

共享按摩龙头 9个月赚了1亿

上市之前品牌奠基人提“钱”卸任

北京一家影院门口的盟迪奥按摩椅
图源财经天下



“看4D版《哪吒2》体验拉满，上边屏幕打架、下边椅子打我”“花98元看电影被椅子暴打20分钟”“兴高采烈来看春节档电影却被按在椅子上‘受刑’”……有人“爽到不想走”，有人却直呼是花钱体验“刑具”，口碑分化的共享按摩椅行业，借着电影春节档的火热，正在迎来一场资本盛宴。

近日，共享按摩椅品牌“乐摩吧”母公司——乐摩物联向港交所递交了上市申请。

电影院与商场里越来越多的共享按摩椅，撑起了乐摩吧数亿元的生意。2024年前9个月，乐摩物联实现营业收入6.14亿元，净赚1亿元，而且在IPO之前还给股东分红了4000多万元。

”

很多电影院在黄金位置安装了共享按摩椅



行业第一

主打“15分钟快速缓解疲劳”的乐摩吧，是国内最早一批共享按摩椅入局者之一。

乐摩物联成立于2014年，并于2016年推出“乐摩吧”品牌，专注于智能按摩服务。经过近10年的发展，截至今年1月15日，乐摩物联已为智能按摩服务设立超过4.5万个服务网点，投放超过50万张智能按摩设备，注册会员人数超过280万名。

数据显示，按交易额计算，乐摩物联2021年至2023年连续三年在中国大陆所有智能按摩服务提供商中排名第一，市占率从29.4%提升到了37.3%。

记者在商场一处乐摩吧扫码发现，其共享按摩椅按摩服务分为13.8元/15分钟“缓解疲劳”、17.8元/20分钟“焕发活力”、23.8元/30分钟“深度舒压”三档。

对比之下，40分钟的按摩服务，附近传统按摩店至少要100元。不仅如此，在扫码体验之后乐摩吧还会定制推出6.6元/10分钟、9.9元/15分钟的优惠加时套餐吸引复购。

就是这样十几元的小生意，撑起了乐摩吧数亿元的营收规模。

招股书显示，乐摩物联2022年、2023年营收分别为3.3亿元、5.86亿元，经调整净利分别为853万元、9458万元。2024年前9个月公司营收为6.14亿元，经调整净利为1亿元。

这离不开乐摩吧网点的快速扩张。招股书显示，公司智能按摩服务的网点数量分别由2022年的2.17万个增长至2024年前三季度的4.27万个；同期，按摩设备数量从16.71万张增长至40.21万张，目前其按摩设备已达50万台。

拆解乐摩吧近两年的扩张，电影院无疑是其重要阵地。乐摩物联表示，全国年度票房超500万元的电影院中，其入驻了50%以上（1281家）。

招股书显示，2022年到2024年前三季度，乐摩物联在电影院投放的按摩设备从10.83万张翻倍至32.05万张，不到两年时间多了近20万张。

而截至2024年9月，乐摩吧在商业综合体有6.9万张按摩椅，机场、高铁站分别仅有2484张、1338张，不到电影院数量的零头。

但赚钱效应却恰恰相反。招股书显示，若按单张按摩设备算，机场最赚钱，电影院则垫底。2024年前9个月，乐摩吧一张按摩椅在机场、高铁站产生的交易额为31537.84元、11992.53元，商业综合体、影院仅为8808.22元、543.63元。

也就是说，这期间虽然影院占有按摩设备数量的8成，但仅贡献了近两成的营收。这意味着乐摩吧面临着扩张有效性的问题。

《招股书》数据显示，2023年，乐摩物联流动负债2.33亿元，同比增

加0.60亿元。截至2024年9月底，乐摩物联的流动负债率依然高达94.28%。

争议不断



商场里的乐摩吧

在带来方便的同时，共享按摩椅近年来频繁因“黑红”引发关注。

占据公共空间的按摩椅，并非人人都能坐，久坐不扫码付款的情况下会遭到“驱逐”。记者发现，乐摩吧占座不扫码超过两分钟，会面临密集的语音提示。乐摩物联亦在招股书中坦陈其按摩设备配备防占座功能：“在一段时间未收到付款时启动，减少因不当使用造成的卫生隐患。”

卫生问题也是消费者一大槽点。按摩需要用户与按摩设备贴身接触，传统按摩店往往“一客一消毒”，而共享按摩椅几乎很难做到。

对于清洁问题，乐摩吧在招股书中介绍，直营模式会安排专业人员或外包给第三方清洁服务供应商进行服务网点的维修、维护和清洁工作；合伙人模式下，公司会制定针对不同地理位置及消费场景的卫生等方面的标准化手册。

乐摩吧客服则对记者表示，其品牌的共享按摩椅会有专人进行定期清洁消毒，当被追问“定期”时长究竟多久，对方并未直接回答，其表示乐摩吧全国数万个网点的清洁标准并不相同，具体清洁频率须询问当地工作人员。

