

中国美颜拍摄类APP用户 营销价值洞察报告

©2022.5 iResearch Inc.

摘要



行业背景：2021年美颜拍摄行业用户规模已达到**3.5亿**，截止至2021年12月，美颜拍摄行业渗透率达到**22.7%**。美颜拍摄类APP功能细化，使用场景日趋丰富，并与众多颜值经济行业相关，具有突出的**营销价值**。



用户画像：无他相机主力军为**青年女性与白领及自由职业者**，多来自**一二线城市**。已工作用户近八成，平均收入为**7691.5元**。用户形象主要是活跃开朗，并广交朋友，普遍有音乐、追剧等线上休闲的兴趣爱好。



使用行为：超六成用户每天至少使用一次无他相机。美颜效果好、操作简便与妆效自然是用户选择无他的最主要因素，用户最常使用的功能是**全脸及五官美颜**。**微信好友及朋友圈**是无他用户分享照片的主要渠道。



品牌表现：人像美颜美妆、贴纸等功能是无他相机的关键优势，且满足了用户一键美颜、拍照好看等核心需求。用户对于功能与需求满意度均在**80%及以上**，核心推荐者**占比52.4%**，用户满意程度高。



消费态度：无他相机25-35岁轻熟用户月消费能力较行业用户更强，为**2970.6元**。在购物节期间，高消费人群的TGI十分突出。用户最关注**服装、彩妆和美容护肤类**产品，消费时主要考虑**性价比与品牌知名度**，并倾向于参考亲朋、社交平台、微信群的意见。

研究背景与研究内容

研究背景

- **研究对象：**本次营销价值研究选取具有代表性的无他相机作为研究对象
- **研究方向：**挖掘美颜拍摄类APP的广告营销价值，为广告主的投放决策提供真实参考

研究内容

- **用户：**美颜拍摄类APP的用户画像，包括用户特征、消费行为、广告态度
- **场景：**拍照美颜场景下的需求痛点、核心利益点
- **价值：**美颜拍摄类APP的营销价值提炼

定量研究：在线定量调研、流量数据分析

无他相机用户调研

- **问卷投放方法：**通过无他相机APP官方平台收取
- **调研时间：**2022年3月
- **有效样本量：**无他相机用户N=536

美颜拍摄行业用户行为监测

- **研究方法：**流量数据分析
- **监测工具：**艾瑞移动用户行为监测
mUserTracker
移动用户行为监测
- **数据周期：**2021年1月-2022年1月

美颜拍摄类APP流量价值

1

美颜拍摄类APP用户画像

2

美颜拍摄类APP产品使用行为分析

3

美颜拍摄类APP品牌表现分析

4

美颜拍摄类APP用户消费分析

5

美颜拍摄类APP概念界定

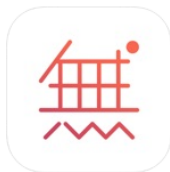
主要研究主打实时人像美化服务的美颜拍摄类APP

- 广义的拍照美化行业分为美颜拍摄类和图片美化类，二者都以移动终端为载体。美颜拍摄类APP主要是提供实时的人像美颜拍照服务，并拥有自动美妆、滤镜、贴纸、特效等功能，衍生功能包括图片美化、短视频录制与表情包制作等；图片美化类APP主要用于图片编辑、图片精修等需要，与美颜拍摄类的核心服务有所区别。
- 本次报告的研究范围只针对美颜拍摄类APP，不包含以图片编辑与美化为主的APP。

