

# 留存与未来

## 疫情背后的互联网产业发展趋势报告

2020年





截至2020年4月17日，全球新冠肺炎确诊人数超过200万，当务之急是保证全球普通民众的生命和财产安全。疫情给互联网产业带来的变化，实际上在产业内已经深藏多年，只是因为疫情更加突出了。



中国互联网流量层面已经面临瓶颈，所以疫情并没有给流量带来明显的增长，甚至有些行业还有倒退。但由于用户活动空间压缩，导致部分行业网络使用时长有所上升。



对互联网的影响，主要存在与三个领域：与用户日常生活相关的产业，如生鲜电商、外卖等。与用户出行相关的产业，如航空旅游。与用户正常工作相关的产业，如远程办公等。



疫情促进了互联网产业在B端的获客，很多原本不重视网络渠道的商户，在疫情间成为了互联网平台的客户。而且疫情和春节综合起来的双重作用，也让互联网行业实现了一轮城市下沉。让一线城市的用户习惯得以像二三四线城市普及。



在互联网服务企业的过程中，数字化基础设施的问题被激化，它成为了中国智能化，数字化，科技化转型的重要障碍。所以政府出于多种目的，部署七大新基建产业。这也为未来中国商业模式的变化奠定了基础。

疫情下带来的环境变化

1

疫情下的互联网产业变化

2

疫情后的发展趋势

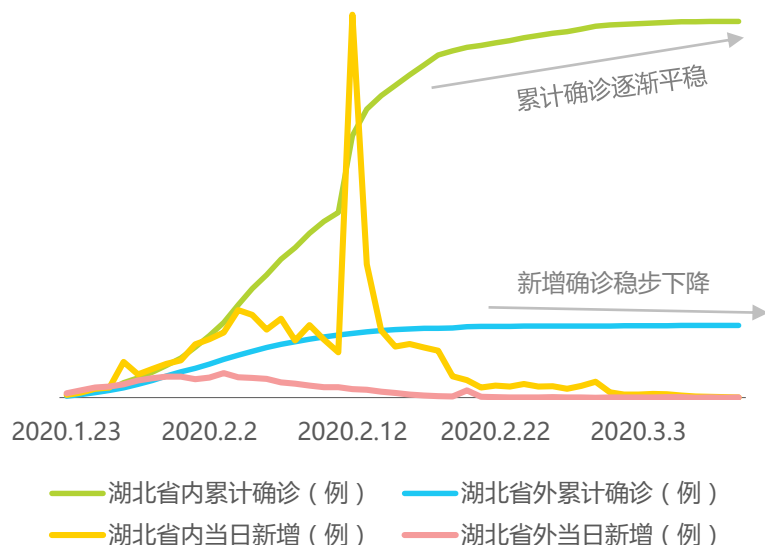
3

# 灾难无关意识形态

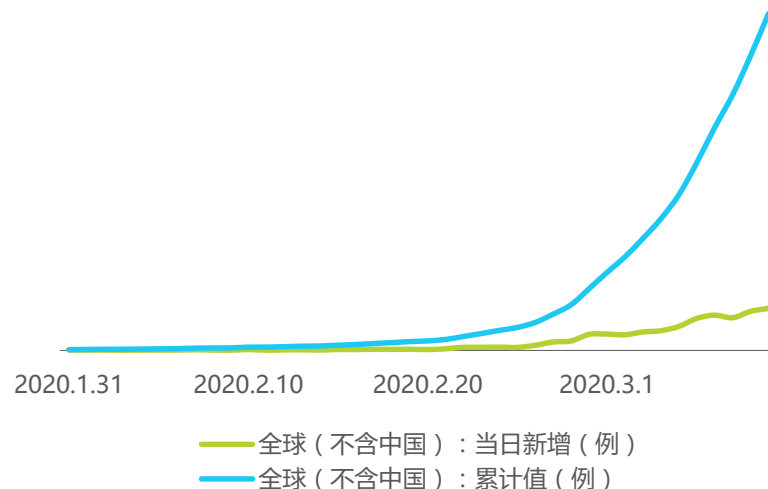
## 截至2020年4月17日，全球新冠肺炎确诊人数超过200万

一场突如其来的瘟疫打乱了全球经济生活的正常秩序，在这场全人类的灾难面前，最迫切的就是保证全人类的生命安全，其它一切问题都不应该是这场瘟疫应该予以过多关注的内容。而关于瘟疫对互联网产业的影响，实际上并没有我们想象的那样直接。很多产业变化和问题，只是因为这场瘟疫暴露得更加明显。从这个意义上看，意识到问题的存在并着手解决，确实是一个值得肯定的事。

