



浙江奥康鞋业股份有限公司

ZheJiang AoKang Shoes Co., Ltd.

(浙江省永嘉县瓯北镇东瓯工业区奥康工业园)

首次公开发行股票 招股说明书

保荐人（主承销商）



国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO., LTD.

(住所：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层)

发 行 概 况

发行股票类型:	人民币普通股 (A 股)
发行股数:	不超过 8,100 万股
每股面值:	人民币 1.00 元
每股发行价格:	25.50 元
预计发行日期:	2012 年 4 月 18 日
上市的证券交易所:	上海证券交易所
发行后总股本:	40,098 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺:	<p>1、奥康投资有限公司、王振滔、王进权承诺自发行人股票上市之日起 36 个月内, 不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份, 也不由发行人回购该等股份。</p> <p>2、王振滔、王进权另外承诺, 在上述第 1 项承诺之禁售期满后, 本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员的任职期间, 每年转让的股份不得超过本人所持有发行人股份总数的百分之二十五; 在离职后半年内不转让本人所持有的发行人股份。</p> <p>3、其他股东承诺自发行人股票上市之日起一年内, 不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份, 也不由发行人回购该等股份。</p>
保荐人 (主承销商):	国信证券股份有限公司
招股说明书签署日期:	2012 年 4 月 20 日

声 明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益做出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

一、股东自愿锁定的承诺

1、奥康投资有限公司、王振滔、王进权承诺自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该等股份。

2、王振滔、王进权另外承诺，在上述第 1 项承诺之禁售期满后，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员的任职期间，每年转让的股份不得超过本人所持有发行人股份总数的百分之二十五；在离职后半年内不转让本人所持有的发行人股份。

3、其他股东承诺自发行人股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该等股份。

二、请投资者关注本公司的股利分配政策和现金分红比例

本次发行后公司股利分配政策如下：

1、利润分配原则：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、利润分配形式：公司采取积极的现金或者股票方式分配股利，在公司当年经审计的净利润为正数且符合《公司法》规定的分红条件的情况下，公司每年度采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式。

3、现金分红比例：公司每年度现金分红金额应不低于当年实现的可供分配利润总额的 20%。

4、在公司营运资金满足公司业务发展需要的情况下，公司可以进行中期现金分红。

5、若公司净利润增长迅速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配的同时，制定股票股利分配预案。

6、如公司董事会做出不实施利润分配或实施利润分配的方案中不含现金决定的，应就其作出不实施利润分配或实施利润分配的方案中不含现金分配方式的理由，在定期报告中予以披露，公司独立董事应对此发表独立意见。

7、公司的利润分配政策不得随意变更。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

8、2011-2013年，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的20%。如果在2011-2013年，公司净利润保持增长，则公司每年现金分红金额的增幅将至少与净利润增长幅度保持一致。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配。

关于公司股利分配政策的具体内容，请参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策。”

三、滚存利润的分配安排

根据公司2011年第一次临时股东大会的决议，若公司本次公开发行股票并上市成功，则首次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行后新老股东依其所持股份比例共同享有。

四、主要风险因素

1、截至2011年12月31日，公司存货账面价值为44,386.95万元，占流动资产的23.62%，占资产总额18.78%，其中库存商品账面价值为37,762.74万元，占存货账面价值的85.08%。公司库存增加的主要原因是在各地设立区域销售公司，由此导致用以铺货的库存商品增加。若在以后的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货积压或减值，将对公司经营造成不利影响。

2、截至2011年12月31日，公司应收账款账面价值为78,874.93万元，占流动资产的比例为41.98%，占资产总额的比例为33.37%，与2011年度营业收入的比例为26.59%；其中一年以内应收账款账面价值为78,722.76万元，占应收账款账面价值的比例为99.81%。公司应收账款绝大部分在合理信用期限内、账龄

短（其中三个月内的应收账款占比为 84.05%），主要是各大百货商场、经销商已确认但尚未结算支付的销售款。若某百货商场、经销商出现支付困难，或现金流紧张，拖欠本公司销售款，将对本公司现金流和资金周转产生不利影响。

3、王振滔先生为本公司实际控制人，直接和间接共持有本公司 76.15% 的股份。本次发行 8,100 万股后，王振滔先生仍直接和间接持有本公司 60.77% 股份。若实际控制人通过行使表决权或其他方式对公司经营和财务决策、重大人事任免和利润分配等方面实施不利影响，可能会给公司及中小股东带来一定的风险。

请投资者仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”章节全文，并特别关注上述风险。

目 录

第一节 释义	12
第二节 概览	15
一、发行人基本情况	15
二、控股股东及实际控制人的简要情况	17
三、发行人的主要财务数据及主要财务指标	17
四、本次发行概况	19
五、募集资金用途	19
第三节 本次发行概况	21
一、本次发行的基本情况	21
二、本次发行的有关当事人	22
三、预计发行上市时间表	25
第四节 风险因素	26
一、经营风险	26
二、财务风险	28
三、管理风险	29
四、实际控制人控制风险	29
五、募集资金项目的风险	29
第五节 发行人基本情况	30
一、发行人概况	30
二、发行人设立情况	30
三、发行人股本形成、变化情况及重大资产重组情况	35
四、公司历次验资情况及投入资产的计量属性	57
五、发行人股权结构及组织结构	58
六、发行人控股子公司的基本情况	62
七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况	64

八、发行人的股本情况	84
九、发行人员工及社会保障情况	86
十、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	87
第六节 业务和技术	90
一、主营业务及变化情况	90
二、全球鞋业基本情况	90
三、中国皮鞋行业基本概况	93
四、发行人在行业中的竞争地位	113
五、发行人主营业务情况	122
六、主要固定资产及无形资产情况	149
七、发行人的特许经营权情况	164
八、发行人的技术和研发情况	164
九、主要产品的质量控制情况	167
第七节 同业竞争与关联交易	169
一、同业竞争	169
二、关联方及关联交易	170
三、规范关联交易的制度安排	181
四、独立董事对本公司报告期内关联交易执行情况的意见	183
五、本公司采取的减少或避免关联交易措施	183
第八节 董事、监事与高级管理人员	185
一、董事、监事与高级管理人员概要	185
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有公司股份情况	188
三、董事、监事及高级管理人员其他对外投资情况	189
四、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况	190
五、董事、监事及高级管理人员兼职情况	191
六、董事、监事及高级管理人员相互之间存在的亲属关系情况	193
七、本公司与董事、监事及高级管理人员签订的协议及作出的承诺情况	193

八、董事、监事及高级管理人员任职资格情况	193
九、报告期内董事、监事及高级管理人员变动情况	194
第九节 公司治理	196
一、概述	196
二、股东大会、董事会、监事会、独立董事及董事会秘书制度的建立健全及运行情况	196
三、本公司接受监管与检查的情况	203
四、本公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用本公司资金及本公司对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的担保情况	203
五、公司管理层和注册会计师对公司内部控制的评价	204
第十节 财务会计信息	205
一、财务报表	205
二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况	216
三、主要会计政策和会计估计	222
四、税项	232
五、非经常性损益明细表	233
六、主要资产情况	234
七、主要债项	236
八、所有者权益变动表	237
九、现金流量	241
十、其他重要事项	241
十一、财务指标	242
十二、盈利预测	244
十三、资产评估情况	244
十四、历次验资情况	244
第十一节 管理层讨论与分析	245
一、财务状况分析	245
二、盈利能力分析	264

三、重大资本支出情况分析	288
四、现金流量分析	289
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	291
六、发行人未来分红回报规划	293
七、其他事项说明	296
第十二节 业务发展目标	299
一、公司总体发展目标	299
二、公司主要发展计划	299
三、拟定计划依据的假设条件及主要困难	303
四、发展计划与现有业务的关系	304
第十三节 募集资金运用	305
一、募集资金运用概况	305
二、募集资金投资项目概况	306
三、募集资金运用对公司主要财务状况及经营成果的影响	336
四、募投建设项目风险分析及控制措施	337
第十四节 股利分配政策	339
一、发行人最近三年的股利分配政策	339
二、报告期内股利分配情况	339
三、发行后的股利分配政策	340
四、本次发行完成前滚存利润的分配政策	341
五、保荐机构对公司股利分配政策的意见	341
第十五节 其他重要事项	342
一、信息披露与投资者关系服务	342
二、重大合同	342
三、公司对外担保情况	346
四、重大诉讼、仲裁事项	346
五、控股股东和董事、监事、高级管理人员的重大诉讼和仲裁	347

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	348
第十七节 备查文件.....	354
一、备查文件内容	354
二、查阅地点和时间	354

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定意义：

普通术语		
本公司、公司、发行人、奥康股份	指	浙江奥康鞋业股份有限公司
奥康集团	指	奥康集团有限公司
奥康投资、控股股东	指	奥康投资有限公司
红岭创投	指	深圳市红岭创业投资企业（有限合伙）
长霆创投	指	上海长霆创业投资中心（有限合伙）
股东大会	指	浙江奥康鞋业股份有限公司股东大会
董事会	指	浙江奥康鞋业股份有限公司董事会
监事会	指	浙江奥康鞋业股份有限公司监事会
股票、A股、新股	指	本公司本次发行的面值为人民币1.00元的普通股股票
本次发行	指	本公司本次向社会公开发行不超过8,100万股A股的行为
本次上市	指	本公司本次发行的股票申请于上海证券交易所上市交易
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人、保荐机构（主承销商）	指	国信证券股份有限公司
发行人律师、金杜、金杜律师	指	北京市金杜律师事务所
申报会计师、审计机构、天健正信	指	天健正信会计师事务所有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
元	指	人民币元
报告期、近三年、最近三年	指	2009年、2010年、2011年
奥康销售	指	奥康鞋业销售有限公司
重庆红火鸟	指	重庆红火鸟鞋业有限公司
奥康制造	指	奥康鞋业制造有限公司
区域销售公司	指	公司全资子公司奥康销售设立的位于全国各地的负责区域销售的全资子公司
永嘉奥康	指	永嘉奥康鞋业营销有限公司
株洲奥湘	指	株洲奥湘鞋业营销有限公司
武汉奥汉	指	武汉奥汉鞋业销售有限公司
南京奥宁	指	南京奥宁鞋业销售有限公司

柳州奥桂	指	柳州奥桂鞋业销售有限公司
济南奥济	指	济南奥济鞋业营销有限公司
成都奥都	指	成都奥都鞋业营销有限公司
福州奥闽	指	福州奥闽鞋业销售有限公司
广州奥广	指	广州奥广鞋业销售有限公司
贵阳奥康	指	贵阳奥康鞋业营销有限公司
南昌奥昌	指	南昌奥昌鞋业销售有限公司
北京奥嘉康	指	北京奥嘉康鞋业销售有限公司
云南奥南	指	云南奥南鞋业销售有限公司
郑州奥郑	指	郑州奥郑鞋业营销有限公司
上海奥海	指	上海奥海鞋业销售有限公司
芜湖奥康	指	芜湖奥康鞋业营销有限公司
沈阳奥辽	指	沈阳奥辽鞋业营销有限公司
常熟奥康	指	常熟奥康鞋业销售有限公司
合肥奥康	指	合肥奥康鞋业营销有限公司
杭州奥杭	指	杭州奥杭鞋业营销有限公司
中瓯地产	指	中瓯地产集团有限公司
康华生物	指	成都康华生物制品有限公司
万利威德、 VALLEVERDE	指	意大利 CALZATURIFICIO VALLEVERDE S.P.A 公司
浙江康龙	指	浙江康龙鞋业有限公司
奥康皮具	指	奥康皮具有限公司
福州奥康	指	福州奥康鞋业有限公司
上海迪姆	指	上海迪姆鞋业有限公司
奥康进出口	指	永嘉县奥康进出口有限公司
菏泽蓝海鞋业	指	菏泽蓝海鞋业有限公司
上海英诗逸	指	上海英诗逸鞋业有限公司
康艺鞋材	指	永嘉县康艺鞋材有限公司
宏昌鞋业	指	永嘉县宏昌鞋业有限公司
专业术语		
鞋楦	指	鞋的成型模具，鞋楦不仅决定鞋的造型和式样，更决定着鞋是否合脚，能否起到保护脚的作用
专卖店	指	专门经营或授权经营某一主要品牌商品的零售业态，从店铺形态分类为独立店和商场店中店两种形态，从经营形式分类为直营店和经销店
独立店	指	在商业中心或人群较为密集的地方单独开设的专卖店。大部分位于城市的商业中心，通过醒目的招牌，能够极大的吸引消费者的注意
商场店中店	指	在百货商场、大型超市、购物广场、综合市场、大型卖场、鞋城等各类大型零售商场中设立的专柜
直营店	指	由公司（包括下属公司）自行投资开设并管理的

		直营独立店或直营商场店
经销店	指	与公司（包括下属公司）或经销商签订经销合同并按公司统一品牌及标准开设的店铺和专柜
旗舰店	指	最高级别的多品牌形象展示店。处于重点地级城市的主要商业地段，能够在区域范围内达到塑造多个品牌形象，推广企业经营理念及文化，从而有效稳固并拓展市场份额的目的
形象店	指	单个品牌最高级别形象展示店。能够在一定区域内起到品牌形象展示及推广作用，成为单品牌在当地市场品牌形象推广和获取渠道竞争力的主要手段，也是重要的盈利渠道
标准店	指	某个单品牌在各线城市的主要盈利渠道，渗透于各级商业地段，能够充分展示品牌形象及满足消费者购买需求
ERP 系统	指	Enterprise Resource Planning，企业资源计划管理系统
CAD	指	Computer Aided Design，计算机辅助设计
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，表示贴牌生产或原始设备生产商，OEM 产品是为品牌厂商订造的，生产后只能使用该品牌名称，不能冠上生产者自己的名称
ODM	指	Original Design Manufacturer，表示原始设计生产商，指具有设计、改良以及制造能力的制造商依据客户对某项产品的需求，负责从产品的原型设计、规格制定到生产制造的一种代工模式

注：本《招股说明书》除特别说明外所有数值保留2位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人基本情况

（一）发行人概况

注册中文名称：浙江奥康鞋业股份有限公司

公司英文名称：ZheJiang AoKang Shoes Co., Ltd.

注册资本：31,998 万元

法定代表人：王振滔

成立日期：2001 年 11 月 12 日

公司住所：浙江省永嘉县瓯北镇东瓯工业区奥康工业园

邮政编码：325105

（二）设立情况

2001 年 7 月 26 日，奥康集团、王振滔、王进权、缪彦枢与潘长忠签订《发起人协议书》，约定共同发起设立发行人，注册资本为人民币 7,000 万元。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%；缪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%。

2001 年 9 月 14 日，浙江省人民政府企业上市工作领导小组出具浙上市[2001]66 号《关于同意发起设立浙江奥康鞋业股份有限公司的批复》，同意由奥康集团、王振滔、王进权、缪彦枢与潘长忠共同发起设立本公司。2001 年 11 月

12 日，公司获得了浙江省工商行政管理局颁发的 3300001008272（1/1）号《企业法人营业执照》。

（三）业务状况

公司主要从事男女皮鞋及皮具产品的研发、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；同时，采取 OEM/ODM 的模式，为国际知名皮鞋品牌生产皮鞋产品。

公司专注于皮鞋及皮具品牌运营，实施以“奥康”为主，“康龙”、“红火鸟”、“美丽佳人”、“万利威德”品牌为辅的多品牌经营策略，围绕对不同消费者不同需求进行差异化满足的原则，通过差异化的品牌风格、产品设计、价格定位等举措及营销活动，满足各细分市场需求。

2008 年，公司实施奥运营销战略，以获得“北京 2008 年奥运会皮具产品供应商”及“北京 2008 年残奥会皮具产品独家供应商”等称谓及“北京奥组委徽记”的授权使用为主线，通过聘请刘翔为形象代言人实施媒体推广为主要手段，辅之一系列体育营销、事件营销活动，实施“奥康”品牌推广战略，使品牌知名度和影响力获得了提升，公司经营进入快速发展阶段，2009-2011 年营业收入、净利润同比均实现较大增长。

在营销网络建设方面，公司积极推行以市场为导向的布局策略，通过经销与直营相结合的渠道发展模式，有效整合社会资源。一方面，网络布局中公司充分发挥直营店对传播品牌形象，提升品牌影响力、知名度和辐射周边市场的作用；另一方面公司充分利用经销商的人、财、物等资源实现了快速扩张，形成布满全国范围的销售网络。截至 2011 年 12 月 31 日，公司由直营店和经销店组成的位于全国各地的销售网点共 4,512 家。

公司秉承以“诚信、创新、人本、和谐”为核心价值观的文化理念，持续创新，致力于打造“百年奥康、全球品牌”。公司的长期发展目标是成为全球领先的皮鞋及皮具品牌运营商，为全球消费者提供科技、时尚、舒适的皮鞋产品。

二、控股股东及实际控制人的简要情况

（一）控股股东

公司控股股东为奥康投资，本次发行前持有发行人 63.83%的股权，其基本情况如下：

项目	基本情况
名称	奥康投资有限公司
成立时间	2009年10月10日
住所	浦东新区浦东大道2123号3E-1121室
法定代表人	王振滔
注册资本	10,000万元
企业类型	有限责任公司
经营范围	实业投资，资产管理（以上除股权投资和股权投资管理），财务咨询（不得从事代理记账），投资咨询（除经纪）

截至2011年12月31日，奥康投资总资产为236,409.24万元，净资产为114,872.56万元，2011年度净利润为45,719.84万元。（以上数据经温州中源会计师事务所审计）。

（二）实际控制人

王振滔先生持有奥康投资90%股权，奥康投资持有公司63.83%的股权，且王振滔先生直接持有公司18.70%的股权，其直接和间接共持有公司76.15%的股权，因此王振滔先生为公司实际控制人，且近三年未发生变化。

三、发行人的主要财务数据及主要财务指标

根据天健正信会计师事务所有限公司出具的天健正信审（2012）GF字第150002号标准无保留意见的审计报告，本公司最近三年财务数据如下（以下数据若无特别说明，均摘自合并报表）：

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
资产总额	2,363,688,752.86	1,818,821,028.60	1,422,813,702.00
负债总额	1,185,586,777.23	1,098,122,961.01	1,132,166,117.72
归属于母公司股东权益	1,178,101,975.63	720,698,067.59	290,647,584.28
股东权益总额	1,178,101,975.63	720,698,067.59	290,647,584.28

(二) 合并利润表

单位：元

项目	2011年度	2010年度	2009年度
营业收入	2,965,884,824.79	2,210,896,090.19	1,666,846,805.67
营业利润	534,224,045.33	364,314,296.12	258,576,680.39
利润总额	596,181,366.20	371,548,441.68	257,964,330.62
净利润	457,403,908.04	280,050,483.31	200,398,248.09
归属于母公司所有者的净利润	457,403,908.04	280,050,483.31	209,513,880.74
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	405,530,244.19	274,060,574.15	209,973,075.55

(三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2011年度	2010年度	2009年度
经营活动产生的现金流量净额	277,996,266.69	319,488,563.35	-94,916,080.13
投资活动产生的现金流量净额	-116,197,364.80	-270,783,729.18	-7,502,921.91
筹资活动产生的现金流量净额	-24,798,837.86	18,659,255.53	247,218,047.42
现金及现金等价物净增加额	140,434,313.66	66,864,852.39	144,271,532.12

(四) 主要财务指标数据

财务指标	2011年度/2011年12月31日	2010年度/2010年12月31日	2009年度/2009年12月31日
流动比率（倍）	1.58	1.28	0.94
速动比率（倍）	1.21	0.93	0.78
资产负债率（母公司）	34.59%	46.58%	89.66%
应收账款周转率（次）	4.50	4.12	4.36
存货周转率（次）	4.69	5.20	6.85
息税折旧摊销前利润（万元）	64,783.90	43,063.44	30,095.75
利息保障倍数（倍）	48.16	12.32	10.63
每股经营活动的现金净流量（元）	0.87	1.00	-0.89

财务指标	2011 年度/ 2011 年 12 月 31 日	2010 年度/2010 年 12 月 31 日	2009 年度/2009 年 12 月 31 日
每股净现金流量（元）	0.44	0.21	1.35
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	3.23%	5.52%	0.32%

注：主要财务指标数据中，资产负债率以母公司的财务数据为基础计算，其余指标均以合并财务数据为基础计算。

四、本次发行概况

- 1、股票种类：人民币普通股
- 2、股票面值：人民币1.00元
- 3、发行股数：8,100万股
- 4、发行价格：25.50元/股
- 5、发行方式：网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式
- 6、发行前每股净资产：3.68元（按2011年12月31日经审计的数据计算）
- 7、发行对象：符合资格的询价对象和在上海证券交易所开设证券账户的自然人、法人等投资者（中国法律、法规、规章及规范性文件禁止者除外）
- 8、承销方式：主承销商余额包销

五、募集资金用途

本次发行成功后，所募集的资金将用于下列项目的投资建设：

单位：万元

序号	项目	总投资额	备案号
1	营销网络建设项目	87,625	00001012224080274266
2	信息化系统建设项目	9,610	03241002024030695819
3	研发中心技改项目	5,001	330000110128010368A
	合计	102,236	—

若本次募集资金总额超出102,236万元，将用于补充公司的流动资金；若实

际募集资金未达到102,236万元，缺口部分资金将由公司自筹解决。本次发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入上述项目，并在募集资金到位之后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、股票种类：人民币普通股（A股）

2、每股面值：人民币1.00元

3、发行股数：8,100万股，占发行后总股本的20.20%

4、发行价格：25.50元/股

5、市盈率：20.08倍（每股收益按照2011年经会计师事务所审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）

25.25倍（每股收益按照2011年经会计师事务所审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）

6、每股净资产：3.68元（按照2011年12月31日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）

7.94元（按照本次发行后净资产除以本次发行后总股本计算，其中，本次发行后的净资产为2011年12月31日经审计归属于母公司股东的净资产加上本次发行募集资金净额之和）

7、市净率：3.21倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）

8、发行方式：采用参与网下配售的询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式

9、发行对象：符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止的购买者除外）

10、承销方式：主承销商余额包销

11、预计募集资金总额和净额：募集资金总额206,550万元，扣除发行费用后募集资金净额约200,669.95万元

12、发行费用概算：

单位：万元

项 目	金 额
保荐承销费用	4,750.65
审计及验资费用	300.00
律师费用	200.00
IPO 法定信息披露费	513.00
其他发行相关费用	116.40
合 计	5,880.05

二、本次发行的有关当事人

(一) 发行人

- 1、名 称：浙江奥康鞋业股份有限公司
- 2、法定代表人：王振滔
- 3、住 所：浙江省永嘉县瓯北镇东瓯工业区奥康工业园
- 4、联系电话：(0577) 6791 5188
- 5、传 真：(0577) 6791 5188
- 6、联 系 人：余雄平、马煜林、潘海雷

(二) 保荐人（主承销商）

- 1、名 称：国信证券股份有限公司
- 2、法定代表人：何如
- 3、住 所：深圳市红岭中路1012号国信证券大厦16-26层
- 4、联系电话：(021) 6093 3185
- 5、传 真：(021) 6093 3172
- 6、保荐代表人：董宇、董加武
- 7、项目协办人：唐慧敏
- 8、项目组成员：徐頔、刘杰

(三) 副承销商

- 1、名 称：东吴证券股份有限公司

- 2、法定代表人： 吴永敏
- 3、住 所： 苏州市工业园区翠园路181号18楼1820室
- 4、联系电话： (0512) 6293 8578
- 5、传 真： (0512) 6293 8556

(四) 分销商

- 1、名 称： 平安证券有限责任公司
- 2、法定代表人： 杨宇翔
- 3、住 所： 深圳市福田区金田南路大中华交易广场8楼
- 4、联系电话： (0755) 2262 1058
- 5、传 真： (0755) 8243 4614

(五) 律师事务所

- 1、名 称： 北京市金杜律师事务所
- 2、负 责 人： 王玲
- 3、住 所： 北京市朝阳区东三环中路7号北京财富中心写字
楼A座40层
- 4、联系电话： (021) 2412 6000
- 5、传 真： (021) 2412 6350
- 6、经办律师： 张明远、张毅

(六) 会计师事务所

- 1、名 称： 天健正信会计师事务所有限公司
- 2、法定代表人： 梁青民
- 3、住 所： 北京市西城区月坛北街26号恒华国际商务中心4
层401
- 4、联系电话： (010) 5953 5588
- 5、传 真： (010) 5825 6633
- 6、经办注册会计师： 章为纲、黄志恒

(七) 资产评估机构

- 1、名称：坤元资产评估有限公司
- 2、法定代表人：俞华开
- 3、住所：杭州市教工路18号世贸丽晶城A座欧美中心C区1105室
- 4、联系电话：(0571) 8771 9303
- 5、传真：(0571) 8717 8826
- 6、经办评估师：潘文夫、刘勇

(八) 股票登记机构

- 1、名称：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
- 2、住所：上海市浦东新区陆家嘴东路166号中国保险大厦36楼
- 3、联系电话：(021) 5870 8888
- 4、传真：(021) 5889 9400

(九) 收款银行：

- 1、名称：中国工商银行深圳市分行深港支行
- 2、户名：国信证券股份有限公司
- 3、账号：4000029119200021817

(十) 申请上市证券交易所：上海证券交易所

- 1、法定代表人 张育军
- 2、住所：上海市浦东南路528号上海证券大厦
- 3、联系电话：(021) 6880 8888
- 4、传真：(021) 6880 4868

华润深国投信托有限公司持有本次发行的保荐人（主承销商）国信证券股份有限公司30%的股份，同时为发行人股东红岭创投的有限合伙人，占红岭创投出资额的9.08%。除此以外，发行人与本次发行有关的保荐人（主承销商）、证券服务机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系

或其他权益关系。

三、预计发行上市时间表

询价推介时间	2012年4月11日—2012年4月13日
价格区间公告刊登日期	2012年4月17日
申购日期和缴款日期	2012年4月18日
股票上市日期	2012年4月26日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）市场竞争风险

中国是全球最大的鞋业制造基地，也是全球最大的鞋类产品消费市场。根据国家统计局对中国鞋类消费市场的分析，2009年中国城镇、农村消费鞋类产品分别为18.1亿双和8.6亿双，总量为26.7亿双，超过美国的21亿双。在我国，鞋业是一个市场竞争较为充分的行业。在高端市场，欧洲包括意大利、西班牙等国的皮鞋品牌仍拥有强大的优势；在中端市场，部分国内品牌与外资品牌凭其资金和设计实力逐步取得优势；而在低端市场，则有数量众多的中小皮鞋生产企业，技术水平较低，产品主要以低档次、低附加值产品为主，造成低档产品生产能力过剩、滞销积压的现象。公司面临着来自行业内诸多品牌企业的竞争。在目前皮鞋行业竞争格局尚未确定的情况下，公司面临着能否建立先发壁垒、在一个较长的时期内保持相对优势的风险。

（二）未能准确预测和把握市场需求变化的风险

消费者对皮鞋款式的偏好变化较快，对皮鞋质量、舒适度的要求更是不断提高，因此能否准确把握消费者偏好变化趋势，持续开发出适应市场需求的产品，已经成为市场竞争的关键。鞋业企业的业绩很大程度上取决于企业能否及时预测、评估和准确把握消费者的需求。

近年来鞋类市场流行趋势变化速度加快，同时我国不同区域的鞋类消费市场也存在较大差异。如果公司对鞋业流行时尚和消费者需求判断失误或把握不准，未能及时开发出适销对路的产品，将会导致消费者对公司产品认同度的降低，造

成产品滞销，并对本公司业绩产生不利影响。

（三）经销商风险

目前，公司采取经销加直营的销售模式，2009年、2010年和2011年经销渠道收入占主营业务收入的比重分别为58.33%、65.85%和66.57%。公司的经销主要通过经销商完成，经销商在指定的销售区域内，通过开设独立店、商场店中店及发展经销店等方式销售产品。公司每年与经销商签订《经销合同书》，确定每家经销商年度提货额。公司借助经销商的销售渠道，可以迅速扩张销售网点，有效开发市场盲区，节约资金投入。尽管公司对经销商在销售价格、销售区域、促销和店铺装修等方面进行较为严格的管理，但经销商的人、财、物均独立于发行人，若经销商的经营活动有悖于公司的品牌经营宗旨，将会对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。

（四）品牌、注册商标被仿冒的风险

鞋类品牌概念于上世纪80年代进入我国，90年代中后期，随着我国成为世界鞋类生产和消费的第一大国，我国鞋类企业开始进入品牌竞争的时代，逐渐从以往品牌化程度低、品牌附加值低、品牌竞争力不强的传统生产状态，向重视品牌附加值和品牌竞争力的状态转移。随着有效消费需求的充分释放和消费升级，我国一线城市消费者已有很强的品牌消费意识，中小城市及农村市场消费者的品牌意识也渐渐增强。品牌经营已成为各鞋企经营的核心和重点。目前市场上某些不法厂商为获取高额利益，会仿冒公司品牌进行非法生产销售。该等侵权事件的发生，不仅会产生较高的诉讼费用，分散管理层投入到正常工作中的精力，还会影响公司品牌形象，对公司经营产生不利影响。

（五）租赁物业的风险

截至2011年12月31日，本公司区域销售公司共承租158处面积共计约19,689.71平方米的物业用于开设直营店铺，其中2处总计约68平方米的物业（约占总租赁面积0.35%），出租方未能提供房产权属证明文件或其他能够证明出租方有权出租该等物业的法律文件，亦未承诺对相关租赁关系之不稳定可能给承租方

造成的损失作出赔偿。若出现租赁到期或出租方中途不能将房产租赁给本公司，而本公司又未能及时重新选择经营场所的情形，将对公司销售产生不利影响。

二、财务风险

（一）存货比例较大风险

截至2011年12月31日，公司存货账面价值为44,386.95万元，占流动资产的23.62%，占资产总额18.78%，其中库存商品账面价值为37,762.74万元，占存货账面价值的85.08%。公司库存增加的主要原因是在各地设立区域销售公司，由此导致用以铺货的库存商品增加。若在以后的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货积压或减值，将对公司经营造成不利影响。

（二）应收账款比例较大风险

截至2011年12月31日，公司应收账款账面价值为78,874.93万元，占流动资产的比例为41.98%，占资产总额的比例为33.37%，与2011年度营业收入的比例为26.59%；其中一年以内应收账款账面价值为78,722.76万元，占应收账款账面价值的比例为99.81%。公司应收账款绝大部分在合理信用期限内、账龄短（其中三个月内的应收账款占比为84.05%），主要是各大百货商场、经销商已确认但尚未结算支付的销售款。若某百货商场、经销商出现支付困难，或现金流紧张，拖欠本公司销售款，将对本公司现金流和资金周转产生不利影响。

（三）净资产收益率被摊薄的风险

本次发行完成后，公司净资产预计将比发行前有显著增加。鉴于募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，募集资金产生预期收益需要一定的时间，公司净利润的增长在短期内不能与公司净资产增长保持同步，可能导致净资产收益率较以前年度有所下降，产生净资产收益率下降的风险。

三、管理风险

公司近年发展速度较快，截至2011年12月31日，本公司共有2家全资子公司，15家区域销售公司，477家直营店铺和4,035家经销店铺。受制于资金实力，报告期内公司直营网络无法快速扩展。为迅速完善营销网络，在市场竞争中取得优势，本次上市后公司计划利用募集资金在已规划区域内新建直营独立店168家，同时调整直营商场店经营区域，资源向目前直营商场店经营效率较高的区域集中，在已规划的直营区域新建商场店中店180家。

随着生产经营规模的扩大，公司人员和部门机构相应扩大，公司在战略规划、制度建设、组织设置、运营管理、资金管理和内部控制等方面将面临更大的挑战，存在现有管理体系不能完全适应未来公司快速发展的可能性。

四、实际控制人控制风险

王振滔先生为本公司实际控制人，直接和间接共持有本公司76.15%的股份。同时王振滔之弟王进权还持有本公司6.23%的股份。本次发行8,100万股后，王振滔先生仍直接和间接持有本公司60.77%股份。若实际控制人通过行使表决权或其他方式对公司经营、财务决策、重大人事任免和利润分配等方面实施不利影响，可能会给公司及中小股东带来一定的风险。

五、募集资金项目的风险

公司本次发行募集资金计划用于营销网络建设项目、信息化系统建设项目和研发中心技改项目。公司计划将本次募集资金净额中的87,625万元用于营销网络建设项目。营销网络建设项目将开设12家直营旗舰店、36家直营形象店、120家直营标准店和180家商场店中店，项目实施后，公司将进一步完善营销网络，提升流通环节的盈利能力，增强对销售渠道的控制力。若市场环境发生重大变化，将影响公司直营店的销售量及销售额，从而对公司经营业绩产生不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人概况

- 1、注册中文名称：浙江奥康鞋业股份有限公司
公司英文名称：ZheJiang AoKang Shoes Co., Ltd.
- 2、注册资本：31,998 万元
- 3、法定代表人：王振滔
- 4、成立日期：2001 年 11 月 12 日
- 5、公司住所：浙江省永嘉县瓯北镇东瓯工业区奥康工业园
- 6、邮政编码：325105
- 7、电话号码：(0577) 6791 5188
- 8、传真号码：(0577) 6791 5188
- 9、互联网网址：<http://www.Aokang.com>
- 10、电子信箱：aks@Aokang.com

二、发行人设立情况

（一）设立方式及发起人

2001 年 7 月 26 日，奥康集团、王振滔、王进权、缪彦枢、潘长忠签订《发起人协议书》，共同发起设立奥康股份，股本总额为 7,000 万元。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%；缪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%。

2001年9月14日，浙江省人民政府企业上市工作领导小组出具浙上市[2001]66号《关于同意发起设立浙江奥康鞋业股份有限公司的批复》，同意由奥康集团、王振滔、王进权、缪彦枢与潘长忠共同发起设立本公司。2001年11月12日，浙江省工商局颁发了3300001008272（1/1）号《企业法人营业执照》。

（二）在设立发行人之前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

设立公司之前，奥康集团主要从事皮鞋、皮具等产品的生产和销售。奥康集团拥有千石工业园（位于永嘉县千石工业区）的一处生产基地。同时，奥康集团还持有浙江康龙55%的股权、福州奥康69%的股权和奥康进出口10%的股权。

（三）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

1、发行人拥有的资产

本公司设立时，奥康集团将其位于千石工业园的生产厂房和设备作为对公司的出资，其中包括1,221台（套）价值1,694.33万元（评估值）制鞋设备及2,884.66万元（评估值）建筑物，未包括土地使用权。

公司成立时，奥康集团投入的建筑物未与公司办妥所有权过户手续。2003年11月27日，奥康集团出资的房屋已过户给公司。

奥康集团出资投入的部分制鞋设备属于1998年浙江省计划与经济委员会浙计经改[1998]929号批复同意的新增270万双鞋生产线项目，奥康集团委托中国浙江国际经济技术合作公司于1999年和2000年进口，上述制鞋设备作价1,190.57万元，公司成立时奥康集团尚未与公司办妥项目转移手续。

①部分制鞋设备不能过户的具体原因

奥康集团出资投入的制鞋设备部分为免税进口制鞋设备。根据《海关总署关于减免税进口货物管理年限的通知》规定，对减免税进口机器设备和其他设备的管理年限为5年。受海关管理的减免税进口货物，在管理年限以内不得擅自出售、转让或移作他用。如有特殊情况，经海关或规定的主管部门批准出售、转让或移

作他用时，应按其使用年限折旧作为完税价格补税。

奥康集团将上述免税进口设备用作出资后，向相关部门申请办理上述设备所属项目的转移手续，变更项目投资主体，但未能获得批准。在项目转移未获批准的情况下将上述设备继续转移至发行人需要补缴减免的进口关税、增值税。

鉴于上述情况，2005年4月15日，公司全体股东一致同意终止办理奥康集团作为出资的进口设备所属的项目转移手续，同意奥康集团将超出出资额3,500万元投入发行人的部分（1,078.98万元）转为其对发行人的出资，由此导致的奥康集团对公司的出资额不足部分，由奥康集团以现金方式补足，共计111.58万元。

②奥康集团收回上述设备后的用途以及目前该资产的状况

奥康集团收回上述设备后用于皮鞋生产，2006年奥康集团用上述设备及其他实物资产（房屋建筑物、机器设备及在建工程，评估价值为5,710.27万元）出资设立奥康制造。

为避免奥康制造与公司产生同业竞争及降低公司与奥康制造之间的关联交易，2008年12月20日，公司与奥康制造签订《资产转让协议》，奥康制造将其设备、存货等经营性资产以账面值转让给公司，转让价格为3,246.74万元。奥康集团2001年原拟用于出资的进口免税设备包含在其中。

2、发行人实际从事的业务

公司成立后，由于受到非典及皮鞋市场疲软等客观因素的影响，经全体股东同意决定暂缓开展经营活动，奥康集团出资的实物资产也未及时到位，公司自成立以来至2003年未开展生产经营活动。公司已将上述情况以书面形式向浙江省工商局说明，浙江省工商局对该情况进行了审查，并于2008年12月5日出具书面回复意见，该意见指出“发行人2003年以前受客观因素影响未开展经营活动，在参加年检时已向我局出具情况说明，我局经审查后予以通过年检。”

2004年10月开始，公司主要从事皮鞋和皮具的生产与销售。

（四）在发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

2001年，主要发起人奥康集团对公司出资后剩余主要资产为浙江康龙 55% 的股权、福州奥康 69% 的股权和奥康进出口 10% 的股权。但由于奥康集团对公司出资的资产未能及时办理过户手续，千石工业园（位于永嘉县千石工业区）实际由奥康集团经营。

目前奥康集团拥有的资产主要有：中瓯地产集团有限公司 74.87% 的股权、永嘉县奥康进出口有限公司 10% 的股权、成都康华生物制品有限公司 40% 的股权、永嘉县瑞丰小额贷款股份有限公司 19% 的股权、中瑞财团控股有限公司 6.15% 的股权。目前奥康集团主要从事地产、生物制药等行业的投资管理。

（五）发行人成立后，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

详见本节之“三、发行人股本形成、变化情况及重大资产重组情况”之“（六）重大资产重组情况”。

（六）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司设立时，奥康集团用于出资的国产设备已到位，根据浙江东方资产评估有限公司出具的资产评估报告书，上述国产设备的评估价值为 503.76 万元。2003 年 11 月 27 日，奥康集团用于出资的房屋已经办理过户手续，上述资产的评估价值为 2,884.66 万元。截至 2003 年 11 月 27 日，奥康集团已出资 3,388.42 万元（应出资 3,500 万元），尚有 111.58 万元注册资本未出资到位。

2005 年 4 月 15 日，奥康集团书面声明函确认：“现因该进口设备所属的项目转移手续无法办理，为解决本公司对奥康股份的出资瑕疵问题，本公司同意终止办理该进口设备所属的项目转移手续，不以该进口设备作为对奥康股份的出资，由此导致本公司对奥康股份的出资额不足部分共计人民币 111.58 万元，由本公司以现金方式予以补足。”公司全体股东一致同意终止办理奥康集团作为出

资的进口设备所属的项目转移手续，同意奥康集团将超出出资额 3,500 万元投入发行人的部分（1,078.98 万元）转为其对发行人的出资，由此导致的奥康集团对公司的出资额不足部分，由奥康集团以现金方式补足，共计 111.58 万元。2005 年 4 月 18 日，奥康集团向奥康股份付款人民币 111.58 万元。

对于上述补足出资事项，天健正信出具了天健正信审（2011）专字第 150005 《浙江奥康鞋业股份有限公司设立验资复核报告》，认为：奥康集团用以出资的房屋截至 2003 年 11 月 27 日已与奥康股份办妥了房屋所有权过户手续；以实物出资的进口设备于 2005 年 4 月转回奥康集团；2005 年 4 月 18 日，奥康集团向奥康股份支付人民币 111.58 万元，以现金方式补足了出资额。

天健正信认为，上述出资瑕疵对截至本复核报告日公司的所有者权益不会造成出资不实的重大财务影响。

发行人律师经核查，奥康集团用作出资的进口设备未及时办理过户转移手续，未对发行人的生产经营造成不利影响，也不存在侵害债权人利益的情形。鉴于发行人设立时奥康集团出资的进口设备未及时转移过户的瑕疵已经得到有效纠正，奥康集团出资方式的变更亦得到了其他股东的认可，金杜律师认为，发行人设立时股东在出资方面曾经存在的上述瑕疵，对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

保荐机构经核查，上述出资瑕疵未对发行人的生产经营造成不利影响，也不存在侵害债权人利益的情形。鉴于上述出资瑕疵已经得到有效纠正，奥康集团出资方式的变更亦得到了其他股东的认可，保荐机构认为，上述出资瑕疵对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

（七）发行人独立运行情况

1、业务独立

公司是独立从事生产经营的企业法人，拥有独立、完整的研发、生产、采购、销售体系；生产经营所需的技术为公司合法、独立拥有或被许可使用。公司独立对外签订所有合同，具有独立做出生产经营决策、独立从事生产经营活动的能力，所有业务环节均不存在依赖控股股东及主要股东的情况。

2、资产独立

公司与控股股东及主要股东资产权属明确，公司对其所有资产具有完全控制支配权。本公司拥有独立的土地使用权、办公楼、厂房、全部生产设备及生产配套设施，各种资产权属清晰、完整，没有依赖股东资产进行生产经营的情况。

3、人员独立

公司的科研、生产、采购、销售和行政管理人员均完全独立。公司总裁、副总裁、董事会秘书、财务负责人均专职在公司工作并领取薪酬；公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司具有独立的人事任免权力，不存在控股股东及主要股东干预公司董事会和股东大会做出人事任免决定的情况。

4、财务独立

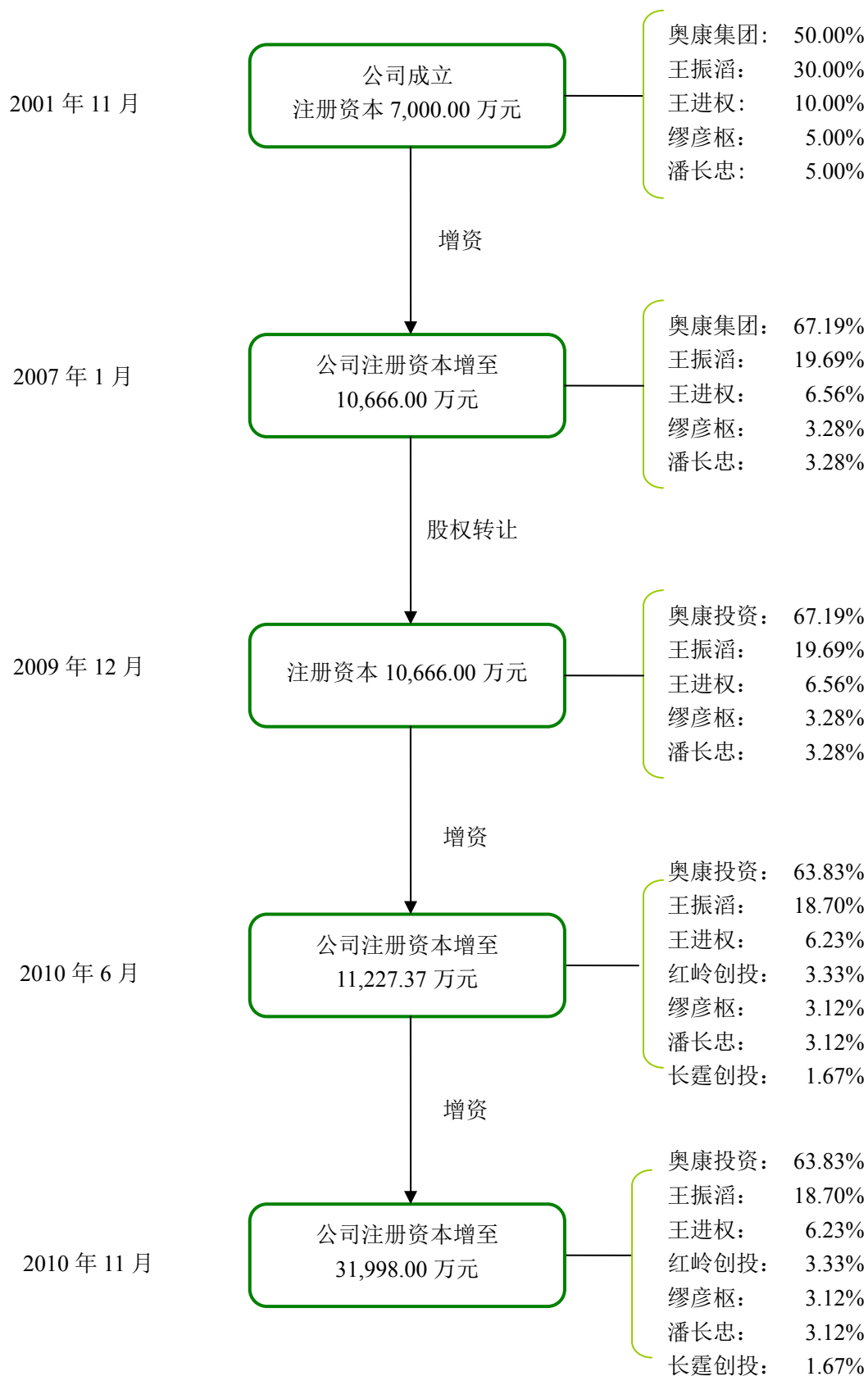
公司设立了财务管理中心，配备了专门的财务人员，建立了独立会计核算体系，并制订了财务管理制度、财务审计制度。公司在银行开设了独立的账户。公司作为独立纳税人，独立进行纳税申报及履行纳税义务。

5、机构独立

公司设有战略规划中心、人力资源中心、财务管理中心、审计监察中心、国际研发中心、国际贸易中心、采购管理中心、行政管理中心、信息技术中心、法律事务中心、千石鞋业制造中心、瓯北鞋业制造中心、东莞分公司、证券事务部等职能部门。每个部门都按管理制度，在公司管理层的领导下运作，与控股股东及主要股东完全分开，不存在上下级关系，不存在混合经营、合署办公的情况。公司具有独立设立、调整各职能部门的权力。

三、发行人股本形成、变化情况及重大资产重组情况

公司成立于 2001 年 11 月 12 日，公司股本形成及变化过程如下图所示：



公司股本形成、变化的详细过程情况如下：

（一）公司成立

公司系由奥康集团、王振滔、王进权、缪彦枢、潘长忠作为发起人，于 2001 年 11 月 12 日发起设立的股份有限公司。公司设立时股本总额为 7,000 万元。

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

2001 年 7 月 20 日，浙江东方资产评估有限公司出具浙东评（2001）字第 78 号《奥康集团有限公司部分资产对外投资资产评估项目资产评估报告书》，对奥康集团拟用作出资设立公司的房屋及设备进行了评估，确认该等实物资产的账面价值为 4,224.92 万元，评估后的公允价值为 4,578.98 万元，增值率为 8.38%，评估基准日为 2001 年 5 月 31 日。

2001 年 8 月 7 日，浙江东方会计师事务所有限公司出具浙东会验（2001）字第 123 号《验资报告》，验证截至 2001 年 8 月 7 日，公司已收到全体股东缴纳的注册资本合计 7,000 万元，其中王振滔、王进权、缪彦枢与潘长忠以货币出资共计 3,500 万元，奥康集团以实物出资共计 3,500 万元。实物包括共计 26,427.62 平方米的房屋及 1,221 台（套）设备，该等实物的评估价值为 4,578.98 元，超出奥康集团此次出资额 3,500 万元的部分作为公司对奥康集团的负债处理。同时确认截至 2001 年 8 月 7 日，以房屋及设备（包括国产设备和进口设备）出资的奥康集团尚未就其中的房屋及进口设备办妥房屋所有权的过户手续及进口设备所属的项目转移手续。对于上述事项，奥康集团补足出资情况详见本节之“二、发行人设立情况”之“（六）发起人出资资产的产权变更手续办理情况”。

2001 年 9 月 14 日，浙江省人民政府企业上市工作领导小组出具浙上市[2001]66 号《关于同意发起设立浙江奥康鞋业股份有限公司的批复》，同意由奥康集团、王振滔、王进权、缪彦枢与潘长忠共同发起设立本公司。2001 年 11 月 12 日，公司取得了浙江省工商局颁发的 3300001008272（1/1）号《企业法人营

业执照》。

设立时公司股权结构如下：

股东名称	持股数（万股）	占总股本的比例
奥康集团	3,500.00	50.00%
王振滔	2,100.00	30.00%
王进权	700.00	10.00%
缪彦枢	350.00	5.00%
潘长忠	350.00	5.00%
合计	7,000.00	100.00%

（二）第一次增加注册资本

2007年1月5日，公司召开股东大会，审议通过奥康集团对公司增资3,666万元的议案。

2007年1月23日，温州中源会计师事务所出具温中会变验字（2007）008号《验资报告》，验证截至2007年1月23日，公司已收到奥康集团以现金缴纳的新增注册资本3,666万元，增资后公司注册资本为10,666万元。公司已就上述增资事宜办理了工商变更登记手续，并于2007年1月30日取得浙江省工商局颁发的《企业法人营业执照》。

增资后公司股权结构如下：

股东名称	持股数（万股）	占总股本的比例
奥康集团	7,166.00	67.19%
王振滔	2,100.00	19.69%
王进权	700.00	6.56%
缪彦枢	350.00	3.28%
潘长忠	350.00	3.28%
合计	10,666.00	100.00%

（三）股权转让

2009年11月20日，公司召开2009年第七次临时股东大会，同意奥康集团向奥康投资转让其持有的公司7,166万股股份（占公司总股本的67.19%），同意相应修改《发行人章程》。

2009年12月24日，奥康集团与奥康投资签订《关于转让浙江奥康鞋业股

份有限公司股份的协议书》，奥康集团将其持有的公司 7,166 万股股份全部转让给奥康投资，股份转让价款为 12,898.80 万元，分四期支付，第一期 2,940 万元由奥康投资于 2009 年 12 月 31 日之前支付，第二期 3,000 万元由奥康投资于 2010 年 3 月 31 日之前支付，第三期 3,000 万元由奥康投资于 2010 年 6 月 30 日之前支付，第四期 3,958.80 万元由奥康投资于 2010 年 9 月 30 日之前支付。目前奥康投资已经按照协议约定分四期向奥康集团支付完毕全部股权转让价款，合计 12,898.80 万元。

本次股权转让后公司各股东的出资额及出资比例为：

股东名称	持股数（万股）	占总股本的比例
奥康投资	7,166.00	67.19%
王振滔	2,100.00	19.69%
王进权	700.00	6.56%
缪彦枢	350.00	3.28%
潘长忠	350.00	3.28%
合计	10,666.00	100.00%

（四）第二次增加注册资本

2010 年 5 月 17 日，公司召开 2009 年年度股东大会，审议通过《关于增资扩股的议案》，同意公司增加注册资本 561.37 万元，新增股东红岭创投和长霆创投以现金形式出资 10,000 万元和 5,000 万元，以公司 2009 年末的净资产 29,064.76 万元、2009 年度净利润 20,039.82 万元为作价依据，估值公司价值 30 亿元（对应 P/B 市净率为 10.32 倍，对应 P/E 市盈率为 14.97 倍），分别认缴公司新增注册资本 374.25 万元和 187.12 万元，占增资后发行人注册资本总额的 3.33% 和 1.67%，剩余资金计入资本公积。增资完成后公司注册资本变更为 11,227.37 万元。

2010 年 6 月 1 日，红岭创投、王振滔与公司签订《关于浙江奥康鞋业股份有限公司的增资扩股协议》，红岭创投以现金方式向公司增资 10,000 万元，认缴公司新增注册资本 374.25 万元，剩余资金计入资本公积。增资完成后，红岭创投占公司的股权比例为 3.33%。

2010 年 6 月 10 日，长霆创投、王振滔与公司签订《关于浙江奥康鞋业股份有限公司的增资扩股协议》，长霆创投以现金形式向公司增资 5,000 万元，认缴公司新增注册资本 187.12 万元，剩余资金计入资本公积。增资完成后，长霆创

投占公司的股权比例为 1.67%。

2010 年 6 月 25 日，天健正信深圳分所出具天健正信深圳分所验（2010）综字第 150011 号《验资报告》，验证截至 2010 年 6 月 24 日红岭创投和长霆创投已认缴出资款人民币 15,000 万元，其中注册资本为人民币 561.37 万元，资本公积为人民币 14,438.63 万元，各股东全部以货币出资。公司已就上述增资事宜办理了工商变更登记手续，并于 2010 年 7 月 1 日取得浙江省工商局颁发的《企业法人营业执照》。

本次增资后公司股权结构如下：

股东名称	持股数（万股）	占总股本的比例
奥康投资	7,166.00	63.83%
王振滔	2,100.00	18.70%
王进权	700.00	6.23%
红岭创投	374.25	3.33%
缪彦枢	350.00	3.12%
潘长忠	350.00	3.12%
长霆创投	187.12	1.67%
合计	11,227.37	100.00%

（五）第三次增加注册资本

2010 年 11 月 8 日，公司召开 2010 年第二次临时股东大会，审议通过利润分配及资本公积转增股本的议案，决定用资本公积金向全体股东每 10 股转增 12.5 股。同时公司以 2010 年 9 月 30 日总股本 11,227.37 万股为基数，用未分配利润向全体股东每 10 股送红股 6 股（含税），共计利润分配支出为 6,736.42 万元。利润分配及资本公积转增完成后，公司总股本增加至 31,998 万股。

2010 年 11 月 8 日，天健正信深圳分所出具天健正信深圳分所验（2010）综字第 150015 号《验资报告》，验证截至 2010 年 11 月 8 日，公司已将资本公积 14,034.21 万元和未分配利润 6,736.42 万元转增股本。

公司自然人股东王振滔、王进权、缪彦枢、潘长忠已于 2011 年 1 月 31 日缴纳了该等利润分配所涉及的个人所得税。

公司已就上述增资事宜办理了工商变更登记手续，并于 2010 年 11 月 24 日

取得浙江省工商局颁发的《企业法人营业执照》。本次增资后股权结构如下：

股东名称	持股数（万股）	占总股本的比例
奥康投资	20,423.10	63.83%
王振滔	5,985.00	18.70%
王进权	1,995.00	6.23%
红岭创投	1,066.60	3.33%
缪彦枢	997.50	3.12%
潘长忠	997.50	3.12%
长霆创投	533.30	1.67%
合计	31,998.00	100.00%

（六）重大资产重组情况

2005-2009 年，因内部业务整合需要及避免同业竞争并减少关联交易，本公司与奥康集团之间进行了以下资产重组事项：

（1）2005 年，公司以拥有的千石工业园机器设备、办公设备及房屋建筑物等经营性资产与奥康集团拥有的东瓯工业园在建工程、机器设备等经营性资产（不含土地使用权）进行置换，交易金额为 6,294.81 万元；

（2）2007 年，收购重庆红火鸟 100% 股权及奥康销售 100% 股权；

（3）2008 年，收购奥康制造的经营性资产；

（4）2009 年，收购奥康集团位于千石工业园的土地使用权和房屋建筑物、位于东瓯工业园的土地使用权。

报告期内，为避免同业竞争，实际控制人对部分未纳入资产重组范围的公司予以注销，资产进行了剥离。

详细内容如下：

1、重大资产置换

（1）交易内容

交易对象	发行人置入资产	发行人置出资产	定价依据	差价处理
奥康集团	东瓯工业园经营性资产。其中：机器设备净值为 653.01 万元、在建工程净值为 5,641.80 万元，资产	千石工业园经营性资产。其中：机器设备净值为 250.89 万元，办公设备净值为 127.82 万元，房屋建筑物净	账面值	奥康集团置入公司的资产净值高于公司置入奥康集团的差额部分，由公司

交易对象	发行人置入资产	发行人置出资产	定价依据	差价处理
	净值总额为 6,294.81 万元。	值为 2,667.65 万元。资产净值总额为 3,046.35 万元。		现金方式补足, 金额为 3,248.46 万元。

(2) 交易原因及过程

公司 2001 年成立后, 由于受到非典及皮鞋市场疲软等因素影响, 公司未开展实际经营活动, 公司在千石工业园的经营性资产由奥康集团使用。从 2002 年开始, 奥康集团在东瓯工业园投资建设新的皮鞋产品生产基地, 2004 年东瓯工业园生产基地正式落成投产。东瓯工业园生产基地主要业务定位为生产高档皮鞋产品, 采取 OEM/ODM 的经营模式为欧洲及北美等地知名皮鞋品牌做皮鞋贴牌加工业务, 目前是意大利 GEOX 公司在亚洲主要的生产基地之一, 也是国内最先进的鞋业制造基地之一。2005 年初, 公司实际控制人拟将公司主营业务定位为采取 OEM/ODM 的模式为国际知名皮鞋品牌做皮鞋加工业务, 并制定了以该项业务为契机提高公司制造水平, 成为国内最先进的皮鞋制造企业的发展战略, 因此决定将公司资产与奥康集团资产进行置换。

2005 年 4 月 1 日, 公司与奥康集团签订《资产置换协议》, 奥康股份将千石工业园净值总价为 3,046.35 万元的固定资产置入奥康集团 (其中: 机器设备净值为 250.89 万元、办公设备净值为 127.82 万元、房屋建筑物净值为 2,667.65 万元), 奥康集团将东瓯工业园净值总价为 6,294.81 万元的资产置入公司 (其中: 机器设备净值为 653.01 万元、在建工程净值为 5,641.80 万元), 对于奥康集团置入公司的资产净值高于公司置入奥康集团的差额, 由公司以现金方式向奥康集团补足, 金额为 3,248.46 万元。

(3) 资产置换后, 未进入公司的与当时主营业务相关的经营性资产

资产置换完成后, 东瓯工业园与贴牌加工业务相关的全部机器设备、房屋建筑物类经营性资产及相关人员全部进入公司。东瓯工业园房屋建筑物坐落的土地使用权仍为奥康集团所有, 未进入公司。该部分土地由奥康集团无偿提供给公司使用, 公司未支付相关费用。

(4) 资产置换对公司的影响

资产置换完成后, 奥康集团将当时国内领先的皮鞋加工生产线置入公司, 公

司具备了完整的皮鞋生产、研发、销售业务链，完全独立地从事为国外知名品牌进行皮鞋产品贴牌加工业务，经营模式为 OEM/ODM。

2、收购重庆红火鸟 100%股权

2004 年 9 月 3 日，奥康集团与王进权共同成立了重庆康乐鞋业有限公司，奥康集团持有其 60%的股份。2005 年 2 月 18 日，重庆康乐鞋业有限公司召开股东会，决议将名称变更为重庆红火鸟鞋业有限公司。

2007 年 12 月 19 日，公司与奥康集团、王进权签订《股权转让合同》，公司收购奥康集团持有的重庆红火鸟 60%股权、王进权持有的重庆红火鸟 40%股权，股权转让价款按照重庆红火鸟经审计的净资产值定价为 2,054.69 万元。收购完成后重庆红火鸟变为公司全资子公司。

2007 年 12 月 26 日，重庆红火鸟已就上述股东变更事宜办理了工商变更登记手续。

重庆红火鸟鞋业有限公司的主要经营业务为生产、研发及销售红火鸟品牌皮鞋产品，同时为奥康销售生产奥康、康龙等自有品牌皮鞋产品。

3、收购奥康销售 100%股权

奥康销售成立于 2006 年 12 月 6 日，由奥康集团与王振滔、缪彦枢、王进权、潘长忠、林丽琴共同投资成立，其中奥康集团持有其 57.92%的股权，王振滔持有其 29.13%的股权，王进权持有其 4.32%的股权，林丽琴持有其 4.32%的股权，潘长忠持有其 2.16%的股权、缪彦枢持有其 2.16%的股权。

2007 年 12 月 19 日，公司与奥康集团、王振滔、王进权、林丽琴、潘长忠、缪彦枢签订《股权转让合同》，公司收购奥康集团持有的奥康销售 57.92%的股权、王振滔持有的奥康销售 29.13%的股权、王进权持有的奥康销售 4.32%的股权、林丽琴持有的奥康销售 4.32%的股权、潘长忠持有的奥康销售 2.16%的股权、缪彦枢持有的奥康销售 2.16%的股权，股权转让总价款按照奥康销售经审计确认的净资产值定价为 5,284.18 元。收购完成后奥康销售变为公司全资子公司。

2007 年 12 月 28 日，奥康销售已就上述股东变更事宜办理了工商变更登记

手续。

奥康销售的主要经营业务为奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人、万利威德品牌皮鞋及皮具产品的销售。

4、收购奥康制造的经营性资产

2006年12月，奥康集团与王振滔、缪彦枢、王进权、潘长忠、林丽琴共同投资成立奥康制造，奥康集团持有67.74%的股份，奥康制造主要业务为生产奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人等自有品牌皮鞋及皮具产品。奥康集团投入的房屋建筑物、机器设备及在建工程等实物资产位于千石工业园。

奥康集团2001年对公司出资的资产、奥康集团2005年与公司资产置换的资产、2006年奥康集团向奥康制造出资的资产、2008年奥康制造向公司出售的资产部分重合，其具体情况如下：

(1) 奥康集团2001年对公司出资的资产

公司设立时，奥康集团将其位于千石工业园的生产厂房和设备作为对公司的出资。2001年7月20日，浙江东方资产评估有限公司出具浙东评(2001)字第78号《奥康集团有限公司部分资产对外投资资产评估项目资产评估报告书》，对奥康集团拟用作出资设立公司的房屋及设备进行了评估，确认该等实物资产的账面价值为4,224.92万元，评估后的公允价值为4,578.98万元（建筑物评估值为2,884.66万元；机器设备评估值为1,694.33万元，其中进口机器设备1,190.57万元），增值率为8.38%，评估基准日为2001年5月31日。

公司设立时，奥康集团用于出资的国产设备已到位，根据浙江东方资产评估有限公司出具的资产评估报告书，上述国产设备的评估价值为503.76万元。2003年11月27日，奥康集团用于出资的房屋已经办理过户手续，上述资产的评估价值为2,884.66万元。截至2003年11月27日，奥康集团已出资3,388.42万元（应出资3,500万元），尚有111.58万元注册资本未出资到位。2005年4月18日，奥康集团以现金补足出资111.58万元。

(2) 2005年奥康集团与公司置换的资产

①资产置换的原因

公司 2001 年成立后，由于受到非典及皮鞋市场疲软等因素影响，公司未开展实际经营活动，公司在千石工业园的经营性资产由奥康集团使用。从 2002 年开始，奥康集团在东瓯工业园投资建设新的皮鞋产品生产基地，2004 年 10 月东瓯工业园生产基地正式落成投产。东瓯工业园生产基地主要业务定位为生产高档皮鞋产品，采取 OEM/ODM 的经营模式为欧洲及北美等地知名皮鞋品牌做皮鞋贴牌加工业务，目前是意大利 GEOX 公司在亚洲主要的生产基地之一。2005 年初，公司实际控制人拟将公司主营业务定位为采取 OEM/ODM 的模式为国际知名皮鞋品牌做皮鞋加工业务，并制定了以该项业务为契机提高公司制造水平，成为国内先进的皮鞋制造企业的发展战略，因此决定将公司资产与奥康集团资产进行置换。

②资产置换情况

2005 年 4 月 1 日，发行人与奥康集团签订《资产置换协议》，约定：发行人将其净值总价为 3,046.35 万元的固定资产置入奥康集团（其中：机器设备净值为 250.89 万元、办公设备净值为 127.82 万元、房屋建筑物净值为 2,667.65 万元），奥康集团将其净值总价为 6,294.81 万元的资产置入发行人（其中：机器设备净值为 653.01 万元、在建工程净值为 5,641.80 万元），对于奥康集团置入发行人的资产净值高于发行人置入奥康集团的差额 3,248.46 万元，由发行人以现金方式向奥康集团补足，支付方式为分期支付。

③资产过户情况

2005 年 4 月 4 日，公司将账面净值 250.89 万元的机器设备和账面净值 127.82 万元的办公设备交付奥康集团，双方已对资产移交清单进行了确认。公司本次资产置换于 2004 年开始筹划，但当时未签订正式的《资产置换协议》。2004 年 10 月，公司将账面净值 2,667.65 万元的房屋建筑物过户至奥康集团，奥康集团取得了过户后的房产证。

2005 年 4 月 4 日，奥康集团将账面净值 653.01 万元的机器设备交付予公司，双方已对资产移交清单进行了确认。2009 年 12 月 30 日奥康集团将在建工程竣

工验收后取得的 13 项位于瓯北镇东瓯工业园区的房屋所有权过户至发行人名下。

④作价依据

公司与奥康集团 2005 年资产置换定价依据为相关资产的账面价值，未进行评估。

2005 年资产置换价格与 2001 年奥康集团出资作价的差异情况如下：

单位：万元

名称	2001 年评估作价	2005 年账面净值/ 资产置换价格	作价差异	2001-2005 年计 提的折旧
房屋建筑物	2,884.66	2,667.65	217.01	217.01
进口机器设备	1,190.57	-	-	-
机器设备（扣除进 口的制鞋设备）	503.76	378.71	125.05	125.05

2001 年奥康集团出资的房屋建筑物评估作价 2,884.66 万元，比 2005 年置换账面价值高 217.01 万元，差额为 2001-2005 年房屋建筑物计提的累计折旧。

2001 年奥康集团出资的机器设备评估值为 1,694.33 万元，其中价值 1,190.57 万元的进口制鞋设备未办妥项目转移手续，奥康集团已现金补足出资，进口制鞋设备退回奥康集团。扣除进口制鞋设备后奥康集团用于出资的设备评估值 503.76 万元，比 2005 年置换账面价值高 125.05 万元，差异为机器设备计提的累计折旧。

(3) 奥康集团 2006 年向奥康制造出资的资产情况

①成立奥康制造的原因

奥康集团自成立后致力于打造“奥康”品牌，不断通过市场营销和广告宣传等方式提升“奥康”品牌的知名度，皮鞋品牌的知名度和美誉度的提升是一个长期过程。为了加强对于鞋业制造的管控，2006 年 11 月，奥康集团以千石工业园资产出资设立奥康制造，形成千石工业园（奥康制造）、东瓯工业园（奥康股份）、重庆红火鸟三大生产基地。

②基本情况

2006 年 11 月 15 日，奥康制造全体股东签署《公司章程》，公司股东及出资

情况如下：奥康集团出资 4,200 万元，占 67.74%；王振滔出资 1,384.36 万元，占 22.33%、缪彦枢出资 102.61 万元，占 1.65%；王进权出资 205.21 万元，占 3.31%；潘长忠出资 102.61 万元，占 1.65%；林丽琴出资 205.21 万元，占 3.31%。

奥康集团投入的实物资产（房屋建筑物、机器设备及在建工程）经温州中源资产评估有限公司出具的温中源资评字（2006）192 号评估报告，评估价值为 5,710.27 万元（其中房屋建筑物评估值为 3,413.64 万元，机器设备评估值为 1,631.68 万元，在建工程评估值为 664.95 万元），其中确认注册资本为 4,200 万元，剩余部分作其他应付款。

③资产过户情况

2006 年 12 月 1 日，温州中源会计师事务所出具温中会验字（2006）609 号《验资报告》，验证截至 2006 年 12 月 1 日止，奥康制造已收到全体股东认缴的注册资本，其中以货币出资的注册资本 2,000 万元，以实物出资的注册资本 4,200 万元。

奥康集团用于出资的机器设备已交付给奥康制造，2006 年 11 月 30 日，奥康制造与奥康集团签订了《交割单》，确认已收到奥康集团用于出资的机器设备。奥康集团对其中部分厂房进行重建，尚未办理房产证，因此用于出资的房屋未过户至奥康制造，但上述房屋实际由奥康制造使用。

④出资作价情况及与 2005 年资产置换作价的差异

2006 年奥康集团出资资产已评估值为作价依据。2006 年出资资产与 2005 年资产置换资产的差异如下：

单位：万元

名称	2005 年置换时账面价值	2006 年出资时账面价值	2006 年出资时评估价值	账面价值的差异
房屋建筑物	2,667.65	3,383.03	3,413.64	715.39
机器设备	378.71	1,797.19	1,631.68	1,418.48
在建工程	-	664.95	664.95	664.95

2006 年用作出资的房屋建筑物账面价值 3,383.03 万元，比 2005 年资产置换时多 715.39 万元，主要原因是 2006 年出资的资产中包括千石工业园生活小区的宿舍楼。2006 年用作出资的在建工程为千石工业园部分厂房拆除重建，尚未办

理房产证，转入在建工程。

2006 年用作出资的机器设备账面价值 1,797.19 万元，比 2005 年资产置换时多 1,418.48 万元，主要原因是 2005 年资产置换时未包括进口的海关监管设备（2001 年评估作价 1,190.57 万元），此外 2005 年至 2006 年间千石工业园又增加部分机器设备。

(4) 2008 年公司收购奥康制造经营性资产

①收购奥康制造资产的原因

2008 年，公司开始筹划境内上市，为避免同业竞争，公司逐步收购奥康集团控制的所有鞋业资产。

品牌皮鞋运营主要包括三个环节：研发设计、加工生产以及品牌渠道运营。根据品牌皮鞋的微笑曲线，皮鞋加工环节通常只能获得产业链 10%~20% 的商业价值；商业渠道运营，能够获得产业链的 30%~40% 的商业价值；而设计和品牌运营，则可拥有产业链 40%~50% 的商业价值。

随着公司奥运战略的成功实施，“奥康”品牌知名度逐步上升。经讨论，公司管理层认为公司应积极推行纵向一体化经营模式，由“产品导向”转变为“品牌运营”。因此公司将温州本部的加工制造业务改为采用事业部管理体制，不再单独成立子公司。

综上所述，2008 年公司仅收购了奥康制造制鞋相关资产，而并未收购奥康制造股权。

②奥康制造收购前的资产负债情况、收购前一年的盈利情况

鉴于交易双方按收购协议约定完成了相关资产的交接，且本公司于 2009 年 12 月 31 日前向奥康制造支付了全部与本次资产重组有关的款项，本次资产重组的合并日确定为 2009 年 12 月 31 日。

奥康制造 2008 年 12 月 31 日的资产负债情况如下：

单位：元

资产	2008 年 12 月 31 日	负债及所有者权益	2008 年 12 月 31 日
流动资产：		流动负债：	

资产	2008年12月31日	负债及所有者权益	2008年12月31日
货币资金	47,772,898.74	短期借款	93,500,000.00
应收账款	26,958,310.68	应付票据	6,500,000.00
预付款项	2,022,549.00	应付账款	37,203,745.98
其他应收款	2,029,599.94	应付职工薪酬	3,625,780.97
存货	39,588,639.92	应交税费	2,746,391.69
流动资产合计	118,371,998.28	其他应付款	-59,955,879.65
固定资产	41,983,876.81	流动负债合计	83,620,038.99
非流动资产合计	41,983,876.81	负债合计	83,620,038.99
		所有者权益:	
		实收资本	62,000,000.00
		未分配利润	14,735,836.10
		所有者权益合计	76,735,836.10
资产总计	160,355,875.09	负债及所有者权益总计	160,355,875.09

奥康制造 2008 年度盈利情况如下:

单位: 元

项目	2008 年度
一、营业收入	294,725,963.69
减: 营业成本	247,560,309.81
营业税金及附加	1,620,091.10
销售费用	10,365,430.48
管理费用	11,292,518.50
财务费用	19,914,693.30
资产减值损失	94,906.34
二、营业利润	3,878,014.16
加: 营业外收入	4,020,415.72
减: 营业外支出	68,069.91
三、利润总额	7,830,359.97
减: 所得税费用	1,653,076.48
四、净利润	6,177,283.49

③收购基本情况

2008 年 12 月 20 日, 奥康制造股东决议同意该项资产出售。2008 年 12 月 20 日, 公司召开第三届董事会第七次会议, 同意该项资产收购。2008 年 12 月 20 日, 公司与奥康制造签订资产收购协议, 收购奥康制造的鞋类制造业务相关经营资产(包括机器设备、原材料和在产品), 作价依据为账面价值, 最终收购定价为 3,246.74 万元。本公司承接了该公司的制鞋业务, 与该等业务相关员工转

入本公司，并与本公司签订了劳动合同。

奥康制造经营性资产明细如下：

单位：万元

类别	账面价值
包装	32.12
辅料	74.29
鞋用化工材料	8.47
里料	163.11
男鞋底	67.46
男鞋皮料	308.32
女鞋底	14.92
女鞋皮料	393.76
易耗品	26.49
设备	1,797.28
半成品	360.52
合计	3,246.74

④作价情况

公司收购奥康制造经营性资产作价以账面净值为依据。

2008 年收购奥康制造的鞋类制造业务相关经营资产（包括机器设备、原材料和在产品），不包括房屋建筑物和土地使用权。收购的机器设备账面价值 1,797.28 万元，比 2006 年奥康制造成立时评估作价高 165.60 万元，主要原因是奥康制造 2006 年至 2008 年间新购买了部分生产设备。

⑤资产过户情况

2008 年 12 月 24 日，奥康制造将价值 3,246.74 万元的机器设备、原材料和在产品交付给公司，公司与奥康制造签订《交割单》对上述事项进行确认，双方对上述收购及资产交割不存在纠纷。

公司于 2009 年 11 月分两次向奥康制造支付了本次资产收购款 3,246.74 万元。

⑥剩余资产负债的有关情况

公司仅收购奥康制造部分存货和生产设备，收购的存货和固定资产与奥康制造 2008 年 12 月 31 日账面价值差异情况如下：

单位：万元

名称	奥康制造账面价值	公司收购的金额	差异
存货	3,958.86	1,449.45	2,509.41
固定资产	4,198.39	1,797.28	2,401.11

2008 年末，奥康制造存货账面价值 3,958.86 万元，公司仅收购其中的原材料、在产品共计价值 1,449.45 万元，剩余的主要是产成品。奥康制造按照合同进行生产，产成品均有已确定的销售对象，因此公司未对产成品进行收购。

2008 年末，奥康制造固定资产账面价值 4,198.39 万元，公司仅收购价值 1,797.28 万元的生产设备；其余固定资产为房屋建筑物，公司在 2009 年收购奥康集团房地产时已收购该等房屋建筑物。

公司收购奥康制造部分资产后，奥康制造的货币资金、应收账款、预付款项、其他应收款等资产归奥康制造所有。奥康制造的短期借款、应付票据、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费等负债由奥康制造自行清偿。

资产转让完成后，奥康制造不再从事皮鞋相关业务，处于歇业状态。2010 年 5 月 10 日，奥康制造正式注销。

本次资产收购完成后，除奥康集团拥有的千石工业园土地使用权、房屋建筑物及东瓯工业园土地使用权外，其余与皮鞋及皮具制造相关的生产类经营性资产、人员及业务全部进入公司。公司的生产类业务增加为两类：一是以 OEM/ODM 的模式为国外知名皮鞋品牌提供贴牌生产业务；二是生产奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人等自有品牌皮鞋及皮具产品。

5、收购奥康集团土地使用权、房屋建筑物

2009 年 12 月 24 日，发行人召开 2009 年第八次临时股东大会，审议通过《关于收购奥康集团房地产的议案》，同意发行人收购奥康集团位于瓯北镇千石工业园及瓯北镇东瓯工业园的使用权总面积为 95,683.80 平方米的土地使用权，以及位于瓯北镇千石工业园的总面积为 38,952.37 平方米的房屋，转让价款为 20,800 万元。

(1) 千石工业园及东瓯工业园房屋建筑物、土地使用权的账面价值

①房屋

2009 年收购奥康集团的房屋建筑物共 13 幢，建筑面积合计 38,952.37 平方米，包括厂房、办公楼、宿舍、食堂等，合计账面原值 3,535.92 万元，账面净值 2,627.32 万元。详细情况如下：

序号	名称	权证编号	建筑面积（平方米）
1	六分厂	永房权证瓯北字第 39286 号	3,133.65
2	七分厂	永房权证瓯北字第 39285 号	3,133.65
3	职工老宿舍	永房权证瓯北字第 39288 号	2,030.40
4	职工老宿舍	永房权证瓯北字第 39282 号	2,030.40
5	职工老宿舍	永房权证瓯北字第 39280 号	2,030.40
6	总部配电房	永房权证瓯北字第 39289 号	130.65
7	鞋类科技研究所	永房权证瓯北字第 39284 号	2,111.97
8	集团办公大楼	永房权证瓯北字第 39283 号	4,331.30
9	气泵站	永房权证瓯北字第 39279 号	105.53
10	二分厂	永房权证瓯北字第 02059468 号	7,282.28
11	一分厂	永房权证瓯北字第 02059469 号	7,410.28
12	成品仓库	永房权证瓯北字第 39281 号	2,088.21
13	五分厂	永房权证瓯北字第 39287 号	3,133.65

②土地使用权

2009 年收购奥康集团的土地使用权共 7 宗，位于瓯北镇千石工业园和瓯北镇东瓯工业园，面积合计 95,683.80 平方米。上述土地使用权账面价值 1,643.69 万元。基本情况如下表所示：

土地证号	土地位置	土地使用性质	终止日期	面积(平方米)
永嘉国用(2001)字第 2-239 号	瓯北镇千石工业园	工业(出让)	2048 年 12 月 30 日	17,439.00
永嘉国用(2001)字第 2-241 号		工业(出让)	2043 年 11 月 20 日	1,650.90
永嘉国用(2001)字第 2-242 号		工业(出让)	2047 年 4 月 9 日	2,002.00
永嘉国用(2001)字第 2-243 号		工业(出让)	2044 年 7 月 10 日	1,650.90
永嘉国用(2001)字第 2-244 号		工业(出让)	2040 年 3 月 27 日	3,113.80
永嘉国用(2006)第 3-919 号	瓯北镇东瓯工业园	工业(出让)	2041 年 10 月 11 日	34,201.80
永嘉国用(2006)第 3-920 号		工业(出让)	2041 年 10 月 11 日	35,625.40

