

9月15日,有网友吐槽,在山西太原武宿国际机场T2航站楼候机时发现,登机口旁摆放着的是一排排共享按摩椅,想找个普通座椅休息都不可能。对此,机场工作人员回复,已对部分座椅进行优化调整。近日,在多地高铁站、机场、医院和商场等公共场所迅速遭到共享按摩椅的横扫风暴,本应给人们带来放松享受的这种按摩椅却遭到人们的嫌弃。一时间,关于共享按摩椅的“侵犯人们坐普通座椅的权利”“不扫码付费就逼你走开”“共享按摩椅夹乘客头发”等话题相继冲上了微博热搜。共享按摩椅这种“共享经济”的衍生品究竟为何会造成人们的嫌弃?日前,晚报记者调查了岛城的共享按摩椅生存现状,发现部分区域的按摩椅确实存在以上问题,而如何让按摩椅进入一个口碑、盈利的良性循环,则是相关商家亟待思考的问题。



在李沧万达商场,共享按摩椅数量不少使用频率却不算高。薛飞摄

“享受”还是“难受”? 共享按摩椅为何屡遭“嫌弃”

从“一片叫好”到一地鸡毛 记者探访岛城共享按摩椅生存现状

探访:
按摩椅成商超“标配”

昨天中午,记者来到李沧万达发现,几乎每层楼的游乐区都有一片场地摆放着按摩椅,部分顾客会坐在上面休息、玩手机,但是却鲜少有人扫码付费开启按摩服务。

“就是为了坐一会儿,很少会花钱卖服务。”记者采访了刚刚坐下的孙先生,他表示,中午陪家人来商超,累了找不到合适的位置就把按摩椅当作休息的地方。“之前也曾扫码体验过,但感觉并不是太好,我家里也有一个都很少用,感觉是有点鸡肋的。”孙先生说。

已经扫码体验的魏女士则表示,自己坐下休息想睡一会儿,但因为按摩椅一直提示,索性就扫码付费,为的是睡一觉。“但是按摩舒适度只能说一般,肯定比不上真人推拿。”她表示。

在辽阳西路的新业广场二楼,也有多排共享按摩椅,不过使用情况和口碑情况亦是如此。“顾客逛商场走累了,或者外卖小哥、店铺里的工作人员歇脚坐一会儿,很正常的。不过,这些按摩椅都会在顾客坐上后反复语音提醒,催促扫码下单或提示不要占用位置,挺烦人的。”一位市民告诉记者,不少人也只是把共享按摩椅当作普通座椅使用,但由于按摩椅占地面积较大,挤占了普通座椅的空间,也压缩了原本供顾客休息的公共空间。

记者走访多个商超、影院、医院,发现共享按摩椅几乎已经成为这些场所的标配,有的区域甚至大面积配置。比如李沧万达电影院内,设有专门的“按摩椅休息区”,观影区也有不少共享按

摩椅。在一些商场,成排按摩椅一字排开,消费者路过时能清晰地听到“请扫码付费,体验一刻钟的轻松”。

现状:
从“一片叫好”到“一地鸡毛”

两年前,坐上共享经济“尾部”的共享按摩椅在岛城快速铺开,通过模仿传统的揉捏、推拿、捶背、震动等按摩手法,为消费者缓解肌肉紧绷与放松身心,用较为实惠的价格和恰到好处的时长,博得不少人的青睐。

但如今,记者发现,这类按摩椅在方便舒适的按摩服务的另一面,则是挤占空间、卫生隐患、收费昂贵、体验差、无人维护等问题,也一直受到诟病。

采访过程中,有市民表示,不知从什么时候开始,一些电影院把黄金座位改成付费按摩椅,消费者面临“在较佳观影位置却享受按摩椅的折磨”;有的则认为,按摩椅为了让消费者下单,不断重复的提示音已成为了场景的噪音,每次路过时都不绝于耳。

前段时间,市民周女士在电影院使用共享按摩椅时体验了一把“一份钱,两份效果”。在观影时,按摩椅启动,但她并未享受到舒服,反而打乱了看电影的体验。

家住李沧区的吴女士前不久和朋友在商场逛街走累了,想使用共享按摩椅放松。谁料坐下后,立刻嗅到一股刺鼻的味道。她仔细辨别,按摩椅上可能是不干净的东西,联系商场处理后,商场表示有心无力,此类事件监管不过来。

