公司代码:688793　　公司简称:倍轻松

深圳市倍轻松科技股份有限公司 2026 年半年度报告摘要

第一节重要提示

1.1 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,投资者应当到上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 重大风险提示

公司已在本报告中详细阐述公司在生产经营过程中可能面临的各种风险及应对措施,敬请查阅本报告“第三节管理层讨论与分析”之“四、风险因素”。

1.3 本公司董事会及董事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

1.4 公司全体董事出席董事会会议。

1.5 本半年度报告未经审计。

1.6 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

为保证公司正常经营,实现可持续发展,更好地维护全体股东的长远利益,公司拟 2026 年半年度不进行利润分配,不派发现金股利,不送红股,不进行资本公积金转增股本和其他形式的利润分配。

1.7 是否存在公司治理特殊安排等重要事项

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所科创板	倍轻松	688793	不适用

公司存托凭证简况

□适用 √不适用

联系人和联系方式

联系人和联系方式	董事会秘书(信息披露境内代表)	证券事务代表
姓名	王洪	林夏婷、李花
电话	0755-82073336-8184	0755-82073336-8184
办公地址	深圳市南山区创业路 1777 号海信南方大厦 19 楼	深圳市南山区创业路 1777 号海信南方大厦 19 楼
电子信箱	ir@breo.com	ir@breo.com

2.2 主要财务数据

单位:元 币种:人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	436,036,621.86	617,089,943.72	-29.34
归属于上市公司股东的净资产	186,200,810.61	233,208,456.75	-20.16
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	366,012,514.72	384,937,142.24	-4.92
利润总额	-47,986,440.04	-35,128,725.19	不适用
归属于上市公司股东的净利润	-47,148,465.81	-36,114,748.22	不适用
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-42,390,861.23	-37,011,940.56	不适用
经营活动产生的现金流量净额	-39,760,793.32	-20,873,556.99	不适用
加权平均净资产收益率(%)	-22.48	-10.14	不适用
基本每股收益(元/股)	-0.56	-0.43	不适用
稀释每股收益(元/股)	-0.56	-0.43	不适用
研发投入占营业收入的比例(%)	6.34	7.02	减少 0.68 个百分点

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位: 股

截至报告期末股东总数(户)	5,847
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)	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	包含转融通借出股份的限售股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
马学军	境内自然人	37.51	32,235,281	0	0	冻结	595,923
宁波赫廷投资有限公司	境内非国有法人	7.49	6,440,000	0	0	无	0
汪养青	境内自然人	4.90	4,211,326	0	0	无	0
宁波日松企业管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.38	3,765,300	0	0	无	0
宁波铧松投资有限公司	境内非国有法人	4.38	3,761,735	0	0	无	0
深圳市倍轻松科技股份有限公司-2024 年员工持股计划	境内非国有法人	1.10	942,300	0	0	无	0
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	境外法人	0.67	578,570	0	0	无	0
高盛国际-自有资金	境外法人	0.41	355,223	0	0	无	0
国泰海通证券股份有限公司-富荣福耀混合型证券投资基金	其他	0.41	354,703	0	0	无	0
黄洪飞	境内自然人	0.39	333,000	0	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	1.赫廷投资系马学军先生控制的企业。马学军先生持有赫廷投资 80.00%的股权,赫廷投资的股东武玉珍与马学军系母子关系;截至报告期末,马学军先生将其持有赫廷投资 80%的出资份额办理了工商质押登记。 2.铧松管理系马学军先生控制的企业。马学军先生持有日松管理 80.00% 的出资并担任执行事务合伙人,日松管理的合伙人武玉珍与马学军系母子关系。 3.马学军先生持有铧松投资 6.81%的股权,铧松投资股东马林楠与马学军系姑侄关系,铧松投资股东马春与马学军系兄妹关系。 除上述说明之外,未知其他无限售条件股东之间和前十名股东之间是否存在关联关系或是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

