

深圳市倍轻松科技股份有限公司

2026 年度“提质增效重回报”行动方案

提高上市公司质量，增强全体股东回报，提升投资者的获得感，是上市公司发展的应有之义，也是对投资者的应尽之责。基于此，深圳市倍轻松科技股份有限公司（以下简称“倍轻松”或“公司”）于 2025 年 4 月披露了《2025 年度“提质增效重回报”行动方案》（以下简称“《行动方案》”）。以持续提升用户满意度、推动公司经营高质量发展、提高公司投资价值及可持续发展水平的提升，积极维护市场稳定，增强投资者对公司发展的信心，树立良好的资本市场形象。为进一步落实有关工作安排，切实维护全体股东利益，公司对《行动方案》在 2025 年的执行情况评估及 2026 年度“提质增效重回报”行动方案报告如下：

一、聚焦经营主业，促进高质量发展

公司是一家专注于健康产品创新研发的国家高新技术企业，主要从事智能便携按摩器的设计、研发、生产、销售及服务。公司智能便携按摩器由现代按摩器具融合驱动技术、仿生技术、信息技术等领域前沿科技成果以及传统中医理论发展而来，能够随时随地为用户提供个人健康护理与按摩保健的智能硬件。

公司自成立以来，一直专注人类健康问题，以“伙伴成长幸福，人类轻松健康”为企业使命，持续推动现代科学技术与传统中医理论的有机结合，为用户提供高品质的智能便携按摩器产品，逐步打造具有东方特色的全球品牌。多年来，公司为满足不同用户群体的健康需求，持续创新和研发适用于智能便携按摩器的驱动、控制、传感、交互、物联及大数据等前沿技术，成功地推出了一系列智能便携按摩器产品，成为引领智能便携按摩器具行业高质量发展的领导品牌。

公司构建研产销一体化经营模式，打通各经营环节，以高效驱动业务发展。在研发端，公司聚焦自主核心技术攻坚，不断推陈出新。在供应链端，公司主要采用“以产定采”与“以销定采”相结合的模式进行采购，“计划生产”和“订

单生产”相结合的模式进行生产。在销售端，公司主要经营自主品牌系列产品，采用线上和线下融合赋能的新零售模式，大力推动线上渠道与线下渠道的协同发展，并持续对新媒体电商等新销售模式进行创新探索。此外，公司自 2024 年开始创新性地推出“科技产品+速效按摩”的新模式，并在报告期内推出“轻松一刻”健康管理品牌，将为公司在行业内的影响力带来强劲助推力。在大健康产业迅猛发展的背景下，中国传统按摩市场尤其是机器按摩服务市场正迎来快速增长期。据弗若斯特沙利文报告显示，中国按摩市场规模预计到 2029 年将超过 6000 亿元人民币；中国机器按摩领域市场规模预计到 2029 年将超过 50 亿元人民币，2025 年至 2029 年 CAGR 约 15.9%。倍轻松在报告期内适时推出“轻松一刻”健康管理品牌，恰好精准契合了这一市场发展潮流。

2025 年，公司实现营业收入 778,975,808.69 元，归属于上市公司股东的净利润-97,262,164.73 元。公司于报告期内新增专利授权共 110 件，其中发明 10 件，实用新型 68 件，外观设计 32 件。技术进展方面，公司围绕“四大核心系统”持续推进关键能力的平台化、组件化与工程化验证，在仿生执行、动力与静音优化、感知与智能化能力、以及数字健康内容与方案编排等方向开展研发迭代与评估体系建设，部分能力已形成可复用的技术模块与方法体系。

2026 年，公司将紧扣“真、爱、行”三个维度提升经营体系能力，专注于主营业务的发展；持续加大研发投入，推动技术创新与产品体验的深度融合，不断升级产品与服务，致力于为用户打造更加轻松和愉悦的体验。

