

美图

meitu 美图

- ◆ 公司网址: <https://corp.meitu.com/>
- ◆ 微信公众平台: 美图营销
- ◆ 参选类别: 年度最具突破力移动网络平台



美图公司简介

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、BeautyCam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。

美图总部坐落于厦门，此外，在北京、上海、杭州、广州、深圳、香港设立了分公司和办事处。同时，在海外的美国、巴西、印度、英国、日本、韩国、新加坡、印度尼西亚等国家设立了分公司和办事处，并推出了本地化应用和服务。

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。

The Meitu logo consists of the word 'meitu' in a lowercase, rounded, pink font, with the Chinese characters '美图' (Meitu) in a bold, pink, sans-serif font directly below it.

使命：让更多人变美

愿景：成为全球最懂美的科技公司

价值观：正直诚信、勇于担当、积极进取、换位思考

美图发展历程

2008

10月 美图公司首款产品美图秀秀诞生

2013

01月 推出首款手机一键美颜自拍软件，美颜相机
05月 推出拍照软件BeautyPlus，打入海外市场
05月 进军硬件领域，推出美图手机

2016

12月 香港联合交易所主板挂牌上市

2017

06月 美图公司设备覆盖量突破15亿

2011

02月 进军移动端推出美图秀秀手机App

2014

05月 推出手机短视频社交平台美拍

2016

12月 美图公司海外用户数量突破5亿

2018

8月 “美和社交” 战略发布

美图是全球领先的移动互联网公司

公司排行榜			
iOS - 应用 - 全球 - 2017年11月			
#	下载排行	总部	应用
1	Google	美国	107
2	Tencent (腾讯)	中国	445
3	Facebook	美国	29
4	Alibaba Group (阿里巴巴集团)	中国	154
5	Baidu (百度)	中国	190
6	Microsoft	美国	145
7	Toutiao (今日头条)	中国	20
8	Amazon	美国	68
9	Snap	美国	3
10	Meitu (美图)	中国	26

2017年11月，位居iOS非游戏应用开发商排行榜前10名

*按下载量排名



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”

