

奥佳华智能健康科技集团股份有限公司
2022 年半年度报告摘要

2022 年 8 月

证券代码：002614

股票简称：奥佳华

公告编号：2022-44 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）	3,153,318,032.81	3,945,113,248.87	-20.07%
归属于上市公司股东的净利润（元）	13,363,149.05	259,998,033.48	-94.86%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	16,266,615.83	207,061,140.68	-92.14%
经营活动产生的现金流量净额（元）	116,139,895.03	-106,024,126.57	209.54%
基本每股收益（元/股）	0.02	0.42	-95.24%
稀释每股收益（元/股）	0.02	0.39	-94.87%
加权平均净资产收益率	0.28%	5.69%	-5.41%
	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）	9,249,000,172.83	9,264,966,121.78	-0.17%
归属于上市公司股东的净资产（元）	4,644,213,022.40	4,828,764,373.98	-3.82%

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	40,369	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	20.23%	127,620,000	95,715,000	质押	54,900,000
李五令	境内自然人	17.82%	112,420,091	84,315,068		
珠海崇澜企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.61%	10,160,400	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	1.60%	10,116,349	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	1.53%	9,624,104	0		
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	1.35%	8,526,781	0		
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	0.96%	6,062,939	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	0.92%	5,794,353	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	0.89%	5,642,566	0		
李飏	境内自然人	0.87%	5,494,076	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

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	45,856.84	1.00%

(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	47.11%	45.06%
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	7.31	12.29

三、重要事项

在经历了 2021 年全球新冠疫情持续，原材料价格高启，海运费飞涨等不利因素叠加，公司经营高压运行一年后，2022 年俄乌冲突、美国高通胀、疫情多点频发，更是导致了全球市场大幅收缩，市场消费疲软，海内外需求整体动能不足，公司保健按摩主业消费需求亦明显放缓，公司经营压力进一步加大。

公司经营管理层意识到此次困难不同以往，必须从思想上、行动上做出积极、迅速的预案与行动。报告期内，公司在坚持“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”的长期战略中，进一步提出了“保存量、找增量、控变量”的中期经营对策。

（一）聚主业、强品牌，全力“保存量”

面对急剧的经济下行趋势，报告期内，公司经营管理层将“保存量”作为第一要务，即坚持“稳”字当头，稳中求进，尽力保住保健按摩业务和市场，在逆境中争取实现优于行业的成绩，以确保公司在穿越周期后实现质的发展。

中国“OGAWA 奥佳华”：品牌推广方面，通过热门综艺、热播影视剧、线上新媒体、机场大屏等传播渠道对目标客群进行精准投放，全渠道品牌累计曝光超 3.24 亿人次，品牌知名度、美誉度双双提高。产品方面，延续爆款产品策略，对线下主推的高端旗舰产品 AI 按摩机器人进行 2.0 版本升级发布的同时，线上万元档主销爆款也进行了全新迭代，针对京东消费者的新品 OG7608TEN+以及天猫消费者的新品 X9 一经上市就实现同价位段销量领先，在体验和颜值上广受好评。服务方面，母亲节顺势推出高端智能按摩椅的全方位服务升级，在原本行业领先的服务承诺之上，进一步推出涵盖“终身质保”、“免费保养”、“以旧换新”等六项尊享服务包，让消费者购买奥佳华按摩椅更加放心、安心。渠道方面，进一步夯实线下渠道基础，重点拓展进驻了万象城、山姆、SKP、龙湖、永旺等体系渠道，线上则在深耕天猫、京东等传统综合电商渠道的同时，快速布局抖音、小红书等新兴内容电商，经过一年运营，奥佳华品牌在抖音平台累计粉丝超 32.9 万，全渠道运营体系更趋完善。

