

浙江奥康鞋业股份有限公司

2012 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	奥康国际	股票代码	603001
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	余雄平	陈文旭	
电话	0577-67915188	0577-67915188	
传真	0577-67288833	0577-67288833	
电子信箱	aks@aokang.com	aks@aokang.com	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	2012 年(末)	2011 年(末)	本年(末)比上年(末)增减 (%)	2010 年(末)
总资产	5,095,303,684.25	2,363,688,752.86	115.57	1,818,821,028.60
归属于上市公司股东的净资产	3,605,879,741.90	1,178,101,975.63	206.08	720,698,067.59
经营活动产生的现金流量净额	3,437,485.68	277,996,266.69	-98.76	319,488,563.35
营业收入	3,455,109,496.83	2,965,884,824.79	16.50	2,210,896,090.19
归属于上市公司股东的净利润	513,303,668.48	457,403,908.04	12.22	280,050,483.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	500,630,869.58	405,530,244.19	23.45	274,060,574.15
加权平均净资产收益率 (%)	18.51	46.22	减少 27.71 个百分点	55.38
基本每股收益 (元 / 股)	1.3725	1.4295	-3.98	0.8830
稀释每股收益 (元 / 股)	1.3725	1.4295	-3.98	0.8830

2.2 前 10 名股东持股情况表

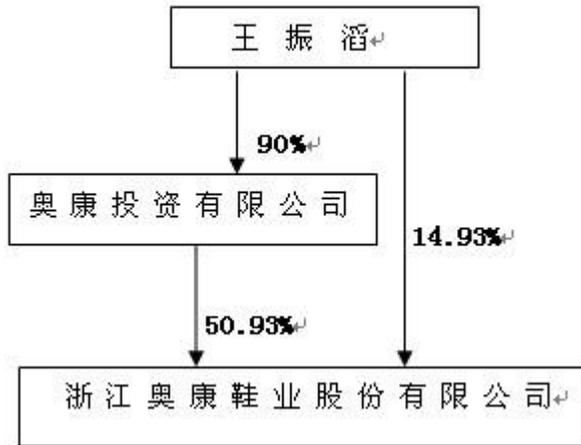
单位：股

截止报告期末股东总数		7,329	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数		11,635	
前十名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	报告期内 增减	持有有限售 条件股份数 量	质押或冻结的股份数量
奥康投资有限公司	境内非国有法人	50.93	204,231,000		204,231,000	质押（注 1） 78,000,000
王振滔	境内自然人	14.93	59,850,000		59,850,000	无
王进权	境内自然人	4.98	19,950,000		19,950,000	无
深圳市红岭创业投资企业(有限合伙)	未知	2.66	10,666,000		10,666,000	无
缪彦枢	境内自然人	2.49	9,975,000		9,975,000	无
潘长忠	境内自然人	2.49	9,975,000		9,975,000	无
上海长霆创业投资中心(有限合伙)	未知	1.33	5,333,000		5,333,000	无
全国社保基金六零一组合	未知	1.21	4,852,749	4,852,749		未知
中国银行—海富通收益增长证券投资基金	未知	0.64	2,573,094	2,573,094		未知

中国建设银行—海富通风格优势股票型证券投资基金	未知	0.62	2,491,675	2,491,675		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、前十名股东持股情况表中，第一大股东奥康投资有限公司股权结构为王振滔持股 90%，王晨持股 10%；2、王振滔为本公司实际控制人，其中王晨为王振滔之子，王振滔与王进权为兄弟关系，缪彦枢是王振滔的舅舅，潘长忠是王振滔的妹夫；3、除上述关联关系外，未知其他股东是否存在关联关系或一致行动情况。				

注 1：前十名股东持股情况表中奥康投资有限公司于 2013 年 1 月和 3 月累计质押 7,800 万股，详见公司公告。

2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



三、 管理层讨论与分析

一、 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

2012 年，在宏观经济持续疲软、消费增速回落等外部经营环境下，鞋业增长呈现前高后低的特点，尤其进入第四季度后，相关因素的影响更加明显。面对复杂的经济形式，公司秉承“诚信、创新、人本、和谐”的经营理念，积极采取各种措施，稳步拓展营销渠道、推行新商业模式、大力发展电子商务、推进管理组织变革、提升供应链运营效率，实现了主营业务收入和利润的稳定发展，并启动了长期战略规划项目，明确提出打造中国领先的零售服务运营商，从产品制造与品牌运营向供应链整体提升转变，为未来健康快速发展奠定了良好基础。

