

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：202102

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	银河证券：李昂、戴晓薇、章鹏；华泰柏瑞：李飞； 恒瑞投资：李韬、叶晨
时间	2021年5月27日上午10:00
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	李巧巧、贺星波、郑家双、黄海绵
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><b>1、公司未来三大业务板块是如何定位的？</b></p> <p>目前，公司已对现有三大业务板块进行战略调整：</p> <p>（1）公司未来将更加战略聚焦按摩保健业务，强化按摩椅与按摩小电器，持续扩大技术与品牌领先优势；</p> <p>（2）公司未来将会利用在家庭医疗领域的技术积累持续赋能按摩保健业务，进一步助推按摩保健业务做大做强；</p> <p>（3）健康环境业务推动分拆上市，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。</p>

## 2、我们看到国内市场有越来越多的跨界玩家参与进来，面对市场上众多品牌的竞争局面公司有何应对策略和措施？

面对中国市场的按摩椅行业的快速增长和消费分层，2019 年公司以“OGAWA 奥佳华”和“ihoco 轻松伴侣”双品牌战略布局中国市场。两个品牌的品牌定位不同的目标人群。以线下渠道为例，奥佳华“OGAWA”品牌的渠道主要布局在中、高端商场、Shopping Mall，产品以中、高端按摩椅为主，辅以部分小产品；新品牌“ihoco 轻松伴侣”主要位于人流量较大的购物中心或交通枢纽的集合店（共享+新零售模式），产品以多品类、多品牌的按摩小产品和按摩椅，SKU 相对较多。

公司除了保持自主“OGAWA 奥佳华”品牌在线下中、高端市场的绝对优势之外，针对线上主流平台推出高品质又具有性价比的万元级新单品，广受市场欢迎，市场占比进一步上升，“OGAWA 奥佳华”品牌在高端市场继续引领市场；新品牌“ihoco 轻松伴侣”主攻大众市场，在公司全产业链的支持下，通过高性价比的产品打出好口碑，在 2020 年“双十一”期间获得消费者的青睐，迅速跻身淘宝天猫按摩椅行业的第一新锐品牌。公司推出的两个品牌之间可以形成有效的互补，为公司赢得更多市场空间。

## 3、公司在按摩小电器领域有何未来战略布局？

公司以前在按摩小电器的 OBM 业务没有分配过多的精力，主要发力按摩椅业务，虽然品牌店中有小产品，但并非是主力。公司按摩小电器在出口部分占比最大，为国外 ODM 业务为主。目前，公司正在重点打造按摩椅和按摩小电器两大平台，这两个平台是互补互通的，可以整合资源，减少模具开发，通过集采降低原材料成本，进一步提升各自的价格竞争力和差异化功能优势。后续，我们也会在按摩小电器的品牌运营上做更多的谋局和规划。

	<p><b>4、今年原材料价格不断上涨，公司的 OBM 和 ODM 业务净利率如何保持甚至提升？</b></p> <p>面对原材料价格上涨，公司经营管理层采取了积极并富有成效的经营策略，主要如下：</p> <p>（1）2020 年底公司已提前向供应商下达 2021 年上半年原材料采购订单，锁定了主要原材的价格，2021 年上半年对公司整体影响较小；</p> <p>（2）优化产品结构，加快新产品的更新迭代的速度，提升产品的赢利能力；</p> <p>（3）加快技术创新，提高生产自动化水平，提升人均产值和人均效益，降低产品单位成本。</p>
附件清单（如有）	
日期	2021 年 5 月 27 日