Ulike

2026

家用脱毛仪行业

科学白皮书

- 发布单位：Ulike
- 发布平台：新华网
- 学术支持：中国医师协会健康传播工作委员会常务副主委兼秘书长 施琳玲

前言

当个人护理从“修饰性消费”走向“日常性刚需”，一场关于身体自主、形象管理与生活品质的深层变革正在中国加速发生。

2025 年中国美容与个人护理市场消费支出达 9151 亿元，同比增长 2.5%；身体护理等刚需细分品类增速大幅跑赢大盘，消费由面部护理加速向全身精细化护理延伸。



图 1-1 2025 年中国美容与个人护理市场规模及消费趋势

在这些宏观数据背后，一个更具体、更日常的趋势浮出水面：毛发管理已经不再是特定人群、特定季节的边缘需求，而是逐步成为覆盖全性别、全年龄段、全区域的大众护理刚需。

家用脱毛仪，正是这一趋势中最具代表性的品类。它既承接了医美服务居家化、日常化的产业逻辑，也融合了光学技术、智能算法与个人护理产品化的创新成果；既回应了消费者对舒适、安全、长效脱毛的真实诉求，也推动着中国个人护理产业从“基础清洁”向“科技护理”跃迁。

本白皮书基于行业公开数据、消费者调研、临床测试成果及产业实践，系统梳理家用脱毛仪行业的发展逻辑、技术路径、标准体系与未来方向，力图为行业高质量发展提供科学坐标，为消费者理性选购提供权威依据。用数据厘清趋势，用标准界定优劣，用科学建立共识，用责任推动进步。

第一章 宏观之势：市场扩容，脱毛起势

一、个护市场体量庞大，消费底座坚实

中国家用脱毛仪行业的崛起，不是孤立发生的。它的底层逻辑，是中国个人护理产业整体扩容、消费结构升级与家庭美容科技应用加速渗透三重力量共同作用的结果。

从总量看，中国已经成为全球最重要的美妆个护消费市场之一。欧睿国际数据亦显示，2025 年中国美妆个护市场零售额约为 5526 亿元，重回稳健增长轨道。



图 1-2 2025 年中国美妆个护市场零售额及增长趋势

五千亿级市场规模的形成，意味着个人护理已经具备广泛的社会渗透基础。它不再只是高线城市年轻女性的消费标签，而是正在向不同收入层级、不同年龄阶段、不同性别群体持续扩展。这种“全民化”趋势，为家用脱毛仪等细分品类提供了前所未有的需求土壤。

与此同时，中国医美服务市场也迈入新的增长阶段。艾媒咨询《2025 年中国医美行业发展状况与消费行为调查数据》显示，2025 年中国医美服务行业市场规模达 3701 亿元，轻医美用户规模达 3105 万人，轻医美已经成为拉动医美增长的核心引擎。



图 1-3 2016-2025 年中国医美市场规模

轻医美的快速普及，具有重要的产业意义。它培育了大众对“非侵入式”“低恢复期”“高频可及”美容方式的认知习惯，也让“专业美容可以居家化”这一心智加速形成。家用脱毛仪正处于这一心智迁移的入口位置。

二、美容仪赛道扩容，脱毛单品崛起

在美妆个护大盘之上，家用美容仪器是近年来增长最快、技术创新最密集的细分赛道之一。

据智研咨询测算，我国家用美容仪市场规模在 2023 年已接近 100 亿元，并保持超过 30%的年复合增长率扩张，预计 2026 年将突破 200 亿元。这一增速显著高于美妆个护行业的整体增速，说明家用美容仪器正在从“小众科技产品”向“大众护理工具”快速转化。



图 1-4 2023-2026 年中国家用美容仪市场规模

家用脱毛仪是家用美容仪器中需求最明确、使用频次最高、标准化程度最强的刚需大单品之一。相比抗衰、清洁、导入等功能型美容仪，脱毛仪解决的问题更具体，效果评估更直观，用户复购与长期使用意愿更稳定。它因此成为家用美容仪器市场扩容的重要支点。

从全球范围看，脱毛仪设备同样处于长期增长通道。国际研究机构 Reports and Data 测算，2025 年全球脱毛仪设备市场规模约为 17.2 亿美元，预计 2035 年将增长至约 40.1 亿美元。Mordor Intelligence 亦预测，2026 至 2031 年全球脱毛仪设备市场将以约 9.75%的年复合增速增长，其中亚太地区增速领先。



图 1-5 全球脱毛仪设备市场规模

全球需求增长与中国供应链优势叠加，使中国家用脱毛仪产业具备“内需扩容+出海加速”的双轮驱动特征。中国品牌不仅在本土市场建立规模优势，也正在通过跨境电商、本地化渠道与全球合规能力，进入北美、欧洲、日韩、东南亚等核心市场。

三、脱毛消费全年化，品质升级驱动

家用脱毛仪的增长，本质上是一场消费属性的结构性迁移。

过去，脱毛更多被视为“特殊场合前的临时处理”，消费频次低、决策随意、产品依赖度弱。如今，随着个人形象管理意识增强、居家护理习惯养成，脱毛正在从“可选消费”走向“品质刚需”。

所谓“品质刚需”，并非指价格低廉或基础功能满足，而是指消费者愿意为更好的效果、更舒适的感受、更安全的保障和更智能的体验持续投入。这种投入不是短期冲动，而是建立在长期使用价值和自我形象管理逻辑之上。

从季节分布看，脱毛需求已经不再集中于夏季。春季开始进入护理准备期，夏季达到使用高峰，秋冬则进入长效抑毛和皮肤修护阶段。全年需求的连续性，使得家用脱毛仪从“节日型商品”转变为“日常型工具”。