2.4 前十名境内存托凭证持有人情况表

□适用 √不适用

2.5 截至报告期末表决权数量前十名股东情况表

√适用 □不适用

单位:股

序号	股东名称	持股数量		表决权数量	表决权比例	报告期内表决权增减	表决权受到限制的情况
		普通股	特别表决权股份				
1	马学军	32,235,281	0	32,235,281	37.51	0	无
2	宁波赫廷投资有限公司	6,440,000	0	6,440,000	7.49	0	无
3	汪养青	4,211,326	0	4,211,326	4.90	0	无
4	宁波日松企业管理合伙企业(有限合伙)	3,765,300	0	3,765,300	4.38	0	无
5	宁波铧松投资有限公司	3,761,735	0	3,761,735	4.38	-263,442	无
6	深圳市倍轻松科技股份有限公司-2024 年员工持股计划	942,300	0	942,300	1.10	0	无
7	MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	578,570	0	578,570	0.67	454,927	无
8	高盛国际-自有资金	355,223	0	355,223	0.41	175,816	无
9	国泰海通证券股份有限公司-富荣福耀混合型证券投资基金	354,703	0	354,703	0.41	261,703	无
10	黄洪飞	333,000	0	333,000	0.39	0	无
合计		52,977,438	0	52,977,438			

2.6 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

□适用 √不适用

2.7 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.8 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

公司应当根据重要性原则,说明报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

□适用 √不适用

证券代码:688793　证券简称:倍轻松　公告编号:2026-049

深圳市倍轻松科技股份有限公司 第六届董事会第二十六次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

一、董事会会议召开情况

深圳市倍轻松科技股份有限公司(以下简称“公司”)第六届董事会第二十六次会议通知已于 2026 年 8 月 14 日送达全体董事,本次会议于 2026 年 8 月 26 日在深圳市南山区创业路 1777 号海信南方大厦 19 楼以现场结合通讯的表决方式召开。会议由董事长马学军召集和主持,会议应出席董事 7 人,实际出席董事 7 人。本次会议的召集、召开符合《中华人民共和国公司法》等法律、法规和《深圳市倍轻松科技股份有限公司章程》的有关规定,会议决议合法有效。

二、董事会会议审议情况

经全体董事认真审议并表决,形成决议如下:

(一)审议通过《关于 2026 年半年度报告及其摘要的议案》

表决结果:7 票同意,0 票反对,0 票弃权;全体董事一致通过。

本议案已经第六届董事会审计委员会第十五次会议审议通过。

具体内容详见公司于同日刊登在上海证券交易所网站 (www.sse.com.cn) 的《深圳市倍轻松科技股份有限公司 2026 年半年度报告》、《深圳市倍轻松科技股份有限公司 2026 年半年度报告摘要》。

(二)审议通过《关于 2026 年半年度募集资金存放、管理与实际使用情况专项报告的议案》

表决结果:7 票同意,0 票反对,0 票弃权;全体董事一致通过。

本议案已经第六届董事会审计委员会第十五次会议、第六届董事会第八次独立董事专门会议审议通过。

具体内容详见公司于同日刊登在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《2026 年半年度募集资金存放、管理与实际使用情况的专项报告》(公告编号:2026-050)。

(三)审议通过《关于 2026 年度“提质增效重回报”行动方案的半年度评估报告的议案》

表决结果:7 票同意,0 票反对,0 票弃权;全体董事一致通过。

具体内容详见公司于同日刊登在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《2026 年度“提质增效重回报”行动方案的半年度评估报告》。

特此公告。

深圳市倍轻松科技股份有限公司董事会
2026 年 8 月 28 日

深圳市倍轻松科技股份有限公司 2026 年度“提质增效重回报”行动方案的半年度评估报告

为切实履行上市公司的责任和义务,持续提升公司业绩与治理水平,深圳市倍轻松科技股份有限公司(以下简称“倍轻松”或“公司”)结合自身经营发展情况,于 2026 年 4 月发布了《2026 年度“提质增效重回报”行动方案》(以下简称“《行动方案》”)。报告期内,公司积极推进方案中各项工作的落地实施,并就 2026 年上半年执行情况进行总结,编制形成《2026 年度“提质增效重回报”行动方案的半年度评估报告》。具体内容如下:

