

浙江奥康鞋业股份有限公司关于对上海证券交易关于公司 2019 年年度报告的信息披露监管问询函的回复公告

证券代码:603001 证券简称:奥康国际 公告编号:临 2020-028

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。

浙江奥康鞋业股份有限公司(以下简称“公司”)于2020年5月25日收到上海证券交易关于上市公司监管一部下发的《关于浙江奥康鞋业股份有限公司2019年年度报告信息披露监管问询函》(上证公函[2020]0575号)(以下简称“《问询函》”),根据《问询函》的要求,公司对相关事项逐项进行了核查、分析。本说明中部分合计数据或数值直接相加之和若在尾数上存在差异的,为四舍五入所致。现将回复内容公告如下:

一、年报披露,公司主营业务为男鞋、女鞋及皮具的研发、生产及销售。生产采用自产及外采相结合的方式,其中自产产品数量占比 36.77%。外采产品数量占比 63.23%。本期男鞋产量及库存增加,女鞋产量同比增加 21.99%。男鞋销量增加 0.50%,库存增加 24.60%。请公司补充披露:(1)男鞋三类产品分别列示自产及外采的产品数量及同比变动情况;(2)结合自产产品和外采产品的成本结构,说明采用外采为主、自产为辅的生产模式的主要原因;(3)结合三类产品的市场占有率、公司说明公司的主要竞争优势;(4)进一步说明女鞋产量和库存量增加的原因,公司为控制库存采取的措施和效果。

公司回复: (一)三类产品分别列示自产及外采的产品数量及同比变动情况 公司男鞋、女鞋、皮具产品自产及外采数量同期变动情况如下: 单位:万件/万件

Table with columns: 产品, 2019年 (自产, 外采, 小计), 2018年 (自产, 外采, 小计), 变动比例 (自产, 外采, 小计). Rows include 男鞋, 女鞋, 皮具, 合计.

公司的存货成本(含自产和外采)与产品的销量,市场需求直接相关。本期男鞋销量有所下降,相应地减少男鞋的生产产品数量;公司整体销量下降 10.41%的情况下,女鞋销量增长 21.99%,主要得益于近年来公司品牌推广投入,发力于女鞋产品,丰富了公司女鞋产品品类,且第四季度提前春节备货增加采购,加之部分自有品牌女鞋自产转为外采,致使自产产品销量下降 16.99%。运动品牌女鞋均为外采,导致本期女鞋外采数量较上期增长 62.43%。(二)结合自产产品和外采产品的成本结构,说明采用外采为主、自产为辅的生产模式的主要原因

1. 自产产品和外采产品的成本结构 公司自产产品和外采产品单位成本情况如下: 单位:万元(双)/万元

Table with columns: 产品, 2019年 (数量, 单位成本, 金额), 2018年 (数量, 单位成本, 金额). Rows include 男鞋, 其中:运动品牌, 自有品牌, 女鞋, 其中:运动品牌, 自有品牌, 皮具, 合计.

(续上表) 2018年 产品 自产 外采 数量 单位成本(元) 金额 数量 单位成本(元) 金额

Table with columns: 产品, 2018年 (数量, 单位成本, 金额). Rows include 男鞋, 其中:运动品牌, 自有品牌, 女鞋, 其中:运动品牌, 自有品牌, 皮具, 合计.

