

Jmoon 极萌

家用美容美体仪行业 核心产品趋势报告

轻美时代 · 新消费体验



新华网股份有限公司



中国科学院北京纳米能源与系统研究所

一、美容美体仪家用化新趋势

1 “宅护”产业问鼎轻美新时代

美，始终是一种软实力，向来是有价值的。在任何时空环境下，通过“颜值”来做初步判断和决策，是人最直接、最本能的一种反应。消费者对“美”的需求促使“颜值经济产业”持续升温。受到疫情影响，大家宅在家里的时间增多，除了休闲娱乐，做美容也成为消磨时光的一种方式。带来的“宅家”生活方式，使工作、教育、健康、娱乐、美容等内容的线上渗透率进一步提升，一切皆可“云”在消费者心中已不再是具有未来感的概念，而成为真实发生的现实。在居家场景中，消费者对美的追求并没有降温，而是催生出新的消费需求即对美容美体等仪器的微型化和家用化。“宅护”产业这一拥有强烈居家属性的行业斩获时代利好，其中尤以高科技、智能化、高颜值的新兴品类的增长最为迅速，问鼎轻美“宅护”新时代。GFK（中怡康）预测2022年中国的“宅护”市场规模预计将突破500亿，且未来持续增长前景看好❶。美容类产品销量的增加，与消费者宅家时间变长以及新一代消费者对美的追求息息相关。

“宅家美容”成为了新趋势，与“美”相关的商品拉动了暖春消费的热度。最新热搜和数据统计显示，如以“美容美体仪”为关键词进行搜索，在小红书APP上约有超过25万篇相关笔记，抖音APP相关视频播放量超过40亿次，微博话题阅读量也突破2亿次。此外，明星、网红、博主、主播们对各品牌美容仪进行种草拔草、开箱测评、横向测评等占比居高不下。根据央视新闻报道，仅从线上渠道来看，我国家用美容美体仪产品线上年销量从2015年的1000万件，增长至2019年的7000万件，4年增长了7倍（如图1所示）。据魔镜市场情报数据报道，2021年国内美容仪的市场规模达111.8亿元人民币，智研咨询预测2026年我国美容美体市场规模将突破200亿元人民币。美容美体类“宅护”产品背后体现了消费者对保持健康、美丽、抗衰老的持续且强烈的需求。福布斯数据认为中国抗衰老市场未来将存在1000亿元人民币发展空间，主打“抗衰”、“抗老”的美容美体仪器仍有可能迎来增长浪潮。伴随用户规模持续增长，市场份额稳固攀升，预示着未来以“宅护”为

主要使用场景的美容美体产品需求将呈现快速上升趋势，具有巨大的市场空间与潜力。



图 1. 央视新闻《质量报告》截图

2 科技赋能家用美容美体产品成为“宅护”之光

在科技创新与赋能的新时空环境下，同样对“宅护”产业产品也提出了更高、更新的要求。心向往之的轻美新时代下，以脱毛仪为例，当前市面上主流的脱毛方式有五种（见表1）。刮毛刀、脱毛蜜蜡和脱毛膏以毛干去除的方式，实现脱毛效果，但由于并未对毛囊造成影响，使得脱毛效果有限，视觉上仍可看到毛发根部，并且无法达到永久脱毛的效果。而采用强脉冲光的脱毛方式，通过利用脉冲光深入发根，使毛囊受热后毛发自然脱落，脱毛效果更佳；同时因其对毛囊的干预，多次使用后可实现抑制毛发生长的作用，最终有助于产生永久脱毛的效果。然而，这种方式通常仅在院线机构使用，不仅脱毛价格高昂，而且存在部分美容机构中脱毛费用不透明等弊端，消费者前往机构不仅费时费力，同时在体验中易感到缺乏私密性等困扰。面对脱毛使用场景的家用需求，以及抑制毛发生长的效果需求，以强脉冲光技术为基础技术路径的家用脱毛仪应运而生。

从消费者品类需求角度看，在家用美容美体仪新品种的渗透中，呈现出从“遮瑕”刚需到“美化”非刚需渐进发展过程，这背后离不开强大的科技提升和智慧赋能。例如，将强脉冲技术应用于家用脱毛仪中，将RF射频、IRL彩光、EMS微电流、LED光疗等技术应用于家用美容美体仪中，以不断升级的新技术引领产品的推陈出新。可以预测，未来家用美

容美体仪赛道上，品牌间的竞争也是新技术的抗衡。

表 1. 当前脱毛主流方式和技术^②

脱毛方式	操作描述	操作性质	方法优势	方法劣势
刮毛刀	毛发刮除	毛干去除	· 立竿见影、操作简单	· 新长出的毛茬双粗又硬 · 易出现破皮感染的风险
脱毛蜜蜡	通过物理的撕拉方式强行拔毛	毛干去除	· 手感光滑， · 不会有毛茬的触感	· 痛感强烈 · 易刺激皮肤，甚至引起毛囊炎
脱毛膏	利用化学成分溶解体表毛发	毛干去除	· 较刮毛刀、蜜蜡脱毛， 比较干净 · 疼痛感低	· 相对刺激性大，部分人使用 后会存在过敏现象
医美脱毛	强脉冲光脱毛	毛囊去除	· 可从根本解决毛发生长问题 · 疼痛感低	· 价格高昂 · 费时费力 · 缺乏私密性
家用脱毛仪	强脉冲光脱毛	毛囊去除	· 可从根本解决毛发生长问题 · 便利性高，不受时间地点的 使用限制 · 私密性高	· 为达到最佳的脱毛效果，需 平衡安全性，选择能量与波长 · 需按说明书坚持操作