(2) 评估情况、评估方法

①评估情况

浙江勤信资产评估有限公司（现更名为坤元资产评估有限公司）接受奥康集团的委托，对 13 幢房屋和 7 宗土地使用权进行评估，评估基准日为 2009 年 11 月 30 日。2009 年 12 月 25 日，浙江勤信资产评估有限公司出具《奥康集团有限公司拟对外投资等涉及的资产评估项目的资产评估报告》（浙勤评报[2009]308 号），该等房地产的合计账面价值为 4,271.00 万元，评估价值为 20,850.77 万元，评估增值 16,579.77 万元，增值率为 388.19%。

本次评估的价值类型为市场价值。市场价值是指自愿买方和自愿卖方在各自理性行事且未受任何强迫的情况下，评估对象在评估基准日进行正常公平交易的价值估计数额。

②评估方法

本次评估根据评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，选用成本法和市场法进行评估。具体包括：对建筑物类固定资产采用成本法，对无形资产--土地使用权采用市场法。

成本法是通过估算评估对象的重置成本和实体性贬值、功能性贬值、经济性贬值，将重置成本扣减各种贬值作为评估对象评估价值的一种方法。

市场法是在求取待估土地的价格时，根据替代原则，将待估土地与在较近时期内已经发生交易的类似土地交易实例进行对照比较，并依据后者已知的价格，参照该土地的交易情况、交易日期、土地使用年限、区域及个别因素等差别，修正得出待估土地在评估基准日地价的方法。

（3）评估增值的原因

①建筑物

建筑物类固定资产采用重置成本法进行评估。重置成本法基本公式为：评估价值 = 重置价值 × 成新率。重置价值一般由综合造价、前期及其它费用、建筑规费、资金成本和开发利润组成，结合评估对象具体情况的不同略有取舍。

建筑物类固定资产账面价值 2,627.32 万元，评估价值 3,743.08 万元，评估增

值 1,115.76 万元，增值率为 42.47%，考虑物价上涨因素，建筑物增值幅度合理。

②土地使用权

土地使用权账面价值 1,643.69 万元，评估价值 17,107.69 万元，评估增值 15,464.01 万元，增值率为 940.81%，增值幅度较大。

③土地使用权评估增值较大的原因

温州市位于浙江省东南部，境内多山脉丘陵，土地资源稀缺。瓯北镇与温州市区隔江相望，瓯北镇工商业发达，土地使用权交易价格较高。温州市第十一届人民代表大会第一次会议（2008 年召开）《关于应对宏观环境加大工业扶持的建议》的提案指出：“自实施工业用地招拍挂以来，价格上涨，达每亩一百多万元，有些地方甚至已接近 200 来万元。”

2008 年 5 月，瓯北镇塘头村一宗工业用地的出让价格为 104.60 万元/亩。公司本次收购的土地位于东瓯工业园和千石工业园，东瓯工业园的土地位于瓯北镇中心，与温州主城区隔江相望，价格高于瓯北镇其他地段。千石工业园距甬台温高速铁路永嘉站仅 500 米，地段优越，土地价格较高。

本次评估选择市场法对委估宗地进行评估，综合确定其评估价值，本次评估价格为 119 万元/亩，评估价格与邻近区域成交价格相近，评估价格公允。由于奥康集团获得上述土地使用权的时间较早，因此评估值增值较大。

2009 年 12 月 30 日，奥康集团将上述房地产过户至公司名下。

6、未纳入资产重组范围的实际控制人控制的相关资产

(1) 资产概况

公司名称	成立时间	重组前经营业务	处理方式
浙江康龙	1999-1-6	部分自有品牌皮鞋产品的生产及康龙品牌销售业务。	该公司停止经营业务，于 2010 年 1 月 26 日解散注销。
奥康皮具	2007-6-13	主要为皮具产品的生产、采购，少量销售业务。	该公司停止经营业务，于 2009 年 4 月 24 日解散注销。
福州奥康	2000-6-24	自有品牌皮鞋及皮具产品在福建区域的直营业务管理。无实际经营业务。	该公司停止经营业务，于 2010 年 3 月 26 日解散注销。
上海迪姆	2003-6-26	代理 GEOX 品牌国内销售	该公司停止经营业务，于

公司名称	成立时间	重组前经营业务	处理方式
		业务。	2010年5月14日解散注销。

(2) 资产处置过程

①浙江康龙鞋业有限公司

该公司成立于1999年1月6日，注销前奥康集团持有其69.80%的股权；林理益持有其22.76%的股权；陈信瑞持有其7.44%的股权；其主要业务为生产、销售康龙品牌皮鞋。

奥康销售于2007-2008年间逐步承接其康龙品牌销售业务，完成后，该公司实际经营业务为生产康龙品牌皮鞋。2010年，该公司终止生产业务，相关经营性资产全部转让给无关联第三方。2010年1月26日，该公司解散注销。

2008-2010年该公司财务数据如下：

单位：万元

项目	2010年12月31日 /2010年度	2009年12月31日 /2009年度	2008年12月31日 /2008年度
资产总额	-	1,661.94	2,417.42
负债总额	-	343.94	549.39
股东权益总额	-	1,318.00	1,868.03
营业收入	-	837.38	2,152.78
营业利润	-	-34.60	74.41
利润总额	-	63.83	72.80
净利润	-	33.10	54.21

②奥康皮具有限公司

该公司成立于2007年6月13日，奥康集团持有其69.17%的股权，王振滔持有其20.95%的股权，王进权持有其9.88%的股权；其主要业务为奥康集团旗下自有品牌皮具产品的生产和销售。奥康销售于2007年承接其业务，之后该公司未经营业务。2009年4月24日，该公司终止业务，解散注销。

2008-2010年该公司财务数据如下：

单位：万元

项目	2010年12月31日 /2010年度	2009年12月31日 /2009年度	2008年12月31日 /2008年度
资产总额	-	1,331.37	1,426.87
负债总额	-	143.37	172.59

项目	2010年12月31日 /2010年度	2009年12月31日 /2009年度	2008年12月31日 /2008年度
股东权益总额	-	1,188.00	1,254.28
营业收入	-	435.15	3,400.51
营业利润	-	-18.91	41.87
利润总额	-	-66.32	36.16
净利润	-	-66.32	27.12

③福州奥康鞋业有限公司

该公司成立于2000年6月24日，奥康集团持有其69%的股权，林理益持有其17%的股权，金育武持有其14%的股权；公司的主要职能是对公司所在区域的直营商场店业务进行管理。

公司为避免产生同业竞争、便于统一管理，新设福州奥闽在福建区域开展直营及批发业务，该公司逐步停止其直营管理职能，其原管理的直营商场店合同权利义务关系全部由福州奥闽承接，管理职能也转至福州奥闽。2010年3月26日，该公司解散注销。

2008年1月31日该公司已办理税务注销，因此报告期内该公司无财务数据。

④上海迪姆鞋业有限公司

该公司成立于2003年6月26日，奥康集团持有其55%的股权，王进权持有其45%的股权。其设立的目的是为代理GEOX品牌的国内销售业务。

该公司成立后，一直作为GEOX品牌国内销售业务的管理平台，从事GEOX品牌国内批发与零售业务。2008年，公司与意大利GEOX公司合约期满，该公司在逐步处理完存货资产后，未再开展经营业务。2010年5月14日，该公司终止业务，解散注销。

2008-2010年该公司财务数据如下：

单位：万元

项目	2010年12月31日 /2010年度	2009年12月31日 /2009年度	2008年12月31日 /2008年度
资产总额	-	902.15	4,150.90
负债总额	-	2,268.71	5,151.07
股东权益总额	-	-1,366.56	-1,000.17
营业收入	-	1,855.53	5,122.40

项目	2010年12月31日 /2010年度	2009年12月31日 /2009年度	2008年12月31日 /2008年度
营业利润	-	-347.40	-1,233.32
利润总额	-	-305.34	-1,248.91
净利润	-	-305.34	-1,248.91

7、资产重组对公司的影响

资产重组完成后，奥康集团拥有的与皮鞋及皮具产品相关的全部生产、研发及销售业务及相关的经营性资产、人员全部进入了公司，公司拥有完整的皮鞋及皮具经营性资产及业务，公司经营规模进一步扩大。公司报告期内经营业务未因资产重组发生重大变化，公司实际控制人未因资产重组而发生变化。

四、公司历次验资情况及投入资产的计量属性

公司设立以来共进行过4次验资，具体情况如下：

1、2001年11月，公司成立时验资

2001年8月7日，浙江东方会计师事务所有限公司出具浙东会验（2001）字第123号《验资报告》，验证截至2001年8月7日，公司已收到全体股东缴纳的注册资本合计7,000万元，其中王振滔、王进权、缪彦枢与潘长忠以货币出资共计3,500万元，奥康集团以实物出资共计3,500万元。实物包括共计26,427.62平方米的房屋及1,221台（套）设备，该等实物的评估价值为4,578.98万元，超出奥康集团此次出资额3,500万元的部分，作为公司对奥康集团的负债处理。

2、2007年1月，公司增资时验资

2007年1月23日，温州中源会计师事务所出具温中会变验字（2007）008号《验资报告》，验证截至2007年1月23日，公司已收到奥康集团以现金缴纳的新增注册资本3,666万元。

3、2010年6月，公司增资时验资

2010年6月25日，天健正信深圳分所出具天健正信深圳分所验（2010）综字第150011号《验资报告》，验证截至2010年6月24日红岭创投和长霆创投已认缴出资款人民币15,000万元，其中注册资本为人民币561.37万元，资本公积

为人民币 14,438.63 万元，各股东全部以货币出资。

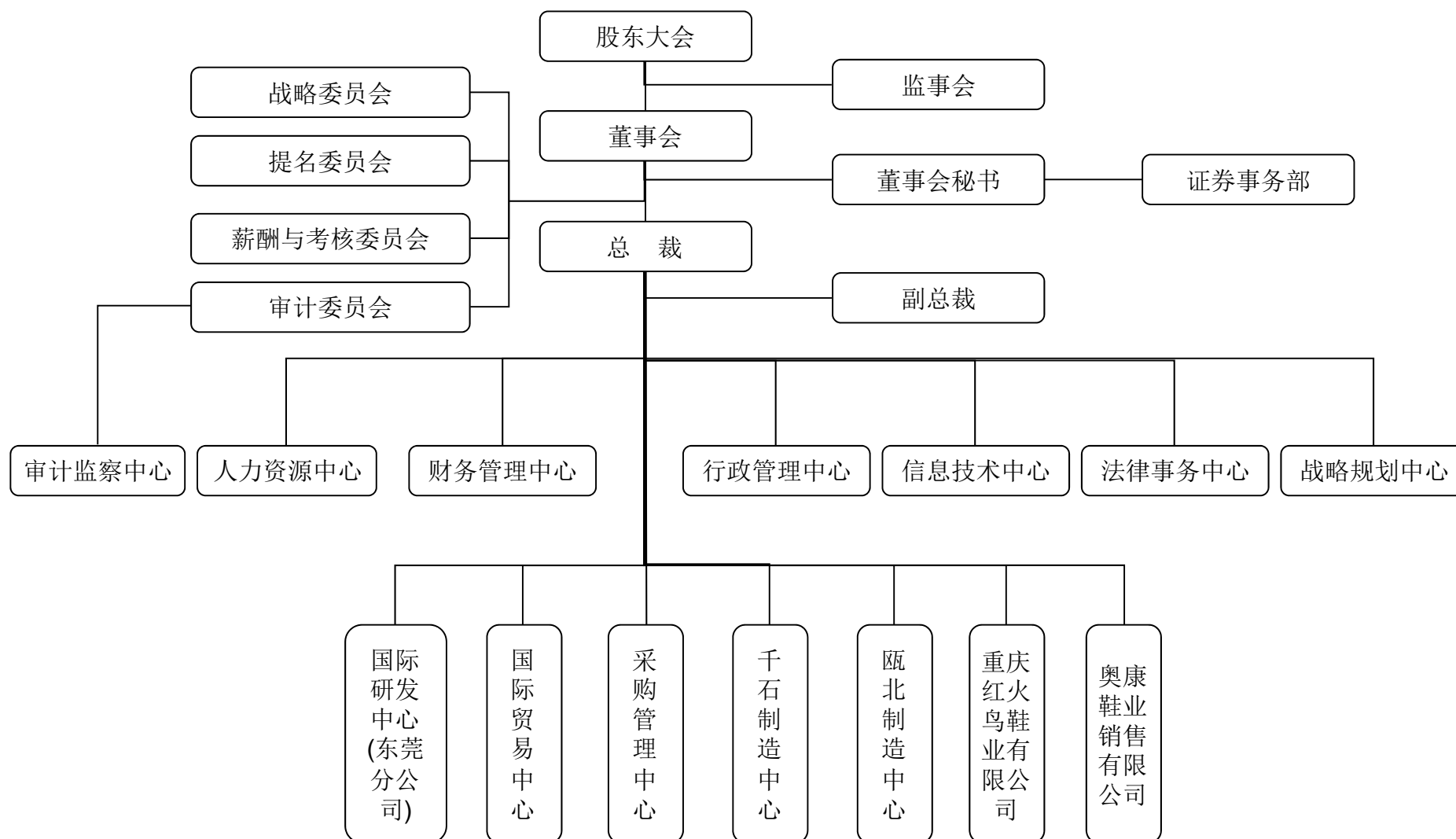
4、2010 年 11 月，公司转增股本时验资

2010 年 11 月 8 日，天健正信深圳分所出具天健正信深圳分所验（2010）综字第 150015 号《验资报告》，验证截至 2010 年 11 月 8 日，公司已将资本公积 14,034.21 万元和未分配利润 6,736.42 万元转增股本。

五、发行人股权结构及组织结构

（一）公司内部组织结构图

1、内部组织结构图



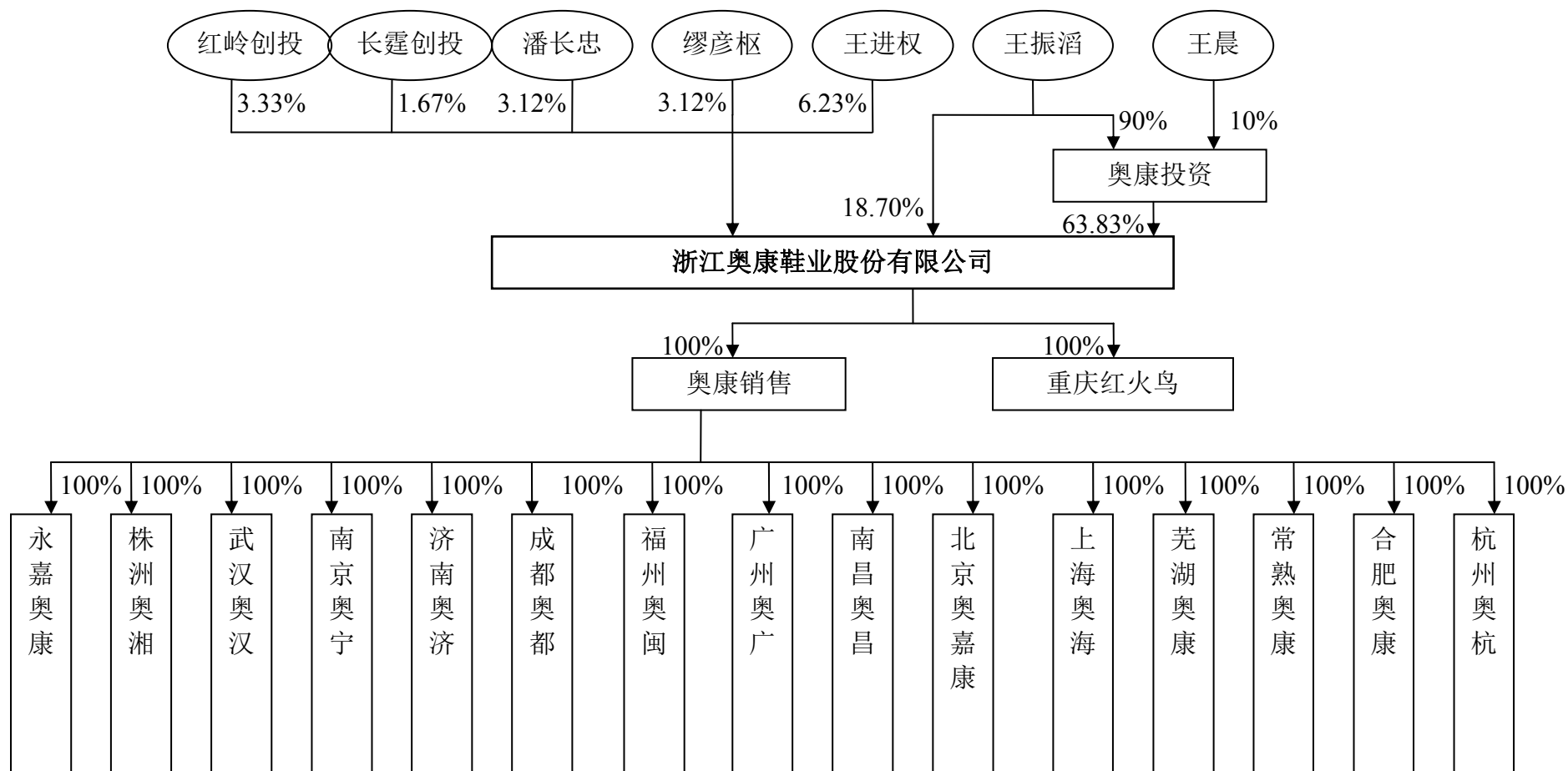
2、公司的职能部门情况

公司依照《公司法》、《公司章程》规定建立了规范的法人治理结构。公司实行董事会领导下的总裁负责制。公司各部门的职责如下：

部门名称	主要职能
战略规划中心	组织研究公司产业结构战略性调整与发展规划、投资方向及资源分布的规划；研究宏观经济政策变化趋势，编报国内外重大经济动态信息；研究组织管理体系和管理制度建设，指导和监督下属公司管理制度的运行情况等。
人力资源中心	负责公司人力资源规划的制定及执行；制订公司的总体薪酬结构和监督下属各业务单元的人力成本；制订公司管理团队总体培训计划并组织实施，监督下属各业务单元员工培训计划的制订与实施情况等。
财务管理中心	执行董事会的年度财务方案并制定各项财务、会计制度及工作计划并组织落实；负责财务风险控制；负责税务筹划工作；负责各项成本控制工作；负责资金管理等等。
审计监察中心	负责制定公司审计制度及工作计划；负责对公司各项经营管理活动进行内部审计监察；根据公司审计委员会授权，组织对公司热、难点问题进行审计；对公司内部业务执行情况进行督促监察。
国际研发中心	制定本部门年度产品研发计划并组织实施；制定内部管理机构设置、基本管理制度及操作规章，并贯彻落实；组织安排各研发单位进行新产品研发设计工作等。
国际贸易中心	制订年度国际贸易计划，并监督实施；调查研究国际市场，系统收集目标市场有关厂家和商家的信息，寻找直接投资、贸易及其他合作机会；负责与国际客户接洽、谈判等。
采购管理中心	收集销售市场流行趋势、原材料市场信息；制定公司原材料《年度战略采购计划书》；负责与供应商签订《原材料购销合同书》；监督合同的执行过程等。
行政管理中心	负责公司行政政策、规划的制定和监督执行；负责公司对外整体形象策划、宣传以及公司公关、接待工作；负责公司文件、材料、宣传等文字工作的审核工作以及公司各类荣誉的申报工作等。
信息技术中心	组织制订和完善中长期信息战略规划，以保证公司的信息化建设能支持战略目标的实现；编制年度信息建设计划及费用预算等。
法律事务中心	协助公司领导正确执行国家法律、法规，对公司重大经营决策提出法律意见；管理公司合同，参加重大合同的谈判和起草工作，审核、修改各类合同；管理公司的知识产权，负责商标、专利、商业秘密保护等有关法律事务等。
千石鞋业制造中心	制定生产计划、用工计划、采购计划和设备维修计划等；负责鞋类生产；组织相关部门建立健全各项内部管理规章制度等。
东瓯鞋业制造中心	制定生产计划、用工计划、采购计划和设备维修计划等；负责鞋类生产；组织相关部门建立健全各项内部管理规章制度等。
证券事务部	处理董事会日常事务，按照法定程序筹备股东大会和董事会会议并进行档案管理；处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度；负责与证券交易所及其他证券监管机构之间的沟通和联络；协调公司与投资者之间的关系。组织公司治理结构改善，负责资本市场融资及其他资本运作事宜。

（二）公司股权及关联关系图

1、公司股权结构图



六、发行人控股子公司的基本情况

目前，本公司共有 2 家子公司，15 家区域销售公司，基本情况如下表所示：

1、基本情况

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	住所	法定代表 人	股东构成	主营业务
1	重庆红火鸟	2004-9-3	1,058	璧山县璧城奥康 工业园区	王进权	奥康股份 (100%)	皮鞋的生产 销售
2	奥康销售	2006-12-6	5,180	浙江省永嘉县瓯 北镇千石奥康工 业区	王进权	奥康股份 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
3	永嘉奥康	2008-12-9	107	永嘉县瓯北镇千 石工业区	王进权	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
4	株洲奥湘	2008-12-25	50	湖南省株洲市荷 塘区茨菇塘路 28 号	潘长忠	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
5	武汉奥汉	2008-12-26	50	武汉市汉阳区磨 山社区山北湾 188 号	江荣华	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
6	南京奥宁	2008-12-31	50	南京市浦口区永 宁镇高里村余云 组	左琪瑶	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
7	济南奥济	2009-1-14	50	济南市天桥区济 洛路 82 号齐鲁鞋 城东区 15-2 号	潘长忠	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
8	成都奥都	2009-1-21	50	成都市金牛区二 环路北二段 189 号	张宜福	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
9	福州奥闽	2009-1-21	50	福州市晋安区鼓 山镇连江中路 191 号 1108 室	潘长忠	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
10	广州奥广	2009-2-18	50	广州市白云区同 康路 268 号 A 栋 二层之一	季洪转	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
11	南昌奥昌	2009-4-1	50	南昌市西湖区洪 城路 588 号洪大 服装世界银座 19 层 08 号	王安	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	住所	法定代表 人	股东构成	主营业务
12	北京奥嘉康	2009-4-13	50	北京市丰台区临 泓路5号院1号	潘长忠	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
13	上海奥海	2009-5-13	50	上海市金山区亭 林镇亭卫公路 9518号5幢	魏银花	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
14	芜湖奥康	2009-6-8	50	芜湖市弋江中路 东侧(立达工业 园B区1幢)	王镇	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
15	常熟奥康	2010-7-15	500	常熟市苏常公路 莫城段86号	潘长忠	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
16	合肥奥康	2010-8-6	500	合肥市瑶海工业 园区01号机加工 车间	潘长忠	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售
17	杭州奥杭	2010-8-13	500	杭州市上城区江 城路585号	潘长忠	奥康销售 (100%)	皮鞋、皮 革制品的 销售

2、最近一年的财务状况

单位：万元

序号	名称	2011年度(2011年12月31日)		
		总资产	净资产	净利润
1	重庆红火鸟	12,326.12	7,008.19	2,498.01
2	奥康销售	149,696.98	53,560.96	24,903.85
3	永嘉奥康	5,415.03	2,827.22	857.97
4	株洲奥湘	9,347.27	2,484.57	896.13
5	武汉奥汉	5,037.56	661.50	397.44
6	南京奥宁	4,008.99	794.52	591.44
7	济南奥济	2,075.50	265.08	153.75
8	成都奥都	8,445.65	1,843.38	1,068.32
9	福州奥闽	5,995.48	1,081.82	838.86
10	广州奥广	3,415.31	189.91	-58.36
11	南昌奥昌	1,970.69	704.75	574.59
12	北京奥嘉康	3,305.09	-113.50	-227.11
13	上海奥海	15,017.89	910.71	417.25
14	芜湖奥康	3,313.05	1,361.40	845.42
15	常熟奥康	5,013.09	1,235.94	492.72
16	合肥奥康	5,177.29	1,437.94	786.89
17	杭州奥杭	5,664.98	1,706.83	1,044.04

注：以上数据经天健正信审计。

七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

本公司发起人为奥康集团、王振滔、王进权、缪彦枢和潘长忠。

1、奥康集团

成立时间：1997年6月30日

注册资本：18,700万元

实收资本：18,700万元

法定代表人：王振滔

注册地址：浙江省永嘉县瓯北镇阳光大道中瓯商务大厦1301室

奥康集团主要从事投资管理业务，对地产、生物制药等子公司进行管理。奥康集团主要股东为：王振滔持有69.22%的股权，林丽琴持有10.26%的股权，王进权持有10.26%的股权，缪彦枢持有5.13%的股权，潘长忠持有5.13%的股权。

截至2011年12月31日，奥康集团总资产为148,823.43万元，净资产为21,464.53万元；2011年度实现净利润-314.77万元（以上数据为单体报表，已经温州中源会计师事务所审计）。

奥康集团历史沿革情况如下：

（1）设立

①设立情况

奥康集团前身为1989年7月21日成立的永嘉县黄田奥林鞋厂，系由王振滔、钱金波、李启泽分别出资1万元成立。其中，钱金波为王振滔妻子林丽琴的舅舅。1991年9月21日永嘉县黄田奥林鞋厂更名为永嘉县奥林鞋厂。

1995年1月18日，钱金波与王振滔签署协议，将其对永嘉县奥林鞋厂的出资额全部转让给王振滔。钱金波退出永嘉县奥林鞋厂后，创办了浙江红蜻蜓鞋业

股份有限公司（以下简称“红蜻蜓鞋业”）。

保荐机构经核查，认为钱金波与王振滔签署协议真实有效，转让的出资不存在代持和信托持股的情形。发行人目前股权亦不存在代持和信托持股的情形。

发行人律师经核查，认为钱金波与王振滔签署协议为双方真实意思表示，转让的出资不存在代持和信托持股的情形。发行人目前股权亦不存在代持和信托持股的情形。

1995年3月20日，永嘉县奥林鞋厂全体股东召开会议，一致同意组建集团，定名为温州奥康集团有限公司，经济类型为有限责任公司，实行独立核算、自主经营、自负盈亏的经济实体，具有法人资格。

1995年3月25日，永嘉会计师事务所出具永会师字（1995）第17号《资产评估报告》，以1995年2月28日为评估基准日，永嘉县奥林鞋厂的所有者权益评估值为2,354.34万元。

1995年3月30日，永嘉会计师事务所出具（1995）永会师字第30号《验资报告书》，根据永嘉县奥林鞋厂永会师字（1995）第17号《资产评估报告》，永嘉县奥林鞋厂的所有者权益为2,354.34万元，其中：实收资本2,290万元，盈余公积、公益金64.34万元，全体股东将实收资本量化为对温州奥康集团有限公司的出资，截至1995年3月30日，全体股东已足额缴纳注册资本金共计2,290万元。各股东的出资额及出资比例如下：

股东姓名	投资额（万元）	占注册资本的比例
王振滔	1,390.00	60.70%
林丽琴	300.00	13.10%
王进权	300.00	13.10%
王彩珍	300.00	13.10%
合计	2,290.00	100.00%

1995年6月2日，温州奥康集团有限公司取得企业法人营业执照。

②发行人与红蜻蜓鞋业的关系

A、发行人股东、董事、监事、高级管理人员与红蜻蜓鞋业实际控制人的亲属关系

发行人的股东、董事、监事、高级管理人员与红蜻蜓鞋业实际控制人钱金波的亲属关系如下：

姓名	身份	与红蜻蜓鞋业实际控制人钱金波的亲属关系
王振滔	股东、实际控制人、董事长兼总裁	钱金波为王振滔配偶的舅舅
王进权	股东、董事兼副总裁	钱金波为王进权之嫂子的舅舅
红岭创投	股东	无关联关系或亲属关系
缪彦枢	股东	缪彦枢为王振滔之舅舅 钱金波为王振滔之妻子的舅舅
潘长忠	股东	潘长忠为王振滔之妹夫 钱金波为王振滔之妻子的舅舅
长霆创投	股东	无关联关系或亲属关系
徐晓杰	董事兼副总裁	无关联关系或亲属关系
赵树清	董事兼副总裁	无关联关系或亲属关系
吴守忠	董事	无关联关系或亲属关系
冯仑	独立董事	无关联关系或亲属关系
楚修齐	独立董事	无关联关系或亲属关系
徐经长	独立董事	无关联关系或亲属关系
王伟斌	独立董事	无关联关系或亲属关系
黄渊翔	监事会主席	无关联关系或亲属关系
徐旭亮	监事	无关联关系或亲属关系
周盘山	监事	无关联关系或亲属关系
余雄平	董事会秘书	无关联关系或亲属关系
王志斌	财务负责人	无关联关系或亲属关系

发行人股东未持有红蜻蜓鞋业的股份，亦不存在通过代持或信托持股的方式持有红蜻蜓鞋业股份的情形。发行人股东与红蜻蜓鞋业股东不存在重合的情形。

B、发行人与钱金波控制的企业之间的业务关系

1995年，钱金波将其对永嘉县奥林鞋厂的出资额全部转让给王振滔，另行创办红蜻蜓鞋业，发行人与红蜻蜓鞋业是竞争对手的关系。

a、发行人与红蜻蜓鞋业是否存在重合的经销商

发行人与经销商签订的《经销合同书》规定：经销商营业网点未经发行人许可不得采购和销售非发行人的产品，否则发行人有权解除本合同并要求经销商承担由此给发行人造成的损失。

保荐机构及发行人律师、审计机构核查了占发行人经销渠道收入比例达到

75%以上的四十大经销商，上述经销商不存在同时经销红蜻蜓鞋业产品的情形。

b、发行人与红蜻蜓鞋业是否存在重合的外协厂商

发行人与红蜻蜓鞋业作为国内皮鞋行业较大的两家企业，发行人与红蜻蜓鞋业存在部分重合的外协厂商。2008-2011年，发行人与红蜻蜓鞋业重合的外协厂商共有47家。2008年、2009年、2010年和2011年公司从上述47家外协厂商的采购金额分别为2,168.16万元、11,029.56万元、23,862.12万元和24,425.86万元，占当期外协采购额的比例为12.69%、19.13%、24.32%和19.71%。

保荐机构经核查，认为发行人与红蜻蜓重合的外协厂商均独立分别向发行人和红蜻蜓鞋业供货，供货价格按照所供货物的品质及市场价格确定，供货价格公允，不存在通过共同的外协加工厂商向发行人输送利益的情形。

发行人律师经核查，认为发行人与红蜻蜓重合的外协厂商均独立分别向发行人和红蜻蜓鞋业供货，供货价格按照货物的成本及供应商的毛利确认，不存在红蜻蜓向发行人输送利益的情形。

审计机构经核查，认为发行人与红蜻蜓重合的外协厂商均独立分别向发行人和红蜻蜓鞋业供货，供货价格按照所供货物的品质及市场价格确定，不存在红蜻蜓鞋业通过共同的外协加工厂商向发行人输送利益的情形。

C、发行人与红蜻蜓鞋业不属于关联方，不存在同业竞争

根据《上海证券交易所股票上市规则》、《企业会计准则》的规定，钱金波控制的企业不属于发行人的关联方。钱金波不属于《上海证券交易所股票上市规则》规定的与实际控制人关系密切的家庭成员，钱金波控制的企业与发行人不属于同业竞争。

D、发行人与红蜻蜓鞋业的独立情况

a、发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力

发行人主要从事男女皮鞋及皮具产品的研发、生产、分销及零售业务。发行人拥有完整的采购、生产、研发、销售系统，其业务独立于控股股东及其控制的其他企业，也独立于红蜻蜓鞋业，具有完整的业务体系。

发行人与红蜻蜓鞋业属于竞争对手关系，发行人与红蜻蜓鞋业不存在业务往来或交易。发行人的经销商不存在同时经销红蜻蜓皮鞋的情形；发行人外协加工厂商存在与红蜻蜓鞋业部分重合的情形，但该等外协加工厂商均完全独立向发行人及红蜻蜓鞋业供货，不存在通过共同的外协加工厂商向发行人输送利益的情形。

b、资产独立

发行人合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。发行人的资产独立完整，且发行人资产完全独立于红蜻蜓鞋业。

c、人员独立

发行人的人员独立，发行人董事、监事、高级管理人员未在钱金波及其控制的任何企业担任过任何职务，红蜻蜓鞋业的董事、监事、高级管理人员亦未在发行人处担任职务，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第十六条的规定。

d、财务独立

发行人设有独立的财务管理中心，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。发行人自设立之日起与红蜻蜓鞋业未发生资金往来。发行人的财务独立且完全独立于红蜻蜓鞋业。

e、机构独立

发行人已按照《公司法》及《公司章程》的规定，建立健全了法人治理结构，具有健全的内部经营管理机构和独立的决策及执行机构，能够独立行使经营管理职权。红蜻蜓鞋业与发行人为竞争关系，双方的机构完全独立，从未发生过混同情况。

E、保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

钱金波为王振滔配偶林丽琴的舅舅，除王振滔、王进权、缪彦枢、潘长忠与

钱金波存在亲属关系外，发行人的其他股东及董事、监事、高级管理人员与红蜻蜓鞋业及其控股股东、实际控制人不存在关联关系或亲属关系。

钱金波不属于《企业会计准则》、《上海证券交易所股票上市规则》规定的关联方，钱金波不属于《上海证券交易所股票上市规则》规定的与实际控制人关系密切的家庭成员，钱金波控制的企业与发行人不属于同业竞争。

发行人与红蜻蜓鞋业不存在交易；发行人与红蜻蜓鞋业不存在经销商重合的情形；发行人与红蜻蜓鞋业的外协加工厂商存在部分重合；但发行人与红蜻蜓鞋业属于竞争对手关系，不存在通过共同的外协加工厂商向发行人输送利益的情形；发行人的业务、资产、人员、财务、机构完全独立于红蜻蜓鞋业，红蜻蜓鞋业对发行人的独立性不构成不利影响且不构成本次发行障碍。

F、发行人律师意见

经核查，发行人律师认为：

钱金波为王振滔配偶林丽琴的舅舅，除王振滔、王进权、缪彦枢、潘长忠与钱金波存在亲属关系外，除上述情形外，发行人的股东及董事、监事和高级管理人员未在钱金波实际控制的公司担任任何职务，与钱金波不存在任何关联关系或亲属关系。

重合的外协厂商均独立向发行人和红蜻蜓鞋业供货，供货价格按照货物的成本及供应商的毛利确认，不存在红蜻蜓鞋业通过为发行人承担加工费等其他方式向发行人输送利益的情形。

发行人在业务、资产、人员、财务、机构方面均独立，符合《首发管理办法》中关于独立性的规定，红蜻蜓鞋业对发行人的独立性不构成不利影响，亦不构成本次发行障碍。

(2) 第一次增资及更名

1997年4月28日，温州奥康集团有限公司召开股东会，同意温州奥康集团有限公司进行扩股并更名为“浙江奥康集团有限公司”。温州奥康集团有限公司新增17名股东，变更后的注册资本为7,800万元。

1997年5月30日,永嘉县审计师事务所出具永审所[1997]08号《验资报告》,验证:1995年3月温州奥康集团有限公司设立时注册资本为2,290万元,但原4名股东实际投入资本2,354.34万元,比注册资本多出64.34万元,本次由原4名股东及新增的17名股东增加投入资本5,450万元。截至1997年5月29日,温州奥康集团有限公司的注册资本由2,290万元增加至7,800万元,17名新增的股东均以货币出资。增资后,各股东的出资额及出资比例如下:

股东姓名	投资额(万元)	占注册资本的比例
王振滔	2,748.00	35.22%
林丽琴	800.00	10.26%
王进权	800.00	10.26%
王彩珍	800.00	10.26%
林理益	156.00	2.00%
潘长忠	156.00	2.00%
梅胜恩	156.00	2.00%
陈碎棠	156.00	2.00%
徐建亮	156.00	2.00%
梅胜洲	156.00	2.00%
徐建章	156.00	2.00%
缪彦枢	156.00	2.00%
黄信仓	156.00	2.00%
叶正道	156.00	2.00%
叶正光	156.00	2.00%
缪彦林	156.00	2.00%
王宏伟	156.00	2.00%
林银生	156.00	2.00%
缪志光	156.00	2.00%
陈信有	156.00	2.00%
李成楼	156.00	2.00%
合计	7,800.00	100.00%

1997年6月6日,温州市人民政府出具温政机[1997]54号《关于要求批准温州奥康集团升格为“浙江奥康集团”的函》,同意温州奥康集团有限公司改组为浙江奥康集团有限公司,注册资本为7,800万元。1997年6月30日,浙江奥康集团有限公司取得企业法人营业执照。

(3) 更名

1999年2月12日,浙江奥康集团有限公司更名为奥康集团有限公司。

(4) 第一次股权转让

2001年5月30日，奥康集团召开股东会，同意股东林理益、潘长忠、梅胜恩、陈碎棠、缪彦林、王宏伟、林银生、缪志光、陈信有、李成楼、徐建亮、梅胜州、徐建章、缪彦枢、黄信仓、叶正道及叶正光将其各自持有的奥康集团2%股权全部转让给王振滔，王振滔合计受让奥康集团34%的股权；同意股东王进权将其持有奥康集团10.26%的股权转让给缪林肖。

2001年5月30日，王振滔分别与林理益、潘长忠、梅胜恩、陈碎棠、缪彦林、王宏伟、林银生、缪志光、陈信有、李成楼、徐建亮、梅胜州、徐建章、缪彦枢、黄信仓、叶正道及叶正光签订《股权转让协议》，约定由王振滔受让上述股东各自持有的奥康集团2%股权，每份股权转让协议的股权转让价款均为156万元。

2001年5月30日，王进权与缪林肖签订《股权转让协议》，约定由缪林肖受让王进权持有的奥康集团10.26%股权，股权转让价款为800万元。上述股权变更后，奥康集团的股权结构如下：

股东姓名	投资额（万元）	占注册资本的比例
王振滔	5,400.00	69.22%
林丽琴	800.00	10.26%
缪林肖	800.00	10.26%
王彩珍	800.00	10.26%
合计	7,800.00	100.00%

(5) 第二次股权转让

2003年11月17日，奥康集团召开股东会，同意王彩珍将其持有的奥康集团10.26%股权转让给王进权，缪林肖将持有的奥康集团10.26%股权转让给缪彦枢及潘长忠。

2003年11月18日，王彩珍与王进权签订《股权转让协议》，由王进权受让王彩珍持有的奥康集团10.26%股权，股权转让价款为800万元。该协议已经浙江省温州浙南公证处以（2003）浙南证内字第2209号《公证书》公证。

2003年11月18日，缪林肖与缪彦枢、潘长忠签订《股权转让协议》，由缪彦枢受让缪林肖持有的奥康集团5.13%股权，股权转让价款为400万元。潘长忠

受让缪林肖持有的奥康集团 5.13% 股权，股权转让价款为 400 万元。该协议已经浙江省温州浙南公证处以（2003）浙南证内字第 2208 号《公证书》公证。

上述股权变更后，奥康集团的股权结构如下：

股东姓名	投资额（万元）	占注册资本的比例
王振滔	5,400.00	69.22%
林丽琴	800.00	10.26%
王进权	800.00	10.26%
缪彦枢	400.00	5.13%
潘长忠	400.00	5.13%
合计	7,800.00	100.00%

（6）第二次增资

2004 年 12 月 6 日，奥康集团召开股东会，同意各股东按原有出资比例对奥康集团增资 4,000 万元，出资方式为货币资金。

2005 年 1 月 6 日，温州浙南会计师事务所出具《验资报告》，验证截至 2005 年 1 月 6 日，奥康集团已收到全体股东缴纳的新增注册资本合计 4,000 万元，均为货币出资，奥康集团的注册资本增加至 11,800 万元。增资完成后，奥康集团的股权结构如下：

股东姓名	投资额（万元）	占注册资本的比例
王振滔	8,168.80	69.22%
林丽琴	1,210.40	10.26%
王进权	1,210.40	10.26%
缪彦枢	605.20	5.13%
潘长忠	605.20	5.13%
合计	11,800.00	100.00%

（7）第三次增资

2009 年 2 月 9 日，奥康集团召开股东会，同意各股东按原有出资比例对奥康集团增资 6,900 万元，出资方式为货币资金。

2009 年 2 月 12 日，温州中源会计师事务所出具《验资报告》，验证截至 2009 年 2 月 11 日，奥康集团已收到全体股东缴纳的新增注册资本合计 6,900 万元，均为货币出资，奥康集团的注册资本增加至 18,700 万元。增资完成后，奥康集团的股权结构如下：

股东姓名	投资额（万元）	占注册资本的比例
王振滔	12,945.47	69.22%
林丽琴	1,918.18	10.26%
王进权	1,918.18	10.26%
缪彦枢	959.09	5.13%
潘长忠	959.09	5.13%
合计	18,700.00	100.00%

(8) 浙江省人民政府对奥康集团前身经济性质的认定

2011年8月26日，浙江省人民政府办公厅出具《浙江省人民政府办公厅关于奥康集团有限公司历史沿革中有关事项确认的函》（浙政办发函[2011]73号），确认：奥康集团的前身永嘉县黄田奥林鞋厂、永嘉县奥林鞋厂原虽登记的经济性质为集体所有制、集体所有制（合作企业）、股份合作，但实际均为王振滔、王进权等自然人以自有资金出资设立，出资中不存在集体或国有成分，不涉及任何集体或国有资产，且奥康集团历史沿革中的历次注册资金变化、股东出资变动均合法合规，不存在法律纠纷或潜在法律纠纷。

2、王振滔

现任公司董事长兼总裁。中国公民，拥有多次往返西班牙的签证（有效期为2011年3月15日至2015年12月16日），身份证号码：33032419650514****，住所：浙江省温州市鹿城区五马街道人民东路开泰大厦***座。现直接持有公司5,985.00万股，占公司总股本的18.70%。

3、王进权

现任公司董事兼副总裁。中国公民，无境外永久居住权，身份证号码：33032419730328****，住所：浙江省永嘉县瓯北镇千石村紫竹路***号。现持有公司1,995.00万股，占公司总股本的6.23%。

4、缪彦枢

中国公民，无境外永久居住权，身份证号码：33032419500310****，住所：浙江省永嘉县瓯北镇缪北村北路**号。现持有公司997.50万股，占公司总股本的3.12%。

5、潘长忠

中国公民，无境外永久居住权，身份证号码：33032419681212****，住所：浙江省温州市鹿城区五马街道打绳巷打绳公寓***幢***室。现持有公司 997.50 万股，占公司总股本的 3.12%。

（二）主要股东基本情况

1、奥康投资有限公司

成立时间：2009年10月10日

注册资本：10,000万元

实收资本：10,000万元

法定代表人：王振滔

注册地址：浦东新区浦东大道2123号3E—1121室

奥康投资主要从事投资管理业务，主要股东为：王振滔持有其90%的股权，王振滔之子王晨持有其10%的股权。

截至2011年12月31日，奥康投资总资产为236,409.24万元，净资产为114,872.56万元，2011年度净利润为45,719.84万元。（以上数据经温州中源会计师事务所审计）。

2、深圳市红岭创业投资企业（有限合伙）

红岭创投目前持有本公司3.33%的股权。

成立时间：2007年12月24日

经营场所：深圳市罗湖区红岭中路1010号国际信托大厦0118室

经营范围：创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。

截至2011年12月31日，红岭创投各合伙人列示如下：

序号	出资者	出资额（万元）	出资比例
	普通合伙人		

序号	出资者	出资额（万元）	出资比例
1	深圳市众易实业有限公司	0.10	0.0002%
	有限合伙人		
2	杜新春	12,250.00	22.25%
3	肖立荣	5,070.00	9.21%
4	华润深国投信托有限公司	5,000.00	9.08%
5	天津国际投资有限公司	5,000.00	9.08%
6	周春芳	3,000.00	5.45%
7	昆明云辰科工贸有限责任公司	2,000.00	3.63%
8	李俞霖	1,800.00	3.27%
9	王晏清	1,700.00	3.09%
10	王兴国	1,660.00	3.01%
11	范小娟	1,580.00	2.87%
12	姚雪莉	1,500.00	2.72%
13	黎巨雄	1,500.00	2.72%
14	梁健	1,500.00	2.72%
15	刘川	1,500.00	2.72%
16	雷鸣	1,500.00	2.72%
17	张丽娟	1,500.00	2.72%
18	武汉君雄师洋文化传播有限公司	1,500.00	2.72%
19	深圳市盈信控股集团有限公司	1,500.00	2.72%
20	杜永忠	1,500.00	2.72%
21	张杰	1,500.00	2.72%
22	上海万丰奥特投资股份有限公司	1,000.00	1.82%
	合计	55,060.10	100.00%

红岭创投合伙人（法人）的基本情况如下：

A、深圳市众易实业有限公司（普通合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	林冬	自然人	1,860.00	60.00%
2	邝洪斌	自然人	1,240.00	40.00%
	合计		3,100.00	100.00%

B、华润深国投信托有限公司（有限合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	华润股份有限公司	法人	134,130.00	51.00%
2	深圳市国有资产监督局	法人	128,870.00	49.00%
	合计		263,000.00	100.00%

其中，华润股份有限公司的股权情况如下：

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	中国华润总公司	法人	1,646,446.35	99.98%
2	中国粮油食品进出口（集团）有限公司	法人	65.00	0.004%
3	中国化工进出口总公司	法人	65.00	0.004%
4	中国五金矿产进出口总公司	法人	65.00	0.004%
5	中国华能集团公司	法人	65.00	0.004%
	合计		1,646,706.35	100.00%

C、天津国际投资有限公司（有限合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	天津市泰达国际控股(集团)有限公司	法人	82,817.95	100.00%
	合计		82,817.95	100.00%

其中，天津市泰达国际控股（集团）有限公司的股权情况如下：

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	天津泰达投资控股有限公司	法人	650,042.20	61.25%
2	天津市财政投资管理中心	法人	211,728.49	19.95%
3	天津泰达股份有限公司	法人	60,000.00	5.65%
4	天津泰达集团有限公司	法人	47,900.00	4.51%
5	天津市创业投资发展中心	法人	24,085.37	2.27%
6	天津经济技术开发区财政局	法人	23,684.25	2.23%
7	天津联津投资有限公司	法人	16,721.69	1.58%
8	天津市国有资产经营有限责任公司	法人	15,201.53	1.43%
9	天津市津能投资公司	法人	12,001.23	1.13%
	合计		1,061,364.76	100.00%

其中，天津泰达投资控股有限公司的股权情况如下：

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	天津经济技术开发区管委会	法人	600,000.00	100.00%
	合计		600,000.00	100.00%

D、昆明云辰科工贸有限责任公司（有限合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张伟	自然人	790.00	79.00
2	张艳	自然人	200.00	20.00
3	周帮涛	自然人	10.00	1.00
	合计		1,000.00	100.00

E、武汉君雄师洋文化传播有限公司（有限合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘少雄	自然人	89.00	89.00
2	刘少波	自然人	6.00	6.00
3	汪定云	自然人	5.00	5.00
	合计		100.00	100.00

F、深圳市盈信控股集团有限公司（有限合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	林俊玉	自然人	7,038.00	51.00
2	林华龙	自然人	6,762.00	49.00
	合计		13,800.00	100.00

G、上海万丰锦源投资有限公司（有限合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	万丰奥特控股集团有限公司	法人	14,705.00	81.69
2	陈爱莲	自然人	1,400.00	7.78
3	吴良定	自然人	500.00	2.78
4	俞章新	自然人	240.00	1.33
5	傅庆	自然人	144.00	0.80
6	王大洪	自然人	126.00	0.70
7	陈滨	自然人	108.00	0.60
8	俞林	自然人	72.00	0.40
9	吴兴忠	自然人	65.00	0.36
10	陈伯良	自然人	60.00	0.33
11	段昊	自然人	54.00	0.30
12	丁锋云	自然人	54.00	0.30
13	杨旭勇	自然人	54.00	0.30
14	吴少英	自然人	54.00	0.30
15	吕雪莲	自然人	54.00	0.30
16	吴艺	自然人	50.00	0.28
17	赵晓娟	自然人	40.00	0.22
18	俞利民	自然人	40.00	0.22
19	吴帅	自然人	30.00	0.17
20	张锡康	自然人	30.00	0.17
21	汤栋勇	自然人	30.00	0.17
22	梁银欢	自然人	30.00	0.17
23	赵亚红	自然人	30.00	0.17
24	杨铭鑫	自然人	30.00	0.17
	合计		18,000.00	100.00

其中，万丰奥特控股集团有限公司的股权情况如下：

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陈爱莲	自然人	4,751.44	39.60
2	吴良定	自然人	2,700.00	22.50
3	夏越璋	自然人	1,038.00	8.65
4	朱训明	自然人	903.00	7.53
5	张锡康	自然人	748.50	6.24
6	俞林	自然人	600.00	5.00
7	俞利民	自然人	507.56	4.23
8	吴捷	自然人	451.50	3.76
9	杨旭勇	自然人	300.00	2.50
	合计		12,000.00	100.00

红岭创投自然人合伙人的基本情况如下：

杜新春：2005 年至今就职于华润深国投投资有限公司，先后担任办公室总经理、信托部总经理、投资部总经理、公司总经理助理、副总经理。

肖立荣：2006 年至今就职于华润深国投信托有限公司，先后担任财务部经理、财务总监兼资金财务部经理、财务总监。

周春芳：2005 年至今为自由职业者。

李俞霖：2005 年至今就职于广东诺科冷暖设备有限公司，担任总经理。

王晏清：2006 年至今就职于担任沈阳鸿源有限公司，担任副经理。

王兴国：2005 年至今就职于华夏银行深圳分行，担任工会主席。

范小娟：2005 年至今就职于深圳市富罗拉饰品有限公司，担任总经理。

姚雪莉：2006 年至今就职于深圳市东方华意家具有限公司，先后担任财务人员、财务总监。

黎巨雄：2005 年至今就职于深圳市信拓物业管理服务有限公司，担任董事长、总经理。

梁健：2005 年至今就职于深圳市深沙保（集团）有限公司，担任经营部部长、工程部部长。

刘川：2006 年至今就职于深圳市求道高尔夫体育用品公司，担任董事。

雷鸣：2005 年至今就职于深圳市安迅达机电设备有限公司，担任总经理。

张丽娟：2005 年至今就职于深圳市瑞宝特科技实业有限公司，担任董事长。

杜永忠：2006 年至今就职于深圳市唐融投资有限公司，担任董事长。

张杰：2005 年 6 月退休。

根据红岭创投有限合伙协议约定，由普通合伙人主持红岭创投的经营管理工作，其他有限合伙人并不参与投资决策。深圳市众易实业有限公司为红岭创投的最终实际控制人。红岭创投和本公司或其他股东之间无其他协议安排。

华润深国投信托投资有限公司为发行人股东红岭创投的有限合伙人，占红岭创投出资额的9.08%；华润深国投信托有限公司是红岭创投的财务顾问，同时，保荐人国信证券与华润深国投信托有限公司签订《财务顾问合同》，由国信证券作为华润深国投信托有限公司的财务顾问为红岭创投进行股权投资提供顾问服务。

截至2011年12月31日，红岭创投总资产为83,346.21万元，净资产为83,346.21万元；2011年度净利润为-1,131.40万元（以上数据未经审计）。

3、上海长霆创业投资中心（有限合伙）

长霆创投目前持有本公司1.67%的股权。

经营场所：上海市杨浦区武东路198号1105-5室

经营范围：投资、投资咨询（不得从事经纪），投资管理。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）

截至2011年12月31日，长霆创投各合伙人列示如下：

序号	出资者	出资额（万元）	出资比例
	普通合伙人		
1	上海中湖铨盛投资管理有限公司	0.05	0.001%
	有限合伙人		
2	郑健	3,000.00	59.999%
3	上海弘晖投资股份有限公司	1,800.00	36.00%
4	黄强	200.00	4.00%
	合计	5,000.05	100.00%

长霆创投合伙人（法人）的基本情况如下：

A、上海中湖铨盛投资管理有限公司（普通合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	陈瑶	自然人	9.00	90.00%
2	许建辉	自然人	1.00	10.00%
	合计		10.00	100.00%

B、上海弘晖投资股份有限公司（有限合伙人）

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	金晖控股集团有限公司	法人	2,500.00	50.00%
2	浙江金越房地产开发有限公司	法人	1,000.00	20.00%
3	徐宝金	自然人	600.00	12.00%
4	上海拓晖投资有限公司	法人	500.00	10.00%
5	潭泓	自然人	400.00	8.00%
	合计		5,000.00	100.00%

其中，金晖控股集团有限公司的股权情况如下：

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	徐宝金	自然人	34,200.00	90.00%
2	李文程	自然人	3,800.00	10.00%
	合计		38,000.00	100.00%

浙江金越房地产开发有限公司的股权情况如下：

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	金晖控股集团有限公司	自然人	6,000.00	60.00%
2	李文程	自然人	4,000.00	40.00%
	合计		10,000.00	100.00%

上海拓晖投资有限公司的股权情况如下：

序号	股东名称	股东类型	出资额（万元）	出资比例
1	浙江金越房地产开发有限公司	自然人	4,500.00	90.00%
2	徐宝金	自然人	500.00	10.00%
	合计		5,000.00	100.00%

长霆创投自然人合伙人的基本情况如下：

郑健：2005-2009 年美国新墨西哥州矿物理工大学，2009-2010 年江阴市金欣冶金材料公司工作，2010 年 7 月至今就职于上海中鸿广告有限公司，担任总经理。

黄强：2005-2007 年广东爆破工程公司第一分公司经理，2008 年至今就职于广东水利电力职业技术学院。

截至2011年12月31日，长霆创投总资产为5,001.93万元，净资产为5,000.41万元；2011年度净利润为-0.05万元（以上数据未经审计）。

（三）实际控制人

王振滔先生持有奥康投资 90%股权，奥康投资持有公司 63.83%的股权，且王振滔先生直接持有公司 18.70%的股权，其直接和间接共持有公司 76.15%的股权，因此王振滔先生为公司的实际控制人，其直接或间接持有的本公司股份不存在被质押或被查封、冻结的情形。

王振滔先生的基本情况请参见本节“七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”之“2、王振滔”。

（四）实际控制人控制的其他企业情况

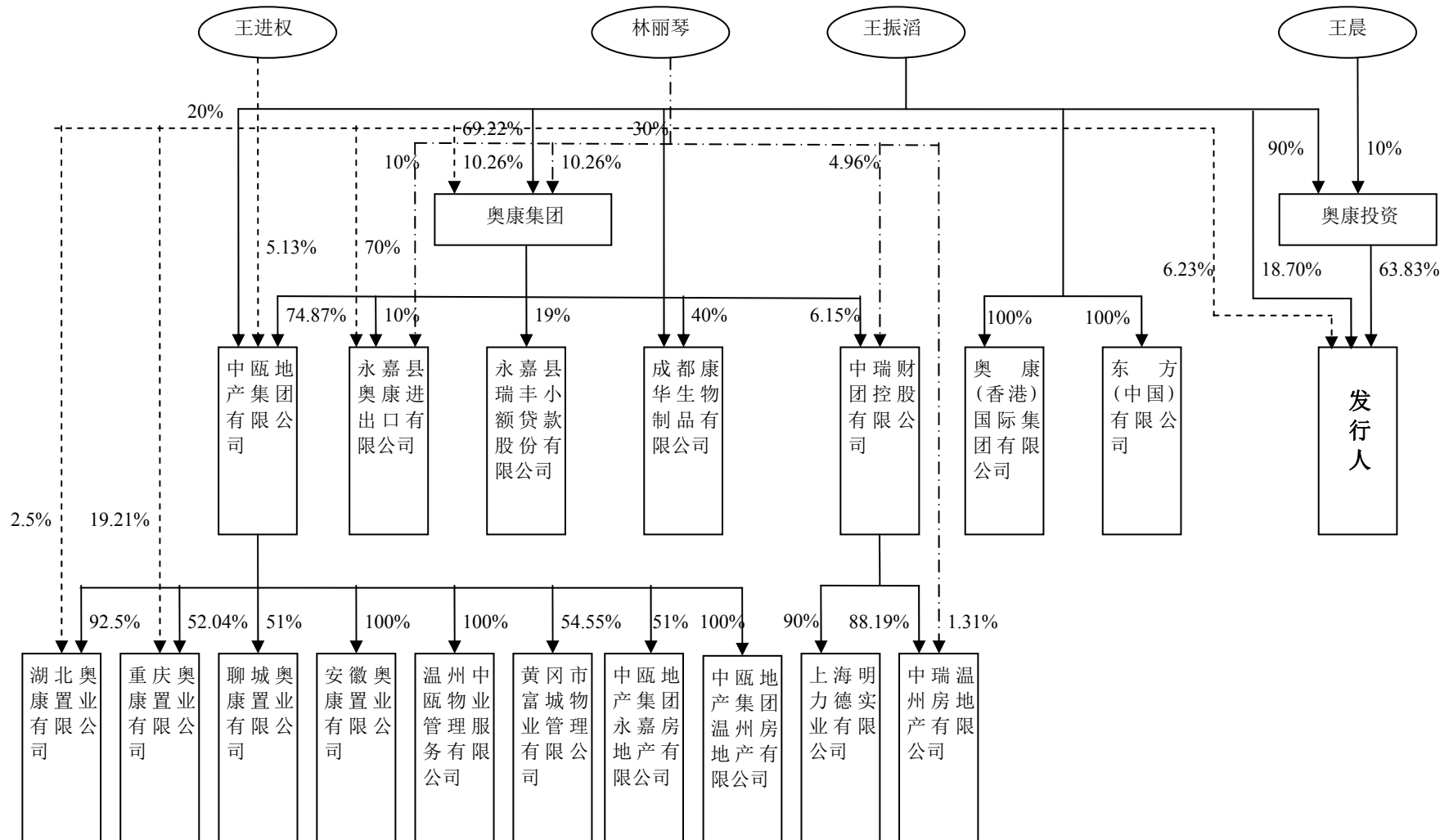
1、基本情况

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	住所	法定 代表人	持股比例	主营业务
1	奥康集团	1997.6.30	18,700	浙江省永嘉县瓯北镇阳光大道中瓯商务大厦 1301 室	王振滔	王振滔（69.22%）	投资管理
2	康华生物	2004.4.2	1,000	成都经济技术开发区北京路 182 号	王振滔	奥康集团（40%） 王振滔（30%）	生物制品 研发、生产
3	中瓯地产	2003.8.1	7,800	永嘉县瓯北镇阳光大道中瓯商务大厦 1303 室	王进权	奥康集团（74.87%） 王振滔（20%）	房地产开发
4	重庆奥康置业有限公司	2003.2.10	2,108	璧山县璧城街道金剑路 498 号 1 幢	王振滔	中瓯地产（52.04%） 王进权（19.21%）	房地产开发
5	湖北奥康置业有限公司	2004.2.27	4,000	黄冈市奥康商业步行街 1 号	王进权	中瓯地产（92.5%）	房地产开发
6	聊城奥康置业有限公司	2006.4.28	1,000	聊城市阳谷县紫荆街	杨益文	中瓯地产（51%）	房地产开发
7	安徽奥康置业有限公司	2007.10.24	3,000	全椒县襄河镇新华路与吴敬梓路交汇处	潘长忠	中瓯地产（100%）	房地产开发

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	住所	法定 代表人	持股比例	主营业务
8	中瓯地产集团永嘉房地产有限公司	2010.3.4	10,777	永嘉县瓯北镇阳光大道中瓯商务大厦1301室	王进权	中瓯地产（51%）	房地产开发
9	中瓯地产集团温州房地产有限公司	2011.11.16	10,800	永嘉县江北街道阳光大道中瓯商务大厦1307室	王进权	中瓯地产（100%）	房地产开发
10	黄冈市富城物业管理有限公司	2005.3.21	110	黄冈市奥康商业步行街2号	林理益	中瓯地产（54.55%）	物业管理
11	温州中瓯物业管理服务有限公司	2008.11.27	100	永嘉县瓯北镇阳光大道中瓯商务大厦1306室	王宏伟	中瓯地产（100%）	物业管理
12	奥康（香港）国际集团有限公司	2006.2.25	1万港币	Flat B,14/F Empire Court, 2-4 Hysan Avenue,Causeway Bay,Hong Kong	-	王振滔（100%）	普通贸易
13	东方（中国）有限公司	2005.12.6	1万港币	FLAT/RM 3706 LIPPO CENTRE 89 QUEENSWAY ADMIRALTY	-	王振滔（100%）	普通贸易
14	永嘉县瑞丰小额贷款股份有限公司	2008.10.16	20,000	永嘉县瓯北镇东瓯锦园2幢1-4号店面	王振滔	奥康集团（19%）	小额贷款业务
15	中瑞财团控股有限公司	2004.5.19	10,080	温州市江滨中路中瑞曼哈顿临时办公大楼三楼	王振滔	奥康集团（6.15%） 林丽琴（4.96%）	实业投资
16	中瑞温州房地产有限公司	2004.12.14	7,620	温州市江滨中路中瑞曼哈顿临时办公楼一、二层	郑胜涛	中瑞财团（88.19%） 林丽琴（1.31%）	房地产开发经营
17	上海明力德实业有限公司	2006.3.2	1,000	上海市普陀区东新路248号202室	陈时升	中瑞财团（90%）	普通贸易

此外，王振滔的配偶林丽琴负责“王振滔慈善基金会”。根据2011年1月26日民政部颁发的《基金会法人登记证书》，王振滔慈善基金会的法定代表人为林丽琴；住所为浙江省永嘉瓯北三桥奥康工业园；原始基金数额为2,000万元，来源于王振滔现金捐赠；类型为非公募基金会。有效期限自2010年12月7日至2014年12月7日。

2、实际控制人直接或间接控制的公司的股权结构关系图



3、最近一年的财务状况

单位：万元

序号	名称	2011年12月31日/2011年度		
		总资产	净资产	净利润
1	奥康集团	148,823.43	21,464.53	-314.77
2	康华生物	11,000.63	-6,439.91	-1,643.53
3	中瓯地产	66,322.07	10,745.72	786.60
4	重庆奥康置业有限公司	60,905.81	2,035.04	-1,205.88
5	湖北奥康置业有限公司	10,963.73	7,572.32	239.06
6	聊城奥康置业有限公司	6,937.12	830.46	14.41
7	安徽奥康置业有限公司	10,135.80	2,301.91	-42.04
8	中瓯地产集团永嘉房地产有限公司	279,768.29	7,207.97	-3,198.21
9	中瓯地产集团温州房地产有限公司	59,643.28	10,763.78	-36.22
10	黄冈市富城物业管理有限公司	34.20	5.72	15.65
11	温州中瓯物业管理服务有限公司	149.80	120.50	37.08
12	奥康（香港）国际集团有限公司	474.98(港币)	-860.02(港币)	-87.36(港币)
13	东方（中国）有限公司	209.79(港币)	-4.86(港币)	-1.14(港币)
14	永嘉县瑞丰小额贷款股份有限公司	36,800.69	20,595.97	3,460.66
15	中瑞财团控股有限公司	16,820.26	8,550.84	-58.59
16	中瑞温州房地产有限公司	225,319.48	6,337.79	3,022.08
17	上海明力德实业有限公司	17,258.54	-2,748.29	-1,639.21

注：以上数据均为该等公司单体报表；奥康集团 2011 年财务数据经温州中源会计师事务所审计，其他财务数据未经审计。

八、发行人的股本情况

（一）本次拟发行股份及发行后公司股本结构

公司本次发行前总股本为 31,998 万股，本次拟发行 8,100 万股，发行后公司总股本为 40,098 万股。公司发行前后的股权结构情况如下表：

单位：万股

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份数	持股比例	股份数	持股比例
1	奥康投资	20,423.10	63.83%	20,423.10	50.93%
2	王振滔	5,985.00	18.70%	5,985.00	14.93%
3	王进权	1,995.00	6.23%	1,995.00	4.98%
4	红岭创投	1,066.60	3.33%	1,066.60	2.66%
5	缪彦枢	997.50	3.12%	997.50	2.49%

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份数	持股比例	股份数	持股比例
6	潘长忠	997.50	3.12%	997.50	2.49%
7	长霆创投	533.30	1.67%	533.30	1.33%
8	社会公众股	-	-	8,100.00	20.20%
	合计	31,998.00	100.00%	40,098.00	100.00%

（二）前十名股东

本次发行前共有 7 名股东，其持股情况及股权性质如下：

单位：万股

序号	股东名称	股本	持股比例	股权性质
1	奥康投资	20,423.10	63.83%	一般法人股
2	王振滔	5,985.00	18.70%	自然人股
3	王进权	1,995.00	6.23%	自然人股
4	红岭创投	1,066.60	3.33%	非法人股
5	缪彦枢	997.50	3.12%	自然人股
6	潘长忠	997.50	3.12%	自然人股
7	长霆创投	533.30	1.67%	非法人股
	合计	31,998.00	100.00%	—

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

单位：万股

序号	股东名称	股本	持股比例	担任职务
1	王振滔	5,985.00	18.70%	董事长、总裁
2	王进权	1,995.00	6.23%	董事、副总裁
3	缪彦枢	997.50	3.12%	—
4	潘长忠	997.50	3.12%	株洲奥湘、济南奥济、北京奥嘉康、常熟奥康、合肥奥康、杭州奥杭、福州奥闽执行董事
	合计	9,975.00	31.17%	—

（四）股东中的外资股股份情况

本公司股东中无外资股东。

（五）股东中的战略投资者持股及其简况

本公司股东中无战略投资者。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本公司控股股东奥康投资持有本公司发行前总股本 63.83% 股份，奥康投资共有两名股东王振滔和王晨，王晨为王振滔之子。公司自然人股东王进权为王振滔之弟，缪彦枢为王振滔之舅，潘长忠为王振滔之妹夫，除此之外，未有其他关联关系。

（七）本次发行前所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

1、奥康投资有限公司、王振滔、王进权承诺自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。

2、王振滔、王进权另外承诺，在上述第 1 项承诺之禁售期满后，本人在担任公司董事、监事或高级管理人员的任职期间，每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的百分之二十五；在离职后半年内不转让本人所持有的公司股份。

3、其他股东承诺自公司股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。

九、发行人员工及社会保障情况

（一）人员基本情况

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司及控股子公司员工总数为 7,348 人，按年龄、学历和专业划分的员工总数如下表：

1、年龄情况

年龄区间	人数（人）	占员工总数的比例
30 岁以下	4,718	64.21%
31 至 40 岁	1,876	25.53%
41 至 50 岁	692	9.42%
51 岁以上	62	0.84%
合计	7,348	100.00%

2、受教育程度

受教育程度	人数（人）	占员工总数比例
硕士学历	11	0.15%
本科学历	306	4.16%
专科及以下	7,031	95.69%
合计	7,348	100.00%

3、专业结构

专业分工	人数（人）	占员工总数比例（%）
生产人员	4,602	62.63%
营销人员	2,003	27.26%
管理人员	377	5.13%
技术人员	254	3.46%
财务人员	112	1.52%
合计	7,348	100.00%

（二）社会保障与医疗制度改革情况

公司根据国家和地方政府的有关规定执行社会保障制度，为员工缴纳基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险等基本社会保险基金，未发生违法违规行为。公司遵守《住房公积金管理条例》及浙江省、温州市颁布的相关政策规定，按照相关规定执行住房公积金制度、缴纳住房公积金，未发生违法违规行为。

十、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）奥康投资的重要承诺及其履行情况

奥康投资承诺如下：

1、避免同业竞争的承诺

控股股东奥康投资承诺：本公司投资的企业目前在中国境内外未直接或间接从事或参与任何在商业上对发行人构成竞争的业务或活动；本公司投资的企业将来也不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对发行人构成竞争的业务及活动，或拥有与发行人存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员；在本公司作为发行人的股东期间，本承诺为有效之承诺，本公司愿意承担违反上述承诺而给发行人造成的全部损失。

2、避免关联交易的承诺

控股股东奥康投资承诺：就本公司、本公司直接或间接控制的子公司与发行人及其控股子公司之间已存在及将来不可避免发生的关联交易事项，保证遵守国家法律法规，遵循市场交易的公平原则即正常的商业条款与发行人及其控股子公司发生交易。如未按法律法规、及市场交易的公平原则与发行人及其控股子公司发生交易，而给发行人及其控股子公司造成损失或已经造成损失，由本公司承担赔偿责任。

截至目前，奥康投资严格履行上述承诺。

（二）王振滔、王进权的重要承诺及其履行情况

王振滔、王进权承诺如下：

1、避免同业竞争的承诺

王振滔、王进权承诺：本人投资的企业目前在中国境内外未直接或间接从事或参与任何在商业上对发行人构成竞争的业务或活动；本人投资的企业将来也不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对发行人构成竞争的业务及活动，或拥有与发行人存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员；在本人作为发行人的股东期间，以及在本人担任发行人董事、监事或高级管理人员期间及辞去上述职务后

六个月内，本承诺为有效之承诺，本人愿意承担违反上述承诺而给发行人造成的全部损失。

2、避免关联交易的承诺

王振滔、王进权承诺：就本人、本人直接或间接控制的子公司与发行人及其控股子公司之间已存在及将来不可避免发生的关联交易事项，保证遵守国家法律法规，遵循市场交易的公平原则即正常的商业条款与发行人及其控股子公司发生交易。如未按法律法规、及市场交易的公平原则与发行人及其控股子公司发生交易，而给发行人及其控股子公司造成损失或已经造成损失，由本人承担赔偿责任。

截至目前，王振滔、王进权严格履行承诺。

第六节 业务和技术

一、主营业务及变化情况

公司主要从事皮鞋及皮具产品的研发、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，为全球消费者提供科技、时尚、舒适的皮鞋及皮具产品；同时，采取 OEM/ODM 的模式，为国际知名皮鞋品牌生产皮鞋产品。

自 2008 年成功实施“奥运营销”战略之后，公司营业收入与净利润迅速增长，市场占有率不断提高。根据中国行业企业信息发布中心（CIIC）发布的消费品市场重点调查报告显示，2010 年度公司在男皮鞋市场占有率排名第二，为 5.79%；在华东地区男皮鞋市场占有率排名第一，为 6.64%。

本公司自设立以来，一直从事皮鞋、皮具相关业务，主营业务未发生过变化。

二、全球鞋业基本情况

（一）全球鞋业发展概况

鞋业是人类最古老的产业之一。鞋业的发展和转移受到土地资源、劳动力成本、原材料供应、环境保护以及销售市场等多方面因素的影响和制约。由于全球主要消费市场的变迁、鞋业生产比较优势的变化，使得全球皮鞋制造业的重心不断地向劳动力成本低廉的国家和地区迁移，全球皮鞋制造中心因此发生了多次转移。制鞋中心从早期的意大利、西班牙等发达国家转移到 20 世纪 80 年代的日本、台湾、韩国等国家和地区，20 世纪 90 年代后又逐步转移到生产成本更低、产业资源更丰厚的中国大陆。

目前全球鞋业的竞争更体现为品牌和研发设计的竞争。国际知名鞋企凭借深厚的历史文化沉淀、时尚的风格、舒适的穿着感受，缔造了其在国际上的良好声誉。

品牌名称	所属国家	产品理念及特点
	英国	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 让舒适的 Clarks 皮鞋与你一起步行； ➢ 凭借优质的用料、精良的做工和高科技所带来的舒适感，缔造了 Clarks 在国际上优秀的声誉。
	丹麦	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 让行走成为乐趣； ➢ 其基本设计哲学是为顾客设计及制造最舒适的上班、休闲及喜庆节日穿着的鞋类产品。
	意大利	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 发明并申请了“会呼吸（RESPIRA）”鞋底等三大国际专利； ➢ 通过其“透气、排汗、防寒、防水”的技术创新，解决了橡胶底和塑料底防水不透气以及皮革底透气不防水的难题。
	法国	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 舒适度、知名度高的皮鞋品牌之一； ➢ 采用顶级真皮，天然且不易变形；采用人性化的科学设计结构，比如：动力气流系统，内置气袋减震系统，吸震力极强的软垫鞋跟等。
	意大利	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 以“如赤足行走于绿色草地般”和“给你的双脚装上‘空调’”的绿色舒适消费体验而著称； ➢ 打造仿生换气鞋品牌。
	全球性企业	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 利用全新科学技术来提升产品的质量和舒适性； ➢ 为全球消费者提供高质量高价值的舒适鞋。
	美国	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 舒适、物超所值的休闲感受； ➢ 优异的舒适性、休闲性和流行性。
	法国	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 时尚却不随潮流变迁； ➢ 拥有专利的减震、换气、按摩功能。

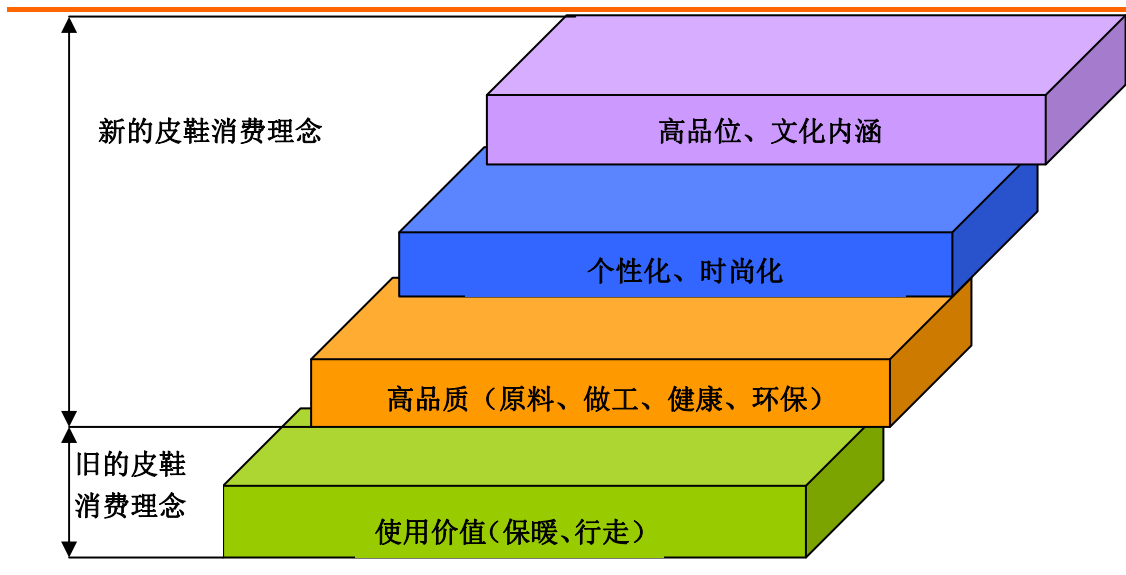
资料来源：根据各公司网站和公开资料整理

（二）全球皮鞋业发展的最新趋势

1、皮鞋由单一的保护功能向舒适性、时尚性和个性化转变

随着生活水平的提高及材料技术的进步，皮鞋功能由当初单一的保护功能发展出舒适性和保健性功能。鞋业消费出现个性化、时尚化、休闲化、前卫化、时装化等倾向，不同文化、不同收入、不同年龄的消费者，就会有不同的品牌选择、价位选择、风格选择和款式选择。

图 6-1 皮鞋消费的升级路线图



2、注重品牌建设、品牌推广

国际知名鞋企具有长期明确的品牌定位，拥有成熟的研发设计环境与流程，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。

在目前国际三大非运动类皮鞋品牌中，不仅有近 200 年历史的 Clarks，也有仅创立于 1994 年的 GEOX，由于不断加大研发投入，并对产品和款式的持续创新，GEOX 集团在意大利本地市场和国外市场取得巨大突破。目前，GEOX 集团在全球 51 个国家经营鞋业和服装。在很短的时间里，GEOX 已经成为世界知名品牌。

3、营销网络建设是鞋企发展的重中之重

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。

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。

品牌名称	全球营销网络	在中国开设的销售终端
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 年销售皮鞋超过 5,000 万双； ➤ 在英国本土拥有 1,500 家销售终端。 ➤ 产品销售于 165 个国家和地区，在全球拥有超过 1,000 家独立专卖店，13,000 多名雇员遍布世界各地。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2009 年底设立的销售终端已超过 200 家，2010 年计划新开 50 家。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 年销售皮鞋达 1,700 万双； ➤ 截至 2002 年底，ECCO 的营销网络包括 4 间旗舰店、359 间 ECCO 专门店、823 间商场店中店、1,844 个销售点，以及 14 间货仓式零售店。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 截至 2010 年已在中国各地设立了超过 460 个销售终端。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ GEOX 集团在 51 个国家经营鞋业和服装，拥有 1,000 多家独立品牌店铺和 10,000 多家多品牌店铺/专柜。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 截至 2009 年底在中国设立的销售终端已超过 200 家。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 全球拥有 4,700 家自营商店和 50,000 个独立零售商和加盟店。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bata 在中国的店铺已经达到 260 多家。

