

2020

美图女性Plog行为研究报告



研究说明

INSTRUCTION

研究背景

通过美图用户整体的拍照修图数据，了解用户在使用拍照类工具的行为特征及其心理动机。还原出女性在拍照修图的用户画像，给予想要聚焦女性营销的品牌于建设指导意义。

研究方法

研究方式：美图大数据统计后台、美图梵高用户画像平台、线上自填式问卷

调研对象：美图端内用户

调研维度：用户基本信息，拍摄修图分享的行为习惯及心理，消费行为分析

调研时间：2019.12.15~12.25

样本总量：1500+有效问卷

名词解释

Plog：即“Photoblog” 图片日志，擅于用图片摄影等方式记录生活；

版权说明

本报告结果部分来源于用户问卷调研，所涉及的相关个人信息均已匿名化处理。其余不涉及用户个人信息部分，来源于美图大数据后台及第三方数据平台统计得出。本报告所有数据及研究成果由美图营销中心完成。转载使用请注明报告来源。

目 录

CONTENTS

- 01 | 美图整体数据概况
- 02 | 美图Plog人群的行为画像
- 03 | 美图女性Plog人群的心理偏好
- 04 | 美图年度榜单及营销趋势

01

美图整体数据概况

Plog已成为女性【精致表达】的流行趋势

累计
用户

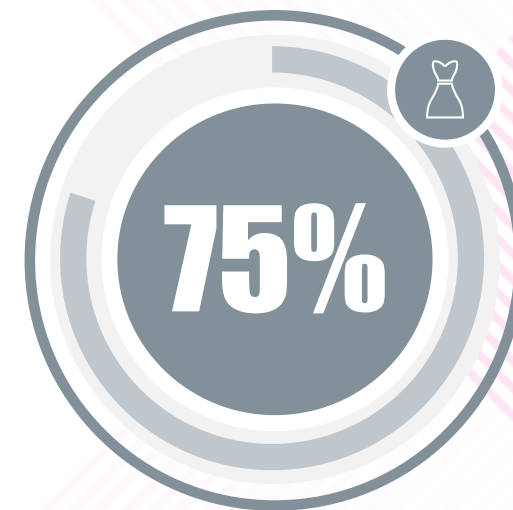
美图成立12年已经累计陪伴全球用户18.8亿
月整体活跃用户超3.08亿，女性占比高达75%