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振动技术、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。

公司构建研产销一体化经营模式,打通各经营环节,以高效渠道分销发展。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。

2026 年上半年,公司实现营业收入人民币 36,601.25 万元。报告期内,公司新增专利授权共计 98 件,整体知识产权体系保持平稳运行。公司被深圳市市场监督管理局认定为 2025 年度深圳市高价值专利培育布局中心,重点布局底层核心发明专利、海外同族专利、配套专利组合;同步联动研发、法务、市场团队开展专利价值分级管理,推动高价值专利与产品落地,持续提升知识产权资产质量与商业价值转化效率,强化公司长期技术壁垒。

报告期内,公司主要经营情况如下:

(一)关键技术能力平台化、工程化落地推进

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。

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过验证与评估机制得到有效提升。

2.动力与静音体验系统优化(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与维护体验优化,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。

(二)聚焦高频场景开展产品化验证

报告期内,公司围绕居家、办公、出行及夜间睡眠等高频使用场景,持续开展场景适配、产品化验证与体验优化工作,重点围绕静音、便携、舒适一致性、安全边界及续航等核心体验要素进行验证,并通过模块化复用与验证评价体系建设提升研发与迭代效率。报告期内公司在“面向场景的验证与准备”方面取得稳步推进,为后续产品规模化拓展与产品矩阵迭代提供支撑。

(三)前沿技术与新模式探索稳步推进

公司围绕新材料、新型传感、智能交互与 AI 算法等方向持续开展技术验证与产品化探索,并结合用户需求和使用场景变化,探索“产品能力—智能交互—内容服务体系”的协同模式。报告期内,公司持续推进前沿技术研究、能力储备及应用验证,为增强未来产品创新能力、技术转化能力和未来业务拓展能力提供支撑。

(四)产品矩阵逐渐完善、产品系列更加丰富化

随着公司研发投入力度不断增强,公司产品矩阵得以进一步优化与深化,结构进一步稳固且多元。报告期内,公司持续发布多款新品,包括腰背按摩器 Back 2Pro、Back Lite Pro、肩颈按摩器 N5mini S5、腰背按摩器元气太赫兹砭石腰带、头皮按摩器 Scalp 3S Pro、眼部按摩器 See 7RS、公司创新睡眠领域产品哄睡枕 PS 1 Lite 。此外,还迭代更新了多款产品,包括眼部按摩器 See 7C 等。新品的发布与原有产品的迭代,均为用户带来了更加丰富和个性化的消费体验,获得了市场的广泛认可和积极反馈。

(五)创新商业模式持续深化带动新增长

2026 年,公司以市场需求为导向,以服务升级为内核,推动创新商业模式从“深圳试点验证”向“全球多地验证”转型,实现服务认可度、门店覆盖度与品牌影响力的同步跃升,成为公司业绩增长的核心引擎。

1.服务项目市场接受度全面提升,从“尝鲜体验”到“刚需满足”

随着全民健康意识的持续觉醒与“主动养生”理念的普及,2025 年公司创新服务模式迎来市场接受度的迅速提升,形成“高频次、强粘性”的消费格局。“产品+服务”的商业体系,精准契合了快节奏生活下消费者对“碎片化高效养护”的核心需求,门店的即时放松服务、社区购物中心的日常调理服务已验证其市场适配性,获得职场人群、都市女性、中年群体等核心客群的深度认可。

同时,服务项目基于消费者反馈与技术升级持续优化:通过大数据分析迭代,实现按摩力度、艾灸温度、服务时长的个性化适配;新增“肩颈调理”“熬夜体质调理”等场景化服务包,覆盖办公间隙、差旅途中、居家放松等多元场景;强化“中医×科技”的差异化优势,为消费者提供一站式健康解决方案,进一步提升服务专业度与用户信任感,推动服务项目从“可选消费”升级为“日常刚需”。

