

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：202104

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	上海睿郡资产管理：唐胜、丁晨霞； 上海宁泉资产管理：吴隆昊、邱炜佳；景领投资：冯珺。
时间	2021年11月17日下午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、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、公司目前的按摩椅和按摩小电器收入占比多少？对公司而言，未来更侧重按摩椅还是按摩小电器？</p> <p>今年前三季度，公司按摩椅收入占比约40%；按摩小电器收入占比约30%，保健按摩业务总体占比约70%。未来，公司将更加战略聚焦保健按摩业务，强化按摩椅与按摩小电器发展，持续扩大技术与品牌领先优势。公司专注于按摩椅行业已25年，运营按摩椅专业品牌10年，按摩椅是公司最具竞争力、最核心的业务。</p> <p>此前，公司主要发力按摩椅的自主品牌业务，对按摩小电器的自主品牌业务重视程度不足。未来，公司将在持续提升按摩椅自主品牌市场</p>

份额的同时，进一步加强公司自主品牌按摩小电器的产品创新，利用公司在研发、制造深厚的技术底蕴，打造爆款产品和精准的品牌营销推广策略，着力提升自主品牌按摩小电器在国内外市场的市场份额和品牌影响力。

2、面对国内市场的行业竞争格局公司如何布局？

面对中国按摩椅市场的快速增长和消费分层，公司以“OGAWA 奥佳华”和“ihoco 轻松伴侣”双品牌战略布局中国市场。两个品牌定位于不同的目标人群，针对线下渠道，“OGAWA 奥佳华”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，辅以部分按摩小电器；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）。针对线上主流电商渠道，“OGAWA 奥佳华”推出高性价比的万元左右新单品，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”则主攻大众市场，品牌成长韧性十足。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、那公司如何将自己的技术优势转化为销售优势的？公司的技术壁垒是什么？

公司现在按摩椅技术积累至少领先行业 2~3 代，未来公司将根据市场的需求情况逐步释放领先的技术投入到市场中。现阶段暂无办法全部转化成收入，但有技术积累，迟早有一天市场对技术的要求会达到那个水平。当前市场对入门级的需求量较大，公司将充分考虑自身的技术积累的优势，部分技术释放由高向低进行下沉，在同样价位的产品配置更好的产品技术和品质，考虑中低端产品单品量大的基础上，公司将充分发挥规模优势有效降低生产成本。

	<p>4、今年 Q3 对利润影响的主要因素是哪些？</p> <p>（1）原材料价格持续大幅上涨。早在去年年底公司已经预测到材料涨价的趋势，今年初就对今年上半年的原材料进行了锁价，因此上半年受原材料影响不大。然而，今年以来，原材料价格持续上涨并保持高位，从而导致公司在 Q3 受到较大影响；</p> <p>（2）海运运费上涨，带来经营成本压力。公司布局在国外市场的自主品牌海运费用由公司自己承担，这部分则直接影响了公司自主品牌的经营成本；</p> <p>（3）海运资源紧张及疫情冲击。今年海运资源紧张，叠加 7 月份的厦门疫情，特别是 9 月份厦门疫情，公司在同安的工厂停工，货物无法运出，影响了公司销售。</p>
附件清单（如有）	
日期	2021 年 11 月 17 日