

# 2020年1-8月互联网和相关服务业运行情况

来源：运行监测协调局

1—8月，互联网和相关服务业发展态势平稳，业务收入增速略有回落，仍保持两位数增长，利润总额大幅回升，研发投入持续增强，各类互联网企业为社会经济生活各方面提供信息服务、互联网平台服务，实现自身良性发展；在线教育、网络销售等疫情期间快速增长的领域，随着用户习惯养成，已逐步形成新常态。

## 一、总体运行情况

互联网业务收入增速小幅回落。1—8月，我国规模以上<sup>1</sup>互联网和相关服务企业（简称互联网企业）完成业务收入7962亿元，同比增长13.6%，增速较1—7月回落1.3个百分点，低于去年同期7.3个百分点。

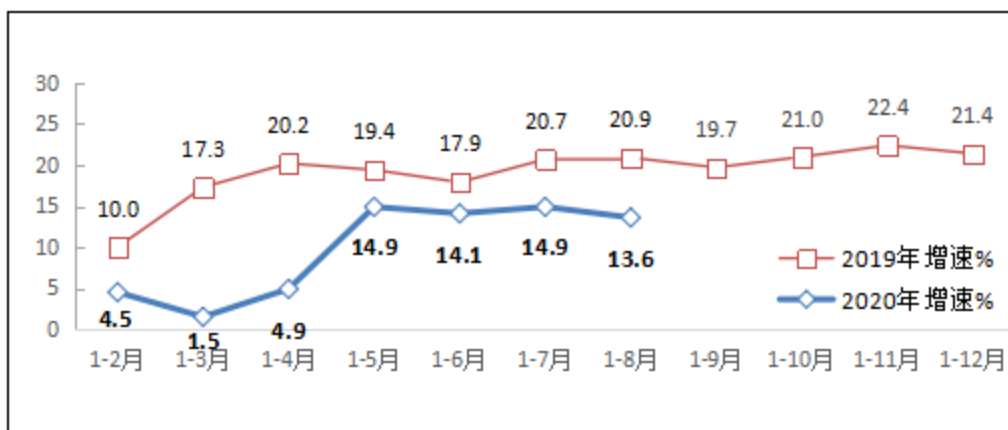


图1 2019-2020年1-8月互联网业务收入增长情况

行业利润增速大幅回升。1—8月，全行业实现营业利润736亿元，同比增长23.7%，增速较1—7月提高17.8个百分点，但仍低于去年同期9个百分点，高出同期收入增速10.1个百分点。

研发投入增速小幅回升。1—8月，全行业完成研发费用429.4亿元，同比增长12.9%，增速较1—7月提高3个百分点，但低于去年同期8.1个百分点。

## 二、分业务、地区运行情况

信息服务收入增速继续小幅回落，网络游戏、音视频服务增长逐步常态化。1—8月，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4670亿元，同比增长13.4%，增速较1—7月回落1.7个百分点，在互联网业务收入中占比为58.7%。其中，网络游戏、音视频服务类企业的业务收入由高速增长逐步回落，逐步走向常态化增长；新闻和内容服务类企业加快转型，业务收入增速小幅回升。

互联网平台服务收入增速领先全行业，在线教育、网络销售、生产服务类平台持续向好。1—8月，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2554亿元，同比增长17.2%，增速高出全行业3.6个百分点，占互联网业务收入比为32%。其中，以在线教育服务为主的企业继续保持高速增长；以提供生活服务为主的平台企业业务收入增速回落；以提供生产制造和生产物流平台服务为主的企业收入增速较上半年均实现大幅提升；在实体销售进一步网络化、节日促销、直播购物新模式等带动下，网络销售平台企业业务持续向好。

互联网接入服务收入低速增长，互联网数据服务收入增速有所回落。1—8月，互联网企业完成互联网接入及相关服务收入263.1亿元，同比增长2.6%，增速较1—7月回落1个百分点；完成互联网数据服务（包括云服务、大数据服务等）收入118.6亿元，同比增长12.1%，增速较1—7月回落5.3个百分点。

中部地区互联网业务收入增速持续回落，西部和东北地区增长低于全国水平。1—8月，东部地区完成互联网业务收入6921亿元，同比增长15.2%，增速较1—7月回落1.2个百分点，占全国（扣除跨地区企业）互联网业务收入的比重为92%。中部地区完成互联网业务收入284.7亿元，同比增长12.1%，增速较1—7月回落5个百分点。西部地区完成互联网业务收入292.3亿元，同比增长10.7%，低于全国平均水平2.9个百分点。东北地区完成互联网业务收入25.5亿元，同比下降7.7%，降幅较1—7月扩大6.2个百分点。

主要省份实现较快增长，部分省份增势突出。1—8月，互联网业务累计收入居前5名的广东（增长4.6%）、北京（增长22.4%）、上海（增长19.7%）、浙江（增长26%）和江苏（增长13.7%）共完成互联网业务收入6621亿元，占全国（扣除跨地区企业）比重达83.2%，其中4省增速超过全国平均水平，3省增速较1—7月实现提升。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、重庆增幅超过30%，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）数量有所减少。截止到 2020 年 8 月末，我国国内市场上监测到的 APP 数量为 351 万款，比 7 月末减少 6 万款，环比下降 1.7%。其中，本土第三方应用商店 APP 数量为 208 万款，苹果商店（中国区）APP 数量为 143 万款。8 月，新增上架 APP 数量 10 万款，下架应用 16 万款。

游戏类应用数量保持领先。截止到 8 月末，移动应用规模排在前 4 位种类的 APP 数量占比达 58.4%，其他社交通讯、教育等 10 类 APP 占比为 41.6%。其中，游戏类 APP 数量继续领先，达 89.8 万款，占全部 APP 比重为 25.6%，环比减少 3.3 万款。日常工具类、电子商务类和生活服务类 APP 数量分别达 49.8 万、35.7 万和 29.5 万款，分列移动应用规模第二、三、四位，占全部 APP 比重分别为 14.2%、10.2%和 8.4%。

游戏类应用分发总量居首位。截止到 8 月末，我国第三方应用商店在架应用分发总量达到 14243 亿次。其中，游戏类下载量排第一位，下载量达 2132 亿次，比 7 月增长 11.9%；音乐视频类、日常工具类、社交通讯类、系统工具类分别以 1873 亿次、1604 亿次、1587 亿次、1290 亿次排名第二至五位。生活服务类和新闻阅读类下载量分别达 1203 亿次和 1077 亿次。在其余各类应用中，下载总量超过 500 亿次的还有电子商务类（904 亿次）、金融类（800 亿次）、教育类（635 亿次）和拍照摄影（527 亿次）。

附注：

1. 规模以上互联网和相关服务业企业，指上一年度互联网和相关服务收入 500 万元以上的企业。

2. 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）”。

3. 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。