



2015

美业O2O移动应用行业报告

TalkingData移动数据研究中心 2015年8月

目录

CONTENTS

- 美业O2O移动应用行业概况
- 美业O2O移动应用行业图谱
- 美业O2O移动应用内容偏好
- 美业O2O移动应用人群画像



美业O2O移动应用行业概况

美业O2O移动应用行业概况：用户规模

- 目前美业O2O用户规模为0.2亿，在移动互联网的渗透率仅为1.7%

移动美业O2O用户规模为0.2亿，在移动O2O中占比2.7%，在移动互联网的渗透率为1.7%；美业O2O目前用户规模很小，渗透率较低，目前还处在市场教育阶段



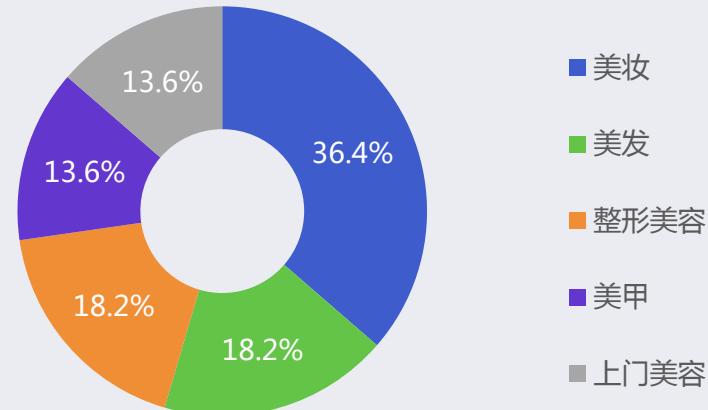
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 移动端用户规模指移动端累计活跃设备总数；单位：亿台

