



创新科技 智享健康

奥佳华智能健康科技集团股份有限公司

2020年年度报告摘要

2021年3月

证券代码：002614

股票简称：奥佳华

公告编号：2021-14 号

债券代码：128097

债券简称：奥佳转债

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

以未来实施 2020 年度权益分配方案时股权登记日的总股本剔除公司已回购的股份后为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 3 元（含税），具体金额以实际派发情况为准，送红股 0 股（含税），本年度不进行资本公积转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	奥佳华	股票代码	002614
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李巧巧	郑家双	
办公地址	厦门市湖里区安岭二路 31-37 号八楼	厦门市湖里区安岭二路 31-37 号八楼	
电话	0592-3795739	0592-3795714	
电子信箱	cindyli@easepal.com.cn	zjs.zheng@easepal.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司是中国领先的集品牌、营销、研发、制造、服务为一体的国际化健康产业集团。主要经营包括保健按摩（按摩椅、按摩小电器）、健康环境（新风系统、空气净化器等）、家用医疗等健康产品。公司

以“为客户提供智能健康产品+服务”为使命，通过“挖掘需求、服务客户、自主研发、精益制造及全球品牌行销”一体化价值链经营，持续为客户创造新的健康服务价值。

通过多年全产业链能力建设和全球化自主品牌与 ODM 发展，目前公司旗下“OGAWA 奥佳华”、“ihoco 轻松伴侣”、“BRI 呼呼博士”、“FUJI”、“cozzia”、“medisana”等七大自主品牌分别分布于亚洲、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。ODM 业务自 2005 年以来，连续十六年稳踞龙头，产品遍及全球六十多个国家和地区，与 HoMedics、Honeywell、日本松下等众多国际领先健康品牌建立长期稳固的合作关系。

图表：公司主要产品



健康环境类



新风机(挂式)



新风机(柜式)



空气净化器

家用医疗类



血压计



血氧仪



血糖仪



额温枪



健康分析体重秤

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	7,049,158,351.67	5,276,271,252.16	33.60%	5,447,030,714.43
归属于上市公司股东的净利润	450,493,038.68	288,977,759.50	55.89%	439,121,842.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	404,885,195.62	289,099,475.17	40.05%	342,265,792.80
经营活动产生的现金流量净额	714,610,948.32	276,344,951.36	158.59%	475,649,343.49
基本每股收益(元/股)	0.79	0.52	51.92%	0.79
稀释每股收益(元/股)	0.70	0.51	37.25%	0.77
加权平均净资产收益率	11.70%	8.66%	3.04%	14.28%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	9,013,244,221.32	6,204,795,179.23	45.26%	5,961,407,264.90
归属于上市公司股东的净资产	4,539,986,752.90	3,386,900,803.50	34.05%	3,244,843,064.02

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,021,166,229.13	1,765,168,167.98	1,959,741,296.09	2,303,082,658.47
归属于上市公司股东的净利润	-31,234,911.78	180,288,606.93	178,109,725.94	123,329,617.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-30,310,566.21	178,436,651.07	160,137,093.24	96,622,017.52
经营活动产生的现金流量净额	243,979,981.20	201,744,248.53	112,275,275.91	156,611,442.68

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	25,979	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	25,077	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
邹剑寒	境内自然人	20.63%	127,620,000	116,790,000	质押	52,500,000	
李五令	境内自然人	18.17%	112,420,091	105,390,068	质押	46,100,000	
珠海崇澜企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.54%	28,100,000	0			
中泰证券资管—证券行业支持民企发展中泰资管 2 号 FOF 集合资管计划—证券行业支持民企发展系列之中泰资管 18 号	基金、理财产品	4.54%	28,100,000	0			
香港中央结算有限公司	境外法人	3.05%	18,899,637	0			
张泉	境内自然人	2.49%	15,406,759	0			
奥佳华智能健康科技集团股份有限公司回购专用证券账户	境内非国有法人	1.17%	7,249,748	0			
国工商银行股份有限公司—融通中国风 1 号灵活配置混合型证券投资基金	基金、理财产品	1.14%	7,052,693	0			
国泰基金管理有限公司—社保基金四二一组合	基金、理财产品	0.84%	5,182,103	0			
全国社保基金四一二组合	境外自然人	0.76%	4,703,502	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明			以上持股 5% 以上股东邹剑寒先生与李五令先生为一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）			无				

