# 美拍分析报告

## 一．公司概况

美拍是美图公司推出的产品。美图公司成立于2008年10月，创始人是吴欣鸿。美图公司旗下拥有美图秀秀、美颜相机、美拍、美图手机等知名产品。美图公司的第一款产品是“美图秀秀”，这是目前中国最流行的图片处理软件。以美图秀秀为原点，美图公司将产品从PC端拓展到移动端，从软件拓展到硬件以及云，开发了很多新产品。2013年5月，美图公司进军硬件领域，发布了美图手机。2014年3月6日，美拍ios版本首次发布。

美拍是美图公司推出的短视频社区。利用美拍软件，用户可以通过各种MV特效对普通视频进行包装，添加很多特效，制作绚丽的视频，然后通过微信、微博分享给好友。这一产品特点很好地抓住了女性爱美的特点。产品iphone版于2014年5月上线，上线第一天就登App Store免费总榜第一。2014年12月，美拍获得App Store2014年度精选App。2015年1月，美拍用户总数突破1亿。

## 二．市场概况

### 2.1 行业概况

由2013年的调研数据显示：“中国移动视频市场收入规模2010年为6.67亿元，2011年达到21.6亿元，到2013年预计达到116.1亿元。在用户规模方面，2010年手机视频市场用户规模为7718万，2011年底突破1.31亿，预计2013年达到2.82亿。全球方面，2014年全球付费手机视频用户将增长至5.31亿，相当于2010的2.5倍左右。”，可见移动视频的市场规模非常巨大，而且增长

很快。

### 2.2 国内竞品分析

在国内，与美拍视竞争的短视频平台有新浪秒拍、微拍、啪啪奇、微可拍、微录客等。由易观国际公布的报告来看，这一领域中美拍处于排名第一的位置，活跃用户数高于排名第二、第三的微视和秒拍的总和。

微视是一个UGC分享社区，由于依托于强大的腾讯平台的支持，微视拥有天然的海量的用户群。微视相当于视频版的朋友圈，朋友圈在社交圈中属于强关系，因此微视的分享和传播可以通过强关系链分享传播，有很大的优势。微视在营销上也有很大优势，比如微视之中的一个版块：微视好声音。它是腾讯视频大力推出的原创节目，是中国好声音独家网络播出平台。腾讯选择了当下最火的节目走综艺营销之路，并借此大力宣传自身产品，实现了广告的强关系传播。

秒拍依托着新浪的平台得UGC分享社区。新浪微博在社交圈中属于弱关系，秒拍通过微博传播，并不适合草根用户选择，更适合做大V们的分享平台。这就造成了用户扩张的困难。在产品上，秒拍分享到各平台时不能加文字描述，这样的产品设计在传播时非常不利。

美拍依托的平台是美图秀秀。有关数据显示，在中国，每7个人就有1个是美图的用户，每2个果粉就有1个是美图的用户，平均每3台安卓手机就有1台安装了美图秀秀。可以看出，美图秀秀同样是个强大的平台。但是，在社交圈上，美拍要明显输给微视和秒拍，从视频分享平台就可以看出，美拍只实现将视频直接分享到新浪微博和Facebook。美拍的突出优势在于美拍具有完美的后期特效，这是其他两个产品所不具有的。因此，拍未来的发展方向可能更倾向于视频处理软件，而非视频社交软件。

### 2.3 国外竞品分析

在国外，与美拍相类似的产品有Viddy、Socialcam等，

Viddy是一个短视频分享APP，依托于Twitter，其运营模式和产品特点与Instagram有诸多相似之处。Viddy的产品模式是UGC在分享社区模式，在产品设计时，很注重便携操作、跨平台分享和内置社区三大产品要素。Viddy的运营模式是借助Twitter和facebook的开放接口，借助社交平台扩张。

Socialcam是一个移动视频社交APP，其产品特点是无视频长度和存储空间限制，可以将视频存储在云端中，通过经典和特殊视频滤波器处理后，可以分享到 Facebook、Twitter和YouTube，在产品和技术上，与同类产品并无太大差异。Socialcam在运营上，借助facebook的社交功能扩张其用户，然后借助Youtube充足的视频内容留住用户。

## 三、公司信息

### 3.1 产品业务

美图公司的产品有美图秀秀、美拍、美颜相机、美图看看、表情工厂、海报工厂、美图贴贴、美图gif、美陌、美图拍拍、美图控、美图化妆秀、美图多多。产品主要围绕着图片和视频美化展开。其中，用户量比较大的产品有美图秀秀、美拍和美颜相机。美图秀秀是一款简单易用的免费图片处理软件，2008年美图公司推出美图秀秀，打入图片美化市场。在美图秀秀的基础上，将美化技术融入到相机中，推出美颜相机；将美化技术融入到视频中，推出美拍；同时，围绕着图片和视频美化，还推出了美图gif、表情工厂等一系列周边辅助工具。

### 3.2商业模式

美图公司目前主要盈利模式是广告合作，下一步的发展方向可能会是涉足硬件市场。

### 3.3运营和财务数据

由2014年6月数据显示，2013年美图公司营收8000万元，2011年到2013年三年平均增长率125%。截止 2014 年，美图公司实现 6 亿营收，其中广告与手机占营收的大头，而手机的比例会更高一些。