公司自产产品单位成本应综合考虑管理成本情况,2019年度综合管理成本后男鞋产品单位成本为 105.21 元/双、女鞋产品单位成本为 80.92 元/双,2018年度综合管理成本后男鞋产品单位成本为 108.45 元/双、女鞋产品单位成本为 76.42 元/双。上述自产和外采单位成本显示,外采成本综合考虑管理成本后的自产成本,因此本因素不成为公司采用外采为主的主要原因。公司采用外采为主、自产为辅的生产模式的主要原因如下: (1)随着休闲运动潮流逐渐升温,消费者对舒适性、时尚性及个性化产品、运动鞋和休闲服饰需求增长,公司逐步开始与国际、国内知名运动品牌的代理合作,该等运动品牌产品由品牌方提供,公司向品牌方进行外采;

(2)近年来公司围绕“轻资产”运营策略,降低生产领域内固定资产投资,注重于研发投入与品牌推广,增强品牌竞争力,强化产品市场竞争力。公司近三年自产比例逐年下降,符合公司整体战略规划,同时考虑到温州鞋业产业链较为完善,因此公司逐步加大外采的比例; (3)2019年公司聚焦产品品类化,与央视“人民日报”栏目、“人民日报”等知名IP达成联合合作,联手外部知名鞋类设计师研发联名鞋款,其特殊工艺需由指定外采供应商生产,使得外采产品比例进一步增加;

(4)公司自成立以来秉承研发驱动,皮具类产品一直采取外采模式。(二)结合三类产品的市场占有率,说明各产品的竞争优势 1. 鞋类产品 根据中国轻工业网数据,2019年度全国制鞋业营业收入为 6,846.78 亿元,公司男、女鞋市场占有率约 0.36%;2018 年度全国制鞋业营业收入为 6,709.24 亿元,公司男、女鞋市场占有率约 0.41%;2019 年市场占有率下降的主要原因系随着休闲运动潮流逐渐升温,消费者对舒适性、时尚性及个性化产品、运动鞋和休闲服饰需求的增长在一定程度上倒逼鞋企加大研发投入,因消费群体需求的变化,公司近年来在专注传统鞋品的前提下,也在逐步加大对休闲运动类产品的发展。

根据调研咨询发布的《2019-2025 年中国休闲鞋行业市场分析与发展战略咨询研究报告》,公司男鞋位列于 2019 年度中国十大男鞋品牌之一,公司拥有自主品牌“奥康”、“康龙”以及自 2015 年以来陆续代理美国运动休闲品牌“斯凯奇”和德国时尚运动品牌“彪马”,并与比利时鞋服巨头 Corima 以及国际休闲用品零售巨头 INTERSPORT 达成战略合作。公司产品以产品品类化为核心,推出“百搭”、“百搭”、“舒适”、“山姆”、“康康”等系列产品,并结合儿童、儿童和孕妇产等特殊人群的人性化需求,有针对性地开展相关产品,提高产品附加值。

因消费群体、需求,女鞋市场消费的可选性强于男鞋,且流行趋势变化快,男鞋和女鞋品牌化发展过程中存在品类差异,女鞋品牌起步速度要快于男鞋,而公司作为男鞋品牌起家,故女鞋产品在全国市场占有率较高。近年来公司一直致力于优化女鞋产品,通过加大商品投入,全面提升产品品质,提升设计,采用更加优质的产品,鞋鞋研发产品分类组,搭建国际设计平台,实现国内设计资源及时共享,增强了女鞋产品的时尚性和功能性。

2. 皮具 根据中国轻工业网数据,2019 年度全国皮革制品制造业营业收入为 2,671.03 亿元,公司皮具市场占有率约 0.08%;2018 年度全国皮革制品制造业营业收入为 2,730.52 亿元,公司皮具市场占有率约 0.10%。整体皮具市场占有率下降趋势,主要系消费者消费喜好转变及环保力度加强,导致皮革制品产品销量下降。为满足消费者对日益增长的消费需求,公司不断丰富产品品类,逐渐调整产品结构,扭转皮具销量下降趋势。

四、进一步说明女鞋产量和库存量增加的原因,公司为控制库存采取的措施和效果 1. 女鞋产量和库存量增加的原因 公司女鞋产品产量和库存量同期变动情况如下: 单位:万件

Table with columns: 项目, 2019年, 变动比例, 2018年, 变动比例, 2017年, 变动比例. Rows include 产量, 销售量, 库存量.