拍照美化APP

主要研究范围

美颜拍摄类APP



无他相机



美颜相机



B612咔叽



轻颜相机



Faceu激萌



黄油相机



一甜相机

图片美化类APP



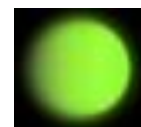
美图秀秀



天天P图



今日水印相机



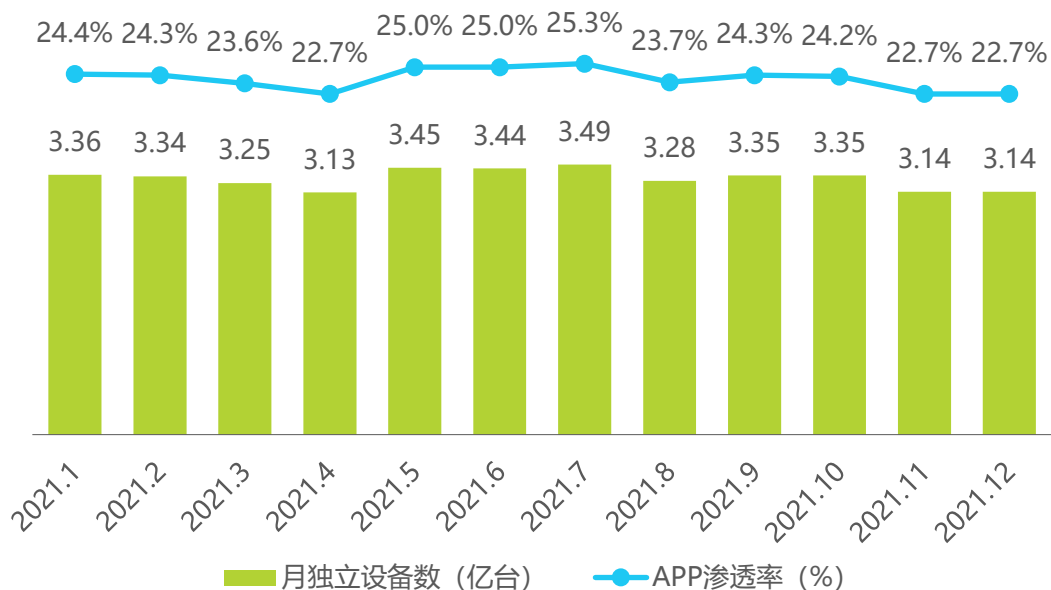
醒图

美颜拍摄类APP活跃用户规模

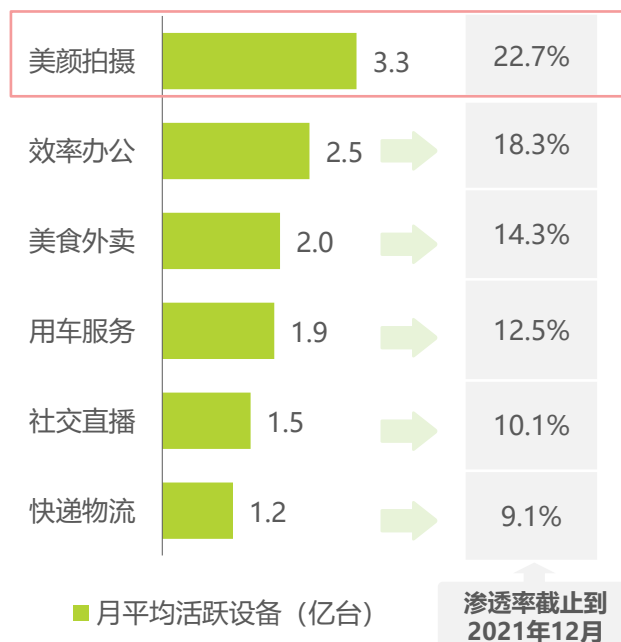
用户规模超3亿，具有明显的流量价值

- UserTracker流量数据显示，2021年美颜拍摄行业活跃设备数已超过3亿，最高达到3.5亿，渗透率普遍在22%以上，较2019年有显著的提升。横向对比看，美颜拍摄类APP在2021年的平均月活与渗透率也领先于众多热门类别，例如效率办公、美食外卖、社交直播等，流量价值突出。
- 美拍作为用户生活重要的组成部分，将会与更多的生活场景、新颖热点、颜值品类等紧密结合，在“吸睛”、“体验”与“种草”之间不断加强附加价值，预计用户粘性会在原本就较高的基础上加强，流量会有进一步增长。