2026 年，公司主要经营计划如下：

1、以 AI 驱动健康产品升级

2026 年公司将以 AI 与实感智能为牵引，围绕“高频场景需求—可评估指标—方案编排—产品联动”推进技术与产品迭代，并强调研发—产品化验证—规模导入闭环。总结而言，2026 年公司将更强调 AI 技术确定性与可复用性，力争从模型走向工程治理。

(1) 端侧与云侧协同的 AI 能力：推动关键算法模块工程化与组件化，提升模型可用性、可解释性与可维护性。

(2) “状态评估—方案建议—产品联动”的体验闭环：在睡眠放松、日常恢复、久坐疲劳等场景推进硬件产品+内容+服务一体化闭环体验，驱动长期连接。

(3) 数据与合规体系建设：强化数据安全、隐私保护与质量管理体系，为多区域合规运营与国际化拓展提供保障。

(4) 关键核心部件自主与联合创新：围绕精密传动、温控与低噪设计等方向，持续优化关键部件性能与量产一致性，硬件底座决定体验上限与规模下限。

2、全球化战略加速落地

2026年，公司将紧扣全球化战略总体目标，持续加速海外战略落地，全面深化全球市场拓展与渠道体系建设，持续优化“线上线下融合、直营加盟互补、国内外市场联动”的立体化销售网络，持续加大海外市场布局与深耕力度，推动全球化布局实现更高质量、更高效能的突破。

在区域布局上，公司将继续聚焦东南亚及中东核心市场，巩固现有模式优势，深化泰国加盟商体系运营，做强新加坡直营门店标杆样板，以统一、标准的自营品牌形象，稳步拓展印度尼西亚、越南等周边重点国家，构建区域联动、多点支撑的海外业务格局，实现全球化战略的纵深拓展与稳步落地。

在品牌营销上，2026年公司将加大海外营销资源投入，强化品牌本地化运营与声量打造，以品效协同驱动业务增长。2026年3月，公司已在新加坡星耀樟宜 South Gateway Garden，携手品牌代言人孙颖莎，结合新加坡 SMASH WTT 大满贯赛事举办大型品牌粉丝营销活动。依托顶级赛事影响力与代言人号召力，通过线下互动体验、场景化品牌展示、全域传播造势等形式，精准触达核心消费群体，在直接拉动终端销售业绩的同时，全面提升品牌在新加坡及东南亚区域的知名度、美誉度与市场影响力，为海外市场长期发展奠定坚实的品牌基础。

3、全渠道运营效能提升

全渠道费用管控方面，各渠道进一步控费提效、提升投入产出比，提高经营效益。此外，通过业财双轨数字化转型，打造“数据驱动 - 智能决策 - 敏捷执行”的经营闭环。搭建业财一体化平台，实现订单、库存、成本等核心数据实时同步，缩短财务数据反馈时效，支持业务部门实时调整并优化经营策略。未来将

深化 AI 财务分析与区块链技术应用，持续提升全价值链运营效率。

供应链方面，公司将通过系统化供应链改革与数字化运营转型，打造“质量领先、效率优先、成本可控”的现代化供应链体系。采购端降本增效、生产端智能化升级，不断优化产品组合和供应链管理，以提高质量、提升效率和降低成本。

4、科技产品+速效按摩服务模式迭代并推广至全球

2026 年，公司将持续优化原有店面服务结构，围绕这新模式积极开拓布局新店面。未来公司计划将这一成功范例向全球复制，全方位、系统性地对国内外终端直营门店经营模式进行迭代升级，力求进一步融合科技与服务优势，拓展市场版图，增强品牌全球影响力，开启公司发展新篇章。