2.前后端协同效应凸显,构建“产品-服务-数据”闭环增长体系

公司进一步深化商业模式的生态化布局,打破产品销售与服务提供的边界,形成“服务引流、产品转化、数据赋能”的闭环体系。通过门店的高频服务交互,消费者将深度体验智能按摩设备的核心优势,推动“体验式购买”转化率提升,实现服务与产品的相互赋能;同时,基于门店服务积累的用户健康数据,反向指导产品研发,推出更贴合消费者实际需求的智能化、场景化产品,强化“中医×科技”的技术壁垒。

(六)国内销售渠道多元,线上线下协同发展

报告期内,公司持续深化全渠道运营战略,在巩固既有渠道优势的基础上,精准把握各平台差异化特性,通过精细化运营、内容创新与结构优化,推动线上线下深度融合与协同共生。公司坚持以“高端、专业、有效”的品牌形象为核心,围绕消费者全生命周期需求,构建多元立体的销售渠道体系,在实现规模稳健增长的同时,渠道盈利质量显著改善,为公司业绩增长注入持续动能。

线上渠道方面:优化策略、多维布局

公司线上渠道整体实现稳健增长,坚持“一平台一策略”的差异化打法,在巩固天猫、京东等传统电商基本盘的同时,重点发力抖音、小红书等内容电商平台,形成从品牌心智沉淀到高效交易转化的完整闭环。各渠道在规模增长、利润改善与模式创新方面均取得积极进展,线上业务整体盈利能力持续增强。

1.天猫渠道:深耕精细化运营,实现规模与利润双提升。

报告期内,公司在天猫官方旗舰店通过精准的运营策略与资源优化配置,销售业绩实现稳健增长,实现销售与利润的双重突破,利润质量持续优化。公司持续推进精细化投放与多维优化,CPC 实现有效下降,加购成本明显降低,ROI 显著提升,在更低成本投入下带动推广 GMV 实现较快增长,投放杠杆效应显著。同时,公司积极拥抱平台玩法,淘金币、闪购及出海业务等新兴渠道成交规模均实现大幅增长,并充分享受平台消费券、智能红包及平台大会等政策红利,有效拓宽了增量空间并增厚利润贡献。内容生态建设方面,公司创新推进 KOC 招募计划,以低成本撬动高质量内容产出。报告期内,累计招募达人及发布内容数量环比显著增加,有效引导大量用户进店并实现可观成交转化,投流效果优异,有效节省推广费用,构建起“内容种草—引流进店—成交转化”的高效闭环。

2.京东渠道:深耕场景营销,以爆品战略开辟增长新曲线。

公司凭借与京东平台的深度战略协同,精准捕捉母亲节送礼场景需求,以“睡眠巅峰日”主题活动打响年度新品上市第一枪。首发当日,新品即锁定品类 Top1 席位,充分彰显了公司产品力与平台协同效应的强大势能。本次战役不仅实现了短期爆发,更积累了宝贵的细分人群资产与爆品操盘经验,将直接赋能下半年智能助眠、睡眠环境等新品类孵化。日常运营方面,渠道用户资产与复购率亦实现稳步提升,公司具备将短期爆发力转化为长期品类护城河的能力,持续为京东渠道贡献业绩增量。

3.新零售渠道:深耕全域精耕时代,搭建高效履约网络。

新零售已于 2026 年全面进入“精耕时代”,行业核心逻辑从粗放流量扩张转向全域融合、效率优先与价值交付的深度竞争。公司精准把握行业变革趋势,抢先开展战略布局,完成“店仓一体+前置共享仓”履约体系的全面升级,构建起覆盖多平台、多模式的全域履约网络。

截至 2026 年 6 月,品牌自有店已全面接入美团闪购、京东秒送、淘宝闪购等即时零售平台,并持续拓新落地运营美团共享仓,覆盖规模稳步扩大。线下核心渠道同步深耕,全域布局全国京东 MALL 旗舰店,持续入驻二、三线城市京东五星电器城市旗舰店。2026 年 618 期间,倍轻松携手京东打造的首家海外京东 MALL 一一香港京东 MALL 正式开业,标志着公司新零售履约能力向境外市场延伸。