国际“OGAWA 奥佳华”：报告期内，东南亚等主要市场地区均受到疫情较大冲击，地区消费整体疲软。国际“OGAWA 奥佳华”凭借长期积累的品牌领导力以及“本地化”经营团队展开积极应对。品牌在部分市场地区上调了核心产品的零售价，并根据市场潮流顺势推出系列高性价比中端按摩椅新品，客户群体进一步扩大；加快升级门店形象，抓好促销节点，通过会员优惠折扣促销、口碑营销等方式，提高消费者体验，吸引了更多新客户，带动了国际“OGAWA 奥佳华”整体销售收入稳定，其中马来西亚、新加坡市场的销售收入分别增长 18.02%、13.38%。

中国台湾“FUJI”：报告期内，中国台湾受疫情影响严重，线下客流量大幅减少，而台湾按摩椅品牌以线下经营为主，受到冲击较大。得益于“FUJI”品牌长年持续的品牌建设，在市场上有很高的知名度和辨识度，消费者在购买按摩椅产品时“FUJI”仍是优先考虑的品牌之一。“FUJI”品牌根据市场环境的变化，适当增加广告投入扩大覆盖人群，与卖场加强合作、增加促销活动，为消费者提供更专业服务，有效地吸引了新的客群，不仅实现销售收入的稳定，更是巩固了“FUJI”在台湾地区的领先市场地

位和品牌影响力。

北美“cozzia”：报告期内，美国通胀持续高企，叠加宏观经济政策转向收缩，消费者信心持续走低，家电、家居等耐用品消费持续下滑。面对如此形势，“cozzia”品牌积极应变，加快渠道拓展与调整，销售网点进一步增加，并与Costco、Brookstone、Ghostbed等头部经销商加强合作，通过消费者调研精准把握消费者偏好变化，推出的系列高毛利新品销售良好，上半年销售收入同比基本持平。

（二）重创新、寻突破，加快“找增量”

报告期内，公司在“保存量”的同时，更积极地“找增量”，即靠创新寻找突破口进入上升通道，走高质量发展路线。具体增量突破口可分为两个：一是市场份额增量。随着近年保健按摩行业门槛提高、消费者认知的提高以及疫情加速业内小企业的出清，按摩椅市场份额已开始向包括公司在内的头部品牌集中。公司将紧抓这一趋势，通过持续创新投入、成果转化及营销推广，以扩大公司在按摩椅市场的占有率。二是新的收入增量。公司在持续巩固按摩椅领域优势的同时，将优势资源适当向按摩小电器倾斜，加快按摩小电器的产品创新与营销推广，以提升按摩小电器品牌业务的增量贡献。

育先机开新局，必须依靠科技创新。报告期内，公司持续推动保健按摩领域创新投入，上半年研发投入1.35亿元，公司已累计获得专利1,232件，坚持在硬件机芯、软件AI算法、健康检测等核心领域进行突破。公司作为第一起草单位的按摩椅国家标准：GB/T 26182-2022《家用和类似用途保健按摩椅》于2022年7月11日正式发布，该标准新增并完善了按摩机芯分类、按摩椅产品分级、按摩椅智能评价等多个标准，公司作为行业技术引领者，将持续受益于行业标准的提升。

（三）优管理、盘资产，着重“控变量”

根据公司实际经营情况，公司经营管理层在“保存量、找增量”的同时，大力推动优管理、盘资产措施，以有效“控变量”。报告期内，一方面，对经营各要素进行全面梳理，列出所有的核心变量，并通过专项小组将每个变量管理起来，在盘活存量资产要素（包括人、财、物）的同时，尽力降低成本。比如，公司成立降本委员会，制定研发、采购、制造、品质、物流及管理各环节的降本目标、实施方案并追踪落实。另一方面，对非核心、非盈利、大投入项目进行了大幅裁减，报告期内快速剥离并关闭与公司主营无关的子公司3家，业务结构得以进一步优化，上半年公司保健按摩业务收入占比73.39%，较去年同比提升5.37%。

2022年黑天鹅和灰犀牛共舞，全球不确定性因素凸显，中国经济的下行压力越来越大，公司作为众多民营企业中的一员亦受到了强烈冲击。“船到中流浪更急、人到半山路更陡”，我们相信，唯有着眼

于长期、深耕于价值，栉风沐雨、砥砺前行，方能越过艰险迎来曙光！