美业O2O移动应用行业概况：应用款数

● 美妆类应用最多，其次是美发和整形美容

美业O2O各类应用款数占比中，美妆类应用占比最多，其次是美发和整形美容类；随着用户生活水平的提高以及对美的不懈追求，美业O2O应用正在吸引越来越多的用户

2015年7月美业O2O移动应用款数占比

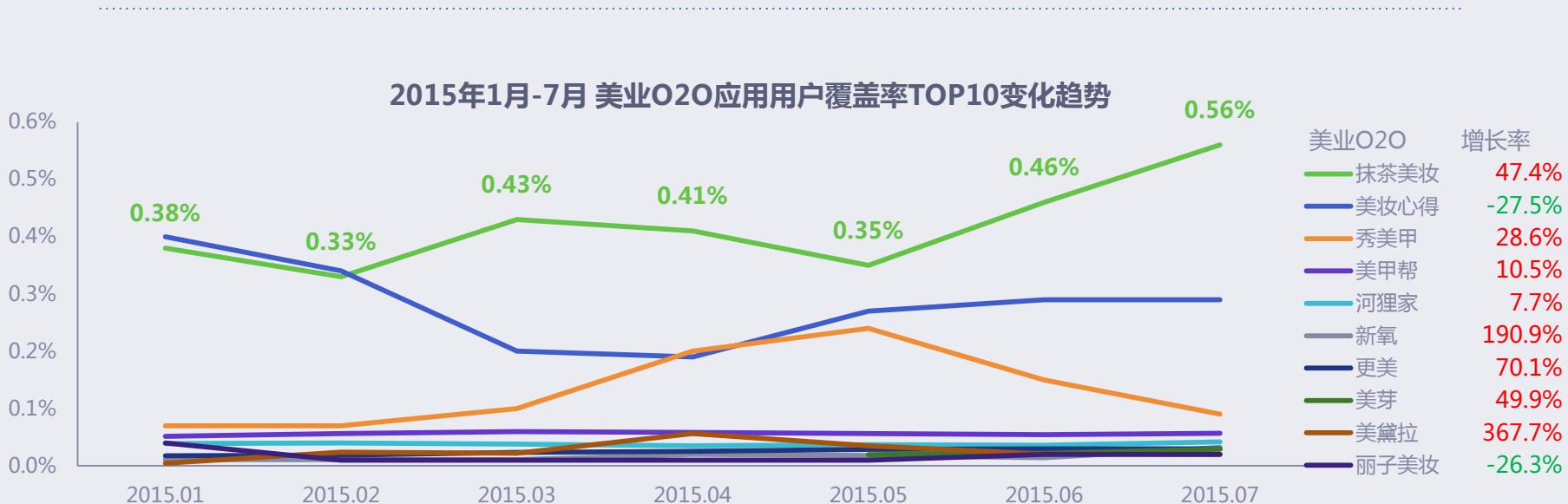


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用行业概况：覆盖率

● 美业O2O移动应用覆盖率抹茶美妆居首位；其次是美妆心得

对比年初，美黛拉和新氧用户覆盖率增长非常快速，整形美容类应用用户不断增多

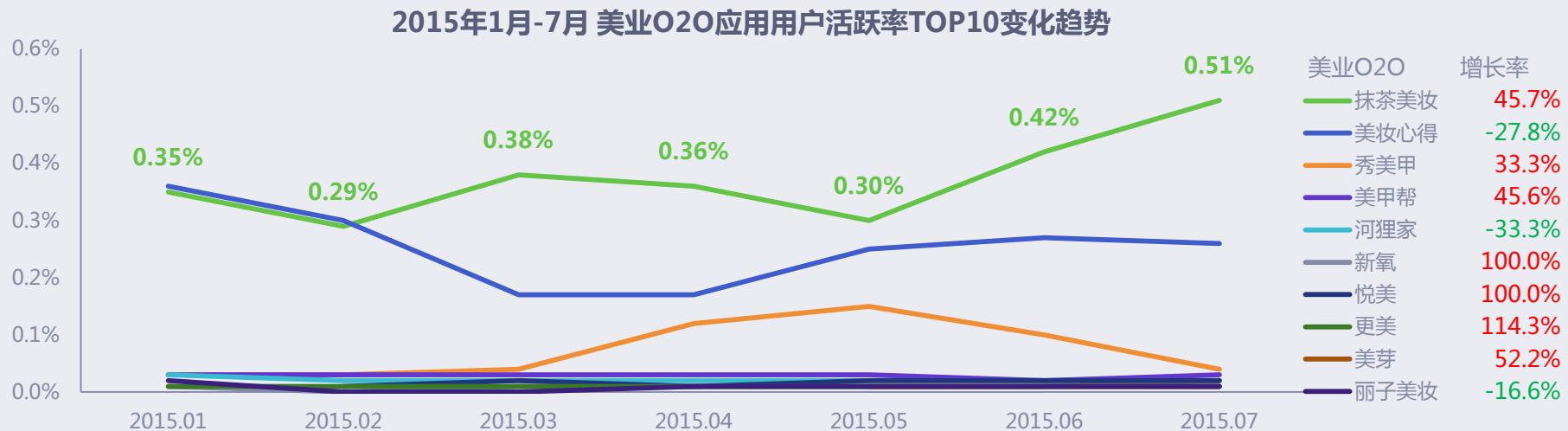


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用行业概况：活跃率

● 美业O2O移动应用活跃率抹茶美妆居首位、上门美容活跃度下降

对比年初，新氧和悦美两款整形美容应用活跃率大幅度提升、美妆心得、河狸家和丽子美妆活跃率均有所下降；河狸家作为上门美容应用典型，活跃率降幅为33.3%

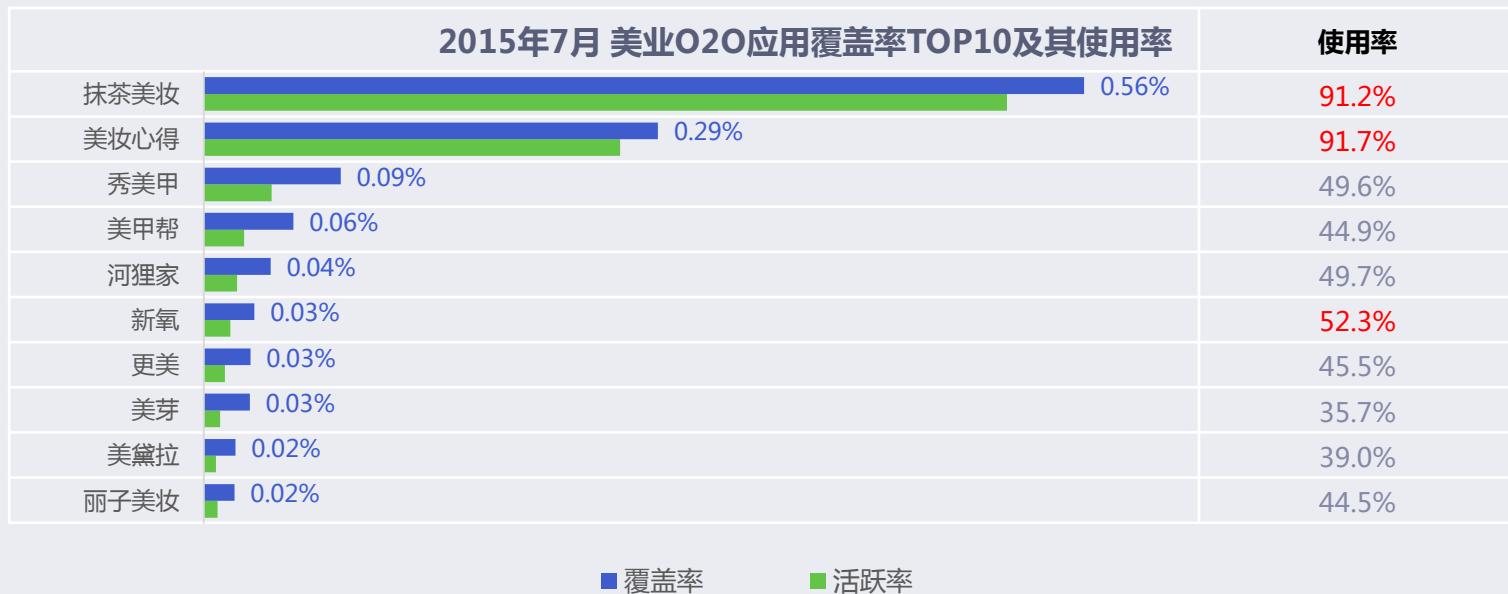


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用行业概况：使用率

● 抹茶美妆、美妆心得和新氧三款应用使用率较高

抹茶美妆覆盖率和活跃率均排名第一位，使用率也很高，可见用户粘性较高；美妆心得和新氧等应用使用率也较高



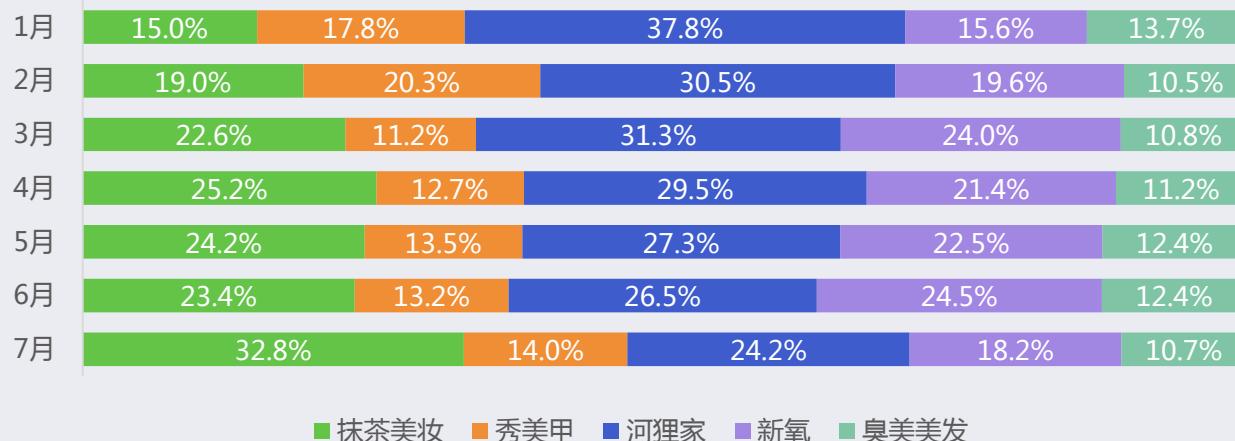
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据；使用率为活跃率与覆盖率的比值

美业O2O移动应用行业概况：活跃次数

● 抹茶美妆和新氧活跃次数不断增加

不同应用类型的用户活跃次数差异较大，年初至今，抹茶美妆和新氧的应用活跃次数都在增加；而秀美甲、河狸家和臭美美发的活跃次数均有所减少；上门美容需求在减弱、美妆和整形美容需求在增加；可见看脸的世界，脸美才是真的美！

2015年1月-7月 典型美业O2O应用用户活跃次数占比变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据；活跃次数比例=每个典型应用活跃次数/五个典型应用活跃次数之和*100%，该比例仅为表示五个不同类型典型美业O2O应用的活跃次数变化情况，不表示行业占比

美业O2O移动应用行业概况：融资情况

● 整形美容类应用资本关注度较高、美发和美甲类资本关注度较低

2015年，美业O2O应用中，抹茶美妆完成1000万美元的A+轮融资，河狸家获得5000万美元的C轮融资；整形美容类应用新氧和更美均获得较高的融资；而美甲类和美发类在今年还没有较大的融资事件

分类	应用名称	上线时间	2015年典型美业企业最新融资情况
美妆	抹茶美妆	2013年	2015年6月，抹茶美妆完成1000万美元的A+轮融资
上门美容	河狸家	2014年	2015年2月18日，河狸家宣布完成C轮近5000万美元的融资
整形美容	新氧	2014年	2015年2月6日，新氧宣布获得B轮2000万美元的融资
	更美	2013年	2015年7月21日，更美宣布获得数千万美元B轮融资

数据来源：公开资料整理



美业O2O移动应用行业图谱

美业O2O移动应用行业图谱

- 美业O2O应用分为美妆、美甲、美发、整形美容和上门美容五个细分行业，目前每个细分领域都有典型应用，发展势头良好

美业O2O移动应用行业图谱

美妆	美甲	美发	整形美容	上门美容
 抹茶美妆  美妆心得	 秀美甲  美甲帮	 臭美  波波网	 更美  悅美	 河狸家  白鹭美
 丽子美妆  美芽	 嘟嘟美甲	 美美豆  南瓜车	 新氧  真优美	