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020 年，受新冠肺炎疫情冲击、逆全球化趋势及贸易投资保护主义抬头等不利影响，在世界百年未有之大变局的历史关口，我国经济表现出了足够的韧性，经济形势持续恢复，成为 2020 年全球唯一实现经济正增长的主要经济体。国家“十四五”规划提出要加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，并提出了“全面推进健康中国建设”的重大任务，坚持以预防为主、中西医并重，推进产业快速发展。

国内健康产业发展其时已至、其势已成、其兴可待。为更好地把握新机遇，充分利用国内、国际两个市场和资源，打开新的增长空间，公司经营管理层对公司经营的健康产业各板块进行了重新调整和布局，报告期内，公司实现收入 704,915.84 万元，增长 33.60%，归母净利润 45,049.30 万元，增长 55.89%，经营成效显著。

(1) 紧跟趋势，积极调整，力争中国按摩椅市场占有率 30% 目标

2020 年度，中国按摩椅线上销售增速约达 40%，成为线上健康家电销售增速最高的品类之一，按摩椅

品类市场关注度快速提升。中国按摩椅行业正经历从高单价、低曝光度、消费认知不足的局面，到性价比合理、渠道分布广泛、消费认知快速提升的阶段。公司经营管理层对按摩椅保有率较高的日、韩（保有率分别为 20%、12%）等国家按摩椅市场进行深入研究，与中国的现状对比分析后，发现家庭可支配收入增长、品质生活需求、人口老龄化、亚健康年轻化等驱动按摩椅行业爆发的要素在中国已经形成。而此时，众多家电、家居品牌和线上贴牌运营商纷纷跨界入局，与耕耘中国市场多年的专业按摩椅品牌一起开发国内按摩椅消费这片蓝海。

公司深耕按摩椅行业 25 年，连续 16 年稳居行业龙头地位，运营按摩椅品牌 10 年，面对中国按摩椅市场需求快速增长的势头，公司坚定在技术与产品创新、体系建设与改革、品牌与渠道完善、营销创新及产能储备等多方面进行持续性布局，进一步加固并强化按摩椅行业壁垒，迎接按摩椅行业即将到来的重要转折点。

1) 技术与产品创新：公司在围绕按摩椅硬件核心技术进行突破的同时，结合 AI 人工智能、IOT 物联网、健康检测等技术进行创新应用，进一步提升拟人能力、分析能力和交互能力；并携手华为消费者业务，打造智慧家庭健康管理系统，合力打通 5G 时代智能健康生活全场景，进一步提升在技术、产品方面的创新领先能力。

2) 体系建设与改革：公司一方面大力推进按摩椅平台化管理模式，促进资源整合、优化配置、统一战略，构建高协同、高效率、强执行、快速反应的运营体系；另一方面，公司注重自主品牌零售体系的建设和运营能力的提升，加大零售、运营、品牌及管理人才的引进，强化战略落地和执行能力。

3) 品牌与渠道完善：国内市场实施双品牌战略，OGAWA 奥佳华定位中高端市场，ihoco 轻松伴侣定位大众市场。双品牌布局线上和线下渠道，构建了完整的产品矩阵，满足不同市场层级和细分人群的消费需求。OGAWA 奥佳华布局在一、二线城市高端商场、购物中心为主的零售渠道，在此基础上全面升级终端形象，获得市场良好的反馈，同时加快开拓下沉市场的经销商体系；ihoco 轻松伴侣以集合店的方式通过经销商继续向二、三、四线下沉市场渗透，同时在机场、高铁等人流密集的交通枢纽铺设品牌专柜，结合共享按摩椅探索新零售模式。

4) 营销创新：通过优质代言人、联名全球知名 IP 扩大消费群体触达；与主流电商平台达成深度合作，通过站外全网种草、专业测评以及头部主播薇娅、罗永浩、雪梨等直播带货等新兴营销方式，加大品牌和核心单品曝光，以精准引流提高销售转化。报告期内，公司国内按摩椅整体实现线上增速 64.91%，双十一期间 OGAWA 奥佳华位居京东健康电器品牌销量榜榜首，ihoco 轻松伴侣在天猫平台获得新锐按摩椅品牌第一。同时，进一步完善 CRM 系统，打造线上引流、线下体验的全链路营销闭环，以提升线下实体店店效和人效。

5) 产能储备：报告期末，公司集美工业 4.0 按摩椅产业园项目落成，将逐步释放 50 万台按摩椅的年产能，该按摩椅产业园通过引入智能制造模式，实现生产过程的自动化、智能化及信息化，通过大规模的自动流水线生产按摩椅，持续推进精益化生产，从而大幅提高生产效率，降低运营成本。