——美图T8/T8s

美图核心定位



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。

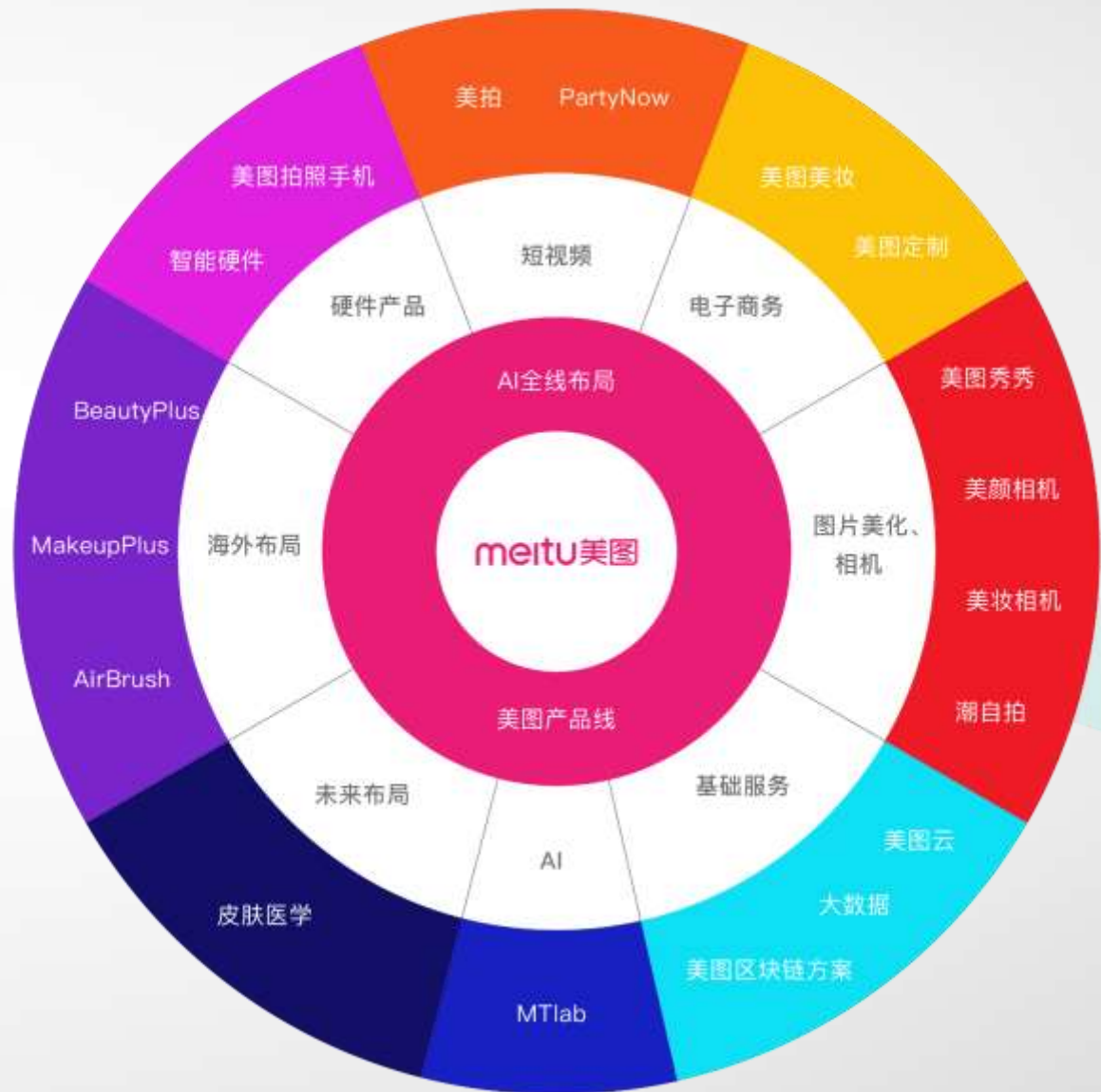
美图未来



美图公司在未来将继续以“让更多人变美”为使命，聚焦“变美”这个全球一同的跨文化需求，逐渐从线上延展线下，让更广泛的人群在现实生活中也能够体现出更多元化的美。

美图业务体系

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，也让我们更加理解用户。



美图 产品核心数据



每月活跃用户
约4.8亿

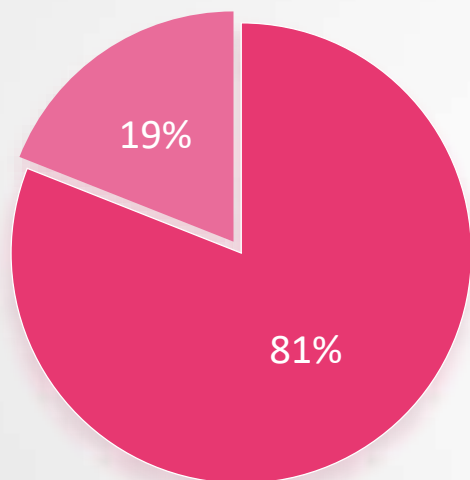


覆盖全球15亿台
独立设备



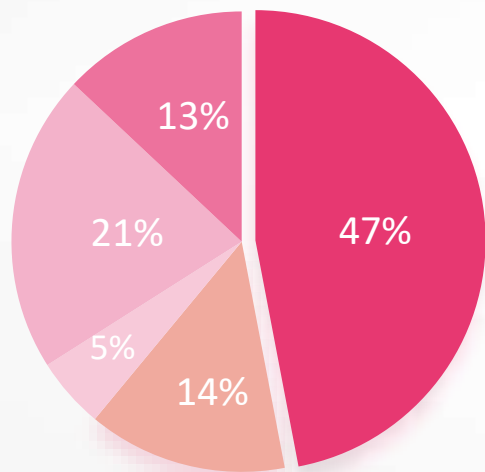
核心应用月产生照片约
60亿张

美图 产品用户构成



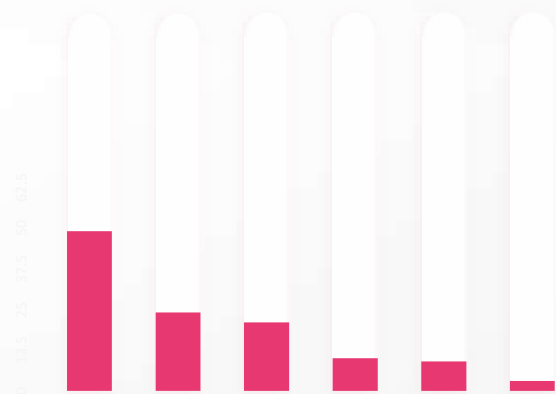
● 女生 ● 男生

男女比例



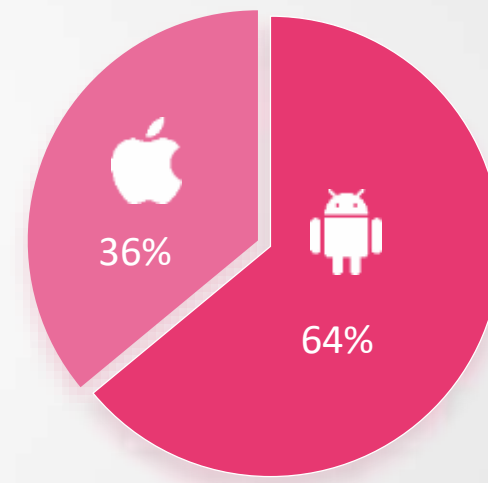
● 0-17岁 ● 18-24岁 ● 25-30岁
● 31-35岁 ● 36岁以上

年龄分布



一线 新一线 二线 三线 四线 五线
49% 24% 21% 10% 9% 3%

中国城市渗透率



● Android ● iOS

平台分布

国际化的美图

全球都在用美图App

美图在海外：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。

5_亿
海外总用户数

39_个
用户超百万国家及地区

meitu

