

关停之后 虾米音乐to B

2008年成立的虾米音乐，在走过12年后正式将播放器业务画上句号。1月5日虾米音乐发布官方声明，确认将于2月5日0点关停播放器业务。而从3月5日0点后除网页端音螺平台音乐人（即原“数字音乐场景”业务）授权服务维持运营外，其他运营均停止。也就是说，虾米音乐放弃了to C业务，但还会继续to B服务。

不只是版权问题

1月5日10时15分，虾米音乐发布了一篇名为《感谢您一路陪伴》的公告，文中提到“因业务调整，将于2021年2月5日0点停止虾米音乐服务”。按照声明，虾米音乐将分三个阶段调整业务，每个阶段相隔一个月。

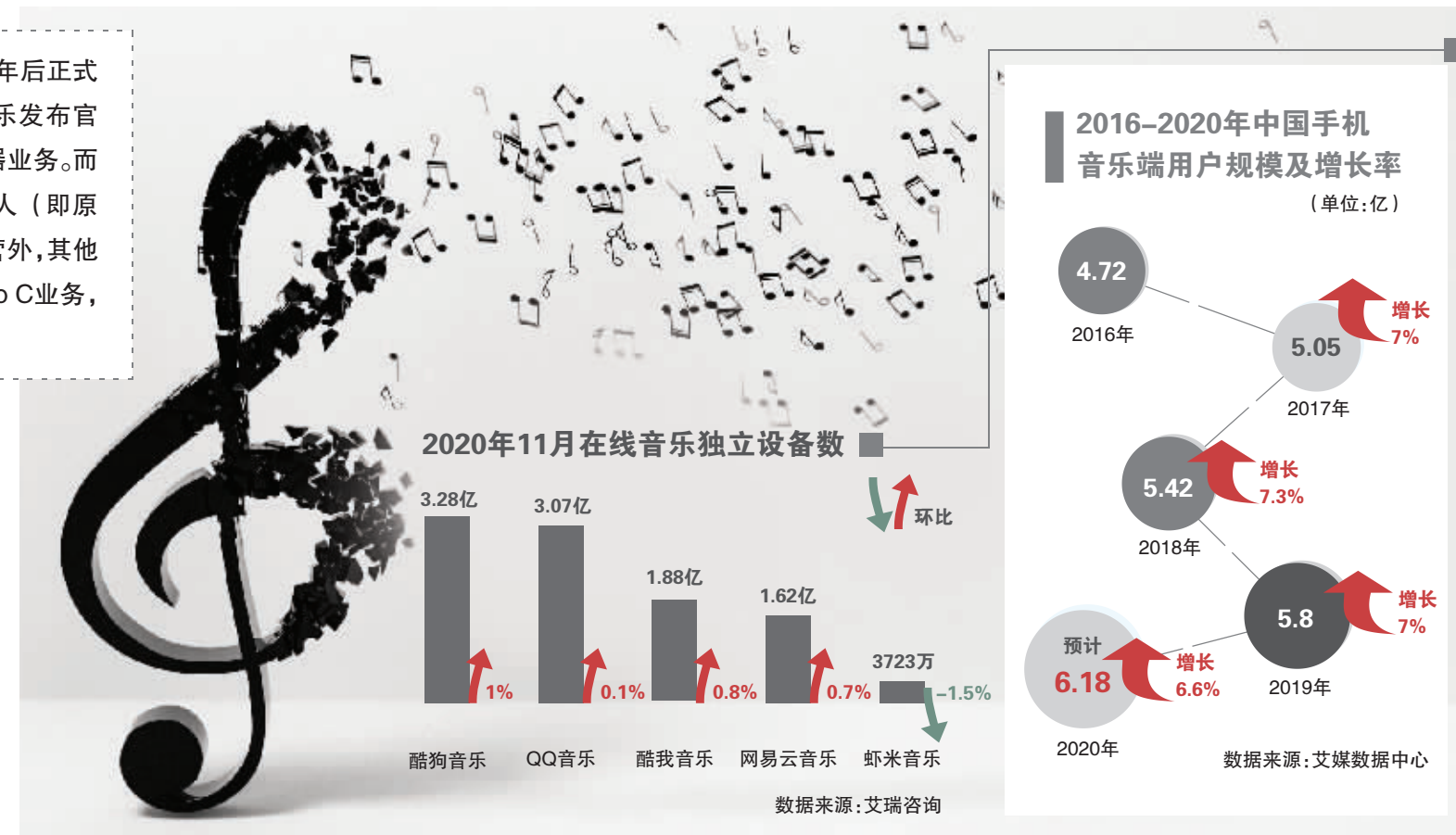
2021年1月5日0点后，虾米音乐停止账号注册、会员充值、虾币充值、专辑购买等服务，开启用户个人资料与资产处理通道。2021年2月5日0点后，虾米音乐停止歌曲试听、下载、评论等所有音乐内容消费场景，停止个人资料导出或下载，仅保留账号资产处理、网页端音乐人提现服务。2021年3月5日0点后，虾米音乐除网页端音螺平台音乐人授权服务维持运营外，其他运营均停止，关闭服务器，届时及以后将无法登录。

