



2025 年激光医美服务品牌推荐

她为美拼了！女性为何为“无创抗衰”一掷千金？

目录

一、 市场背景 3

1.1 摘要..... 3

1.2 激光医美服务定义 3

1.3 市场演变 3

二、 市场现状 4

2.1 市场规模 4

2.2 市场供需 4

三、 市场竞争 5

3.1 市场评估维度..... 5

3.2 市场竞争格局..... 5

3.3 十大品牌推荐..... 5

四、 发展趋势 7

4.1 轻医美需求主导市场，激光技术应用场景持续拓展 7

4.2 技术创新驱动服务升级，国产替代加速 7

4.3 行业规范化与消费者教育并行，推动高质量发展 8

2025 年激光医美服务品牌推荐

一、 市场背景

1.1 摘要

激光类医美服务主要通过操作医疗激光美容设备的方式来实现，主要功效包括紧致抗衰、祛斑去色素、祛痘印和脱毛等。现阶段，激光美容在学术领域的发展较为成熟，医美机构推出的行业相关能够满足消费者的多元化变美需求，上游激光设备的品牌价值对中游医美服务会产生一定的影响。随着医美消费客流持续复苏，预计中国激光类医美服务市场的规模增长将持续至 2027 年。

1.2 激光医美服务定义

激光类医美属于非手术类医美服务的范畴，主要通过操作医疗激光设备对皮肤进行美容治疗。激光具备优良的皮肤组织穿透性，不仅能用于各式色素暗沉症状的治疗中，还能逆转皮肤受损的组织，促使真皮基质构成得以新生。现阶段，激光技术是在临床医学美容中得到普遍运用的技术之一。激光类医美服务主要包括点阵激光、皮秒激光等项目。

1.3 市场演变

1961 年，长春光机所研制了中国的首台红宝石激光器；1963 年，GoldmanL 开始将红宝石激光应用于良性皮肤损害和文身治疗并取得成功，开创了激光医学应用的先河；1983 年，Anderson RR 和 Parrish JA 提出了选择性光热作用理论，这是激光美容医学发展史上的里程碑；20 世纪 90 年代初期，激光美容术在中国的部分大城市逐步开展；2003 年，国际领先激光美容设备厂商飞顿进入中国市场；2004 年，哈佛大学激光医学专家 Manstein 提出"点阵式光热作用"理论，这是对传统的"选择性光热作用"理论的拓展和延伸；2014 年，赛诺秀旗下的 Q 开关 Nd:YAG 激光治疗仪获 NMPA 批准进入中国市场，可用于减少人体多余毛发；2015 年，国际领先皮秒激光设备 PicoSure 获得 NMPA 认证；2016 年，国产品牌奇致激光旗下的半导体激光脱毛仪获 NMPA 批准上市；2021 年，另一国产品牌科英激光推出半导体激光脱毛机获批上市。

行业发展史与激光医学在皮肤美容领域的技术应用息息相关。早期，选择性光热理论的诞生是激光美容医学的里程碑事件，点阵式光热理论的诞生进一步推动激光美容医学的发展。从理论到实践，从海外到中国市场，现阶段的激光类医美行业正处于高速发展期。

二、 市场现状

2.1 市场规模

根据头豹研究院，行业规模按项目销售额计，经测算，2019-2023 年中国激光类医美行业规模实现从 22.9 亿元至 32.4 亿元的增长，CAGR 为 9.1%。其中，2023 年中国激光类医美服务的诊疗数量达到 335.7 万人次。激光类医美具备多功能性、高效和精确性的特点，是较受欢迎的轻医美项目。过去受经济环境影响，市场规模出现小幅波动，但整体增长的态势并未改变。

预计 2024-2028 年规模将从 37.6 亿元增至 62.6 亿元，CAGR 为 13.6%。其中，预计 2028 年中国激光类医美服务的诊疗数量达到 586.4 万人次。作为一种无创或微创、可控的治疗手段，美容激光优势突出。同时激光领域仍在持续研究和创新，行业在医美领域具有巨大的发展潜力。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

激光医美服务市场的供给端呈现出技术升级与产业链整合的显著趋势。近年来，行业设备迭代速度加快，核心设备的功能性和治疗效率持续优化，推动服务供给向精准化、智能化方向发展。国产设备厂商通过技术引进、自主研发及产业链协同，逐步缩小与国际品牌的差距，在基础型设备领域实现快速突破，国产化率稳步提升。同时，高端设备仍以进口品牌为主导，技术壁垒较高，但国产替代进程加速，部分细分领域已出现本土品牌的技术反超。