数据来源：根据各公司网站和公开资料整理

三、中国皮鞋行业基本概况

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。

（一）皮鞋行业主管部门及行业主要法律法规及政策

国家发改委、各省市发改委和经济贸易委员会是皮鞋行业的主管部门，负责产业政策的研究制定、产品开发和推广的政府指导，以及项目审批和产业扶持基金的管理。

中国皮革协会作为皮革和皮鞋业企业的自律管理组织，其主要职责是：开展行业调查研究，进行基础资料的收集、统计，研究行业发展方向，提出行业发展规划（包括基本建设、更新改造、生产、出口规划、科技教育发展等）的建议等。

（二）行业主要法律法规及政策

近年来，我国对皮鞋行业的制度规范不断健全和完善，逐步建立了多层次的法律法规体系。主要法律法规及产业政策如下表所示：

序号	名称	生效日期	主要内容
1	《中华人民共和国产品质量法》	1993年2月22日颁布，2000年7月8日修订	为了加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，特制定产品质量法。该法明确了产品经营者、生产者应当履行的义务、违法处罚规定。
2	《中华人民共和国消费者权益保护法》	1993年10月31日颁布，1994年1月1日起施行	为保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，制定该法。该法明确了消费者的权利、经营者的义务、国家对消费者合法权益的保护、消费者组织、争议的解决。
3	《中华人民共和国反不正当竞争法》	1993年9月2日颁布，1993年12月1日起施行	为保障社会主义市场经济健康发展，鼓励和保护公平竞争，制止不正当竞争行为，保护经营者和消费者的合法权益，特制定了本法。该法是规范市场竞争领域的主要法律规范。该法明确规定了经营者不得采取的不正当经营活动，及相关违法处罚规定。
4	《中华人民共和国商标法》	1982年8月23日颁布，2001年10月27日修订	为加强商标管理，保护商标专用权，促使生产、经营者保证商品和服务质量，维护商标信誉，以保障消费者和生产、经营者的利益，促进社会主义市场经济发展，特制定该法。
5	《关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为行为的若干规定》	1995年7月6日	为了制止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》的有关规定，制定该规定。
6	《轻工业调整和振兴规划(2009-2011年)》	2009年5月	本规划指出产业调整和振兴的主要任务之一是推动产业有序转移。引导制革和制鞋行业集中的东部沿海地区，利用其优势重点从事研发、设计和贸易，将生产加工向具备资源优势的地区转移。同时，产业转移过程中要严格遵守环境保护法律法规，杜绝产业转移成为“污染转移”。
7	《轻工业技术进步与技术改造投资方向(2009-2011年)》	2009年5月	重点装备自主化之一是制革制鞋装备；重点行业技术创新与产业化之一是高档皮革及制品关键生产技术产业化，重点是高档

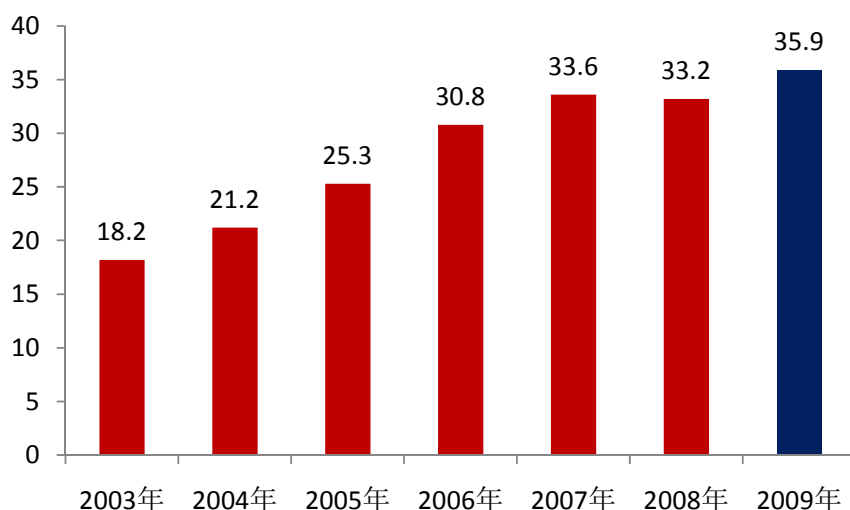
序号	名称	生效日期	主要内容
			鞋面革及其制品等关键生产技术。
8	《中国皮革行业“十二五”发展规划（草案）》	2010年	该规划系统的总结了二次创业时期（1998-2010）及“十一五”期间的显著成绩及存在问题，并在此基础上规划了未来五年皮革行业发展的战略目标和措施，努力使我国由皮革大国向皮革强国转变。

（三）中国皮鞋业概况

皮鞋业是中国轻工业中最重要的传统产业之一。改革开放 30 年来，中国皮鞋业快速发展，从分散的、个体的、手工作坊式的弱小行业，发展成了拥有规模化生产经营的完整工业体系，成为具有较强国际竞争力的优势产业。

据国家统计局对全国规模以上企业统计（规模以上企业指全部国有企业及年销售收入 500 万元以上非国有企业），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%。

图 6-2 2003-2009 年中国皮鞋产量情况（亿双）



来源：国家统计局、慧聪网

中国皮鞋业在迅速发展、提供大量城乡劳动力就业岗位的同时，还取得了以




下成就：

(1) 行业结构调整加快，特色区域建设成绩显著

目前，中国皮鞋行业呈现出不同区域特色的产业集群，这些产业集群已形成了从原料、加工，到销售、服务的完整生产体系。在全国初步形成了浙江温州、重庆、广东东莞和四川成都等皮鞋产业集群，促进了产业结构调整 and 增长方式转变。

(2) 技术装备及配套产业水平大幅提高

目前，中国皮鞋生产技术和产品质量已达国际中高档以上水平。皮革化工、鞋楦、五金等配套产业也得到了快速发展，为中国皮鞋行业整体发展水平的提高做出了贡献。在生产加工工艺方面，中国皮鞋生产企业已逐步掌握计算机鞋楦设计、楦型刻制和自动化生产设备等先进工艺。由于先进的加工工艺和可靠的质量保障，为降低生产成本全球知名皮鞋品牌纷纷在中国寻找 OEM 商，并建立了长期合作关系。

品牌名称	在中国的 OEM 厂商或自有工厂
	➤ 上海永旭鞋业有限公司为 CLARKS 皮鞋全球定点加工企业。
	➤ 在厦门设立 ECCO 皮革（厦门）有限公司，年产皮鞋 500 万双。
	➤ 本公司为 GEOX 全球最大的生产基地之一。

数据来源：根据各公司网站和公开资料整理

(3) 实施质量和品牌战略，注重可持续发展

在实施“真皮标志”和“真皮标志生态皮革”品牌战略基础上，中国皮鞋的质量有了质的飞跃。目前，已涌现出了多个中国真皮领先鞋王和中国真皮鞋王。许多大中型企业的品牌、管理和市场意识不断提升，一批知名品牌企业以不同方式开拓国际市场，争创国际品牌，取得了良好的效果。

近年来，国内制鞋企业开始注重接受国际时尚元素，如奥康等知名品牌企业，开始聘请国内外知名设计师，根据社会和时代的变化加入时尚流行元素，不断推出最新时尚鞋款，中国的时尚脚步开始与世界同步。

(4) 竞争意识增强，行业自律进一步规范

中国加入 WTO 后，面对日益激烈的国际市场竞争，我国皮鞋行业不断提高竞争意识，积极加强行业自律。1994 年“真皮标志”作为中国首例证明商标的试点在全国推出，成为行业质量自律、构建品牌的平台。2002 年和 2006 年先后推出了皮革行业的道德规范《中国皮革行业诚信公约》、《中国皮革行业品牌宣言》和《中国皮革行业社会责任指南》，用诚信回报社会，用诚信树立品牌。在行业道德规范的倡导和约束下，皮鞋行业自律得到了进一步加强。

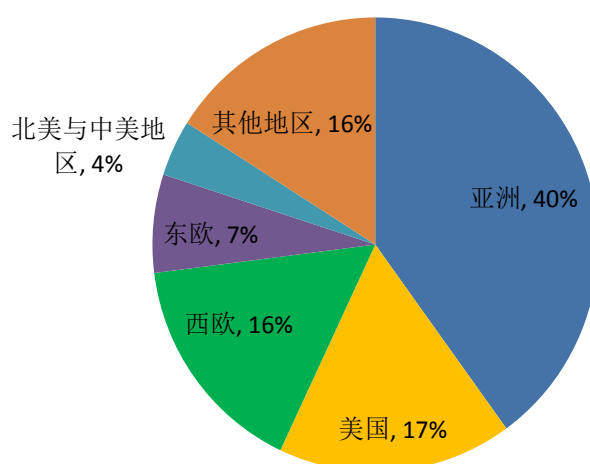
(四) 市场容量分析

1、全球鞋业市场容量

(1) 全球鞋业消费市场现状

皮鞋是人们日常生活必须的消费品。目前全球鞋类产品主要消费市场集中在两类地区，一类是经济发达的国家和地区，如美国、欧盟、日本、加拿大等，另一类是人口众多的国家及地区，如中国、印度、巴西、印度尼西亚等。在鞋业消费市场上，亚洲地区消费鞋子的比例占 40%、美国占 17%、北美洲与中美洲地区占据 4%、东欧占 7%、西欧和世界其他地区各自占 16%，如下图所示：

图 6-3 全球鞋业消费市场分布情况



数据来源：亚洲鞋业杂志，2008.05

据瑞士银行估计，世界总人口和鞋类产品总产量都呈上升趋势，世界鞋业总

产量是世界人口的2倍~3倍,鞋类产品的增长量将是人口增长量的2倍。到2012年,亚洲人均鞋类消费量将达到2双,消费总量预计达70.26亿双。但因为贫富差异,鞋的人均消费数量差距很大。尽管欧美地区在世界人口所占比例不高,但是购买力强,人均消费量大,对鞋类消费发挥关键性作用。(数据来源:亚洲鞋业杂志,2008.05)

(2) 中国皮鞋在全球市场的销售情况

皮鞋行业是能发挥中国劳动力资源竞争优势的行业,自20世纪80年代以来,中国制鞋业发展迅速,目前鞋类产品产量、出口均居世界第一,为吸纳劳动力就业和支持国民经济建设做出了重大贡献。中国皮鞋出口的主要国家和地区是欧盟和美国。2002年中国皮鞋出口9.5亿双,到2008年皮鞋出口为11.2亿双。2002年我国皮鞋出口额为48.1亿美元,2008年出口额达到98.1亿美元,年均复合增长率为12.6%。2009年,受国际金融危机爆发,欧美等发达国家消费需求萎缩等因素影响,中国皮鞋出口数量有所减少,出口数量为8.8亿双,出口金额为83.6亿美元,同比分别下降21.4%和14.8%(数据来源:中国皮革网)。

为促进皮鞋行业发展,我国政府出台了一系列政策措施,2009年5月18日,我国政府出台了《轻工业调整和振兴规划(2009-2011年)》,2009年6月3日,财税[2009]88号《关于进一步提高部分商品出口退税率的通知》规定将箱包、鞋帽等商品的出口退税率提高到15%。

本轮调整为皮鞋行业带来的一个新的变化是改善了行业经营环境,使得龙头公司竞争优势更趋明显。在经营环境方面,小规模、小作坊式的企业部分停产,且不断上涨的生产成本使其再次复产的难度增加。大量小型企业的退出有效缓解了行业长期以来供过于求的局面,制鞋龙头企业的经营环境得以改善。由于龙头企业具有设备、技术、管理和规模优势,可有效地满足“小批量、短周期、严交货”的订单方式,在行业需求复苏阶段,订单普遍向龙头企业集中,使其竞争优势进一步提升。

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13.6%和25.0%,而2009年同期则为下降21.4%和14.8%(数据来源:中国皮革网)。

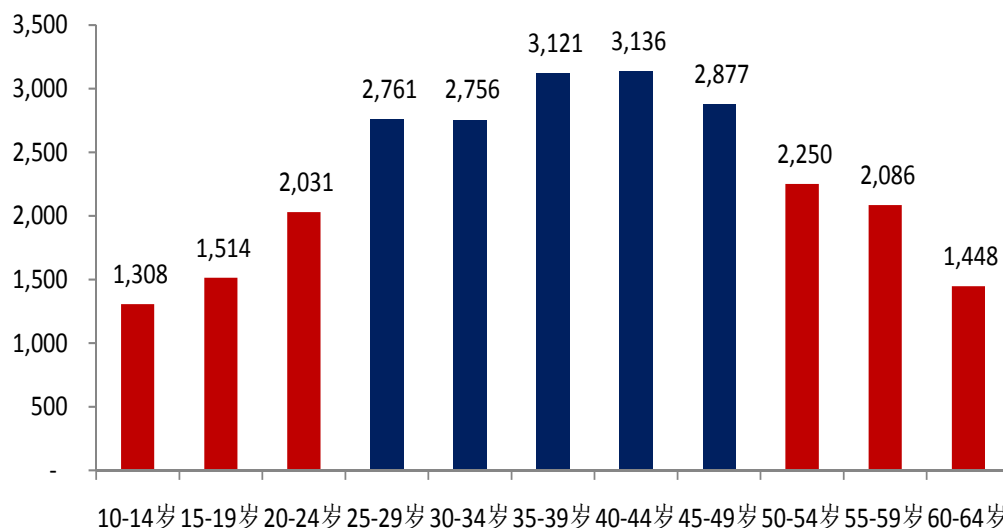
2、中国鞋业市场容量

中国鞋业发展空间巨大。根据 Deutsche Bank 2009 年 8 月 27 日发布的报告表明 (Belle International, Successful business integration is key), 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。

(1) 人口红利

25-49 岁的人群是主要的劳动力, 也是消费能力最强的人群, 2010 年我国城市人口中, 25-49 岁人群占城市人口比例约为 58%, 我国经济目前正处于“人口红利”回报最丰厚的时期, 适龄人群构成主力消费人群的人口结构将支撑我国皮鞋市场旺盛的购买力。

图 6-4 2010 年我国城市人口各年龄人数 (万人)



数据来源: 中国人口和就业统计年鉴

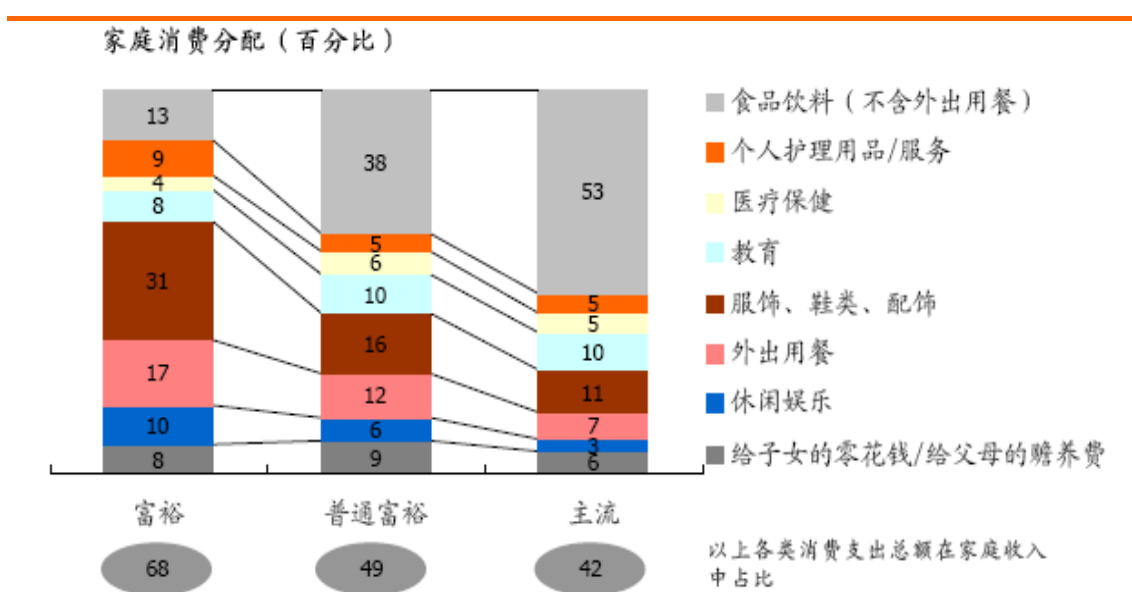
(2) 居民可支配收入持续增长

自改革开放以来, 特别是九五、十五、十一五期间, 我国经济得到快速发展, 国家统计局统计数据显示, 1996 年~2009 年我国国内生产总值和人均国内生产总值从 71,180 亿元、5,864 元分别增长到 340,903 亿元、25,540 元, 年复合增长

率分别为 12.8%、11.9%。

皮鞋是展示个人品味的最佳途径之一，随着消费者收入水平的提高，其投入皮鞋的消费比重也越来越高。麦肯锡公司的研究结果表明：越是富裕的家庭其用于皮鞋的消费占比越高，在中国最富裕的家庭里，服装、皮鞋甚至成为日常消费的第一支出，占比超过 30%。“十二五”规划着力扩大消费，提高人均可支配收入，可以预见，“十二五”期间越来越多的家庭会以更快的速度跨入富裕家庭的行列，品牌皮鞋无疑将成为消费升级重要目标。

图 6-5 麦肯锡解读中国：富裕人群对服饰鞋类的消费比重更高

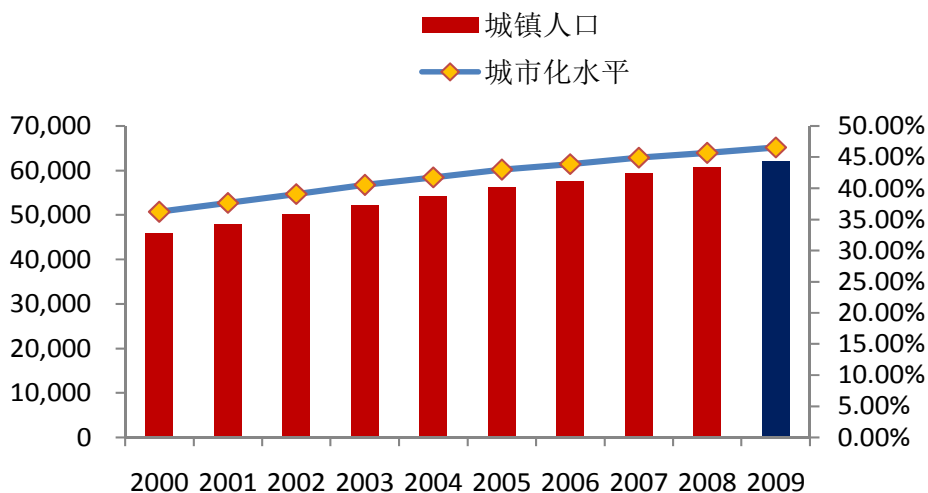


资料来源：麦肯锡研究报告，中金公司研究部

（3）城市化程度不断提高

近年，随着我国城市化及小城镇的迅速发展，城镇人口增长明显加快。城镇人口的迅速增长，成为我国皮鞋需求新的增长点。城镇人口与农村人口相比，对流行时尚潮流更加敏感，对皮鞋的品牌选择更加注重。在所有皮鞋产品中，国内品牌皮鞋也能够符合二、三线城市消费者的承受能力。从我国城镇居民与农村居民在鞋服上面的消费数据可以看出，2009 年，城市居民人均衣着支出为 1,284 元，而农村居民人均衣着支出仅为 233 元。当前我国每年城市化增速约为 1.5%，城市化率的不断提高将保证我国皮鞋需求的持续增长。

图 6-6 我国城市化水平变化情况（2000-2009 年）



资料来源：国家统计局，Wind 资讯

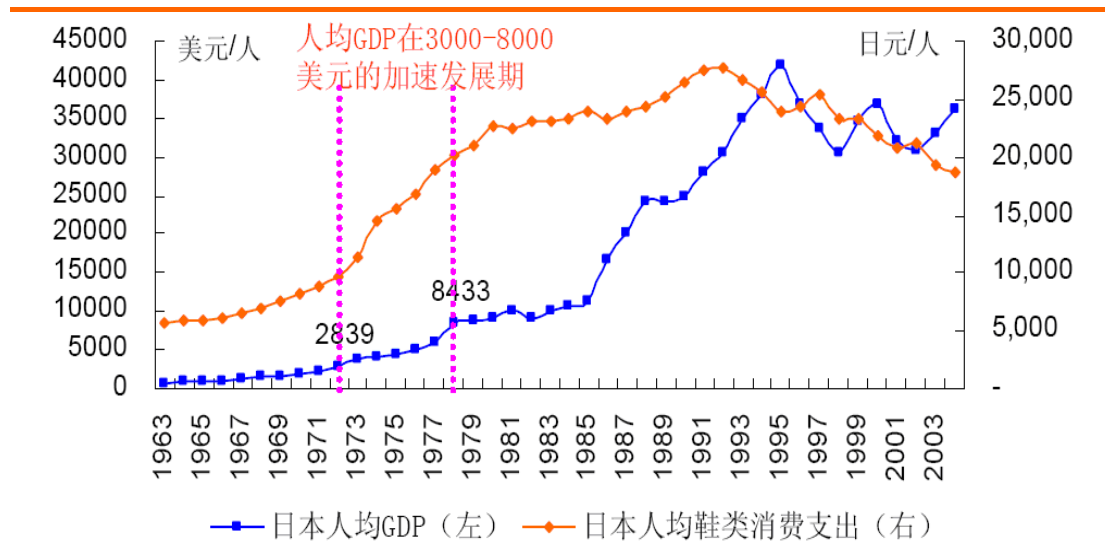
（4）即将实施的“收入分配改革”将推进我国皮鞋消费长期稳定增长

改革开放 30 多年来，中国居民收入大幅增长，但分配失衡的问题也日益凸显。分配失衡突出表现在城乡居民收入差距进一步拉大、东中西部地区居民收入差距过大、高低收入群体差距悬殊等方面。面对上述情况，我国政府正在积极推进“收入分配改革”计划，在初次分配中适当提高劳动报酬的比重，改变目前初次分配中资本所得偏多、劳动所得偏少的局面，规范收入分配秩序，构建符合国情、科学合理的社会收入分配体系。

我国“收入分配改革”计划的预期效果可以参考日本在 20 世纪 60 年代推行的“收入倍增”计划。日本在经历“神武景气”和“岩户景气”的高增长时期后，日本政府已经意识到经济高速增长主要得益于高投资，为了使经济持续增长，必须提高内需，否则将无法解决高投资带来的产能过剩问题。

目前，中国的经济形势与 20 世纪 60 年代的日本非常相似：过去的经济发展主要依赖出口和高投资；居民收入分配差距加大；区域发展不平衡，城乡收入水平差距拉大。日本在 20 世纪 60 年代开始推行“收入倍增”计划，目标是使日本人均国民收入增长一倍，并缩小不同行业劳动者报酬的差距。

图 6-7 日本鞋类消费从 1963-1992 年增长了 30 年，复合增长率 5.4%



资料来源：日本统计局，申万研究

日本在实施了“收入倍增计划”后，鞋类等与人们生活密切相关的日常消费品的销售保持了 30 年的持续增长。其中在 20 世纪 70 年-80 年代日本人均 GDP 达到 3,000-8,000 美元期间，鞋类消费的增长更为迅速，年均复合增长率超过 10%。

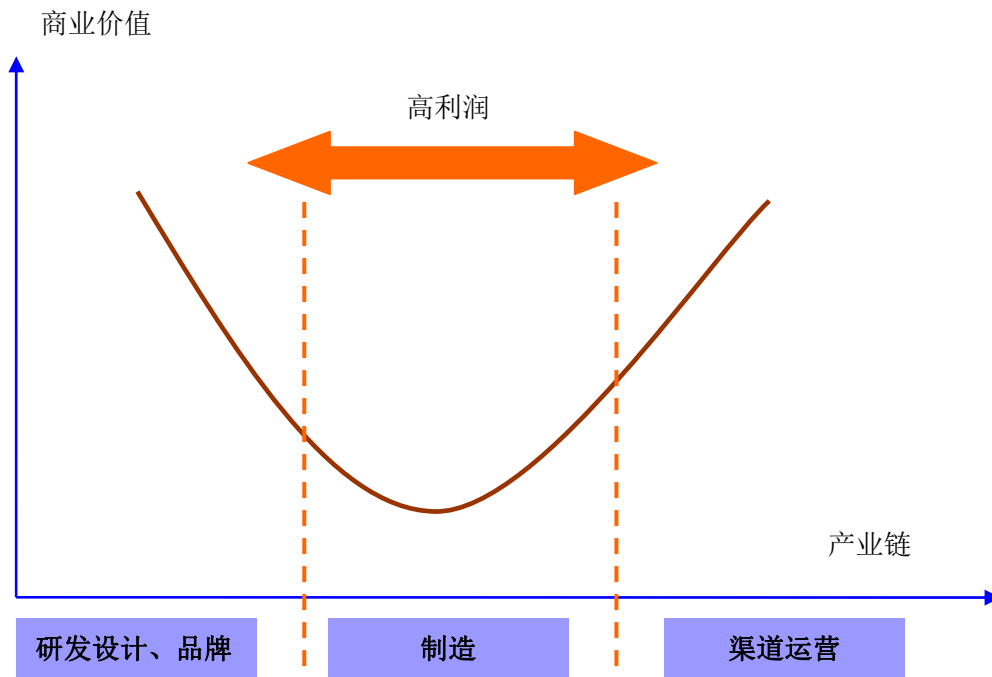
目前，我国政府已将“促消费、调结构、扩内需”作为未来经济工作的重点内容。中国是 13 亿人口的消费大国，随着城乡居民可支配收入的提高、城市化进程的加快、零售市场的快速发展，预计未来皮鞋的销售量和销售额整体将保持快速增长趋势，我国皮鞋市场前景广阔。

（五）行业特有的经营模式

1、产业链模式

品牌皮鞋运营主要包括三个环节：研发设计、加工生产以及品牌渠道运营。根据品牌皮鞋的微笑曲线，皮鞋加工环节通常只能获得产业链 10%~20%的商业价值；商业渠道运营，能够获得产业链的 30%~40%的商业价值；而设计和品牌运营，则可拥有产业链 40%~50%的商业价值。

图 6-8 皮鞋行业的微笑曲线



由微笑曲线皮鞋行业可延伸出 3 种经营模式：

（1）专业加工模式

该类皮鞋企业没有自主品牌，主要为其他品牌进行代工，主要利润来源为加工费用，其主要竞争力来源于两大要素：规模效益与产品质量。规模效益使生产商可以为客户节省生产成本；先进的工艺设备与生产管理及熟练的工人，可以确保客户对优质产品的质量需要。该类皮鞋企业的主要客户是品牌经营商。此类企业以中国大部分中小皮鞋生产企业为代表。

（2）轻资产运营模式





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入，放弃了产业链附加值较低的制造行业，以提高资本回报率。此运营模式主要以耐克、阿迪达斯、彪马等运动鞋品牌为代表。GEOX 由于成立时间较短，为迅速抢占市场，GEOX 采用的是轻资产运营模式。

（3）纵向一体化经营模式

纵向一体化经营模式亦称为生产和零售混合经营型模式，其优势在于一方面

可以控制研发设计、产品质量，有效降低生产成本；另一方面既可以赚取零售环节的利润，也可以提高企业对市场需求的快速反应能力。该类企业大部分产品由其他企业代为加工，但通常保有核心工厂，这样可以提升补货速度，并且能够满足特殊产品需求。该类企业既要提高企业生产能力也要直接面对消费市场，同时也要转变经营观念，由生产者导向转变成为市场导向、由产品导向转变成为品牌导向、由产品重心转向品牌重心，这对企业经营者的综合管理能力提出了更高的要求。

在国际知名品牌中，Clarks、ECCO、Bata 及国内知名品牌百丽均采用此类生产模式，如下表所示：

品牌名称	经营模式	研发、生产、营销模式
	纵向一体化经营模式的典型代表	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 原在总部斯特瑞特拥有大规模的生产工厂，目前已将工厂陆续迁到海外。 ➢ CLARKS 产品销往全球 165 个国家和地区，成为非运动鞋类的全球著名品牌。
	纵向一体化经营模式的典型代表	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 生产线分别设于丹麦、意大利、荷兰、斯洛伐克、葡萄牙、印尼、中国及印度。在厦门设立ECCO皮革（厦门）有限公司，年产皮鞋 500 万双。 ➢ 在全球拥有数千家营销网络终端。
	纵向一体化经营模式的典型代表	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 在全球 22 个国家拥有 33 个生产基地。 ➢ 全球拥有 4,700 家自营的商店和 50,000 个独立零售商和加盟店。
	纵向一体化经营模式的典型代表	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 从产品设计到开发、生产、营销、推广、分销、零售等产业链上的各个环节，全部由百丽自己承担。

数据来源：根据各公司网站和公开资料整理

2、渠道运营模式

我国皮鞋企业的渠道运营模式主要分为经销模式和直营模式。经销模式即品牌商将货物交与经销商（代理商），通过经销商（代理商）批发，再到消费终端（加盟店或消费者）。该模式的优势在于管理简单、操作方便、货款回笼快、库存风险低；品牌商借助经销商的销售渠道，可以迅速扩张网点，有效开发市场盲区，节约资金投入。但其劣势在于品牌商对终端的控制力较弱，对市场销售信息反应迟缓。

直营模式即品牌商自己开设店铺，直接面对消费者进行销售。该模式的优势

在于对终端的控制力较强，对市场热点反应迅速，但发展直营店铺需在店铺、人工、管理、资金等方面投入较多资源。目前国内鞋服行业处于快速增长阶段，品牌商通常采用经销模式以保证一定的店铺扩张速度，而保持适当的直营比例以提升对终端的控制力。

直营模式和经销模式在资金投入、终端管理、扩张速度、库存风险、信息反馈、收入确认等方面的主要区别如下：

内容	直营模式	经销模式
资金投入	多	少
管理要求	高	低
扩张速度	慢	快
库存风险	高	低
信息反馈	快	较慢
收入确认原则	货物交付给消费者，收取价款时确认收入	货物交付给分销加盟商，开具发票时确认收入

3、多品牌经营模式

目前国内知名皮鞋品牌商几乎全部采取多品牌经营战略，主要采取主打品牌系列化、自创多品牌、收购或代理其他品牌等策略。目前国内鞋企多品牌运作情况如下：

公司	原品牌	现品牌系列
百丽	百丽	百丽、思加图、他她、天美意、伐拓、森达、百思图、真美诗、美丽宝
星期六	星期六	星期六、索菲亚、菲伯丽尔、MOOFFY、RIZZO、Killah、Baldinini
达芙妮	达芙妮	达芙妮、鞋柜、Arezzo、Sofft、BORN
鸿国国际	千百度	千百度、伊伴、Lumberjack

多品牌经营可以给消费者更多的展示接触机会，使企业产品渗透到不同的市场部分，占领更大的市场。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，更令竞争者难以插足。这种高进入障碍无疑大大提高了对手的竞争成本。另一方面，多品牌策略使公司在顾客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。

4、销售终端模式

皮鞋销售终端在市场上主要有独立店和商场店中店两种形式。独立店主要指在商业中心或人群较为密集的地方单独开设的销售终端。商场店中店主要指在百货商场、大型超市、购物广场、综合市场、大型卖场、鞋城等各类大型零售商场中设立的专柜。独立店大部分位于城市的商业中心，通过醒目的招牌，独立店能够极大的吸引消费者的注意。从客流量、形象展示、运行成本、资金周转等方面，商场店中店和独立店对比如下：

项目	商场店中店	独立店
客流量	<ul style="list-style-type: none"> 商场一般地处某一区域的商业中心，交通便利，知名度高，客流大，人气旺。 	<ul style="list-style-type: none"> 客流量主要由所处的商业位置决定，在繁华地段客流量接近商场，在其他地段客流量低于商场。
诚信度	<ul style="list-style-type: none"> 商场信誉度较高，在诚信度方面有着显著的优势。 	<ul style="list-style-type: none"> 不同品牌企业开设的独立店诚信度相差较大。
品牌推广和形象展示	<ul style="list-style-type: none"> 受制于商场的环境，商场店中店很难在形象设计或企业文化方面展示出自己的特色，容易产生“千人一面”的感觉，对品牌的建立和推广不利。 	<ul style="list-style-type: none"> 独立店一个突出优势在于品牌推广和形象展示。利用独立的门店，能很好地展示企业的形象，突出企业经营理念和产品特色。
运行成本	<ul style="list-style-type: none"> 无需购置物业或缴纳房租，但需把销售额的一定百分比交付给商场，俗称“扣点”； 商场店中店通常需缴纳如“进场费”、“促销费”、“柜台费”、“宣传费”等各种费用，给企业增加经营成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 需自行购置物业或租赁物业并缴纳房租； 独立店的经营费用相对固定并可以预测。
促销活动	<ul style="list-style-type: none"> 企业需参加商场统一组织的促销活动； 随着商场竞争的加剧，商场促销活动频繁且打折较多，给商场店中店经营产生一定影响。 	<ul style="list-style-type: none"> 可以按照企业的总体规划开展营销活动，并可根据市场情况的变化，随时调整经营策略。
资金周转	<ul style="list-style-type: none"> 由商场统一收款结算，现金回笼较慢。 	<ul style="list-style-type: none"> 资金回笼较快。
灵活性	<ul style="list-style-type: none"> 店堂布局、风格、经营品种、品牌推广、促销宣传等均受制于商场，灵活性较差。 	<ul style="list-style-type: none"> 可以按照企业的总体规划进行调整，灵活性高。

在传统营销模式下，大量的皮鞋企业纷纷涌进商场终端，相互竞争激烈，企业运行成本增加。而采用独立店模式，企业对于终端的管控能力较强，能够将企

业自身的管理经验、营销能力传授给独立店，节约了双方的人力、资源和市场成本。随着渠道运作的不断精细化，临街独立店已经成为重要的销售渠道。

（六）进入本行业的主要障碍

中国现行的法律、法规及政策对皮鞋行业的准入无具有针对性的规定，进入本行业的难度主要集中在以下方面：

1、品牌壁垒

皮鞋消费中品牌对产品销售起着重大作用，知名品牌拥有稳定的消费群体。随着人均收入与消费水平的提高，品牌皮鞋的消费比重越来越大，而一个知名品牌的树立是一家企业在产品质量、产品设计、品牌定位、工艺技术和管理服务等诸多方面长期耕耘的结果。行业内的先行者已经树立了较好的品牌，有了稳定的客户群，皮鞋行业的新进入者难以在短时间内建立起稳固的品牌争夺现有的消费者。

2、营销网络壁垒

营销网络是消费品企业赢得市场的关键。建立稳定盈利的销售终端是一个系统性工程，而全国性营销网络的建立需要长期投入大量人力、财力、物力。拥有全国性的市场网络有利于在产品组织、品牌维护、人员培养、成本控制、信息系统建设等方面形成优势，而这些方面的优势又有利于营销网络的进一步扩张，形成良性循环。企业利用强大的营销网络，产品可以不断推陈出新，抢占市场先机；而新进入者则进入相反的恶性循环中，需要较长时间的投入才能扭转这样明显的劣势。

3、管理能力障碍

皮鞋业经营的是少批量、多品种、时尚性的产品，对企业管理能力的要求高。管理能力好的企业拥有高效率和低成本，可以不断提升企业竞争力和经营效益。而企业在营销网络、研发、采购、生产等方面管理能力的形成需要较长时间的积累，新进入者必须花费大量时间精力才能将管理能力提升到相当高度。

4、技术、研发障碍

按照品牌的定位进行产品匹配性设计,形成符合品牌定位的产品风格是保证品牌生存和发展的关键。中档以上品牌对企业的动态研发能力要求比较高,研发实力薄弱、产品更新率低、市场认可度低的企业难在中档以上市场获得利润空间。

(七) 行业利润水平的变动趋势及变动原因

(1) 受国际金融危机和成本上涨影响,2008年和2009年我国皮鞋加工业盈利能力下降

作为一个成熟的传统行业,皮鞋行业进入门槛相对较低,皮鞋制造业的利润处于一个较低的水平。2008年、2009年,随着原材料价格上涨、人民币升值加快、劳务成本上升,皮鞋行业利润率受到较大程度的影响。2009年我国皮鞋出口8.8亿双,83.6亿美元,同比分别下降21.8%和14.9%(数据来源:中国皮革网)。在日趋严峻的经营环境下,一批小规模、小作坊式的企业部分停产。

(2) 由于国内需求持续增长,拥有品牌和完善营销网络的国内知名鞋企毛利率和净利率水平不断提升

2008年宏观经济的繁荣给品牌皮鞋提供了良好发展机遇。2009年,经济危机对行业产生一定负面影响,但与其他行业比较,仍是为数不多获得两位数增长的行业。随着我国人均收入持续增长,品牌皮鞋的消费比重将稳步提升。行业内的品牌企业利用产品开发、技术创新和整体实力等优势,不断提升产品档次,降低单位成本,使得行业毛利率逐年上升。2008-2010年行业内主要上市公司毛利率水平变动情况参见下表:

公司	毛利率		
	2010年	2009年	2008年
星期六	47.38%	47.00%	44.87%
百丽国际(鞋类)	67.98%	65.42%	64.88%
达芙妮国际	57.38%	54.99%	52.70%
盈进集团	57.43%	54.36%	59.15%
利信达集团	60.63%	52.56%	49.99%

数据来源:各公司年报

(八) 影响行业发展的主要因素

1、影响本行业发展的有利因素

(1) 国民经济持续稳定健康发展为本行业提供良好的宏观经济环境

皮鞋是日用消费品，其购买直接受人均收入的影响。中国国民经济呈现持续稳定健康发展的良好态势，人均收入持续稳定地提高，为皮鞋行业提供了持续增长的市场需求。国家统计局于 2010 年 1 月 21 日发布，2009 年中国城镇居民人均可支配收入 17,175 元，比 2008 年实际增长 9.8%。这部分人具有较强的皮鞋消费购买能力，是皮鞋消费的主力军。城乡居民购买力的提高、消费结构升级将推动鞋业品牌向更高层次发展，提高整个行业的发展空间。

(2) 国家政策大力支持行业的发展

皮鞋行业是能发挥中国劳动力资源竞争优势的行业，是国家鼓励发展的行业。改革开放以来，中国制鞋业发展迅速，目前鞋类产品产量、出口均居世界第一，成为世界最大的鞋类生产国和出口国。根据皮革行业“十一五”规划，皮鞋行业需加快产业结构调整 and 升级，进一步提高整体素质和国际竞争力、增强可持续发展能力，使全行业从数量主导型过渡到以质量、品牌、环保、效益型为主导的“二次创业”发展新阶段。

(3) 国家鼓励消费和扩大内需的产业政策为行业发展提供强大支持

“十一五”期间，尤其是在经历了国际金融危机之后，中国将进一步扩大国内需求，调整投资和消费的关系，增强消费对经济增长的拉动作用，鼓励皮革及其他轻工行业开发新产品，提高技术含量和质量。“十一五”期间皮鞋行业将加大科技投入，增强自主创新能力，立足发展自主品牌，立足扩大内需，力求产业发展由依靠出口拉动向内需与外需协调带动转变。

(4) 中国零售业蓬勃发展为鞋业销售终端的发展创造了良好的市场环境

经过 30 年的改革和发展，中国零售市场体系已初步建立。目前，中国零售市场上的零售业态几乎包含了世界上所有的零售业态。销售渠道包括百货商场、大型超市、专卖店、批发市场、综合卖场及其他各种零售网络。个性化和品牌化的销售终端适应了消费者新的消费趋势，为鞋类企业创造了良好的市场环境。

(5) 中国鞋业已形成了成熟、完整的产业链，为行业发展提供了保障

制鞋业是劳动密集型产业，中国在资源和劳动力成本上优势明显。中国鞋业凭借较高的劳动力素质和较低的劳动力价格优势，在国际市场中保持着良好的竞争优势。经过 30 年的发展，中国制鞋业已形成完整的产业链，有日趋成熟的生产技术和完整的配套环节，为行业发展提供了保障。

2、影响本行业发展的不利因素

（1）粗放的增长方式及低水平扩张降低了行业的发展质量

中国规模较小的制鞋企业自主创新能力不强，质量、品牌建设处于较低水平，初具规模的企业较大程度地依赖外贸和贴牌加工，产品附加值不高，为争抢市场竞相杀价，形成恶性竞争的态势，粗放的增长方式及低水平扩张降低了行业的发展质量。

（2）品牌创新能力不强

鞋业品牌的形成是经过市场竞争的长期考验的结果。近年来，通过实施名牌战略，并逐步加大产品设计与开发力度，国内已形成一批优秀品牌鞋业群体，但从总体上看，中国鞋类企业的品牌意识及推广能力不强，研发投入相对不足，行业跟风模仿比较普遍，这与中国作为鞋业生产大国和出口大国的地位极不相称。

（3）信息管理系统比较落后

日渐成熟的消费者对皮鞋产品时尚度要求不断提高，这意味着鞋企需在及时感知市场和流行趋势变化的基础上，迅速组织产品的设计、生产、运输、配送和销售，提高市场响应速度。而企业只有拥有了先进的信息管理系统，才能做到对市场信息的及时了解和对市场变化的快速反应。目前我国鞋企对信息管理系统的投入较为欠缺，从而影响鞋企的品牌提升和经营业绩。

（九）行业技术水平及发展趋势

经过多年的发展，我国制鞋技术装备及配套产业水平得到了大幅提高。皮革机械、皮革化工、皮革五金、辅料等配套行业有力地促进了制鞋行业的持续发展，合成材料、鞋楦等也得到了快速发展。皮鞋制造业的技术应用情况如下：

1、制鞋业的机械化、自动化、智能化水平大幅度提高，计算机技术、人机

工程学原理、高科技的鞋底和鞋面已全面进入制鞋业，制鞋业的生产效率、工艺水平和现代感、时尚感有了明显提高。

2、制鞋业生产越来越像“装配作业”，制鞋工艺不断细分，鞋面、鞋底、鞋跟、加固材料等部件专业化生产。制鞋商可以在全球范围采购，到销售地进行装配，全球生产、全球研发的趋势加快。

3、快速多变的市场需求对研发设计提出更高的要求。皮鞋消费已经打破过去的固定风格，消费者越来越注重个性化、功能化需求。缩短研发周期，建立强大的时尚资讯数据库系统能够确保在最短的时间里捕捉到时尚元素，开发出符合消费者喜好的产品。

（十）行业的周期性、季节性和区域性特征

皮鞋属于生活必需品，与人们生活密切相关，行业周期性特征较小。价格较高的高档时尚鞋类产品受宏观经济周期的影响较为明显，价格较低的满足基本着装需要的鞋类产品受经济周期影响相对较小。

因鞋类产品属于居民生活消费用品，理论上来说一年四季每天都会产生需求，因此从整体上看鞋类产品销售收入的波动性、周期性不明显。但一般情况下鞋类产品的推出和销售均按季节进行规划，每个季度会有不同类别产品上市，每类产品在不同时期的销售方式和策略会因季节和时间不同存在差异。

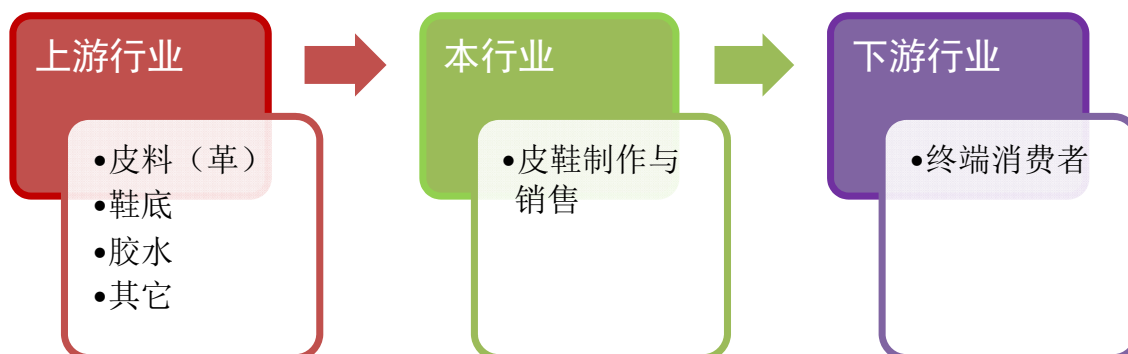
鞋类产品销售具有一定的地域性。主要原因在于中国地域广阔，各地经济发展程度、消费者的审美观念和消费能力、气候条件及对鞋类产品的偏好特征都存在差异，因而产品的销售方式也不同，东部沿海及各一线城市购买力较高，对时尚趋势也较为敏感，而二、三线城市及周边地区的购买力和时尚敏感度则较低。

（十一）发行人所处产业与上、下游行业之间的关联性

1、产业链概述

皮鞋行业上游产业是原材料，包括皮革（料）、鞋底、胶水、其他辅料等。下游产业是零售业，是皮鞋产品的输出对象和消化空间。以皮鞋行业为中游，皮鞋产业链可参见下图：

图 6-9 皮鞋制造业产业链示意图



2、上游行业发展状况对本行业及其发展前景的影响

皮鞋行业所需最主要的原材料是皮革，皮鞋行业的发展带动了皮革（料）业的发展。皮革行业是中国轻工业行业中的支柱产业。近年来，随着中国皮革工业的快速发展，中国已成为全球制革生产大国、贸易大国和消费大国，主要产品的产量均居世界前列。2009 年我国规模以上制革企业轻革产量实现了正增长，为 6.9 亿平方米，同比增长 0.4%，2008 年同期为下降 1.1%（数据来源：慧聪网）。皮革行业在《轻工业调整和振兴规划》中被列为重点支持的行业，中国皮革行业经过调整优化结构，在全国已初步形成了一批专业化、分工明确、特色突出、对拉动当地经济起着举足轻重作用的皮革生产特色区域和专业市场，保持着良好的发展势头。

但是，作为皮鞋行业的基础，中国皮革行业尚存在原料皮质量差、数量不足，环保治理任务繁重等问题。目前，中国制革原料皮不能满足制革原料的需求，而中国的制革污水治理效果和废物综合利用水平都低于国际先进水平。

3、下游行业发展状况对本行业及其发展前景的影响

皮鞋行业下游行业是零售业。零售业态的丰富及不断升级，带动皮鞋行业向时尚化、科技化、高舒适度的方向发展，有利于皮鞋行业产品结构的升级和增强皮鞋企业的市场竞争力。

四、发行人在行业中的竞争地位

（一）行业竞争格局

随着有效消费需求的释放和消费升级，国内皮鞋行业品牌竞争和市场细分时代已经来临。这种品牌和市场细分不仅仅局限于品种、档次、区域的进一步细分，更表现在以产品风格和消费群细分为特点的深度细分。在此背景下，未来鞋类企业将逐步调整产品结构，提高产品质量和档次，提高产品附加值。

1、市场竞争格局

（1）高端市场

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，国际知名品牌皮鞋在国内消费量剧增。高端品牌除了 LV、Dunhill、Hermès、Gucci 等奢侈品品牌外，还有 Clarks、ECCO、GEOX、VALLEVERDE 等。

（2）中端市场

市场容量大，竞争集中在港台企业和国内知名鞋企，毛利率较高，主要依靠综合能力（产品、营销、网络、品牌等）取胜。消费者对质量、款式的关注度较高，对价格较敏感。目前国内皮鞋中端市场的主要品牌有：金利来、花花公子、皮尔卡丹、鳄鱼、百丽、森达、奥康、星期六、达芙妮、康奈、红蜻蜓等。

（3）低端市场

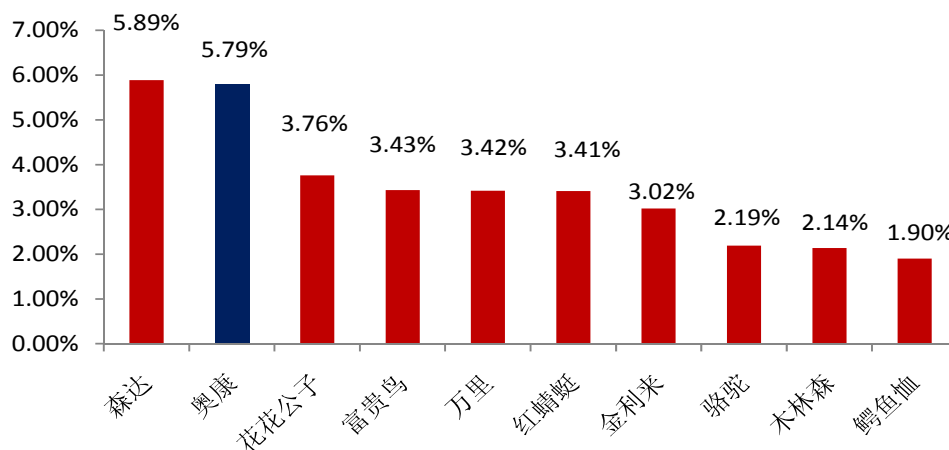
市场容量大，但竞争激烈，大量作坊式小厂参与竞争。毛利率低，靠规模出效益。消费者对价格敏感，对品牌的关注度不高。

2、市场占有率

（1）男皮鞋市场占有率

根据中国行业企业信息发布中心（CIIC）发布的消费品市场重点调查报告显示，2010 年我国男皮鞋市场销量领先的十大品牌依次为：森达、奥康、花花公子、富贵鸟、万里、红蜻蜓、金利来、骆驼、木林森、鳄鱼恤。十强的合计份额为 34.96%，其中森达、奥康的市场份额超过 5%，分别为 5.89%和 5.79%。

图 6-10 2010 年我国男皮鞋市场占有率

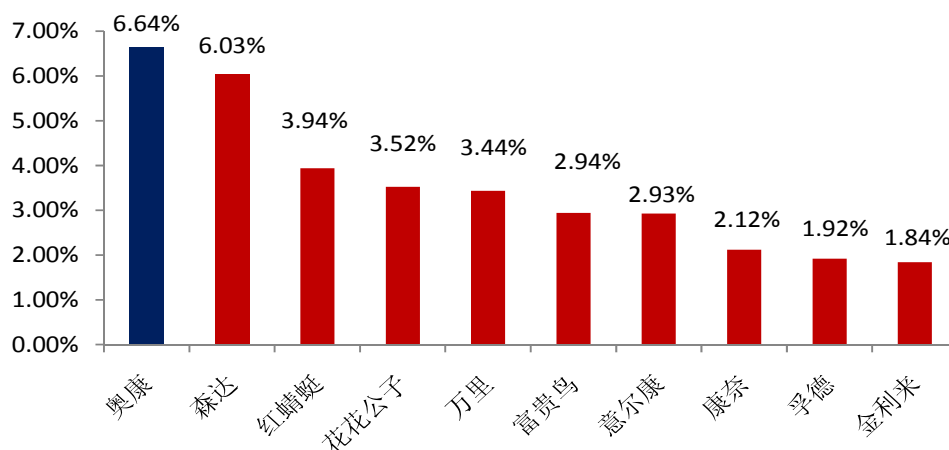


数据来源：CIIC

(2) 华东地区男皮鞋市场占有率

根据 CIIC 发布的消费品市场重点调查报告显示，2010 年华东地区男皮鞋市场销量领先的十大品牌依次为：奥康、森达、红蜻蜓、花花公子、万里、富贵鸟、意尔康、康奈、孚德、金利来。其中奥康男皮鞋在华东地区市场优势明显，为 6.64%，高居市场占有率第一名。

图 6-11 2010 年华东地区男皮鞋市场占有率



数据来源：CIIC

（二）发行人的竞争优势

1、较高的品牌知名度

公司作为国内领先的鞋业制造商和零售商，实施以“奥康”品牌为主，“康龙”、“红火鸟”、“美丽佳人”、“万利威德”品牌为辅的多品牌错位经营的市场经营策略，紧紧围绕对不同消费者不同需求进行差异化满足的原则，通过差异化的品牌风格、产品设计、价格定位等各种举措及营销活动，不断提升品牌形象，满足各类细分市场需求。

品牌	奥康	康龙	红火鸟	美丽佳人	万利威德
品牌风格	商务时尚	休闲时尚	年轻时尚	前卫时尚	尊贵时尚
目标消费群	20-45岁 商务人群	20-35岁 休闲人群	18-35岁 年轻人群	20-35岁 女性前卫人群	25-40岁 成功富裕人群
一般价格	300-500元	300-500元	200-300元	400-800元	1,000-3,000元

“奥康”品牌以“商务时尚”作为核心，以商务人群作为目标消费群，以时尚作为设计核心，倡导“成功=梦想+行动”的成功哲学；以“梦想是走出来的”作为传播理念，给奋斗在路上的人群以力量支持。

“康龙”品牌以休闲人群作为主要目标群体，聘请何炅、谢娜、李维嘉、杜海涛、吴昕作为品牌时尚顾问，倡导轻松快乐理念，让消费者在工作与生活中充分享受品牌带来的轻松、舒适与快乐。

“红火鸟”品牌以大众消费者作为主要目标群体，聘请韩国知名艺人李承炫及其妹妹李妍智作为形象代言人，让消费者充分体验到时尚又实惠的产品。

“美丽佳人”品牌以前卫时尚的女性消费者作为目标消费群，让富裕时尚的消费者享受到前卫设计带来的满足感。

“万利威德”品牌以尊贵时尚的消费者作为目标消费群，让成功时尚的消费者享受到高品位的满足感。

公司获得的主要荣誉如下：

序号	荣誉称号	授予单位	授予时间
1	1998 中国真皮鞋王	中国皮革协会	1998年2月
2	2000 中国真皮鞋王	中国皮革协会	2000年2月
3	2002 中国真皮鞋王	中国皮革协会	2002年2月

序号	荣誉称号	授予单位	授予时间
4	2004 中国真皮鞋王	中国皮革协会	2004 年 2 月
5	2006 中国真皮领先鞋王	中国皮革协会	2006 年 2 月
6	2009 中国真皮领先鞋王	中国皮革协会	2009 年 4 月
7	驰名商标（奥康）	浙江省工商行政管理局	2006 年 8 月
8	驰名商标（奥康）	浙江省工商行政管理局	2009 年 9 月
9	驰名商标（AOKANG）	国家商标局	2010 年 1 月
10	驰名商标（康龙）	浙江省工商行政管理局	2009 年 9 月
11	驰名商标（康龙 KANGLONG）	国家商标局	2010 年 10 月
12	浙江省名牌产品（康龙）	浙江省质量技术监督局	2007 年 3 月
13	浙江省名牌产品（美丽佳人）	浙江省质量技术监督局	2010 年 9 月
14	2009 年度同类产品市场销量第一位	中国商业联合会、中华全国商业企业信息中心	2010 年 3 月
15	第十一届全国质量奖	中国质量协会	2011 年 10 月

2、创新的营销策划

奥康品牌从创立伊始就不断创新营销策划，与一流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，为公司不断创造新的业绩提供了重要保障。

（1）奥运营销

2008年，奥康品牌成功实施奥运营销战略，以获得“北京2008年奥运会皮具产品供应商”及“北京2008年残奥会皮具产品独家供应商”等称谓及“北京奥组委徽记”的授权使用为主线，把奥运营销与公益行动结合起来，启动2008“公益奥运”的“圆梦行动”。随着“马燕红·奥康优秀退役运动员脊椎矫正康复计划”、“杨凌·奥康儿童复明病房”、“田亮·奥康爱心病房”、“高敏·奥康北京体育大学贫困地区体育支教奖学金”、“王军霞·西部万人长跑”等奥康·奥运圆梦行动系列公益活动的完成，奥康爱心、责任心的形象深入人心。奥运营销使奥康品牌知名度得到大幅提升，入选当年中国十大广告运动，进入中国十大品牌营销榜。同时，公司在国内启动了体验奥运活动，推出了奥运限量鞋及“祥”系列鞋，围绕北京奥运会开展了一系列的主题活动。公司将品牌传播与产品、市场终端紧密结合，广告诉求从品牌向产品、品质过渡，通过开发透气、防震等功能又体现绿

色、人文、科技等奥运主题的产品，为奥康的“奥运之旅”添上新的亮色。

(2) 体育及娱乐营销

2006 年，公司与浙江卫视合作“康龙之夜”《男生女生》节目，使康龙品牌放松休闲的内涵广为流传。2007 年，公司与 CCTV-5“武林大会”正式签署了战略合作协议，开展为期三年的合作关系。

公司在娱乐营销领域不断追踪热点，进行新的尝试。2009 年 4 月，公司投入近千万元在全国各地开展“奥康 Office 时尚达人”选拔活动，公司用娱乐的精神和心态，带动消费者自信乐观面对生活。“奥康 Office 时尚达人”是东南卫视 2009 年度力推的一档时尚真人秀节目，获得该频道最优质宣传资源的全力支持。以商务时尚为品牌诉求的奥康品牌，为广大都市白领提供一个展现时尚素养的舞台，打造了一批中国商务时尚领袖人物。2009 年公司与湖南卫视《丑女无敌第二季》、浙江卫视《爱上女主播》，2010 年与湖南卫视《快乐家族》、江苏卫视《非诚勿扰》开展深度合作，均成为业界经典案例，不断提升奥康品牌的知名度和美誉度。

2008 年末，奥康与国际 4A 广告公司 leoburnett（李奥贝纳）上海公司战略合作，开启品牌走向国际时尚的提升运动。在品牌传播上一改常用战术，采取以季度性阶段性电视、户外、终端、活动的创意活动整合推广，让大众感受到奥康格调转变及产品的时尚新鲜感。

公司营销策划重大事件一览表

时间	营销策划	事件内容
2003 年	推出品牌口号“梦想，是走出来的”	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 2003 年 10 月，奥康品牌推出新标识； ➢ A 字变为 Δ，峰的姿态；K 字母上方所加的图形符号，强调“突破的一点”，体现奥康品牌的突破精神，同时既给人以路的延伸感，是“路”、“人”、“鞋”的空间想象传达，以此作为品牌视觉形象发散和延伸推广的集散点。
2007 年	奥运营销	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 奥康品牌成为 2008 年北京奥运会皮具产品供应商； ➢ 2007 年 11 月，“亚洲飞人”刘翔牵手奥康，出任奥康形象大使，同时担任奥康奥运圆梦行动的特别形象大使； ➢ 杨凌、田亮、高敏、王军霞、钱红等奥运冠军均以奥运圆梦行动大使的身份参加了帮助病患儿童、设

时间	营销策划	事件内容
		立体育奖学金等活动； ➤ 公司以刘翔的名义设立了“十佳奥运冠军启蒙教练”奖，以回报为奥运冠军成名前默默贡献的基层教练。
2007年	体育营销	➤ 2007年11月，中视体育推广有限公司与奥康正式合作，由中国大学生体育协会、中央电视台体育节目中心主办、中视体育推广有限公司承办和制作的《武林大会》以“康龙·武林大会”的形象面向广大电视观众和武术爱好者推出。
2009年	娱乐营销之《丑女无敌第二季》	➤ 与湖南卫视合作《丑女无敌第二季》，成功植入奥康广告。
2009年	娱乐营销之《奥康Office时尚达人》	➤ 与东南卫视合作《奥康Office时尚达人》，收视率较高。
2009年	娱乐营销之《爱上女主播》	➤ 与浙江卫视电视剧《爱上女主播》开展深度营销合作，“爱上女主播、爱上奥康”、“商务度假风”等品牌理念得到了成功诠释。
2010年	商务营销	➤ 2010年公司与CCTV-2经济频道《第一时间》开展合作，以商务人群作为目标群体进行品牌推广。
2010年-2011年	娱乐营销之《非诚勿扰》	➤ 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。
2010年-2011年	快乐营销之“快乐家族”	➤ 湖南卫视“快乐家族”五名成员——何炅、谢娜、李维嘉、杜海涛、吴昕牵手康龙，“快乐家族”全体成员不仅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。

3、完善的营销网络

公司根据市场发展趋势，以市场为导向，采取了多种方式积极拓展营销网络，提高市场覆盖率与占有率。

(1) “区域第一”的营销网络建设策略

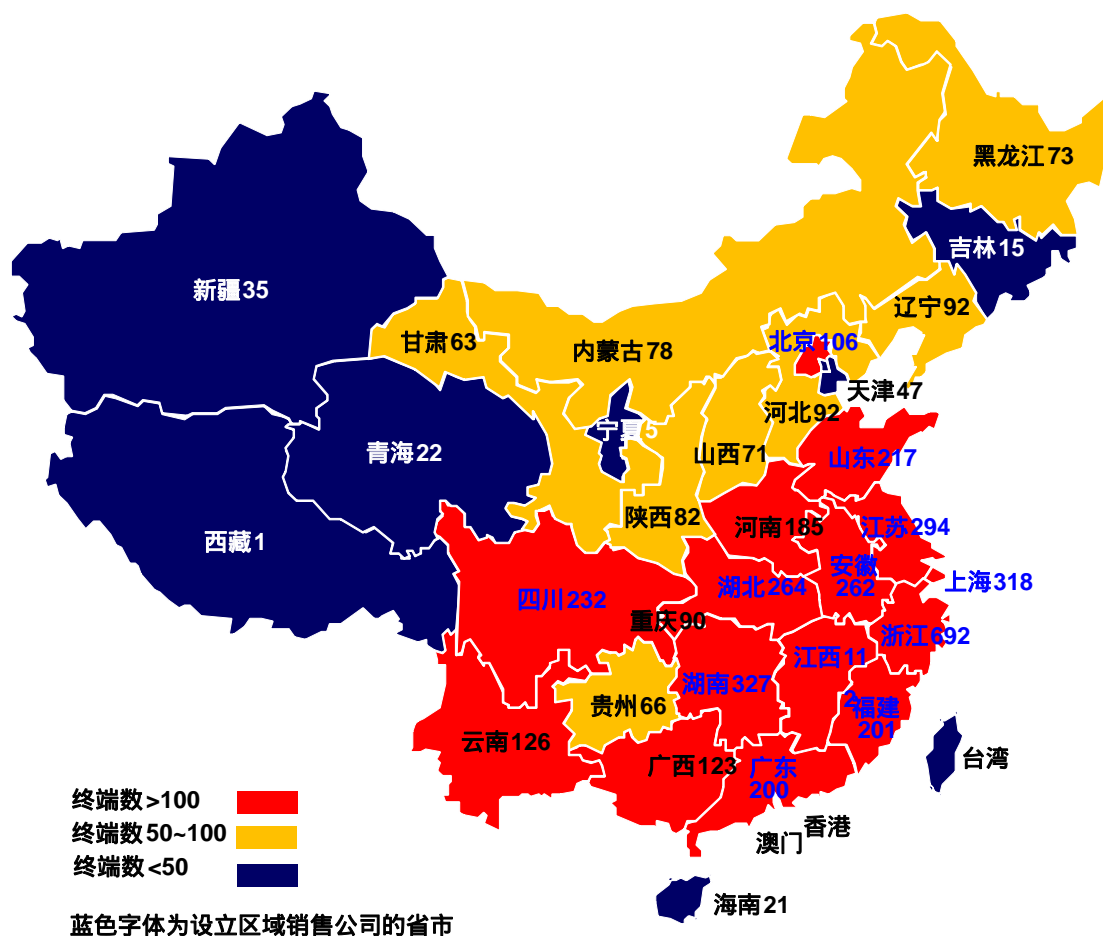
“打造区域第一”是公司市场开拓的核心方针。公司在市场调研与规划的基础上，集中资源，重点突破，实施了“1+N”（“1”代表旗舰店或形象店，“N”代表标准店）的市场策略，形成品牌规模效应，打造品牌从领先到领导，从强势到垄断，实现品牌在当地区域的第一目标。

(2) 灵活的激励措施

为鼓励经销商在公司授权的经营区域内提升管理效能，扩张市场份额，公司制定了一系列的激励政策，如设立奥康营销凤凰奖，对业绩突出的经销商进行表彰和激励；为鼓励经销商在品牌建设方面的投入，公司开展“第一品牌工程”，并设立第一品牌奖励基金，用于奖励在“第一品牌工程”实施中做出贡献的经销商。

公司通过以上措施，利用经销与直营相结合的渠道发展模式，有效地整合了资源，形成庞大的销售网络，实现规模经营和快速扩张。截至 2011 年 12 月 31 日，公司在全国各地的销售网点为 4,512 家，其中直营店铺 477 家，经销店铺 4,035 家。目前公司已在全国拥有成熟的营销网络运营体系，盈利能力不断增强，形成公司独有的核心竞争力。

图 6-12 公司营销网络分布图



4、雄厚的研发实力

为向全球消费者提供科技、时尚、舒适的皮鞋产品，公司不断持续加大研发投入。公司研发的“垫脚系列”技术能使鞋垫可以自动制冷或制热；“舒适中底”技术使鞋垫弧度完全贴合人体脚底曲线，穿起来舒适自如，走路轻松省力。上述技术已经投入市场应用并赢得消费者认可。

2007年，公司投入数千万科技研发经费成立“奥康鞋类科技研究院”。2010年，又投资成立“高科技数字化研发基地”，率先引领中国鞋企从传统手工时代进入数字化研发时代。公司参与审定了多项皮鞋行业标准。公司拥有国家知识产权局授权专利36项，并已部分投入生产应用，以提升奥康皮鞋的产品附加值。

5、引领潮流的设计能力

公司将产品的设计视为企业的生存之源，在对品牌形象与品牌定位的革新升级同时，公司对产品的研发设计予以了高度重视，已建立起专业设计人员和工艺技术人员组成的设计团队。公司的设计团队主要由自身长期以来自主培养的设计师组成，其对奥康品牌以及本公司的历史与发展情况非常熟悉。设计团队一直保持了很好的稳定性，设计人员年龄结构分布均匀，使得设计团队在保持年轻活力的同时也令资深设计师经验得到了有效传承。公司不仅每季度能开发出3,000多个新款，同时还能保证在补单过程中搭配充足的新款。

为捕捉国际流行趋势，公司在中国南方制鞋工业之都东莞设立了东莞分公司。为了获得第一手翔实资讯，公司聘请意大利著名设计师，将新工艺、新材料、新设计理念和款式带到公司。

经过不断努力，公司产品设计和品牌建设取得重大突破，奥康产品既考虑了国际、国内的流行时尚情况、国内不同区域消费者对服装款式的需求、竞争对手的产品设计和过往公司各类产品的销售情况，也综合考虑了供应链下游各经销商所处的各地市场和其店铺情况的独特性以及供应链上游供应商的生产成本控制要求。公司产品形成了自己独特的风格和定位，以及时尚且蕴含丰富的品牌文化。

6、稳健进取的管理团队

自创立以来，公司始终将主业放在皮鞋行业上，聚焦商务和休闲两大细分市场

场，不断调整和优化业务发展模式，着力打造奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人、万利威德等皮鞋品牌，致力于成为皮鞋行业自主品牌领导企业。

公司高管层及中层管理团队具有丰富的品牌运营经验，并且经过多年的积累，具备了稳妥决策和稳健经营的能力。公司核心管理团队平均年龄 37.6 岁，在公司的平均服务年限为 11.6 年，具有皮鞋行业丰富的运营管理经验和广泛的知识，对本公司近年的快速发展发挥了举足轻重的作用。公司重视对业务骨干的持续教育和培训，分市场营销、生产研发、销售终端三个体系进行纵向培养，同时开设供应链下游经销商经营人员培训。公司常年开设核心管理团队班、营销总经理班、营销经理班、HR 经理班、生产研发经理班、营运督导班等特色班级学习项目，满足公司的人才需求，支持公司业务发展。

在管理团队的带领下，根据公司各品牌各自的特点和差异化的战略定位，公司建立并优化了品牌运作模式，构建以市场需求预测为导向的商品规划体系来指导设计、采购、生产、物流和销售等各方面资源的配置，使得各个业务环节能够紧密结合，高效运转。

（二）发行人的竞争劣势

1、终端店铺的稳定性和控制力有待增强

受制于融资渠道的单一，公司主要通过借助经销商的人力、财力和物力来拓展二、三线城市的营销网络。但由于各地经销商的实力，特别是资金实力参差不齐，因此本公司难以确保经销商可获得当地适合皮鞋产品销售的优质店铺资源。同时，由于本公司无法对经销商的店铺资源予以完全控制，因此难以长期固定所有店铺场所从而保证公司销售终端的稳定性。为适应未来业务发展的需要，本公司的店铺资源尚需丰富、稳定性尚需提高。

2、信息管理劣势

公司信息系统与国外竞争对手尚存在较大差距，本公司虽然已在信息管理系统的开发上投入大量的人力和物力，信息管理系统也能够覆盖供应链的所有环节，但是在生产资源管理、商品企划、产品生命周期管理等业务系统以及财务、人事等支持系统等方面仍无法与国际知名皮鞋企业相比，与不断进入中国的国外

竞争对手尚存在较大差距。

五、发行人主营业务情况

（一）公司的主要产品及其用途

公司目前主要经营奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人、万利威德五大自有品牌的皮鞋及皮具产品，为国内领先的皮鞋及皮具品牌运营商。

公司产品种类主要有商务正装鞋、休闲鞋等皮鞋以及皮箱和皮夹等皮具，主要用于满足消费者日益增长的对商务、休闲皮鞋及皮具产品的消费需求，在满足其基本功能后，满足其时尚需要。

（二）主要产品的工艺流程

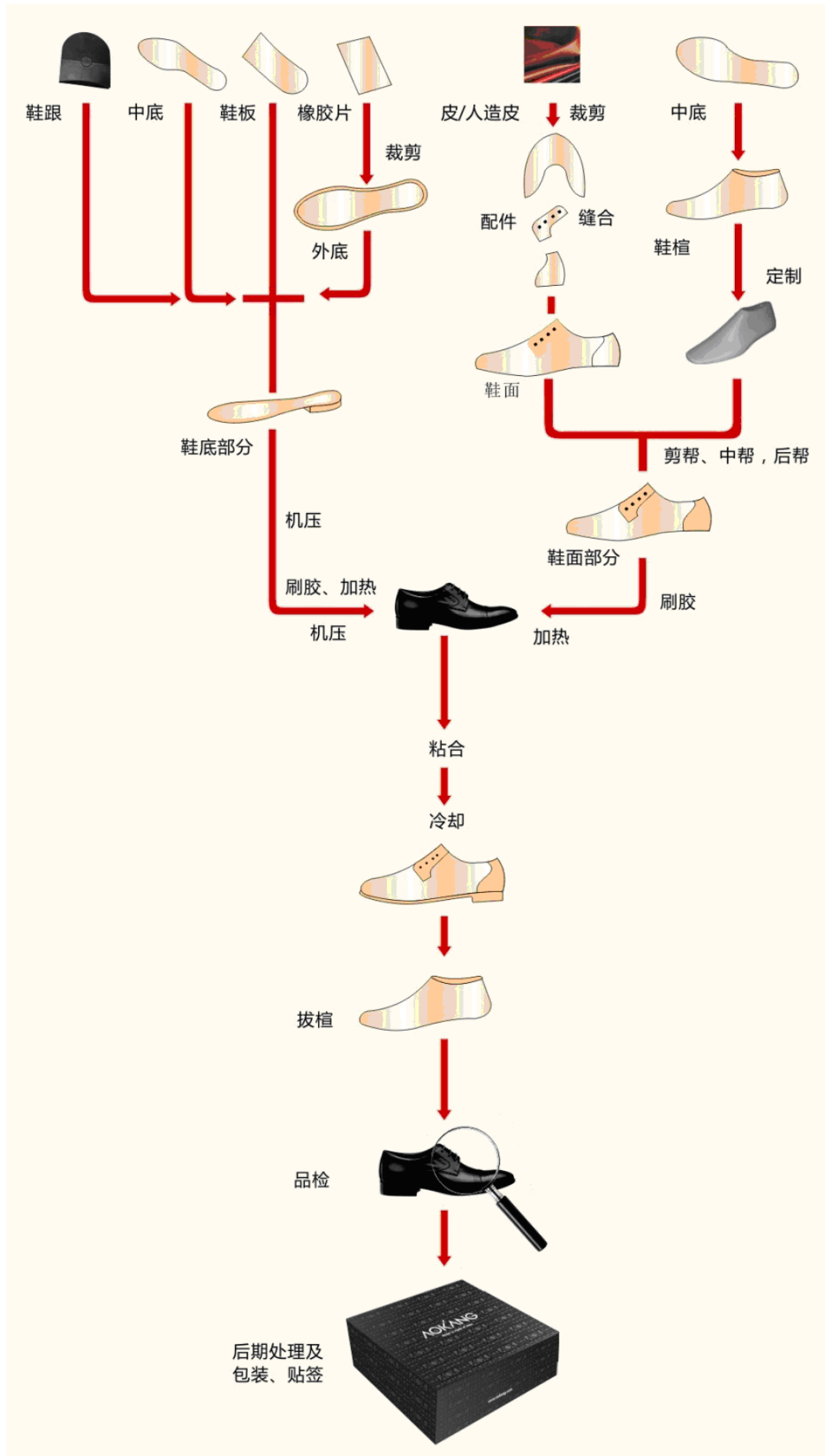
皮鞋生产过程可分为裁断（材料裁剪）、针车（鞋面制作）、鞋底加工（包括外底和内底）、成型（组装鞋面和鞋底）和表面处理四个主要阶段。

1、裁断，就是将原辅材料根据设计样板进行裁剪，必须做到同双尺码相同，皮纹、粗细均匀；

2、针车，就是将裁断过的鞋面材料（鞋帮、辅料、外协材料等），由车缝机将不同鞋面材料缝合起来制成鞋面；

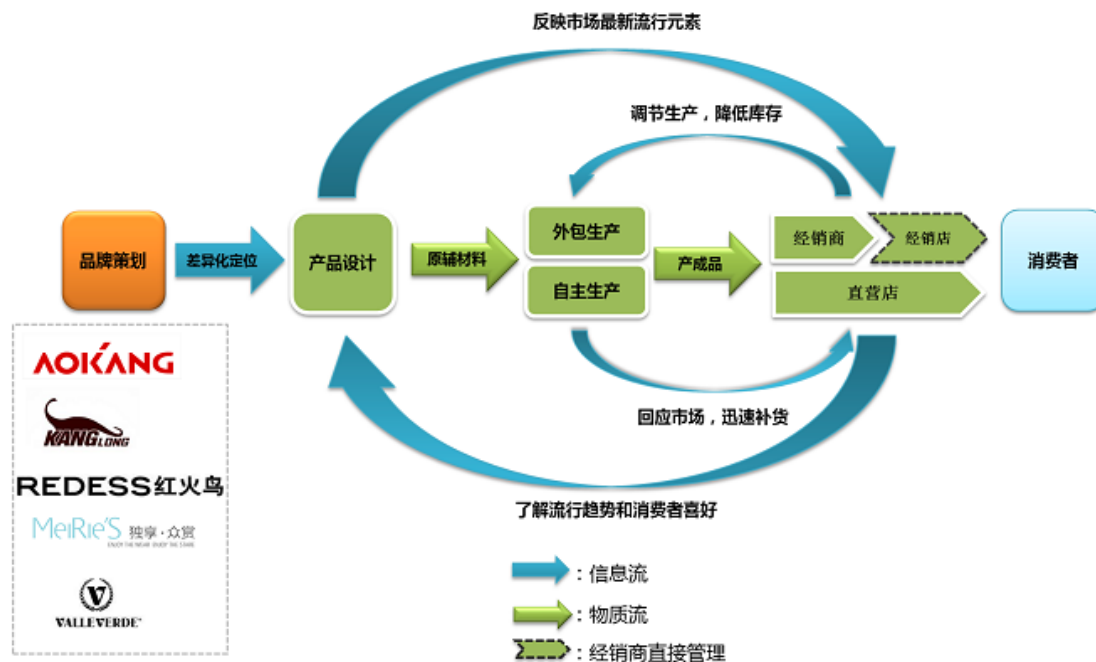
3、外底根据各种尺寸和规格由乙烯-乙酸乙烯共聚物、聚氨酯及橡胶裁剪或打磨而成；内底（含中底）一般由布料、泡棉、中底板等由裁断机裁剪再贴合而成；

4、鞋面和鞋底做好后，进入成型阶段，首先将中底与楦头粘在一起（采用无钉作业），用前帮机帮鞋头，经过腰帮、后帮、划画、打砂轮、刷胶、贴底（鞋面与鞋底的组合），鞋面和鞋底粘合后用压底机压紧粘牢，再用冷却机冷却以绷紧各个部分；最后的工序是从制成的鞋脱去鞋楦后，进行表面处理工序如擦鞋油、抛光等，再贴标签，最后由公司质检人员对已制成的鞋进行检验，检验合格后再按订单规格装入鞋盒，在出货前须经质量部门验货后方可出货。



（三）公司的经营模式

公司主要实行纵向一体化业务模式，业务涉及皮鞋皮具的品牌策划、产品设计、生产、经销零售等产业链上的各个环节，并通过分销管理系统、ERP 管理系统等整合各个环节的信息资源，为各业务运营阶段增值。公司经营模式如下：



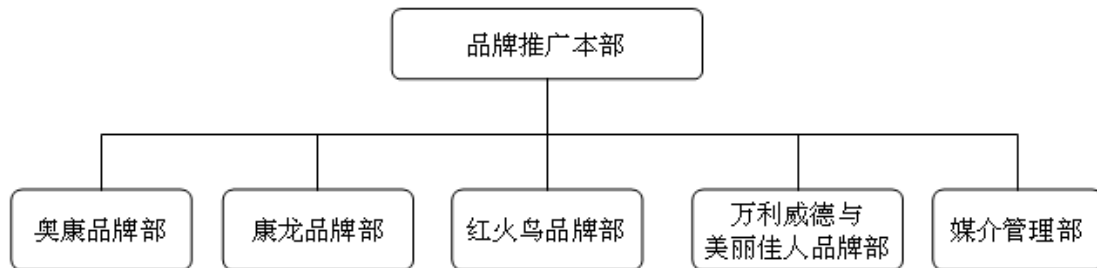
实行纵向一体化的业务模式，公司实现了对产业链各个环节的直接、及时和有效的控制。在物流方面，公司形成了“多边共赢的物流模式”，将供应商、仓储、配送中心和经销商与公司生产有机地合成一体，实现资源的有效整合，降低成本，提高服务水平，实现对顾客需求及其变化的积极响应。在信息流方面，公司借助高效的信息技术系统，实现信息的无缝循环，提升对市场的响应速度，使产品设计部门及时跟踪流行趋势和消费者喜好的变化，设计出反映市场最新流行元素的产品；使生产部门可以根据经销商和直营店获取的反馈信息调整库存数量、种类等，缩短畅销产品的上市时间，降低非畅销产品的生产和库存，从而提高存货周转率，减低对资金的占用，提升公司的流动性。