公司以高效履约能力与线上线下全场景深度触达,精准匹配消费者即时性消费需求,落地精细化全域经营发展路径,持续巩固在新零售领域的先发优势。

(1)抖音渠道:双轮驱动,构建健康可持续经营体系。

公司持续深化抖音渠道内容创新与结构优化,自营板块销售业绩达成实现显著提升,亏损率同比大幅收窄,渠道自身造血能力显著增强。在经营策略上,公司主动调整货架场与内容场结构配比,在持续优化直播间人货场组节、提升转化效率的同时,大力加强商品卡运营,紧抓平台政策机遇,推动商品卡成交规模实现跨越式增长,商品卡已成为重要的利润贡献来源,有效改善了渠道整体利润结构。通过“直播+商品卡”的双轮驱动模式,公司成功构建了更健康、更可持续的抖音经营体系,为后续增长奠定了坚实基础。

(2)小红书渠道:矩阵化运营,规模大幅增长与高效协同。

小红书渠道整体规模实现高速增长,公司全面推进自营板块矩阵化建设与达播板块突破。自营侧,搭建起多个品类矩阵号,形成多品类、多场景的内容覆盖,并围绕新晋白领等核心人群开展精细化运营,同时深耕高奢美护、送礼等核心消费场景,显著丰富了品牌人群资产。达播侧,上半年成功与多位超头部达人达成深度合作,通过专场、单链等多种形式实现成交突破。整体渠道在规模快速扩张的同时,实现了内容种草与交易转化的高效协同,充分验证了小红书内容电商模式的增长潜力。

(3)微信渠道及其他渠道:稳步探索,持续拓宽全域版图。

微信渠道方面,公司持续探索直播创新模式,围绕高客单价产品构建专属转化链路,专场直播频次与单场产出均有明显提升。此外,公司积极深化与拼多多、得物等电商平台的合作,进一步丰富线上销售渠道矩阵,拓宽用户覆盖广度,完善全域线上渠道布局。

至此,公司已形成覆盖主流电商平台、内容社交平台与私域运营的全域线上矩阵,各渠道协同共生、互为支撑,为下半年持续增长奠定坚实基础。

线下渠道方面:直营与加盟互补

公司在直营渠道方面,持续进行门店优化梳理,依托成熟的区域运营能力,为销售渠道的持续拓展、渠道扁平化奠定坚实基础。公司坚持在全球范围内推进直营门店与加盟门店布局,通过强化终端体验触点、拓宽销售网络覆盖面,持续提升品牌全球影响力。为提升线下渠道运营效率,优化资源配置,2026 年上半年公司进一步推进直营渠道的结构性优化与模式升级。

门店优化:公司持续推进低效门店网点优化出清。公司延续 2025 年下半年以来的门店调整策略,重点梳理高租金的亏损门店,果断关停经营不达预期的店面,集中资源保留核心交通枢纽渠道及中高端购物中心等优质网点。截至 2026 年 6 月底,国内线下直营门店数量精简至 100 家。尽管门店总量较去年 119 家有所收缩,但留存门店均位于人流密集、消费力强劲的核心场景,渠道质量与单店运营效益得到实质性改善。

运营模式变革:加速落地“产品+服务”零售变革。在门店网络提质缩量的同时,公司将“科技产品+速效按摩服务”的一体化模式全面导入终端运营,通过服务体验带动产品转化,有效对冲了门店数量减少对整体销售下降的影响。服务场景的丰富不仅提升了进店客流的质量与停留时长,更直接拉动了关联产品的成交转化,门店坪效与盈利能力呈现向好态势。

综合来看,2026 年上半年公司直营渠道的调整逻辑已从单纯的规模扩张转向“优结构、提效率、增体验”的发展阶段。随着存量门店的运营模型持续优化以及服务模式的深度渗透,直营渠道经营情况有望得到进一步改善。

与此同时,报告期公司继续保持零售服务商招商加盟的业务模式。公司通过零售服务商现有渠道,有效开发市场盲区,尤其是对二、三线城市乃至下沉市场的渗透开发,以进一步提高倍轻松品牌认知率。公司通过服务商的优秀市场拓展能力,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,以发挥品牌与门店的协同作用。截至报告期末,公司成功布局超 45 家国内加盟门店以及超 300 个其他销售网点,以适应不同的市场需求。