2019年6月活跃用户



截止2019年12月累计用户



整体女性占比

用户
分布

截止2019年12月美图商业化五大APP累计用户占比达79%



美图秀秀

29%



美颜相机

27%



美拍

9%



美妆相机

7%



潮自拍

6%

内容
保存

2019年12月保存数46.5亿张，平均每秒钟保存近1800张照片；
月视频保存数2.1亿个，平均每分钟保存4700个视频



月照片保存数

46.5 亿

12月共处理75.4亿张照片，保存率61.7%



月视频保存数

2.1 亿

12月共产生3.7亿个视频，保存率56.8%

图片
来源

美图图片中近60%来源为用户拍照，40%为导入图片

39.4%
导入图片



60.6%
拍照

美图各APP2019年12月图片处理来源分布

01

美图概况

累积用户

累积用户**18.8亿**，月活跃用户超**3.08亿**，女性占比达**75%**

用户分布

美图商业化五大APP累计用户占比达**79%**

内容保存

月保存数**46.5亿**张，月视频保存数**2.1亿**个

图片来源

美图图片中近**60%**来源为用户拍照，**40%**为导入图片

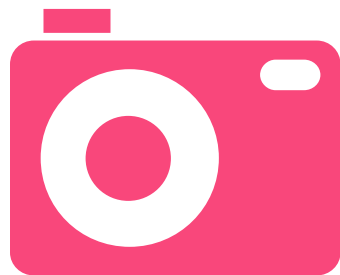
02

美图Plog人群的行为画像

经常Plog的用户，Ta们到底是怎样的一群人？

Plog人群

“Photoblog” 图片日志，擅于经常用图片摄影等方式记录生活



拍摄



修图



分享

活跃
地区

2019年人均启动次数省份排名TOP5

旅游大省纷纷上榜，美景让人更有拍照欲



海南



新疆



云南



广西



福建

活跃
时间

全年活跃用户以“周”为单位成波动性稳步增长