图 1-6 家用脱毛仪全年需求持续释放

从人群结构看，需求正在从年轻女性向更广泛人群扩展。男性体毛管理、产后女性护理、健身人群形象维护、中青年群体私密护理等细分需求不断上升，共同拓宽了市场边界。

从消费心理看，消费者不再满足于“暂时脱除”，而是追求“长期减少”“毛发变细变软”“皮肤状态同步改善”。与此同时，皮肤屏障健康意识显著增强——脱毛过程中是否伴随干燥、泛红、刺痛，使用后皮肤是否保持水润稳定，已经成为消费者评估产品的重要标准。这种心理转变，使得具备技术积累、临床验证和皮肤友好设计的产品更受青睐，也推动行业从“低价走量”走向“品质驱动”。

第二章 增长之速：规模爆发，渗透提速

一、市场规模稳扩容，增长逻辑清晰

中国家用脱毛仪市场正在经历从启动期向成长期的关键跨越。

第一，用户基数扩大。越来越多消费者将脱毛纳入日常护理流程，使用人群从高线城市向低线城市渗透，从年轻女性向多年龄段及男性群体扩展。

第二，使用频次提升。脱毛从夏季集中使用转向全年分阶段使用，产品生命周期内的使用次数和耗材需求增加，用户粘性增强。

第三，产品价格带拓宽。随着技术成熟与供应链优化，家用脱毛仪形成从入门级到高端旗舰的完整价格体系，能够覆盖不同消费能力人群，推动市场规模持续放大。

二、对标成熟市场看，渗透空间广阔

与成熟市场相比，中国家用脱毛仪渗透率仍处于较低水平，这恰恰是行业最大的增长空间所在。

目前，我国家用脱毛仪渗透率约为 10%。同期，美国渗透率超过 30%，韩国超过 22%，日本超过 18%。中国与这些市场之间的差距，意味着未来数年仍将处于渗透率快速提升的黄金阶段。

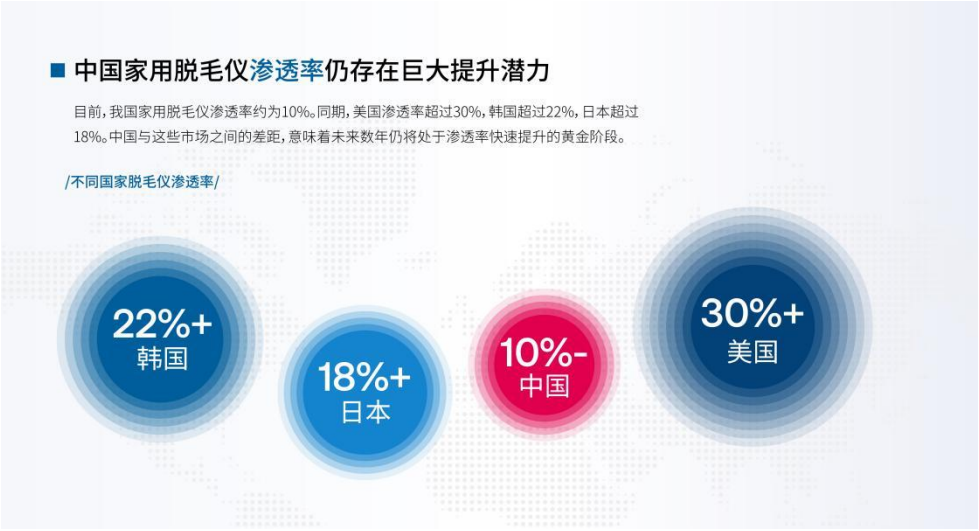


图 2-1 中外家用脱毛仪渗透率对比

从医美整体渗透率看，中国市场相较于海外成熟市场还存在巨大的提升空间。家用脱毛仪作为“居家医美”的入口级品类，将率先承接医美消费理念大众化带来的红利。

随着社媒教育、用户口碑和产品体验的持续扩散，脱毛仪将逐步从“尝鲜型产品”走向“标配型产品”，尤其是在下沉市场和男性市场，新增用户空间巨大。

三、社媒电商双爆发，消费心智成熟

社交平台正在成为家用脱毛仪消费决策的重要入口。社交平台用户对于脱毛议题的关注度持续走高，脱毛相关内容的传播声量显著增长。

数据显示，小红书平台“脱毛”相关社媒声量同比提升 120%，抖音平台“脱毛”相关社媒声量同比上涨 270%。从小红书热门话题来看，#脱毛仪、#腋下脱毛、#脱毛好物分享成为流量焦点；抖音平台高热度话题集中在#脱毛好物分享、

#女生脱毛必备、#脱毛神器。多元的种草内容持续培育大众体毛管理意识，进一步带动家用脱毛仪市场需求释放。



图 2-2 社交平台脱毛话题声量增长情况

社媒热度的背后，是真实用户需求的集中释放。消费者在平台上获取产品信息、比较使用体验、分享护理效果，形成了一套相对成熟的“种草-验证-购买-反馈”闭环。

与此同时，电商平台数据也印证了需求的稳定增长。天猫平台“冰点脱毛”“脱毛仪”等关键词搜索量稳步走高，月均增速分别达到 77%和 67%。搜索行为的增长，说明消费者主动获取信息的意愿增强，购买决策更趋理性。



图 2-3 天猫平台脱毛相关搜索词增长数据

值得关注的是，消费者的专业度正在快速提升。“看参数再下单”正在成为主流消费习惯，这种理性化趋势，为行业科学标准的落地提供了需求土壤，也倒逼企业将资源投入到真实技术能力建设中。

四、男性形象意识觉醒，第二曲线开辟

家用脱毛仪市场的另一个重要变化，是男性用户的快速崛起。

传统认知中，脱毛被视为女性专属。但这一边界正在被打破。当前，家用脱毛仪使用人群主要由 18-29 岁的年轻女性主导，但仍有超过 15%的男性有脱毛需求，且增速显著高于女性市场。脱毛需求不再局限腋下、腿部等常规部位，面部胡须、背部/胸毛、私密部位需求均呈现男性需求突出的特征，手指、脚趾脱毛需求也逐步兴起，男性核心诉求包括职场与社交形象管理、运动后的清爽感以及日常清洁便利。