上表显示,女鞋 2019 年销量同比增长 0.50%,而生产量较同期增长 21.99%。因生产量大于销售量导致女鞋 2019 年库存同比增加 24.60%。主要原因系:(1)在 2019 年度销售总量下滑的情况下,女鞋略有余量,得益于公司丰富了女鞋品类,加大女鞋采购量,增强市场竞争力;(2)2018 年公司通过控制采购规模和消化库存的方式,致使 2018 年期末女鞋库存较 2018 年初下降 20.67%,从而导致 2019 年库存量较上年同期增长幅度较大。

2. 公司控制库存的措施和效果 为控制库存保持良性,公司从源头上对每季订货的商品进行合理规划,订货过程前置推进,并整合优化相应订单,通过与唯品会、拼多多、爱库存等多个社交电商平台合作,借助平台资源提升全渠道消化。 2019 年各渠道库存消化情况如下: 单位:双

Table with columns: 渠道, 类别, 总销量, 其中:女鞋销量, 女鞋销量占库存比例. Rows include 线下, 线上, 线下, 合计.

通过以上渠道,公司 2019 年度共消化 14.35 万双女鞋,取得了一定的效果。针对上述事项,我们执行了以下核查程序: 1. 访谈公司相关负责人,以了解外采为主、自产为辅的生产模式为控制库存采取的措施和效果等; 2. 获取并复核公司自产和外采产品成本数据; 3. 分析女鞋产量和库存量增加的原因,结合女鞋的实际销售情况印证该等原因是否真实、合理。

经核查,我们认为:公司以外采为主、自产为辅的模式与公司实际经营情况和战略规划相符;女鞋产量和库存增加主要系公司为丰富女鞋品类、增强女鞋产品市场竞争力及运动品牌销量持续增加所致;公司已采取一系列措施控制库存保持良性。 二、年报披露,公司报告期实现营业收入 27.26 亿元,同比下降 10.41%。经营活动产生的现金流量净额 1.11 亿元,同比减少 65.16%。主要因销售商品、提供劳务收到的现金同比下降 7.23%的情况下,购买商品、接受劳务支付的现金同比增长 4.92%。请公司补充披露:(1)报告期内前五大供应商名称、采购金额及占比变动情况;(2)在营业收入及销售量增加,提供劳务收到的现金同比下降的情况下,购买商品、接受劳务支付的现金增长的原因及合理性。 公司回复: (一)报告期内前五大供应商名称、采购金额、采购金额占比变动情况 排名 供应商名称 采购产品名称 2019 年采购金额 2018 年采购金额 增长率 增长率

Table with columns: 排名, 供应商名称, 采购产品名称, 2019 年采购金额, 2018 年采购金额, 增长率, 增长率. Rows include 第一名, 第二名, 第三名, 第四名, 第五名, 合计.

(注):达孜利德泰商有限公司与霍尔果斯斯凯奇鞋业股份有限公司为斯凯奇品牌

供应商,2018 年因品牌合作方法主体由达孜利德泰商有限公司变更为霍尔果斯斯凯奇鞋业股份有限公司,为更高效采购,此处从二者的采购金额合计列示。

报告期内,公司前五大供应商采购金额 42,301.82 万元,占年度采购总额 25.16%。其中,第一名、第四名均为斯凯奇品牌供应商,本年度两供应商合计采购额较 2018 年增加 6,312.25 万元,增长 40.42%。与斯凯奇品牌采购额较上期同比增长 25.13%相匹配;第二名、第三名主要为公司自有品牌产品供应商,本期奥康、康龙两品牌的合计销售额较上期下降 14.42%。本期采购额下降与两品牌销售额下降相匹配;第五名供应商系公司自有品牌主材皮料的供应商,该供应商生产的皮料为公司主辅料的原材料,且本期采购单价比去年同期有所下降,故向该供应商的采购额有所增加。

