

# 奥佳华智能健康科技集团股份有限公司

## 2024年半年度报告摘要

2024年8月

证券代码：002614

证券简称：奥佳华

公告编号：2024-40号

债券代码：128097

债券简称：奥佳转债

## 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	陈艺抒	
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	cys.chen@easepal.com.cn	

## 2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	2,202,582,806.89	2,344,426,336.73	-6.05%
归属于上市公司股东的净利润（元）	23,708,888.35	42,204,746.19	-43.82%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-7,147,334.27	17,219,746.66	-141.51%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-187,435,591.53	231,739,827.27	-180.88%
基本每股收益（元/股）	0.04	0.07	-42.86%
稀释每股收益（元/股）	0.04	0.08	-50.00%
加权平均净资产收益率	0.52%	0.91%	-0.39%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	7,371,460,322.82	8,019,424,770.29	-8.08%
归属于上市公司股东的净资产（元）	4,399,903,336.29	4,579,259,999.09	-3.92%

## 3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	39,097	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0			
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）						
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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
邹剑寒	境内自然人	20.47%	127,620,000	95,715,000	质押	30,000,000
李五令	境内自然人	18.03%	112,420,091	84,315,068		
香港中央结算有限公司	境外法人	4.41%	27,471,426			
上海宁泉资产管理有限公司—宁泉致远 58 号私募证券投资基金	基金、理财产品等	1.21%	7,526,781			
王杭义	境内自然人	0.88%	5,516,600			
珠海崇澜企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.79%	4,915,300			
上海宁泉资产管理有限公司—宁泉致远 39 号私募证券投资基金	基金、理财产品等	0.72%	4,484,439			
魏罡	境内自然人	0.69%	4,313,352			
李晖军	境内自然人	0.65%	4,048,009			
王炬	境内自然人	0.49%	3,082,815			
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					

持股 5% 以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

#### 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

#### 5、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。

#### 6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

##### (1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额 (万元)	利率
奥佳华智能健康科技股份有限公司公开发行可转换公司债券	奥佳转债	128097	2020年02月25日	2026年02月25日	45,828.54	第一年 0.40%、 第二年 0.60%、 第三年 1.00%、 第四年 1.50%、 第五年 1.80%、 第六年 2.00%

##### (2) 截至报告期末的财务指标

单位：万元

项目	本报告期末	上年末
资产负债率	40.00%	42.59%
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	8.77	9.96

### 三、重要事项

2024年上半年，国际市场受地缘政治和高通胀影响，消费需求仍然偏弱；国内房地产市场下行，相关家电、家具类大件产品市场承压，保健按摩类产品销售也相应受到了比较大的影响。国内外市场的消费形态也发生了明显的变化，高端产品需求相对平稳，中端市场塌陷，低端市场放大但竞争加剧。消费者购物习惯也随收入和对未来预期的谨慎变得更加理性和追求极致性价比，一些低价的线上渠道如亚马逊、拼多多、TikTok、抖音直播模式在零售端发展迅猛，对传统线下门店冲击巨大。

企业面对市场结构的变化，只有快速应对，调整产品结构，适应新渠道的运营模式要求，主动调研、理解当今消费者新的消费需求，专注主业、聚焦实业，不断创新，才能行稳致远、逆境前行！

#### （一）持续专注大健康产业，加快多场景、多渠道业务能力建设

公司坚定大健康产业的经营定位，持续专注于技术创新、精益制造和自主品牌运营，巩固各区域市场的品牌地位，并继续积极开拓“一带一路”沿线国家市场。报告期内，尽管市场需求偏弱，但公司自主品牌依然展现了较强的经营韧性，且在多场景、多渠道业务能力建设方面取得了积极突破。