“只要不交钱,它们就‘撵人’。”在李沧万达开设儿童游乐场的董先生表示,自己的门店就开在按摩椅附近,每

天二十台按摩椅一起提醒“请勿使用”,让他也是非常无奈。

记者拨通李沧万达的客服热线,一位李姓工作人员表示,万达是和一家名为“乐摩吧”公司在合作,他们只是提供场地,对设备的问题并不太清楚,对于按摩椅出现的噪音打扰等情况,对方需要去核实。

商家:
为省成本会减少维护

记者以“要加盟为由”联系到“乐摩吧”负责青岛区域加盟的工作人员杨先生。杨先生表示,目前加盟商的政策放松了很多,最低三台起步就可以加盟。“不收加盟费,只需要交纳按摩椅的费用,如果出现售后问题公司来统一管理,最后按照一定比例分成。”杨先生表示,加盟最重要的是位置,只要位置选的好,就有利润。

谈及目前共享按摩椅出现的问题,杨先生表示,大部分代理商为省成本会减少维护,这相应导致了卫生差安全有隐患。“投放在商场、电影院、车站等公共场所的共享按摩椅,一般需要投放者自行进行保洁和维护,但很多投放经销商出于成本考虑,不愿定期维修保养。”杨先生说道,按摩椅投入运营后,需要由生产商、投放经销商、终端运营商安排人员进行日常维护。机器没有特殊情况需要每周进行一次消毒,如果机器出现异常,后台系统会有报警提示。

“生产公司销售给投放经销商和终端运营商的共享按摩椅,主要由后两者承担维护和维修责任。”杨先生说,只有在共享按摩椅损耗积累到一定数量的情况下,生产公司才会提供一定的维修服务。部分经销商可能为及时收回成本和节约成本,而选择节省日常维护费用。

记者随后又联系到一家名为“魔飞”品牌按摩椅铺设的商家吕先生,他表示,如今使用率明显降低了。“我代理这个品牌的时候,最早是先跟医院谈的合作,之后是商场和其他公共场所。”吕先生表示,这种模式其实很像共享单车,比的是跑马圈地的能力。

纵深:
行业加速洗牌如何活?

记者查询数据发现,去年一家名为恒州博智的数据公司发布的《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。

而自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。数据也显示,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。

对于从一片叫好变成惹人嫌,中国海洋大学管理学院市场营销与电子商务系主任周荣森认为,共享经济的本质是用户通过小金额、高频率地购买使用权而非所有权,满足其针对基础刚性产品及服务的高效率、高性价比的需求。“反观共享按摩椅这种服务配套而非刚性共享产品,其在商场、机场、火车站等公共场所出现,满足的是用户消磨碎片时间,享受高性价比按摩的一种可选服务品。它既没有充电宝、胶囊公寓这种必要性和紧迫性,也没有网约车、共享单车这种紧迫性要求。”

“对共享按摩椅,公众有一定的需求,但其不能无序扩张,随意侵占公共空间,而是要根据场所特性分类区别设置。”对此,市场监督管理局相关负责人表示,比如,在医院、车站等人流量密集、座椅资源紧张的场所,共享按摩椅的设置数量应适度,且应设置在相关边缘、角落地带;商场、影院等商业场所可以设置,但应布局合理合规,不能挤占消防通道、影响人们通行。对于现实中出现的一些问题,如共享按摩椅导致消费者出现过敏、瘀青、卷头发等身体损伤的,场地负责方和供应商应当承担赔偿责任,消费者也要学会依法维权。

“运营商想要继续赚钱,就必须尊重消费者的意见。”周荣森认为,关于共享按摩椅和普通座椅的数量,应该有明确的比例,做好公共利益和商业利益的平衡。另外电影院的共享按摩椅,也应该在观众购票时注明。他表示,大道至简,让用户拥有更好的消费体验,才是共享按摩椅赢回信任的关键。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 薛飞



消费者在体验共享按摩椅。