政策层面，监管体系的完善推动行业规范化发展。医疗器械审批流程的优化缩短了新技术的市场投放周期，同时对设备安全性和操作合规性的要求提升，促使供给端向标准化、专业化转型。此外，连锁化运营模式成为主流趋势，头部机构通过并购整合资源，优化区域布局和服务网络，形成规模效应。这一过程中，中小型机构面临竞争压力，行业集中度逐步提高，市场格局向“头部集中、尾部出清”演进。

2.2.2 市场需求情况

激光医美服务的需求端受消费升级和技术渗透双重驱动，呈现分层化、多样化的发展特征。消费者对非手术类项目的接受度持续提高，基础性需求占据市场主流，而抗衰、紧致等高端需求增速显著，推动服务场景向个性化、定制化延伸。年轻群体逐渐成为核心消费力量，其对安全性、便捷性和性价比的关注度显著提升，倒逼机构优化服务流程和价格体系。技术进步是需求增长的关键推手。新一代激光设备通过多模式融合和智能化辅助系统，显著提升了治疗效果的稳定性和用户体验。

三、 市场竞争

3.1 市场评估维度

根据头豹研究院发现，十大代表品牌的评选遵循多维度量化评估模型，中国激光医美服务市场企业主要通过以下维度进行评估：

(1) 单店激光类医美服务 TOP 项目销售量

销售量直接反映企业在激光医美领域的市场接受度和运营效率。高销量的 TOP 项目表明企业具备精准捕捉消费者需求的能力，其服务项目在疗效、价格或营销策略上具有显著优势，能够快速实现规模效应。

(2) 单店激光类医美服务项目覆盖度

一方面，覆盖度越高，说明企业能够满足更广泛的消费者需求，降低单一项目依赖风险。多样化服务组合还能增强客户粘性。消费者倾向于选择“一站式”机构，避免跨平台对比和迁移成本，从而提升企业市场壁垒。另一方面，项目覆盖度高意味着企业需投入更多设备、培训专业人员，并建立标准化操作流程。这要求机构具备较强的供应链管理能力和技术团队建设能力，是行业高门槛的直观表现。对于连锁机构而言，覆盖度高的项目组合可优化区域布局策略。

3.2 市场竞争格局

中国激光类医美行业的主要参与者是私立医美机构，竞争格局较为分散，可划分为三大梯队：第一梯队以晶肤医美和瑞丽医美为代表；第二梯队以联合丽格为代表；第三梯队以米兰柏羽为代表。

第一梯队：品牌背靠上市公司，市场拓展享有充足的资本支持；连锁门店遍布全国多地，经济效益显著；深耕非手术类光电医美领域，激光类医美服务是其收入的重要来源，具备极高的知名度与影响力，在业内最具有竞争优势。

第二梯队：品牌拥有相对完善的连锁门店布局网络，在业内知名度较高；专注轻医美业务的发展，激光类医美服务是其稳定的收入来源，在业内竞争优势突出。

第三梯队：品牌以独立门店为主，无法发挥连锁经营的经济效益，业内影响力与知名度相对较低。即使部分品牌背靠上市公司，也更专注重医美业务的发展，激光类医美服务对收入贡献有限，在业内竞争中处于弱势的地位。

3.3 十大品牌推荐

1. 艺星医美

艺星医疗美容集团以激光医美技术为核心竞争力，凭借前沿的设备和精准的治疗

方案在行业内树立了标杆。其激光祛斑项目以高精度、低损伤著称，通过个性化定制服务满足不同肤质需求，术后恢复快且效果显著，形成了良好的客户口碑。集团注重技术迭代与临床验证，通过标准化操作流程和专业团队培训，确保治疗效果的稳定性，成为消费者信赖的首选品牌。

2. 美莱医美

美莱医美以先进的点阵激光技术为核心优势，结合科学化的术后护理体系，为求美者提供高效且安全的解决方案。医院注重设备的规范使用与医生的专业指导，通过分层化治疗模式覆盖多维需求。其服务流程设计细致，从术前评估到术后跟踪均体现个性化关怀，同时通过环境优化提升整体体验，形成差异化竞争优势。

3. 伊美尔

伊美尔以国际化技术合作和强大的医生团队为支撑，在激光医美领域具备深厚的技术储备。集团长期与欧美、亚洲等地区顶尖机构联动，引入前沿设备并推动本土化应用。其医生团队由国内外权威专家组成，擅长将医学技术与美学理念结合，为复杂皮肤问题提供系统性解决方案，尤其在抗衰、轮廓重塑等领域表现突出。