中国“OGAWA奥佳华”：报告期内，在产品方面，线上持续加快产品迭代创新，针对低价按摩椅需求的增长，推出数款差异化新品，进一步夯实了品牌在线上核心价位段的产品竞争优势；线下市场主推的AI按摩机器人系列、御手温感大师系列等高端旗舰按摩椅继续保持行业技术领先，销量持续稳定，品牌线下市场地位一直处于行业前列；同时，品牌也加快按摩小电器产品阵列焕新，重点打造更具科技时尚感的大单品，其中一款肩颈按摩小电器新品OG-2628从去年12月起在山姆渠道销量已超十万台。在品牌营销方面，持续构建全渠道品牌传播矩阵，一是综合利用热播影视剧、热门电影、线上新媒体、核心商圈户外大屏、线下展会等渠道扩大人群覆盖范围，持续“破圈”扩大品牌影响力；二是更加强调广告投放效率，持续利用电商及社交网络进行数字化推广，并联合高德地图为线下门店引流，不仅精准锁定目标客群，也减少资源投入浪费；三是重点扩充品牌与粉丝互动管道并增加互动频次，持续投放高质量品牌宣传及消费者教育内容，并多次开展“LINEFRIENDS”、“唐妞驾到”为主题的销售展会，打造独特的品牌文化，深入影响年轻消费者心智。在渠道方面，线上持续巩固品牌在京东、天猫、抖音三大核心渠道的领先优势，针对拼多多、唯品会、小红书等细分渠道提升特色化运营能力，并在线上自播占主导的基础上，也选择与头部主播建立合作关系；线下则继续深耕国内一二线核心城市市场，在核心商圈择优新开门店以扩大中高端渠道领先优势，同时联合京东及经销商伙伴，持续布局三四线下沉市场，进一步扩大市场覆盖范围。在服务方面，品牌始终将高品质的服务与高质量的产品作为并重，持续执行一系列已推出的高标准品牌服务政策，广受消费者好评。

国际“OGAWA奥佳华”：报告期内，品牌积极把握不同国家地区市场主动权，持续借助名人代言、

品牌赞助、活动展销、户外广告等方式扩大品牌影响力，并增加传统媒体与数字平台相结合的营销推广活动，在持续提升线下渠道服务能力的基础上，进一步加码线上主流电商布局，马来西亚、越南线上市场都取得积极突破；同时根据不同市场需求情况制定更具有针对性的产品策略，在全球人均收入排名前列的新加坡，品牌于今年3月率先在该市场重点面向高端会员推出全新5D机芯旗舰按摩椅BIOVIS，该产品突破品牌1万新币价格上限并成为当地市场售价最高的按摩椅，凭借优异的产品力及精准的圈层营销，取得良好销售成绩，带动品牌高端产品收入实现逆势增长。继新加坡市场BIOVIS产品上市成功后，马来西亚市场紧跟其后，于5月底开启试销、7月正式推出5D机芯旗舰按摩椅BIOVIS，实现良好销售开局。同时，马来西亚营销团队在营销模式创新上也取得了积极的突破，与知名健康家电品牌CUCKOO International的按摩椅租赁合作项目延续良好销售表现，今年上半年收入环比去年下半年增长48.63%；在电商平台上，更是实施新的策略以提高销售转化，专注于Shopee直播、加强在TikTok上的内容营销及博主合作，带动品牌线上销售收入增长52.32%。

中国台湾“FUJI”：公司激励全员主动营销，并持续利用线下门店、线上新媒体、社交网络等渠道扩大品牌宣传覆盖范围；在保障产品品质的同时提升核心系列产品的时尚居家设计，推出AI按摩双星新品——“AI爱沙发”和“双AI魔术椅”，并借助明星代言活动扩大品牌声量，由林依晨与郑元畅两位明星共同出席发布会，为品牌带来巨大流量关注。

北美“cozzia”：品牌作为当地的中高端按摩椅领导品牌，持续拓展更多线下家居渠道，渠道覆盖范围进一步扩大；同时坚持产品科技领先策略，持续加快产品迭代创新升级，依托技术创新优势，推出售价超1万美金的高端按摩椅及高性价比按摩椅，新品销售良好，并进一步加大了售后服务能力建设，确保了品牌产品力行业领先。

## （二）持续加大科技创新投入，加速新技术、新产品落地

公司秉持“成为全球健康科技产业引领者”的企业愿景，专注按摩核心科技，持续围绕技术攻关、产品与工艺创新、标准制定等领域加码科技创新投入，不断加快提升企业新质生产力。今年上半年公司研发投入1.13亿元。截至报告期末，公司累计获得有效专利1,605件，其中发明专利累计145件；已主导和参与制修订22项国家、行业和团体标准，正在进行中的有8项。

