

证券代码：688793

证券简称：倍轻松

深圳市倍轻松科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-008

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☒ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他：电话会议
参与单位 名称	见附件
时 间	2025 年 4 月 29 日、2025 年 5 月 7 日、2025 年 5 月 8 日
地 点	线下交流、线上交流
上市公司接 待人员姓名	董事长、总经理：马学军 董事会秘书、财务总监：邓玲玲 预研部总监：任立隆 证券事务代表：李花
投资者关系 活动主要内 容介绍	问 1：公司 2024 年线下门店发展情况如何了？高铁机场门店的修复情况如何？ 答：截至 2024 年 12 月 31 日，公司在全球范围内线下渠道共布局 134 家直营门店，其中国内 133 家，国外（新加坡）1 家；同时布局 77 家全球加盟商门店以及超 360 个其他销售网点，以适应不同的市场需求，拓展销售渠道。公司线下门店整体销售有所修复，其中机场作为主要线下直营场景，修复速度相对更快。 问 2：对于直营店与加盟店未来的定位或者规划？ 答：直营门店聚焦海内外高流量区域（机场、高铁站、高端商场），着重倍轻松品牌展示与体验。本着强化品牌的差异化竞争优

	势目的，公司于 2024 年推出“科技产品+速效按摩服务”新模式，以提高门店人流量，提升倍轻松品牌影响力，增强消费者粘性。加盟门店则着重加速下沉市场渗透，开发市场盲区，以逐步进行多网点渗透布局，实现“以点带面”的效果，将品牌影响力辐射至更多更广、更细的核心区域，从而发挥品牌与门店的协同作用。 问 3：从报表上看，公司 2024 年度及 2025 年一季度收入同比均下降的原因是什么？ 答：2024 年度及 2025 年一季度收入同比均下降，主要原因为自 2024 年年初开始，公司持续深化降本增效，提升公司整体运营效率，调整了销售战略。公司减少了投入产出效率低下的渠道投入，从而对应销售渠道收入有所降低，但成本费用得到有效控制，整体运营效率得到有效提高。但与此同时，公司其他渠道如海外、B TO B、加盟商、新能源汽车等新渠道或新的应用场景已初见成效，收入呈逐步上升趋势。未来公司会继续结合实际情况，实时调整经营策略，以期进一步提高整体运营效率。 问 4：公司提到的“科技产品+速效按摩服务”具体是什么新模式？对公司业绩的贡献情况如何？ 答：线下直营店面从纯销售产品形态转变为销售科技产品+速效按摩服务的新模式，也即“科技产品+速效按摩服务”新模式。在新模式下，公司门店不单是产品静态展示与产品销售的场所，还是消费者日常健康养护服务平台。 该新模式于 2024 年测试推出，对 2024 年业绩贡献尚小。但对 2025 年收入贡献增长较为明显，2025 年第一季度相应收入已接近 2024 年全年相应收入的 2 倍，预计未来将有更大的业绩贡献。公司通过新模式提供个性化服务，不仅能升级消费体验、满足多元需求，增强市场竞争力，还能在高频次优质服务互动中强化消费者情感联结，提升品牌认同感与忠诚度，为公司带来更多人流及会员贡献。未来，公司还将运用大数据、AI 技术挖掘消费偏好与服务需
--	---

	求，优化服务流程与品质，打造更智能、便捷的健康服务。新商业模式将速效按摩服务深度融入科技产品销售，能够精准对接消费者的健康养护刚需，有效提升倍轻松品牌影响力，并有望为公司开辟新的消费增长点。 问 5：2025 年公司在营销投入方面是如何规划的？ 答：公司营销投入主要分为两部分，一部分为品牌方面的投入，一部分为销售方面的投入。公司将根据投入产出效率不断实时调整销售策略（包括品牌代言等投入与销售渠道投入），以提升整体运营效率，平衡费用投入与利润率水平。此外，随着海外市场的逐步打开，公司预计会加大海外销售相关投入。 问 6：公司 2024 年销售渠道的大概结构是什么样子的，海内外渠道占比情况？尤其是海外市场发展情况如何？以及美国关税对公司业务影响？ 答：公司通过线上线下、直营加盟等营销渠道，实施全球化营销策略。2024 年公司海外内销售占比分别为 93%、7%。随着海外市场的逐步打开，海外收入占比逐步提升，公司 2024 年海外收入毛利率同比提高超 10 个百分点。此外，公司海外市场突破主要在中东、东南亚地区，美国关税对公司影响较小。 目前海外业务已覆盖欧美、日韩、香港、东南亚等境外市场，但占比仍然较低。随着全球智能化按摩器市场的快速发展，海外市场规模预计将进一步扩大，未来海外市场将是公司重点发展方向之一，以期进一步提高海外收入占比。 问 7：对于线上渠道，2025 年公司有什么新的规划或者打法？ 答：线上渠道会融合海内外市场协同发展。针对国内，公司已于多年前成立电子商务事业部，拥有经验丰富的电商团队。公司通过“老牌平台深耕 + 新兴平台拓展”策略，以天猫、京东等老平台为主，及其他新平台同步拓展的全面发力策略。针对各平台特
--	--