3 头部品牌引领与品牌混战并存，差异化竞争成为必然趋势

头部品牌形成引领效应。新消费群体在选购家用美容美体仪的时候，不仅注重产品的质量与效果，也对使用过程体验提出了更高要求。在家用脱毛仪领域，由莱集团公司（UIlike）凭借强效、安全、无痛三大核心技术优势，成为新崛起的家用脱毛仪头部品牌。根据 iMedia Ranking 艾媒金榜最新发布《2022年上半年中国脱毛仪品牌排行榜 Top15》（如图 2 所示）显示，UIlike 脱毛仪以 94.15 的金榜指数位列榜首，远超第二名的 JOVS（79.14）。在美容仪领域，初普、雅萌、宙斯（Dr. Arrivo）三个海外品牌处于销售领先位置。强大的发展“资历”背书，与深厚的研发技术累积，以及快速产品迭代成为头部品牌的必备素质。

② 数据来源：丁香生活研究所《想要脱毛，我们更建议这一种方式》
<https://mp.weixin.qq.com/s/Paf5sxkuALz7m4IZ5FrFRw>



排名	品牌名称	金榜指数
1	Ulike	94.15
2	JOVS	79.14
3	飞利浦	78.90
4	康佳	78.22
5	OES	77.76

注：金榜指数相同为四舍五入处理结果

图 2. 《2022 年上半年中国脱毛仪品牌排行榜》

新老品牌众多，大浪淘沙不可避免。当前国内家用美容美体仪市场中，从电器类国际大品牌、新崛起头部品牌，以及国产品牌等几十个品牌同场竞争。中国家电网统计目前与美容仪器相关的企业超 10 万家，其中 80% 以上的企业都是在近 5 年内注册成立的③。在白热化家用美容美体仪竞争赛道里，呈现出国外品牌占领高地，本土品牌大量崛起的格局。当前市场中，一些品牌同质化现象较为严重，大部分后进品牌容易追随知名品牌，导致出现缺乏品牌自主创新、产品卖点不突出、无法满足高端市场需求的市场发展困境；同时一些入局相对较晚，但拥有技术优势主攻高端市场的品牌，得以来居上在市场中获得一席之地。在头部品牌引领与品牌混战并存的市场格局下，强调科技硬核的差异化竞争成为必

③ 资本押注、行业内卷，美容仪混战 2022

<https://caifuhao.eastmoney.com/news/20220822154919730419100>

然趋势。可以看到作为和 Ulke 同属同一母公司、关注新消费群体的家用美容美体仪品牌极萌 Jmoon 正在做这个方向的尝试。在继承原有专业技术优势的同时，将发展视野更加聚焦于新消费，进一步突出家用美容美体仪的高效、安全、便携和好玩的属性，打破原有的刻板形象，逐步成为可常伴左右的颜值帮手，差异化的竞争路径是极萌 Jmoon 在未来众多品牌中获得一席之地的重要发展策略。

4 更严格的安全性监管与医疗器械资质将成为品牌生存门槛

由于使用美容美体仪对身体进行护理与一般身体护理不同，其实质是对皮肤或毛囊结构进行改变。以家用脱毛仪为例，虽然当前脱毛仪的使用场景正逐步“家用化”，但是激光类脱毛仪属第三类医疗器械，强脉冲光脱毛类产品在国家药品监督管理局 2018 年发布的通知中被分类界定为第二类医疗器械，如图 3 所示。

The screenshot shows the official website of the National Medical Products Administration (NMPA) in China. At the top, there is the logo of the NMPA and the text "国家药品监督管理局" (National Medical Products Administration) in both Chinese and English. There are also links for "中" (Chinese) and "En" (English), a search bar with placeholder text "请输入关键字", and several small icons.

The main content area displays a document titled "国家药品监督管理局办公室关于强脉冲光脱毛类产品分类界定的通知" (Notice of Classification Definition of Strong Pulsed Light Hair Removal Products by the Office of the National Medical Products Administration). The document details the classification of such products as Class II medical devices due to their potential impact on skin and hair follicles.

索引号	FGWJ-2020-1416	主题分类	法规文件 / 规范性文件
标题	国家药品监督管理局办公室关于强脉冲光脱毛类产品分类界定的通知		
发布日期	2018-05-25		

Below the table, the full title of the notice is repeated: "国家药品监督管理局办公室关于强脉冲光脱毛类产品分类界定的通知". Below that is the document number "药监办〔2018〕10号". To the right of the document number are several small icons for download, printing, and sharing. The text "发布时间: 2018-05-25" is also present.

The body of the document contains several paragraphs of text in Chinese, detailing the classification criteria and management requirements for strong pulsed light hair removal products. It specifies that these products are managed as Class II medical devices due to their potential impact on skin and hair follicles.

国家药品监督管理局办公室
2018年5月23日

图 3. 国家药品监督管理局网站截图

根据《2022 年医疗器械分类界定结果汇总》显示，包括家用脱毛仪在内的部分家用美容美体仪器已列入医疗器械监管范围。作为具有巨大市场潜力的新兴产业，虽然目前市场上没有针对家用美容美体仪器产品的通用行业规范，但国家药监局强调，相关企业应切实落实产品质量安全主体责任，确保上市产品安全有效。相关文件已明确指出，家用强脉冲光脱毛仪产品若在 2023 年 1 月 1 日仍未依法取得医疗器械注册证，射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品在 2024 年 4 月 1 日之前若未依法取得医疗器械注册证（NMPA），则不得进行生产、进口和销售。因而，能否获得相应的医疗器械认证将成为未来家用美容美体仪品牌市场准入的一道高门槛。对于拥有强大技术背书的极萌 Jmoon 而言，既是挑战，也不失为一个弯道超车的机遇。

二、新消费体验的市场内驱力

兼具消费力旺盛与追求自我满足感的新一代消费者是家用美容美体仪的主要消费群体。根据 CBN Data 和天猫国际联合发布的《2020 线上家用美容仪消费洞察报告》，在天猫国际家用美容仪消费群体中，80-00 后女性消费群体占比达 73%（表 2），其中美容美体仪是其消费产品占比中的头部品类。2020 年天猫“38 大促”中，购买美体仪产品的 95 后消费者增长超 35%。因而这类群体所引领的新消费尤为值得关注，也为掌握新消费趋势提供参考。