5、用户运营服务体系升级

公司将在用户服务端加大投入，着力打造用户服务体系。服务优化：建立用户服务沟通机制，动态完善满意度反馈体系，强化问题响应效率；运营升级：基于用户需求分析，深化个性化推荐及场景化服务，提升全渠道交互体验；能力建设：开展服务技能与数据分析培训，优化流程规范，推动服务标准化与创新协同。以 Breo+小程序为主阵地，协同企业微信、公众号、小红书、微博等平台，联动倍轻松线上、线下门店，进一步打造完善的用户服务体系，逐步推进 NPS 系统，为用户提供更贴心、更完善、更精准的服务。

二、提升科技创新能力，培育壮大新质生产力

2025 年，公司围绕“四大核心系统”持续推进关键能力的平台化、组件化与工程化验证，在仿生执行、动力与静音优化、感知与智能化能力、以及数字健康内容与方案编排等方向开展研发迭代与评估体系建设，部分能力已形成可复用的技术模块与方法体系。以下为公司在 2025 年技术发展的重要进展：

1、仿生执行与交互体验能力推进（BREO 高仿生系统）

公司围绕不同人群、不同部位与不同使用场景的差异化需求，持续推进仿生执行与交互体验一致性的研发优化工作。报告期内，体验稳定性与安全边界控制、

优化手法表达与执行参数之间的映射关系得到进一步完善，后续产品工程导入的一致性与可复用性也已通验证与评估机制得到有效提升。

2、动力与静音体验系统级优化（BREO 高动力系统）

公司围绕动力系统稳定输出、静音体验、能效和耐久性之间的平衡关系，持续开展传动、结构、控制和可靠性方面的系统级优化。报告期内，完成动力方案迭代、关键工况验证、参数优化和复用导入准备，为后续不同产品形态的规模化应用提供技术基础。

3、智能化能力工程化推进（多模态感知与 AI/算法能力）

公司持续推进多模态感知与算法能力的工程化落地围绕数据规范、评估验证、版本管理和场景稳定性等方面完善治理机制。报告期内，公司围绕研发验证、流程规范和能力沉淀展开工作并取得阶段性成果，为后续提升算法模块在不同产品场景中的可解释性、可追溯性与可维护性，以及后续体验优化及服务联动打下基础。

4、中医数字内容与方案编排体系建设（中医×科技融合方向）

公司以中医理念相关的信息框架和用户健康管理场景为参考，持续推进数字内容与方案编排能力建设，重点提升“内容理解—方案设计—体验交付—持续优化”的协同效率，并加强输出一致性、内容安全和合规边界控制。相关功能主要用于健康管理及理疗体验优化，不替代医疗机构的诊断与治疗。报告期内，该方向在能力建设、规则完善和验证评估等方面均已取得阶段性成果。

5、数据安全、隐私与合规治理强化（规模化运营底座）

公司围绕数据全生命周期管理，持续推进隐私保护、安全控制、访问权限、日志审计及质量体系等基础能力建设，并结合不同区域业务与应用场景要求推进合规适配工作。报告期内，已完成数据分类分级、核心业务系统访问权限梳理与分权管理、关键操作日志留痕与审计机制建设、用户授权告知及隐私协议优化、重点数据存储与传输链路安全加固，以及部分业务场景的合规性自查与适配准备工作，为后续多区域运营和产品持续迭代提供基础支撑。

三、优化财务管理

公司财务部以提供精准、全面的财务分析为己任，为管理层决策提供助力。运用财务比率、因素分析、同行业对比等多种方式，全面剖析企业的财务状况和经营成果。在优化投资策略的过程中注重风险管理。通过合理的资产配置，有效降低投资风险，确保持续收益的稳定性和可持续性，为公司创造了更多的额外价值。

2026年，公司将继续实施稳健可靠的财务管控策略与措施，规范资金的筹集、管理和使用，确保各类资金安全；进一步完善并强化投资决策程序，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率，同时节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营决策效率和盈利水平。

