证券代码:603001 证券简称:ST奥康 公告编号:临2024-034

浙江奥康鞋业股份有限公司 关于申请撤销公司股票其他风险警示的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示

● 根据《上海证券交易所股票上市规则》的有关规定,浙江奥康鞋业股份有限公司(以下简称“公司”)触及的其他风险警示情形已消除,公司已向上海证券交易所提出撤销其他风险警示申请。

● 上海证券交易所将根据《上海证券交易所股票上市规则》相关规定,根据实际情况,决定是否撤销对公司股票实施的其他风险警示,最终申请撤销情况以上海证券交易所审核意见为准,届时公司将及时履行信息披露义务,敬请广大投资者理性投资,注意投资风险。

一、公司被实施其他风险警示的基本情况

因公司《2022年度内部控制审计报告》(天健审〔2023〕7-357号)被天健会计师事务所(特殊普通合伙)出具了否定意见,根据《上海证券交易所股票上市规则》第9.8.1条的规定,公司股票自2023年4月27日起被实施其他风险警示,具体内容详见公司于2023年4月26日披露的《关于公司股票实施其他风险警示暨临时停牌的公告》(公告编号:临2023-005)。

二、公司申请撤销其他风险警示的情况

(一)关于公司2023年度内部控制审计的情况说明

根据《上海证券交易所股票上市规则》第9.8.7条规定,公司股票因第9.8.1条第一款第(三)项规定情形被实施其他风险警示后,公司内部控制缺陷整改完成,内控有效运行,向本所申请撤销对其股票实施的其他风险警示的,应当披露会计师事务所对其最近一个会计年度财务报告出具的标准无保留意见的内部控制审计报告。

2023年度,公司内部控制缺陷整改已完成,内控有效运行,天健会计师事务所(特殊普通合伙)为公司2023年度内部控制出具了标准无保留意见的《内部控制审计报告》(天健审〔2024〕7-222号)以及《关于公司2022年度出具非标准审计意见的内部控制审计报告所涉及事项在 2023 年度消除情况的专项说明》(天健函〔2024〕7-41号),公司2022年度内部控制审计报告否定意见所涉及事项影响已消除。

(二)关于公司立案调查的情况说明

2024年3月15日,公司及公司实际控制人王振滔先生收到中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)下发的《立案告知书》(证监立案字 01120240008 号、证监立案字 01120240009号),因涉嫌信息披露违法违规,根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国行政处罚法》等相关法律法规,中国证监会决定对公司、王振滔先生立案。

2024年5月16日,中国证监会浙江监管局下发《行政处罚决定书》([2024]17号),浙江监管局就公司实际控制人及其关联方非经营性资金占用事项及关联交易未披露事项对公司责令改正,给予警告,并处以300万元罚款;对实际控制人王振滔给予警告,并处以300万元罚款;对董事兼总裁王进权给予警告,并处以80万元罚款;对董事会秘书兼财务负责人翁衡给予警告,并处以80万元罚款。依据《行政处罚决定书》,本次涉及公司的立案事项已调查、审理终结。《行政处罚决定书》认定的本次涉及信息披露违法违规的行为未触及《上海证券交易所股票上市规则》规定的重大违法类强制退市情形。截至本公告日,公司及相关责任人已向中国证监会缴纳相应罚款。

(三)关于公司整改措施的情况说明

1.归还占用资金及停止关联交易

对于资金占用,王振滔已通过奥康集团有限公司(以下简称“奥康集团”)于2023年4月归还占用款项。对于关联方转移资源或义务形成的关联交易,截至2023年4月14日,相关关联交易已停止开展。对于相关资金占用及关联交易产生的利息,王振滔已通过奥康集团于2024年3月28日前归还。

2.加强对资金支付的审批管理工作,修改完善货币资金管理制度

针对公司非经营性资金占用的情形,相关资金的收付主要系利用了串标准付款流程而发生,因此公司已严控付款流程,避免非标准付款流程情形的再次发生,杜绝出现未按权限逐级审批而直接支付的情形。公司现已严格按照标准流程执行资金支付逐级审批。同时,公司规范各财务人员专岗专职,并对《货币资金管理制度》进行修订,新增“第四章的止资金占用的管理”以强调控股股东、实际控制人及其他关联方不得以任何方式侵占公司利益,控股股东、实际控制人不得以任何方式违法违规占用公司资金,损害公司和其他股东的合法权益。此外,公司同确定资金审批程序与职责权限,并通过信息系统规范资金使用流程,公司在与外采供应商议价时给予其一定的利润,导致采购成本略高于自产成本所致。

3.分业务板块列示报告期内前十大客户主要情况及业务往来情况

2023年度,公司前十大客户主要情况及业务往来情况如下:

单位:万元

序号	客户名称	收入金额	性质	是否为关联方
1	客户A	28,305.51	团购客户	否
2	郑州康嘿商贸有限公司	3,061.81	经销商	否
3	宁波市海曙奥鸿鞋业有限公司	2,987.39	经销商	否
4	芜湖踏燕商贸有限公司	2,502.81	经销商	否
5	武汉德楚力动商贸有限公司	2,198.04	经销商	否
6	云南双瑞商贸有限公司	2,021.16	经销商	否
7	温州路客贸易有限公司	2,017.54	电商经销商	否
8	济南辉繁商贸有限公司	1,990.58	经销商	否
9	沈阳康健德商贸有限公司	1,840.31	经销商	否
10	永嘉县嘉熙贸易有限公司	1,744.64	电商经销商	否
合 计		48,669.80		
占收入比例		15.77%		

(2)结合行业趋势、公司所处行业地位、同行业可比公司情况、主要产品毛利率情况等,定量分析报告期内公司营收上涨但净利润持续亏损的主要原因,收入变动是否符合行业趋势,并提示相关风险。

近年来,公司所处的皮鞋行业面临市场竞争的加剧和运动趋势对消费者习惯的影响以及宏观环境对零售行业造成较大冲击等多重不利影响,加之人工成本等相关成本费用持续上涨,使得整个行业持续承压,经营利润持续收窄并出现大面积亏损情形。公司在行业困境之时率先进行变革,自2021年开始围绕“更舒适的男士皮鞋”的全新定位持续多维度地推进品牌焕新策略,在广告、业务宣传以及新产品研发费用方面持续进行较大金额的投入。2023年度,随着宏观环境转好,整个行业有所恢复,公司与同行业可比公司的收入和主要产品毛利率均有所上升,大幅减亏或实现盈利。由于公司品牌焕新策略持续进行,推广费用和新产品研发费用方面持续进行较大金额投入,收入增加和毛利率上涨带来的毛利增加仍不足以完全覆盖各项成本费用,导致公司净利润持续亏损。若公司压缩广告、业务宣传费保持与同行业可比公司平均水平一致,同时剔除股份支付的影响,则公司在2023年度可实现盈利。但若人工成本、营销成本、制造成本不断攀升,市场推广和自营门店投入增加可能导致公司短期经营收益下降的风险。具体分析如下:

1.行业趋势、公司所处行业地位

近年来,皮鞋行业市场竞争的加剧和消费者习惯的演变,迫使制鞋企业不断寻求市场空间的拓展并探索新市场。伴随着国内消费者对鞋类产品关注度的提升,市场上日益明显的消费分级现象逐渐凸显。同时,运动趋势对现代生活方式的深入影响推动了运动休闲鞋的多场景应用,并对传统的皮鞋品类造成了替代性影响。国际品牌在响应趋势的同时,将产品线更多地偏向休闲鞋履。尽管商务场合对皮鞋的刚需仍然存在,但长期以来皮鞋行业内国产品牌主要集中在低端市场,而高端市场大多被国际品牌所垄断。然而,随着国内少数皮鞋品牌开始围绕消费者需求进行品牌革新,成功打破了国内品牌在中高端市场的缺位局面,并带动行业结构性的调整。

消费者尤其是中产群体,随着收入水平的提高,对于皮鞋的品质追求也日益强烈,这促使他们在寻求皮鞋的舒适度、品质感和设计感时拥有更加多元化的需求。数字经济和电子商务的持续完善,加上社交平台的兴起,为国产品牌与新一代消费者建立更加快速和多样化的连接渠道提供了可能。国潮风的持续热潮也让国货品牌在与国际品牌的竞争中逐渐赢得了年轻消费者的认可,并提升了国内品牌的市场份额。

公司主品牌奥康,通过对市场趋势的深入理解,并专注于“更舒适的男士皮鞋”战略的探索与实践,致力于满足消费者对于舒适感、时尚感、科技感的高品质要求,解决顾客穿着皮鞋时的不适,通过不断革新的产品设计使奥康品牌成为了国内皮鞋行业结构性调整和升级转型中一个值得关注的亮点。

2.同行业可比公司对比分析

同行业可比公司2023年度收入及净利润变动情况如下:

单位:万元

公司名称	收入			净利润		
	2023年度	2022年度	增长率	2023年度	2022年度	变动
红蜻蜓	246,856.37	225,132.77	9.65%	7,159.77	-3,425.15	309.04%
天创时尚	127,360.22	127,279.55	0.06%	-2,806.40	-17,871.78	84.30%
哈森股份	81,188.79	76,563.87	6.04%	150.33	-15,620.91	100.96%
平均值	/	/	5.25%	/	/	164.76%
公司	308,605.55	275,413.58	12.05%	-9,436.62	-37,641.08	74.93%