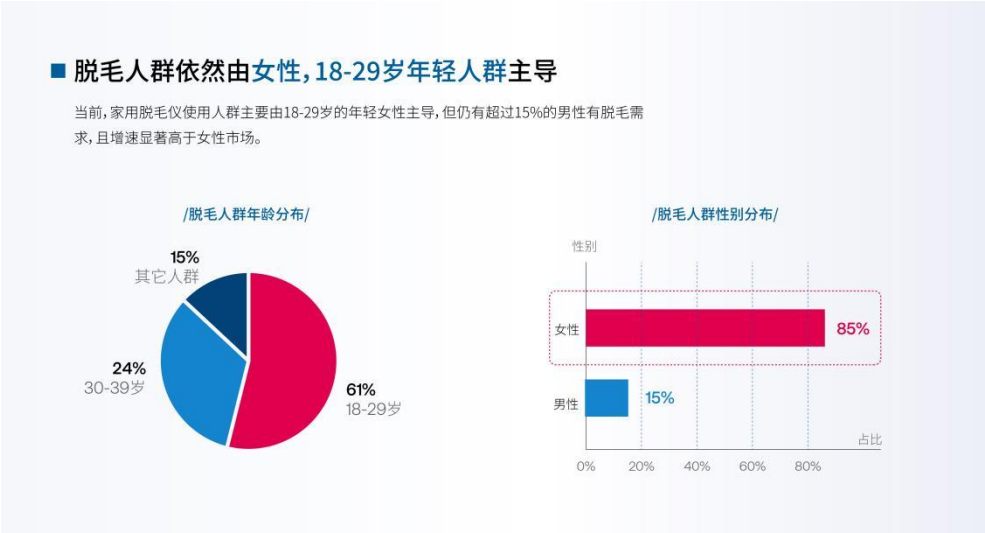


图 2-4 家用脱毛仪用户人群性别与年龄分布

在社媒平台上，2024 年 4 月-2025 年 3 月“男士脱毛”社媒声量同比上涨 98%，相关话题浏览量和讨论量持续攀升。依托男性 KOL 的内容传播，体毛管理被视为个人形象管理的一部分，正在男性群体中逐步普及。



图 2-5 “男士脱毛”社媒声量增长情况

男性市场的打开，不仅拓宽了消费边界，也对产品设计提出了新要求。男性用户普遍更关注出光效率、大面积脱毛能力、机身握持体验和智能调档便捷性。针对男性毛发粗硬、皮肤耐受度差异大等特点，高效、强效、智能化的产品更受青睐。

可以预见，男性用户的进入，将推动家用脱毛仪从“女性美容工具”向“全性别个人护理工具”转变。男性市场将成为家用脱毛仪行业未来几年最重要的增量来源之一。

第三章 需求之变：场景多元，人群分层

一、脱毛部位全覆盖，全身精细管理

家用脱毛仪的需求结构正在发生显著变化：过去以腋下、腿部、手臂为主的“基础脱毛”，正在向覆盖全身多个部位的“精细化管理”升级。

这些主流需求仍然稳固。与此同时，唇部、面部胡须、手指脚趾、私密部位等精细区域的需求快速上升。其中，唇部及私密部位脱毛需求均占比 39%，面部胡须需求占比达到 38%，手指脚趾脱毛占比 27%。

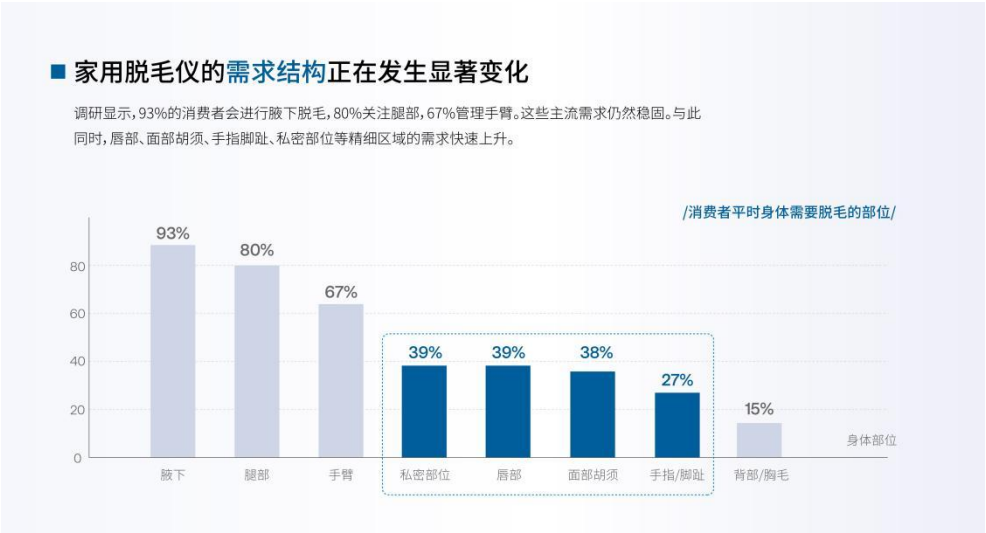


图 3-1 家用脱毛仪消费者身体脱毛部位需求结构变化

需求分化在不同人群中表现明显。女性更关注唇周、比基尼线等精细部位的精致护理；男性更侧重胡须、胸背等大面积区域；资深脱毛用户则追求全身无死角顺滑，对手指、脚趾、发际线边缘等细节部位的要求更高。

