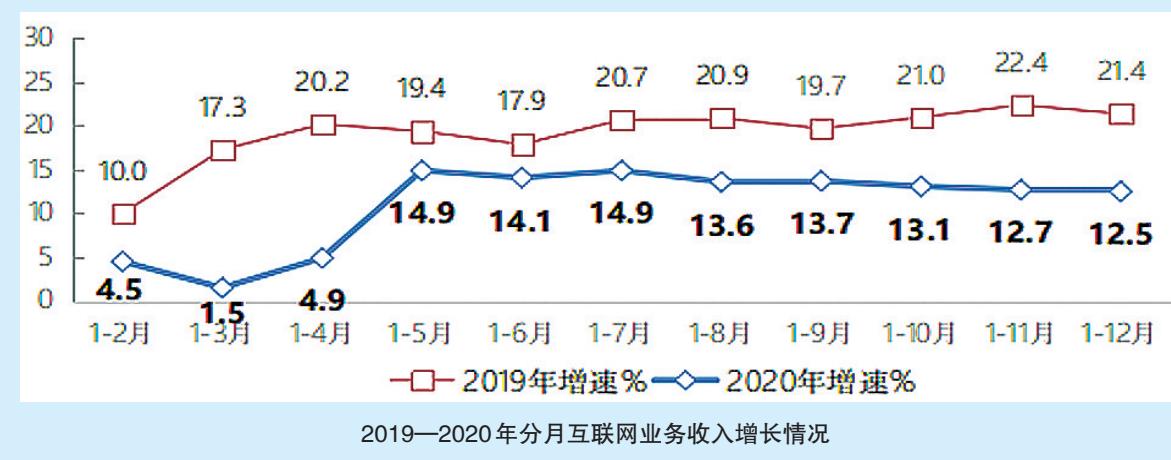


2020年我国规模以上互联网企业收入同比增长12.5%

工业和信息化部运行监测协调局

2020年快报数据显示，互联网和相关服务业发展态势平稳，业务收入稳中有落，利润保持两位数增长，研发费用增速回落。细分领域呈现不同增长态势，音视频服务企业、在线教育平台等保持较快增长，生活服务平台等受疫情影响较大。



数据来源：工业和信息化部运行监测协调局

总体运行情况

2020年，我国规模以上互联网企业完成业务收入12838亿元，同比增长12.5%。

互联网业务收入增长稳中有落。2020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12838亿元，同比增长12.5%。全年增速整体低于上年水平，月度呈现前4个月低速增长、5—7月增速达到高点、再逐月小幅回落态势。

行业利润增速高于收入。2020年，规模以上互联网企业实现营业利润1187亿元，同比增长13.2%，增速低于上年同期3.7个百分点；得益于成本控制较好，营业成本仅增长

2.4%，行业营业利润高出同期收入增速0.7个百分点。

研发费用增速回落。2020年，规模以上互联网企业投入研发费用788亿元，同比增长6%，增速低于上年同期17.1个百分点。

分业务运行情况

2020年，互联网平台服务企业实现业务收入4289亿元，同比增长14.8%。

(一)信息服务收入增速稳中有落，音视频服务增长较快。2020年，互联网企业共完成信息服务收入7068亿元，同比增长11.5%，增速低于上年同期11.2个百分点，在互联网业务收入中占比为55.1%。其中，音视频服务领域高速增长态势逐步降温，

业务收入增速回落，研发费用领先行业；网络游戏领域增长呈前高后低态势；新闻和内容服务类企业的业务收入实现正增长，以提供搜索服务为主的企业业务仍低迷。

(二)互联网平台服务收入增长平稳，其中在线教育及生产服务类平台增速较快。2020年，互联网平台服务企业实现业务收入4289亿元，同比增长14.8%，增速低于上年同期10.1个百分点，占互联网业务收入比为33.4%。其中，以在线教育服务为主的企业受疫情反复等因素影响增长提速，业务收入高速增长；网络销售平台企业的业务收入增速较1—11月有所回落，直播带货、社交团购等线上销售方式持续活跃；以提供生活服务平台服务为主的企业受近期疫情影响，业务收入再次下滑；以提供生产制造和物流平台服务为主的企业收入持续较快增长。

(三)互联网接入服务收入增

回落，互联网数据服务收入增势突出。2020年，互联网企业完成互联网接入及相关服务收入447.5亿元，同比增长11.5%，增速低于上年同期20.8个百分点；互联网数据服务(包括云服务、大数据服务等)收入199.8亿元，同比增长29.5%，增速较上年同期提高3.9个百分点。