### 2020.1.21-2020.3.10中国新冠疫情情况



### 2020.1.31-2020.3.10全球新冠疫情情况



来源：中华人民共和国国家卫生健康委员会；综合公开信息、企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：综合公开信息、企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 资本市场的震动

## 疫情触发了被掩盖已久的全球经济问题

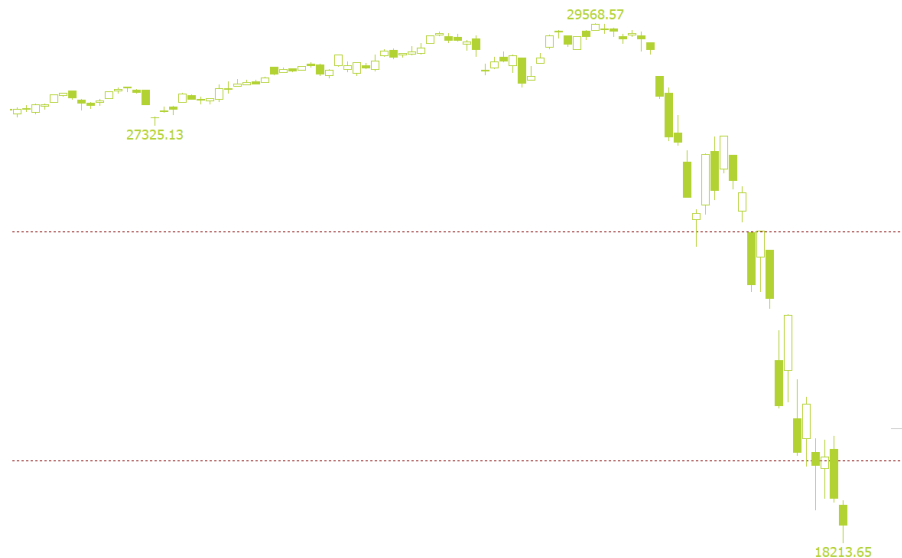
资本市场是经济的晴雨表，此轮新冠肺炎让全球资本市场大幅下跌，社会各界普遍将其归咎于新冠肺炎对正常商业生活的影响。但这种论调并站不住脚，尤其以道琼斯工业指数的变化最为明显。美国资本市场为全球优质公司集中上市的市场，有很多优秀公司所涉猎的领域和其市场均与疫情最严重的地区无关，有些理论上甚至会得益于疫情的爆发。所以如巨幅的下跌，将之归结为疫情是不客观的。疫情对公共秩序的影响，触发了深藏于当下经济生活背后的问题，而这些问题实际上已经存在了许久。