公司通过信息系统将遍布全国的直营店、经销店整合到一起，随时掌握最新销售动态，实现与消费者的零距离接触，从而取得市场动态的第一手资讯，便于管理层针对市场作出及时、准确的决策。

通过对信息系统的数据分析，公司能够了解流行趋势和消费者的喜好变化，开发出反映市场最新流行元素的产品，同时可以根据各地区的需求差异，及时调整产品供应类别。公司一般在对下季预计需求的基础上，采取“季前首批订单”和“后续补充订单”相结合的方式。在季前首批订单阶段，各区域销售公司、直营店和经销商可以根据需要通过销售管理系统下达订货需求量给公司销售部，整合后由生产部门按订单安排生产。季前首批订单，占下季预计需求的 50%左右，交货时间为 45 天内。在后续补充订单阶段，各区域销售公司、直营店及经销商对新产品实际销售表现进行分析和预测，然后下达补货订单，生产部门综合补货订单情况，并安排原材料采购及生产计划，及时安排生产，一般在 15-20 天内交货给零售终端。

1、品牌运营模式

(1) 品牌推广本部的组织结构和职责



公司品牌运营的目标是通过对消费者研究，结合宏观环境、行业特点和公司业务实际，制定品牌策略，实施品牌传播和推广，使公司各品牌形成差异化的竞争优势，提升公司品牌的知名度和美誉度。

奥康销售设品牌推广本部，主要职责是对公司品牌提升和公司品牌形象进行管理，建立、维护品牌资产；组织制定各品牌策略及推广执行方案；组织制定各品牌年度媒介方案及广告方案；负责各品牌的终端品牌形象建设和监督；负责公司各类大型展览、公关活动的策划、组织等工作。

(2) 差异化的品牌定位

品牌定位是品牌发展的基石，是品牌管理的核心。随着市场竞争愈趋激烈，消费人群分类愈趋精细化，要实现公司各品牌在鞋类市场都有长足发展，品牌的

定位思路必须明确。公司的品牌策划模式是对奥康旗下各品牌进行差异化定位，为多品牌共同发展提供保证。

差异化的品牌定位是基于对消费市场充分调研和认识的基础之上的，公司对市场进行细分，确立目标市场和顾客群，了解不同顾客群的需求和期望，进而有针对性的区分不同产品类别和品牌类别，以确保产品和服务持续满足顾客的要求。通过定期市场调研的方法，确定市场细分变量，按照市场的总体吸引力及公司目标和资源，确定目标市场和顾客群。

“奥康”是公司第一战略性品牌，承担着公司对内对外的企业形象，它与公司名称相同，是公司的中流砥柱。奥康品牌以国际化的眼光，充满灵感的设计品位，颠覆商务人士穿鞋一贯刻板、沉闷的调性，与国际时尚潮流同步，诉求“商务也时尚”。

品牌定位	核心内容	核心内容诠释
战略目标	中国鞋业第一品牌	中国皮鞋行业的领导者。男鞋市场占有率全国第一，女鞋市场占有率力争达到前三名。
核心价值	梦想+行动=成功	奥康代表对生活充满梦想，并脚踏实地积极进取的群体，并帮助他们的工作和生活中有杰出表现。
品牌定位	商务时尚	商务活动或介于正式与非正式场合时穿着，既体现品位又紧跟时尚潮流
人群定位	白领族、打拼族	白领族一事业有小成，有更高的追求和梦想却不张扬的企事业单位工作者；打拼族一事业处于发展阶段的人群，既受时尚潮流的影响，又崇拜成功人士的群体。
市场定位	中档男女鞋	在鞋业竞争格局中，处于中档次、高品质、追求外观时尚、穿着舒适的男女鞋。
产品策略定位	舒适、柔软、轻便、新潮	具有透气特点的皮肤料为主，新潮外观作为外在体现，讲究轻便、柔软、舒适的内在特征。
价格定位	中档价位	形象产品：500-800 元 主打产品：300-500 元 竞争产品：200-300 元
设计理念	简洁、多变	以简洁满足商务，以多变、适配服饰的特性诠释时尚。
广告表现	积极乐观的气质，时尚商务的元素	以“梦想是走出来的”，做为广告语，2008 年以刘翔做为品牌代言人，以 2008 北京奥运会皮具产品供应商做为背书，建立具有时尚特征的商务形象。 “我的梦想，我的路”。 “一路我享”。

“时尚”和“舒适”是康龙品牌致力两大目标，以达到彰显自然、健康、休闲的本色，定位都市休闲时尚。康龙以原料考究和传统缝线取胜，强调精细的手工及设计创意，整体风格向高贵经典和个性化方向发展，带有充足的流行元素。

品牌定位	核心内容	核心内容诠释
战略定位	中国休闲鞋专家	专对中国人的脚型进行研发，并聘请知名设计师特别设计符合中国人脚型的休闲鞋楦型，开发功能鞋款。根据人们日常生活对休闲鞋的需求进行主动分类，满足消费者的不同需求。
核心价值	从容面对生活	康龙倡导的休闲生活方式，让消费者身心平衡，从而以从容的生活态度消解生活的压力。
品牌定位	都市休闲	面对都市的压力，康龙用一种休闲的方式帮助他们通过精神上休闲与放松，积极调整自己的生活态度。
人群定位	20-30 岁的中高收入阶层/网络一代	他们追逐名牌，并关注生活与事业和谐；他们是网络一代的族群，他们的语言已接受并融入国际文化。
市场定位	中档男女休闲鞋	在休闲鞋业竞争格局中，处于中档次、高品质，追求外观时尚、穿着舒适的男女鞋。
产品策略定位	产品品类延伸	以鞋类产品为主轴，包含休闲鞋、休闲服装，皮具、饰品在内的全线休闲产品。
价格定位	中档价格	形象产品：500-800 元 主打产品：300-500 元 竞争产品：200-300 元
设计理念	舒适、时尚	强调舒适、休闲、轻松的穿着理念，采用优质真皮为原料，配以超轻、弹力、耐磨、防滑鞋底，打造兼具有舒适与时尚的优质休闲品牌。
广告表现	积极的从容	“从容行天下”，在放松状态下享受成功的喜悦。赞助 CCTV-5“康龙武林大会”。

“越万变，越风潮”的红火鸟品牌，紧跟服饰流行趋势，塑造低价位、高质量、外观时尚的服饰搭配鞋品。红火鸟用时尚经典、易于混搭的多变产品塑造万变造型，成为引领时尚风潮的国内领先的平价时尚皮鞋品牌。

品牌定位	核心内容	核心内容诠释
战略定位	平价时尚特色品牌	用平价的时尚和多变的产品更新塑造特色的产品品牌。
核心价值	时尚随我	每个人都有追求时尚的权利，红火鸟以时尚追随者的态度，帮助人们用较少的付出，展示不同角色的自己。
品牌定位	流行趋势的追随者	紧跟服饰流行趋势，塑造低价位，高质量、时尚的服饰搭配鞋品。

品牌定位	核心内容	核心内容诠释
人群定位	打拼族	事业处于发展阶段的人群(打工族群、普通职员、技工、刚步入职场的大学生群体、企事业单位基层干部及职工等), 既受时尚潮流的影响, 又无力承载高昂的消费支出的群体。
市场定位	中端偏低鞋品	在鞋业竞争格局中, 处于中档次偏低价格、外观时尚的皮鞋。
产品策略定位	注重外观	以各种时尚流行鞋品为参照, 关注特定人群的时尚观念, 注重季节流行搭配。
价格定位	中低价位	主打产品: 200-300 元 竞争产品: 160-230 元
设计理念	流行、变化	锁定目标群体, 模仿流行趋势, 紧跟大牌流行鞋款。
广告表现	时尚元素、崇尚自我	越万变、越风潮。

美丽佳人, 是专为都市女性倾心打造的高级时尚女鞋, 引领着时尚界的幽雅风潮。独享, 众赏, 美丽佳人女鞋给你高品味的生活。

品牌定位	核心内容	核心内容诠释
战略定位	知性时尚女鞋	成为中档时尚市场的知名品牌。
核心价值	为美丽加分	时尚的款式、增加知性、优雅的气质;穿着的舒适, 让你轻松自在。
品牌定位	知性时尚	知性: 有内涵、有主张, 引导时尚潮流, 兼具品味和气质。
人群定位	时尚女性白领	注重物有所值的购物心理, 成熟、理性、睿智、大气, 她们充满知性的柔和和魅力, 感情丰富, 清楚自己需要什么。
市场定位	中高档女鞋	在鞋业竞争格局中, 处于中档次、高品质, 追求外观时尚、穿着舒适的女鞋。
产品策略定位	时尚、前卫、舒适	以时尚的款式、前卫的风格做为产品特色。兼具舒适的功能特点, 突出女性魅力的女鞋。
价格定位	中档价格	形象产品: 600-1000 元 主打产品: 400-600 元 竞争产品: 300-500 元。
设计理念	简约、雅致	舒适、简约、职业、成熟, 同时亦不乏时尚
广告表现	用法国元素进行诉求, 凸显知性女性细腻的心理, 引导他们生活方式。	以“美丽的鞋子带你到美丽的地方”做广告语, 结合法国元素进行传播, 来演绎白领丽人心中的精致生活方式, 传达出时尚的产品风格和美好的穿着感觉和意境。

万利威德是公司旗下的第五个品牌, 是奥康国际化、高端化品牌。结盟万利威德, 与国际品牌在设计开发领域深度合作, 利用现有的品牌资源、产业链与营销网络的优势配置及整合, 为奥康的国际化战略找到最快的捷径。

项目类别	核心内容	核心内容诠释
战略定位	知名国际时尚品牌	成为中高档市场的国际品牌
品牌定位	仿生换气鞋	源自始创于 1969 年的意大利步行科技，步行科学博士 Armando Arcangeli 先生对舒适技术有着精深造诣，仿生换气的科技支撑。纯正的意大利血统，加以设计师对时尚的敏锐洞察，一切都赋予了万利威德无限魅惑。
广告语	耐人品味	低调的品究者，品味隐于细节
目标人群	时尚白领，成功人士	注重物有所值的购物心理 成熟、理性、睿智、大气 主力消费群体在 30-45 岁
价格定位	中高档价位	主打产品：800-1500 元 中档偏上价位

公司充分利用万利威德的研发优势，派专人前往直意大利万利威德研发基地学习，邀请万利威德的研发专家定期来公司授课，对国际市场的时尚风格、材料、鞋配件、鞋款趋势进行分析和设计。

2010 年 5 月 18 日，公司与 Calzaturificio Valleverde S.P.A. 签订了《知识产权框架协议》，Calzaturificio Valleverde S.P.A. 将其在中国的“万利威德”及其所有其他相关商标权利永久转让给公司，并授予公司在中国生产、销售万利威德品牌的鞋类产品。

2、采购模式

公司对原材料供应商采取分级管理模式，划分为战略供应商和一般供应商。对于战略供应商，公司与其保持战略合作关系，战略供应商需要长期为公司供应相关原材料，在交货与付款方面给予优惠。对于一般供应商，公司根据生产需要，严格执行采购中心作业文件，通过对采购的招标、质量、价格、交期、合同条款设计及供应方的甄选及绩效评估等方面进行全面监控，确保原材料质量及交货期符合公司要求。

(1) 供应商选择

公司积极拓展供应商渠道，增加潜在供应商储备。公司每年制定供应渠道拓展计划，对潜在供应商的背景、生产能力、产品质量、管理水平、主要客户及交期保障方面等进行调查和审核。

公司对供应商实行动态考核管理模式，根据供应商绩效评估标准，每月评估一次，每半年总结一次，次年1月31日之前完成考核，经供应商评估委员会考核合格的供应商将列入合格供应商名录中，不合格的供应商将被剔除。

（2）供应计划

公司生产需求具有连续性，订单货源充足，要求原辅材料供需均衡，公司对采购批量、采购费用、库存费用三者进行定量分析，计算最合理、费用最低的采购批量和批次，最大限度降低采购费用和库存费用。

公司采取以销定产的方式制定采购计划。采购管理中心每年度一月份对三大生产基地上一年的交易数量和金额进行分析，计算出材料种类和数量预算，结合研发中心的开发方向，进行资源整合，控制采购量。

3、生产模式

公司采取自主生产与外包生产相结合的生产模式。

（1）自主生产

消费者对皮鞋时尚、个性等多样性的要求使皮鞋生产无法再依靠单品种、大批量的流水生产方式。公司实行差异化的品牌战略，对市场进行细分，确立目标市场和顾客群，采取多品种、小批量的精益生产方式。

精益化生产的实质是管理过程，包括人事组织管理的优化，大力精简中间管理层，进行组织扁平化改革，减少非直接生产人员；推行生产均衡化、同步化，实现零库存与柔性生产；推行全生产过程（包括整个供应链）的质量保证体系；减少和降低任何环节上的浪费，达到用最少的投入实现最大产出的目的。

①订单式计划生产：生产计划人员提前进入产品规划与开发和销售计划，合理规划公司产能，以满足生产需要。每个生产车间配置一名分管员，将生产过程的信息反馈到计划调度部，对各车间的生产实行动态管理；

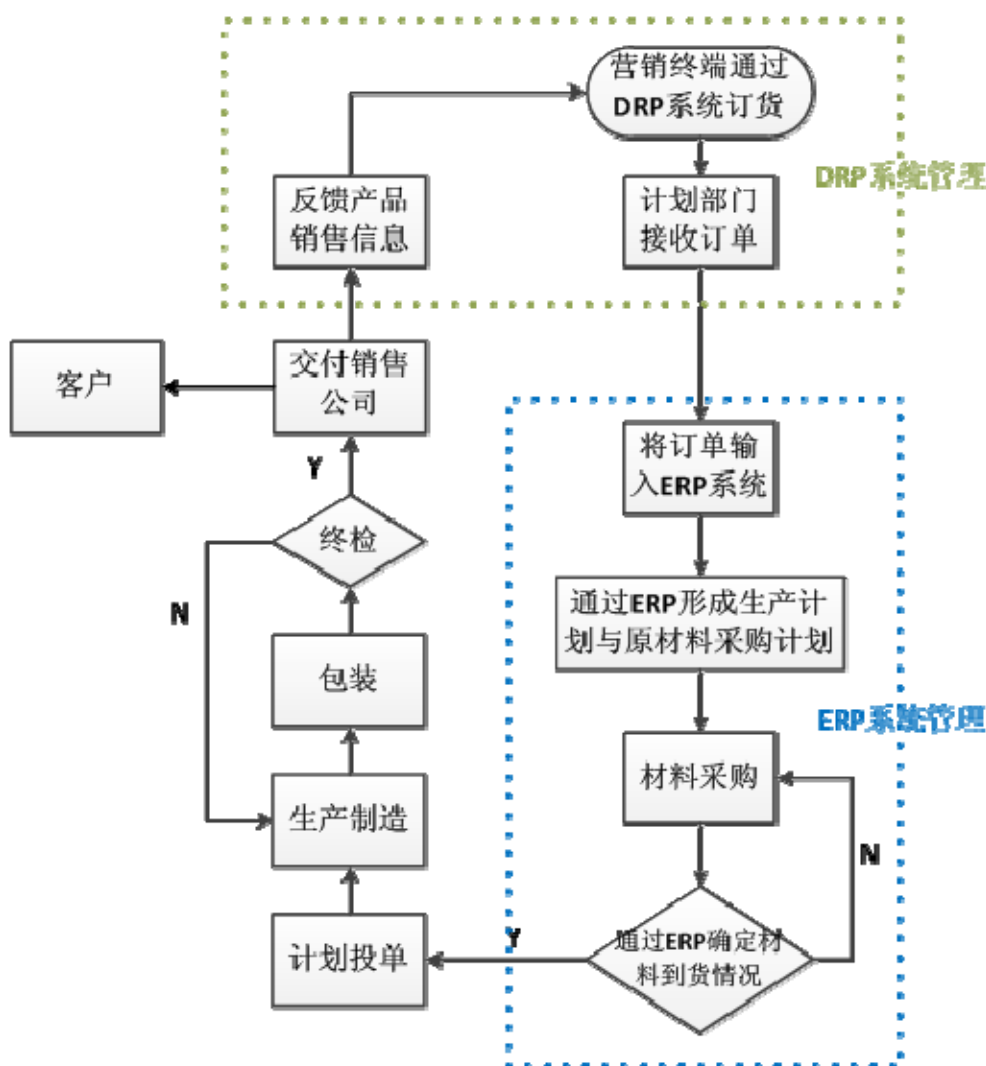
②垂直式的组织架构：裁断、针车、成型只安排一个管理者负责全面统筹，各流程无缝衔接，不经过仓库，减少不必要的搬运，缩短生产周期，减少生产空间，提升生产效率；

③“后拉式”派工作业：计划部根据原材料进仓状况和客户需求的时间，按照成型的实际产能排出有效的生产月计划、周计划，并依照成型楦头周转数来排定轮次生产，生产单位严格按照排定的计划进行生产，满足客户需求；

④实施质量改善计划：品质部门将通常的“成型后再验收”改成流动巡检，第一时间发现生产过程中的品质异常，及时处理；

⑤实施产前试作：大批量生产前，生产车间先试做头尾鞋，由公司设计开发部、质量管理部的质量控制人员进行确认，分析质量隐患，采取预防措施。在量产前，再实行小批量试做，确保量产时产品符合质量要求；

⑥规范作业标准：对任何一款皮鞋，都建立一套针对每个工序的作业指导书和实物工艺看板，将每一操作程序和每一动作进行分解，逐步达到安全、准确、高效、省力的作业效果。



(2) 外包生产

公司对外包生产的各个环节，从流程与制度设计、合同条款设计、供应商选择、产品的设计、生产流程跟踪以及产品质量检测等多个方面对产品质量、设计工艺和生产进度进行严格控制。

①对外包厂商的甄选

公司主要通过市场调查、同行或生产商推荐、潜在外包厂商自荐等途径获取潜在的外包厂商信息，并对其进行评估，把符合公司标准的纳入储备名录。

根据与外包厂商的合作情况，在每季产品结束后，公司通过对外包厂商的质量控制、生产效率、交期保障、售后服务等方面进行综合评估，并根据评估结果将其分为不同等级。然后综合多方面的因素，选择最适合的外包厂商组织生产。

②对外包厂商的监管

公司与外包厂商签订合同，对外包产品的原材料及楦型、产品质量、交货时间等方面进行严格监控，以确保外包产品款式、质量及交货期符合公司品牌标准和销售需要。

外包厂商生产所需材料及鞋的楦型选择，应符合公司的标准和要求，公司对所购材料进行质量检验，或指定供应商及提交检验报告等方式进行材料质量控制。在质量控制方面，生产过程中公司派检验人员驻厂进行过程检验，并对最终产品进行质量检验。外包厂商产品交货期应满足公司的物流、销售的合理周期。

公司对外包厂商的售后服务有相关要求，一旦供应商获悉其提供的产品出现问题，必须迅速做出反应，及时采取纠正措施。此外双方须保持通畅的沟通，积极沟通相关市场信息、服务反馈、新产品动态等。

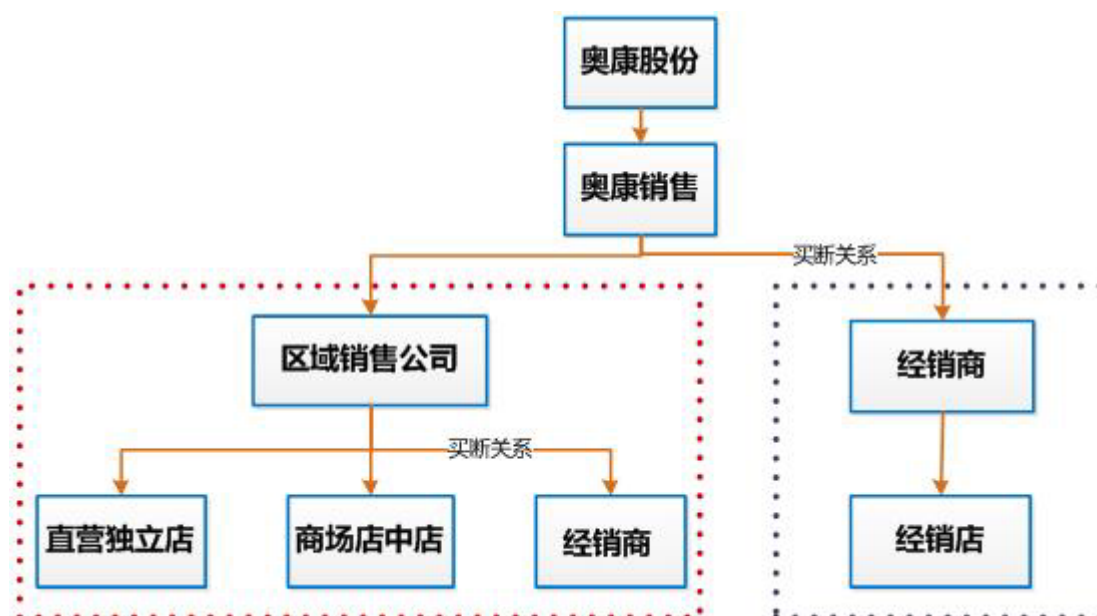
4、销售模式

公司采取以“经销+直营”为主的销售模式，同时以团购、OEM/ODM和网上直销为辅的销售模式。

(1) “经销+直营”模式

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。

公司与经销商签订《经销合同书》,指定经销商在一定区域内非独家销售公司产品。在指定的销售区域内,经销商可通过开设经销店、商场店中店等经销终端进行销售。



公司的直营终端与经销终端各自独立经营。直营终端能够更好地展示公司的品牌形象、增加产品知名度和美誉度,维护公司品牌形象的统一;经销终端有利于公司充分利用经销商在当地的资源优势,以较低的成本快速打入新的市场。

项目	直营模式		经销模式
	独立店	商场店	经销商
店铺来源	公司区域销售公司设立	公司区域销售公司向商场租赁	经销商设立
销售方式	直接向消费者零售	直接向消费者零售	经销商通过经销店向消费者零售
产品定价	公司以零售终端价的一定	同独立店	公司以零售终端价的一定折扣

项目	直营模式		经销模式
	独立店	商场店	经销商
	折扣向区域销售公司销售，再由区域销售公司及其店铺以终端零售价向消费者零售		向经销商销售；经销商再以一定价格通过经销店向消费者零售
促销政策	公司统一制定促销政策	同时执行公司和商场的促销政策	整体促销政策由公司制定；对于个别促销，在取得公司同意的情况下，由经销商自行决定
日常管理	公司及区域销售公司负责	同独立店	经销商负责
货款结算	直接向消费者开票结算	与商场分成结算	在一定信用期下的赊销
终端发票	公司区域销售公司或独立店提供	商场提供	经销商提供

(2) 报告期公司营销终端的发展情况

单位：家

项目	2011年末	变动率	2010年末	变动率	2009年末
直营渠道	独立店	161	120.55%	73	55.32%
	商场店	316	4.98%	301	-22.82%
	直营小计	477	27.54%	374	-14.42%
经销渠道	经销店	4,035	15.45%	3,495	25.67%
合计	4,512	16.62%	3,869	20.23%	3,218

(3) 营销网络的整体布局

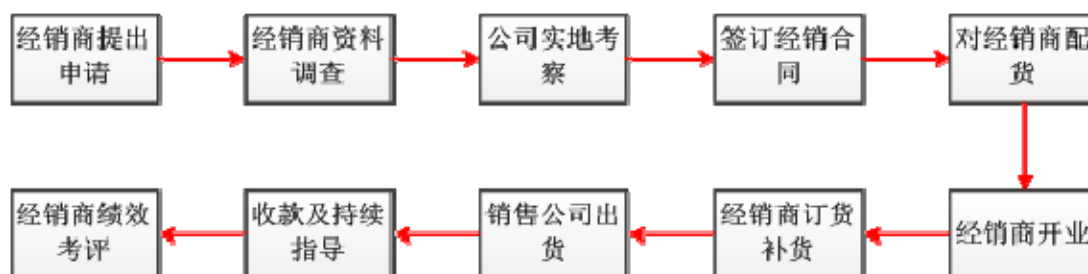
截至2011年12月31日，公司共有销售终端4,512家。其中，直营独立店161家，直营商场店中店316家，经销终端4,035家，已经遍布除台湾、香港、澳门之外的所有省、自治区和直辖市，形成了全国性的营销网络。

公司以华东市场为营销网络发展重点，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。随着重庆红火鸟在重庆的设立，公司进一步强化了对中西部消费市场的战略布局。本次募集资金投资的营销网络项目建成后，公司的营销网络将进一步健全。

(4) 公司对经销商的管理

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用于品牌运作、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和优势，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。截至2011年12月31日，公司拥有经销终端店铺4,035家，占销售终端总数的89.43%。经销商加盟的基本流程如下：



①经销商资格认定

公司制定了严格的经销商资格标准，要求经销商为独立承担民事责任的自然人或企业法人，具有良好的商业道德和信誉，具有一定的资金实力和零售管理经验，并且能够认同公司的企业文化和品牌内涵，接受公司统一的品牌运作和市场管理。公司要求，位于县城和小城镇的店铺面积不少于40平方米，位于小型城市的店铺面积不少于60平方米，位于省会城市及大中型城市的店铺面积不少于80平方米。

②签订经销合同，约定权利义务关系

《经销合同书》主要条款如下：

- 经销商可经营业务类型：批发；商场零售；专卖店零售；发展经销店；批发兼零售；单位团购业务；其它经甲方事先允许的业务行为。
- 销售区域的划分：公司有权在经销商经销区域内开设直营店，并保持合理的距离，避免与经销商已经开设的营业网点的冲突；开设战略旗舰店的选址不受限制，但公司应在确定该类店铺开设计划前通知经销商。
- 销售任务：公司对于经销商有一定的销售任务要求。
- 促销打折：经销商可根据自己的经营策略进行促销，但未经公司许可，打折不得低于八折。

- 产品订货：经销商参加公司的大型订货会下单；订单或补货单确认后，未经公司许可，经销商不得任意撤销、变更。
- 货物风险转移时点：公司将货物交付第一承运人之后，该批货物毁损灭失的风险即转移给经销商。
- 退换货规定：经销商订购的所有产品一次性买断，非质量问题不得退换货。
- 营业网点：经销商营业网点选址时必须符合公司的统一布局，开设、变更与撤销均需报公司确认并予备案；营业网点等店铺的装修要严格按照公司的相关规定统一规范，统一格调，突出企业形象，须达到公司专卖店的整体标准要求。
- 独家销售：营业网点未经公司许可不得采购和销售非公司的产品。
- 合同变更或终止：经销商在合同实施半年内（即每年度上半年）不能正常完成合同规定年度任务的 40%，公司有权解除合同或缩小其经营范围。

③开业前对经销商的支持

在经销商开业前，公司为经销商提供市场分析和发展规划，并根据公司统一规范要求对经销店进行装修指导，协助经销商进行开业前期准备工作，如信息系统安装、人员招聘、货柜陈列等。公司将根据经销店的规模，选择对其新聘员工进行免费培训或者驻店现场指导，使经销商能够快速提升经营业绩。

④订货及配货

公司紧扣消费者对“快速时尚”的需求，把产品销售季节进行了更加精细的划分，每一季产品分两个批次上市，把传统的一年四个销售季节分成八个小季，无缝隙满足顾客要求。公司每年组织春、夏、秋、冬四季大型订货会及四次小型订货会。订货会上公司陈列所有设计鞋样，经销商对所需产品下单确认，之后未经公司许可，经销商不得任意撤销、变更订单。

公司发货数量、规格及交货期以经销商订单及补货单为准。公司将货物交付

第一承运人之后，该批货物毁损灭失的风险即转移。产品配送发生的相关费用一般由经销商承担，公司可参考当时的产品运输市场价格并根据经销商的实际提货量，承担一定比例费用，但经销商须提供正式发票、托运单等相关凭据。公司不承担货物运输的任何风险。

公司新款产品上市时，将给经销商一定数量的配货，经销商不得拒绝配货，且该季度所进品种数量不得低于季节品种总数量的80%。经销商有义务将所配新款产品上柜试销。

⑤经销价格及货款结算

公司综合考虑产品成本、目标利润、竞争对手价格、市场趋势及需求、品牌名誉、经销商运营成本等因素制定建议零售价。供货时，公司根据不同区域的经济发展和市场经营状况，以建议零售价的一定比例发货。同一商品在不同区域的实际零售价差异，不能超过该商品建议零售价的20%。

公司根据经销商的资信、规模等情况，协商确定采用以下货款结算方式：款到发货、货到付款、延期90天付款、3个月期限的银行承兑汇票。根据与经销商签订的《经销合同书》，公司向经销商的销售系买断销售，公司将货物交予第一承运人，且第一承运人确认后，按照实际发货额确认销售收入，并开具增值税发票。

为加强货款结算的控制，经销商应于每月前5个工作日内，按照公司格式提供双方上月业务往来对账函。公司在收到经销商的对账函之日起15日内，对经销商的对账函予以书面回复。

⑥退换货制度

经销商收到货品后，非质量问题不得退换货。当公司产品有质量问题，经销商应以书面形式通知公司，经公司检验、确认为生产制造技术原因导致，在确认该质量问题后7个工作日内给予调换或者退货，往返费用由公司承担；若因经销商或其所属店铺处置不当或消费者使用不当所导致的质量问题，公司不予负责。

⑦广告促销

经销商在销售区域内的电视、报刊、车身、横幅、路牌、灯箱图片等室内外广告费用（包括门头字、灯箱片、货架以及广告宣传费用）由经销商自行投入。

经销商应积极配合公司统一策划的各项促销活动，促销活动所推出的赠送品及宣传海报等，由公司按成本价提供，经销商不得加价出售。

经公司事先书面同意，经销商所属商场店中店参与商场或专柜的集体促销，促销价格可不受限制。经公司事先书面同意，经销商可根据自身经营策略和需要进行促销，促销价格可不受限制。

公司在经销商所在区域开设的除商场店中店外的直营独立店需与经销商保持价格策略的一致，除非公司在销售区域内统一策划各项促销活动，否则公司直营独立店不进行降价促销。

（5）团体订购销售模式

为进一步开拓市场，增加销售收入，公司推出团体消费业务，推出各种服务措施，主要面向各企事业单位和社会团体，取得良好的社会效益与经济效益。目前已经推出了警用皮鞋团购业务、企业劳保皮鞋团购业务、企事业单位的职业皮鞋团购业务。

（6）出口（OEM/ODM）

国外品牌商提供面、辅料或由公司自主提供面、辅料，公司按照其款式要求、规格质量和技术标准加工皮鞋产品，并出口销售给国外品牌商。目前公司主要合作的国外品牌商有GEOX、WORTMANN、JIMLAR、GIRZA等。

（7）网上直销

2008年公司决定开拓B2C电子商务业务，设立“奥康网络商城”。网络销售大大降低了传统商务流程的人力、物力成本，利润较高。通过网络销售，公司可以获得市场即时信息，便于在设计、生产环节作出快速反映，满足市场需求，降低经营风险。

公司奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人、万利威德五大品牌均亮相这一网络销售平台，产品品种、款式达1,000余种。凭借公司在全国设立的营销渠道，网络

商城可以实现网上销售和网下销售互补，形成立体的营销体系。

5、物流及信息系统模式

消费者希望通过皮鞋来体现自我，追求高品位、个性化、时尚化。这一趋势要求商家提高响应消费者需求的速度，在设计生产营销方面都具备快速反应能力。公司通过物流系统和信息管理系统，将研发、供应、生产、仓储、终端营销有机结合成一体，实现资源的有效整合，降低成本和提高服务水平。

通过信息系统与货品承运单位保持密切联系，有效利用了社会资源，减少投资，加速货品周转，降低运营成本及库存风险，实现货物准确及时到达目的地。

公司通过 DRP 分销系统和 PORTAL 信息化管理系统，实现了与经销商的动态信息共享，能够及时了解各批货物的运输、存储、销售等动态情况；公司通过专业的皮鞋生产 ERP 管理系统，实现了从生产订单到财务结算的流程化统一管理，使经营决策人员能够随时掌握各种内、外部相关信息；公司的协同办公系统，使全部员工可以无区域限制上协同办公，实现信息共享、办公自动化、管控一体化，有效地提升执行力。

公司采取小批量、多批次、多品种策略，每年度实行八次订货，比常规多出一倍，以提高对市场的快速反应能力。目前公司可以保证在定货后3-5天内实现下单，15至20天内实现生产出货，大大缩减产品在企业的时间，占据市场先机。实时的单品动态跟踪与分析，能有效利用商品调剂、商品调价和商品促销手段，加快商品销售速度，有效实现资金周转。

6、人力资源开发培训模式

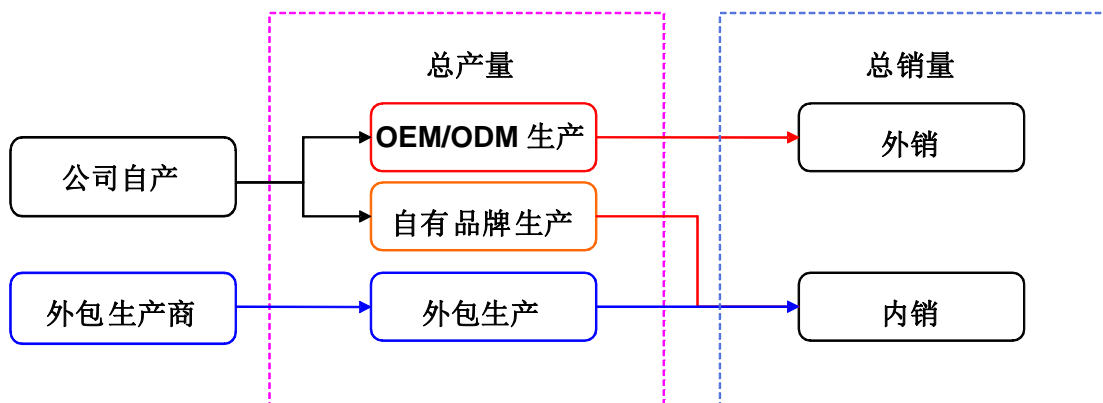
本公司设立专门的培训部门，对现有的干部与储备干部、连锁专卖精英、生产技术骨干、科技研发人员等人才进行培训。公司培训部门由50位内部讲师、26位外部讲师及众多的社会资深专业培训师与专家组成。为实现奥康化、专业化、职业化、国际化的人才培养目标，公司已培养了数百位部门经理和专卖店店长。公司开展了“培训季”系列活动，2011年公司总部及分支机构在培训季内共开展培训活动300余场次，其中终端培训120余场次，行政培训180余场次。

（四）报告期主要产品的产销情况

1、公司的产销概况

作为国内皮鞋行业的领先品牌，为执行纵向一体化战略，提高利润率和市场占有率，公司除了自主生产皮鞋外，还将部分生产外包给国内的皮鞋生产厂商。外包生产，有利于公司及时根据市场销售情况，调节库存；自主生产，有利于公司主动回应市场，迅速补货，追踪市场最新流行时尚。另外，为提升皮鞋的生产水平，了解国外皮鞋市场发展和流行趋势，公司引进世界一流的生产设备，为国外众多知名皮鞋品牌提供贴牌生产。

公司的总产量包括自主生产和外包生产两部分。其中自主生产，一部分为OEM/ODM生产，直接外销；另一部分为自主品牌皮鞋生产，与外包生产的皮鞋一同进入国内市场。因此，总销量为外销和内销总和。



2、报告期公司自主生产的产能、产量变化情况

报告期内，公司自主生产的产能、产量情况如下表：

单位：万双

项目	2011年度	2010年度	2009年度
自产产能	950.00	935.19	909.95
自产产量	800.81	781.31	689.48
产能利用率	84.30%	83.55%	75.77%

3、报告期公司自产与外包情况

报告期内，公司自产产量与外包采购数量如下：

单位：万双/万件

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
自产产量	800.81	41.02%	781.31	46.70%	689.48	55.08%
外包数量	1,151.56	58.98%	891.87	53.30%	562.29	44.92%
总产量	1,952.37	100.00%	1,673.18	100.00%	1,251.77	100.00%

报告期内，因产品销量增长较快，在现有产能不能满足销量的情况下，自产产品供不应求，因此逐渐加大外包生产的比例，报告期内外包比重从2009年的44.92%上升至2011年的58.98%。

报告期内，公司前五大外包生产商情况如下：

单位：万双

项目	外包生产商名称	外包数量	占外包数量比重
2011年	瑞安市吉尔康鞋业有限公司	102.08	8.86%
	永嘉麦嘉达鞋业制造有限公司	79.42	6.90%
	广州市米娅商贸有限公司	76.22	6.62%
	永嘉县牛公子鞋业有限公司	67.97	5.90%
	永嘉县赛马鞋业有限公司	64.74	5.62%
	小计	390.43	33.90%
2010年	瑞安市吉尔康鞋业有限公司	87.66	9.83%
	广州市米娅商贸有限公司	50.54	5.67%
	永嘉麦嘉达鞋业制造有限公司	48.42	5.43%
	永嘉县宏昌鞋业有限公司	38.16	4.28%
	永嘉县赛马鞋业有限公司	37.66	4.22%
	小计	262.44	29.43%
2009年	瑞安市吉尔康鞋业有限公司	64.16	11.41%
	永嘉县赛马鞋业有限公司	35.18	6.26%
	永嘉县牛公子鞋业有限公司	35.10	6.24%
	永嘉县宏昌鞋业有限公司	32.49	5.78%
	成都市三美鞋业有限公司	29.87	5.31%
	小计	196.80	35.00%

公司对外包生产商实行动态管理，每年对其进行评估，并按不同产品的生产要求进行调整。目前公司外包生产商大多为多年合作伙伴，已形成战略合作关系，合作关系稳定。

4、报告期内公司的产销情况

(1) 报告期内，公司主营业务收入按渠道分类构成情况

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直营渠道	62,923.62	21.35%	44,539.95	20.17%	35,897.27	21.75%
经销渠道	196,163.86	66.57%	145,369.43	65.85%	96,286.41	58.33%
OEM/ODM	35,596.25	12.08%	30,859.54	13.98%	32,884.48	19.92%
合计	294,683.73	100.00%	220,768.92	100.00%	165,068.17	100.00%

2011 年、2010 年和 2009 年公司直营渠道收入占比分别为 21.35%、20.17% 和 21.75%。公司本次募集资金拟投资的“营销网络建设项目”将大力发展直营模式，计划开设 12 家直营旗舰店、36 家直营形象店、120 家直营标准店和 180 家直营商场店，系统地扩建公司的直营网络。因此本次募集资金到位后，随着募集资金投资项目的逐步实施，直营渠道收入将持续增长。

2011 年、2010 年和 2009 年公司经销渠道收入占比分别为 66.57%、65.85% 和 58.33%，呈逐年上升态势。为迅速占领市场，提高公司产品的市场占有率，公司通过借助经销商的人力、财力和物力来拓展二、三线城市的营销网络，因此经销渠道收入逐年上升。

作为一家皮鞋品牌运营商，公司以发展自有品牌和代理品牌的运营销售为主，对于 OEM/ODM 代工业务，公司采取保持稳定规模的经营策略。

(2) 报告期内，公司OEM/ODM生产情况

单位：万双（数量）、万元（金额）

项目	2011年	2010年	2009年
自产产量	800.81	781.31	689.48
其中：OEM/ODM产量	282.57	245.53	273.37
自有品牌	518.24	535.78	416.11
OEM/ODM产量占自产产量的比重	35.29%	31.43%	39.65%
OEM/ODM销量	277.28	245.53	273.37
OEM/ODM销售额	35,596.25	30,859.54	32,884.48

公司产品主要通过直营渠道、经销渠道和OEM/ODM出口进行销售，其中OEM/ODM的销售毛利率最低，因此公司对OEM/ODM出口销售采取稳定规模的战略，报告期内OEM/ODM生产、销售变化不大。

(3) 报告期内，公司OEM/ODM贴牌的主要品牌及销售情况

单位：万元

年度	客户名称	销售额	占OEM/ODM销售比例
2011年	GEOX S.P.A.	16,688.26	46.88%
	GIRZA S.P.A.	3,761.94	10.57%
	JIMLAR	3,181.43	8.94%
	CGA	3,079.34	8.65%
	STEVE MADDEN	2,090.49	5.87%
	小计	28,801.45	80.91%
2010年	GEOX S.P.A.	12,768.55	41.38%
	GIRZA S.P.A.	4,988.94	16.17%
	WORTMANN KG	3,278.42	10.62%
	CGA	2,241.75	7.26%
	STEVE MADDEN	1,205.48	3.91%
	小计	24,483.14	79.34%
2009年	GEOX S.P.A.	17,083.32	51.95%
	GIRZA S.P.A.	5,903.29	17.95%
	WORTMANN KG.	2,469.47	7.51%
	EASTMAN	1,095.95	3.33%
	JIMLAR	867.22	2.64%
	小计	27,419.25	83.38%

5、报告期内向前五大客户的销售情况

单位：万元

年度	客户名称	销售额	占营业收入的比例
2011年	GEOX S.P.A.	16,688.26	5.63%
	上海鼎嘉商贸有限公司	16,194.50	5.46%
	宁波市尚荣商贸有限公司	9,029.56	3.04%
	成都福腾商贸有限公司	8,408.85	2.84%
	杭州源弈贸易有限公司	6,815.66	2.30%
	小计	57,136.82	19.26%
2010年	GEOX S.P.A.	12,768.55	5.78%
	上海鼎嘉商贸有限公司	11,049.22	5.00%
	宁波市尚荣商贸有限公司	6,013.28	2.72%
	成都福腾商贸有限公司	5,566.98	2.52%
	杭州源弈贸易有限公司	5,361.92	2.43%
	小计	40,759.95	18.45%
2009年	GEOX S.P.A.	17,083.32	10.25%
	上海英诗逸	6,539.75	3.92%
	GIRZA S.P.A	5,903.29	3.54%
	浙南总经销（郑余忠）	5,871.29	3.52%
	四川总经销（陈瑞福）	4,555.25	2.73%

年度	客户名称	销售额	占营业收入的比例
	小计	39,952.90	23.96%

公司不存在向单个客户销售收入比例超过公司营业收入50%或严重依赖少数客户的情况。上海英诗逸鞋业公司为股东王进权独资设立的公司，已于2010年12月注销。除此之外，本公司董事、监事和高级管理人员，主要关联方或持有本公司5%以上股份的股东在上述客户中无持股情况。

（五）公司主营业务未发生变化

1、报告期内公司自产、外包产品情况

报告期内，公司自产与外包产品数量及比重如下：

单位：万双/万件

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
自产产量	800.81	41.02%	781.31	46.70%	689.48	55.08%
外包数量	1,151.56	58.98%	891.87	53.30%	562.29	44.92%

随着公司产品销量的增加，公司自产产能无法满足市场需求，外包产品的数量逐步增加。报告期内公司自产的比例较为稳定，保持在40%以上。

2、募集资金投资项目达产后公司自产、外包产品情况

根据公司的战略发展规划，募集资金投资项目之营销网络建设项目达产后，预计每年新增营业收入55,380万元，新增产品销量220-250万双，加上公司其他业务的增长，预计至项目达产的年度，公司产品的总销量将达到2,400万双。

（1）公司供应链管控策略

公司的长期发展目标是成为全球领先的皮鞋零售商之一。中期战略目标是在3年内，通过实施以品牌运营为核心、研发设计与渠道经营为两翼的核心经营策略，实现国内男鞋市场占有率第一，女鞋市场占有率第二的目标。品牌运营、研发及终端经营为公司的核心竞争优势，是公司获取利润的关键，也是长期的资源分配重心。

作为公司战略发展计划实现的重要保障及组成部分，在供应链管控方面，公

公司将坚持实施自产与外包相结合的模式，部分产品由外包厂商代加工，部分产品由公司自建生产基地生产。以提升对市场需求的反应能力、提升补货速度、满足特殊产品需求及不断提升产品附加值为目的，公司将保有自有核心工厂，并随着产品销量的增长而相应地扩大核心工厂的生产规模，将自产产品占产品销售总量的比例保持在40%以上。

（2）公司自有工厂发展规划

在销量逐步扩大的情况下，公司将通过新建自有工厂和对现有生产线进行技术改造的方式提高自产产品的产量。

①新建自有工厂

近年来，由于温州地区的工业用地逐步紧缺，工业用地价格上涨较快，来自于国内中西部地区的熟练制鞋技工逐步返回原籍，制鞋工业逐步向中西部地区转移。目前，公司已对重庆、安徽等地进行多次考察，计划用自有资金在上述地区新建自有工厂。

公司及前身具有二十多年的皮鞋生产经验，公司在生产车间的建设、设备安装调试、生产工艺、员工招聘、工厂运营管理等方面积累了丰富的经验，并储备了大量的专业人才，在成功选址并取得土地使用权后，新建自有工厂将是公司现有车间的简单复制。

②对现有生产线的技术改造

公司目前拥有千石工业园、东瓯工业园、重庆红火鸟三大生产基地。其中千石工业园的生产设备在2000年之前已投产，东瓯工业园的生产设备于2004年投产，重庆红火鸟的生产设备于2004年投产。公司计划利用自有资金对上述三大基地的生产线逐步进行升级改造，升级改造完成后，未来2年内预计能增加6条生产线的产能，预计可增加每年150万双的产能。

（3）公司未来两年的自产、外包比例

根据上述公司战略发展规划、供应链管控策略及自有工厂发展规划，预计未来两年自产产品与外包产品情况如下：

单位：万双/万件

项目	2012 年		2013 年	
	数量	占比	数量	占比
自产产品	900.00	42.86%	1,000.00	41.67%
外包产品	1,200.00	57.14%	1,400.00	58.33%
合计	2,100.00	100.00%	2,400.00	100.00%

综上所述，根据公司发展规划，本次募投“营销网络建设项目”实施后，公司自产产品及外包产品的比例不会发生较大的变化，公司自产产品比例将始终保持在40%以上，2009-2013年，公司自产、外包比例未发生较大变化。

3、外包生产比例上升对公司业务模式和核心竞争力的影响

(1) 公司经营模式

公司主要从事皮鞋及皮具产品的研发、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，为全球消费者提供科技、时尚、舒适的皮鞋及皮具产品。

在供应链管控方面，公司坚持保有核心工厂，将自产产品占产品总销量的比例保有在40%以上的策略，以提升公司对整个产业的供应链掌控能力，未来随着公司销量的增长，公司也将通过前述方式提升自有工厂的产能和产量，使其产量始终保持在公司产品总销量的40%以上。

综上，外包产品比例的增加不影响公司自有工厂在供应链中的地位，不会改变公司的业务模式。

(2) 公司核心竞争力

较高的品牌知名度和完善的营销网络是公司的核心竞争力。

公司作为国内领先的鞋业及皮具品牌运营商，公司实施以“奥康”品牌为主，“康龙”、“红火鸟”、“美丽佳人”、“万利威德”品牌为辅的多品牌错位经营的市场经营策略，紧紧围绕对不同消费者不同需求进行差异化满足的原则，通过差异化的品牌风格、产品设计、价格定位等各种举措及营销活动，不断提升品牌形象，满足各类细分市场需求。

公司采取经销与直营相结合的渠道发展模式，有效地整合了资源，形成庞大

的销售网络，实现规模经营和快速扩张。截至2011年12月31日，公司在全国各地的销售网点为4,512家，其中直营店铺477家，经销店铺4,035家。目前公司已在全国拥有成熟的营销网络运营体系，盈利能力不断增强，形成公司独有的核心竞争力。

公司外包产品比例的增加是公司提高运营效率和盈利能力的必要措施，并进一步提升公司的核心竞争力。

4、结论

鉴于：

(1) 根据公司发展规划，2009年-2013年，公司自产产品占产品总销量的比例始终保持在40%以上，公司自产、外包比例未发生较大变化。

(2) 公司主营业务始终为从事男女皮鞋及皮具产品的研发、生产、分销及零售业务，报告期及在发行上市后均不会发生变化。公司外包产品占产品总销量的比例增加亦不会对公司主营业务产生影响。

(3) 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，为全球消费者提供科技、时尚、舒适的皮鞋及皮具产品。公司外包产品占产品总销量的比例增加不影响公司自有工厂在供应链中的地位，不会改变公司的经营模式。

(4) 公司的核心竞争力是较高的品牌知名度和完善的营销网络。公司外包产品占产品总销量的比例增加不会对公司核心竞争力产生不利影响。

因此，公司外包产品占产品总销量的比例增加是公司提高运营效率和盈利能力的必要措施，不会改变公司的经营模式，不会带来公司主营业务的变化，亦不会对公司盈利能力产生不利影响。

(六) 报告期内主要产品的原材料、能源及其供应情况

1、主要原辅材料和能源的采购

公司产品生产所用主要原材料是皮革；辅助材料包括半成品（如底材、鞋跟

等)、扣饰、光亮剂、胶水、钉等。本公司所用原材料、辅助材料等主要材料由采购管理中心向战略合作供应商统一集中采购,价格一般低于市场水平;其他的辅助材料由三大生产基地就近采购,货源充足,价格波动不大,数量和款式均能充分满足公司的需求。公司主要能源为电力。报告期内主要原材料和电力的均价及其占生产成本的比重情况如下:

项目	2011年度		2010年度		2009年度	
	均价	占比	均价	占比	均价	占比
皮革(元/英尺 ²)	14.66	48.75%	13.80	46.38%	13.67	48.51%
电力(元/度)	0.94	1.34%	0.86	1.41%	0.88	1.49%

2、前五大原材料供应商

报告期内,本公司前五大原材料供应商情况如下:

单位:万元

年度	供应商名称	金额	占采购总额的比例
2011年	兴业皮革科技股份有限公司	2,951.95	1.75%
	温州市中原皮塑有限公司	2,611.55	1.55%
	温州三强皮业有限公司	1,665.93	0.99%
	佛山市建阳鞋材有限公司	1,617.16	0.96%
	德州兴隆皮革制品有限公司	1,237.01	0.73%
	小计	10,083.61	5.99%
2010年	兴业皮革科技股份有限公司	2,620.76	1.70%
	温州市中原皮塑有限公司	2,422.09	1.57%
	温州亿昌鞋材有限公司	1,842.08	1.19%
	黄骅德富皮革制品有限公司	1,824.62	1.18%
	甘肃宏良皮业股份有限公司	1,079.48	0.70%
	小计	9,789.03	6.34%
2009年	黄骅德富皮革制品有限公司	1,854.49	1.69%
	温州市中原皮塑有限公司	1,584.42	1.44%
	温州市瓯海南龙制革厂	1,125.73	1.02%
	甘肃宏良皮业股份有限公司	988.68	0.90%
	温州市龙湾海滨秀龙鞋底厂	849.30	0.77%
	小计	6,402.62	5.82%

注:上述数据统计不含公司为国外品牌进行来料加工而购进的原辅材料

报告期本公司不存在向单个供应商采购比例超过年度采购总额50%的情况。本公司董事、监事和高级管理人员,主要关联方或持有本公司5%以上股份的股东在上述供应商中无持股情况。

（七）环境保护及安全生产

1、环境保护情况

公司注重环境保护，在生产上严格遵守国家有关的环境保护法律法规，经营活动符合国家有关环保要求。本公司属于皮鞋行业，对周围环境基本不存在废气、废水和废渣的排放。为保护办公和生活区的环境卫生，公司定期请环境保护部门进行水质、气体、噪声的检测，至今没有发生严重的环境污染事件。2009 年公司被浙江省环保厅授予“绿色企业（清洁生产先进企业）”称号。

2012 年 2 月 2 日，浙江省永嘉县环境保护局出具《确认函》，确认本公司自设立以来环保执行情况符合有关法律、法规，污染物排放符合环保要求，没有因违反环保法律、法规而受到环保部门处罚的情形。

2、安全生产情况

公司为保证安全生产，制定了全面有效的安全生产管理制度。公司制定了《仓库安全管理制度》，对原材料、危险化学用品和易燃易爆物品存储的参考安全管理进行规范。公司的生产作业按照《标准流程作业手册》进行，消除一切可能发生安全事故的因素。公司制定的各项安全生产管理制度和控制措施在日常工作中得到了有效执行并取得了良好的效果。报告期内，公司没有发生过重大安全事故并受到处罚的情况。

六、主要固定资产及无形资产情况

（一）发行人的主要固定资产

公司固定资产包括房屋建筑物、机器设备、运输设备和电子设备，目前使用状况良好，根据天健正信出具的天健正信审（2012）GF 字第 150002 号《审计报告》，截至 2011 年 12 月 31 日，公司拥有的固定资产情况如下表所示：

单位：万元

类别	资产原值	累计折旧	资产净值	平均成新率
房屋建筑物	17,405.48	3,003.17	14,402.31	82.75%
机器设备	5,956.49	2,686.49	3,270.01	54.90%

类别	资产原值	累计折旧	资产净值	平均成新率
运输设备	677.55	245.81	431.75	63.72%
电子设备	3,162.98	1,511.22	1,651.76	52.22%
合计	27,202.51	7,446.69	19,755.83	72.63%

1、主要生产设备情况

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司拥有的主要设备如下表：

序号	资产名称	数量 (台)	原值(万元)	净值(万元)	平均成新率	分布
1	各类裁断设备	193	416.92	260.25	62.42%	奥康股份
2	各类针车设备	793	198.89	104.72	52.65%	
3	压条机	53	12.30	6.92	56.27%	
4	工业缝纫机	450	124.42	66.64	53.56%	
5	制帮流水线	18	246.19	166.03	67.44%	
6	前帮机	40	552.07	309.42	56.05%	
7	后帮机	45	403.91	236.84	58.64%	
8	各类定型设备	271	688.52	407.45	59.18%	
9	各类胶合设备	164	52.37	41.03	78.35%	
10	各类播平机	73	136.78	86.80	63.45%	
11	划线机	25	2.18	1.61	73.85%	
12	各类削皮机	133	245.66	134.22	54.64%	
13	各类抛光设备	106	31.82	20.76	65.24%	
14	拉帮机	6	2.09	1.68	80.13%	
15	各类压合设备	48	33.10	26.17	79.08%	
16	各类烫鞋设备	32	74.97	44.91	59.90%	
17	各类喷光台	51	24.78	13.49	54.43%	
18	各类压底机	40	125.75	52.58	41.81%	
19	各类修边机	17	18.39	8.79	47.80%	
20	制鞋配底流水线	8	272.51	128.72	47.23%	
21	足底压力分析系统	1	30.00	28.10	93.67%	
22	各类鞋眼机	31	17.47	11.42	65.36%	
23	各类除皱机	35	23.17	10.50	45.32%	
24	冷却水系统	4	14.00	13.78	98.42%	
小计			3,748.25	2,182.82	58.24%	
25	各类裁断设备	57	123.75	85.81	69.34%	重庆红 火鸟
26	针车、针车流水线	12	32.93	20.81	63.19%	
27	工业缝纫机	201	58.85	29.84	50.71%	
28	各类制帮设备	13	90.13	47.31	52.49%	
29	各类定型机、定型 流水线	55	174.48	103.53	59.34%	

序号	资产名称	数量 (台)	原值(万元)	净值(万元)	平均成新率	分布
30	各类过胶设备	18	4.27	3.6	84.31%	重庆红 火鸟
31	各类压合设备	27	25.81	12.08	46.80%	
32	各类片皮机	35	28.76	17.72	61.61%	
33	干燥活化机	2	14.24	9.26	65.03%	
34	节能烘箱	34	16.16	15.17	93.87%	
35	成型流水线	7	248.13	121.95	49.15%	
36	各类喷光台	15	10.82	4.76	43.99%	
37	各式锤平机	12	10.58	5.08	48.02%	
38	各类烫鞋设备	8	6.47	3.52	54.40%	
39	各式冷冻箱	6	23.4	14.39	61.50%	
小计			868.78	494.83	56.96%	
合计			4,617.03	2,677.65	58.00%	—

注：平均成新率=净值/原值×100%

2、房屋及建筑物

截至 2011 年 12 月 31 日，奥康股份共拥有 34 处房屋及建筑物产权，合计 123,752.66 平方米，具体情况如下：

序号	所有权人	房产权证号	建筑面积 (m ²)	房屋坐落	是否受限
1	发行人	温房权证永嘉县字第 02059563 号	126.99	瓯北镇东瓯工业园区(空压机房)	抵押
2	发行人	温房权证永嘉县字第 02059564 号	34,061.92	瓯北镇东瓯工业园区(主厂房)	抵押
3	发行人	温房权证永嘉县字第 02059565 号	8,432.33	瓯北镇东瓯工业园区(车间)	抵押
4	发行人	温房权证永嘉县字第 02059566 号	5,542.58	瓯北镇东瓯工业园区(食堂及职工活动室)	抵押
5	发行人	温房权证永嘉县字第 02059567 号	4,082.74	瓯北镇东瓯工业园区(生产办公楼)	抵押
6	发行人	温房权证永嘉县字第 02059568 号	3,374.41	瓯北镇东瓯工业园区(1#宿舍)	抵押
7	发行人	温房权证永嘉县字第 02059569 号	3,374.41	瓯北镇东瓯工业园区(2#宿舍)	抵押
8	发行人	温房权证永嘉县字第 02059570 号	22.27	瓯北镇东瓯工业园区(传达室)	抵押
9	发行人	温房权证永嘉县字第 02059571 号	2,144.22	瓯北镇东瓯工业园区(3#宿舍)	抵押
10	发行人	温房权证永嘉县字第 02059572 号	71.11	瓯北镇东瓯工业园区(消防水泵房)	抵押

序号	所有权人	房产权证号	建筑面积 (m ²)	房屋坐落	是否受限
11	发行人	温房权证永嘉县字第02059573号	377.41	瓯北镇东瓯工业园区(高压配电房)	抵押
12	发行人	温房权证永嘉县字第02059574号	85.14	瓯北镇东瓯工业园区(胶水房)	抵押
13	发行人	温房权证永嘉县字第02059575号	1,656.45	瓯北镇东瓯工业园区(产品展示厅)	抵押
14	发行人	温房权证永嘉县字第02059576号	7,282.28	瓯北镇千石工业区	抵押
15	发行人	温房权证永嘉县字第02059577号	7,410.28	瓯北镇千石工业区	抵押
16	发行人	温房权证永嘉县字第02059578号	3,133.65	瓯北镇千石工业区	抵押
17	发行人	温房权证永嘉县字第02059579号	3,133.65	瓯北镇千石工业区	抵押
18	发行人	温房权证永嘉县字第02059580号	3,133.65	瓯北镇千石工业区	抵押
19	发行人	温房权证永嘉县字第02059581号	2,088.21	瓯北镇千石工业区	抵押
20	发行人	温房权证永嘉县字第02059582号	4,331.30	瓯北镇千石工业区	抵押
21	发行人	温房权证永嘉县字第02059583号	2,030.40	瓯北镇千石工业区	抵押
22	发行人	温房权证永嘉县字第02059584号	130.65	瓯北镇千石工业区	抵押
23	发行人	温房权证永嘉县字第02059585号	2,030.40	瓯北镇千石工业区	抵押
24	发行人	温房权证永嘉县字第02059586号	2,111.97	瓯北镇千石工业区	抵押
25	发行人	温房权证永嘉县字第02059587号	2,030.40	瓯北镇千石工业区	抵押
26	发行人	温房权证永嘉县字第02059588号	105.53	瓯北镇千石工业区	抵押
27	发行人	温房权证永嘉县字第80000860号	4,138.50	黄田街道千石工业区	否
28	发行人	温房权证永嘉县字第80000865号	2,789.93	黄田街道千石工业区	否
29	发行人	温房权证永嘉县字第80000858号	3,331.57	黄田街道千石工业区	否
30	发行人	温房权证永嘉县字第80000862号	3,329.61	黄田街道千石工业区	否

序号	所有权人	房产权证号	建筑面积 (m ²)	房屋坐落	是否受限
31	发行人	温房权证永嘉县字第80000836号	4,257.23	黄田街道千石工业区	否
32	发行人	温房权证永嘉县字第80000863号	122.51	黄田街道千石工业区	否
33	发行人	温房权证永嘉县字第80000864号	192.35	黄田街道千石工业区	否
34	发行人	温房权证永嘉县字第80000841号	3,286.61	黄田街道千石工业区	否

截至 2011 年 12 月 31 日，重庆红火鸟共拥有 3 处房屋建筑物产权，建筑面积合计 46,555.94 平方米，情况如下：

序号	权利人	证书编号	建筑面积 (m ²)	坐落	是否受限
1	重庆红火鸟	212 房地证 2010 字第 08203 号	10,470.66	璧山县璧城街道奥康大道 1 号	否
2	重庆红火鸟	212 房地证 2010 字第 08204 号	7,600.97	璧山县璧城街道奥康大道 1 号	否
3	重庆红火鸟	212 房地证 2010 字第 08205 号	28,484.31	璧山县璧城街道奥康大道 1 号	否

3、租赁物业

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司区域销售公司共承租 158 处面积共计约 19,689.71 平方米的物业用于开设直营店铺，其中 2 处总计约 68 平方米的物业（约占总租赁面积 0.35%），出租方未能提供房产权属证明文件或其他能够证明出租方有权出租该等物业的法律文件，亦未承诺对相关租赁关系之不稳定可能给承租方造成的损失作出赔偿。

公司控股股东奥康投资已出具《承诺函》：若公司在租赁期间内因权属问题无法继续使用租赁房屋的，控股股东负责落实新的租赁房源，并承担由此造成的装修、搬迁损失及可能产生的其他全部损失。

鉴于（1）发行人在过往的经营过程中未发生因租赁物业被有权第三方主张权利而导致无法使用有关房屋的情形；（2）上述租赁物业中存在瑕疵的面积较小，发行人在同等区域、类似地段重新租赁其他房屋不存在实质性障碍；（3）发行人的控股股东已承诺承担发行人可能因此而遭受的全部损失。金杜律师认为，上述

租赁物业可能存在无法继续使用的情形不会对发行人生产经营造成重大不利影响，亦不构成本次发行上市的实质性障碍。

此外，经金杜律师核查，发行人及其分公司、奥康销售及区域销售公司承租的上述物业，其中部分出租方未在有关房屋租赁管理部门办理备案登记。根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体适用法律若干问题的解释》，未办理租赁登记手续不影响租赁合同的有效性，出租人就同一房屋订立数份租赁合同，在合同均有效的情况下，承租人均主张履行合同的，人民法院按照下列顺序确定履行合同的承租人：（一）已经合法占有租赁房屋的；（二）已经办理登记备案手续的；（三）合同成立在先的。经金杜律师与发行人的房产租赁管理人员面谈，发行人已合法占有租赁房屋。金杜律师认为，根据最高人民法院的上述司法解释，即使第三方已与房屋所有权人或出租方就同一处房屋签署了租赁合同并办理了租赁登记备案手续，发行人仍将被认定为有权实际使用该处房屋的合法承租人。

保荐机构认为，上述租赁物业可能存在无法继续使用的情形不会对发行人生产经营造成重大不利影响，亦不构成本次发行上市的实质性障碍。发行人已合法占有上述租赁房屋，根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体适用法律若干问题的解释》，即使第三方已与房屋所有权人或出租方就同一处房屋签署了租赁合同并办理了租赁登记备案手续，发行人仍将被认定为有权实际使用该处房屋的合法承租人。

（二）发行人的无形资产情况

公司无形资产包括土地使用权、专利权、商标权和计算机软件。公司按照《企业会计准则第8号—资产减值》第五条的规定对无形资产是否存在减值迹象进行了分析判断，认为公司期末无形资产不存在该条规定的各种减值迹象，未计提无形资产减值准备。

















1、土地使用权

截至2011年12月31日，本公司及子公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	使用权人	使用权证号	使用权类型	土地用途	使用权面积(m ²)	坐落	使用权终止日期	是否受限
1	发行人	永嘉国用(2009)第03-03367号	出让	工业	2,002.00	瓯北镇千石村	2047-4-9	抵押
2	发行人	永嘉国用(2009)第03-03368号	出让	工业	1,650.90	瓯北镇千石村	2044-7-10	抵押
3	发行人	永嘉国用(2009)第03-03369号	出让	工业	1,650.90	瓯北镇千石村	2043-11-20	抵押
4	发行人	永嘉国用(2009)第03-03370号	出让	工业	34,201.80	瓯北镇东瓯工业区	2041-10-11	抵押
5	发行人	永嘉国用(2009)第03-03371号	出让	工业	35,625.40	瓯北镇东瓯工业区	2041-10-11	抵押
6	发行人	永嘉国用(2009)第03-03372号	出让	工业	17,439.00	瓯北镇千石村	2048-12-30	抵押
7	发行人	永嘉国用(2009)第03-03373号	出让	工业	3,113.75	瓯北镇千石村	2040-3-27	抵押
8	发行人	永嘉国用(2011)第03-01282号	出让	工业	12,976.50	瓯北镇千石工业区	2042-6-3	否
9	重庆红火鸟	212房地证2010字第08203号	出让	工业	10,601.50	璧山县璧城街道奥康大道1号	2053-7-19	否
10	重庆红火鸟	212房地证2010字第08204号	出让	工业	7,578.50	璧山县璧城街道奥康大道1号	2053-7-19	否
11	重庆红火鸟	212房地证2010字第08205号	出让	工业	56,372.70	璧山县璧城街道奥康大道1号	2053-7-19	否

2、商标权

截至2011年12月31日，公司拥有的在国内注册的商标权如下：

序号	商标	商标注册证号	商标权人	有效期至	核定使用类型
1		610240	发行人	2012-9-9	第 25 类
2		948188	发行人	2017-2-20	第 18 类
3		948189	发行人	2017-2-20	第 18 类
4		953568	发行人	2017-2-27	第 25 类
5		1009379	发行人	2017-5-20	第 25 类
6		1229812	发行人	2018-12-6	第 35 类
7		1270573	发行人	2019-5-6	第 18 类
8		1281071	发行人	2019-6-6	第 25 类
9		1281072	发行人	2019-6-6	第 25 类
10		1756967	发行人	2012-4-27	第 25 类
11		1756968	发行人	2012-4-27	第 25 类
12		1780923	发行人	2012-6-6	第 18 类
13		1780924	发行人	2012-6-6	第 18 类
14		4074854	发行人	2017-11-20	第 25 类
15		4074855	发行人	2017-11-20	第 18 类
16		5351306	发行人	2019-7-27	第 35 类

序号	商标	商标注册证号	商标权人	有效期至	核定使用类型
17		5351309	发行人	2019-8-13	第 18 类
18		5182700	发行人	2019-7-6	第 25 类
19		5322942	发行人	2019-9-13	第 25 类
20		5351305	发行人	2019-8-13	第 25 类
21		4847600	发行人	2019-3-6	第 25 类
22		4865998	发行人	2019-4-27	第 25 类
23		1924085	发行人	2014-1-20	第 25 类
24		1927593	发行人	2012-10-6	第 18 类
25		3426724	发行人	2014-12-13	第 25 类
26		4074861	发行人	2018-4-6	第 18 类
27		4865999	发行人	2019-5-20	第 25 类
28		5033478	发行人	2019-9-27	第 25 类
29		4847599	发行人	2019-4-27	第 25 类
30		3594022	发行人	2019-1-20	第 35 类
31		5408675	发行人	2019-10-6	第 25 类

序号	商标	商标注册证号	商标权人	有效期至	核定使用类型
32		5408676	发行人	2019-9-6	第 35 类
33		3230017	发行人	2013-11-13	第 18 类
34		3169695	发行人	2013-9-20	第 25 类
35		3230018	发行人	2013-11-13	第 18 类
36		3169696	发行人	2013-9-20	第 25 类
37		4074863	发行人	2017-11-20	第 18 类
38		4074862	发行人	2017-11-20	第 25 类
39		4847602	发行人	2019-3-6	第 25 类
40		4847604	发行人	2019-2-13	第 35 类
41		973289	发行人	2017-4-6	第 25 类
42		1924079	发行人	2013-1-6	第 25 类
43		1927595	发行人	2012-10-27	第 18 类
44		4847597	发行人	2019-3-6	第 25 类
45		1305992	发行人	2019-8-20	第 25 类
46		4847598	发行人	2019-6-13	第 25 类
47		4847601	发行人	2019-3-6	第 25 类

序号	商标	商标注册证号	商标权人	有效期至	核定使用类型
48		4847572	发行人	2019-3-13	第 18 类
49		4520337	发行人	2019-3-6	第 25 类
50		4847570	发行人	2019-2-13	第 35 类
51	AOIKANG	5951017	发行人	2020-4-20	第 35 类
52	AOIKANG	5951025	发行人	2020-2-27	第 25 类
53	AOIKANG	5951032	发行人	2020-2-20	第 18 类
54	奥康	5951070	发行人	2020-4-20	第 18 类
55	奥康	5951159	发行人	2020-2-20	第 35 类
56	AOIKANG 奥康皮具	6403570	发行人	2020-5-13	第 18 类
57		4074860	发行人	2018-3-13	第 25 类
58	康龙	5260844	发行人	2019-11-20	第 25 类
59	TAO'S LADY	5572976	发行人	2020-1-27	第 25 类
60		5868360	发行人	2020-2-6	第 25 类
61	TAOTAO 滔滔	5952851	发行人	2020-2-27	第 25 类
62	TAOTAO 滔滔	5952852	发行人	2020-2-20	第 18 类
63		5983962	发行人	2020-2-27	第 18 类

序号	商标	商标注册证号	商标权人	有效期至	核定使用类型
64		6356428	发行人	2020-6-13	第 25 类
65		6356434	发行人	2020-4-20	第 18 类
66		6356441	发行人	2020-6-27	第 35 类
67	从容行天下	6515430	发行人	2020-6-27	第 18 类
68	从容行天下	6515428	发行人	2020-7-6	第 25 类
69	从容行天下	6515426	发行人	2020-8-13	第 35 类
70	MeiRie'S	5759046	发行人	2019-12-13	第 18 类
71	MeiRie'S	5742065	发行人	2019-12-13	第 25 类
72	REDESS	6024571	发行人	2020-3-6	第 18 类
73	REDESS	6024570	发行人	2020-4-20	第 25 类
74	FONGFUONIAO	6356550	发行人	2020-4-13	第 18 类
75	FONGFUONIAO	6356564	发行人	2020-7-13	第 35 类
76	红火鸟	6356386	发行人	2020-4-13	第 18 类
77	红火鸟	6356376	发行人	2020-6-27	第 35 类
78		1196705	发行人	2018-8-6	第 25 类
79	VALLEVERDE	1517532	发行人	2021-2-6	第 25 类
80	万利威德	3478102	发行人	2015-3-13	第 18 类
81	万利威德	3478103	发行人	2015-2-20	第 25 类

序号	商标	商标注册证号	商标权人	有效期至	核定使用类型
82	绿瓦蕾	3478104	发行人	2015-3-13	第 18 类
83	绿瓦蕾	3478105	发行人	2015-2-20	第 25 类
84	GREEN VALLEY	3478106	发行人	2015-2-20	第 25 类
85	GREEN VALLEY	3478107	发行人	2015-3-20	第 18 类
86	美丽佳人 MEIRIE GIAREN	3265752	发行人	2014-7-27	第 25 类
87	MEIRIE GIAREN 美丽佳人	3265754	发行人	2014-7-6	第 25 类
88	R ⁺ DECO	8845967	发行人	2021-11-27	第 18 类
89	R ⁺ DECO	8845978	发行人	2021-12-27	第 25 类

截至 2011 年 12 月 31 日，公司在香港、澳门和台湾注册的商标权如下：

序号	商标	商标注册证号	商标权人	有效期至	核定使用类型	注册地
1	 VALLEVERDE	199801746	发行人	2013-6-25	第 18 类	香港
2	 VALLEVERDE	199801747	发行人	2013-6-25	第 25 类	香港
3		301063412	发行人	2018-3-02	第 9/18/25 类	香港
4	(a) VALLEVERDE (b) VALLEVERDE	301063421	发行人	2018-3-02	第 9/18/25 类	香港
5		301063403	发行人	2018-3-02	第 9/18/25 类	香港
6	ARMANDO ARCANGELL	301124685	发行人	2018-5-25	第 18/25 类	香港
7		N/34644	发行人	2015-8-28	第 9 类	澳门
8		N/34645	发行人	2015-8-28	第 18 类	澳门
9		N/34646	发行人	2015-8-28	第 25 类	澳门
10	VALLEVERDE	N/34647	发行人	2015-8-28	第 9 类	澳门
11	VALLEVERDE	N/34648	发行人	2015-8-28	第 18 类	澳门
12	VALLEVERDE	N/34649	发行人	2015-8-28	第 25 类	澳门
13		N/34650	发行人	2015-8-28	第 9 类	澳门

序号	商标	商标注册证号	商标权人	有效期至	核定使用类型	注册地
14		N/34651	发行人	2015-8-28	第 18 类	澳门
15		N/34652	发行人	2015-8-28	第 25 类	澳门
16	VALLEVERDE	00795182	发行人	2018-1-31	第 25 类	台湾
17	VALLEVERDE	01355054	发行人	2019-3-15	第 9/18/25 类	台湾
18		01355055	发行人	2019-3-15	第 9/18/25 类	台湾
19	ARMANDO ARCANGELL	01361453	发行人	2019-4-30	第 18/25 类	台湾
20	奥康	01344132	发行人	2018-12-31	第 18 类	台湾
21	奥康	01344383	发行人	2018-12-31	第 25 类	台湾
22	AOKANG	01344133	发行人	2018-12-31	第 18 类	台湾
23	AOKANG	01344384	发行人	2018-12-31	第 25 类	台湾
24		4383731	发行人	2020-5-19	第 25 类	日本
25	AOKANG	TMA617,862	发行人	2024-8-26	第 25 类	加拿大
26	AOKANG	2001/14083	发行人	2021-8-14	第 25 类	南非
27	AOKANG	300994816	发行人	2017-11-15	第 18/25 类	香港
28	奥康	300994807	发行人	2017-11-15	第 18/25 类	香港

3、专利权

公司拥有的专利情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	专利申请日
1	一种皮革材料电学特性测试系统	发明	2006100429510	发行人	2006-6-9
2	保健按摩鞋	实用新型	2007200393241	发行人	2007-6-1
3	带透气窗的鞋底	实用新型	2007200399820	发行人	2007-6-8
4	带弹性装置的鞋跟	实用新型	2007200398194	发行人	2007-6-12

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	专利申请日
5	记步鞋	实用新型	2007200387414	发行人	2007-6-19
6	带折叠鞋跟的鞋	实用新型	2007200408641	发行人	2007-7-18
7	可更换鞋帮的鞋	实用新型	2007200437358	发行人	2007-10-16
8	鞋底用气囊	实用新型	2007200416991	发行人	2007-11-27
9	带缓冲装置的鞋	实用新型	2007202017892	发行人	2007-12-27
10	快速调节防滑鞋	实用新型	2007201298390	发行人	2007-12-27
11	具有充电功能的皮带	实用新型	2007201298761	发行人	2007-12-29
12	可变化宽度的鞋底	实用新型	2007201298738	发行人	2007-12-29
13	一种纳米健康鞋底	实用新型	2008200039567	发行人	2008-2-5
14	一种纳米健康鞋	实用新型	2008200039571	发行人	2008-2-5
15	防水呼吸鞋	实用新型	2008200320160	发行人	2008-3-6
16	鞋跟带防磨套的高跟鞋	实用新型	2008200320584	发行人	2008-3-10
17	微细孔防水透气呼吸鞋	实用新型	200820120491.3	郑方丹、发行人	2008-6-26
18	一种蜂巢状微气囊防水透气呼吸鞋	实用新型	2008201209372	郑方丹、发行人	2008-7-10
19	一种鞋底的气垫式缓震透气装置	实用新型	2009201485343	发行人	2009-4-3
20	一种气垫式缓震透气鞋	实用新型	200920148533.9	发行人	2009-4-3
21	一种带有透气功能的鞋底	实用新型	2009201930587	发行人	2009-8-27
22	一种透气鞋底	实用新型	2010202081369	发行人	2010-5-26
23	透气鞋底	实用新型	2010202081316	发行人	2010-5-26
24	一种鞋垫	实用新型	2010202132430	发行人	2010-5-31
25	脚拇指垫	实用新型	2010202132394	发行人	2010-5-31
26	防滑耐磨鞋底	实用新型	201020683495.X	发行人	2010-12-28
27	一种透气鞋垫	实用新型	201020683564.7	发行人	2010-12-28
28	一种可更换饰品的鞋	实用新型	201020683602.9	发行人	2010-12-28
29	可更换饰品的鞋	实用新型	201020683931.3	发行人	2010-12-28
30	一种矫正健康鞋	实用新型	201020684100.8	发行人	2010-12-28
31	一种折叠舒适鞋	实用新型	201020684189.8	发行人	2010-12-28
32	一种鞋车	实用新型	201120109754.2	发行人	2011-4-15
33	一种直排式循环透气鞋	实用新型	201120127956.X	发行人	2011-4-27
34	带多功能组合式压合换气装置的鞋底	实用新型	201120127957.4	发行人	2011-4-27
35	脚形测量仪	外观设计	200730039375X	发行人	2007-6-17
36	鞋垫	外观设计	200930126732.5	发行人	2009-4-24

