

iResearch

艾 瑞 咨 询

中国美颜拍摄类APP 用户营销价值洞察报告

2020年



海量行研报告免费读

研究内容

本次调研旨在洞察美颜拍摄类APP用户的人群特征、产品使用偏好及消费行为，主要研究内容有：

- 用户画像：基本属性、性格与价值观、收入及消费能力
- 用户使用行为：用户观看习惯、各版块满意度、感知品牌形象；
- 用户消费情况：消费品类偏好、消费习惯及考虑因素、消费观念；
- 用户营销态度：广告观、对广告的态度

研究设计



本次调研选取美颜拍摄类APP中具有高代表性的无他相机为研究样本，通过用户调研的方式来搜集美颜拍摄类APP用户一系列使用行为及消费态度等，从而形成整体研究报告。

研究方法：线上调研

调研时间：2020年1月

样本要求：每周使用无他相机APP至少1-2次

有效样本：无他相机用户N=2559

美颜拍摄类APP发展背景

1

美颜拍摄类APP用户画像分析

2

美颜拍摄类APP用户行为及态度分析

3

美颜拍摄类APP用户消费分析

4

美颜拍摄类APP用户营销态度分析

5

概念定义

美颜拍摄类APP指的是以移动终端为支撑，为用户主要提供智能化的美颜拍摄服务，能够让用户在拍摄的过程中自动美颜美妆等，完成实时性的美颜拍摄类APP。此外，美颜拍摄类APP还提供贴纸、表情包制作、长/短视频拍摄、直播助手等多种衍生服务。

本报告主要研究的美颜拍摄类APP是指专门为用户提供美颜拍摄服务的美颜类APP，不包含以图片美化为主的图片美化类APP和以收藏存储照片为主的相册图库类APP。

美颜拍摄类APP



无他相机



美颜相机



B612咔叽



水柚相机



轻颜相机



Faceu激萌



美人相机



Faceutune

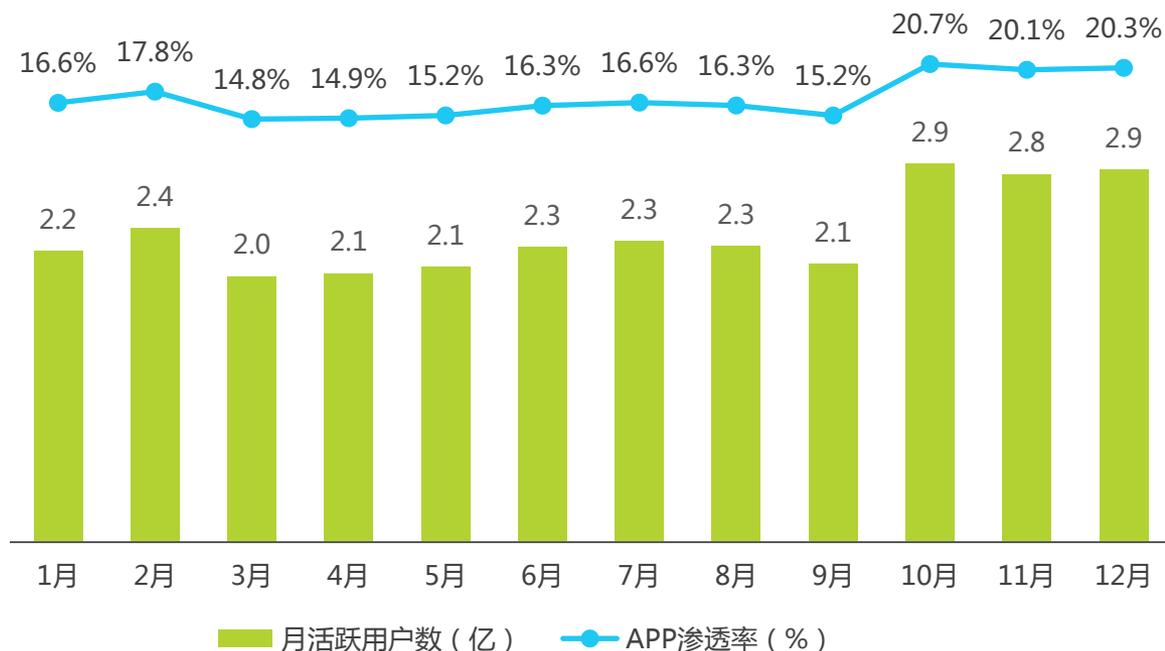
美颜拍摄类APP活跃用户规模

月活跃用户规模近3亿，流量价值大

截止2019年12月，美颜拍摄类APP月活跃用户数达到近3亿，APP渗透率为20.3%，整体用户规模不断扩大。此外，从与美食外卖、在线旅游、健身运动等其他类APP年平均月活跃用户规模对比来看，美颜拍摄类APP年平均月活跃用户数明显更高为2.4亿，可见美颜拍摄类APP整体用户流量庞大。

随着娱乐方式的更加多元化，美颜拍摄类APP的使用场景也更加丰富，对于用户的整体伴随性也随之大幅提升，从而不断融入更多用户的日常生活，活跃用户规模将进一步增长。

mUserTracker-2019年美颜拍摄类APP月活跃用户数



APP年平均月活跃用户规模对比

- 美颜拍摄类APP：2.4亿
- 美食外卖类APP：2.1亿
- 在线旅游类APP：2.1亿
- 健身运动类APP：0.7亿
- 优惠比价类APP：0.5亿
- 快递物流类APP：0.2亿

来源：数据来自UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

美颜拍摄类APP发展现状

功能多样，充分满足用户拍摄个性化需求

随着人们生活水平及审美意识的提升，对美颜拍摄类APP的需求应运而生，而移动互联网的普及及计算机视觉技术的不断优化升级更是为美颜拍摄类APP深入发展提供坚实的基础。美颜拍摄类APP如今已成为人们日常娱乐生活不可缺少的一部分，通过使用美颜拍摄类APP花样分享自己日常生活，为自己的社交互动提供更多的趣味性。

美颜拍摄类APP主要功能呈现



基于人像处理技术及AR的深化发展，美颜拍摄类APP的功能愈发多样，图片处理效果更加自然逼真，整个拍摄美化过程操作方便，满足用户多样化拍摄选择需求。此外，随着表情包、短视频及直播的火热，更是进一步推动了美颜拍摄类APP的快速发展，整体应用场景更加多元化。

美颜拍摄类APP营销价值

使用场景多元，能够有效触达目标人群

颜值经济近年来越发火热，整个产业构成也越发庞大，美颜拍摄类APP作为颜值经济的重要组成部分，能够利用颜值类相关产品之间的用户同好效应，为其提供相关的产品营销及服务。此外，美颜拍摄类APP的整体使用场景十分多元，再加上其用户群体相对垂直化，能够通过多点多面的形式有效触达目标人群，大幅提升产品营销的整体效果。

美颜拍摄类APP营销价值体现



美颜拍摄类APP发展背景

1

美颜拍摄类APP用户画像分析

2

美颜拍摄类APP用户行为及态度分析

3

美颜拍摄类APP用户消费分析

4

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20951