(二)在营业收入及销售商品、提供劳务收到的现金同比下降的情况下,购买商品、接受劳务支付的现金增长的原因及合理性 在营业收入及销售量增加,提供劳务收到的现金同比下降的情况下,购买商品、接受劳务支付的现金本期增长 7,980.09 万元,主要原因如下: 1. 公司代理美国运动休闲品牌“斯凯奇”和德国时尚运动品牌“彪马”及运动品牌、运动品牌供应商商品采购模式为期货订货制,货款需预付,报告期内采购商品品牌同比增长 25.13%,其他品牌销售增长 41.30%(其主要为彪马品牌销售增长);在销售规模日渐增长的情况下,为确保供应充足,公司向上述运动品类的采购量,本期采购额较上年同期增加 8,562.93 万元,从而增加报告期末商品的现金流出;

2. 除货款现款和预付货款的供应商外,其他供应商的结算周期亦长,但公司为了提高采购的市场竞争力,吸引优质供应商,2019 年取消供应商票据结算业务,全部统一按结算周期现款结算,缩短了现金支出周期,报告期内应付票据减少金额为 7,912.05 万元,从而增加报告期末商品的现金流出。 针对上述事项,我们执行了以下核查程序: 1. 获取报告期内前五大供应商名称、采购产品、采购金额等信息,分析同比变动情况;获取采购合同,了解主要合同条款,抽样检查送货单等信息; 2. 访谈公司管理层,了解购买商品、接受劳务支付的现金增长的原因及合理性。

经核查,我们认为:报告期内,公司前五大供应商间买卖金额较大的原因主要系公司向大斯凯奇品牌产品的采购量所致;在营业收入及销售量增长,提供劳务收到的现金同比下降的情况下,购买商品、接受劳务支付的现金增长,主要系随着运动品牌的销量增加公司加大了运动品牌产品的采购,由于该等运动品牌的采购需提前预付货款,以及公司不再使用票据结算方式所致,具有合理性。 三、年报披露,报告期内销售费用 4.58 亿元,其中,销售人员薪酬 1.0 亿元,同比增长 10.11%。销售人员薪酬人数同比下降 16.27%。销售人员平均薪酬同比增长 31.51%。广告费用 2367 万元,同比增长 30.35%。请公司补充披露:(1)销售人员平均薪酬较大幅度增长的原因及合理性;(2)结合广告营销的策略、受众及具体效果,说明在营业收入下降的情况下,广告费用较大幅度增长的原因及合理性。

公司回复: (一)销售人员平均薪酬较大幅度增长的原因及合理性 2018 年度和 2019 年度销售人员月人均人数如下: 单位:人

Table with columns: 月份, 2019年度, 2018年度. Rows include 1月份, 2月份, 3月份, 4月份, 5月份, 6月份, 7月份, 8月份, 9月份, 10月份, 11月份, 12月份, 全年月平均人数.

报告期内,公司销售费用-职工薪酬 1.10 亿元,同比增长 10.11%。从期末员工构成来看,销售人员人数较同比下降 16.27%,但从全年分月平均的销售人员数据来看,2019 年和 2018 年分别为 2,127 人和 2,187 人,销售人员人数同期相比未出现明显下降,本期薪酬增幅主要系以下原因所致: 1. 公司正常的薪资调整:公司为保持员工的稳定性,保证公司可持续发展,减少人员流失带来的损失,公司每年会根据员工的工龄、绩效考核情况等给予一定比例或金额的调薪;

2. 公司为适应市场环境及消费者消费习惯变化,对营销体系架构做了调整和优化,于 2019 年下半年开始优化优化人员结构,淘汰销售体系绩差的人员,引进销售体系绩优的人员,薪酬水平随之提高,导致产生了一些薪酬替代,人均薪酬较前一年的占比持续提升,人均薪酬较前一年占比提升; (二)结合广告营销的策略、受众及具体效果,说明在营业收入下降情况下,广告费用较大幅度增长的原因及合理性 在阔化的零售业态及步入消费升级时代中,80,90 后甚至 00 后成为主流消费人群,内容营销已成为影响消费者选择的重要手段。因此,2019 年公司战略层面上加大了品牌年轻化转型升级,广告营销聚焦于塑造产品功能性与时尚性特点,着力于品牌传播与营销提升。

