

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

乐视网信息技术（北京）股份有限公司

（北京市海淀区学院南路 68 号 19 号楼）



首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

保荐人（主承销商）



（注册地址：广东省深圳市福田区金田路大中华国际交易广场 8 层）

乐视网信息技术（北京）股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股票数量	2,500 万股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	29.20 元
预计发行日期	2010 年 8 月 2 日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	10,000 万股
<p>本次发行前股东所持股份的限售安排、股东对所持股份自愿锁定的承诺</p>	<p>公司控股股东、实际控制人贾跃亭承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。</p> <p>股东贾跃民和贾跃芳承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。</p> <p>本公司其它股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>作为公司董事、监事和高级管理人员的贾跃亭、贾跃芳、刘弘、李军、贾跃民、杨永强、邓伟和杨丽杰还承诺：除前述锁定期外，在各自任职期内每年转让的股份不超过各自所持有公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让各自所持有的公司股份。</p> <p>唐富文作为汇金立方（有限合伙）的出资人及本公司监事，作出承诺：自乐视网股票上市之日起十二个月</p>

	<p>内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资，也不由汇金立方资本管理有限公司或乐视网回购本次发行前本人持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资。上述承诺期限届满后，在本人任乐视网董事、监事或高级管理人员期间每年转让的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资不超过总数的百分之二十五；在本人离职后半年内，不转让持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资。</p>
<p>保荐人（主承销商）</p>	<p>平安证券有限责任公司</p>
<p>招股说明书签署日期</p>	<p>2010年6月24日</p>

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其它政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

重大事项提示

本公司提醒广大投资者注意以下重大事项：

一、股份限售安排和自愿锁定的承诺

本次发行前公司总股本为 7,500 万股，本次拟发行 2,500 万人民币普通股，本次发行完成后，公司总股本 10,000 万股，上述股份全部为流通股。

本次发行前公司控股股东、实际控制人贾跃亭承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

股东贾跃民和贾跃芳承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

本公司其它股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

作为公司董事、监事和高级管理人员的贾跃亭、贾跃芳、刘弘、李军、贾跃民、杨永强、邓伟和杨丽杰还承诺：除前述锁定期外，在各自任职期内每年转让的股份不超过各自所持有公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让各自所持有的公司股份。

唐富文作为汇金立方（有限合伙）的出资人及本公司监事，作出承诺：自乐视网股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资，也不由汇金立方资本管理有限公司或乐视网回购本次发行前本人持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资。上述承诺期限届满后，在本人任乐视网董事、监事或高级管理人员期间每年转让的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资不超过总数的百分之二十五；在本人离职后半年内，不转让持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资。

二、本次发行前滚存利润的分配

经公司 2009 年第五次临时股东大会审议通过，本次发行完成后，公司本次发行前的滚存利润由发行后的全体股东共同享有。

三、公司实际控制人关于履行职责的承诺函

实际控制人贾跃亭先生除任本公司董事长和总经理职务外，还在其它 12 家公司任董事长或执行董事职务。贾跃亭先生按照 12 家公司《公司章程》履行董事长或执行董事职责，未参与日常管理和经营。贾跃亭先生在公司处履行日常管理和经营，不存在利用其控制地位从事侵害公司利益的情形。

为了避免损害公司及其它股东利益，公司控股股东、实际控制人贾跃亭于 2010 年 3 月 18 日向公司出具《承诺函》，主要内容如下：

“本人了解、知悉法律法规以及公司章程规定的董事长、总经理的义务与职责，在任职期间保证勤勉尽责、客观、独立地履行职责，维护乐视网及全体股东的合法权益，优先保障乐视网的利益、不与乐视网发生利益冲突、不影响乐视网的独立性。”

四、本公司合法经营情况和内容审核机制

本公司已拥有开展其业务所需的《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》、《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》、《网络文化经营许可证》以及《信息网络传播视听节目许可证》（计算机和手机等手持终端设备）、北京广电局《广播电视节目制作经营许可证》和药监局《互联网药品信息服务资格证书》等资质证书。在报告期内，本公司的网络视频服务、手机电视服务、个人 TV、企业 TV 等业务符合主管部门对互联网业务、手机电视业务合法经营的相关规定，但仍然存在由于未来政策变化导致本公司无法得到相关许可证的风险。

本公司开通了个人 TV 及企业 TV 业务，以供个人及企业用户建立属于其自己的视频空间，在活跃网站人气、增加视频分享内容、促进乐视网快速发展的同时，也存在个别用户上传无合法版权的视频内容，进而引发潜在的版权诉讼风险。尽管公司在用户建立个人 TV 及企业 TV 时进行了合法性提示并依照严格的质量控制制度进行审核，但面对用户上传的海量视频内容，难免出现百密一疏，因此存在潜在的版权诉讼风险。

本公司制订了严格的合法版权采购政策，保证本公司自身上传的影视剧内容合法，同时制订了三级质量审核机制，对本公司上传和用户上传的内容进行综合评定和审核，对于违反国家法律法规、涉嫌侵权、色情淫秽等的视频内容采取删除或屏蔽措施。本公司在用户上传视频内容时进行了“合法性提示”并依照严格

的质量控制制度和即时人工监控措施，对于涉黄、反动和侵权视频内容，一经发现立即删除，因此不存在因传播非法视频导致主要业务被勒令整改或停止的情形或潜在风险。

五、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”一章中的下列风险：

（一）业务及模式创新风险

报告期内，公司在业务及其模式上进行了一系列创新，如网络高清视频服务、用户分流业务、其它平台增值业务及其模式等（详见“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务”），并在未来还会开发出更多满足用户需求的创新型业务和模式。作为国内领先的网络视频服务提供商，保持创新意识、主动进行业务创新是保持快速增长和行业领先地位的必备法宝。

公司在业务及模式创新前会进行充分的市场调研、立项、论证，在决策和执行过程中履行严格的程序，并采取严格质量控制，控制业务及模式创新风险。尽管采取上述措施，仍然存在业务及模式创新所依据的客观条件发生不利变化的情形，并且影响创新后业务发展的稳定性和可持续性，使公司面临业务及模式创新的经营风险。

（二）盈利模式的稳定性和持续性风险

公司已建立了“网络视频基础服务和视频平台增值服务”的业务架构，并形成了付费和免费两类服务模式。报告期内，公司通过网络高清视频服务业务和视频平台广告发布业务实现的收入占公司营业收入的比重合计分别为 99.85%、95.37%和 75.81%。上述两种业务的稳定性决定了公司经营的稳定性和持续性。同时，公司通过业务创新开发出了网络视频版权分销业务和视频平台用户分流业务，有效地丰富了公司的业务模式和盈利模式。

公司的业务模式和盈利模式是基于目前和未来可预期的行业和市场状况而开展的。一旦公司建立的业务模式和盈利模式所依赖的客观条件发生不利变化或者公司不能继续通过业务及模式创新持续开发出符合用户需求的服务，公司的盈利将出现波动，影响公司经营的稳定性和持续性。

表：报告期内公司业务的主要盈利模式

类别	业务	客户群	盈利模式
付费	网络高清视频服务	付费用户	收取包月服务费

类别	业务	客户群	盈利模式
服务	网络超清播放服务	付费用户	收取服务费
	网络视频版权分销	合作方	收取版权许可使用费
	视频平台广告发布	广告主	收取广告发布费
	视频平台用户分流	具有相关用户群体的网站	收取用户分流服务费
	手机电视技术及内容服务	电信运营商、内容集成商及手机用户	收取技术服务费和内容服务费
	企业 TV 服务	企业用户	收取技术服务费
免费服务	网络标清视频服务	免费用户	人气聚集和内容积累，提升视频平台价值
	个人 TV 服务	注册用户	
	3G 乐视网视频服务	免费手机用户	

（三）我国网络视频服务行业商业模式成熟度风险

我国网络视频行业具有发展速度快、模式创新及融合频繁、用户需求多样化的特点，2008 年以来该行业处于从发展期向成熟期过渡阶段。在这个过渡阶段，我国网络视频行业呈现出如下发展特征和趋势：（1）大型媒体单位纷纷推出视频门户，行业吸引力和服务水平得到提升；（2）大型网络视频服务商整合进程加速，资本力量助推行业洗牌；（3）视频服务商版权意识提升，有利于行业规范健康发展；（4）传统免费服务商纷纷推出付费服务，付费点播模式获得广泛认可。

在网络视频行业从发展期向成熟期过渡阶段，各服务商都形成了相对成熟和稳定的商业模式及盈利模式，但是网络视频行业具有模式不断创新及相互融合频繁的特征，因此随着产业政策、行业技术、网络环境和用户需求的不断变化，商业模式及盈利模式的成熟度和稳定性会呈现出波动特征。未来随着我国网络环境的逐渐完善、行业规范程度的不断提高、用户需求的不断提升，我国网络视频服务将步入成熟发展阶段，各项商业模式和盈利模式将更趋成熟。

（四）支付方式依赖电信运营商的风险

公司在网络高清视频服务业务中，为用户提供多种支付方式。其中手机话费支付方式具有方便和快捷的特性，在全部支付方式所产生的收入中占比较大。由于手机话费支付方式主要通过中国联通的“手机小额支付业务”平台和中国移动的“手机钱包”（名称后改为‘中国移动通信账户支付’）系统进行操作，因此公司提供的支付方式对中国联通、中国移动等电信运营商存在一定依赖性。报告期内，公司通过电信运营商（含子公司）实现的销售收入占各期网络高清视频服务

业务收入比重合计分别为 14.48%、54.27%和 72.21%。

1、公司对电信运营商依赖程度上升是公司收费通道优势的重要体现

报告期内，公司取得了“手机小额支付业务支付商”和“手机钱包”移动支付合作商资格，通过该等合作资格公司可为中国移动和中国联通手机用户提供手机话费方式支付视频点播服务。

手机话费支付方式通过短信方式即可完成，方便快捷，迎合了网络视频服务的小额支付特性，可以为用户提供便捷可靠的支付服务。由于取得上述业务资格需要具备良好的信誉、稳定的经营业绩和持续的用户增长等多种条件，且经过电信运营商严格的审核，具有一定稀缺性。

报告期内，公司通过上述支付方式实现收入比重上升，是公司收费通道优势在支付便捷和可靠方面的重要体现。

2、公司对电信运营商的依赖不存在重大不利影响，反而有利于公司经营的稳定性和持续性

主体名称	2007 年		2008 年		2009 年	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
中国联通	23.79	0.75%	2,233.17	42.27%	4,063.38	55.25%
联动优势	432.55	13.70%	626.53	11.86%	1,217.21	16.55%
中国电信	-	-	5.80	0.11%	28.77	0.39%
联合通信	-	-	0.38	0.01%	-	-
联通新视讯	0.99	0.03%	1.37	0.03%	1.45	0.02%
合计	457.32	14.48%	2,867.25	54.27%	5,310.81	72.21%
点播服务收入	3,158.17	100.00%	5,283.54	100.00%	7,354.63	100.00%

由上表，公司通过各电信运营商进行网络高清点播付费的比重逐年上升，系公司主动进行收费通道筛选及业务推广战略调整的结果。

2007 年公司主要通过关联方西伯尔通信的 PDA 门户内容应用服务收费通道进行点播服务代收费。2007 年 9 月后，公司停止使用该收费通道，并积极建立了集电信运营商和 SP 的多种收费通道体系。

由于电信运营商比其它众多 SP 在回款速度、信誉度等方面具有明显优势，公司逐步停止利用其它 SP 的代收费通道，加大并提高了电信运营商的收费通道比重。由于电信运营商推出的各项代收费服务属于其鼓励并大规模推广的业务领域，公司对电信运营商的依赖不会产生重大不利影响，反而使公司的竞争优势更加突出。

公司通过强化电信运营商的收费通道，使收费回款更便捷、可靠，提高了公

司经营的稳定性和持续性。

在手机话费支付方式中，各电信运营商处于主导地位，公司处于相对被动地位。如果电信运营商停止或调整支付方式、延迟计费数据发送或未能及时向公司划转款项，将对公司经营产生不利影响。

（五）版权集中到期风险

截至 2010 年 4 月，公司拥有电影版权 2,324 部，电视剧版权 43,097 集，未来在第 4 年至第 5 年到期的比重分别为 68.37% 和 61.56%。如上述影视剧版权在未来第 4 年至第 5 年集中到期时无法及时补充版权资源，则会给公司持续经营带来一定风险，为此公司采取了如下措施规避风险：

①积极加强影视剧版权的购买，不断提高影视剧版权资源数量。由于上述版权到期期限集中系由于公司于 2008 年-2009 年集中采购所致，未来公司将继续进行较大规模的版权购买计划，以维护和提升版权资源优势。

②与重要版权方签署战略合作协议，建立长期合作关系。公司在报告期已经与中影集团、央视国际、华谊兄弟和新画面影业等出品方和版权方建立良好的合作关系，其中与中影集团和央视国际已经建立良好的内容共享合作关系。这种稳定的长期的合作关系有力地保障了公司具备长期版权采购渠道。

③与主要版权合作方建立续约机制。在部分版权采购协议中，公司与合作方已签订续约条款，即在合作到期后将自动或通过协商顺延一至二年的合作。

④未来第 4 年至第 5 年集中到期的影视剧版权主要为非独家授权，而非独家的影视剧版权资源不存在稀缺性，到期后公司可根据经营需要选择是否继续以较低的成本采取打包方式集中采购。

上述各项措施可以有效保证在版权未来第 4 年至第 5 年集中到期后公司维持版权资源的稳定和经营的持续性，但如在第 4 年至第 5 年后未能获得足够版权资源或者届时版权采购价格大幅上涨，将会对公司经营带来一定影响。

（六）版权诉讼风险

2008 年以来，随着网络视频服务行业的不断规范发展以及网络版权方对网络版权保护意识的日益加强，网络视频服务商和视频版权方开始较多的采取法律手段对自身的合法版权进行保护，使版权方和视频服务商之间、视频服务商相互间发生大量的诉讼和纠纷，版权诉讼和维权行为已成为网络视频服务行业的一种

常态。

公司开通了个人 TV 及企业 TV 业务，以供个人及企业用户建立属于其自己的视频空间，在活跃网站人气、增加视频分享内容、促进乐视网快速发展的同时，也存在个别用户上传无合法版权的视频内容，进而引发潜在的版权诉讼风险。报告期内，本公司作为被告方发生的诉讼事项共 32 起，本公司作为原告方发生的诉讼共 244 起。本公司作为被告的案件中，经确定由本公司向相关权利人赔偿损失和支付和解费用的总金额合计 33.7 万元（不包括购买版权的费用），金额较小，未对本公司的经营成果造成重大的不利影响。截至本招股说明书签署日，公司存在 1 起尚未了结的涉诉案件。

尽管公司在用户建立个人 TV 及企业 TV 时进行了合法性提示并依照严格的质量控制制度进行审核，但面对用户上传的海量视频内容，难免出现百密一疏，因此存在潜在的版权诉讼风险。

（七）3G 手机流媒体电视应用平台改造升级项目效益不确定性风险

公司拟募集资金 2,741 万元用于对 3G 手机流媒体电视应用平台进行改造升级。2005 年，公司是中国联通第一个手机流媒体业务——视讯新干线的最大内容供应商以及广东联通手机电视内容供应商；2006 年，公司完成了央视国际手机流媒体电视播控平台并负责对其维护；目前公司已经为开展 3G 手机电视业务做好了充分的准备，成为首家获得国家广电总局颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（手机等手持终端设备）的民营企业，并已成功推出基于手机无线网的手机电视网站“3G 乐视网”（3g.letv.com）以及手机电视客户端软件。募集资金完成后，公司将通过升级改造投入提升上述平台的服务能力。按照预测，该项目实施后 5 年实现年均销售收入 1,446.9 万元、净利润 570.75 万元。由于该项目的效益测算是建立在 3G 用户规模持续增长、用户视频需求持续释放等一系列假设条件基础之上，如未来相关假设条件发生不利变化并给该项目的实施产生一定负面影响，将会影响项目的效益水平。

（八）税收优惠政策变动风险

公司是经北京市科学技术委员会认定的位于北京市新技术产业开发试验区的高新技术企业，自 2005 年至 2007 年免征企业所得税，2008 年至 2010 年按照 15% 的适用所得税税率减半征收。

公司因 2007 年应纳税所得额全部弥补以前年度亏损，故 2007 年未实际享受所得税税收优惠；2008 年和 2009 年，公司享受的所得税税收优惠金额分别为 352.00 万元和 917.28 万元，占当期归属于母公司股东净利润比重分别为 11.63% 和 20.63%。如果未来税收优惠政策发生变化，将对公司经营业绩造成一定影响。

（九）境外影视剧的网络播放许可风险

截至 2009 年 12 月 31 日，公司在 letv.com 上发布的未取得国家广电总局《电视剧发行许可证》、《电影公映许可证》的境外影视剧共 69 部，占公司上线影视剧总量的 3.63%。按照《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》（2004 年颁布）第十七条的规定，“用于通过信息网络向公众传播的影视剧类视听节目，必须取得《电视剧发行许可证》、《电影公映许可证》”。但国家广电总局尚未设立专门部门管理境外影视剧的信息网络发布事宜。公司在 letv.com 上发布的境外影视剧虽然取得了著作权人的授权，但其中部分未取得国家广电总局颁发的上述许可证。2009 年 7 月 21 日，国家广电总局网络视听节目管理司向公司律师出具复函确认公司能够遵守相关法律的规定，未受到广电部门的行政处罚。

截至本招股说明书签署日，公司已采取了积极的措施确保主营业务符合法律、法规的要求，公司已不再引进不具备我国广电部门颁发的上述许可证的境外影视片，已经引进的未取得上述许可证的境外影视片已经全部下线，不在 letv.com 上发布；如果广电部门要求整改规范，公司将无条件遵守。报告期内，公司在 letv.com 上发布的未取得许可证的境外影视剧数量较少，占公司已上线影视剧总量的比重较低，该类影片的发布和下线不会造成付费用户的流量大幅波动，对于公司的经营活动不会构成重大影响。

即使采取上述措施，如果相关主管部门针对上述事项出台关于境外影视剧信息网络发布的具体监管法规，将会对公司业务产生一定影响。公司实际控制人贾跃亭已于 2009 年 11 月 21 日出具《承诺函》：“如果因为乐视网在 letv.com 上发布未取得我国广播电影电视主管部门颁发的《电影公映许可证》、《电视剧发行许可证》或《电视动画片发行许可证》的境外影视片，导致乐视网受到行政处罚而遭受的经济损失由本人承担。”

（十）采购价格上涨的风险

随着合法影视剧版权重要性的凸显，各网络视频服务提供商对影视剧版权的

争夺将愈发激烈。报告期内，网络视频剧的版权交易价格呈现大幅上涨的局面，其中独家热门影视剧版权交易价格上涨尤为迅猛。

如果影视剧版权的采购价格出现持续上涨状态，将增加公司版权采购的成本和无形资产摊销金额，对公司的盈利水平产生一定的冲击。公司采取下列措施降低版权采购价格上涨带来的不利影响：

1、通过版权分销业务，将采购价格上涨增加的成本转嫁给其它网络视频服务提供商。

2、公司已经积累了相当储量的影视剧版权资源，可以有效保持未来 3-5 年版权资源优势，维持市场竞争地位。

3、调整购买版权的类型和结构。适时调整独家信息网络传播权和非独家信息网络传播权、电视剧和电影版权采购比例，将独家信息网络传播权的采购比例控制在合理范围内，力争缓解版权采购价格上涨带来的成本压力。

综上所述，影视剧版权的采购价格上涨虽不会对公司盈利水平产生重大不利影响，但持续快速的价格上涨仍给公司带来一定的经营风险。

投资者需特别关注的公司风险及其它重要事项，并认真阅读本招股说明书“风险因素”一章的全部内容。

目 录

发行人声明	3
重大事项提示	4
第一节 释义	17
一、一般释义	17
二、专业术语释义	18
第二节 概览	23
一、发行人简要情况	23
二、控股股东及实际控制人简要情况	25
三、发行人竞争优势	25
四、本公司主要财务数据	31
五、本次发行情况	33
六、本次募集资金用途	33
第三节 本次发行概况	34
一、发行人基本情况	34
二、本次发行的基本情况	34
三、与发行有关的机构和人员	35
四、发行人与有关中介机构的股权关系或其它权益关系	37
五、本次发行上市重要日期	37
第四节 风险因素	38
第五节 发行人基本情况	50
一、发行人改制重组情况	50
二、资产重组情况	53
三、发行人组织结构	53
四、发行人控股子公司、分公司情况	56
五、公司主要股东及实际控制人情况	58
六、股本情况	70
七、员工及社会保障情况	73
八、实际控制人、持有 5% 以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺	74
第六节 业务和技术	76
一、公司主营业务和主要服务及其变化情况	76

二、行业基本情况.....	78
三、本公司在行业中的竞争地位和竞争对手.....	104
四、发行人主营业务.....	115
五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况.....	155
六、发行人拥有的特许经营权情况.....	160
七、发行人的核心技术、技术储备、技术人员和创新机制情况.....	161
第七节 同业竞争与关联交易	167
一、同业竞争.....	167
二、关联方及关联关系.....	170
三、关联交易.....	171
四、独立董事对报告期内重大关联交易的意见.....	180
第八节 董事、监事、高级管理人员与其它核心人员	181
一、董事、监事、高级管理人员与其它核心人员简介.....	181
二、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员持有本公司股份情况及对外投资情况.....	185
三、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员兼职情况.....	186
四、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员最近一年在发行人及关联方领取收入情况.....	187
五、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员间亲属关系.....	188
六、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员与公司签订协议、重要承诺及履行情况.....	188
七、董事、监事、高级管理人员任职资格说明.....	188
八、董事、监事、高级管理人员近三年变动情况及变动原因.....	188
第九节 公司治理	191
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	191
二、近三年违法违规行情况.....	193
三、资金占用和对外担保情况.....	193
四、内部控制相关情况.....	194
五、对外投资、担保事项的政策及制度安排和执行情况.....	194
六、投资者权益保护情况.....	196
第十节 财务会计信息与管理层分析	199
一、审计意见类型及会计报表编制基础.....	199
二、发行人报告期的财务报表.....	201

三、主要会计政策和会计估计	215
四、发行人适用的税种税率和享受的税收优惠政策	229
五、会计政策、会计估计变更及前期差错更正	230
六、非经常性损益	230
七、报告期内公司主要财务指标	232
八、历次资产评估情况	233
九、验资情况	234
十、发行人重大担保、诉讼、其它或有事项和重大期后事项	235
十一、财务状况分析	235
十二、盈利能力分析	254
十三、现金流量分析	274
十四、资本性支出分析	277
十五、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析	278
十六、股利分配	280
第十一节 募集资金运用	282
一、募集资金运用	282
二、募集资金投资项目分析	283
三、募集资金运用对业务经营、财务状况及经营成果的影响	301
第十二节 未来发展与规划	303
一、公司发行当年及未来三年发展规划及发展目标	303
二、募集资金项目在促进未来发展及在增强成长性和自主创新方面的影响	307
三、实施上述业务发展计划的基本假设和面临的主要困难	308
四、公司业务发展规划和发展目标与现有业务的关系	308
第十三节 其它重要事项	310
一、重要合同	310
二、对外担保的情况	313
三、重大诉讼和仲裁事项	314
四、关联方的重大诉讼或仲裁事项	317
五、刑事起诉或行政处罚	317
第十四节 有关声明	318
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	318

二、保荐人（主承销商）声明	319
三、发行人律师声明	320
四、会计师事务所声明	321
五、评估机构声明	322
六、验资机构声明	323
第十五节 附件	324

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有所指，下列简称具有如下特定含义：

一、一般释义

本公司、公司、发行人、乐视网	指	乐视网信息技术（北京）股份有限公司
乐视星空	指	北京乐视星空信息技术有限公司
乐视传媒	指	乐视移动传媒科技（北京）有限公司
乐视广告	指	北京乐视流媒体广告有限公司
同创伟业	指	深圳市同创伟业创业投资有限公司
汇金立方	指	汇金立方资本管理有限公司
上海谊讯	指	上海谊讯信息技术有限公司
深圳创投	指	深圳市创新投资集团有限公司
西伯尔通信	指	北京西伯尔通信科技有限公司
山西西贝尔	指	山西西贝尔通信科技有限公司
太原西伯尔	指	太原市西伯尔电子工程有限公司
电通数码	指	北京西伯尔电通数码科技有限公司
西伯尔无线	指	北京西伯尔无线金融数据技术有限公司
本次发行	指	公司本次向社会公开发行2,500万股人民币普通股（A股）的行为
保荐人（主承销商）	指	平安证券有限责任公司
发行人律师、公司律师	指	北京市信利律师事务所
利安达会计师事务所、审计机构	指	利安达会计师事务所有限责任公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《创业板暂行办法》	指	《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》
证监会	指	中国证券监督管理委员会
广电总局	指	国家广播电影电视总局
广电部门	指	包括国家广播电影电视总局及地方广播电影电视监管部门在内的各级广播电影电视监管部门的统称

新闻出版总署	指	中华人民共和国新闻出版总署
文化部	指	中华人民共和国文化部
北京广电局	指	北京市广播电影电视局
工业和信息化部	指	中华人民共和国工业和信息化部
中国联通	指	中国联合网络通信有限公司
中国移动	指	中国移动通信集团公司
中国电信	指	中国电信集团公司
中国网通	指	中国网络通信集团公司
中影集团	指	中国电影集团有限公司
央视国际	指	央视国际网络有限公司
艾瑞市场咨询	指	iResearch，是一家专注于网络媒体、电子商务、网络游戏、无线增值等新经济领域，提供市场调查研究和战略咨询服务的专业市场调研机构
近三年、报告期	指	2007年、2008年和2009年
元、万元	指	人民币元、万元

二、专业术语释义

流媒体	指	将一连串的媒体数据压缩后，经过网络分段传送数据，在网络上即时传输影音以供观赏的一种技术与过程
网络视频	指	采取 WMV、RM、RMVB、FLV、MOV 和 MP4 等格式，在互联网或手机无线网进行传输并通过 RealPlayer、Windows Media Player、Flash、QuickTime 及 DivX 等播放器播放和观看的视频内容
网络视频服务	指	网络视频服务提供商通过一定技术平台为用户提供的各种与网络视频相关的服务，主要包括视频在线点播、直播、分享、搜索和下载等服务类型
视频分享	指	网络视频服务提供商为用户提供视频存储空间和发布平台，用户通过上传视频内容实现彼此间的内容共享
网络视频服务提供商	指	具有相关经营资质，通过互联网、手机无线网为用户提供网络视频点播、直播、分享、搜索和下载等服务的服务商。
内容集成商	指	具有信息网络传播视听节目许可证（含集成业务），通过信息网络集成其它内容提供商的内容资源，为电信运营商承担审核职责的内容服务商
电信运营商	指	提供固定电话、移动电话和互联网接入的通信服务公司
客户端	指	具有在线点播、直播功能，通过用户安装，向其提供网络视频服务的终端软件
可用率	指	公司网站全年正常工作的时长与全年总时长的比值

CNNIC	指	中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center, 简称 CNNIC），是经国家主管部门批准于 1997 年 6 月 3 日组建的管理和服务机构，行使国家互联网络信息中心的职责
3G	指	3rd-generation, 即第三代移动通信技术, 是支持高速数据传输的蜂窝移动通讯技术。3G 服务能够同时高速传送声音(通话)及数据信息(电子邮件、即时通信等)。我国目前执行的 3G 标准有: WCDMA、CDMA2000 和 TD-SCDMA
手机钱包	指	中国移动向用户提供的, 以银行卡账户为资金支持, 以手机为交易工具, 将用户的银行账户和手机号码绑定, 通过短信息、自动语音、WAP 等多种方式, 实现购物消费、代缴费、转账、账户余额查询并可以通过短信等方式得到交易结果通知和账户变化通知的服务, 该项服务后升级为“中国移动通信账户支付”(见下)
中国移动通信账户支付	指	中国移动推出的, 用户通过定制将手机号码与支付账户绑定, 并通过手机短信息、WAP、IVR、USSD 或其它无线方式(如: 条码凭证、RFID 等)进行账单支付、商品购买、账户查询等电子商务操作或获取个人金融信息服务的业务
中国联通手机小额支付业务	指	手机用户通过联通提供的支付平台, 采取短信、语音、WAP 等方式, 以预存话费、话费积分、联网银行卡资金等款项向商户支付交易所需金额的行为或过程
码率	指	Data Rate, 也叫码流, 是指音视频文件在单位时间内使用的数据流量, 是音视频编码质量控制中最重要的部分, 一般以经过编码(压缩)后的音视频数据每秒钟需要用多少个比特来表示, 采用 kbps 或 mbps 作为单位, 即千位每秒或兆位每秒进行计量
手机电视	指	以手机等移动终端作为接收设备观看视频内容的一项技术或应用服务。包括三种实现方式: 一是利用手机无线网实现; 二是利用卫星广播实现; 三是在手机中安装数字电视的接收模块, 直接接收数字电视信号。本文特指第一种方式
企业付费收入	指	视频服务商从企业用户取得的各项收入, 如广告发布收入、视频技术服务收入等
个人付费收入	指	网络视频运营商通过提供视频服务从个人用户获得的收入, 如点播服务费
PV	指	Page View, 即页面浏览量或点击量, 通常指一个网站在一定时间内被打开页面的数量; 本文所用日均 PV 指最近一个月内移动平均的日 PV 值
首屏打开时间	指	使用浏览器打开网页时, 浏览器窗口上部第一屏区域被充满所花费的时间, 是直接关系用户体验的时间指标
P2P	指	peer-to-peer, 即点对点技术, 又称对等互联网络技术, 是一种新型网络资源传输技术, 该技术依赖网络中每个参与者的计算能力和带宽, 而不是依赖于服务提供商的服务器
CDN	指	Content Delivery Network, 即内容分发网络, 是通过在现有的网络增加一层新的网络架构, 将网站的内容发布到最接近用户的网络节点, 使用户可以就近取得所需的内容, 改善网络的传输速度, 解决网络拥挤的状况, 与传统网络传输分布架构相比, 解决了由于网络带宽小、用户访问量大、网点分

		布不均等原因所造成的用户访问网站响应速度慢的问题
720P	指	一种视频显示格式，是美国电影电视工程师协会（SMPTE）制定的高清数字电视的格式标准。其有效显示格式为：1280×720，像素数达到 92.16 万。数字 720 表示垂直方向有 720 条扫描线，P 代表逐行扫描，即 Progressive
1080P	指	一种视频显示格式，是美国电影电视工程师协会（SMPTE）制定的最高等级高清数字电视的格式标准，是数字电影成像技术和计算机技术的完美融合。其有效显示格式为：1920×1080，像素数达到 207.36 万。数字 1080 表示垂直方向有 1080 条扫描线，P 代表逐行扫描，即 Progressive
标清视频	指	乐视网向用户提供的码率标准为 350-650kbps，分辨率不超过 640*480 的视频内容
高清视频	指	乐视网向用户提供的码率标准为 650-1500kbps，分辨率在 640*480 至 1280*720 的视频内容
超清视频	指	乐视网向用户提供的码率标准为 10mbps 以上、分辨率达到 1920*1080 标准的视频内容，即 1080P 格式的视频内容
视频平台用户分流	指	网络视频服务提供商通过自有网络平台嵌入其它服务提供商链接，将用户引导给其它服务提供商的过程
乐视 P2P+CDN 技术	指	公司利用行业现有通行的 P2P 技术和 CDN 技术经过融合创新、自主研发出的一种网络传输和存储分发技术
无线流媒体平台及管理系统 V1.0	指	公司设立时作为出资的一项非专利技术，是通过手机无线网，利用编解码软件、播放软件、广播软件、系统管理软件，实现音频、视频等多媒体信息在手机终端、个人掌上电脑和其它终端进行直播、点播和下载的一套综合平台及管理系统
流媒体平台及管理系统 V2.0	指	公司依托“无线流媒体平台及管理系统 V1.0”，引入并融合了 P2P 技术和 CDN 技术，将其升级开发成基于互联网和手机无线网向 PC 及手机等终端用户提供流媒体视频内容的存储和分发服务的综合平台及管理系统
影视独家网络版权	指	版权权利人在网络上拥有的对视频内容具有排他性的各项权利，包括自己使用权、转授权、许可他人非独家使用权和独立打击盗版权等
影视非独家网络版权	指	版权权利人对视频版权内容仅拥有在网络上进行网络视频服务的自己使用权
网络视频用户覆盖率	指	接受过网络视频服务的用户总量占全部互联网用户的比重
PV 比重	指	根据 Alexa 统计的页面访问量占全球页面访问量的百分比
HTTP 协议	指	超文本传输协议(HyperText Transfer Protocol 的缩写)是互联网上应用最为广泛的一种网络协议
DRM	指	内容数字版权加密保护技术（Digital Rights Management 的缩写）
CP	指	移动数据业务内容提供商，或者叫移动增值业务内容提供商(Content Provider 的缩写)