数据来源：公开资料收集和整理，各类应用功能有重合，这里以主要功能来区分，排名不分先后

美业O2O移动应用行业图谱

- 对比各细分领域覆盖率最高的应用，美妆类最高；其次为美甲和上门美容；整形美容和美发类应用相对来说用户量较少

2015年7月 美业O2O各细分领域TOP1应用及用户覆盖率

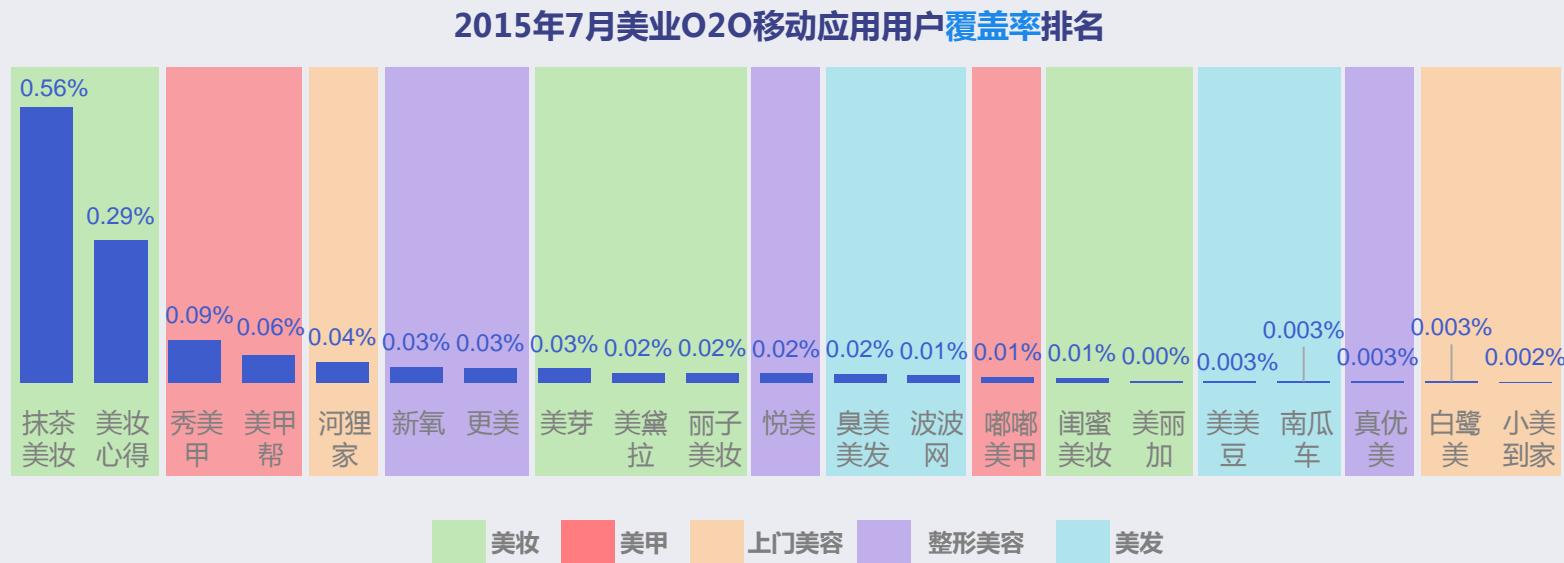
细分行业	美妆	美甲	上门美容	整形美容	美发
TOP1应用	抹茶美妆 	秀美甲 	河狸家 	新氧 	臭美美发 
覆盖率	0.56%	0.09%	0.04%	0.03%	0.02%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用行业图谱：覆盖率总排行

● 美业O2O覆盖率排名第一的是抹茶美妆

美业O2O移动应用用户覆盖率排名中，抹茶美妆的覆盖率最高，其余的应用发展时间较短，覆盖率也较低

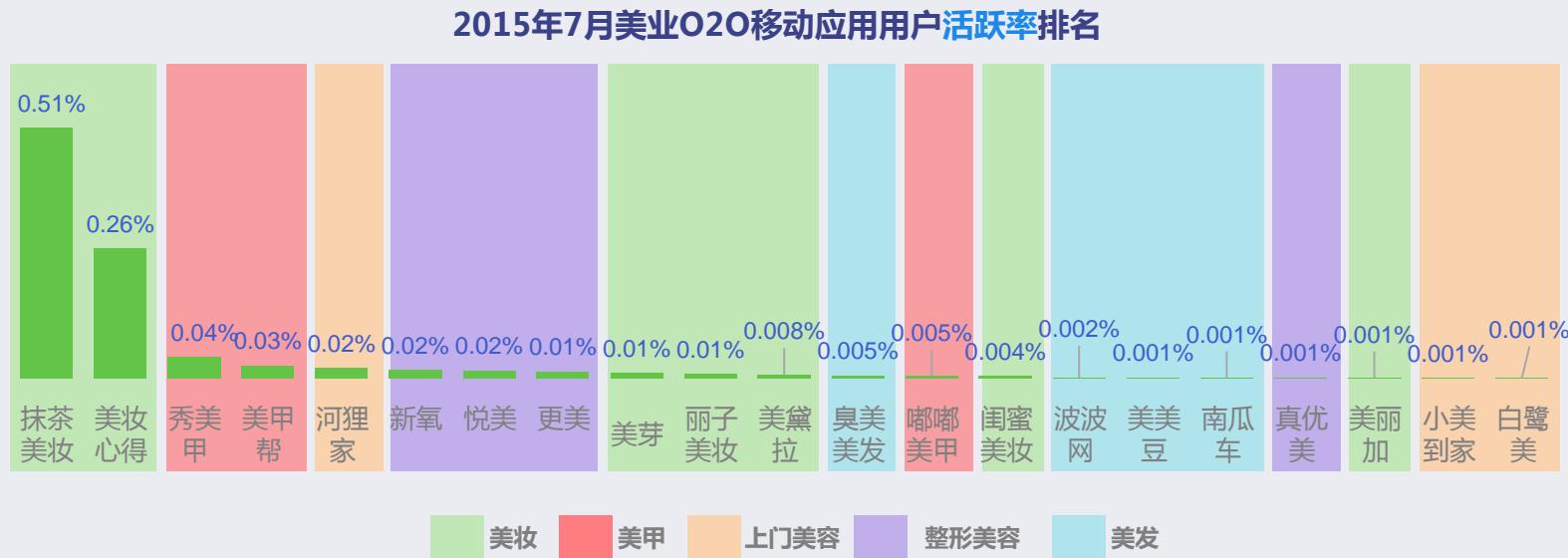


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台的应用覆盖率

美业O2O移动应用行业图谱：活跃率总排行

● 抹茶美妆活跃率最高

美业O2O移动应用用户活跃率排名中，抹茶美妆活跃率最高，占比为0.51%



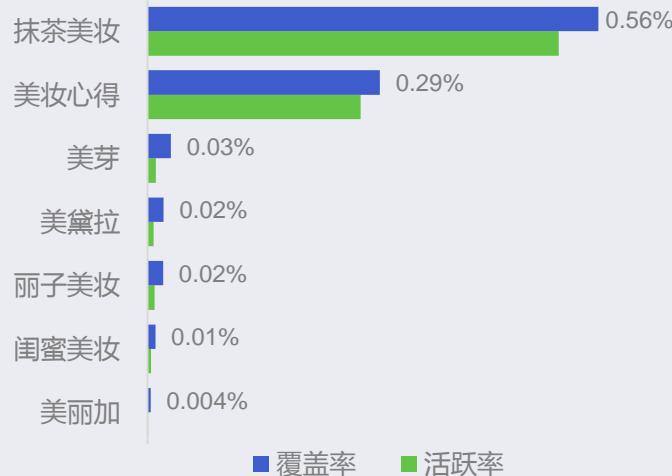
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台的应用活跃率