公司通过线上线下销售模式的有机融合,以新零售模式为纽带,打破传统销售边界,实现资源共享、优势互补,进一步激发了业务发展活力。凭借对优质渠道的前瞻性战略布局,公司正逐步夯实市场根基,为未来业绩的稳健、持续增长铺就坚实道路。

(七)立足国内,拓展国外

依托国内市场的深厚根基,公司在经营战略布局中将海外市场作为核心增长点。

海外线上方面,截至 2026 年 6 月 30 日,公司已形成覆盖亚马逊(Amazon)、美国沃尔玛线上平台(Walmart Marketplace)、TikTok Shop、速卖通(AliExpress)、亚米(Yamibuy)、Shopee、Lazada 等多个主流跨境电商平台的全球化运营体系,并持续推进多平台协同运营与区域化精细化管理。依托各平台在北美、欧洲及东南亚等重点市场的流量优势与用户基础,公司产品触达范围进一步扩大,品牌国际化影响力持续提升。

报告期内,公司持续加大海外线上渠道建设力度,重点推进颈肩按摩、头部按摩及便携式健康护理等核心品类运营。其中,肩颈系列产品 Neck N5 mini 、Neck N6 mini 与头部按摩仪产品 iDream 5S ,在亚马逊美国站保持良好市场表现,相关产品在细分品类中的排名持续保有一定优势水平,用户评价及复购表现稳步提升,进一步巩固了公司在智能便携按摩设备领域的品牌竞争优势。

同时,公司积极拓展 TikTok Shop 等新兴内容电商渠道 +Instagram、Facebook、YouTube 等内容媒体平台,通过短视频内容营销、达人合作及直播运营等方式,持续提升品牌曝光与用户转化效率。截至目前 TikTok Shop 已成为公司海外线上业务的品牌曝光核心渠道之一。

截至报告期末,公司跨境电商业务已形成“TikTok 内容种草+亚马逊承接转化+独立站品牌沉淀”的多层次渠道结构,海外线上业务运营效率与品牌影响力进一步增强,为公司全球化业务发展奠定了坚实基础。

海外线下方面,公司通过直营与国家代理双模式运营。直营方面,公司品牌业务战略区域已覆盖欧美、日韩、东南亚等国家。截至报告期末,公司已于海外开设 5 家直营店,包括新加坡机场 T1 航站楼和 T2 航站楼体验店、新加坡星耀樟宜 Jewel 商场旗舰体验店、马来西亚吉隆坡万达广场体验店、马来西亚 Pavilion Bukit Jalil 体验店,可辐射东南亚,构建线上电商与线下体验店相结合的立体化品牌体验模式。国家代理方面,公司聚焦东南亚地区,成功打造出一套以泰国市场为范例、极具标杆意义的品牌后面经销模式。该模式精准契合当地消费文化、市场需求与商业环境,历经实践检验,具备极高的可复制性。截至报告期末,公司成功在海外市场局逾 150 个销售网点,以适应不同的市场需求。公司计划将这一模式向印度尼西亚、越南等周边国家逐步拓展延伸,力求在东南亚区域打造出一片规模化、连锁化的品牌店面集群,释放更大的市场潜能。

此外,公司精准锚定海外主要业务区域实施本地化运营策略。公司设立子公司依托当地资源优势,深度调研市场需求,一方面助力公司产品精准嵌入海外本土市场,另一方面为海外线下渠道的持续开拓与稳健发展提供全方位支持,全方位赋能公司的国际化进程。

