

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：201908

| | |
|---------------|--|
| 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 | 南方基金：刘树坤、孙鲁闽、吴剑毅、林乐峰、郑诗韵； 安信证券：李奕臻 |
| 时间 | 2019年5月16日上午9:30 |
| 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 | 郑家双、朱金戈 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、投资者体验了公司产品。</p> <p>二、互动交流摘要</p> <p>1. 介绍一下公司2018年经营情况和收入结构。</p> <p>2018年公司保持了稳健的增长，实现营业总收入54.47亿元，同比增长26.86%；归属于上市公司股东的净利润4.39亿元，同比增长27.22%，其中扣非后归属于上市公司股东的净利润同比增长30.91%。公司的收入结构可以从以下几个维度来看：</p> <p>（1）国内&国际：目前公司国际收入占比较大，增长稳定；国内收入占比较低，但增速更快。经过近两年国内市场的快速增长，2018年公司国内收入占比明显提升，占主营业务收入比重已提升至24%；</p> <p>（2）自主品牌&ODM：公司自1996年开始按摩保健行业，1996-2011主要ODM出口，2012开始转型自主品牌。转型六年，品牌收入复合增长率超60%，至2018年自主品牌占比达40%以上；</p> |

(3) 产品品类：目前公司的产品品类中，按摩椅与按摩小电器合计占公司主营业务收入比重的 79%，其中自 2017 年始，按摩椅品类快速增长，销售额 12.87 亿，同比增长 57%，2018 年继续保持 63% 的增长，销售额达 20.96 亿元，成为公司第一大产品品类。

2. 公司 2018 年按摩椅收入的增长主要来源于国内还是国际市场？

从绝对额增加来看，国内和国际市场按摩椅收入额增加大体相当；从增速上来看，2018 年国内外按摩椅销售均实现了 50% 以上的快速增长，但国内市场按摩椅业务收入增速更快。近年来国内市场得益于自主品牌奥佳华“OGAWA”品牌影响力的持续提升，销售逐年攀升；在国际市场，公司 2018 年重点开拓了韩国、美国市场，韩国市场 ODM 按摩椅业务销售额近 3,000 万美金，同比增长 162%，美国 ODM 按摩椅业务销售同比增了 54%。

3. 公司是如何做到按摩椅产品的持续领先？

按摩椅是综合性平台型技术集成产品，没有综合技术能力和工艺水平，企业很难在技术上持续领先和快速创新。公司通过 20 余年的技术沉淀与积累，一直持续的研发投入，拥有了集医学、人体工学、轻工、机械、电子等各方面优秀的综合能力，保证了按摩椅技术能够持续领先。目前公司建立起了具备全球竞争力的研发体系，已在科技前沿阵地以色列、日本、深圳等地设立多个研发中心，着眼于大健康领域前沿技术研究，并结合人工智能、物联网等新兴技术持续进行战略创新。公司已研发出业内领先的第五代 4D 无刷马达按摩机芯和第六代智能酸痛检测技术，并结合全新疲劳检测系统、个人健康云平台及 AI 智能按摩算法等新技术应用于公司旗舰新品御手温感大师椅 AI 版上，使公司继续保持技术领先地位。此外公司还先后荣获“国家知识产权示范企业”称号、国家级企业技术中心认定、获批设立博士后科研工作站等；

经过长期的技术储备与积累，公司的产品力显著提升与领先，“高品质、高技术、高颜值、高价值”的产品不断满足新时代消费者的需求。

2017 年公司推出的御手温感大师椅就已凭借业内首创的御手温感 4D 机芯、1.35 米超长 L 型导轨、足膝全方位按摩，以及独到的脊椎和全身多个穴位精准按摩产品特点，树立了业内按摩椅新的标杆，与市场上的产品形成了明显的代际领先优势，上市两年仍未有竞品赶上。2018 年 10 月公司正式发布全新升级的御手温感大师椅 AI 版，再一次引领行业。

4. 公司如何看待行业的发展前景？

对于行业的前景，公司持乐观的态度。通过对市场的调研与分析，我们认为保健按摩器械行业即将迎来国外和国内两个千亿级市场。

国外市场：按 2018 年按摩器械行业出口情况测算，未来三至五年中国保健按摩器械年出口有望突破 50 亿美元，根据消费端和出口端价差 3 倍计算，未来三到五年中国出口保健按摩器械将在国外实现千亿的市场规模；

国内市场：受居民收入提升、消费升级、人口老龄化、健康意识提升及商家引导等多重因素影响，国内消费者对保健按摩器械产品的认知和购买意愿正快速提升。根据《中国统计年鉴-2018》的数据显示，2017 年中国中等收入以上城镇居民（约 4.88 亿人口）人均可支配收入已超 5 万元，基本拥有按摩椅消费能力，依中国中等收入以上城镇家庭户数约 1.61 亿户（每户按 3.03 人次算）基数测算，如其中 10% 家庭购买均价 6,000 元按摩椅，未来中国市场也将实现千亿市场空间。

5. 公司 2019 年有何经营规划？

产品上，2019 年公司将继续贯彻“按摩椅+ AI”战略，并依托厦门-深圳-日本-以色列研发创新平台，深化产学研合作，推进与发美利稻田、松下等业内合作，大胆尝试跨界技术引进与整合，在公司高端旗舰产品御手温感大师椅平台上，持续新品迭代引领高端市场；同时，顺应消费者和市场需求，公司将针对不同地区、不同层次、不同需求偏好的消费者，推出产品颜值、功能侧重和零售价位立体交叉的产品系列，侧重中低价位爆款产品打造，加大力度占位大众消费市场。

| | |
|----------|---|
| | <p>品牌渠道上，一方面继续推进奥佳华品牌内涵与渠道多元建设，精细化深耕高端市场，重点开拓汽车 4S 店和家居等渠道；同时，顺应中国中低端按摩椅消费需求，培育广大消费者对专业按摩椅认知，迎接按摩椅大众消费时代到来，公司计划推出第二品牌，主攻中国中低端市场，与定位高端的奥佳华“OGAWA”品牌形成互补，完善公司在中国市场品牌分层布局。</p> |
| 附件清单（如有） | |
| 日期 | 2019 年 5 月 16 日 |