



2025年 脱毛仪行业词条报告

头豹分类/制造业/金属制品、机械和设备修理业/金属制品修理、港股分类法/工业制品/工业制造

脱毛仪：冰点无痛科技，开启丝滑新体验 头豹词条报告系列



林若薇 · 头豹分析师

2025-04-17 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/金属制品修理 工业制品/工业制造

摘要 脱毛仪行业近年来发展迅速，市场规模不断扩大。随着消费者对美容需求的提高和科技的进步，脱毛仪产品种类繁多，技术不断创新，包括LED光、IPL、激光冷冻、超声波技术等。家用脱毛仪以其小巧便携、高效持久的特性深受消费者喜爱，而医美专业脱毛仪则具有更高的功率和更好的效果。市场竞争激烈，品牌众多，Ulike、奥克斯、康佳等品牌占据领先地位。同时，行业监管政策逐渐收紧，家用脱毛仪进入“强监管”时代，安全性成为消费者关注的焦点。未来，脱毛仪行业有望在技术修复护理能力上实现突破，提供更加安全和有效的护理服务，实现行业价值提升。

行业定义

脱毛仪是指通过激光、强脉冲光等技术作用于毛囊的美容仪器，旨在减少或去除毛发，常见的类型有强脉冲光治疗仪、激光脱毛仪等。脱毛仪行业涵盖了利用特殊光源技术，如激光或强脉冲光（IPL）对人体毛发进行除去的方法和设备。该行业的产品在美容院与家用市场均有广泛应用。

行业分类

脱毛仪可按照核心技术维度进行划分，细分为激光脱毛仪、IPL强脉冲光脱毛仪和HPL宅脉冲光脱毛仪等类别。其中，激光脱毛仪使用高能量激光直接作用于毛囊以实现脱毛效果，多应用于专业医疗机构。IPL强脉冲光脱毛仪则适合家用，使用宽光谱技术面对不同部位的脱毛需求，但对敏感肌肤不够友好。HPL宅脉冲光脱毛仪作为IPL的升级版，适合各种肤质的用户在家中使用。

脱毛仪行业分类

按照核心技术维度进行划分

激光脱毛仪

采用特定波长的激光作用于毛囊，具有较高的能量密度和精确性，适用于专业美容院和医疗机构。其安全性和效果受到专业设备和操作技巧的影响，需由专业人员操作以避免潜在风险。

IPL强脉冲光脱毛仪

使用宽光谱的光源对毛囊进行热作用，兼顾脱毛效果和操作的便捷性。适合在家或小型美容院使用，但对于光谱的选择和能量设定需谨慎以减少皮肤不适的可能性。

HPL宅脉冲光脱毛仪

基于IPL技术进一步开发的脱毛技术，具有更佳的用户体验和适应范围。适合不同肤质的用户，尤其是敏感肌肤用户在家使用，技术虽有专利保护，但受限于授权范围。

行业特征

脱毛仪行业的特征包括市场集中度高、商业模式创新、科技创新能力强。

1 市场集中度高

脱毛仪行业呈现出高度的市场集中度，其中部分企业如Ulike以显著领先地位牢固定位市场，连续多年蝉联天猫双11和京东销量冠军。这不仅显示出市场份额头部集中度高，也反映了这些企业在获取核心渠道，例如与电商平台独家合作上具有优势。新入者和小型企业在高度集中的市场中尽管面临挑战，但也有产品如Silkn、SmoothSkin通过市场上新锐品牌形象获得关注。

2 产品家居化

脱毛仪行业通过技术创新满足了用户在家脱毛的需求。此类装置的智能化、家用化让消费者能够在私密和舒适的环境中享受美容护理。市场上销售旺季时，例如天猫38大促和618促销期间，这类多功能化的脱毛仪销售额能实现快速增长。

3 科技创新能力强

众多品牌如飞利浦、松下等老牌家电企业和Ulike、Silkpro等新兴品牌都积极投身于科技研发及产品创新。用户对于产品性能和体验有着更高要求，因此企业聚焦于提升产品效果、安全性及用户体验方面的创新。例如Ulike以蓝宝石冰点脱毛仪成为市场上的明星产品，凭借在效果和用户体验上的优势成为家用脱毛仪行业的头部企业。