这种从“大部位”到“全部位”、从“基础脱除”到“精细管理”的转变，对家用脱毛仪的光斑设计、能量分区、模式配置和操作便捷性提出了更高要求。

一款好的脱毛仪，不仅要能高效处理大面积区域，也要能精准适配小面积、敏感区域。

精细部位脱毛需求上升，也带来了新的使用痛点。



图 3-2 精细化脱毛场景中的三类用户痛点

第一，操作不便。手指、脚趾、唇周等狭小区域，普通大光斑难以精准覆盖，用户需要反复对位打光，操作时间长，覆盖均匀性差。私密部位角度复杂，自行操作难度更高。

第二，痛感明显。唇周、私密等区域皮肤较薄、神经分布密集，对热感和痛感更敏感。普通能量档位容易产生灼热、刺痛，很多用户只能使用最低档位，导致脱毛效果打折扣。

第三，安全隐患。面部脱毛时，强光可能对眼睛造成刺激；私密部位使用后，可能出现暂时性红肿、灼热，甚至诱发毛囊反应。敏感肌人群尤其需要更温和的能量控制。更深层的担忧来自皮肤屏障。频繁脱毛或能量不当可能削弱皮肤表面保护层，导致干燥、敏感、泛红等问题。消费者需要的不仅是“脱得干净”，更是“脱得安心”。

这些痛点不是边缘需求，而是真实、高频、影响用户体验的核心问题。解决这些问题的能力，正在成为家用脱毛仪产品分化的关键。

二、传统方式有局限，体验短板突出

在家用脱毛仪普及之前，刮毛刀、脱毛膏和线下院线脱毛是主要选择。它们各有优势，但局限性同样突出。

刮毛刀便捷、成本低，但仅能处理皮肤表面毛发，再生速度快，毛茬感明显。使用过程中容易出现红肿、刮伤、刺痛等问题，长期使用还可能让皮肤变得粗糙。

脱毛膏通过化学方式溶解毛发，使用门槛低，但刺激风险较高。不少用户反馈曾出现刺痛、灼热、过敏等反应，敏感肌人群更难长期使用。同时，化学脱毛维持时间短，难以实现长效抑毛。

线下院线脱毛效果相对专业，但存在时间成本高、价格门槛高、预约流程繁琐等问题。部分用户体验过疼痛、红肿、烫伤等不适，私密部位脱毛还存在隐私顾虑。对于需要长期、高频护理的消费者而言，院线并非最优选择。

家用脱毛仪的出现，并非简单替代某一种方式，而是提供了一种新的平衡：在居家便利性、长期效果、舒适体验和隐私保护之间找到更优解。

三、四大人群细分层，消费特征清晰

家用脱毛仪的用户群体并非铁板一块。根据消费动机、使用习惯和价格偏好，可以划分为四类典型人群。

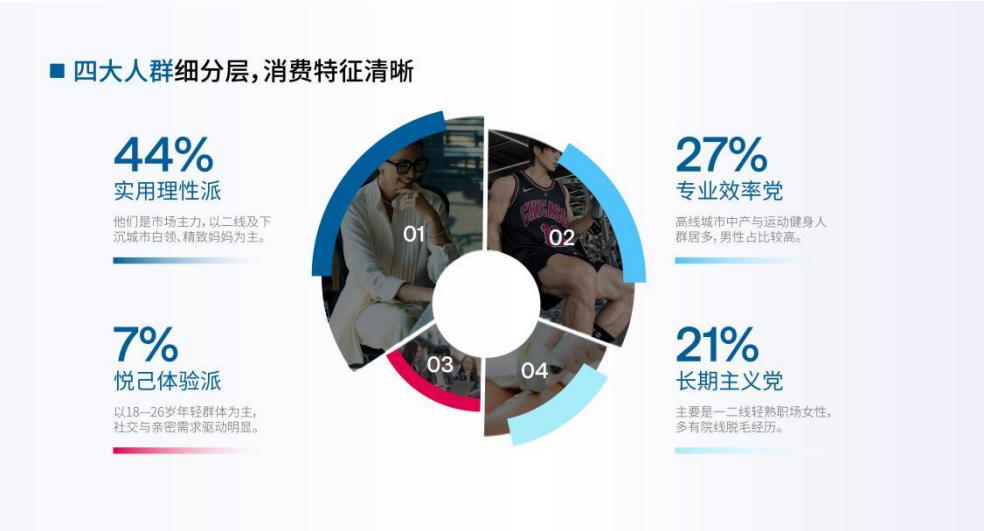


图 3-3 家用脱毛仪受众分层及不同群体消费特点

实用理性派，占比约 44%。他们是市场主力，以二线及下沉城市白领、精致妈妈为主。消费决策看重性价比、全身通用性和真实口碑，预算集中在 1000-2000 元。

专业效率党，占比约 27%。高线城市中产与运动健身人群居多，男性占比较高。他们追求新技术、高参数和高效脱毛，愿意为专业功能支付溢价，对 2000 元以上高端机型接受度高。

长期主义党，占比约 21%。主要是一二线轻熟职场女性，多有院线脱毛经历。她们将脱毛纳入长期护肤流程，重视品牌力、院线级体验和附加护理功能，偏好高端产品。

悦己体验派，占比约 7%。以 18-26 岁年轻群体为主，社交与亲密需求驱动明显。他们看重外观设计、优惠力度和尝鲜体验，多用于约会、旅行前护理。

四类人群的需求差异，决定了家用脱毛仪市场不会只有一种产品形态。但无论哪类人群，对安全、效果和舒适度的基础要求始终存在。品牌需要在这些共同底线之上，提供适配不同人群的差异化产品。

四、居家护理成主流，价值组合独特

家用脱毛仪能够从小众品类走向大众市场，核心在于补齐了传统方式的短板，并形成了独特价值组合。



图 3-4 光子冰点脱毛仪

居家使用，节省时间，使用场景更自由，私密性更强。光学技术作用于毛囊，能够减缓毛发生长速度，长期使用可使毛发变细变软。冰点技术大幅降低热痛感，提升使用舒适度。智能调档与多部位模式，让非专业用户也能安全操作。