2019 年度,公司营销经营计划中已经明确致力于品牌年轻化,通过 IP 联名、科技赋能等方式,提升产品的舒适性、实用性,加速品牌年轻化的进程。广告费用投入金额控制在公司 2019 年度的经营预算范围内,符合公司年度经营计划。 2019 年度广告费用较 2018 年度广告费用增长 30.35%、增长金额为 551.00 万元,主要是 2019 年度广告费用增加所致,同时考虑到温州鞋业产业链较为完善,因此公司逐步加大外采的比例; (二)结合广告营销的策略、受众及具体效果,说明在营业收入下降情况下,广告费用较大幅度增长的原因及合理性

在阔化的零售业态及步入消费升级时代中,80,90 后甚至 00 后成为主流消费人群,内容营销已成为影响消费者选择的重要手段。因此,2019 年公司战略层面上加大了品牌年轻化转型升级,广告营销聚焦于塑造产品功能性与时尚性特点,着力于品牌传播与营销提升。

2019 年度,公司营销经营计划中已经明确致力于品牌年轻化,通过 IP 联名、科技赋能等方式,提升产品的舒适性、实用性,加速品牌年轻化的进程。广告费用投入金额控制在公司 2019 年度的经营预算范围内,符合公司年度经营计划。 2019 年度广告费用较 2018 年度广告费用增长 30.35%、增长金额为 551.00 万元,主要是 2019 年度广告费用增加所致,同时考虑到温州鞋业产业链较为完善,因此公司逐步加大外采的比例; (二)结合广告营销的策略、受众及具体效果,说明在营业收入下降情况下,广告费用较大幅度增长的原因及合理性

在阔化的零售业态及步入消费升级时代中,80,90 后甚至 00 后成为主流消费人群,内容营销已成为影响消费者选择的重要手段。因此,2019 年公司战略层面上加大了品牌年轻化转型升级,广告营销聚焦于塑造产品功能性与时尚性特点,着力于品牌传播与营销提升。

Table with columns: 营销项目, 营销形式, 金额, 占 2019 年度广告费比例, 具体效果. Rows include 央视“人民日报”品牌栏目广告, 联合“人民日报”品牌栏目广告, [注]:2019 年 6 月 22 日,公司与北京路路科技文化有限公司签订“广告”代理合同,委托其在代理代理奥康 2019 年(时尚中国第二季)广告制作推广支持广告。

针对上述事项,我们执行了以下核查程序: 1. 访谈公司管理层,了解购买商品、接受劳务支付的现金增长的原因及合理性;获取公司 2018 年度和 2019 年度销售人员月人均人数,计算全年分月人均人数,测算使用分月人均人数后的均薪酬水平; 2. 获取大供应商合同,对广告费用的摊销进行重新计算; 3. 访谈公司品牌部门负责人,了解公司的广告营销策略、受众及具体效果,商品、广告费用投入金额控制在公司 2019 年度的经营预算范围内,符合公司年度经营计划。

经核查,我们认为:报告期内,公司前五大供应商间买卖金额较大的原因主要系公司向大斯凯奇品牌产品的采购量所致;在营业收入及销售量增长,提供劳务收到的现金同比下降的情况下,购买商品、接受劳务支付的现金增长,主要系随着运动品牌的销量增加公司加大了运动品牌产品的采购,由于该等运动品牌的采购需提前预付货款,以及公司不再使用票据结算方式所致,具有合理性。 三、年报披露,截至期末,公司在越南拥有 36 家专卖店,其中报告期内新开 11 家,关闭 3 家。报告期内上述海外门店分布及店效情况:(2)境外门店开设、调整、优化计划及实施进展,以及对应的计划投入及实际投入情况。 公司回复: (一)海外门店分布及店效情况 1. 2019 年度海外外销商品门店分布如下: 单位:万元

Table with columns: 国家, 区域, 2019 年末门店数(家), 新开门店(家), 关闭门店(家). Rows include 越南, 北部, 中部, 南部, 合计.

