

奥佳华智能健康科技集团股份有限公司

2025 年半年度报告摘要

证券代码：002614

证券简称：奥佳华

公告编号：2025-32 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）	2,327,084,237.77	2,202,582,806.89	5.65%
归属于上市公司股东的净利润（元）	27,031,433.08	23,708,888.35	14.01%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	16,543,076.06	-7,147,334.27	331.46%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-21,237,356.58	-187,435,591.53	88.67%
基本每股收益（元/股）	0.04	0.04	0.00%
稀释每股收益（元/股）	0.04	0.04	0.00%
加权平均净资产收益率	0.61%	0.52%	0.09%
	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）	7,405,206,819.06	7,581,151,714.95	-2.32%
归属于上市公司股东的净资产（元）	4,415,925,857.79	4,433,152,870.49	-0.39%

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	37,951	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	32,000,000
李五令	境内自然人	18.03%	112,420,091	84,315,068		
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	1.14%	7,094,781			
李锦标	境内自然人	0.71%	4,439,900			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.70%	4,337,632			
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	0.68%	4,254,439			
魏罡	境内自然人	0.66%	4,084,777			
李晖军	境内自然人	0.65%	4,048,009			
珠海崇澜企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.48%	3,001,000			
刘文华	境内自然人	0.48%	2,982,278			
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集团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	2025 年 02 月 25 日	45,826.82	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	39.85%	41.08%
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	9.86	8.77

三、重要事项

今年上半年，全球经济延续疲软，消费需求仍然偏弱，叠加 4 月 2 日以来美国特朗普政府升级全球关税战，严重冲击了全球供应链体系。在此背景下，4、5 月中国对美国按摩产品出口受到极大的影响；而中国在“以旧换新”补贴政策支持下，按摩椅市场景气度延续回升态势。

面对如此不确定的外部形势，公司经营管理层进行了认真的讨论与研究，提出了“既要练好内功守住原有优势，也要积极开拓新市场，谋求新发展”的指导思想。报告期内，公司继续自主品牌提升、科技创新加码及制造提效的同时，加快经营拓新与国际化生产布局，进一步提升公司的经营韧性。

（一）持续专注大健康产业，提升全球化自主品牌、自主渠道发展潜力

公司持续专注大健康产业，将自主品牌业务作为发展基石，不断精耕东亚、东南亚、北美等按摩产品核心市场，紧跟各地消费者需求变化，不断推出贴合市场需求的高品质产品及服务，加快提升自主品牌竞争力。报告期内，公司自主品牌收入占比 51.06%。

中国“OGAWA 奥佳华”：报告期内，在产品方面，高端领域，品牌于今年 4 月正式发售了搭载全球首创“5D 机芯”的旗舰按摩椅 OG-9598（AI 按摩机器人超感至臻版），伴随渠道端的逐步铺货，销售实现持续上量；中端领域，品牌推出了两万元价位段的新品 OG-7858 和 OG-7898，在外观颜值及核心性能指标方面均实现明显提升，巩固了品牌在中端领域的竞争优势；高性价比领域，品牌进一步提升 OG-7508 系列爆款产品的质价比领先优势，推出了六千元价位段新品 OG-7508Pro+，助力 OG-7508 系列产品延续强劲销售表现，上半年销量超 1.50 万台；此外，在按摩小电器领域，品牌重点加强科技创新内核与时尚外形设计，推动以“LINE FRIENDS”联名系列按摩小电器产品在山姆等渠道实现持续热销。在品牌营销方面，品牌以动销作为首要指导原则，重点围绕旗舰新品及核心大单品进行推广宣传，今年 1 月及 6 月，品牌在国内众多核心大城市主要商圈及机场大屏投放了以“品牌代言人彭于晏与 5D 旗舰新品 OG-9598”为主题的广告，覆盖了大量目标客群；今年 4 月，品牌携 5D 旗舰新品 OG-9598 亮相“消博会”，凭借硬核科技，吸引了包括 CCTV、人民日报、新华社等二十余家权威主流媒体报道，市场关注度明显上升；今年品牌邀请了张梦雪、黄东萍、王赐月、孙梦雅等四位中国奥运冠军成为 OG-7508Pro+ 产品体验官，将产品热度提升到新高度。在渠道方面，品牌在线上市场积极响应国家“以旧换新”补贴政策，加强政策宣传与动销执行力，推动线上销售额同比增长 15.09%；线下市场继续重点发力山姆、京东等成长型 KA 渠道，其中在山姆渠道新进驻多款按摩椅，带动渠道延续良好销售表现；同时继续深化与渠道体系伙伴合作，持续占据一二线大城市核心商圈优质点位新开门店，今年 6 月底在郑州新开了首家五代形象店，后续还将在国内优选门店进行升级改造，持续强化品牌线下高端形象及高品质服务认知。在服务方面，品牌持续针对众多主力机型推出“终身质保升级”、“5 年整机质保升级”