一到周末就忍不住想要PLOG一下，周六为用户活跃最高时间



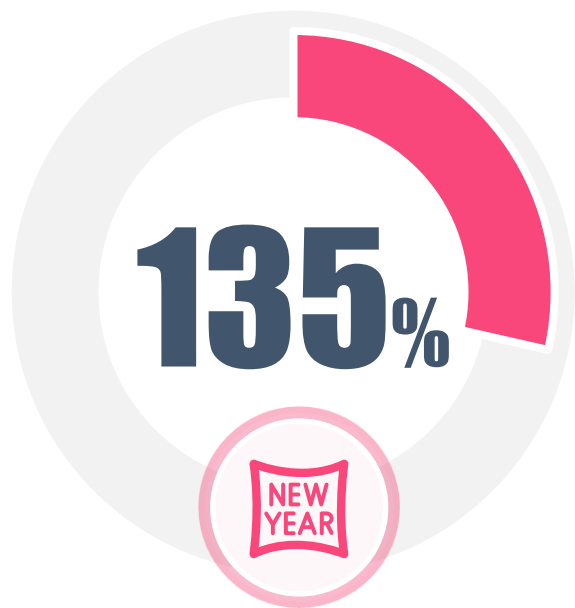
周末平均活跃数
高出工作日占比

周六 > 周日 > 周五 > 周二 > 周四 > 周三 > 周一

2019年美图秀秀活跃设备数的周期分布排序

活跃
节点

拍照用户更钟爱中国传统节假日，活跃度比平时高出135%
最活跃的TOP3节点分别是：春节 > 元旦 > 儿童节



TOP10节假日平均活
跃数高出工作日占比

TOP 1



春节



元旦



儿童节



国庆



中秋

TOP 5



情人节



七夕



五一



端午



母亲节

TOP 6

TOP 10

活跃
时段

全天活跃用户集中在午间12~13点与晚间19点~20点用餐时刻
相机才是所有美食的百搭前菜

日间最高峰

12 30

19 30

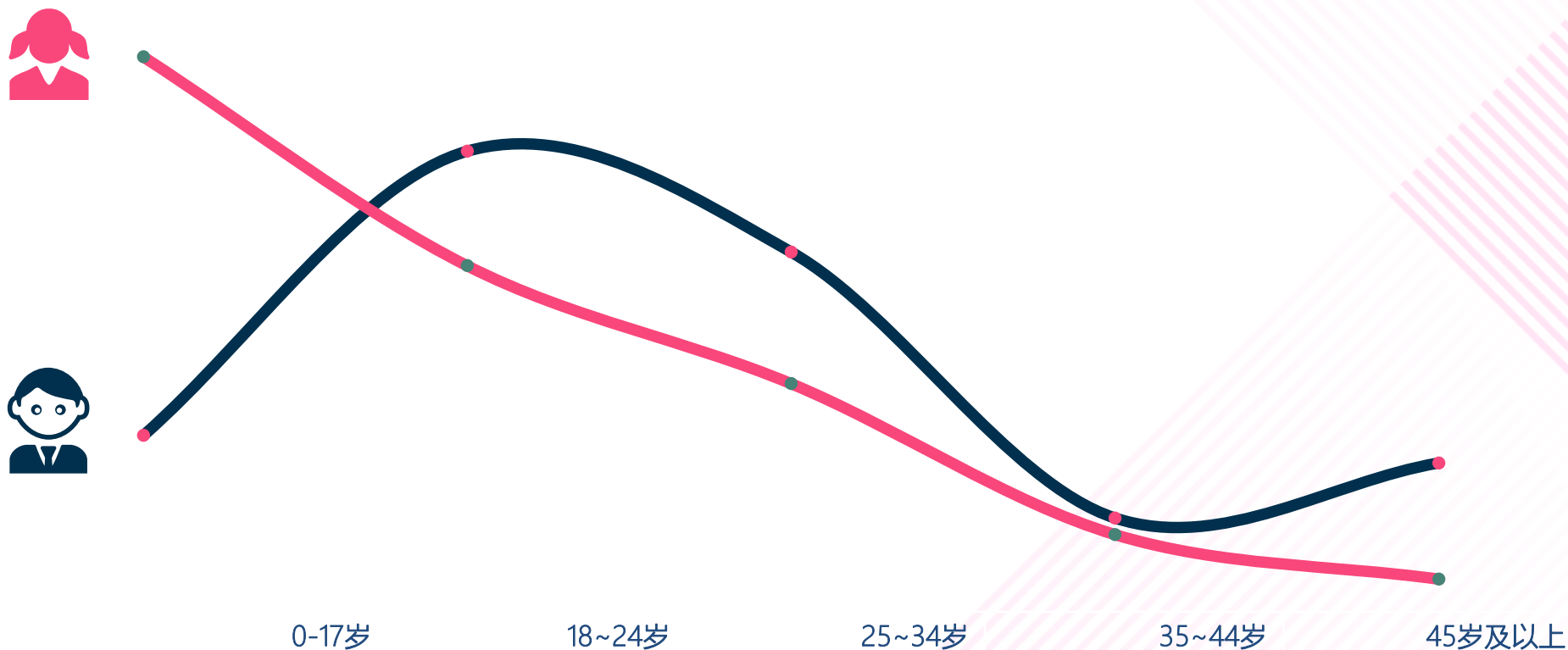
流量最高峰

2019年美图秀秀活跃设备数的全天时段分布情况

活跃
群体

女生年纪越小越爱拍修图，男生在成年之后拍照技能达到顶峰
直男们为了俘获女朋友的芳心拍照是必备技能之一

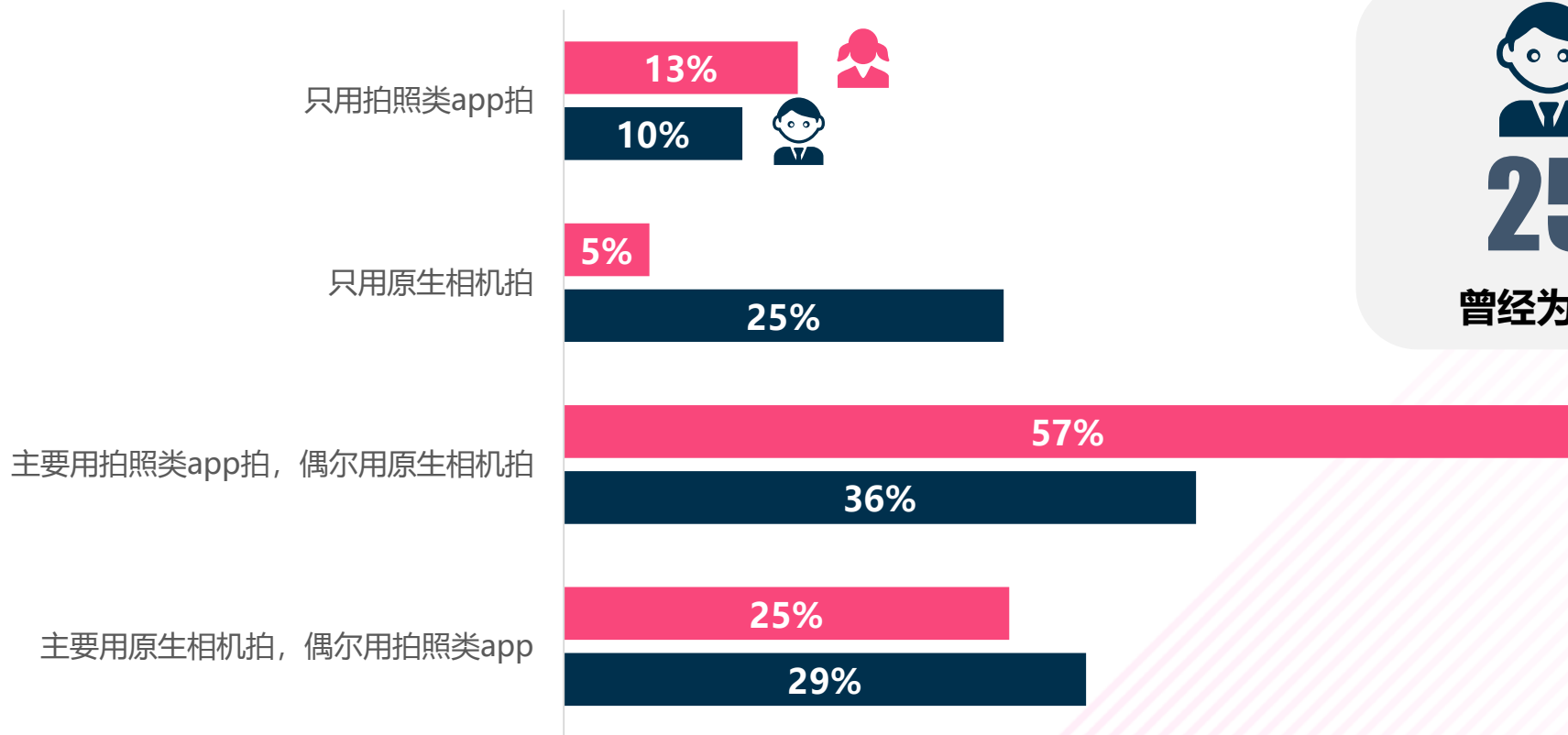
Plog用户的年龄与性别交叉比例分析



拍照方式

超过70%的女性拍照时主要用拍照类APP，而每两个男生就有一个主要由原生相机拍，怪不得直男拍照会被diss拍照技术。不过仍有一部分男性不吝花钱来提升拍摄质量

使用手机拍照方式与性别的交叉分析



25%



20%

曾经为拍照APP付费的占比

拍照
对象

在拍照这件事情，不分男女都是自拍位列第一
但关于对待另一半的态度，男女的排序有了明显的差异

TOP 1

TOP 4

TOP 8

