

从“躺赚”到一地鸡毛 共享按摩椅，为何不香了

文/片 记者 王贝艺 程凌润

“女子头发被卷进按摩椅苦呼救”“高铁站共享按摩椅内发现虫子”“按摩椅能不能离开电影院”……曾是共享经济“香饽饽”的共享按摩椅，如今却因挤占公共空间、卫生堪忧、存在安全隐患等问题备受诟病，深陷舆论漩涡。

那么济南共享按摩椅的市场现状如何？存在哪些问题？该如何改进？记者进行了调查。

从“躺赚”到悄然退场

俗话说，“站在风口上，猪都会飞！”然而，风刮过去以后，猪也会掉下来。

共享单车、共享充电宝、共享雨伞、共享健身房、共享按摩椅……自2015年共享经济元年以来，一系列共享经济产物遍地开花。其中，共享按摩椅曾被许多投资者视作“躺赚”的机会。

恒州博智发布的《2022—2028中国共享按摩椅市场现状研究分析与发展前景预测报告》显示，以行业头部品牌乐摩吧共享按摩椅为例，一台共享按摩椅的平均成本是5000元，其已铺设的设备平均每天服务5—10人，客单价10元，平均一台机器的收入是每月2000元，按照租金占成本30%—40%计算，单机回本周期在6—10个月。

2018年5月份，山东大学齐鲁医院在华美楼正式投放共享按摩椅，成为省内首家投放共享按摩椅的医院。患者及家属可以扫码按摩，不启动按摩功能时，可以免费作为候诊座椅。

“这些按摩椅早就没人用了，和普通的椅子一样。”山东大学齐鲁医院一位保洁员说，他两年前到医院工作时，就发现大部分患者及家属都把共享按摩椅当成了临时歇脚的椅子，基本上没人按摩。

此前，齐鲁晚报·齐鲁壹点以《潮流般进驻医院，大批共享按摩椅停用》为题，曝光山东大学齐鲁医院共享按摩椅停用的事情，院方回应“正在陆续撤出”。不过记者近日再次探访时，144台停用的共享按摩椅，仍然摆放在一楼大厅内。

“半年前就不合作了，厂家没有回收，(我们)不要了。”该款共享按摩椅品牌为“爽呗”，相关工作人员称，通常他们都是大批量投放共享按摩椅，“我们采取分成的方式，不需要缴纳租金，分成比例是20%，考虑到人工成本、跨地域等因素，他们选择不再继续合作。

公开报道显示，共享按摩椅的使用寿命为3—5年，山东大学



济南长途汽车站候车大厅内，共享按摩椅挤占了公共空间。



万达广场经四路店内有不少共享按摩椅。

齐鲁医院上百台按摩椅投放至今已经超过了5年，这或许是该款按摩椅悄然退场的另一个原因。

疯狂扩张 问题频现

据了解，全国范围内共享按摩椅的铺设数量超过100万台，共享按摩椅相关企业281家，广东、浙江、山东三地企业数量排在前列。

据公开数据，乐摩吧在全国影院和商场分别有70%和60%的市场占有率。目前，乐摩吧已经抢占了济南万达广场、银座商城、和瑞广场等大型商场。其中，在万达广场高新店的二、三、四层，走几步就能看见几台共享按摩椅，有的区域单独放置了两三张，也有七八张、十几张共享按摩椅组合在一起，开辟出“按摩专区”。

“因为一些商场公共区域的座椅比较少，可以躺在按摩椅上休息一会儿。”济南市民张先生说，他曾在万达广场经四路店体验过一次共享按摩椅，“原本以为能好好休息一会儿，结果不光硌得慌，做完按摩后没多久，如果不走，这个椅子还会撵人。”

“好多人一身汗就躺上去了，按摩完了也没人管！”除了体验感较差外，张先生还对共享按摩椅卫生问题犯嘀咕，他说，共享按摩椅应该有专人打扫、及时清理才行。

“现在在网上买电影票还分个三六九等。”对于共享按摩椅霸

占电影院C位的事，济南市民孟女士有些生气，她说自己在万达影城经四路店看电影时，遇到了特惠区、普通区、优选区和W+专享的区别，“好像C位还有共享按摩椅。”

该电影院相关工作人员称，购买会员就可以选“W+专享”座位，也就有机会体验共享按摩椅。不过，有网友称，按摩椅要扫码付费才能使用，“如果一直按，身体受不了，也影响看电影；如果不按的话，后背硌得难受。”

在山东省中医院西院区二、三、四层的候诊区、取药窗口前，几乎已被共享按摩椅“占领”，难寻普通座椅的影子，部分按摩椅出现破损且已经无法使用。

山东省千佛山医院门诊大厅内的共享按摩椅也已经停用，同样成为患者及家属歇脚的椅子，这些共享按摩椅，均出现了不同程度的破损，部分按摩椅还脏兮兮的。

经过最近几年的疯狂扩张，济南的一些商场、医院、电影院、车站、飞机场，均出现了共享按摩椅的身影。记者探访发现，仅济南长途汽车站就出现了两种品牌的共享按摩椅，挤占了候车大厅将近一半的公共区域。