SP	指	服务提供商（Service Provider 的缩写），是移动互联网服务内容应用服务的直接提供者，常指电信增值业务提供商，负责根据用户的要求开发和提供适合手机用户使用的服务
WCDMA	指	宽带码分多址(Wideband Code Division Multiple Access 的缩写)是一种第三代无线通讯技术
CDMA2000	指	Code Division Multiple Access 2000 是一个 3G 移动通讯标准
TD-SCDMA	指	时分同步码分多址（Time Division-Synchronous Code Division Multiple Access 的缩写）一种第三代无线通信的技术标准
UPS 电源	指	不间断电源(uninterruptible power system 的缩写)
DHT 结构	指	分布式哈希表(Distributed Hash Table 的缩写),是一种分布式存储方法
P2P 贡献率	指	通过节点传输的数据量与总数据量（节点+服务器）的比率，用于测算节点对用户的贡献率
Hash	指	散列或哈希，主要用于信息安全领域中加密算法，他把一些不同长度的信息转化成杂乱的 128 位的编码里，叫做 Hash 值。也可以说，Hash 就是找到一种数据内容和数据存放地址之间的映像关系
Qos	指	服务质量（Quality of Service 的缩写）
3DES	指	3DES 是 DES 加密算法的一种模式，它使用 3 条 56 位的密钥对数据进行三次加密
AES	指	密码学中的高级加密标准（Advanced Encryption Standard 的缩写）
XML	指	可扩展标记语言（Extensible Markup Language 的缩写）
PC	指	个人计算机(Personal Computer 的缩写)
IE 浏览器	指	网页浏览器（Internet Explorer 的缩写）
AAC	指	Adaptive audio coding 一种专为声音数据设计的文件压缩格式，利用 AAC 格式，可使声音文件明显减小，而不会让人感觉声音质量有所降低
Kbps	指	千位/秒
Mbps	指	兆位/秒
盛大在线	指	上海盛大网络发展有限公司
百度网讯	指	北京百度网讯科技有限公司
畅游互动	指	畅游互动（北京）科技有限公司
网络游戏	指	缩写为 Online Game，又称“在线游戏”，简称“网游”。指以互联网为传输媒介，以游戏运营商服务器和用户计算机为处理终端，以游戏客户端软件为信息交互窗口的旨在实现娱乐、休

		闲、交流和取得虚拟成就的具有相当可持续性的个体性多人在线游戏。
封测\封闭测试	指	游戏开发方完成游戏的 50% 主体功能，提供给限定的测试人员进行测试，并修正发现的错误
内测\内部测试	指	在游戏或软件开发完成的初期，由游戏公司或软件公司发送限定数量的激活码或账号给玩家，由少量玩家测试并向游戏开发公司反馈使用情况和存在的问题，以促进游戏的进一步完善
公测\公开测试	指	游戏开发方完成游戏 80% 的规划功能，将游戏全面公开给用户让其自愿免费地进行测试，旨在测试游戏、客户端软件、服务器软件和/或其它软硬件条件，使游戏、广告、营销和游戏会员邀请服务在所述地区得到充分地发展和运作
商业化运营	指	被授权的网游运营商在游戏全面公开给用户时，进入向用户提供游戏内容及收费服务项目的阶段，其中收费服务包括但不限于按时长计费、会员制、道具出售等形式

注：除特别说明外本招股说明书所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者做出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简要情况

（一）基本情况

1、名称：乐视网信息技术（北京）股份有限公司

2、注册地址：北京市海淀区学院南路 68 号 19 号楼六层 6184 号房间

3、法定代表人：贾跃亭

4、成立日期：2004 年 11 月 10 日

整体变更日期：2009 年 2 月 10 日

5、注册资本：7,500 万元

6、经营范围：（1）许可经营项目：互联网信息服务（含发布网络广告）。（2）一般经营项目：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。

公司是以乐视移动传媒科技（北京）有限公司截至 2008 年 12 月 31 日经审计的账面净资产折股整体变更设立的股份有限公司。

（二）业务情况

公司始终专注于互联网视频及手机电视等网络视频技术的研究、开发和应用，主要经营网络视频基础服务和视频平台增值服务业务，已经成为国内领先的互联网高清影视剧视频服务及 3G 手机电视服务商。

公司以设立之初的“无线流媒体平台与管理系统 V1.0”搭建了视频运营平台，并将该平台应用于手机电视服务领域。通过持续创新性开发，引入并融合了

P2P 技术和 CDN 技术，将该系统升级开发成更具兼容性和扩展性的“流媒体平台及管理系统 V2.0”。依托于系统升级后的视频运营平台，公司为用户提供了体验性更强的互联网视频及手机电视等网络视频服务。

报告期内，公司为互联网用户提供网络高清视频服务、网络标清视频服务、个人 TV 服务、企业 TV 服务、网络超清播放服务，为手机用户提供手机电视服务，为广告主提供视频平台广告发布服务，为合作方提供网络版权分销服务，为具有相关用户群体的网站提供视频平台用户分流服务。公司坚持“服务于用户、增值于平台”的经营理念，通过网络视频基础服务和视频平台增值服务两类业务的有机融合，建立稳定和持续的盈利模式。

报告期内，公司在互联网视频服务领域取得较大的成功，实现高速增长，借助于自主开发的流媒体平台及管理系统，为用户提供优质的互联网视频服务，成为国内领先的互联网高清影视剧视频服务商。同时，手机电视业务是公司进行重点储备、培育并择机进行扩张的优势业务，公司完成了央视国际手机流媒体电视播控平台并负责对其维护，成功推出了基于手机无线网的手机电视网站“3G 乐视网”(3g.letv.com)和手机电视客户端，随着电信运营商进行 3G 网络建设和 3G 手机用户推广，公司的 3G 手机电视业务也将迎来稳定高速成长的局面。

（三）公司荣誉

经过多年的积累，公司在网络视频服务行业中树立了良好的品牌形象，确立了“乐视网”品牌。2008 年，公司获得德勤“中国 2008 年度高科技高成长 50 强”第 3 名、“亚太 500 强”第 4 名；获得《互联网周刊》“2008 年度成长最快的视频网站”。2009 年，公司获得清科“2009 年中国最具投资价值企业 50 强”第 13 名；获得德勤“中国 2009 年度高科技高成长 50 强”、“亚太 500 强”；获得中国互联网大会“网络视频及数字娱乐年会媒体十大关注企业”及“十大优秀营销案例关注榜”；获得纵横合力、每日经济新闻、CCTV 证券资讯频道、路透、EZCapital、Sina 财经等六家单位联合评选的“2009 中国创业投资价值榜最具投资潜力企业 50 强”；获得计算机世界传媒集团“09 中国互联网优秀项目奖”。

二、控股股东及实际控制人简要情况

公司控股股东和实际控制人为贾跃亭先生。截至本招股说明书签署日，贾跃亭先生持有公司 62.41% 的股权。

贾跃亭先生，男，1973 年生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士学历。贾跃亭先生 1996 年至 2002 年任山西垣曲县卓越实业公司总经理；2002 年创建山西西贝尔通信科技有限公司；2003 年创建北京西伯尔通信科技有限公司；2004 年创建本公司。贾跃亭先生现任本公司董事长、总经理。

三、发行人竞争优势

（一）独特的“三位一体”商业模式优势

自成立以来，公司一直坚持“合法版权+用户培育+平台增值”三位一体化的商业模式。公司商业模式体现出经营合法性、盈利稳定性和增长持续性等重要特点。该模式确立了公司在网络视频服务行业的领先市场地位，实现了公司主营业务的可持续发展。

公司的商业模式优势可以概括为如下三个方面：

1、公司坚持“合法版权”的经营思路，可以规避各类诉讼或法律风险，有助于保障和强化公司经营合法性和稳定性。合法版权是收费类网络视频服务提供商持续运营的基石和保障，是向付费用户进行网络影视剧视频观看收费的重要前提，也是吸引广告主投放广告的重要动力。一方面公司与合法版权拥有者签署《影视剧网络版权授权合同》，使乐视网自身发布的影视剧内容完全正版化；另一方面，公司对个人 TV 和企业 TV 服务中用户上传的视频内容采取“三级审核”制度，对于涉及侵权的影视剧内容采取删除和屏蔽上传等措施。完全正版化的影视剧储备，保证了公司客户量、营业收入的稳定和增长，降低了公司经营中的法律风险。

2、公司坚持“服务于用户”的经营理念，用差异化的视频内容吸引付费和免费两类用户。公司向免费用户提供网络标清视频点播和直播服务，向付费用户提供高清视频的点播和下载服务，并采取内容差异化策略将最新热播影视剧优先

作为高清视频内容，以提升付费用户体验效果和收看意愿。注重培育付费用户可以凸显乐视网的商业价值和盈利稳定性，注重免费用户培育可以提高视频平台人气，提升广告效应，增强公司增值服务价值。

3、公司注重“增值于平台”的价值挖掘理念，视频平台除具有视频内容点播、直播观看用途外，还具有媒介宣传价值以及用户需求挖掘价值。公司依托于网络视频基础服务已经培育了大量稳定的优质用户资源，初具视频平台的聚集效应和媒体传播效应。在此基础上，公司逐步开发出视频平台广告发布、视频平台用户分流等增值类业务模块。通过平台增值服务开发，公司有效地提升了盈利性和成长性。

综上，公司形成了由三个核心要素紧密结合、互为促进和良性循环的独特的商业模式。

（二）用户优势

用户数量和用户贡献度是网络视频服务提供商核心价值的重要体现。依靠成熟的技术、良好的商业模式和创新型的经营理念，公司培育了庞大的用户群，形成了明显的用户资源优势。

1、公司拥有庞大的用户资源

报告期内，公司向付费用户提供的网络高清视频服务累计达 900 万人次以上，2009 年度公司在互联网视频个人付费领域占有 11% 以上的市场份额¹。截至 2009 年 12 月 31 日，公司拥有日独立访问用户约 580 万人，日均 PV 约达 4,600 万浏览量；公司推出的 P2P 客户端累积下载安装量约 3,500 万次，年下载量保持了 70% 速度增长。公司已经具有庞大的用户资源，并且用户数量保持稳定增长。

2、公司用户资源更具明显的商业价值

相对于视频分享网站的用户群，公司的用户更具商业价值。首先，公司的用户群中有长期稳定的付费用户群，该类付费用户群体具有明显的消费能力和消费动力，构成公司付费观看模式的重要支撑；其次，公司网站提供的视频内容以影视剧为主，广告投放有效性和可靠性高于视频分享网站，同时单用户在线有效浏览时间比视频分享网站更长，广告投放等商业价值更大；最后，公司已经发展了

¹ 数据来源：根据公司 2008 年网络高清视频服务收入与艾瑞市场咨询提供的行业市场规模进行比较。

庞大的使用P2P客户端的用户群，比单纯的网页浏览的用户具有更高的粘性。

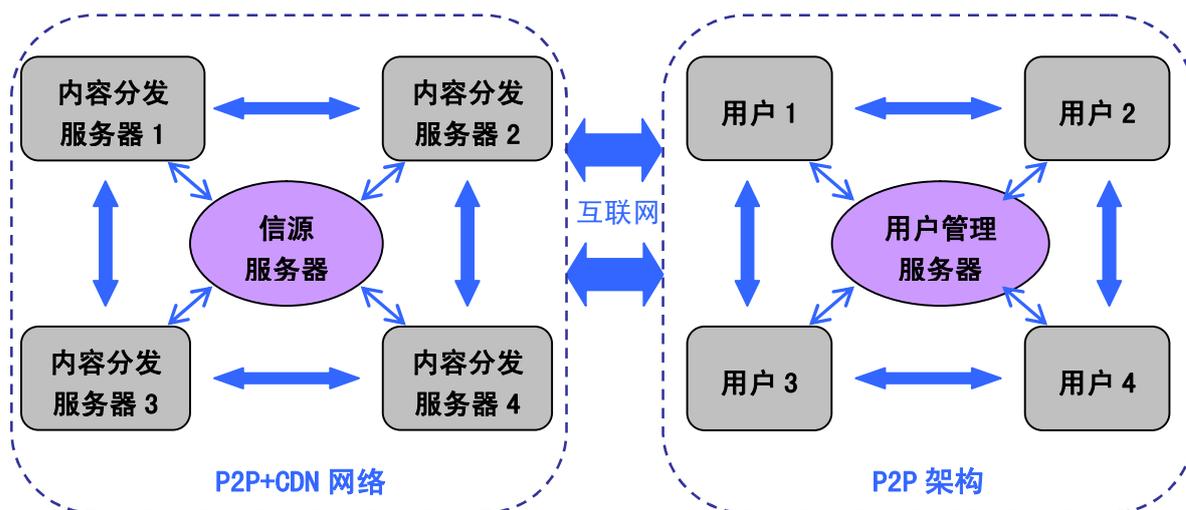
（三）互联网视频技术优势

作为中国最早的网络视频服务商之一，公司倡导“以不断的技术领先引领市场领先”，以设立之初的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”作为基础，升级开发出目前所应用的“流媒体平台与管理系统V2.0”，该系统体现了公司融合P2P技术和CDN技术的重大创新型应用，是目前网络视频服务行业中具有独特优势的应用型技术。

公司开发的“乐视P2P+CDN技术”无论在工作原理还是在实际应用上都具有独特的优势和亮点，具体如下：

1、实现 P2P 和 CDN 技术的有机融合

图：乐视 P2P+CDN 技术工作原理图



公司的乐视P2P+CDN技术优势在于通过克服单一的P2P流媒体技术或CDN流媒体分发技术应用的缺点，经提炼融合开发出新型的网络流媒体技术。与单一的P2P技术或CDN技术相比，公司的乐视P2P+CDN技术在技术原理上具有的优势和亮点如下表：

技术类型	传输协议	功能	易用性	带宽占用
CDN 流媒体分发技术	通常采用 HTTP 传输协议	支持点播为主，无需等待缓冲	好，无需安装插件	高
P2P 流媒体技术	通常采用私有 P2P 传输协议	点播/直播，通常须等待缓冲	差，必须安装客户端或插件	低
乐视 P2P+CDN 技	兼容 HTTP 协议，并在 P2P 协	点播/直播，无需等待缓冲	好，无论是否安装都可以观看	中

术	议下传输			
---	------	--	--	--

依上述对比表，公司开发的乐视P2P+CDN技术与其它单一流媒体技术相比，功能强大、节约带宽资源、运营成本较低、易用性好，更具延展性和兼容性，更具扩张效率。

2、在技术应用上具有独特优势

（1）并发能力强

乐视P2P+CDN技术在设计中充分考虑了系统集中与分布的统一，利用P2P架构和CDN整合建立起来的视频服务系统可以支持海量并发用户同时在线观看。

（2）用户体验好

乐视P2P+CDN技术，解决了单纯P2P必须安装客户端插件和单纯CDN耗用带宽资源过大的问题，用户可选安装客户端插件，保证了在降低运营成本的基础上保持优质的用户体验。

（3）内容清晰度高

公司使用领先的H.264视频编解码技术，在应用中使用智能视频码率选择，实现了服务器带宽资源与视频清晰度之间的动态平衡，可以在用户的最大可用带宽和画面清晰度之间取得最佳效果。

（4）资源安全性高

公司开发的技术平台支持DRM数字版权保护技术，并且在应用层不直接向用户开放流媒体源地址，避免非法下载，保障流媒体内容的安全。

（5）应用开发潜力大

依托于乐视P2P+CDN技术，公司开发的基础平台具备更强的延展性和兼容性，可以在此基础上开发出多种应用平台，使其适应于互联网、3G手机无线网等网络环境，用户可以在PC、手机等终端上观看视频内容。

（四）资质优势

公司拥有目前互联网视频和手机电视服务业务所需的全部经营性资质，是国内经营性资质最完整的互联网视频和手机电视服务提供商之一。

截至2009年12月31日，公司拥有广电总局《信息网络传播视听节目许可证》（计算机和手机等手持终端设备）、文化部《网络文化经营许可证》、工业和信息

化部《增值电信业务经营许可证》、《跨地区增值电信业务经营许可证》和《短消息服务接入代码使用证书》、北京市通信管理局《电信与信息服务业务经营许可证》、北京广电局《广播电视节目制作经营许可证》和药监局《互联网药品信息服务资格证书》资质证书。此外，公司还是国务院新闻办公室下属单位中国互联网违法和不良信息举报中心第一家视频网站成员单位及国家广电总局第二批中国互联网视听服务自立公约成员。

公司拥有完整的经营性资质，保证了在网络视频服务行业中获取更多的经营性资源，维持公司经营的稳定和持续增长。

（五）内容资源优势

内容资源是网络视频服务行业向用户提供服务的重要前提。公司自设立起就重视影视剧版权合法化运营，提出了“全、新、清、深”的内容建设思路，即努力向用户提供内容最全、节目最新、清晰度最高、深度挖掘的视频节目。经过多年积累，在内容数量、质量和采购渠道等方面均具有突出优势。

1、公司的版权资源储备量具有规模优势

公司注重内容资源的储备，截至2010年4月，公司拥有电影版权2,324部，电视剧版权43,097集，版权授权期限多为3-5年。庞大的影视内容储备使公司提供的各项视频服务更具吸引力，有助于增强用户的体验水平。

2、注重热门影视剧版权采购，增强公司收费能力

公司对能引起用户强烈观赏需求的影视剧进行重点采购，积极参与竞购热映的大型商业影片和热播连续剧，并力图获取长期的独家网络版权，有助于增强公司的收费能力。根据统计²，在2008-2009年国内出品的票房收入排名前20部影片中，公司获得独家网络版权的影片共7部，非独家网络版权的影片共6部，合计占20部热门影片总量的65%；同时公司获得《苏菲的供词》、《小姨多鹤》、《一起来看流星雨》、《闯关东》、《十三省》、《金婚》、《战北平》、《再过把瘾》、《鲜花朵朵》、《生死线》、《铁齿铜牙纪晓岚4》、《风云2》、《走西口》、《丐侠传奇》、《幽灵计划》、《突发事件》、《潜伏》、《蜗居》、《沧海》和《马文的战争》等热播电视剧的网络版权。

² 数据来源：太平洋电影网

3、版权采购渠道多样化，具有长期稳定的采购渠道优势

公司已经与上百家的版权方和版权代理机构建立版权交易关系，与实力强大的影视剧出品方和发行方建立了长期稳定的合作关系，采购渠道多样、便捷、畅通。此外公司与中影集团、中央电视台等建立了稳定的战略合作关系，增强了公司对优质视频节目的采购优势。

（六）支付方式便捷性优势

公司提供了以手机话费支付为主、网银支付和点卡等支付为辅的多种支付方式供用户选择，多样化的、便捷可靠的支付方式方便用户获取网络高清视频服务。在付费网络视频行业具备了支付方式的便捷性优势。

公司是中国联通的“手机小额支付业务支付商”，依托中国联通手机小额支付业务系统，为联通手机用户提供手机话费支付方式，截至目前，公司尚属少数取得中国联通“手机小额支付业务支付商”资格的网络视频服务公司。

同时，公司是联动优势科技有限公司（中国移动下属公司）“手机钱包”移动支付业务合作商，通过该合作可为中国移动手机用户提供手机话费支付方式。截至目前公司尚属少数取得中国移动“手机钱包”业务合作商资格的网络视频服务提供商。

手机话费支付通过短信方式即可完成，方便、快捷，迎合了网络视频服务的小额支付特性，可以为用户提供便捷可靠的支付服务。

此外，公司与快钱、易宝等第三方支付公司建立了业务推广和收费合作关系，为用户提供更多可选的支付方式。

（七）经营 3G 手机电视业务的先发优势

公司从成立之初就进行了3G手机电视业务筹备、布局和规划，为3G手机电视业务的开拓奠定了基础，并不断进行技术升级、内容储备、运营经验积累、品牌和用户培育，从而形成了此项业务的先发优势。

与其它单一经营互联网视频服务业务的服务提供商相比，公司的优势如下：

1、技术和资质优势

依托于设立之初的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”，公司已成功自主开

发出基于手机无线网的手机电视网站“3G乐视网”（3g.letv.com）以及手机电视客户端软件。公司已取得广电总局颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（手机等手持终端设备），成为目前行业内少数拥有手机电视经营许可牌照的民营企业。

2、内容储备优势

截至2010年4月，公司拥有电影版权2,324部，电视剧版权43,097集，版权授权期限多为3-5年。通过内容剪辑和格式转换，公司可以将上述影视剧内容应用于手机电视业务。丰富的影视剧内容储备是进行手机电视业务的重要基础，成为公司开展3G手机电视业务的内容优势。

3、运营经验优势

自2005年至今，公司与中国联通、中央电视台、中影集团等电信运营商和内容集成商进行深度合作，向合作方提供基于手机无线网的技术和内容服务，通过平台开发和内容服务，公司积累了手机电视平台运营和内容加工的丰富经验。

4、品牌和用户优势

基于对手机电视业务的长期培育，公司在手机电视领域树立了良好的“乐视网”品牌形象，通过为手机用户提供优质的用户体验、丰富的视频内容以及良好的客户服务，公司积累了庞大的客户群，截至2009年12月31日公司累计为270万手机用户提供过手机电视服务，公司的品牌和用户优势较为突出。

四、本公司主要财务数据

（一）合并资产负债表数据

单位：万元

项 目	2009年 12月31日	2008年 12月31日	2007年 12月31日
资产总计	23,650.93	14,816.12	6,433.75
其中：流动资产	6,669.68	8,548.35	1,132.13
非流动资产	16,981.25	6,267.77	5,301.61
负债总计	4,950.36	549.07	472.16
其中：流动负债	4,950.36	549.07	472.16
非流动负债	-	-	-
所有者权益	18,700.58	14,267.06	5,961.58

归属于母公司的所有者权益	18,700.58	14,253.58	5,948.20
--------------	-----------	-----------	----------

（二）合并利润表数据

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
营业收入	14,573.14	7,360.71	3,691.63
营业利润	4,742.38	3,168.72	1,492.05
利润总额	4,770.23	3,167.72	1,468.35
净利润	4,447.82	3,025.47	1,468.35
归属于母公司的净利润	4,447.00	3,025.38	1,469.17

（三）合并现金流量表

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
经营活动产生的现金流量净额	8,340.31	1,649.45	945.90
投资活动产生的现金流量净额	-12,817.70	-3,188.59	-497.04
筹资活动产生的现金流量净额	3,925.51	5,280.00	-313.22
现金及现金等价物净增加额	-550.38	3,740.86	135.64

（四）主要财务指标

财务指标	2009 年	2008 年	2007 年
流动比率（倍）	1.35	15.57	2.40
速动比率（倍）	1.32	15.49	2.30
资产负债率(母公司)	21.93%	3.70%	11.24%
应收账款周转率（次）	6.36	4.46	9.54
息税折旧摊销前利润（万元）	7,462.43	4,320.42	2,209.66
归属于发行人股东的净利润（万元）	4,447.00	3,025.38	1,469.17
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	4,421.24	3,026.30	1,492.87
利息保障倍数	64.95	-	112.10
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.11	0.31	0.19
每股净现金流量（元）	-0.07	0.70	0.03
基本每股收益	0.59	0.57	0.29
稀释每股收益	0.59	0.57	0.29
归属于母公司股东的每股净资产（元）	2.49	2.68	1.19
净资产收益率（加权平均，归属于母公	26.99%	32.81%	28.18%

司净利润)			
无形资产占净资产的比例	47.33%	35.38%	84.78%

五、本次发行情况

股票种类:	人民币普通股 (A 股)
股票面值:	人民币 1.00 元
发行股数:	2,500 万股
发行价格:	通过向询价对象询价确定
发行方式:	采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象:	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所创业板开户的投资者 (国家法律、法规禁止购买者除外)

六、本次募集资金用途

本次募集资金拟投资以下项目:

项目名称	募集资金投入情况			备案情况
	T~T+12	T+12~T+24	合计	
互联网视频基础及应用平台改造升级项目	11,496	9,594	21,090	京朝阳发改(备)[2009]77号
3G 手机流媒体电视应用平台改造升级项目	1,095	1,646	2,741	京朝阳发改(备)[2009]78号
研发中心扩建项目	888	1,466	2,354	京朝阳发改(备)[2009]76号
其它与主营业务相关的营运资金项目				

若本次实际募集资金净额不能满足拟投资项目的资金需求,公司将自筹资金解决缺口。

第三节 本次发行概况

一、发行人基本情况

发行人名称：乐视网信息技术（北京）股份有限公司
英文名称：LESHI INTERNET INFORMATION & TECHNOLOGY CORP.,BEI
JING
公司住所：北京市海淀区学院南路 68 号 19 号楼六层 6184 号房间
注册资本：7,500 万元
法定代表人：贾跃亭
成立日期：2004 年 11 月 10 日
整体变更日期：2009 年 2 月 10 日
互联网址：<http://www.letv.com>
联系电话：010-5166-5282
传 真：010-8559-7765
联系人：邓伟
经营范围：许可经营项目：互联网信息服务（含发布网络广告）。一般经营项目：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。

二、本次发行的基本情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A 股）
- 2、每股面值：1.00 元
- 3、发行股数及占发行后总股本的比例：2,500 万股，占发行后总股本的 25%
- 4、每股发行价格：29.20 元

5、发行市盈率：66.36 倍（每股收益按照 2009 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）；49.49 倍（每股收益按照 2009 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）。

6、发行前每股净资产：2.49 元（按照本公司截至 2009 年 12 月 31 日经审计的净资产和发行前总股本计算）

7、发行后每股净资产：8.67 元（按照本公司截至 2009 年 12 月 31 日经审计的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后股本计算）

8、发行市净率：3.37 倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）

9、发行方式：采用网下向配售对象累计投标询价发行与网上资金申购定价发行相结合的方式

10、发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所创业板股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）

11、承销方式：余额包销

12、募集资金总额：73,000 万元

13、募集资金净额：68,010 万元

14、发行费用概算：

序号	项 目	金额（万元）
1	承销及保荐费	3,600
2	审计费	110
3	律师费用	70
4	信息披露费、路演推介费	约 1,210
5	合 计	4,990

三、与发行有关的机构和人员

（一）发行人

名 称：乐视网信息技术（北京）股份有限公司

法定代表人：贾跃亭

办公地址：北京市朝阳区光华路 4 号东方梅地亚中心 C 座 8 层

联系电话：010-5166-5282

传 真：010-8559-7765

联 系 人：邓伟

（二）保荐人（主承销商）

名 称：平安证券有限责任公司

法定代表人：杨宇翔

住 所：广东省深圳市福田区金田路大中华国际交易广场 8 层

联系电话：010-5973-4981

传 真：010-5973-4978

保荐代表人：汪家胜、栾培强

项目协办人：杨媛媛

项目组其它成员：陈拥军、张特、铁维铭、徐佳欢、徐文峰、苏永辉

（三）发行人律师

名 称：北京市信利律师事务所

法定代表人：江山

住 所：中国北京建国门内大街18号恒基中心一座609室

联系电话：010-6518-6980

传 真：010-6518-6981

经办律师：阎建国、谢思敏

联 系 人：谢思敏

（四）审计机构

名 称：利安达会计师事务所有限责任公司

法定代表人：黄锦辉

住 所：中国北京朝阳区八里庄西里100号住邦2000一号楼东区2008室

联系电话：010-8586-6870

传 真：010-8586-6877

经办注册会计师：温京辉、李耀堂

联 系 人：陈静

（五）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址：深圳市深南中路1093号中信大厦18楼

联系电话：0755-2593-8000

传真：0755-2598-8122

（六）收款银行

开户银行：

户名：

账号：

四、发行人与有关中介机构的股权关系或其它权益关系

本公司与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其它权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有本公司股份，与本公司也不存在其它权益关系。

五、本次发行上市重要日期

询价推介时间	2010年7月26日至7月28日
网上网下发行公告刊登日期	2010年7月30日
网下申购、缴款日期	2010年8月2日
网上申购、缴款日期	2010年8月2日
预计股票上市日期	发行后尽快安排上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次发售的股票时，除本招股说明书提供的其它各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，公司存在的风险如下：

一、业务及模式创新风险

报告期内，公司在业务及其模式上进行了一系列创新，如网络高清视频服务、用户分流业务、其它平台增值业务及其模式等（详见“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务”），并在未来还会开发出更多满足用户需求的创新型业务和模式。作为国内领先的网络视频服务提供商，保持创新意识、主动进行业务创新是保持快速增长和行业领先地位的必备法宝。

公司在业务及模式创新前会进行充分的市场调研、立项、论证，在决策和执行过程中履行严格的程序，并采取严格质量控制，控制业务及模式创新风险。尽管采取上述措施，仍然存在业务及模式创新所依据的客观条件发生不利变化的情形，并且影响创新后业务发展的稳定性和可持续性，使公司面临业务及模式创新的经营风险。

二、盈利模式的稳定性和持续性风险

公司已建立了“网络视频基础服务和视频平台增值服务”的业务架构，并形成了付费和免费两类服务模式。报告期内，公司通过网络高清视频服务业务和视频平台广告发布业务实现的收入占公司营业收入的比重合计分别为99.85%、95.37%和75.81%。上述两种业务的稳定性决定了公司经营的稳定性和持续性。同时，公司通过业务创新开发出了网络视频版权分销业务和视频平台用户分流业务，有效地丰富了公司的业务模式和盈利模式。

公司的业务模式和盈利模式是基于目前和未来可预期的行业和市场状况而开展的。一旦公司建立的业务模式和盈利模式所依赖的客观条件发生不利变化或者公司不能继续通过业务及模式创新持续开发出符合用户需求的服务，公司的盈

利将出现波动，影响公司经营的稳定性和持续性。

表：报告期内公司业务的主要盈利模式

类别	业务	客户群	盈利模式
付费服务	网络高清视频服务	付费用户	收取包月服务费
	网络超清播放服务	付费用户	收取服务费
	网络视频版权分销	合作方	收取版权许可使用费
	视频平台广告发布	广告主	收取广告发布费
	视频平台用户分流	具有相关用户群体的网站	收取用户分流服务费
	手机电视技术及内容服务	电信运营商、内容集成商及手机用户	收取技术服务费和内容服务费
	企业 TV 服务	企业用户	收取技术服务费
免费服务	网络标清视频服务	免费用户	人气聚集和内容积累，提升视频平台价值
	个人 TV 服务	注册用户	
	3G 乐视网视频服务	免费手机用户	

三、我国网络视频服务行业商业模式成熟度风险

我国网络视频行业具有发展速度快、模式创新及融合频繁、用户需求多样化的特点，2008年以来该行业处于从发展期向成熟期过渡阶段。在这个过渡阶段，我国网络视频行业呈现出如下发展特征和趋势：（1）大型媒体单位纷纷推出视频门户，行业吸引力和服务水平得到提升；（2）大型网络视频服务商整合进程加速，资本力量助推行业洗牌；（3）视频服务商版权意识提升，有利于行业规范健康发展；（4）传统免费服务商纷纷推出付费服务，付费点播模式获得广泛认可。

在网络视频行业从发展期向成熟期过渡阶段，各服务商都形成了相对成熟和稳定的商业模式及盈利模式，但是网络视频行业具有模式不断创新及相互融合频繁的特征，因此随着产业政策、行业技术、网络环境和用户需求的不断变化，商业模式及盈利模式的成熟度和稳定性会呈现出波动特征。未来随着我国网络环境的逐渐完善、行业规范程度的不断提高、用户需求的不断提升，我国网络视频服务将步入成熟发展阶段，各项商业模式和盈利模式将更趋成熟。

四、支付方式依赖电信运营商的风险

公司在网络高清视频服务业务中，为用户提供多种支付方式。其中手机话费

支付方式具有方便和快捷的特性，在全部支付方式所产生的收入中占比较大。由于手机话费支付方式主要通过中国联通的“手机小额支付业务”平台和中国移动的“手机钱包”（名称后改为‘中国移动通信账户支付’）系统进行操作，因此公司提供的支付方式对中国联通、中国移动等电信运营商存在一定依赖性。报告期内，公司通过电信运营商（含子公司）实现的销售收入占各期网络高清视频服务业务收入比重合计分别为14.48%、54.27%和72.21%。