关于拍摄对象的重要性排序



自拍 > 风景 > 家人 > 明星 > 朋友 > 食物 > 另一半 > 动物



自拍 > 风景 > 另一半 > 家人 > 朋友 > 食物 > 明星 > 动物

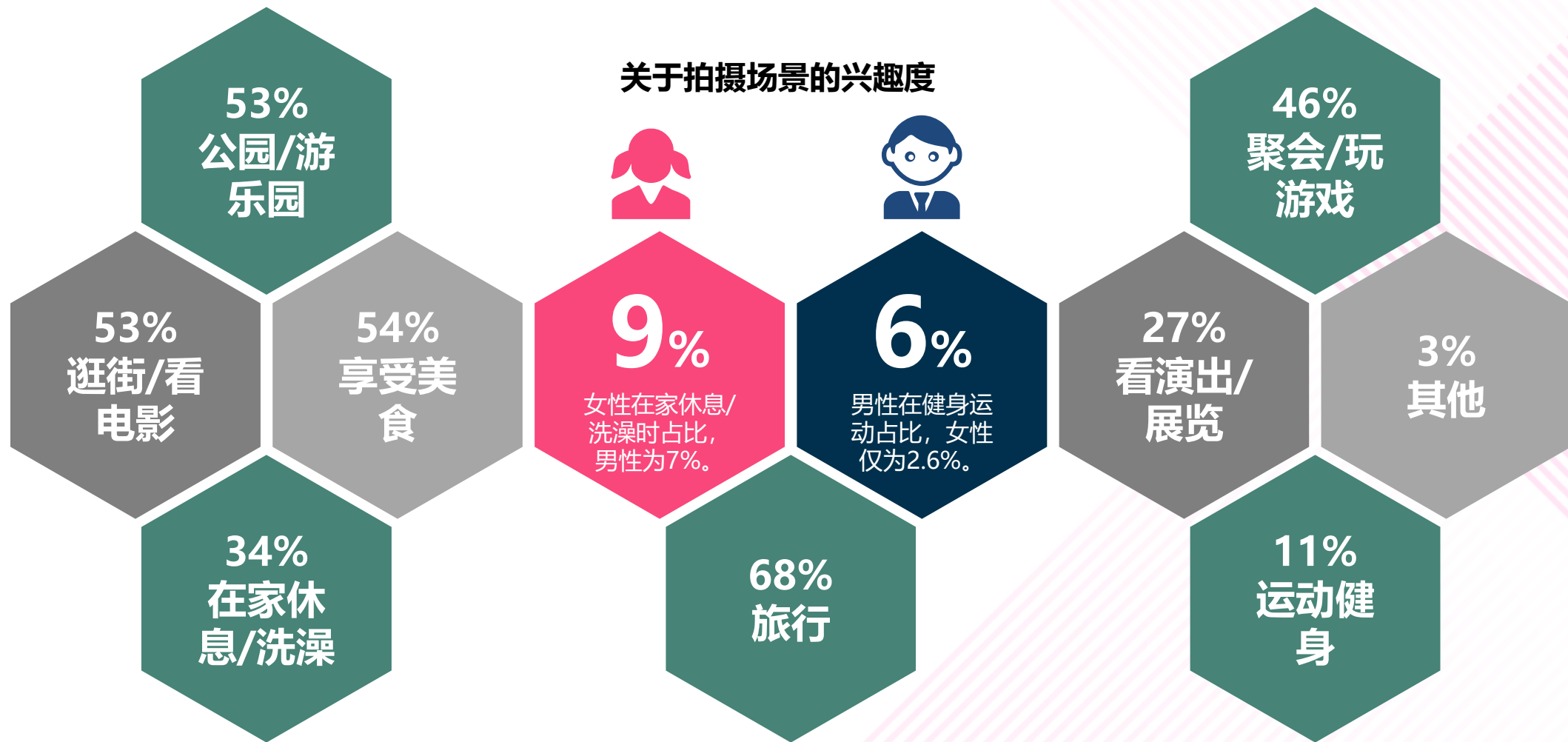
拍照
风格

在拍照风格上，男女都最爱日杂风；
女性更喜欢萌趣和港风，男性则偏爱文艺与潮酷



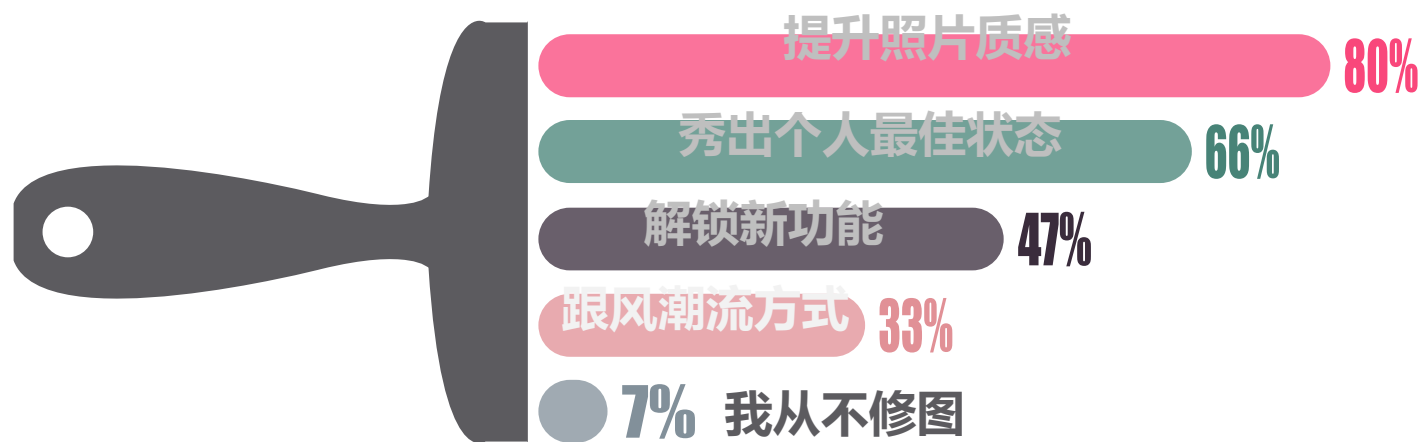
拍照
场景

关于拍照这件事是不分场合的，
女性更喜欢在家休息/洗澡时拍，男性则更爱在健身房秀

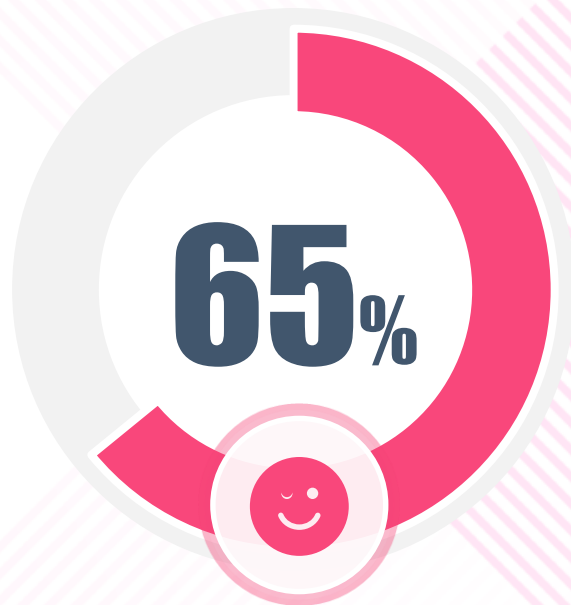


修图
偏好

超过90%对修图都具有兴趣，其中近80%出于提升照片质感修图；
其次修图的对象主要为自己，占比超过65%



修图人群的兴趣度占比



为“自己”修图的人群占比

修图
偏好

美图秀秀的活跃【美容人像】工具讲求瘦与人像细节 【美化图片】追求照片质感与内容

美图秀秀【人像美容】活跃TOP5



TOP 1

TOP 2

TOP 3

TOP 4

TOP 5

美图秀秀【美化图片】活跃TOP5



修图
偏好

美颜相机的活跃【美颜设置】中对脸型和眼型是首要需求
在【图片精修】“瘦”依然是王道，同时更喜欢一键美颜的功能

美颜相机【美颜设置】活跃TOP5



瘦脸



磨皮



亮眼



卧蚕



小脸



TOP 1

TOP 2

TOP 3

TOP 4

TOP 5

美颜相机【图片精修】活跃TOP5

瘦脸瘦身



一键美颜



磨皮



滤镜

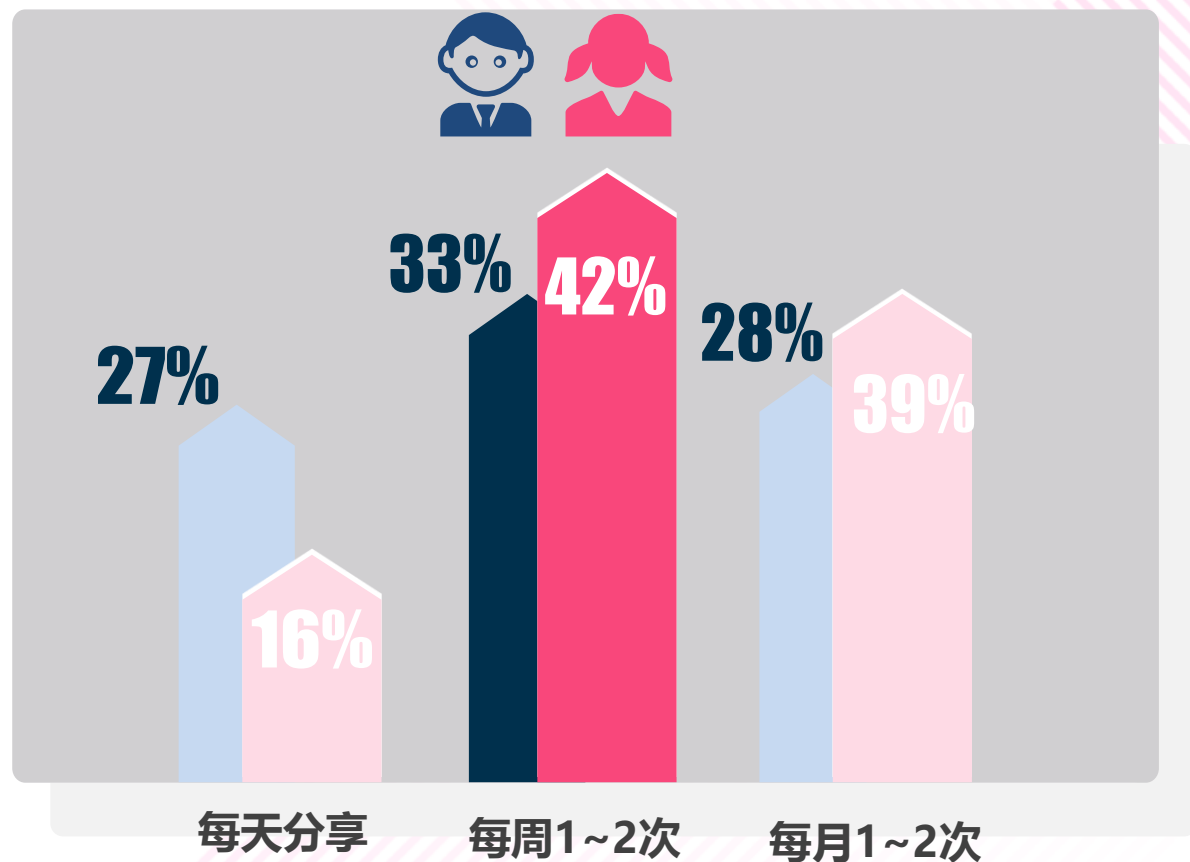
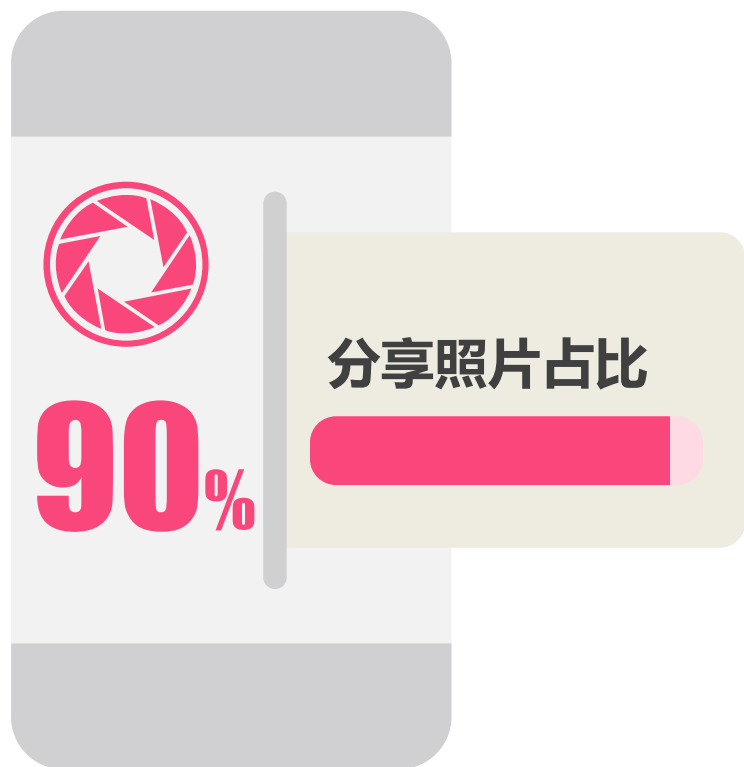