发展历程

中国脱毛仪市场自2005年起经历了显著发展，从萌芽到高速成长。初期（2005-2010年），国外品牌引入家用脱毛仪概念，市场认知度低；随后启动期（2011-2015年），电商平台助力销量增长，品牌增多，监管加强，市场认知提升。自2016年起进入高速发展期，受“宅经济”推动，市场需求激增，技术创新引领产品智能化、无痛化，疫情更是加速了家庭美容护理需求，市场细分加剧，个性化产品增多。至2024年，行业监管趋严，无痛、强效、智能成为新趋势，消费者对品质和服务要求不断提升，推动脱毛仪行业持续向更高水平发展。

萌芽期 · 2005-01-01~2010-01-01

2005年，国外品牌开始进入中国市场，引入家用脱毛仪概念，但市场认知度较低，消费者接受度不高。2006-2007年间，少数中国企业开始尝试生产家用脱毛仪，但技术和产品质量参差不齐。随着消费者对美容美肤需求的增加，家用脱毛仪逐渐引起部分消费者的兴趣，市场开始初步形成。

在萌芽期，中国脱毛仪市场刚刚起步，主要由国外品牌引入家用脱毛仪概念。初期市场认知度低，消费者接受度不高。少数中国企业开始尝试生产，但技术和产品质量参差不齐。尽管如此，随着消费者对美容美肤需求的增加，家用脱毛仪逐渐引起部分消费者的兴趣，市场开始初步形成。

启动期 · 2011-01-01~2015-01-01

2011年，电商平台的兴起为家用脱毛仪提供了新的销售渠道，市场销量开始稳步增长。随后，更多国内外品牌加入市场竞争，产品种类和功能逐渐丰富，价格区间也有所扩展。2013年起，国家相关部门加强对家用脱毛仪的监管，出台了相关标准和规范，提高了行业门槛。随着消费者对家用脱毛仪的认知度和接受度提高，市场开始进入快速增长阶段。

电商平台的兴起为家用脱毛仪提供了新的销售渠道，市场销量开始稳步增长。更多国内外品牌加入市场竞争，产品种类和功能逐渐丰富，价格区间也有所扩展。国家相关部门加强了对家用脱毛仪的监管，出台了相关标准和规范，提高了行业门槛。

高速发展期 · 2016-01-01~2024-01-01

2016年，随着“宅经济”的兴起，家用脱毛仪市场需求迅速扩大，多家知名美妆品牌纷纷推出相关产品。技术创新成为推动市场发展的主要动力，智能、无痛、高效的脱毛仪产品不断涌现，满足了消费者多样化的需求。随后，市场进一步细分，针对不同肤质和需求的个性化产品增多，品牌竞争加剧。随着行业监管进一步加强，无痛、强效、智能成为产品新趋势，消费者对产品质量和服务的要求不断提高。

在高速发展期，随着“宅经济”的兴起，家用脱毛仪市场需求迅速扩大。多家知名美妆品牌纷纷推出相关产品，技术创新成为推动市场发展的主要动力，智能、无痛、高效的脱毛仪产品不断涌现。

产业链分析

脱毛仪发展现状

脱毛仪行业，随着科技的进步和消费者对美容需求的持续增长，呈现出显著的增长趋势。该行业已成为美容器械市场的重要组成部分，其中品牌如Ulike和JOVS通过不断的技术创新，塑造了市场的新趋势。2023年，脱毛仪行业中的强脉冲光脱毛类产品被归类为二类医疗器械，引导了行业标准的提升，从而增强消费者对于产品安全的信心。