2012 年是公司发展历史上值得记忆和总结的一年，公司在上交所挂牌上市并向社会公众首次公开发行 8,100 万 A 股，成为公司发展历程中的一个重要里程碑。

报告期内，公司实现营业收入 345,510.95 万元，同比增长 16.50%，实现利润总额 66,149.30 万元，同比增长 10.95%；实现归属于上市公司股东的净利润 51,330.37 万元，同比增长 12.22%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 50,063.09 万元，同比增长 23.45%。

据中国行业企业信息发布中心发布的消息，皮鞋类国内市场占有率方面，公司奥康品牌实现男鞋市场占有率 6.79%，排名第一，女鞋市场占有率 2.35%，排名第十一。截至 2012 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 5,315 家。其中直营店铺 960 家，经销店铺 4,355 家。比去年同期直营店增长 483 家，经销店比去年同期增长 320 家。

(一) 主营业务分析

1、 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	3,455,109,496.83	2,965,884,824.79	16.50
营业成本	2,171,149,746.42	1,940,953,331.23	11.86
销售费用	403,368,698.18	294,161,181.78	37.13
管理费用	213,252,597.88	167,457,018.41	27.35
财务费用	-25,808,680.29	8,409,054.21	-406.92
经营活动产生的现金流量净额	3,437,485.68	277,996,266.69	-98.76
投资活动产生的现金流量净额	-205,386,996.73	-116,197,364.80	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	1,792,129,326.33	-24,798,837.86	不适用
研发支出	31,545,018.49	27,659,079.14	14.05

2、 收入

(1) 驱动业务收入变化的因素分析

2012 年国内零售市场增速放缓，加之店铺租金、人力工资等刚性成本不断上涨，给实际经营带来较大的挑战，因此公司 2012 年初开始大力推动供应链管理优化工程，提高产品研发中单率，提升制造工艺，强化终端精细化管理，充分挖掘内部各环节效率提升的潜力，进一步提高了公司整体竞争力，有效缓解了成本压力与市场环境的不利影响，实现销售收入稳步增长。

报告期内，公司实现主营业务收入 341,938.36 万元，较上年同期增长 16.04%，其中经销渠道收入 224,649.56 万元，较上年同期增长 14.52%，直营渠道收入 95,172.02 万元，较上年同期增长 51.25%（网购业务快速增长，从价格竞争开始转向更丰富的品牌购物体验，公司网购业务实现收入 21,774.89 万元，较上年同期增长 275.86%）；OEM 由于国外市场变化及

外部竞争加剧，实现收入 22,116.78 万元，较上年同期下降 37.87%。

(2) 主要销售客户的情况

客户名称	营业收入	占公司全部营业收入的比例(%)
第一名	143,841,106.65	4.16
第二名	107,479,499.92	3.11
第三名	94,214,055.07	2.73
第四名	77,715,646.76	2.25
第五名	72,805,255.45	2.11
小 计	496,055,563.85	14.36

3、成本

(1) 成本分析表

单位:元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)
批发零售业	皮鞋、皮具	2,169,613,474.18	99.93	1,939,060,746.01	99.90	11.89
分产品情况						
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)
男鞋	皮鞋	1,064,523,507.56	49.03	899,445,507.18	46.34	18.35
女鞋	皮鞋	933,552,383.06	43.00	887,276,820.83	45.71	5.22
皮具	皮具	171,537,583.56	7.90	152,338,418.00	7.85	12.60
合计	--	2,169,613,474.18	99.93	1,939,060,746.01	99.90	11.89

(2) 主要供应商情况

供应商名称	采购额(元)	占年度采购总额比例(%)
第一名	111,762,025.28	4.92%
第二名	79,829,860.68	3.51%
第三名	64,236,441.88	2.83%
第四名	62,183,220.09	2.74%
第五名	60,849,361.54	2.68%
小 计	378,860,909.47	16.67%

4、费用

项目	2012 年		2011 年		增长率
	金额(万元)	占收入比	金额(万元)	占收入比	
期间费用	590,812,615.77	17%	470,027,254.40	16%	25.70%
其中：销售费用	403,368,698.18	12%	294,161,181.78	10%	37.13%
管理费用	213,252,597.88	6%	167,457,018.41	6%	27.35%
财务费用	-25,808,680.29	-1%	8,409,054.21	0%	-406.92%