技术攻关方面：报告期内，一是公司始终保持前瞻思维，继续针对按摩机芯、AI算法、健康检测等领域前沿技术进行超前布局和投入，持续巩固公司在按摩椅核心技术领域的领先优势；二是公司加快搭载5D机芯的旗舰高端按摩椅的商用步伐，该款产品革命性地具备了“按摩力度检测和闭环控制”功能，同时还搭载了平开合、零动导轨、腿足拉筋等创新性技术，可为用户带来按摩手法更智能、穴位锁定更精准、按摩幅度更宽广的按摩体验，分别于今年3月、7月在新加坡、马来西亚上市，均成为当地售价最高的按摩椅并取得良好销售开局，之后也将在国内和其他海外市场陆续推出；三是公司重点加快

了前期积累技术成果落地，尤其是在创新培育板块领域的应用，如“超薄收纳机芯”已开始应用于按摩床、办公椅等产品领域；“无感检测技术”已开始应用于健康睡眠等产品领域。

产品及工艺创新方面：报告期内，按摩椅方面，公司重点加快提升高性价比产品的制造创新能力，通过自主建设新的设计平台，着重优化研发环节，叠加推动标准化模块化设计以降低采购成本，同时实现了高性价比产品的提质和降本目标。按摩小电器方面，公司重点加快产品自主创新与工艺质量提升，通过加强对下游客户需求调研及终端消费者研究，推出了一系列更具市场竞争力的新品，获得众多客户青睐。报告期内，深圳按摩小电器工厂实现了净利润同比 59.51% 的高速增长。

标准制定方面：报告期内，公司坚持做深做实按摩产品标准制定工作，继成为按摩椅、按摩座垫等国家标准主要起草单位之后，再次成为手持式电动按摩器行业标准的第一起草单位；凭借在按摩产品行业标准领域的突出贡献，公司于今年 4 月荣获任全国家用电器标准化技术委员会保健和类似器具分技术委员会(TC46/SC13)第二届保健分委会副主任委员单位，还于今年 6 月作为行业唯一代表，以观察员身份参加第 108 届 IEC/TC61 全体大会，并提交按摩器具国际标准修改草案，为“中国创造”走向更广的国际市场不断夯实基础。

### （三）持续业务拓新、制造提效及海外产能布局，不断提升企业长期竞争力

“以变应变，以新应新”，企业唯有把握市场变化大势，牢牢抓住消费者的核心健康需求，以此持续组织架构创新，激发人的潜力与活力，加快开拓新渠道、新项目，进一步提升制造效率及优化产能布局，打造更具市场响应力的供应链，以提升企业长期市场竞争力。

在业务拓新方面：报告期内，公司加快激活内部资源，全面提升精细化运营能力，适应市场需求构建新团队、新组织，重点开拓按摩小电器、跨境电商、ToG 政府项目等重点新业务。一是组建主要面向海外市场核心渠道的全新产品策划团队，开展多品类的产品策划开发，重点针对按摩小电器品类，积极调研市场需求以优化产品设计，打造生活场景产品系列，与广受年轻人喜欢的 IP “LINE FRIENDS” 联名，进行多场景、多渠道的整体运营规划；二是对部分组织架构进行电商化改造，在新加坡、马来西亚等地新设跨境电商业务子公司，以充分调动海外自主渠道、仓储物流服务体系等资源，加快构建跨境电商领域的竞争优势。

在制造提效方面：报告期内，公司按摩椅制造单元坚定执行长期经营效率提升计划，一是提升市场需求对接能力，实行柔性生产；二是持续智能化改造升级，更加重视数字资源利用并结合科学的数据分析，不断优化生产流程，持续提质降本。

在海外产能布局方面：报告期内，公司于越南新设的制造工厂各项前期建设工作有序推进，将逐步进入试生产阶段，进一步提升公司面向全球市场的产品供应能力。