盘古智库高级研究员江瀚对中国新闻周刊表示，虽然按摩椅不属于医疗器械，但其使用安全与清洁标准同样重要，如果处理不当不仅会遭到客户投诉甚至会引发品牌口碑的各种风险。

此外，共享按摩椅还引发了舆论对其挤压公共空间的质疑。

据媒体报道，2023年8月，有网友吐槽“山东泰安高铁站候车厅共享按摩椅的数量远高于普通座椅”，相关话题引起热议。当月，中国铁路发文，明确要求候车区按摩椅数量不得超过全部候车座椅的20%，并定期开展卫生保洁和消杀灭等工作。

近期随着春节档的热映，对于共享按摩椅的不满也蔓延到了电影院。有网友反映不少影院的观影黄金区被按摩椅占据，大大影响观影体验。

为了吸引客人消费，电影院的按摩椅通常会“附赠”一定时长的免费按摩服务。但实际效果却适得其反，因为不是所有人都享受按摩椅突如其来的自动按摩，相反给一些观影者带来了困扰。

社交媒体上对电影院按摩椅的吐槽不在少数：“按摩椅自动工作却凸起在一个让人难受的位置，感觉就是逼着你交钱让它继续”“观影途中按摩椅突然发力，让人猝不及防”“看电影感觉像是被殴打一样，浑身难受，度秒如年”……

在黑猫投诉平台上，“乐摩吧”关键词下共有超900条相关投诉，涉及乱收

费、按摩力度过大、按摩椅功能出现故障、退款困难等多个方面。

对此，中国政法大学副教授李维华认为，共享按摩椅行业需要一定的标准化。以乐摩吧当下的规模优势确实需要在清洁、维修、按摩细节等方面做出一些推动行业进步的努力。

事实上，乐摩物联毛利率也处于波动状态。报告期内，乐摩物联智能按摩服务毛利率分别为24.66%、41.47%和40.04%。对此，乐摩物联方面表示，毛利率下降主要原因是扩大业务规模及市场渗透率产生了初始成本，以及运维人员方面的支出有所增加。

奠基人撤了

对于“乐摩吧”而言，谢忠惠是品牌奠基人。

1998年，谢忠惠毕业于集美大学机械制造工艺与设备专业，并进入日化企业雅倩担任销售经理；2001年，谢忠惠跳槽至真彩文具担任销售总监，后又升为副总经理。

2008年，在离开真彩文具后，谢忠惠进入按摩椅行业，加入当时规模最大的按摩器材企业东方神按摩器材公司并担任总经理。

据《招股书》介绍，乐摩物联最初由福州境界信息技术有限公司（以下简称“福州境界”）、吴景华、陈建霖于2014年5月成立，三方分别持股50%、35%及15%。其中，福州境界分别由吴景华、李坚正持股51%、49%。

2016年，共享经济风靡全国。当年年底，谢忠惠决定进军共享按摩服务业务，为省去设立新公司的程序，直接收购了乐摩物联60%股权，成为公司控股股东。

记者了解到，在谢忠惠入主前，乐摩物联并未开展实际业务。此后，谢忠惠立即推出了“乐摩吧”品牌。与此同时，谢忠惠向韩道虎以0元对价转让了乐摩物联30%股权。

乐摩物联方面在《招股书》中解释称，该对价乃经考虑公司尚未缴入注册资本、公司当时的净亏损状况以及韩道虎将带来的按摩设备行业知识、经验及资源，经公平磋商后厘定。

值得一提的是，在乐摩物联推动IPO之前的2024年8月29日，韩道虎接替谢忠惠当选乐摩物联董事长，但谢忠惠仍为控股股东。不久后，谢忠惠还向韩道虎转让了100万股股份，占乐摩物联总股本的2%，股份价值约1500万元。

据介绍，韩道虎现年56岁，曾担任融捷健康董事、上海贝氩若宝健康科技有限公司董事长和安徽中盛溯源生物科技有限公司董事等职位。

记者注意到，乐摩物联股东大部分为个人投资者，但也在2017年引入了一家投资机构——基石亿享。基石亿享隶属于基石资本，后者是中国最早的创业投资与私募股权投资机构之一，累计资产管理规模约850亿元。

《招股书》显示，基石亿享共向乐摩物联投资5000万元，持股约12.5%。根据双方签订的对赌协议约定，若乐摩物联于投资完成后5年内未实现上市，基石亿享可要求乐摩物联购回其所持股权。2023年4月，由于乐摩物联迟迟未能上市，乐摩物联与基石亿享签订协议，以注册资本削减的方式回购部分股份，回购对价约为6210万元。

对于“乐摩吧”电影院渠道扩张战略和管理层人事变动等问题，记者多次致电乐摩物联，但一直未收到回复。

据中国新闻周刊、澎湃新闻、中国经营网等