面部微雕



分享 频率

分享照片的人群占比近90%，最高的分享频率为每周1~2次；
男性比女性更爱每天分享，男性每天分享占比为27%



分享
偏好

最普遍分享的类型都是：人像、风景、美食
此外女性更爱分享明星类图片，男生侧重跟踪热点搞笑类



02

行为画像

活跃地区

海南、新疆、云南等**旅游大省纷纷上榜**，美景让人更有拍照欲

活跃时间

周末、节假日、用餐时刻为用户活跃高峰期

活跃群体

女生年纪越小越爱拍，直男成年后的必学技能

拍照偏好

拍照不分场合使用拍照APP超70%，**自拍**具首位，日杂风最热

修图偏好

近**90%**用户具有修图兴趣，修图中追求**照片质感与整体精致化**

分享偏好

分享占比近**90%**，最普遍分享的类型都是：**人像、风景、美食**

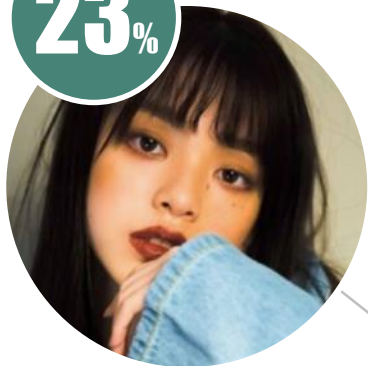
03

美图女性Plog人群的心理偏好

女性精致表达背后隐藏了哪些消费偏好与消费习惯

心理
画像女性Plog行为背后的四大心理画像
生活派占比最高52%，其次分别是潮流族、作品党和精英范

23%



潮流族

追逐时尚热点潮流生活方式
喜欢体验最新的工具玩法
2017vs2019是什么？先发为敬

生活派

热爱记录与分享生活点滴
美食和旅行缺一不可，
喜欢分享个人生活状态

52%



16%



作品党

使用各种修图工具提升照片质感
热爱摄影创作偶尔发主题性写真
或同色系风景展现个人作品

精英范

重视职场、个人高光瞬间
出于工作要求发布如重大会议、活
动推广或公司信息等

6%



内容
偏好

美图女性用户关注与变美相关的方方面面
最爱分享和发布内容均为美妆、生活记录与美发美甲相关



感兴趣内容组成部分

女性浏览内容



女性发布内容



美妆

TOP 1



生活记录

TOP 2



美发

TOP 3



拍照修图

TOP 4



美甲

TOP 5



美妆



穿搭



生活记录



美甲



美发

消费
偏好

女性爱吃也爱美，平均消费最高在食品饮料，其次是服装鞋包
每天分享图片的也是社交交际花，从不分享图片的都是大学霸



女性消费最爱

TOP 1



食品饮料 (23%)

TOP 2



服装鞋包 (22%)

TOP 3



美容护肤 (18%)

每天分享照片的女性
社交应酬消费占比

8%



社交应酬

从不分享照片的女性
学习充电占比

25%



学习充电

消费
偏好

不同年龄段女性的消费偏好存在差异： 00后最爱学习，
青年女性均爱买包美容， 成熟女性则倾向社交应酬和学习



消费
偏好

四大用户画像均月变美消费均大于1400元，
其中精英范女性最舍得为变美花钱，月均消费为2400元。



为了提升美丽每个月平均去健身房、购置护肤品、上美容院等的**变美消费**

1445元

生活派

1490元

潮流族

1580元

作品党

2400元

精英范

注：计算方法为消费0~1000,1000~5000元，5000~10000元，10000元以上中间值的权重之和。

消费
偏好

热衷“颜值投资”的女性，最爱使用拍照软件和每天分享图片，
剁手与Plog之间有着亲密关系

16%



照片拍拍拍

只使用拍照软件占比16%
高于总体女性均值13%

6%



剁手买买买

每月“变美消费”5000元以上
的高消费女性

37%



图片发发发

每天分享图片占比37%
远高于总体女性16%

消费
关注

女性消费上关注Top3 “感受”、“口碑”和“价格”