1、公司对电信运营商依赖程度上升是公司收费通道优势的重要体现

报告期内，公司取得了“手机小额支付业务支付商”和“手机钱包”移动支付合作商资格，通过该等合作资格公司可为中国移动和中国联通手机用户提供手机话费方式支付视频点播服务。

手机话费支付方式通过短信方式即可完成，方便快捷，迎合了网络视频服务的小额支付特性，可以为用户提供便捷可靠的支付服务。由于取得上述业务资格需要具备良好的信誉、稳定的经营业绩和持续的用户增长等多种条件，且经过电信运营商严格的审核，具有一定稀缺性。

报告期内，公司通过上述支付方式实现收入比重上升，是公司收费通道优势在支付便捷和可靠方面的重要体现。

2、公司对电信运营商的依赖不存在重大不利影响，反而有利于公司经营的稳定性和持续性

表：公司自各电信运营商取得的付费点播服务收入

单位：万元

主体名称	2007年		2008年		2009年	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
中国联通	23.79	0.75%	2,233.17	42.27%	4,063.38	55.25%
联动优势	432.55	13.70%	626.53	11.86%	1,217.21	16.55%
中国电信	-	-	5.80	0.11%	28.77	0.39%
联合通信	-	-	0.38	0.01%	-	-
联通新视讯	0.99	0.03%	1.37	0.03%	1.45	0.02%
合计	457.32	14.48%	2,867.25	54.27%	5,310.81	72.21%
点播服务收入	3,158.17	100.00%	5,283.54	100.00%	7,354.63	100.00%

由上表，公司通过各电信运营商进行网络高清点播付费的比重逐年上升，系公司主动进行收费通道筛选及业务推广战略调整的结果。

2007年公司主要通过关联方西伯尔通信的PDA门户内容应用服务收费通道

进行点播服务代收费。2007年9月后，公司停止使用该收费通道，并积极建立了集电信运营商和SP的多种收费通道体系。

由于电信运营商比其它众多SP在回款速度、信誉度等方面具有明显优势，公司逐步停止利用其它SP的代收费通道，加大并提高了电信运营商的收费通道比重。由于电信运营商推出的各项代收费服务属于其鼓励并大规模推广的业务领域，公司对电信运营商的依赖不会产生重大不利影响，反而使公司的竞争优势更加突出。

公司通过强化电信运营商的收费通道，使收费回款更便捷、可靠，提高了公司经营的稳定性和持续性。

在手机话费支付方式中，各电信运营商处于主导地位，公司处于相对被动地位。如果电信运营商停止或调整支付方式、延迟计费数据发送或未能及时向公司划转款项，将对公司经营产生不利影响。

五、版权集中到期风险

截至2010年4月，公司拥有电影版权2,324部，电视剧版权43,097集，未来在第4年至第5年到期的比重分别为68.37%和61.56%。如上述影视剧版权在未来第4年至第5年集中到期时无法快速购买到数量相当的版权资源，则会给本公司持续经营带来一定风险，为此本公司采取了如下措施规避风险：

①积极加强影视剧版权的购买，不断提高影视剧版权资源数量。由于上述版权到期期限集中系由于公司于2008年-2009年集中采购所致，未来公司将继续进行较大规模的版权购买计划，以维护和提升版权资源优势。

②与重要版权方签署战略合作协议，建立长期合作关系。公司在报告期已经与中影集团、央视国际、华谊兄弟和新画面影业等出品方和版权方建立良好的合作关系，其中与中影集团和央视国际已经建立良好的内容共享合作关系。这种稳定的长期的合作关系有力地保障了发行人具备长期版权采购渠道。

③与主要版权合作方建立续约机制。在部分版权采购协议中，公司与合作方已签订续约条款，即在合作到期后将自动或通过协商顺延一至二年的合作。

④未来第4年至第5年集中到期的影视剧版权主要为非独家授权，而非独家的影视剧版权资源不存在稀缺性，到期后本公司可根据经营需要选择是否继续以较低的成本采取打包方式集中采购。

上述各项措施可以有效保证在版权未来第4年至第5年集中到期后本公司维持版权资源的稳定和经营的持续性，但如在第4年至第5年后未能获得足够版权资源或者届时版权采购价格大幅上涨，将会对本公司经营带来一定影响。

六、版权诉讼风险

2008年以来，随着网络视频服务行业的不断规范发展以及网络版权方对网络版权保护意识的日益加强，网络视频服务商和视频版权方开始较多的采取法律手段对自身的合法版权进行保护，使版权方和视频服务商之间、视频服务商相互间发生大量的诉讼和纠纷，版权诉讼和维权行为已成为网络视频服务行业的一种常态。

公司开通了个人TV及企业TV业务，以供个人及企业用户建立属于其自己的视频空间，在活跃网站人气、增加视频分享内容、促进乐视网快速发展的同时，也存在个别用户上传无合法版权的视频内容，进而引发潜在的版权诉讼风险。报告期内，本公司作为被告方发生的诉讼事项共32起，本公司作为原告方发生的诉讼共244起。本公司作为被告的案件中，经确定由本公司向相关权利人赔偿损失和支付和解费用的总金额合计33.7万元（不包括购买版权的费用），金额较小，未对本公司的经营成果造成重大的不利影响。截至本招股说明书签署日，公司存在1起尚未了结的被诉案件。

尽管公司在用户建立个人TV及企业TV时进行了合法性提示并依照严格的质量控制制度进行审核，但面对用户上传的海量视频内容，难免出现百密一疏，因此存在潜在的版权诉讼风险。

七、3G手机流媒体电视应用平台改造升级项目效益不确定性风险

公司拟募集资金2,741万元用于对3G手机流媒体电视应用平台进行改造升级。2005年，公司是中国联通第一个手机流媒体业务——视讯新干线的最大内容供应商以及广东联通手机电视内容供应商；2006年，公司完成了央视国际手机流媒体电视播控平台并负责对其维护；目前公司已经为开展3G手机电视业务做好了充分的准备，成为首家获得国家广电总局颁发的《信息网络传播视听节目

许可证》（手机等手持终端设备）的民营企业，并已成功推出基于手机无线网的手手机电视网站“3G 乐视网”（3g.letv.com）以及手机电视客户端软件。募集资金完成后，公司将通过升级改造投入提升上述平台的服务能力。按照预测，该项目实施后 5 年实现年均销售收入 1,446.9 万元、净利润 570.75 万元。由于该项目的效益测算是建立在 3G 用户规模持续增长、用户视频需求持续释放等一系列假设条件基础之上，如未来相关假设条件发生不利变化并给该项目的实施产生一定负面影响，将会影响项目的效益水平。

八、税收优惠政策变动风险

公司是经北京市科学技术委员会认定的位于北京市新技术产业开发试验区的高新技术企业，自 2005 年至 2007 年免征企业所得税，2008 年至 2010 年按照 15% 的适用所得税税率减半征收。

公司因 2007 年应纳税所得额全部弥补以前年度亏损，故 2007 年未实际享受所得税税收优惠；2008 年和 2009 年，公司享受的所得税税收优惠金额分别为 352.00 万元和 917.28 万元，占当期归属于母公司股东净利润比重分别为 11.63% 和 20.63%。如果未来税收优惠政策发生变化，将对公司经营业绩造成一定影响。

九、境外影视剧的网络播放许可风险

截至 2009 年 12 月 31 日，公司在 letv.com 上发布的未取得国家广电总局《电视剧发行许可证》、《电影公映许可证》的境外影视剧共 69 部，占公司上线影视剧总量的 3.63%。按照《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》（2004 年颁布）第十七条的规定，“用于通过信息网络向公众传播的影视剧类视听节目，必须取得《电视剧发行许可证》、《电影公映许可证》”。但国家广电总局尚未设立专门部门管理境外影视剧的信息网络发布事宜。公司在 letv.com 上发布的境外影视剧虽然取得了著作权人的授权，但其中部分未取得国家广电总局颁发的上述许可证。2009 年 7 月 21 日，国家广电总局网络视听节目管理司向公司律师出具复函确认公司能够遵守相关法律的规定，未受到广电部门的行政处罚。

截至本招股说明书签署日，公司已采取了积极的措施确保主营业务符合法律、法规的要求，公司已不再引进不具备我国广电部门颁发的上述许可证的境外影视片，已经引进的未取得上述许可证的境外影视片已经全部下线，不在 letv.com

上发布；如果广电部门要求整改规范，公司将无条件遵守。报告期内，公司在 letv.com 上发布的未取得许可证的境外影视剧数量较少，占公司已上线影视剧总量的比重较低，该类影片的发布和下线不会造成付费用户的流量大幅波动，对于公司的经营活动不会构成重大影响。

即使采取上述措施，如果相关主管部门针对上述事项出台关于境外影视剧信息网络发布的具体监管法规，将会对公司业务产生一定影响。公司实际控制人贾跃亭已于 2009 年 11 月 21 日出具《承诺函》：“如果因为乐视网在 letv.com 上发布未取得我国广播电影电视主管部门颁发的《电影公映许可证》、《电视剧发行许可证》或《电视动画片发行许可证》的境外影视片，导致乐视网受到行政处罚而遭受的经济损失由本人承担。”

十、版权采购风险

1、版权内容采购风险

影视剧版权是网络视频服务未来竞争的关键因素，公司在成立之初就坚持合法版权运营的经营思路，并与影视剧出品方及发行方建立了非常紧密的合作关系，如近两年热播的张艺谋导演的所有商业大片（《三枪拍案惊奇》、《满城尽带黄金甲》、《英雄》、《十面埋伏》、《千里走单骑》等）、《赤壁》（下）、《机器侠》、《窃听风云》、《大内密探零零狗》、《熊猫大侠》、《桃花运》、《画皮》、《疯狂的赛车》、《潜伏》、《在那遥远的地方》、《沧海》、《柳叶刀》和《猎鹰 1949》等都由公司获得其网络独家版权，通过上述热播影视剧版权的采购，公司在报告期内实现了快速发展，确立了在行业内的核心优势。

版权采购过程中，公司制定了严格可行的版权采购流程，并适时根据市场动态和用户需求进行有针对性的采购。在用户需求和版权供给不断变化过程中，如出现版权采购内容不当、采购时机不当等情形，将影响用户体验，使公司业务经营受到影响。

2、采购价格上涨的风险

随着合法影视剧版权重要性的凸显，各网络视频服务提供商对影视剧版权的争夺将愈发激烈。报告期内，网络视频剧的版权交易价格呈现大幅上涨的局面，其中独家热门影视剧版权交易价格上涨尤为迅猛。

如果影视剧版权的采购价格出现持续上涨状态，将增加公司版权采购的成本

和无形资产摊销金额，对公司的盈利水平产生一定的冲击。公司采取下列措施降低版权采购价格上涨带来的不利影响：

①通过版权分销业务，将采购价格上涨增加的成本转嫁给其它网络视频服务提供商。

②公司已经积累了相当储量的影视剧版权资源，可以有效保持未来 3-5 年版权资源优势，维持市场竞争地位。

③调整购买版权的类型和结构。适时调整独家信息网络传播权和非独家信息网络传播权、电视剧和电影版权采购比例，将独家信息网络传播权的采购比例控制在合理范围内，力争缓解版权采购价格上涨带来的成本压力。

综上所述，影视剧版权的采购价格上涨虽不会对公司盈利水平产生重大不利影响，但持续快速的价格上涨仍给公司带来一定的经营风险。

十一、与电信运营商的续约风险

报告期内，公司主要与联动优势科技有限公司、中国联合网络通信有限公司进行代收费合作，并与上述公司分别签署了“手机钱包”和“手机小额支付”合作协议，根据上述协议的约定，在合作期满时，电信运营商可对公司的履约能力和合法资质进行审核，如认为公司具有履约能力并且其资质符合继续履行协议的条件，原协议将自动续延一年。

公司与电信运营商在代收费服务协议中，均约定了双方进行续约合作的各项条款。通常续约条款包含如下条件：

1、公司拥有提供无线增值服务的合法资格，包括企业法人营业执照、相应经营范围的增值电信业务经营许可证等，其资质符合《电信业务经营许可证管理办法》（信息产业部令第 19 号）的相关要求；

2、在公司规模、内容或技术资源、推广渠道、运营经验方面具有较强实力；

3、公司具备电信级运行维护能力，在机房条件、维护组织、安全管理、日常维护管理、接入方式、关键指标等方面符合电信运营商制定的标准；

4、公司拥有完善规范的客户服务体系，包括但不限于 7×24 小时客服电话、信息查询系统、自动语音应答等。

公司已获得业务经营所需的企业法人营业执照及全部经营性资质和许可，符合电信运营商关于合法资格的要求；公司在业务规模、内容或技术资源、推广渠

道、运营经验、运行维护能力和客户服务体系等方面持续符合电信运营商制定的标准。

自 2006 年 9 月始，公司与电信运营商进行代收费合作，截至目前双方一直保持着良好的合作关系，未出现因违约而被电信运营商暂停或终止合作的情况。当上述协议到期时，公司能够达到电信运营商的续约条件，未出现因不符合条件而被电信运营商终止合作的情况。

尽管如此，如果公司经营状况发生重大变化而不符合续约条件，或者电信运营商大幅调整续约条件，上述代收费合作将出现一定的续约风险。

十二、核心人员流失风险

网络视频服务行业属于现代服务业，业务开展对人力资本的依赖性较高。在包括研发、运营、维护和营销等环节的业务链条上都依赖于核心人员去决策、执行和维持。如公司各业务流程中的核心人员出现流失，将对公司经营稳定性造成不利影响。目前，随着行业竞争加剧，针对人力资源的争夺将变得越来越突出，确保核心人员稳定已成为网络视频服务公司维持经营稳定的重要因素。

公司已经采取有效的激励措施和晋升制度以及人性化管理，确保核心人员的稳定。但如出现竞争对手恶意挖角或其它客观不可抗力造成核心人员流失，将对公司业务经营产生不利影响。

十三、技术保密风险

经过多年积累，公司以设立之初的“无线流媒体平台与管理系统 V1.0”作为基础逐步自主开发出了多项核心关键技术。公司依赖于该等关键技术开展各项业务。如该技术被外泄或被窃取将会对公司经营稳定性造成重大影响，因此该等技术的保密工作是公司保持稳定经营和技术优势的重要保证。

公司积极采取各项技术保密和保护措施：制定《保密制度》；与核心技术人员签订《保密协议》；申请专利权和软件著作权等。但上述措施并不能完全保证技术不外泄或核心技术人员不外流，如果出现核心技术外泄或者核心技术人员外流情况，将对公司的技术创新和业务发展产生一定的负面影响。

十四、行业监管和产业政策风险

网络视频服务行业是国家鼓励和扶持的新兴媒体行业。国家出台了包括《2006-2020 年国家信息化发展战略》、《国民经济和社会发展信息化“十一五”规划》和《文化产业振兴规划》在内的一系列产业政策，支持和鼓励该行业的发展。目前互联网行业和手机电视行业的发展并不存在重大不利的政策性因素，但是我国网络视频服务行业采取行政许可管理制度，且存在对该行业进行多部门联合审查和分领域监管的机制，管理效率较低，进而在一定程度影响网络视频企业的运营和发展。此外，政府针对视频网站管理、影视内容版权监管以及电信资源等领域的政策如发生变化，将对公司某些业务发展产生影响。

十五、宏观经济波动风险

网络视频服务行业属于依托于网络形成的信息文化传播领域，具有虚拟经济属性。网络视频服务所依赖的盈利模式中收费观看和收费广告与实体经济、消费领域密切相关，同时又与其它视频服务领域的发展密切相关。近年来，随着宏观经济和信息文化需求的不断增长，人们对影视视频节目的观看需求也呈现不断增长态势。

网络视频服务行业与国民经济呈现一定的相关性，宏观经济波动将带动视频类产品和服务的需求出现一定的波动。以广告投放为例，通常在经济低迷时期广告主将减少广告投放，影响网络视频服务行业的广告收益水平。如果宏观经济出现波动，经济增长减速，将会影响整个网络视频服务行业的发展，进而影响本公司的业务和经营。

十六、互联网视频服务领域的市场竞争风险

互联网视频服务行业先后经历了初创期和成长期，目前正处在成长期向成熟期的过渡阶段，在此过程中整个网络视频服务行业的竞争将继续加剧，市场竞争格局将逐步从分散走向集中。

2008 年我国互联网视频服务行业的市场规模达到 13.2 亿元，按照艾瑞市场咨询的预测，2012 年市场规模可达 51.2 亿元。上述市场空间的增长可以有效避免行业竞争的激化。但如果市场空间不能按预期有效放大、或者市场中出现更多

的进入者，市场竞争将更加激烈。公司坚持合法影视剧版权的经营理念，在业界树立了良好的品牌形象，并已成为合法视频网站运营的领先者。如果竞争对手利用盗版内容制作同质的影视剧节目与本公司经营同类业务并发展视频用户，或者采取低价销售策略进行恶性竞争，将会对公司的正常经营产生冲击。

十七、用户偏好发生变化的风险

用户对视频内容的观看偏好包括观看内容类型、观看成本、观看时间、观看频次、观看途径等方面。网络视频服务行业的用户偏好会随着社会精神文化理念、收入状况、价值观等因素发生群体性变化，进而转化为对网络视频服务行业提出新的服务需求。公司针对用户的差异化需求和偏好，采取差异化的内容服务策略，向免费用户提供网络标清视频服务，为付费用户提供包含最新热播影视剧内容的网络高清视频服务。

截至 2009 年 12 月，公司服务的月均活跃付费用户达 30 万人以上、日独立访问用户约 580 万人次，并呈持续增长状态。如果公司的活跃付费用户和免费用户在视频需求和偏好上发生重大变化，公司必须根据用户的需求快速制定应对措施，调整经营策略，否则公司的业务和盈利状况将出现较大波动。

十八、发行后净资产收益率下降风险

报告期内，发行人加权平均的净资产收益率（归属于公司普通股股东的净利润）分别为 28.18%、32.81% 和 26.99%。预计本次募集资金到位后，公司净资产规模较发行前有较大幅度增长。但公司本次募集资金投资项目需要一定的建设周期，募集资金产生经济效益需要一定的时间，导致净利润增长速度低于净资产增长速度。因此，发行人存在净资产收益率下降的风险。

十九、应收账款无法收回的风险

截至报告期末公司应收账款账面价值 2,037.88 万元，较 2008 年年末减少 19.93%。公司报告期末账龄 1 年以内的应收账款账面价值占全部应收账款账面价值比例为 99.59%，欠款客户主要为电信运营商和各广告代理公司，尽管该等客户资金实力雄厚，信用记录良好，应收账款的坏账风险较低，但仍不能完全排除

坏账损失风险。

二十、项目管理和实施风险

为保证募集资金投资项目的顺利实施，公司成立了由董事会领导、总经理牵头的项目实施小组，以有效控制项目实施进度、项目资金的合理运用，并做好技术研发、人才引进、员工培训、市场推广等前期工作，以保证项目顺利实施和按期投入运营。但本次募集资金投资项目环节较多、涉及面广，任何环节出现问题都可能给项目带来不利影响，存在着项目组织实施风险。

二十一、募集资金用于其它与主营业务相关的营运资金带来的短期使用效率下降风险

本次发行完成后，对于用于其它与主营业务相关的营运资金，公司将严格按照《募集资金管理制度》建立专户存储并安排使用，并严格应用于与主营业务相关的投入，包括用于影视剧网络版权采购、服务器带宽采购、增加研发支出、加大营销体系建设等方面。

从中长期来看，上述增加的营运资金将有利于扩大公司主营业务规模、进一步增强公司的技术研发实力，从而提升公司的市场地位和核心竞争力。但上述资金投入及形成产出需要一定的时间，可能导致发行当年公司的净资产收益率出现下降。因此，公司发行完成后，存在短期内资金使用效率下降的风险。

二十二、大股东控制风险

本次发行前，贾跃亭先生持有公司 62.41% 的股权，是公司的控股股东和实际控制人；本次发行后，贾跃亭先生持有公司 46.81% 的股权，仍然处于控股地位。

尽管自公司设立以来，尚未发生过实际控制人利用其控制地位侵害公司或其它股东利益的行为，但不能排除未来贾跃亭先生通过行使股东权利或采取其它方式影响本公司的重大经营决策，对公司经营活动和长远发展产生不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司由乐视移动传媒科技（北京）有限公司整体变更设立。2009年1月15日乐视传媒股东会作出决议，整体变更为乐视网信息技术（北京）股份有限公司，以变更基准日2008年12月31日经审计净资产14,282.46万元折为7,500万股，每股面值1元，余额6,782.46万元作为资本公积。2009年2月2日，利安达会计师事务所出具利安达验字[2009]第A1003号《验资报告》，对公司注册资本进行审验。2009年2月10日，公司在北京市工商行政管理局注册登记并取得注册号为110000007760467的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

本公司的发起人为 10 名自然人和 4 名法人，具体情况如下：

股东名称	股份数（万股）	持股比例
贾跃亭	4,680.75	62.41%
贾跃芳	630.00	8.40%
汇金立方资本管理有限公司	454.50	6.06%
刘弘	348.75	4.65%
深圳市创新投资集团有限公司	341.25	4.55%
李军	252.00	3.36%
贾跃民	249.75	3.33%
上海谊讯信息技术有限公司	177.00	2.36%
郑伟鹤	120.75	1.61%
黄荔	97.50	1.30%
杨永强	63.00	0.84%
邓伟	37.88	0.51%
杨丽杰	37.88	0.51%
深圳市同创伟业创业投资有限公司	9.00	0.12%
总 计	7,500.00	100.00%

（三）改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司主要发起人为贾跃亭先生。

贾跃亭先生拥有的主要资产和从事的主要业务详见本节之“五、公司主要股东及实际控制人情况”之“（二）、控股股东和实际控制人控制的其它企业情况”。公司设立前后，贾跃亭先生拥有的主要资产和从事的业务未发生变化。

（四）发行人成立时拥有主要资产和主要业务经营情况

公司是由乐视移动传媒科技（北京）有限公司整体变更设立的股份公司，承继了乐视传媒的全部资产和业务。公司成立时拥有的主要资产为版权等无形资产以及开展业务需要的各类软硬件资产及相关资质证书，实际从事的主要业务为网络视频基础服务和视频平台增值服务，设立股份公司前后无重大变化。

（五）业务流程

公司系整体变更设立，因此变更前后企业的业务流程没有变化，具体业务流程参见本招股说明书之“第六节 业务和技术”。

（六）发行人成立以来，生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立以来，除贾跃亭通过乐视娱乐从事的影视剧投资业务与公司网络视频服务业务存在上下游关系外，其它主要发起人在经营方面与公司不存在关联关系。成立以来与主要发起人的关联关系及演变情况参见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系由乐视传媒整体变更设立，乐视传媒的资产、业务全部由公司承继。公司设立后，相关资产均办理了变更或过户手续。

（八）发行人独立性

公司在业务、资产、人员、机构、财务等方面与股东之间做到严格分开，具备面向市场的独立经营能力。

1、业务独立

公司由乐视传媒整体变更设立，承接了乐视传媒全部的资产、负债，拥有独立完整的技术研发、市场推广和服务体系以及面向市场的独立经营能力。公司的业务独立于控股股东、实际控制人，与控股股东、实际控制人不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

2、资产独立

公司系由乐视传媒整体变更设立，依法承继了乐视传媒的各项财产权利，并已办理了相关资产的权属变更，取得了相关资产权属证书，现不存在任何资产被控股股东、实际控制人及其控制的其它企业、公司其它股东占用的情况。公司亦无以其资产、权益为各股东的债务提供担保，对所有资产具有完全的控制支配权。

3、人员独立

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在持有公司5%以上股份的股东单位及其下属企业担任除董事、监事以外其它职务的情况，均专职在公司工作并领取薪酬，未在与公司业务相同或相近的其它企业任职。公司的财务人员均不受聘于股东，未在股东单位及其它关联企业兼职。

公司已建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及独立的工资管理制度，根据《劳动法》和公司劳动管理制度等有关规定与公司员工签订劳动合同，由公司人力资源部负责公司员工的聘任、考核和奖惩。公司已在北京市海淀区劳动和社会保障局办理了独立的社保登记，公司在员工的社会保障、工薪报酬等方面完全独立。

4、机构独立

公司按照《公司法》的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会和经营管理层各司其职的组织结构体系，建立了适应自身发展需要的内部组织机构，各职能机构在人员、办公场所和管理制度等各方面完全独立于控股股东和实际控制人。股东依照《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定提名和

选聘董事参与公司的管理，并不直接干预公司的生产经营活动。

5、财务独立

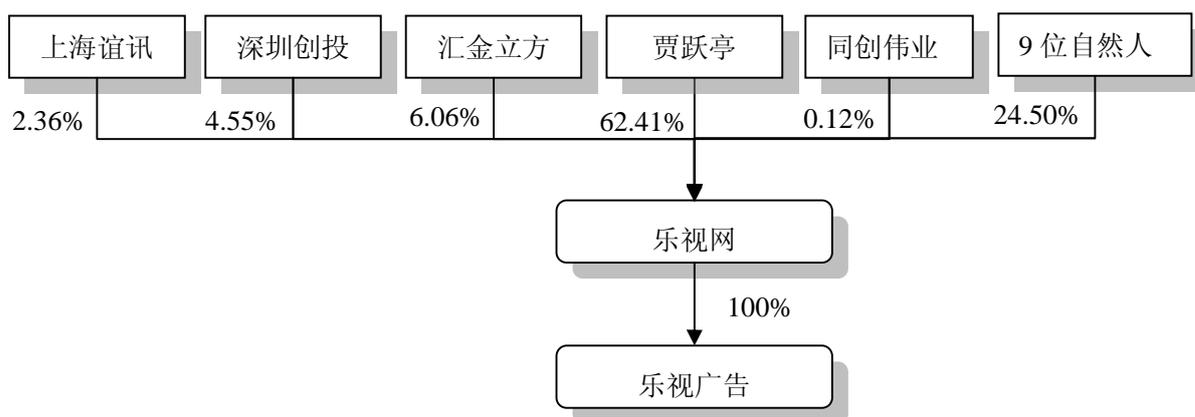
公司设有独立的财务部门，有独立的财务核算体系，具有独立、规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。公司开设有独立的银行账户，作为独立的纳税人，依法独立纳税。公司不存在为股东提供担保，也不存在资产、资金被股东占用或其它损害公司利益的情况。

二、资产重组情况

本公司自成立以来，未进行过重大资产重组。

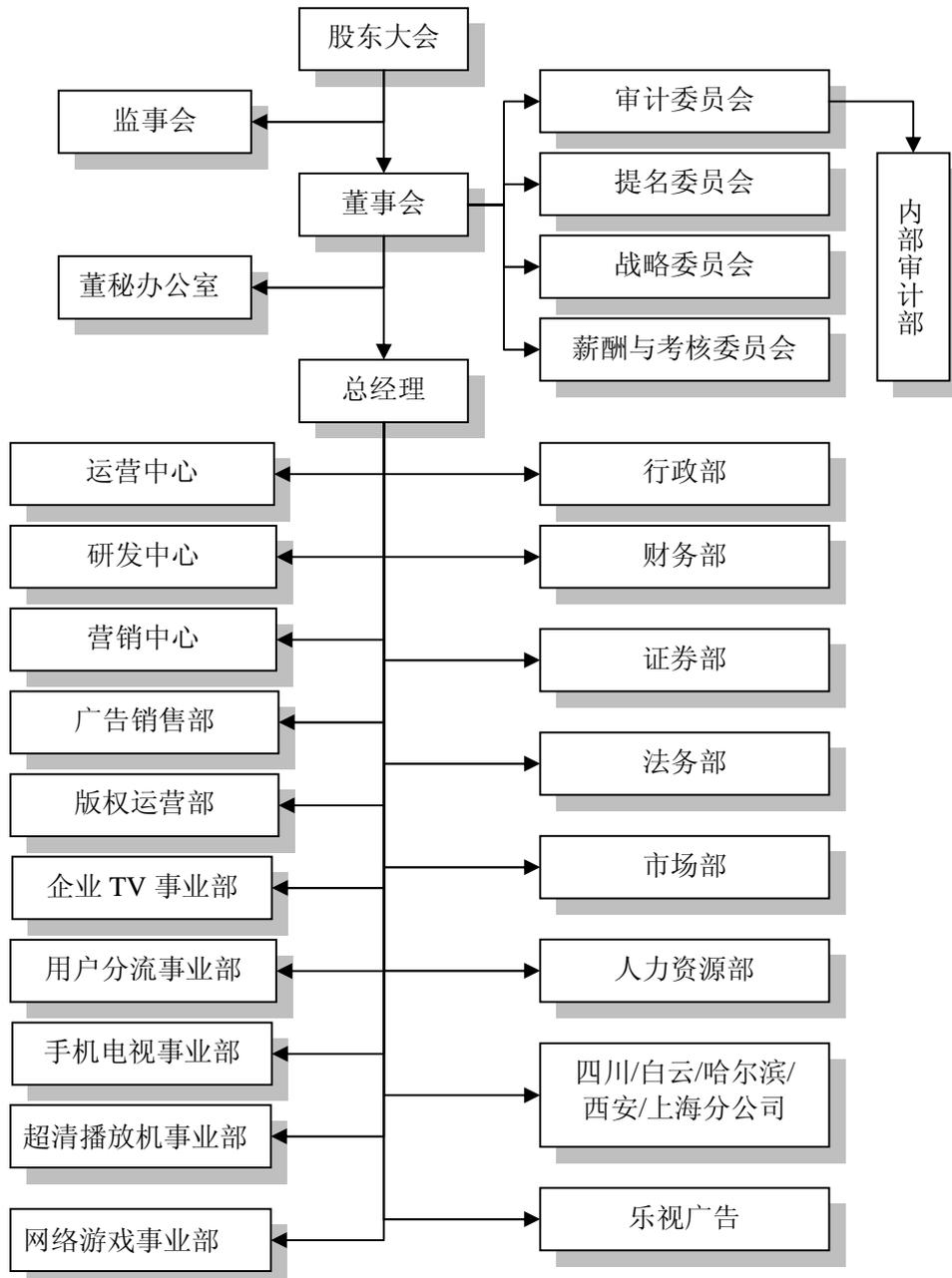
三、发行人组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图

公司已根据《公司法》等有关法律法规的规定建立了较为完善的法人治理结构。公司内部组织结构如下图所示：



1、管理结构

(1) 公司设有健全的股东大会、董事会和监事会等规范的法人治理结构。股东大会是公司的权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会是公司的监督机构，董事会、监事会对股东大会负责。

(2) 公司实行董事会领导下的总经理负责制。公司董事会履行《公司章程》赋予的职权，负责公司重大的生产经营决策和确定公司整体发展战略并监督战略的实施。公司总经理、副总经理、财务负责人等高级管理人员负责公司日常生产经营管理。

2、公司职能部门情况

根据业务发展需要，公司设立了以下职能部门，其具体职能为：

（1）运营中心：负责乐视网的日常运行维护；负责承担网站内容的标准化制作、编辑与发布，制定和完善网站运营规范与流程，建立健全对用户上传内容进行审查的监控团队和审查机制；负责对网站和产品进行线上线下的市场推广；负责个人TV 的运营管理。

（2）研发中心：负责根据公司发展战略，制定公司短期及中长期技术研发规划，开展研发和技术服务工作。包括各类技术、产品、方案的研发、设计、测试、实施等。研发方面：主要包括基于乐视P2P+CDN在内的网络流媒体等相关技术的研发；技术服务方面：主要为各业务部门提供技术方面开发、测试、运维等服务。

（3）营销中心：负责互联网高清视频服务产品的营销推广，负责电信业务接入、管理、结算、商务，以及客户服务部门管理；负责电信业务营销合作以及创新业务的接入合作；负责影视媒体的销售，手机通道的整合工作；负责支付领域的拓展和管理工作。

