**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：201924**

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | **√ 特定对象调研** □ 分析师会议□ 媒体采访 □ 业绩说明会□ 新闻发布会 □ 路演活动□ 现场参观□ 其他（） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 方正证券：郭丽丽 |
| **时间** | 2019年12月30日14:30 |
| **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** | 李巧巧、郑家双 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、投资者在公司展厅体验了公司产品****二、互动交流摘要****1、如何评价按摩椅的核心技术？公司在技术研发上是否有与外部机构合作？**按摩椅的核心技术主要在按摩机芯上，目前按摩机芯的更新迭代已经从第一代发展到第六代，公司是国内唯一一家掌握从第一代至第六代产品技术的企业，已研发出业内领先的第五代4D无刷马达按摩机芯，第六代智能按摩机芯包含疲感追踪科技，可以通过检测人体疲劳指数，使用健康云平台及AI智能按摩算法为消费者推送针对性按摩程序，实现千人千方。该项新技术已应用于公司旗舰产品AI按摩机器人上，有效地服务于客户，极大增强公司产品粘性。在技术研发上，公司积极和行业内领先的企业、高校进行合作。例如在机芯领域，公司和尼德科、INADA建立了战略合作关系，并建立了联合研发结构，致力于世界领先的机芯电机研发；在人工智能领域，和科大讯飞、云之芯等业内顶尖内容或技术服务商建立了良好的合作关系； IOT物联网领域，与包括华为智能家居、小米智能家居、淘宝智能家居、京东智能物联网等在内的几大智能物联网平台均有战略合作协议；在前沿研发领域，公司积极与高校进行合作和研发，与厦门大学、厦门医学院、湖南中医药大学等合作进行项目研究。**2、公司介绍到在按摩机芯技术上处于领先地位，但由于机芯放置于按摩椅内部，难以直接观察到，从而消费者也很难分辨技术好坏，对此公司是否有在尝试或计划如何将技术优势直观的呈现给消费者？**公司已经着手实施一系列将按摩椅核心技术利用直观、可见的方式向消费者进行展示及教育的工作，例如在AWE、CES、IFA等国际大型消费电子展会以及公司终端门店集中进行显性化核心技术展示。今年4月份在新加坡樟宜机场开业的奥佳华全亚洲首个AI旗舰店Ogawa.A.Island店内，就通过全息投影的方式，展示公司第六代按摩机芯内部处理器、传感器、无刷马达等核心要素，以生动形象的方式向消费者剖析按摩椅的核心部件，让消费者能够对公司按摩椅有最直观的认知和感受。蕴含科技元素的门店形象也因此自开业后吸引了大量过往行人驻足了解，而按摩椅内部核心要素的呈现也打消了顾客心中的疑虑，大大激发了其购买需求，促成门店单月最高近百万元的销售业绩。近期公司计划将此展示推广到奥佳华品牌其他区域的门店内。未来通过奥佳华门店技术元素的突显，将显示出公司领先的技术力优势，树立专业、高端、国际化的品牌形象。**3、公司目前旗下主要有几个品牌？布局在哪些国家和地区？目前运营情况如何?**目前公司旗下五大自主品牌奥佳华“OGAWA”、“FUJI”、“FUJIMEDIC”、“COZZIA”、“MEDISANA”分布亚洲、北美及欧洲三大核心市场，多个品牌市场份额已跃居当地前三。其中奥佳华“OGAWA”布局于中国大陆、中国香港、马来西亚、新加坡、菲律宾、越南、中东等亚洲市场，主要聚焦于高端百货和Shoppingmall渠道；“FUJI”布局于台湾市场，主要聚焦于大卖场、百货公司渠道；“FUJIMEDIC”布局于日本市场，主要聚焦于电视购物、线下量贩渠道；“COZZIA”布局于北美市场，主要聚焦于家居渠道；“MEDISANA”布局于欧洲市场，主要聚集于 LIDL、麦德龙、Amazon渠道。今年前三季度公司旗下主营按摩椅业务的奥佳华OGAWA、FUJI和COZZIA均实现不同程度增长。从国际OGAWA前三季度经营情况来看，主打高端市场的奥佳华OGAWA品牌在东南亚多个国家均实现稳健增长。随着中美贸易战的影响，国内产业开始外移东南亚，当地的收入和消费水平迅速提升，国际OGAWA各国经营团队根据市场的具体情况，精准推出符合当地的品牌营销策略、产品，贴进市场的灵活经营策略，促进了产品销售收入的大幅提升，其中菲律宾同比增长48%，越南同比增长29%，新加坡同比增长10%；在台湾市场，公司主打大众市场的FUJI品牌凭借其深耕台湾市场20多年来对台湾市场的布局，以及深谙台湾大众按摩消费市场经营团队的灵活运作，2019年前三季度实现18.52%的增长；在美国市场，主打高端市场的COZZIA品牌通过持续参加美国国际消费类电子展览会、今日家具寝具展览会、爱荷华州博览会等高水平展览会，不断提升品牌知名度和影响力，配合传统家居渠道的深耕与亚裔渠道的开拓，促成销售不断提升。2019年前三季度，COZZIA同比增长12%。公司旗下MEDISANA今年进行整合调整，收入略有下降，目前调整已基本完成。 |
| **附件清单（如有）** |  |
| **日期** | 2019年12月30日 |