更重要的是，优质家用脱毛仪在设计之初就将皮肤屏障保护纳入核心考量，通过接触式制冷、精准能量控制和宽波段光子技术，在抑制毛发生长的同时，降低热刺激与水分流失，维护皮肤表面健康状态。

这种“居家可及+长效舒适+私密安全+屏障友好”的组合，使家用脱毛仪从“替代品”升级为“优选项”。它不只是工具，更是一种稳定的个人护理方式。

第四章 技术之核：五代跃迁，四大标准

一、五代技术大演进，智能精准护理

家用强脉冲光（IPL）脱毛仪的技术发展，建立在光生物学理论突破、医用光电技术成熟与消费电子微型化三重基础之上，四十余年大致经历五个阶段。

阶段 1（1983-1999）理论奠基与医用技术起源期

1983 年选择性光热作用理论提出，奠定了光脱毛的科学原理；此后首款医用 IPL 设备获 FDA 批准并拓展脱毛适应症，为技术下放家庭积累了临床证据。

阶段 2（2000-2009）家用化技术探索期

2006 年前后首款家用 IPL 问世，随后通过欧盟 CE、美国 FDA 510 (k)认证，强脉冲光首次从医疗机构走向家庭；但早期产品能量不稳、安全防护不足，尚未规模化普及。

阶段 3（2010-2017）普及与技术迭代期

飞利浦 Lumea 等系列推动大众化，国际品牌进入中国，Ulike 等本土品牌入局，产品出光效率与皮肤适配性持续优化。

阶段 4（2018-2022）舒适化与智能化升级期

这一阶段，行业以破解“疼痛”痛点为核心、叠加智能化升级，中国市场迎来爆发式增长。AI 肤色检测与“脱毛+嫩肤”复合功能快速普及，行业向舒适化、合规化迈进。

在这一进程中，Ulike 的技术贡献集中显现。围绕“疼痛”与“效果”两大痛点，Ulike 持续推动“院线技术家用化”，把原本只在专业院线使用的制冷、光学技术，转化为普通人在家即可安全使用的智能产品，构建起四大自研核心技术：蓝宝石冰点技术、SHR 粗硬毛发净脱科技、院线同源光子脱毛专利技术、AI 智能肤色识别功能。由此，家用脱毛从“能脱”走向“脱得干净、脱得舒适、脱得养肤”，Ulike 以技术整合推动行业整体成熟。

阶段 5（2023 年至今）高质量发展期

2023 年医疗器械强制注册生效，团体标准实施；竞争焦点转向个性化、智能化与标准话语权，Ulike 等头部企业继续引领。

未来，蓝宝石接触制冷、AI 肤色识别与脱毛、嫩肤等复合功能，将成为中高端产品的标配。真正拉开产品差距的，已不再是单一参数，而是技术整合、临床验证与皮肤友好设计能力。这也正是 Ulike 等头部品牌引领行业走向成熟的关键。

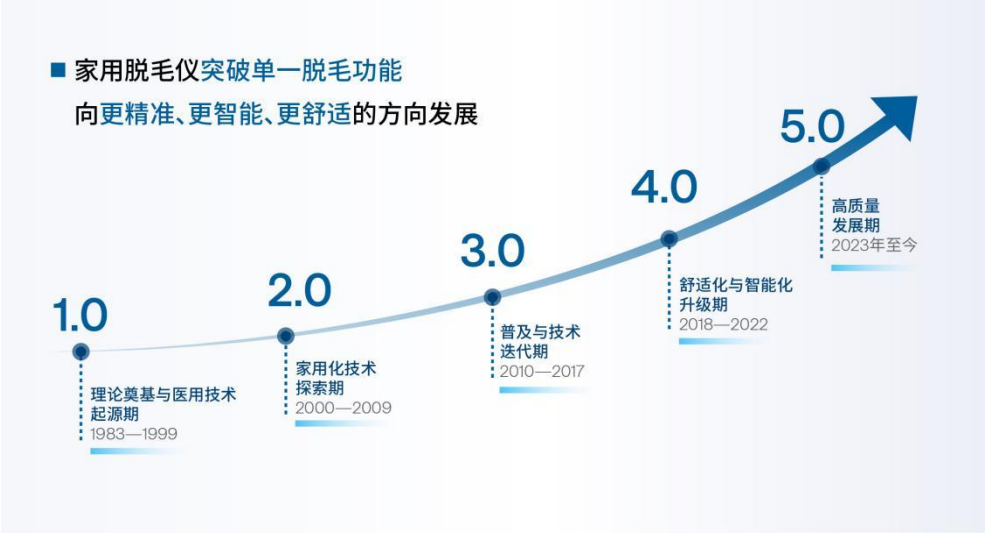


图 4-1 家用脱毛仪技术迭代五个发展阶段

二、四大核心硬维度，决定产品实力

家用脱毛仪的品质，可以从四个核心技术维度判断。

蓝宝石冰点科技，获得国家发明专利。蓝宝石冰点科技是 Ulike 脱毛仪的核心技术，蓝宝石导热性能优异，可实现全程接触式降温。打光过程中皮肤保持冰爽状态，有效缓解灼热与刺痛，同时减少热刺激对皮肤屏障的干扰。制冷温度稳定控制在 15℃以内，配合更大的冰触面积，带来更舒适的护理体验。



图 4-2 蓝宝石冰点技术皮肤温控测试

在脱毛仪的波段选择上,新一代产品将光波范围拓宽至 550-1200nm。

650-1200nm 院线脱毛波段，能精准靶向毛囊黑色素，550-650nm 院线光子嫩肤波段兼顾光子嫩肤和肤色提亮，实现“脱毛+护肤”二合一，契合消费者一机多用的需求。