除了抢占公众场地外，共享按摩椅近年来也不断曝出质量问题。今年8月初，在重庆火车西站，由于共享按摩椅保护层被破坏，一名女乘客的长发被卷入按摩椅，整个人动弹不得，最终在众人帮助下才得以脱困。



一家医院门诊大厅内的共享按摩椅破损严重，不少已无法使用。

市场饱和 看碟下菜

“抱歉，我们暂时没有对商场、景区投放按摩椅的打算。”8月18日，记者以寻求合作为由，咨询了几个在济南投放了共享按摩椅的商家。“因为商场空间较小，能投放的位置不多。”“爽客”共享按摩椅相关工作人员透露，人流量是其投放共享按摩椅的重要因素，“我们公司大概在两年前就不考虑跟私人企业和其他小场所合作了。现在只考虑大场所，一次能投放几百台”，比如机场、高铁站、地铁站等公共场所。

“车站、医院等场所，按摩椅使用率更高一些。”“爽客”工作人员表示，虽然商场、景点人流量很大，但是使用上存在不确定性，“比如在一些景点、游客中心，淡季时要是没有游客，该点位共享按摩椅的使用率就会很低”。

“爽呗”工作人员透露，该品牌总部位于四川成都，投放的市场主要在宁夏与西南地区，“一般投放到哪个城市，不管是几十台还是几百台，我们都要安排工作人员维护，及时去处理设备的问题”。该工作人员表示，考虑到人工成本，他们更希望尽可能让负责运营的工作人员“一对多”。

“商场、酒店等场所的按摩椅，目前仅针对宁波市投放，外省的话，目前暂没有考虑。”共享按摩椅品牌“9点”客服人员表示，现在只考虑与大型公共场所合作，如机场、火车站、汽车站。

那么，共享按摩椅品牌将目光转向医院、车站等，是否说明济南商场或景区的共享按摩椅数量已经饱和？对此，“爽客”“爽呗”按摩椅工作人员均表示“并非这一原因”。

“我们的确有考虑到这个问题。”共享按摩椅品牌“盟迪奥”工作人员介绍，最初该品牌共享按摩椅上市时，首先将目光锁定在了影院，“我们投放得比较晚，从市场占有率来讲，在商场、高铁站、机场，其他不少品牌已经‘入驻’了。”

同时，有商家会根据座椅的型号，有选择地进行投放。在山东省中医院西院区内，能看到有“联排直立式”与“独立式”两种类型的共享按摩椅。

前者“外貌平平”，靠背直立，常常三五个、七八个连成一排，以同一处电源“共生”；后者更为“独立”，单个独立摆放。

上述共享按摩椅品牌“爽客”工作人员介绍，向该医院投放了“台式椅”与“高端椅”两种型号的按摩椅，“‘台式椅’投放得更多一些，因为台椅占用空间比较少，可以多投放，多盈利。”

共享按摩椅为何更青睐医院、车站？“商场里坐共享按摩椅的人比较少。”山东财经大学工商管理学院副教授张晴说，“如今，线上购物渠道非常成熟，大家逛商场更倾向于吃饭、看电影等，目的性很强，即使是休息，也有很多场所可选择。但在医院、车站，人流量大，且市民需要候诊、候车，就不得不找地方坐。”

“通过增加消费者使用频次，从而获得更多盈利，这是最根本的考量。”张晴说，共享按摩椅投放在上述人流量大的场所，能产生“规模效应”，“同时，共享按摩椅商家对市场进行了细分，也优化了服务消费者的渠道”。

张晴认为，在市场细分过程中，不同企业或商家，是根据自己的特长和营销优势去选择顾客的。“就比如选择电影院的商家，可能它们与电影院有相应社会关系，所以可能先以此作为突破口打开市场。”此外，共享按摩椅品牌大多以南方企业为主。“它们在北方市场不具备区域优势。”张晴说，“所以按摩椅商家在进入北方市场时，会非常小心地‘试探’，做比较保守的投资，尽可能地降低成本、获取更高的收益。”

莫让共享座椅成“公害”

按理说，车站、商场、医院等提供场地，商家配备按摩椅，双方共同丰富消费场景，这本是一件一举多得的好事，但候车厅、商场、医院等空间是有限的，共享按摩椅投放过多，普通座椅不可避免就少了。对多数人来说，候车、就医、逛商场时有个座、歇会儿脚才是刚需，按摩椅属于有最好，没有也不影响的配套服务。当过量的收费共享按摩椅挤占了免费普通座椅的空间，一坐上去就反复播放“扫码付费”的语音提醒，会令人产生强制消费的不适感，遑论还存在卡头发、虫子爬等安全隐患与卫生问题。

公共场所应确保按摩椅经营规范，最大限度为消费者提供普惠性和差异化优质服务。运营商更要有用户视角，与其无序投放，不如定期维护、保障卫生，回到用户体验、产品口碑上来。如此，才能避免成为“万人嫌”，导致被市场淘汰。

商家细分市场 是为了更好获利

短评