（4）广告销售部：负责广告销售体系建设、制定广告产品方案和销售政策；负责广告产品发布及销售。

（5）版权运营部：负责版权引进，对独家版权内容做版权分销；负责保护自身版权的合法权益。

（6）企业TV 事业部：负责企业TV的运营及销售。

（7）用户分流事业部：负责与拥有相关用户群体的网站进行合作，为其提供用户分流服务。

（8）手机电视事业部：负责管理及运营3G乐视网；负责以CP或SP身份接入电信运营商平台与电信运营商合作运营手机电视业务；负责其它手机电视相关业务。

（9）超清播放机事业部：负责乐视超清播放机及1080P产品的推广及销售。

（10）网络游戏事业部：负责对乐视网络视频平台所拥有资源进行整合，并与游戏产品开发商、游戏平台商进行合作，对网络游戏进行代理运营和联合运营。

（11）行政部：负责公司后勤管理工作、办公用品采购、维护公司财产安全、

文档的整存、内部活动的组织等。

(12) 财务部：负责对公司会计核算管理、财务核算管理、公司经营过程实施财务监督、协调和指导。

(13) 证券部：负责保持与证券监督管理部门、证券交易所及各中介机构的联系；及时、规范、准确披露有关信息；负责或参与公司拟投资项目的方案初拟、汇报或申报工作；负责或参与公司董事会决定的有关资产重组、兼并收购、资产出售、证券投资等项目的可行性研究、方案设计、监督实施等工作。

(14) 法务部：负责公司法律风险的防范；负责合同审查以及法律纠纷的处理。

(15) 人力资源部：负责组织制定及实施人力资源整体规划和管理体系、员工招聘、培训、人事档案、劳资福利管理以及绩效考评。

(16) 市场部：负责品牌推广和对外公关与合作。

四、发行人控股子公司、分公司情况

(一) 发行人控股子公司

1、基本情况

名称：北京乐视流媒体广告有限公司

住所：北京市朝阳区光华路4号院3号楼808室

法定代表人：贾跃亭

成立日期：2005年5月24日

注册资本：300万元

实收资本：300万元

经营范围：(1) 许可经营项目：无。(2) 一般经营项目：代理、发布广告；技术推广服务；电脑图文设计；影视策划；计算机系统服务；经济贸易咨询；销售计算机、软件及辅助设备。

2、主要财务数据

截至2009年12月31日，乐视广告总资产为341.19万元，净资产为305.69万元，2009年净利润为36.09万元，以上数据经利安达会计师事务所审计。

（二）发行人分公司情况

分公司	负责人	营业场所	经营范围	成立日期
白云分公司	刘弘	广州市白云区齐富路 28 号二层 207 房	计算机软硬件的技术信息咨询（国家法律、法规禁止的，不得经营；应经专项审批的，未获得审批前不得经营）	2008 年 5 月 8 日
四川分公司	王俊民	成都市金牛区西安中路 55 号赛思商务楼 6 楼 C 座	计算机软件业；通信设备生产；商品批发与零售。（以上项目不含前置许可项目，后置许可项目凭许可证或审批文件经营）	2005 年 4 月 6 日
哈尔滨分公司	刘弘	哈尔滨市动力区王兆三道街 2 号	许可经营项目：在隶属公司的经营范围内从事经营活动，涉及许可证的项目在取得相应的资质证书后方可经营	2007 年 4 月 9 日
西安分公司	刘弘	西安市碑林区安东街 15 号 1 幢 203 室	许可经营项目：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务，有效期至 2011 年 4 月 20 日）	2007 年 4 月 24 日
上海分公司	刘弘	浦东新区芦湖港镇芦湖港路 1758 号 1 幢 2228 室	通信设备及计算机软硬件技术专业领域的技术开发、技术服务、技术转让；电子产品，计算机及配件，生产，加工，销售。（以上凡涉及行政许可的凭许可证经营）	2005 年 11 月 10 日

（三）发行人子公司和分公司业务分工情况

北京乐视流媒体广告有限公司主要经营广告的代理和发布，服务于公司视频平台增值服务中的视频平台广告发布业务。各分公司是公司分布于各地的运营维护中心，主要负责维护公司视频运营平台的正常运营。

公司子公司和分公司实际从事的主要业务及其分工如下：

公司名称	主要业务	分工情况
1、公司子公司		
北京乐视流媒体广告有限公司	代理、发布广告	构建广告及营销中心体系
2、公司分公司		
白云分公司	SP 证备案、客户服务、服务器运维	运营维护
四川分公司		
哈尔滨分公司		
西安分公司		
上海分公司		

公司按照大区制管理的方式经营跨地区信息服务业务，并将业务覆盖范围分成六个大区，即华北区、东北区、华东区、中南区、西南区和西北区，在上述区域分别设置分公司或子公司等分支机构，负责该区域范围内的SP证备案、营销推广、客户服务、服务器运维等业务。

未来公司拟选定部分二线城市建立区域广告及营销中心，结合公司分公司和子公司，形成点面结合的广告营销体系，为公司的广告发布业务奠定基础。

五、公司主要股东及实际控制人情况

（一）公司主要股东及实际控制人基本情况

1、贾跃亭

贾跃亭先生为公司控股股东和实际控制人，持有公司4,680.75万股，持股比例为62.41%。贾跃亭先生基本情况参见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其它核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与其它核心人员简介”。

2、贾跃芳

贾跃芳女士持有公司630万股，持股比例为8.40%。贾跃芳女士基本情况参见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其它核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与其它核心人员简介”。

3、汇金立方资本管理有限公司

汇金立方资本管理有限公司持有公司454.50万股，持股比例为6.06%。

汇金立方成立于2008年8月29日，注册资本为5,000万元，注册地址为北京市海淀区中关村南大街12号天作国际中心17层1号楼2008，法定代表人为唐富文，经营范围为资产管理；投资及投资顾问；企业形象策划。北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）持有该公司100%的股权。

截至本招股说明书签署日，北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）出资额5,001.08万元，主营业务为投资咨询。北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）企业性质为有限合伙企业，其合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例
1	北京杰威森科技有限公司	832.68	16.65%

2	池万明	832.68	16.65%
3	曹迎萍	832.68	16.65%
4	梁家冲	832.68	16.65%
5	邓百成	832.68	16.65%
6	董明树	832.68	16.65%
7	王 玲	2.00	0.04%
8	张海流	2.00	0.04%
9	唐富文	1.00	0.02%
合 计		5,001.08	100.00%

根据北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的《合伙协议》，唐富文为北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）承担无限责任的普通合伙人，同时也是担任执行合伙企业事务的合伙人；其它合伙人均为承担有限责任的有限合伙人，且不执行合伙企业事务。其中，北京杰威森科技有限公司是自然人贾云龙投资的一人有限责任公司。

截至2009年12月31日，该公司总资产为10,432.97万元，净资产为4,862.10万元，2009年实现净利润为-125.06万元。以上财务数据未经审计。

（二）控股股东、实际控制人及其控制的其它企业情况

1、控股股东及实际控制人

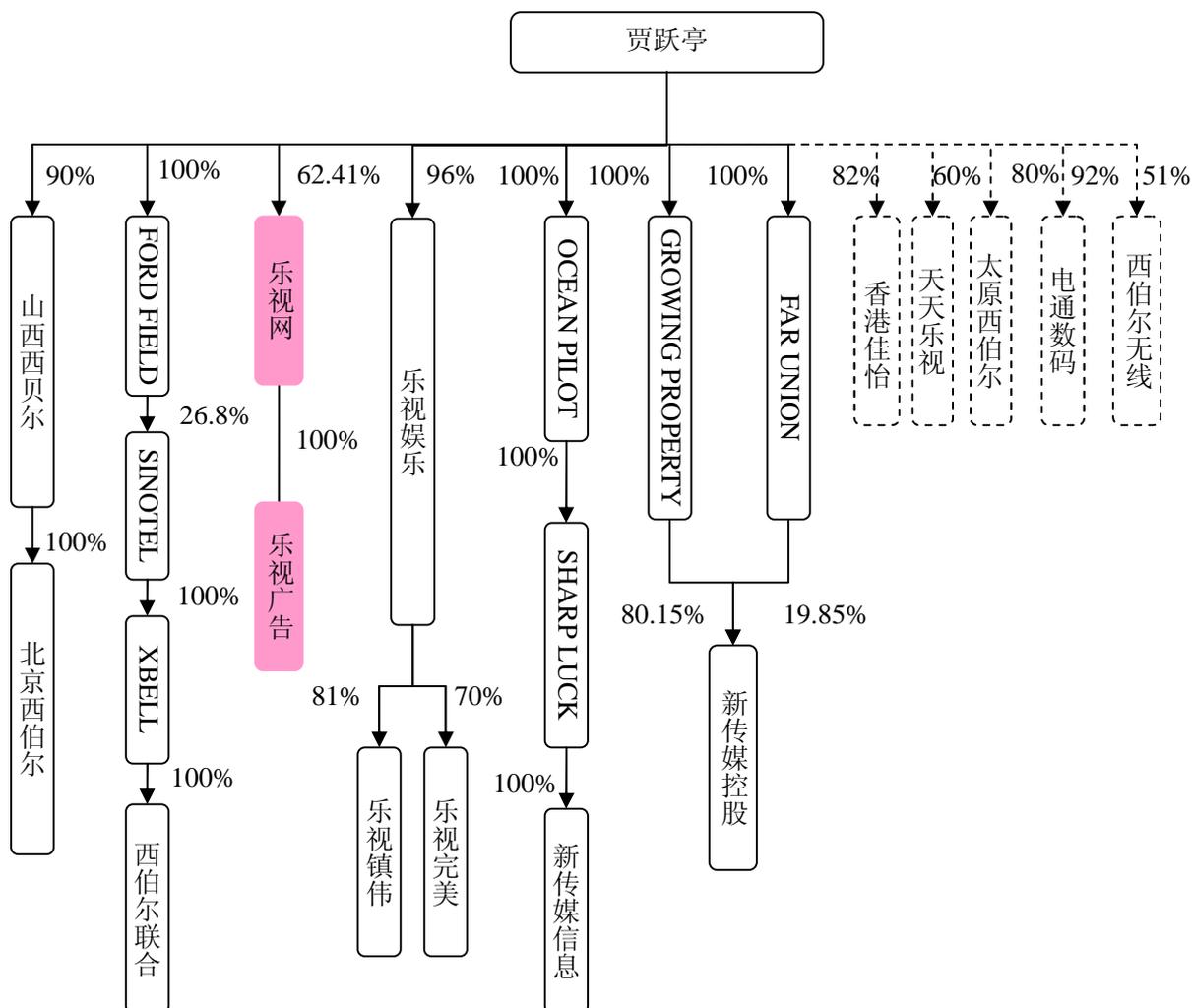
贾跃亭先生持有公司4,680.75万股，持股比例为62.41%，为公司控股股东和实际控制人。贾跃亭先生基本情况参见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其它核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与其它核心人员简介”。

贾跃亭先生所持有的公司股份不存在质押或者其它有争议的情况。

2、控股股东控制的其它企业股权结构图

(1) 贾跃亭先生控制的各企业组织架构图

贾跃亭先生报告期内控制的其它企业的股权结构图如下：



注：除发行人外，上述公司主要从事通信设备及系统集成和影视投资业务。其中，贾跃亭先生已将香港佳怡企业有限公司、北京西贝尔电通数码科技有限公司和北京西伯尔无线金融数据技术有限公司等三家的股权转让给无关联第三方；北京天天乐视信息技术有限公司和太原市西贝尔电子工程有限公司已完成注销。

(1) 贾跃亭先生控制的各公司业务板块分布情况

截至目前，公司实际控制人贾跃亭先生拥有 17 家公司股权。上述公司形成了网络视频服务、电信设备集成和制造以及影视投资等 3 大板块：网络视频服务板块涵盖公司及其子公司，主要从事网络视频基础服务和平台增值服务业务；电信设备集成及制造板块包含新加坡上市公司等 6 家公司，主要为国内电信运营商提供移动通信设备和搭建移动网络平台系统及提供技术支撑服务；影视投资板块包含 9 家公司，主要从事影视剧投资、制作和发行业务。上述三大板块各自独立

发展、不存在互相依存关系。

贾跃亭先生所持有的 17 家公司股权情况如下：

序号	公司名称	主营业务/目前状态	未来定位/发展规划
一、网络视频服务板块			
1	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	网络视频基础服务和视频平台增值服务业务	努力成为中国最大的网络视频服务提供商
2	北京乐视流媒体广告有限公司	代理、发布广告（本公司的全资子公司）	
二、电信设备集成和制造板块			
3	山西西贝尔通信科技有限公司	移动通信设备的生产、销售业务	专注于移动通信设备生产
4	北京西伯尔通信科技有限公司		
5	FORD FIELD INTERNATIONAL LTD.	未开展实际业务—（持股公司）	保持新加坡上市体系，专注于移动通信设备的研发和销售及工程服务
6	SINOTEL TECHNOLOGIES LTD.	新加坡上市公司—（上市公司）	
7	XBELL COMMUNICATION TECHNOLOGY LTD.	未开展实际业务—（持股公司）	
8	西伯尔联合通信科技（北京）有限公司	移动通信的研发销售及系统工程服务	
三、影视投资板块			
9	乐视娱乐投资（北京）有限公司	影视剧投资、策划和发行业务	继续做大做强影视剧投资、制作及发行业务
10	浙江乐视镇伟影视制作有限公司	经营影视、电视节目制作及发行业务	
11	乐视完美影视投资（北京）有限公司		
12	OCEAN PILOT HOLDINGS LTD.	空壳公司，无实际业务	放弃乐视娱乐海外融资计划，对 6 家公司进行注销处理
13	SHARP LUCK TECHNOLOGY LTD.		
14	乐视新传媒信息技术（北京）有限公司		
15	FARUNION TECHNOLOGY LTD.		
16	GROWING PROPERTY TECHNOLOGY LTD.		
17	LETV NEW MEDIA HOLDINGS LTD. （乐视新传媒控股有限公司）		

FORD FIELD、SINOTEL、XBELL CTL 和西伯尔联合等 4 家公司构成了电信设备集成和制造板块的核心部分，目前主要从事移动通信的研发、销售及系统工程服务业务；山西西贝尔和西伯尔通信主要从事移动通信设备的生产、销售业务。

乐视娱乐及其子公司乐视镇伟、乐视完美系影视投资板块的核心组成部分，

目前主要从事电影投资、制作及发行业务；2005-2006 年间，贾跃亭为筹备境外融资，先后在境外成立 6 家公司，上述境外公司一直未开展经营业务。贾跃亭承诺注销影视投资板块中未开展经营业务的境内外 6 家公司。

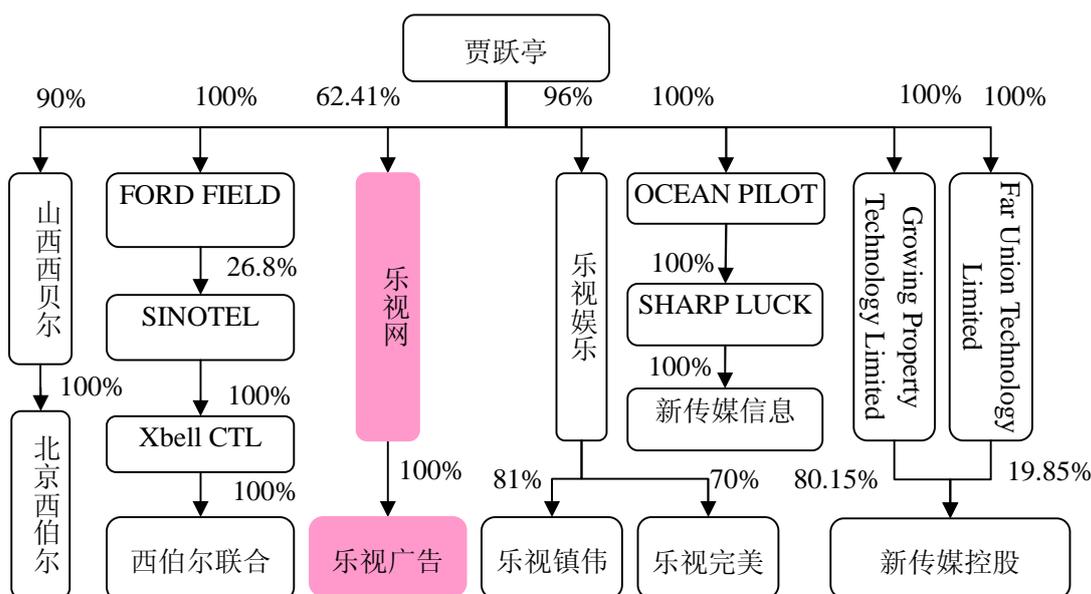
(3) 贾跃亭先生控制的公司注销计划及目前进程

2010 年 2 月 10 日，贾跃亭已委托离岸港服务代理有限公司代理其办理 OCEAN PILOT、SHARP LUCK、FAR UNION、GROWING PROPERTY、新传媒控股 5 家离岸公司注销事宜。2010 年 3 月 18 日，贾跃亭分别作出注销上述 5 家公司的董事决定：①同意终止公司业务、清理公司全部债权债务；②任命贾跃亭为上述公司清算人。2010 年 3 月 22 日，FAR UNION 和 GROWING PROPERTY 公司已解除撤销状态，并开始注销程序。截至本招股说明书签署日，上述 5 家公司已将董事决定和清算计划等注销申请文件递交至离岸港服务代理有限公司。

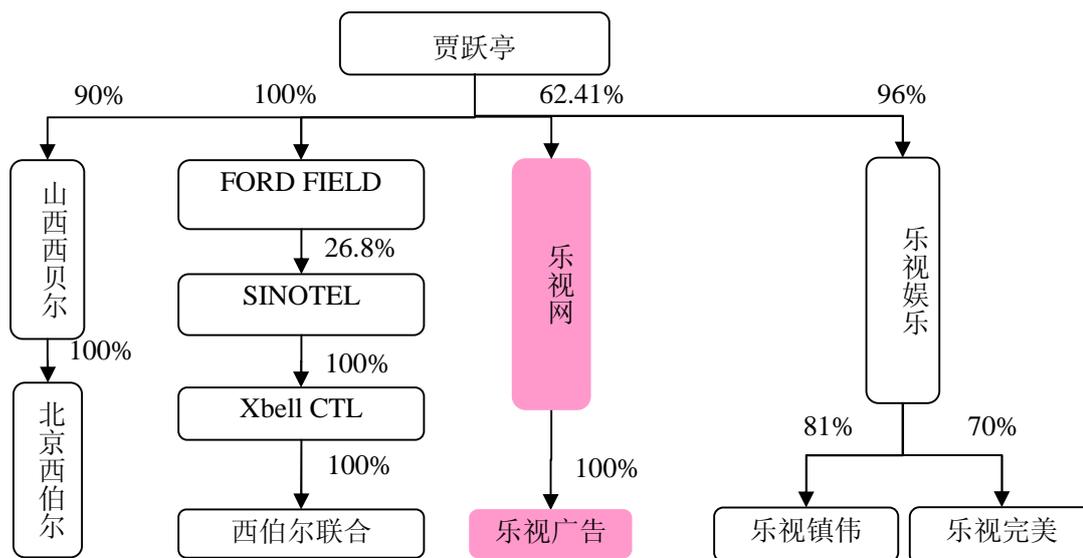
2010 年 3 月 18 日，SHARP LUCK 作出注销乐视新传媒信息技术（北京）有限公司的股东决定：①同意向有关部门申请办理注销乐视新传媒信息技术（北京）有限公司；②同意成立清算组，清算组成员由贾跃亭、徐展勤构成，其中贾跃亭为清算组组长；③同意将上述决定登报，公告注销情况及告知公司债权债务人。根据境内外资公司的注销流程，新传媒信息拟先报商务部门进行注销核准。

上述公司注销前后的组织架构：

①上述公司注销前组织架构



②上述公司注销后组织架构：



3、控股股东直接控制的其它企业情况

(1) 山西西贝尔通信科技有限公司

山西西贝尔通信科技有限公司成立于2002年11月1日，注册资本和实收资本为3,000万元，注册地和主要生产经营地为山西省太原市。贾跃亭持有该公司90%的股权。该公司主营移动通信设备的开发和生产业务。

截至2009年12月31日，该公司总资产为16,685.61万元，净资产为14,999.44万元，2009年净利润为854.81万元。以上财务数据未经审计。

(2) FORD FIELD INTERNATIONAL LTD.

FORD FIELD INTERNATIONAL LIMITED成立于2005年8月16日，注册资本5万美元，注册地为Akara Building, 24 De Castro Street, Wickhams Cay I, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。贾跃亭持有该公司100%的股权。该公司未开展业务，为SINOTEL TECHNOLOGIES LTD（新加坡上市）的控股公司。

截至2009年12月31日，该公司总资产为78,361.21万元，净资产为58,343.05万元，2009年实现净利润为13,942.40万元。以上数据未经审计。

(3) 乐视娱乐投资（北京）有限公司

乐视娱乐投资（北京）有限公司成立于2004年11月11日，注册资本和实收资本为1,200万元，注册地和主要经营地为北京市。贾跃亭持有该公司96%的股权。该公司主营影视剧投资、策划和发行业务。

截至2009年12月31日，该公司总资产为8,334.30万元，净资产为889.17万元，2009年实现净利润为-116.18万元，该公司2009年相关财务数据未经审计。

(4) OCEAN PILOT HOLDINGS LTD.

OCEAN PILOT HOLDINGS LIMITED成立于2005年8月5日，注册资本5万美元，注册地为Akara Building, 24 De Castro Street, Wickhams Cay I, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。贾跃亭持有该公司100%股权。目前，该公司未实际开展经营业务。

截至2009年12月31日，该公司总资产为116.39万元，净资产为114.57万元，2009年实现净利润为-11.44万元。以上数据未经审计。

(5) FAR UNION TECHNOLOGY LTD.

FAR UNION TECHNOLOGY LIMITED成立于2006年1月16日，注册资本5万美元，注册地为Portcullis TrustNet(BVI) Limited of Portcullis TrustNet Chambers, P.O.BOX 3444, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。贾跃亭先生持有该公司100%股权。目前该公司未实际开展经营业务，贾跃亭先生拟将该公司注销。

(6) GROWING PROPERTY TECHNOLOGY LTD.

GROWING PROPERTY TECHNOLOGY LIMITED成立于2006年1月25日，注册资本5万美元，注册地为Portcullis TrustNet(BVI) Limited of Portcullis TrustNet Chambers, P.O.BOX 3444, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。贾跃亭持有该公司100%股权。目前该公司未实际开展经营业务，贾跃亭先生拟将该公司注销。

4、控股股东间接控制的其它企业情况

序号	企业名称	成立年月	注册资本	实收资本	注册地和主要经营地	股权结构
1	浙江乐视网镇伟影视制作有限公司	2008.12	1,000万元	1,000万元	浙江省横店	乐视娱乐投资（北京）有限公司 持有 81% 股权
2	乐视完美影视投资（北京）有限公司	2009.9	1,000万元	1,000万元	北京市丰台区	乐视娱乐投资（北京）有限公司 持有 70% 股权
3	乐视新传媒控股有限公司	2006.3	50,000美元	50,000美元	Cayman	FAR UNION TECHNOLOGY LIMITED 持有 19.85% 股权 GROWING PROPERTY TECHNOLOGY LIMITED 持有 80.15% 股权

4	SHARP LUCK TECHNOLOGY LIMITED	2006.3	50,000 美元	50,000 美元	British Virgin Island	OCEAN PILOT HOLDINGS LIMITED 持有 100% 股权
5	乐视新传媒信息技术（北京）有限公司	2006.8	15 万美元	15 万美元	北京市海淀区	SHARP LUCK TECHNOLOGY LIMITED 持有 100% 股权
6	SINOTEL TECHNOLOGIES LTD.	2006.9	19,085.16 万元	19,085.16 万元	新加坡（注册地）、北京市朝阳区（经营地）	FORD FIELD INTERNATIONAL LIMITED 持有 26.8% 股权
7	Xbell Communication Technology Limited	2006.4	1,450 万美元	50,000 美元	British Virgin Island	SINOTEL TECHNOLOGIES.LTD 持有 100% 股权
8	西伯尔联合通信科技（北京）有限公司	2006.8	1,800 万美元	1,074.99 万美元	北京市海淀区	Xbell Communication Technology Limited 持有 100% 股权
9	北京西伯尔通信科技有限公司	2003.5	4,000 万元	4,000 万元	北京市海淀区	山西西贝尔通信科技有限公司 持有 100% 股权

5、报告期内，实际控制人进行注销或者转让的公司情况

（1）北京天天乐视信息技术有限公司

北京天天乐视信息技术有限公司（以下简称“天天乐视”）成立于 2005 年 11 月 4 日。成立后，天天乐视一直未开展业务经营。2010 年 3 月 22 日，天天乐视完成工商登记注销手续。

（2）香港佳怡企业有限公司

香港佳怡企业有限公司成立于 2003 年 11 月 3 日，注册资本 1 万港币，注册地为 UNIT D 10/F, CHINA OVERSEAS BUILDING, 139 HENNESSY ROAD, WANCHAI, HONGKONG。香港佳怡成立后，主要从事移动通信设备销售业务。成立该公司的目的系由于在 2007 年以前，中国联通要求其合作方须在境外拥有业务经营主体。因此，贾跃亭通过设立香港佳怡，作为电信设备集成和制造板块的境外主体与中国联通就移动通信设备业务开展境外合作。

2007 年，中国联通放宽境外业务限制，允许境内公司直接与其合作从事境外业务，香港佳怡未再开展业务。2010 年 2 月 9 日，贾跃亭将其持有的香港佳怡全部股权转让给无关联关系的第三方李振宇先生。

（3）北京西伯尔电通数码科技有限公司

电通数码成立于 2005 年 7 月 11 日，注册资本 1,960 万元，注册地为北京市西城区华远北街 2 号通港大厦 10 层 1023，经营范围：技术开发、服务；销售计算机软硬件及附注设备、通讯器材。该公司由北京西伯尔、贾跃亭和孙一笑出资设立，持股比例分别为 49%、43% 和 8%。该公司成立后，主要从事移动终端设备销售业务。

2009 年 8 月 21 日，该公司三个股东将所持公司股权全部转让给王彩风和郝洁，其中孙一笑持有的股权全部转让给郝洁，贾跃亭将所持有的全部股权转让给王彩风，北京西伯尔将其持有的 12% 的股权转让给郝洁，37% 转让给王彩风。转让双方不存在关联关系，转让行为合法合规，不存在重大权属纠纷和其它有争议的情形。转让后，该公司与贾跃亭先生不存任何关联关系。

报告期内，电通数码与本公司不存在任何关联交易。

（4）北京西伯尔无线金融数据技术有限公司

北京西伯尔无线金融数据技术有限公司（下称“西伯尔无线”）成立于 2005 年 10 月 28 日，注册资本 500 万元，注册地为北京市海淀区稻香园 13 号楼北侧 1 幢平房 2012 室，经营范围：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。该公司设立时，由北京西伯尔和山西兆宇智能卡系统集成有限公司出资设立，持股比例分别为 51% 和 49%。该公司成立后，主要从事移动 POS 机销售业务。其中，山西兆宇智能卡系统集成有限公司由与发行人无关联关系的自然人出资设立。

2007 年 8 月 24 日，山西兆宇智能卡系统集成有限公司将其持有的该公司 49% 股权转让给贾跃民。2007 年 12 月 25 日，北京西伯尔和贾跃民将其持有的该公司股权转让给张利平和孙宇璇。转让双方不存在关联关系，转让行为合法合规，不存在重大权属纠纷和其它有争议的情形。转让后，该公司与贾跃亭先生不存任何关联关系。

报告期内，西伯尔无线与本公司不存在任何关联交易。

（5）太原市西伯尔电子工程有限公司

太原市西伯尔电子工程有限公司（下称“太原西伯尔”）成立于 1999 年 7 月 30 日，注册资本 100 万元，注册地山西省太原市，经营范围：电力配件及防漏

保护器材，电子产品的批发、零售。设立时，贾跃亭和王凡以货币出资，持股比例分别为 80%和 20%。2000 年 11 月，王凡将其所持有的 20%股权转让给贾跃民。此后，股权未发生变化。因该公司业务逐步转移至山西西贝尔，贾跃亭将其进行注销，于 2008 年 10 月 13 日该公司完成注销并办理工商注销手续。

报告期内，太原西伯尔与本公司不存在任何关联交易。

6、保荐人和发行人律师对各公司最近三年是否存在重大违法行为的核查意见

(1) 经核查，根据山西西贝尔、西伯尔通信、西伯尔联合、乐视娱乐、乐视镇伟、乐视完美、新传媒信息分别出具的《声明》，并通过登录最高人民法院及北京等地的相关人民法院网站进行检索，通过互联网搜索了解上述公司的社会评价状况，通过企业信用网、工商行政管理部门行政处罚查询系统进行核查，通过登录上述公司所在地外汇、商务、国税、地税、土地、劳动、环保、海关等主管部门官方网站进行核查，上述公司最近三年不存在重大违法行为。

(2) 经核查，根据 FORD FIELD、SINOTEL、XBELL CTL、OCEAN PILOT、SHARP LUCK、FAR UNION、GROWING PROPERTY、新传媒控股出具的《声明》，并经登录新加坡交易所公告系统核查及通过互联网搜索了解上述公司的社会评价状况，上述公司最近三年不存在重大违法行为。

(3) 经核查，天天乐视和太原西伯尔分别已于 2010 年 3 月 22 日和 2008 年 10 月 13 日完成工商登记注销手续，通过登录最高人民法院及山西省、北京市的相关人民法院网站进行检索，通过企业信用网、工商行政管理部门行政处罚查询系统进行核查，通过登录其山西省、北京地区外汇、商务、国税、地税、土地、劳动、环保、海关等部门的官方网站进行核查，通过互联网搜索了解该公司的社会评价状况，上述公司最近三年不存在重大违法行为。

(4) 经核查，公司实际控制人贾跃亭先生持有的香港佳怡全部股权已于 2010 年 2 月 9 日转让给无关联第三方李振宇，通过互联网搜索了解该公司的社会评价状况，该公司最近三年不存在重大违法行为。

(5) 经核查，公司实际控制人贾跃亭先生持有的西伯尔无线和电通数码股权分别已于 2007 年 12 月 25 日和 2009 年 8 月 21 日转让给无关联第三方，通过登录最高人民法院及北京市的相关人民法院网站进行检索，通过企业信用网、工商行政管理部门行政处罚查询系统进行核查，通过登录其北京地区外汇、商务、国税、地税、土地、劳动、环保、海关等部门的官方网站进行核查，通过互联网

搜索了解该公司的社会评价状况，上述公司最近三年不存在重大违法行为。

7、部分关联公司的名称中含有“乐视”尤其是乐视新传媒信息技术（北京）有限公司的名称与公司前身相近没有损害公司的合法权益

公司关联公司的名称中含有“乐视”字号的有乐视娱乐投资（北京）有限公司、浙江乐视镇伟影视制作有限公司、乐视完美影视投资（北京）有限公司、乐视新传媒控股有限公司、乐视新传媒信息技术（北京）有限公司等 5 家公司。上述公司系影视投资板块，与公司分属不同行业，不存在同业竞争。

根据《企业名称登记管理实施办法》（2004 年修改）第 31 条的规定，企业名称有下列情形之一的，不予核准：（一）与同一工商行政管理机关核准或者登记注册的同行业企业名称字号相同，有投资关系的除外；（二）与同一工商行政管理机关核准或者登记注册符合本办法第十八条的企业名称字号相同，有投资关系的除外；（三）与其它企业变更名称未满 1 年的原名称相同；（四）与注销登记或者被吊销营业执照未满 3 年的企业名称相同；（五）其它违反法律、行政法规的。

乐视娱乐、乐视镇伟、乐视完美、新传媒控股以及新传媒信息均系影视投资板块，与公司处于不同行业，因此其名称中含有“乐视”字号符合上述法律法规的规定；同时，上述公司与公司在业务、人员、财务、机构、资产等方面相互独立，不存在相互损害权益的情形。

2010 年 3 月 18 日，新传媒控股以及新传媒信息两家公司股东和董事已经作出注销该等公司决议，并已开始筹备该等公司的注销手续，不存在继续使用“乐视”字号的情形；公司与乐视娱乐、乐视镇伟、乐视完美（以下简称“乐视字号关联方”）在品牌定位、宣传方式、用户群体、商标保护程度及宣传力度等方面存在显著不同，各自通过独立的方式实现自身品牌的推广和宣传，具体表现如下：

（1）品牌定位不同。公司始终坚持“乐视网”品牌，即基于“互联网”和“手机电视”视频平台向用户提供视频服务，向用户提供的是一种基于网络数字化形态的虚拟视听服务；其它乐视字号关联方则以基于影院观赏形态为主的“乐视”字号作为品牌定位。