美业O2O移动应用行业图谱：美妆类典型应用

● 对比年初，抹茶美妆用户覆盖率为47.4%

美妆类移动应用用户排名中，抹茶美妆居首，覆盖率为0.56%，对比1月份增长率为47.4%；抹茶美妆以独特的短视频形式呈现给用户各种美妆护肤教程、让用户分享自己的美妆护肤心得、同时提供大牌化妆品的免费试用机会

2015年7月美妆类应用覆盖率排名



2015年1月-7月抹茶美妆用户覆盖率变化趋势



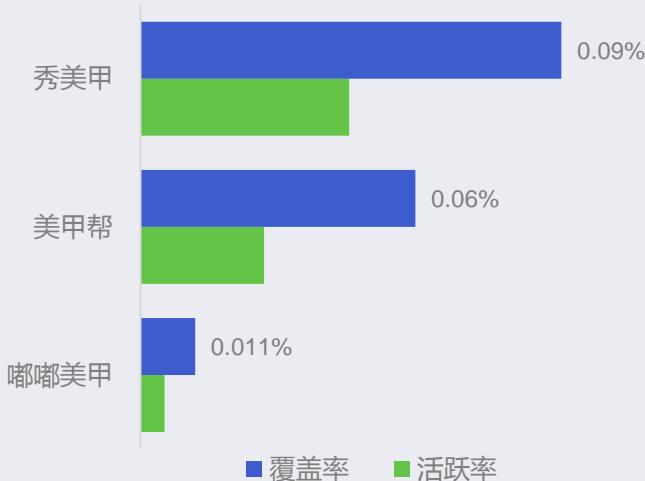
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用行业图谱：美甲类典型应用

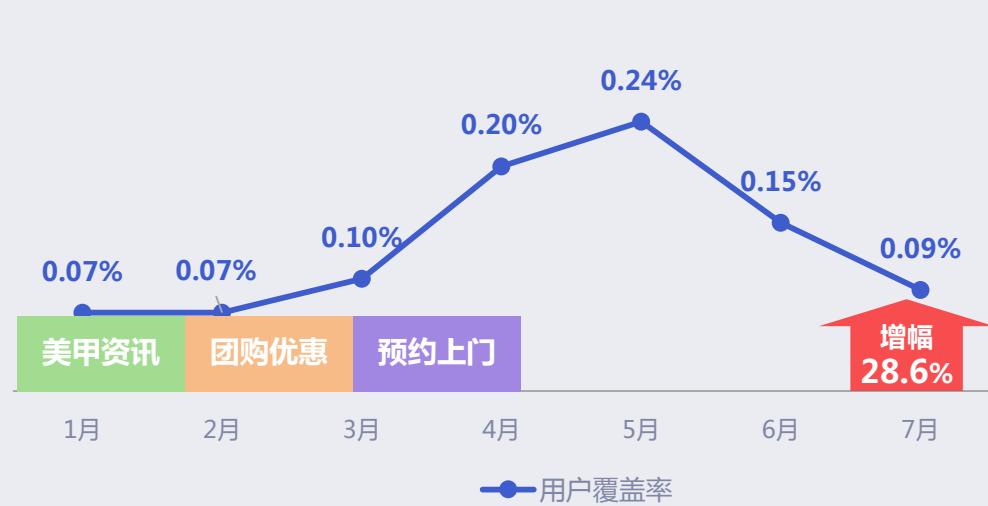
● 对比年初，秀美甲用户覆盖率增幅为28.6%

美甲类移动应用用户排名中，秀美甲居首，覆盖率为0.09%，对比1月份增长率为28.6%；秀美甲主要为用户提供各类美甲资讯、团购优惠等，同时提供预约上门美甲的服务等

2015年7月美甲类应用覆盖率排名



2015年1月-7月秀美甲用户覆盖率变化趋势



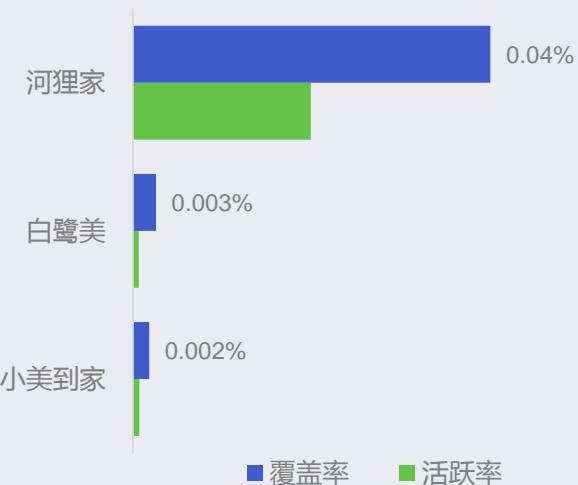
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用行业图谱：上门美容类典型应用

● 对比年初，河狸家用户覆盖率增幅为10.1%

上门美容类移动应用用户排名中，河狸家居首，覆盖率为0.04%，对比1月份增长率为10.1%；河狸家主要为用户提供品类丰富的上门美容服务，相对实体店价格更具优势

2015年7月上门美容类应用覆盖率排名



2015年1月-7月河狸家用户覆盖率变化趋势



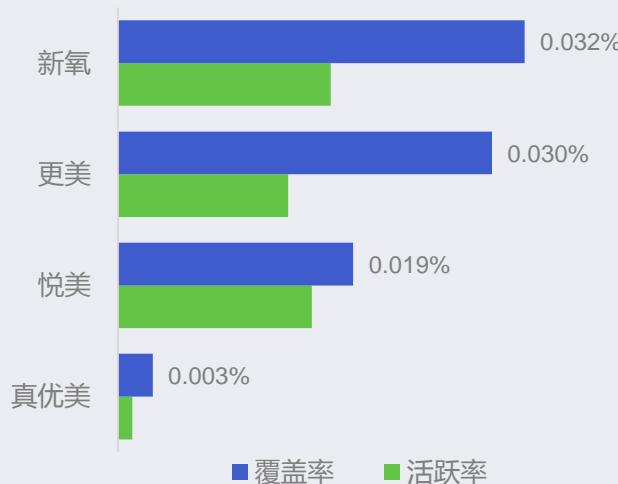
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用行业图谱：整形美容类典型应用