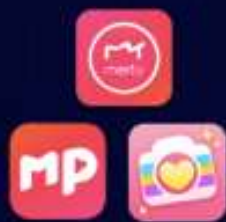
美力生态营销矩阵

不仅是图片工具的营销，而是更为联动、多元、开放的生态营销
基于美力生态，孕育美力营销五大矩阵：产品、社区、内容、智能硬件、大事件



产品

影像处理工具



社区

影像分享社区



内容

IP & PGC
优质新综艺



大事件

节日、事件、主题



智能硬件

一、产品与社区营销



美图核心产品

品牌营销支点

搭载美图热门产品及互动效果

让品牌或产品以趣味、生动的方式进入用户的视野

最大限度曝光品牌及产品

并深化用户记忆度、提高用户好感度

二、内容与IP营销



品牌营销支点

以IP或内容为核心

联合美图优势产品、技术、终端

多维度打造主题性营销组合

放大IP/内容影响力，扩大品牌营销价值

三、大事件营销

美拍
周年庆

2018.09

2018.10

2018.11

2018.12

2019.01

2019.02

双十一营销

双旦主题营销
(圣诞+元旦)

情人节营销

国庆
主题营销

万圣节营销

CNY营销

美图秀秀进行了十年以来最大的一次改版，正式向社交平台转型

后台数据显示，与7月份相比，新版美图秀秀社交模块的活跃度提升了**10倍**以上！



美图秀秀社区

目标群体：年轻、爱美、爱分享的用户
产品定位：潮人社交圈，基于图片的兴趣社交

- 打造：聚焦“美”的影像创作社交平台
- 弱化：用户之间、KOL与粉丝之间的关系链，激励用户创作、分享精品图片和短视频的潮人聚集地
- 优势：美图秀秀的自身功能直接给予UGC创作者丰富的创作灵感，用户在影像社交分享前对于影像前期拍摄和后期处理的全需求，便捷的拍摄-制作-发布-互动一站式服务，激发广大内容创作者的“爽点”