分地区运行情况

2020年，东部地区完成互联网业务收入11227亿元，同比增长14.8%。

中部地区互联网业务收入增幅回落明显，西部地区增速回升。2020年，东部地区完成互联网业务收入11227亿元，同比增长14.8%，增速较上年同期回落9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91.9%，比上年同期提高0.7个百分点。中部地区完成互联网业务收入448.1亿元，同比增长3.4%，增速较上年同期回落53.1个百分点。西部地区完成互联网业务收入497.2亿元，同比增长6.9%，增速较上年同期回落15.2个百分点。东北地区完成互联网业务收入47.1亿元，同比增长9.1%，扭转前11个月持续负增长局面。

主要省市实现平稳较快增长，其他省市发展态势分化。2020年，互联网业务累计收入居前5名的广东(增长5.2%)、北京(增长21.5%)、上海(增长20.9%)、浙江(增长24.4%)和江苏(增长8.0%)共完成互联网业务收入10706亿元，同比增长15.1%，增速超

过全国平均水平2.6个百分点，占全国(扣除跨地区企业)比重达87.6%，占比较上年同期提高0.8个百分点。全国互联网业务收入增速实现正增长的省份有21个，其中宁夏增速超过30%，安徽、内蒙古、黑龙江等3个省份降幅超过10%。

我国APP数量增长情况

截至2020年年底，我国国内市场监测到的APP数量为345万款。

移动应用程序(APP)数量持续小幅减少。截至2020年年底，我国国内市场监测到的APP数量为345万款，比11月减少1万款，环比下降0.3%。其中，本土第三方应用商店APP数量为205万款，苹果商店(中国区)APP数量为140万款。12月，新增上架APP

数量8万款，下架应用9万款。

游戏类应用规模保持领先。截至2020年年底，移动应用规模排在前4位种类的APP数量占比达59.2%，其他生活服务、教育等10类APP占比为40.8%。其中，游戏类APP数量继续领先，达88.7万款，占全部APP比重为25.7%，比上月增加2万款。日常工具类和电子商务类APP数量分别达50.3万和34万款，分列第二、三位，生活服务类APP数量超过社交通信类，达到31万款，上升为第四位。

游戏类应用分发总量居首位。截至2020年年底，我国第三方应用商店在架应用分发总量达到16040亿次。其中，游戏类下载量达2584亿次，排第一位，环比增长6%；音乐视频类下载量达1993亿次，排第二位；日常工具类、社交通信类、系统工具类、生活服务类、新闻阅读类分别以1798亿次、1790亿次、1493亿次、1434亿次、1245亿次分列第三至七位，电子商务类下载量首超千亿次，达1007亿次。在其余各类应用中，下载总量超过500亿次的应用还有金融类(806亿次)、教育类(690亿次)和拍照摄影类(586亿次)。

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、社交通信、教育、主题壁纸、新闻阅读、运动健康、系统工具、音乐视频、金融、拍照摄影及其他，共14个类别。

(上接第1版)

神州数码CBG数据安全业务负责人甘锦辉接受《中国电子报》记者采访时指出：“我们常说的精准营销及个性化服务都需要数据作为支撑，而这类数据大多涉及个人隐私。”随着数据成为战略资产，APP开发商为了最大化营销价值尽可能多地收集用户数据，与其他软件应用进行资源互换，共享用户数据带来的红利也屡见不鲜。还有不法中间商直接买卖数据，赚取利润。对于他们而言，这几乎是一场无本的买卖。

也有观点指出，应用商店是这条灰色利益链中的隐形获益方。某位不愿透露姓名的业内专家表示，应用商店盈利模式主要包括两类：一类是广告投放收入，比如搜索竞价广告和非标广告(如开屏banner)等；另一类是渠道联运收入，比如在应用内支付流水分成。因此应用平台的收益与APP开发商的收益息息相关。而且如果限制过多，APP或许会转去其他平台上架，这是应用商店不愿意看到的。

赛迪智库网络安全研究所所长刘权对《中国电子报》记者表示：“应用商店责任意识还不是很强，相关审核机制也不完善，所以对APP的上架把控不够严格。”就相关问题，记者联系了腾讯应用宝、小米应用商店等，并未收到答复。

另外，网络黑产从业人员也是其中的重要参与者。据不完全统计，目前中国网络黑产从业者已达到百万级以上，每年造成的经济损失达千亿元级规模。上游负责“源头供货”，APP用户隐私数据被视为“商品”明码标价、打包出售；中游负责信息处理与再加工，形成规模化市场；下游负责“数据变现”，通过电信诈骗、恶意营销等非法渠道牟取高额利润。疫情期间，大批明星健康宝照片被倒卖，曾引发社会各界对个人隐私安全的质疑。有网民指出：“在我们看来，至关重要的隐私数据对于这些人而言就只是赚钱的工具而已。”