● 对比年初，新氧用户覆盖率为183.4%

整形美容类移动应用用户排名中，新氧居首，覆盖率为0.032%，对比1月份增长率为183.4%；新氧是一个整形美容社区，汇聚网友的各项变美分享以及各类整容项目的特卖等

2015年7月整形美容类应用覆盖率排名



2015年1月-7月新氧用户覆盖率变化趋势



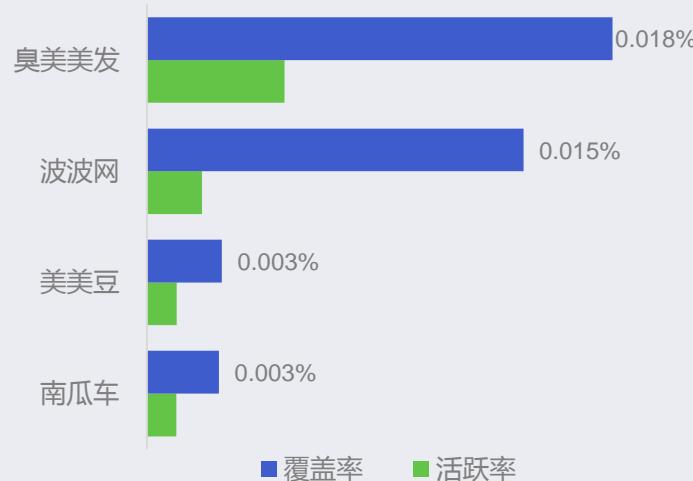
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用行业图谱：美发类典型应用

● 对比年初，臭美美发用户覆盖率下降73%

美发类移动应用用户排名中，臭美美发居首，覆盖率为0.018%，对比1月份下降73%；臭美美发主要为用户提供各类专业的发型咨询建议、发型适配以及美发互动社区等

2015年7月美发类应用覆盖率排名



2015年1月-7月臭美美发用户覆盖率变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据



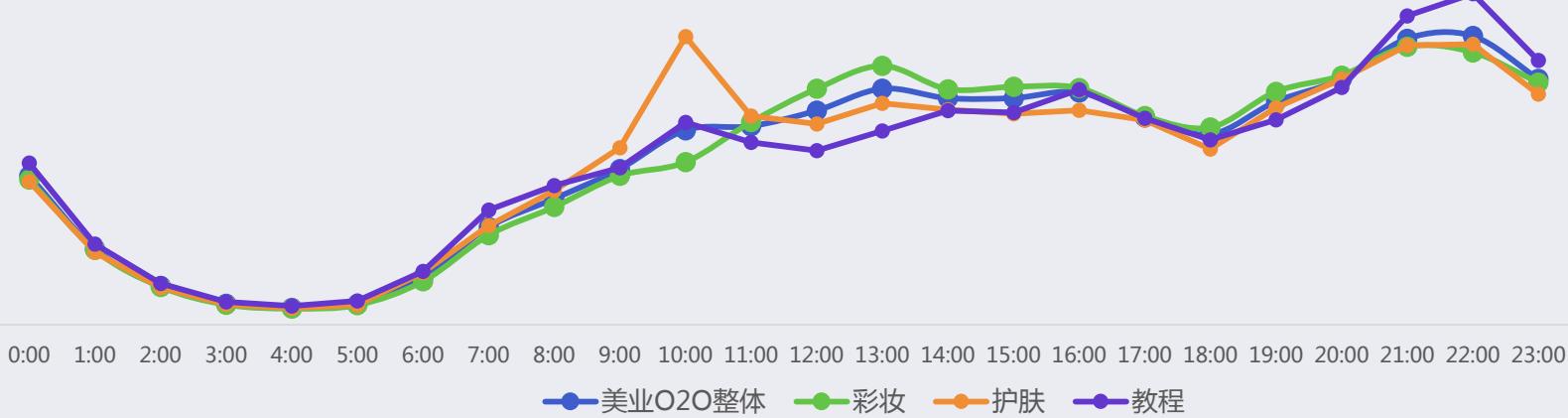
美业O2O移动应用内容偏好

美业O2O移动应用内容偏好：时段差异

● 内容关注呈碎片化，早上关注护肤，晚上关注各类教程

不同时段的内容需求略有差异；整体来看，美业O2O用户一天中最活跃时段为20:00-23:00；彩妆内容关注度较平均；护肤内容在早上10:00是一个小高峰；教程内容集中在21:00后，在家时间比较集中

美业O2O用户全天不同时段内容偏好



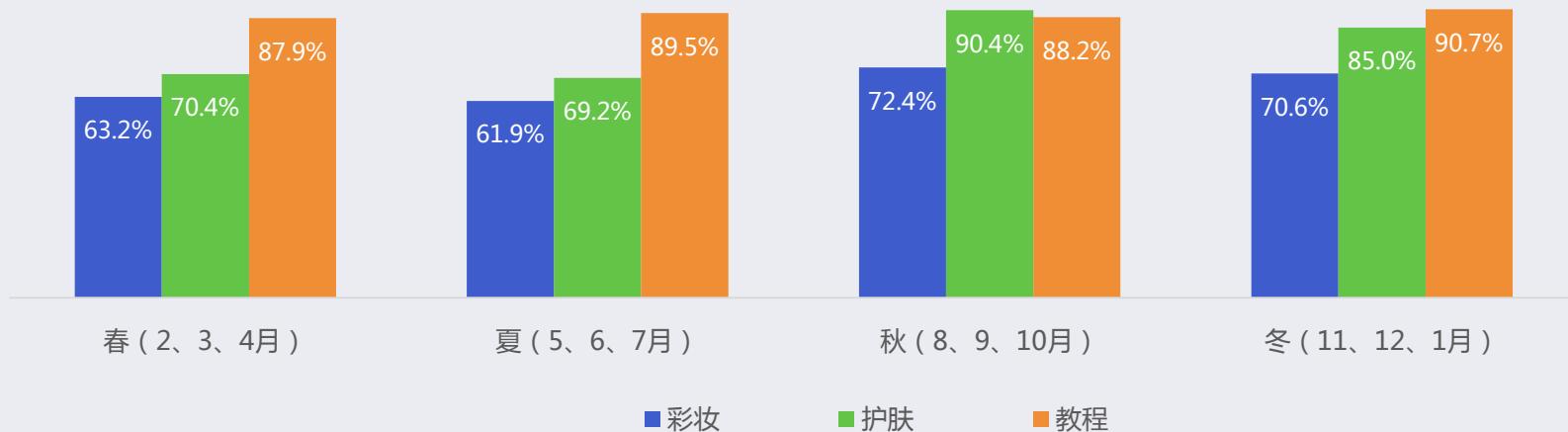
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心&抹茶美妆