等高品质服务承诺，并创新推出 5D 旗舰款专属小程序，为消费者提供便捷的全周期尊享服务，持续引领行业服务升级。报告期内，中国“OGAWA 奥佳华”品牌收入、净利润分别同比增长 15.97%、425.71%。

国际“OGAWA 奥佳华”：报告期内，品牌持续精耕东南亚等国际市场，本地化经营团队根据当地市场变化，快速采取了加快产品上新及推广、产品提价、新渠道开拓等经营举措，品牌在行业需求收缩的情况下仍实现了收入增长，其中在马来西亚、新加坡市场继续居于头部品牌地位，在菲律宾、越南市场实现收入快速增长。马来西亚市场，主品牌“OGAWA 奥佳华”通过产品结构优化实现全面提价，并凭借产品技术领先优势与服务体系升级，结合增加路演等营销活动成功扩大了客流量，高端产品延续良好销售表现；同时，持续深挖新兴渠道增长潜力，通过提升专业运营及售后服务能力，推动与知名健康家电品牌 CUCKOO International 的按摩椅租赁合作业务以及电商业务收入分别同比增长 134.99%、29.59%；新加坡市场，主品牌“OGAWA 奥佳华”通过产品结构优化实现核心产品提价，并通过高端会员体系提升营销效率，5D 旗舰按摩椅 BIOVIS 延续良好销售表现；同时，通过洞察当地家居场景消费需求，推出了 Genix3.0 等沙发按摩椅，凭借时尚设计风格和独特定位，成功开拓新市场；菲律宾市场，主品牌“OGAWA 奥佳华”通过户外大屏、明星代言、网红推广等手段持续扩大品牌曝光，并坚持打造爆款产品，在 MYZONIC 持续热销的基础上，又推出了迭代新品 MYZONIC PRO，不仅推动 MYZONIC 系列产品实现突破一千台销量佳绩，同时也为渠道扩大引流，带动了其他产品销售；越南市场，主品牌“OGAWA 奥佳华”重点主推 5D 旗舰按摩椅 BIOVIS 等高端产品，叠加高端产品可享受以旧换新、免费居家试用等超值服务，带动高端产品销量增长；同时，针对电商客户特点，主推高性价比产品，结合加大流量广告投放，推动电商业务保持良好发展势头；报告期内，越南市场收入同比增长 37.32%。

中国台湾“FUJI”：报告期内，品牌加快经营战略调整，在营销端更加强调动销效率，将营销推广重心侧重于渠道引流；在渠道端加快优化门店布局，适当关闭部分低效门店，将营销资源向优势渠道倾斜；在产品端发挥 AI 按摩科技优势，对核心大单品进行智能化迭代升级，分别推出了 2025 款“AI 爱沙发”和“双 AI 摩术椅”，持续确保品牌核心大单品的技术领先地位。

北美“cozzia”：报告期内，品牌继续发挥在高端产品领域的竞争优势，持续推进产品结构优化调整，将品牌营销资源聚焦于高端产品，重点通过线下展会、社交媒体广告等对新款 5D 机芯旗舰按摩椅等高端产品进行重点宣传，推动 5D 机芯旗舰按摩椅在内的多款高端产品实现热销；尽管今年品牌受到美国关税壁垒升高等不利影响，但凭借采取了营销聚焦于高端产品、提前备货等一系列积极措施，成功对冲了部分外部冲击，品牌销售收入同比基本持平。

（二）持续加码科技创新，推动 AI 技术研发与产品创新融合发展

公司坚持科技创新发展战略，持续围绕以“AI+”为技术重点进行高强度研发投入，加快推动产品智能化创新升级，进一步扩大核心技术领先优势。报告期内，公司研发投入 1.13 亿元；截至报告期末，累计获得授权专利 2,360 件（其中授权且有效专利 1,322 件，授权且有效发明专利 171 件），已完成制修订标准 26 项，正在制定、修订标准 5 项。

