

2020 年上半年互联网和相关服务业运行情况

发布时间：2020-07-30 来源：运行监测协调局

2020 年上半年，互联网和相关服务业呈现逐步向好发展态势，业务收入、研发投入恢复两位数增长，利润保持正增长；不同领域的互联网企业呈现分化发展态势。

一、总体运行情况

互联网业务收入较快增长。上半年，我国规模以上互联网和相关服务企业（简称互联网企业）完成业务收入 5907 亿元，同比增长 14.1%，增速较一季度提高 12.6 个百分点，仍低于去年同期 3.8 个百分点。

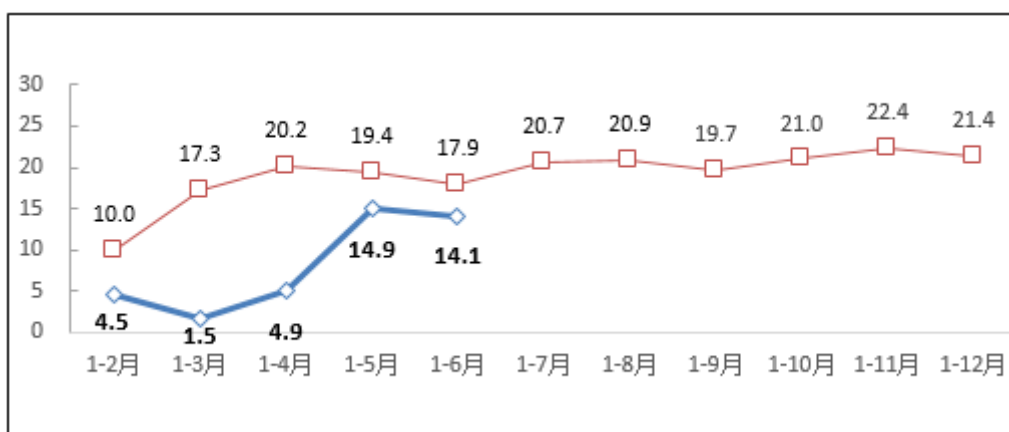


图1 2019-2020年1-6月互联网业务收入增长情况

行业利润保持正增长。上半年，全行业共实现营业利润 521.6 亿元，同比增长 2.8%，扭转一季度大幅下滑局面，但低于去年同期 19.9 个百分点，低于同期收入增速 11.3 个百分点。

研发投入延续增速回升态势。上半年，全行业完成研发费用 313.4 亿元，同比增长 10.7%，增速较一季度提高 10.7 个百分点，仍低于去年同期 18.7 个百分点。

二、分业务、地区运行情况

信息服务收入较快增长，音视频服务增势突出。上半年，互联网企业共完成信息服务（包括网络音乐和视频、网络游戏、新闻信息、网络阅读等在内）收入 3577 亿元，同比增长 16.3%，增速较一季度提高 5.2 个百分点，在互联网业务收入中占比为 60.6%。

互联网平台服务收入加速增长，在线教育和电子商务平台企业领先发展。上半年，互联网平台服务企业（以提供生产服务平台、生活服务平台、科技创新平台、公共服务平台等为主）实现业务收入 1728 亿元，同比增长 13.6%，扭转一季度下滑局面，且增速较 1—5 月回升 8.7 个百分点，占互联网业务收入比为 29.3%。

互联网接入服务收入下滑，互联网数据服务较快增长。上半年，互联网企业完成互联网接入及相关服务收入 212.7 亿元，同比下降 5.8%；完成互联网数据服务（包括云服务、大数据服务等）收入 87.6 亿元，同比增长 14.3%，增速较一季度提高 5.4 个百分点。

中部地区互联网业务收入增势突出，东北地区持续下滑。上半年，东部地区完成互联网业务收入 5038 亿元，同比增长 15.7%，占全国（扣除跨地区企业）互联网业务收入的比重为 91.5%。中部地区完成互联网业务收入 226.7 亿元，同比增长 26%，高出全国平均水平 11.9 个百分点。西部地区完成互联网业务收入 220.2 亿元，同比增长 12%，低于全国平均水平 2.1 个百分点。东北地区完成互联网业务收入 19.5 亿元，同比下降 4.8%。

主要省份实现较快增长，部分省份增势突出。上半年，互联网业务累计收入居前 5 名的北京（增长 27.7%）、广东（增长 0.7%）、上海（增长 21.7%）、浙江（增长 24.8%）和江苏（增长 35.5%）共完成互联网业务收入 4820 亿元，占全国（扣除跨地区企业）比重达 81.6%，其中 4 个省份增速超过全国平均水平。全国互联网业务收入增速实现正增长的省份有 21 个，其中宁夏、湖北、重庆和天津等省份增幅超过 50%，内蒙古、新疆、甘肃、黑龙江、辽宁等省份降幅仍较大。

三、我国移动应用程序（APP）数量增长情况

移动应用程序（APP）数量稳步回升。截止到 2020 年 6 月末，我国国内市场上监测到的 APP 数量为 359 万款，比 5 月末减少 1 万款，环比下降 0.3%。其中，本土第三方应用商店 APP 数量为 212 万款，苹果商店（中国区）APP 数量为 147 万款。5 月，新增上架 APP 数量 10 万款，下架应用 11 万款。

游戏类应用数量保持领先。截止到 6 月末，移动应用规模排在前 4 位种类的 APP 数量占比达 58.6%，其他社交通讯、教育等 10 类 APP 占比为 41.4%。其中，游戏类 APP 数量继续

领先，达 92.5 万款，占全部 APP 比重为 25.8%，环比增加 2.6 万款。日常工具类、电子商务类和生活服务类 APP 数量分别达 50.8 万、36.5 万和 30.5 万款，分列移动应用规模第 2—4 位，占全部 APP 比重分别为 14.1%、10.2%和 8.5%。

音乐视频类应用分发总量稳居首位。截止到 6 月末，我国第三方应用商店在架应用分发总量达到 13363 亿次。其中，音乐视频类下载量排第一位，下载量达 1810 亿次，环比增长 6.6%；游戏类下载量排名第二位，下载量达 1722 亿次，环比增长 7.3%；日常工具类、社交通信类、系统工具类、生活服务类分别以 1555 亿次、1543 亿次、1219 亿次、1204 亿次排名第 3—6 位。在其余各类应用中，下载总量超过 500 亿次的还有新闻阅读类（1088 亿次）、电子商务类（869 亿次）、金融类（776 亿次）、拍照摄影类（515 亿次）和教育类（514 亿次）。

附注：

1. 为更精准反映移动应用市场动态，监测数据由“累计策略（即统计数据为累计计算）”改为“在架策略（即统计数据仅针对在架应用，剔除下架应用）”。

2. 我们参考市场上应用商店分类情况，将移动应用程序（APP）划分为：游戏、日常工具、电子商务、生活服务、社交通讯、教育、主题壁纸、新闻阅读、运动健康、系统工具、音乐视频、金融、拍照摄影及其它，共 14 个类别。