四、完善公司治理

公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》及《上市公司章程指引》等法律法规及规范性文件的要求，加强信息披露工作，健全内部控制制度，建立并不断完善由股东会、董事会、独立董事和管理层组成的法人治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互协调和制衡的治理机制，为公司的高效、规范运行提供了制度保证，切实维护公司及全体股东利益。

2025年公司召开股东会5次，召开董事会9次。公司现任独立董事及报告期内卸任的独立董事就2025年度履职情况分别作出报告，公司董事会和管理层有效发挥了公司的治理能力。此外，公司董事、高级管理人参加了上海证券交易所关于2025年下半年沪市上市公司风险化解及提质增效专题培训、上市公司董事会秘书后续培训、上市公司独立董事后续培训，参加了深圳上市公司协会关于深圳并购重组政策宣讲培训，参加了上海嘉言妙道企业管理咨询有限公司关于上市公司合规的现场培训、小型按摩器市场情况分析培训，进一步提高了公司管理层治理意识和专业水平。

2026年，公司将继续严格管理三会运作，落实独立董事工作，优化审计机构选聘和内部审计管理，同时根据相关法规的更新情况，修订公司内部管理制度，进一步加强对分、子公司的监管力度，确保公司合规经营。公司董事、高级管理

人员将根据上海证券交易所、深圳证监局等监管机构的各类培训计划安排，积极参与，加强学习证券市场相关法律法规，熟悉证券市场知识，不断提升自律意识，推动公司持续规范运作。忠实、勤勉地履行职责，促进公司经营水平持续提升，切实维护上市公司和全体股东的合法权益。

五、加强投资者沟通，切实维护投资者合法权益

公司始终重视和投资者尤其是中小投资者的沟通交流，2025年，公司通过业绩说明会、现场调研、策略会等多渠道模式，共接待百余位机构及个人投资者（部分为多次调研重复统计），披露《投资者关系活动记录表》合计24份，并通过在“上证e互动”、接听投资者热线电话等方式与投资者保持了真诚且充分的沟通，在法律法规允许的范围内，积极传导公司经营情况、盈利能力、投资逻辑等，增强投资者风险意识，加强投资者权益保护。

2026年，公司将积极加强投资者关系工作，采取业绩说明会、投资者现场调研、股东会、策略会、电话会、IR邮箱、上交所e互动等线上线下结合的方式与投资者进行交流。确保每个定期报告后都通过上证路演中心或其他平台进行业绩说明会，并根据投资者的实际诉求，不定期安排线上/线下调研会议，及时披露调研记录表，工作时间不遗漏任何一通投资者热线，及时回复投资者在上证e互动、公司IR邮箱的提问，在法律法规允许范围内真实、准确、完整地向每一位投资者传达公司经营情况，促进公司与投资者之间的良性、有效沟通，增进投资者对公司的进一步了解和熟悉。建立稳定和优质的投资者基础，获得长期的市场支持，形成服务投资者、尊重投资者的企业文化，促进公司整体利益最大化和股东财富增长并举的投资理念，增加公司信息披露透明度，改善公司治理。

六、重视投资者回报

提高上市公司质量，增强投资者回报，与投资者共享经营发展成果，增强投资者获得感，是上市公司发展的应有之义。公司坚持稳健、可持续的分红策略，兼顾现金分红的连续性和稳定性，坚持以投资者为本，严格按照利润分配政策法

规相关要求，综合考虑行业特点、经营模式、所处发展阶段、盈利水平等因素，制定合理持续的利润分配政策。

公司将持续评估“提质增效重回报”行动方案的具体举措，及时履行信息披露义务。继续专注主业，提升公司核心竞争力、盈利能力和风险管理能力。通过良好的业绩表现、规范的公司治理积极回报投资者，切实履行上市公司责任和义务，回报投资者的支持和信任，维护公司良好市场形象，促进资本市场平稳健康发展。

本报告所涉及的公司规划、发展战略等系非既成事实的前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意相关风险。

深圳市倍轻松科技股份有限公司董事会

2026年4月28日