美业O2O移动应用内容偏好：季节差异

● 不同季节内容偏好略有差异，秋、冬护肤需求较多

爱美之心永不灭，用户对彩妆和教程的热情一年四季都在持续，而秋冬季节因为天气干燥，护肤需求也相对较多

美业O2O用户全天不同季节内容偏好



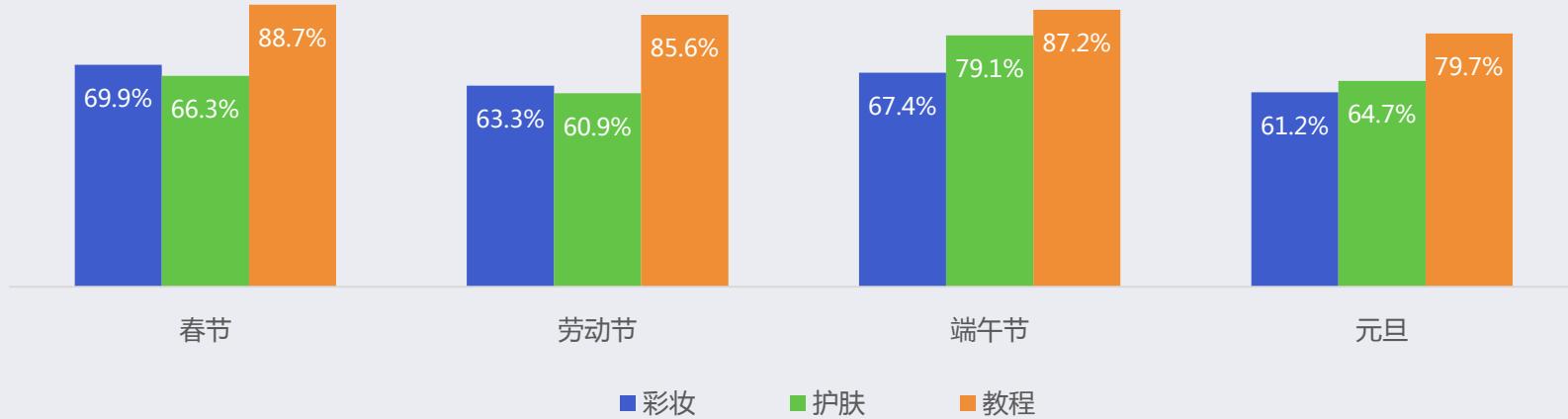
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心&抹茶美妆

美业O2O移动应用内容偏好：节假日差异

● 不同节假日内容偏好也略有差异，教程类内容热度始终持续

教程类内容热度始终在持续，相对来说，用户在春节彩妆需求较多、端午节护肤需求较多

美业O2O用户全天不同节假日内容偏好



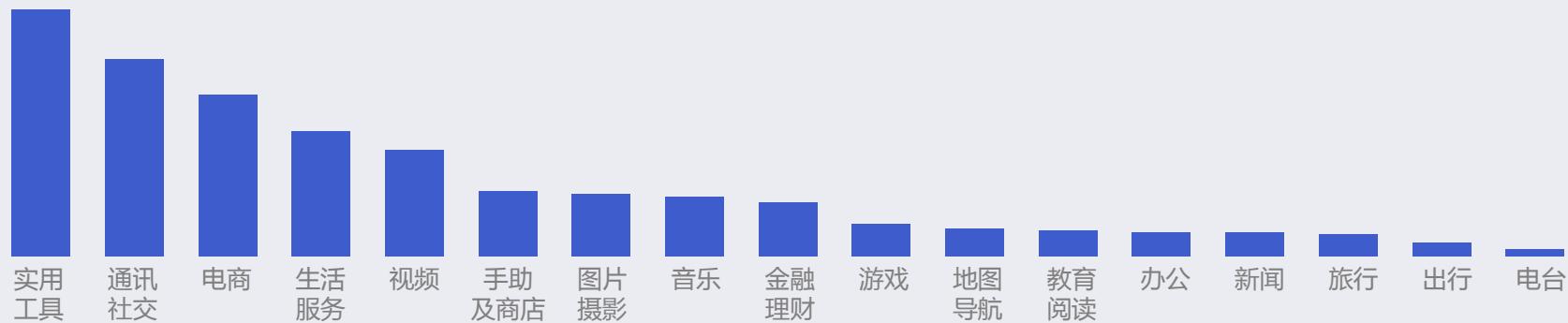
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心&抹茶美妆

美业O2O移动应用应用偏好：关联应用

● TOP3关联应用类型是实用工具、通讯社交和电商

美业O2O移动应用的关联应用类型中，TOP3类型是实用工具、通讯社交、电商

2015年7月美业O2O移动应用设备关联应用类型分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用应用偏好：关联应用

- 不同类型应用的关联应用存在差异，视频、团购、出行和音乐类应用与美业应用关联度高

排除大众化应用之后，抹茶美妆关联应用Top1是爱奇艺；秀美甲关联应用Top1是美团团购；河狸家关联应用Top1是滴滴打车；更美关联应用Top1是美团；波波网关联应用Top1是酷狗音乐

抹茶美妆关联应用



秀美甲关联应用



更美关联应用

波波网关联应用

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据；
图中排除了实用工具和通讯社交两类大众化应用类型以及手机淘宝、支付宝钱包两款应用



美业O2O移动应用人群画像

美业O2O移动应用人群画像：年龄&职业

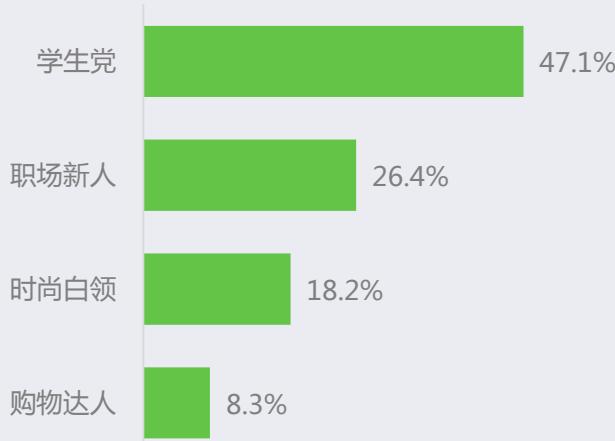
● 美业O2O用户以年轻的学生党为主

美业O2O移动应用用户以25岁以下年轻人为主，占比达到85%，该年龄层对学化妆及美妆购买决策的刚需最集中，且此年轻阶段的女性最具可引导性。而用户职业则以学生党为主，其次是职场新人