谁能保护我们的隐私数据安全

伴随着隐私泄露事件层出不穷，公众对数据安全的担忧也与日俱增。究竟谁能够成为个人信息安全真正的“护卫者”？事实上，工信部已经在行动。据工业和信息化部新闻发言人、信息通信管理局局长赵志国介绍，从2019年起，工信部已经连续两年开展专项行动，共实现对62万款APP的技术检测工作，责令2234款违规APP进行整改，公开通报了500款，下架了132款整改不到位、拒不整改的APP。与此同时，通过推动标准制定、强化手段建设、加强行业自律等多措并举，工信部打出了组合拳。赵志国强调，工信部将进

一步加大力度，切实维护好用户个人的信息安全、数据安全，使消费环境实现根本性好转。

目前，从规则与规范层面看，对于侵犯个人信息的处罚力度还不够大，相关法律法规有待完善。刘权建议，应进一步细化个人信息采集边界，通过配套标准规范“明确”不同类型、不同应用场景下的APP获取用户权限的范围，引导开发只获取与业务功能相关的权限，压缩运营者的自由裁量空间。还可以通过建立奖惩机制，让应用商店积极参与到审核工作中来。中国信通院产业互联网研究部主任汤立波认为，需要建立强有力的监管和执法机制，比如严格准入门槛和登记备案、严厉打击个人信息贩卖的灰色产业链，以及通过对AI、大数据、网络安全技术的运用，推进APP技术监测和平台监管等。

从技术维度层面看，刘权认为可以从移动端系统考虑，比如在APP安装前禁止自动打开权限，安装后通过应用日志监管权限打开情况。若APP存在“偷听”、“偷看”等违法收集个人信息行为，系统通过某种方式给用户做出提示。汤立波指出，很多APP会采用第三方数据采集分析平台来进行数据整理，采集并分析用户数据，所以对数据采集分析平台的规范非常必要。甘锦辉表示，数据安全相关技术、产品已有很多，像常见的数据脱敏、数据库防火墙、数据加密等都可以被用于APP隐私数据保护。另外，隐私计算、区块链等新兴技术也在个人信息保护领域被频繁提及。

多位受访专家皆表示，在个人隐私数据保护方面，数据输出方、数据采集方和平台监管方皆需承担相应的责任。对于APP开发和运营商而言，一方面应加强自律，仔细研究相关法律、法规，严格遵守知情同意、最小必要等基本原则；另一方面也要提高网络安全意识，防范数据窃取、违规爬取、采集传输泄密等安全风险。对于应用商店平台而言，需要进一步树立责任意识，规范APP审核上架机制，加强操作系统权限管理能力，积极应用新技术提升监管效率。对于个人用户而言，要在使用APP过程中加强自我保护意识，谨慎对待收集、使用个人信息行为，善于拒绝不必要的权限申请。

中电金信研究院院长况文川坦言：“要杜绝APP侵权很困难，APP技术和运用也在不断地发展和扩展，所以我们只能通过有计划的行动减少和改善APP侵权。”当前，个人信息保护力度持续加大，相关部门先后推出了《网络安全法》《个人信息保护法》《数据安全管理条例》《个人信息出境安全评估办法》等系列法律法规。相信在各方共同努力下，消费环境有望实现根本性好转。

(上接第1版)

因此，“十四五”期间，强化优秀企业的竞争实力是实现电子元器件产业高级化的关键。中国电子元器件企业要把握好新兴市场的发展机遇，贴合市场需求，加强自主创新，强化技术布局，提升产品质量，积极兼并重组，完善人才培养。尤其是各分支行业的头部企业，在改善电子元器件工艺的同时，要勇于向上游关键材料、设备产业链延伸触角，掌握关键技术诀窍，并积极向附加值更高的服务型制造转型发展。

实现电子元器件产业高级化的建议

(一)切实落实“放管服”，激发市场主体活力

“十四五”期间，为激发电子元器件行业市场主体的活力，实现高质量发展，需要进一步深化“放管服”改革，优化营商环境，为企业“松绑”“减负”，让企业安心经营发展。加快

证券市场的改革，缓解中小企业融资难的问题，加大对电子元器件行业有自主知识产权的技术型中小企业的培育力度，让其能迅速发展壮大。打击恶意欠薪、侵犯知识产权、垄断倾销、假冒伪劣等不正当行为，完善公平、健康的市场秩序。