2010年5月18日，公司与万利威德签署《知识产权框架协议》，万利威德将专利号为200820112021.2的专利授予公司以非独占许可的方式在中国生产鞋类并授权公司以独占许可的方式在中国销售鞋类。2010年12月20日，公司取得国家知识产权局出具的《专利实施许可备案证明》，万利威德许可公司的“用于鞋的鞋底”（专利号：200820112021.2）完成备案，合同有效期限为2010年5月18日至2018年5月4日。

4、著作权

公司拥有的著作权情况如下：

序号	登记号	作品名称	权利类型	著作权人身份	首次发表日期
1	2011-F-040023	奥康专卖店室内设计（一）	美术作品	法人作品著作权人	2010-4-1
2	2011-F-040020	奥康专卖店室内设计（一）	美术作品	法人作品著作权人	2010-4-1
3	2011-F-040025	AOK图（2）	美术作品	法人作品著作权人	2010-7-1
4	2011-F-040024	AOK图（1）	美术作品	法人作品著作权人	2010-7-1
5	2011-F-040022	康龙专卖店门面设计（一）	美术作品	法人作品著作权人	2010-7-31
6	2011-F-040021	康龙专卖店室内设计（一）	美术作品	法人作品著作权人	2010-7-31
7	2011-F-039253	舒尚LOGO	美术作品	法人作品著作权人	2010-11-1
8	2011-F-048911	红火鸟门头新形象	美术作品	法人作品著作权人	2011-3-13
9	2011-F-048912	红火鸟货架新形象	美术作品	法人作品著作权人	2011-3-13

七、发行人的特许经营权情况

截至本招股说明书出具之日，公司无任何特许经营权。

八、发行人的技术和研发情况

（一）主要产品生产技术所处阶段

公司各类男女皮鞋的生产工艺和技术均已成熟，处于大批量生产阶段。

（二）公司的研究开发情况

1、研究开发机构的设置及职能

本公司研发中心由两个部门构成：温州研发中心、东莞研发中心。温州研发中心下设奥康男鞋研发部、奥康女鞋研发部、康龙品牌研发部、美丽佳人研发部、红火鸟研发部、工艺部、功能鞋研发部、鞋样开发部、鞋楦研究室、中试车间等部门，主要负责奥康皮鞋和其他自主品牌鞋的开发及鞋类技术的开发。东莞研发中心主要负责奥康女鞋与皮具的研发和产品设计。

2、研发人员配备情况

本公司拥有一支包括首席设计师 7 人、设计师 30 多人、50 多位技师等专业技术人员在内的 100 多人的研发设计团队，除奥康男女皮鞋分设首席设计师外，其他每个品牌均有一位首席设计师。

3、产品研发流程

（1）信息收集与开发规划

公司各品牌产品管理部门在分析上一年销售数据、总结目标市场消费需求的基础上，分析本年度时尚消费趋势，规划当年度品牌产品系列。各品牌首席设计师根据从国际机构、直营店、经销商和买手¹等提供的资料分析鞋类原材料、廓形、色彩趋势、细节特征、新风格、形象配品等流行趋势，研究本季度开发计划，然后经公司各品牌产品委员会组织研讨确定本季度开发计划。

（2）产品方案设计

设计师根据本季度产品开发计划及所收集的前沿样品，根据产品风格、价位、目标消费者的着装设计产品方案。之后，由各品牌首席设计师和其他设计师、买手、品牌总经理、品牌商品管理部、销售管理部、品牌策划部及部分经销商代表组成的产品委员会一起就产品方案进行讨论，让所有产品都能在总体上符合各品牌的风格。

¹ 即 Buyer。按照通行的说法，买手指的是往返于世界各地，时时关注最新的流行信息，掌握一定的流行趋势，追求完美时尚并且手中掌握着大批量订单的人，是时尚潮流最前沿的一种职业。

(3) 产品确定

当产品方案经产品委员会商定后,设计师负责将产品在细节上进一步完善修改,最终形成样品,并提供价位与产品说明。

(4) 订货量产

公司各品牌产品管理部组织订货会,商品管理部负责分析当前皮鞋消费趋势及根据品牌定位确定年度产品系列、形象产品价位与款式数量、主打产品价位与款式数量、竞争产品价位与款式数量、经典款式的价位与数量,各品牌首席设计师负责向订货会推介已开发出的形象产品与主打产品。

4、研发费用占营业收入的比例

公司最近三年研发费用占合并营业收入的比例如下表所示:

年度	2011年度	2010年	2009年
研发费用(万元)	2,765.91	2,320.62	1,323.58
营业收入(万元)	296,588.48	221,089.61	166,684.68
所占比例	0.93%	1.05%	0.79%

5、研发目标

公司的研发目标是摆脱皮鞋产品的同质化竞争,树立“科技奥康、环保奥康”的形象。

(1) 鞋类产品的研究方向

①舒适特性研究:根据不同国家和地区的人群脚型,利用鞋楦 CAD/CAM 系统,设计出适合不同人群脚型的鞋类产品;使用环保型新型鞋材、利用运动生物力学、人体工程学等多学科研究成果,设计出符合人体行走、运动等不同状态的鞋类产品。

②功能特性研究:应用纳米等高新技术使鞋类产品具有防水、排汗吸气、防晒、除臭杀菌、防湿、耐高温、阻燃等性能,而且穿着时不易擦伤、磨损皮肤,具有高性能的防护性能。

③环保特性:选用安全、环保的鞋材和辅料,使鞋类产品在穿着过程中对人体无毒、无害,生产过程对人体、环境无害。

④专业特性研究：采用科技含量高，处于技术前沿的高档皮革、鞋材、鞋楦、设备等所生产的高档鞋类产品；研究拥有职业技术特性的雪地鞋、警用鞋、军用鞋、儿童鞋、学生鞋、劳保鞋、舞台鞋等专业产品。

（2）鞋材产品的研究方向

公司以提高健康性能、环境友好、节能减排、降低能耗为目标研究方向，对环保型、卫生性、功能性、可回收再利用、可循环利用制鞋材料进行研究，如：高品质鞋用无毒粘合剂，高性能热塑弹性体、橡塑共混物系列鞋底材料，低密度高性能聚酯型鞋底，仿真生态皮革，无铬鞣鞋面革，鞋革固体废弃物的综合利用，纳米技术及中医、中药技术在鞋类产品上的应用，数据化符合人体脚型规律的鞋楦，新型环保鞋底材料系列等。

（三）公司的技术合作

公司研发中心与中国皮革和制鞋工业研究院及浙江大学等科研机构有长期深入的合作。公司每年完成科技项目申报 2-3 项，科技新产品申报 10-15 项，专利及其他知识产权项目申报 10-15 项。公司开发了 4 组具有自有知识产权的功能性鞋类产品，即纳米抑菌健康鞋、缓震健步鞋、康龙气垫式透气男鞋、康龙气垫式透气女鞋。其中康龙气垫式透气男鞋与女鞋已投入市场，赢得了消费者的认可。

九、主要产品的质量控制情况

（一）质量管理体系

本公司设有专门的质量管理部，下设质量监督部和供方管理部，分别负责生产和供应商的质量管理。公司已建立较为完善的质量管理体系，于 2001 年通过 ISO9001:2000 认证，按照该体系的要求进行产品质量控制。公司制定了《质量管理手册》、《质量管理部工作程序》、《进货检验工作程序》、《过程检验工作程序》和《供应商管理手册》等质量控制标准。

（二）质量控制措施

公司的质量控制措施主要由检验员根据检验程序和检验标准对原材料进行数量核实和质量检验，并将检验结果记录在进货检验报告单上。对发现的不合格产品进行标识，检验员按照《不合格品控制程序》进行处置，同时通知采购部重新采购，从原材料上保证产品的质量。

公司生产过程中的质量控制主要由质量管理部对生产过程中的关键工序（裁断、针车、成型）进行监控，检验员将检验的结果记录在生产过程检验记录表上，经检验合格的产品方可流入下道工序。对发现的不合格品进行标识和记录，并与生产分厂管理人员进行沟通，对不合格产品按照《不合格品控制程序》进行处置。

对于生产的成品鞋，先要经过分厂总检验，合格后再到品牌事业部质检处进行二次复检，最终检验合格后才能进入市场。

公司检验过程中贯彻“三不”原则：“不接受不良品，不生产不良品，不下放不良品”；实施“三检”制度：员工“自检”、“互检”和质检员“专检”制。另外还根据《供应商管理办法》对相关供应商厂家进行质量体系标准的培训，做到从源头加强质量控制。

（三）质量控制效果

经过多年的不懈努力，公司的质量管理水平不断提高，产品质量在同行处于领先水平，先后荣获“中国真皮领先鞋王”、“名牌产品”、“驰名商标”等称号。多年来公司产品质量稳定，未出现重大产品质量纠纷。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

公司目前主要从事奥康、康龙、美丽佳人、红火鸟、万利威德等品牌男女皮鞋、皮具的设计、生产及销售。公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争，具体情况如下：

1、控股股东

公司的控股股东为奥康投资，持有公司63.83%的股份，其经营范围为：实业投资，投资管理，财务咨询，投资咨询。奥康投资主要从事投资管理业务，与公司不存在同业竞争。

2、实际控制人及其控制的其他企业

公司的实际控制人为王振滔，截至本招股说明书签署之日，除本公司外，王振滔直接及间接持股的企业见“第五节 发行人基本情况”之“七、（四）实际控制人控制的其他企业情况”。

截至本招股说明书签署之日，王振滔控制的其他企业未从事皮鞋及皮具的研发、生产与销售，与公司不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的措施

为了避免未来可能发生的同业竞争情况，实际控制人王振滔、持有发行人5%以上股份的股东奥康投资、王进权分别签署了《避免同业竞争的承诺》，作出如下承诺：“本公司/本人投资的企业目前在中国境内外未直接或间接从事或参与任何在商业上对发行人构成竞争的业务或活动；本公司/本人投资的企业将来也不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对发行人构成竞争的业务及

活动，或拥有与发行人存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员；在本公司/本人作为发行人的股东期间，以及在本人担任发行人董事、监事或高级管理人员期间及辞去上述职务后六个月内，本承诺为有效之承诺，本公司/本人愿意承担违反上述承诺而给发行人造成的全部损失。”

二、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》等相关规定，公司主要关联方包括：

1、母公司

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）	股权性质
1	奥康投资	20,423.10	63.83	法人股

2、公司的子公司

公司子公司的详细情况见“第五节发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司的基本情况”。

3、其他关联方

公司其他关联方情况如下：

序号	关联方名称	与本公司关系
1	王振滔	本公司股东、实际控制人
2	王进权	本公司股东
3	奥康集团有限公司	受同一实际控制人控制
4	奥康鞋业制造有限公司（注1）	受同一实际控制人控制
5	浙江康龙鞋业有限公司（注2）	受同一实际控制人控制
6	奥康皮具有限公司（注2）	受同一实际控制人控制
7	上海迪姆鞋业有限公司（注2）	受同一实际控制人控制
8	福州奥康鞋业有限公司（注2）	受同一实际控制人控制
9	成都康华生物制品有限公司	受同一实际控制人控制
10	湖北奥康置业有限公司	受同一实际控制人控制
11	重庆奥康置业有限公司	受同一实际控制人控制
12	聊城奥康置业有限公司	受同一实际控制人控制

序号	关联方名称	与本公司关系
13	安徽奥康置业有限公司	受同一实际控制人控制
14	中瓯地产集团有限公司	受同一实际控制人控制
15	中瓯地产集团永嘉房地产有限公司	受同一实际控制人控制
16	中瓯地产集团温州房地产有限公司	受同一实际控制人控制
17	温州中瓯物业管理服务有限公司	受同一实际控制人控制
18	黄冈市富城物业服务有限公司	受同一实际控制人控制
19	奥康（香港）国际集团有限公司	受同一实际控制人控制
20	东方（中国）有限公司	受同一实际控制人控制
21	永嘉县瑞丰小额贷款股份有限公司	实际控制人王振滔担任董事长
22	中瑞财团控股有限公司	实际控制人王振滔担任董事长
23	中瑞温州房地产有限公司	受中瑞财团控股有限公司控制
24	上海明力德实业有限公司	受中瑞财团控股有限公司控制
25	永嘉县奥康进出口有限公司	受持股 5%以上股东王进权控制
26	菏泽蓝海鞋业有限公司（注 2）	受持股 5%以上股东王进权控制
27	上海英诗逸鞋业有限公司（注 2）	受持股 5%以上股东王进权控制
28	温州米奇鞋材有限公司（注 3）	受持股 5%以上股东王进权控制
29	永嘉县康艺鞋材有限公司（注 4）	受持股 5%以上股东王进权的岳父控制
30	永嘉县宏昌鞋业有限公司（注 4）	实际控制人王振滔的妻弟参股

注 1：奥康制造已于 2010 年 5 月注销。本公司于 2009 年收购该公司主要经营性资产承接其经营业务。该公司 2008-2009 年度利润表已列入合并范围，与本公司的关联交易已在合并报表内抵消。

注 2：浙江康龙已于 2010 年 1 月注销；奥康皮具已于 2009 年 4 月注销；上海迪姆已于 2010 年 5 月注销；福州奥康已于 2010 年 3 月注销；菏泽蓝海鞋业已于 2011 年 6 月注销；上海英诗逸已于 2010 年 12 月注销。

注 3：温州米奇鞋材有限公司关联方股权已于 2010 年 2 月转让给非关联方。

注 4：康艺鞋材、宏昌鞋业关联方股权已于 2011 年 8 月签订协议转让给非关联方。

（1）受股东王进权及其重要亲属控制的企业情况如下：

①奥康进出口

A、奥康进出口主营业务情况

奥康进出口经营范围为：许可经营项目：无；一般经营项目：货物和技术的进出口（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）

2010 年，奥康进出口未从事生产经营，营业收入为零。奥康进出口目前正

在办理注销手续中。

B、主要财务状况

单位：万元

项目	2010年12月31日/2010年度
资产总额	6,083.24
负债总额	5,190.55
股东权益总额	892.69
营业收入	-
营业利润	-1.19
利润总额	-1.19
净利润	-1.19

②菏泽蓝海鞋业

A、菏泽蓝海鞋业主营业务情况

菏泽蓝海鞋业经营范围为：许可经营项目：无；一般经营项目：皮鞋、皮具、运动鞋、休闲鞋、箱包、皮革制品、服饰的销售。

2010年，菏泽蓝海鞋业处理完少量库存商品后处于停业状态，2010年营业收入4.15万元，主要是皮鞋销售收入。2011年6月14日，菏泽蓝海鞋业经核准注销。

B、主要财务状况

单位：万元

项目	2010年12月31日/2010年度
资产总额	45.78
负债总额	26.68
股东权益总额	19.10
营业收入	4.15
营业利润	-1.90
利润总额	-1.90
净利润	-1.90

③康艺鞋材

A、康艺鞋材主营业务情况

康艺鞋材经营范围为：许可经营项目：无；一般经营项目：楦头、鞋底、中底、刀模、激光刻花生产、销售。（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、

限制和许可经营的项目)

2010年,康艺鞋材主要从事楦头、鞋底、中底等鞋材的销售,2010年实现营业收入为1,174.38万元。

2011年8月9日,康艺鞋材股东李新²签订协议将其股权全部转让给非关联方,2011年8月17日完成工商变更登记。

B、主要财务状况

单位:万元

项目	2010年12月31日/2010年度
资产总额	661.22
负债总额	496.44
股东权益总额	164.78
营业收入	1,174.38
营业利润	48.54
利润总额	48.36
净利润	36.27

(2) 实际控制人王振滔的重要亲属参股的宏昌鞋业情况如下:

A、宏昌鞋业主营业务情况

宏昌鞋业经营范围为:鞋、皮具、服装生产、销售;货物与技术进出口(法律、法规禁止的不得经营,应经审批的未获审批前不得经营)

2011年8月8日,宏昌鞋业股东林理益³签订协议将其股权全部转让给非关联方,2011年8月18日完成工商变更登记。

B、主要财务状况

单位:万元

项目	2010年12月31日/2010年度
资产总额	1,640.84
负债总额	1,214.05
股东权益总额	426.79
营业收入	4,414.30
营业利润	201.22
利润总额	200.36

² 李新为发行人股东王进权之岳父。

³ 林理益为发行人实际控制人王振滔之妻弟。

项目	2010年12月31日/2010年度
净利润	150.27

(二) 关联交易情况

报告期内，本公司发生的关联交易如下：

1、经常性关联交易

(1) 销售商品或提供劳务

单位：万元

关联方名称	交易内容	2011年度		定价方式及决策程序
		金额	占同类交易金额的比例	
-	-	-	-	-
关联方名称	交易内容	2010年度		定价方式及决策程序
		金额	占同类交易金额的比例	
-	-	-	-	-
关联方名称	交易内容	2009年度		定价方式及决策程序
		金额	占同类交易金额的比例	
上海英诗逸	皮鞋	6,539.75	4.00%	市场价格
重庆奥康置业有限公司	皮鞋	0.33	0.00%	市场价格

(2) 购买商品或接受劳务

单位：万元

关联方名称	交易内容	2011年度		定价方式及决策程序
		金额	占同类交易金额的比例	
宏昌鞋业	皮鞋	2,926.18	1.74%	市场价格
康艺鞋材	材料	196.29	0.12%	市场价格
关联方名称	交易内容	2010年度		定价方式及决策程序
		金额	占同类交易金额的比例	
宏昌鞋业	皮鞋	4,107.76	2.66%	市场价格
康艺鞋材	材料	610.06	0.40%	市场价格
关联方名称	交易内容	2009年度		定价方式及决策程序
		金额	占同类交易金额的比例	
宏昌鞋业	皮鞋	3,475.68	3.16%	市场价格
上海迪姆	皮鞋	633.47	0.58%	市场价格
康艺鞋材	材料	485.24	0.44%	市场价格
奥康皮具	皮具	367.13	0.33%	市场价格
浙江康龙	材料	142.62	0.13%	市场价格

温州米奇鞋业有限公司	材料	110.29	0.10%	市场价格
------------	----	--------	-------	------

(3) 物业租赁

单位：万元

出租方名称	承租方名称	租赁资产	2011 年租金	定价依据
重庆红火鸟	重庆奥康置业有限公司	奥康大厦	30.79	市场价格

2、偶发性关联交易

(1) 关联方担保

①接受关联方担保

担保方	担保金额 (万元)	担保起始日	担保到期日	担保是否已 经履行完毕
2009 年度				
奥康集团	7,150.00	2009-3-24	2011-3-24	是
王振滔	7,150.00	2009-3-24	2011-3-24	是
奥康集团及王振滔	447.18	2009-3-27	2010-3-27	是
奥康集团及王振滔	200.00	2009-3-31	2010-3-29	是
奥康集团及王振滔	2,900.00	2009-5-5	2010-5-4	是
奥康集团及王振滔	1,500.00	2009-5-11	2010-5-11	是
奥康集团及王振滔	2,000.00	2009-6-8	2010-5-31	是
奥康集团及王振滔	1,300.00	2009-6-10	2010-6-10	是
奥康集团	10,000.00	2009-6-10	2010-12-31	是
王振滔	10,000.00	2009-6-10	2010-12-31	是
奥康集团及王振滔	125.29	2009-6-11	2010-6-11	是
奥康集团	1,500.00	2009-8-24	2010-8-23	是
奥康集团及王振滔	1,000.00	2009-9-9	2010-9-8	是
奥康集团及王振滔	2,000.00	2009-9-22	2010-9-22	是
奥康集团及王振滔	2,350.00	2009-11-5	2010-11-4	是
奥康集团及王振滔	1,600.00	2009-11-23	2010-4-23	是
奥康集团	340.00	2009-12-30	2010-4-29	是
奥康集团	2,150.00	2009-12-28	2010-5-29	是
2010 年度				
奥康集团	11,500.00	2010-3-22	2012-3-22	否
奥康集团	211.89	2010-5-19	2011-5-16	是
奥康集团	132.43	2010-6-7	2011-5-25	是
奥康集团	331.08	2010-6-21	2011-5-25	是
奥康集团	198.65	2010-6-29	2011-6-23	是
奥康集团	291.35	2010-8-20	2011-8-18	是
奥康集团	15,000.00	2010-9-1	2013-9-1	否
王振滔	25,000.00	2010-9-1	2013-9-1	否

担保方	担保金额 (万元)	担保起始日	担保到期日	担保是否已 履行完毕
奥康集团	317.83	2010-9-21	2011-9-19	是
奥康集团	500.00	2010-9-10	2011-3-9	是
奥康集团	1,500.00	2010-9-13	2011-3-12	是
奥康集团	1,500.00	2010-9-14	2011-3-13	是
奥康集团	1,500.00	2010-9-20	2011-3-19	是
奥康集团	1,500.00	2010-9-21	2011-3-20	是
奥康集团	500.00	2010-9-26	2011-3-25	是
奥康集团	100.00	2010-9-26	2011-3-25	是
奥康集团	130.00	2010-10-15	2011-4-14	是
奥康集团	290.00	2010-10-15	2011-4-14	是
奥康集团	210.00	2010-10-15	2011-4-14	是
奥康集团	670.00	2010-10-15	2011-4-14	是
奥康集团	200.00	2010-10-15	2011-4-14	是
奥康集团	190.00	2010-10-18	2011-4-17	是
奥康集团	630.00	2010-10-18	2011-4-17	是
奥康集团	360.00	2010-10-18	2011-4-17	是
奥康集团	300.00	2010-10-18	2011-4-17	是
奥康集团	420.00	2010-10-19	2011-4-18	是
奥康集团	440.00	2010-10-19	2011-4-18	是
奥康集团	520.00	2010-10-19	2011-4-18	是
奥康集团	1,980.00	2010-10-25	2011-4-25	是
奥康集团	1,456.00	2010-10-26	2011-4-25	是
奥康集团	1,327.00	2010-10-26	2011-4-25	是
奥康集团	1,370.00	2010-10-27	2011-4-26	是
奥康集团	20,000.00	2010-10-29	2013-10-28	否
王振滔	20,000.00	2010-10-29	2013-10-28	否
王进权	20,000.00	2010-10-29	2013-10-28	否
奥康集团	2,847.25	2010-12-8	2011-3-6	是
奥康集团	169.00	2010-12-24	2011-3-23	是
2011 年度				
奥康集团	12,000.00	2011-2-15	2013-2-15	否
奥康集团	11,500.00	2011-6-16	2013-6-16	否
王振滔	11,500.00	2011-6-16	2013-6-16	否
王进权	11,500.00	2011-6-16	2013-6-16	否
奥康集团	20,000.00	2011-11-1	2013-11-1	否

②为关联方提供担保

被担保方	担保金额 (万元)	担保起始日	担保到期日	担保是否已 履行完毕
2009 年度				

被担保方	担保金额 (万元)	担保起始日	担保到期日	担保是否已 履行完毕
奥康集团	1,500.00	2009-1-4	2009-7-6	是
奥康集团	2,000.00	2009-5-13	2010-4-10	是
奥康集团	2,200.00	2009-5-18	2010-3-10	是
奥康集团	1,500.00	2009-5-26	2010-5-10	是
奥康集团	10,000.00	2009-6-10	2010-1-31	是
奥康集团	11,000.00	2009-6-10	2010-12-31	是
奥康集团	1,500.00	2009-7-10	2010-4-20	是
奥康集团	3,500.00	2009-7-14	2010-7-14	是
奥康集团	4,000.00	2009-8-7	2010-8-6	是
奥康集团	2,000.00	2009-10-28	2010-8-28	是
奥康集团	2,000.00	2009-11-3	2010-5-20	是
奥康集团	2,900.00	2009-11-25	2010-6-28	是
奥康集团	2,500.00	2009-12-18	2010-10-25	是
奥康集团	2,500.00	2009-12-24	2010-9-26	是
奥康集团	1,500.00	2009-12-24	2010-11-30	是

(2) 收购奥康集团的土地使用权及房屋

①2009年收购奥康集团的房地产

2009年12月24日，公司与奥康集团签订《房地产买卖合同》，奥康集团将其位于瓯北镇千石工业区及瓯北镇东瓯工业区的使用权总面积为95,683.80平方米的土地使用权和位于瓯北镇千石工业区的总面积为38,952.37平方米的房屋以20,800万元的价格转让给公司。

2009年12月25日，浙江勤信资产评估有限公司⁴出具《奥康集团有限公司拟对外投资等涉及的资产评估项目的资产评估报告》（浙勤评报[2009]308号），对奥康集团转让给公司的7项土地使用权及13项房屋进行了评估，评估基准日为2009年11月30日，该等房地产的合计账面价值为4,271.00万元，评估价值为20,850.77万元，评估增值16,579.77万元，增值率为388.19%。

②2011年收购奥康集团的房地产

2011年6月8日，发行人与奥康集团签订《房地产买卖合同》，奥康集团将其拥有的位于瓯北镇千石工业区的面积为12,976.5平方米的土地使用权和位于瓯北

⁴ 浙江勤信资产评估有限公司现更名为坤元资产评估有限公司

镇千石工业区的面积为21,448.31平方米的房屋所有权以4,200万元的价格转让给公司。

2011年5月30日，坤元资产评估有限公司出具坤元评报[2011]191号《奥康集团有限公司拟转让资产评估项目资产评估报告》，对奥康集团转让给公司的1项土地使用权及8项房屋进行了评估，评估基准日为2011年4月30日，该等房地产的合计账面价值为1,539.05万元，评估价值为4,224.03元，评估增值2,684.98元，增值率为174.46%。

上述房地产已完成过户。

(3) 收购奥康制造的经营性资产

2008年12月20日，公司与奥康制造签订《资产收购协议》，收购奥康制造的鞋类制造业务相关经营资产（包括机器设备、原材料和在产品），收购定价按2008年12月31日的账面价值确定为3,246.74万元；公司承接了奥康制造的全部经营业务，与该等业务相关员工转入本公司，并与公司签订了劳动合同。

(4) 关联方债权债务转让

为规范关联方资金往来行为，本公司2009年12月与关联方签署系列债务转让协议，将各关联方之间的债权债务变更为本公司与奥康集团的债权债务。

转让前各方的债权债务关系如下：

单位：万元

债权方	债务方	金额（负数表示本公司债务）
本公司	奥康制造	2,812.28
本公司	奥康进出口	64.38
奥康集团	重庆红火鸟	-5,625.88
奥康集团	本公司	-431.00
奥康集团	奥康销售	-8,632.27
奥康销售	奥康集团	30,618.33
浙江康龙	本公司	-268.23
合计		18,537.62

转让后，本公司对奥康集团的其他应收款增加18,537.62万元，除此，其他关联方之间的债权债务被清零。

上述债权债务转让协议业经本公司全体股东于2009年12月31日出具股东确认书确认，转让债务的定价均按账面值确定。截至2009年12月31日止，本公司已依据债务转让协议完成相关账务处理。

(5) 受让奥康集团的商标、专利

2009年1月13日，公司与奥康集团签署专利转让合同，奥康集团将其拥有的14项实用新型和1项外观设计专利无偿转让给公司。

2011年3月28日，公司与奥康集团签署注册商标转让协议书，奥康集团将其拥有的17项在境外及香港特别行政区和台湾地区注册的商标无偿转让给公司。

(6) 租赁奥康集团房屋

公司在2011年1月21日之前，一直无偿使用奥康集团位于永嘉县瓯北镇面积总计21,448.31平方米的房屋，一部分用作公司员工宿舍和生活区，另外一部分用于子公司办公和开设店铺等。2011年1月20日，公司与奥康集团签署《房屋租赁合同》，公司租用奥康集团拥有的房产，奥康集团同意公司将该房屋的部分转租或赠予其子公司或直营店用于办公和店铺经营使用。租赁面积为总计21,448.31平方米，租金为205.91万元，租赁期限为2011年1月22日起至2012年1月22日止。

经公司2011年第二次临时股东大会审议通过，2011年6月8日，公司与奥康集团签署《房地产买卖合同》，奥康集团将上述房屋的房屋所有权及土地使用权以4,200万元的价格转让给公司，定价依据为该等房地产以2011年4月30日为基准日的评估价格。同时，上述《房屋租赁合同》终止，产生的租金予以免除。

奥康销售自2008年1月1日起免费使用奥康集团位于瓯北镇千石工业区的房产用于办公（建筑面积120平米，使用面积90平米）。2009年12月31日，奥康集团将该房产转让给公司。自2010年1月1日至今，公司将该房产免费提供给奥康销售使用。

3、关联方往来款项余额

(1) 应收账款、

单位：万元

关联方名称	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备
重庆奥康置业有限公司	23.55	-	-	-	0.38	-
上海英诗逸	-	-	-	-	115.76	-
合计	23.55	-	-	-	116.14	-

(2) 应付账款

单位：万元

关联方名称	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
宏昌鞋业	407.86	915.46	455.59
康艺鞋材	-	32.14	96.14
合计	407.86	947.60	551.73

(3) 其他应付款

单位：万元

关联方名称	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
奥康集团	-	3,807.40	17,526.18
合计	-	3,807.40	17,526.18

上述资金往来中，应收账款、应付账款均为经营性的资金往来，主要成因系关联交易。2009年末、2010年末公司对奥康集团的其它应付款均为尚未支付的购买房地产款项。

2009年公司其他应收款中部分属于非经营性的资金占用，主要成因系关联方之间的资金借贷。公司与关联方资金往来减少了公司的流动资金，增加了公司的财务风险，但公司向关联方提供的资金均是在保证自身经营正常开展的基础上进行的，未对公司的生产经营产生实质性不利影响。报告期内，公司各期的成本、费用支出均能正常支付，未出现资金结算违约等异常情况。2009年1月开始，公司开始逐步减少关联资金往来，在2009年12月31日前公司已经对上述关联方资金往来进行了有效地清理和规范。

2011年2月25日，公司实际控制人王振滔、持股5%以上的主要股东王进权分别向公司出具了《承诺函》，承诺若公司因其在首次公开发行股票并上市前与关联方之间相互提供借款的行为被政府主管部门处罚，其愿意对公司因受处罚而产

生的经济损失进行等额补偿，王振滔与王进权对上述补偿义务承担个别及连带的责任。

2011年2月25日，公司全体股东签署《关于公司报告期内关联方资金占用问题的确认》，确认其知悉报告期内公司与其关联方之间的资金占用情况，对此无异议，其未因该等资金占用而遭受损失，股东之间不会因此发生纠纷和潜在纠纷。

针对关联方资金往来问题，严格杜绝关联方资金占用，公司在章程中明确规定：“公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和股东的利益。如公司控股股东及实际控制人等关联方占用公司资金，应按照人民银行同期贷款利率向公司支付资金占用利息，并另行向公司支付占用资金额（含利息）的50%作为对资金占用的补偿。如关联方不能按照上述原则支付占用资金的本金、利息及补偿金，则公司有权从关联方在公司每年的分红中扣除。”

三、规范关联交易的制度安排

本公司为规范关联交易行为，已在《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》及《关联交易决策制度》中明确规定了关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项。

1、《公司章程》对关联交易制度的规定

《公司章程》第四十二条规定，公司对股东、实际控制人及其关联方提供的担保，须经股东大会审议通过。

《公司章程》第八十条规定，股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东应当主动申请回避。关联股东不主动申请回避时，其他知情股东有

权要求其回避。

股东大会在审议有关关联交易事项时，会议主持人应宣布有关关联关系股东的名单，说明是否参与投票表决，并宣布出席股东大会的非关联方有表决权的股份总数和占公司总股份的比例后进行投票表决。

《公司章程》第一百一十条规定，董事会应就关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序。

《公司章程》第一百一十二条规定，公司董事会有权审批不超过公司最近一期经审计净资产5%的关联交易事项（公司提供对外担保的除外）。

《公司章程》第一百二十三条规定，董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联关系董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、《董事会议事规则》对关联交易制度的规定

《董事会议事规则》第十三条规定，在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。

《董事会议事规则》第二十条规定，董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决。在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

3、《独立董事制度》对关联交易制度的规定

《独立董事制度》规定，重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于300万或高于公司最近经审计净资产值5%的关联交易）应由独立董事认可后方可提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

4、本公司还就关联交易决策权利与程序制定了《关联交易实施细则》

该制度分别从关联人界定、关联交易范围、关联交易的决策程序和权限、关联人的回避措施、关联交易的披露等对公司的关联交易行为作出规定。

四、独立董事对本公司报告期内关联交易执行情况的意见

公司独立董事对上述关联交易履行的审议程序的合法性和交易的公允性发表了意见如下：“公司最近三年发生的关联交易公平、公允，不存在损害公司利益、损害非关联股东利益的情形。公司最近三年发生的关联交易已按照《公司章程》及其它相关规定履行相应的公司内部决策程序，不存在违反诚实信用原则的情形。”

五、本公司采取的减少或避免关联交易措施

为减少和规范关联交易，实际控制人王振滔、持有发行人5%以上股份的股东奥康投资、王进权分别签署了《减少和规范关联交易的承诺》，作出如下承诺：

1、本人和本人的关联人/本公司和本公司的关联人将尽量减少和规范与发行人及其控股子公司之间发生关联交易；

2、不以向发行人拆借、占用发行人资金或采取由发行人代垫款项、代偿债务等任何方式侵占发行人资金或挪用、侵占发行人资产或其他资源；不要求发行人及其控股子公司违法违规提供担保；

3、对于能够通过市场方式与独立第三方之间进行的交易，将由发行人及其控股子公司与独立第三方进行；

4、对于与发行人及其控股子公司之间确有必要进行的关联交易，均将严格遵守公平公允、等价有偿的原则，公平合理地进行；关联交易均以签订书面合同或协议形式明确约定，并严格遵守有关法律法规、规范性文件以及公司章程、股东大会会议事规则、关联交易实施细则等相关规定，履行各项审批程序和信息披露义务，切实保护公司和公司其他股东利益；

5、不通过关联交易损害发行人以及发行人其他股东的合法权益，如因违反上述承诺而损害发行人及发行人其他股东合法权益的，本人及本人的关联人/本公司/本公司的关联人自愿赔偿由此对发行人造成的一切损失；

6、本人/本公司将促使并保证本人/本公司的关联人遵守上述承诺，如有违反，本人/本公司自愿承担由此对发行人造成的一切损失。

本公司还依据有关法律、法规和规范性文件的规定，在《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》和《关联交易决策制度》中对关联交易做出了严格规定，包括关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等内容，以确保关联交易的公开、公允、合理，从而保护本公司全体股东及本公司的利益。

第八节 董事、监事与高级管理人员

一、董事、监事与高级管理人员概要

公司目前董事会由王振滔、王进权、徐晓杰、赵树清、吴守忠、冯仑、楚修齐、徐经长、王伟斌9人组成，其中，冯仑、楚修齐、徐经长、王伟斌为独立董事；公司目前监事会由黄渊翔、徐旭亮、周盘山3人组成，其中徐旭亮、周盘山为股东代表监事，黄渊翔为经公司职工民主选举产生的职工代表监事。董事和监事任期均为三年。

（一）董事

本公司共设9名董事，其中4名为独立董事，分别由奥康投资和董事会提名并经股东大会选举产生，无由关联人直接或间接委派的情况。本届董事的任期从2010年12月16日至2013年12月15日。本公司董事如下：

姓名	职务	性别	出生年月	提名人
王振滔	董事长兼总裁	男	1965年5月	奥康投资
王进权	董事兼副总裁	男	1973年3月	奥康投资
徐晓杰	董事兼副总裁	男	1970年7月	奥康投资
赵树清	董事兼副总裁	男	1950年8月	奥康投资
吴守忠	董事	男	1951年12月	奥康投资
冯仑	独立董事	男	1959年7月	董事会
楚修齐	独立董事	男	1964年3月	董事会
徐经长	独立董事	男	1965年11月	董事会
王伟斌	独立董事	男	1971年4月	董事会

本公司上述各董事简历如下：

王振滔先生：中国国籍，拥有多次往返西班牙的签证（有效期为2011年3月15日至2015年12月16日），经济师，毕业于杭州商学院，大专学历，巴黎HEC商学院EMBA。先后担任永嘉县奥林鞋厂厂长，奥康集团董事长兼总经理，现任公司董事长兼总裁、奥康集团董事长、温州市工商联联合会主席、总商会会长。曾当选为第15届“中国十大杰出青年”，“全国五一劳动奖章”获得者，并荣获“中国经济建设杰出人物”、“中国民营工业企业行业领袖”、“中华慈善奖”、

2010 年度“十大风云浙商”等多项荣誉。

王进权先生：曾用名王振权，中国国籍，无境外永久居留权，长江商学院 EMBA。先后担任永嘉县奥林鞋厂采购部经理，奥康集团副总裁，奥康销售总经理。现任公司董事兼副总裁，奥康销售执行董事兼经理，重庆火红鸟执行董事。曾荣获“中国营销风云人物”、“中国杰出营销案例金奖”等荣誉。

徐晓杰先生：中国国籍，无境外永久居留权，毕业东北财经大学，本科学历，长江商学院 EMBA。先后担任永嘉县五交化百货总公司财务科长、办公室主任。1997 年加入奥康集团，担任奥康集团财务部经理、奥康集团副总经理，现任公司董事兼副总裁。

赵树清先生：中国国籍，无境外永久居留权，助理经济师，大专学历。先后担任杭州钢管总厂书记兼经营副厂长，特丽雅皮鞋有限公司总经理。2002 年加入奥康集团，担任奥康集团副总裁。现任公司董事兼副总裁。

吴守忠先生：中国国籍，无境外永久居留权，毕业于浙江永嘉电大中文系，大专学历。先后担任中共永嘉县委办公室副主任、主任，中共永嘉县县委常委、瓯北镇党委书记。1999 年加入奥康集团，担任奥康集团行政事务部经理、副总经理，现任公司董事，奥康集团董事兼总经理。

冯仑先生：中国国籍，无境外永久居留权，博士。1984 年至 1988 年在中共中央党校马列研究所任教。先后担任海南省改革发展研究所副主任、常务副所长。现任万通集团董事局主席、万通投资控股股份有限公司董事长、中金投资（集团）有限公司董事、网易公司独立董事、恒天地产有限公司独立董事、北京科技园建设（集团）股份有限公司独立董事、深圳市聚成企业管理顾问有限公司独立董事，本公司独立董事。

楚修齐先生：中国国籍，无境外永久居留权，毕业于首都经济贸易大学，获得企业管理硕士学位。先后担任中华人民共和国商业部百货局副局长，中国百货纺织品公司副总经理，中国百货商业协会常务副会长兼秘书长。现任中国百货商业协会会长、中国体育用品联合会副主席、天津一商友谊股份有限公司独立董事，本公司独立董事。

徐经长先生：中国国籍，无境外永久居留权，博士学历、教授、博士生导师。1997年7月毕业于中国人民大学，获会计学博士学位，2000年香港城市大学访问学者，2006-2007年美国加州大学（UCR）高级研究学者。现任中国人民大学商学院会计系主任、MPAcc中心主任、EMBA中心主任、北新集团建材股份有限公司独立董事、中国全聚德（集团）股份有限公司独立董事、广东宝莱特医用科技股份有限公司独立董事、荣之联股份有限公司独立董事，本公司独立董事。

王伟斌先生：中国国籍，无境外永久居留权，中欧国际工商学院工商管理硕士。先后担任北京双全泰经贸发展有限公司总经理、北京双全天地科技发展有限公司董事长兼总经理、双全集团董事局主席。现任双全控股有限公司董事长、双全文化有限公司董事长，本公司独立董事。

（二）监事

本公司监事会由3人组成，监事黄渊翔由职工代表大会选举产生，其余监事由公司股东大会选举产生，无由关联人直接或间接委派的情况。本届监事的任期从2010年12月16日至2013年12月15日。本公司监事如下：

姓名	职务	性别	出生年月	提名人
黄渊翔	监事会主席	男	1979年10月	职工代表大会
徐旭亮	监事	男	1975年7月	奥康投资
周盘山	监事	男	1974年7月	奥康投资

本公司上述各监事简历如下：

黄渊翔先生：中国国籍，无境外永久居留权，毕业于武汉理工大学，本科学历，政工师。先后担任奥康集团团委书记，工会主席，党委书记。现任本公司监事会主席。

徐旭亮先生：中国国籍，无境外永久居留权，毕业于华中科技大学，本科学历。先后担任奥康集团市场部经理、美丽佳人事业部总经理。现任本公司监事、奥康品牌事业部总经理、福州奥闽监事。

周盘山先生：中国国籍，无境外永久居留权，毕业于合肥工业大学，大专学历。先后担任奥康集团采购经理，公司外贸部大客户经理，公司瓯北制造中心总经理。现任本公司监事、重庆红火鸟总经理。

（三）高级管理人员

根据《公司章程》第一百三十四条，公司总裁、副总裁、财务负责人、董事会秘书为公司高级管理人员。本公司共有高级管理人员6名，均为中国国籍。本届高级管理人员的任期从2010年12月16日至2013年12月15日。

本公司高级管理人员如下：

姓名	职务	性别	出生年月
王振滔	董事长兼总裁	男	1965年5月
王进权	董事兼副总裁	男	1973年3月
徐晓杰	董事兼副总裁	男	1970年7月
赵树清	董事兼副总裁	男	1950年8月
余雄平	董事会秘书	男	1976年2月
王志斌	财务负责人	男	1974年11月

本公司上述各高级管理人员简历如下：

王振滔先生：简历详见本节“一（一）董事”。

王进权先生：简历详见本节“一（一）董事”。

徐晓杰先生：简历详见本节“一（一）董事”。

赵树清先生：简历详见本节“一（一）董事”。

余雄平先生：中国国籍，无境外永久居留权，毕业于东北财经大学，大学学历。先后担任奥康集团财务部经理、财务总监，公司财务总监。现任公司董事会秘书。

王志斌先生：中国国籍，无境外永久居留权，毕业于浙江广播电视大学，大专学历，中级会计师。先后担任上海迪姆财务经理、公司财务副总监。现任公司财务负责人。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有公司股份情况

（一）发行前直接、间接持有发行人股份情况

序号	股东名称	直接持股比例	间接持股比例	合计持股比例
1	王振滔	18.70%	57.45%	76.15%
2	王进权	6.23%	-	6.23%
3	王晨	-	6.38%	6.38%
合计		24.93%	63.83%	88.76%

在公司董事、监事、高级管理人员中，王振滔、王进权直接持有本公司股份；公司控股股东奥康投资的股东为王振滔及王晨，王振滔与王晨系父子关系，通过持有奥康投资的股权而间接持有本公司股份。

除上述情形外，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属均未以任何方式直接或间接持有本公司股份。

（二）报告期内持股变动情况

本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有公司股份比例报告期内增减变动情况如下表所示。间接持有股份是根据各自然人持有股东单位的股份比例以及股东单位持有本公司股份的比例相乘得出。

姓名	持有方式	2009-12-31	2010-12-31	2011-12-31
王振滔	直接和间接持股	80.16%	76.15%	76.15%
王进权	直接和间接持股	6.56%	6.23%	6.23%
王晨	间接持股	6.72%	6.38%	6.38%
合计		93.44%	88.76%	88.76%

（三）所持股份的质押、冻结情况

截至本招股说明书签署之日，上述人员所持股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

三、董事、监事及高级管理人员其他对外投资情况

本公司董事长兼总裁王振滔先生、董事兼副总裁王进权先生投资的企业情况详见“第五节 发行人基本情况”之“七、（四）实际控制人控制的其他企业情况”及“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、（一）关联方及关联关系”。

除上述企业外，董事长兼总裁王振滔先生的其他对外投资情况如下：

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	住所	法定 代表人	持股比例	主营业务
1	温州江心屿九号公馆有限公司	2008.9.2	275	温州市江心屿疗养院附属楼	郑祥波	王振滔 (20%)	餐饮服务
2	浙江商融创业投资股份有限公司	2010.6.8	6,000	温州市雁荡西路 350 号 (开发区大厦 6 楼 601、611、612 室)	黄胜丰	王振滔 (5%)	创业投资

除上述企业外，董事兼副总裁王进权先生的其他对外投资情况如下：

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	住所	法定 代表人	持股比例	主营业务
1	永嘉县奥康进出口有限公司	1997.10.15	800	永嘉县瓯北镇黄田千石工业区	王进权	王进权 (70%) 奥康集团 (10%) 林丽琴 (10%)	货物和技术进出口

奥康进出口目前正在办理注销手续中。

除上述情况之外，本公司董事（独立董事除外）、监事及高级管理人员不存在其他对外投资情况。

四、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况

（一）董事、监事及高级管理人员 2011 年度从发行人处领取收入的情况

姓名	在本公司及下属子公司任职情况	2011 年薪资 (万元)
王振滔	董事长兼总裁	34.09
王进权	董事兼副总裁、奥康销售总经理	18.37
吴守忠	董事	-
徐晓杰	董事兼副总裁	21.99
赵树清	董事兼副总裁	21.83
冯仑	独立董事	8.84
楚修齐	独立董事	8.84
徐经长	独立董事	8.84
王伟斌	独立董事	-
黄渊翔	监事会主席	7.45
徐旭亮	监事、奥康事业部总经理	11.79
周盘山	监事、重庆红火鸟总经理	13.08

姓名	在本公司及下属子公司任职情况	2011 年薪资（万元）
余雄平	董事会秘书	13.49
王志斌	财务负责人	15.74

本公司给予独立董事每人每年 8.84 万元（含税）独立董事津贴。

（二）公司对上述人员其他待遇和退休金计划

除以上薪酬和津贴以外，公司的董事、监事及高级管理人员未享受其他待遇。对于公司的董事、监事及高级管理人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗等保险，不存在其它特殊待遇和退休金计划。本公司也未制定董事、监事及高级管理人员的认股权计划。

（三）上述人员在本公司关联企业 2011 年度领薪情况

2011 年度，董事吴守忠从奥康集团领取薪酬 24.97 万元，除此之外，本公司董事、监事及高级管理人员 2011 年未从控股股东及其关联企业领取收入。

五、董事、监事及高级管理人员兼职情况

姓名	在发行人所任职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人关系
王振滔	董事长 总裁	奥康投资	董事长	发行人的控股股东
		奥康集团	董事长	发行人实际控制人控制的公司
		中瓯地产	董事	发行人实际控制人控制的公司
		中瓯地产永嘉房地产有限公司	董事	发行人实际控制人控制的公司
		重庆奥康置业有限公司	董事长	发行人实际控制人控制的公司
		康华生物	董事长	发行人实际控制人控制的公司
		永嘉县瑞丰小额贷款公司	董事长	发行人实际控制人控制的公司
		中瑞财团控股有限公司	董事长	发行人实际控制人参股的公司
		浙江商融创业投资股份有限公司	董事	发行人实际控制人参股的公司

姓名	在发行人所任职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人关系
王进权	董事 副总裁	奥康销售	执行董事、经理	发行人全资子公司
		重庆红火鸟	执行董事	发行人全资子公司
		中瓯地产	董事长	发行人实际控制人控制的公司
		中瓯地产集团永嘉房地产有限公司	董事长	发行人实际控制人控制的公司
		中瓯地产集团温州房地产有限公司	执行董事	发行人实际控制人控制的公司
		湖北奥康置业有限公司	董事长	发行人实际控制人控制的公司
		重庆奥康置业有限公司	监事	发行人实际控制人控制的公司
		永嘉县奥康进出口有限公司	执行董事	发行人主要股东控制的公司
吴守忠	董事	奥康集团	董事、总经理	发行人实际控制人控制的公司
		中瓯地产	董事、总经理	发行人实际控制人控制的公司
余雄平	董事会 秘书	上海明力德实业有限公司	监事	发行人实际控制人控制的公司
王志斌	财务 负责人	奥康投资	监事	发行人的控股股东
		永嘉县瑞丰小额贷款公司	监事	发行人实际控制人控制的公司
冯仑	独立董事	万通集团	董事局主席	无关联关系
		万通投资控股股份有限公司	董事长	无关联关系
		中金投资（集团）有限公司	董事	无关联关系
		网易公司	独立董事	无关联关系
		恒天地产有限公司	独立董事	无关联关系
		北京科技园建设（集团）股份有限公司	独立董事	无关联关系
		深圳市聚成企业管理顾问有限公司	独立董事	无关联关系
楚修齐	独立董事	中国百货商业协会	会长	无关联关系
		中国体育用品联合会	副主席	无关联关系
		天津一商友谊股份有限公司	独立董事	无关联关系
徐经长	独立董事	中国人民大学	教授、系主任	无关联关系
		北新集团建材股份有限公司	独立董事	无关联关系
		中国全聚德（集团）股份有限公司	独立董事	无关联关系
		广东宝莱特医用科技股份有限公司	独立董事	无关联关系

姓名	在发行人所任职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人关系
徐经长	独立董事	荣之联股份有限公司	独立董事	无关联关系
王伟斌	独立董事	双全控股有限公司	董事长	无关联关系
		双全文化有限公司	董事长	无关联关系
		神玉艺术馆	馆长	无关联关系
黄渊翔	监事会主席	奥康集团	监事	发行人实际控制人控制的公司
徐旭亮	监事	福州奥闽	监事	发行人全资子公司

除上述人员外，公司其他董事、监事及高级管理人员均无兼职，并已发表声明。

六、董事、监事及高级管理人员相互之间存在的亲属关系情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东奥康投资股东王晨为王振滔之子，本公司自然人股东王进权为王振滔之弟，缪彦枢为王振滔之舅，潘长忠为王振滔之妹夫，除此之外，本公司董事、监事及高级管理人员相互之间不存在配偶关系、三代以内直系或旁系亲属关系。

七、本公司与董事、监事及高级管理人员签订的协议及作出的承诺情况

截至本招股说明书签署之日，除董事长兼总裁王振滔与董事兼副总裁王进权作出避免同业竞争承诺、避免关联交易承诺及自愿锁定股份承诺外，其他董事、监事及高级管理人员未向本公司作出其他重要承诺，本公司未与董事、监事及高级管理人员签订重大商务协议。

八、董事、监事及高级管理人员任职资格情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

九、报告期内董事、监事及高级管理人员变动情况

（一）董事变动情况

1、2007年9月30日，发行人召开2007年第五次临时股东大会，选举王振滔、王进权、徐晓杰、赵树清、吴守忠为第三届董事会成员。

2、2007年9月30日，发行人召开第三届董事会第一次会议，选举王振滔为第三届董事会董事长。

3、2009年12月24日，发行人召开2009年第八次临时股东大会，选举冯仑、楚修齐、徐经长、张汉荣为独立董事。

4、2010年12月16日，发行人召开2010年第三次临时股东大会，选举王振滔、王进权、徐晓杰、赵树清、吴守忠为发行人为公司董事，与公司独立董事冯仑、楚修齐、徐经长、张汉荣共同组成发行人第四届董事会。

5、2010年12月16日，发行人召开第四届董事会第一次会议，选举王振滔为第四届董事会董事长。

6、2011年7月26日，独立董事张汉荣向发行人董事会正式提交辞呈，请求辞去发行人独立董事职务。2011年7月30日，发行人召开第四届董事会第五次会议，同意张汉荣辞去独立董事；同时提名王伟斌为第四届董事会独立董事。

7、2011年8月15日，发行人召开2011年第三次临时股东大会，聘任王伟斌为独立董事，任期至2013年12月15日。

（二）监事变动情况

1、2007年9月30日，发行人召开2007年第五次临时股东大会，选举徐旭亮、周盘山为第三届监事会成员。同日，发行人召开职工代表大会，选举黄渊翔为第三届监事会职工代表监事，与徐旭亮、周盘山共同组成发行人第三届监事会。同日，发行人召开第三届监事会第一次会议，选举黄渊翔为第三届监事会主席。

2、2010年10月25日，发行人召开职工代表大会，选举黄渊翔为公司第四

届监事会职工代表监事，任期三年。2010年12月6日，发行人召开2010年第三次临时股东大会，选举周盘山、徐旭亮为发行人第四届监事会非职工代表监事，与职工代表监事黄渊翔共同组成发行人第四届监事会。

3、2010年12月17日，发行人召开第四届监事会第一次会议，选举黄渊翔为发行人第四届监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

1、2007年9月30日，发行人召开第三届董事会第一次会议，续聘王振滔担任总经理，聘任王进权、赵树清、徐晓杰为副总经理，聘任余雄平为财务负责人兼董事会秘书。

2、2009年9月23日，发行人召开第三届董事会第十五次会议，因余雄平工作繁忙，同意余雄平辞去财务负责人职务，专职担任董事会秘书职务，聘任王志斌为财务负责人。

3、2010年12月16日，发行人召开第四届董事会第一次会议，聘任王振滔为总裁，王进权、徐晓杰、赵树清为副总裁，余雄平为董事会秘书，王志斌为财务负责人。

第九节 公司治理

一、概述

本公司设立以来，按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，逐步制定并完善了《公司章程》，建立了由本公司股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。本公司股东大会、董事会、监事会及高级管理层均根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》行使职权和履行义务。

根据相关法律、法规及《公司章程》，本公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》、《董事会秘书制度》、《战略委员会议事规则》、《审计委员会议事规则》、《提名委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》、《关联交易实施细则》、《对外担保管理制度》等公司治理制度，上述制度为公司法人治理的规范化运行提供了一系列制度保证。

二、股东大会、董事会、监事会、独立董事及董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）本公司股东大会

为规范公司治理结构，保障股东依法行使股东权利，确保股东大会高效、平稳、有序、规范运作，本公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》、《上市公司股东大会规则》等规定，结合本公司实际情况，制定了《公司章程》及《股东大会议事规则》。本公司股东严格按照《公司章程》的规定行使自己的权利、履行相应的义务。

1、股东的权利和义务

根据《公司章程》规定，公司股东为依法持有公司股份的人。股东按其所持

有的股份的种类享有权利，承担义务；持有同一种类股份的股东，享有同等权利，承担同种义务。

根据《公司章程》规定，公司股东享有下列权利：（1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（3）对公司的经营行为进行监督，提出建议或者质询；（4）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（5）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（8）法律、行政法规及本章程所赋予的其他权利。

根据《公司章程》规定，公司股东承担下列义务：（1）遵守法律、行政法规和本章程；（2）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（3）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；（5）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务；（6）公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和股东的利益。如公司控股股东及实际控制人等关联方占用公司资金，应按照人民银行同期贷款利率向公司支付资金占用利息，并另行向公司支付占用资金额（含利息）的50%作为对资金占用的补偿。如关联方不能按照上述原则支付占用资金的本金、利息及补偿金，则公司有权从关联方在公司每年的分红中扣除。

2、股东大会职权

根据《公司章程》的规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- (1) 决定公司经营方针和投资计划；
- (2) 选举和更换董事，决定有关董事的报酬事项；
- (3) 选举和更换由股东代表出任的监事，决定有关监事的报酬事项；
- (4) 审议批准董事会的报告；
- (5) 审议批准监事会的报告；
- (6) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (7) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (8) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (9) 对发行公司债券作出决议；
- (10) 对公司合并、分立、解散和清算等事项作出决议；
- (11) 修改本章程；
- (12) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (13) 审议代表公司有表决权股份总数的 5%以上的股东的提案；
- (14) 审议批准本章程第四十二条规定的担保事项；
- (15) 审议公司在一年内购买、出售重大资产金额超过公司资产总额 30% 的事项；
- (16) 审议法律、法规和本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

- (1) 单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；
- (2) 本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

- (3) 为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；
- (4) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；
- (5) 连续十二个月内担保金额超过最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元人民币；
- (6) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；
- (7) 法律、行政法规、规章及其他规范性文件规定的其他担保情形。

3、股东大会运行情况

本公司根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》等制定了《股东大会议事规则》，对公司股东大会的召集、提案和通知、召开方式、召开条件、表决方式等作出了明确的规定。报告期内，公司依据有关法律、法规、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定执行股东大会制度。股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。

报告期内，公司依据有关法律、法规和《公司章程》的规定执行股东大会制度，对公司董事、监事和独立董事的选举，公司财务决算、利润分配、重大关联交易、《公司章程》及三会议事规则等其他公司治理制度的订立和修改、首次公开发行股票决策和募集资金投向等重大事项作出了有效决议。

（二）本公司董事会

本公司董事会由 9 名董事组成，由股东大会选举产生，其中 4 名为独立董事。

1、董事会职权

根据《公司章程》的规定，董事会行使下列职权：

- (1) 负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- (2) 执行股东大会的决议；
- (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；

- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- (7) 拟订公司重大收购、回购本公司股票或者合并、分立和解散方案；
- (8) 在股东大会授权范围内，决定公司的对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置；
- (10) 聘任或者解聘公司总裁、董事会秘书；根据总裁的提名，聘任或者解聘公司副总裁、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订本章程的修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (15) 听取公司总裁的工作汇报并检查总裁的工作；
- (16) 法律、行政法规、规章或本章程规定以及股东大会授予的其他职权。

2、董事会召开情况

报告期内，公司董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》及相关规定规范运作，严格履行有关法律规定的召集程序。董事认真履行义务，对完善本公司治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用。

(三) 董事会专门委员会

本公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，分别负责公司长期发展战略和重大投资决策；公司内、外部的审计的沟通、监督和核查工作；选择公司董事、总裁以及其他高级管理人员；制订、管理与考核公司董事及高级管理人员薪酬制度等工作。

1、战略委员会

为适应战略发展需要，增强公司核心竞争力，确定公司发展规划，健全投资决策程序，加强决策科学性，提高重大投资决策的效益和决策的质量，公司设立了董事会战略委员会，作为负责公司长期发展战略和重大投资决策的专门机构。本公司战略委员会由董事王振滔、王进权及独立董事楚修齐组成，其中王振滔担任召集人。

2、审计委员会

为强化公司董事会决策功能，实现对公司财务收支和各项经营活动的有效监督，充分发挥公司内部控制制度的独立性、有效性，保护全体股东及利益相关者的权益，公司设立了董事会审计委员会，作为负责公司内外部审计的沟通、监督和核查工作的专门机构。本公司审计委员会由董事徐晓杰及独立董事徐经长、王伟斌组成，其中徐经长担任召集人，为会计专业人士。

3、提名委员会

为规范董事及高级管理人员的产生，优化董事会的组成，完善公司治理结构，公司设立董事会提名委员会，作为负责选择公司董事、总裁以及其他高级管理人员的专门机构。本公司提名委员会由董事王振滔及独立董事冯仑、楚修齐组成，其中冯仑担任召集人。

4、薪酬与考核委员会

为进一步建立健全本公司董事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，完善公司治理结构，公司设立董事会薪酬与考核委员会，作为制订、管理与考核公司董事及高级管理人员薪酬制度的专门机构。本公司薪酬委员会由董事赵树清及独立董事王伟斌、徐经长组成，其中王伟斌担任召集人。

（四）本公司监事会

本公司监事会由3名监事组成，其中1名为职工代表监事。

1、监事会职权

根据《公司章程》的规定，监事会行使下列职权：

- (1) 监事可以列席董事会会议，并对董事会决议事项提出质询或者建议；
- (2) 检查公司的财务；
- (3) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- (4) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正；
- (5) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- (6) 向股东大会提出议案；
- (7) 依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- (8) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；
- (9) 本章程规定或股东大会授予的其他职权。

2、监事会运行情况

报告期内，监事会一直按照法律、法规和《公司章程》的规定规范运作，监事认真履行义务，对完善本公司治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用。

(五) 独立董事

为进一步完善公司法人治理结构，改善董事会结构，强化对内部董事及经理层的约束和监督机制，保护中小股东及债权人的利益，促进公司的规范运作，根据中国证监会颁布的《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》及《公司章程》等有关规定，公司于2009年12月24日召开2009年第八次临时股东大会，选举冯仑、楚修齐、徐经长、张汉荣为独立董事。独立董事张汉荣于2011年7月26日向董事会正式提交辞呈，请求辞去独立董事职务。2011年7月30日，发行人召开第四届董事会第五次会议，同意张汉荣辞去独立董事；同时提名王伟斌为第四届董事会独立董事。2011年8月15日，发行人召开2011年

第三次临时股东大会，聘任王伟斌为独立董事，任期至2013年12月15日。

自本公司聘任独立董事以来，本公司独立董事依照有关法律、法规和《公司章程》勤勉尽职地履行职权，对需要独立董事发表意见的事项发表了意见，对本公司的风险管理、内部控制以及本公司的发展提出了许多意见与建议，对完善本公司治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用。

（六）董事会秘书

为了规范公司法人治理结构，促进公司规范运作，根据《公司法》、《证券法》等现行有关法律、法规和中国证监会发布的规章及《公司章程》的规定，同时根据《上海证券交易所股票上市规则》，结合公司实际，本公司制定了《董事会秘书制度》，董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书制度》的规定行使自己的权利、履行相应的义务。

2007年9月30日，公司召开第三届董事会第一次会议，聘任余雄平为董事会秘书。2010年12月16日，公司召开第四届董事会第一次会议，续聘余雄平为董事会秘书。

自受聘以来，本公司董事会秘书一直依照有关法律、法规和《公司章程》的规定认真履行其职责。

三、本公司接受监管与检查的情况

公司严格遵守国家的有关法律和法规，报告期内不存在重大违法违规行为，也未受到国家行政及行业主管部门的重大处罚。

四、本公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用本公司资金及本公司对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的担保情况

本公司的《公司章程》、《对外担保管理制度》中已明确对外担保的审批权限

和审议程序，关联方资金占用和担保情况见“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、（二）关联交易情况”。

五、公司管理层和注册会计师对公司内部控制的评价

（一）公司管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：

公司已根据实际情况和管理需要，建立健全了完整、合理的内部控制制度，所建立的内部控制制度贯穿于公司经营活动的各层面和各环节并有效实施。公司按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7号），于截至2011年12月31日止在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等有关法律法规的规定，制订了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作规则》等规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及经理层的权责范围和工作程序。股东大会、董事会、监事会的召开、重大决策等行为合法、合规、真实、有效。公司制订的内部管理与控制制度以公司的基本管理制度为基础，涵盖了财务预算、生产计划、物资采购、产品销售、对外投资、人事管理、内部审计等整个生产经营过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业的特点和公司多年管理经验，保证了内控制度符合公司生产经营的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。

公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益以及公司的长远发展起到了积极有效的作用。

（二）注册会计师对内部控制的鉴证意见

天健正信会计师事务所有限公司对本公司内部控制进行了专项审核，出具了天健正信审（2012）专字第150011号《内部控制审计报告》，认为公司按照《企业内部控制规范》（财会[2008]7号）于截至2011年12月31日止在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本公司已聘请天健正信审计了报告期的资产负债表、利润表和现金流量表，并出具天健正信审（2012）GF字第150002号标准无保留意见的《审计报告》。

天健正信认为：“奥康股份公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了奥康股份公司2011年12月31日、2010年12月31日、2009年12月31日的财务状况以及2011年度、2010年度、2009年度的经营成果和现金流量。”

本节财务会计数据及相关分析说明反映了本公司最近三年经审计的财务状况及经营成果，引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。投资人欲对本公司的财务状况、经营成果和会计政策等进行更详细的了解，应当认真阅读备查文件。

一、财务报表

（一）合并报表

1、合并资产负债表

项目	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
流动资产：			
货币资金	525,748,587.25	405,534,468.08	288,846,437.76
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	5,403,100.00	11,180,000.00	1,330,000.00
应收账款	788,749,278.36	530,459,380.25	542,079,775.63
预付款项	39,260,956.03	36,396,981.92	37,014,815.40
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	21,607,428.75	13,833,501.56	10,100,403.80
存货	443,869,521.89	384,712,451.77	188,741,315.09
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	54,233,164.51	20,928,282.45	123,429.52
流动资产合计	1,878,872,036.79	1,403,045,066.03	1,068,236,177.20
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
投资性房地产	7,000,415.25	-	-
固定资产	197,558,250.55	190,992,044.67	187,711,312.58
在建工程	2,050,267.85	79,500.00	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	199,807,717.85	184,031,432.11	149,312,258.03
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	41,516,517.37	6,037,540.74	1,425,216.96
递延所得税资产	36,883,547.20	34,635,445.05	16,128,737.23
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	484,816,716.07	415,775,962.57	354,577,524.80
资产总计	2,363,688,752.86	1,818,821,028.60	1,422,813,702.00

项目	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
流动负债：			
短期借款	179,805,808.06	307,182,607.74	473,782,215.00
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	465,654,433.00	306,275,056.75	43,670,000.00
应付账款	377,205,098.01	364,790,878.99	328,260,314.84
预收款项	14,991,074.47	891,520.11	10,888,205.65
应付职工薪酬	31,551,098.18	24,002,881.43	20,624,357.46
应交税费	72,371,244.55	48,090,505.61	75,496,988.91
应付利息	656,583.25	327,479.07	46,132.35
应付股利	-	-	-
其他应付款	43,351,437.71	46,562,031.31	179,397,903.51
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	1,185,586,777.23	1,098,122,961.01	1,132,166,117.72
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	1,185,586,777.23	1,098,122,961.01	1,132,166,117.72
股东权益：			
股本	319,980,000.00	319,980,000.00	106,660,000.00
资本公积	4,044,211.00	4,044,211.00	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	30,080,227.52	18,915,575.64	-
未分配利润	823,997,537.11	377,758,280.95	183,987,584.28
归属于母公司股东权益	1,178,101,975.63	720,698,067.59	290,647,584.28
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	1,178,101,975.63	720,698,067.59	290,647,584.28
负债和股东权益总计	2,363,688,752.86	1,818,821,028.60	1,422,813,702.00

2、合并利润表

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	2,965,884,824.79	2,210,896,090.19	1,666,846,805.67
减：营业成本	1,940,953,331.23	1,489,982,044.53	1,182,357,204.24
营业税金及附加	18,576,452.47	14,633,704.32	11,356,292.98
销售费用	294,161,181.78	189,274,292.65	106,938,989.59
管理费用	167,457,018.41	114,756,644.58	75,802,517.85
财务费用	8,409,054.21	31,679,241.32	24,259,503.36
资产减值损失	2,127,292.71	6,258,941.57	7,555,617.26
加：公允价值变动收益	-	-	-
投资收益	23,551.35	3,074.90	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润	534,224,045.33	364,314,296.12	258,576,680.39
加：营业外收入	62,929,116.89	8,639,584.97	2,813,529.37
减：营业外支出	971,796.02	1,405,439.41	3,425,879.14
其中：非流动资产处置损失	99,466.97	176,893.15	1,376,158.59
三、利润总额	596,181,366.20	371,548,441.68	257,964,330.62
减：所得税费用	138,777,458.16	91,497,958.37	57,566,082.53
四、净利润	457,403,908.04	280,050,483.31	200,398,248.09
其中：同一控制下被合并方在合并前实现净利润	-	-	-9,115,632.65
归属于母公司所有者的净利润	457,403,908.04	280,050,483.31	209,513,880.74
少数股东损益	-	-	-
五、每股收益：			
（一）基本每股收益	1.4295	0.8830	1.8789
（二）稀释每股收益	1.4295	0.8830	1.8789
六、其他综合收益		-	-
七、综合收益总额	457,403,908.04	280,050,483.31	200,398,248.09
归属于母公司所有者的综合收益	457,403,908.04	280,050,483.31	200,398,248.09
归属于少数股东的综合收益	-	-	-

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	3,056,943,594.70	2,511,486,083.11	1,596,735,830.68
收到的税费返还	684,612.00	983,744.15	1,139,762.58
收到的其他与经营活动有关的现金	126,229,322.91	105,718,781.41	216,261,018.49
现金流入小计	3,183,857,529.61	2,618,188,608.67	1,814,136,611.75
购买商品、接受劳务支付的现金	1,885,504,471.25	1,588,559,920.56	1,453,960,009.30
支付给职工以及为职工支付的现金	291,580,672.00	214,807,448.17	156,255,637.28
支付的各项税费	314,818,976.60	252,955,160.79	121,854,472.14
支付的其他与经营活动有关的现金	413,957,143.07	242,377,515.80	176,982,573.16
现金流出小计	2,905,861,262.92	2,298,700,045.32	1,909,052,691.88
经营活动产生的现金流量净额	277,996,266.69	319,488,563.35	-94,916,080.13
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	40,000,000.00	-	-
取得投资收益所收到的现金	23,551.35	-	-
处理固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	40,001.28	162,015.20	-
处置子公司和其他营业单位所收到的现金净额	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
现金流入小计	40,063,552.63	162,015.20	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	96,610,917.43	270,945,744.38	7,502,921.91
投资所支付的现金	59,650,000.00	-	-
取得子公司及其他单位所支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
现金流出小计	156,260,917.43	270,945,744.38	7,502,921.91
投资活动产生的现金流量净额	-116,197,364.80	-270,783,729.18	-7,502,921.91
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金	-	150,000,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
借款所收到的现金	309,705,137.23	629,383,120.72	801,067,016.22
收到的其他与筹资活动有关的现金	20,220,194.49	-	116,437,960.05
现金流入小计	329,925,331.72	779,383,120.72	917,504,976.27
偿还债务所支付的现金	342,081,936.91	685,846,181.72	648,629,630.84
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	12,642,232.67	25,060,286.12	21,657,298.01
其中：子公司支付少数股东的股利	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	49,817,397.35	-
现金流出小计	354,724,169.58	760,723,865.19	670,286,928.85
筹资活动产生的现金流量净额	-24,798,837.86	18,659,255.53	247,218,047.42
四、汇率变动对现金的影响额	3,434,249.63	-499,237.31	-527,513.26
五、现金及现金等价物净增加额	140,434,313.66	66,864,852.39	144,271,532.12
加：期初现金及现金等价物余额	248,806,717.56	181,941,865.17	37,670,333.05
六、期末现金及现金等价物余额	389,241,031.22	248,806,717.56	181,941,865.17

(二) 母公司报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
流动资产：			
货币资金	148,471,574.82	66,072,620.28	135,606,674.68
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	148,000,000.00
应收账款	36,074,136.06	20,612,161.29	29,410,687.22
预付款项	4,309,929.29	16,710,101.04	22,189,634.63
应收利息	-	-	-
应收股利	-	190,000,000.00	-
其他应收款	139,286,256.43	37,282,524.54	59,087,726.22
存货	111,295,495.92	120,772,035.47	95,480,246.66
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	547,028.61	-	-
流动资产合计	439,984,421.13	451,449,442.62	489,774,969.41
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	57,856,666.67	57,856,666.67	57,856,666.67
投资性房地产	-	-	-
固定资产	162,123,117.08	149,690,165.49	149,224,412.96
在建工程	10,000.00	79,500.00	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	181,812,923.61	165,262,682.11	130,373,694.53
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	383,610.04	436,317.75	-
递延所得税资产	10,123,437.82	9,846,904.74	9,931,928.34
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	412,309,755.22	383,172,236.76	347,386,702.50
资产总计	852,294,176.35	834,621,679.38	837,161,671.91

项目	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
流动负债：			
短期借款	131,805,808.06	199,182,607.74	293,282,215.00
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	54,734,433.00	28,155,056.75	24,200,000.00
应付账款	75,843,889.66	97,205,089.55	99,517,455.81
预收款项	49,899.30	432,881.01	3,214,826.31
应付职工薪酬	19,555,343.30	16,294,520.17	14,927,762.87
应交税费	11,815,646.79	1,907,470.69	7,810,937.28
应付利息	656,583.25	327,479.07	46,132.35
应付股利	-	-	-
其他应付款	370,297.79	45,300,817.96	307,638,032.57
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	294,831,901.15	388,805,922.94	750,637,362.19
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	294,831,901.15	388,805,922.94	750,637,362.19
股东权益：			
股本	319,980,000.00	319,980,000.00	106,660,000.00
资本公积	4,044,211.00	4,044,211.00	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	30,080,227.52	18,915,575.64	-
未分配利润	203,357,836.68	102,875,969.80	-20,135,690.28
股东权益合计	557,462,275.20	445,815,756.44	86,524,309.72
负债和股东权益合计	852,294,176.35	834,621,679.38	837,161,671.91

2、母公司利润表

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	846,852,577.87	703,100,773.41	633,848,413.05
减：营业成本	642,334,314.29	561,300,694.83	518,559,341.76
营业税金及附加	5,815,524.93	4,063,952.11	3,615,350.41
销售费用	14,380,312.25	9,667,138.10	9,387,190.64
管理费用	101,168,813.26	82,218,781.23	53,601,594.96
财务费用	6,087,665.06	25,330,066.87	14,635,436.66
资产减值损失	484,432.44	4,134,409.95	-717,638.06
加：公允价值变动收益	-	-	-
投资收益	18,410.96	190,000,000.00	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润	76,599,926.60	206,385,730.32	34,767,136.68
加：营业外收入	54,636,413.69	6,875,048.16	2,038,979.60
减：营业外支出	579,681.74	1,232,048.21	558,765.37
其中：非流动资产处置损失	63,853.90	-	9,265.43
三、利润总额	130,656,658.55	212,028,730.27	36,247,350.91
减：所得税费用	19,010,139.79	2,737,283.55	-344,937.04
四、净利润	111,646,518.76	209,291,446.72	36,592,287.95
五、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.3489	0.6599	0.3431
（二）稀释每股收益	0.3489	0.6599	0.3431
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	111,646,518.76	209,291,446.72	36,592,287.95

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	872,115,705.59	775,515,042.78	614,107,858.82
收到的税费返还	-	892,764.15	838,344.58
收到的其他与经营活动有关的现金	101,475,457.54	20,094,336.49	204,839,499.27
现金流入小计	973,591,163.13	796,502,143.42	819,785,702.67
购买商品、接受劳务支付的现金	535,502,847.98	481,227,192.78	597,562,691.05
支付给职工以及为职工支付的现金	180,696,255.15	154,237,556.85	119,552,653.00
支付的各项税费	48,554,037.14	33,201,609.29	28,095,905.32
支付的其他与经营活动有关的现金	187,284,125.11	117,576,343.49	83,074,770.52
现金流出小计	952,037,265.38	786,242,702.41	828,286,019.89
经营活动产生的现金流量净额	21,553,897.75	10,259,441.01	-8,500,317.22
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	10,000,000.00	-	-
取得投资收益所收到的现金	190,018,410.96	-	-
处理固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	39,721.28	6,015.20	-
处置子公司和其他营业单位所收到的现金净额	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
现金流入小计	200,058,132.24	6,015.20	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	55,487,080.44	261,869,533.52	2,088,857.54
投资所支付的现金	10,000,000.00	-	-
取得子公司及其他单位所支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
现金流出小计	65,487,080.44	261,869,533.52	2,088,857.54
投资活动产生的现金流量净额	134,571,051.80	-261,863,518.32	-2,088,857.54
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金	-	150,000,000.00	-
借款所收到的现金	166,705,137.23	416,359,176.79	451,067,016.22
收到的其他与筹资活动有关的现金	7,193,607.64	-	-
现金流入小计	173,898,744.87	566,359,176.79	451,067,016.22

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
偿还债务所支付的现金	234,081,936.91	365,809,749.11	319,429,630.84
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	9,968,564.92	17,742,933.08	8,692,109.24
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-16,851,564.51	25,138,331.84
现金流出小计	244,050,501.83	366,701,117.68	353,260,071.92
筹资活动产生的现金流量净额	-70,151,756.96	199,658,059.11	97,806,944.30
四、汇率变动对现金的影响额	3,434,249.63	-499,237.31	-527,513.26
五、现金及现金等价物净增加额	89,407,442.22	-52,445,255.51	86,690,256.28
加：期初现金及现金等价物余额	40,448,914.69	92,894,170.20	6,203,913.92
六、期末现金及现金等价物余额	129,856,356.91	40,448,914.69	92,894,170.20

二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。编制符合企业会计准则要求的财务报表需要使用估计和假设，这些估计和假设会影响到财务报告日的资产、负债和或有负债的披露，以及报告期间的收入和费用。

（二）合并财务报表的编制方法

本公司将拥有实际控制权的子公司和特殊目的主体纳入合并财务报表范围。

本公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》及相关规定的要求编制，合并时合并范围内的所有重大内部交易和往来业已抵销。子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并财务报表中股东权益项下单独列示。

子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始实施控制时一直是一体化存续下来的，对合并资产负债表的期初数进行调整，同时对比较报表的相关项目进行调整。

（三）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1. 同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积；资本公积不足冲

减的，调整留存收益。

2. 非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益（例如，可供出售金融资产公允价值变动计入资本公积的部分，下同）转入当期投资收益。

(2) 在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益转为购买日所属当期投资收益。

购买方为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

(四) 合并财务报表的范围

1、子公司情况

本公司合并财务报表范围内的子公司情况如下：

子公司名称	注册资本	持股比例	备注
重庆红火鸟	1,058 万元	100%	全资子公司
奥康销售	5,180 万元	100%	全资子公司
永嘉奥康	107 万元	100%	奥康销售全资子公司
株洲奥湘	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
武汉奥汉	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
南京奥宁	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
柳州奥桂	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
济南奥济	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
成都奥都	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
福州奥闽	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
广州奥广	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
贵阳奥康	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
南昌奥昌	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
北京奥嘉康	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
云南奥南	100 万元	100%	奥康销售全资子公司
郑州奥郑	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
上海奥海	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
芜湖奥康	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
沈阳奥辽	50 万元	100%	奥康销售全资子公司
常熟奥康	500 万元	100%	奥康销售全资子公司
合肥奥康	500 万元	100%	奥康销售全资子公司
杭州奥杭	500 万元	100%	奥康销售全资子公司