4. 医美国际

医美国际依托“鹏爱”“鹏程”等品牌，深耕粤港澳大湾区及长三角等经济活跃区域，通过全国多地连锁机构快速渗透市场，形成规模化服务网络。同时，其在新加坡、香港等地的分支机构拓展了国际客源，增强了品牌辐射力，尤其在高端消费群体中具备一定影响力。

5. 联合丽格

联合丽格以学术驱动和技术赋能为核心竞争力，在激光医学领域深耕多年。集团通过举办国际研讨会推动行业规范化发展，并依托官方认证培训中心培养专业人才。其 Fotona 4D 激光平台以多模式治疗解决多样化皮肤问题，结合精准参数调控实现个性化抗衰，技术壁垒较高，成为高端市场的重要参与者。

6. 爱思特

爱思特深耕区域性市场，以标杆案例建立品牌壁垒。针对二三线城市消费潜力，以“本地化+性价比”策略快速渗透。借力区域增长动能，通过人才培养保障技术稳定性。爱思特医疗美容以创新技术应用和年轻化定位为特色，聚焦轻医美细分赛道。其激光项目注重与消费者生活方式的契合，通过便捷化、高效化的治疗流程满足都市人群需求。

7. 华韩医疗

华韩医疗以皮秒激光技术为核心亮点，凭借短脉冲、无创、高效的特点在色斑治疗领域占据优势。其技术不仅适用于面部问题，还可延伸至纹身去除、痤疮疤痕修复

等场景，治疗效果持久且安全性高。公司通过多科室协同提供一站式解决方案，强化技术应用的广度与深度。

8. 晶肤医美

晶肤医学美容医院以高端设备引进和严格的安全管控为优势，通过多品牌合作确保技术先进性。其激光项目覆盖脱毛、嫩肤、抗衰老等主流需求，同时注重术后用药和护理的规范性，降低风险并提升客户信任度。长期积累的口碑与本地化服务网络使其在西南地区形成稳固的市场地位。

9. 米兰柏羽

米兰柏羽医学美容医院以个性化定制和综合抗衰方案为特色，结合激光技术与注射美容实现多维度年轻化效果。其医生团队擅长根据面部结构设计治疗方案，注重自然美学与功能性的平衡。医院通过案例分享和客户教育强化品牌专业形象，吸引追求精细化服务的高端客群。

10. 瑞丽医美

瑞丽医美以连锁化运营和标准化服务见长，通过全国多地布局快速渗透市场。其激光医美项目注重技术普及与价格亲民，针对基础需求推出高性价比方案，吸引大众消费群体。同时，公司通过严格的品控体系确保各门店服务质量一致，结合数字化管理优化客户体验，形成规模化优势。

四、 发展趋势

4.1 轻医美需求主导市场，激光技术应用场景持续拓展

近年来，消费者对低风险、高性价比的医美项目偏好显著增强，激光医美因其非侵入性、恢复周期短等特性，逐渐成为主流选择。激光脱毛、光子嫩肤、紧致抗衰等项目需求持续增长，尤其在年轻群体中渗透率迅速提升。与此同时，技术应用领域不断延伸，从传统皮肤修复扩展至精准治疗及抗衰老管理，满足个性化需求的同时推动行业精细化发展。

4.2 技术创新驱动服务升级，国产替代加速

激光医美设备与技术的迭代速度加快，国产高端设备通过性能优化与成本控制逐步打破进口垄断，为机构降低运营成本并提升市场竞争力。新兴技术如超快激光、智能光疗等不断涌现，结合 AI 辅助诊断与个性化方案设计，实现治疗效果的精准化与可视化。此外，激光技术与其他医美手段的融合趋势明显，形成“多维抗衰”解决方案，进一步巩固其在轻医美领域的核心地位。

4.3 行业规范化与消费者教育并行，推动高质量发展

随着监管政策趋严，激光医美服务对机构资质、医生专业性及设备合规性的要求不断提高，行业门槛逐步抬升。消费者对医疗安全的认知增强，促使机构更加注重透明化流程与术后服务，例如术前风险评估、术后跟踪管理等。同时，市场对“科学医美”理念的倡导，推动机构强化技术培训与品牌公信力建设，以差异化服务应对同质化竞争。未来，激光医美行业将朝着专业化、标准化和可持续化方向深度演进。