脱毛仪行业产业链主要有以下核心研究观点：

技术进步与市场需求共同推动脱毛仪行业发展，Ulike等品牌凭借卓越性能占据市场领先地位。

近年来，关键性技术进步如蓝宝石冰点技术等，已显著提高脱毛仪效果和用户体验，推动了行业标准提升。同时，女性消费者对个人形象美容的日益关注，使脱毛仪市场需求持续增长，成为美容护理领域不可或缺的必需品。在这一竞争激烈的市场中，Ulike等品牌凭借卓越的产品性能和品牌影响力，如2024年第一季度月销额超过1亿元，成功占据市场近45%的份额。

脱毛仪市场需求持续增长，女性为主但男性需求上升，市场逐步扩大。

2024年天猫平台上健康脱毛仪产品女性消费者占比高达83%，但男性购买量也占到每10台中的1.7台，表明男性需求正在上升。同时，随着消费者脱毛意识的提升，天猫平台家用脱毛仪商品供给上涨，春夏季成交尤为旺盛。在线上电商平台如京东和淘宝，脱毛仪销量和销售额稳步增长，2024年第一季度销量累计超过284万件，环比增长3%；销售额累计约3.4亿元，环比增长9%。未来，随着男性消费者需求的进一步释放，脱毛仪市场有望迎来更加广阔的发展空间。

总体而言，脱毛仪行业正处于一个快速发展期，未来将继续朝着更加智能化、个性化的方向发展。针对当前行业状况和面临的挑战，企业需要持续创新，精准定位市场需求，加强技术研发和产业链整合，以实现更健康、更可持续的发展。

脱毛仪产业链上游分析

生产制造端

提供脱毛仪生产所需的原材料和零部件。

上游厂商

万新光学集团有限公司

上海依视路光学有限公司

浙江蓝特光学股份有限公司

艾普光学科技（厦门）有限公司

舜宇光学科技（集团）有限公司

广州苏拿光学镜片有限公司

江苏凤凰光学有限公司

宁波江丰光学有限公司

北京康拓光炬科技有限公司

上游分析

脱毛仪产业链上游供应核心光学与电子元件，如激光器、滤光片及芯片等，确保脱毛仪高效、安全地工作。

脱毛仪产业链上游主要提供光学元件和电子元件等原材料。光学元件包括激光器、LED灯和滤光片等，这些元件是脱毛仪的核心部件，负责发射和过滤光源。例如，半导体激光器是激光脱毛仪的核心部件，利用特定波长的激光进行脱毛。滤光片则用于选择性地透过有用的光线波段，阻止紫外线和蓝光波段，从而保护皮肤并提高脱毛效果。电子元件方面，包括芯片、电路板和传感器等零部件，用于控制和管理脱毛仪的工作状态。例如，霍尔元件在脱毛仪中用于监测皮肤与仪器的接触状态，实现智能化控制。ICman触摸芯片则在安全可靠和抗干扰方面表现出色，能够有效实现脱毛仪皮肤感应的需求。

激光器行业在中国市场表现良好，出口额创新高，而LED灯行业则面临需求疲软和产能利用率不足的问题，整体产值有所下降。

从上游产业发展来看，首先是激光器行业，2023年全球激光设备市场销售收入约为226亿美元，较2022年略有增长。中国激光设备市场总体稳中向好。自2019年中国激光加工设备出口额首次超过进口额以来，两者差距持续扩大。2023年中国激光加工设备出口额达137.59亿元，创历史新高。在LED灯方面，中国半导体照明行业整体需求疲软，产能利用率不足，行业整体规模呈现下滑态势。预计2023年总体产值约6,578亿元，较去年下滑2.6%。

中 脱毛仪产业链中游分析

品牌端

来自技术创新,市场需求及竞争态势,产业链整合领域。

中游厂商

Ulike

奥克斯

康佳

松下

飞科

飞利浦

JOVS

小猫安妮

BeautiGO

AMIRO

极萌

中游分析

技术创新是推动脱毛仪行业发展的核心力量。

近年来，一系列关键性的技术进步已显著提高了产品的效果和用户体验。例如，Ulike脱毛仪采用的蓝宝石冰点技术，通过高透光性与热传导性的特点，实现了对毛囊的高效毁损同时保持皮肤表面的冷却，大幅减少了使用中的不适感。此外，对传统凹面热光脱毛设备的迭代升级，利用蓝宝石平面灯头设计，提升了30%-40%的脱毛效果，更加安全高效。这些技术的突破不仅提升了产品质量，还有效提高了行业标准，推动了脱毛仪行业的整体发展。