二、持续强化科技创新能力,培育壮大新质生产力

2026 年上半年,公司围绕“中医 × 科技”双轮驱动技术战略方向,以实感智能技术为重点,延续“四大核心系统”架构主线,持续推进多模态生理与触觉感知、AI 推理与策略决策、高精度执行与闭环控制、中医知识图谱与健康服务、模型端到端技术体系融合。报告期内,研发重点由既有单点能力建设进一步转向新增技术方向验证、关键采集链路打通、算法原型形成及样机级适配。其中,在实感智能按摩产品与算法栈中新增肌电、脑电技术开发,在触觉反馈与手法建模中强化压电 / 压力传感,在健康干预技术中新增超声及新型热辐射材料研究。相关成果总体处于技术预研、实验室测试、概念验证及样机验证阶段,尚未将探索性结果转化为量产能力、健康判断或确定性健康功效。现按核心模块分别技术先进性及2026 年上半年研发进展如下:

核心技术类别	技术细分领域研发	技术描述及先进性	2026年上半年研发进展?
BREO高仿生系统	实感智能按摩产品与算法栈	围绕按摩过程中的接触状态、压力分布、位姿运动、速度节律及人体生理响应,构建多模态信号采集、质量评估、特征提取与指标计算算法栈,2026H1 新增肌电(EMG)和脑电(EEG)技术,探索肌肉酸活、疲劳、放松及睡眠相关信息与按摩动作参数之间的关联,为按摩体验客观评价和后续闭环调节提供数据基础。	报告期内完成肌电、脑电技术路线及应用场景梳理,开展采集芯片、电极形式、参考与偏置方式等方案评估;推进单通道/多通道采集、基础滤波、工频抑制、伪迹识别等基础特征验证。已完成 11 例电刺激方案测试和原始样本采集,形成睡眠、放松度及肌肉疲劳等指标的初步算法原型,整体处于实验室测试与 PoC 验证阶段。
	触觉反馈传感控制应用融合技术	围绕压力、接触面积、冲击、微振动及动态受力变化,构建压电、柔性压力和阵列压力等多类型触觉传感方案,并与执行控制策略协同,形成从信号采集、标定补偿、状态识别到参数调节的技术链。该技术兼顾静态压力与动态力学响应,可提升不同体型、姿态和负载条件下的接触一致性与安全性。	报告期内完成压电与压力传感方案梳理、器件选型及基础性能测试,推进柔性压力阵列、单点压力和压电信号采集程序开发,形成压力分布可视化、标定换算及异常点识别工具。围绕坐垫、腰力和按摩接触等场景开展样机测试,初步验证载荷、接触面积及安装结构对输出稳定性的影响,目前以样机级功能验证为主。
	仿生力学建模与手法参数化引擎系统	将按摩手法抽象为轨迹、力度、频率、节律、相位、接触面积及动态受力等参数,结合机构运动学、接触力学、压电/压力传感数据与仿真分析,构建手法表达参数化模型,动作策略库和评价指标体系。压电传感可捕获敲击、扫打和脉冲类信号特征,增强手法力度、节奏及推荐传感过程的量化能力。	报告期内推进压电信号与手法动作参数的对应关系验证,完成部分动态受力波形采集、时域/频域特征分析及动作状态初步区分;结合压力数据,机构参数和运动轨迹,完善手法参数定义及数据记录规范。同步开展类性压力阵列可视化和样机动作数据收集,为建立“手法参数—接触力学—体验评价”关联模型积累基础数据。
	拟态执行策略与个体化体验自适应算法栈	构建“目标体验—感知状态—控制策略—执行参数—反馈评价”的调节体系,结合用户偏好、敏感度、体型差异及使用反馈,在安全边界内对强度、节奏、轨迹、温热和动作组合进行分层调节。通过状态判别、参数约束和策略版本管理,提高不同用户及复杂接触工况下的体验稳定性。	报告期内持续推进手法策略参数管理、样机联调及异常工况边界验证,完善强度、速度、位置和动作组合的参数配置方式;结合压力及接触状态数据,开展执行参数与体验反馈的关联分析,现已形成部分策略配置、测试记录和样机调试规则,个体化调节目前仍以规则与参数分层为主。