关停声明发布后不久，阅读量已经破10万；“虾米音乐2月5日关停”的话题也冲进了微博热搜榜前五，评论区一片叹息。

公开资料显示，虾米音乐成立于2008年，发展至今已拥有3000万首曲库，并吸引超4万名原创音乐人入驻。回顾产品上线的12年，虾米音乐在声明中直言：“不可回避的是，我们在发展过程中曾错失了一些关键机会。在音乐版权内容的获取上，没能很好地满足用户多元化的音乐需求，这也是我们最大的遗憾”。

在总结虾米音乐关停的原因时，版权也是业内人士强调的一点。易观分析师于艳娣告诉北京商报记者：“腾讯音乐、网易都在发展自有版权布局以及扶持原创音乐人，但虾米在这两方面都没有明确的规划”。

从第三方数据看，版权缺失直接影响了虾米音乐的竞争力。艾瑞最新披露的2020年11月月度独立设备数显示，行业前四名依次是酷狗音乐、QQ音乐、酷我音乐、网易云音



乐，独立设备数分别是3.28亿、3.07亿、1.88亿、1.62亿。虾米音乐虽也在前五，但月度设备数3723万，且是当月唯一环比下降的平台。

但也有人认为，版权只是虾米音乐关停的因素之一。文溯智库创始人王超向北京商报记者表示：“虾米本来就不是以版权著称的小众音乐平台，关停还是跟阿里在文娱方面的失败有关系，大文娱策略的失败，优酷、阿里电影以及音乐板块都是受害者，找宋柯和高晓松来掌管音乐，更像是阿里创始人马云个人朋友圈玩票”。

盈利难题

2008年创立，2013年被收购，阿里是虾米音乐发展历程中绕不开的话题。拿下虾米音乐后，阿里曾多次调整音乐业务，释放出对音乐的重视，比如将虾米音乐和天天动听组建成阿里音乐，在2015年成立阿里音乐集团。

虾米音乐似乎也在此后迎来了高光时刻。2014年，虾米音乐启动寻光计划，并推出虾米音乐人合集《寻光集》。2016年，虾米音乐独家发售了张艺兴个人迷你专辑《LOSE

CONTROL》，并在2017年和2018年继续扶持原创音乐人。

可到了2019年，也就是阿里收购虾米音乐的第六年，阿里的态度变得微妙。当年，虾米音乐从阿里大文娱剥离，转到阿里创新业务事业群，3个月后，阿里和云峰基金向网易云音乐注资7亿美元。