表 2 2019 天猫国际家用美容仪的典型消费群体

精致女孩	人群特征：95 后、00 后女性 人群占比： 15%
精贵女王	人群特征：80 后、90 后女性 人群占比： 58%

数据来源：《2020 线上家用美容仪消费洞察报告》

数据说明：精贵女王和精致女孩是 2019 天猫国际家用美容仪消费人数 Top2 的人群

1 颜值潮流

在颜值潮流的推动下，人们将对美的追求更加深化为一种本能的追求。TA 们相信“颜值即正义”，乐于在护肤美容以及提升自身外形方面投入时间和金钱。数据显示，超过六成的年轻女性消费者每月用于化妆品消费高于 300 元（如图 4 所示），且其中 78.4%（如图 5 所示）有进行医美的计划，且她们中 60% 以上预算超过 5 千^④。可见，追求美颜、美妆等提升外表的“颜值消费”是新消费体验的一大特征。

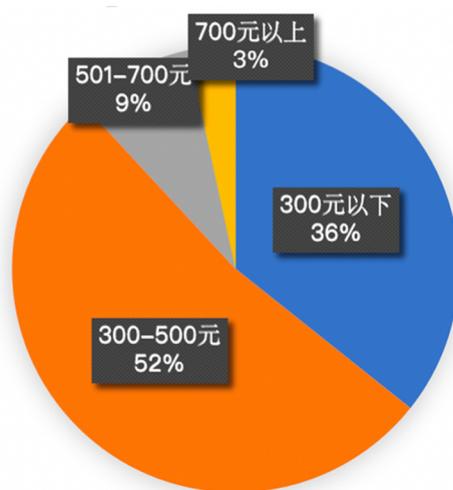


图 4、『Z 世代』女性每月化妆品消费调研

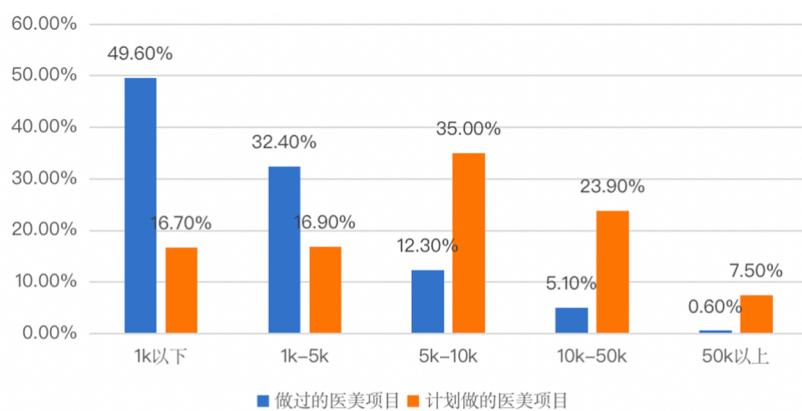


图 5、『Z 世代』女性医美消费调研

图 3、图 4 数据来源：MOB 研究院《2022 年“Z 世代”女性洞察报告》2022 年 3 月

^④《2022 年 Z 世代女性洞察报告》

2 “质价比”为王

“质价比”取代“性价比”成为新消费者们做出消费选择的重要动机。作为互联网的原住民，TA们生活于优渥的经济条件和丰富的物质条件下，被互联网、即时通讯、智能手机和平板等科技产物环绕。丰富的信息源使其不再盲目相信广告宣传与品牌，在敢于为取悦自己消费的同时，更倾向于利用不同网络平台的优势，进行同类产品比较，“品质”、“专业技术”和“安全”成为其消费关注的重点^⑤。

3 圈层与社群属性

基于兴趣话题的圈层与社群属性是引发消费行为的又一特征。52% 的新消费群体看重圈内同好口口相传，他们乐意分享真实使用感受供其他人参考^⑥。他们在发表真实使用感受的同时，也易于形成拥有共同兴趣话题的社群。基于共同的兴趣选择，社群内的参与者针对产品、产品衍生需求等往往能形成较为激烈、有趣的讨论。新消费群体通过购买、使用相同产品，不断建立起具有个性、趣味、娱乐性的社群，拓展自己的社交网络。这就使得抖音、小红书、微博等圈层所在平台成为各品牌的必争之地。

⑤ 数据来源：IBM 商业价值研究院《独特的 Z 世代》。

⑥ 资料来源：21 世纪经济研究院《Z 世代青年线上洞察报告》

三、Ulike 脱毛仪破圈增长， 引领消费新趋势

近两年的家用脱毛仪市场，竞争日益激烈。越来越多的品牌涌入，在各大电商平台占据一席之地。Ulike 脱毛仪在品类崛起的过程中，依旧保持强势的销量表现。截至 2022 年 11 月 11 日，Ulike 脱毛仪已经连续 7 年实现销量第 1。在同类品牌的“围剿”之下，Ulike 脱毛仪依旧斩获佳绩，实现破圈增长。

1 科技赋能品牌研发优势，自主掌控核心技术

Ulike 隶属于杭州由莱科技有限公司，是由莱集团孵化的全球首个将院线冰点脱毛科技家用化的脱毛仪品牌，自主研发、生产并销售院线级家用脱毛仪。自 2013 年诞生以来，Ulike 就立志解决全球女性的脱毛困扰，成为服务全球消费者的家庭美容院。企业决策上，一直保持对研发的高投入，秉承着创新前沿科技力为品牌核心实力，坚持自主掌握核心技术，在中国深圳、韩国首尔拥有两大全球先进的研发中心。Ulike 十年专注于脱毛领域研究，为消费者提供科学、安全、有效的家用脱毛体验。其中家用蓝宝石冰点脱毛技术作为 Ulike 代表性专利技术，以独家控温制冷技术，解决了消费者在家脱毛效果差，痛感强烈等一系列问题，让消费者在家也可以轻松享受无痛、舒适、有效、便捷的冰点脱毛，引领整个行业的发展与进步。