图 4-3 光子脱毛与嫩肤双波段作用原理示意图

粗硬毛发净脱科技获国家发明专利。该技术源自院线专业脱毛原理，特别针对粗硬毛发设计，传统脱毛无法兼具大能量、好肤感，粗硬毛发净脱科技完美实现了二者统一，采用多段加热集中爆破，避免皮肤过度刺激和热损伤，通过热累积可以快速使毛囊中的黑色素和干细胞受到破坏，从而达到长期减少毛发再生的效果。



图 4-4 Ulike Air20 脱毛仪

AI 智能肤色识别技术。不同人群肤色差异大，不同部位皮肤耐受度也不同。AI 智能测肤能够自动识别肤色深浅，肌肤颜色浅，自动调大能量，优化脱毛效果；肌肤颜色深，自动调小能量，保证体感舒适，无需手动调档。



图 4-5 AI 智能肤色识别技术的能量调节机制

三、科学量化立标准，锚定选购依据

针对行业参数宣传混乱、消费者认知不足的问题，本白皮书首次发布家用脱毛仪核心参数科学参考标准，本标准为参考性建议，非强制性行业标准。

能量密度。能量密度越高通常单次作用越强，但家用脱毛不能只看能量密度。家用 IPL 在安全范围内普遍低于 10J/cm²，通过多次、足疗程使用同样可以达到长期减少毛发的效果；医用设备常用 10-40J/cm²，对粗硬毛发更高效，但需要专业操作和冷却。

光波波长。550-1200nm 全波段覆盖，兼顾脱毛与嫩肤功能，同时有利于降低单一波段对皮肤的刺激。窄波段产品仅能实现基础脱毛，附加护理价值有限。

制冷标准。优选有国家发明专利的蓝宝石冰点科技。无制冷或风冷机型易产生灼热、泛红等不适，敏感肌人群应谨慎选择。良好的制冷性能不仅关乎舒适度，也是保护皮肤屏障不受热损伤的重要条件。

出光效率。支持自动三连闪为基础配置，双灯管机型效率更优，适合大面积脱毛和高频使用者。

皮肤屏障友好性。产品应具备接触式制冷、能量精准调节和宽波段输出能力，避免高温灼伤和过度刺激。使用后皮肤不应出现持续干燥、脱屑或明显泛红，经皮水分流失应保持在合理范围内。



图 4-6 家用脱毛仪性能评价五项核心指标

四、三甲临床见真章，功效安全可依

科学标准不能只停留在参数层面，还必须接受临床检验。

为验证家用脱毛仪的真实功效与安全性，Ulike 在南方医科大学皮肤病医院、中山大学孙逸仙纪念医院两家三级甲等医院的皮肤科，开展了前瞻性、多中心、随机、开放性、同类产品自身对照、非劣效性临床试验，以医院用大功率强脉冲光脱毛仪为对照。试验共入组 84 例受试者，覆盖腋窝、小腿、前臂等部位，82 例完成全程治疗。本试验由 Ulike 发起，试验设计、数据采集和统计分析由研究机构独立完成。

基于FAS对两组受试者脱毛有效率进行比较,结果显示,治疗3个月后,Ulike试验组脱毛总有效率达 76.19%，与对照组的 76.19%一致；两组总有效率差为 0.00[95%CI：-9.96，9.96]，其率差的置信区间下限小于方案预设的非劣界值-9.6%，统计学检验证实 Ulike 的脱毛效果与医院大功率设备效果相当。同时，试验组治疗 1 个月时的有效率达 60.98%，显著高于对照组的 39.02%（P=0.0020），说明家用脱毛仪在护理初期见效更明显、短期效果更优。

表 4-1 治疗 3 个月脱毛总有效率(FAS)

项目	分类	试验组(%)	对照组(%)	检验方法	统计量	P 值
合计	有效	64 (76.19)	64 (76.19)	配对卡方检验	0.00	1.0000
	无效	20 (23.81)	20 (23.81)			
	合计	84 (100.00)	84 (100.00)			
中心 1	有效	42 (75.00)	41 (73.21)	配对卡方检验	0.08	0.7815
	无效	14 (25.00)	15 (26.79)			
	合计	56 (100.00)	56 (100.00)			
中心 2	有效	22 (78.57)	23 (82.14)	配对卡方检验	0.20	0.6547
	无效	6 (21.43)	5 (17.86)			
	合计	28 (100.00)	28 (100.00)			

表 4-2 治疗 1 个月脱毛总有效率(FAS/PPS)

项目	分类	试验组(%)	对照组(%)	检验方法	统计量	P 值
FAS	有效	50 (60.98)	32 (39.02)	配对卡方检验	9.53	0.0020
	无效	32 (39.02)	50 (60.98)			
	合计	82 (100.00)	82 (100.00)			
	缺失	2	2			
PPS	有效	49 (62.82)	30 (38.46)	配对卡方检验	10.94	0.0009
	无效	29 (37.18)	48 (61.54)			
	合计	78 (100.00)	78 (100.00)			

安全性方面，试验组与对照组的不良事件发生率相当，差异无统计学意义，且两组均未发生严重不良事件；在便捷性与无安全隐患评价上，研究者对 Ulike 的评价更优。

本试验显示，在规范使用和 3 个月观察期内，优质家用脱毛仪与医院大功率设备脱毛效果相当，且初期起效更快。该结论受样本量、随访时间和部位覆盖限制，长期效果及全部位适用性仍需更多研究验证。消费者选购时可优先关注取得 NMPA 二类医疗器械注册证、附带三甲医院临床报告的产品，并重点查看样本量、随访时间、对照设计和覆盖部位。