2、合并范围发生变更情况

本公司报告期内合并范围发生变更情况：

子公司名称	成立时间	合并期间	变更原因
贵阳奥康	2009 年 3 月 31 日	2009-2011 年	2011 年 4 月注销
郑州奥郑	2009 年 4 月 29 日	2009-2011 年	2011 年 6 月注销
沈阳奥辽	2009 年 6 月 22 日	2009-2011 年	2011 年 7 月注销
云南奥南	2009 年 4 月 20 日	2009-2011 年	2011 年 9 月注销
柳州奥桂	2009 年 1 月 9 日	2009-2011 年	2011 年 10 月注销
常熟奥康	2010 年 7 月 16 日	2010-2011 年	新设成立
合肥奥康	2010 年 8 月 6 日	2010-2011 年	新设成立
杭州奥杭	2010 年 8 月 13 日	2010-2011 年	新设成立

3、报告期内发生的同一控制下业务合并

(1) 收购奥康制造资产

本公司于 2008 年 12 月 20 日与奥康制造签订资产收购协议，收购奥康制造

的鞋类制造业务相关经营资产（包括机器设备、原材料和在产品），收购定价按 2008 年 12 月 31 日的账面价值确定；本公司承接了奥康制造的全部经营业务，与该等业务相关员工转入本公司，并与本公司签订了劳动合同。

被合并企业的基本情况

子公司名称	成立时间	注销时间	注册资本	业务性质	合并类型
奥康制造	2006 年 12 月 6 日	2010 年 5 月	6,200 万元	鞋业制造	同一控制下的业务合并

本次资产重组相关资产的原账面价值和入账价值情况列示如下：

单位：万元

交易标的	原账面净值	入账价值	差异
固定资产	1,797.28	1,797.28	-
原材料	1,088.93	1,088.93	-
在产品	360.52	360.52	-
合计	3,246.74	3,246.74	-

(2) 收购奥康集团房地产

本公司于 2009 年 12 月与奥康集团签订资产收购协议，收购奥康集团位于千石工业园的土地使用权及房屋建筑物和东瓯工业园的土地使用权。本次收购以 2009 年 11 月 30 日为评估基准日，浙江勤信资产评估有限公司出具了浙勤评报[2009]308 号资产评估报告。收购价格以评估价为基础，交易双方协商确定。

①千石工业园

自 2008 年 1 月 1 日至收购日，千石工业园为奥康制造的生产经营场所，与收购奥康制造的经营性资产构成了完整的业务，因此纳入本次业务合并范围。

千石工业园相关资产的账面净值和交易价格情况列示如下：

单位：万元

交易标的	账面净值	交易价格	差异
土地使用权	202.00	4,782.84	4,580.84
房屋建筑物	2,627.32	3,855.37	1,228.05
合计	2,829.32	8,638.21	5,808.89

本次重组取得的千石工业园账面净值与交易价格之间的差额为 5,808.89 万元，其中 424.79 万元冲减盈余公积，5,384.11 万元冲减未分配利润。

②东瓯工业园

收购东瓯工业园的土地使用权作为资产交易处理，不纳入本次业务合并范围。

(3) 同一控制下业务合并的判断依据

本公司与奥康制造、奥康集团同受王振滔先生控制；购入的机器设备、存货、房屋建筑物、土地使用权等资产具备投入、加工处理过程和产出三要素，符合会计准则关于“业务”的定义，因此本公司将该等资产重组认定为同一控制下的业务合并。

(4) 合并会计报表的编制

根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》规定，业务合并比照同一控制下企业合并进行处理，对可比期间即 2009 年度的财务报表进行调整，视同合并后的报告主体在以前年度一直存在。

①合并日的确定

鉴于交易双方按收购协议约定完成了相关资产的交接，且本公司于 2009 年 12 月 31 日前向奥康制造支付了全部与本次资产重组有关的款项，本次资产重组的合并日确定为 2009 年 12 月 31 日。

②资产负债表

业务合并交易于 2009 年 12 月 31 日前完成，故奥康制造的 2009 年 12 月 31 日资产负债表与本公司无关，本公司未将奥康制造 2009 年 12 月 31 日的资产负债表纳入合并报表范围。

③利润表

2009 年度奥康制造仅从事鞋类业务的生产和经营，故 2009 年度利润表全部纳入合并范围。奥康制造被合并期间的利润表如下：

单位：元

项目	2009 年度
一、营业收入	40,589,054.36

项目	2009 年度
减：营业成本	40,029,934.62
营业税金及附加	160,716.05
销售费用	1,827,940.57
管理费用	3,338,992.48
财务费用	3,672,984.68
资产减值损失	47,372.17
二、营业利润	-8,488,886.21
加：营业外收入	428,882.28
减：营业外支出	1,400,493.16
三、利润总额	-9,460,497.09
减：所得税费用	-344,864.44
四、净利润	-9,115,632.65

④现金流量表

2009 年度现金流量表全部纳入合并范围，奥康制造被合并期间的现金流量表如下：

单位：元

项目	2009 年度
一、经营活动产生的现金流量：	
销售商品、提供劳务收到的现金：	103,390,088.82
收到的其他与经营活动有关的现金：	428,882.28
现金流入小计	103,818,971.10
购买商品接受劳务支付的现金	39,079,689.87
支付给职工以及为职工支付的现金	3,940,388.42
支付的各项税费	5,218,837.93
支付的其他与经营活动有关的现金	5,190,563.88
现金流出小计	53,429,480.10
经营活动产生的现金流量净额	50,389,491.00
二、投资活动产生的现金流量：	
投资活动产生的现金流量净额	-
三、筹资活动产生的现金流量：	
偿还债务所支付的现金	93,500,000.00
分配股利、利润和偿付利息所支付的现金	3,672,984.68
现金流出小计	97,172,984.68
筹资活动产生的现金流量净额	-97,172,984.68
四、汇率变动对现金的影响	-
五、现金及现金等价物净增加额	-46,783,493.68

三、主要会计政策和会计估计

（一）收入

本公司的营业收入主要为销售商品收入，在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认：（1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；（3）收入的金额能够可靠地计量；（4）相关的经济利益很可能流入企业；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

本公司的销售主要可以分为四大类：直营独立店零售、直营商场店零售、经销商批发销售、OEM/ODM 出口。各类销售收入确认的具体标准为：

- 1、直营独立店零售：于产品交付予消费者并收到货款时确认收入；
- 2、直营商场店零售：于收到商场当期结算金额明细清单并开具发票时确认收入；
- 3、经销商批发销售：于产品发出并交付予经销商或其指定的承运方时确认收入；
- 4、OEM/ODM 出口：于产品报关后并取得海关出口预录单时确认收入。

（二）现金及现金等价物

本公司在编制现金流量表时所确定的现金，是指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款；现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（三）外币业务

本公司对发生的外币业务，采用业务发生日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折合为人民币记账。资产负债表日，外币货币性项目按中国人

民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折算，由此产生的汇兑损益，除属于与符合资本化条件资产有关的借款产生的汇兑损益，予以资本化计入相关资产成本外，其余计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用业务发生日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折算，不改变其记账本位币金额。

（四）应收款项

本公司的应收款项（包括应收账款、其他应收款等），按合同或协议价款作为初始入账金额。凡因债务人破产，依照法律清偿程序清偿后仍无法收回；或因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确实无法收回；或因债务人逾期未能履行偿债义务，经法定程序审核批准，该等应收账款列为坏账损失。

本公司以应收债权向银行等金融机构转让、质押或贴现等方式融资时，根据相关合同的约定，当债务人到期未偿还该项债务时，若本公司负有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为质押贷款处理；若本公司没有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为转让处理，并确认债权的转让损益。

本公司收回应收款项时，将取得的价款和应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

1、单项金额重大的并单项计提坏账准备的应收款项

本公司将单项金额在 100 万元以上的应收账款和单项金额在 50 万元以上的其他应收款，确定为单项金额重大的应收款项；对应收关联方款项余额不计提坏账准备。

在资产负债表日，本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，经测试发生了减值的，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，计提坏账准备；对单项测试未减值的应收款项，汇同单项金额非重大的应收款项，按类似的信用风险特征划分为若干组合，再按这些应收款项组合在资产负债表日余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

本公司将应收款项按款项性质分为销售货款及其他和合并范围内的应收款

项。对销售货款及其他采用账龄分析法计提坏账准备，对合并范围内的应收款项不计提坏账准备。采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1年以内 (含1年)		
其中：1-3个月 (含)	1%	1%
4-6个月 (含)	2%	2%
7-12个月 (含)	5%	5%
1-2年 (含)	20%	20%
2-3年 (含)	50%	50%
3年以上	100%	100%

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

对单项金额虽不重大但其未来现金流量现值与按组合计算的结果存在明显不同的应收款项，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，计提坏账准备。

(五) 存货

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材料、周转材料、在产品、库存商品等。

2、发出存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时，采用加权平均法确定发出存货的实际成本。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。年末，在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因被淘汰、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备按类别存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。其中：对于产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；对于

需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；对于资产负债表日，同一项存货中部分有合同价格约定、部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值。

4、存货的盘存制度

本公司的存货盘存制度为永续盘存制。本公司定期对存货进行清查，盘盈利得和盘亏损失计入当期损益。

（六）长期股权投资

本公司的长期股权投资包括对子公司的投资和其他长期股权投资。

1、对子公司的投资

本公司对子公司的投资按照初始投资成本计价。追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

后续计量采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。

2、其他长期股权投资

本公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，按照初始投资成本计价，后续计量采用成本法核算。

资产负债表日，若因市价持续下跌或被投资单位经营状况恶化等原因使长期股权投资存在减值迹象时，根据长期股权投资的公允价值减去处置费用后的净额与长期股权投资预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定长期股权投资的可收回金额。长期股权投资的可收回金额低于账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。长期股权投资减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（七）投资性房地产

本公司的投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

本公司的投资性房地产按其成本作为入账价值，外购投资性房地产的成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出；自行建造投资性房地产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

本公司对投资性房地产采用成本模式进行后续计量，按其预计使用寿命及净残值率对建筑物和土地使用权计提折旧或摊销。投资性房地产的预计使用寿命、净残值率及年折旧（摊销）率列示如下：

类别	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧（摊销）率
土地使用权	50年	-	2%
房屋建筑物	30年	5%	3.17%

投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，本公司将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，本公司将固定资产或无形资产转换为投资性房地产。发生转换时，以转换前的账面价值作为转换后的入账价值。

资产负债表日，若单项投资性房地产的可收回金额低于账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。投资性房地产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

当投资性房地产被处置，或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（八）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指同时满足与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业和该固定资产的成本能够可靠地计量条件的，为生产商品、提供劳务、出租或经营管理

而持有的使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

2、各类固定资产的折旧方法

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，本公司对所有固定资产计提折旧。折旧方法采用年限平均法。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

本公司的固定资产类别、预计使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	30	5%	3.17%
机器设备	10	5%	9.50%
运输工具	6-8	5%	11.88%-15.83%
电子设备及其他	3-5	5%	19.00%-31.67%

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，固定资产按照账面价值与可收回金额孰低计价。若单项固定资产的可收回金额低于账面价值，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

4、其他说明

本公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确

认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（九）在建工程

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。本公司的在建工程包括房屋建筑物、机器设备等。

已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的固定资产，按照估计价值确定其成本，并计提折旧；待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

资产负债表日，本公司对在建工程按照账面价值与可收回金额孰低计量，按单项工程可收回金额低于账面价值的差额，计提在建工程减值准备，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十）借款费用

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产。

同时满足下列条件时，借款费用开始资本化：（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；（2）借款费用已经发生；（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建活动已经开始。

在资本化期间内，每一会计期间的资本化金额，为购建符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。为购建符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确

定一般借款应予资本化的利息金额。利息资本化金额，不超过当期相关借款实际发生的利息金额。

符合资本化条件的资产在购建过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建活动重新开始。如果中断是所购建的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用继续资本化。

购建符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，停止借款费用资本化。

（十一）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括土地使用权、专利权、非专利技术和软件。

无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命	摊销方法
土地使用权	50年	直线法
专利权	5-10年	直线法
商标权	5-10年	直线法
其他	10年	直线法

使用寿命不确定的无形资产不予摊销。本公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，当有确凿证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，按直线法进行摊销。

资产负债表日，本公司对无形资产按照其账面价值与可收回金额孰低计量，

按可收回金额低于账面价值的差额计提无形资产减值准备，相应的资产减值损失计入当期损益。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的确认为无形资产，否则于发生时计入当期损益：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

（十二）长期待摊费用

本公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用，包括：房屋装修费等，其摊销方法如下：

类别	摊销年限	摊销方法
房屋装修费	2-5 年	直线法

（十三）预计负债

本公司发生与或有事项相关的义务并同时符合以下条件时，在资产负债表中确认为预计负债：（1）该义务是本公司承担的现时义务；（2）该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；（3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

（十四）政府补助

政府补助，是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。

与资产相关的政府补助，本公司确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿本公司已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还的，存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十五）递延所得税资产 / 递延所得税负债

本公司的所得税采用资产负债表债务法核算。资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，按照规定确认所产生的递延所得税资产和递延所得税负债。

在资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量；对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。在无法明确估计可抵扣暂时性差异预期转回期间可能取得的应纳税所得额时，不确认与可抵扣暂时性差异相关的递延所得税资产。对子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债，予以确认，但同时满足能够控制应纳税暂时性差异转回的时

间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的，不予确认；对子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产，该可抵扣暂时性差异同时满足在可预见的未来很可能转回即在可预见的将来有处置该项投资的明确计划，且预计在处置该项投资时，除了有足够的应纳税所得以外，还有足够的投资收益用以抵扣可抵扣暂时性差异时，予以确认。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核。除企业合并、直接在所有者权益中确认的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益。

（十六）经营租赁

本公司租赁为经营租赁。本公司作为出租人，经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用，计入当期损益。本公司作为承租人，经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

（十七）主要会计政策、会计估计的变更和重大会计差错更正及其影响

1、会计政策变更

本公司报告期内主要会计政策未发生变更。

2、会计估计变更

本公司报告期内主要会计估计未发生变更。

3、重大会计差错更正

本公司报告期内无重大会计差错更正。

四、税项

（一）主要税种及税率

1、流转税及附加税费

税目	纳税（费）基础	税（费）率
增值税	内销皮鞋产品	17%
	原材料销售收入	17%
	出口皮鞋产品	0%
城建税	应交流转税额	5%
教育费附加	应交流转税额	3%
地方教育费附加	应交流转税额	2%

2、企业所得税

公司名称	税率		
	2011 年度	2010 年度	2009 年度
本公司	15%	15%	25%
奥康销售	25%	25%	25%
重庆红火鸟	25%	25%	25%

（二）税收优惠及批文

根据浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局下发的《关于认定杭州华扬电子有限公司等 203 家企业为 2010 年第二批高新企业的通知》（浙科发高[2010]258 号），本公司被认定为浙江省 2010 年第二批高新技术企业，认定有效期 3 年，企业所得税优惠期为 2010 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日，高新技术企业所得税率为 15%。

五、非经常性损益明细表

天健正信对本公司报告期内非经常性损益情况进行了审核，并出具了天健正信审 2012 专字第 150010 号《浙江奥康鞋业股份有限公司截至 2011 年 12 月 31 日止前三个年度非经常性损益专项鉴证报告》。本公司报告期内非经常性损益项目及金额如下表所示：

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-50,387.17	652,263.44	-1,008,514.34
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	55,653,270.93	5,095,982.70	1,597,660.02

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-9,115,632.65
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	6,354,437.11	1,485,899.42	-1,201,495.45
非经常性损益合计	61,957,320.87	7,234,145.56	-9,727,982.42
减：所得税影响数	10,083,657.02	1,244,236.40	-153,154.96
非经常性损益净额	51,873,663.85	5,989,909.16	-9,574,827.46
其中：影响少数股东损益	-	-	-
影响归属于母公司普通股股东净利润	51,873,663.85	5,989,909.16	-9,574,827.46
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	405,530,244.19	274,060,574.15	209,973,075.55
影响归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益净额占归属于母公司普通股股东净利润的比重	11.34%	2.14%	-4.78%

本公司对非经常性损益项目的确认依照中国证监会公告（2008）43 号《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常损益》的规定执行。报告期内，本公司非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助和同一控制下业务合并产生的奥康制造 2009 年度净损益。

六、主要资产情况

（一）投资性房地产

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司投资性房地产情况如下：

单位：万元

类别	摊销年限	原值	累计摊销	账面价值
房屋建筑物	30 年	617.94	17.81	600.13
土地使用权	50 年	114.89	14.98	99.91
合计	—	732.83	32.79	700.04

2011 年重庆红火鸟将其拥有的奥康大厦部分固定资产和无形资产出租，转入投资性房地产。

截至 2011 年 12 月 31 日，投资性房地产不存在减值情况。

（二）固定资产

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	折旧年限	预计净残值率	原值	累计折旧	账面价值
房屋建筑物	30 年	5%	17,405.48	3,003.17	14,402.31
机器设备	10 年	5%	5,956.49	2,686.49	3,270.01
运输工具	6-8 年	5%	677.55	245.81	431.75
电子设备	3-5 年	5%	3,162.98	1,511.22	1,651.76
合计	—	—	27,202.51	7,446.69	19,755.83

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司及子公司拥有房屋建筑物情况请参见“第六节 业务和技术”之“六、（一）2、房屋及建筑物”。

截至 2011 年 12 月 31 日，固定资产不存在减值情况。

（三）对外投资情况

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司子公司已全部纳入合并报表，除此之外，本公司无其他对外投资情况。

（四）在建工程

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司在建工程金额为 205.03 万元，主要为会议中心装修工程，不存在抵押、担保的情况，亦不存在减值情况。

（五）无形资产

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司无形资产情况如下：

单位：万元

类别	摊销年限	原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	50 年	17,435.18	1,263.16	16,172.02
商标权	5-10 年	3,718.82	589.27	3,129.55
专利权	5-10 年	406.53	64.12	342.41
软件	10 年	442.55	105.76	336.79
合计	—	22,003.08	2,022.31	19,980.77

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司及子公司拥有土地使用权情况请参见“第六节 业务和技术”之“六、（二）1、土地使用权”。

截至 2011 年 12 月 31 日，无形资产不存在减值情况。

（六）资产抵押情况

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司资产抵押情况如下：

单位：万元

抵押物名称	抵押物所有权	数量 (m ²)	抵押担保总额	抵押贷款额
土地所有权	永嘉国用(2009)第 03-03367 至 03373 号	95,683.75	23,507.52	3,363.22
房屋建筑物	温房权证永嘉县字第 02059563 至 02059588 号	102,304.35	11,161.59	
合计	—	—	34,669.12	3,363.22

七、主要债项

（一）银行借款

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司银行借款情况如下：

单位：万元

借款类别	2011 年 12 月 31 日
保证借款	11,269.39
抵押借款	3,363.22
贸易融资借款	3,347.97
合计	17,980.58

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司无逾期借款。

（二）应付票据和应付账款

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司应付票据金额为 46,565.44 万元，全部为银行承兑汇票；应付账款金额为 37,720.51 万元。

（三）应付职工薪酬

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司应付职工薪酬金额为 3,155.11 万元，为本公司根据薪酬政策提取尚未支付的工资、奖金、津贴和补贴，社会保险费，住房公积金，工会经费和职工教育经费。

(四) 应交税费

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2011 年 12 月 31 日
企业所得税	5,772.36
增值税	695.05
房产税	255.97
城市建设维护税	143.84
营业税	82.00
教育费附加	81.88
土地使用税	54.83
个人所得税	23.79
印花税	18.13
其他税种	109.27
合计	7,237.12

(五) 其他应付款

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司其他应付款为 4,335.14 万元，无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项情况。

八、所有者权益变动表

报告期内，本公司所有者权益变动表如下：

单位：元

项目	2011 年度				
	归属于母公司股东权益				股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	319,980,000.00	4,044,211.00	18,915,575.64	377,758,280.95	720,698,067.59
二、本年初余额	319,980,000.00	4,044,211.00	18,915,575.64	377,758,280.95	720,698,067.59
三、本期增减变动金额	-	-	11,164,651.88	446,239,256.16	457,403,908.04
（一）净利润	-	-	-	457,403,908.04	457,403,908.04
（二）利润分配	-	-	11,164,651.88	-11,164,651.88	-
1、提取盈余公积	-	-	11,164,651.88	-11,164,651.88	-
四、本期期末余额	319,980,000.00	4,044,211.00	30,080,227.52	823,997,537.11	1,178,101,975.63

项目	2010 年度				股东权益合计
	归属于母公司股东权益				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	106,660,000.00	-	-	183,987,584.28	290,647,584.28
二、本年年初余额	106,660,000.00	-	-	183,987,584.28	290,647,584.28
三、本期增减变动金额	213,320,000.00	4,044,211.00	18,915,575.64	193,770,696.67	430,050,483.31
（一）净利润	-	-	-	280,050,483.31	280,050,483.31
（二）股东投入和减少资本	5,613,684.00	144,386,316.00	-	-	150,000,000.00
1、股东投入资本	5,613,684.00	144,386,316.00	-	-	150,000,000.00
（三）利润分配	-	-	18,915,575.64	-18,915,575.64	-
1、提取盈余公积	-	-	18,915,575.64	-18,915,575.64	-
（四）股东权益内部结转	207,706,316.00	-140,342,105.00	-	-67,364,211.00	-
1、资本公积转增资本	140,342,105.00	-140,342,105.00	-	-	-
2、其他	67,364,211.00	-	-	-67,364,211.00	-
四、本期期末余额	319,980,000.00	4,044,211.00	18,915,575.64	377,758,280.95	720,698,067.59

单位：元

项目	2009 年度				股东权益合计
	归属于母公司股东权益				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	106,660,000.00	64,056,910.53	588,625.62	47,831,764.80	219,137,300.95
二、本年年初余额	106,660,000.00	64,056,910.53	588,625.62	47,831,764.80	219,137,300.95
三、本期增减变动金额	-	-64,056,910.53	-588,625.62	136,155,819.48	71,510,283.33
（一）净利润	-	-	-	209,513,880.74	209,513,880.74
（二）利润分配	-	-	3,659,228.80	-3,659,228.80	-
1、提取盈余公积	-	-	3,659,228.80	-3,659,228.80	-
（三）股东权益内部结转	-	-64,056,910.53	-4,247,854.42	-69,698,832.46	-138,003,597.41
1、其他	-	-64,056,910.53	-4,247,854.42	-69,698,832.46	-138,003,597.41
四、本期期末余额	106,660,000.00	-	-	183,987,584.28	290,647,584.28

（一）股本

报告期内，本公司股本情况如下：

单位：元

股东名称	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
奥康投资	204,231,000.00	204,231,000.00	71,660,000.00
王振滔	59,850,000.00	59,850,000.00	21,000,000.00
王进权	19,950,000.00	19,950,000.00	7,000,000.00
红岭创投	10,666,000.00	10,666,000.00	-
缪彦枢	9,975,000.00	9,975,000.00	3,500,000.00
潘长忠	9,975,000.00	9,975,000.00	3,500,000.00
长霆创投	5,333,000.00	5,333,000.00	-
合计	319,980,000.00	319,980,000.00	106,660,000.00

报告期内，本公司股本变动情况请参见“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成、变化情况及重大资产重组情况”。

（二）资本公积

报告期内，本公司资本公积情况如下：

单位：元

项目	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
股本溢价	4,044,211.00	4,044,211.00	-
其他资本公积	-	-	-
合计	4,044,211.00	4,044,211.00	-

报告期内，资本公积变动情况如下：

单位：元

项目	2009年1月1日	本期增加额	本期减少额	2009年12月31日
股本溢价	-	-	-	-
其他资本公积	64,056,910.53	9,115,632.65	73,172,543.18	-
合计	64,056,910.53	9,115,632.65	73,172,543.18	-

2009年度资本公积变动是由于对奥康制造同一控制下业务合并所形成的资本公积变动。

单位：元

项目	2010年1月1日	本期增加额	本期减少额	2010年12月31日
股本溢价	-	144,386,316.00	140,342,105.00	4,044,211.00
其他资本公积	-	-	-	-
合计	-	144,386,316.00	140,342,105.00	4,044,211.00

2010年度资本公积增加是由于公司引进新的股东红岭创投和长霆创投，增资溢价计入资本公积；资本公积减少是以资本公积转增股本。

2011 年度资本公积未发生变动。

(三) 盈余公积

报告期内，公司盈余公积情况如下：

单位：元

项目	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
法定盈余公积	30,080,227.52	18,915,575.64	-

报告期内，本公司盈余公积增加的原因是按规定计提盈余公积所致。

报告期内，公司盈余公积变动情况如下：

单位：元

项目	2009 年 1 月 1 日	本期增加额	本期减少额	2009 年 12 月 31 日
法定盈余公积	588,625.62	3,659,228.80	4,247,854.42	-

本期减少的盈余公积为 2009 年本公司对收购的奥康集团千石工业园房地产进行同一控制下业务合并，对业务合并中取得的资产账面价值与支付合并对价之间的差额，调整合并方留存收益。

单位：元

项目	2010 年 1 月 1 日	本期增加额	本期减少额	2010 年 12 月 31 日
法定盈余公积	-	18,915,575.64	-	18,915,575.64

单位：元

项目	2011 年 1 月 1 日	本期增加额	本期减少额	2011 年 12 月 31 日
法定盈余公积	18,915,575.64	11,164,651.88	-	30,080,227.52

(四) 未分配利润

报告期内，公司未分配利润情况如下：

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
上年年末未分配利润	377,758,280.95	183,987,584.28	47,831,764.80
本期年初未分配利润	377,758,280.95	183,987,584.28	47,831,764.80
加：本期归属于母公司所有者的净利润	457,403,908.04	280,050,483.31	209,513,880.74
同一控制下业务合并被合并方期初至合并日的当期净损益（注 1）	-	-	-9,115,632.65
减：提取法定盈余公积	11,164,651.88	18,915,575.64	3,659,228.80
转作股本的普通股股利（注 2）	-	67,364,211.00	-

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
同一控制下业务合并未分配利润转出（注 3）	-	-	6,742,108.29
同一控制下业务合并中取得的净资产账面价值与支付合并对价的差额（注 4）	-	-	53,841,091.52
期末未分配利润	823,997,537.11	377,758,280.95	183,987,584.28

注 1：2009 年公司对奥康制造进行同一控制下的业务合并，被合并方报告期初至合并日的当期净损益。

注 2：2010 年公司以资本公积和未分配利润转增股本 207,706,316.00 元，其中未分配利润转增股本 67,364,211.00 元。

注 3：2009 年公司对奥康制造进行同一控制下的业务合并，在 2009 年 12 月 31 日合并完成时，将被合并方以前年度留存收益予以转出。

注 4：2009 年公司对奥康集团的千石工业园房地产进行同一控制下的业务合并，对取得的账面价值与支付合并对价之间的差额，调整合并方留存收益。

九、现金流量

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	27,799.63	31,948.86	-9,491.61
投资活动产生的现金流量净额	-11,619.74	-27,078.37	-750.29
筹资活动产生的现金流量净额	-2,479.88	1,865.93	24,721.80
现金及现金等价物净增加额	14,043.43	6,686.49	14,427.15
期末现金及现金等价物余额	38,924.10	24,880.67	18,194.19

十、其他重要事项

（一）或有事项

截至 2011 年 12 月 31 日，公司无需要披露的重大或有事项。

（二）承诺事项

截至 2011 年 12 月 31 日，公司无需要披露的重大承诺事项。

（三）资产负债表日后事项

截至 2011 年 12 月 31 日，公司无需要披露的重大资产负债表日后事项。

十一、财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2011 年度/2011 年 12 月 31 日	2010 年度/2010 年 12 月 31 日	2009 年度/2009 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.58	1.28	0.94
速动比率（倍）	1.21	0.93	0.78
资产负债率（母公司）	34.59%	46.58%	89.66%
应收账款周转率（次）	4.50	4.12	4.36
存货周转率（次）	4.69	5.20	6.85
息税折旧摊销前利润（万元）	64,783.90	43,063.44	30,095.75
利息保障倍数（倍）	48.16	12.32	10.63
每股经营活动的现金净流量 （元）	0.87	1.00	-0.89
每股净现金流量（元）	0.44	0.21	1.35
无形资产（土地使用权除外） 占净资产的比例	3.23%	5.52%	0.32%

注：上述财务指标中，资产负债率以母公司的财务数据为基础计算，其余指标均以合并财务数据为基础计算。

（二）主要财务指标计算公式

流动比率=流动资产 / 流动负债

速动比率=速动资产 / 流动负债=（流动资产-存货） / 流动负债

资产负债率=（负债总额 / 资产总额）×100%

应收账款周转率=营业收入 / 应收账款平均余额

存货周转率=营业成本 / 存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧与摊销=净利润+利息支出+所得税+固定资产折旧+长期待摊和无形资产摊销

利息保障倍数=息税前利润 / 利息支出

每股经营活动产生的现金流量=经营活动现金净流量 / 期末总股本

每股净现金流量 = 净现金流量 / 期末股本总数

无形资产占净资产比例 = (无形资产 - 土地使用权) / 期末净资产 × 100%

(三) 净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》要求，计算公司报告期的净资产收益率和每股收益情况如下：

报告期利润	报告期间	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2011 年度	46.22%	1.4295	1.4295
	2010 年度	55.38%	0.8830	0.8830
	2009 年度	62.75%	1.8789	1.8789
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2011 年度	40.98%	1.2674	1.2674
	2010 年度	54.20%	0.8641	0.8641
	2009 年度	65.75%	1.9686	1.9686

(四) 净资产收益率及每股收益计算方法

加权平均净资产收益率 = $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

基本每股收益 = $P_0 \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行

新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

十二、盈利预测

公司未为本次发行编制盈利预测。

十三、资产评估情况

2001 年 7 月 20 日，浙江东方资产评估有限公司出具浙东评（2001）字第 78 号《奥康集团有限公司部分资产对外投资资产评估项目资产评估报告书》，对奥康集团拟用作出资设立公司的房屋及设备进行了评估，确认该等实物资产的账面价值为 4,224.92 万元，评估后的公允价值为 4,578.98 万元，增值率为 8.38%，评估基准日为 2001 年 5 月 31 日。

十四、历次验资情况

公司设立时的资产评估情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、公司历次验资情况及投入资产的计量属性”。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司管理层结合经审计的财务报告，对报告期内本公司的财务状况、盈利能力、现金流量状况和资本性支出进行如下讨论和分析。投资者阅读本章内容时，应同时参考本招股说明书“第十节 财务会计信息”中的相关财务报告及其附注的内容。

除非特别说明，以下分析中的财务数据均取自本公司经审计的合并报表。

一、财务状况分析

（一）资产状况

1、资产构成及变动状况

报告期内，本公司资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	187,887.20	79.49%	140,304.51	77.14%	106,823.62	75.08%
非流动资产	48,481.67	20.51%	41,577.60	22.86%	35,457.75	24.92%
资产总计	236,368.88	100.00%	181,882.10	100.00%	142,281.37	100.00%

截至2011年12月31日、2010年12月31日和2009年12月31日，本公司的总资产分别为236,368.88万元、181,882.10万元和142,281.37万元，2011年末、2010年末资产总额较上年分别增长了29.96%、27.83%。公司资产总额随着公司的业务规模逐年增长。

报告期内本公司的流动资产占比一直较高，2011年末、2010年末和2009年末，流动资产占总资产的比重分别为79.49%、77.14%和75.08%。公司流动资产占比较高的主要原因是：①本公司销售环节需投入的流动资产较多，非流动性资产较少，因此流动资产比重较大；②公司大力发展经销商渠道，并给予经销商较为宽松的信用政策，因此报告期内应收账款增长幅度较大，导致流动资产占比较大；③公司采取直营与经销相结合的销售渠道模式，并且报告期内经销商渠道销

售比重较大，经销商渠道销售无需占用公司的非流动资产，而公司直营渠道使用的独立店铺和商场店铺主要以租赁为主，占用自有固定资产也相对较少，因此非流动资产占比较小。

2、流动资产的构成及变化

报告期内，本公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
货币资金	52,574.86	22.24%	40,553.45	22.30%	28,884.64	20.30%
应收票据	540.31	0.23%	1,118.00	0.61%	133.00	0.09%
应收账款	78,874.93	33.37%	53,045.94	29.17%	54,207.98	38.10%
预付款项	3,926.10	1.66%	3,639.70	2.00%	3,701.48	2.60%
其他应收款	2,160.74	0.91%	1,383.35	0.76%	1,010.04	0.71%
存货	44,386.95	18.78%	38,471.25	21.15%	18,874.13	13.27%
其他流动资产	5,423.32	2.29%	2,092.83	1.15%	12.34	0.01%
流动资产合计	187,887.20	79.49%	140,304.51	77.14%	106,823.62	75.08%

截至2011年12月31日、2010年12月31日和2009年12月31日，本公司流动资产分别为187,887.20万元、140,304.51万元和106,823.62万元，2011年末、2010年末流动资产较上年同比增长了47,582.69万元、33,480.89万元，同比增长率分别为33.91%、31.34%。

(1) 货币资金

报告期内，本公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	146.53	0.28%	77.65	0.19%	520.32	1.80%
银行存款	38,777.57	73.76%	24,803.02	61.16%	17,673.86	61.19%
其他货币资金	13,650.76	25.96%	15,672.78	38.65%	10,690.46	37.01%
合计	52,574.86	100.00%	40,553.45	100.00%	28,884.64	100.00%

截至2011年12月31日、2010年12月31日和2009年12月31日，本公司货币资金分别为52,574.86万元、40,553.45万元和28,884.64万元，占总资产的比重分别为22.24%、22.30%和20.30%。公司保持一定量的货币资金的主要原

因是：①用于维持公司及子公司的日常运作；②用于支付到期的应付票据和应付账款；③其他货币资金主要是银行承兑汇票保证金。

2011 年末、2010 年末公司货币资金较上年末同比增长了 12,021.41 万元、11,668.81 万元，增长率为 29.64%、40.40%，主要原因是：①公司经营业绩快速增长带来现金流入增加，导致货币资金增加；②公司以承兑汇票方式支付货款，货款支付期限延长，货币资金账面金额相应增加；③2010 年公司引进新股东红岭创投和长霆创投，收到增资款 15,000 万元，导致货币资金较快增加。

截至 2011 年 12 月 31 日，除其他货币资金中银行承兑汇票保证金外，本公司不存在其他质押、冻结，或有潜在收回风险的货币资金。

(2) 应收票据

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司应收票据余额分别为 540.31 万元、1,118.00 万元和 133.00 万元，占总资产的比重分别为 0.23%、0.61%和 0.09%。应收票据主要是公司销售货物收到的银行承兑汇票。

(3) 应收账款

报告期内，本公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
应收账款账面余额	79,855.74	54,136.34	55,191.58
坏账准备	980.81	1,090.40	983.60
应收账款账面价值	78,874.93	53,045.94	54,207.98

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 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 万元和 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。

报告期内公司应收账款金额较大的主要原因是由于公司的销售模式主要为经销模式，该模式决定了公司一般根据客户的年度销售额、自有资金、资金投入、每月回款、往年的信誉档案，以及营销网络情况、新产品上市特点等因素决定客

户的授信额度和信用期限，给予其应收账款一定的账期；较之采用直营模式进行销售，经销模式销售会产生金额较大的应收账款。公司应收账款 2011 年末余额较 2010 年末增加了 48.69%，主要是因为公司业务规模快速扩张，销售收入增长，导致经销商的信用额度提高，应收账款相应增长。

报告期内，本公司应收账款与营业收入对比情况如下：

单位：万元

项目	2011 年 12 月 31 日 /2011 年度	2010 年 12 月 31 日 /2010 年度	2009 年 12 月 31 日 /2009 年度
应收账款	78,874.93	53,045.94	54,207.98
营业收入	296,588.48	221,089.61	166,684.68
应收账款与营业收入之比	26.59%	23.99%	32.52%

从上表可知，2010 年公司对于经销商实施了有效的回款管理，该比值下降至 23.99%；2011 年公司业务规模快速扩张，销售收入增长较快，同时由于 2012 年春节假期较靠前，经销商在 2011 年末加大了采购备货量，导致 2011 年末应收账款余额增加较多，使得该比值上升至 26.59%。

报告期内，本公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄结构	2011 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	净额
1-3 个月（含）	67,116.23	84.05%	671.16	66,445.07
4-6 个月（含）	11,861.89	14.85%	237.24	11,624.66
7-12 个月（含）	687.40	0.86%	34.37	653.03
1-2 年（含）	190.21	0.24%	38.04	152.17
2-3 年（含）	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-
合计	79,855.74	100.00%	980.81	78,874.93
账龄结构	2010 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	净额
1-3 个月（含）	38,291.64	70.73%	382.92	37,908.72
4-6 个月（含）	7,235.13	13.36%	144.70	7,090.42
7-12 个月（含）	8,402.48	15.52%	420.12	7,982.36
1-2 年（含）	56.44	0.10%	24.78	31.67
2-3 年（含）	150.65	0.28%	117.88	32.76
3 年以上	-	-	-	-
合计	54,136.34	100.00%	1,090.40	53,045.94
账龄结构	2009 年 12 月 31 日			

	金额	比例	坏账准备	净额
1-3 个月 (含)	50,955.60	92.32%	522.67	50,432.93
4-6 个月 (含)	1,795.08	3.25%	35.90	1,759.18
7-12 个月 (含)	1,125.58	2.04%	78.18	1,047.40
1-2 年 (含)	1,119.13	2.03%	248.76	870.38
2-3 年 (含)	196.19	0.36%	98.09	98.09
3 年以上	-	-	-	-
合计	55,191.58	100.00%	983.60	54,207.98

从应收账款账龄分析,报告期内应收账款主要为 1 年以内的应收款项,占比一直在 97%以上,表明本公司应收账款质量良好,回收风险较小。

截至 2011 年 12 月 31 日,本公司应收账款前五名单位列示如下:

单位:万元

单位名称	关系	2011 年 12 月 31 日	账龄	占应收账款总额的比例
上海鼎嘉商贸有限公司	客户	4,857.54	1-3 个月	6.08%
宁波市尚荣商贸有限公司	客户	3,341.41	1-6 个月	4.18%
义乌市飞松贸易有限公司	客户	3,128.45	1-6 个月	3.92%
GEOX S.P.A.	客户	2,913.30	1-3 个月	3.65%
郑州中奥商贸有限公司	客户	2,815.17	1-6 个月	3.53%
合计	—	17,055.87	—	21.36%

公司前五名欠款单位应收账款的账龄都在 1 年以内,且欠款比例较小。公司目前不存在账龄较长的大额应收款项,大额应收款项回收风险较低。

(4) 预付款项

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日,本公司预付款项分别为 3,926.10 万元、3,639.70 万元和 3,701.48 万元,预付款项主要是预付供应商货款、预付广告费、预付房租等。预付款项在本公司资产中所占比重较小,报告期各期末预付款项占总资产比重分别为 1.66%、2.00%和 2.60%,基本保持平稳。

(5) 其他应收款

报告期内,本公司其他应收款情况如下:

单位：万元

项目	2011年12月31日	2010年12月31日	2009年12月31日
其他应收款账面余额	2,280.48	1,461.00	1,092.36
坏账准备	119.74	77.65	82.32
其他应收款账面价值	2,160.74	1,383.35	1,010.04

截至2011年12月31日、2010年12月31日和2009年12月31日，本公司其他应收款分别为2,160.74万元、1,383.35万元和1,010.04万元。2011年末、2010年末其他应收款分别较上年末增加了777.39万元、373.31万元。报告期末公司其他应收款主要是区域销售公司支付各类押金，以及应收出口退税款等。2011年末其他应收款较2010年末增加的主要原因是2011年各地新开直营店的房租押金，政府采购招标保证金增加。

(6) 存货

报告期内，本公司存货情况如下：

单位：万元

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	38,270.20	83.52%	30,614.02	77.26%	12,537.07	64.01%
原材料	5,405.98	11.80%	6,533.27	16.49%	5,230.08	26.70%
在产品	2,145.40	4.68%	2,478.36	6.25%	1,816.98	9.28%
周转材料	-	-	-	-	2.43	0.01%
存货账面余额	45,821.58	100.00%	39,625.65	100.00%	19,586.56	100.00%
减：存货跌价准备	1,434.63	—	1,154.40	—	712.43	—
存货账面价值	44,386.95	—	38,471.25	—	18,874.13	—

截至2011年12月31日、2010年12月31日和2009年12月31日，本公司存货账面价值为44,386.95万元、38,471.25万元和18,874.13万元，占总资产的比重分别为18.78%、21.15%和13.27%。存货中主要为库存商品，其占比分别为83.52%、77.26%和64.01%。

报告期内，本公司存货占总资产比重较高，主要原因是：①公司主要实行以销定产的生产采购模式，根据订单制定生产、采购计划，年末客户订单所生产的存货集中入库；②年末存货一般为棉鞋，其单位成本较高，因此导致年末存货金额较大。

2011年末存货较2010年末增加了5,915.70万元，增长率为15.38%，主要原

因是 2011 年公司业务规模快速扩张，销售收入增长 34.15%，同时由于 2012 年春节假期较靠前，公司在 2011 年末相应加大了存货储备，使得年末存货增加。

2010 年末存货较 2009 年末增加了 19,597.11 万元，增长率为 103.83%，主要原因是：①公司成立区域销售公司管理终端渠道，2009 年大部分区域销售公司尚未正常运转，因此年末库存商品较小；2010 年区域销售公司正常运转，为扩大销售，储备了较多库存商品，导致 2010 年末存货增加；②公司经销渠道销售增长迅速，公司为支持经销商扩大销售，储备了一定量的库存商品，导致存货增加。

公司存货按照成本与可变现净值孰低计量。年末，对于存货因被淘汰、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分，提取存货跌价准备。截至 2011 年 12 月 31 日，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

存货种类	2010 年 12 月 31 日	本期计提额	本期减少额		2011 年 12 月 31 日
库存商品	309.82	366.93	169.29	-	507.46
原材料	844.58	82.58	-	-	927.16
合计	1,154.40	449.52	169.29	-	1,434.63

截至 2011 年 12 月 31 日，公司存货跌价准备余额为 1,434.63 万元，占存货账面余额的 3.13%，主要是对库存商品和原材料计提的跌价准备。

(7) 其他流动资产

本公司其他流动资产为经营场所租金。截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，其他流动资产分别为 5,423.32 万元、2,092.83 万元和 12.34 万元，占总资产的比重分别为 2.29%、1.15%和 0.01%。2011 年末其他流动资产较上年增长的主要原因是 2011 年各地新开直营店房租和购买理财产品所致；2010 年末其他流动资产较上年增长的主要原因是公司设立的区域销售公司业务规模扩大、员工人数增加、新设直营店铺增多，导致各类租金增加。

3、非流动资产的构成及变化

报告期内，本公司非流动资产的构成情况如下：

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
投资性房地产	700.04	0.30%	-	-	-	-
固定资产	19,755.83	8.36%	19,099.20	10.50%	18,771.13	13.19%
在建工程	205.03	0.09%	7.95	0.004%	-	0.00%
无形资产	19,980.77	8.45%	18,403.14	10.12%	14,931.23	10.49%
长期待摊费用	4,151.65	1.76%	603.75	0.33%	142.52	0.10%
递延所得税资产	3,688.35	1.56%	3,463.54	1.90%	1,612.87	1.13%
非流动资产合计	48,481.67	20.51%	41,577.60	22.86%	35,457.75	24.92%

截至2011年12月31日、2010年12月31日和2009年12月31日，本公司非流动资产分别为48,481.67万元、41,577.60万元和35,457.75万元，占总资产的比重分别为20.51%、22.86%和24.92%。公司非流动资产的构成中，主要为固定资产和无形资产。

(1) 投资性房地产

截至2011年12月31日，本公司投资性房地产情况如下：

单位：万元

项目	2010-12-31	本期增加	本期减少	2011-12-31
一、投资性房地产原价合计	-	732.83	-	732.83
1、房屋建筑物	-	617.94	-	617.94
2、土地使用权	-	114.89	-	114.89
二、投资性房地产累计折旧（摊销）合计	-	32.79	-	32.79
1、房屋建筑物	-	17.81	-	17.81
2、土地使用权	-	14.98	-	14.98
三、投资性房地产账面净值合计	-	-	-	700.04
1、房屋建筑物	-	-	-	600.13
2、土地使用权	-	-	-	99.91
四、投资性房地产减值准备累计金额合计	-	-	-	-
1、房屋建筑物	-	-	-	-
2、土地使用权	-	-	-	-
五、投资性房地产账面价值合计	-	-	-	700.04
1、房屋建筑物	-	-	-	600.13
2、土地使用权	-	-	-	99.91

2011 年末投资房地产主要是重庆红火鸟将其拥有的奥康大厦部分房地产出租。

(2) 固定资产

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2010-12-31	本期增加	本期减少	2011-12-31
一、固定资产原价合计	24,780.01	3,257.59	835.10	27,202.51
1、房屋建筑物	15,914.08	2,186.76	695.36	17,405.48
2、机器设备	5,773.96	309.38	126.85	5,956.49
3、运输工具	628.62	48.93	-	677.55
4、电子设备	2,463.35	712.52	12.89	3,162.98
二、累计折旧合计	5,680.81	1,906.80	140.92	7,446.69
1、房屋建筑物	2,496.48	536.25	29.57	3,003.17
2、机器设备	2,159.10	632.32	104.93	2,686.49
3、运输工具	159.31	86.50	-	245.81
4、电子设备	865.91	651.73	6.42	1,511.22
三、固定资产净值合计	19,099.20	-	-	19,755.83
1、房屋建筑物	13,417.59	-	-	14,402.31
2、机器设备	3,614.86	-	-	3,270.01
3、运输工具	469.31	-	-	431.75
4、电子设备	1,597.44	-	-	1,651.76
四、减值准备累计金额合计	-	-	-	-
1、房屋建筑物	-	-	-	-
2、机器设备	-	-	-	-
3、运输工具	-	-	-	-
4、电子设备	-	-	-	-
五、固定资产账面价值合计	19,099.20	-	-	19,755.83
1、房屋建筑物	13,417.59	-	-	14,402.31
2、机器设备	3,614.86	-	-	3,270.01
3、运输工具	469.31	-	-	431.75
4、电子设备	1,597.44	-	-	1,651.76

本公司固定资产构成主要为房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备。截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司固定资产分别为 19,755.83 万元、19,099.20 万元和 18,771.13 万元，固定资产占总资产的比例分别为 8.36%、10.50%和 13.19%。2011 年末、2010 年末固定资产分别较上年末同比变动了 656.63 万元、328.07 万元，增长率分别为 3.44%、1.75%。

(3) 在建工程

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司在建工程分别为 205.03 万元、7.95 万元和 0 万元。

2011 年本公司在建工程变动明细如下：

单位：万元

工程名称	2010 年 12 月 31 日	本期增加	本期转固	2011 年 12 月 31 日	资金来源
会议中心装修	-	204.03	-	204.03	自筹
奥康企业体验馆装修		1.00	-	1.00	自筹
厂房装修	-	21.88	21.88	-	自筹
厂区道路维修	-	7.26	7.26	-	自筹
空气能热泵中央热水系统	7.95	-	7.95	-	自筹
合计	7.95	234.17	37.09	205.03	—

截至 2011 年 12 月 31 日，在建工程主要为会议中心装修项目。

(4) 无形资产

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2010-12-31	本期增加	本期减少	2011-12-31
一、无形资产原价合计	19,523.06	2,517.50	37.47	22,003.08
1、土地使用权	15,198.92	2,273.73	37.47	17,435.18
2、商标权	3,704.63	14.19	-	3,718.82
3、专利权	403.52	3.01	-	406.53
4、软件	215.99	226.56	-	442.55
二、无形资产累计摊销额合计	1,119.91	905.62	3.22	2,022.31
1、土地使用权	773.43	492.96	3.22	1,263.16
2、商标权	262.00	327.27	-	589.27
3、专利权	23.61	40.51	-	64.12
4、软件	60.87	44.89	-	105.76
三、无形资产账面净值合计	18,403.14	-	-	19,980.77
1、土地使用权	14,425.49	-	-	16,172.02
2、商标权	3,442.62	-	-	3,129.55
3、专利权	379.91	-	-	342.41
4、软件	155.12	-	-	336.79

项目	2010-12-31	本期增加	本期减少	2011-12-31
四、减值准备累计金额合计	-	-	-	-
1、土地使用权	-	-	-	-
2、商标权	-	-	-	-
3、专利权	-	-	-	-
4、软件	-	-	-	-
五、无形资产账面价值合计	18,403.14	-	-	19,980.77
1、土地使用权	14,425.49	-	-	16,172.02
2、商标权	3,442.62	-	-	3,129.55
3、专利权	379.91	-	-	342.41
4、软件	155.12	-	-	336.79

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司无形资产分别为 19,980.77 万元、18,403.14 万元和 14,931.23 万元，占总资产的比重分别为 8.45%、10.12%和 10.49%。2011 年末、2010 年末本公司无形资产分别较上年同比增加了 1,577.63 万元、3,471.92 万元，增长率分别为 8.57%、23.25%。2011 年末无形资产较 2010 年末增加的原因是公司从奥康集团购入土地使用权 2,273.55 万元；2010 年末无形资产较上年增加的原因是 2010 年公司取得了万利威德商标权 4,077.44 万元。

收购万利威德商标权的具体情况如下：

A、万利威德商标转让过程：

2010 年 5 月 18 日公司与万利威德签署“知识产权框架协议”，万利威德将其在中国（包括港澳台地区）所有商标的权利转让给公司，转让总价 650 万美元，从 2010-2017 年分八年付清。根据协议约定，本次收购万利威德商标权的主要内容包括：

- a、商标权利转让：在中国的万利威德及其他所有相关商标权利；
- b、中国专利权利：以非独占许可的方式在中国生产鞋类，及授权公司以独占许可的方式在中国销售鞋类，公司有权将该专利许可分许可给他人；
- c、合作开发：包括研发支持、营销支持及采购支持。

2010 年 11 月 27 日双方签署了“知识产权框架协议补充协议”，补充协议对

原框架协议的费用条款及付款方式进行了修改：由于公司已支付万利威德 50 万美元，所以公司仅需再一次性支付万利威德 480 万美元即可。补充协议约定：公司在 2010 年 12 月 15 日之前支付万利威德 480 万美元的 90%，即 432 万美元；剩余 480 万美元的 10%，即 48 万美元，公司将于有关框架协议中的所有商标转让和专利许可完成之日起 7 个工作日内向万利威德支付。

根据最终协议约定，专利权价值 50 万美元（折合人民币 392.61 万元），商标权价值 480 万美元（折合人民币 3,684.83 万元）。本次购买万利威德商标专利权的总成本为 530 万美元（折合人民币 4,077.44 万元）。

B、商标及专利权过户情况：

a、万利威德商标

截至 2011 年 6 月 30 日，公司从万利威德受让了 27 项在香港、澳门特别行政区和台湾地区的注册商标，已经完成商标权转让。尚有 5 项注册商标的转让申请，国家商标局正在审查中。

公司在生产经营活动中使用上述注册商标符合公司与万利威德签署的《知识产权框架协议》及其补充协议的约定。上述从万利威德受让的注册商标在完成相关转让审核手续并取得核准转让证明后，公司可依法获得该等商标的专用权。

b、万利威德专利实施许可

2010 年 12 月 20 日，公司取得国家知识产权局出具的《专利实施许可备案证明》，万利威德许可公司使用的“用于鞋的鞋底”的专利（专利申请号：200820112021.2）完成备案，许可种类为普通许可，备案号为 2010990000991，合同有效期限为 2010 年 5 月 18 日至 2018 年 5 月 4 日。《知识产权框架协议》约定的另一项由万利威德许可公司使用的专利（专利申请号 CN03815933.3）已经失效，故公司未申请完成该专利实施许可的备案。

C、作价依据

本次万利威德商标及专利权转让价格，系经双方协商确定。交易双方不存在关联关系。

D、会计处理方法

公司按照《知识产权框架协议》及其补充协议的约定确认无形资产初始入账价值，其中专利权为 392.61 万元，商标权为 3,684.83 万元。

万利威德商标及专利权按直线法逐月摊销，摊销期限为 2010 年 6 月至 2020 年 5 月。

(5) 长期待摊费用

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，公司长期待摊费用分别为 4,151.65 万元、603.75 万元和 142.52 万元，占总资产的比例分别为 1.76%、0.33%和 0.10%。2011 年末长期待摊费用较 2010 年末增加了 3,547.90 万元，主要原因是 2011 年新增店铺的店面装修费用及预付的长期租金。

(6) 递延所得税资产

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司递延所得税资产分别为 3,688.35 万元、3,463.54 万元和 1,612.87 万元，占总资产的比重分别为 1.56%、1.90%和 1.13%。本公司递延所得税资产形成的主要原因是应收账款、其他应收款、存货的资产减值准备余额，存货未实现内部销售损益以及同一控制下业务合并产生的差异，从而导致可抵扣暂时性差异，公司按规定确认了递延所得税资产。

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2011 年 12 月 31 日	
	暂时性差异	递延所得税资产
内部交易未实现利润	10,233.56	2,279.55
同一控制下业务合并取得的净资产 计税基础差异	5,595.76	839.36
资产减值准备	2,535.18	569.45
合计	18,364.51	3,688.35

4、主要资产减值准备计提情况

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司主要资产减值准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2010年12月31日	本期增加额	本期减少额		2011年12月31日
			转回	转销	
存货跌价准备	1,154.40	449.52	169.29	-	1,434.63
坏账准备	1,168.05	547.29	614.79	-	1,100.55
合计	2,322.45	996.81	784.08	-	2,535.18

5、所有权受到限制的资产

截至2011年12月31日，本公司所有权受到限制的资产情况如下：

单位：万元

资产类别	2010-12-31	本期增加	本期减少	2011-12-31	受限制原因
一、用于担保的资产					
1、土地使用权原值	18,991.29	-	-	18,991.29	抵押借款
2、房屋建筑物原值	10,842.15	-	-	10,842.15	抵押借款
二、其他原因造成所有权受到限制的资产					
其他货币资金	15,672.78	53,552.91	55,574.93	13,650.76	应付票据保证金
合计	45,506.21	53,552.91	55,574.93	43,484.19	—

(二) 负债结构

报告期内，本公司负债结构情况如下：

单位：万元

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	17,980.58	15.17%	30,718.26	27.97%	47,378.22	41.85%
应付票据	46,565.44	39.28%	30,627.51	27.89%	4,367.00	3.86%
应付账款	37,720.51	31.82%	36,479.09	33.22%	32,826.03	28.99%
预收款项	1,499.11	1.26%	89.15	0.08%	1,088.82	0.96%
应付职工薪酬	3,155.11	2.66%	2,400.29	2.19%	2,062.44	1.82%
应交税费	7,237.12	6.10%	4,809.05	4.38%	7,549.70	6.67%
应付利息	65.66	0.06%	32.75	0.03%	4.61	0.004%
其他应付款	4,335.14	3.66%	4,656.20	4.24%	17,939.79	15.85%
流动负债合计	118,558.68	100.00%	109,812.30	100.00%	113,216.61	100.00%
负债合计	118,558.68	100.00%	109,812.30	100.00%	113,216.61	100.00%

截至2011年12月31日、2010年12月31日和2009年12月31日，公司负债总额分别为118,558.68万元、109,812.30万元和113,216.61万元。2011年末负债总额较上年增加了8,746.38万元，同比增长了7.96%；2010年末负债总额分别较上年末减少了3,404.32万元，同比下降了3.01%。

从负债结构分析，本公司负债全部为流动负债。

1、短期借款

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司银行借款分别为 17,980.58 万元、30,718.26 万元和 47,378.22 万元。

报告期内，为扩张公司销售业务，公司开始对优质经销商采取增加信用额度和延长信用期的扶持政策，导致资金回笼速度降低，公司面临一定的资金压力，因此，公司开始需求外部融资的支持，利用银行借款，缓解资金压力。

2011 年末公司短期借款余额降低了 12,737.68 万元，主要原因是公司增加了银行承兑汇票的支付额度，使得 2011 年末应付票据余额增加了 15,937.93 万元，同时短期借款余额降低。

2、应付票据

本公司应付票据均为支付给供应商的银行承兑汇票。截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司应付票据余额分别为 46,565.44 万元、30,627.51 万元和 4,367.00 万元，占负债总额的比重分别为 39.28%、27.89% 和 3.86%。

随着业务规模的扩大，公司日常经营特别是存货储备所需资金也同步增加，为有效使用资金，公司采用银行承兑汇票支付部分原材料和成品鞋的采购款。公司应付票据 2011 年末、2010 年末余额较上年末增加了 15,937.93 万元、26,260.51 万元，主要原因是公司为降低资金使用成本，提高资金使用效率，增加了应付票据支付额度，导致 2011 年末、2010 年末应付票据余额增长较大。

3、应付账款

本公司应付账款主要是应付货物采购款、原材料采购款和委托加工费。截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司应付账款金额分别为 37,720.51 万元、36,479.09 万元和 32,826.03 万元，占负债总额的比重分别为 31.82%、33.22%和 28.99%。

4、预收款项

本公司预收款项主要是对于款到发货的经销商的预收货款。截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，预收款项分别为 1,499.11 万元、89.15 万元和 1,088.82 万元，占负债总额的比重分别为 1.26%、0.08%和 0.96%。

预收款项 2011 年末余额较上年末增加了 1,409.96 万元，主要是本期部分新增客户采用预收货款制；预收款项 2010 年末余额较上年末减少了 999.67 万元，主要原因是：①本公司与订单较少、利润空间较小的客户已无业务往来；②2010 年本公司为降低风险，对出口业务采取了进出口信用保险。

截至 2011 年 12 月 31 日，无账龄超过一年的大额预收款项情况。

5、应付职工薪酬

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2010 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2011 年 12 月 31 日
工资、奖金、津贴和补贴	2,008.05	26,999.98	26,198.38	2,809.64
职工福利费	-	12.01	12.01	-
社会保险费	170.81	2,631.46	2,595.59	206.67
其中：基本养老保险费	79.59	1,506.19	1,464.54	121.23
医疗保险费	47.74	767.80	765.98	49.56
工伤保险费	19.38	187.87	184.08	23.16
失业保险	20.41	126.50	137.14	9.78
生育保险	3.69	43.10	43.85	2.94
住房公积金	6.50	121.94	120.72	7.72
工会经费和职工教育经费	214.93	81.72	165.58	131.07
合计	2,400.29	29,847.12	29,092.29	3,155.11

本公司应付职工薪酬为公司根据薪酬政策提取尚未支付的工资、奖金、津贴和补贴、社会保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费等，不存在拖欠职工工资情况。

6、应交税费

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司应交税费分别为 7,237.12 万元、4,809.05 万元和 7,549.70 万元，均为当期发生

应在下期缴纳的与公司正常经营活动有关的各项税费。2011 年末应交税费较上年末增加了 2,428.07 万元，主要是因为收入总额和利润的增长，使得增值税和企业所得税相应增加；2010 年末应交税费较上年末减少了 36.30%，主要原因是 2010 年末存货增加，形成留抵增值税进项税额 3,158.08 万元。

7、应付利息

截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司应付利息分别为 65.66 万元、32.75 万元和 4.61 万元，均为应付银行借款利息。

8、其他应付款

本公司其他应付款主要为购买奥康集团房地产款项、应付租金、运输费用等。截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，本公司其他应付款分别为 4,335.14 万元、4,656.20 万元和 17,939.79 万元，占负债总额的比例分别为 3.66%、4.24%和 15.85%。

2010 年末其他应付款较上年末减少了 74.05%，主要是支付了 2009 年购买奥康集团土地及房产收购款；2009 年末其他应付款中金额较大的款项为对奥康集团的其他应付款 1.37 亿元，产生原因为应付土地及房产收购款。2009 年 12 月 24 日，公司召开 2009 年第八次临时股东大会，审议通过《关于收购奥康集团房地产的议案》，同意公司收购奥康集团位于瓯北镇千石工业园及瓯北镇东瓯工业园的使用权总面积为 95,683.80 平方米的土地使用权，以及位于瓯北镇千石工业园的总面积为 38,952.37 平方米的房屋，上述房地产的转让价格为 20,800 万元。2009 年末，公司尚未支付完该等房地产收购款，因此形成大额其他应付款。

截至 2011 年 12 月 31 日，无账龄超过一年的其他应付款。

（三）偿债能力分析

1、公司偿债能力分析

报告期内，本公司的偿债能力指标情况如下：

财务指标	2011 年度/2011 年 12 月 31 日	2010 年度/2010 年 12 月 31 日	2009 年度/2009 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.58	1.28	0.94

财务指标	2011 年度/ 2011 年 12 月 31 日	2010 年度/2010 年 12 月 31 日	2009 年度/2009 年 12 月 31 日
速动比率（倍）	1.21	0.93	0.78
资产负债率（母公司）	34.59%	46.58%	89.66%
息税折旧摊销前利润（万元）	64,783.90	43,063.44	30,095.75
利息保障倍数（倍）	48.16	12.32	10.63

报告期内，本公司流动比率、速动比率适中，主要原因是公司在报告期内经营业绩增长迅速，公司采用外部融资的方式以缓解资金压力。截至 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日，资产负债率（母公司）分别为 34.59%、46.58%和 89.66%，2009 年资产负债率较高，主要原因是公司充分利用财务杠杆以缓解资金压力；2010 年公司通过引起新股东的方式，获得了 1.5 亿元增资款，资产负债率得以下降。

2011 年度、2010 年度和 2009 年度的息税折旧摊销前利润分别为 64,783.90 万元、43,063.44 万元和 30,095.75 万元；2011 年度、2010 年度和 2009 年度的利息保障倍数分别为 48.16、12.32 和 10.63。报告期内，本公司息税折旧摊销前利润、利息保障倍数逐年增长，表明公司主营业务盈利能力较强，自身盈利可以足额偿还借款利息。报告期末，本公司借款不存在逾期未偿还和拖欠利息的情况。

2、与同行业上市公司的比较

由于国内 A 股同行业上市公司仅有星期六（SZ002291）一家，因此公司选取在香港上市，主营业务为鞋业生产和零售的公司百丽国际（HK01880）、达芙妮国际（HK00210）、盈进集团（HK01386）、利信达集团（HK00738）进行比较。

公司与同行业上市公司 2010 年主要偿债能力指标比较如下：

项目	星期六	百丽国际	达芙妮国际	盈进集团	利信达集团	本公司 (2010)	本公司 (2011)
流动比率	4.71	4.10	3.38	4.50	4.63	1.28	1.58
速动比率	3.00	2.69	2.45	2.65	2.99	0.93	1.21
资产负债率	18.73%	17.84%	34.49%	17.07%	14.44%	46.58%	34.59%

公司流动比率、速动比率低于选取的可比同行业公司水平，其主要原因是：①由于可比公司采用商场销售渠道为主，其商场存货仍属于自有存货；而本公司主要采用经销渠道销售，发出货物即确认收入，因此存货较小，导致流动资产较小；②公司充分利用财务杠杆，通过向银行借款筹集流动资金；同时公司信

誉良好，供应商给予本公司的信用周期较长，本公司应付款项较大，因此本公司流动负债较大，导致流动比率和速动比率低于同行业水平。2009 年公司资产负债率较高，2010 年公司通过引进新投资者，降低了资产负债率；随着公司经营稳定增长，2011 年公司资产负债率进一步降低。

（四）资产周转能力分析

1、应收账款周转率分析

2011 年度、2010 年度和 2009 年度本公司应收账款周转率分别为 4.50 次、4.12 次和 4.36 次。

本公司与同行业上市公司 2010 年应收账款周转率指标比较如下：

项目	星期六	百丽国际	达芙妮国际	盈进集团	利信达集团	本公司 (2010)	本公司 (2011)
应收账款周转率(次)	4.05	12.22	33.82	9.94	8.06	4.12	4.50
应收账款周转天数(天)	89	29	11	36	45	87	80

本公司在应收账款管理政策方面有别于选取的可比同行业上市公司，可比同行业上市公司大多采取商场店中店的销售模式，而公司的销售模式是直营与经销商相结合，因此与同行业上市公司应收账款周转率不相一致。本公司经销渠道销售占比较大，而经销商的资金周转需要一定的时间，因此公司对于经销商实行有针对性的应收账款管理，根据其信誉度、合作年限和过往销售及信用记录，制定相应的信用政策；同时为配合公司品牌提升战略的实施，加强品牌宣传和推广，对部分经销时间较长、信誉好、销售量大的经销商提供了较为宽松的信用政策，以解决其临时性的资金周转困难。本公司对于大部分经销商的赊销信用期为 3 个月，因此应收账款周转率为 4 次符合公司信用政策的实际情况。

2、存货周转率分析

2011 年度、2010 年度和 2009 年度本公司存货周转率分别为 4.69 次、5.20 次和 6.85 次。

本公司与同行业上市公司 2010 年存货周转率指标比较如下：

项目	星期六	百丽国际	达芙妮国际	盈进集团	利信达集团	本公司 (2010)	本公司 (2011)
存货周转率(次)	1.18	2.39	2.86	1.64	1.81	5.20	4.69
存货周转天数(天)	305	151	126	220	199	69	77

公司存货周转率高于选取的可比同行业上市公司水平,主要原因是由于销售渠道的不同所致。选取的可比公司主要是以商场销售渠道为主,其商场存货仍属于自有存货,周转较慢。而本公司主要是经销渠道销售占比较大,商场销售占比较小,发出货物的同时即实现了收入的确认,因此存货周转速度较快;同时本公司采取以销定产模式,根据客户的订单进行生产、采购,存货到公司仓库后随即送至客户处,存货周转流动较快,因此存货周转率指标优于同行业上市公司。

二、盈利能力分析

(一) 盈利能力概况

1、鞋服行业近年盈利状况

随着国内城镇化进程,消费观念的转变,鞋服不再仅仅是满足穿着的基本需求,还有舒适、时尚的需求。得益于市场需求的快速增长,渠道的快速扩张,我国主要品牌鞋服企业均处于行业生命周期的成长阶段,有广阔的市场空间和消费群体,销售额有进一步增长的空间。

2010年底,我国时装行业的市场规模已接近4,000亿元,是2000年的3倍左右。回顾过去十年,在行业规模增两倍的光环下,单个品牌的表现更是抢眼。如安踏营业收入从2004年的3.1亿增加至2010年的74亿,六年年均复合收入增长率达70%;七匹狼十年的营业收入年均复合增长率达到40%;报喜鸟的复合收入增速也接近30%。(数据来源:国泰君安证券研究)

2011年,我国部分主要鞋服上市公司的营业收入、净利润仍取得大幅增长,详细情况如下:

子行业	股票名称	2011年前三季度 营业收入同比增幅	2011年前三季度 净利润同比增幅
时尚休闲	美邦服饰	40%	133%
	搜于特	68%	72%

子行业	股票名称	2011年前三季度 营业收入同比增幅	2011年前三季度 净利润同比增幅
时尚休闲	森马服饰	30%	26%
商务休闲	七匹狼	33%	60%
	九牧王	33%	42%
男正装	报喜鸟	49%	56%
	希努尔	19%	33%
中高端女装	朗姿股份	59%	78%
户外	探路者	69%	77%
子行业	股票名称	2011年上半年 营业收入同比增幅	2011年上半年 净利润同比增幅
女鞋	达芙妮	24%	132%
	百丽	25%	29%

注：数据摘自上市公司财务报告。

2011年12月份全国百家重点大型零售企业的服装类商品零售额、量均有突出表现，增速双双回升。其中零售额同比增长22.75%，零售量实现同比增长6.59%。同时，2012年春节黄金周期间全国百家重点零售企业服装销售额同比亦实现了22.5%的快速增长。（数据来源：中华全国商业信息中心）

2、公司报告期盈利概况

单位：万元

项目	2011年度		2010年度		2009年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	296,588.48	34.15%	221,089.61	32.64%	166,684.68
营业毛利	102,493.15	42.17%	72,091.40	48.80%	48,448.96
营业利润	53,422.40	46.64%	36,431.43	40.89%	25,857.67
利润总额	59,618.14	60.46%	37,154.84	44.03%	25,796.43
净利润	45,740.39	63.33%	28,005.05	39.75%	20,039.82
归属于母公司所有者的净利润	45,740.39	63.33%	28,005.05	33.67%	20,951.39
扣除非经常性损益后的归属于 母公司普通股股东净利润	40,553.02	47.97%	27,406.06	30.52%	20,997.31

报告期内本公司经营业绩较快增长，2011年度、2010年度营业收入分别较上年度增长了34.15%、32.64%；净利润分别较上年度增长了63.33%、39.75%；扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润分别较上年度增长了47.97%、30.52%。

（二）营业收入分析

1、营业收入

公司主要从事男女皮鞋、皮具的经营销售。本公司的营业收入可以分为主营业务收入和其他业务收入。主营业务收入主要来自于销售男女皮鞋和皮具产生的收入；其他业务收入主要为原材料销售收入。

报告期内，本公司的营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	294,683.73	99.36%	220,768.92	99.85%	165,068.17	99.03%
其他业务收入	1,904.75	0.64%	320.69	0.15%	1,616.51	0.97%
合计	296,588.48	100.00%	221,089.61	100.00%	166,684.68	100.00%

2011 年度、2010 年度和 2009 年度，本公司的营业收入分别为 296,588.48 万元、221,089.61 万元和 166,684.68 万元，收入保持较快增长。2011 年度、2010 年度公司营业收入分别较上年增长了 75,498.87 万元、54,404.93 万元，同比增长了 34.15%、32.64%。报告期内，公司主营业务收入占比一直在 99%以上，公司营业收入的增长主要来自于主营业务收入的增加。

2、收入按产品分类

报告期内，本公司主营业务收入按产品分类如下：

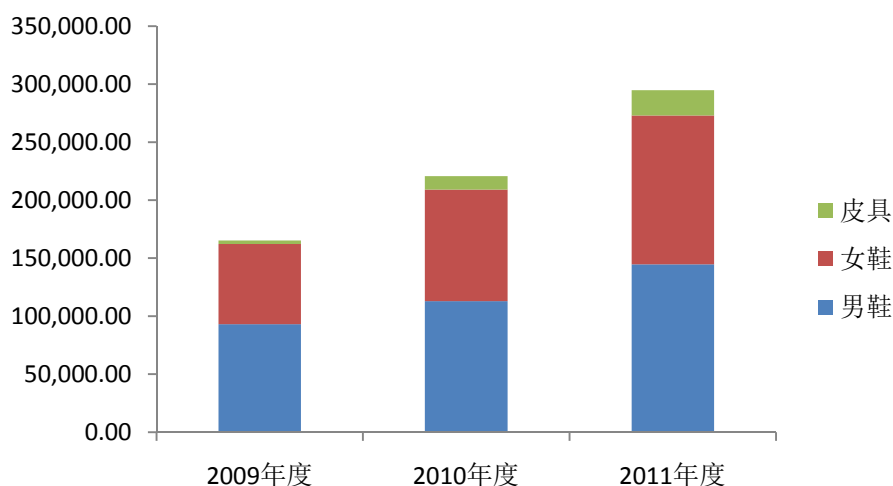
单位：万元

产品名称	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
男鞋	144,868.90	49.16%	112,847.12	51.12%	93,017.14	56.35%
女鞋	127,940.65	43.42%	96,227.33	43.59%	69,160.00	41.90%
皮具	21,874.18	7.42%	11,694.48	5.30%	2,891.02	1.75%
合计	294,683.73	100.00%	220,768.92	100.00%	165,068.17	100.00%

报告期内，公司收入主要来自于男鞋、女鞋、皮具三大产品的销售。2011 年度、2010 年度和 2009 年度三大产品的收入合计为 294,683.73 万元、220,768.92 万元和 165,068.17 万元，其中男鞋销售收入分别为 144,868.90 万元、112,847.12 万元和 93,017.14 万元，占比分别为 49.16%、51.12%和 56.35%；女鞋销售收入

分别为 127,940.65 万元、96,227.33 万元和 69,160.00 万元，占比分别为 43.42%、43.59%和 41.90%。

图 11-1 公司主营业务收入变动（万元）



报告期内，本公司三大产品增长情况如下：

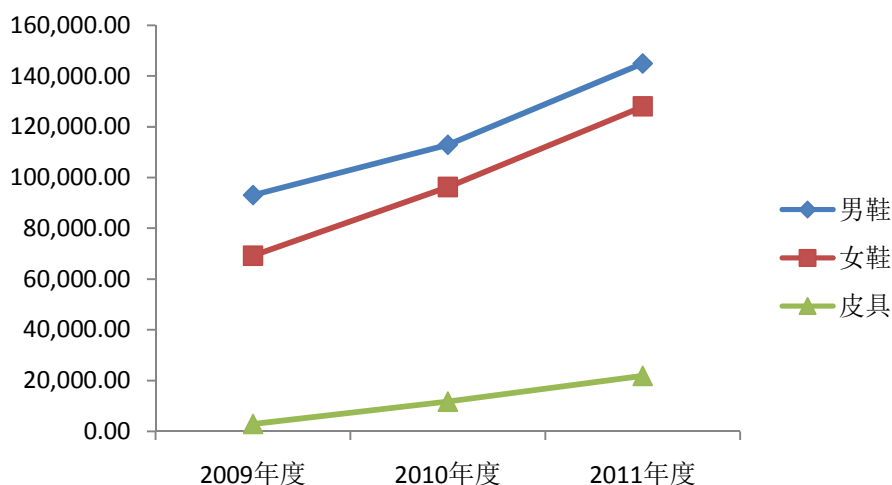
单位：万元

产品名称	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
男鞋	144,868.90	28.38%	112,847.12	21.32%	93,017.14
女鞋	127,940.65	32.96%	96,227.33	39.14%	69,160.00
皮具	21,874.18	87.05%	11,694.48	304.51%	2,891.02
合计	294,683.73	33.48%	220,768.92	33.74%	165,068.17

报告期内，公司三大产品收入增长迅速，2011 年度、2010 年度男女鞋及皮具的收入分别较上年增长了 33.48%、33.74%。

从产品种类销售结构分析，2011 年度、2010 年度女鞋、皮具的收入增长较大，2011 年度、2010 年度的女鞋收入较上年增长了 31,713.32 万元、27,067.33 万元，同比增长率为 32.96%、39.14%；2011 年度、2010 年度的皮具收入较上年增长了 10,179.70 万元、8,803.46 万元，同比增长率为 87.05%、304.51%。报告期内皮具销售快速增长，成为公司新的收入增长点。

图 11-2 公司三大产品的增长情况（万元）



3、收入按地区分类

报告期内，本公司主营业务收入按地区分类如下：

单位：万元

地区名称	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	151,246.49	51.33%	100,246.50	45.41%	72,420.46	43.87%
西部	38,451.47	13.05%	29,892.05	13.54%	21,905.66	13.27%
华中	36,866.51	12.51%	27,593.65	12.50%	23,011.44	13.94%
华南	15,031.63	5.10%	15,879.12	7.19%	5,646.08	3.42%
华北	9,959.32	3.38%	11,392.38	5.16%	5,430.91	3.29%
东北	7,532.05	2.56%	4,905.69	2.22%	3,769.14	2.28%
出口	35,596.25	12.08%	30,859.54	13.98%	32,884.48	19.92%
合计	294,683.73	100.00%	220,768.92	100.00%	165,068.17	100.00%

从上表可知，报告期内本公司收入主要来源于华东、华中、西部三大区域，2011 年度、2010 年度和 2009 年度，该三大区域收入占比分别为 76.88%、71.45% 和 71.08%。

4、收入按采购渠道分类

报告期内，本公司主营业务收入按采购渠道分类如下：

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自产产品	118,562.55	40.23%	102,220.66	46.30%	91,889.92	55.67%
外包产品	176,121.18	59.77%	118,548.26	53.70%	73,178.25	44.33%
合计	294,683.73	100.00%	220,768.92	100.00%	165,068.17	100.00%

报告期内，公司作为品牌运营商，为扩大销量，取得更快地发展，公司加大了外包产品比例。本公司外包产品的销售收入占比逐年增加，2011 年度、2010 年度和 2009 年度，外包产品的销售收入占比分别为 59.77%、53.70%和 44.33%。