在 2022 年最新发布的新一代产品中，Ulike 继续深挖了家用蓝宝石冰点技术的更多可能性。新一代蓝宝石冰点科技利用品牌定制的蓝宝石部件，借助高能量强脉冲光，结合光增透技术，提高 Ulike 蓝宝石冰点脱毛仪透光率，提升脱毛效果；创新采用 VC 液冷散热方案替代传统铜管散热方案，同时将以往只能在玩家级电子设备才能应用到的石墨烯散热技术应用到脱毛仪，全面优化散热系统，脱毛时冰感舒适体验更持久；还优化了打光方案及整体结构，使脱毛打光速度提升大幅提升，使脱毛更快更便捷。截止 2022 年，Ulike 已拥

有全球专利近 200 项，其中海外专利占比超过 20%。产品获得美国 FDA、欧盟 CE、日本 PSE、韩国 KFDA、瑞士 SGS 等全球 30+ 项国际认证。

2 洞察用户需求， 驱动产品创新

我们常说谁能解决消费者困扰，谁就能赢得市场！新消费潮流的崛起，进入产品快速同质化时代，对于一个企业来说，这一点凸显的更为重要！企业要快速准确地发现市场的痛点，并满足用户的真实需求，从用户需求出发，对产品、服务等进行策划和改进，打开消费者的心，让消费者对产品、品牌予以信任，这样才能使企业长久持续发展。

UI like 在这一点上做的很好，UI like 拥有一支庞大的售后客服团队，对用户购买产品后追踪，了解用户真实的使用感受，为产品迭代提供方向（如图 6 所示）；

从 2016 年起，UI like 保持每年迭代一款脱毛仪新品，并在前一代基础上优化改进：

第一代脱毛仪，解决了用户在家脱毛难题，但使用灼热；

第二代脱毛仪，改善脱毛后皮肤灼热不适感，添加了冰敷头，先脱后冰，过程繁琐；

第三代脱毛仪，初步实现冰脱同步，采用金属制冷，脱毛时还会有轻微灼痛；

第四代脱毛仪，创新性采用蓝宝石冰点平面出光口，大大改善脱毛后的灼热感，但是为了保证制冷效果，机器笨重，不方便携带；

第五代脱毛仪，在使用体验上进行了全新革命性升级，研究出蓝宝石冰点专利，脱毛时将肌肤表皮温度冷却到 10°C~40°C，热光变冷光，避免高温热损伤，同时机身小巧便携，一经推出，立刻在全球风靡；

第六代，实现了脱毛嫩肤二合一，蓝宝石冰点头 +8 颗光疗嫩肤灯，一机双效，重新定义行业新标杆。

第七代，全新升级蓝宝石冰点科技，冰点持续时间更久，速度更快，机身变薄 4mm 握感更舒适，实现了更冰更快更强效，更轻更薄更高级！



图 6、由莱集团旗下产品进化图谱

Ulrike 十年专注于脱毛领域研究，从用户需求出发，为用户解决问题，一点点打磨，用科技推动产品不断迭代，为消费者提供更舒适、安全、有效的家用脱毛体验！

3 打破固化场景， 开拓全新阵地

作为行业头部品牌，Ulrike 自带“大哥”责任，有义务将市场做大做强，带领品牌破圈；有义务号召优化供应链生态，并带头规范整个行业。从某种意义上来说，一个行业之所以越来越火爆，离不开领头品牌的努力。Ulrike 的竞争点来源于优质的产品力、出色的差异化，稳定成熟的产品研发生产能力，所以 Ulrike 选择在互联网上进行品牌破圈，线上保持着以微信、微博、抖音为代表的 3 个社交媒体为品牌种草，线下选择了以分众传媒为主要的日常生活场景为品牌引爆，过硬产品实力 + 线下引流 + 线上转化，形成稳定的正向循环，助力品牌口碑快速增长。同时 Ulrike 旗下产品运销欧洲、日本、东南亚等多个国家和地区，在调整国内品牌战略的同时，将海外市场进一步做大，形成国内市场 + 国外市场的增长双涡轮。Ulrike 验证了一个品牌想要拥有自己的市场空间，强产品力是最牢固最快速的突破口，实力与口碑兼具，品牌破圈向上，形成良性循环，这样企业才能保持持续发展！

四、站在巨人的肩膀上， 极萌 Jmoon 品牌蜕变

极萌 Jmoon 成立于 2021 年，是美容美体仪品牌。一方面，极萌 Jmoon 秉承母公司在家用美容美体仪领域掌握的核心技术和强大的研发实力，拥有包括中国深圳、韩国首尔在内的全球技术研发中心，百余项脱毛专利与自主知识产权，数十家权威认证，专注技术更新迭代。另一方面，极萌 Jmoon 不断拓宽产品品类，追求变美快人一步、变精致快人一步，致力于为全球女性提供高效变美的解决方案，用极速对抗你的懒。

1 继承——技术硬核

继承母公司由来首创的家用蓝宝石冰点脱毛专利技术，实现医美技术家用化的成功落地；并打破传统设计，创新将机头镶嵌整块蓝宝石，植入韩国医美先进高级的蓝宝石冰点技术。蓝宝石自身具有经久耐用、透光性能佳等神奇特性，加上平面冰点头，一般可以冷却局部表皮至 10-30°C，减少表皮热量，避免表皮灼伤，达到冰点不痛的脱毛体验。蓝宝石家用冰点脱毛仪还开创性使用了平面闪光口设计，平面头相对于普通品牌的凹面头，更能完全紧贴下压皮肤，使毛囊倒伏，增加毛根吸收能量，从而脱毛更彻底，相对传统脱毛仪提升 30%-40% 的效果，几乎媲美韩国医美机构的脱毛效果，而且更高效、更快捷、更私密、价格更优惠。