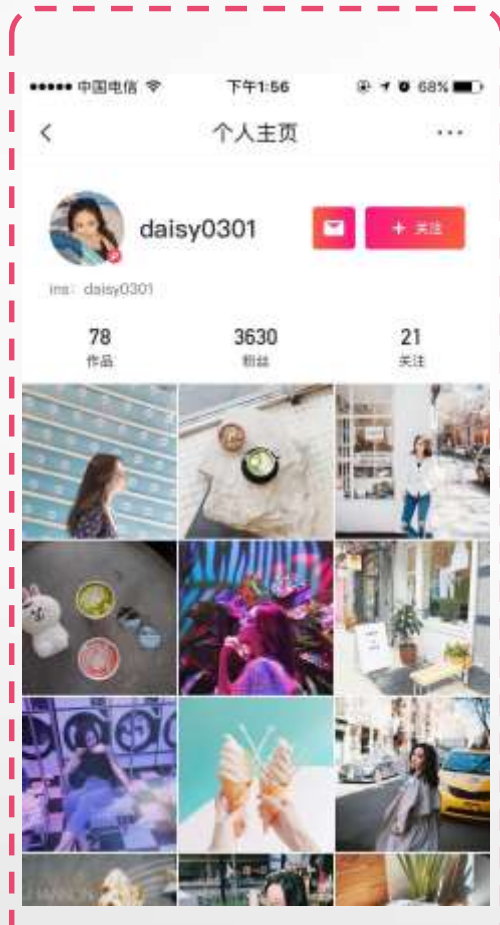
美图秀秀社区未来商业化空间

信息流广告

品牌账号

工具与内容完美结合

精准投放





美图秀秀的下一步，是围绕“创建我的生活方式”的全新定位，把用户和内容连接起来，构建良好的互动氛围，从而进一步提高用户的留存率和活跃度。

在内容形态上做出创新，不断优化内容的分发策略，逐步建立用户的内容心智，最终形成美图秀秀独有的内容生态，从而构建内容“生产 > 分发 > 消费 > 互动”的闭环。



产品和技术的不断进步，最终推动了商业化进程。今年上半年，公司收入20.52亿元人民币，相比上市前的2015年翻了近三倍。其中互联网业务收入5.72亿元人民币，同比增长131.6%；在总收入的占比增加至27.9%，而去年同期只有11.3%。

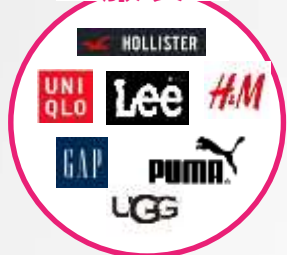
互联网收入实现了翻番式增长，核心原因在于美图上半年在互联网商业化上进行了诸多探索和规模化落地。增长的主要驱动力是在线广告，收入大增244.8%至2.849亿元人民币。美图为LVMH、欧莱雅、迪奥、卡地亚、拉芳等顶级品牌，提供各式创新和整合型营销方案，包括节日营销、明星效应营销、虚拟试妆体验、原生植入营销等。

下一步，美图会在核心产品中引入信息流来获取更多使用时长和增加更多广告库存，强化内容营销和整合营销，进一步提高广告质量和填充率，用AI技术结合不断增加的数据来提高转化率。

颜值经济 人人爱美

美图合作品牌

服装



钟表首饰



食品饮料



游戏



3C



电商网服



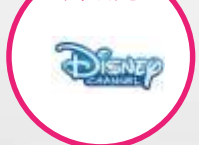
美容美妆



母婴



旅游



汽车



个人&家庭护理用品





Top
Mobile
Awards



关注“美图营销”官方公众号
获取更多美图营销资讯