在多个业内人士的解读中，阿里投资网易云音乐，都是虾米音乐边缘化的象征。“阿里投资网易云音乐之后，潜台词是已经放弃虾米了，只不过百足之虫死而不僵，虾米音乐今天才关闭”，王超直言。

于艳娣也谈到了阿里，她认为虾米音乐关停的重要原因无法盈利；阿里收购虾米后，通过各类活动赠送虾米会员，导致虾米平台盈利模式受损，无法进行多方盈利。而且QQ音乐、网易云音乐通过运营，都为自己建立了文化属性，突出了差异化，但虾米音乐在用户运营上一直没有大动作，无法获得某一类群体、壮大用户群”。

然而，此次的调整却并不代表虾米音乐彻底放弃音乐服务。虾米音乐方面向北京商报记者表示：“我们将在更多音乐商业场景服

务上进行探索，依托全新的音螺平台持续创新，服务音乐人及业内合作伙伴，让音乐内容赋能更多场景”。

也是从阿里投资网易云音乐之后，虾米音乐对音乐授权等to B服务开始重视，代表事件包括虾米音乐与太合音乐集团达成数字音乐内容合作，在音乐版权、IoT智能设备、在线K歌等领域尝试数字音乐内容合作新模式，还与数字音乐分销商Believe Digital达成700万首歌曲的版权合作协议。

从to C到to B

虾米音乐播放器业务关停已经成为定局，此时各方的目光也逐步从先前的或惊讶或惋惜，转为对新平台“音螺”的好奇。

北京商报记者从阿里创新业务事业群相关人士处了解到：虾米音乐今天刚刚上线了音螺。音螺是实现音乐内容管理、分发的专业平台，致力于帮助音乐人和厂牌拓展更多音乐使用渠道”。

根据音螺官网介绍，音螺现已与数十家顶级商业平台实现音乐内容分发合作，不仅

可以使音乐作品一次性获得更大曝光，还能根据用量进行合理结算。音乐场景覆盖包括线上视听、线下空间、车载系统、智能终端等。此外，音螺的音乐内容将有机会在淘宝、支付宝、阿里云等平台曝光。

从品牌调性看，曾以原创音乐人为卖点的虾米音乐转向版权分发，符合商业逻辑，但to C业务本是流媒体平台吸引音乐人的招牌，播放器业务关停会否引发音乐人出走，还不得而知。

但不可否认的是，音乐市场仍存在着更多发展空间。据艾媒咨询发布的《2020年中国数字音乐产业专题研究报告》显示，2020年数字音乐市场规模预计能突破290亿元，而随着互联网等技术应用领域的不断拓展，我国音乐市场行业不断涌现新主体，新经济下的产业链主要涉及音乐内容制作、音乐版权、运营传播等环节。

现阶段，瞄向音乐商业场景服务的也并非只有虾米音乐这一个人局者，如VFine Music与快手等公司达成了音乐企服合作、100Audio为多种品牌及商业活动提供音乐版权授权等。在业内人士看来，多家公司及平台的布局证明了市场可挖掘的空间。

“虾米音乐的转型也能看出国内音乐市场的发展变迁。”在乐评人王乐看来，经过近几年各大在线音乐平台的拼杀，瞄向消费者的用户服务已经逐渐进入到存量竞争阶段，格局大致已定，且用户增长规模逐年趋缓，提升用户付费率方面也需要时间，但此时在商业场景方面，随着版权保护逐渐规范、技术提升以及实际发展需要，音乐商业场景服务逐渐显现出较大的需求。

对于虾米音乐转型to B业务，第三方人士则有不同观点。于艳娣认为“音螺是to B业务，虾米音乐播放器是to C业务，业务模式、面向的群体都不一样，关闭to C业务反而可以为音螺带来更多话题”。但王超则表示，“皮之不存，毛将焉附，连音乐播放器都没有了，内容分发从何谈起？”