(2) 在光学美容核心科技领域拥有近 200 项核心专利，其中国际专利占比超过 20%。



图 7、部分专利授权证书展示

- a、中国实用新型 -ZL201921570157.2- 一种便携式皮肤管理仪 - 授权证书；
- b、中国实用新型 -ZL201921752193.0- 一种美容仪导头及美容仪（射频头）授权证书；
- c、中国实用新型 -ZL201921999189.4- 一种便携式脱毛仪（UI04）授权证书；
- d、中国实用新型 -ZL202020157347.8- 一种便携式脱毛仪（光疗）授权证书；
- e、中国实用新型 -ZL202021219312.9- 脱毛仪（复合均温版扩展）授权证书；
- f、中国实用新型 -ZL202021611311.9- 双冷却通道的脱毛仪（短款均温版）授权证书。

(3) 产品安全性受到欧盟 CE、日本 PSE、韩国 KFDA 等 30+ 家权威机构认证。



UI04 脱毛仪 - 白 + 浅绿色 - IEC62471 报告 (光生物安全报告)

UI04 脱毛仪 - 白 + 浅绿色 - GB29786 报告 (环保报告)

UI04 (IGBT) 脱毛仪 - 系列颜色 -GB4706 报告 (安全报告)



UI04 脱毛仪 - 白 + 浅绿色 - 出风口打光十分钟温度报告

UI04 脱毛仪 - 白 + 浅绿色 - 澳洲 C-Tick 报告 (电磁兼容报告)

UI04 (IGBT) 脱毛仪 - 系列颜色 -GB4343 报告 (电磁兼容报告);

图 8、权威机构认证展示

(4) 产品效果获得 SGS 等专业机构平台认证。



UI04 脱毛仪 - 脱毛停用 14 天后功效报告

UI04 脱毛仪 - 脱毛功效报告

图 9、SGS 等专业机构平台认证

此外，首创的家用蓝宝石冰点脱毛专利技术在行业引起巨大反响，也获得人民日报、新氧、瑞士通用公证行 SGS 等专业权威机构和专业皮肤医生的测评和推荐。以上权威机构相关报告证实：在家庭环境使用脱毛仪时，毛发被烫焦不等于有效脱毛，而配备家用蓝宝石冰点脱毛专利技术的美容美体仪相对更安全、有效，而且可以令毛发生长更慢。中国中西医结合皮肤学组委员会委员钟剑波指出：家用脱毛仪上使用了蓝宝石冰点技术，不仅可以实现强效脱毛几乎无痛，还能保护皮肤不受热损伤。

2 延展——美容仪起航

除了秉承母公司的专利技术之外，极萌 Jmoon 还独立研发美容仪行业的创新技术，全面丰富品牌的产品种类。首创大熨斗美容仪，由 12 个电极组成超大熨斗式护理头，相比普通 4 极美容仪，护理速度和效率提升 3 倍以上，创新极速抗老科技。此外，产品还为全脸不同区域定制精细护理，如：两侧特别增设法令纹电极，贴合国人法令纹曲线，能够针对性抚平面中凹陷；为眼部定制的特护区域，给予眼周精细护理；超大护理头作用于下颌线时也能起到极速提拉的作用。

产品以 RF 射频技术为出发点，采用 0.8-2MHz 超宽幅射频能量，深入皮下组织，全面覆盖真皮层浅层至深层，促使胶原纤维在受热时产生收缩，有效提升皮肤弹性并促进胶原纤维再生，使皮肤真皮层的厚度和密度增加，淡化皱纹，改善松弛，令肌肤更为紧致；搭载 EMS 微电流技术，提拉紧致肌肤，通过产生电流来模仿中枢神经系统的动作电位来刺激肌肉，适用于日常护理，增强肌肉细胞活性，促进血液循环，达到淡化细纹、紧致 V 脸的效果，最后配合 LED 红橙光护理，促进细胞再生，提亮肌肤，给用户带来舒适的美容护肤体验。

3 创新——极速变美新时代

(1) 创研家用美容美体仪品牌

在消费升级浪潮下，新一代消费群体的需求持续升级，从“功效 + 安全”的单一功能追求，扩展到更多元的品牌内涵及审美领域。极萌 Jmoon 产品力求在多维度多层次理解与满足新消费群体的心智、心意和心情。

(2) 极速科技，倍效安全

作为脱毛仪领域内自主研发品牌的极少数者与集大成者，极萌 Jmoon 用极速对抗懒怠，用科技革新体验；变革耗时费力的院线服务，为极速倍效的家用美容仪 / 脱毛仪产品，让更多人宅家也能轻松快速变美。

四、极萌 Jmoon 产品进化， 推动极致用户体验

1 极萌 Jmoon 品牌优势

作为由莱集团旗下新一代产品，以极速冰脱、不痛更干净为特点的 2022 年款极萌 Jmoon 脱毛仪，以其在核心技术上持续突破，外观设计上创新造型，上线以来得到新消费群体的青睐。2022 年双 11 期间重磅推出的极萌 Jmoon 大熨斗美容仪，凭借 12 极超大熨斗头，提拉紧致快 3 倍的效果深受用户喜爱。极萌 Jmoon 产品不仅在技术领域上深耕，而且在理解变美新需求上不断求新求变，致力于推动极致用户体验。

(1) 技术核心：家用蓝宝石冰点脱毛专利技术 3.0。率先将院线级脱毛的核心技术——蓝宝石冰点科技家用化，开创了家用不痛脱毛的新时代，并持续将该技术迭代升级，相继攻克脱毛仪“闪光速度”、“能量”、“冰点”相互制约的三大技术难题，实现高效、不痛、不伤肤的脱毛体验，在该技术家用化品牌行列中名列前茅。

(2) 再度创新：大能量光速脱毛。将闪光速度提升至 0.6s/闪，开启智能连闪模式，5 钟即可脱完全身；升级 18J 大能量，光能直达毛囊根部，强效脱毛后还能有效抑制毛发再生。