（2）品牌宣传方式不同。公司是通过线上、线下主题活动、品牌广告、网络媒体合作进行品牌宣传；而乐视字号关联方是通过影视剧预告片、宣传海报、影视剧片头、片尾进行品牌宣传。公司是以经授权使用的作品为载体，侧重于提升“乐视网”品牌形象及影响力；而乐视字号关联方侧重于对自身投资制作的影

视剧作品的宣传，其著作权一般系原始取得。

（3）用户群或受众群不同。公司的用户群是网络视频用户、手机电视用户，该用户群通过网络在线及下载方式观看视频内容；乐视字号关联方的用户群是对视听效果有更高要求的高端受众群，通常通过影院或院线观看方式体验影视内容。

（4）商标保护程度不同。公司以“乐视”及“LETV”在第 35、38、41 及 42 类商品上注册商标，受到商标法的保护；而乐视字号关联方未以“乐视”及“LETV”在任何商品类别上注册商标，不受商标法的保护。乐视字号关联方未在上述四类商品上使用上述商标，在商标使用上未侵害公司利益。

（5）品牌宣传力度和规模不同。公司品牌宣传起步晚、力度弱、费用少、规模小；而乐视字号关联方品牌宣传起步早、力度强、花费多、规模大。且公司与乐视字号关联方各自承担自身的品牌宣传推广费，不存在互相委托宣传推广的情形。

（6）双方不存在损害对方权益的情形。公司和乐视字号关联方均合法经营自身业务，不存在借用对方品牌和知名度发展自身业务的情形，且不会对对方使用乐视字号产生负面影响。

综上所述，公司与乐视字号关联方具有各自独立的品牌宣传方式和表述方式。公司和乐视关联方独立制定广告投放计划，独立进行广告宣传投入。双方不存在因共享“乐视”字号而影响各自独立性和损害对方权益的情形。

六、股本情况

（一）本次拟发行的股份及发行前后股本结构

公司本次拟发行 2,500 万股人民币普通股，发行前后公司股本结构如下：

股东名称	发行前		发行后	
	股数 (万股)	持股比例 (%)	股数 (万股)	持股比例 (%)
一、发行前股东				
贾跃亭	4,680.75	62.41%	4,680.75	46.81%
贾跃芳	630.00	8.40%	630.00	6.30%
汇金立方资本管理有限公司	454.50	6.06%	454.50	4.54%
刘弘	348.75	4.65%	348.75	3.49%
深圳市创新投资集团有限公司	341.25	4.55%	341.25	3.41%
李军	252.00	3.36%	252.00	2.52%
贾跃民	249.75	3.33%	249.75	2.50%
上海谊讯信息技术有限公司	177.00	2.36%	177.00	1.77%
郑伟鹤	120.75	1.61%	120.75	1.21%
黄荔	97.50	1.30%	97.50	0.97%
杨永强	63.00	0.84%	63.00	0.63%
邓伟	37.88	0.51%	37.88	0.38%
杨丽杰	37.88	0.51%	37.88	0.38%
深圳市同创伟业创业投资有限公司	9.00	0.12%	9.00	0.09%
二、社会公众股	-	-	2,500.00	25.00%
合计	7,500.00	100.00%	10,000.00	100.00%

本次发行前，公司股本不存在国有股份或外资股份。

（二）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

序号	股东名称	持股数额（万股）	本次发行前持股比例（%）	在本公司任职情况
1	贾跃亭	4,680.75	62.41%	董事长兼总经理
2	贾跃芳	630.00	8.40%	监事
3	刘弘	348.75	4.65%	副董事长兼副总经理
4	李军	252.00	3.36%	副总经理
5	贾跃民	249.75	3.33%	副总经理
6	郑伟鹤	120.75	1.61%	无

序号	股东名称	持股数额（万股）	本次发行前持股比例（%）	在本公司任职情况
7	黄荔	97.50	1.30%	无
8	杨永强	63.00	0.84%	副总经理
9	邓伟	37.88	0.51%	董事会秘书
10	杨丽杰	37.88	0.51%	财务总监

（三）最近一次新增股东情况

2008年12月22日，公司股东会审议通过：（1）同意深圳市南海成长精选创业投资合伙企业（有限合伙）将其持有的180.36万元出资额分别转让给深圳同创伟业创业投资有限公司6.9312万元、郑伟鹤95.7324万元、黄荔77.6964万元；（2）北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）将其持有的360.71万元出资额转让给汇金立方资本管理有限公司。（3）贾跃亭将其持有的1,285万元出资额分别转让给贾跃芳500万元、刘弘277万元、李军200万元、贾跃民198万元、杨永强50万元、邓伟30万元、杨丽杰30万元。2008年12月29日，公司办理完毕本次股权转让的工商变更手续。

本次股权转让后，公司新增股东贾跃芳、刘弘、李军、贾跃民、杨永强、邓伟、杨丽杰的基本情况参见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其它核心人员”，其它新增股东基本情况如下：

新增股东名称	国籍	境外永久居留权	身份证号	出资额（万元）	出资比例
郑伟鹤	中国	无	44030119660303****	95.73	1.61%
黄荔	中国	无	12010419691104****	77.70	1.30%
新增股东名称	主要股东		实际控制人	出资额（万元）	出资比例
汇金立方	汇金立方（有限合伙）		全体合伙人	360.71	6.06%
同创伟业	郑伟鹤、黄荔		黄荔	6.93	0.12%

2010年3月18日，汇金立方出具《声明》，确认其持有的发行人股份系其真实出资，不存在代持股的情形，不存在任何股权纠纷。

2010年3月18日，同创伟业、郑伟鹤、黄荔分别出具《声明》，确认其持有的发行人股份系其真实出资，不存在代持股的情形，不存在任何股权纠纷。

南海成长（有限合伙）全体合伙人于2010年3月18日出具《声明》，确认其对本次股权转让行为不存在争议，也不会对同创伟业、郑伟鹤和黄荔持有的本公

公司股份主张任何权利。2010年5月10日，南海成长（有限合伙）全体合伙人作出《声明》，确认其所转让的本公司股份系真实转让，不存在委托代持情况，不存在任何股权纠纷。

经核查，保荐人和发行人律师认为，上述转让行为真实合法，不存在委托代持情况，不存在任何股权纠纷。

（四）股东中战略投资者及持股情况

公司股东中无战略投资者。

（五）发行前股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

贾跃芳与贾跃民、贾跃亭系姐弟关系，分别持有公司8.40%、3.33%和62.41%的股权，合计持有公司74.14%的股权。

郑伟鹤和黄荔系夫妻关系，郑伟鹤同时担任深圳同创伟业创业投资有限公司法定代表人。郑伟鹤、黄荔和深圳同创伟业创业投资有限公司分别持有公司1.61%、1.30%和0.12%的股权，合计持有公司3.03%的股权。

除此以外，公司其它股东之间不存在关联关系。

（六）发行人是否存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情形

公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情形。

（七）发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东、实际控制人贾跃亭承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

股东贾跃芳和贾跃民承诺：自公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

公司其它股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司董事、监事和高级管理人员的贾跃亭、贾跃芳、刘弘、李军、贾跃民、杨永强、邓伟、杨丽杰还承诺：除前述锁定期外，在各自任职期内每年转让的股份不超过各自所持有公司股份总数的25%；在离职后半年内，不转让各自所持有的公司股份。

唐富文作为汇金立方（有限合伙）的出资人及本公司监事，作出承诺：自乐视网股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资，也不由汇金立方资本管理有限公司或乐视网回购本次发行前本人持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资。上述承诺期限届满后，在本人任乐视网董事、监事或高级管理人员期间每年转让的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资不超过总数的百分之二十五；在本人离职后半年内，不转让持有的北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）的出资。

七、员工及社会保障情况

（一）员工人数、变化情况及变化原因

时间	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
人数	203	117	64

（二）员工岗位结构

截至2009年12月31日，公司员工按照岗位结构划分，具体情况如下：

岗位类别	员工人数（人）	占员工总数比例
管理人员	27	13.30%
技术人员	78	38.42%
运营人员	57	28.08%
销售人员	41	20.20%
合计	203	100.00%

（三）员工受教育程度

截至2009年12月31日，公司员工按照受教育程度划分，具体情况如下：

受教育程度	员工人数（人）	占员工总数比例
研究生	14	6.90%
大学本科	120	59.11%
大专及以下	69	33.99%
合 计	203	100.00%

（四）员工年龄结构

截至2009年12月31日，公司员工按照年龄结构划分，具体情况如下：

年龄区间	员工人数（人）	占员工总数比例
41~50 岁	3	1.48%
31~40 岁	64	31.52%
30 岁及 30 岁以下	136	67.00%
合 计	203	100.00%

（五）社会保障及福利制度情况

公司实行劳动合同制，员工按照《劳动法》与公司签订《劳动合同》，承担义务并享受权利。公司认真贯彻执行国家和地方有关劳动、工资、保险等方面的法律法规，依法办理劳动用工手续，按规定确立劳动试用期、合同期限、工时制度、劳动保障以及劳动合同的变更、解除和终止。

公司已根据国家和地方政府的有关规定，执行统一的社会保障制度，按时足额缴纳基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、女工生育保险、工伤保险等基本社会保险金以及住房公积金，未发生违法违规行为。

八、实际控制人、持有 5% 以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺

（一）关于股份锁定的承诺

公司持股5%以上的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员已就其所持股份的流通限制作出自愿锁定股份的承诺，具体内容详见本节之“六、股本情况”之“（六）发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为了避免损害公司及其它股东利益，公司控股股东和实际控制人贾跃亭先生向公司出具了《避免同业竞争承诺函》，具体内容参见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”。

第六节 业务和技术

一、公司主营业务和主要服务及其变化情况

（一）公司的主营业务

1、经营范围

公司经营范围：（1）许可经营项目：互联网信息服务（含发布网络广告）。（2）一般经营项目：法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。

2、主营业务

自设立以来，公司专注于互联网视频及手机电视等网络视频技术的研究、开发和应用，主要从事网络视频基础服务和视频平台增值服务业务。

3、主营业务规划及业务发展进程

公司自设立时，根据自身优势和业务定位制定了“业务发展十年规划”：第一步，自设立后通过3年时间完成运营平台开发、用户基础培育；第二步，通过3年时间健全业务架构，树立乐视网品牌形象，持续扩大市场份额，实现稳定盈利并保持高速增长；第三步，通过4年时间建立行业内技术领先、用户庞大、服务内容全面的综合网络视频运营平台。

公司以设立之初的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”为基础开发出视频运营平台，主要应用于手机电视领域。设立初期，公司借鉴国外3G的成功发展经验、依托国内3G通信网络最快于2005年-2006年顺利实现商用的预期，拟通过大力发展3G手机电视业务实现预期的规划目标。由于我国3G通信正式商用未在预期时间内顺利推出，公司于2006年底及时进行业务发展方向的调整，通过创新性开发并引入P2P技术完成了兼容性和扩展性更强的“流媒体平台及管理系统V2.0”开发，将其应用于互联网视频和手机电视领域。

2007年以后，公司通过对互联网视频服务业务的重点培育和拓展，实现了快

速盈利并保持持续增长。2009年以后，公司通过加大互联网平台投入，开发出了网络超清播放服务、视频平台用户分流等服务内容，这些创新性服务内容将继续促进公司迎来高速增长的局面。

报告期内，公司按照上述规划开展业务，所从事的主营业务未发生变化。

（二）公司提供的主要服务

公司主要提供两大类服务：网络视频基础服务和视频平台增值服务。

1、网络视频基础服务

（1）互联网视频基础服务

公司依托强大互联网视频门户“乐视网”和免费客户终端“乐视网网络电视”，为免费用户提供网络标清视频及个人TV服务，为付费用户提供网络高清视频及企业TV服务。同时，公司充分利用拥有的独家网络影视剧版权资源，为合作方提供版权分销服务。互联网视频服务是公司进行存续和发展的重要根基，是开展视频平台增值服务的重要前提。

（2）手机电视基础服务

公司已推出基于手机无线网的手机电视门户“3G乐视网（3g.letv.com）”以及手机电视客户端软件，为手机用户提供网络视频点播和直播服务。同时借助技术研发和内容优势，向电信运营商和内容集成商提供技术服务和内容服务。手机电视服务是报告期内公司进行重点培育，并计划未来3-5年进行重点开拓的业务领域，是公司的重要增长点。

2、视频平台增值服务

公司借助为互联网及手机用户提供网络视频基础服务而形成的庞大用户群、强大的品牌价值和媒体传播效应，为广告客户提供广告发布服务，为具有相关用户群体的网站提供视频平台用户分流服务。视频平台增值服务是公司实现未来较快增长，保持持续经营的重要动力。

3、各主要服务间的关联度

公司所从事的两大类业务相辅相成、互为促进。网络视频基础服务是核心和根基，视频平台增值服务是动力和引擎。通过两类业务的有机融合，未来公司将继续保持高速增长。

二、行业基本情况

公司所处的行业为网络视频服务行业。网络视频服务行业是依托于互联网、手机无线网等网络，以一定的通信协议，借助编解码和传输技术，向互联网用户和手机用户提供一定格式视频内容的直播、点播、搜索和下载观看等服务的新兴媒体服务行业。

（一）行业主管部门、行业监管体制和主要法规政策

1、行业主管部门

网络视频服务行业采取联合监管模式，主管部门以工业与信息化部和国家广电总局为主，国务院新闻办、国家新闻出版总署、文化部等相关部门在各自职责范围内对视频信息内容实施监督管理。

（1）工业与信息化部

工业和信息化部是网络视频服务行业的核心监管部门。该部门内设24个职能机构，其中政策法规司、产业政策司和规划司主要负责制订行业的产业政策、行业标准、产业规划，对行业的发展方向进行宏观调控，总体把握互联网服务内容。通信发展司负责协调公用通信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共享；拟订网络技术发展政策；负责重要通信设施建设管理；监督管理通信建设市场；会同有关方面拟订电信业务资费政策和标准并监督实施。

（2）国家广播电影电视总局

国家广播电影电视总局对网络视频服务行业实施内容监管和行政许可管理，负责拟订广播电影电视宣传、创作的方针政策，把握正确的舆论导向和创作导向；负责广播电影电视、信息网络视听节目服务机构和业务的监管并实施准入和退出管理；指导对从事广播电影电视节目制作民办机构的监管工作；监管广播电影电视节目、信息网络视听节目和公共视听载体播放的视听节目，审查其内容和质量。

（3）其它监管部门

①出版总署

新闻出版总署负责起草新闻出版、著作权管理的法律法规草案，拟订新闻出版业的方针政策，制定新闻出版、著作权管理的规章并组织实施；负责出版物内

容监管，组织指导党和国家重要文件文献、重点出版物和教科书的出版、印制和发行工作，制定国家古籍整理出版规划并承担组织协调工作；负责对互联网出版活动和开办手机书刊、手机文学业务进行审批和监管。

②文化部

文化部对网络视频服务行业实施内容监管和行政许可管理：负责拟订文化市场发展规划，指导文化市场综合执法工作；负责文艺类产品网上传播的前置审批工作，负责对网吧等上网服务营业场所实行经营许可证管理，对网络游戏服务进行监管（不含网络游戏的网上出版前置审批）；拟订动漫、游戏产业发展规划并组织实施，指导协调动漫、游戏产业发展。

（4）行业协会

中国互联网协会以及各地互联网协会是行业的自律性组织，主要作用是组织制定行约、行规，维护行业整体利益，实现行业自律；提高我国互联网技术的应用水平和服务质量，保障国家利益和用户利益；普及网络知识，引导用户健康上网；参与国际交流和有关技术标准的研究；促进我国互联网产业的发展，发挥互联网对我国社会、经济、文化发展和社会主义精神文明建设的积极推动作用。

2、行业监管体制

网络视频服务行业采取联合监管模式，主管部门以工业与信息化部和国家广电总局为主，国务院新闻办、国家新闻出版总署、文化部等相关部门在各自职责范围内对视频信息内容实施监督管理。

监管内容	监管机构	监管范围
市场准入	广电总局、工业与信息化部、文化部	许可证的发放与管理
内容监管	广电总局、文化部、国务院新闻办、新闻出版署	版权管理、内容引进、内容审核、内容加工与制作
制作监管	广电总局	节目制作
硬件和技术监管	工业与信息化部	制造厂商管理、技术标准制定、技术发展及设备进网许可证发放等
接入网络监管	工业与信息化部	网络带宽标准、点播软件、收费软件等标准
网络安全	工业与信息化部	网络监看、检察
运营监管	工业与信息化部、广电总局	业务运营、客服质量、电视台管理

3、主要产业政策和法规

（1）产业政策

① 《2006-2020年国家信息化发展战略》

2006年5月，中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发《2006-2020年国家信息化发展战略》，对全球信息化发展趋势、我国信息化发展基本形势、我国信息化指导思想和战略目标、信息化的战略重点进行深入的分析，并提出新的发展建议和规划，提出推进社会信息化的概念，加强信息资源的开发和利用。该战略中重点提出网络媒体信息资源开发利用计划：“开发科技、教育、新闻出版、广播影视、文学艺术、卫生、‘三农’、社保等领域的信息资源，提供人民群众生产生活所需的数字化信息服务，建成若干强大的、影响广泛的、协同关联的互联网骨干网站群。扶持国家重点新闻网站建设。鼓励公益性网络媒体信息资源的开发利用。制定政策措施，引导和鼓励网络媒体信息资源建设，开发优秀的信息产品，全面营造健康的网络信息环境。注重研究互联网传播规律和新技术发展对网络传媒的深远影响。”

② 《国民经济和社会发展信息化“十一五”规划》

在《国民经济和社会发展信息化“十一五”规划》中，国家提出了信息产业的总体发展目标，即努力实现信息产业总收入达到10万亿元，增加值超过2.8万亿元，占GDP的比重提高到10%以上。年销售收入500亿元以上的企业超过10家。电子信息产品出口额占全国外贸出口总额的比重保持在35%左右，软件业销售收入达到1万亿元。

同时，提出网络建设的具体纲要和发展思路：“第一，要加强公共文化信息资源开发。加快文学艺术、新闻出版、广播影视等领域的内容数字化进程，开发和创作适应人民群众需求的优秀数字文化产品。促进少数民族语言文字信息化，加强民族和民间文化信息资源的开发和利用，保护民族文化遗产。完善公共文化信息基础设施，继续推进全国文化信息资源共享工程建设，丰富群众文化生活。第二，要营造先进网络文化环境。规范网络文化传播秩序，加强社会主义先进文化的网上传播，使科学的理论、正确的舆论、高尚的精神、优秀的作品成为网上文化传播的主流。建立和完善网络行为规范，正确引导广大人民群众的网络文化创造实践，全面建设积极健康的网络文化。”

③ 《文化产业振兴规划》

2009年9月，国务院在《文化产业振兴规划》中提出了发展新兴文化业态的

重要规划。该规划指出：“采用数字、网络等高新技术，大力推动文化产业升级。支持发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、数字多媒体广播、手机广播电视，开发移动文化信息服务、数字娱乐产品等增值业务，为各种便携显示终端提供内容服务。……加强数字技术、数字内容、网络技术等核心技术的研发，加快关键技术设备改造更新。”

(2) 主要法规

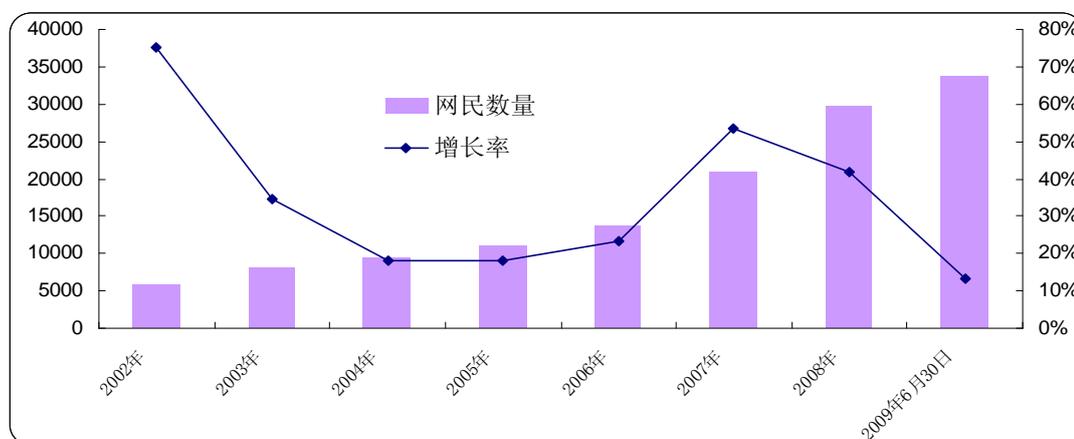
网络视频服务行业有关的法律法规较多，其中主要有《互联网视听节目服务管理规定》、《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》、《互联网视听节目服务抽查情况公告（第1号）》、《中国互联网视听节目服务自律公约》、《广电总局关于加强互联网传播影视剧管理的通知》、《开办视频点播业务审批流程》、《信息网络传播权保护条例》和《建设文明健康的网络视听媒体》等。

(二) 我国网络行业发展概况

1、互联网网民规模持续增长、宽带普及率提高，手机上网增长突出

2008年底，中国网民规模出现高速增长，达到2.98亿人，较2007年增长41.9%，互联网普及率达到22.6%，略高于全球平均水平（21.9%³），其中90.6%的中国网民使用过宽带接入互联网，即2.7亿中国网民使用了宽带访问互联网，较2007年增长超过58.82%。同时，截至2009年6月中国网民规模增长到3.38亿人，其中使用手机上网的网民增长达到1.55亿人，占整体网民的45.9%，较2008年底增长3,700万人。

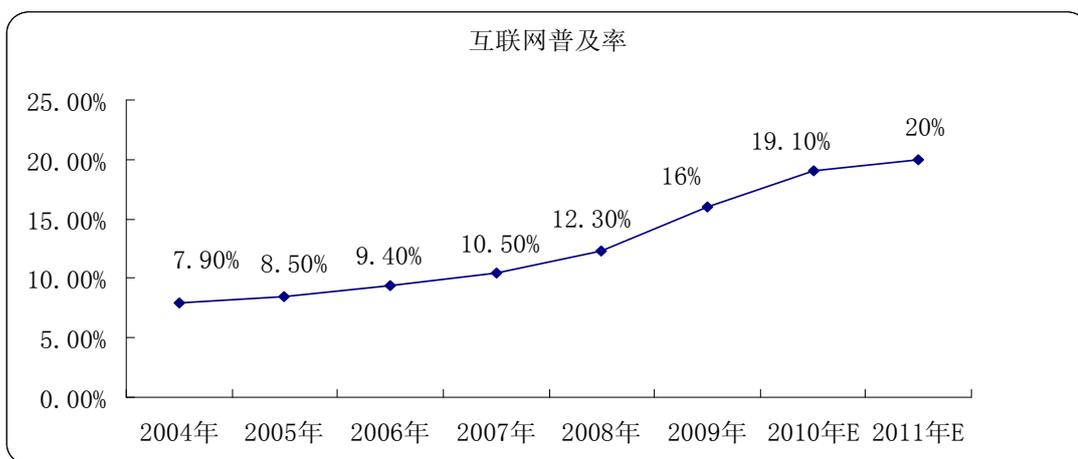
图：我国网民规模及增长情况（单位：万人）⁴



³ 数据来源：<http://www.internetworldstats.com>；对比的其它国家和地区互联网普及率为2008年6月底数据。

⁴ 数据来源：CNNIC

图：我国网络普及率统计⁵



2、互联网应用领域广泛、商业化应用明显

随着我国互联网用户规模的不断扩张以及各类互联网应用技术不断更新，互联网应用类型也逐步多样化，各类应用更加突出互联网媒体的特征和商业化属性。其中应用率超过50%的有8项，各项应用都具备商业化运营特征。

表：2008 年度网络用户应用率排名⁶

序号	细分领域	应用率
1	网络音乐	83.70%
2	网络新闻	78.50%
3	即时通信	75.30%
4	搜索引擎	68.00%
5	网络视频	67.70%
6	网络游戏	62.80%
7	电子邮件	56.80%
8	拥有博客	54.30%
9	论坛/BBS	30.70%
10	网络购物	24.80%

3、网络广告逐步被网络用户和广告投放者所认可，并推动行业发展

我国互联网经过长期的培育和商业化开发，网络广告市场已初具规模，并获得网络用户和广告主的认可。2008年网络广告市场规模达180-190亿元，约占我国广告市场整体规模的10%，预计未来占比还将快速扩大⁷。

在2008年中国各网络媒体形式中，搜索引擎媒体广告营收规模突破50亿元，

⁵ 资料来源：互联网实验室、JPMorgan

⁶ 数据来源：CNNIC

⁷ 数据来源：艾瑞市场咨询

位居各网络媒体平台首位；综合门户也高速增长近60%，广告营收达到47.4 亿元；视频网站经过近两年的快速发展，网络广告细分市场规达到5.7亿元⁸。

（三）网络视频服务行业发展概况

1、全球互联网视频服务行业发展状况

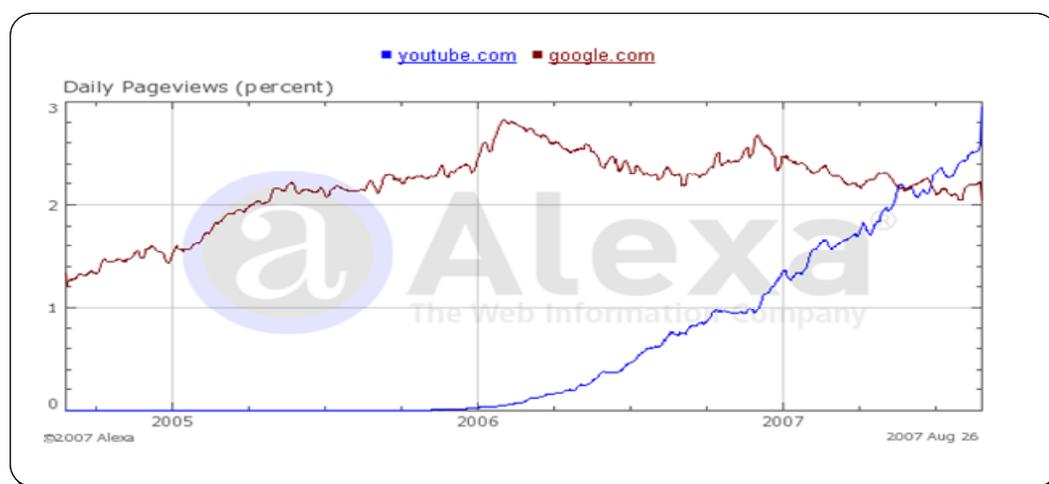
（1）国际互联网视频服务行业初具规模

以美国为代表的国际互联网视频服务行业经过多年的发展，目前已初具规模。按照在alexa.com网站查阅的截至2009年12月31日全球前100家网站访问量排名中，有12家网站专门从事网络视频业务，总数仅次于搜索网站，如考虑兼营视频业务的搜索类和门户类网站，视频相关网站数量位列第一位。

（2）国际互联网视频服务行业增长迅速，用户认可度高，访问量高度稳定

自2005年开始，伴随着网络宽带的普及以及视频技术的应用，全球网络视频服务行业出现突破性发展。美国的YOUTUBE网络视频分享网站自2005年2月开始上线，在不到18个月间，其访问量迅速增长，并跻身全球前五位，每天的视频点播数突破了1亿大关。

图：2005年2月-2007年8月 YOUTUBE 与 Google 的 PV 比重（%）对比⁹



依靠“正版内容+免费观看+企业付费”模式迅速崛起的美国网络视频服务提供商HULU网（美国），通过正版版权运营以及广告发布服务，迅速实现了盈利，证明了正版影视模式的成功。

同时，个人付费模式也逐步发展壮大，诸如苹果iTunes、亚马逊和Netflix等

⁸ 数据来源：艾瑞市场咨询

⁹ 数据来源：alexa.com

一批优秀的个人付费网站开始通过正版化运营和用户体验性服务占据一定的市场空间。

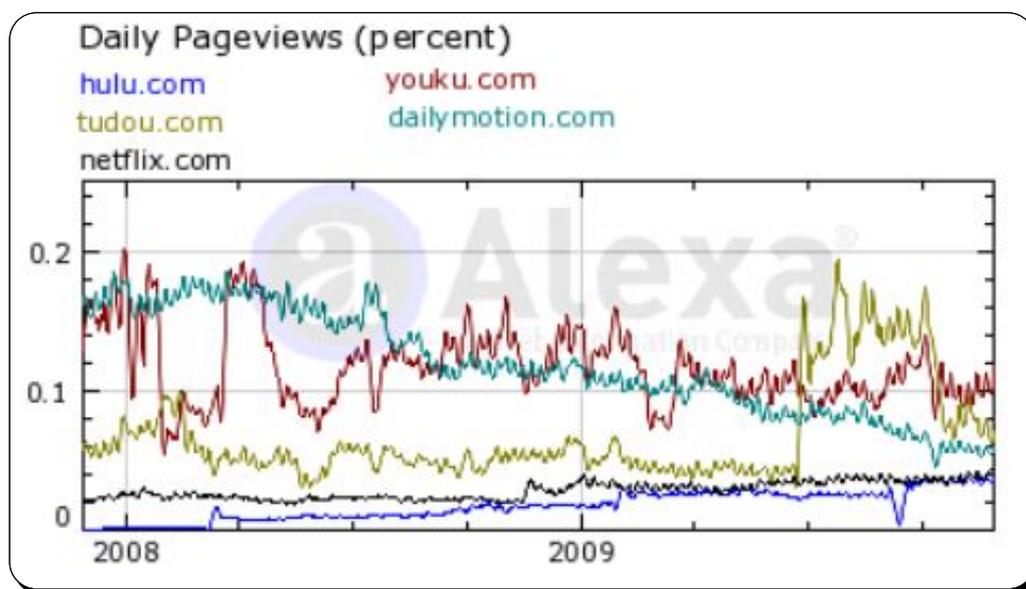
(3) 全球网络视频服务行业处于成长发展期

网络视频服务行业自出现开始，共经历过三个发展阶段：初创期、成长期和成熟期，具体特征如下表：

序号	阶段名称	主要特征
1	初创期	网站数量少、用户规模小、访问量低、盈利模式模糊
2	成长期	网站数量迅速增多、用户规模快速扩张、访问量急剧增长、盈利模式开始出现创新
3	成熟期	网站数量趋于稳定，用户规模稳定、访问量平稳、盈利能力突出

目前，全球网络视频服务行业正处在成长期向成熟期过渡阶段。根据2008-2009年度全球主要视频网站访问量对比可以看出，网络视频服务行业的用户规模保持稳定，访问量平稳，已初步具备成熟期的特征，但是由于行业盈利能力尚未充分释放，未来通过商业模式的充分挖掘以及行业整合的加速，将逐步全面过渡到成熟期。

