

证券代码： 002614

证券简称： 奥佳华

奥佳华智能健康科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号： 2024-02

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中信建投证券：高庆勇；申万宏源证券：王华鸣； 天弘基金：余袁辉；深高投资：高振华。
时间	2024年5月28日(周二)上午11:00
地点	厦门市湖里区安岭二路31-37号8楼
上市公司接待人员姓名	陈艺抒、杨文为、林秋燕、郑丽君
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、投资者参观展厅并体验了核心产品</p> <p>二、公司整体业务和战略规划概况介绍</p> <p>三、互动交流摘要</p> <p>1、介绍一下公司2023年度的收入结构。</p> <p>公司以全球化自主品牌与ODM业务双轮驱动发展，目前公司旗下“OGAWA 奥佳华”、“ihoco 轻松伴侣”、“BRI 呼博士”、“FUJI”、“cozzia”、“medisana”等自主品牌分别分布于亚洲、北美洲及欧洲三大核心市场，多个品牌市场份额已跃居当地前三。ODM业务自2005年以来，连续十八年稳居龙头，产品遍及全球八十多个国家和地区。公司收入结构可以从以下几个维度来看：</p> <p>(1) 国内&amp;国际：2023年，公司国际收入占比较大，占主营业务收入的68.94%；国内收入占比31.06%，同比提升9.4%；</p> <p>(2) 自主品牌&amp;ODM：2023年，公司自主品牌业务收入占比达51.46%，同比提升4.00%；</p>

(3) 产品品类：按摩椅与按摩小电器合计占公司主营业务收入 75.37%。

## 2、公司自主品牌的运营模式？

公司自主品牌主要通过线下直营店、经销商和电商渠道进行销售。以国内市场为例，公司一方面持续加强与 SKP、山姆、万象城、宜家荟聚、龙湖、永旺等龙头渠道体系合作，同时积极下沉三四线城市中流量较好的临街旺铺；另一方面，公司自主品牌持续聚焦天猫、京东、抖音三大核心平台，针对直播购物占比提升的趋势，已组建起覆盖各核心平台的自播团队，加强在各个主流社交和垂直类平台的内容运营，为核心渠道持续引流。

## 3、公司收入变化的主要原因是什么？2023 年度利润主要受到哪些因素影响？

2023 年世界经济复苏乏力，出口受外需持续疲软及地区热点问题频发等多重因素影响，国内经济社会预期偏弱及消费信心不足，公司主营业务保健按摩产品等耐用消费品的市场需求仍处于收缩态势。

影响公司利润主要原因是公司营业收入同比减少，另外，2023 年度公司计提资产减值准备近 1.17 亿元，减少公司 2023 年度归属于上市公司股东的税前利润近 1.17 亿元。

## 4、公司 2023 年度毛利率有所提升，主要是什么原因？

公司毛利率有所提升，一方面是原材料及海运费同比已趋向平稳，加之人民币兑美元汇率贬值对公司出口业务有利影响；另一方面，公司通过不断整合优势资源、调整产品结构，采取产品创新、工艺改善等举措，使公司的毛利率进一步提升。

## 5、公司对保健按摩产品行业发展的预期？公司未来是否会参与按摩椅“价格战”？

目前国内的保健按摩产品市场渗透率仅为 1%-2%左右，且市场集中度较低，行业正处于早期消费者渗透阶段。随着国民健康需求提升、人口老龄化和亚健康泛年轻化趋势渐显，按摩椅及

	<p>按摩小电器等健康产品需求仍有很大增长潜力。</p> <p>目前市场上低端按摩椅产品多以贴牌为主，产品功能单一、品质也良莠不齐。从长远来看，随着消费者对按摩椅认知的提升，未来按摩椅市场将回归良性竞争，掌握核心科技的品牌将赢得消费者的最终青睐。公司自主品牌“OGAWA 奥佳华”将坚持产品+服务竞争为主，坚持以中高端市场定位的同时，也将以高性价比产品扩大、培育品牌消费人群，加快产品迭代创新升级步伐，以技术领先的创新产品以及更为优质的服务赢得市场竞争。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年5月28日