(3) 自我革新：深挖极速变美科技。极萌 Jmoon 首创并推出的 12 极超大熨斗头美容仪，提拉紧致快 3 倍，全面提升全脸护理效率。搭载超宽幅射频和 V-LIFT 提拉倍增微电流，给予全脸高效提拉紧致，同时内置三重移动侦测系统，为用户带去倍效安全的护理体验。极萌 Jmoon 美容仪的诞生，进一步扩充了品牌产品类别，也进一步拓宽了极萌 Jmoon 品牌致力于让懒人也能极速变美的理念边界。

2 极萌 Jmoon 用户反馈

根据京东平台官方旗舰店“极萌 Jmoon 蓝宝石冰点脱毛仪”商品下 858 条用户评价显示，名词“效果（326）、颜值（144）、外观（81）、速度（72）、蓝宝石（43）、造型（33）、质量（35）、质感（20）”，形容词“可爱（302）、冰冰凉凉（164）、方便（102）、好用（156）、很快（86）、舒服（82）、小巧（62）、明显（56）、不痛（45）”成为高频热门词条（如图 10 所示）。消费者针对“极萌 Jmoon 脱毛仪”热门讨论的话题点有以下几个方面：

- (1) 实用性：除毛效果符合需求，科技含量高，首创家用蓝宝石冰点脱毛专利技术；
 - (2) 可用性 / 易用性：操作简单，方便携带，三档模式针对不同使用场景；过程不痛，冰冰凉凉；速度快，快闪灯头；
 - (3) 愉悦性 外形轻便小巧，好看，符合审美；用料好，高品质；趣味性，创意新奇有趣；IP 加持，品牌形象和认知度。



图 10. 用户反馈高频词条

五、极萌 Jmoon 的品牌旅程及未来

1 极萌 Jmoon 品牌旅程

-
- The timeline diagram illustrates Jmoon's brand journey through three vertical markers on a red line, each corresponding to a year: 2020 (black dot), 2021 (dark red dot), and 2022 (red dot). To the left of each marker, the year is printed. To the right of each marker, a bulleted list details the brand's activities for that year.
- 2022 年
 - 10 月 推出首款大熨斗美容仪，丰富品牌种类；
 - 6 月 推出全新品牌视觉系统，加深品牌印象；
 - 1 月 首款产品蓝宝石冰点脱毛仪正式上线电商平台，在脱毛速度上明显提升，深受好评。
 - 2021 年
 - 率先进入蓝宝石冰点科技 3.0 时代，针对新消费群体特点研发脱毛仪，致力于打造成新消费人群的第一台脱毛仪；
 - 同年，以时尚定位正式对外亮相，并同步推出了品牌原创 IP。
 - 2020 年
 - 携手媒体在各大高校内进行深度调研后，定位聚焦新一代消费群体市场。

2 极萌 Jmoon 的品牌未来

极萌 Jmoon，融合科技、品质、与创新，坚持用高效、安全的方式研发产品，兼具颜值与科技含量。如同品牌含义 Joy over the moon (极速享受月光肌的快乐) 所指向的快速、轻松、变美，品牌期望向新消费群体传播正向情绪，突破单一功能性用途，使消费者感受到情感陪伴与激励。现在即是未来，极萌 Jmoon 致力专研极速变美科技，成为全球家用美容美体仪领导品牌！

极萌 Jmoon

蓝宝石冰点脱毛仪 Y6/Y6S 产品略览

—极速冰脱 不痛净毛 / 极速冰脱 不痛更干净



专利号：ZL20201611311.9

产品形貌：流线型仿小羊卡通造型

产品颜色：奶黄款、青柠色、涂鸦款

产品重量：297g (Y6)、250g (Y6S)，比一罐可乐还轻

产品结构：电源键 / 档位调节键；冰敷指示灯；模式指示灯；闪光键；脱毛感应灯；
蓝宝石出光口（闪光口灯头主要成分为蓝宝石 A+ 级 Al2O3，脱毛时有冰凉感，可降低表皮
温度，减少刺痛灼烧感，控温范围 15°C ~ 30°C，实际感受因人而异）

产品功能： 脱毛（全身，含四肢、腋下、唇部、私处等）

脱毛模式： 快速模式，0.6S/闪，脱遍全身；身体模式，适用于四肢、腋下或巩固期；强效模式，适用于粗硬毛发。Y6S 升级自动连闪模式。

脱毛速度： 5分钟脱完全身，嘴唇部位 2S；腋下部位 15S；手臂部位 1.5Min。（数据来源于 UI like 实验室，各部位所需时间根据部位面积、护理头面积和最高闪光速度计算得出）

4 周脱毛效果实测： 根据 31 位受试男女真实实验数据反馈，使用 4 周（28 天）后，毛发数量变少 63.64%，平均毛发长度减少 83.55% 说明毛发变短，毛发密度减少 83.26% 说明毛发变稀疏；结果显示，在使用 28 天后具有有效抑制毛发生长的效果。停用 1 周（7 天）后，毛发数量减少 54.55%，平均毛发长度减少 83.98%，毛发密度减少 89.87% 说明毛发变稀疏；停用 2 周（14 天）后，毛发数量减少 54.55%，平均毛发长度减少 77.11%，毛发密度减少 88.99% 说明毛发变稀疏。结果显示在使用 28 天后具有效抑制毛发生长的效果，并在停用 14 天后能有效持续抑制毛发生长的效果。（数据来源第三方检测机构 SGS 报告）

产品荣誉： MEIYI 美伊大奖 / 最佳家用美容仪器；芭莎国际美妆大奖 / 最具潜力美容仪器；美伊大赏 /2020 年个护类最佳家用美容仪器；天猫美妆奖 /2021 年度美容仪器奖；天猫国际全球院线科技奖。

极萌 Jmoon 大熨斗美容仪 M12 产品略览

—12 极超大熨斗头， 提拉紧致快 3 倍



产品形貌：12 极超大熨斗造型

产品重量：250g

产品结构：电源键 / 模式切换键；档位切换键；模式显示灯；档位指示灯；护理头（护理头主要由 12 块电极片及 LED 出光口组成，可提供 0.8-2MHz 的射频能量以及 300-500 μ AEMS 微电流，620-630 nm 的红光，580-590 nm 的橙光，搭配保湿凝胶使用，实际感受因人而异）