BREO高动力系统	仿生揉捏高动力学与驱动系统	面向小型化、轻噪声、高连续输出及复杂按摩轨迹需求,构建电机、传动、机构与控制协同的仿生揉捏动力链执行平台。通过负载匹配、效率优化和振动噪声控制,实现稳定动力输出。并为不同按摩手法和产品形态提供可复用的执行基础。	报告期内围绕在研产品和技术样机开展动力方案评估,持续优化动作轨迹、负载推力、噪声和温升等关键指标;完善策略版本管理与联调验证流程,推进核心驱动模块在不同样机中的复用测试。目前主要处于样机参数收敛和方案适配阶段,后续结合结构定型、寿命及整机安全要求继续验证。
	智能控制与状态估计人体工学调节策略核心算法栈	构建速度、位置、力矩及负载状态估计算法,结合在线补偿、异常状态识别和人体工学调节策略,实现复杂接触工况下的输出稳定、动作柔顺及安全保护。控制状态与压力、姿态等感知信息协同,可为闭环控制和个体化体验调节提供算法基础。	报告期内推进控制策略、状态估计与样机执行机构联调,补充堵转、过载、异常位移及接触变化等工况判据;结合压力和姿态信息开展参数观察及保护边界验证。部分控制逻辑已形成模块化代码和配置参数,可支持样机级复用,通用接口及统一评价指标仍在持续整理。
BREO数智健康平台	健康干预技术应用	面向健康管理与体验优化场景,研究声、光、电、热、机械及超声等物理干预方式,建立“技术机理—作用参数—安全边界—场景适配—效果评价”的应用研究框架。2026H1 新增超声和新型热辐射材料研究,重点评估能量传递、温升分布、材料辐射特性、接触安全及与按摩产品结构融合的可行性。	报告期内完成超声技术典型方案、关键器件及主要参数调研,分析频率、功率、耦合方式、作用深度和温升风险,并开展聚焦/低强度超声日研可行性讨论及基础实验设计。同步推进新型热辐射材料的发射率、加热效率、温升均匀性和结构集成方式评估,形成初步选型与测试指标,目前处于技术预研和基础性能验证阶段。
	四诊合参多模态感知与表征算法栈	围绕“四诊合参”信息框架,构建多源数据采集、质量控制与统一表征能力,为状态评估、推理分析与方案编排提供输入基础。	报告期内完成任务在综合平台上的功能开级以及数据集标准化统一,推进四诊数据中关键指标的映射阐谱的完善和建立,同时持续完善有效数据的筛评机制,下一步将基于映射阐谱丰富应用场景的多样化与深度。
	中医知识图谱+辨证推理融合算法栈	构建证候、穴位、体感与情志等多层知识图谱,结合规则推理、证据评分与融合策略,形成知识驱动与数据驱动协同的推理框架。	报告期内完成任务的多层则融合机制,基于四诊与健康报告并级评分链与机制,下一步在智能产品以及 BREO× 软件体系的服务场景中持续迭代一致性与稳定性指标,推动能力沉淀。
BREO健康数字孪生工程系统	健康多模态模型构建	面向多源健康信息与自然语言语义的统一表示,构建多模态模型与生成式表达能力,支持输出可解释的调养建议与方案编排要素。	报告期内持续进行高质量数据集的专家标注并启动增量预训练,对生成式内容过滤与安全约束模块完成多轮安全评估;同步进行模型备案与服务注册等合规工作,下一步推进多源数据的质量提升计划。
	多模态生物传感与 AI 健康分析应用	以多源传感信号为输入,构建端侧轻量模型实现睡眠、疲劳与情绪/应激状态识别趋势评估等多任务协同分析,并通过质量控制与可解释指标体系支持长时使用场景。	报告期内完成软硬件与算法技术通路联调,单模态数据以及跨模态表征学习框架进行进一步验证阶段;关于脑电、肌电、心电、睡眠等多维传感的评估原型已超入小规模设试者实验,重点验证场景完整性与算法可解释性,下一步,针对各类的垂直场景进行算法调整以及报告优化。
	健康数策孪生与健康服务运营编排应用	构建“指标—策略—方案—复盘”的闭环能力,形成个体状态档案、群体基线与策略编排机制,并在合规边界内支撑方案推荐、随访提示和运营联动。