精英范更看重品牌知名度，潮流族与00后则关注明星代言

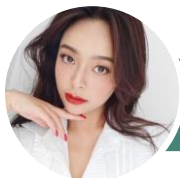
2 产品口碑



1 使用感受



3 价格折扣



品牌知名度

精英范最关注



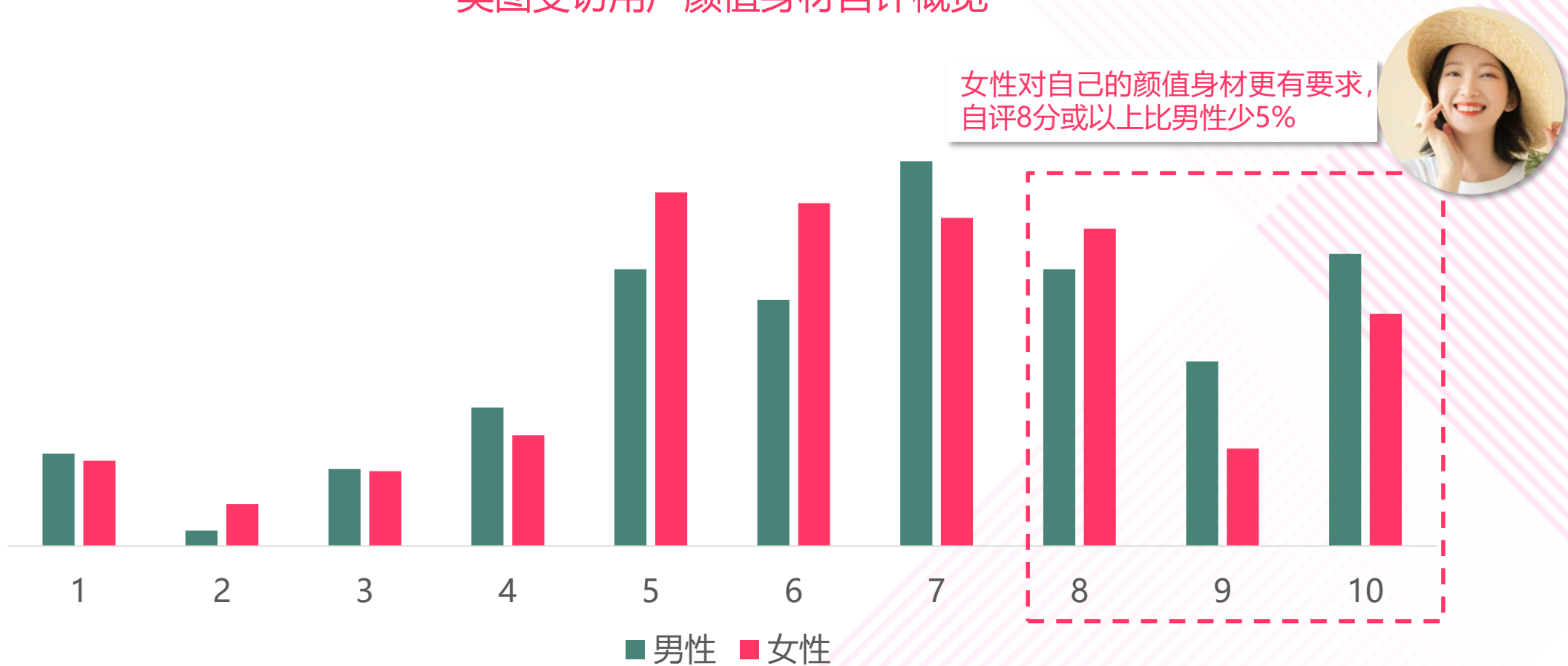
明星代言

潮流族或00后女生最关注

颜值
自信

美图用户“信心一族”： 男性比女性对颜值更自信，近3成用户颜值打分在8分及以上

美图受访用户颜值身材自评概览



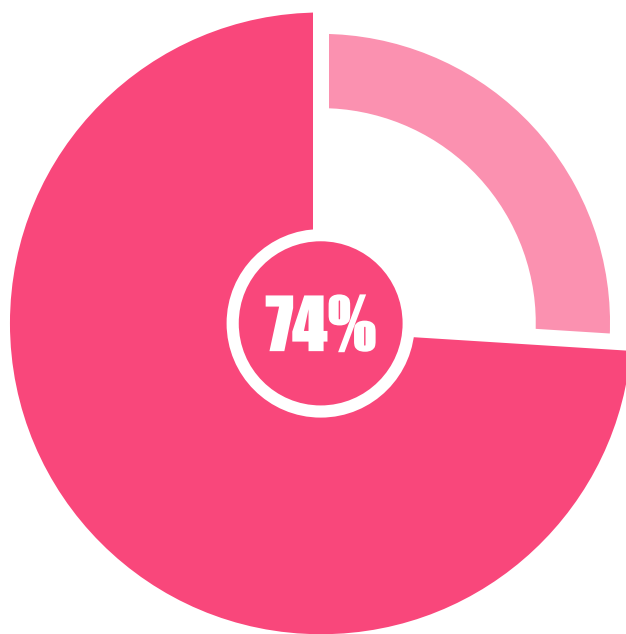
国货
信心

美图用户“信心一族”：

74%的女性用户对国货充满信心，潮流族与作品党更热衷国货



潮流族
国货信心占比 77%



对国货信心程度
非常信心&比较有信心用户



作品党
国货信心占比 77%

线下
偏好

线下场景中文艺展览、创意集市、艺术装置均受关注
不同画像风格各自追逐自己的喜好

TOP 1 文艺展览

TOP 2 创意集市



TOP 3 艺术装置



游戏动漫类、运动潮酷类



潮流族

音乐现场类



生活派



作品党

时尚快闪类



精英范

03

心理偏好

生活派

喜欢**记录和展现个人生活状态**，爱吃也爱美，重视产品**使用感受**和口碑折扣，喜欢看展与听live现场

潮流族

追逐时尚热点**潮流生活方式**，关注**明星代言**产品，对国货更有信心，对自己的**颜值最为自信**，经常出没在**动漫展、潮酷类展览**上

作品党

热爱摄影创作**喜欢各种摄像工具**，重视产品使用感受，对国货产品**充满信心**，最爱看各种类型摄影展和创意空间类型展览

精英范

重视职场/个人高光时刻，**舍得为变美花钱**，更高频使用拍照工具和分享每天动态，**重视品牌知名度和口碑**，最爱**原创设计集市**

04

美图年度榜单及营销趋势

Plog人群的精准营销之道

年度榜单 萌拍AR

年度TOP萌拍AR中【萌系】类型最受欢迎
互动上简单、轻便、可爱最容易得到用户青睐



TOP 1

萌系



TOP 2

萌系



TOP 3

萌系



TOP 4

萌系



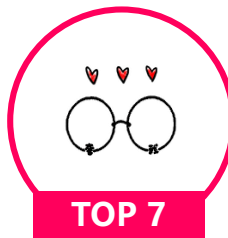
TOP 5

萌系



TOP 6

趣玩



TOP 7

萌系



TOP 8

表情包



TOP 9

萌系



TOP 10

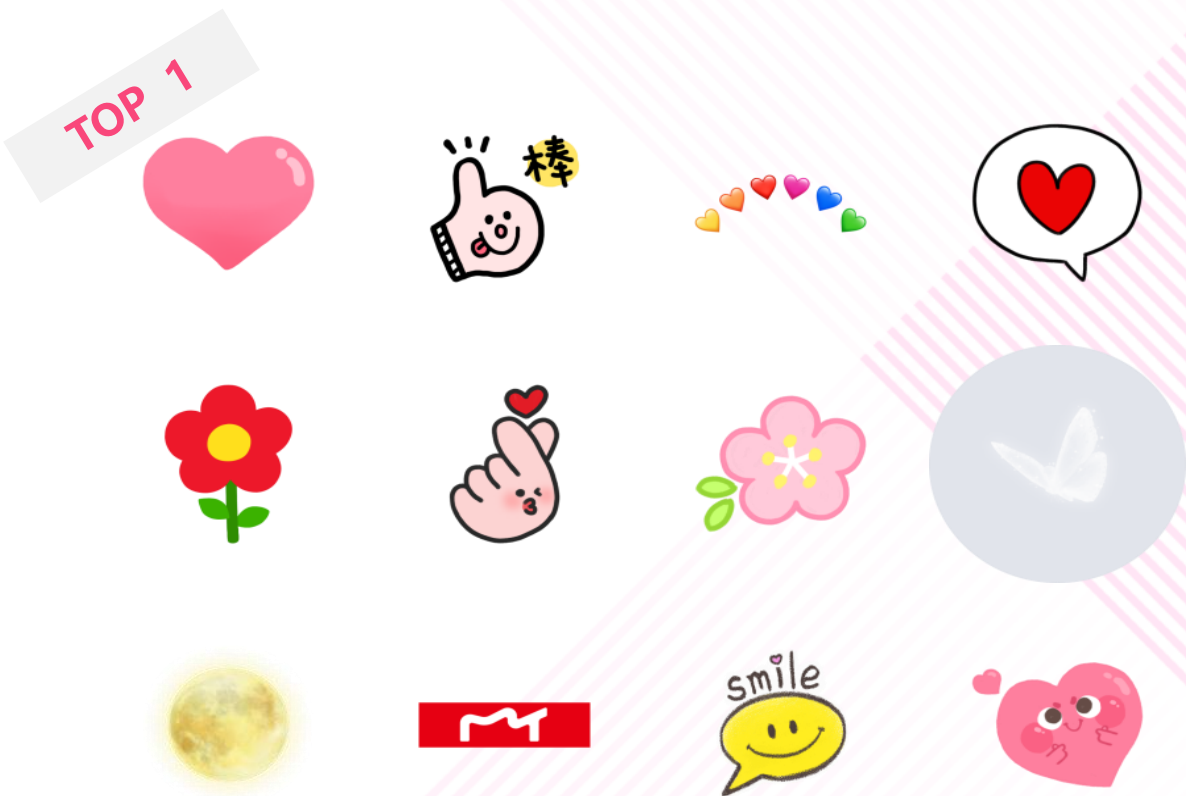
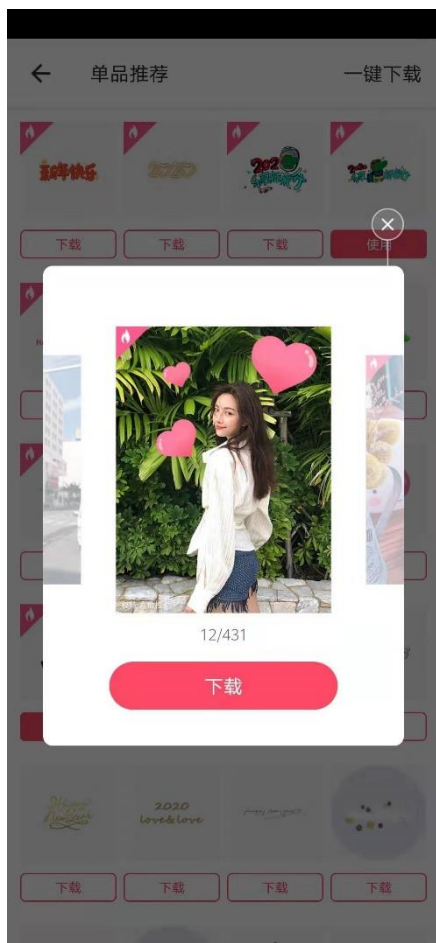
萌系