产品功能：EMS 微电流 +RF-MAX 射频 + 红橙双光谱形成 3 驱能量矩阵，极速提拉，强效抗老。

EMS 微电流：微电流塑性，提拉紧致肌肤，通过产生电流来模仿中枢神经系统的动作电位，电子刺激肌肉，适用于日常护理，增强肌肉细胞活性，促进血液循环，达到淡化细纹、紧致 V 脸的效果。

RF 射频：0.8~2MHz 射频能量，深入真皮层浅中深层，促使真皮层胶原纤维在受热时产生收缩，有效提升皮肤弹性并促进胶原蛋白再生，使皮肤真皮层的厚度和密度增加，淡化皱纹，改善松弛，使肌肤更为紧致，达到美丽塑型的效果。

LED 红橙光护理：强韧肌肤屏障，促进细胞再生，提亮肌肤

红光（波长 620~630nm），提高细胞活性和激发胶原蛋白新生，加速血液循环，增加肌肤弹性，使肌肤恢复嫩滑，适用于年龄增长带来皱纹的衰老肌肤。

橙光（波长 580~590nm），作用于皮下层，修缮皮肤红印红斑与暗哑，强韧肌肤屏障，使肌肤恢复光泽，适用于缺少光泽的肌肤。

产品模式：

V-LIFT 轮廓提拉模式（6 min）：作用于面颊下部（苹果肌以下，从嘴角到耳旁，包括下颌线和下巴）。需要在使用单次（半脸 3 分钟）后，下颌线明显向上提拉、或向里收紧，达到消水肿的效果，使人看起来更精神；脸部水肿、下颌线不明显的情况得到改善，肿脸变 V，有瘦脸效果。

FACE- 全脸护理模式（10 min）：作用于全脸（额头、眼周、面颊、下颌）。需要在使用单次（半脸 4 分钟，额头 2 分钟）后，面部整体略微向上提拉、或向内收紧，有一定 V 脸效果，摸起来脸部肌肤更细腻。在使用 28 天后，面部皱纹如法令纹、木偶纹、川字纹、鱼尾纹等得到明显改善，纹的长度变短、深度变浅、面积变小。

EYE- 眼周舒缓模式（4 min）：作用于眼周（眼下、眼尾及眉肌）。需要在使用单次（半脸 2 分钟）后，眼周肌肤得到舒缓；在使用 28 天后，眼部肌肤得到提拉（双眼皮变宽，或

外眼角提高，或眉肌提高，眼皮松弛改善，眼睛从耷拉变精神），眼周紧塑有神，疲劳性黑眼圈和眼下细纹得到改善。

SL- 法令纹舒缓模式（4 min）：单次使用后（半脸 2 分钟），法令纹周围皮肤紧致提拉，视觉上颧骨和鼻翼之间的肌肤嘭起，动态褶皱变浅，凹陷皮肤恢复嘭弹，面中更饱满；使用 28 天后，法令纹凹陷处有填充效果，静态纹的深度变浅，长度变短，面中更加饱满。

14 天使用美容仪的效果实测，根据 31 名受试者的真实反馈：搭配极萌 Jmoon 润肤保湿凝胶使用极萌 Jmoon 大熨斗美容仪 14 天后，皮肤紧致度提升 10.82%，皮肤密度增加 17.75%，鱼尾纹减少 7.69%，眼下纹减少 5.41%，法令纹减少 4.88%，眉间纹减少 6.25%，抬头纹减少 6.06%。结果说明，全脸皱纹减少变淡。3 分钟 V 脸效果提升 0.99%。下颌线变得更紧致。

产品安全：

3 重温控侦测系统：高频移动侦测 +100 次 / 秒 NTC 温控检测 + 电流检测，确保表皮温度始终低于 42°C，护理更安全。

Ulke 蓝宝石 冰点脱毛仪 Air 产品略览

—冰点脱毛 不痛不伤肤



专利号：ZL20201611311.9、ZL201921999189.4

产品型号：UI04

产品形貌：简约易握直板造型

产品颜色：冰晶绿、冰墨绿、芥末绿、雾霾蓝、雾霾紫

产品重量：294g

产品结构：电源键 / 档位调节键；冰敷指示灯；档位等级指示灯；闪光键；脱毛感应灯；蓝宝石出光口（闪光口灯头主要成分为蓝宝石 A++ 级 Al2O3，脱毛时有冰凉感，可降低表皮温度，减少刺痛灼烧感，实际感受因人而异）

产品功能：强效脱毛、抑制毛发生长（全身，含四肢、腋下、唇部、私处等）

脱毛模式：5 档能量调节，1-2 档能量，适合唇部，私处等敏感部位 / 肤色较深人群 / 敏感皮肤人群等；3-4 档能量，适合毛发浓密粗硬度中等或较低人群的躯干部位，如手臂、腿部等；5 档能量，适合毛发浓密粗硬人群的躯干部位，如手臂、腿部等。

脱毛速度：最快 0.8S/ 闪；嘴唇部位 2S；腋下部位 15S；手臂部位 1.5Min。

（数据来源于 Ulrike 实验室，各部位所需时间根据部位面积、护理头面积和最高闪光速度计算得出）

4 周脱毛效果实测：根据 31 名年龄 22-30 岁的亚洲成年受试者在正常情况下使用测试样品 28 天并停用 14 天后，通过与空白对照对比。使用 4 周（28 天）后，毛发数量变少 54.55%，平均毛发长度减少 78.62% 说明毛发变短，毛发密度减少 90.37% 说明毛发变稀疏；结果显示，在使用 28 天后具有有效抑制毛发生长的效果。停用 1 周（7 天）后，毛发数量减少 54.55%，平均毛发长度减少 86.20%，毛发密度减少 88.15% 说明毛发变稀疏；停用 2 周（14 天）后，毛发数量减少 45.45%，平均毛发长度减少 83.05%，毛发密度减少 87.41% 说明毛发变稀疏。结果显示在使用 28 天后具有有效抑制毛发生长的效果，并在停用 14 天后有能有效持续抑制毛发生长的效果。（数据来源第三方检测机构 SGS 报告）