mUserTracker-2021年美颜拍摄行业月独立设备数



mUserTracker-2021年活跃设备对比

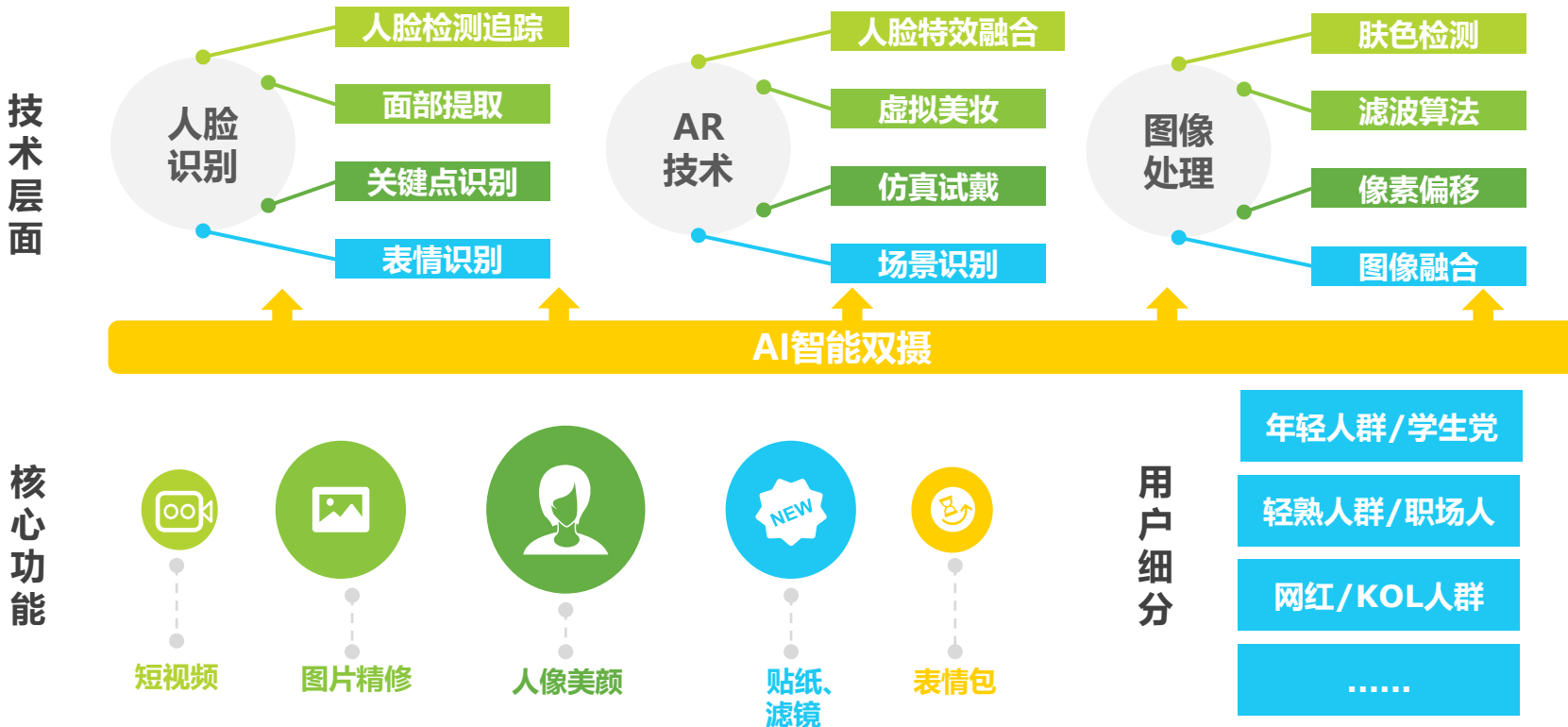


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

美颜拍摄类APP发展现状

AI技术发展促进功能细化，满足用户多重需求

近年来人脸识别、AR技术、图像处理等技术的兴起与迭代，为美颜拍摄类APP提供了技术基础，促使美颜APP功能日趋细分多元，使用场景也逐渐丰富，并呈现出定制化与标准化结合的趋势。随着表情包和短视频的火热，用户对拍摄美化类APP的产品需求也更加多样，趣味、交友、体验等情感层面的诉求促使产品添加更多互动元素。此外，凭借对用户长期的深入了解，美颜拍摄行业的目标市场逐步细化到垂直人群。



来源：综合桌面研究，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

美颜拍摄类APP营销价值

关联众多“美丽经济”行业，社交娱乐属性深化用户体验

- 在颜值时代，围绕美丽的需求不断升级。拥有爱美特质的美颜拍摄类APP用户也一直是其他颜值领域的目标人群。全脸美化与身材塑形作为美颜拍摄类APP的主要功能，与众多颜值行业高度相关，例如美妆、服装、护肤等。以颜出发，串联多个行业，将加速打造美丽闭环，并带动美丽经济的发展。
- 从美颜拍摄的场景来看，美颜拍摄类APP的多元场景不仅为用户留存难忘的记忆和增添互动的乐趣，还逐渐融入日常生活，能多方位触达用户，使场景化营销更加有效。
- 美颜拍摄类APP除了拥有工具的基本属性外，特效添加、表情包制作等不但具有可玩性，分享到社交圈子还附加了社交价值。相应地，社交媒体尤其是直播与短视频平台也反向拉动了美颜拍摄类APP的活跃度。

美颜拍摄类APP的营销价值

多品类相关

- 美颜拍摄行业的APP属性与众多颜值行业高度相关：美妆、护肤、服装、健身等。

多场景融合

- 生活的方方面面：聚餐、旅行、游乐场、街拍、建筑、花卉等。

社交娱乐附加价值



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_41895