脱毛仪市场需求持续增长，女性消费者推动其成为美容必需品，Ulike等品牌占据显著市场份额，行业集中度较高。

随着女性消费者对个人形象美容的日益关注，脱毛仪市场需求持续增长，已成为美容护理领域不可或缺的必需品。在这一竞争激烈的市场中，各大品牌如Ulike、奥克斯等纷纷崭露头角，占据了显著的市场份额。值得一提的是，2024年第一季度，Ulike品牌凭借其卓越的产品性能和品牌影响力，以月销售额超过1亿元的成绩，占据市场45%的份额，进一步巩固了其在脱毛仪市场的领先地位。

下 脱毛仪产业链下游分析

渠道端及终端客户

来自电子商务平台,美容与个人护理,社交媒体及直播平台领域。

渠道端

屈臣氏集團(香港)有限公司

广东万宁连锁商业有限公司

上海大润发有限公司

永辉超市股份有限公司

家乐福(中国)超市投资有限公司

京東集團股份有限公司

淘宝(中国)软件有限公司

拼多多(上海)网络科技有限公司

抖音有限公司

小红书科技有限公司

下游分析

脱毛仪市场女性消费者占主导，但男性需求逐渐上升，未来或成为市场增长点。

目前，脱毛仪消费人群以女性为主。2024年，在天猫平台上，健康脱毛仪产品以女性消费者为主，占比高达83%。然而，值得注意的是，男性消费者的脱毛意识虽然相对较弱，但这一趋势正在逐渐上升。尽管男性在脱毛仪市场的占比不如女性高，但每10台脱毛仪中就有1.7台是由男性购买的。这一数据表明，男性对于脱毛仪的需求也在逐渐增加，未来有可能成为市场的一个重要增长点。

脱毛仪市场需求持续增长，电商平台销量销售额稳步上升，市场逐步扩大，消费者对家用脱毛仪的需求增加。

近年来，随着消费者脱毛意识和需求的不断提升，天猫平台上的家用脱毛仪商品供给呈现上涨趋势，特别是在春夏季，成交尤为旺盛。在线上电商平台如京东和淘宝，脱毛仪的销量和销售额也呈现出稳步增长的趋势。2024年第一季度，这些平台的脱毛仪销量累计已超过284万件，环比上个月增长了3%；销售额累计约3.4亿元，环比上个月增长了9%。数据表明，脱毛仪市场正在逐步扩大，消费者对家用脱毛仪的需求在不断增加。

行业规模

脱毛仪行业规模的概况

2019年—2023年，脱毛仪行业市场规模由40.11亿人民币元增长至56.16亿人民币元，期间年复合增长率8.78%。预计2024年—2028年，脱毛仪行业市场规模由58.70亿人民币元增长至75.50亿人民币元，期间年复合增长率6.50%。

脱毛仪行业市场规模历史变化的原因如下：

生活水平提高与审美意识增强，促使脱毛仪需求激增。

随着生活水平的提高和审美意识的增强，消费者对美容领域的需求不断增加，特别是对于无创、安全、有效的脱毛方式的需求逐渐提升。2022年中国医美人群中，有92%的用户首选白嫩无瑕的肌肤。正是基于这种旺盛的需求，在美容仪市场中，脱毛仪成为增长最快的品类之一。脱毛仪作为一种方便、快捷、安全的脱毛工具，满足了现代消费者对美的追求，从而推动了脱毛仪市场的快速增长。

