

2021年1-7月互联网和相关服务业运行情况

发布时间：2021-09-01 14:40 来源：运行监测协调局

1—7月，互联网和相关服务业发展态势平稳，业务收入和营业利润增长较快，研发费用保持两位数增长。细分领域呈现不同增长态势，各类互联网平台服务社会经济的同时，平台业务收入实现快速增长；信息服务进一步规范发展，业务收入稳步增长。

一、总体运行情况

互联网业务收入增长加快。1—7月，我国规模以上互联网和相关服务企业（下称“互联网企业”）完成业务收入8869亿元，同比增长26.3%，增速较1—6月提高0.7个百分点；两年平均增速20.5%，基本恢复至2019年同期（增长20.7%）水平。



图1 2020-2021年1-7月互联网业务收入增长情况 (%)

行业利润加速提升。1—7月，规模以上互联网企业实现营业利润842.9亿元，同比增长28%，增速较1—6月提高0.6个百分点；两年平均增速16.4%，略低于2019年同期（增长19.5%）水平3.1个百分点。

研发费用增长小幅回落。1—7月，规模以上互联网企业投入研发费用407.9亿元，同比增长12.9%，增速较1—6月回落1个百分点，仍高出上年同期3个百分点。

二、分业务运行情况

（一）信息服务收入增长较快，音视频服务领域增速小幅回落。1—7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4944亿元，同比增长18.3%，增速较1—6月提高2.9个百分点；在互联网业务收入中占比为55.7%，同比下降4.2个百分点。其中，音视频服务领域增速连续三个月小幅下调；网络游戏领域增速明显回升；新闻和内容服务类和以提供搜索服务为主企业的业务收入增速小幅回升。

（二）各类平台蓬勃发展，互联网平台服务收入高速增长。1—7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）收入3160亿元，同比增长48.3%，增速较1—6月回落7个百分点；在互联网业务收入中占比为35.6%，同比提高4.7个百分点。其中，在线教育服务类企业平稳增长；网络销售平台企业增势突出；生活服务类平台企业快速增长，改变上年同期低增长态势；以提供生产制造和生产物流平台服务为主的企业增长较快。

（三）互联网接入服务收入增幅回落，互联网数据服务收入增长较快。1—7月，互联网企业完成互联网接入及相关服务收入236.2亿元，同比增长1.2%，增速较1—6月回落7.1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129.6亿元，同比增长20.7%，增速较1—6月回落2.7个百分点。

三、分地区运行情况

东部地区互联网业务收入保持较快增长，西部地区增势突出。1—7月，东部地区完成互联网业务收入7525亿元，同比增长26%，增速较1—6月提高0.3个百分点，低于全国平均水平0.3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89.4%。中部地区完成互联网业务收入333.9亿元，同比增长0.1%，扭转1—6月负增长局面。西部地区完成互联网业务收入528.6亿元，同比增长59.8%，增速较1—6月提高11.9个百分点，高于全国平均水平33.5个百分点。东北地区完成互联网业务收入29亿元，同比增长17.8%，增速较1—6月回落0.6个百分点。

主要省市实现较快增长，其他省市发展态势分化。1—7月，互联网业务累计收入居前5名的北京（增长32.7%）、广东（增长10.5%）、上海（增长44.0%）、浙江（增长22.5%）和江苏（增长4.6%）共完成互联网业务收入7000亿元，同

比增长 26%，增速低于全国平均水平 0.3 个百分点，占全国（扣除跨地区企业）比重达 83.2%。全国互联网业务增速实现正增长的省市有 25 个，比上月增加 2 个。其中河南、四川、陕西、云南、西藏、辽宁等 6 个省份增速超过 50%，安徽、重庆两省降幅超过 15%。

四、我国移动应用程序（APP）发展情况

移动应用程序（APP）数量有所下降。截止到 7 月底，我国国内市场上监测到的 APP 数量为 291 万款，比上月末净减少 11 万款。其中，本土第三方应用商店 APP 数量为 155 万款，苹果商店（中国区）APP 数量为 136 万款。7 月，新增上架 APP 数量 11 万款，下架应用 22 万款。

游戏类应用数量下降较多，规模仍保持领先。截止到 7 月底，移动应用规模排在前 4 位的 APP 占比达 58.2%，其他社交通讯、教育等 10 类 APP 占比为 41.8%。其中，游戏类 APP 数量继续领先，达 69.7 万款，占全部 APP 比重为 24.0%，比上月末净减少 3.2 万款。日常工具类和电子商务类 APP 数量分别达 44.3 万和 28.5 万，分列移动应用规模第二、三位，占全部 APP 比重分别为 15.3% 和 9.8%。生活服务类 APP 数量超过社交通讯类上升为第四位，达 26.4 万款，占全部 APP 比重为 9.1%

游戏类应用分发总量居首位。截止到 7 月底，我国第三方应用商店在架应用分发总量达到 19028 亿次。其中，游戏类下载量排第一位，下载量达 2945 亿次；日常工具类、社交通讯类下载量均超 2000 亿次，排名第二、三位，下载量达 2608 亿次和 2476 亿次；音乐视频类、生活服务类、新闻阅读类、系统工具类和电子商务类分别以 1987 亿次、1714 亿次、1485 亿次、1349 亿次和 1210 亿次，排名第四至八位。在其余各类应用中，下载总量超过 500 亿次的还有金融类（942 亿次）、教育类（841 亿次）和拍照摄影类（704 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。

3. 规模以上互联网和相关服务企业，指上一年度互联网业务收入 500 万元及以上企业。