2015年7月美业O2O用户年龄分布



2015年7月美业O2O用户职业分布

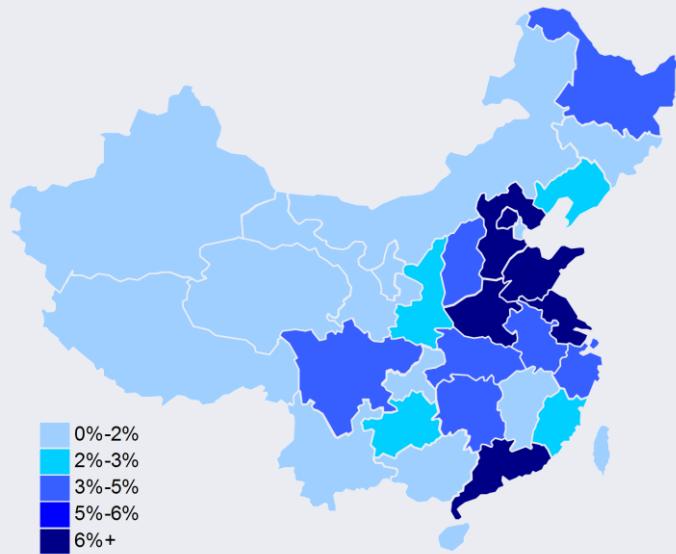


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心&抹茶美妆

美业O2O移动应用人群画像：省份

● 美业O2O用户省份集中在东部地区

美业O2O移动应用用户多分布在广东、北京等经济较发达地区，其中广东排名第一，占比10.3%；TOP10省份占比达到61%，目前市场还很集中



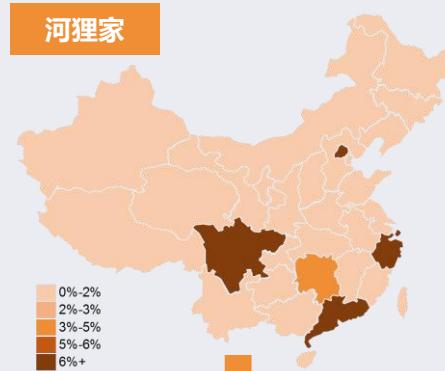
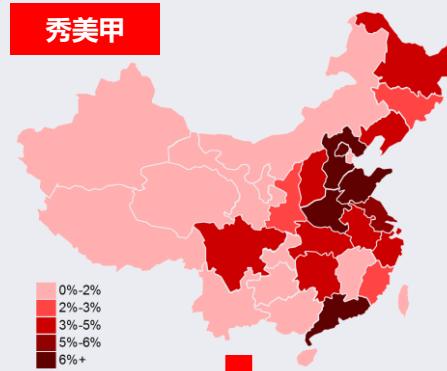
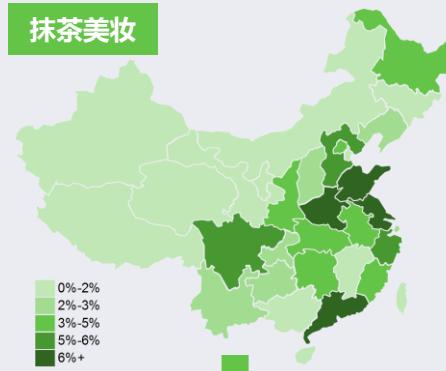
美业O2O移动应用省份分布TOP10		
1	广东	10.3%
2	北京	7.6%
3	河南	7.0%
4	山东	6.4%
5	河北	6.0%
6	江苏	6.0%
7	四川	4.9%
8	浙江	4.8%
9	湖南	4.1%
10	安徽	3.9%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用人群画像：典型应用省份对比

● 抹茶美妆和秀美甲覆盖范围更广泛，河狸家主打几个大城市

不同美业O2O应用的用户分布略有差异，对比典型的五个美业O2O应用，发现抹茶美妆优势省份是广东、河南和江苏；秀美甲则是广东、山东和河北；河狸家则是北京、广东和上海



抹茶美妆用户覆盖省份TOP3

排名	省份	覆盖占比
1	广东	9.5%
2	河南	7.6%
3	江苏	6.4%

秀美甲用户覆盖省份TOP3

排名	省份	覆盖占比
1	广东	8.9%
2	山东	8.8%
3	河北	7.9%

河狸家用户覆盖省份TOP3

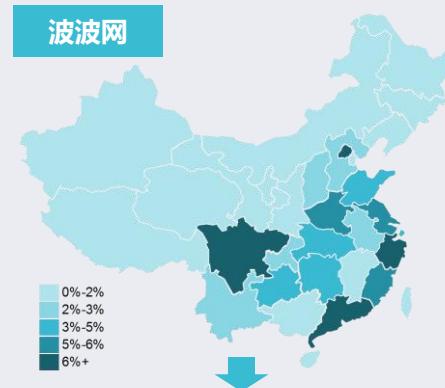
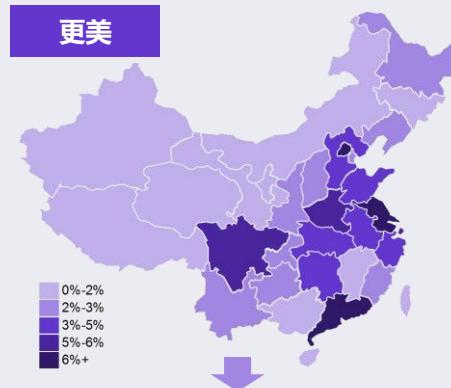
排名	省份	覆盖占比
1	北京	48.6%
2	广东	14.3%
3	上海	10.9%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用人群画像：典型应用省份对比

● 边发达地区整形美容接受度较高、南方地区用户更关注发型

不同美业O2O应用的用户分布略有差异，对比典型的五个美业O2O应用，发现更美优势省份是北京、广东和江苏；波波网则是广东、四川和浙江



更美用户覆盖省份TOP3

排名	省份	覆盖占比
1	北京	11.9%
2	广东	10.8%
3	江苏	6.1%

波波网用户覆盖省份TOP3

排名	省份	覆盖占比
1	广东	14.1%
2	四川	7.3%
3	浙江	7.2%

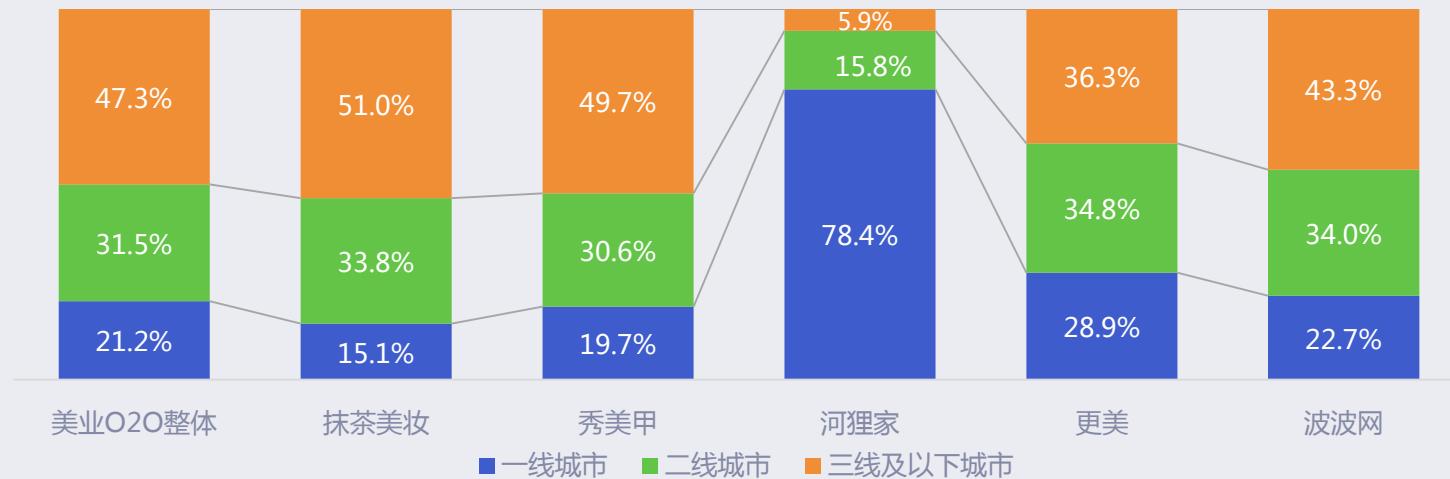
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用人群画像：城市级别分布