第五章 格局之定：头部集中，标杆引领

一、行业格局趋集中，头部效应显著

历经多年发展，中国家用脱毛仪行业已形成相对清晰的竞争结构：头部品牌以技术研发、临床验证和品牌信任为核心壁垒，市场份额持续扩大；部分专业品

牌在细分赛道保持竞争力；传统家电品牌依托供应链优势覆盖大众市场；国际品牌在高端认知上仍具有一定影响力。

整体来看，行业资源正在向具备自主研发能力和合规能力的企业集中。技术专利、临床背书、产品安全记录和用户口碑，构成品牌竞争的长期护城河。

市场集中度提升，有利于行业整体品质改善，也有利于消费者形成更稳定的品质预期。对于行业而言，头部企业的技术投入和标准实践，具有正向示范效应。

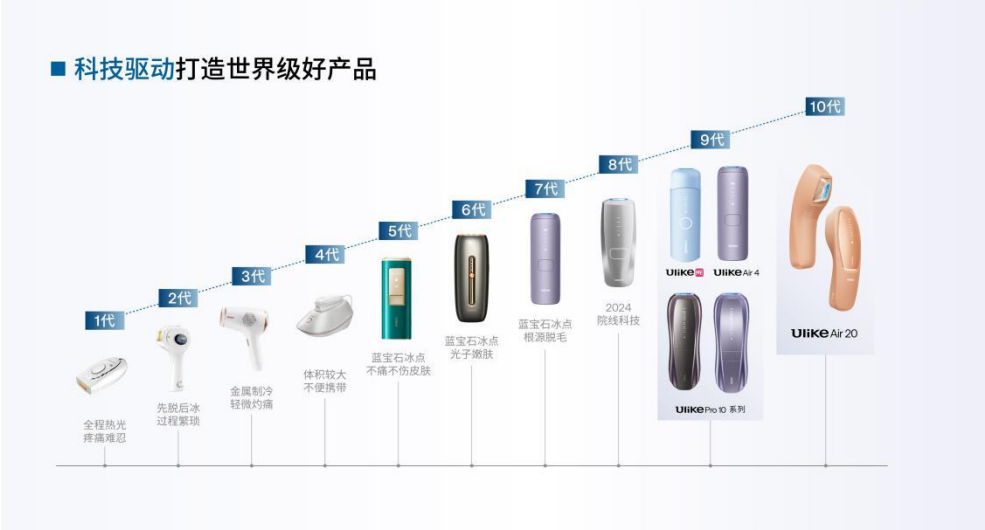


图 5-1 Ulike 脱毛仪技术迭代历程

二、未来技术演进：无痛化、智能化、多功能化、便携化

未来五年，家用脱毛仪将在无痛化、智能化、多功能化与便携化四个维度持续深化。以下为技术发展趋势展望，不代表现有产品功能承诺。

无痛化。制冷技术将进一步迭代，脱毛过程中的热感与刺痛感有望降至接近“零痛感”。蓝宝石冰点技术仍有优化空间，更高效的导热材料和更精准的温控系统将逐步应用，在无痛的同时进一步降低对皮肤屏障的热干扰。

智能化。AI 能力将从肤色识别扩展到全周期脱毛方案定制。产品可根据用户肤质、毛发密度、皮肤屏障状态和使用频率动态调整能量和模式，提供个性化护理建议，实现“千人千案”的精准脱毛与护肤协同。

多功能化。脱毛与嫩肤、提亮、舒缓等功能进一步融合，一台设备覆盖更完整的居家美容流程。波长范围、能量调节和模式配置将更加灵活，皮肤屏障修护与维稳功能有望成为高端产品的标配。

便携化。无线轻量化设计将适配更多出行场景，提升使用便利性。同时，便携化不能以牺牲能量密度和安全保护为代价，技术平衡能力将成为关键。



图 5-2 家用脱毛仪未来四大技术演进方向

三、Ulike：蓝宝石冰点科技，行业标准引领者

在家用脱毛仪行业，Ulike 是一家具有标杆意义的企业。



图 5-3 Ulike 品牌全球市场布局

Ulike 持续推动“院线技术家用化”，让 VC 散热专利技术和院线同源的 TEC 制冷技术走进普通家庭；Ulike 连续九年保持国内市场销量第一[1]，连续四年位居全球销量榜首[2]，产品远销全球 49 个国家和地区。2025 年，Ulike Pro 10 凭借行业领先的技术创新，入选美国《时代》周刊年度最佳发明榜单，成为全球首个登榜的家用脱毛仪产品。



图 5-4 Ulike Pro 10 入选《时代》周刊 2025 年度最佳发明榜单

这一成绩并非偶然。它来源于长期的技术投入和产品迭代。Ulike 始终将研发置于核心位置，围绕光学、制冷、AI 算法等关键领域持续深耕，构建起从基础研究到产品化的完整能力链。

在皮肤屏障保护方面，Ulike 通过蓝宝石冰点、AI 智能肤色识别等技术在有效抑毛与皮肤舒适之间取得平衡。产品开发过程中，皮肤耐受性测试和屏障功能评估被纳入核心流程，确保每一款产品在追求脱毛效果的同时，不牺牲肌肤健康。

在用户认知中，Ulike 与“智能化、专业、安全、科技感”紧密关联，这种心智的形成依托的是多年产品体验和临床验证积累的品牌信任。

更重要的是，Ulike 不仅在做产品，也在参与标准建设。本白皮书的发布，正是 Ulike 将企业实践上升为行业公共价值的尝试。它希望通过科学数据和标准体系，帮助消费者建立清晰、理性的选择依据，推动行业从“参数竞争”走向“标准竞争”。

四、自建研发筑底座，院线技术家用化

Ulike 的行业地位，建立在扎实的研发体系与全球合规能力之上。

院线技术家用化，靠的不是简单的参数移植，而是完整的自研能力。Ulike 所属的由莱集团自建实验室、自研算法、自主攻克温控与散热难题，构建起完整的专利矩阵，并实现材料创新，将原本只在专业院线使用的大型美肤设备，转化为普通人在家即可便捷操作的产品。

