

2020年，是中国互联网行业备受煎熬的一年，也是充满机遇与挑战的一年。

疫情让携程等出行类的互联网平台近乎“作废”，成百万订单的取消意味着寒冬的降临；接着，瑞幸、蛋壳等明星企业暴雷，还有李国庆带几十个大汉进办公室强抢公章、游族董事长疑遭公司高管投毒等“雷人”新闻频发。

不过，疫情对网络经济的意外催化作用，以及汹涌的数字化浪潮，也在推动互联网行业各领域快速转型与发展。直播电商、社区团购、在线教育等新风口、二次红利不少，融资、上市等好消息不断。

在2021新征程开启之际再度回味这魔幻一年，重要的是我们可以从中汲取哪些经验教训？

■新快报记者 郑志辉/文  
廖木兴/图

## 不是因“疫”得福 而是“救人自救”

经历二十余年的发展，中国已成长为互联网超级应用大国，深刻改变了普通民众的生活习惯与消费行为。工信部发布的信息显示，今年1月~10月，互联网企业共完成信息服务收入5787亿元，同比增长11.4%，在互联网业务收入中占比为57.2%。

医疗、教育、办公及生活领域等，这些以往没有被互联网完全渗透的行业，本来是互联网公司很难啃下来硬骨头，却在突如其来的疫情面前，不费吹灰之力就培养了用户习惯，相关公司也迎来爆发式增长。

CNNIC报告显示，今年上半年，在线教育、在线医疗、远程办公等应用在维持社会经济正常运转、稳住民生基本所需方面发挥了巨大作用。截至2020年6月，在线教育用户规模达3.81亿，占网民整体的40.5%；在线医疗用户规模达2.76亿，占网民整体的29.4%；远程办公用户规模达1.99亿，占网民整体的21.2%。它们均已成为极具发展潜力的互联网应用，在满足网民需求的同时也为服务业的数字化发展提供了助力。

此外，根据QuestMobile的报告，2020年前三季度社会消费品零售总额的网上零售占比已接近30%，增速远超2019年；线上广告抢占了线下传统品牌渠道，互联网广告市场规模增速逐季提升，也高出2019年一大截。而《2020年中国游戏产业报告》显示，2000年中国游戏市场实际销售收入达到2786.87亿元，比2019年增加了478.1亿元，同比增长20.71%。

这意味着，以电商、广告、游戏为营收来源的互联网大公司们，包括阿里、京东、腾讯、字节跳动、百度等，今年都赚了个盆满钵满。

但是，如果因此说互联网是因“疫”得福的行业，既不准确也不公平。首先，在线旅游、出行平台等互联网企业在疫情下遭受了致命打击；其次，我们也不能忘记，中国互联网“逆行者”在危机爆发之时，就把“救人”、抗疫摆在首位，不仅捐款捐物，更紧急开发交通健康码系统，为孩子们建设网课平台，为职员们连接起办公会议系统，为餐饮商家快速开启外卖业务，为市民送菜运药……实际上，是互联网的非接触、数据化、可连接性恰好契合了疫情时的情况，众多互联网企业顺势而为，在担当责任中实现了自我发展。

## 盘点 2020 互联网行业：

# 5 大行业逆行成长



## 1 互联网医疗 逆势而上 借势“雄起”

2020年，突如其来的疫情之下，互联网的非接触优势被发挥得淋漓尽致，居民对“互联网+医疗”有了新体验和新认识，既减少了去医院的聚集机会，又获得了长期用药的连续治疗。

患者通过互联网医院可以在线复诊、咨询、药物配送到家，不少地方还可以医保结算，越来越多的人接受了“云医疗”看病模式。线上医疗服务供给量不断增长、质量不断优化。

比如，在广东支援荆州医疗队联合荆州市建设互联网医院过程中，广东15家医疗机构、1300多名医生自

愿参加，互联网医院上线18天，总访问量就突破了10万人次，为当地留下了一支“带不走的医疗队”。

2020年以来，在疫情的背景下，互联网医疗围绕着打造“互联网+医、药、险”闭环，做了很多尝试和落地。

国家远程医疗与互联网医学中心主任卢清君日前总结说，2020年是“互联网+医疗”从探索阶段转向应用和推广阶段的里程碑。经历了前期的探索和实践，国家层面明确了准入和监管的新型生产关系，医疗机构和

产业机构明确了发展方向，“互联网+医疗”进入了蓬勃、规范发展的新阶段。

2020年资本市场上互联网医疗股的持续暴涨，也是互联网医疗蓬勃的体现。截至12月30日收盘，市值最高的京东健康相比发行价涨114.79%，市值达4828亿港元；阿里健康相比年初上涨151.9%，市值3068亿港元；平安好医生较年初涨64.4%，市值也突破千亿港元大关。尚未登陆资本市场的微医、春雨医生们，也享受到了疫情带动的特殊红利。

## 2 在线教育 重上风口 行业洗牌

一场疫情让中小學生纷纷宅回家里网课的同时，也让课外培训迅速线上化，在线教育迎来了大爆发。

2020年上半年，2.82亿在校生开启了“停课不停学”的在线教育之旅，截至2020年6月，在线教育用户规模达3.81亿，占网民整体的40.5%，相比去年6月的27.2%，行业渗透率大幅提升。

重新站上风口的在线教育，吸引了大量热钱涌入，马太效应集聚。

2020年互联网几笔最大的融资均发生在教育行业，其中猿辅导一年完成三笔融资，总额达32亿美元，投后估值155亿美元；作业帮年中完成一笔7.5亿美元融资，估值110亿美元；连续十几次的做空也没能挡住跟

谁学的股价一路疯涨，最高时市值超过300亿美元，超过老牌巨头新东方和好未来。

不过，在头部玩家不断融资、激烈竞争的过程中，小型玩家中牺牲者越来越多。线下教育行业的老牌企业优胜教育倒下之后，奔跑了8年的学霸君也在2020年冬天暴雷了。

实际上，融资大户们的日子也不见得真是好过。跟谁学在今年三季度交出了一份单季度巨额亏损9亿元的业绩，相较去年同期净利润190万元大幅转亏；好未来也交出了上市以来首个亏损的财报，2020财年净亏损1.1亿美元；网易有道K12业务在今年第三季度实现了上市以来最快增

速，但净亏损额高达8.78亿元，同比扩大263%；有消息称，未上市的猿辅导内部预测2020年亏损为20亿元以上。

新东方在线2020财年亏损同比增长近11倍，俞敏洪不久前曾悲观地表示，“到现在为止，我还不认为在线教育是一个可以跑通的商业模式。”

市场观察人士认为，在线教育在实现个性化学习和打破地区间教育资源壁垒上的优势是值得肯定的。未来，在线教育行业会回归理性发展，资本的杠杆作用会逐渐消减，机构们的竞争从“拼资本”也会慢慢转变为“拼产品”，到那时，在线教育的优势才能得到最大的发挥。