报告期公司期间费用同比增长 25.70%，收入费用率较去年同期增加 1 个百分点，主要体现在管理费用和销售费用的增长。

(1) 销售费用较上年同期增长 37.13%，主要原因是：1) 新增直营店所产生的费用增加；2) 公司营销力度加大，广告宣传费增加。(2) 管理费用较上年同期增长 27.35%，主要原因是：1) 职工薪酬和其他费用增加；2) 公司研发费用投入增加。(3) 财务费用较上年同期减少 406.92%，主要系本期首次公开发行 A 股收到募集资金产生的利息收入和贷款利息减少所致。

5、研发支出

(1) 研发支出情况表

单位：元

本期费用化研发支出	31,545,018.49
研发支出合计	31,545,018.49
研发支出总额占净资产比例 (%)	0.87
研发支出总额占营业收入比例 (%)	0.91

(二) 行业、产品或地区经营情况分析

1、主营业务分行业、分产品情况

单位:万元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
批发零售业	341,938.36	216,961.35	36.55	16.04	11.89	增加 2.35 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
男鞋	173,273.40	106,452.35	38.56	19.61	18.35	增加 0.65

						个百分点
女鞋	142,210.84	93,355.24	34.35	11.15	5.22	增加 3.70 个百分点
皮具	26,454.12	17,153.76	35.16	20.94	12.60	增加 4.80 个百分点
合计	341,938.36	216,961.35	36.55	16.04	11.89	增加 2.35 个百分点

报告期公司主营业务收入较上年同期增长 16.04%，主要原因是：1) 公司继续开展营销渠道的建设，促进了主营业务收入快速增长。2) 公司电子商务及团购业务发展较快，带动了收入的增长。3) 公司加大了皮具新产品的开发和推广力度，促进了皮具销售的增长。

公司主营业务收入毛利率较上年同期增长 2.35%，主要原因是：1) 公司直营销售比重增加；2) 公司自行生产内销产品比重增加。

2、 主营业务分地区情况

单位:万元 币种:人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减 (%)
东南	102,095.72	24.80
西南	33,158.42	18.16
华中	45,420.78	26.19
华北	31,215.68	30.13
华东	72,983.70	25.13
华南	17,563.91	15.34
东北	7,368.53	8.85
西北	10,014.84	12.36
出口	22,116.78	-37.87
合计	341,938.36	16.04

随着市场竞争的日趋激烈，为了更有效挖掘各区域的销售潜力，公司对各区域市场的管理架构进行了战略优化，进一步细分市场区域，重新调整区域规划。

(三) 资产、负债情况分析

1、 资产负债情况分析表

单位:元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)
货币资金	2,207,284,270.49	43.32	525,748,587.25	22.24	319.84
应收账款	1,299,593,888.28	25.51	788,749,278.36	33.37	64.77
预付款项	316,401,469.14	6.21	39,260,956.03	1.66	705.89
其他应收款	43,380,617.16	0.85	21,607,428.75	0.91	100.77
固定资产	260,319,987.38	5.11	197,558,250.55	8.36	31.77
在建工程	10,070,302.59	0.20	2,050,267.85	0.09	391.17
长期待摊费用	65,833,271.37	1.29	41,516,517.37	1.76	58.57

短期借款	64,096,185.00	1.26	179,805,808.06	7.61	-64.35
应付票据	669,967,054.00	13.15	465,654,433.00	19.70	43.88
其他应付款	100,093,984.90	1.96	43,351,437.71	1.83	130.89