目前，由莱集团研发中心已拥有超过 300 名高精尖研发人员，累计获得超过 1000 项全球专利，其中海外专利占比超过 20%，覆盖光学、制冷、AI 算法等多个核心技术领域，把关键核心技术牢牢掌握在自己手中。



图 5-5 由莱集团（中国）研发中心

在全球化合规布局方面，集团已成功获得包括美国食品药品监督管理局（FDA）、欧盟 CE、韩国食品药品安全部（MFDS）等 40 余项国际权威认证。这意味着，家用化后的专业脱毛技术，通过了全球最严苛的安全与品质审视。在北美市场，2026 年 1-8 月，Ulike 在亚马逊渠道市占率达到 20.59%，TTS 市占率达到 43.22%，独立站市占率高达 50.51%，并成功入驻 Ulta、Bloomingdale’s 等全球顶级线下零售体系，构建起线上线下一体化的全域渠道布局。

这些能力，使 Ulike 不仅是中国家用脱毛仪市场的领先者，也成为中国个人护理科技品牌走向全球的代表之一。

第六章 责任之约：共建生态，致远未来

家用脱毛仪的价值，远不止于一台设备。

它是科技进入日常生活的一个触点，是个人护理从基础清洁走向精细化管理的一种表达，也是中国制造从规模优势走向技术优势、从产品输出走向标准输出的一个样本。这其中，“院线技术家用化”让原本只属于专业机构的科技走出诊室、走进日常；以 Ulike 蓝宝石冰点为代表的开创式技术，正是中国品牌在这一进程中贡献的标志性方案。

站在 2026 年的时间节点上，中国家用脱毛仪行业面临的，不只是市场份额的争夺，更是一场关于信任、标准与价值的长期建设。



图 6-1 Ulike 全球技术发布会现场

在此，本白皮书发出三点倡议。

倡议一：坚守科学内核，共建良性行业生态。行业各方应秉持科学理念。品牌严守技术真实、宣传合规底线，以临床数据支撑产品功效，杜绝虚假宣传、参数虚标，摒弃低价劣质的恶性内卷；学术机构持续深耕脱毛技术与皮肤健康研究，攻关皮肤屏障保护、长期使用安全性等关键课题，为技术迭代提供学术支撑。多方携手净化市场环境，推动行业竞争回归技术、品质与服务本身。

倡议二：健全标准体系，夯实产业高质量发展根基。全行业协同搭建覆盖产品安全、脱毛功效、使用体验、售后保障、皮肤友好性的全维度量化标准，实现可检测、可量化、可追溯，补齐行业规范短板。企业主动将高标准贯穿研发、生产、产品迭代全链路，做到主动提质而非被动合规。推动标准公开透明，减少消费者信息差，稳定行业品质预期。

倡议三：赋能产业出海，传递中国品牌技术价值与人文温度。依托国内光学美肤与智能硬件产业优势，推动家用脱毛仪实现产品出海与标准出海同步推进。把成熟的技术专利、临床成果、皮肤适配经验，转化为具备国际影响力的行业规范。积极开拓全球市场、提升中国品牌国际话语权，通过产业升级改善大众生活品质。



图 6-2 Ulike 全球技术发布会启动仪式现场

结语

作为行业首部由企业、国家级媒体与专业学术机构联合发布的科学白皮书，《2026 家用脱毛仪行业科学白皮书》的发布，既是 Ulike 对自身实践的系统梳理，也是对行业公共价值的主动承担。

国家大力推动“健康中国”战略和消费品工业高质量发展。家用美容仪器作为健康与消费融合的代表性品类，既服务于人民对美好生活的需求，也符合科技创新与产业升级的政策方向。

附录：数据来源

图 1-1 来源：英敏特 Mintel《2026 中国消费者：分化时代的消费》（引用数据统计范围包含服务消费在内的广义个护消费支出）

图 1-2 来源：欧睿国际 Euromonitor《Beauty and Personal Care in China》（引用数据统计范围为美妆个护产品零售额）

图 1-3 来源：艾媒咨询《2025 年中国医美行业发展状况与消费行为调查数据》

图 1-4 来源：智研咨询《2026-2032 年中国家用美容仪行业市场全景分析及产业需求研判报告》

图 1-5 来源：Reports and Data《Hair Removal Devices Market Size, Share, Trends, Demand, and Forecast, 2025–2035》；Mordor Intelligence《Hair Removal Devices Market Size & Share Analysis- Growth Trends and Forecast (2026-2031)》（图中两项预测虽区间不同，但交叉验证基本吻合：按 9.75%增速推算 2031 年约 30 亿美元,按 2035 年 40.1 亿美元反推 2031 年约 28.6 亿美元，差异仅约 5%；短期增速略高、长期略低，趋势一致。）

图 2-1、图 2-2、图 2-3、图 2-4、图 2-5、图 3-1 来源：基于天猫平台用户调研，天猫健康×Flywheel《2025 家用脱毛仪行业洞察白皮书》

表 4-1、表 4-2 来源：深圳由莱智能电子有限公司《UI04 型强脉冲光冰点脱毛仪用于脱毛的安全性和有效性的临床试验总结报告》（报告编号：YLDZ-UI04-HBT-V1.0，版本 V1.0-CTR，2023 年）；该试验由南方医科大学皮肤病医院（组长单位）、中山大学孙逸仙纪念医院（中山大学附属第二医院）共同开展。

[1] 弗若斯特沙利文（北京）咨询有限公司上海分公司. Ulike 市场地位声明：2016-2024 年中国脱毛仪连续 9 年销量第一[R]. 上海：弗若斯特沙利文，2025：报告编号 FS-2025-MPC-942078.

[2] Frost & Sullivan.Market Position Statement: Ulike ranked No.1 globally by sales volume of electric hair removal devices for 4 consecutive years (2022–2025). August 2026. Report No. FS-2026-MPC-868776.

本报告由 Ulike 发起，数据分析和报告撰写过程中力求客观公正，增强透明度。