- 一二三线城市整体美业用户大概为1:2:3；美妆类下沉较快、上门服务目前以一线城市为主

美业O2O移动应用用户整体分布中，一线城市占比21.2%、二线城市占比31.5%、三线及以下城市占比47.3%；抹茶美妆在二线和三线及以下城市的占比较高，覆盖更广；河狸家以一线城市为主

美业O2O应用用户城市分布对比



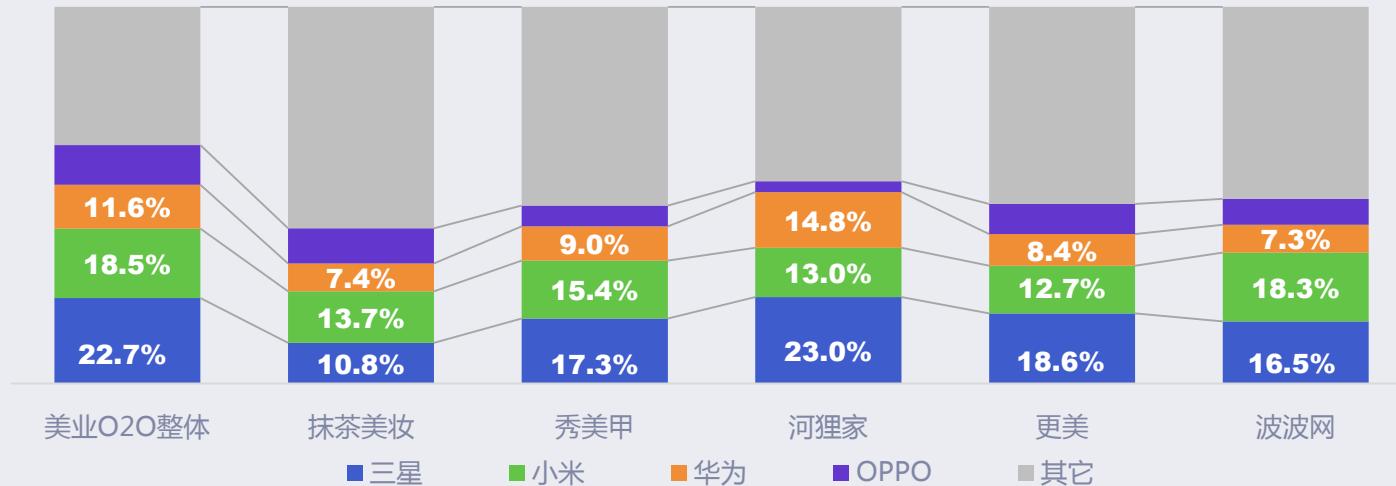
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用人群画像：设备品牌

● 设备品牌以三星、小米和华为为主

美业O2O移动应用用户设备品牌分布中，三星占比为22.7%、小米占比18.5%、华为占比11.6%

美业O2O应用用户设备品牌分布



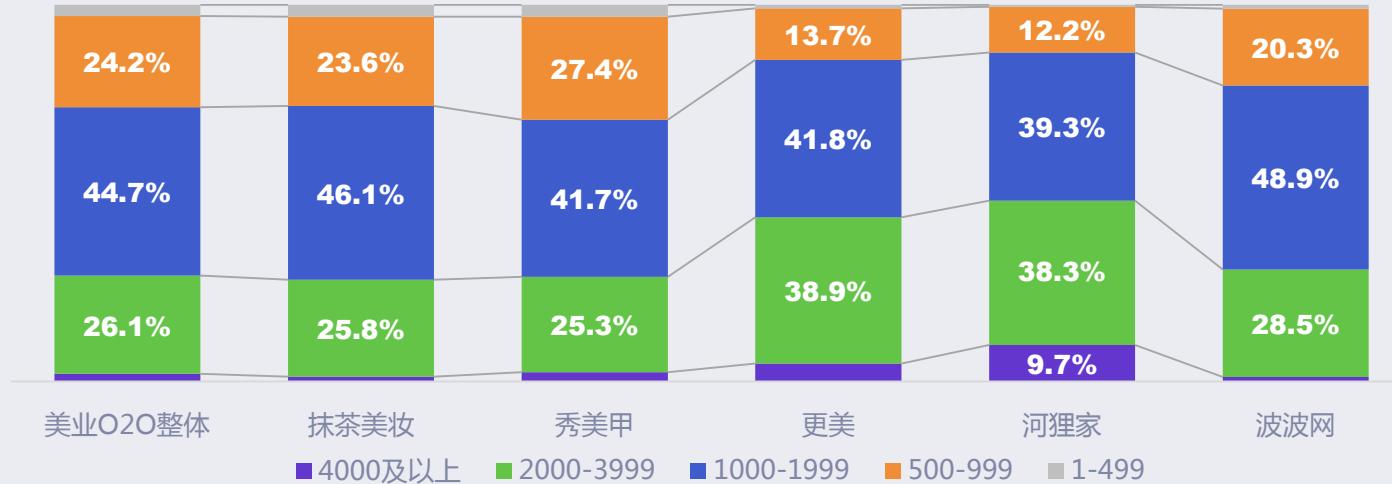
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

美业O2O移动应用人群画像：设备价格区间

● 设备机型以千元机为主

美业O2O移动应用用户设备机型价格区间分布中，千元机占比44.7%；河狸家用户机型相对较高端

美业O2O应用用户设备价格区间分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年7月Android平台数据

移动观象台

更多移动互联网的行业数据和报告请登录TalkingData移动观象台

https://www.talkingdata.com/index/#/app/app/zh_CN



研究报告说明

● 数据来源

- 1.数据来源于TalkingData数据中心。TalkingData数据中心数据基于来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据，及来自诸多合作伙伴，如应用市场、渠道、运营商的数据，等多种不同来源复合而成
- 2.公开资料收集和整理

● 数据周期

2015年7月

● 概念定义

- ✓ 用户覆盖率=当月安装过某个美业应用的设备数量/当月监测移动设备数量*100%
- ✓ 用户活跃率=当月使用过某个美业应用的设备数量/当月监测移动设备数量*100%

ABOUT US

关于TalkingData

- ▶ TalkingData（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，TalkingData逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过14亿独立智能设备，服务超过8万款移动应用，以及6万多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Ochirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

ABOUT PINTU

关于品途网

- ▶ 品途网是一家专注于观察和研究商业创新的新媒体，成立于2012年10月。品途网以“为用户提供创新参考”为使命，助力中坚菁英成长壮大；助力中国商业进化变革。
- ▶ 品途网CEO刘宛嵒，国际注册会计师（ACCA），历任世界500强企业高管。2012年创办品途网，致力于发现和研究商业创新与变革。



Thanks!



关注TalkingData和品途网官方微博获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com

www.pintu360.com