脱毛仪市场的增长还得益于技术的不断创新和产品的持续升级。

例如，IPL（脉冲光）脱毛技术的出现，为消费者提供了更便捷、更安全、更有效的脱毛效果。同时，脱毛仪的性能和效果也得到了较大的提升，创新的技术和材料使得脱毛仪具备更高的功效，并且在使用过程中减少了不适感，增强了用户的舒适度。如飞利浦通过与皮肤专家合作，研发并优化了IPL技术，推出了多款家用脱毛仪，如飞利浦Lumea Prestige和飞利浦Lumea Advanced，这些产品不仅能够抑制毛发再生，还具有多种安全性和可调节设置，适合多种头发和皮肤类型。

脱毛仪行业市场规模未来变化的原因主要包括：

社交媒体的蓬勃发展和流行文化的广泛传播显著促进了脱毛仪市场的增长。

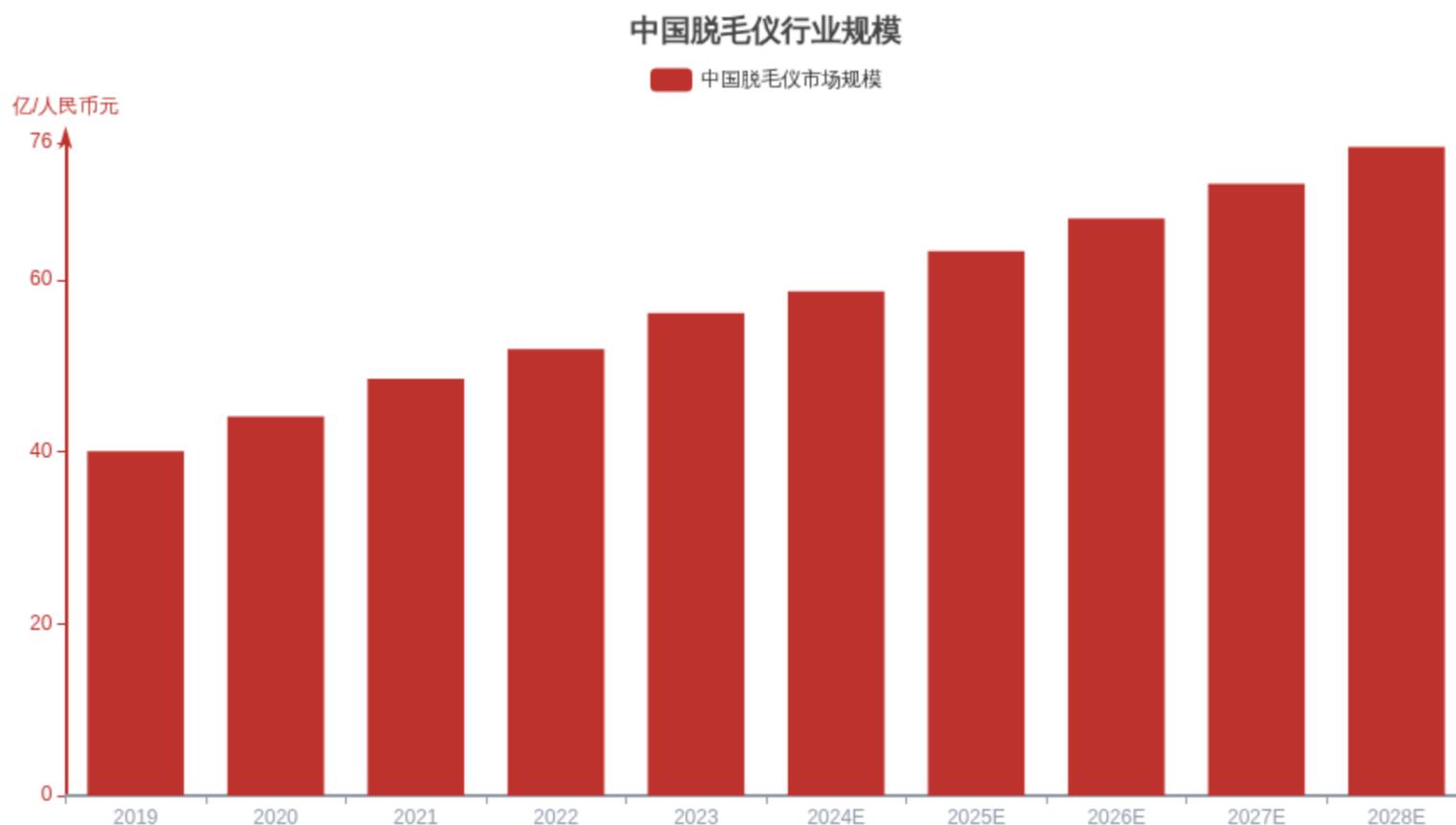
随着人们对外貌形象的日益重视，通过社交媒体平台分享美容心得与体验已成为一种风尚。在这种趋势下，脱毛仪作为现代美容工具备受瞩目，吸引了大量消费者的关注与青睐。以小红书为例，搜索关键词“脱毛仪”，相关话题与心得分享高达10万余篇，展示了脱毛仪在社交媒体上的热度和受欢迎程度。这种社交互动不仅提升了脱毛仪的知名度，还激发了更多消费者的购买欲望，进一步推动了脱毛仪市场的繁荣发展。