货币资金：货币资金增加主要是公司首次公开发行 A 股收到的募集资金。

应收账款：应收账款增加主要是公司业务规模扩大，经销商的信用政策调整所致。

预付款项：预付款项增加主要是：1) 网络开设预付款；2) 预付供应商货款

其他应收款：其他应收款增加主要系公司对外支付的押金和保证金增加所致。

固定资产：固定资产增加主要是公司本期购入电子商务办公大楼所致。

在建工程：在建工程增加主要是本期新增厂房、办公大楼装修改造和视频会议项目所致。

长期待摊费用：长期待摊费用增加主要系支付直营店装修费和租金所致。

短期借款：短期借款减少主要是使用募集资金归还短期借款所致。

应付票据：应付票据增加主要是公司业务规模扩大，票据结算金额增加所致。

其他应付款：其他应付款增加主要是成品外采规模扩大，使得质保金相应增加所致。

(四) 核心竞争力分析

1、品牌运营优势

实施以"奥康"为主，"康龙"、"红火鸟"、"曼若诗"、"万利威德"为辅的多品牌经营策略。其中"奥康"与"康龙"均为中国驰名商标，2012年"奥康"品牌以123.18亿元位列2012年中国最有价值品牌100榜第26名，并实现蝉联鞋制品品牌第一名，相较于2011年的100.19亿元，品牌价值上升22.99亿，排名上升3位。产品品质方面，奥康以研发为龙头，紧跟时尚潮流，不断优化产品工艺，2011年作为唯一一家鞋企获得"全国质量奖"，2012年荣获"年度消费者最信赖品牌"称号。公司有强势的品牌运营与产品创新能力，是公司业绩与品牌价值提升的核心动力。

2、销售网络优势

公司已经建立一个基本覆盖全国的多元化营销网络体系，对品牌与业绩的提升形成了良好的支撑。截至报告期末，公司拥有各品牌零售网点5,315家，其中直营店铺960家，占比达18.06%。特别是奥康国际馆、奥康名品店、奥康形象店的推出与建设，有效的提升了品牌形象。与行业中等定位企业相比，公司终端零售规模处于龙头地位。此外，借助多年来营销网络建设和管理经验，公司已经建立起一套完善的供应链管理系统，有力地支持了公司营销网络的拓展与维护。

3、市场地位优势

根据"第17届全国市场销售领先品牌信息发布会"统计调查信息显示，公司"奥康"品牌男皮鞋荣列2012年度全国市场同类产品销售量第一名，国内女鞋市场集中度较高，市场竞争格局基本稳定，国内男鞋市场相对分散，行业集中度提升大势所趋，公司作为国内男鞋龙头与第一家男鞋上市公司，未来有望发挥龙头优势推进行业整合。

(4) 管理创新优势

2012年奥康国际登陆A股之后提出"整合创造时尚"的战略理念，从依靠差价获取利润向依靠效率获取利润转型。此外为应对行业发展趋势，决定从"品牌运营商"向"零售服务运营商"全面战略转型升级，并决定打造以"快"为特色的"时尚流水线"新商业模式，进一步深化物流供应链的改革，大力提升供应链的可靠性和服务质量。此外公司还启动"千人创业计划"、"金牌店长俱乐部"等重要经营举措，力求管理创新推进公司持续发展。

(5) 研发生产优势

公司设立奥康鞋类科技研究院和一流的数字化研发中心，建立了完整的产品研发和技术创新体系，先后研制出GPS定位鞋、计步鞋、纳米健康鞋、全掌透气鞋、减震鞋等一系列

功能产品。并相继荣获"浙江省高新技术研发中心、浙江省企业技术中心、浙江省专利示范企业"等称号。为灵活应对市场变化与需求,公司自主生产比例保持 40%以上,2012 年公司投入巨资从意大利等国引进先进生产设备进行技术改造,2012 年 9 月温州第一个采用世界一流生产线的制鞋"国际标杆工厂"建成投产,一流的生产设备有效提升了产品质量工艺与附加值。

二、董事会关于公司未来发展的讨论与分析

(一) 行业竞争格局和发展趋势

(1) 行业发展趋势

2012 年社会消费品零售总额为 207,167 亿元,同比增长 14.3%,较上年回落 2.8 个百分点,由于经济不明朗造成的消费者信心不足对消费品市场需求带来一定压力,鞋业整体销售收入与利润增幅出现较大波动,但从长远来看,随着经济温和复苏、居民收入水平提高与消费需求升级,行业仍将保持长期稳定增长的态势。二三线消费者对鞋类品牌消费的需求正在加强,品牌鞋企在品牌形象、产品升级及渠道等方面不断发展,市场占有率不断提升,中高端鞋业消费仍具有广阔的发展空间。