然而，在实际布局发展过程中，能否制定出更为完善的商业模式，同时保证版权储备以符合市场所需等方面也是关键所在。在王乐看来，目前一个关键在于商用版权的正规使用仍处于前期发展阶段，尚未形成统一的规则、定价体系等，还需要经过各方的磨合探索，以找到适合各方的模式。

北京商报记者 郑蕊 魏蔚

十部门:物业企业可向养老、家政等领域延伸

1月5日，住建部等十部门联合印发《关于加强和改进住宅物业管理工作的通知》(以下简称《通知》)。《通知》从融入基层社会治理体系、健全业主委员会治理结构、提升物业管理服务水平、推动发展生活服务业、规范维修资金使用和管理、强化物业服务监督管理等6个方面对提升住宅物业管理水平和效能提出要求。值得关注的是，《通知》提出，鼓励有条件的物业服务企业向养老、家政、房屋经纪等领域延伸。这就意味着，物业企业经营权限逐渐放宽。

《通知》称，鼓励物业服务企业运用物联网、云计算、大数据、区块链和人工智能等技术，建设智慧物业管理服务平台，提升物业管理智慧管理服务水平。采集房屋、设施设备、业主委员会、物业服务企业等数据，共享城市管理数据，汇集购物、家政、养老等生活服务数据。鼓励有条件的物业服务企业向养老、托幼、家政、文化、健康、房屋经纪、快递收发等领域延伸，探索“物业服务+生活服务”模式，满足居民多样化多层次居住生活需求。

那么《通知》的发布对于物业企业的运营有什么具体的影响呢？易居研究院智库中心研究总监严跃进分析指出，此次发布的《通知》最大亮点在于对物业企业放宽经营权限。在严跃进看来，这可以视为物业企业“春天”的到来。随着业务范围的扩大，物业企业的经营水平和服务能力将大幅提升。

严跃进指出，《通知》明确了物业企业经营范围的延伸，总结起来是三大内容。第一是养老托幼。该领域是近两年住宅项目较为关注的内容，但是成功的案例确实比较少，而物业企业基于对于社区的熟知优势，积极开展相关物业内容，有助于便捷低成本地开展服务，真正服务社区每个人。

在社区消费领域，严跃进表示，该领域主要包括家政、文化、健康、快递收发等内容，其实都是“大消费”的概念，近两年很多社区确实也在开展，但是也遇到了很多困难，包括此前备受争议的“丰巢事件”。而物业企业主动承担此类业务，有助于真正拓宽经营内容，真正实现社区服务的增值。

此外，在资产管理方面，严跃进指出，《通知》涉及到了鼓励物业服务企业向房屋经纪领域延伸的内容，这在一定程度上意味着物业服务企业后续可以开展类似租赁等业务。若物业企业可以参与此类业务，那么后续也会对存量市场的盘活产生较大的影响。

值得注意的是，《通知》还要求建立服务信息公开公示制度。物业服务企业应当在街道的指导监督下，在物业服务区域显著位置设立物业服务信息公示栏，如实公布并及时更新物业项目负责人的基本情况、联系方式以及物业服务投诉电话、物业服务内容和标准、收费项目和标准、电梯和消防等设施维保单位和联系方式、车位车库使用情况、公共水电费分摊情况、物业费 and 业主共

有部分经营收益收支情况、电梯维护保养支出情况等信息。物业服务企业不得收取公示收费项目以外的费用。

此外，《通知》还要求，建立物业服务信息公开制度和物业服务企业信用管理制度，加强信用信息在项目招投标、政府采购等方面的应用，优化市场竞争环境，完善物业管理招投标制度，强化市场退出机制，建立物业服务企业红黑名单制度，推动形成优胜劣汰的市场环境。

而关于《通知》对居民生活的影响，同策研究院资深分析师肖云祥在接受北京商报记者采访时表示，从整体政策来看，《通知》的发布，是打造智慧城市的重要一环，打造服务型社会，提升居民幸福生活的体验和获得感，从而也促进居民消费的增加。