图：2008年-2009年全球主要视频网站PV比重(%)对比¹⁰



2、我国互联网视频行业发展情况

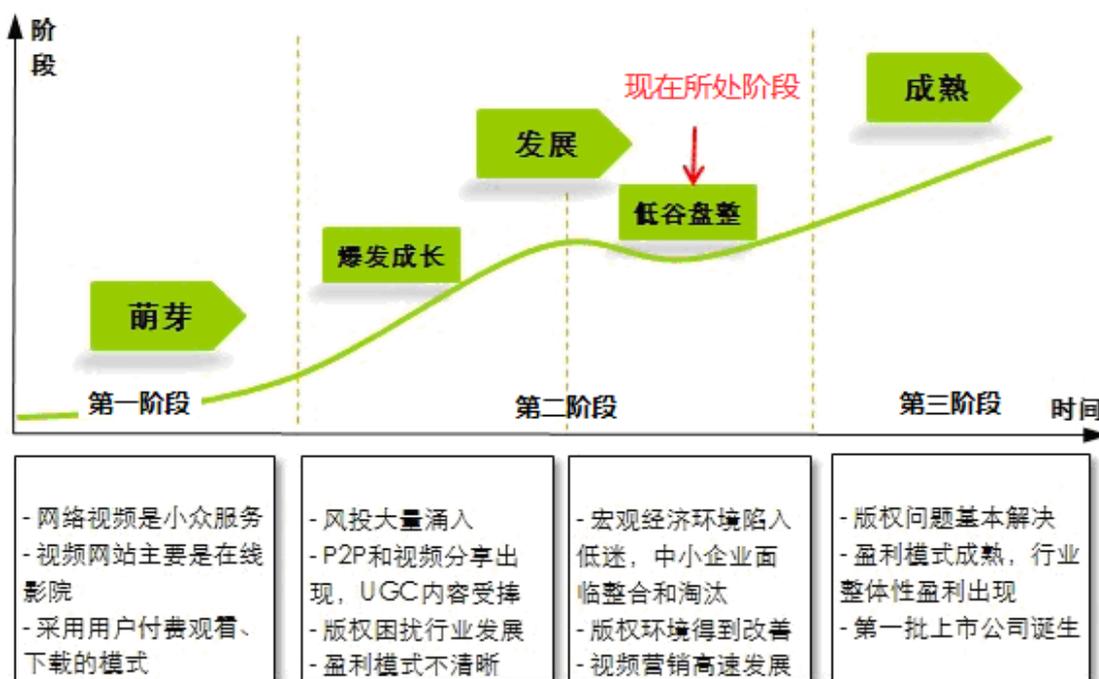
(1) 我国网络视频服务行业的发展历程和发展阶段

根据艾瑞市场咨询发布的《中国网络视频行业发展报告（2008-2009）》，我

¹⁰ 数据来源：alexa.com

国网络视频行业的发展历程大致划分为三个主要阶段，如下图：

图：我国网络视频服务行业发展历程

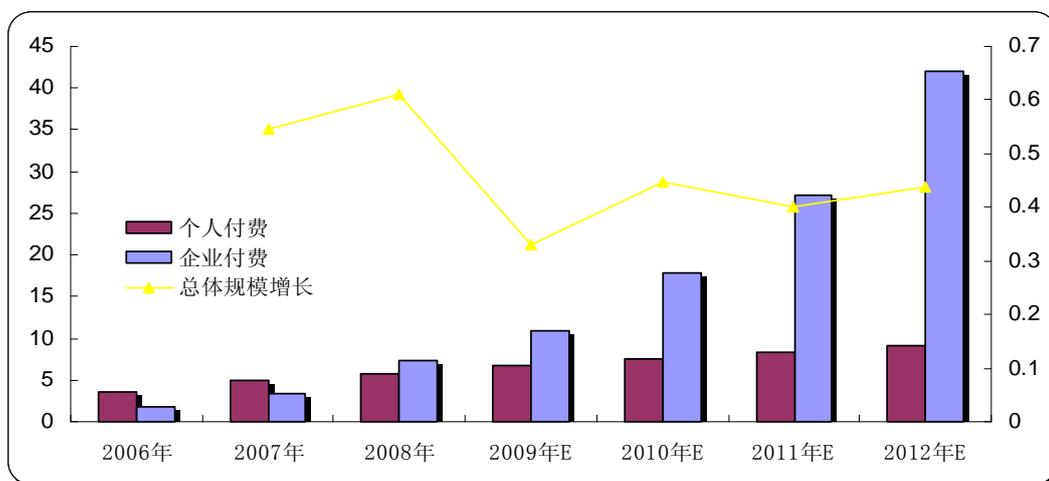


由上图可见，2010年以后我国网络视频行业进入从发展期向成熟期逐步过渡阶段。

(2) 行业规模初显，增长速度突出

2006年由于YOUTUBE被Google以16亿美元成功收购，刺激国内视频分享网站纷纷创立。据不完全统计，截止2008年底全国视频类网站有300家左右。经过数年的市场培育，网络视频已成为互联网主要应用领域之一，行业初具规模。

图：中国网络视频市场规模及增长情况（单位：亿元）¹¹



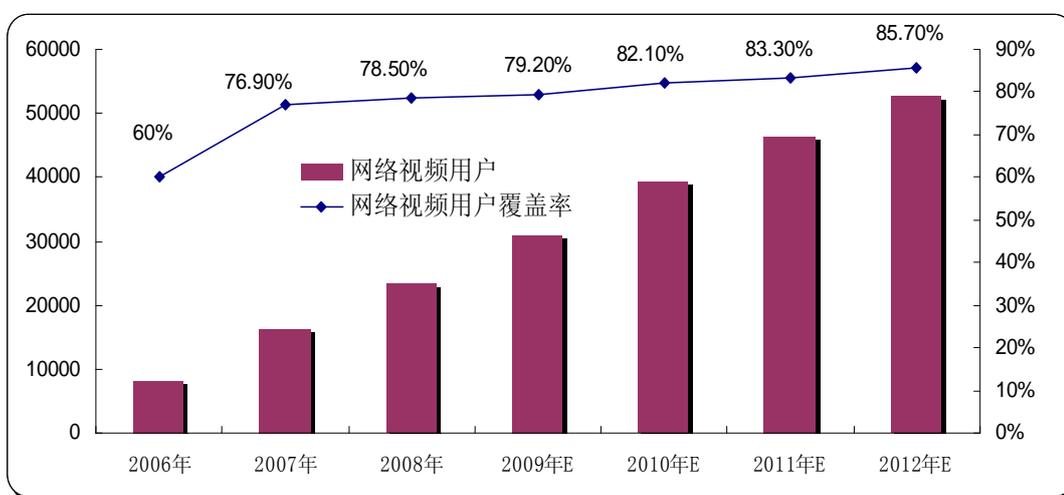
¹¹ 数据来源：艾瑞市场咨询

根据统计¹²，2008年网络视频市场收入总规模达到了13.2亿元，同比2007年增长61.1%，受到全球经济环境和互联网产业发展走势的影响，预计2009年网络视频市场增长将有所趋缓。但随着经济形势趋于好转，未来2-4年网络视频服务行业仍将恢复到较快发展水平，2012年总规模有望达到51.2亿元。

(3) 用户规模庞大、视频用户覆盖率高

根据统计，2008年底中国网络视频用户规模达到2.3亿人，较2007年底增长44.9%，预计2009年网络视频用户规模会突破3亿人，到2012年用户规模将超过5亿人。庞大的用户规模为网络视频服务行业的快速发展奠定了深厚的市场基础。

图：我国网络视频用户规模和网络视频用户覆盖率（单位：万人）¹³



2008年底，我国网络视频用户覆盖率¹⁴达到78.5%，即每5个网民中就有近4个是网络视频用户；按照艾瑞市场咨询的预测，2012年我国网络视频用户覆盖率将达到85.7%。

(4) 用户的网络视频内容需求呈娱乐化趋势，最为偏好的节目仍然集中在以电影、电视剧为主的影音娱乐方面

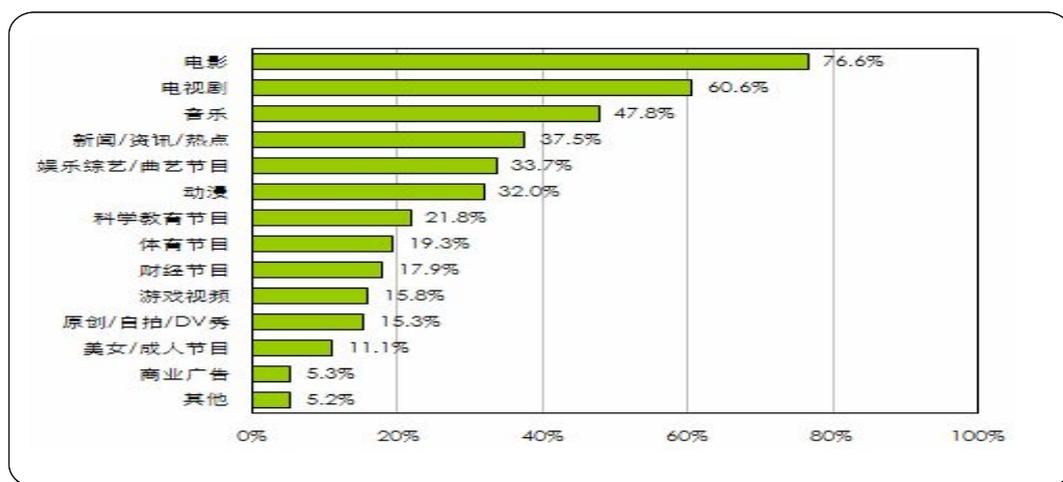
根据艾瑞市场咨询的调查显示，2008年网络视频用户经常观看的前5类节目分别是电影、电视剧、音乐、新闻/资讯/热点和娱乐综艺/曲艺节目，用户偏好比重分别为76.6%、60.6%、47.8%、37.5%和33.7%。网络视频用户需求仍然呈娱乐化趋势，最为偏好的节目仍集中在影音娱乐方面。

¹² 数据来源：艾瑞市场咨询

¹³ 数据来源：艾瑞市场咨询

¹⁴ 覆盖率为接受过网络视频服务的用户总量占全部互联网用户的比重。

图：2008 年网络视频用户对内容的偏好情况调研¹⁵



3、3G 手机电视行业发展历程、现状和前景

(1) 我国 3G 手机电视行业发展历程

我国3G手机通信行业自2001年开始先后经历过实验室测试、场外测试、商用测试及正式商用等四个演进阶段。我国于2004年底先后完成了3G三大标准WCDMA、CDMA2000和TD-SCDMA的场外测试，于2008年完成三大标准的商用测试，并于2009年初进入正式商用发展阶段。

3G手机通信行业的商用化发展，为手机电视行业的发展奠定了坚实基础。进入3G时代后，音视频观看和下载、可视电话等数据业务成为重量级应用。

(2) 3G 手机电视发展现状

3G手机流媒体电视是网络视频服务行业的重要分支，是3G手机终端最重要的应用内容，是网络视频行业未来重要的增长点。

2009年以来我国开始真正进入3G商用时代，虽然3G市场发展的时间较短且处在初期，但我国的3G用户群增速较快，3G普及率逐步提高。据中国互联网络信息中心在我国深圳、上海、广州和北京等四个发达城市的调研统计，2008年我国3G手机电视用户在短短3个月的普及率已达到了3.8%。

(3) 3G 手机电视发展前景

据中国互联网络信息中心调查，在我国未使用手机电视业务的用户中有28%的人愿意使用手机电视业务，32.4%的用户因为高额费用和缺乏了解等原因不愿意使用手机电视业务。随着我国3G网络建设逐步完成，网络覆盖度逐步提高，

¹⁵ 数据来源：艾瑞市场咨询

手机电视用户体验效果将逐步显现，同时3G数据业务价格将会不断下降，3G用户数将会出现爆发性的增长，3G手机电视也会逐步繁荣。

（四）行业竞争格局和市场化情况

1、行业竞争状况

（1）竞争总体状况

网络视频服务行业属于充分竞争行业，且行业集中度不高。按照艾瑞市场咨询的统计，国内整个网络视频服务行业大概有 300 家网站，行业集中度不高。

目前网络视频服务行业的竞争状况主要体现在如下三个方面：

①用户资源争夺尤为激烈

针对用户的竞争主要体现在注册用户量和付费用户量的争夺。一方面通过为用户提供免费观看、上传和下载服务吸引用户；另一方面通过版权购买增强内容丰富性、新颖性以吸引用户；同时竞相通过提升清晰度、流畅度等用户体验效果来争夺用户资源。

②内容资源争夺方兴未艾

内容资源是网络视频公司生存之本和发展之源。随着行业内版权保护意识的加强，各网站对内容版权的争夺将逐渐加剧。根据统计¹⁶，在 2008-2009 年国内出品的票房收入排名前 20 部影片中，公司获得独家网络版权的影片共 7 部，非独家网络版权的影片共 6 部，合计占 20 部热门影片总量的 65%，公司具有明显的优质版权资源采购优势，同时九州岛梦网、普乐网和捷报在线等网络视频服务提供商也竞相进行优质版权采购，行业竞争格局已初步显现。

③付费水平并未出现恶性竞争

网络视频服务行业中提供的视频内容往往具有一定差异性。各服务提供商提供服务的差异性体现在观赏流畅性、内容新颖性以及收费便利性等方面。个人付费型网站因差异性所收取的服务费往往不具有可比性，且目前各个人付费型网站所采取的包月费均为 30 元左右的小额支付，因此在个人付费型网站中并未出现恶性的价格竞争情形。

（2）竞争新趋势和方向

2008-2010 年以来，随着我国网络视频行业的整合加剧、行业规范政策的不

¹⁶ 数据来源：太平洋电影网

断出台，我国网络视频行业的市场格局呈现出如下明显趋势和特征：

①大型媒体单位纷纷推出视频门户，行业吸引力和服务水平得到提升

在萌芽阶段和早期发展阶段，网络视频服务行业的经营主体以市场化程度较高、经营较活跃的民营单位为主。随着行业经营模式的逐渐成熟，拥有大量内容资源的国有大型媒体经营单位逐步参与到网络视频行业的竞争与合作，如中央电视台创办了中国网络电视台、湖南卫视推出了金鹰网、中影集团开发出中国电影网等。经营主体的丰富更加有利于行业的规范和有序发展，更有利于为用户提供更加优质的网络视频服务，提升行业的整体服务水平。

②大型网络视频服务商整合进程加速，资本力量助推行业洗牌

2009 年以来，国内大型网络视频服务提供商加速整合力度，通过资本化方式进行了行业内的收购重组，其中盛大网络通过华友世纪正式与酷 6 网宣布进行合并，纳斯达克上市的体育垂直门户网站新华悦动收购宽频网站新传在线。

拥有畅通资金渠道的网络视频上市主体，借助资本实力大量在行业内进行整合加快了行业的洗牌，提高行业的集中度。

③视频服务商版权意识提升，有利于行业规范、健康发展

影视剧版权是网络视频服务行业经营所依托的核心资源，随着国家主管部门对网络版权保护力度的提升及行业自律组织反盗版意识的加强，我国各大网络视频服务商积极采取正版运营模式，促使行业更加健康、规范地发展。

④传统免费服务商纷纷推出付费频道，付费点播模式获得广泛认可

2009 年以来，全球主要网络视频服务商纷纷推出带有付费内容的网络服务，如美国最大的内容分享网站 YOUTUBE.COM 和最大的内容集成网站 HULU.COM 均宣布开发了网络付费播放服务；国内最大的免费视频网站之一优酷网也尝试付费服务模式；国内最大的 P2P 网络视频在线及下载服务商之一迅雷公司也推出“红宝石影院”计划，以其高清视频播放服务向用户收费；酷 6 网在 2010 年 2 月初宣布，将在 2010 年上半年推行收费措施，对部分高端用户实行收费；56 网、PPS、激动网等视频网站则早已开始了收费服务的试点。上述发展趋势充分说明收费点播模式已获得传统服务商和市场的认可。

2、行业市场化水平

网络视频服务行业是充分竞争的行业，参与者众多且集中度不高。行业内各

参与者根据自身定位、拥有的独特资源及经营模式等参与行业竞争，整个行业的市场化程度较高。

我国网络视频服务行业与主要发达国家的网络视频服务行业几乎同时出现并同步高速增长，引入外资和民营等经营主体较为充分。引入外商投资的网络视频经营主体将国际领先的商业化经营理念渗透到国内，民营网络视频经营主体利用市场化经营手段逐渐树立自身的市场地位，各类经营单位经过充分竞争加速了网络视频服务行业的市场化进程。丰富多样的经营主体，是行业市场化水平的重要体现。

3、网络视频服务行业内的主要企业

(1) 国内主要企业

除本公司外，目前国内主要的网络视频服务提供商包括如下代表性企业：

序号	网站简称	网站概况	市场地位
1	优酷网	http://www.youku.com/ 。 优酷网隶属于合一信息技术(北京)有限公司，创立于2005年11月。优酷网视频服务平台提供视频播放、视频发布、视频搜索、视频分享等服务。	优酷网是国内领先的视频分享网站。
2	土豆网	http://www.tudou.com/ 。 土豆网隶属于上海全土豆网络科技有限公司，创立于2005年4月。土豆网主要从事个人影像音频的共享和发布业务。	土豆网是国内领先的视频分享网站。
3	迅雷看看	http://www.xunlei.com/ 。 迅雷看看（迅雷影音播放器）隶属于深圳市迅雷网络技术有限公司，创立于2003年。迅雷看看是一款结合本地与互联网在线高清晰点播的客户端软件，向用户提供包括电影、电视剧、卡通、动漫和综艺等各类节目以及电视台线上直播和高清晰下载等服务。	迅雷看看是国内领先的P2P视频服务提供商。
4	捷报在线	http://www.jeboo.com/ 。 捷报在线网隶属于北京捷报互动科技有限公司，创立于2004年8月，是一家专注影视数字分销的互联网高科技公司，通过互联网、网吧、酒店、校园、社区等平台向用户提供全方面的数字影视娱乐服务。	捷报在线致力于成为影视数字分销领域的领导者。
5	优度宽频	http://v.51tv.com/ 。 优度宽频隶属于上海优度宽带科技有限公司，以优度网的平台为核心，实现多元化的影音娱乐互动服务，完成多对象、多方位的价值实现。	优度宽频是国内较大的宽频影视平台之一，有丰富的电影、电视剧及动漫、综艺节目。
6	九州岛梦网	http://www.bbvod.net/index.html 。 九州岛梦网由宁波成功多媒体通信有限公司	九州岛梦网是国内较早、较大的收费运营

序号	网站简称	网站概况	市场地位
		运营，创立于2000年8月，主要经营互联网在线影音、手机在线影音与移动数字电视网影音服务等数字视听娱乐业务，运营产品涵盖了电影、电视剧、音乐、教育、综艺等较为全面的影视内容，产品类型不断垂直深入已经涉及了影视评论、影视广告、影视交友等多种类型。	的宽带视听娱乐门户网站之一。
7	普乐网	http://www.voole.com/ 。 普乐网隶属于北京优朋普乐科技有限公司，为影视出品公司提供发行渠道，为电信运营商级企业客户提供网络影视宽频增值应用解决方案，为个人用户提供网络影视娱乐体验。	普乐网是国内领先的收费运营宽带视频点播网站。
8	激动网	http://www.joy.cn/ 。 激动网成立于2005年5月，由激动集团独资创建。采取免费+付费的差异化模式。普通视频采取免费观看模式，并设有“激动派”频道，向用户提供付费高清视频点播和下载。同时向广告主提供广告投放服务。	激动网是国内较大的视频综合门户网站之一。

注：上述表格信息来自上述公司网站及其它公开信息。

(2) 国外主要企业

序号	网站简称	网站概况	市场地位
1	YOUTUBE	http://www.youtube.com/ 。 创立于2005年2月，2006年10月9日被Google公司以16.5亿美元收购。YOUTUBE是目前行业内影响力颇广的在线视频服务提供商。	美国领先的采取免费加付费点播模式的视频网站。
2	HULU网	http://www.hulu.com/ 。 HULU由美国国家广播环球公司（NBC Universal）和新闻集团（News Corp）在2007年3月共同注册成立。该网站以免费正版高清内容为特色，收取广告费方式盈利。该公司也筹备推出付费点播服务。	美国领先的正版影视剧内容点播视频网站。
3	苹果 itunes	http://www.apple.com/ 。 苹果公司 Apple, Inc.(NASDAQ: AAPL)，总部位于美国加利福尼亚的库比提诺，核心业务是电子科技产品。其主要产品包括 Apple II、Macintosh 电脑、iPod 播放器、iPhone 手机和 iTunes 商店。其 iTunes 商店中提供付费影视剧在线传输服务，包括租赁及购买模式。	其付费在线影视服务在美国具有较大影响力。
4	Netflix	http://www.netflix.com/ 。 Netflix(NASDAQ: NFLX)是世界上最大的在线影片租赁提供商之一，提供 DVD 电影的租赁服务和在线观看服务。	美国领先的影视剧付费租赁服务提供商。

序号	网站简称	网站概况	市场地位
5	亚马逊视频点播	http://www.amazon.com/ 。 Amazon.com, Inc. (NASDAQ: AMZN) 是美国最大的电子商务网站，总部设在华盛顿州西雅图。其推出的视频付费点播服务提供数万部影视剧内容在线付费观看。	在美国付费视频点播服务领域处于领先地位。

4、进入本行业的主要障碍

（1）行业准入壁垒

目前我国对网络视频服务行业实行较为严格的准入体制。2007年12月29日，《互联网视听节目服务管理规定》经国家广播电影电视总局、中华人民共和国信息产业部审议通过并予以发布，自2008年1月31日起施行。该规定对网络视听行业的从业资质、服务内容、经营范围等方面作出了规范。按照规定要求，从事互联网视听服务的机构必须持有《信息网络传播视听节目许可证》。

（2）资金壁垒

网络视频服务行业属于资金密集型行业，具有运营成本高昂的特征。网络视频运营公司在创立和发展过程中需要投入大量服务器、带宽、影视剧内容，并需要配备大量人力资源进行运营维护，因此投资支出较为庞大。目前绝大多数免费视频分享网站因早期投入较大且尚未产生足够的收益，相关投入和运营仍然依靠持续不断的权益性资金投入。因此，网络视频服务行业对资金需求较高，资金壁垒特征明显。

（3）技术壁垒

网络视频服务行业属于技术密集型行业，技术发展日新月异，行业技术门槛越来越高。网络视频涉及音视频制作、编码，存储传输，解码以及无线流媒体技术等多项媒体信息技术和网络技术。网络视频服务提供商需要具备较强的研发能力与技术积累。此外，随着互联网应用技术的不断发展，服务提供商需要不断更新、优化其技术，才能满足市场的需求。

5、市场供求状况和变动原因

（1）市场供求状况

网络视频服务行业目前处于成长期向成熟期过渡阶段，网站数量已相对稳定，用户数量呈现平稳增长状态。网络视频服务行业中，视频网站作为供给方向用户提供视频服务，向广告主提供广告发布服务。依据供求双方所指向的内容不

同，主要形成了两类供求关系，具体如下：

①视频内容的供求关系

因内容来源的不同，各视频网站与用户之间形成了不同的供求关系，具体如下表：

表：不同内容来源模式下的供求关系和供求状况

序号	经营模式	供给方	需求方	供求状况
1	内容分享型	用户为主要供给方，网站为辅助供给方	用户	具有“用户创造内容”的特点，供求状况取决于用户行为和用户掌握的视频量。视频内容由相同偏好的其它用户创造，供求双方实现平衡。
2	内容集成型	网站为主要供给方，用户为辅助供给方	用户	供给取决于网站的内容购买量和内容质量；需求取决于用户偏好、付费能力和观看习惯。网站根据用户需求及时采购并上传内容，双方实现平衡。

②广告发布的供求关系

视频网站的广告发布相对其它视频类媒体成熟较晚，但是发展速度较快，近年来网络视频广告市场规模增长显著。就目前的行业供求对比关系来看，存在供大于求的局面，网络媒体广告资源供给量较大。但随着大量广告主开始逐步将投放重点转入互联网视频等新兴媒体，网络视频广告需求将逐步提高。

(2) 供求变动原因

影响供求变动的因素包括供给和需求两个方面，具体如下：

①影响供给变动的因素

受资金实力、政策限制、行业惯例等因素的影响，网络视频服务行业的供给呈现一定的变动规律：资金实力强能够提高网络视频服务提供商对视频内容的采购能力，提高视频内容供给量；受某些政策限制的或者需要严格审查的内容，网络视频服务提供商无法将其购买或上传，影响该等内容的供给；内容生产存在一定的惯例，如电影往往需要在院线先行上映，通常4-7周后方可投放到网络，因此影视生产行业的投放惯例往往影响部分影视内容的供给。

②影响需求变动的因素

用户的收入状况、消费习惯、兴趣偏好以及观看方式都对视频需求变动产生重要影响。收入高、网络视频消费比较频繁、对影视剧等视频内容具有兴趣、并接受网络获取视频信息的用户往往会推动网络视频需求的增长；否则将降低网络

视频需求。

广告主的广告投放量、网站受众种类、投放偏好和投放效果预期等因素将影响广告主对网络视频广告投放需求。

6、行业利润水平的变动趋势及变动原因

网络视频服务行业与其它互联网领域类似，在初创期和成长期都面临盈利模式模糊，盈利水平较差的局面。据统计¹⁷，我国互联网视频服务行业2008年度总收入约为13.2亿元，而全行业平均每月的带宽成本约1.2亿元，全年约为14.4亿元，而带宽成本通常占网络视频服务提供商全部运营成本的70%左右，因此经粗略计算，全行业仍处在亏损状态。

我国网络视频服务行业发展目前处于充分竞争状态之中，且自美国视频分享网站YOUTUBE被Google成功收购后该行业获得大量资本的青睐，因此网络视频服务提供商往往不直接以盈利为目的，而是先以争夺网络用户和网络流量作为经营宗旨，因此大部分网络视频服务提供商注重培育用户，而未能找到合适的盈利模式。

随着网络视频服务行业的不断成熟和规范，行业整体盈利能力将逐步展现。随着行业逐步成熟，国内网络视频服务提供商的运营成本将逐步下降，这将很大程度的减轻服务提供商的运营负担。同时，部分网络视频服务提供商也纷纷开始尝试版权保护与合作、向个人用户收费等新模式，为企业增加收入来源。

7、行业发展趋势及前景

根据艾瑞市场咨询发布的《中国网络视频服务行业发展报告》，未来3年中国网络视频行业发展将呈现以下几大趋势及前景：

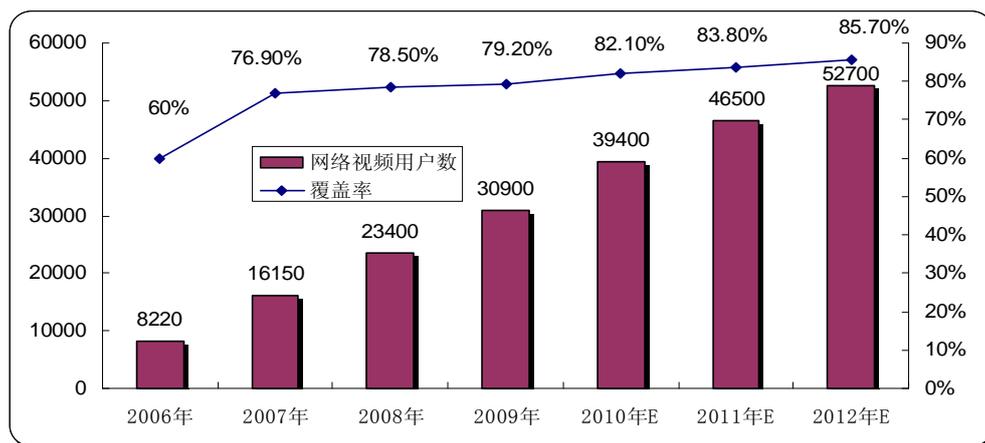
（1）网络视频化是未来互联网的重要应用，网络用户视频体验需求进一步提升

随着网络视频内容的不断丰富以及网络软硬件环境的不断改善，我国网络用户对网络视频的消费需求将呈现平稳增长趋势。

图：中国网络视频用户数及用户覆盖度¹⁸（单位：万人）

¹⁷ 数据来源，艾瑞市场咨询，腾讯网科技频道

¹⁸ 数据来源：艾瑞市场咨询



由上图所示，我国网络视频用户将保持持续增长态势，在全体网络用户中网络视频用户覆盖率将稳步增长，2012年我国网络视频用户覆盖率将达到85.7%。不断提高的网络视频用户覆盖率证明了未来互联网的发展趋势，为视频服务商提供了良好的发展契机。

（2）行业竞争逐渐呈现出差异化和规模化趋势

目前，由于各网络视频服务商在内容资源、用户群特征、技术类型和盈利模式等方面呈现出各自的特点，各参与者表现出了明显的个性化特征以及差异化竞争优势。在未来行业竞争中，为维护有利的竞争地位，各服务商将继续保持和突出自身的差异化竞争优势。

网络视频行业具有明显的规模效应。通常随着用户量的增长，单位用户经营成本会呈现明显的下降趋势，因此网络视频服务商将通过采取各种营销及服务手段、外部收购重组等方式积极提升访问及注册用户量，以实现规模经济效益。

（3）经营模式呈现日趋融合趋势，各自取长补短

网络视频服务运营商在向规模化和差异化方向发展的同时，不同种类的视频服务商间的业务也将呈现出日趋融合、取长补短的趋势。盈利模式的融合表现为如下几方面：一是各服务商间通过版权合作实现资源共享，即拥有独家内容资源的服务商通过向其它服务商的授权实现彼此间内容资源的融合；二是各服务商间积极吸收付费和免费两种模式的有利方面，通过为用户提供差异化的服务，丰富盈利模式；三是各服务商通过对行业主流技术的融合性开发和应用，为用户提供体验性更强的视频体验。

（五）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）互联网和 3G 手机用户规模庞大、增长迅速

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）历年发布的《中国互联网发展状况统计报告》显示：2008年底中国网民人数为2.89亿人，2009年中期中国网民规模达到3.38亿人，近年来年复合增长率达到35.1%。根据中国互联网络信息中心调查显示，2009年中期我国有1.55亿人用手机进行上网，有28%的用户愿意未来使用3G手机上网，其中有39.2%的用户愿意使用手机获取手机电视服务。网民数量的迅速增长，直接增加了对清晰、流畅、丰富多彩的网络视频服务的需求，推动了网络视频市场的发展。

（2）网络基础设施的建设日益完善

近年来，我国网络基础资源建设快速发展。到2008年底，中国互联网宽带接入端口达10,928.1万个，较2007年增长2,388.8万个¹⁹；电信运营商机房建设水平不断提高，同时配备大型专用空调、UPS电源、专用发电机、智能监控等先进设备，加大了机房的承载能力，降低了机房的管理难度。未来3年内，我国三大电信运营商将投资近1,000亿元进行3G网络改造和扩容，使3G网络覆盖度达到90%以上。骨干网络的扩容、宽带的普及、机房建设的不断完善，极大的改善了网络的传输速度以及服务器的运行环境，为网络视频服务行业快速发展提供了物质基础。

（3）政策支持

国务院先后通过《电子信息产业调整振兴规划》和《文化产业振兴规划》，明确指出加大对第三代移动通信产业新跨越和下一代互联网应用、软件及信息服务培育等领域的投资，以及网络信息业的发展战略。政府一直以来将互联网和手机无线网建设视为发展国民经济的一个重要工具而进行投资，并计划扩大网络基础设施和改善我国网络环境，同时各级地方政府也在开展工作，以推动本地区互联网、宽带网络和手机无线网的发展。

（4）技术进步

网络视频服务行业对技术有较高的要求，但是随着分布式存储、视频格式转

¹⁹ 数据来源于工业和信息化部《2008年电信业统计公报》

换、内容分发、视频搜索等相关技术的不断成熟和完善，特别是专业的视频网站平台的出现，网络视频在技术上的门槛渐渐降低，视频服务的易用性有效改善，用户体验大幅提升，不断满足用户日益提高的个性化和多样化的需求。此外以拍摄设备和播放设备为代表的数码产品日益普及、功能不断增强，为网络视频服务行业的发展提供了良好的基础。

（5）网络视频广告市场繁荣

近年来，随着网络视频广告市场规模的不断增长，带动了网络视频的快速发展。广告发布服务收入是网络视频服务提供商开展网络视频业务的重要经济来源，网络视频广告的繁荣有利于行业的快速发展。随着网络视频服务提供商逐步加大对广告主培育力度，广告主对视频广告的认识和接受程度逐渐加深。根据艾瑞市场咨询统计显示，2008年网络视频广告市场规模达到了5.7亿元，较2007年增长100%以上。

2、不利因素

（1）影视剧版权因素

我国尚未形成一个公开集中和规范稳定的版权交易市场，各类影视剧版权交易仍处于分散状态，缺乏公开透明的规范监督机制。分散的内容制作机构和版权代理机构造成影视剧版权交易体系混乱，使付费视频服务商难以识别版权所有人，也难以实现大规模的采购，制约了网络视频服务商对内容资源的整合。目前较轻的盗版惩罚力度滋长了侵权现象，盗版侵权因素损害了用户视频体验和合法权益，使我国网络视频行业难以实现健康、快速发展。尽管国家相关部门加大了对盗版行为的打击力度，版权方也利用法律手段加强对自身权益的保护，但仍存在部分网络视频服务提供商利用盗版内容为用户提供视频点播及下载服务的现象，不但影响了个人付费用户数量的增长，而且影响了广告主对网络视频广告的投放。

（2）网络带宽因素

网络视频服务商为用户提供的影视剧点播、直播和下载等服务内容通常依托于一定的网络带宽环境。网络带宽环境的好坏直接影响观看流畅度等体验效果指标。在较低的带宽水平下，网络视频服务商只能提供码率低、容量小的影视剧内容，使用户无法获取较高的体验效果，大大影响用户付费意愿，最终影响服务商的效益水平。