产品荣誉：MEIYI 美伊大奖 / 最佳家用美容仪器；芭莎国际美妆大奖 / 最具潜力美容仪器；美伊大赏 /2020 年个护类最佳家用美容仪器；天猫美妆奖 /2021 年度美容仪器奖；天猫国际全球院线科技奖。

Ulile 蓝宝石 红光美肤脱毛仪 Rose 产品略览

—效果提升 20% 脱毛又嫩肤



专利号：ZL20201611311.9、ZL201921999189.4

产品型号：UI05

产品形貌：简约易握直板造型

产品颜色：橄榄绿

产品重量：269g

产品结构：电源键 / 档位调节键；冰敷指示灯；模式指示灯；闪光键；美肤开关键；美肤灯；脱毛感应灯；蓝宝石出光口（闪光口灯头主要成分为蓝宝石 A++ 级 Al2O3，脱毛时有冰凉感，可降低表皮温度，减少刺痛灼烧感，实际感受因人而异）

产品功能：强效脱毛、抑制毛发生长（全身，含四肢、腋下、唇部、私处等）

脱毛模式：

轻柔模式：适合唇部，私处等敏感部位 / 肤色较深人群 / 敏感皮肤人群等；* 轻柔模式

闪光频率快；

身体模式：适合毛发浓密粗硬度中等或较低人群的躯干部位，例如手臂，腿部等 * 身体模式闪光频率较缓；

强效模式：适合毛发浓密粗硬人群的躯干部位，例如手臂，腿部等；

* 由于强效模式能量较大，可能会较轻柔模式和身体模式热感更强，非机器故障。

脱毛速度：最快 0.8S/ 闪；嘴唇部位 2S；腋下部位 15S；手臂部位 1.5Min。（数据来源于 Ulke 实验室，各部位所需时间根据部位面积、护理头面积和最高闪光速度计算得出）

4 周脱毛效果实测：根据 30 名年龄 19-30 岁亚洲成年受试者在正常情况下使用测试样品 4 周（28 天）后，通过与阴性对照对比及测量毛发长度、毛发密度和皮肤粗糙度，平均毛发长度减少 90.87% 说明毛发变短，毛发密度减少 90.86% 说明毛发变稀疏；结果显示在使用 28 天后能有效抑制毛发生长长度和密度的效果。剃毛并使用样品后即时皮肤粗糙度变化率为 90.53%，使用样品 28 天后皮肤粗糙度变换率为 99.62%，测试值升高，说明皮肤越不粗糙，测试结果表明在使用 28 天后有改善皮肤粗糙度的效果。（数据来源第三方检测机构 SGS 报告）

产品荣誉：MEIYI 美伊大奖 / 最佳家用美容仪器，芭莎国际美妆大奖 / 最具潜力美容仪器；美伊大赏 / 2020 年个护类最佳家用美容仪器；天猫美妆奖 / 2021 年度美容仪器奖；天猫国际全球院线科技奖。

Ulkie 蓝宝石 冰点脱毛仪 Air3 产品略览

—全新一代冰点科技 更冰、更快、更强效



专利号：ZL20201611311.9、ZL201921999189.4

产品型号：UI06

产品形貌：简约易握直板造型

产品颜色：水晶紫、海茶色、星黛粉

产品重量：271g

产品结构：电源键 / 档位调节键；冰敷指示灯；模式指示灯；闪光键；脱毛感应灯；
蓝宝石出光口（闪光口灯头主要成分为蓝宝石 A++ 级 Al2O3，脱毛时有冰凉感，可降低表皮
温度，减少刺痛灼烧感，实际感受因人而异）

产品功能：强效脱毛、抑制毛发生长（全身，含四肢、腋下、唇部、私处等）

脱毛模式：

- 轻柔模式：适合唇部，私处等敏感部位 / 肤色较深人群 / 敏感皮肤人群等；
* 轻柔模式闪光频率快；
- 身体模式：适合毛发浓密粗硬度中等或较低人群的躯干部位，例如手臂，腿部等 *
身体模式闪光频率较缓；
- 强效模式：适合毛发浓密粗硬人群的躯干部位，例如手臂，腿部等；
* 由于强效模式能量较大，可能会较轻柔模式和身体模式热感更强，非机器故障。

脱毛速度：最快 0.7S/ 闪；嘴唇部位 2S；腋下部位 15S；手臂部位 1.5Min。（数据来源于 Ul like 实验室，各部位所需时间根据部位面积、护理头面积和最高闪光速度计算得出）

4 周脱毛效果实测：根据 31 名年龄 22-30 岁的亚洲成年受试者在正常情况下使用测试样品 28 天并停用 14 天后，通过与空白对照对比。使用 4 周（28 天）后，毛发数量变少 63.64%，平均毛发长度减少 88.70% 说明毛发变短，毛发密度减少 93.29% 说明毛发变稀疏；结果显示，在使用 28 天后具有有效抑制毛发生长的效果。停用 1 周（7 天）后，毛发数量减少 54.55%，平均毛发长度减少 87.95%，毛发密度减少 87.80% 说明毛发变稀疏；停用 2 周（14 天）后，毛发数量减少 54.55%，平均毛发长度减少 86.89%，毛发密度减少 86.59% 说明毛发变稀疏。结果显示在使用 28 天后具有有效抑制毛发生长的效果，并在停用 14 天后有能有效持续抑制毛发生长的效果。（数据来源第三方检测机构 SGS 报告）

产品荣誉：MEIYI 美伊大奖 / 最佳家用美容仪器；芭莎国际美妆大奖 / 最具潜力美容仪器；美伊大赏 /2020 年个护类最佳家用美容仪器；天猫美妆奖 /2021 年度美容仪器奖；天猫国际全球院线科技奖。

Jmooon 极萌

极速变美 快人一步