5、收入增长原因分析

(1) 营销网络的扩张带来收入的快速增长

报告期内，本公司营销网络迅速扩张，其数量变化情况如下：

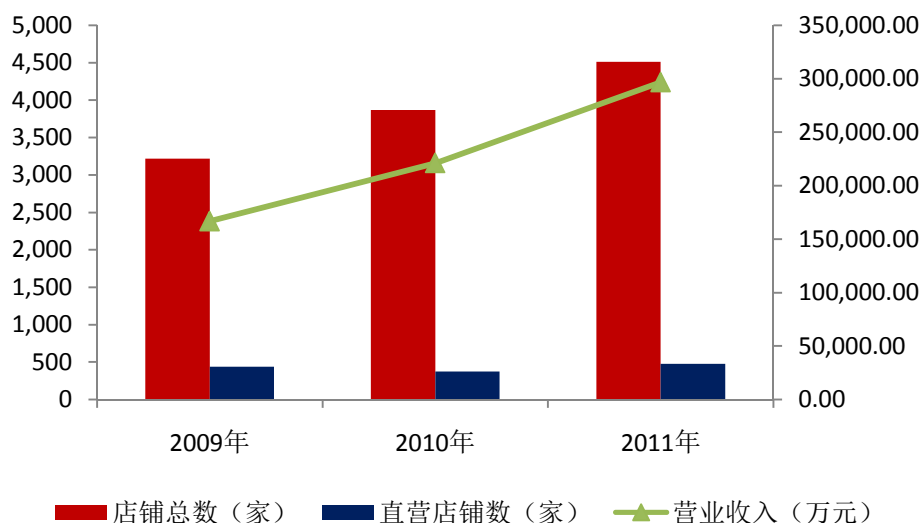
单位：家

项目	2011 年末		2010 年末		2009 年末	
	店铺数量	占比	店铺数量	占比	店铺数量	占比
直营独立店	161	3.57%	73	1.89%	47	1.46%
直营商场店	316	7.00%	301	7.78%	390	12.12%
直营店合计	477	10.57%	374	9.67%	437	13.58%
经销店铺	4,035	89.43%	3,495	90.33%	2,781	86.42%
合计店铺数	4,512	100.00%	3,869	100.00%	3,218	100.00%

2011 年末、2010 年末和 2009 年末，本公司营销网络店铺数分别为 4,512 家、3,869 家和 3,218 家，2011 年、2010 年营销网络店铺数分别较上年增加了 643 家、651 家；营销网络店铺中大部分为经销店铺，报告期内分别为 4,035 家、3,495 家和 2,781 家，占比分别为 89.43%、90.33%和 86.42%。营销网络的扩张带来收入的快速增长。

报告期内，公司对各销售区域进行了资源整合。一方面，调整直营渠道发展策略，集中资源发展重点区域，把直营业务开展较早、经济相对发达、经营相对成熟的区域作为发展直营渠道的主要区域，在发展经销渠道的同时，加强直营渠道的建设，特别是直营独立店的开设；对业务发展稍晚、经济欠发达、市场占有率相对较低的区域，以提高市场占有率为主要目标，重点发展经销渠道，收缩或撤销直营渠道。

图 11-3 营业收入与营销网络变动对比



报告期内，本公司主营业务收入按渠道分类构成情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直营渠道	62,923.62	21.35%	44,539.95	20.17%	35,897.27	21.75%
经销商渠道	196,163.86	66.57%	145,369.43	65.85%	96,286.41	58.33%
OEM/ODM	35,596.25	12.08%	30,859.54	13.98%	32,884.48	19.92%
合计	294,683.73	100.00%	220,768.92	100.00%	165,068.17	100.00%

从销售渠道分类构成可知，报告期内，本公司直营渠道收入持续增长，2011 年度、2010 年度和 2009 年度直营渠道收入分别为 62,923.62 万元、44,539.95 万元和 35,897.27 万元，2011 年度、2010 年度直营渠道收入较上年分别增长了 18,383.67 万元、8,642.68 万元，同比增长了 41.27%、24.08%。

报告期内，经销商渠道逐渐成为公司销售的主要渠道，2011 年度、2010 年度和 2009 年度经销商渠道收入分别为 196,163.86 万元、145,369.43 万元和 96,286.41 万元，2011 年度、2010 年度经销商渠道收入较上年分别增长了 50,794.43 万元、49,083.02 万元，同比增长了 34.94%、50.98%。

作为一家鞋类品牌运营商，公司以发展自有品牌和代理品牌的运营销售为主，对于 OEM/ODM 代工业务，公司采取保持战略收缩的经营策略，2011 年度、2010 年度和 2009 年度公司 OEM/ODM 收入分别为 35,596.25 万元、30,859.54 万

元和 32,884.48 万元。

直营渠道与经销渠道收入增长分析如下：

①直营渠道收入增长

报告期内，公司直营渠道收入增长情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
直营独立店	29,216.94	73.64%	16,826.16	135.48%	7,145.50
直营商场店	20,666.68	-2.91%	21,285.49	-7.14%	22,922.91
直营团购	13,040.00	102.85%	6,428.30	10.28%	5,828.86
直营渠道收入	62,923.62	41.27%	44,539.95	24.08%	35,897.27

在直营渠道中，公司着力发展直营独立店渠道，报告期内直营独立店收入保持增长。2011 年度、2010 年度和 2009 年度，公司直营独立店收入分别为 29,216.94 万元、16,826.17 万元和 7,145.50 万元，2011 年度、2010 年度直营独立店收入较上年分别同比增长了 73.64%、135.48%。

直营独立店的收入增长原因主要是：①直营独立店店铺数的增长，报告期内直营独立店的数量分别为 47 家、73 家和 161 家，店铺数的增长带动了收入的增长；②直营独立店单店收入的增长，报告期内，直营独立店单店销售情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	数额	增长率	数额	增长率	数额
直营独立店收入	29,216.94	73.64%	16,826.16	135.48%	7,145.50
直营独立店数量（家）	161	120.55%	73	55.32%	47
直营独立店单店收入	181.47	-21.27%	230.50	51.61%	152.03

从上表分析可知，2011 年度、2010 年度和 2009 年度公司直营独立店单店收入分别为 181.47 万元、230.50 万元和 152.03 万元。本公司开设的直营独立店大部分为旗舰店或形象店，因此单店收入较高。2009 年公司大力发展直营独立店，年内新开设了 38 家直营独立店铺，新开设店铺当年不能达到正常盈利水平，因此 2009 年度单店收入较低；2010 年公司新开设了 26 家直营独立店铺，同时 2009 年新开设店铺于 2010 年度已正常经营运转，因此 2010 年单店收入恢复至正常盈利水平；2011 年公司新开设了 88 家直营独立店铺，新开设店铺当年不能达到正

常盈利水平，因此 2011 年度单店收入较上年有所下降。

2011 年度、2010 年度和 2009 年度，本公司直营商场店收入分别为 20,666.68 万元、21,285.49 万元和 22,922.91 万元，2011 年度、2010 年度直营商场店收入较上年分别同比变动了-2.91%、-7.14%。报告期内，公司对于直营商场店进行了整合调整，对于直营商场店经营较好的区域继续增开店铺，对于业绩不佳的直营商场店进行了关闭或者交由经销商经营，因此带来了直营商场店渠道收入的波动。报告期内，直营商场店单店销售情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	数额	增长率	数额	增长率	数额
直营商场店收入	20,666.68	-2.91%	21,285.49	-7.14%	22,922.91
直营商场店数量（家）	316	4.98%	301	-22.82%	390
直营商场店单店收入	65.40	-7.52%	70.72	20.31%	58.78

从上表分析可知，2011 年度、2010 年度和 2009 年度公司直营商场店单店收入分别为 65.40 万元、70.72 万元和 58.78 万元。报告期内，公司保留并继续经营业绩较好的直营商场店，关闭或转让业绩不佳的直营商场店，因此直营商场店单店收入有所波动。2011 年度商场销售不景气，致使直营商场店单店收入有所下降。

②经销渠道收入增长

公司为了迅速扩张营销网络，有效开发市场盲区，并节约资金投入和降低管理成本，公司大力发展经销商渠道。报告期内，国内鞋类消费处于快速增长阶段，公司大力发展经销商销售模式，以保证店铺扩张速度，抢占市场，提升市场占有率。报告期内，经销商渠道收入较快增长，2011 年度、2010 年度和 2009 年度，经销商渠道收入分别为 196,163.86 万元、145,369.43 万元和 96,286.41 万元，2011 年度、2010 年度经销商渠道收入较上年分别增长了 34.94%、50.98%，从而拉动了收入的持续增长。

报告期内，公司经销渠道收入的增长原因主要是：①经销商店铺数量的持续增长，2011 年度、2010 年和 2009 年，经销商店铺数量分别为 4,035 家、3,495 家和 2,781 家，经销商店铺数量的增加带来了收入的持续增长；②经销商店铺单

店收入的增长，其情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	数额	增长率	数额	增长率	数额
经销渠道收入	196,163.86	34.94%	145,369.43	50.98%	96,286.41
经销店铺数量（家）	4,035	15.45%	3,495	25.67%	2,781
经销商单店提货额	48.62	16.89%	41.59	20.13%	34.62

从上表可知，2011 年度、2010 年度和 2009 年度经销商单店提货额分别为 48.62 万元、41.59 万元和 34.62 万元。经销店铺一般为街边店或商场专柜。报告期内，公司奥康品牌成为 2008 年北京奥运会皮具产品供应商，因此在 2008 年北京奥运会召开之后，市场影响力得到提升，从 2008 年下半年开始，经销商借势公司奥运营销、体育营销等一系列营销策略，纷纷开设多家经销店，大力开展促销活动，使得经销商单店提货额增长，2011 年度、2010 年度经销商单店提货额较上年增长率分别为 16.89%、20.13%。2009 年，公司为帮助经销商尽快摆脱金融危机的影响，改善经销商的经营局面，提高经销商的经营业绩，促进经销商的更大发展，加大了对于经销商的扶持力度，将应收账款信用期由 1-2 个月放宽至 3 个月，使得经销商有更充裕的资金进行市场开拓以提升业绩；2010 年，经销商在 2009 年得以壮大的基础上，继续开拓市场，增加店铺数量，提升店铺销售能力，因此 2010 年度经销渠道收入和单店提货额增长；2011 年，随着公司一系列广告活动的推广以及“奥康”系列品牌积累起来的美誉度，经销渠道收入和单店提货额继续保持增长势头。

（2）公司成功实施奥运营销策略

报告期内，本公司营销策略主要围绕 2008 年北京奥运会进行，主要措施为：①结合 2008 年北京奥运会的举办，实施奥运品牌推广战略，在全国乃至全球范围内提升品牌影响力和知名度；②营销渠道控制方面，品牌推广战略以抢占市场份额为主导，主要采用抢占市场份额最迅速最有效的经销模式，集中资源扶持经销渠道，在全国重点消费市场区域快速完成营销网络的布点，提高市场占有率；③品牌推广方面，作为北京 2008 年奥运会皮具产品供应商和北京 2008 年残奥会皮具产品独家供应商，公司将奥运营销与公益行动结合起来，启动的“奥康—奥运圆梦行动”，使奥康富有爱心、责任心的形象深入人心。公司以刘翔作为奥康

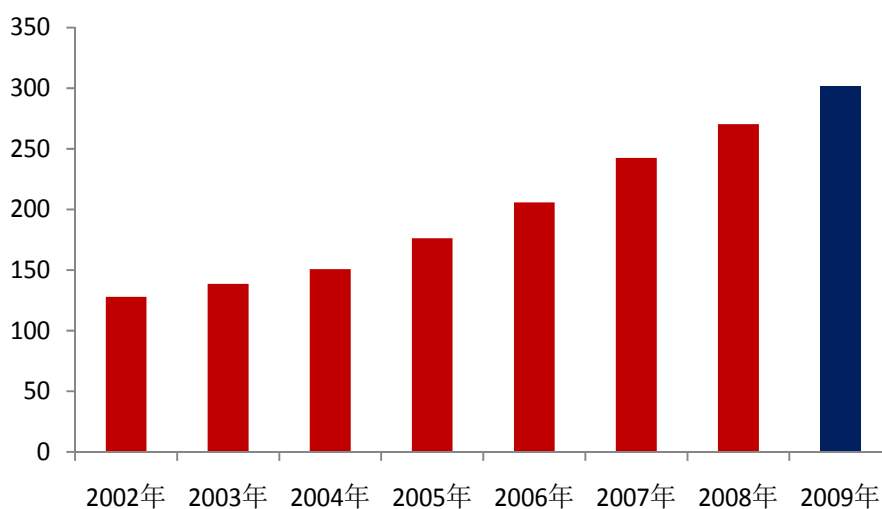
形象大使，在销售终端启动了“体验奥运活动”，并推出了奥运限量鞋及“祥”系列鞋。同时，公司还围绕北京奥运会开展了一系列的主题活动。公司将品牌传播与产品、市场终端紧密结合，广告诉求从品牌向产品、品质过渡，通过开发透气、防震等功能又体现绿色、人文、科技等奥运主题的产品，为奥康的“奥运之旅”添上新的亮色，奥运营销使奥康品牌知名度提升。

奥运营销战略成功实施后，公司各销售终端单店收入均有了一定幅度的提升，特别是对于本身营销能力较弱、营销手段单一的经销商，其提升效果更为明显，经销商单店收入增长，也带来了公司收入的增长。

（3）我国人均鞋类消费支出的持续增长

中国家庭的收入水平随着国民经济增长得到相应提高，2001年~2009年中国城市家庭人均可支配收入和农村居民人均纯收入分别由6,860元、2,366元增长到17,175元、5,153元，复合年均增长率分别为12.16%、10.22%。随着居民家庭人均可支配收入的增长，人们用于鞋类消费的支出也随之增加。2002年我国城镇居民人均鞋类支出总额为127.9元，到2009年达到300.9元，年均复合增长率为13.0%，带来了我国鞋类消费市场的大发展，也使得本公司销售收入持续增长。

图 11-4 2002-2009 年中国城镇居民平均每人鞋类支出总额情况（元）



数据来源：国家统计局

(三) 利润的主要来源及影响盈利能力连续性和稳定性的主要因素

1、利润的主要来源

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	296,588.48	34.15%	221,089.61	32.64%	166,684.68
营业毛利	102,493.15	42.17%	72,091.40	48.80%	48,448.96
营业利润	53,422.40	46.64%	36,431.43	40.89%	25,857.67
利润总额	59,618.14	60.46%	37,154.84	44.03%	25,796.43
净利润	45,740.39	63.33%	28,005.05	39.75%	20,039.82
归属于母公司所有者的净利润	45,740.39	63.33%	28,005.05	33.67%	20,951.39
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	40,553.02	47.97%	27,406.06	30.52%	20,997.31

报告期内，公司利润主要来自于主营业务，随着公司业务规模不断扩大，盈利能力也快速增长，2011年度、2010年度和2009年度的净利润分别为45,740.39万元、28,005.05万元和20,039.82万元；2011年度、2010年度和2009年度的扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润分别为40,553.02万元、27,406.06万元和20,997.31万元。

2、影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

(1) 终端店铺的稳定性与控制力有待增强

公司主要通过借助经销商的人力、财力和物力来拓展二、三线城市的营销网络。但由于各地经销商的实力，特别是资金实力参差不齐，因此公司难以保证经销商借助自身力量可获得当地长期的适合皮鞋产品销售的优质店铺资源。同时，由于公司无法对经销商的店铺资源予以完全控制，因此难以长期地固定所有店铺场所从而保证公司经销店铺的稳定性。为适应未来业务发展的需要，公司的店铺资源尚需丰富、稳定性尚需提高。为此，本次募集资金投资项目“营销网络建设项目”计划在现有营销网络的基础上，通过开设直营店的方式，进一步挖掘一、二、三线城市的市场潜力，加大市场辐射的深度和广度，提高公司的市场占有率，稳定公司的店铺资源。

(2) 消费者偏好

鞋业是一个充分竞争的行业，消费者对皮鞋款式的偏好变化较快，对皮鞋质量、舒适度的要求更是不断提高，因此能否准确把握消费者偏好变化趋势，持续开发出适应市场需求的产品，已经成为市场竞争的关键所在。鞋业企业的业绩很大程度上取决于企业能否及时预测、评估和准确把握消费者的需求。

近年来鞋类市场流行趋势变化速度加快，同时我国不同区域的鞋类消费市场也存在较大差异。如果公司对鞋业流行时尚和消费者需求判断失误和把握不准，未能及时开发出适销对路的产品，将会导致消费者对企业的产品认同度的降低，造成产品滞销，并对公司业绩产生不利影响。为此，本公司本次募集资金投资项目“研发中心技改项目”将全面提升公司新产品的研发力度与自有创新能力，以保持产品设计的时尚性，满足消费者个性化偏好。

（四）经营成果变化分析

报告期内，本公司经营成果情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	296,588.48	221,089.61	166,684.68
减：营业成本	194,095.33	148,998.20	118,235.72
营业毛利	102,493.15	72,091.40	48,448.96
营业税金及附加	1,857.65	1,463.37	1,135.63
销售费用	29,416.12	18,927.43	10,693.90
管理费用	16,745.70	11,475.66	7,580.25
财务费用	840.91	3,167.92	2,425.95
资产减值损失	212.73	625.89	755.56
投资收益	2.36	0.31	-
二、营业利润	53,422.40	36,431.43	25,857.67
加：营业外收入	6,292.91	863.96	281.35
减：营业外支出	97.18	140.54	342.59
其中：非流动资产处置损失	9.95	17.69	137.62
三、利润总额	59,618.14	37,154.84	25,796.43
减：所得税费用	13,877.75	9,149.80	5,756.61
四、净利润	45,740.39	28,005.05	20,039.82
其中：同一控制下被合并方在合并前实现净利润	-	-	-911.56
归属于母公司所有者的净利润	45,740.39	28,005.05	20,951.39
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	40,553.02	27,406.06	20,997.31

2011年度、2010年度和2009年度，本公司营业利润分别为53,422.40万元、36,431.43万元和25,857.67万元，2011年度、2010年度同比增长率分别为46.64%、40.89%；净利润分别为45,740.39万元、28,005.05万元和20,039.82万元，2011年度、2010年度同比增长率分别为63.33%、39.75%；扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润分别为40,553.02万元、27,406.06万元和20,997.31万元，2011年度、2010年度同比增长率分别为47.97%、30.52%。

1、营业成本

报告期内，公司营业成本变化情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	193,906.07	99.90%	148,719.85	99.81%	116,676.25	98.68%
其他业务成本	189.26	0.10%	278.35	0.19%	1,559.47	1.32%
合计	194,095.33	100.00%	148,998.20	100.00%	118,235.72	100.00%

2011年度、2010年度和2009年度，本公司营业成本分别为194,095.33万元、148,998.20万元和118,235.72万元，2011年度、2010年度同比增长率分别为30.27%、26.02%。营业成本构成主要是主营业务成本，报告期内主营业务成本一直占比98%以上。

报告期内，本公司主营业务成本按销售渠道分类情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直营独立店	12,506.70	6.45%	7,760.30	5.22%	3,387.22	2.90%
直营商场店	11,234.54	5.79%	12,811.42	8.61%	13,952.99	11.96%
直营团购	7,378.65	3.81%	4,061.01	2.73%	3,730.96	3.20%
直营小计	31,119.89	16.05%	24,632.73	16.56%	21,071.17	18.06%
经销商	132,478.72	68.32%	99,060.58	66.61%	69,018.45	59.15%
OEM/ODM	30,307.46	15.63%	25,026.54	16.83%	26,586.63	22.79%
合计	193,906.07	100.00%	148,719.85	100.00%	116,676.25	100.00%

报告期内，本公司主营业务成本主要由直营渠道成本、经销渠道成本和OEM/ODM成本构成，其中经销渠道成本占主营业务成本比重一直较高，2011年度、2010年度和2009年度占比分别为68.32%、66.61%和59.15%。

报告期内，本公司主营业务成本按采购渠道分类情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自产产品	72,693.85	37.49%	63,919.94	42.98%	61,408.03	52.63%
外包产品	121,212.22	62.51%	84,799.91	57.02%	55,268.21	47.37%
合计	193,906.07	100.00%	148,719.85	100.00%	116,676.24	100.00%

报告期内，本公司外包产品的成本占比逐年增加，2011年度、2010年度和2009年度，外包产品的成本占比分别为62.51%、57.02%和47.37%。

报告期内，本公司产品单位销售成本按采购渠道分类情况如下：

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	数量 (万双)	单位成本 (元/双)	数量 (万双)	单位成本 (元/双)	数量 (万双)	单位成本 (元/双)
自产产品	753.79	96.44	745.68	85.72	689.63	89.04
外包产品	1,128.20	107.44	909.11	93.28	540.46	102.26
合计	1,881.99	103.03	1,654.79	89.87	1,230.09	94.85

报告期内，本公司一直严格控制单位成本，2011年度、2010年度和2009年度，公司产品的单位成本分别为103.03元/双、89.87元/双和94.85元/双。

2011年度、2010年度和2009年度自产产品的单位成本分别96.44元/双、85.72元/双和89.04元/双，由于2011年度原材料成本、人工成本上涨，2011年度自产产品单位成本较上年有所增长。2011年度、2010年度和2009年度外包产品的单位成本分别107.44元/双、93.28元/双和102.26元/双，外包产品成本一直得以控制，主要原因是由于公司加强对于供应链资源的管理，具有较强的采购议价能力，通过与供应商的战略合作，公司有效地控制了采购成本。自产产品与外包产品单位成本的差异分别为11.00元/双、7.56元/双和13.22元/双，其主要原因为：①外包产品由于已包含外包厂商的销售费用、管理费用、财务费用等费用支出、增值税等相关税费及合理利润，因此外包产品采购的单位成本高于自产产品；②外包产品与自产产品的货品不同，使得外包产品与自产产品的单位成本存在差异。

2、营业毛利

报告期内，本公司营业毛利情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	100,777.66	98.33%	72,049.07	99.94%	48,391.92	99.88%
其他业务毛利	1,715.49	1.67%	42.33	0.06%	57.04	0.12%
合计	102,493.15	100.00%	72,091.40	100.00%	48,448.96	100.00%

2011年度、2010年度和2009年度，本公司营业毛利分别为102,493.15万元、72,091.40万元和48,448.96万元，2011年度、2010年度同比增长率分别为42.17%、48.80%。营业毛利主要由主营业务毛利构成，报告期内主营业务毛利占比一直在98%以上。

报告期内，本公司主营业务毛利按渠道分类情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度			
	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利贡献比
直营独立店	29,216.94	12,506.70	16,710.24	16.58%
直营商场店	20,666.68	11,234.54	9,432.14	9.36%
直营团购	13,040.00	7,378.65	5,661.35	5.62%
直营小计	62,923.62	31,119.89	31,803.73	31.56%
经销渠道	196,163.86	132,478.72	63,685.13	63.19%
OEM/ODM	35,596.25	30,307.46	5,288.79	5.25%
合计	294,683.73	193,906.07	100,777.66	100.00%

单位：万元

项目	2010 年度			
	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利贡献比
直营独立店	16,826.16	7,760.30	9,065.86	12.58%
直营商场店	21,285.49	12,811.42	8,474.07	11.76%
直营团购	6,428.30	4,061.01	2,367.29	3.29%
直营小计	44,539.95	24,632.73	19,907.22	27.63%
经销渠道	145,369.43	99,060.58	46,308.85	64.27%
OEM/ODM	30,859.54	25,026.54	5,833.00	8.10%
合计	220,768.92	148,719.85	72,049.07	100.00%

单位：万元

项目	2009 年度			
	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利贡献比
直营独立店	7,145.50	3,387.22	3,758.28	7.77%
直营商场店	22,922.91	13,952.99	8,969.92	18.54%
直营团购	5,828.86	3,730.96	2,097.90	4.34%

项目	2009 年度			
	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利贡献比
直营小计	35,897.27	21,071.17	14,826.10	30.64%
经销渠道	96,286.41	69,018.45	27,267.96	56.35%
OEM/ODM	32,884.48	26,586.63	6,297.85	13.01%
合计	165,068.16	116,676.25	48,391.91	100.00%

报告期内，本公司毛利主要来源于直营渠道和经销商渠道，其合计毛利贡献比一直在80%以上。

3、毛利率分析

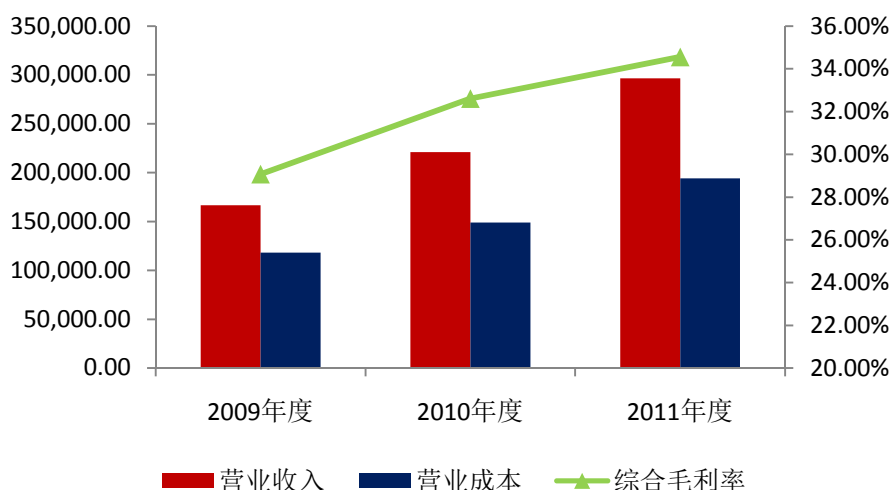
报告期内，本公司综合毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入	296,588.48	221,089.61	166,684.68
营业成本	194,095.33	148,998.20	118,235.72
营业毛利	102,493.15	72,091.40	48,448.96
综合毛利率	34.56%	32.61%	29.07%

2011年度、2010年度和2009年度，本公司综合毛利率分别为34.56%、32.61%和29.07%。

图 11-5 报告期内毛利率变动情况



(1) 毛利率上升的原因

报告期内，公司产品毛利率稳步上升，主要原因是：

①报告期内随着公司一系列事件营销，特别是奥运营销的影响，品牌的宣传力度得以加强，公司品牌附加值逐步提升，并在款式和功能上不断推陈出新，保证了毛利率的稳步提升。

②随着直营渠道的建设，公司直营店数不断增加，而毛利率较低的OEM/ODM销售比例不断下降，使得公司整体毛利率水平不断提高。

③随着公司生产规模的不断扩大，使得公司自产产品的单位成本不断降低；同时，经过多年的发展，公司始终重视对供应链资源的掌控，具有较强的采购议价能力，通过与供应商的战略合作，公司有效地控制了采购成本。因此，公司产品毛利率得以提升。

④2010-2011年，由于国内CPI指数上涨，导致公司运营成本上升，为了保证公司毛利及各项期间费用的开支，经过调查分析，公司相应提高了产品售价，致使公司毛利率上升。

(2) 同行业上市公司毛利率比较

本公司综合毛利率与同行业上市公司比较如下：

公司名称	毛利率		
	2010年	2009年	2008年
星期六	47.38%	47.00%	44.87%
百丽国际（鞋类）	67.98%	65.42%	64.88%
达芙妮国际	57.38%	54.99%	52.70%
盈进集团	57.43%	54.36%	59.15%
利信达集团	60.63%	52.56%	49.99%
本公司	32.61%（2010年） 34.56%（2011年）	29.07%	24.96%

数据来源：各公司年报

由上表可知，本公司毛利率水平较低，这一方面是由于本公司销售渠道主要为经销商，部分利润需让与经销商，以发展壮大其经营规模，因此毛利率较低；而同行业上市公司大多采用直营模式，直接面对终端消费者，因此毛利率较高。本公司本次募集资金拟投资的“营销网络建设项目”将大力发展直营模式，计划开设12家直营旗舰店、36家直营形象店、120家直营标准店和180家直营商场店，系统地扩建公司的直营网络。因此本次募集资金到位后，随着募集资金投资项目

的逐步实施，本公司毛利率将得以持续增长。

(3) 毛利率按采购渠道分析

报告期内，主营业务毛利率按采购渠道分析情况如下：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
自产产品	38.69%	37.47%	33.17%
外包产品	31.18%	28.47%	24.47%
合计	34.20%	32.64%	29.32%

报告期内，公司主营业务毛利率呈上升趋势。2011年度、2010年度和2009年度自产产品的毛利率分别38.69%、37.47%和33.17%；2011年度、2010年度和2009年度外包产品的毛利率分别31.18%、28.47%和24.47%，自产产品毛利率高于外包产品毛利率，其主要原因是由于外包产品已包含外包厂商的销售费用、管理费用、财务费用等费用支出、增值税、所得税等相关税费及合理利润，因此外包产品的毛利率低于自产产品的毛利率。

(4) 毛利率按销售渠道分析

报告期内，主营业务毛利率按销售渠道分析情况如下：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
直营渠道	50.54%	44.70%	41.30%
经销渠道	32.47%	31.86%	28.32%
OEM/ODM	14.86%	18.90%	19.15%
合计	34.20%	32.64%	29.32%

2011年度、2010年度和2009年度，公司直营渠道毛利率分别为50.54%、44.70%和41.30%，直营渠道毛利率持续上升，其主要原因是：

①2009年，全球金融危机引发的外部需求减弱，油价上涨导致的原材料价格一直高企，加之人民币汇率变动、新《劳动法》实施、加工贸易政策调整、出口退税率变动等原因，国内皮鞋市场竞争激烈，面对全球宏观环境带来的压力，公司采取多种促销手段应对市场竞争，产品销售单价的上涨低于产品成本的上涨，公司综合毛利率相对较低，直营渠道毛利率也较低。

②随着公司奥运战略的实施，公司品牌影响力及知名度迅速提升，各品牌产品定价能力得以提高，带来销售单价的提升，导致毛利率不断升高。

③报告期内公司积极发展直营独立店，直营独立店收入持续增长，2011年度、2010年度和2009年度直营独立店收入占直营渠道收入比重分别为46.43%、37.78%和19.91%；因直营独立店需要承担较高的租金，其毛利率必然较其他销售渠道高，因此带动直营渠道的毛利率持续增长。

2011年度、2010年度和2009年度，公司经销渠道毛利率分别为32.47%、31.86%和28.32%，经销渠道的毛利率较为稳定，其主要原因是：

①2009年，公司执行以奥运营销战略带来的品牌知名度和影响力的提高为基础、以提高市场占有率为主要目标的营销策略，对于销售给经销商的产品批发价，未对价格策略进行调整，销售差价控制在一定范围之内（根据当年公司的价格策略，销售给经销商的批发价的定价为在产品成本价基础上进行加价）。因此，虽然产品原材料成本下降明显，但毛利率水平不高。

②2010-2011年，随着金融危机的缓解，皮鞋消费市场逐步回暖，公司奥运营销战略带来的品牌知名度提升，顾客的消费忠诚度也逐渐稳定，且经过2年的资源指导性投入，市场占有率稳中提升，调整产品价格策略的时机已经成熟，公司小幅提高了对经销商的批发价格，导致毛利率上升。

③公司始终重视对供应链资源的掌控，具有较强的采购议价能力，通过与供应商的战略合作，公司有效地控制了采购成本，因此毛利率得以提升。

4、期间费用

报告期内，本公司期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占收入比重	金额	占收入比重	金额	占收入比重
销售费用	29,416.12	9.92%	18,927.43	8.56%	10,693.90	6.42%
管理费用	16,745.70	5.65%	11,475.66	5.19%	7,580.25	4.55%
财务费用	840.91	0.28%	3,167.92	1.43%	2,425.95	1.46%
期间费用合计	47,002.73	15.85%	33,571.02	15.18%	20,700.10	12.42%

报告期内，随着公司销售业务的发展，期间费用相应变动，2011年度、2010年度和2009年度，公司期间费用合计数分别为47,002.73万元、33,571.02万元和20,700.10万元，占收入的比重分别为15.85%、15.18%和12.42%。从总体来看，

虽然期间费用均有不同程度变化，但期间费用总额占营业收入比重较低，不会对公司的持续盈利能力产生重大影响。

(1) 销售费用

报告期内，本公司销售费用情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告费	8,769.28	29.81%	8,127.94	42.94%	4,952.87	46.31%
租赁费	8,296.54	28.20%	3,219.17	17.01%	465.53	4.35%
职工薪酬	6,706.74	22.80%	3,467.69	18.32%	1,718.37	16.07%
运输费	1,714.05	5.83%	1,676.41	8.86%	1,112.68	10.40%
业务宣传费	729.77	2.48%	730.34	3.86%	719.07	6.72%
差旅费	476.62	1.62%	416.04	2.20%	272.44	2.55%
资产摊销与折旧	442.89	1.51%	320.51	1.69%	927.44	8.67%
水电费	434.60	1.48%	139.68	0.74%	15.49	0.14%
业务招待费	169.50	0.58%	124.51	0.66%	65.80	0.62%
其他	1,676.14	5.70%	705.13	3.73%	444.21	4.15%
合计	29,416.12	100.00%	18,927.43	100.00%	10,693.90	100.00%

2011年度、2010年度和2009年度，本公司销售费用分别为29,416.12万元、18,927.43万元和10,693.90万元，2011年度、2010年度较上年变动率分别为55.42%、76.99%。

2011年度、2010年度销售费用较上年较快增长的主要原因是：①公司营销力度加大，广告费增加；②销售规模扩大，区域销售公司员工人数增加，引起职工薪酬增加；③新设区域销售公司和扩大直营独立店的经营规模，经营场所租赁费用较快提升。

(2) 管理费用

报告期内，本公司管理费用情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	6,412.89	38.30%	3,877.00	33.78%	3,127.58	41.26%
研究开发费用	2,765.91	16.52%	2,320.62	20.22%	1,323.58	17.46%
资产折旧与摊销	2,006.81	11.98%	1,332.68	11.61%	554.24	7.31%
税金	1,443.75	8.62%	881.60	7.68%	655.90	8.65%

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
培训费	672.94	4.02%	549.27	4.79%	211.81	2.79%
办公费	662.84	3.96%	161.79	1.41%	172.06	2.27%
差旅费	617.95	3.69%	211.07	1.84%	156.87	2.07%
业务招待费	576.83	3.44%	175.32	1.53%	75.79	1.00%
中介机构费	348.69	2.08%	204.19	1.78%	418.14	5.52%
水电费	237.11	1.42%	192.96	1.68%	91.14	1.20%
租赁费	224.59	1.34%	350.31	3.05%	69.12	0.91%
业务宣传费	88.56	0.53%	172.72	1.51%	171.75	2.27%
通讯费	72.62	0.43%	72.59	0.63%	37.30	0.49%
其他	614.21	3.67%	973.53	8.48%	514.97	6.79%
合计	16,745.70	100.00%	11,475.66	100.00%	7,580.25	100.00%

2011年度、2010年度和2009年度，本公司管理费用分别为16,745.70万元、11,475.66万元和7,580.25万元，2011年度、2010年度同比增长率分别为45.92%、51.39%。

2011年度、2010年度管理费用较上年增加的主要原因是：①公司加大新产品和技术的研究开发力度；②购买了土地使用权和万利威德商标权，无形资产摊销增加；③业务规模扩大，管理人员人数增加；④加强对员工的职业培训。

(3) 财务费用

报告期内，本公司财务费用变动情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
利息支出	1,264.22	3,281.33	2,680.00
减：利息收入	239.72	361.34	505.07
汇兑损益	-456.69	-4.96	107.93
手续费及其他	273.09	252.89	143.08
合计	840.91	3,167.92	2,425.95

2011年度、2010年度和2009年度，本公司财务费用分别为840.91万元、3,167.92万元和2,425.95万元。公司财务费用主要为银行借款利息支出，2011年度、2010年和2009年分别为1,264.22万元、3,281.33万元和2,680.00万元，利息支出的波动主要原因是央行调整人民币贷款基准利率，以及公司增加使用利率较低的商业票据融资。2011年度利息支出较2010年度下降了61.47%，主要原因是本年票据贴现息减少及银行贷款的减少；2011年度汇兑收益较2010年度大幅增加，主要原

因是本年应付外币款项外币余额增加及外币借款增加。

5、资产减值损失

报告期内，本公司资产减值损失变动情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
坏账损失	-67.50	115.81	427.08
存货跌价损失	280.23	510.08	328.48
合计	212.73	625.89	755.56

报告期内，公司的资产减值损失主要是由存货跌价准备和坏账准备引起的，报告期内资产减值损失较小，不会对公司利润造成重大不利影响。

6、营业外收支

(1) 营业外收入

报告期内，本公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
政府补助	5,565.33	509.60	159.77
供应商罚款	612.50	91.23	33.02
非流动资产处置利得	4.00	6.80	37.06
其中：固定资产处置利得	4.00	6.80	37.06
其他	111.08	256.33	51.50
合计	629.29	863.96	281.35

报告期内，本公司营业外收入主要是政府补助收入，其具体情况如下：

单位：万元

会计期间	补助内容	补贴金额
2009 年	2008 年四川地震捐赠免增值税款	43.59
2009 年	社保比例实行临时性适当下浮，免交五险	29.23
2009 年	2009 年度第二批科技发展计划项目补助	15.00
2009 年	2008 年度鼓励外贸企业做优做强奖励	10.00
2009 年	2007 年度鼓励外贸企业做优做强奖励	10.00
2009 年	其他 11 项补助收入	51.94
2009 年合计		159.77
2010 年	2009 年度永嘉县工业发展做强做大、自主创新、品牌管理突出贡献和外贸进出口企业先进单位	115.00
2010 年	2010 年工业转型升级（信息化）专项补助	100.00

会计期间	补助内容	补贴金额
2010年	2007年进一步加强水利建设专项资金减免	62.06
2010年	2009年度工业企业做强做大突出贡献奖	50.00
2010年	2009年工业企业做强做大突出贡献单位奖励	50.00
2010年	2010年第一期科技计划项目及经费补助	35.00
2010年	2009年南非纺织展补贴	20.32
2010年	2010年度第二批科技发展计划项目及补助	20.00
2010年	2009年度第一批永嘉县技术改造项目专项补助	10.82
2010年	其他13项补助收入	46.40
2010年合计		509.60
2011年	2010年永嘉县财政局关于政府鼓励扶持上市奖励	4,683.34
2011年	2010年度永嘉县工业发展“做强做大突出贡献奖”	200.00
2011年	2009年度开放型经济发展专项资金项目	93.55
2011年	2010年度永嘉县关于减轻企业负担、稳定就业形势的措施	77.90
2011年	2010年度永嘉县鼓励开放型经济发展若干扶持措施	76.27
2011年	2009年度缙山县财政局所得税和增值税返还	59.00
2011年	2010年度工业企业做强做大突出贡献单位奖励	50.00
2011年	2010年度永嘉县工业发展“自主创新突出贡献奖”	50.00
2011年	参与“温州名购”建设企业奖励资金	50.00
2011年	2010年度温州市工业企业做强做大突出贡献奖励资金	50.00
2011年	2011年流通业发展财政专项资金	50.00
2011年	2009年度永嘉县节能降耗财政专项资金	30.00
2011年	2011年度第一批科技发展计划项目	25.00
2011年	2010年度永嘉县“外贸进出口先进单位”	15.00
2011年	2010年度聘请国（境）外专家项目资助经费	12.50
2011年	2010年度永嘉县工业企业起草产品标准奖励	10.00
2011年	其他11项补助收入	32.77
2011年合计		5,565.33

供应商罚款主要是供应商延期交货的罚款及工艺不达标的罚款。

(2) 营业外支出

报告期内，本公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2011年度	2010年度	2009年度
工艺不达标赔偿	39.26	73.29	42.84
非流动资产处置损失合计	9.95	17.69	137.62
其中：固定资产处置损失	9.95	17.69	137.62
滞纳金支出	8.18	21.84	53.92
罚款支出	5.48	0.62	6.38

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
对外捐赠	4.00	18.1	93.04
其他	30.31	9.01	8.78
合计	97.18	140.54	342.59

报告期内，公司工艺不达标赔偿主要是因工艺不符客户要求造成的赔偿；滞纳金支出主要为进口关税等相关税收的滞纳金；罚款支出主要为汽车违章罚款。

7、所得税费用

报告期内，本公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	14,102.82	11,000.47	7,031.41
递延所得税调整	-225.08	-1,850.67	-1,274.80
合计	13,877.75	9,149.80	5,756.61

本公司所得税费用2011年度、2010年度分别较上年度增加了51.67%、58.94%，主要原因是2011年、2010年利润总额分别较上年增加了60.46%、44.03%。

三、重大资本支出情况分析

（一）报告期内重大资本支出情况分析

1、2009年收购奥康集团的房地产

2009年12月24日，公司与奥康集团签订《房地产买卖合同》，奥康集团将其位于瓯北镇千石工业区及瓯北镇东瓯工业区的使用权总面积为95,683.80平方米的土地使用权和位于瓯北镇千石工业区的总面积为38,952.37平方米的房屋所有权以20,800万元的价格转让给公司。

2、2011年收购奥康集团的房地产

2011年6月8日，公司与奥康集团签订《房地产买卖合同》，奥康集团将其拥有的位于瓯北镇千石工业区的面积为12,976.5平方米的土地使用权和位于瓯北镇千石工业区的面积为21,448.31平方米的房屋所有权以4,200万元的价格转让给公司。

3、收购奥康制造的经营性资产

2008年12月20日，公司与奥康制造签订《资产收购协议》，收购奥康制造的鞋类制造业务相关经营资产（包括机器设备、原材料和在产品），收购定价按2008年12月31日的账面价值确定为3,246.74万元；公司承接了奥康制造的全部经营业务，与该等业务相关员工转入本公司，并与公司签订了劳动合同。公司于2009年12月31日前向奥康制造支付了全部与本次资产重组有关的款项，本次资产重组的合并日确定为2009年12月31日。

4、收购万利威德商标权

2010年5月18日，公司与万利威德签署“知识产权框架协议”，万利威德将其在中国（包括港澳台地区）所有商标的权利转让给公司，专利权价值50万美元（折合人民币392.61万元），商标权价值480万美元（折合人民币3,684.83万元）。本次购买万利威德商标专利权的总成本为530万美元（折合人民币4,077.44万元）。

本公司报告期内发生的重大资本支出是为业务发展的需要，有利于整合优势资源，扩大业务规模，增强本公司持续发展能力。

（二）未来可预见的重大资本支出计划

截至本招股说明书签署日，本公司可预见的重大资本性支出计划主要为本次募集资金拟投资项目，具体情况详见“第十三节 募集资金运用”。如资金充裕，公司还计划用自有资金实施物流中心扩建项目和生产基地扩建项目。

四、现金流量分析

报告期内，本公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	27,799.63	31,948.86	-9,491.61
投资活动产生的现金流量净额	-11,619.74	-27,078.37	-750.29
筹资活动产生的现金流量净额	-2,479.88	1,865.93	24,721.80
现金及现金等价物净增加额	14,043.43	6,686.49	14,427.15

1、经营活动产生的现金流量

2011 年度、2010 年度和 2009 年度，本公司经营活动产生的现金流量净额分别为 27,799.63 万元、31,948.86 万元和-9,491.61 万元，其中，经营活动现金流入分别为 318,385.75 万元、261,818.86 万元和 181,413.66 万元，经营活动现金流出分别为 290,586.13 万元、229,870.00 万元和 190,905.27 万元。

2011 年经营活动产生的现金流量净额较 2010 年减少了 4,149.23 万元，主要是 2010 年支付的其他与经营活动有关的现金较上年增长了 17,157.96 万元，支付的其他与经营活动有关的现金主要是支付的广告费、研究开发费用、培训会务费、租赁费和运输费等。

2010 年经营活动产生的现金流量净额较 2009 年增加了 41,440.46 万元，主要是销售商品、提供劳务收到的现金同比增加了 91,475.03 万元，而购买商品、接受劳务支付的现金同比仅增加了 13,459.99 万元，支付的各项税费同比也仅增加了 13,110.07 万元，从而导致经营活动产生的现金流量净额增加。

2009 年，公司大力发展经销商销售渠道，对于大部分经销商的信用政策定为 3 个月，导致经营性应收项目大幅增加，致使经营活动产生的现金流量净额为负。

2、投资活动产生的现金流量

2011 年度、2010 年度和 2009 年度，本公司投资活动产生的现金流量净额分别为-11,619.74 万元、-27,078.37 万元和-750.29 万元，其中，投资活动现金流入分别为 4,006.36 万元、16.20 万元和 0 万元，投资活动现金流出分别为 15,626.09 万元、27,094.57 万元和 750.29 万元，主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金。

3、筹资活动产生的现金流量

2011 年度、2010 年度和 2009 年度，本公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-2,479.88 万元、1,865.93 万元和 24,721.80 万元，其中，筹资活动现金流入分别为 32,992.53 万元、77,938.31 万元和 91,750.50 万元，筹资活动现金流出分别为 35,472.42 万元、76,072.39 万元和 67,028.69 万元。筹资活动产生的现金流入主要是借款所收到的现金，报告期内分别为 30,970.51 万元、62,938.31 万元和

80,106.70 万元，2010 年引进新投资者收到 15,000 万元增资款；筹资活动产生的现金流出主要是偿还债务所支付的现金，报告期内分别为 34,208.19 万元、68,584.62 万元和 64,862.96 万元。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）盈利能力的未来趋势分析

1、我国皮鞋消费快速增长

中国是世界最大的鞋业制造基地，同时也是世界最大的鞋业消费市场。皮鞋生产与需求的数量逐年增加，产品的档次由低档向中高档发展，消费群也由城市扩大至农村地区。

未来，皮鞋消费市场将继续保持稳步增长：①受2008年国际金融危机的影响，经济结构的调整成为国家政策导向，扩大内需、提高居民收入水平将有利于皮鞋消费市场保持快速发展；②随着80后、90后逐渐步入工作年龄，将成为皮鞋消费的主力军，消费者对于皮鞋的款型、时尚度、舒适度将有更高的要求，将使有一定品牌知名度皮鞋的消费市场高速发展；③随着中国经济的成长，消费者消费能力的增强，鞋类产品已经从耐用消费品走向半快速消费品甚至快速消费品。有些女性顾客，一个季度可能买三四双新鞋子，一年买十几双新鞋子，鞋子的生命周期从原来的一年两年缩短成半年，甚至几个月。消费者不再仅仅将皮鞋看做服装搭配的元素，随着每季款式的不断变化，消费者也随之改变皮鞋的式样，以提升整体形象，这对于皮鞋消费市场也将起到极大的推动作用。

2、公司品牌影响力将带来业绩持续增长

品牌是产品与消费者之间关系的表达。公司从自身品牌定位出发，制定创新性的营销策略，以时尚营销的方式，专注产品价值、品牌资产和零售体验的建设，确保品牌的持续成长。从“火烧假冒奥康鞋”，到聘请刘翔进行奥运营销，到与中央电视台“康龙武林大会”开展体育营销，到与湖南卫视《丑女无敌第二季》、东南卫视《奥康Office时尚达人》、浙江卫视《爱上女主播》、湖南卫视《快乐家族》、江苏卫视《非诚勿扰》开展深度合作，均成为业界经典案例，不断提升公

司品牌的知名度和美誉度。奥康品牌已成为国内男皮鞋行业的领先品牌，康龙品牌也成为国内休闲皮鞋的领先品牌，公司产品的销售额连续多年保持较快的增速。随着公司加强对品牌营销和传播的创新，公司旗下各品牌将持续为公司带来良好的经济效益。

3、营销网络快速扩张

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。成立于1994年的GEOX凭借在全球拥有超过1,000多家独立品牌店铺和10,000多家多品牌店铺跻身三大国际知名皮鞋品牌之列。国际知名鞋企积累了丰富的品牌底蕴和市场终端建设经验，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。

公司自1998年在浙江设立第一家连锁专卖店以来，目前在全国已有4,000多个销售终端，而且是独立店、商场店中店等多样化的销售网络。若本次首次公开发行股票获得批准，公司募集资金拟投资的营销网络建设项目计划建设12家直营旗舰店、36家直营形象店、120家直营标准店和180家商场店中店，系统地扩建公司的营销网络，有利于产品市场占有率的进一步提高，收入、利润等指标也将不断提升。

4、公司较强的成本控制能力

作为世界最大的鞋业制造基地，我国在珠三角、长三角等区域聚集了众多生产能力强大、技术力量雄厚、产品质量过硬的皮鞋成品、皮鞋原辅材料生产企业。丰富的供应商资源，有利于公司产品采用部分外包模式充分发挥品牌优势。基于与供应商建立的长期、良好的合作关系，公司在严格控制皮鞋原辅料及成品质量的基础上，灵活选择供应商，如在同等质量的情况下选择最优价格、在同等价格的情况下选择最优质量，并结合供应商的报价筛选出有效率优势和成本控制优势的工厂，有效地控制产品成本 and 产品质量。

(二) 主要困难

随着经济发展和人民收入水平的提高，鞋类消费理念正在不断更新，公司抓

住了市场机遇，奥康皮鞋得到了市场广泛认可，公司处于快速成长阶段。但是，随着我国城市化和城镇化进程的加快，各类零售行业对店铺资源的争夺也日趋激烈，尤其是重点城市核心商圈的店铺更是成为众多零售企业竞相争夺的对象，而一些具有发展潜力的新兴城市也孕育着巨大的商机。为了提升公司的品牌价值和市场占有率，公司需要进一步拓展和优化营销渠道资源，提升市场覆盖的广度和深度；同时，营销网络的扩展和销售规模的增长亟需不断强化产品链、供应链和营销链的管理，提高快速反应能力，对研发设计、信息化系统建设提出了更高的要求。

本公司现有的融资方式较为单一，多年的发展主要依靠自身积累和银行借款，不利于公司的长远发展。若公司成功上市，将有利于增强公司综合实力，提高核心竞争能力，进一步提升公司在行业中的优势地位。

六、发行人未来分红回报规划

（一）发行人近三年现金分红情况

从成立至今，本公司已成为国内知名的皮鞋品牌运营商。报告期内，为支持业务快速发展，公司将每年的利润都投入到生产经营中，未进行过现金分红。

截止 2011 年 12 月 31 日，公司滚存未分配利润为 82,399.75 万元。根据 2011 年 1 月 22 日召开的第四届董事会第二次会议和 2011 年 2 月 10 日召开的 2011 年第一次临时股东大会决议，公司本次公开发行完成后，由公司全体新老股东按照本次发行后的持股比例共同享有公司截至本次发行时以前年度实现的滚存未分配利润。

（二）发行人股东现金分红政策的合理性

报告期内公司保持了较强的盈利能力，2011 年、2010 年和 2009 年净利润（以扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者净利润的较低者为计算依据）分别为 40,553.02 万元、27,406.06 万元和 20,951.39 万元，基本每股收益（以扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者净利润为计算依据）分别为 1.27 元、0.86 元和 1.96 元。报告期内，公司的盈利质量也很高，2011 年、2010 年和 2009 年公司经

营活动产生的经营现金流量净额分别为 27,799.63 万元、31,948.86 万元和 -9,491.61 万元。较高的盈利能力和良好的盈利质量为公司持续、稳定的向股东提供分红回报奠定了坚实的基础。

由于目前公司处于业务快速成长的周期，迫切需要扩大营销网点分布、拓展市场，仍需要较大建设资金投入，公司明确未来每年股利现金分配的比例不低于当期实现的可供分配利润的 20%，并且公司每年现金分红金额的增幅将至少与净利润增长幅度保持一致，该分红政策体现了公司现金分红政策的连续性和稳定性。

（三）发行人股东分红回报规划

为了进一步细化《公司章程（草案）》的股利分配条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，明确公司上市后对新老股东的分红回报，便于股东对公司经营和股利分配进行监督，2011年12月1日公司召开2011年第四次临时股东大会，审议通过了《浙江奥康鞋业股份有限公司股东分红回报规划（2011-2013）》，具体如下：

1、制定时的考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，综合分析了经营发展实际及业务发展目标、股东的要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素；充分考虑了目前及未来盈利规模、现金流状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷及债权融资环境等情况；建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保证股利分配政策的连续性和稳定性。

2、股利分配原则

公司股东分红回报规划将充分考虑和听取股东特别是中小股东的要求和意愿，坚持以现金分红为基本的分配原则，每年现金分红不低于当期实现可供分配利润的20%。若公司净利润增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。公司的未分配利润将主要作为公司主营业务的发展。

3、未来三年股利分配计划

2011-2013年是公司实现营销网点扩张、收入快速增长的关键时期。除募集资金投资项目外，公司还计划用自有资金实施物流中心扩建项目和生产基地扩建项目。鉴于上述因素，公司股东大会决定2011-2013年，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的20%。

如果在2011-2013年，公司净利润保持增长，则公司每年现金分红金额的增幅将至少与净利润增长幅度保持一致。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配。

公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会通过网络投票的形式进行表决。公司接受所有股东对公司分红的建议和监督。

4、编制周期

公司至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，对公司即时生效的股利分配政策作出适当、必要的修改，确定该期间的股东回报计划，并由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段、当期资金需求及未来投资计划，制定年度股利分配方案。同时，公司董事会在经营环境或公司经营状况发生重大变化等情况下，可根据实际经营情况对具体股利分配计划提出必要的调整方案。未来具体股利分配计划的制订或调整仍需注重股东特别是中小股东的意见，由董事会提出，独立董事对此发表独立意见，公司监事会对此进行审核并提出书面审核意见，并交股东大会通过网络投票的形式进行表决通过。

（四）发行人股东分红回报规划的合理性分析

公司的《股东分红回报规划》兼顾了股东利益和公司的自身成长，符合公司的经营现状和发展规划，考虑了公司的资本结构和现金流状况，具有合理性。具体分析如下：

1、兼顾股东利益和公司的自身成长

股东对公司的投入源自于其对公司经营状况和盈利能力的信任，并预期公司未来会持续发展。公司不仅要有效利用股东投入的资金，获得持续的良性发展，

也要积极回报股东的投入和信任，使其获得正常的股利收益；并通过股利政策向股东传递关于公司经营状况和盈利能力的信息，增强股东对公司的信任。目前公司仍处于营销网点扩张、业务快速发展阶段，还需要较大资金投入。因此公司的现金分红政策既要充分保障股东利益，又要合理考虑公司成长的资金需求。

公司在《股东分红回报规划》中，明确了每年股利现金分配的比例不低于当期实现的可供分配利润的20%；公司每年现金分红金额的增幅将至少与净利润增长幅度保持一致。上述分红规划兼顾了股东利益和公司的自身成长。

2、符合公司的经营现状和发展规划

公司属于皮鞋消费类行业，该行业景气度较高，发展前景广阔。公司属于行业龙头企业之一，经营状况良好，盈利能力持续增强，有足够能力偿付股东红利。公司资产流动性较强，资产负债率合理，银行授信额度较高，生产经营较为稳健，通过日常积累、信贷支持以及本次募集资金可以获得足量发展资金。在可预见的将来，公司能够足额保证对股东的现金股利分配。

综上所述，公司未来分红回报规划充分考虑了公司客观实际经营情况、未来投资资金需求及外部融资环境，具有可行性。公司上市后，将通过募集资金进一步扩展营销网络、开拓市场、增强研发技术实力、加强信息网络建设，进一步增强盈利能力，提高利润水平，从而为股东创造更多财富，与股东共享成长收益。

七、其他事项说明

报告期内，由于公司经营规模扩大，采购规模相应扩大，为了充分利用商业信用及降低财务费用，公司部分采购采用银行承兑汇票的方式进行结算。另外公司出于节约融资费用的目的，在报告期存在与关联方之间开具无真实交易背景的银行（商业）承兑汇票，尔后通过银行贴现获得融资的情形。所融资金全部用于公司及其控股子公司生产经营周转，具体情况如下：

单位：万元

项目	2010 年度	2009 年度
承兑汇票发生总额	102,542.01	44,447.00
一、关联方开具的承兑汇票	70,593.50	37,300.00
无真实交易背景的承兑汇票	-	4,000.00(注)

项目	2010 年度	2009 年度
其中：奥康销售开给奥康制造	-	-
奥康销售开给公司	-	4,000.00(注)
期末关联方无真实交易承兑汇票的余额	-	-(注)
二、非关联方开具的承兑汇票	31,948.51	7,147.00
三、承兑汇票期末余额	40,127.51	25,167.00

注：2009 年度奥康销售对发行人开具无真实交易背景的应付票据，其中发生额 4,000.00 万元，年末余额为零。

公司报告期内发生的上述开具无真实交易背景的商业票据的行为所产生的债权债务关系已于 2009 年 12 月 31 日之前全部清偿完毕，公司已按照相关法规制度履行了票据付款义务，不存在逾期票据和欠息的情况。自 2010 年 1 月 1 日开始，公司没有新发生与关联方之间开具无真实交易背景商业票据的行为。同时，公司已承诺将严格按照票据管理法律法规的规定进行票据行为，不会从事或参与任何违反票据管理法律法规的票据行为。

公司与关联方之间报告期内发生的上述无真实交易背景承兑汇票的合作银行包括：农业银行永嘉县支行、兴业银行永嘉县支行、交通银行温州市鹿城支行。根据该等银行分别出具的说明函，确认其已知悉公司报告期内存在上述开具无真实交易背景的银行承兑汇票的情形；该等无真实交易背景的票据均已全额解付，不存在因票据到期未能偿还借款而给银行造成任何损失的情形，与银行之间不会因此发生任何纠纷和潜在纠纷。

公司董事、高级管理人员分别出具说明，确认其未从公司的上述不规范票据行为取得任何个人利益，不存在票据欺诈行为，亦不存在因该等不规范使用票据的行为而受到过任何行政处罚的情形。

公司的实际控制人已承诺，如公司因上述不规范票据行为而被有关部门处罚，其将承担公司因此遭受的全部损失；如公司今后再发生上述情况，将由其向除控股股东及其关联方外的其他股东按违规票据的发生额进行赔偿。

根据《票据法》的相关规定，票据的签发、取得和转让，应当具有真实的交易关系和债权债务关系，但鉴于：（1）发行人上述无真实交易背景的承兑汇票所融通的资金均用于正常生产经营，目的是为了节约融资成本；（2）该等不规范使用票据的行为并未给相关银行造成任何实际损失，不存在因不规范使用票据的行

为对相关银行承担赔偿责任的情形；(3) 发行人已对报告期内过往期间不规范使用票据的行为采取了积极的补救措施和一系列整改措施以确保该等情况不再发生，且该等措施已取得成效。因此发行人律师认为，发行人报告期内与关联方之间的该等不规范使用票据的行为对本次发行上市不构成实质性障碍。

保荐人对公司在报告期内开具无真实交易背景票据的情况进行了核查，认为上述无真实交易背景的商业票据行为所产生的债权债务关系已于 2009 年 12 月 31 日之前全部清偿完毕，公司已按照相关法规制度履行了票据付款义务，不存在逾期票据和欠息的情况。自 2010 年 1 月 1 日开始，公司没有新发生与关联方之间开具无真实交易背景商业票据的行为。同时，公司已承诺将严格按照票据管理法律法规的规定进行票据行为，不会从事或参与任何违反票据管理法律法规的票据行为。此外公司实际控制人已承诺，如公司因上述不规范票据行为而被有关部门处罚，将承担公司因此遭受的全部损失；如公司今后再发生上述情况，将由其向除控股股东及其关联方外的其他股东按违规票据的发生额进行赔偿。鉴于：

(1) 发行人上述无真实交易背景的承兑汇票所融通的资金均用于正常生产经营，目的是为了节约融资成本，不存在主观故意；(2) 该等不规范使用票据的行为并未给相关银行造成任何实际损失，不存在因不规范使用票据的行为对相关银行承担赔偿责任的情形；(3) 公司已对报告期内过往期间不规范使用票据的行为采取了积极的整改措施，且公司实际控制人已承诺承担因此事宜可能存在的损失。因此保荐人认为，该等不规范使用票据的行为对本次发行上市不构成实质性障碍。

除上述事项外，公司目前不存在其他重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

第十二节 业务发展目标

一、公司总体发展目标

公司坚持“为人类进步而服务”的企业使命，秉承“诚信、创新、人本、和谐”的文化理念，持续创新，致力于打造“百年奥康、全球品牌”。公司的长期发展目标是成为全球领先的皮鞋零售商之一，为全球消费者提供科技、时尚、舒适的皮鞋产品。公司短期目标是通过多品牌体系运作，巩固国内男鞋市场领先地位，积极发展女鞋市场，努力提高单店赢利能力，打造优秀的品牌集群，并成为国内领先的皮鞋零售商。

二、公司主要发展计划

1、多品牌发展及品牌体系规划

公司实行多品牌发展战略，通过不同的品牌定位寻求各品牌领域的发展。“奥康”品牌以“商务时尚”作为核心，以商务人群作为目标消费群，以时尚作为设计核心。“康龙”品牌以休闲人群作为主要目标群体，倡导轻松快乐理念，让消费者在工作与生活中充分享受品牌带来的轻松、舒适与快乐。“红火鸟”品牌以大众消费者作为主要目标群体，让消费者充分体验到时尚又实惠的产品。“美丽佳人”品牌以前卫时尚的女性消费者作为目标消费群，让富裕时尚的消费者享受到前卫设计带来的满足感。“万利威德”品牌以尊贵时尚的消费者作为目标消费群，让成功时尚的消费者享受到高品位的满足感。

公司将优先发展奥康品牌，追求其品牌价值及市场份额的最大化，并积极发展其他自有品牌及代理国际知名品牌，寻求在各品牌领域市场的规模化和市场竞争力，寻求公司在鞋业市场的均衡发展。

2、销售终端网络扩展计划

公司未来将继续实行直营与经销共同发展的网络形式，加大直营网络的拓展及对终端店面的投入和管理，优化现有网络结构，大力拓展公司在全国范围的营

销网络体系，扩大公司的市场份额。

(1) 大力拓展直营旗舰店和直营形象店

公司在未来两年内将加大一、二线城市的开发力度，并计划在未来通过购买或租赁的方式开设12家直营旗舰店、36家直营形象店，不断提升公司品牌形象。

(2) 继续拓展直营标准店及直营商场

为进一步强化二、三线城市的网络覆盖率，公司将在未来两年内通过购买或租赁的方式开设 120 家直营标准店和 180 家商场店中店，以此来强化公司的市场占有率及竞争实力。

(3) 继续加强经销商网络建设

公司将针对经销商推出一系列政策，以扶持经销商网络拓展速度；并对经销商进行产品陈列、销售服务、促销策略等方面的培训，进一步提高其单店赢利能力。

(4) 提高直营店单店赢利能力

单店赢利能力的高低是反应企业各种资源能力的综合体现，公司将进一步提高生产、研发、物流的反应速度，建立快速物流体系，以最快的速度将消费者需要的产品陈列在终端，提高销售量，在不增加终端固定成本的基础上，进一步提高直营店各单店的赢利能力。

(5) 营销网络拓展计划

公司未来两年营销网络发展计划如下：

单位：家

项目	2012 年		2013 年	
	数量	占比	数量	占比
直营店	600	11.76%	800	13.79%
经销店	4,500	88.24%	5,000	86.21%
合计	5,100	100.00%	5,800	100.00%

3、产品及研发计划

(1) 科技创新型皮鞋的技术研发

科技研发将是鞋业未来发展趋势，“科技奥康”将是公司未来产品研发的主流。公司将会与行业内相关研究机构如中国皮革和制鞋工业研究院、四川大学、陕西科技大学等展开合作，进行功能鞋及相关科技创新型皮鞋开发，主要有四个研发方向，分别是舒适特性、功能特性、环保特性和专业特性，并将分别运用于公司各个品牌上。

(2) 提高研发及设计能力

公司将以建成国家级研发设计中心为目标，建立实验室、专门科技研发室及权威检测中心，致力于流行趋势及鞋业发展趋势的分析，进行产品规划及研发。

(3) 提高自产产品与外包产品数量

公司募集资金投资项目之营销网络建设项目投产后，预计新增营业收入 55,380 万元/年，新增皮鞋产量需求 220-250 万双，加上公司其他业务的增长，预计至项目达产后，公司皮鞋产品的总销量超过 2,100 万双。根据公司生产基地发展计划，公司在未来 2 年内，将通过如下方式提高生产基地产量：①利用自有资金投入对公司部分生产线进行技术改造，提升公司生产基地的总体产能；②通过信息化系统建设项目的实施，提升生产计划管理水平、供应链系统管理水平，提高生产基地的产能利用率。

通过上述计划的实施，预计公司按现有生产基地的产能计算，未来两年自产产品与外包产品情况如下：

单位：万双/万件

项目	2012 年		2013 年	
	数量	占比	数量	占比
自产产品	900.00	42.86%	1,000.00	41.67%
外包产品	1,200.00	57.14%	1,400.00	58.33%
合计	2,100.00	100.00%	2,400.00	100.00%

近年来，由于温州地区的工业用地逐步紧缺，工业用地价格飞涨，来自于国内中西部地区的熟练制鞋技工逐步返回原籍，制鞋工业逐步向中西部地区转移。目前，公司已对中西部地区进行多次考察，计划用自有资金在中西部地区再建设部分新的产能。

综上，根据公司的业务发展计划，营销网络建设项目实施后，公司自产产品

及外包产品的比例不会发生较大的变化，公司自产产品比例将始终保持在 50% 左右，目前公司产品组织过程中，各种供应方式所提供的产品在公司销售产品中的比例不会发生重大变化。

4、信息系统规划建设

公司将建立集成统一的信息化平台，实现公司各业务部门、分（子）公司、终端零售店铺一体化管理，以加强数据整合、有效控制。公司将构建信息化硬件平台和软件平台，实现扩展性和灵活应变，满足公司业务扩展和流程重组需求。公司将建立基于多业务、多层次架构的个性、可定制的应用系统，满足公司协同供应链、扩张管理边界的需求；构建企业级负载大、性能优越的系统，满足公司大数据量存储、挖掘、处理、分析的需求。公司计划对现有的软件系统进行数据和业务流程的整合，保证信息技术与管理有效融合实现业务增值。

5、人才培养及扩充计划

人力资源是公司可持续发展的重要保障。公司人力资源发展计划将紧紧围绕公司短期及长期发展目标开展。公司将从下述几个方面着手人才队伍建设：

（1）建立有效的招聘途径和合理的录用机制，选聘行业内外优秀的人才。随着公司业务的快速发展，公司不仅仅需要引进一系列优秀的复合型管理人才及科技研发人才，同时公司也需要引进年轻、有激情、有冲劲、有创新精神的人才，公司需要建立有效的招聘途径及合理的录用制度，同时，公司将营造良好的人才成长环境，调动员工积极性，吸引和寻找公司最适合公司发展的优秀人才。

（2）进一步建立和完善人才培养和开发系统。继续开设中高层人才专业培训班，引进外部优秀师资，从管理、市场营销、生产、研发、连锁专卖等各个系统，分层次、分专业进行系统培训，以满足公司发展对人才的需要。

（3）进一步挖掘内部优秀人才。通过建立完善的人才评估机制及后备人才储备体系，充分挖掘内部人才潜能，选拔优秀人才，并提前进行各项有针对性的管理、技能等方面培训。公司定期进行校园招聘，选拔优秀应届大学毕业生，充实到终端一线，调整终端人才结构，提高公司人才竞争力。

（4）进一步完善公司激励体系，提高员工待遇，激发员工工作积极性和创

造性，保证企业和员工的共同发展。

三、拟定计划依据的假设条件及主要困难

（一）假设条件

公司上述的发展计划是基于本公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，其拟定依据了以下假设条件：

本公司股票发行与上市工作进展顺利，股票如期发行，募集资金按时到位，募集资金投资项目如期实施。

本公司所处的国内外政治、经济、社会环境稳定，宏观经济保持良好的发展态势。

国家的基本经济政策，对轻工业的政策等不会发生对公司业务造成重大影响的改变。

本公司各项经营业务遵循的国家和地区现行法律、法规和政策无重大改变。国内皮鞋消费需求稳定增长，国内外皮鞋市场无重大改变。

公司现有主要竞争优势继续发挥作用。

无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响。

（二）主要困难

上述计划的实施过程中可能会遇到以下几个困难：

国内皮鞋市场竞争压力不断加剧，如果公司不能及时筹集资金用于销售终端的建设，核心店铺资源将会被竞争对手所占据，从而影响公司营销网络建设计划。

公司营销网络建设、信息系统改进以及新产品的设计和开发等都离不开人才的支持，因此能否稳定公司现有的专业团队并及时根据业务的发展聘用到合适人才对公司上述计划的实施至关重要。

四、发展计划与现有业务的关系

本公司的上述发展计划是充分考虑了现有业务的实际情况、公司在皮鞋行业的经验和资源、在国内皮鞋市场上的地位、公司的融资能力等诸多因素拟定的。本公司的组织架构和人力资源也为实现业务发展计划提供了相应的制度和人才保证。

上述发展计划有利于实现公司的规模扩张、市场拓展、降本增效、管理体制优化等目标，从而实现公司成为领先的皮鞋企业的战略愿景。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

(一) 预计募集资金数额

经本公司第四届董事会第二次会议和2011年第一次临时股东大会审议，公司拟公开发行人民币普通股（A股）不超过8,100万股。本次发行的募集资金总量，将视询价确定的发行价格确定。

(二) 募集资金投资项目

本次募集资金在扣除发行费用后，本公司将根据项目建设进度，分轻重缓急投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资额	备案号
1	营销网络建设项目	87,625	00001012224080274266
2	信息化系统建设项目	9,610	03241002024030695819
3	研发中心技改项目	5,001	330000110128010368A
合计		102,236	—

(三) 实际募集资金超出募集资金投资项目需求或不足时的安排

上述项目总投资额为102,236万元，计划全部用募集资金投入。如本次股票发行后，实际募集资金数量大于上述投资项目的资金需求，剩余资金将用于补充公司的流动资金；若本次股票发行后，实际募集资金数量小于上述投资项目的资金需求，不足部分公司将用自筹资金补足。

如果本次募集资金到位前公司需要对上述拟投资项目进行先期投入，则公司将用自筹资金投入，待募集资金到位后以募集资金置换自筹资金。

二、募集资金投资项目概况

（一）营销网络建设项目

1、项目概况

公司将在现有营销网络的基础上，通过开设直营店的方式，进一步挖掘一、二、三线城市的市场潜力，加大市场辐射的深度和广度，提高公司的市场占有率。营销网络建设项目将开设12家直营旗舰店、36家直营形象店，120家直营标准店和180家商场店中店，系统地扩建公司的直营网络。

项目	计划店铺数	购买店数	购买面积 (m ²)	租用、合作、 联营店数	租用、合作、 联营面积(m ²)
旗舰店	12	12	3,000	-	-
形象店	36	36	5,400	-	-
标准店	120	20	2,000	100	10,000
商场店中店	180	-	-	180	8,100
合计	348	68	10,400	280	18,100

本项目预算总投资87,625万元，其中工程建设投资76,105万元，铺底流动资金11,520万元。项目建成后预计实现年均营业收入55,380万元，净利润13,676万元。

在本项目实施后，将会加强公司对核心销售区域的终端控制力度，在扩大市场占有率的基础上，进一步提升公司品牌的知名度和影响力，巩固公司在皮鞋行业的领先地位，实现公司利润最大化的目标。

2、项目建设内容

（1）新建直营店的分类及功能划分

本项目开设的直营店，包括旗舰店、形象店、标准店、商场店中店四种类型，其店铺特征和功能划分如下：

类型	店铺面积	功能介绍	经营要求
旗舰店	面积 $\geq 250\text{m}^2$ 门面宽度 $\geq 10\text{m}$	最高级别的全品牌形象展示店，处于地级以上城市的主要商业地段，达到展示品牌形象、店铺示范、宣传、销售等综合功能，成为品牌营销的窗口。	全品牌经营，搭配皮具产品

类型	店铺面积	功能介绍	经营要求
形象店	面积 $\geq 150\text{m}^2$ 门面宽度 ≥ 8 米	突显品牌高级别形象特征的店铺，能够在省级区域内起到品牌辐射作用；在产品选择与顾客服务方面与同城同类国内品牌相比具有竞争优势，成为该品牌在当地市场品牌形象和渠道竞争力的主要载体。	单品牌或多品牌经营，搭配皮具产品
标准店	面积 60-120 m^2	单一品牌在各线城市的标准渠道，渗透于各级商业地段，能够充分展示该品牌形象，满足消费者购买需求。	单品牌经营，搭配皮具产品
商场店中店	面积 30-50 m^2	开设在商场或大型卖场内，填补现有营销网络的市场空白，依托商场和大卖场的人气，实现销售目标，并与同类品牌有效竞争。	单品牌经营，可搭配皮具产品

(2) 新建直营店的分布位置、面积及获取方式

店铺类型	城市	商圈	目标面积(m^2)	购买/租赁
旗舰店 01	上海	虹桥商圈周边	250	购买
旗舰店 02	北京	西单商圈周边	250	购买
旗舰店 03	湖南长沙	五一广场周边	250	购买
旗舰店 04	浙江杭州	延安路	250	购买
旗舰店 05	山东济南	泉城路	250	购买
旗舰店 06	安徽合肥	淮河路	250	购买
旗舰店 07	江苏南京	新街口	250	购买
旗舰店 08	江西南昌	中山路	250	购买
旗舰店 09	福建福州	中亭街	250	购买
旗舰店 10	湖北武汉	司门口	250	购买
旗舰店 11	四川成都	春熙路周边	250	购买
旗舰店 12	广东广州	北京路周边	250	购买
形象店 01	上海	嘉定区青和路	150	购买
形象店 02	上海	松江区中山二路	150	购买
形象店 03	上海	南汇区周浦镇商圈	150	购买
形象店 04	上海	中山公园周边	150	购买
形象店 05	北京	万达广场周边	150	购买
形象店 06	北京	中关村商圈	150	购买
形象店 07	北京	三里屯	150	购买
形象店 08	湖南长沙	黄兴南路步行街	150	购买
形象店 09	湖南常德	常德步行街	150	购买
形象店 10	湖南株洲	红旗广场	150	购买
形象店 11	浙江温州	黎明西路	150	购买
形象店 12	浙江嘉兴	中山东路	150	购买
形象店 13	浙江杭州	武林路	150	购买

店铺类型	城市	商圈	目标面积(m ²)	购买/租赁
形象店 14	山东济南	朝山街	150	购买
形象店 15	浙江温州	五马街	150	购买
形象店 16	浙江杭州	湖墅南路	150	购买
形象店 17	安徽合肥	三里庵	150	购买
形象店 18	安徽蚌埠	淮河路	150	购买
形象店 19	安徽芜湖	中山路	150	购买
形象店 20	江苏苏州	观前街周边	150	购买
形象店 21	江苏扬州	文昌路	150	购买
形象店 22	江苏宿迁	西湖路	150	购买
形象店 23	浙江绍兴	柯桥	150	购买
形象店 24	江西九江	大中路	150	购买
形象店 25	江西景德镇	珠山中路	150	购买
形象店 26	福建厦门	SM 广场周边	150	购买
形象店 27	福建福州	五四路	150	购买
形象店 28	福建泉州	中山路	150	购买
形象店 29	湖北武汉	汉阳大道	150	购买
形象店 30	湖北宜昌	夷陵商圈	150	购买
形象店 31	四川成都	总府路	150	购买
形象店 32	四川绵阳	临园路	150	购买
形象店 33	四川宜宾	人民路	150	购买
形象店 34	广东广州	上下九商圈	150	购买
形象店 35	广东深圳	东门商圈周边	150	购买
形象店 36	广东东莞	莞城商圈	150	购买
标准店 01	上海	虹口区四川北路	100	租赁
标准店 02	上海	金山区亭林镇大慈路	100	租赁
标准店 03	上海	闵行区江川路	100	租赁
标准店 04	上海	浦东新区长岛路	100	租赁
标准店 05	上海	青浦区城中东路	100	租赁
标准店 06	上海	松江区华亭老街	100	租赁
标准店 07	上海	松江区中山二路	100	租赁
标准店 08	上海	徐汇区田林路	100	租赁
标准店 09	上海	杨浦区中原路	100	租赁
标准店 10	上海	闸北区临汾路	100	租赁
标准店 11	北京	北京市东城区东四北大街	100	租赁
标准店 12	北京	北京市东城区灯市东口	100	租赁
标准店 13	北京	北京市西城区新街口南大街	100	租赁
标准店 14	北京	北京市西城区西单周边	100	租赁
标准店 15	北京	北京市海淀区城区西三环中路	100	租赁
标准店 16	北京	北京市丰台区南苑路	100	租赁
标准店 17	北京	北京市丰台区倪庄商业街	100	租赁
标准店 18	北京	北京市石景山区苹果园区	100	租赁

店铺类型	城市	商圈	目标面积(m ²)	购买/租赁
标准店 19	北京	北京市朝阳区管庄东苇路	100	租赁
标准店 20	北京	北京市房山区城关南大街	100	租赁
标准店 21	湖南株洲	建设路金都临街店	100	购买
标准店 22	湖南株洲	建设南路 398 号	100	租赁
标准店 23	湖南常德	湘江北路	100	购买
标准店 24	湖南常德	临澧县老正街 28 号	100	租赁
标准店 25	湖南常德	常德市安乡县上东门街 28 号	100	租赁
标准店 26	湖南长沙	黄兴南路步行街	100	租赁
标准店 27	湖南长沙	长沙火车站	100	租赁
标准店 28	湖南长沙	五一广场	100	租赁
标准店 29	湖南衡阳	衡阳市中山南路 55 号	100	租赁
标准店 30	湖南衡阳	衡阳市中山北路	100	租赁
标准店 31	浙江杭州	杭州市解放路	100	租赁
标准店 32	浙江杭州	杭州市萧山区党山镇	100	购买
标准店 33	浙江杭州	杭州市半山镇半山路	100	租赁
标准店 34	浙江杭州	杭州市三墩镇三墩街	100	购买
标准店 35	浙江杭州	临安市城中街	100	租赁
标准店 36	浙江温州	虹桥南路	100	租赁
标准店 37	浙江温州	温州市解放中路	100	购买
标准店 38	浙江温州	平阳雅河路	100	租赁
标准店 39	浙江温州	白象镇	100	租赁
标准店 40	浙江温州	乐清清远路	100	购买
标准店 41	浙江温州	瑞安市	100	租赁
标准店 42	浙江温州	柳市镇	100	租赁
标准店 43	山东日照	黄海一路	100	租赁
标准店 44	山东日照	海曲路	100	租赁
标准店 45	浙江温州	五马街周边商圈	100	租赁
标准店 46	浙江温州	车站大道一	100	租赁
标准店 47	浙江温州	车站大道二	100	租赁
标准店 48	浙江温州	南浦路	100	租赁
标准店 49	浙江绍兴	鲁迅中路	100	租赁
标准店 50	浙江绍兴	解放北路	100	租赁
标准店 51	安徽铜陵	长江中路综合商业街	100	购买
标准店 52	安徽铜陵	义安大道综合商业街	100	租赁
标准店 53	安徽安庆	市府路商业圈	100	租赁
标准店 54	安徽安庆	人民路商圈	100	购买
标准店 55	安徽马鞍山	花园路	100	租赁
标准店 56	安徽马鞍山	解放路	100	租赁
标准店 57	安徽黄山	黄山路	100	租赁
标准店 58	安徽黄山	前园路	100	租赁
标准店 59	安徽淮南	龙湖路	100	租赁

