

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：202103

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	泰康资产管理：黄钟；朴信投资：邓永琳； 中信证券：余经纬；嘉信基金：苏英男；坤易投资：林捷鸣
时间	2021年6月30日下午15:30
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、贺星波、郑家双、杨文为、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、公司战略规划及业务情况介绍</p> <p>三、互动交流摘要</p> <p>1、公司未来三大业务板块是如何定位的？</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）将更加战略聚焦按摩保健业务，强化按摩椅与按摩小电器，持续提升公司保健按摩板块技术与品牌领先优势；</p> <p>（2）将会利用在家庭医疗领域的技术积累，持续赋能保健按摩业务，进一步助推保健按摩业务做大做强；</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、对于保健按摩业务，公司未来是有什么样的侧重？

(1) 公司将重点发展保健按摩 OBM 业务，通过持续技术创新、品牌渠道强化，逐步加强 OBM 业务；

(2) 随着国内按摩椅市场的快速发展，公司未来将重点布局国内市场，坚持双品牌发展战略，线上和线下同时发力。

3、面对中国市场，公司在品牌营销方面有何策略？能否做一下详细介绍？

在中国市场，公司以“OGAWA 奥佳华”和“ihoco 轻松伴侣”双品牌进行战略布局。前者定位中高端，后者定位中低端，两个品牌定位人群有区隔，渠道也做了一定分割。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。

主品牌“OGAWA 奥佳华”线下渠道主要布局在一二线城市的中高端商场、购物中心，以中高端按摩椅为主，后续将继续瞄准核心城市、核心商圈开拓优质店铺，并加快开拓下沉市场的经销商体系；线上主流平台推出高性价比的万元级新单品；

子品牌“ihoco 轻松伴侣”显现门店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），产品以多品类的按摩小产品和中低端按摩椅，主攻大众市场，侧重三四线下沉市场及机场高铁等交通枢纽专柜+共享按摩椅探究零售新模式。

4、公司目前按摩椅技术壁垒体现在哪里？

公司在技术层面处于领先地位。以 AI 按摩机器人为例，这款产品在结合人工智能方向做了较大的提升，打造了封闭式的健康管理系统。其内置的疲感追踪技术能够通过对人体九大生理参数疲劳指数的检测，判断用户的身体疲劳状况，在 5184 套按摩程序中智能匹配量身定制的个性化按摩方案。另外，4D 温感机芯+无刷变频马达的结合，能够大大增加按摩的体验感和效果。更重要的是，它通过 APP 为客户建立健康管理云档案，持续跟踪客户健康状况，进行人机互动，提升与客户的粘性，从

而形成完善的健康管理和服务闭环。

5、公司现有产能情况怎么样？

公司现有按摩椅产能 70 万台/年。公司集美工业 4.0 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，从而大幅提高生产效率，降低运营成本。随着集美工业 4.0 按摩椅产业园产能的逐步释放，公司按摩椅产能将进一步提升。

附件清单（如有）

日期

2021 年 6 月 30 日