萌萌动物系AR（猫耳朵、兔子耳朵、猫脸等）大众使用度最高

年度榜单 贴纸

美图秀秀年度最受欢迎贴纸主要是围绕“爱心”元素来延展，认真P的每一张图都饱含“爱”意



爱心、花花、笑脸类的贴纸大众接受度较高

年度榜单
美颜滤镜

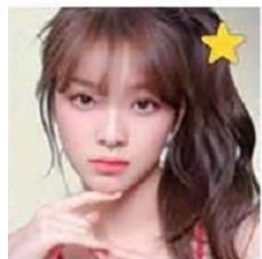
年度人气【滤镜】TOP10中【自然】系列最受欢迎
女性倾向不吃妆的真实质感，自然与元气妆容圈粉



TOP1 自然

素肌

TOP2 自然



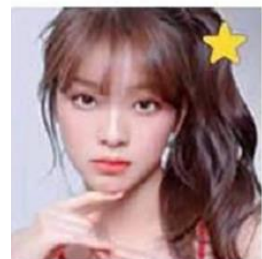
奶油

TOP3 自然



水嫩

TOP4 自然



白皙

TOP5 纯净



半熟

TOP6 元气



霏颜

TOP7 元气



自然

TOP8 经典



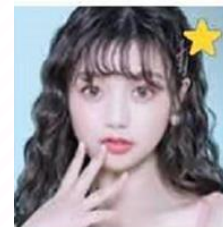
月光

TOP9 forest



爱丽丝

TOP10 经典



冷玉

年度话题
变美心得

年度人气【话题】#修图节#和#我的口红日记#双上榜，
美妆种草类与拍照修图类的话题方向最易被用户关注

美图秀秀生产话题TOP5

1 #有求必应修图节# 拍照修图

2 #今天长这样# 晒穿搭

3 #每日穿搭# 晒穿搭

4 #我的口红日记# 晒美妆

5 #玩的就是对比# 晒变装

美图秀秀浏览话题TOP5

1 #我的口红日记# 晒美妆

2 #好物推荐# 种草推荐

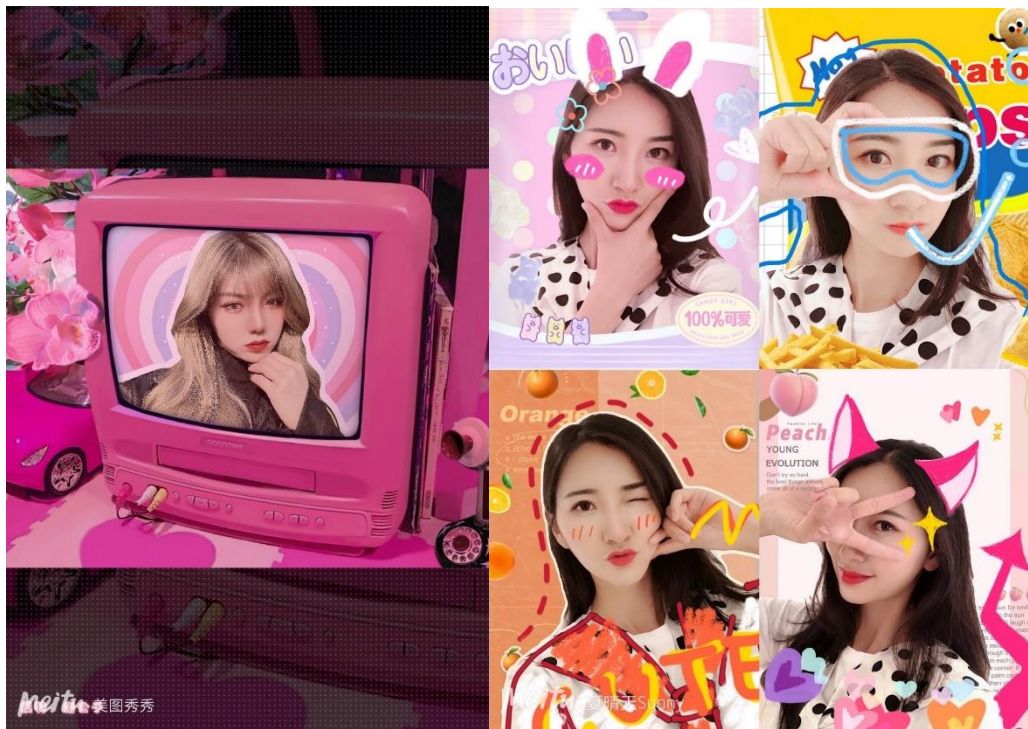
3 #有求必应修图节# 拍照修图

4 #平价口红大赏# 晒美妆

5 #拍照姿势# 拍照修图

年度玩法
新黑马

美图年度最受欢迎新功能【趣味抠图】&【原生模式】
图片处理讲究新鲜感，拍照越来越追求原生质感



趣味抠图
DIY百变风格图片



原生模式
真实质感不吃妆

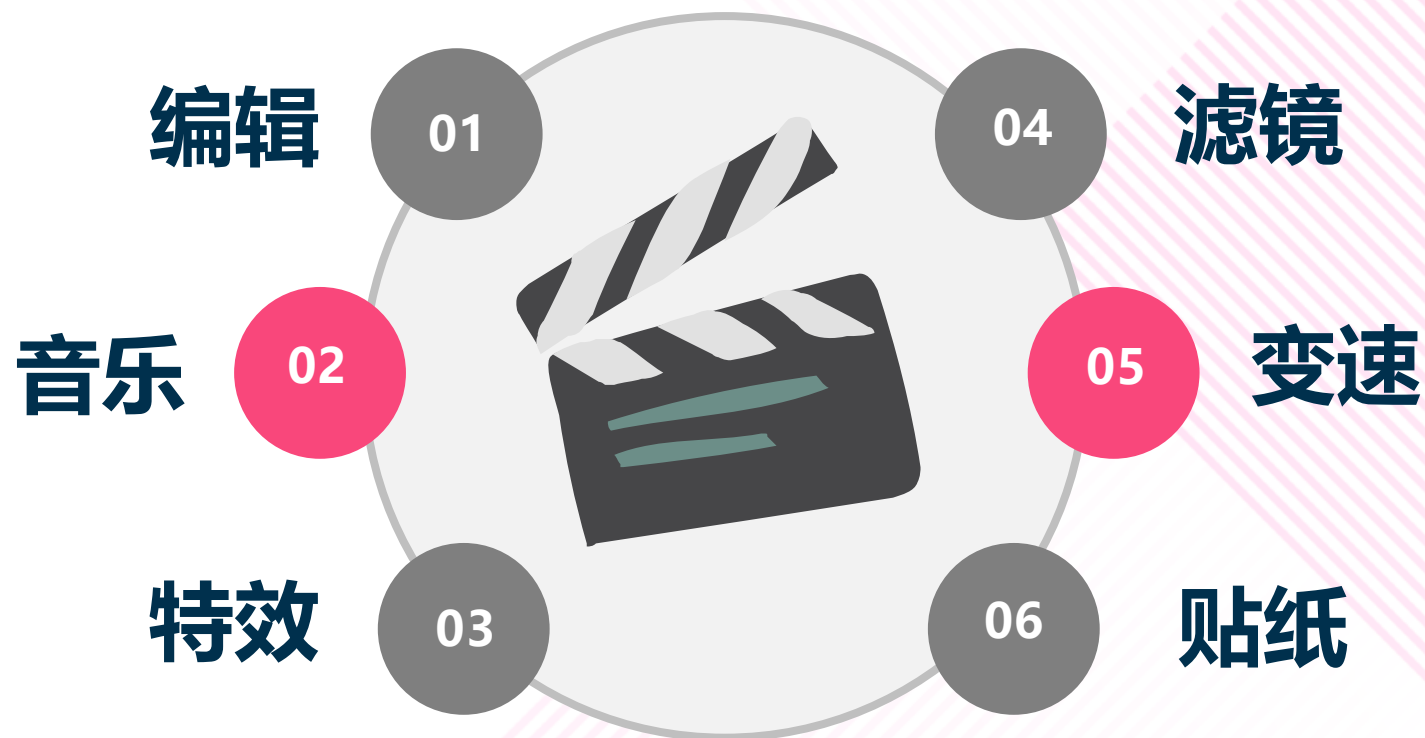


年度
趋势

图片视频化被受关注，【视频美化】上线三个月使用增长迅猛
【编辑】【音乐】【特效】功能其中最受欢迎



视频美化中使用率TOP6工具



营销
兴趣

2020年营销兴趣支点： 摄影教程排名第一，女性普遍对“颜”更感兴趣



TOP 1

摄影教程

60%



TOP 2

图片颜值测试

52%



TOP 3

图片社交/趣味斗图

42%

图片肌肤测试

39%

图片换脸

34%

明星摄影

33%

图片公益

22%

图片新闻

18%

热点互动

28%



女性兴趣较高

男性兴趣较高

04

营销趋势

定制轻互动

越是**简单轻便的互动**越容易被用户频繁使用（爱心、动物、微笑最易使用的表情）通过简单的互动植入品牌元素也更容易得到关注

品牌原生妆

女性倾向不吃妆的真实质感，自然与元气滤镜圈粉
打造**品牌独特原生妆容**可以成为俘获女性芳心的重要方向

晒变美心得

美妆种草类与**拍照修图类**的话题方向最易被用户关注

尝试新技术

图片处理上**追求新鲜感**的成本是最低的同时也是最容易被用户接受的，提前尝试新技术往往能收获用户的高关注

尝试视频化

图片视频化或视频的处理在今后会上占更高的比重，可以优先尝试视频处理的新功能来获取关注

增加趣味化

大部分用户对图片类玩法新鲜的概念都有较高的兴趣，女生更重视与**“颜值”相关互动玩法**。

品牌
榜单

美图秀秀年度品牌人气榜TOP10：Dior居第一
实力圈粉促转化，引领社区玩美风尚

美图秀秀品牌人气榜

排名	品牌	人气指数
 1	Dior迪奥	381
2	Ysl圣罗兰	348
3	uniqlo优衣库	216
4	Armani阿玛尼	198
5	Disney迪士尼	195
6	Chanel香奈儿	233