（3）法律制度建设相对落后

我国网络法制建设尚处于起步阶段，在网络知识产权保护、网络诚信建设、网络犯罪防范等方面缺乏强有力的法制约束和保障，这一定程度上影响了网络视频服务行业健康有序地发展。

（六）行业主要特点

1、行业的主要技术状况

网络视频服务行业所使用的技术种类繁多，包括流媒体和WEB应用领域中的多种技术。流媒体技术是网络视频服务行业的核心应用技术，主要包括音视频编解码技术和流媒体传输技术，其中流媒体传输技术中主要包括P2P技术和CDN技术。

（1）视频编解码技术

视频编解码是网络视频传输的基础和前提。目前国际上有VCEG（Video code Expert Group）和MPEG（Motion Picture Expert Group）两个组织负责视频编码的标准制定。截至目前，这两个组织制定的相关编码标准都获得了广泛的应用。VCEG制定的标准有H.261、H.262、H.263和H.264，其中H.264是2002年5月发布的新一代交互式视频编解码标准。MPEG制定的标准有MPEG-1、MPEG-2、MPEG-4等，其中MPEG-1压缩标准为VCD所采纳，MPEG-2的压缩标准为DVD采纳，MPEG-4是为交互式多媒体通讯制定的压缩标准。

视频编解码标准是两个组织制定的具有通行标准的应用性技术，其它应用主体根据需要对等标准进行自主开发。目前在网络视频服务行业中应用较多的标准为H.263、H.264和MPEG-4等。

（2）CDN 技术

CDN的全称为Content Delivery Network，即内容分发网络。该项技术应用在网络视频内容的传输环节，其基本思路就是尽可能避开互联网上有可能影响数据传输速度和稳定性的瓶颈和环节，使内容传输的更快、更稳。其工作原理是在现有的互联网中增加一层新的网络架构，将网站的内容发布到最接近用户的网络节点，使用户可以就近取得所需的内容，解决互联网拥挤的状况，提高用户访问网站的响应速度，从技术上全面解决了由于网络带宽小、用户访问量大、网点分布不均等原因所造成的用户访问网站响应速度慢的问题。

CDN内容分发技术有较好的应用价值，它具有提高访问稳定性、部分消除不同电信运营商之间互通互联的瓶颈、远程内容访问加速、优化带宽、减轻原站点服务器负载等功能，并且能有效地预防黑客入侵以及降低各种网络攻击。

（3）P2P 技术

P2P技术又称点对点技术（peer-to-peer），属于网络传输技术的一种，是指网络用户通过安装特定客户端实现网络资源的共享。P2P技术的核心原理是将用户所需的资源进行分段存储、并通过特定客户端软件实现用户间相互连接和资源共享，即每个用户直接从其它用户而不是从服务器参与中受益。

在依托于P2P技术建立的网络框架中，系统中成员同时扮演服务器与客户端的双重角色，系统中的用户能够意识到彼此的存在，构成一个虚拟或实际的群体。P2P网络是互联网整体架构的基础，互联网最基本的TCP/IP协议并没有客户端和服务器的概念，在通讯过程中，所有的设备都是平等的一端。

P2P技术思想改变了过去纯粹依赖于服务器的中心化网络架构，与传统的传输技术相比，P2P技术具有如下特点：

①非中心化：网络中的资源和服务分散在所有结点上，信息传输和服务的实现都直接在结点之间进行，可以无需中间环节和服务器的介入，避免了可能的中心服务器压力。

②可扩展性：参与网络的用户越多，P2P网络中提供的资源就越多，下载的速度反而越快。

③健壮性：服务通过分散的各个结点之间进行的，部分结点或网络遭到破坏对其它部分的影响很小。

④高性价比：采用P2P架构可以有效地利用互联网中散布的大量普通结点，将计算任务或存储资料分布到所有结点上。利用其中闲置的计算能力或存储空间，达到高性能计算和海量存储的目的。

⑤负载均衡：P2P网络环境下由于每个节点既是服务器又是用户端，减少了对传统C/S结构服务器计算能力、存储能力的要求，同时因为资源分布在多个节点，更好的实现了整个网络的负载均衡。

2、行业特有的经营模式

网络视频服务行业经营模式的特殊性主要体现在其所包含的网络技术、视频

内容、盈利模式等三个核心要素上。三个要素的不同组合会产生具有显著差异的经营模式，因此网络视频服务行业展现出了经营模式多样性的特征。

(1) 技术因素

依托于目前网络视频服务行业所依赖的主流技术进行划分，行业内主要存在三类不同的经营模式，具体如下表：

主要模式	模式特征	代表企业
CDN 技术型	依赖于中心服务器和节点服务器、用户之间一般无法互连共享；通常应用于视频点播模式；用户一般使用操作系统自带播放器	HULU 网（美国）、 YOUTUBE（美国）
P2P 技术型	用户之间可以进行资源共享，采用私有 P2P 传输协议；支持点播和直播；用户必须安装客户端软件或插件才能观看	迅雷看看、 PPlive、 PPStream
P2P+CDN 技术型	用户之间可以共享，服务器间按照 P2P 原理分布，采用兼容 HTTP 协议；支持点播和直播；用户可选择性安装插件	乐视网

(2) 视频内容因素

根据网络视频平台内容的来源不同，可以将各网络视频平台划分为三类不同的经营模式，具体如下表：

主要模式	模式特征	代表企业
内容分享型	视频平台不提供内容而只提供存储空间，用户自己上传内容、用户间共享上传的视频内容，坚持“用户创造内容”的理念	YOUTUBE（美国）
内容集成型	视频平台将自己采购或者制作的内容上传到自己的平台上、其他用户不能上传内容，用户只能点播或者直播观看或下载	央视国际、 HULU 网（美国）
分享+集成型	视频平台既采购并上传内容，同时又为用户提供空间供其上传内容	乐视网、激动网

(3) 盈利模式因素

网络视频服务行业的不同盈利实现方式体现了网络视频服务行业经营模式的本质属性。根据网络视频提供商是否收费及收费对象差异，可以概括如下三类盈利模式：

模式	模式特征	代表企业
----	------	------

免费型	用户量提高快、内容积累速度快、用户免费观看下载	土豆、优酷、HULU网（美国）
付费型	提供正版内容、用户通过注册并付费后观看或下载	苹果iTunes（美国）、亚马逊（美国），Netflix（美国）、普乐网、九州梦网
免费+付费型	提供差异化内容服务，部分内容采取付费观看、部分内容采取免费观看；向广告主提供付费广告发布	YOUTUBE（美国）、乐视网、激动网、PPStream

3、网络视频行业的主要商业模式及盈利模式成熟度、稳定性和持续发展能力

（1）网络视频行业商业模式及盈利模式演进过程

按照艾瑞市场咨询提供的《中国网络视频行业发展报告（2008-2009）》，网络视频行业分为萌芽阶段、发展阶段和成熟阶段。在各个发展阶段中，商业模式和盈利模式也呈现出阶段性特征，具体如下：

①萌芽阶段

主要包括 2005 年及以前，处在商业模式探索过程中，网络环境较差，用户行为不成熟，个人付费能力和付费意愿较差，服务商盈利模式模糊。行业发展依赖风险投资资金和创业投资资金。

②发展阶段

主要包括 2005 年-2010 年，处在商业模式逐渐清晰过程中，网络环境得到改善，用户行为逐渐成熟，网络视频版权交易活跃，各种盈利模式纷纷涌现。行业发展逐步转为依靠自身经营积累、公开发行人和银行借贷等方式。

③成熟阶段

主要是 2010 年及以后，处在商业模式不断丰富和成熟的过程中，网络环境得到较大改善，用户偏好出现多样化，网络视频版权交易更加透明和规范，各种盈利模式不断融合。行业发展逐步转为依靠并购重组、公开发行人等方式。

目前我国处在发展阶段的后期，各服务商都形成了相对成熟和稳定的商业模式及盈利模式。未来随着我国网络环境的逐渐完善、行业规范程度的不断提高、用户需求的不断提升，我国网络视频服务将步入成熟发展阶段，各项商业模式和盈利模式将更趋成熟。

（2）商业模式的成熟度、稳定性及持续发展能力

我国网络视频行业具有发展速度快、模式创新及融合频繁、用户需求多样化

的特征，行业内各种商业模式在成熟度、稳定性及可持续发展能力等方面也表现出不同的特征：

类别	主要模式	成熟度	稳定性	持续发展能力
技术因素	CDN 技术型	技术成熟度较高	稳定性依赖于服务器投入量，资金实力决定经营稳定性	可持续发展能力强
	P2P 技术型	技术成熟度较高	稳定性依赖于同时在线用户量，市场开拓能力决定经营稳定性	可持续发展能力强
	P2P+CDN 技术型	技术成熟度较高	规避了两种技术的弊端，实现了优化	可持续发展能力更强
内容因素	内容分享型	坚持“用户创造内容”的理念，用户间互动性较好，代表着互联网的资源共享属性，内容合法性较差，成熟度一般	单 PV 价值较低、用户上传的内容存在较大法律风险和政策风险，模式的稳定性较差	依赖于广告及营销拓展能力及广告主认可度，可持续性一般
	内容集成型	用户属性单一且增长缓慢，目前成熟度较差	单 PV 价值较高、盈利模式稳定，稳定性受用户粘性影响较大	当用户规模达到“盈亏平衡点”以上时，模式可持续性较高
	分享+集成型	用户之间、用户与网站之间的互动性均较好，成熟度较高	单 PV 价值较高，盈利模式稳定，稳定性较好	免费用户向付费用户转化顺畅，广告收入稳定，持续性较高
盈利模式	免费点播	网络视频行业发展早期的主要模式，无法找到盈利点或者盈利单纯依赖广告发布收入，发展已较为成熟	受广告行业投放水平和周期性波动的影响，行业稳定性一般	用户增长快，成长性较好，可持续性一般
	付费点播	越来越受到用户的认可，逐步被分享型服务商所采纳，成熟度较高	与付费用量高度相关，稳定性取决于用户粘性	持续性依是否达到“盈亏平衡点”而定，达到“盈亏平衡点”之后，持续性较高
	免费+付费点播	融合性较好，获得用户和服务商的普遍认可，代表行业发展趋势	盈利模式丰富，稳定性高	同时面对付费和免费两类用户，可持续强

(3) 网络视频服务行业的经营模式呈现逐渐融合趋势，原有分享型服务商逐步引入内容集成模式，付费和免费点播型模式也相互借鉴、取长补短。

网络视频行业发展早期，各服务商普遍采取单纯的内容分享型或内容集成型模式、付费点播或者免费点播模式。服务商为了快速培育用户、占领市场并努力创造商业回报，往往采取上述差异化较为鲜明的单一经营模式。

目前，网络视频服务行业出现了模式间逐步融合的趋势，比如全球最大的分享型模式服务商 YOUTUBE 已于 2009 年 12 月开始推出集成模式的正版视频服务，国内大型分享类服务商优酷、酷 6 和土豆等都开始购买版权进行内容集成；

同时原来坚持免费模式的 HULU 网也推出付费观看模式。这种行业经营模式的相互融合，加速了商业模式和盈利模式的成熟。

4、行业的周期性、区域性和季节性特点

（1）行业周期性

网络视频服务行业自出现起已经历过两个发展期间：初创期和成长期。目前正处在成长期向成熟期过渡的阶段。网络视频服务行业发展周期性的形成主要来自行业技术更新、政策取向演变和社会文化发展等因素。

（2）行业地域性

网络视频服务行业最大的特征是无地域性。互联网消除了用户之间的地域性限制，网络视频用户通过电信运营商的网络实现了互通互联，无明显的地域性。

（3）行业季节性

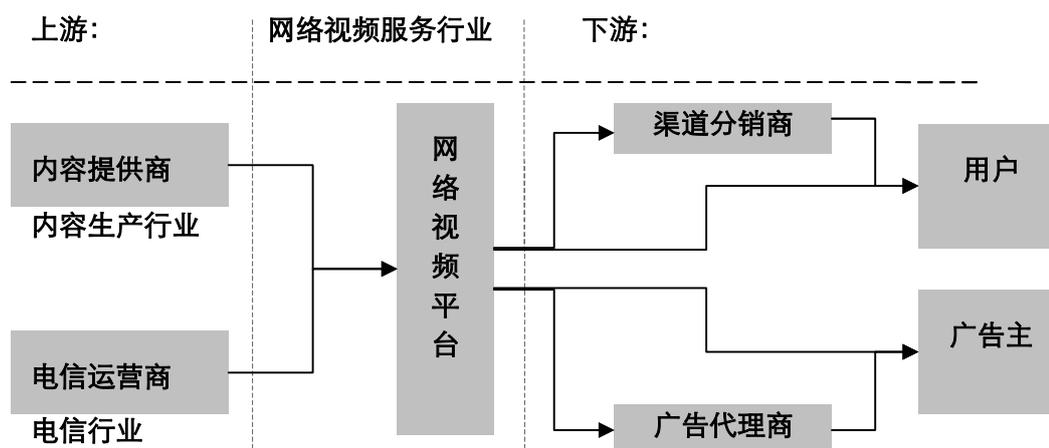
网络视频服务行业无明显的季节性。但是受节假日因素以及电影档期的影响，会出现一定的波动。通常在国庆、春节等长假期间付费用户流量和广告商投放力度都较大；另外每年电影推出有四大档期，春节档、暑期档、十一档和贺岁档，在电影档期前后用户流量也会出现一定幅度波动。

5、所处行业与上、下游行业之间的关联性，上下游行业发展状况对本行业及其发展前景的有利和不利影响

（1）网络视频服务行业与上下游行业之间的关联性

网络视频服务行业是连接视频内容提供商与视频用户、并借助一定网络平台成为两者沟通的媒介桥梁。同时，网络视频服务行业属于媒体行业，为广告投放提供重要媒介资源。

图：上下游行业关联性



（2）上下游行业发展状况对网络视频服务行业及其发展前景的影响

①视频内容生产行业是网络视频服务行业的直接上游，内容生产数量与质量状况以及内容更新速度都对网络视频服务行业的发展产生影响。影视剧生产行业是重要的内容提供商，目前已初具规模，2008年底我国从事电影投资制作的电影企业400家²⁰，取得广播电视节目制作经营许可证的电视剧制作机构达3,343家，2008年我国电影产量406部，电视剧产量502部，共15,000集。影视剧生产行业的快速发展为我国网络视频服务行业的发展奠定了良好的内容基础。

②网络广告代理行业是网络视频服务行业的重要下游行业，广告收入是网络视频服务行业重要的盈利来源。截至2008年底，我国从事广告代理业务的广告公司达11万家，其中相当一部分广告代理商已开始意识到网络广告的巨大潜力。目前我国网络广告市场规模已达170亿元，占全部广告市场规模近10%，网络视频广告规模达到5.7亿元，成为支撑网络视频服务行业发展重要经济基础。未来随着视频广告代理行业规模的进一步扩大，将对网络视频服务行业产生重要积极影响。

三、本公司在行业中的竞争地位和竞争对手

（一）市场占有率及未来变化趋势

1、PV 值排名

根据截至 2010 年 3 月 16 日的月度 Alexa 综合排名，公司在以提供个人付费

²⁰ 数据来源：国家广电总局

视频服务为主的国内视频网站中位列第一。

截至 2010 年 6 月 11 日，国内主要的付费类和免费类视频网站的 PV 值排名如下：

(1) 免费类视频网站

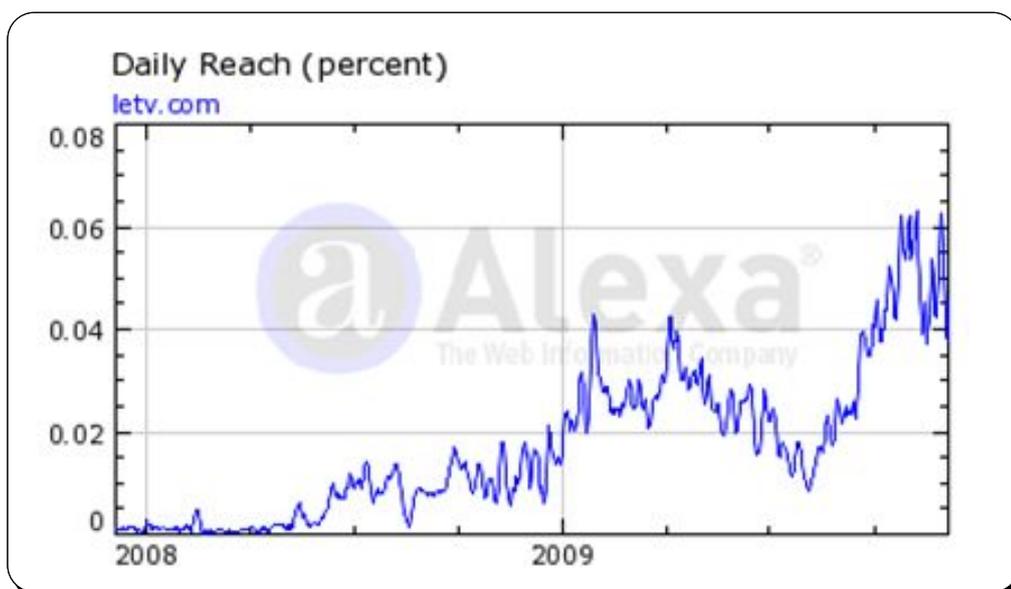
网站名称	网站主域名	alexa 全球综合排名	alexa 中文排名
腾讯视频	http://bb.news.qq.com/	10	2
优酷网	http://www.youku.com	51	9
搜狐视频	http://tv.sohu.com	50	10
土豆网	http://www.tudou.com	78	13
迅雷看看	http://www.xunlei.com	127	21
中国网络电视台	http://www.cntv.cn	905	125
天线高清	http://hd.openv.com	876	131
爆米花网	http://www.pomoho.com	1,834	186
风行网	http://www.funshion.com	1,678	188
百度奇异网	http://www.qiyi.com	4,518	258
芒果 TV	http://tv.hunantv.com	2,705	327
电影网	http://www.m1905.com	3,354	412
悠视网	http://www.uusee.com	5,998	586
播视网	http://www.boosj.com	5,328	704
西瓜电影	http://xiguady.com	15,923	1,328
好好电影	http://www.haohao99.com	19,434	2,430
双视影院	http://www.shuangtv.net/	28,594	2,434
哇嘎播播	http://www.wagabb.com	61,352	3,638
优度网	http://www.51tv.com	61,747	6,848
迷碟网	http://www.diemi.com/	128,497	8,462
快播电影	http://www.6hai.com	252,322	15,965
偶偶娱乐	http://www.ouou.com	165,028	18,474
酷 8 高清	http://www.ku8gq.com	285,623	25,420

(2) 付费视频网站

网站名称	网站主域名	alexa 全球综合排名	alexa 中文排名	模式
酷六网	http://www.ku6.com	156	22	免费为主
56 网	http://www.56.com	181	26	免费为主
激动网	http://www.joy.cn	504	68	免费为主
PPS	http://www.pps.tv	516	95	免费为主
时光网	http://www.mtime.com	879	129	免费为主
天线网	http://www.openv.com	876	131	免费为主
PPlive	http://www.pplive.com	734	133	免费为主
PPTV	http://www.pptv.com	734	133	免费为主
六间房网	http://www.6.cn	881	147	免费为主
乐视网	http://www.letv.com	1521	173	付费为主
直播吧	http://www.zhibo8.com	1934	260	免费为主
第一视频	http://www.vodone.com	5164	463	免费为主

80s 手机电影	http://www.y80s.com	7646	670	免费为主
久游视频	http://v.9you.com	5139	747	免费为主
魔方网	http://tv.mofile.com	8342	834	免费为主
琥珀网	http://www.hupo.tv	16236	1534	付费为主
优米网	http://www.umiwi.com	7342	1538	免费为主
九州梦网	http://www.bbvod.net	14367	2060	付费为主
优朋普乐网	http://www.voole.com	138779	8342	付费为主
青娱乐	http://www.qyule.com	233130	49901	免费为主

图：乐视网近两年访问情况统计



2、业务规模的市场占有率

本公司在市场中具有明显的竞争优势，具有领先的市场地位。发行的综合市场占有率及分业务市场占有率情况如下：

(1) 总体市场地位

单位：亿元

年度	营业收入	市场规模	市场占有率
2007年	0.37	8.2	4.51%
2008年	0.74	13.0	5.69%
2009年	1.46	17.4	8.39%

注：市场规模为个人付费和企业付费的总额，数据来源于艾瑞市场咨询。

(2) 分业务市场占有率

报告期内，本公司持续产生收入的业务主要包括网络高清视频服务业务及视频平台广告发布业务，两项业务的市场占有率情况如下表：

①网络高清视频服务业务

单位：亿元

年度	营业收入	市场规模	市场占有率
2007年	0.32	4.9	6.53%
2008年	0.53	5.6	9.46%
2009年	0.74	6.5	11.38%

注：市场规模为个人付费的总额，数据来源于艾瑞市场咨询。

②网络广告发布业务

单位：亿元

年度	营业收入	市场规模	市场占有率
2007年	0.05	3.3	1.52%
2008年	0.17	7.4	2.30%
2009年	0.37	10.9	3.39%

注：市场规模为企业付费的总额，数据来源于艾瑞市场咨询。

（二）主要竞争对手的简要情况

1、个人付费领域

在网络视频服务行业中，与本公司构成直接竞争关系的网站主要包括九州岛梦网、捷报在线网、普乐网和优度宽频。上述网站都是提供付费高清视频内容或以提供付费高清视频内容为主的视频网站。

竞争对手的简要情况如下：

序号	公司简称	简要情况	市场地位及目标
1	九州岛梦网	http://www.bbvod.net/ 。 九州岛梦网由宁波成功多媒体通信有限公司运营，创立于2000年8月，主要经营互联网在线影音、手机在线影音与移动数字电视网影音服务等数字视听娱乐业务，运营产品涵盖了电影、电视剧、音乐、教育、综艺等较为全面的影视内容，产品类型不断垂直深入已经涉及了影视评论、影视广告、影视交友等多种类型。	九州岛梦网是国内较早、较大的收费运营的宽带视听娱乐门户网站之一。
2	捷报在线	http://www.jeboo.com/ 。 捷报在线网隶属于北京捷报互动科技有限公司，创立于2004年8月，是一家专注影视数字分销的互联网高科技公司，通过互联网、网吧、酒店、校园、社区等平台向用户提供全方位的数字影视娱乐服务。	捷报在线致力于成为影视数字分销领域的领导者。

3	普乐网	http://www.voole.com/ 。 普乐网隶属于北京优朋普乐科技有限公司，为影视出品公司提供发行渠道，为电信运营商企业客户提供网络影视宽频增值应用解决方案，为个人用户提供网络影视娱乐体验。	普乐网是国内领先的收费运营宽带视频点播网站。
4	优度宽频	http://v.51tv.com/ 。 优度宽频隶属于上海优度宽带科技有限公司，上海优度宽带科技有限公司以优度网的平台为核心，实现多元化的影音娱乐互动服务，完成多对象、多方位的价值实现。	优度宽频是国内较大的宽频影视平台之一，有丰富的电影、电视剧及动漫、综艺节目。

2、企业付费领域

在网络视频服务行业中，提供免费视频内容或以提供免费视频内容为主的视频网站通常也提供网络视频广告发布服务，与公司在企业付费领域构成一定的竞争关系。

提供免费视频内容网站主要有：

序号	公司简称	简要情况	市场地位
1	优酷网	http://www.youku.com/ 。 优酷网隶属于合一信息技术（北京）有限公司，创立于2005年11月。优酷网视频服务平台提供视频播放、视频发布、视频搜索、视频分享等服务。	优酷网是国内领先的视频分享网站。
2	土豆网	http://www.tudou.com/ 。 土豆网隶属于上海全土豆网络科技有限公司，创立于2005年4月。土豆网主要从事个人影像音频的共享和发布业务。	土豆网是国内领先的视频分享网站。
3	迅雷看看	http://www.xunlei.com/ 。 迅雷看看（迅雷影音播放器）隶属于深圳市迅雷网络技术有限公司，创立于2003年。迅雷看看是一款结合本地与互联网在线高清晰点播的客户端软件，向用户提供电影、电视剧、卡通、动漫和综艺等各类节目以及电视台线上直播和高清晰下载等服务。	迅雷看看是国内领先的P2P视频服务提供商。

（三）本公司的竞争优势

1、独特的“三位一体”商业模式优势

自成立以来，公司一直坚持“合法版权+用户培育+平台增值”三位一体化的商业模式。公司商业模式体现出经营合法性、盈利稳定性和增长持续性等重要特点。该模式确立了公司在网络视频服务行业的领先市场地位，实现了公司主营业务的可持续发展。

公司的商业模式优势可以概括为如下三个方面：

(1) 公司坚持“合法版权”的经营思路，可以规避各类诉讼或法律风险，有助于保障和强化公司经营合法性和稳定性。合法版权是收费类网络视频服务提供商持续运营的基石和保障，是向付费用户进行影视剧视频观看收费的重要前提，也是吸引广告主投放广告的重要动力。一方面公司与合法版权拥有者签署《影视剧网络版权授权合同》，使乐视网自身发布的影视剧内容完全正版化；另一方面，公司对个人TV和企业TV服务中用户上传的视频内容采取“三级审核”制度，对于涉及侵权的影视剧内容采取删除和屏蔽上传等措施。完全正版化的影视剧储备，保证了公司客户量、营业收入的稳固和增长，规避各类诉讼和法律纠纷。

(2) 公司坚持“服务于用户”的经营理念，用差异化的视频内容吸引付费和免费两类用户。公司向免费用户提供网络标清视频点播和直播服务，向付费用户提供高清视频的点播和下载服务，并采取内容差异化策略将最新热播影视剧优先作为高清视频内容，以提升付费用户体验效果和收看意愿。注重培育付费用户可以凸显乐视网的商业价值和盈利稳定性，注重免费用户培育可以提高视频平台人气，提升广告效应，增强公司增值服务价值。

(3) 公司注重“增值于平台”的价值挖掘理念，视频平台除具有视频内容点播、直播观看用途外，还具有媒介宣传价值以及用户需求挖掘价值。公司依托于网络视频基础服务已经培育了大量稳定的优质用户资源，初具视频平台的聚集效应和媒体传播效应。在此基础上，公司逐步开发出视频平台广告发布、视频平台用户分流等增值类业务模块。通过平台增值服务开发，公司有效地提升了盈利性和成长性。

综上，公司形成了由三个核心要素紧密结合、互为促进和良性循环的独特的商业模式。

2、用户优势

用户数量和用户贡献度是网络视频服务提供商核心价值的重要体现。依靠成熟的技术、良好的商业模式和创新型的经营理念，公司培育了庞大的用户群，形成了明显的用户资源优势。

(1) 公司拥有庞大的用户资源

报告期内，公司提供的互联网高清视频付费服务累计达900万人次以上，保持年均60%以上增长速度，2009年度公司在互联网视频个人付费领域占有11%以

上的市场份额²¹。截至2009年12月31日，公司拥有日独立访问用户约580万人，日均PV约达4,600万浏览量；公司推出的P2P客户端累积下载安装量约3,500万次，年下载量保持了70%速度增长。公司已经具有庞大的用户资源，并且用户数量保持稳定增长。

（2）公司用户资源更具明显的商业价值

相对于视频分享类网站的用户群，公司的用户更具商业价值。首先，公司的用户群中有长期稳定的付费用户群，该类付费用户群体具有明显的消费能力和消费动力，构成公司付费观看模式的重要支撑；其次，公司网站提供的视频内容以影视剧为主，广告投放有效性和可靠性高于视频分享类网站，同时单用户在线有效浏览时间比视频分享类网站更长，广告投放等商业价值更大；最后，公司已经发展了庞大的使用P2P客户端的用户群，比单纯的网页浏览的用户具有更高的粘性。

3、互联网视频技术优势

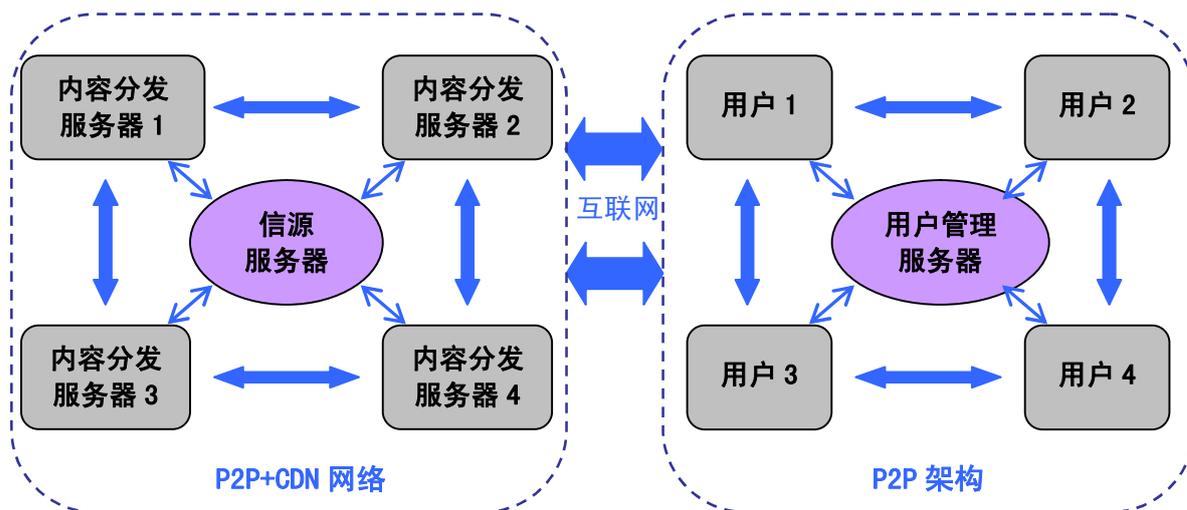
作为中国最早的网络视频服务提供商之一，公司倡导“以不断的技术领先引领市场领先”，以设立之初的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”作为基础，升级开发出目前所应用的“流媒体平台与管理系统V2.0”，该平台技术体现了公司融合P2P技术和CDN技术的重大创新型应用，是目前网络视频服务行业中具有独特优势的应用型技术。

公司开发的“乐视P2P+CDN技术”无论在工作原理还是在实际应用上都具有独特的优势和亮点，具体如下：

（1）实现 P2P 和 CDN 技术的有机融合

图：乐视 P2P+CDN 技术工作原理图

²¹ 数据来源：根据公司 2008 年网络高清视频服务收入与艾瑞市场咨询提供的行业市场规模进行比较。



公司的乐视P2P+CDN技术优势在于通过克服单一的P2P流媒体技术或CDN流媒体分发技术应用的缺点，经提炼融合开发出新型的网络流媒体技术。与单一的P2P技术或CDN技术相比，公司的乐视P2P+CDN技术在技术原理上具有的优势和亮点如下表：

技术类型	传输协议	功能	易用性	带宽占用
CDN 流媒体分发技术	通常采用 HTTP 传输协议	支持点播为主，无需等待缓冲	好，无需安装插件	高
P2P 流媒体技术	通常采用私有 P2P 传输协议	点播/直播，通常须等待缓冲	差，必须安装客户端或插件	低
乐 视 P2P+CDN 技术	兼容 HTTP 协议，并在 P2P 协议下传输	点播/直播，无需等待缓冲	好，无论是否安装都可以观看	中

依上述对比表，公司开发的乐视 P2P+CDN 技术与其它单一流媒体技术相比，功能强大、节约带宽资源、运营成本较低、易用性好，更具延展性和兼容性，更具扩张效率。

(2) 在技术应用上具有独特优势

① 并发能力强

乐视P2P+CDN技术在设计中充分考虑了系统集中与分布的统一，利用P2P架构和CDN整合建立起来的视频服务系统可以支持海量并发用户同时在线观看。

② 用户体验好

乐视P2P+CDN技术，解决了单纯P2P必须安装客户端插件和单纯CDN耗用带宽资源过大的问题，用户可选安装客户端插件，保证了在降低运营成本的基础上保持优异的用户体验。

③ 内容清晰度高

公司使用领先的H.264视频编解码技术，在应用中使用智能视频码率选择，实现了服务器带宽资源与视频清晰度之间的动态平衡，可以在用户的最大可用带宽和画面清晰度之间取得最佳效果。