电商平台普及推动脱毛仪市场销量增长。

电商平台（如淘宝、京东、亚马逊等）的普及，使得消费者可以轻松购买到各种品牌的脱毛仪。线上购物的便利性和丰富的选择，极大地推动了市场销量的增长。如Ulike品牌在天猫和京东等平台上的销量表现尤为突出，连续多年占据销量榜首，是行业第一个单品销售破10亿的脱毛仪品牌。此外，JOVS品牌通过天猫、淘宝等平台迅速积累了大量用户，并在海外市场也取得了显著成绩。

规模预测行业规模

脱毛仪行业规模



数据来源: 炼丹炉、魔镜洞察、消费界

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《医疗器械监督管理条例》	国家药品监督管理局	2021-03-01	7
政策内容	此规范性文件明确规定了强脉冲光脱毛类产品作为第二类医疗器械的分类，要求相关产品必须依法取得医疗器械注册证才能生产、进口和销售。政策对家用脱毛仪行业进行强监管，提升行业准入门槛，要求企业严格遵守法律法规，增加产品资质披露，保障消费者安全。			
政策解读	按照规定的架构和相关法律背景，此政策显著提高了医疗器械类家用脱毛仪的监管水平。对符合标准且愿意合规经营的企业形成激励，这可能导致行业内技术和质量的提升，增强消费者对产品的信任。长远来看，这一政策有助于筛选不达标企业，鼓励技术创新，推动行业朝专业化和规范化方向发展，整体对脱毛仪行业构成正面影响。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》	国家市场监督管理总局等十一部门	2023-04-01	6
政策内容	《指导意见》旨在严格医疗美容行业标准，保障公民健康与安全，制止行业内非法行医、虚假宣传等乱象。依照《指导意见》，医疗美容服务被明确为医疗活动，必须遵守相应的法律法规。该政策推动构建多部门共同综合监管机制，包括医疗美容诊疗活动、医疗美容经营以及相关产品的监管。			
政策解读	针对脱毛仪等医疗美容器械，该指导意见可能带来更高的行业监管标准，对合规企业的经营活动带来积极影响。各部门协同作用下，市场准入门槛提高，正规脱毛仪产品的安全性和品质得到保证。整体而言，市场预计会逐渐去除不符合规范的产品和机构，提高整个行业的信任度和专业性，为合规脱毛仪产品提供更为健康和有序的市场环境，预计将促进行业整体向高质量发展转型。			
政策性质	指导性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《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》	国家药品监督管理局	2018-05-01	10
政策内容	根据我国《医疗器械监督管理条例》，自2023年1月1日起，强脉冲光脱毛类产品未依法取得医疗器械注册证将不得生产、进口和销售，			
政策解读	根据《医疗器械监督管理条例》，2023年起，强脉冲光脱毛类产品须获医疗器械注册证方可产销。此政策强化了脱毛仪行业的监管，提高了产品安全标准，保障了消费者权益，推动了行业的健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发打击非法医疗美容服务专项整治工作方案的通知》	卫生健康委办公厅，网信办秘书局，公安部办公厅，海关总署办公厅，市场监管总局办公厅，邮政局办公室，药监局综合司，中医药局办公室	2021-05-01	7
政策内容	严格规范医疗美容服务相关药品和医疗器械生产、流通和使用监管，严厉打击生产、经营和使用不符合国家规定的药品、器械等行为。			
政策解读	此政策规范医疗美容相关的医疗器械的研制、生产、经营、使用和监督管理，有利于医疗美容服务相关的医疗器械行业的规范发展，提供有效的保障，改善产业环境。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”医疗装备产业发展规划》	工业和信息化部，国家卫生健康委员会，国家发展和改革委员会，科学技术部，财政部，国务院国有资产监督管理委员会，国家市场监督管理总局，国家医疗保障局，国家中医药管理局，国家药品监督管理局	2021-12-01	7
政策内容	促进推拿、牵引、光疗、电疗、磁疗、能量治疗、运动治疗、正脊正骨、康复辅具等传统保健康复装备系统化、定制化、智能化发展。			
政策解读	此政策贯彻落实十四五规划，加快推动医疗装备产业高质量发展，更好满足人民日益增长的医疗卫生健康需求。此政策针对保健康复装备，提出重点发展光疗等装备，为光疗设备行业提供指导和助力。			
政策性质	鼓励性政策			