(2) 公司面临市场竞争格局

公司主要从事中高端皮鞋与皮具经营,国内鞋业总体竞争比较充分,国内和国际品牌众多。我国是世界上最大的鞋类制造国、出口国和消费国,国内品牌主要占据中端市场,高端品牌主要为欧美品牌,在消费群体最广泛的中档鞋市场中,女鞋市场较为集中,男鞋市场相对分散。随着国外知名品牌的进入与新兴品牌的崛起,国内鞋业竞争愈加激烈,本轮消费周期调整也将推进行业洗牌,一些研发投入少、品牌建设和渠道能力弱的企业发展难度加大,促使男鞋行业集中度提升。在这种情况下,上市品牌企业凭借其资金、品牌及管理等优势将获得更好的发展机会。

品牌鞋业公司经过前些年快速发展,单纯依靠外延扩张的发展形态已经不能适应未来的市场环境,行业企业纷纷向"零售商"转型,力求主动掌控终端实现新一轮的快速发展。而网购和商业地产的快速发展带来销售渠道的变革,国内中高端品牌在符合自身定位的二三线市场还有翻倍的渠道空间,而电子商务也正在成为未来鞋类品牌的第三大销售渠道,公司作为国内男鞋龙头,无论在外延还是内生增长上都有很大的发展空间。

(二) 公司发展战略

公司将坚持"整合创造时尚"的战略使命,以零售服务运营商作为战略定位,通过整合研产销供应链体系,建立和完善"时尚流水线"的商业模式,打造效益型、服务型、增长型的企业发展模式,成为中国鞋业零售服务运营商龙头企业,从而实现"百年奥康,全球品牌"的宏伟战略愿景。

(三) 经营计划

公司依托现有的全国销售网络、成熟的品牌运作能力、现有品牌的知名度和美誉度和优秀的终端管理能力等优势,坚持"效益第一,利润为王"为指导思想,向管理、经营要效益。通过强化供应链体系及终端管理体系建设,创新渠道模式,加大自主研发力度,提升软性制造效益,强化系统管理能力。

1、优化供应链,提升运营效率

按照公司战略规划将打造以"快"为特色的"时尚流水线",通过高度整合供应链打造反应快、设计快、运输快、上柜快、回笼快的运营系统。因此公司将继续引进世界一流制鞋设备,提升生产工艺;推进全国物流体系建设,2013 年重点建设上海华东物流配送基地;提高终端销售人员的服务水平,大力推行顾问式销售服务与精细化管理水平,提升单店盈利能力与服务水平;强化终端管理,以"人效、平效、钱效"360 度标准来考核终端发展能力。通过不断优化研发、生产、物流、销售等供应链体系,缩短订货周期,从而达到"小批次、零

库存"目标要求,提高整体运营效率。

2、加强研发创新

根据公司"快时尚流水线"的建设要求,通过价值链整合把价值创造的环节前移,由研发定义价值,公司 2013 年将加大研发创新和新产品的开发力度,在产品的款式工艺、材质选择、文化内涵上不断创新,提高产品附加值,并力推"24 小时研发"产品快速投放市场,使款式引导消费主流。同时,推广高端定制服务,为消费者提供更加便捷、时尚的消费体验,以满足消费者个性化需求。

此外,进一步研发升级"万利威德"产品,使产品的功能与材料更加符合中国消费者的需求,增强其产品在高端鞋类市场的美誉度,成为公司未来业绩提升的新增长点。

3、强化优势区域,攻坚弱势区域

华东等强势区域继续优化原有营销网络,加速优质门店的改造与升级,并大力推进小店换大店与经销商资源整合战略,巩固与强化市场地位。大力实施"网络拓展工程",按照新的商业模式加大招商力度,拉动营销全面升级。加大"康龙"品牌与"万利威德"商场的开拓力度。

华北、东北、华南等区域占比较低,市场尚未充分开发,提升空间巨大,在区域重点城市开设旗舰店,在一般城市开设形象店,提升公司品牌在该区域的形象与知名度,增强品牌辐射能力,同时加大对经销商发展支持力度,增强加盟商市场开拓与管理能力,实现经销渠道与直营渠道的齐头并进。

4、提升多品牌发展战略

公司将持续强化品牌营销和市场推广,不断巩固与提升品牌价值,借助强势品牌张力持续刺激市场需求。充分发挥男鞋龙头优势,通过并购或代理等多种方式完善差异化品牌体系建设,与现有几大自主品牌组建成能满足男鞋各个细分市场不同消费者差异化需求的品牌阵营,进一步控制销售渠道,实现强势到垄断的跨越。同时根据自身优势加强女鞋市场的拓展力度,实现互补协调发展。通过多品牌的战略,提高对消费者的覆盖力度,实现资源共享。