(二)加快推进电子元器件行业标准化建设

“十四五”期间，要把电子元器件行业标准化建设作为一项关键工作来推进，着力解决我国电子元器件产业标准制修订长期滞后、标准档次低、供应量不足、制定速度慢等问题。尤其要遵循《深化标准化工作改革方案》的要求，以能快速反应市场需求，而且技术要求高于国家标准、行业标准的团体标准为重点，加快电子元器件行业的标准化改革，增加高水平标准的供给，以高标准促高质量。在团体标准的制修订过程中，积极推动下游骨干企业的共同参与，使标准更符合应用方的需求。同时，鼓励电子元器件行业龙头企业参加国际标准化组织，参与甚至主导国际标准的制修订。

(三)打造电子元器件中国品牌

进一步发挥品牌引领作用，在“十四五”期间培育一批具有国际竞争优势、创新能力优、产品质量优、诚实守信、依法纳税、社会责任意识强的电子元器件优秀品牌。同时，在国内外开展中国电子元器件优秀品牌的宣传推广，扭转中国制造的电子元器件“低质低价”的负面形象，让优秀企业获得更好的市场成长空间，树立行业内其他企业学习争先的表率。

(四)建设产学研结合的人才培育体系

“十四五”期间，为了增加行业技术人才，应支持企业与高校合作，通过设立企业奖学金、资助贫困生生活费、设立助学贷款减免方式等鼓励、引导高学历人才进入电子元器件行业，定向培养技术人才；通过推动在企业内设立院士工作站、博士后工作站，吸引国外高层次人才回国就业、创业等方式培养技术领军人才；通过支持企业与职校合作，以及鼓励企业增加一线员工业务培训支出等方式，着力于电子元器件一线产业工人素质的全面提升，加强行业工匠的培养。

打好电子元器件产业高级化攻坚战

费“最后一公里”的梗阻点，影响网络经济持续健康发展。新冠肺炎疫情给各行各业带来了不同程度的影响，政府明确表示要加强向企业释放各类红利，信息基础设施建设就是其中的重要部分。

打通商务楼宇的“最后一公里”，关键在于保障各基础电信运营企业平等接入、用户自由选择的权利，进一步规范通信接入服务的市场环境、优化运营市场的秩序。可这却不是一朝一夕之事。

独立电信分析师付亮告诉记者，为打破宽带垄断，写字楼里至少要有三家以上电信运营商同时提供服务，其中至少要有一家是移动、电信、联通等基础运营商。

据了解，企业专线和企业宽带是不同性能品质、价格档位的宽带产品。专线是独享宽带资源，针对高带宽需求用户；而企业宽带是共享宽带资源，主要针对带宽需求不高的用户，保障多家电信运营商进入且要求提供不同类型的宽带服务，就能有效保障用户按照需求选择不同品质的宽带产品。

付亮表示，除了一次性整治行动，行业主管部门和市场监管部门应加强日常监督检查，发现垄断行为或者恶意提价行为，要采取相应的处罚措施。

马继华对记者表示，最终要让用户可以直接自由选择宽带服务商，从政策方面

商务楼宇宽带垄断整治初见成效

入手至关重要。明确宽带网络的基础设施地位，实施网线接入与网络服务分开建设管理，任何物业或者商业运营方都不能采取代理制。然而，引入这种设计实施起来难度不小，需要从楼宇的基础设施方面进行技术改造。

“商务楼宇的宽带治理与小区的治理工作有较大差异，难度也更大。一方面，商务楼宇产权问题较为特殊，宽带作为楼宇的附属设备，在宽带的接入和使用方面究竟是归产权方，还是归租户，还难以界定。另一方面，新旧商务楼宇在治理方式上也有许多不同，治理宽带垄断需要将新旧商务楼宇的不同情况综合纳入到治理体系中。”许英达对记者说。

许英达进一步表示，针对新建的商务楼宇或园区，要求在建楼前必须全方位考虑到多方电信运营企业主体进入的必备条件，打通楼宇线路管道、管井、机房设备间等基础设施，鼓励并开放给多家电信运营企业。至于老旧楼宇或老旧工业园区，还要考量场地的实际情；如果现有场地条件具备改造基础，则督促产权方和物业开放给多家电信运营企业接入宽带设施；若楼宇过于老旧，或基础设施条件不允许，则要在翻新改造房屋的同时，责令实施通信基础设施的铺设和改造，分步分批来解决。

还给用户选择权

商务楼宇宽带网络垄断等问题是提速降