



创新科技 智享健康

奥佳华智能健康科技集团股份有限公司

2021年半年度报告摘要

2021年08月

证券代码：002614

股票简称：奥佳华

公告编号：2021-41 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。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股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	郑家双	
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	zjs.zheng@easepal.com.cn	

2、主要财务数据和财务指标

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）	3,938,281,120.73	2,786,334,397.11	41.34%
归属于上市公司股东的净利润（元）	266,325,928.14	149,053,695.15	78.68%

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	203,005,211.78	148,126,084.86	37.05%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-105,984,579.43	445,724,229.73	-123.78%
基本每股收益（元/股）	0.43	0.27	59.26%
稀释每股收益（元/股）	0.40	0.24	66.67%
加权平均净资产收益率	5.74%	4.21%	1.53%
	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）	9,367,494,085.76	9,013,244,221.32	3.93%
归属于上市公司股东的净资产（元）	4,733,566,129.23	4,539,986,752.90	4.26%

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	18,932	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						
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	20.24%	127,620,000	95,715,000	质押	52,500,000
李五令	境内自然人	17.83%	112,420,091	84,315,068	质押	46,100,000
香港中央结算有限公司	境外法人	3.37%	21,275,295	0		
招商银行股份有限公司－兴全合润混合型证券投资基金	基金、理财产品	2.28%	14,352,733	0		
招商银行股份有限公司－兴全合宜灵活配置混合型证券投资基金（LOF）	基金、理财产品	2.15%	13,559,559	0		
中国光大银行股份有限公司－兴全商业模式优选混合型证券投资基金（LOF）	基金、理财产品	1.86%	11,728,526	0		
珠海崇澜企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.84%	11,600,700	0		
国泰基金管理有限公司－社保基金四二一组合	基金、理财产品	1.63%	10,281,644	0		
长江金色扬帆 2 号股票型养老金产品－交通银行股份有限公司	境内非国有法人	1.11%	7,006,983	0		
前海人寿保险股份有限公司－分红保险产品华泰组合	基金、理财产品	0.95%	6,000,000	0		
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					

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
可转换公司债券	奥佳转债	128097	2020 年 02 月 25 日	2026 年 02 月 25 日	45,968.84	0.60%

(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	46.53%	46.89%
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	19.71	9.41

三、重要事项

2021 年，全球新冠疫情形势依然严峻、人民币继续升值、上游原材料以及海运价格持续上涨，国内实体企业正面临前所未有的经营压力，“危机”与“不确定性”已成为当前全球经济发展的关键词。面对错综复杂的国内外环境，公司经营管理层结合实际情况，就如何化“危”为“机”、如何在“不确定性”中坚守“确定性”进行了深度思考，最终提出了“全面聚焦核心主业，持续科技创新与自主品牌建设，增强产业链自主可控能力”的战略纲领，积极推动资源整合与结构调整。

（一）坚持科技创新与投入，加固加高行业壁垒

作为创新驱动型企业，公司持续加大研发投入力度，在技术领域砥砺前行，着眼于大健康产业前沿技术的预研和开发，持续构建公司在保健按摩领域的核心竞争力。在技术攻关方面，公司始终以消费者的健康需求为导向，在持续突破保健按摩硬件核心技术的同时，结合 AI 人工智能、IOT 物联网、健康检测等技术，持续围绕按摩拟人化、智能化、个性化三大主线推进技术迭代升级，开发 5G 时代智能健康生活全场景的创新应用。公司始终坚持“生产一代、研发一代、储备一代”的科研思路，持续推进产品创新，公司主品牌“OGAWA 奥佳华”已上市的旗舰产品 OG-8598 AI 按摩机器人，于今年 3 月先后荣获“2021 AWE 优秀产品奖”和“2021 艾普兰金口碑奖”，技术领先与产品创新能力受到业界高度认可。

公司作为中国按摩器具分会理事长单位，国家、行业标准制定工作组的组长单位，起草和修订了《家用和类似用途保健按摩椅》国家、行业标准，首次引入“D”概念，即“Dimension 维度”，明确 1D 机芯、2D 机芯、3D 机芯、4D 机芯的标准技术分类和定义，规范市场宣传，引导行业健康发展。报告期内，公司积极推动按摩椅纳入 3C 认证并已获得基本共识，推行和实施已提上日程，这些举措将极大利于提高行业门槛，实现行业高质量、明规范、可持续发展。

（二）大力发展自主品牌，增强产业链自主可控能力

2021 年是“十四五”开局的一年，根据《中国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，将加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。报告期内，公司利用前期积累的国内、国际两个市场和资源，积极推进结构优化调整，重点发展保健按摩自主品牌业务，以增强产业链自主可控能力。

报告期内，公司全球保健按摩自主品牌实现收入 13.57 亿元（占保健按摩整体收入 52.20%），同比增长 54.22%，其中全球按摩椅自主品牌实现收入 10.64 亿元（占按摩椅整体收入 67.06%），同比增长 54.51%。国内自主品牌经营方面，通过“OGAWA 奥佳华”及“ihoco 轻松伴侣”双品牌运营，分别定位中高端及大众市场，在稳住高端市场的同时，通过产品降维快速抢占中低端市场。上半年国内两个自主品牌收入合计实现 80.30% 快速增长。今年“6.18”活动期间，公司按摩椅在中国市场全网销售行业第一，同比增长近 100%，“OGAWA 奥佳华”品牌蝉联京东健康电器榜单第一名。海外自主品牌经营方面，公司在亚洲、北美、欧洲等核心市场分别布局了自主品牌：“OGAWA 奥佳华”（主攻东南亚市场）、“FUJI”（中国台湾地区），“COZZIA”（主攻北美市场）、“medisana”（主攻欧洲市场）。近年来公司在结合海外各国家实际情况的基础上，快速推进中国台湾 FUJI 品牌成功的运营管理模式进行复制，持续加强海外自主品牌零售体系建设和运营能力。报告期内，公司在海外自主品牌收入实现 43.11% 的增长。

全球按摩椅、按摩小电器自主品牌发展情况

单位：万元

项目	营业收入	营业收入同比（%）	占比
按摩椅	158,645.62	67.34%	100.00%
其中：自主品牌	106,383.19	54.51%	67.06%
按摩小电器	101,200.92	36.09%	100.00%
其中：自主品牌	29,266.98	53.19%	28.92%
保健按摩合计	259,846.54	53.60%	100.00%
其中：自主品牌	135,650.17	54.22%	52.20%

尽管受人民币升值、原材料及海运成本上涨等不利因素影响，上半年公司盈利能力仍显著增强，其中按摩椅自主品牌实现净利率 7.54%，相比去年全年净利率 4.93% 提升了 2.61%，正是缘于近年来公司按摩椅自主品牌的快速发展及科技创新的正向驱动，按摩椅产业链自主可控能力得以进一步加强。未来公司在持续提升按摩椅自主品牌份额的同时，亦将加强公司按摩小电器的产品创新和营销推广，提升按摩小电器平台的全产业链能力。