7	Adidas阿迪达斯	155
8	Estee lauder雅诗兰黛	116
9	Lancôme兰蔻	101
10	shiseido资生堂	90

美图秀秀国货品牌人气榜

排名	品牌	人气指数
 1	欧束	335
2	完美日记	285
3	橘朵	166
4	稚优泉	145
5	卡姿兰	95

*数据来源美图后台，根据用户生产及消费内容数量综合得出

达人
榜单美图秀秀达人榜&MCN机构榜单TOP10
分享变美心得，体验式长草

TOPKLOUT.COM 美图秀秀

(2019年12月)

克劳锐 X 美图秀秀 12月达人榜

排名	达人	达人指数
NO.1 =	 Greta小小姐	95.73
NO.2 ↑	 殿殿Dannis	92.73
NO.3 ↑	 小虎牙欢欢	91.61
NO.4 ↑	 造型师叶子	89.93
NO.5 ↓	 泡芙妹妹♥	89.50
NO.6 ↓	 可乐店长	86.73
NO.7 ↑	 天星健身	86.70
NO.8 ↓	 请叫我小伍咯	85.71
NO.9 ↑	 N酱的小泡芙	84.86
NO.10 ↑	 邵舞	84.28

榜单规则: 达人指数是根据达人在美图秀秀上的发布数、点赞数、评论数、分享数、收藏数、粉丝数等基础运营指标综合得出。

TOPKLOUT.COM 美图秀秀

(2019年12月)

克劳锐 X 美图秀秀 12月MCN机构达人榜

排名	达人	MCN机构	达人指数
NO.1 ↑	 77的礼物	风正时光	93.71
NO.2 ↓	 洋佳酱	风正时光	93.33
NO.3 ↑	 夏而ika	夺秒文化	91.02
NO.4 ↑	 毛桃今天吃了吗	极光珊瑚	89.80
NO.5 ↑	 晓晓爱吃吃吃吃吃	米粟	89.59
NO.6 ↑	 喵大仙带你停药带你菲	呱呱视频	88.66
NO.7 ↓	 晏大小姐Vivi	中广天择	88.26
NO.8 ↑	 美妆师范范	门牙视频	87.18
NO.9 ↑	 21M爱漂亮	门牙视频	87.07
NO.10 ↑	 小豆瓜呀	索星文化	85.51

榜单规则: 达人指数是根据达人在美图秀秀上的发布数、点赞数、评论数、分享数、收藏数、粉丝数等基础运营指标综合得出。

从去年9月开通社区功能以来，美图秀秀的社区已经聚集了大量精通美妆、穿搭、美食的时尚达人。

克劳锐联合美图秀秀推出《克劳锐&美图秀秀达人榜》和《克劳锐&美图秀秀MCN机构达人榜》，希望通过榜单让广大用户能第一时间了解那些生产优质内容的达人，让大家更方便地了解变美的技巧，提升自己的生活、工作质量。

众多广告主、品牌商能够通过此榜单充分了解美图秀秀达人们的特点，找到适合自己的合作对象，实现广告的高效投放。

榜单依据每个达人的“粉丝力”、“传播力”、“活跃度”三个指标来综合评判。

本榜单统计周期：2019.12.1-12.31

结语

Conclusion



2019年，美图在“社交和美”的战略引领下，重磅推出首个商业化IP《女性颜究所》，希望以不同女性热点关注主题为契机，借势特定节点美图流量高峰，搭建线上互动传播场景及线下女性主题互动展览，为品牌打造女性价值营销主题季。

在过去的一年中，《女性颜究所》已合作了近二十个优秀的美力品牌，先后打造了成长季、情感季、梦想季、心愿季四大主题季，在线上斩获超过**26亿**人气曝光，线下主题快闪覆盖**18万+**人次，全面赋能品牌女性营销。

此份报告旨在了解女性Plog行为背后的心理动机以及从美图全年数据来洞察行业趋势。2020年，《女性颜究所》将从年龄、地域、职业、爱好等维度来进一步挖掘女性背后的行为动机与营销趋势。希望能携手能多品牌伙伴，一起深度读懂女性探索女性！



聚焦

女性与美的结合



联合

行业品牌伙伴



融入

女性真实生活



探索

女性营销无限可能

THANK YOU!



扫码了解美图营销

 toB-mkt@meitu.com