

记者 | 袁颖琪

编辑 | 陈菲遐

曾因科创属性备受争议的倍轻松，刚上市一年又遭遇业绩变脸。

今年上半年，倍轻松营业收入4.59亿元，同比下滑15.65%；归母净利润亏损3500万元，同比下滑185.7%，更值得注意的是，这家公司的销售费用高达2.28亿元，销售费用率达49.7%。同时，公司研发投入仅为3031万元，占总收入的6.6%。换言之，倍轻松销售费用是研发投入的7倍。

表面上看，倍轻松的亏损是受疫情反复影响，但实际并非如此。

渠道布局受挫

倍轻松十分依赖渠道销售。上市之初，增加门店网络布局是公司募资的主要投入项目。不过，成也渠道败也渠道。导致公司收入不及预期的原因之一就是线下门店受到疫情冲击。

倍轻松的线下渠道以直营店为主，为了强化高端定位，门店选址主要有购物中心以及飞机场、火车站等交通枢纽。2020年，倍轻松的线下门店有165家。通过IPO募集项目，倍轻松打算新增248家门店，其中85家位于交通枢纽，163家位于购物中心。

疫情期间，倍轻松门店拓展计划仍有序推进。到了2021年底，倍轻松门店数量增加到186家，其中购物中心门店和交通枢纽门店分别为108家和78家。当年，公司线下营收规模由2020年的3.48亿元上升至2021年的4.39亿元，同比增长26.05%，线下营收占2021年主营业务收入的比重为36.96%。

倍轻松去年也开始调整购物中心店和交通枢纽店的比例，因为交通枢纽店受疫情影响更明显。同时，公司也逐步放开加盟。

今年上半年，倍轻松线下营业收入同比下滑38.9%，仅实现1.29亿元。今年上半年，疫情影响了人们出行，全国交通客运量的大幅下滑导致公司线下渠道位于机场、高铁枢纽的直营门店客流量骤减。2022年3-6月份，全国每月铁路客运量分别同比

2021年下降了58.42%、79.76%、68.64%和31.99%。同期，全国每月民航客运量分别同比2021年下降了67.98%、84.58%、76.35%和46.70%。

对此，倍轻松关闭了部分交通枢纽店以减少亏损。今年上半年，倍轻松总体门店数量虽然仍在增加，但直营店数量下降至174家，其中交通枢纽店由78家下降至67家，购物中心店减少1家。加盟店新增28家。

此外，使得倍轻松上半年收入大减的还有海外业务下滑。倍轻松的海外业务是以贴牌代工为主。今年上半年，公司外销收入1700万元，去年全年则为1亿元。至于海外业务为何大幅下滑，以及其海外业务是否有长期合作的客户，倍轻松均未披露。

销售压力大增

近些年，倍轻松的销售很大程度上是靠“砸”费用带动的。

2019年到2021年，倍轻松的销售费用从2.87亿元增加到4.85亿元，所占营业收入比例达到41%左右。今年上半年，倍轻松的销售费用支出为2.28亿元，占营业收入比例达到前所未有的49.7%。

这家公司依靠投入销售费用带动业绩增长的效果越来越不明显。

上半年倍轻松的广告费和推广费合计达到6680万元，比去年同期的6900万元略有下降。促销费用达到4700万元，同比增长9.3%。增加促销力度也可以侧面反应倍轻松销售疲软。

上市短短一年，倍轻松的股价下跌超过70%。加之业绩亏损，高管离职，倍轻松的前途并不“轻松”。