5、进一步推进销售渠道变革

鞋类销售模式逐渐由传统的"百货+街铺"逐渐演变成"百货、街铺、电商、购物中心"等多元销售渠道,公司根据消费渠道的变革,在现有业务及营销模式基础上逐步建立起一个全方位、多元化的现代化营销网络,给消费者提供便利的消费渠道,把握未来销售主动权。"奥康""康龙"等主要品牌加快对购物中心的布局;"万利威德"产品研发提升后,大力拓展商场、购物中心、机场等高端渠道。2012 年公司的电子商务发展迅猛,今年将继续加大电商平台投入,丰富鞋品款式,打造差异化多品牌电商品牌体系,提升物流速度与客户体验,打造电子商务核心能力。

6、优化内部管理,

公司根据监管部门与上交所的各项规定规范治理的同时,将进一步优化财务、审计、人力资源等管理机制,不断提升治理水平。优化员工激励措施,加大人才培养力度,提升员工的幸福感和归属感,提升公司人力资源水平。

(四) 因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求

公司通过首发融资解决了现阶段发展资金问题,目前公司现有资金可以满足现阶段日常经营和项目资金需求。公司将结合发展战略目标,制定切实可行的资金使用规划和实施计划,合理安排、使用资金。

(五) 可能面对的风险

1、人力成本及原材料价格上升的风险

近年来国内人力成本及原材料成本持续上升,沿海经济发达地区出现的用工紧缺现象又进一步助推了劳动力成本的上升,而国内鞋类原材料成本依然呈现上升趋势,而且在将来一段时间内人力成本上升和原材料成本上升的趋势依然会延续。这将直接和间接给企业经营

造成一定的压力。

2、价格竞争风险。

近来随着国内外经济形势低迷的影响，鞋类销售增速有所放缓，而国内鞋企竞争却日益激烈，势必会增加部分鞋业库存高压，2012 年已经出现了一定程度的市场价格战。未来快速消化库存，降低库存风险依然是鞋业将要面临的现实，未来有可能会更加激励的价格战，这将很大程度影响企业的经营，为企业造成一定的风险。

三、积极履行社会责任的工作情况

1、六年抗辩，完胜欧盟反倾销

公司从 2006 年 10 月开始代表行业上诉欧盟普通法院，要求撤销征收高额反倾销税决定，历经 6 年终于在 2012 年 11 月 18 日收到欧盟高等法院判决书，裁决奥康诉讼欧盟反倾销一案奥康胜诉，为中国企业赢得了尊严。商务部新闻发言人表示，奥康胜诉提振中国企业信心，起到了示范作用。

2、回报股东，服务社会

公司业绩持续快速增长，2012 年公司实现营业收入 345,510.95 万元，实现净利润 51,330.37 万元。公司在提升发展自身的同时，积极参与地方经济发展建设，为地方社会经济发展作出了较大的贡献，公司连续多年成为温州纳税大户。

公司长期倡导绿色环保，积极践行环境责任，公司通过建立 ISO14001 环境管理体系，贯彻《环境保护法》、《大气污染防治法》、《水污染防治法》等法律法规，通过对环境因素的识别、环境评估报告，制定了《方针目标管理程序》、《环境监测管理程序》，建立生态草坪土壤污水处理系统。

3、坚持诚信经营，维护投资者合法权益

公司本着“诚信、创新、人本、和谐”的核心价值观，严格遵守各项法律法规，认真履行信息披露的责任和义务，依法按时完成各项信息的披露，保证了投资者对公司重大事项和经营情况的知情权，维护了投资者的合法权益。并做好与证券监管机构、股东、证券中介机构与媒体等之间的关系，对投资者和媒体关心的问题及时进行沟通。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

本期公司出资设立奥康国际（上海）鞋业有限公司，于 2012 年 6 月 18 日办妥工商设立登记手续，并取得注册号为 310116002640082 的《企业法人营业执照》。该公司注册资本 50,000,000.00 元，公司出资 50,000,000.00 元，占其注册资本的 100.00%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

董事长：王振滔

浙江奥康鞋业股份有限公司

2013 年 4 月 26 日