### 上证指数与道琼斯工业指数的变化情况

中国疫情大面积爆发



全球疫情爆发

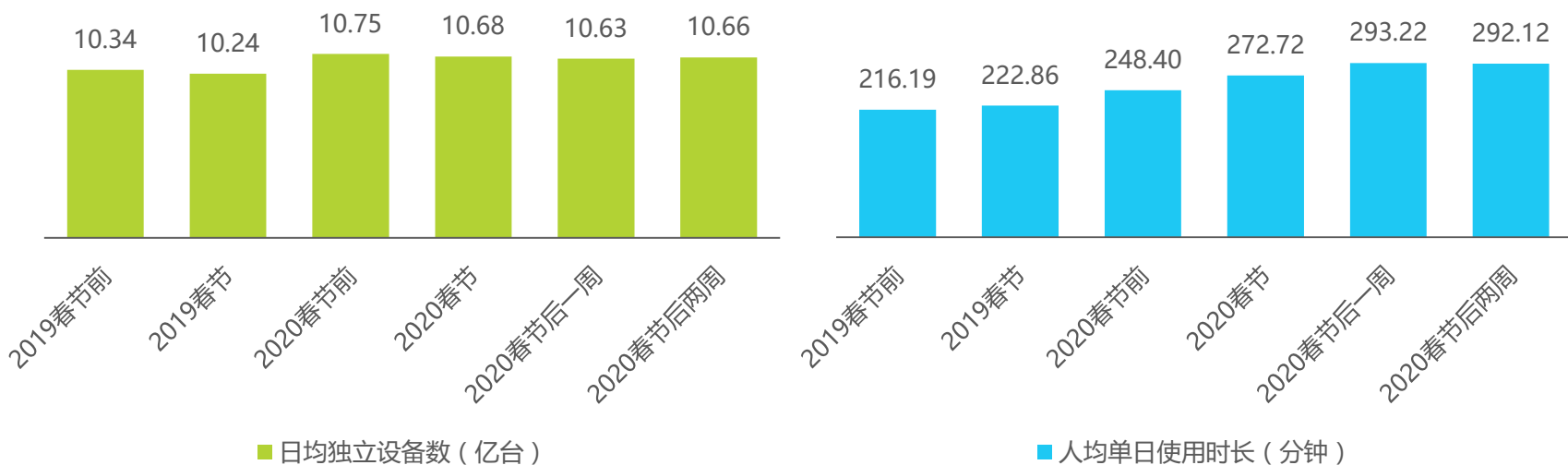


来源：文华财经。

## 符合常识的变化，反映出互联网渗透的相对极限

本次疫情爆发与中国农历新年期间，不比往日，春节期间中国社会的正常秩序发生了一定的转变。所以本轮疫情对于互联网就产生了更为复杂的影响，而这种影响并不主要体现在用户端。从整体上看，无论是2019还是2020年，总体流量几乎不再增长。并且，由于疫情对居民出行的限制，导致用户整体在网络使用时长上得到了明显上升。这是一个常识性的数据变化，他说明互联网已经成为居民日常生活的一部分，所以任何对居民整体的事件，都能在网络流量层面找到对应的反应。但是需要注意的是，一个处于上升状态的产业，对宏观环境变化的敏感程度更低，因为渗透率的上升，会抵消掉社会事件对它的影响。当下互联网已经没有了这种抵消作用。所以流量出现符合常识性的变化，反映出中国互联网产业整体上，已经到达了流量层面的瓶颈。

### mUserTracker-2019&2020年春节前后移动网民行为对比



注释：2019春节前为2019.1.28-2019.2.3；2019春节为2019.2.4-2019.2.10；2020春节前为2020.1.17-2020.1.23；2020春节为2020.1.24-2020.1.30；2020春节后一周为2020.2.3-2020.2.9；2020春节后两周为2020.2.10-2020.2.16。

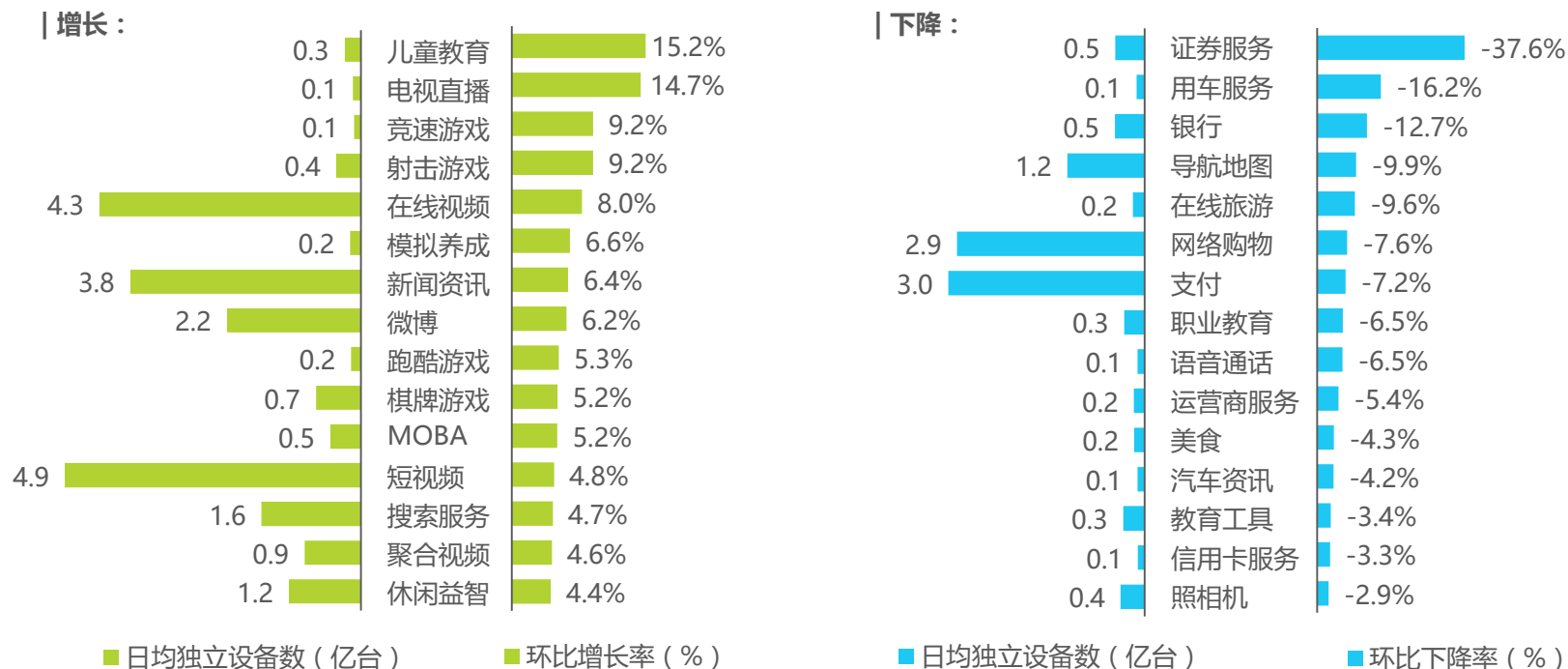
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