注:1. 境外门店开设、调整、优化计划及实施进展,以及对应的计划投入及实际投入情况 1. 境外门店开设计划、实施进展及投入情况 公司将现有海外经营策略的基础上,通过经销商加盟的方式,进一步挖掘海外市场的潜力,提高公司在海外市场的竞争力。越南地区经销商于 2019 年新开 11 家门店,公司截至 2019 年 12 月 31 日,在越南拥有 36 家专卖店,其中报告期内新开 11 家门店,关闭 3 家门店。门店精准选址于一线城市核心商圈,预计将赠送价值约 100 万元的店头广告。越南地区网络未能在短期内完善。

2. 门店调整、优化计划及投入情况 2019 年度,公司对越南地区 2 家门店进行了形象升级改造,合计赠送 15 万元的门店广告。 2020 年度,公司原计划调整优化越南地区 3-7 家门店,因门店经营情况进行改造,计划投入 30-40 万元用于赠送门店广告。但因新冠肺炎疫情,2020 年度计划仅调整优化 1 家门店,目前该门店已在装修施工过程中,预计将于 2020 年 6 月重新开业。

境外经销商采用代理方式,通过开设经销商等形式销售康龙、康龙等品牌系列产品,公司通过赠送门店广告支持经销商开拓销售渠道。 针对上述事项,我们执行了以下核查程序: 1. 访谈公司相关负责人,了解海外门店分布、店效情况、境外门店开设、调整、优化计划及实施进展,以及对应的计划投入及实际投入情况; 2. 获取境外经销商开店和关闭的审批资料及销售数据,核查境外门店分布情况和店效数据是否准确;

3. 查阅公司财务资料,核实公司对境外门店的实际投入情况。 经核查,我们认为:海外门店分布、店效情况,境外门店开设、调整、优化计划及实施进展,以及对应的计划投入及实际投入情况与公司实际情况相符。 五、年报披露,全资子公司奥康国际初始投资额 5.34 亿元,为重要子公司。截至期末,公司通过奥康国际持有美国纳斯达克上市公司三孚聚势 10.92%股权。本期三孚聚势爆发导致公司持股比例被动稀释,公司对三孚聚势的股权稀释计提 0.18 亿元减值准备。公司持有三孚聚势的股权价值采用公允价值计量。请公司补充披露:1. 请公司补充披露,请公司补充披露:(1)奥康国际的主要财务指标,包括但不限于收入、成本、现金流量,并说明同比变动情况及分析原因;(2)奥康国际的资产及负债情况,资产构成发生重大变动的,说明产生变动的主要原因; (3)对三孚聚势的长期股权投资减值准备的依据、计算方法及计算过程;(4)三孚聚势股权结构评估采用的评估假设,主要参数以及计算过程;(5)结合三孚聚势 3 年主营业务收入及盈利情况,说明评估参数选取的原因及合理性。 公司回复: (一)奥康国际的主要财务指标,包括但不限于收入、成本、现金流量,并说明同比变动情况及分析原因 公司全资子公司奥康国际系为境外投资项目而设立,目前仅投资美国上市公司

三孚聚势,除持有三孚聚势股权外,未开展其他业务活动,2019 年度未产生收入、成本。其他主要财务指标变动情况如下:

Table with columns: 财务指标, 2019 年 12 月 31 日, 2019 年度, 2018 年 12 月 31 日, 2018 年度, 2019 年较 2018 年的比例变动. Rows include 资产负债率, 净资产, 资产负债率, 净资产收益率, 现金流量比率.