	性，公司组建专业团队实施差异化运营。在天猫实施“核心品类巩固 + 蓝海品类开拓”策略；在京东构建“自营 + 经销 + 企业购”模式，数字化运营精准触达客群；在微信聚焦微信小店、小程序开发、视频号等，规划高端礼盒满足个性化需求；在小红书打造“品牌认知 - 内容种草 - 用户教育”链路，实现内容向全域销售转化。同时公司也会结合销售情况持续完善拼多多、抖音等平台的销售策略布局。针对海外，公司通过国内专业团队，赋能跨境电商高质量发展，主要通过亚马逊、美国独立站、LAZADA 等渠道触点消费者。2024 年公司跨境电商收入同比实现 27% 增长率。 问 8：请问 2025 年公司的研发费用主要集中在哪些领域？ 答：2025 年，公司将全面加快新技术研发进程，重点聚焦具身智能领域。依托 DeepSeek 等 AI 大模型基座，深入研究传感器与精密控制电机技术，围绕个人健康管理方向，着力开发以线下深度按摩和智能理疗为核心的服务型产品。未来，公司将把更具差异化的智能精密传动与控制技术，逐步应用于新产品研发，推动产品智能化升级，提升健康服务的科技含量与用户体验。 问 9：在 AI 应用方面，是否有新品计划或与 AI 结合的方向？ 答：AI 智能化是公司产品研发核心方向之一。公司已联合阿里云、百度等推出 See 5k 系列、数字人项目等智能化成果。目前，公司正进一步携手 DeepSeek、腾讯等头部企业，深化合作为公司产品注入智能动能。未来，面对消费需求升级与 AI 技术革新，公司将持续扩容产品矩阵，开拓新场景、创新商业模式，拓宽应用边界，提升市场竞争优势。
附件清单 (如有)	无

附件：

交流机构名单	
太平洋证券股份有限公司	深圳价值在线信息科技股份有限公司
上海申银万国证券研究所有限公司	闻天私募证券投资基金管理(广州)有限公司
东海证券股份有限公司	方正证券股份有限公司
光大保德信基金管理有限公司	磐厚动量(上海)资本管理有限公司
信达证券股份有限公司	新华基金管理股份有限公司
江西省杜兹投资管理有限公司	天风证券股份有限公司
深圳中天汇富基金管理有限公司	华福证券有限责任公司
上海耶诺资产管理有限公司	国金证券股份有限公司
上海九祥资产管理有限公司	上海中广云证券咨询有限公司
IGWT Investment 投资公司	兴业证券股份有限公司
易米基金管理有限公司	深圳市国融鼎创投资有限公司
华西证券股份有限公司	珠海横琴智合远见私募基金管理中心(有限合伙)
DegCos Cap	北京涇谷私募基金管理有限公司
光大证券股份有限公司	上海盛宇股权投资中心(有限合伙)
上海顺领资产管理中心(有限合伙)	东方证券股份有限公司
国泰海通证券股份有限公司	银河基金管理有限公司
国信证券股份有限公司	深圳市尚诚资产管理有限责任公司
华安基金管理有限公司	开源证券股份有限公司
上海陆家嘴金融贸易区开发股份有限公司	中国国际金融股份有限公司
深圳市裕晋私募证券投资基金管理有限公司	上海云门投资管理有限公司
厦门坤易投资管理有限公司	中银基金管理有限公司

西藏青骊资产管理有限公司	海南硕腾私募基金管理有限公司
上海万纳私募基金管理有限公司	东证融汇证券资产管理有限公司
长江证券股份有限公司	互联智道投资管理(深圳)有限公司
深圳市前海长和汇众基金管理有限公司	敦和资产管理有限公司
财信证券股份有限公司	招商基金管理有限公司
北京东方睿石投资管理有限公司	诺德基金管理有限公司
国联基金管理有限公司	华泰证券股份有限公司
荷荷(北京)私募基金管理有限公司	太平资产管理有限公司
上海翀云私募基金管理有限公司	浙商证券股份有限公司
海南羊角私募基金管理合伙企业(有限合伙)	前海人寿保险股份有限公司
中科沃土基金管理有限公司	鹏华基金管理有限公司
中融国际信托有限公司	银华基金管理有限公司
永安期货股份有限公司	国盛证券股份有限公司
诺安基金管理有限公司	平安基金管理有限公司
海南上善如是私募基金管理合伙企业(有限合伙)	臻(深圳)私募证券基金管理有限公司
北京真科私募基金管理有限公司	中金基金管理有限公司
深圳市杉树资产管理有限公司	华宝基金管理有限公司
泰康资产管理有限责任公司	青骊投资管理(上海)有限公司