# “量价齐跌”的互联网（1/2）

## 本次疫情对互联网的影响偏负面

流量主要上涨在三类行业：儿童教育、直播和游戏，除了儿童教育是新增刚需以外，其余都是居民压缩活动范围后的正常反应。而流量主要下跌也在三个行业：金融、出行和消费。这其中网购和支付的流量下跌最应该值得警惕，这说明和2003年非典相比，本次疫情对互联网经济带来的是普遍负面影响，而且是双重影响，一方面是对网络本身，另一方面是通过实体经济传导到网络的影响。

mUserTracker-2020年春节及节前日均独立设备数增长和下降率TOP15行业  
(日均活跃设备数>1千万)



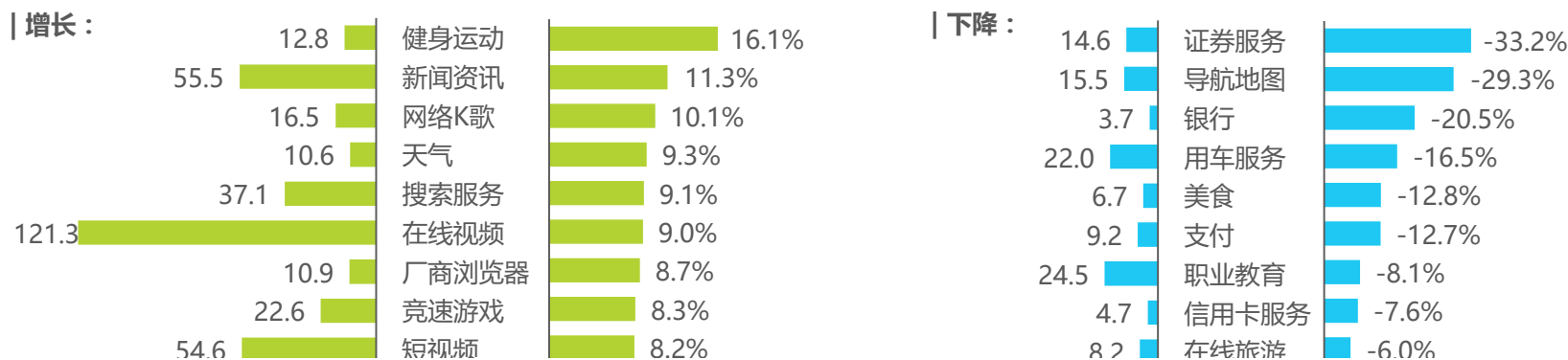
注释：2020年春节前为2020.1.17-2020.1.23；2020年春节为2020.1.24-2020.1.30。  
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

# “量价齐跌”的互联网（2/2）

## 没有“量价齐升”的现象，说明受益产业的利好并不扎实

在所有流量上升的行业中，游戏和视频的使用时长也伴随着一定程度的增长，但坦白说这两个行业都不涉及经济的根本，并且很容易受用户行为方式波动的影响。但是在所有使用时长下跌的行业中金融和支付的下降亦是最明显的，所以相比于促进性的“量价齐升”本次疫情对互联网“量价齐跌”的影响更加深入人心。这说明不仅仅是互联网，而是整个经济都暴露出了问题，而这种问题也势必对互联网和科技产业产生影响。

mUserTracker-2020年春节及节前日人均使用时长增长和下降率TOP15行业  
(日均活跃设备数>1千万)



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_20934](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20934)