现金流量比率下降的原因:一是本期计提长期股权投资减值准备 10,261.22 万元,导致净资产、所有者权益下降;净资产收益率率较上期上升 31.67%,但两期的净利润金额持平,主要是 2018 年公司对其增资 40,368.60 万元,导致计算的 2018 年、2019 年平均净资产不同所致;现金流量比率较上期上升 6.31%,主要是 2019 年收到公司在往 65.74 万元;用于日常支出,收到款项高于日常支出,经营活动产生的现金流量净额为负,2018 年末未收到公司经营款项,仅日常费用支出。

(二)奥康国际的资产及负债情况,资产构成发生重大变动的,说明产生变动的主要原因影响原因 奥康国际无实际经营业务,主要持有对三孚聚势的股权投资,资产构成主要为货币资金及长期股权投资,负债主要为与公司的往来款。奥康国际资产及负债情况变动情况如下: 单位:万元

Table with columns: 项目, 2019 年 12 月 31 日, 2018 年 12 月 31 日, 2019 年较 2018 年变动金额. Rows include 货币资金, 长期股权投资, 资产合计, 其他非流动资产, 负债合计.

如上表所示,奥康国际前期变动较大的资产为长期股权投资,变动原因系本期计提长期股权投资减值准备 10,261.22 万元,按照权益法核算确认投资收益 211.80 万元,同时该资产的变动产生其他综合收益调整 499.01 万元。 (二)对三孚聚势的长期股权投资计提减值准备的依据、计算方法及计算过程 1. 长期股权投资减值准备计提依据 三孚聚势爆发导致公司对三孚聚势持股比例下降,表明该项长期股权投资存在减值迹象,公司对长期股权投资进行减值测试,并根据减值测试结果对长期股权投资计提减值准备。 2. 计算方法及计算过程 奥康国际 2018 年 12 月 31 日长期股权投资账面价值为 4,416.00 万美元,2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间,根据三孚聚势的净利润和奥康国际的持股比例按权益法计提投资收益 41.45 万美元,持股比例稀释前该项长期股权投资账面价值为 4,457.45 万美元。

被稀释前公司初步评估三孚聚势 2019 年度全部权益法下评估基准日的评估价值为 27,200.00 万美元,被动稀释后奥康国际的持股比例为 10.98%,被动稀释后奥康国际应有的股权价值 =27,200.00\*10.98%= 2,986.56 万美元,即公司应对其计提长期股权投资减值准备 = (4,457.45 -2,986.56)\*6.9762= 10,261.22 万元人民币(按 1 美元兑换 6.9762 元人民币汇率换算)。 (三)长期股权投资价值评估采用的评估假设,主要参数以及计算过程 1.1 基本假设 (1)交易假设:交易假设是假设所有待评估资产已经处在交易过程中,评估师根据待评估资产的交易条件等模拟市场进行定价; (2)公开市场假设:公开市场假设是相对理想的假设,指存在一个充分发育与活跃的公开市场,所有资产的交易都是在公开市场上进行,买卖双方都是理性的且地位是平等的,彼此都有获取足够市场信息的机会和时间,买卖双方资产交易行为是在自愿的、理性的而非强迫的或非受限制的条件下进行;

(3)持续使用假设:持续使用假设首先是被评估资产正处于使用状态,包括正在使用中的资产和闲置的资产;其次是根据有关数据资料分析,推断这些资产使用状态的持续性及预期使用方式;持续使用假设也决定了被评估资产的最佳使用用途。在持续使用过程中及时更新了资产的持续使用,具体体现在在用续用、转续使用、移续使用。在用续用的是处于使用中的资产在产权发生变动或资产产生变更后,将其按照现行正在使用的用途及方式继续使用下去。转续使用指的是被评估资产将在产权发生变动或资产产生变更后,改变资产时的使用用途,调整后的用途继续使用下去。移续使用指的是被评估资产将在产权发生变动或资产产生变更后,改变资产所在的空间位置,转移到其他空间位置继续使用。本次评估采用在用续用原则。