公司总用户数7.4亿，其中移动端4.22.亿，月活跃用户1.36亿，日活跃用户2358万。到2015年4月8日，美图移动端产品的用户数已经达到9.8亿，覆盖6.8亿台移动设备。其中，美图秀秀用户数4.4亿，美颜相机2.4亿，美拍1.3亿用户。

截止2015年1月，美拍的用户数据是日活500万，月活3000多万。运营数据是，用户的每日的停留时长15分，美拍平均每日用户上传视频95万，每日视频分享次数为159万，每日视频播放次数为1.6亿。

### 3.4历史融资

2014年，美图公司共完成了A、B、C三轮融资，累计融资金额为3.6亿美元。投资机构包括：创新工场、IDG、启明创投、老虎基金、策源创投、H Capital、富士康、华夏基金。

## 二．投资分析

继文字、图片、音乐之后，视频将成为移动互联网中兴起的“风口”。视频与文字图片相比，最能直接的展现出人的状态和感受，因此视频是一种最亲切、最舒适、最方便的信息传播方式，这意味着从长远看，随着移动互联网的发展，在很多技术问题得以解决、移动互联网场景更加丰富之后，场景视频很可能代替描述性文字成为最主要的信息传递方式。因此，从长远来看移动视频领域尤其是UGC社区是一个非常有前景的行业。

但是短期看来，移动视频领域的发展受到了很大程度的制约。首先，是流量费用和网速的问题。虽然4G已经开始普及，但是流量费用的问题无法避免。其次，是设备制约这移动视频分享的发展。目前，手机只能实现简单的视频修改和美化，很多后期处理手机目前还难以做到。第三，是用户习惯的问题，这包含两个问题：使用习惯和消费习惯。受设备制约，用户还未养成拍摄视频之后接着用手机美化和修改的习惯。另外，大多数人消费文字和图片的习惯大都是利用其零碎的时间进行，而移动视频分享地时间和有声特性让人们无法再利用零碎时间消费内容，这导致移动视频分享和消费都不易普及。最后，移动视频分享尚找不到收益模式。移动视频分享应用不能直接采用PC端盈利模式，比如视频前插播广告、付费下载以及增值服务，因为这对用户流量以及用户习惯都会产生很多问题。

对于美拍公司而言，美拍公司的优势在于其拥有图片和视频美化的核心技术，其弱势在于不具备一个良好的社交圈。因此，它能解决一般公司所难以解决的行业问题：设备制约移动视频发展的问题。美拍可以在现有移动设备条件的基础上解决图片美化的问题，进而培养用户视频优化和修改的习惯。但美拍的一个发展阻碍也很明显，美拍的传播渠道很受阻碍。美拍要打造自己的社交圈是有难度的，因为目前美拍对用户来说还是一个功用性的视频美化软件。美拍要借助其他社交平台，首先这就存在一个风险，而且现在用户用美拍拍摄视频然后用在自己的社交平台上传播的习惯也暂时并未养成。

考虑到美拍的优势和劣势，会将美拍纳入公司发展战略的有两类，一类是和女性相关的公司，如婚恋、美妆等。这类公司首先会对美拍的用户群体很感兴趣，而且，美拍的图片和视频美化功能可以提升它们的产品。另一类是移动社交平台，很可能的公司是腾讯。从微信的发展来看，从文字到图片到声音到视频，是一个转变的趋势。目前，受技术影响，微信已经走了到声音这一步，随着技术发展，腾讯很可能会走到视频这一步。微视只解决了视频的基本功能，在视频的美化、修改、个人心情的融入等良好的用户体验方面，还需要美拍的支持。

美拍拥有1.3亿用户，月活3000多万。由于美拍中很多用户注册后很少再次使用，此类用户价值计算为0。考虑月活3000万用户，按广告、引流、软件内购买等常用盈利方式计算，平均每个用户能带来10元左右的收益，美拍的估值在3亿元左右。

## 三．总结

在移动视频领域，从技术层面解决当前视频流量、视频质量、视频内容问题是当下的关键问题。随着移动互联网的发展，场景的增加会增大移动视频的应用范围。随着通讯技术的发展，移动视频的流量问题和质量问题会得到改善。随着移动硬件技术的提升，视频在手机端的后期处理会更容易。这意味着，移动视频在未来的竞争比的是拥有更多地用户，拥有更紧密的社群。

一个UGC社区的运作分为三步：内容的产生，内容的优化，内容的传播。受限于眼前的状况，现在内容的产生主要集中大V、明星，还并没有在大众中普及。内容的优化是移动视频社区用户体验中很重要的一部分。内容的传播是最重要也是最有门槛的一个环节。因为只有内容得以传播才能够产生互联网效应，而现在的移动互联网传播渠道并不多，微信占了很大的额度。

美拍现在的强势源于其解决了UGC社区内容的优化环节的问题，因而具有良好的用户体验，导致其用户量暴增。但其本身不具有做社交的基因，所以内容的传播环节会有很大的问题。美拍当前的视频优化技术优势会随着硬件技术的提升而减弱。所以我认为美拍未来无投资空间。

微视虽然当前热度不及美拍，但微视拥有微信强大的传播渠道，因此微视在内容的传播上有很大的优势。随着技术的发展和人们观念习惯的改变，内容的产生会越来越多，内容的优化也会变得更简单。这时，微视会在行业中很有优势，可以考虑投资。