店铺类型	城市	商圈	目标面积(m ²)	购买/租赁
标准店 60	安徽淮南	八仙街	100	租赁
标准店 61	江苏连云港	解放路	100	购买
标准店 62	江苏连云港	通灌路	100	租赁
标准店 63	江苏镇江	大市口	100	租赁
标准店 64	江苏镇江	丁卯路	100	租赁
标准店 65	江苏常州	南大街	100	租赁
标准店 66	江苏常州	延陵西路	100	租赁
标准店 67	江苏淮安	淮海东路	100	租赁
标准店 68	江苏淮安	北京路	100	租赁
标准店 69	江苏南通	南大街	100	购买
标准店 70	江苏南通	青年路	100	租赁
标准店 71	江西萍乡	步行街	100	购买
标准店 72	江西萍乡	平原路	100	租赁
标准店 73	江西鹰潭	站江路	100	租赁
标准店 74	浙江杭州	庆春东路	100	租赁
标准店 75	浙江杭州	新塘路	100	租赁
标准店 76	浙江杭州	登云路	100	租赁
标准店 77	浙江杭州	滨江大道	100	租赁
标准店 78	浙江嘉兴	解放路	100	租赁
标准店 79	浙江湖州	紫云路	100	租赁
标准店 80	浙江丽水	人民街	100	租赁
标准店 81	福建龙岩	九一南路	100	租赁
标准店 82	福建龙岩	解放南路	100	租赁
标准店 83	福建莆田	步行街	100	购买
标准店 84	福建莆田	学园南街	100	租赁
标准店 85	福建漳州	南昌路	100	租赁
标准店 86	福建漳州	南台路	100	租赁
标准店 87	福建漳州	胜利西路	100	租赁
标准店 88	福建泉州	晋江丰泽街	100	购买
标准店 89	福建泉州	晋江津淮街	100	租赁
标准店 90	福建泉州	石狮瑞昌街	100	租赁
标准店 91	湖北武汉	武昌中南路	100	购买
标准店 92	湖北武汉	武昌民主路	100	租赁
标准店 93	湖北武汉	光谷商业中心	100	购买
标准店 94	湖北武汉	汉口金墩街	100	租赁
标准店 95	湖北武汉	汉阳翠微路	100	租赁
标准店 96	湖北宜昌	体育场路	100	租赁
标准店 97	湖北宜昌	东山路	100	租赁
标准店 98	湖北宜昌	西陵一路	100	购买
标准店 99	湖北宜昌	步行街	100	租赁
标准店 100	湖北宜昌	中山路	100	租赁

店铺类型	城市	商圈	目标面积(m ²)	购买/租赁
标准店 101	四川达州	中心广场商圈	100	购买
标准店 102	四川达州	荷叶街	100	租赁
标准店 103	四川达州	翠屏路	100	租赁
标准店 104	四川德阳	文庙商圈	100	租赁
标准店 105	四川绵阳	富乐路	100	租赁
标准店 106	四川绵阳	步行街	100	购买
标准店 107	四川南充	五星商圈	100	租赁
标准店 108	四川南充	模范街	100	租赁
标准店 109	四川宜宾	大观楼商圈	100	租赁
标准店 110	四川宜宾	东街	100	租赁
标准店 111	广东珠海	莲花路	100	租赁
标准店 112	广东珠海	迎宾南路	100	租赁
标准店 113	广东东莞	常平中元街	100	购买
标准店 114	广东东莞	虎门人民中路	100	租赁
标准店 115	广东佛山	佛山祖庙路	100	租赁
标准店 116	广东佛山	东方广场	100	租赁
标准店 117	广东广州	新塘广深大道	100	租赁
标准店 118	广东广州	增城光明路	100	购买
标准店 119	广东深圳	梅林路	100	租赁
标准店 120	广东深圳	龙华和平路	100	租赁

另外，公司将在全国范围内新开设180家商场店中店，每一店铺面积约为45m²左右，全部采取合作、联营方式获取。

店铺类型	城市	规划商圈	数量(家)
商场店中店	上海	五角场、徐家汇、莘庄、上海南站、世博园、中山公园、八佰伴、张江高科天山路、虹桥商圈	15
商场店中店	北京	王府井、SOHO 商圈、金融街商圈、西单、望京、亚运村、新街口、国贸商圈、中关村	15
商场店中店	湖南长沙	黄兴南路商业步行街、五一广场、中山路	5
商场店中店	湖南常德	建设路、武陵大道、人民路	5
商场店中店	湖南株洲	芦淞商圈、徐家桥、太子路、人民路	5
商场店中店	浙江杭州	武林广场、湖滨路、城站商圈、莫干山路	5
商场店中店	浙江湖州	南街、红旗路、人民路、众鑫广场商圈	5
商场店中店	浙江嘉兴	禾兴路、华庭街、摩尔商圈	5
商场店中店	山东济南	泉城路、银城商场	5
商场店中店	山东烟台	海港路、南大街	4
商场店中店	山东青岛	台东步行街、香港中路、中山路	6
商场店中店	安徽合肥	三孝口、四牌楼、长江西路	8
商场店中店	安徽芜湖	中山路商圈	3
商场店中店	安徽蚌埠	淮河路、中山街	4
商场店中店	江苏苏州	观前街商圈、时代广场商圈、园区商圈	8

店铺类型	城市	规划商圈	数量(家)
商场店中店	江苏扬州	文昌中路、淮海路、汶河南路	3
商场店中店	江苏无锡	解放路、南禅寺、崇安寺	4
商场店中店	江西南昌	八一广场、中山路、胜利路步行街	7
商场店中店	江西赣州	文清路、红旗大道	2
商场店中店	江西九江	大中路、上海路	3
商场店中店	江西景德镇	人民广场、南门头商圈	3
商场店中店	福建福州	中亭街、台江商圈、东街口	4
商场店中店	福建厦门	SM 商圈、火车站莲坂商圈、中山路商圈	5
商场店中店	福建泉州	中山路、涂门街，以及晋江商圈、石狮商圈	5
商场店中店	湖北武汉	解放路商圈、武汉广场、江汉路商圈、唐家墩、钟家村	5
商场店中店	湖北宜昌	夷陵广场、环城路、二马路、新世纪、时代广场商圈	8
商场店中店	湖北襄樊	武商购物中心、华洋堂商圈	3
商场店中店	四川成都	春熙路、金沙商圈、青羊街、沙湾商圈、武侯双楠商圈	8
商场店中店	四川绵阳	公园口、长兴商圈、临园路、安昌路商圈	5
商场店中店	四川宜宾	嘉信茂广场商圈、叙府商城商圈	2
商场店中店	广东广州	上下九商圈、北京路商圈、珠江新城、中山路	5
商场店中店	广东东莞	莞城、东城、南城三大商圈	5
商场店中店	广东深圳	华强商圈、东门商圈、梅林商圈	5

根据发行人与经销商签订的《经销合同书》，发行人经销商拥有在指定销售区域开设经销店的权利，发行人进入原指定给区域经销商的销售区域开设直营店，若新增直营店及经销店选址时布局不当或发行人市场区域整体布局不当，会在一定程度上限制经销商的扩张空间，导致出现利益冲突。

保荐机构认为，发行人与经销商已在《经销合同书》中对直营店与经销店的选址划分进行了明确约定，发行人对直营店的开设制定了详细的时间计划和选址计划，发行人对销售终端统一形象并制定了统一的销售政策，因此发行人新增直营网点与经销商不存在利益冲突。

3、项目实施的必要性分析

(1) 建设直营终端销售网络，有助于进一步强化品牌影响力

随着消费者购买力的不断提升，品牌形象逐渐成为消费者选购皮鞋时的重要标准。通过开设直营店铺，扩大直营网络，能够使品牌形象统一化，提供优良且

一致的服务，改善消费者的消费体验，大幅提升消费者对公司品牌的认知度和忠诚度。另外，通过建设直营体系，加强对零售终端的控制，公司将能更快速、准确地掌握终端市场的流行趋势和销售动态，从而为品牌推广提供第一手信息。

公司经过多年发展，目前已拥有5个品牌，覆盖高、中、低端消费市场。扩大直营店的建设规模，有利于加强现有品牌的影响力。另外，公司通过多年运营，积累了大量的终端运作经验，扩大直营规模可以使这些经验快速复制，帮助公司高端品牌扩大市场占有率。

（2）建设直营终端网络是增强获利能力的关键

制鞋行业的分销渠道结构复杂，经销商的经营能力参差不齐，因而间接拉高了销售管理的成本，使公司产品价值链上的利润受到侵蚀。根据行业调研的材料显示，制鞋业的产品附加值的平均构成为：成本30%，加工19%，批发15%，零售36%，其中分销环节的整体贡献，已接近产品的整个生产成本。因此，直营体系的建设将有效提高公司的盈利能力。

建设直营体系可以优化成本结构。通过压缩销售渠道成本，公司可以提升产品的利润率，增强获利能力。目前国内知名企业，如百丽国际、达芙妮，均十分重视直营体系的建设。截至2010年末，百丽国际共有11,967家直营零售店，达芙妮旗下的达芙妮单品牌拥有的直营店铺数也高达2,805家，直营店比重达74.03%（数据来自百丽国际、达芙妮2010年报）。公司只有顺应行业发展趋势，大力建设直营体系，控制零售终端，才能进一步增强公司的获利能力和市场竞争力。

（3）直营终端销售网络是应对国内市场竞争的必然选择

中国是世界最大的鞋类产品制造基地，同时也是世界最大的消费市场。随着经济的不断发展，外资品牌的进入，鞋类消费市场的竞争越来越激烈。皮鞋制造企业已越来越意识到加强终端控制的重要性，纷纷扩展营销网络，力求掌握销售的主动权。

另外，品牌鞋类店铺建设对选址要求较高，一般应选在商业发达、交通便捷和人流量大的核心商圈地带。但是核心商圈是有限的，优质的店铺位置资源是稀缺的，因此质量高、价格适中的店铺资源便成为国内外各鞋类品牌争夺的焦点。

公司作为国内皮鞋行业的领军企业，虽然在营销渠道建设上积累了一定优势，但随着皮鞋消费市场日益多元化、细分化，公司现有的营销优势存在被逐渐弱化的可能，无法应对激烈的市场竞争。为了加强竞争优势，抢占优质的店铺资源，获取持续发展的机会，完善直营网络成为公司应对当前市场竞争的必然选择。

(4) 直营终端销售网络可以更加优化公司的营销网络体系

公司的现有销售网络终端中，主要以经销店为主，直营店的比例较低。虽然经销模式可使公司充分借助经销商的资源，迅速拓展销售网点，提升品牌影响力，促进销售收入和经营业绩的快速增长，但是这种模式下公司对终端的控制力较弱，终端的稳定性和一贯性较差，制约了进一步发挥终端销售网络在品牌建设、产品展示和改善消费者体验等方面的作用。

近几年，我国制鞋业正经历着一次销售终端的重大变革，销售渠道日趋扁平化，销售环节越来越短，营销网点越来越多。越来越多的企业倾向于控制更多的终端营销网络，掌握市场竞争的主动权，大型鞋企在营销网络终端上的竞争日趋激烈，纷纷扩张销售终端，以抢占市场制高点。

本项目实施后，将使公司直营店和经销店的比例更加优化，使各种模式的营销终端优势互补，相互促进，共同发展，形成结构化、高效运转的营销网络体系。

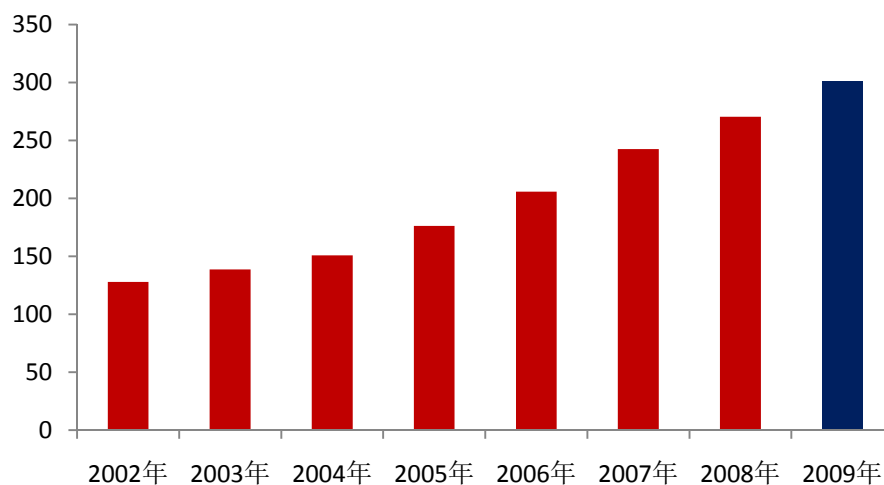
4、募投项目的可行性分析

(1) 国内皮鞋消费市场前景广阔

中国家庭的收入水平随着国民经济增长得到相应提高，2001年~2009年中国城市家庭人均可支配收入和农村居民人均纯收入分别由6,860元、2,366元增长到17,175元、5,153元，年均复合增长率分别为12.16%、10.22%（数据来源：中国国家统计局）。

随着居民家庭人均可支配收入的增长，人们用于鞋类消费的支出也随之增加。2002年我国城镇居民人均鞋类支出总额为127.9元，到2009年达到300.9元，年均复合增长率为13.0%，超过人均可支配收入的复合增长率。

图 13-1 2002-2009 年中国城镇居民平均每人鞋类支出总额情况（元）



数据来源：国家统计局

(2) 公司产品定位与人口结构吻合，具有数量巨大的消费人群

改革开放以来，中国劳动年龄人口占总人口比重逐年上升，少年儿童人口比重下降，人口总抚养比从1982年的62.6%下降到2009年的36.89%。2005年后，人口总抚养比一直保持在40%以下。中国每5个劳动年龄人口只需担负不到2个少儿和老年人口的抚养，人口年龄结构处于黄金时期。这样的人口年龄结构不仅意味着劳动力资源丰富，劳动力负担较轻，还意味着较高的储蓄率和较强的社会需求，对我国经济社会的持续高速发展非常有利。

从年龄结构上看，中国0至14岁人口占总人口的比重从1982年的33.6%下降到2009年的16.87%，15岁至64岁人口比重从61.5%上升到73.42%，65岁及以上人口比重从4.9%上升到9.71%。

公司主要生产男女皮鞋，以时尚商务皮鞋为主，品牌定位于中青年打拼族、时尚白领、中高端收入阶层、成功人士，年龄层次在20-45岁，该人群占全国人口比例在40%。少年阶段（0-14岁）没有收入，主要靠父母和长辈的经济支持，且无担保又不能借贷消费；老年阶段（65岁以上）消费意愿降低，消费支出较少；而主要工作年龄阶段的人们（18-49岁）具有稳定的收入，需要应付各种社会活动，对生活质量要求较高，具有较强的消费意愿，消费支出较大。强大的消费人群为公司的市场开拓提供强有力的下游需求支持。

(3) 公司经过多年运营，积累了丰富的销售管理经验

经过多年运营，公司在全国拥有15家区域销售公司，构建完整的销售架构，制定了规范的市场开发制度和销售管理、终端管理、物流配送流程，积累了丰富的管理经验。各区域销售公司根据所辖区域规模和消费特点，制定了不同的销售策略和品牌推广方式；针对不同品牌的定位，公司采用品牌集成的模式，降低品牌推广成本和销售管理成本。公司形成了一支强大的营销管理队伍，建立了有效的销售培训制度和健全的销售人员激励机制。各子公司丰富的销售管理经验，增加了新设直营店成功运营的可行性。

此外为夯实项目基础，公司在本项目实施的同时斥巨资进行信息化管理系统建设，通过对原有销售管理系统进行优化升级，并引入媒体分发系统、客户关系管理系统、供应链协同系统、仓储系统、物流系统等，大幅提高销售管理的信息化水平，使终端控制力度更强，销售管理更加规范有效，供应链反应速度更快速。

(4) 高效的生产、配送和信息反馈能力，构筑公司的物流反应体系

皮鞋行业“小量多批”的发展特点，增加了生产和配送难度，对公司的生产效率、配送能力与信息反馈能力提出了更高要求。

公司形成了“多边共赢的物流模式”，将供应商、仓储、配送中心和经销商与公司生产有机地合成一体，实现资源的有效整合，降低成本，提高服务水平，实现对顾客需求及其变化的积极响应。

公司应用 DRP 经销系统，采用物流管理中的现代技术方法，与当代电子商务发展相融合，并涉及 Internet 技术、EDI 技术、POS 技术、电子商务安全技术等，实现了采购、生产、销售一体化动态信息共享。订单与交货期自动化管理模式，大大缩短了生产加工时间；商品进销采用条形码技术与信息网络平台相结合的技术，获得了快速准确的数据源；销售点利用 POS 系统，有利于销售数据的动态分析。

公司采取小批量、多批次、多品种策略，每年度实行八次订货，比常规多出一倍，以提高对市场的快速反应能力；公司成立产品委员会，专项负责定货会前的样品筛选及产品组合，并选出当季的主销款及形象款，提高了产品时尚性和下

单的准确性，定货后通常在3-5天内实现下单，15-20天内实现生产出货，大大缩减产品在企业的时间。实时的单品动态跟踪与分析，能够有效利用商品调剂、商品调价和商品促销手段，加快商品销售速度，有效实现资金周转。公司搭建了网络商城的购物平台，利用网络快速传播技术，加快了新产品的宣传与销售速度。

(5) 良好的品牌知名度和美誉度，有助于公司新营销终端的建立

无论是在媒体广告中还是分布于全国各地的营销终端中，公司以其良好的品牌形象受到全国消费者的信赖。公司生产的产品款式新颖，讲究时尚和个性，质量优良，先后荣获“中国名牌产品”、“中国驰名商标”、“中国真皮领先鞋王”等荣誉称号。2008年，公司成为北京奥运会皮具产品赞助商。

公司良好的品牌知名度和美誉度，不仅能够强化固有消费群体的忠诚度，还将获得更多新消费者。公司强化在直营领域的战略布局，有利于充分挖掘市场潜力，扩展奥康品牌辐射的广度和深度，成为公司长远发展的新增长点。

5、项目投资概算

本项目预算总投资87,625万元，其中项目建设投资76,105万元，铺底流动资金11,520万元，具体如下：

单位：万元

店铺类型	T年（40%投入）					T+1年（60%投入）					总计
	购店	装修	流动资金	租金	小计	购店	装修	流动资金	租金	小计	
旗舰店	12,000	156	360	-	12,516	18,000	234	540	-	18,774	31,290
形象店	12,960	281	648	-	13,889	19,440	421	972	-	20,833	34,722
标准店	2,400	624	1,440	1,600	6,064	3,600	936	2,160	2,400	9,096	15,160
商场店中店	-	421	2,160	-	2,581	-	632	3,240	-	3,872	6,453
合计	27,360	1,482	4,608	1,600	35,050	41,040	2,223	6,912	2,400	52,575	87,625

6、项目建设进度安排

本项目拟在2011年正式启动，根据公司多年来建设直营店的经验，各类型店铺建设将同步进行，分二年逐步设立完毕。其中，第一年将开设139家，占预计开设总数的40%，剩余的209家将在第二年开设，具体如下：

表 13-1 项目整体投资进度安排

年份	地点	数量	预计选址安排城市
T	旗舰店	5	上海、山东济南、安徽合肥、江苏南京、江西南昌共 5 家
	形象店	14	浙江 2 家，以及其他地区共 14 家
	标准店	48	浙江 7 家，以及各省新店共 48 家
	商场店中店	72	北京 10 家，上海 10 家，以及各重点城市共 72 家
	合计	139	
T+1	旗舰店	7	福建福州、湖北武汉、四川成都、广东广州、北京、湖南长沙、浙江杭州
	形象店	22	浙江 1 家，以及其他地区共 22 家
	标准店	72	浙江 3 家，以及各省新店共 72 家
	商场店中店	108	北京 5 家，上海 5 家，以及各重点城市共 108 家
	合计	209	
总计	348		

单一店铺的建设期为三个月，第四个月进入试营业，相关进度安排如下：

序号	项目	月份											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	店铺选址市场调研	■											
2	购置或租赁店铺		■	■									
3	设备采购		■	■									
4	店铺装修		■	■									
5	设备安装			■									
6	人员培训			■									
7	竣工验收并试营业				■								

截至2011年12月31日，公司自筹资金先期投入136.17万元，本次募集资金到位后归还先期投入，其余资金用于该项目的建设。

7、募投项目经济效益分析

项目	指标
内部收益率	18.50%
净现值(万元)	20,446
投资回收期(年)	6.63
平均盈亏平衡比率	37.66%
总投资收益率	20.53%
达产后平均净利率	23.83%

8、环保问题及采取的措施

本项目不产生废气废水等污染物，对环境没有破坏，符合国家相关环保标准和要求。

(二) 信息化系统建设项目

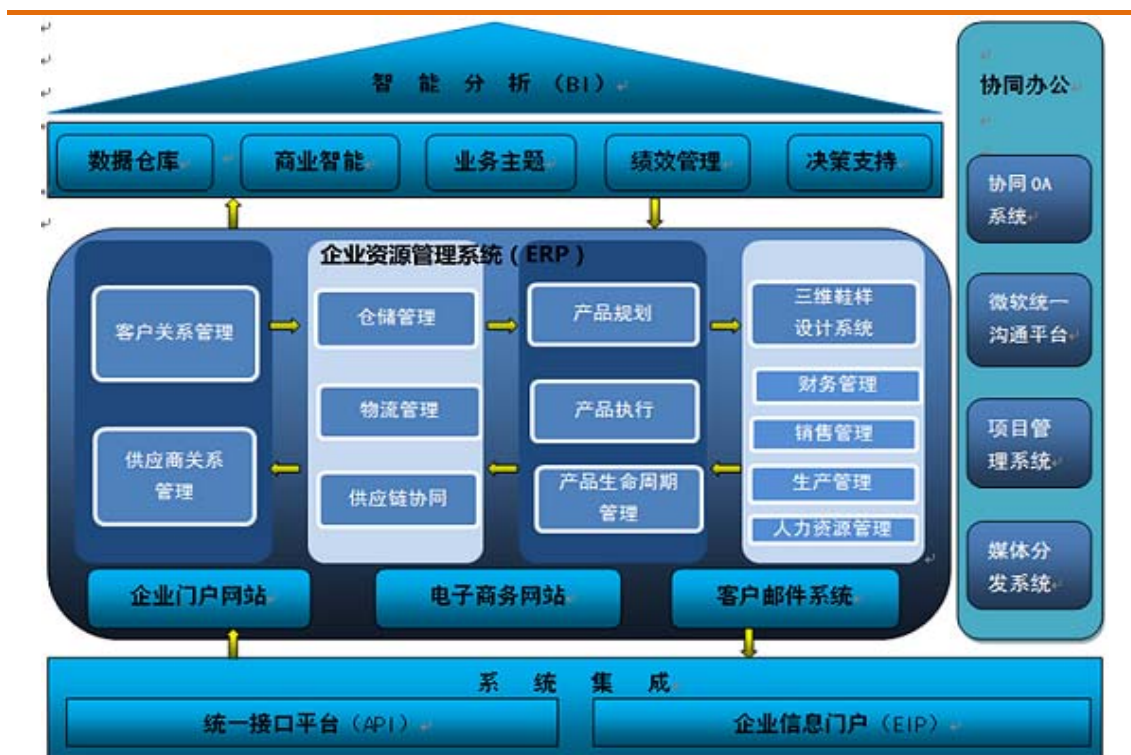
1、项目概况

本项目投资预算总额为9,610万元，其中建设投资9,483万元，安装工程和培训费用127万元，计划通过本次公开发行募集资金投资建设。

2、项目建设内容

根据公司信息化管理的现状和未来需求，本项目拟主要完成以下建设内容：企业资源管理系统（ERP）、商业智能（BI）、协同办公（OA）、企业信息门户及接口平台系统集成、三维鞋样设计系统、企业门户网站、电子商务网站和客户邮件系统，加强公司内部各业务流程的整合，实现公司物流、资金流、信息流的顺畅流转，为公司决策分析提供更加准确的信息，从而有效提高公司的运营效率和核心竞争力。建成后，公司信息化系统功能框架图如下：

图 13-2 未来公司信息化系统功能框架图



目前公司信息化技术中心现有工作人员13名, 计划在该项目实施后扩展至32人, 增加19人。这些人员将被分配到系统管理部、技术维护部和网络应用部的相应岗位上, 有针对性的为系统各模块提供技术支持。具体需求人员配置如下:

岗位	现有人数	项目实施后人数	人员需求内容
总监	1	1	
系统管理部经理	1	1	
项目管理工程师	4	6	主要负责信息系统的实施和管理工作, 按未来信息系统升级规划, 需要增加到6人
软件开发工程师	1	4	主要负责软件系统的开发和部分系统的客户化二次开发的工作, 按照现有软件的升级要求和未来信息系统的二次开发需求, 需增加到4人
数据库管理员	0	2	主要增加用来处理信息系统的数据库的优化管理工作和商业智能数据仓库的建设和管理工作
数据分析工程师	0	3	主要增加用来处理商业智能的主题域建设和数据模型分析的相关工作
系统管理部合计	6	16	
技术维护部经理	1	1	
系统工程师	1	4	业务系统的扩展深化, 主要负责系统维护、服务器管理、全国经销网络计算机维护、IT运维
通信工程师	2	3	负责公司通信和网络的全面优化和全国分支机构的通信网络进行检查维护
设备管理	1	1	
安全工程师	0	2	新增人员主要负责全公司范围内的网络传输安全, 系统应用安全、数据安全, 有效支持信息系统的升级改造
技术维护部合计	5	11	
网络应用部经理	0	1	主管网络应用部的相关事务, 网站规划, 电子商务平台等工作
网页设计	1	2	公司门户网站的设计和 network 应用拓展的需要
电子商务平台	0	1	增加人员主要负责电子商务平台的搭建工作
网络应用部合计	1	4	
合计	13	32	

3、本项目建设的必要性

(1) 项目建设有助于提高公司管理销售渠道的能力

公司现有的分销管理系统建立了基于配货、库存、订单、销售、财务、顾客管理等方面的交易平台, 虽然能实现母公司、子公司、经销商、直营店的实时在线操作, 但缺乏对销售情况对比、销售记录实时查询、断码库存分析等功能。公

司已有4,500余家销售终端，随着未来销售网络的进一步发展壮大，现有经销系统在系统负载、功能扩展、数据汇总分析、智能决策，以及与生产、财务等其他系统的集成方面将难以满足需求。

通过改进分销管理系统、拓展店铺零售管理系统、新建销售绩效管理系统，可以充分利用网络优势实现全国销售终端的资源共享；通过对数据实时和汇总分析，可以有效制定销售计划，组织销售人员进行培训，集中管理销售业绩及销售人员绩效；通过和商业智能系统的集成，在智能分析销售数据的基础上，可以实现价格优化、智能配货，加强终端业务支持和管理，加快销售决策人员应对市场变化的响应速度，从而提高公司处理销售业务的效率，使公司的整体销售能力实现质的飞跃。

（2）项目建设有助于企业加强产品规划和研发的能力

在产品规划和研发管理方面，目前公司是通过组合生产管理系统的开发管理模块和办公自动化软件，进行数据收集和保存。随着快速消费时代来临，鞋类产品推陈出新速度越来越快，市场对鞋类产品设计研发的前瞻性、快捷性提出更高的要求，但现有信息化系统不能有效集成，致使产品开发功能不能实现数据分析和建立模型，无法满足研发部门的需求。

通过建设产品规划系统，实现对产品全开发过程的跟踪管理、产品目录管理等，将有效提高产品规划和研发的效率；通过增加先进的产品生命周期管理软件，分类保存研发数据，科学、系统地分析存货和销售的历史数据，使研发人员及时进行鞋样跟踪、鞋款开发计划，让设计人员在充分理解市场的基础上，不断推出消费者喜好、适销对路的鞋样新款，从而加快产品开发速度，缩短开发周期，有效加强产品的开发能力，实现公司对市场的快速反应。

（3）项目建设有助于提高企业内部运营管理能力

目前公司通过财务管理系统、办公自动化系统、生产管理系统、分销管理系统对公司各业务部门进行协同管理，但由于各系统不能有效集成，协同管理的效率不高，随着公司销售网络、研发规模的不断扩大，业务部门需求日趋复杂，公司需要一套先进的集成化系统来优化、完善业务流程，支撑业务部门的管理需求。

通过建立全面、完整的集中式网络信息平台，不仅实现业务标准规范统一、业务信息及时共享、报表数据快速汇总、决策信息准确披露，还使信息互联互通，实现企业信息流、资金流、工作流的融合，确保经营信息全面快速反馈到管理层，从而加强公司管理层对各下级单位的管控力度，有效提升公司内部运营管理能力。

（4）信息化有助于提高企业对供应商的管理和客户的服务能力

公司现有的生产管理和分销管理系统可实现对供应商和客户的档案和流程的查询管理，但各个模块间不能集成，查询功能不够完善，随着业务规模的不断扩大，现有系统面临大数据量时无法进行数据细化、整理分析的压力。同时，公司有近一半的产品实行外部采购，这要求公司能对供应商生产环节和产品进行有效的流程监督和质量控制。

通过新建全面的供应商管理平台，让供应商与公司间实现信息的无缝链接，加强对采购和生产环节的计划性，提高公司对供应商产能及进度的管理能力。使公司能快速应对生产、市场的变化，实现企业和供应商的双赢。

此外，通过新建客户关系管理系统，使市场开拓人员深入了解不同客户群体对皮鞋的个性化需求，及时发现潜在市场，创造业务机会。通过设立客户信息数据库，帮助销售终端及时收集客户的市场反馈，加快客户服务与支持响应速度，深层次挖掘客户需求，保证客户对产品的忠诚度，增强公司在电子商务时代的竞争优势。

（5）信息化有助于提高企业决策分析能力

随着公司业务的持续发展，面对的外部市场环境日益复杂，经营风险不断提高，公司管理层对提高战略分析能力和决策质量的要求越来越强烈。

通过建立商业智能分析系统，将目前十分成熟的数据仓库技术，整合分布于公司销售、生产、人事、财务等系统的业务数据，在公司建立统一的数据信息平台，利用商业智能的套件和数据分析挖掘模型，开发相关数据分析应用，为公司管理层的决策和战略规划提供全面精准的定量分析依据，使公司决策层及时了解运营状况、市场营销情况和大众消费趋势，运用信息化手段提高决策分析能力，

从而有效提高决策的质量，增强公司的竞争力。

4、本项目建设的可行性

(1) 企业信息化建设得到政府大力支持

2006年，中共中央、国务院颁布了《2006-2020年国家信息化发展战略》，提出在全球信息化发展的大趋势下，要大力推进企业的全面信息化建设，贯彻落实科学发展观、广泛应用信息技术，改造和提升传统产业，发展信息服务，推动经济结构战略性调整。

该项目将有效改善公司目前的信息系统，符合国家的产业政策导向。

(2) 公司近期的发展经验为项目建设提供了技术人才保障

公司作为皮鞋制造行业的知名企业，为应对异常激烈的市场竞争，一直着重打造“快速市场响应、敏捷产品制造、快速物流配送、精益生产管理”的生产销售组织模式，这使公司运用先进信息管理技术、实现现代企业治理结构和规范化运营的需求十分强烈。

公司现有信息化系统已成功运行超过4年，经过多年的经验积累，公司培养了一批既通晓信息技术、又熟悉公司业务的技术骨干，技术人员熟悉公司的业务流程，了解公司信息化建设的薄弱点，对公司扩大营销网络和研发中心后所需的技术支持已做好充分准备，为本项目的建设提供了有力的人才保障。

5、项目投资概算

本项目拟投资总额为9,610万元，具体投资情况如下：

单位：万元

序号	投资类别	投资金额	投资比例
1	建设投资	9,483.00	98.68%
1.1	机房建设费	1,150.00	11.96%
1.2	硬件购置费	2,773.00	28.86%
1.3	软件购置费	5,560.00	57.86%
2	安装工程费	57.50	0.60%
3	培训费用	69.50	0.72%
合计		9,610.00	100.00%

(1) 机房建设投资

本项目机房建设包括布线系统、机房系统、安保系统、背景音乐系统和消防系统5部分，投资金额按照系统提供商的报价和市场价格估算。

单位：万元

分类	单价	数量（台/套）	总价
布线系统	0.225	2,000	450.00
机房系统	400.00	1	400.00
安保系统	50.00	3	150.00
背景音乐系统	25.00	4	100.00
消防系统			50.00
合计			1,150.00

(2) 硬件建设投资

本项目硬件建设包括基础平台、网络平台与容灾平台，设备的投资单价和金额根据厂商报价以及市场价格估算，具体投资内容见下表：

平台	分类	名称	内容及型号	单价 (万元)	数量 (台/套)	总价 (万元)
基础平台	服务器与终端	销售终端改造	包含新设直营店所需计算机、POS机、打印设备、网络接入设备等，合计每家店约1万元	1.00	348	348.00
		小型机	IBM	4.00	250	1,000.00
		PCServer	IBM	20.00	10	200.00
		PC	联想	0.50	300	150.00
		笔记本	联想	1.00	50	50.00
		专业工作站	IBM	1.00	20	20.00
	外设数码平台	打印系统	HP	0.30	50	75.00
		扫描仪	HP	0.50	10	
		复印机	HP	6.00	5	
		投影仪	HP	1.00	10	
网络平台	交换机	核心交换机	CISCO	80.00	2	160.00
		汇聚交换机	CISCO	25.00	4	100.00
		接入交换机	CISCO	2.00	80	160.00
	负载均衡	负载均衡设备	F5	30.00	1	30.00
容灾平台	容灾小机	在线容灾	IBM	70.00	4	280.00
	容灾服务器		IBM	3.00	10	30.00
	容灾存储		EMC	60.00	1	60.00
	交换机		CISCO	15.00	2	30.00
	灾备机房		B类	80.00	1	80.00

平台	分类	名称	内容及型号	单价 (万元)	数量 (台/套)	总价 (万元)
合计						2,773.00

(3) 软件建设投资

本项目软件建设由系统软件、安全平台软件、网站平台软件、企业资源管理系统、商业智能系统、系统集成软件、协同办公软件构成，投资金额根据目标软件提供商的报价及市场价格估算，具体投资内容请见下表：

单位：万元

平台	分类	规格型号、品牌	单价	数量	金额
系统软件	操作系统	Windows 系列	-	-	100.00
		Linux 系列			
	数据库系统	Oracle Database 系列	-	-	50.00
		SQL Server 系列			
	虚拟化系统	VMWARE 系列	1.50	20	30.00
	中间层系统	BizTalk Server 系列	60.00	1	60.00
	工具软件	Microsoft Office 系列	-	-	100.00
		Adobe Photoshop 系列			
		CorelDraw 系列			
		SharePoint 系列			
		ACDsee 系列			
	网管软件	60.00	1	60.00	
	容灾软件	60.00	1	60.00	
三维鞋样设计系统			100.00	1	100.00
安全平台软件	统一威胁管理网关(UTM)		60.00	1	60.00
	备份系统		20.00	2	40.00
	网络杀毒		0.03	2,000	60.00
	网站防篡改		30.00	1	30.00
	入侵防御系统(IPS)		100.00	1	100.00
	性能管理和故障管理系统(APM)		30.00	1	30.00
	安全审计系统		30.00	1	30.00
	桌面管理		0.04	1,000	40.00
	存储系统		100.00	1	100.00
	磁带库		20.00	2	40.00
	反垃圾邮件		30.00	1	30.00
网站平台	企业门户网站				60.00
	电子商务网站		200.00	1	200.00
	客户邮件系统		40.00	1	40.00
	财务管理	Oracle 系列	-	-	
	销售管理				

平台	分类	规格型号、品牌	单价	数量	金额
企业资源管理系统(ERP)	生产管理	Oracle 系列	-	-	2,000.00
	产品规划				
	产品执行				
	产品生命周期管理				
	供应链协同				
	仓储管理				
	物流管理				
	人力资源				
	客户关系管理				
	供应商关系管理				
商业智能(BI)软件	数据仓库		300.00	1	1,000.00
	商业智能		100.00	1	
	业务主题		300.00	1	
	绩效管理		150.00	1	
	决策支持		150.00	1	
系统集成软件	API(统一接口平台)		-	-	200.00
	EIP(企业信息门户)				
协同办公软件	微软统一沟通平台		100.00	1	100.00
	协同 OA 系统		200.00	1	200.00
	媒体分发系统		0.54	1,000	540.00
	项目管理系统		100.00	1	100.00
合计			5,560.00		

(4) 项目流动资金估算

参考本公司现有信息化系统建设状况以及本项目的具体需求, 本项目所需流动资金按照建设投资、安装工程、培训费用总额的15%估算, 共1,441.50万元。

6、项目建设进度安排

本项目拟在2011年7月正式启动, 分24个月逐步完成, 具体建设进度如下:

序号	项目实施内容	2011年		2012年				2013年	
		7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月
1	项目筹备								
2	设备招标并签订采购合同								
3	机房装修								
4	机房设备安装及调试								
5	店面终端设备安装及调试								

序号	项目实施内容	2011年		2012年				2013年	
		7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月
6	基础平台、网络平台、容灾平台安装及调试								
7	系统平台、网站平台、安全平台安装及调试								
8	ERP 系统实施								
9	三维鞋样设计系统实施								
10	BI 系统、协同办公部署								
11	系统集成								
12	信息化试运行								
13	项目建成投入使用								

截至2011年12月31日，公司自筹资金先期投入597.60万元，本次募集资金到位后归还先期投入，其余资金用于该项目的建设。

7、环保问题及采取的措施

本项目为信息系统建设项目，对环境没有破坏，符合国家相关环保标准和要求。

(三) 研发中心技改项目

1、项目概况

本项目预计总投资金额为5,001万元，将在现有研发中心的基础上进行规模扩建。

单位：万元

序号	名称	第一期	第二期	合计
1	鞋类科技研究院技改工程（装修费用）	1,680.00	-	1,680.00
2	设备购置	2,322.10	998.90	3,321.00
	合计	4,002.10	998.90	5,001.00

2、项目建设内容

本项目通过扩大现有研发中心规模和新设备的购置，全面提升企业新产品的

研发力度与自有创新能力。建设的主要内容为：①扩建现有的研发中心。以目前的市级鞋类设计研究院为基础，按照国家级鞋类设计研究院进行规划，将研发中心面积由当前的约2,000平米扩大至8,400平米。②引进一批关键研发设备和设计软件，提升公司研发设计的整体软硬件水平。

3、本项目建设的必要性

(1) 有助于提高公司自主研发的能力和水平

聘请优秀设计师与资深技师，为公司的设计队伍带来新的设计理念，搭建起通往时尚前沿的桥梁。引进先进的研发设计设备和软件系统，使设计概念实体化、具体化的同时提高生产工艺以及科技含量，为在产品的批量生产奠定良好的基础。只有公司设计团队的自主研发能力和水平提高了，才能设计出更多符合不同消费者需求的产品。

放眼全球，国际知名鞋类品牌的研发和设计多出自于欧洲国家。欧洲国家在皮鞋类产品上的制造工艺是经过百年的沉淀与改进才达到今天在国际市场上的地位。中国皮鞋品牌要在国际市场上占有一席之地，需要在设计与研发上具有独立自主的能力，在生产上达到国际标准，进而树立有市场影响力的品牌。扩建研发中心，引进高级人才可推进设计团队自主研发能力的提高，为公司品牌提升奠定了良好基础。

(2) 降低生产成本，增加新的利润增长点

生产中，规模效益可以降低生产成本；研发中，可以通过不断的技术创新和工艺改进来降低生产成本。例如，一般鞋材厂对EVA的工艺裁切，是以长方形的原材料为基础，根据机器模型裁出鞋底状的模型，这样往往造成原材料的浪费，最高浪费率可达40%。通过引进新的设备及对模具进行技术改进，可使新的原材料不再是原来的长方形，而是与鞋底原型和原尺寸相近的形状。如此二次加工所裁剩的边角材料只占总用料的3%左右，可以充分节约原材料，降低生产过程中的浪费。

通过技术革新还可以统一后半身鞋楦，节省物料费用。技术革新还可为节能环保做出贡献。在循环再利用的材料中加入添加剂可使这类材料的物性不会因重

复使用而降低。研发出此类添加剂可将大量的废料回收再利用，大幅降低成本，成为新的利润增长点。只有研发中心的技术不断发展，才能更好的推进成本的降低。

4、募投项目的可行性分析

(1) 公司具有完善的研发体系及优秀的团队

公司现有的国际研发中心下设温州研发中心和东莞研发中心，设计的“魅影精灵”女鞋、“伯爵绅士”男鞋、“女武士”女靴在全国鞋类设计比赛中多次获奖；研发的“计步鞋”、“卫星全球定位鞋”、女鞋弹性跟、可伸缩鞋跟、男鞋透气窗垫脚、男鞋透气窗鞋底、氧吧按摩鞋、活性交换式耐磨鞋跟，部分已经获得国家专利。

完善的研发体系，优秀的管理团队，杰出的设计师，都为建立国际化的研发中心奠定了良好的基础。

(2) 公司具有重视研发的传统和良好企业的文化

以董事长王振滔为首的公司领导层，非常重视研发中心的建设，着力培养设计研发的良好企业文化。研发中心的主要设计团队成员，经常到欧洲国家考察最新的流行趋势与设计概念，将国际时尚趋势与中国消费者的消费特点结合起来，设计出更适合中国消费者时尚新品。公司每年都举办设计比赛，鼓励员工发挥聪明才智，珍惜每一个灵感和创意，对优秀作品的设计师给予奖励。由于领导层的重视和重研发、重设计的企业文化的熏陶，公司整个设计团队士气十足，公司每年的产品发布会都有很多具有最新设计概念的样品推出，受到客户和消费者的肯定与喜爱。

(3) 公司重视与国内外不同设计机构和设计师的交流与合作

公司与温州制鞋工业研究院保持着良好的长期合作关系。近年来，双方合作推出多项科研成果，并运作到实际生产上。比如，纳米健康鞋，就是将公司独特的透气设计、纳米吸附和缓震鞋底与温州制鞋工业研究院的技术相结合而推出的新产品。

公司经常会派研发人员到欧洲制鞋知名企业考察学习。参观欧洲的研发中心、制鞋工厂，并与当地的设计师进行交流。这种交流学习方式促进了公司设计师设计水平的提高，并掌握国际化的制鞋标准。在此基础上，公司的设计师将西方的设计概念融合东方人脚型特征，设计出既能展现国际时尚潮流，又满足东方人需求特点的皮鞋。这种长期的中外合作交流，为公司进一步扩建研发中心打下了坚实的基础。

5、募投项目与现有主营业务的关联度分析

研发中心技改项目，将使公司研发能力不断加强，强化研、产、销一体化，促进公司业务更进一步发展。在生产过程中，针对研发中心设计出来的皮鞋是否适合批量生产、在批量化生产过程中出现的问题，生产部门都可以及时反馈给研发中心，为进一步的改进提供支撑；在销售过程中，销售终端能够及时将消费者需求变化和最新流行元素反馈给研发部门，有利于研发中心设计出更符合消费者偏好的皮鞋。目前公司的研发设计、生产、营销终端等通过信息网络系统组成一个整体，相互配合，成为公司纵向一体化战略实施过程中的重要环节。

6、项目投资概算

本项目拟投资总额为5,001万元人民币，如下表所示：

单位：万元

序号	名称	第一年	第二年	合计
1	鞋类设计研究院技改工程（装修费用）	1,680.00	-	1,680.00
2	设备购置	2,322.10	998.90	3,321.00
	合计	4,002.10	998.90	5,001.00

（1）装修投资

以每平方米2,000元的装修费用计算，计划将现有8,400平方米的旧大楼改建为全新的鞋类设计研究院，装修投资总计1,680万元。

（2）新购辅助设备清单

类型	设备名称	设备型号	生产厂家/地区	数量	金额(万元)
小样试制及辅助设备	切割机	MindCUT2XL-3000	武汉先锋	1	3
	修补机	E-9188	三合机电	1	1
	稳压机	SY86-HB- I	上海凯联	1	2
	气泵	FM9000	无锡成康	1	1

类型	设备名称	设备型号	生产厂家/地区	数量	金额(万元)
小样试制及辅助设备	抛光机	ZYP30	广州遂联	3	6
	小型干燥机	XSG-20	扬州鹏飞	1	1
	有力金属带锯机	YC-310	河北远兴	1	1
	台式钻床	Z406C	杭州盛唐	1	0.5
	抛光机	JM101B	沈阳科晶	1	0.3
	激光脚型测量仪	VSS-320	北京荣创	1	26
	样鞋扩缩切割机	NB 系列	宁波经纬	2	30
	手动量脚器	美规	BRANNOCK	1	0.55
	模具电脑自动雕刻机	RWX-30	三义文讯	1	12
	三维实体激光扫描仪	LPX-25	宁波福莱德	1	12.5
	鞋类舒适度测试装置		四川	1	75
	三维打印机	Z510	美国	1	75
	带刀平皮机	DS818-420	意大利	1	12
	圆刀批皮机	GL12M3	意大利	4	9.2
	高频机	M31724	上海佳湖	2	5.6
	激光雕花机	ZJ-150150	济南邦德	1	12
小样试制辅助设备		国产	1	200	
研发中心配套设备	高配电脑	AG3731	宏基	74	59.2
	彩色打印机	CP1215	惠普	3	0.66
	扫描仪	scanjet5590	惠普	2	1.08
	照相机	IXOS110	佳能	5	1
	商务汽车	霸道	丰田	1	60
检测设备	万分之一电子天平	AB204	昆山托普	1	0.9
	电子天平(0.1~600)g	YP601N	昆山托普	1	0.05
	硅控可调万用电炉	DDL-1KW	江苏环宇	1	0.02
	旋涡混合器	VORTEX-6	江苏康健	1	0.1
	酸度(pH)计	FE20K	厦门隆力德	1	0.3
	带锁医用冰箱	YCD-DL259	广州赛能	1	0.25
	超声波清洗器	SK8200HP	上海易清	1	0.9
	玻璃仪器	ZXC-20	江苏红旗	1	0.8
	试剂柜	FLYFGT-1500S	上海飞宇	1	0.2
	通风柜	1500*900*2400	上海飞宇	1	0.5

类型	设备名称	设备型号	生产厂家/地区	数量	金额(万元)
检测设备	旋转蒸发仪	RE-2000	巩义瑞德	1	0.3
	振荡器	HY-3HY-3A	常州中捷	1	0.2
	电热板	HS-6100120)	上海硕磊	1	0.1
	游标卡尺	IP67 防尘防水数显卡尺	上海祥工	1	0.05
	恒温培养箱	LRH-250-G	北京中兴	1	0.3
	原子吸收分光光度计(火焰)	AA2600	杭州格图	1	10
	紫外分光光度计(UV)	756/756PC	武汉顿杰	1	0.3
	质普仪	8453	美国安捷伦	1	16
	气相色谱仪	7890A	美国安捷伦	1	25.75
	液相色谱仪	1200	美国安捷伦	1	75
	气质联用仪	5975C	美国安捷伦	1	29.8
	比重直读天平	xs-365M	台湾高铁	1	1.98
	成鞋透气度测试仪	4301		1	24
	微电脑伺服拉力试验机	OGT-200		1	12.5
	立式耐寒、弯折试验机	GT-7006-V3		1	12.3
	DIN 耐磨试验机	GT-7012-D		1	4.98
	硬度计	(A、C)		2	1.04
	弹性测试仪	GT-7042-V		1	0.83
	皮革耐屈挠性试验机	GT-7071		1	2.48
	鞋面皮伸缩试验机	GT-7071-E		1	4.65
	整鞋弯折试验机	GT-7011-GB		1	3.72
	中底纤维板曲折试验机	GT-7011-F		1	3.5
	离心式鞋子透湿性试验机	GT-7011-SC		1	10.5
	电脑系统鞋止滑性试验机	GT-7012-BC		1	13.5
	耐黄变试验箱	GT-7035-GB		1	0.6
	发泡塑胶反复压缩试验机	GT-7049-B		1	3.6
	皮鞋勾心刚度测定仪	GT-7050		1	0.92

类型	设备名称	设备型号	生产厂家/地区	数量	金额(万元)
检测设备	皮鞋剥离强度试验机	GT-7051-GB		1	3.5
	鞋跟连续冲击试验机	JB-300B		1	4.75
	标准多光源对色灯	TILO		1	0.64
	鞋底压力分布测试分析系统	400*500mm(0.5米板)		1	60
合计				—	939.40

上表中，所有设备除高配电脑外，均在项目建设第一期（即建设第一年）购置。高配电脑分二期完成购置，每期购置37台。本清单中，第一期购置设备总额为909.80万元，第二期购置设备总额为29.60万元。

(3) 设计及技转设备清单

序号	硬件名称	设备型号	数量	金额(万元)	生产厂家/地区
1	进口 3D 鞋楦扫描机	UL-DIGISCAN	2	140	日本
2	刻楦机	V4VS4	2	166	日本
3	数码刻跟机	380V 300Hz 4.5KW	2	236	意大利
4	数码刻底机	MK-1325	2	72	广东傲杰
5	3D 足部激光扫描仪	IFU-S-01	2	57.6	香港创机
6	3D 多功能激光扫描仪	AD220	2	150	日本
7	瑞士进口 zund 皮料切割机	XL12000	2	270	瑞士
8	纸板切割机	JG12060DT	4	32	日本
9	电子看板	SL-SNQ001	4	40	广东三朗
10	快速成型机	ProJet_HD3000	2	132	美国
11	电脑针车	HB2010	12	72	德国
	小计			1,367.60	
12	自动上胶前帮机	4PR9	1	100	意大利欧玛克
13	自动上胶中后帮机	MARK1P	1	70	意大利莫莉娜
14	四工位冷热定型机	19F/22RP	1	20	意大利 B.D.F
15	真空加流箱	CQ986A	1	20	台湾川奇
16	冷冻机	CHILLER2	1	10	意大利 B.D.F
17	裁断机	HC-986	2	4.4	台湾旭清
18	全自动装跟机	意大利 SC-1	1	8	意大利
19	内底成型机	HG-558	2	5.4	台湾
20	自动后跟分缝压条机	DS-903	2	3	台湾
21	罗拉针车机	金轮 8810	30	15	台湾
22	全自动砂轮机	HT600XS2X	2	20	意大利

序号	硬件名称	设备型号	数量	金额(万元)	生产厂家/地区
23	双针车	WR820	5	2	台湾象王
24	喷光台	SM2091C	2	2	温州变电
25	发电机组	DY700B	1	12	潍柴动力
26	空压机	LU55E	2	5.2	杭州兴华
27	车间排气净化系统	HD-10HP	1	20	杭州兴华
28	开放式复底流水线（样品鞋小样试制）	52M	1	20	杭州兴华
29	平板式夹包流水线（样品鞋小样试制）	22M	1	6	杭州兴华
30	针车流水线（样品鞋小样试制）	36M	1	10	杭州兴华
	小计			353	
	合计			1,720.60	

上表中，1-11项设备将分二期完成购置及安装调试，每期购置一半。其余设备全部在第一期完成购置。本清单中第一期购置设备总额为1,036.80万元；第二期购置设备总额为683.80万元。

(4) 新购研发软件清单

单位：万元

序号	软件名称	设备型号	数量	金额(万元)	生产厂家/地区
1	Design Sketch 手绘仪	3D	4	12	日本
2	开版级放软件	2D	20	80	葡萄牙
3	鞋面设计软件	3D	20	120	葡萄牙
4	楦型设计软件	3D	2	58	日本
5	跟底设计软件	3D	2	6	美国
6	成本核算软件	ERP	2	5	葡萄牙
7	工艺流程管理软件	ERP	2	3	葡萄牙
8	自动化排版切割软件	03390	8	24	葡萄牙
9	鞋楦设计编修软件	3D	2	20	台湾
10	数据库管理软件	ERP	2	3	葡萄牙
11	ERP 系统	ERP	2	240	台湾联越
12	商业智能信息开发整合软件	ERP	1	90	美国微软
	合计			661	

上表中，1-11项软件将分二期完成购置及安装调试，每期购置一半，12项软件将在第一期购置。本清单中第一期购置设备总额为375.50万元，第二期购置设备总额为285.50万元。

7、项目建设进度安排

在本次公开发行募集资金到位后，将在两年内完成。第一年主要进行场地装修、第一批设备的购置安装及第一批研发人员的招聘到位，完成项目总投资约2/3资金投入，第二期只完成第二批设备的购置安装，投资额约占总投资的1/3，具体安排如下表：

时间安排	工作内容
2011年7-9月	研发中心场地施工设计
2011年10月-2012年5月	研发中心场地装修施工
2011年10月-2012年1月	设备订购
2012年3-6月	第一期设备采购
2012年7月	第一期设备安装调试
2012年8月	项目第一期总体测试
2012年6-8月	人员招聘、培训
2012年9月	项目第一期总体验收
2013年2-4月	第二期设备采购
2013年5月	第二期设备安装调试
2013年3-5月	人员招聘、培训
2013年6月	项目总体测试、验收

8、研发中心扩建的目的及预计产生的效益

(1) 先进设计软件、高性能检测设备及技转设备的引进，将缩短样品从设计到样品成型的时间，进一步提升对市场的反应速度，提高设计效率，提高存货周转率，从而提高公司整体的资产利用效率，稳定现有的市场占有率。

(2) 相关数据库的建立，将缩短新产品开发时间，提供更符合市场流行趋势、更多具备当下时尚元素及满足消费者消费习惯的产品，从而减少新产品的上市时间，在此双重影响下，一方面可进一步提高公司的市场份额，另一方面降低公司因产品质量或设计原因导致的打折商品数量，提升公司业绩。

(3) 引进一批高级设计师、技术师、首席设计师等高端人才，扩大公司研发队伍，提高公司研发中心的研发能力。

(4) 研发与品牌运营、终端管理共同构成公司提升核心竞争力的重点要素，相对于公司的市场地位而言，目前公司在研发方面还处于相对弱势，研发中心的扩建，高性能设备的引进、先进设计软件的引进及高端人才的引进，将提高公司

的研发速度与质量，加速产品的更新换代和新产品上市时间，为公司的品牌运营能力及终端管理能力提供有效保障，最终提升公司的核心竞争力。

9、环保问题及采取的措施

本项目在建设及生产过程中，对环境没有破坏，符合国家环保标准和要求。

三、募集资金运用对公司主要财务状况及经营成果的影响

本次发行募集资金运用对本公司的财务状况和经营成果的影响主要表现在：

（一）将进一步提高核心竞争力

本次募集资金投资项目的实施，将进一步扩大公司在全国的营销网络，优化公司营销终端组织模式，从而加强公司的市场竞争力，提升主营业务水平；另外，本次募集资金投资的信息管理系统，将有助于公司信息流的整合，对日益增长的业务起到有效支持和推进作用。本次募集资金投资项目实施完成后，本公司业务的持续发展能力将得到有力增强，核心竞争力将进一步提高。

（二）将进一步提升营业收入和盈利能力

本次募集资金投资项目中的营销网络建设完成后，公司在全国的销售网点将大幅增加，直接促进公司的销售增长，从而进一步提升公司的盈利能力，并为后续发展打下坚实基础。

（三）将进一步巩固市场地位

本次募集资金中的大部分用于公司在全国范围内建设348家销售店铺，这将有效拓展公司的营销网络，进一步巩固公司在国内皮鞋市场的领先地位和市场影响力，提高公司产品的市场占有率，为本公司长期持续发展营造有利环境。

（四）对财务状况的影响

本次发行后，本公司的净资产和每股净资产将大幅度提升。本次发行的募集资金到位后，本公司资产负债率将会下降，资金实力和偿债能力将有效提升。由

于募集资金投资项目在短期内难以完全产生预期效益，因此本公司在发行当年净资产收益率将有所下降，但随着本公司营销网络项目和信息系统改进项目的效益逐渐产生，公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。

四、募投建设项目风险分析及控制措施

（一）新设直营店的管理风险分析及控制措施

本项目建设完成后，公司直营店数量将增加348家而且广泛分布在全国各地，终端销售人员将增加1,800名左右，直营店数量的大幅增加将给终端销售带来管理风险。如在直营店建设过程中，不能及时招聘到足够的、合格的店内销售人员，不能对日渐扩大的营销网络进行有效管理，物流配送体系无法支撑营销网络的扩张等，将使本项目难以达到预期效果。

直营店大量增加将会伴随一定的管理风险，公司准备以现有区域销售公司为核心，逐步向外拓展营销区域，每一个省级销售区域的一级商圈都会设立1家大型旗舰店（北京、上海、广州则为该城市的二级商圈），相同区域配套设立3家形象店，其他二、三级区域，则有标准店进行全面的覆盖，抢先形成全面的直营网络。

随后再通过旗舰店和形象店向周边重点城市辐射直营店与商场店中店，借助公司在这些区域累积多年成熟的销售管理经验，以及坚固的市场基础，缩短新店在当地的成熟期。同时，当地强大的销售团队也可以对新店员工进行培训和指导，并能在营销人员短缺时及时补充，公司将以稳健的扩张步伐规避直营店大量增加带来的管理风险。

（二）租赁物业的经营风险分析及控制措施

公司租赁的各店铺租期长短存在差异，在租赁协议期满后，可能需要和出租方就续租或停租进行协商，如协商不成则可能对公司部分店铺的的稳定经营产生一定的影响，给公司带来经营风险。

针对募投项目实施后可能面临的租赁风险，公司将在租赁时尽量签订租期较

长且有续租优先权的协议，同时，对于部分优质店铺资源和有战略意义的区域，公司将通过购置的方式保证店铺经营的稳定性，避免因租金的升高为盈利的稳定带来不确定性。

（三）人才风险分析及控制措施

人才是21世纪企业发展的根本。纵观国内鞋业龙头企业如百丽、达芙妮等，其之所以能够快速扩张直营网络，带动销售业绩的上升，与大量专业人才的储备是分不开的。随着公司营销网络的快速扩张，业务的大幅增长，公司将可能面临人才短板。

针对公司在发展中可能遇到的人才需求的风险，公司将采取以下对策：

第一、通过与国内高校的持续合作，引进高校的人才，并用公司的资金优势提升高校相关行业人才的素质，使高校成为公司的人才储备基地。

第二、加大对公司培训部门的投入，制定更多元化的培训机制，为公司的发展培育骨干力量和储备人才。

第三、不断完善公司的薪酬福利体系和人才激励机制，加强员工对公司的凝聚力，降低人才外流的可能性。

第十四节 股利分配政策

一、发行人最近三年的股利分配政策

根据《公司法》、《公司章程》的相关规定，在公司当年实现盈利符合利润分配条件时，公司董事会应当根据公司的具体经营情况和市场环境，制定利润分配预案报股东大会批准。公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利，可以进行中期利润分配。本公司的所有股东对股利分配具有同等权利。

根据《公司法》、《公司章程》的相关规定，本公司净利润按下列顺序分配：

(1) 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取；

(2) 公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；

(3) 公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金；

(4) 公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

本公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

二、报告期内股利分配情况

2010 年 11 月 8 日，公司召开 2010 年第二次临时股东大会，审议通过利润分配及资本公积转增股本的议案，以未分配利润和资本公积转增股本共计人民币 20,770.63 万元，其中未分配利润转增股本 6,736.42 万元。

三、发行后的股利分配政策

根据发行人《公司章程（草案）》，公司分配利润的顺序为：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

本次发行后公司股利分配政策如下：

1、利润分配原则：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、利润分配形式：公司采取积极的现金或者股票方式分配股利，在公司当年经审计的净利润为正数且符合《公司法》规定的分红条件的情况下，公司每年度采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式。

3、现金分红比例：公司每年度现金分红金额应不低于当年实现的可供分配利润总额的 20%。

4、在公司营运资金满足公司业务发展需要的情况下，公司可以进行中期现金分红。

5、若公司利润增长迅速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配的同时，制定股票股利分配预案。

6、如公司董事会做出不实施利润分配或实施利润分配的方案中不含现金决定的，应就其作出不实施利润分配或实施利润分配的方案中不含现金分配方式的理由，在定期报告中予以披露，公司独立董事应对此发表独立意见。

7、公司的利润分配政策不得随意变更。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

8、2011-2013年，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的20%。如果在2011-2013年，公司净利润保持增长，则公司每年现金分红金额的增幅将至少与净利润增长幅度保持一致。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配。

四、本次发行完成前滚存利润的分配政策

根据2011年1月22日召开的第四届董事会第二次会议和2011年2月10日召开的2011年第一次临时股东大会决议，公司拟向中国证券监督管理委员会申请公开发行人民币普通股（A股），本次公开发行完成后，由公司全体新老股东按照本次发行后的持股比例共同享有公司截至本次发行时以前年度实现的滚存未分配利润。

五、保荐机构对公司股利分配政策的意见

保荐机构认为：发行人本次发行完成后的利润分配政策着眼于公司的长远和可持续发展，注重给予投资者持续、稳定的合理投资回报，具有可操作性，有利于保护投资者的合法权益；公司章程（草案）及本招股说明书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分配决策机制健全、有效，有利于保护公众股东合法权益。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露与投资者关系服务

公司负责信息披露和投资者关系服务的部门为证券事务部，联系方式如下：

- 1、联系人：余雄平
- 2、地址：浙江省永嘉县瓯北镇东瓯工业区奥康工业园
- 3、邮政编码：325105
- 4、电话：0577-67915188
- 5、传真号码：0577-67915188
- 6、电子信箱：yxp@Aokang.com

二、重大合同

1、经销商合同

(1) 2011年12月28日，奥康销售与上海鼎嘉商贸有限公司签订《经销合同书》，约定上海鼎嘉商贸有限公司为奥康销售在上海市所辖行政区域内销售产品的非独家经销商，奥康销售授权上海鼎嘉商贸有限公司在销售区域内使用“奥康、康龙”相关商标。奥康销售同意上海鼎嘉商贸有限公司冠以“上海市奥康、康龙总经销”的名称对外公开营业。奥康销售在合同中以提货额、净增网络数作为经销商考核指标。合同有效期为一年，自2012年1月1日至2012年12月31日。

(2) 2011年12月28日，奥康销售与宁波市尚荣商贸有限公司签订《经销合同书》，约定宁波市尚荣商贸有限公司为奥康销售在宁波、舟山、绍兴所辖行政区域内销售产品的非独家经销商，奥康销售授权宁波市尚荣商贸有限公司在销售区域内使用“奥康、康龙”相关商标。奥康销售同意宁波市尚荣商贸有限公司

冠以“宁波区域奥康、康龙总经销”的名称对外公开营业。奥康销售在合同中以提货额、净增网络数作为经销商考核指标。合同有效期为一年，自2012年1月1日至2012年12月31日。

(3) 2011年12月28日，奥康销售与成都福腾商贸有限公司签订《经销合同书》，约定成都福腾商贸有限公司为奥康销售在四川省（包括西藏昌都地区）所辖行政区域内销售产品的非独家经销商，奥康销售授权成都福腾商贸有限公司在销售区域内使用“奥康、康龙、美丽佳人、红火鸟”相关商标，奥康销售同意成都福腾商贸有限公司冠以“四川省奥康、康龙、美丽佳人、红火鸟总经销”的名称对外公开营业。奥康销售在合同中以提货额、净增网络数作为经销商考核指标。合同有效期为一年，自2012年1月1日至2012年12月31日。

(4) 2011年12月28日，奥康销售与杭州源弈贸易有限公司签订《经销合同书》，约定杭州源弈贸易有限公司为奥康销售在杭州、嘉兴、湖州所辖行政区域内销售产品的非独家经销商，奥康销售授权杭州源弈贸易有限公司在销售区域内使用“奥康、康龙、美丽佳人”相关的商标。奥康销售同意杭州源弈贸易有限公司冠以“浙北地区奥康、康龙、美丽佳人总经销”的名称对外公开营业。奥康销售在合同中以提货额、净增网络数作为经销商考核指标。合同有效期为一年，自2012年1月1日至2012年12月31日。

(5) 2011年12月28日，奥康销售与义乌市飞松贸易有限公司签订《经销合同书》，约定义乌市飞松贸易有限公司为奥康销售在金华、衢州所辖行政区域内销售产品的非独家经销商，奥康销售同意授权义乌市飞松贸易有限公司在销售区域内使用“奥康、康龙、美丽佳人”相关的商标。奥康销售同意义乌市飞松贸易有限公司冠以“义乌区域奥康、康龙、美丽佳人总经销”的名称对外公开营业。奥康销售在合同中以提货额、净增网络数作为经销商考核指标。合同有效期为一年，自2012年1月1日至2012年12月31日。

2、成品鞋采购合同

(1) 2011年12月30日，奥康销售与广州市米娅商贸有限公司签订《成品供应商合作合同》，奥康销售确定广州市米娅商贸有限公司为供应商，向其采购成品鞋类、皮具类和鞋、皮具相关小配件等产品，合作期限为2012年1月1日

至 2012 年 12 月 31 日。

(2) 2011 年 12 月 30 日，奥康销售与瑞安市吉尔康鞋业有限公司签订《成品供应商合作合同》，奥康销售确定瑞安市吉尔康鞋业有限公司为供应商，向其采购成品鞋类、皮具类和鞋、皮具相关小配件类产品，合作期限为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

(3) 2011 年 12 月 30 日，奥康销售与永嘉县牛公子鞋业有限公司签订《成品供应商合作合同》，奥康销售确定永嘉县牛公子鞋业有限公司为供应商，向其采购成品鞋类、皮具类和鞋、皮具相关小配件类产品，合作期限为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

(4) 2011 年 12 月 30 日，奥康销售与永嘉县宏昌鞋业有限公司签订《成品供应商合作合同》，奥康销售确定永嘉县宏昌鞋业有限公司为供应商，向其采购成品鞋类、皮具类和鞋、皮具相关小配件等产品，合作期限为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

(5) 2012 年 1 月 1 日，奥康销售与永嘉麦嘉达鞋业制造有限公司签订《成品供应商合作合同》，奥康销售确定永嘉麦嘉达鞋业制造有限公司为供应商，向其采购成品鞋类、皮具类和鞋、皮具相关小配件等产品，合作期限为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

3、原材料采购合同

(1) 公司与兴业皮革科技股份有限公司签订《原材料采购合同书》，向兴业皮革科技股份有限公司订购皮料。公司通过书面采购单形式向兴业皮革科技股份有限公司订货。合同有效期为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

(2) 公司与温州市中原皮塑有限公司签订《原材料采购合同书》，向温州市中原皮塑有限公司订购皮料。公司通过书面采购单形式向温州市中原皮塑有限公司订货。合同有效期为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

(3) 公司与温州三强皮业有限公司签订《原材料采购合同书》，向温州三强皮业有限公司订购皮料。公司通过书面采购单形式向温州三强皮业有限公司订货。合同有效期为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

(4) 公司与佛山市建阳鞋材有限公司签订《原材料采购合同书》，向佛山市建阳鞋材有限公司订购皮料。公司通过书面采购单形式向佛山市建阳鞋材有限公司订货。合同有效期为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

(5) 公司与德州兴隆皮革制品有限公司签订《原材料采购合同书》，向德州兴隆皮革制品有限公司订购皮料。公司通过书面采购单形式向德州兴隆皮革制品有限公司订货。合同有效期为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。

4、借款合同

公司及其子公司的金额在 2,000 万元以上的银行借款合同如下：

(1) 2011 年 8 月 26 日，公司与交通银行温州分行签订《流动资金借款合同》（温交银 11 年 12 贷字 171 号），交通银行温州分行同意为公司提供 2,000 万元的借款，利率为基准利率上浮 10%，到期日为 2012 年 8 月 26 日。

(2) 2011 年 11 月 17 日，公司与中国银行永嘉县支行签订《流动资金借款合同》（温 YJ201107050），中国银行永嘉县支行同意为公司提供 2,500 万元的借款，年利率 7.544%，借款期限为实际提款日起算 12 个月。

(3) 2011 年 8 月 23 日，奥康销售与交通银行温州分行签订《开立银行承兑汇票合同》（温交银 11 年 12 承字 118 号），交通银行温州分行同意为奥康销售承兑金额为 2,430 万元的汇票。

(4) 2011 年 9 月 16 日，奥康销售与交通银行温州分行签订《开立银行承兑汇票合同》（温交银 11 年 12 承字 140 号），交通银行温州分行同意为奥康销售承兑金额为 2,058 万元的汇票。

(5) 2011 年 10 月 21 日，奥康销售与中国农业银行永嘉县支行签订《商业汇票银行承兑合同》（33030120110031539），中国农业银行永嘉县支行同意为奥康销售承兑金额为 2,000 万元的汇票。

(6) 2011 年 11 月 14 日，奥康销售与中国银行永嘉县支行签订《商业汇票承兑协议》（温 YJ201107049），中国银行永嘉县支行同意为奥康销售承兑金额为 2,131 万元的汇票。

(7) 2011年11月23日, 奥康销售与中国银行永嘉县支行签订《商业汇票承兑协议》(温 YJ201107051), 中国银行永嘉县支行同意为奥康销售承兑金额为2,100万元的汇票。

(8) 2011年12月16日, 奥康销售与中国银行永嘉县支行签订《商业汇票承兑协议》(温 YJ201107056), 中国银行永嘉县支行同意为奥康销售承兑金额为2,992万元的汇票。

5、海外合作协议

2011年6月13日, 奥康销售与GIANFRANCO BUTTERI SRL (以下简称“GB”) 签订《合作协议书》, GB 授权奥康销售在中国大陆独家使用“GB”商标并生产、销售“GB”产品。双方约定, 奥康销售应当在合同生效之后的五年之内在中国大陆范围内开设70家店铺, 全部或部分地销售意大利制造的产品。从合同签署之后的第六年到第十年, 奥康销售应当开设30家店铺。从合同签署之后的第十一年到第三十年, 奥康销售应当每五年在购物中心或者高端商场开设25家店铺。合同自双方签署之日起生效, 有效期为30年。

三、公司对外担保情况

截至本招股说明书签署之日, 本公司不存在对外提供担保的情形。

四、重大诉讼、仲裁事项

2012年1月11日, 奥康销售向浙江省永嘉县人民法院提交了《民事起诉状》, 对北京联合趋势国际广告有限公司提起诉讼, 请求判令该公司退还奥康销售广告款131.20万元并支付违约金278.79万元。该诉讼已获法院受理立案。

除上述诉讼事项外, 截至本招股说明书签署之日, 公司不存在标的金额在100万以上的重大诉讼或仲裁案件。公司及其子公司不涉及可能对公司业务活动、财务状况、经营成果、声誉、未来前景等产生重大不利影响的重大现时的和未决的诉讼或仲裁事项。

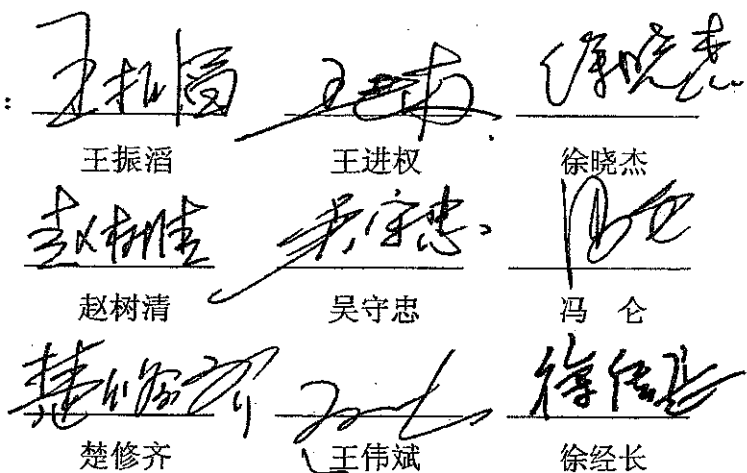
五、控股股东和董事、监事、高级管理人员的重大诉讼和仲裁

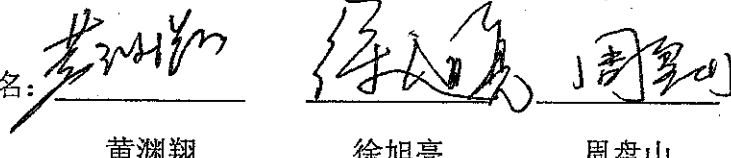
截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东和董事、监事、高级管理人员均未涉及重大诉讼和仲裁事项，亦未有涉及刑事诉讼的情形。

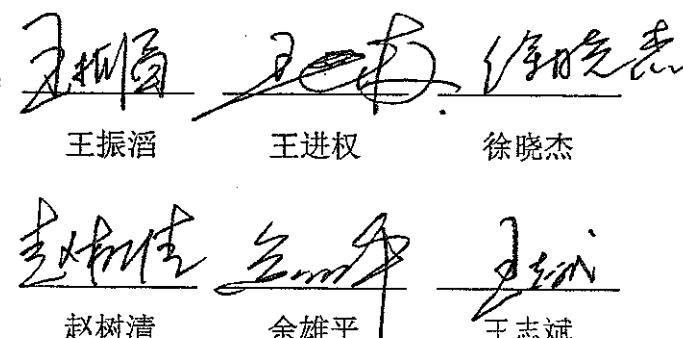
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

 王振滔 王进权 徐晓杰
 赵树清 吴守忠 冯 仑
 楚修齐 王伟斌 徐经长

全体监事签名：

 黄渊翔 徐旭亮 周盘山

高级管理人员签名：

 王振滔 王进权 徐晓杰
 赵树清 余雄平 王志斌



保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人（签名）：唐慧敏
唐慧敏

保荐代表人（签名）：董宇
董宇

董加武
董加武

法定代表人（签名）：何如
何如



国信证券股份有限公司

2012年4月20日


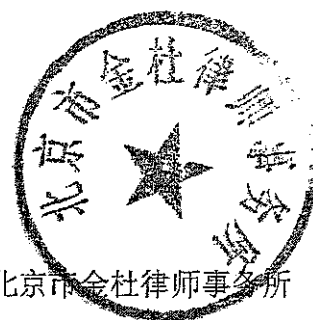
发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人:


王玲

经 办 律 师:


张明远
张毅

北京市金杜律师事务所

二〇一二年四月二十日

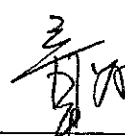
会计师事务所声明

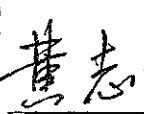
本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制审计报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制审计报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

单位负责人（签名）：


梁青民

签字注册会计师（签名）：


章为纲

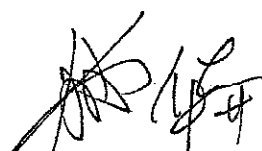

黄志恒



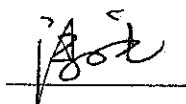
资产评估机构声明

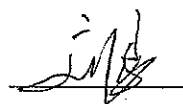
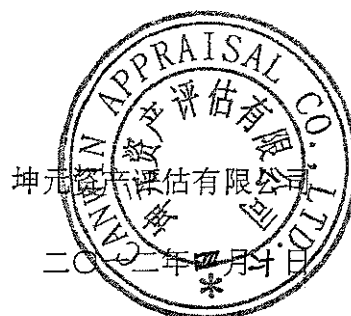
本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

单位负责人（签名）：


 俞华开

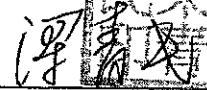

签字资产评估师（签名）：


 潘文夫

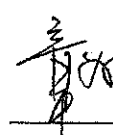
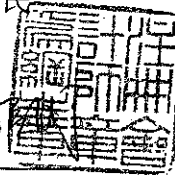
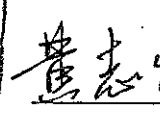
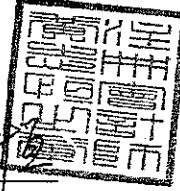

 刘勇


验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

单位负责人（签名）：



梁青民

签字注册会计师（签名）：





章为纲

黄志恒



第十七节 备查文件

一、备查文件内容

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告
- 2、审计报告及财务报告
- 3、内部控制审计报告
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表
- 5、法律意见书及律师工作报告
- 6、公司章程（草案）
- 7、中国证监会核准本次发行的文件
- 8、其它与本次发行有关的重要文件

上述文件同时刊载于上海证券交易所网站。

二、查阅地点和时间

查阅时间：除法定节假日以外的每日上午 9:00~11:30，下午 2:00~5:00

查阅地点：投资者可于本次发行承销期间，到以下地点查阅：

1、公司证券部

地址：浙江省永嘉县瓯北镇东瓯工业区奥康工业园

联系人：余雄平、马煜林、潘海雷

2、国信证券股份有限公司

地址：上海市浦东民生路 1199 弄证大五道口广场 1 号楼 15 层

联系人：董宇、董加武、徐頔