美图公司

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销创新力互联网媒体/平台

简介及核心优势

【简介】

美图公司成立于 2008 年 10 月，以“让更多人变美”为使命，怀揣着“成为全球最懂美的科技公司”的愿景，创造了一系列软硬件产品，如美图秀秀、美颜相机、短视频社区美拍以及美图拍照手机，改变了用户创造与分享美的方式，也使自拍文化深入人心。

2018 年 8 月，美图公司推出“美和社交”战略。

2016 年 12 月 15 日，美图公司在香港联合交易所（“联交所”）主板挂牌上市，股票代码 1357.hk。

2017 年 11 月，美图位居 iOS 非游戏应用开发商排行榜前 10 名；

美图秀秀被时代周刊评为 2017 年最热 APP 之一；中国工信部颁发“2017 年最佳产品创新奖”。

【商业化模式】

基于“美和社交”战略，美图正在打造自身独有的商业模式。在用户产品层面，美图以影像类的 App 占住相机入口，积累了十亿级的用户和海量的流量，并在此基础上打造新型社交平台，提升流量价值。继而，美图从用户产品延伸出商业产品。其中广告平台是商业化的基础设施，将建立精准的流量分发机制。美图还将通过自建或投资的方式，布局智能硬件、电商平台、用户增值等业务，打造**美丽生态圈**。整个商业模式中，大数据贯穿了用户产品和商业产品的每个环节，能够更好的支撑业务决策，也让美图更加理解用户

【用户规模及活跃度】

美图产品每月活跃用户约 **3.5 亿**，覆盖全球 **15 亿**台独立设备，

核心应用月产生照片约 **60 亿张**。

其中，美图秀秀 MAU 高达 **1.13 亿，**美拍 MAU 高达 **1.52 亿，**

美颜相机 MAU 高达 **1.14 亿。**

美图在海外总用户数高达 **5 亿**，用户超百万国家级地区高达 **39 个**。其中巴西、印度、印度尼西

亚、日本、马来西亚、菲律宾、韩国、泰国、美国及越南等 **11 个**国家与地区各拥有超过 **1000 万**总用户。

【核心优势】

美图是全球互联网领域一道独特的风景，我们利用高科技技术为全球女性用户定义并造就美的标准和生活。变美是全世界用户的刚需，从美图秀秀、BeautyCam 美颜相机、美拍、美图手机，到美图美妆，美图利用前沿 AI、AR 和计算机视觉技术等等，建立起完整的**美丽生态链**。

数字营销领域突出成绩

美图的美，既是生产力也是营销力，为了应对信息碎片化和注意力分散化，美图把整个商业生态+用户生态，分成“人、货、场、享”四个方面。

新颜人 + 新颜货 + 新颜场 + 新颜享，建立美业帝国

美图把商业生态和用户生态分为人货场和享，与之对应的是整个产品线和营销体系。

从场的方面来看，什么是美丽生态？**美丽生态对消费者而言，最初意味着虚拟美，用户使用美图秀秀 P 图、美颜相机照相、自动瘦脸、分享美拍视频，发现时尚潮流，都是虚拟美，虚拟美属于纯线上。**但用户不满足于虚拟美，希望将美延伸到现实。美图目前在做魔镜、美图实验室，从线上到线下，把用户从虚拟美延伸到真实美。整个产品线都在打造一个让用户从虚拟美到真实美的全链路，美图希望全方位覆盖美丽生态。

从人的方面来看，消费主力演变为 80 后、90 后、00 后。每一个人都有美的诉求，这个美不仅仅是变得漂亮、面容美、身段美。更是成为一个全方位的诉求，就是内在美，用户要享受甚至感受到更美好的生活。美的定义，不仅仅是外在美，更多是对美好生活的向往。

美驱动消费者的诉求，2008 年至今，美图一直追求如何把照片变美，驱动消费者美的需求。但美的诉求，不单单是表面的诉求，更多是大家对美好生活的向往，美好生活光靠美图是做不到的。这个时候用户生活的方方面面需要品牌去填充，用户需要找到适合他的品牌，满足内在美、外在美的需求。

美图系统赋能品牌，叫“品牌+美图”。**希望以品牌为主线，通过美图帮助品牌找到合适的消费者，以品牌的概念，把消费者对于美的诉求作为出发点，把品牌深入到消费者内心。**通过美图实现用户变美诉求的数据的深度洞察，帮助品牌实现用户对美的追求。

从货的概念来看，美图研发过美图手机，希望通过现实生活中的物品，满足用户定制需求，表达自己诉求。除了美图手机之外，美图投资了更美和美泽，公司希望通过产品帮助消费者找到适合的品牌，在美图品牌的助力下，帮助相应品牌，在消费者心目中实现一个非常好的链接，提升品牌价值。

从享的概念来看，消费者无处不在，线上线下难以区分，消费者场景变化时，品牌需要在合适的时间点、场景，触达用户。美图和丝芙兰合作推出美图魔镜，除此之外，美图将跟踪数据、洞察报告提供给品牌，帮助品牌满足消费者诉求。帮助品牌在线上线下实现对消费者的洞察，实现消费者对品牌的连接。

美图秀秀在 8 月份战略发布会表示，想做美和社交。消费者生活的方方面面之外，是新型关系链，新的关系链代表了新营销场景，新分享场景。美图秀秀希望通过社区和社交化，帮助品牌在崭新的场景里，实心品牌和消费者的无缝链接，打造信息分享的新激励。

总结来讲，美业帝国的定义是品牌+美图，美图使用线上线下积攒多年的消费者洞察，以及美图品牌的助力，帮助合适的品牌在合适场景链接到合适的用户。

服务的主要客户

【温碧泉】

在双十一电商大促期间，竞品大规模雷同的促销降价活动之下，用户在大促销环境下麻木了视觉神经时，温碧泉决定不走寻常路！借势近期最大热度词“锦鲤”，打造#1 号锦鲤在哪里，颜值换钱泉给你#主题活动，通过 AR 技术将“温碧泉 1 号水”巧妙植入，引发全民互动抽奖热潮，成功为双十一大促导流。

“最热” 分类

“表情包” 分类

【MakeUpForEver × 美图魔镜，开启门店全新试妆体验】

1， 品牌方痛点：传统零售疲软，线下门店消费者锐减；消费者不愿意试装，急需增强体验；门户购买转化率低。

2， 用户痛点：不了解自己适合什么产品；网红种草有色差、专柜试装不卫生耗时间、尝试特殊造型代价过高，需要专业AR技术精准试妆。

2018 年 4 月至 2019 年 6 月，MakeUpForEver 携手“美图魔镜”打造基于应用场景的多协作新型合作模式——门店智能试妆系统，目前“美图魔镜”已在全国铺开 12 家店铺， 11 个城市（南京、西安、太原、广州、上海、成都、北京、苏州、长沙、南昌、活动） 。