注:同行业可比上市公司的选取标准为2023年度鞋类销售金额占比超过50%且面对终端消费者的销售收入占比超过50%

如上表所示,2023年度,公司收入、净利润均较2022年度上涨,该等变动整体趋势与同行业可比公司一致。对于各公司收入、净利润增长幅度的差异,主要受各公司销售渠道不同的影响。同行业可比公司2023年度主营业务按销售渠道收入占比及毛利率如下:

销售渠道	红蜻蜓		天创时尚[注1]		哈森股份		公司	
	收入占比	收入变动	收入占比	收入变动	收入占比	收入变动	收入占比	收入变动
直营(含线上销售)	51.85%	17.68%	91.34%	6.06%	94.83%	11.46%	68.07%	12.84%
经销(加盟)	38.97%	-2.48%	8.66%	-1.00%	4.33%	-4.88%	17.93%	4.66%
团购	9.17%[注2]	6.14%					13.53%	21.18%
其他					0.84%	-81.96%	0.46%	-28.51%
合计	100.00%	7.91%	100.00%	5.41%	100.00%	6.06%	100.00%	12.01%

[注1]天创时尚收入数据为其鞋、包及其他收入数据,未包含其占主营业务收入0.94%的互联网数字营销业务收入

[注2]红蜻蜓2023年年报未披露团购业务相关收入,根据红蜻蜓2022年年报披露的分销售模式收入,除直营、经销外红蜻蜓其他销售模式主要为团购和商场,但团购占比更高,为方便对比分析,将红蜻蜓其他销售模式的收入均列示在团购业务中

如上表所示,公司主营业务收入增长幅度高于红蜻蜓,主要系红蜻蜓收入占比38.97%的经销收入本期有所下降,而公司经销收入占比偏低为17.93%且小幅上升,对于直营销售,红蜻蜓收入增幅高于公司,公司直营销售收入增幅与哈森股份相当,同时公司销售占比高于同行业可比公司的团购业务收入增幅亦高于红蜻蜓及其他公司,因各公司不同销售渠道的收入增幅不同,导致各公司收入增幅不同。对于净利润的波动,因公司推进品牌焕新策略在广告、业务宣传方面的投入高于同行业平均水平,导致公司净利润波动低于同行业可比公司,但减亏的趋势与同行业一致。

3.主要产品毛利率情况

2023年度,公司主要产品毛利率及其变动情况如下:

主要产品	2023年度	2022年度	变动
男鞋	43.18%	41.22%	增加1.96个百分点
女鞋	42.52%	40.93%	增加1.59个百分点
皮具	46.54%	45.05%	增加1.49个百分点
合 计	43.23%	41.38%	增加1.85个百分点

如上表所示,2023年度,公司主要产品毛利率较上年度均上涨,主要系2023年度线下经营环境转好所致。公司产品毛利率与同行业可比公司对比如下:

公司名称	毛利率		
	2023年度	2022年度	变动
红蜻蜓	36.86%	34.95%	1.91%
天创时尚	62.09%	58.27%	3.72%
哈森股份	55.00%	48.97%	6.03%
平均值	51.32%	47.43%	3.89%
公司	43.73%	41.92%	1.81%

如上表所示,公司产品毛利率增长趋势与同行业可比公司一致。公司、红蜻蜓产品毛利率低于同行业可比公司平均水平主要系公司、红蜻蜓毛利相对偏低的经销、团购业务占比高于以直营、线上销售为主的天创时尚、哈森股份。

4.报告期内公司营收上涨但净利润持续亏损的主要原因

如上所述的行业趋势,近年来,公司所处的皮鞋行业面临市场竞争的加剧和运动趋势对消费者习惯的影响以及整体经济环境等多重不利影响,加之人工成本等相关成本费用持续上涨,使得整个行业持续承压,经营利润持续收窄并出现大面积亏损情形。

因此,制鞋企业需不断寻求市场空间的拓展并探索新的发展方向。面对国内相关环境因素影响,市场可选消费的需求受到较大抑制,品牌活动投入与转化亦会受到一定限制,行业市场中一些品牌选择保守或收缩的预算策略,公司认为在此期间品牌的焕新行为和声量更具力度。因此公司自2021年开始围绕“更舒适的男士皮鞋”的全新定位持续多维度地推进品牌焕新策略,使得公司的广告、业务宣传以及新产品研发费用投入较大。由于品牌焕新战略的落地是长期多维的系统工程,从品牌发起行为到消费者认知接收、到最终市场的量价转化均需要一定的时间周期,2023年度虽公司收入有所增加,但收入增加和毛利率上涨带来的毛利增加仍不足以完全覆盖各项成本费用,导致公司净利润持续亏损。公司及同行业可比公司销售费用主要构成及分析如下:

单位:万元

公司名称	红蜻蜓			天创时尚		
	金额	占销售费用比例	占营业收入比例	金额	占销售费用比例	占营业收入比例
职工薪酬	13,824.84	26.23%	5.60%	21,177.40	35.59%	16.63%
广告业务宣传费	8,212.88	15.58%	3.33%	6,349.13	10.67%	4.99%
服务费(佣金)	11,806.67	22.40%	4.78%	24,387.28	40.99%	19.15%
租赁及折旧与摊销	12,767.08	24.22%	5.17%	3,182.31	5.35%	2.50%
合 计	46,611.47	88.44%	18.88%	55,096.12	92.60%	43.26%

(续上表)

公司名称	哈森股份			公司		
	金额	占销售费用比例	占营业收入比例	金额	占销售费用比例	占营业收入比例
职工薪酬	25,862.04	66.08%	31.85%	24,417.05	21.26%	7.91%
广告业务宣传费	7,264.01	18.56%	8.95%	20,976.86	18.26%	6.80%
服务费(佣金)				22,409.22	19.51%	7.26%
租赁及折旧与摊销	3,741.16	9.56%	4.61%	37,703.08	32.24%	12.00%
合 计	36,867.21	94.20%	45.41%	104,834.01	91.26%	33.97%

注:哈森股份广告宣传费中含商场促销费,但同行业其他公司不含商场促销费

如上表所示,公司及同行业可比公司销售费用主要投入在职工薪酬、广告业务宣传、租赁、服务费(含佣金等)等方面,而职工薪酬、租赁、服务费相对为固定费用,因哈森股份广告宣传费中含商场促销费而其他公司此部分费用单独计入商场费用或其他费用导致哈森股份广告宣传费占营业收入的比例偏高,剔除哈森股份广告宣传费占比后,同行业可比公司广告宣传费占营业收入比例为4.16%,若公司压缩广告、业务宣传费保持与同行业可比公司平均水平一致,同时考虑未来将不存在的股份支付的影响,则公司在2023年度可实现盈利。具体量化分析如下:

单位:万元

项 目	公司
收入	308,605.55
毛利	134,963.79
利润总额(A)	-9,181.10
销售费用	114,872.80
其中:广告费和业务宣传费支出	20,976.86
若广告费和业务宣传费支出保持与同行业可比公司平均水平一致对利润总额的影响(B)	8,138.87
股份支付对利润总额的影响(C)	1,165.99
若广告费和业务宣传费支出保持与同行业可比公司平均水平一致且剔除未来将不存在的股份支付的影响后利润总额(D=A+B+C)	123.76

随着人工成本、营销成本、制造成本的不断攀升,市场推广和自营门店投入增加可能导致公司营业收入增长但短期经营收益下降的风险。公司将通过不断革新的产品设计,提高产品质量和品质特色,同时优化企业的资金结构和运营模式,降低企业的运营成本,降低经营收益下降的风险,提高公司的盈利能力。

(3)结合公司实际业务开展情况、收入结算模式、成本确认方式以及同行业可比公司情况等,说明公司净利润季度波动较大的原因及合理性。

公司业务主要为通过线下门店、线上平台以及经销商等渠道向终端消费者销售鞋类产品,同时向企事业单位销售定制鞋即团购业务。收入结算模式详见本说明(1)1.③之说明,销售成本在收入确认的同时进行结转。

2023年度公司与同行业可比公司的季度营业收入、净利润波动情况如下:

单位:万元

项 目	公司名称	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	红蜻蜓	60,434.22	63,947.70	62,550.23	59,924.22
	天创时尚	32,078.90	33,734.16	28,643.90	32,903.26
	哈森股份	18,376.75	21,165.34	17,747.52	23,899.18
	公司	89,648.03	74,797.20	68,029.87	76,130.45
净利润	红蜻蜓	1,973.07	1,680.28	903.97	2,602.45
	天创时尚	-1,308.56	62.25	-510.48	-1,049.61
	哈森股份	-1,252.97	1,568.14	-87.51	-77.33
	公司	4,067.47	-3,215.80	-9,940.21	-348.08

公司所处行业本身具有一定的季节性,第一季度由于有春节因素,属于消费旺季,第二季度和第三季度销售收入相对较小,第四季度由于冬季鞋款的单价较高,因此第四季度的销售收入占比相对较高,整体呈现由第一季度和第四季度的销售占比较高、第二季度和第三季度销售占比较低的季节性特征。而具体到各公司季节性的特征存在差异,主要受各公司销售地区、