凡事豫则立，不豫则废。通过一系列的积极布局调整，公司在中国的按摩椅业务自第二季度起连续三

个季度实现超 30% 的快速增长,2021 年 1、2 月份中国按摩椅业务继续保持高速增长态势,分别实现 108.48%、283.68% 的增长。公司经营管理层坚定认为中国按摩椅行业风口已至,顺势而为紧抓机遇,力争在行业的快速增长中不断积累势能,争取增量份额的同时,加大力度抢占存量份额,加速推动行业的集中与整合,努力实现公司在中国按摩椅市场占有率达到 30% 的目标。

(2) 放眼未来,长线布局,构建以按摩椅为核心的家庭健康管理系统

在大健康战略规划指导方向上,公司多年来持续构建以按摩椅为核心的家庭健康管理系统,通过集成健康检测数据和分析、远程健康云平台管理与服务,结合 AI 人工智能和 IOT 物联网等先进技术的应用和创新,打通按摩椅作为家庭健康入口更多的可能性,缔造智能健康生活全场景。

为此,公司于 2016 年并购全球知名德国企业 medisana,正式涉足家用医疗领域。本次全球新冠肺炎疫情爆发,依托 medisana 品牌强大的销售渠道,公司培育多年的家用医疗业务板块于 2020 年迎来了良好的增长势头,全年实现营业收入 103,925.57 万元,同比增长 314.50%。未来,公司将持续培育家用医疗板块,进一步强化家用医疗产品线和技术,完善健康服务平台,持续构建以按摩椅为核心的家庭健康管理系统,同时积极推进家用医疗业务全球销售渠道的建设,特别是加快在亚洲、中国市场的渠道拓展。

(3) 厚积薄发,顺势而为,把握健康环境行业国内发展机遇

2018 年以来国家陆续出台多项与环境健康相关的政策性文件,2020 年 8 月 1 日,《民用建筑工程室内环境污染控制标准》正式实施,标准中提出室内环境污染与室内新风量等相关概念,制定了严格的室内空气质量标准。2020 年下半年,北京、河北、江苏等全国多省市陆续出台新修订的《住宅设计标准》,要求新建住宅安装新风系统,这些政策文件的出台将快速促进新风系统和空气净化器产业在中国的快速发展。

报告期内,公司健康环境板块自第二季度开始,连续三个季度高速增长,全年实现 93.84% 收入增长。公司一方面着手打造自主品牌 BRI 呼博士,提高在呼吸与环境健康领域的核心竞争力,同时引入战略投资人,快速推进国内业务的发展;另一方面启动健康环境板块子公司分拆计划,拟通过资本市场的投融资功能实现行业的整合,把握行业机遇,抢占资源,占据有利位置。

未来,公司将坚持深耕大健康产业,聚焦核心主业,坚持打造长期价值,持续培育新形势、新格局下公司参与国内外市场竞争的新优势;在全球变革时代,重构战略逻辑和商业价值,积极向内寻找生长的力量,驱动公司长期稳健发展。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10% 以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

项目	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
主营业务收入	6,924,092,816.03	4,418,281,948.47	36.19%	34.36%	37.73%	-1.56%
分产品						
保健按摩	4,360,183,486.79	2,723,040,577.86	37.55%	11.36%	18.41%	-3.72%
其中：按摩椅	2,290,853,483.44	1,197,987,770.72	47.71%	13.21%	19.36%	-2.69%
按摩小电器	2,069,330,003.35	1,525,052,807.14	26.30%	9.38%	17.68%	-5.20%
健康环境	1,092,462,601.38	777,095,398.47	28.87%	93.84%	90.71%	1.17%
家用医疗	1,039,255,691.54	564,846,984.15	45.65%	314.50%	223.53%	15.28%
其他	432,191,036.32	353,298,987.99	18.25%	1.97%	8.28%	-4.77%
合计	6,924,092,816.03	4,418,281,948.47	36.19%	34.36%	37.73%	-1.56%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

参见 2020 年财务审计报告“重要会计政策和会计估计的变更”。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

1、2020 年新增合并单位 8 家：漳州一维健康科技有限公司、漳州蒙发利医疗科技有限公司、博仕佳（厦门）医疗健康服务有限公司、美的康（厦门）医疗科技有限公司、漳州韬华自动化科技有限公司、厦门呼博仕品牌营销有限公司、厦门呼博仕智能健康设备有限公司、呼博仕（香港）有限公司。

2、2020 年合并单位减少 4 家：重庆蒙发利贸易有限公司、厦门蒙发利众盈贸易有限公司、云享云（北京）科技有限公司、河北蒙发利电子科技有限公司。