(4)企业持续经营假设:是企业持续经营假设。经营期间持续经营假设,预期企业各项资产在持续经营期间,并不会出现不可预见的因素导致其无法持续经营,被评估单位的资产按用途继续使用并按原用途继续使用。 1.2 一般性假设 (1)稳定性假设:假设国家对被评估单位所处行业的相关法律法规和政策在近期不会发生重大调整; (2)经济环境稳定假设:假设评估基准日后国家现行的有关法律及法规、国家和地区宏观经济政策无重大变化,本次交易各方所处地区的经济和社会环境无重大变化; (3)经济政策无重大变化假设:假设国家有关利率、汇率、赋税基准及税率、政策性补贴等不发生实质性变化; (4)一致性假设:假设被评估单位企业资产与核算方法无重大变化; (5)持续经营假设:假设被评估单位企业资产、成本费用等构成经营成本的原构成要素不会发生实质性调整; (6)外部经营环境稳定假设:假设企业的经济运作不会受到诸如交通运输、水电、通讯的严重短缺或成本剧变等因素的不利影响; (7)收益假设:假设被评估单位企业经营场为租赁,本次评估按实地地租后可续或续租取得办公运营条件的场所,根据租赁合同有定期租约约定,现行公司法规定,企业只要在定期租约期限前未发现违规的期间向政府管理部门申请,可以延长其经营期限。因此,假设经营期限无限期,没有发生任何终止经营的原因,因此假设被评估单位未来收益期无限期; (8)方向一致假设:假设被评估单位在现有的管理方式和管理水平的基础上,经营预期未发生重大调整,保持稳定一致; (9)评估假设能保持现有的运营团队稳定、维持现有的管理能且且负责、保持良好经营效益等假设。

⑩现金流假设:假设被评估单位的企业现金流入为平均流出,现金流出流为平均流出; ⑪数据真实性假设:假设被评估单位年度财务报表能真实反映待评估资产的实际状况。 评估师亦对所依据的可比公司的财务报告、交易数据等均真实可靠; 持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (2)企业资产评估假设 假设被评估单位资产和负债的公允价值按照国家有关法律、法规和会计准则进行核算,取得资产取得过程符合国家有关法律、法规和会计准则; (3)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (4)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (5)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (6)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (7)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (8)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (9)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (10)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (11)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (12)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (13)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (14)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (15)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (16)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (17)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (18)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (19)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (20)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (21)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (22)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (23)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (24)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (25)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (26)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (27)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (28)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (29)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (30)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (31)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (32)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (33)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (34)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (35)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (36)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (37)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (38)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (39)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (40)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (41)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (42)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (43)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (44)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (45)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (46)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (47)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (48)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (49)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (50)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (51)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (52)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (53)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (54)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (55)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (56)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (57)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (58)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (59)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (60)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (61)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (62)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (63)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (64)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (65)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (66)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (67)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (68)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (69)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (70)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (71)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (72)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (73)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (74)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (75)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (76)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (77)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (78)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (79)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (80)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (81)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (82)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (83)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (84)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (85)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (86)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (87)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (88)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (89)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (90)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (91)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (92)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (93)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (94)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (95)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (96)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (97)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (98)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (99)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (100)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (101)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (102)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (103)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (104)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (105)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (106)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (107)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (108)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (109)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (110)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (111)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (112)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (113)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (114)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (115)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (116)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (117)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (118)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (119)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (120)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (121)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (122)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (123)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (124)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (125)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (126)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (127)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (128)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (129)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (130)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (131)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (132)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (133)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (134)假设持续经营假设:假设企业原假设的关于所得方面的优惠会在经营期内继续享受; (135)假设持续