竞争格局

脱毛仪概况

脱毛仪市场上品牌众多，竞争异常激烈。一些知名品牌如Ulike、飞利浦等凭借其独特的技术优势、高品质的产品和优质的服务，在市场上占据了较大的份额。

脱毛仪行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有Ulike等；第二梯队公司为奥克斯、极萌等；第三梯队有小猫安妮、乐芙茵等。

脱毛仪行业竞争格局的形成主要包括以下原因：

头部企业脱毛仪市场领先，销量榜首，价格竞争力强，性价比高。

Ulike在脱毛仪市场中稳坐龙头地位，连续多年在京东、天猫等主流电商平台的脱毛仪类目销量中位居榜首。其产品在国内外市场均表现出色，全球销量遥遥领先。相较于其他海外品牌，Ulike凭借更具竞争力的价格策略，赢得了广泛的市场认可。一般而言，同类型脱毛仪的售价多集中在400至500美金之间，而Ulike的产品则定价在300至400美金左右，这一价格优势使其在性价比方面更具吸引力，成为众多消费者心中的优选品牌，进一步巩固了其在脱毛仪市场的领先地位。

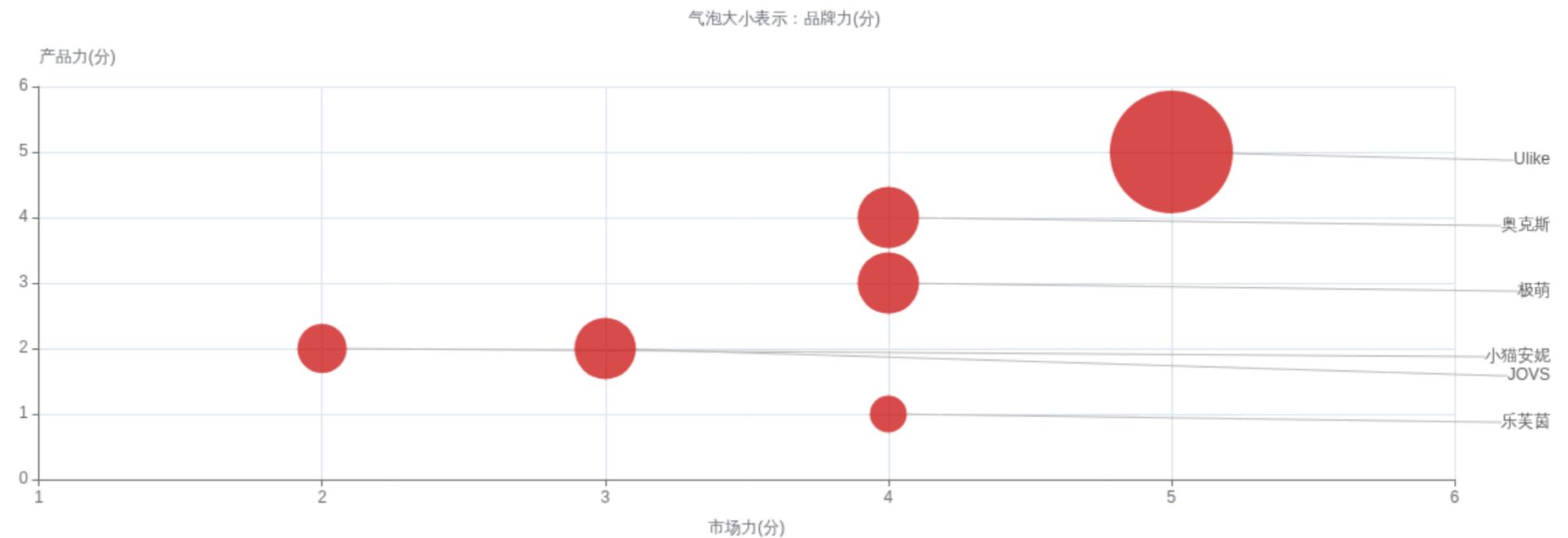
企业市场地位独特，竞争优势大有差异。

在脱毛仪市场中，传统大家电品牌如AUX/奥克斯以高性价比为卖点，吸引预算有限的消费者。如奥克斯产品价格集中在300元-500元之间，脱毛仪采用IPL脉冲光技术和冰点技术，可提供无痛高效的脱毛效果；康佳则通过低价策略赢得市场份额。与此同时，新兴品牌如小猫安妮（Kitty Annie）和Beautigo凭借丰富的产品线和全面的价格布局，精准对接了不同层次的消费需求，如小猫安妮的脱毛仪价格从760元到3,799元不等，涵盖了从经济实惠到高端市场的多种选择。国际品牌如飞利浦、博朗（Braun）等，凭借其卓越的品牌口碑和深厚的市场积淀，在市场中占据稳固地位，享有较高的市场认知度和用户信任度。这些品牌通过各自独特的市场定位和策略，共同推动了脱毛仪市场的多元化发展。

脱毛仪行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：

头部企业技术投入大，产品性能优越。

Ulike深耕脱毛仪技术研发，独创蓝宝石冰点技术，巧妙调控局部表皮温度于10至40°C的舒适区间，确保了脱毛效果强劲的同时，也实现了无痛、无伤害的脱毛新体验。此外，Ulike还成功破解了小型家用脱毛仪在闪光速度、能量输出与冰点效果之间的技术难题，显著提升了产品的综合性能。飞利浦脱毛仪则是配备了智能传感器，可以根据用户的肤色自动调整光能输出，确保最佳脱毛效果。



上市公司速览

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

企业分析

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	2000万人民币
企业总部	杭州市	行业	软件和信息技术服务业
法人	陈升同	统一社会信用代码	91330108MA27YQ724A
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2016-09-28
品牌名称	杭州由莱科技有限公司	经营范围	许可项目：第三类医疗器械经营；第二类医疗器械生产；第三类医疗器械生产；生活美容服务(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售(除销售需要许可的商品)；日用百货销售；母婴用品销售；家用电器销售；电子产品销售；箱包销售；服装服饰批发；玩具销售；化妆品批发；汽车装饰用品销售；办公用品销售；针纺织品销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；货物进出口；技术进出口；第一类医疗器械生产；软件销售；软件开发(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。

杭州由莱科技有限公司竞争优势

▪ 竞争优势

Ulike在脱毛仪市场中占据龙头地位，连续多年在京东和天猫等平台的脱毛仪类目销量中排名第一。Ulike不断进行产品创新，推出了多款升级版产品，如Ulike Air3，具备更高的能量输出和更快的打光速度，提升了用户的脱毛效果和舒适度。

[官网](#)

附录

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容(包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等)，著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹(联系邮箱：support@leadleo.com)发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容(包括但不限于数据、文字、图表、图像等)，可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588