在技术攻关方面：报告期内，公司持续推动 AI 技术研发与产品创新融合发展，加快构建创新技术与智能化产品矩阵。一是在“AI+按摩”领域，公司全球首创 5D 机芯技术继续处于行业断层领先地位，该技术不仅实现硬件性能升级，同时结合持续升级的“AI 算法”，在 4D 机芯技术基础上实现“按摩力度精准检测和自适应闭环控制”，智能化地实现了“知轻重、懂进退”的按摩；凭借技术领先优势，搭载 5D 机芯的旗舰高端按摩椅在北美、东南亚、中国等市场持续实现热销。二是在智能化软件领域，公司持续加强软件技术研发，已在 AI 算法、中医推拿数字化、健康检测等软件技术领域处于行业领先地位，并积极融入优秀 AI 大模型生态，在国内及东南亚上市的 5D 旗舰 AI 按摩椅均相继接入 DeepSeek，后续还将借助 AI 大模型发展机遇，持续提升公司软件智能化水平。三是公司在“AI+健康”领域，坚持创新驱动、服务市场和长期投入，继公司获厦门科技局立项通过的“基于中医穴位理论的智能推拿机器人”项目顺利通过验收后，目前正以“国家博士后科研工作站”和“国家企业技术中心”为建设载体，通过与“中国科学院海西研究院”联合培育具身智能健康服务机器人核心技术和场景融合，契合国家银发经济和养老服务的大健康战略。四是在新技术领域，公司打破传统按摩椅产品形态界限，于今年 5 月“广交会”期间，联合客户推出了一款不仅双腿可分离摆动、双臂同样也可分离摆动的按摩椅新品，后续将逐步投入市场。

在产品及工艺创新方面：报告期内，按摩椅领域，公司紧跟市场需求变化，不断将“新一代酸痛感知侦测”、“二代电极酸痛检测系统”、“健康检测技术”、“双芯灵动导轨”、“灵动 SL 导轨 PRO”、“不同血压值定制按摩”、“360°养护全膝”等新技术融入迭代新品，在外观设计、品质、技术内核等方面均实现性能提升；按摩小电领域，公司重点加强产品设计能力建设，持续提升质量品控，新品供应能力逐步提升，其中面向海外市场推出的筋膜枪、眼罩、气腿裤等新品持续获得多个 ODM 客户高度认可。

（三）持续经营拓新、制造提效及国际化生产布局，提升公司的经营韧性

经营拓新方面：报告期内，一是共享按摩椅业务，公司“摩享时光”共享按摩椅品牌坚持轻资产业务模式，持续升级产品与服务体系，在国内市场继续扩大万达、华润万象城等中高端商场渠道体系进驻，覆盖一二线大城市数量进一步增加，并加快推进三四线下沉市场开拓规划逐步落地，而在海外市场继续深挖东南亚、中东等市场发展潜力，逐步增加优质网点布局，共享按摩椅新增铺设量以及存量均处于行业前列，收入实现小幅增长、略盈利。二是按摩小电器业务，创新业务团队持续调研东南亚等市场消费

者偏好，将其融入创新产品研发，以“LINE FRIENDS”为主的 IP 联名系列产品持续受到市场欢迎，同时持续完善渠道体系，携手经销商伙伴，新开拓了越南 Shopee、Tik Tok 等线上渠道。三是跨境电商业务，组织架构调整后的新团队，重新整合研发、制造及市场资源，通过优化产品结构，将高性价比产品作为主推系列，积极扩大品牌营销投入，产品销售转化效率明显提升，推动跨境电商业务收入同比增长 135.93%。四是健康环境业务，呼博仕紧跟市场变化，加快产品创新及品质提升，与北美核心客户合作深化，并开拓了日本、韩国及中国台湾等地区新的客户，推动上半年销售收入同比增长 20.73%。五是家用医疗业务，“medisana”品牌持续精耕欧洲、中国等市场，重点加强了电商经营能力，叠加持续升级的家用医疗、按摩小电器、适老化产品等为核心的产品体系支撑，品牌声誉持续获得权威认可，今年 6 月品牌再次获得“德国品牌奖”最高奖金奖，这也是品牌连续第 8 次获得“德国品牌奖”；此外，品牌也加快开拓北美等新兴市场，打通了亚马逊、沃尔玛等渠道；上半年品牌销售收入同比增长 21.16%。

制造提效方面：报告期内，公司按摩椅平台工厂持续推进效率变革，一是进一步优化制造链条，通过优化产品设计及制造工序，大幅提升总装环节加工效率，带动工厂整体效率提升；二是加快引入标准工时制度，通过数据积累及科学计算，制定各主要生产环节标准工时，以此促进生产效率提升，后续将继续优化标准工时设定，持续挖掘提效潜力；三是减少中间冗余环节，通过优化制造功能区分布，不仅降低了管理、运输等成本，同时也进一步提升了制造效率；通过一系列积极提效措施，按摩椅平台工厂交付周期进一步缩短，降本提效空间进一步打开。

国际化生产布局方面：报告期内，公司持续推进海外产能建设，越南工厂设计按摩小电器、健康环境等产品合计 540 万台年产能，并已逐步投产，未来将根据市场需求、国际环境变化，动态调整订单制造，极大增强了公司全球供应链变动风险应对能力。