“但也同样面临着挑战，如何搭建服务能力，所推产品有多少是市场愿意买单的。其实，所鼓励服务内容一些大型企业已经有实践和探索，但对于一些小企业而言推动的难度较大。”肖云祥如是提示道。

事实上，为补齐居住社区服务短板，推动物业服务线上线下融合发展，满足居民多样化多层次生活服务需求，在2020年12月15日，住房和城乡建设部等部门已经发布了《关于推动物业服务企业加快发展线上线下生活服务的意见》(以下简称《意见》)。《意见》明确，要推进物业管理智能化、关注居家养老服务等相关内容；同时提及，2021年，各省(区、市)将选择部分基础条件较好的城市开展试点。

北京商报记者 卢扬 荣蕾



两项税收优惠政策试点落地中关村

北京商报讯(记者 陶凤 吕银玲)北京财政微信公众号于1月4日晚发布消息称，财政部等国家部委积极支持北京市“两区”建设，近日联合印发文件，在中关村国家自主创新示范区(以下简称“示范区”)开展公司型创投企业所得税优惠政策试点和技术转让所得税优惠政策试点。

首先，开展公司型创投企业所得税优惠政策试点，鼓励创投企业长期投资。对示范区内符合条件的公司型创业投资企业，转让持有三年以上股权所得，超过年度股权转让所得总额50%的，可以减征征收企业所得税；转让持有五年以上股权所得，超过年度股权转让所得总额50%的，可以免征企业所得税。

据了解，部分创投企业出于规避长期投资风险考虑，投资往往倾向于快速退出，而高新技术企业发展往往需要一定周期，导致创投企业投资高新技术企业意愿不强。对此，北京市财政局相关负责人表示，该政策设计了投资期限越长缴纳企业所得税越少的反向挂钩制度，有利于增强创投企业长期投资初创型科技企业的“耐心”，初步实现了鼓励创投企业长期投资的效果，促进被投资的科技企业做大做强。

此外，开展技术转让所得税优惠政策试点，鼓励本土创新。在示范区朝阳园、海淀园、丰台园、昌平园、顺义园、大兴-亦庄园6个园区内注册的企业，符合条件的技术(如专利、计算机软件著作权等)转让所得，不超过2000万元的部分，免征企业所得税；超过2000万元的部分，减半征收企业所得税。

2019年国家预算报告提出“开展适当提高居民企业技术转让所得免征企业所得税限额试点”。北京尤其是中关村示范区科技企业和高等院校聚集，技术合同交易额长期排名全国前列。北京市财政局相关负责人表示，该政策针对科技成果转化难和技术外流问题，将技术转让所得免征额由500万元提高到2000万元，降低了科技成果转化成本。

北京知诚社会组织发展促进会会长任壮在接受北京商报记者采访时指出：“这两项政策都非常有针对性，第一个是有效平衡了投资机构的短期逐利性，可以引导投资机构在合理区间更倾向于战略投资、产业投资和科技成果转化投资。当然，在实际操作过程中还要进一步制定细则、规范流程，增加政策覆盖面和可操作性；第二个有鼓励高精尖技术成果转化作用，特别是能够对京外税收政策洼地带来的冲击给予强有力的回应”。

上述负责人表示：科技创新是多种要素的有机融合，其中资本是重要推动力量。从创新生态链条来看，成果转化困难一直是制约科技创新发展的“堵点”，关系到科技成果能否带来实质性的效益。因此，税收政策需要紧紧围绕重点创新要素和关键环节进行设计突破。税收优惠政策的设计也尽可能符合我国税制改革大趋势，同时尽可能简便易行、标准明确，便于政策落地实施。”

北京商报记者从中关村创业大街了解到，这两项税收优惠政策的细则发布后，中关村创业大街将邀请相关部门企业做宣讲和申报辅导等工作，帮助企业尽快享受到政策红利。