期不会考虑到进入服装行业。谢谢！

问：骆驼鞋的网络营销做得很出色，会对康龙产生威胁吗？

王进权：我们会积极、自信的面对来自各方面的危险与机遇。就康龙与骆驼对比，两者在市场、产品方面存在明显的差异，表现在：康龙的鞋子的风格与骆驼的风格是不一样的，骆驼的风格主要是户外为主，康龙主要是商务休闲，另外渠道也不一样，骆驼主要是以网上销售为主，我们主要是以街边店销售为主，网络为辅。谢谢！



公司合照