④资源安全性高

公司开发的技术平台支持DRM数字版权保护技术，并且在应用层不直接向用户开放流媒体源地址，避免非法下载，保障流媒体内容的安全。

⑤应用开发潜力大

依托于乐视P2P+CDN技术，公司开发的基础平台具备更强的延展性和兼容性，可以在此基础上开发出多种应用平台，使其适应于互联网、3G手机无线网等网络环境，用户可以在PC、手机等终端上观看视频内容。

4、资质优势

公司拥有目前互联网视频和手机电视服务业务所需的全部经营性资质，是国内经营性资质最完整的互联网视频和手机电视服务提供商之一。

截至招股说明书签署日，公司拥有广电总局《信息网络传播视听节目许可证》（计算机和手机等手持终端设备）、文化部《网络文化经营许可证》、工业和信息化部《增值电信业务经营许可证》、《跨地区增值电信业务经营许可证》和《短消息服务接入代码使用证书》、北京市通信管理局《电信与信息服务业务经营许可证》、北京广电局《广播电视节目制作经营许可证》和药监局《互联网药品信息服务资格证书》资质证书。此外，公司还是国务院新闻办公室下属单位中国互联网违法和不良信息举报中心第一家视频网站成员单位及国家广电总局第二批中国互联网视听服务自立公约成员。

公司拥有完整的经营性资质，保证了在网络视频服务行业中获取更多的经营性资源，维持公司经营稳定和持续增长。

5、内容资源优势

内容资源是网络视频服务行业向用户提供服务的重要前提。公司自设立起就重视影视剧版权合法化运营，提出了“全、新、清、深”的内容建设思路，即努力向用户提供内容最全、节目最新、清晰度最高、深度挖掘的视频节目。经过多年积累，在内容数量、质量和采购渠道等方面均具有突出优势。

（1）公司的版权资源储备量具有规模优势

公司注重内容资源的储备，截至2010年4月，公司拥有电影版权2,324部，电视剧版权43,097集，版权授权期限多为3-5年。庞大的影视内容储备使公司提供的各项视频服务更具吸引力，有助于增强用户的体验水平。

（2）注重热门影视剧版权采购，增强公司收费能力

公司对能引起用户强烈观赏需求的影视剧进行重点采购，积极参与竞购热映的大型商业影片和热播连续剧，并力图获取长期的独家网络版权，有助于增强公司的收费能力。根据统计²²，在2008-2009年国内出品的票房收入排名前20部影片中，公司获得独家网络版权的影片共7部，非独家网络版权的影片共6部，合计占20部热门影片总量的65%；同时公司获得《苏菲的供词》、《小姨多鹤》、《一起来看流星雨》、《闯关东》、《十三省》、《金婚》、《战北平》、《再过把瘾》、《鲜花朵朵》、《生死线》、《铁齿铜牙纪晓岚4》、《风云2》、《走西口》、《丐侠传奇》、《幽灵计划》、《突发事件》、《潜伏》、《蜗居》、《沧海》和《马文的战争》等热播电视剧的网络版权。

（3）版权采购渠道多样化，具有长期稳定的采购渠道优势

公司已经与上百家的版权方和版权代理机构建立版权交易关系，与实力强大的影视剧出品方和发行方建立了长期稳定的合作关系，采购渠道多样、便捷、畅通。此外公司与中影集团、中央电视台等建立了稳定的战略合作关系，增强了公司对优质视频节目的采购优势。

6、支付方式便捷性优势

公司提供了以手机话费支付为主、网银支付和点卡等支付方式为辅的多种支付方式供付费用户选择，多样化的、便捷可靠的支付方式方便用户获取网络高清视频服务。在付费网络视频行业具备了支付方式的便捷性优势。

公司是中国联通的“手机小额支付业务支付商”，依托中国联通手机小额支付业务系统，为联通手机用户提供手机话费支付方式，截至目前，公司尚属少数取得中国联通“手机小额支付业务支付商”资格的网络视频服务公司。

同时，公司是联动优势科技有限公司（中国移动下属公司）“手机钱包”移动支付业务合作商，通过该合作可为中国移动手机用户提供手机话费支付方式。截至目前公司尚属少数取得中国移动“手机钱包”业务合作商资格的网络视频服务提供商。

²² 数据来源：太平洋电影网

手机话费支付通过短信方式即可完成，方便、快捷，迎合了网络视频服务的小额支付特性，可以为用户提供便捷可靠的支付服务。

此外，公司与快钱、易宝等第三方支付公司建立了业务推广和收费合作关系，为用户提供更多可选的支付方式。

7、经营 3G 手机电视业务的先发优势

公司从成立之初就进行了3G手机电视业务筹备、布局 and 规划，为3G手机电视业务的开拓奠定了基础，并不断进行技术升级、内容储备、运营经验积累、品牌和用户培育，从而形成了此项业务的先发优势。

与其它单一经营互联网视频服务业务的服务提供商相比，公司的优势如下：

（1）技术和资质优势

依托于设立之初的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”，公司已成功自主开发出基于手机无线网的手机电视网站“3G乐视网”（3g.letv.com）以及手机电视客户端软件。公司已取得广电总局颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（手机等手持终端设备），成为目前行业内少数拥有手机电视经营许可牌照的民营企业。

（2）内容储备优势

截至2010年4月，公司拥有电影版权2,324部，电视剧版权43,097集，版权授权期限多为3-5年。通过内容剪辑和格式转换，公司可以将上述影视剧内容应用于手机电视业务。丰富的影视剧内容储备是进行手机电视业务的重要基础，成为公司开展3G手机电视业务的内容优势。

（3）运营经验优势

自2005年至今，公司与中国联通、中央电视台、中影集团等电信运营商和内容集成商进行深度合作，向合作方提供基于手机无线网的技术和内容服务，通过平台开发和内容服务，公司积累了手机电视平台运营和内容加工的丰富经验。

（4）品牌和用户优势

基于对手机电视业务的长期培育，公司在手机电视领域树立了良好的“乐视网”品牌形象，通过为手机用户提供优质的用户体验、丰富的视频内容以及良好的客户服务，公司积累了庞大的客户群，截至2009年12月31日公司累计为270万手机用户提供过手机电视服务，公司的品牌和用户优势较为突出。

四、发行人主营业务

（一）主要服务及其用途和业务体系

报告期内，公司提供的服务及其用途如下表：

服务类别	服务分项	服务内容	主要用途
网络视频基础服务	互联网视频基础服务	1、网络高清视频服务： 利用门户网站向用户提供正版高清和 720P 影视内容；	PC 用户付费在线点播和下载观看影视高清和 720P 影视内容，用于休闲娱乐、享受体验
		2、网络标清视频服务： 利用门户网站或客户端向用户提供正版标清影视内容；	PC 用户免费在线点播、直播观看标清影视内容，用于休闲娱乐、一般体验
		3、网络超清播放服务： 通过公司的网络节点向用户提供超清（1080P）视频内容	用户购买乐视超清播放机进行存储或付费下载超清视频内容，用于超清（1080P）视频播放观看
		4、个人 TV 服务： 向个人用户提供视频空间	个人用户间进行网络视频内容分享
		5、企业 TV 服务： 向企业用户提供视频空间和技术服务	用于企业形象、产品等方面的视频展示及视频应用
网络视频基础服务	手机电视基础服务	1、手机电视技术和内容服务： 为电信运营商或内容集成商提供视频技术服务或内容服务	手机用户通过登录电信运营商的手机电视门户获取视频服务
		2、3G 手机乐视网服务： 利用乐视网的 3G 网为手机用户提供免费的视频内容	手机用户通过登录 3G 乐视网免费获取在线点播、直播视频内容，休闲娱乐
网络视频基础服务	网络视频版权分销服务	将正版影视内容分销给其它合作方	具有向大客户发行的属性，用于满足其它合作方对正版影视内容的需求
视频平台增值服务	视频平台广告发布服务	为广告主和广告代理公司提供网络视频广告位置、时间和点击次数等广告媒体资源	用于广告内容展示、满足广告主在网络媒体上的宣传和推广
	视频平台用户分流服务	为具有相关用户群体的网站提供用户分流服务：通过本公司网站共享其它网站链接，使用户获取其它网站的相关服务内容	满足其它网站对用户量的需求；满足用户对多重网络应用服务的需求
	网游运营业务	采取非独家授权的方式与其它网游运营商合作，运营所取得的网络游戏产品	满足乐视网视频用户及其它网游运营用户的网络游戏需求

（二）报告期内本公司主要付费服务项目的发展状况

1、网络高清视频服务业务

（1）业务模式

本公司利用自己开发的互联网门户网站“www.letv.com”高清影院频道为付费用户提供高清视频在线观看和下载服务。该项服务的业务模式具体如下：

①在高清影院频道中，付费用户可以在线流畅观看 720P 级清晰度影视剧内容，该频道内容全部为本公司拥有版权的影视剧及动漫节目；

②该频道设置各类分类搜索，用户可以轻松便捷选择自己喜欢的影视剧内容，并可以选择“全屏”观看模式，以便获得最佳体验效果；

③目前，本公司推出了包月、包季度、包半年及包年等四类付费观看期。报告期内，用户仅选择包月制进行观看；

④本公司推出三种支付方式，供付费用户选择，包括手机话费支付、网银支付和点卡支付，其中手机话费支付主要包括中国联通“小额手机支付”方式和中国移动的“手机钱包”方式。

（2）收费方式及收费标准

收费方式	主要合作方	结算方式	用户操作流程
手机话费	中国联通	中国联通于 T+1 月初将 T 月结算单提供给公司，并按照应收信息费的 40%预先支付给公司，T+3 月按照其实收信息费中公司应享有的分成收入与预先支付金额的差额与公司进行清算。	用户根据提示发送订购指令到预定代码； 用户收到订购确认短信； 回复相应数字确认订购； 订购成功后用户收到用户名密码等信息并进行登录，于订购后的 30 日内享受包月视频服务。
	联动优势（中国移动下属公司）	相关 SP 于 T+1 月初将 T 月业务数据提供给公司，并于 T+3 月按照其实收信息费中公司应享有的分成收入与公司进行结算。	
网银支付	快钱； 易宝	合作方代收服务费后 1-4 个工作日内向公司支付其应得的款项。	页面自动生成付款链接，用户点击支付，生成订单，用户选择付款，于付款后的 30 日内享受包月视频服务。
点卡	Awesome Dragon Limited； 宏达科技集团有限公司	公司将点卡账号、密码以电子邮件发送给合作方，合作方负责对外销售； 公司根据 T 月激活的点卡数量与结算单价于 T+1 月初与合作方结算，合作方于结算当月付款清算。	用户在合作方营业网点或其推广网站在线付款购买点卡； 从点卡上获取用户名和密码信息； 在公司网站激活卡号后登录，于激活卡号后的 30 日内享受包月视频服务。

①国内用户

在该项业务中，本公司收费主要采取包月制，即用户通过手机话费和网银等支付方式向乐视网支付固定的包月费。报告期内，本公司采取固定金额的30元包月制。

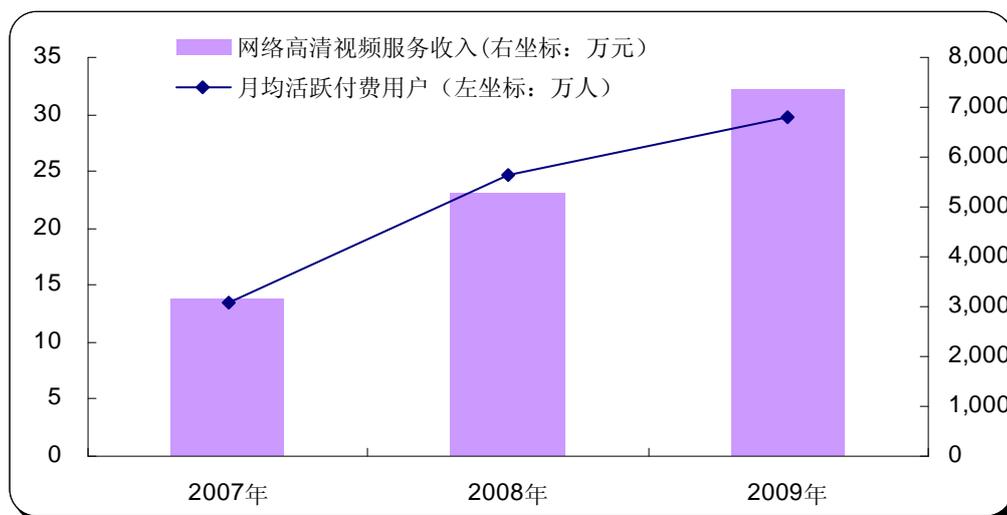
②国外用户

由于欧美等国家的付费观看市场成熟较早，用户对付费观看影视剧内容认可度较高，本公司2007年开始逐步加强海外市场拓展，并瞄准海外华人网络视频的的巨大需求，通过点卡方式向用户提供网络高清视频服务。

目前，海外网络视频付费点播观看价格普遍较高，通常单片观看或者下载价格为3-10美元不等。本公司销售给海外点卡代理商的包月点卡价格为15-16美元，自开始激活日始为用户提供不限量、不限次的包月点播观看服务。本公司根据海外视频服务市场供求关系确定价格，定价合理。

(3) 业务开展情况

图：本公司报告期内网络高清视频服务业务的开展情况



报告期内，本公司在网络高清视频服务业务中取得了较大的成功，用户量和服务收入均大幅增长。本公司月度活跃付费用户自2007年的13.39万人次增长到29.72万人次，报告期内实现了跨越式增长。

(4) 未来发展趋势

目前该项业务已经具备较大的经营规模，2009年付费用户已达356.68万人次，形成庞大的付费用户群。

未来，本公司将继续加强该项业务的基础地位，继续以“服务于用户”作为

自己的经营理念，并通过为用户提供“全、新、清、深”的网络视频服务，赢得更多用户，实现该项业务的稳定增长。

2、网络视频版权分销服务

(1) 业务模式

本公司在报告期，通过版权采购培育了庞大的网络视频版权资源库，其中本公司对采购的独家版权具有再分销的权利，因此本公司借助这一版权资源优势，开发了该项业务。该项业务的模式如下：

①将影视剧授权给其它合作方非独家使用，授权期限不超过独家版权的自有期限，通常分销授权期限以1年居多；

②版权分销期内，被授权方不具有再转授权的权利，即只限被授权方自己使用；

③独家版权在向外分销时，可以同时销售给多家合作方；

④采取直销方式，即直接由本公司向合作方进行销售。

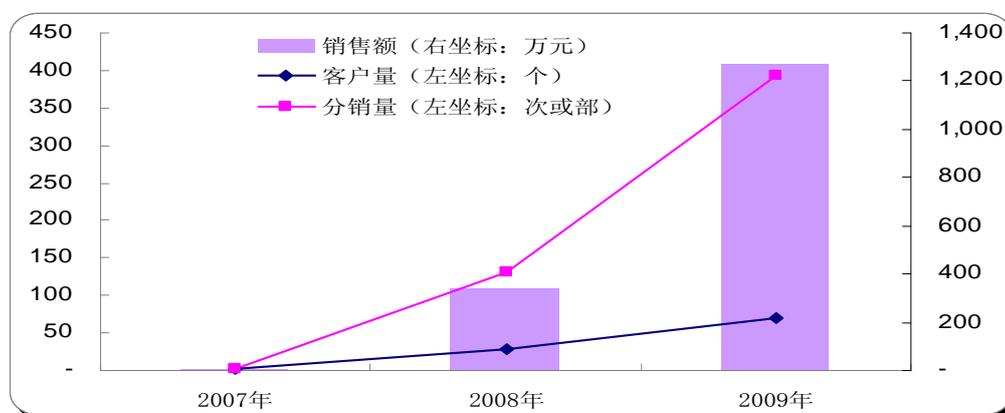
(2) 收费方式及收费标准

本公司在销售版权时，根据协商方式确定一次性收取或者分次收取版权费。本公司通常按照版权引进价格的一定比例作为基准价，根据市场供求关系协商确定分销价格。

在报告期内，本公司网络视频版权分销价格随着本公司采购版权的引进价格进行浮动，并呈逐年上涨趋势。

(3) 业务开展情况

图：报告期内本公司版权分销业务开展情况



网络视频版权分销业务是本公司在网络独家版权储备总量达到一定规模后，逐步开发出来的业务增长点。

2007年，本公司网络视频版权采购量处在积累阶段，独家授权类版权较少，该项业务处在摸索阶段；2008年以后，本公司采购了大量的独家影视版权，为实现增量收益，本公司充分利用独家版权的再授权权利，将优质的影视剧版权授权给其它网络视频类服务提供商，取得了较高的网络视频版权分销收入。该项业务类似于向大客户进行集中发行，具有版权效益回收快、收入集中的特征。

（4）未来发展趋势

网络独家版权具有稀缺性和不可替代性，具有持续增值的特征。随着我国网络视频版权市场的进一步规范，网络版权交易也将迎来大幅增长的局面。目前，本公司已经积累了超过150部影视剧网络独家版权，这些版权增值潜力巨大，未来随着本公司进一步采购独家版权，该项业务将保持持续增长态势。

3、视频平台广告发布业务

（1）业务模式

广告发布业务是基于网络视频平台的增值服务业务，主要为广告主和广告代理本公司提供网络视频广告位置、时间和点击次数等广告媒体资源，用于广告内容展示、满足广告主在网络媒体上的宣传和推广。

广告发布业务的销售模式主要采用被动销售和主动销售相结合的方式，被动销售是指通过做大做强网络视频平台，扩大视频网站的影响力和访问量，成为网络视频广告用户的关注平台，从而吸引广告代理商和最终用户前来合作；主动销售是指通过与国内知名广告代理商建立长期稳定的合作关系，借助广告代理商的品牌和客户资源开发最终用户、拓展市场空间；此外，随着网站影响力的不断增强和广告业务不断扩大，本公司也直接对大型终端广告用户销售广告。

（2）收费标准

本公司销售的视频平台广告采取以显示次数收费为主，并以展示时间、展示位置的不同进行价格调整的模式。报告期内，本公司按照行业惯例制定广告刊例价，并根据供求关系与客户进行协商确定最终销售价格。

（3）主要广告客户

报告期内，公司主要广告客户情况如下表所示：

2009年		
客户名称	收入金额（元）	占收入的比重
北京新锐力广告有限公司	18,738,540.00	50.74%
北京激活广告传媒有限公司	6,576,900.00	17.81%

北京春秋天成广告有限公司	5,186,000.00	14.04%
北京中视龙圣广告有限公司	3,245,400.00	8.79%
广东省广告股份有限公司	980,000.00	2.65%
合 计	34,726,840.00	94.02%

2008 年

客户名称	收入金额（元）	占收入的比重
北京新锐力广告有限公司	9,466,900.00	54.53%
北京中视龙圣广告有限公司	6,509,500.00	37.49%
广东省广告股份有限公司	850,000.00	4.90%
民生银行	527,000.00	3.04%
合 计	17,353,400.00	99.95%

2007 年

客户名称	收入金额（元）	占收入的比重
北京新锐力广告有限公司	5,280,000.00	100.00%
合 计	5,280,000.00	100.00%

上述广告公司及广告主与公司、公司实际控制人、公司董事、监事和高级管理人员及持有公司 5% 以上股权的股东均不存在关联关系。

4、视频平台用户分流业务

（1）业务模式

视频平台用户分流业务是基于网络视频平台的创新增值服务业务，实现了网络视频用户与具有相关用户群体的网站平台的对接。视频平台用户分流主要为具有相关用户群体的网站提供用户分流服务，通过本公司网站共享其它网站链接，使用户获取其它网站的相关服务内容，满足其它网站对用户量的需求和满足用户对多重网络应用服务的需求。

（2）开展情况

报告期内，本公司逐步开发了网游联合运营（分流）、电子商务和在线教育等用户分流服务业务，自2009年开始公司的网游联合运营（分流）业务产生了较好的业绩，并与天津世通天宇科技有限公司等网游运营商建立了稳定的合作关系，2009年合计分流用户1,028.65万人次，其中计费用户数达22.16万人次，合计实现分流收入1,046.89万元。

（3）主要合作方及合作方式

①网游联合运营（分流）业务

目前本公司主要的合作方为天津世通天宇科技有限公司等网络游戏服务提供商。双方合作的方式为网络游戏提供商负责研发、更新、修改网页网络游戏的

客户端、服务器端程序网络运营技术，本公司则负责研发、更新、修改游戏运营合作网站的客户端、服务器端程序网络运营技术。双方事先约定合作的标的物，通常为网络游戏的客户端、服务器端程序及其文档。本公司利用自身网络资源、销售媒体等平台在双方协议约定的区域内对标的物进行运作、推广、发行、生产、使用、销售和服务。双方定期对用户通过支付游戏增值服务产生的实际收入按照事先约定的分成比例进行分成，分成比例通常根据行业惯例采取协商方式确定。

②淘宝客推广业务

公司拟于 2010 年内与淘宝网达成合作，开展网购用户分流合作，即通过“淘宝客”平台向淘宝网提供推广服务。在该合作中，公司通过自有的视频平台“乐视网”为淘宝商城的商户提供用户分流服务，当商户与乐视网用户通过“淘宝客推广专区”实现交易后，商户将向公司支付一定的分成佣金。该项业务属于视频平台用户分流业务，在报告期内未产生收入。在该项合作中公司拟采取与淘宝网按照 9:1 的比例对商户支付的佣金进行分成，公司取得商户所支付佣金的 90%。

目前，双方已达成初步合作意向，合作协议正在拟定和审批过程中，同时双方已经开始进行端口对接和网络测试。由于该项合作有利于双方业务开展和服务提升，有利于实现双赢，该项合作不存在较大不确定性。

（4）收费标准

网络分流业务模式的收费标准通常视合作对方需推广或销售的产品或服务的特性而定，目前在和网络游戏服务提供商合作时的收费标准为按照标的物实际收入的一定比例进行分成，在淘宝客推广业务中本公司按照商户支付的佣金的一定比例与淘宝网进行分成。

5、网络超清播放服务

网络超清播放服务业务是公司于报告期末逐步开发和培育的一项网络视频基础服务业务。公司借助长期积累的网络视频编解码技术和视频传输技术开发了乐视网超清播放机，借助于超清播放机向公司网络视频用户提供以电视机作为显示终端的超清视频播放服务。

公司已积累大量的网络视频版权资源，通过编码技术可以为用户提供分辨率高达 720P 和 1080P 的网络超清视频内容，用户可以通过在线观看、下载观看、预存观看等多种方式体验该等网络视听节目。

目前该项业务已完成前期的产品性能测试，公司已根据用户体验性反馈进行

了产品性能升级和完善。

（1）业务模式

在该项业务中，公司采取自主设计、委托生产、与牌照方合作提供超清服务的业务模式。

自主设计是公司基于长期积累的各项网络视频技术，进行产品外观、接口、主板等产品构件的设计，形成产品技术说明书和设计方案。

委托生产是公司委托有电子产品生产资质和生产能力的大型厂商，按照产品技术说明书和设计方案进行代工生产，所生产的产品以乐视网作为品牌标识。

与牌照方合作提供超清服务是公司具有网络电视经营资质的牌照方进行合作，通过分成模式，向电视机用户提供超清播放服务。截至招股说明书签署日，公司尚未正式开展商业化运营，因此尚未与具有网络电视经营资质的牌照方达成合作关系。

公司在超清播放服务销售中采取三种渠道：

①将该服务以零售方式销售，通过传统渠道，诸如苏宁电器、国美电器等大型电器零售商进行代理销售。

②通过与中国联通、中国电信及中国移动等电信运营商合作，将播放机产品和服务打包销售给用户。

③与电视机厂商合作，将乐视网超清播放机的软件嵌入电视机内，并提供后续网络超清视频服务。

（2）开展情况

该业务是公司在报告期末进行研发、培育和拟进行重点开拓的网络视频基础服务业务。经过半年多的培育，该项业务已经逐步成熟，公司已规划设计了盈利模式和操作模式，拟于2010年下半年开始进行大规模商业化运作。

（3）业务收费模式

公司的网络超清播放服务拟采取多种服务收费模式

公司在提供服务时采取包年制和包月制两种收费模式。在包年制下，用户通过一次性支付全年服务费，可以获赠一台超清播放机，并在全年免费获得全部超清影视剧播放服务；在包月制下，用户购买超清播放机后，分月向公司支付服务费。目前包年和包月服务费标准尚在制定中。

6、网络游戏运营业务

公司已在网络视频服务业务中积累了大量用户资源，为增加用户粘性，满足视频用户的类似需求，利用现有的用户群资源和网络流量，提升网络平台的整体商业价值，公司于2009年下半年开始，逐步培育网络游戏运营业务。

（1）业务模式

①独家代理模式

公司在网络游戏运营业务中，公司自身不从事网络游戏开发业务，而采取委托第三方开发并进行独家代理模式。独家代理模式是公司通过与游戏开发商签署独家代理协议，获取游戏的独立运营权利，独家代理所包括的权利包括在全球区域的、排他性独家专有的、可转让的权利。独家代理模式属于游戏运营业务的采购环节。

②联合运营模式

联合运营模式是公司将获取的具有独家运营权利的网络游戏向其它运营商进行非独家授权，与其它运营商进行合作共同对游戏产品进行运营。被授权的网游运营商通过游戏运营产生的收入，将按照约定的比例与公司进行分成。联合运营模式属于游戏运营业务的销售环节。联合运营通常在网游运营早期缺乏足够游戏运营资金和游戏用户时所采取的模式。由于截至本招股说明书签署日，公司尚未取得互联网出版许可证，公司尚不能进行游戏运营，因此只能采取向其它网游运营商授权非独家运营方式经营，并自其它网游运营商获得分成收入。

（2）开展情况

2009年7月、2009年12月，广州奇游信息科技有限公司（许可方）分别与公司（被许可方）签署了《〈三国无敌〉合作开发暨独家代理协议》和《〈东成西就〉合作开发暨独家代理协议》。根据上述协议，公司自广州奇游信息科技有限公司购买了《三国无敌》和《东成西就》两款网络游戏的独家运营授权，该等权利包括在全球区域的、排他性独家专有的、可转让的权利。许可期限自游戏商业化运营之日起5年。

目前，广州奇游信息科技有限公司已向公司交付《东成西就》游戏的封测版本，公司正在进行游戏封测。2010年5月开始，《三国无敌》游戏将逐步完成封闭测试、内测和公开测试，逐步进入商业化运营阶段。公司已委托6家运营商进行联合运营。公司运营的《三国无敌》已取得北京新闻出版局的审批（审批号为京新出音[2010]82号），并取得游戏版号（ISBN978-7-89487-878-6）和著作权证书

（登记号：2009SR041802）。公司已向北京新闻出版局递交了互联网出版许可证的申请文件，预计将在2010年6月取得互联网出版许可证。如果上述互联网出版许可证未按期取得，公司将仅采取授权其它运营商运营的模式，而自己不参与运营，待上述许可证取得后进行正式运营，避免出现违反行业监管法规的情形。

7、网络视频短片制作业务

公司于2009年4月30日取得《广播电视节目制作经营许可证》，经营范围包括动画片、电视综艺和专题片的制作。公司具备了投资拍摄视频短片的资质。计划未来1-2年内投资拍摄2-4部视频短片。

公司拟从事的网络视频短片制作业务与实际控制人控制的乐视娱乐从事的影视剧投资制作业务具有一定的相似性，但是两类业务在视频内容特点、内容生产机制、受众群体、盈利模式、投资风险、观看媒介、发行渠道、资质要求、推广方式等方面存在显著的差异，属于两类完全不同的专业领域，并未构成同业竞争。

报告期内，公司未从事视频短片拍摄业务。

（三）报告期发行人主要免费服务业务和未形成收入的付费业务发展状况

报告期内，公司向用户及客户提供的免费服务项目包括网络标清视频服务、个人 TV 服务、3G 手机乐视网服务；公司提供的未形成收入的业务包括手机电视技术及内容服务和企业 TV 服务。上述业务的特征和经营情况如下表：

序号	服务内容	推出时间	服务内容	经营效果
1	网络标清视频服务	2005 年	PC 用户免费在线点播、直播观看标清影视内容，用于休闲娱乐	报告期采取免费服务模式，用于吸引用户、提高网站的粘性和人气
2	个人 TV 服务（个人分享类服务）	2008 年初	向个人用户提供视频空间	
3	3G 手机乐视网服务	成立之初	利用乐视网的 3G 网为手机用户提供免费的视频内容	
4	手机电视技术及内容服务	成立之初	为电信运营商或内容集成商提供视频技术服务或内容服务	报告期进行持续培育，维护与电信运营商及内容集成商的合作关系
5	企业 TV	2009 年 5 月	向企业用户提供视频空间和技术服务	报告期内开发的收费服务，重点培育

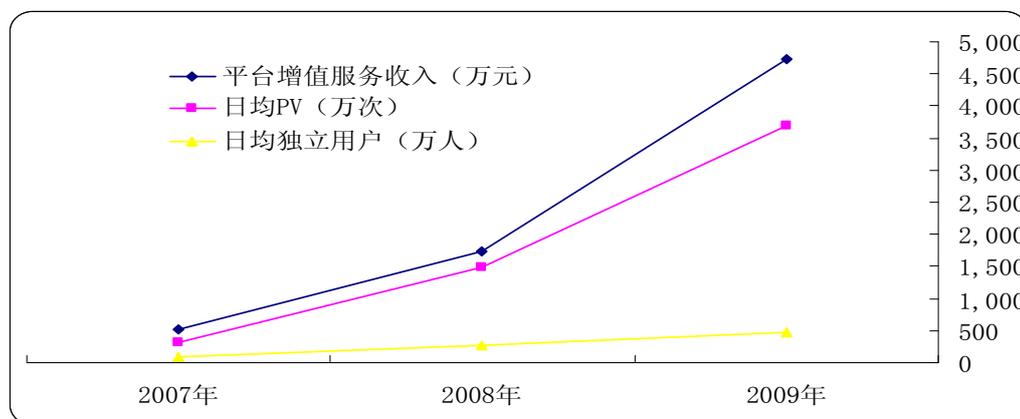
1、网络标清视频服务业务

(1) 日均 PV 与日均独立用户指标

公司提供的标清视频服务业务主要定位于通过为用户提供免费的标清视频内容，吸引用户访问，一方面提高公司网站的 PV 值，另一方面为网络高清付费业务培育付费用户群。

通常网站的广告和分流价值与网站的 PV 值及用户量呈正比例变化关系。目前，公司网站 90% 以上的 PV 值是由网络标清视频服务创造的，因此公司报告期平台增值服务收入高速增长的主要动力来自于标清网络视频服务业务规模的扩大。

图：公司报告期内平台增值服务收入与日均 PV 和日均独立用户的关系

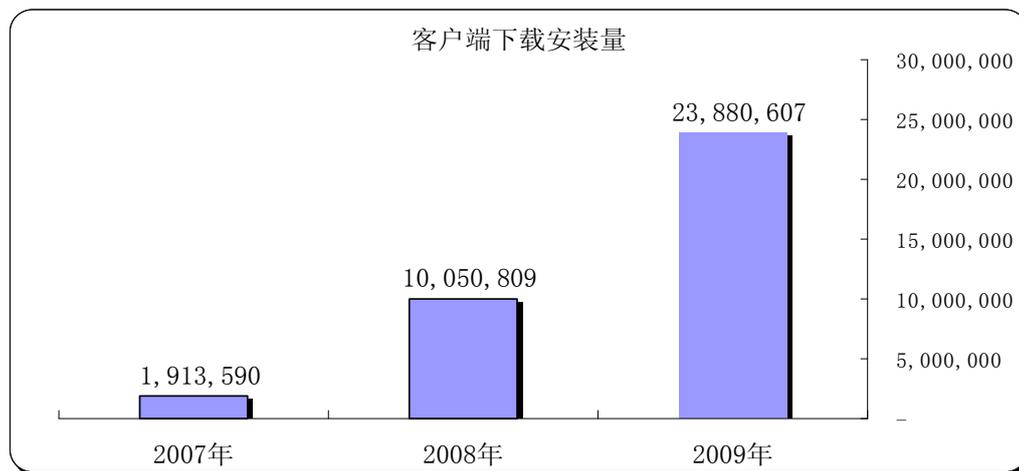


由上图可以看到，公司在报告期内实现的平台增值服务类收入与日均 PV 值相关性较高。

(2) 客户端下载安装量指标

公司自 2007 年开始推出客户端浏览模式，公司通过营销推广使客户端年均下载安装量达 1,194.83 万次。客户端作为网络标清视频服务业务的重要窗口和平台，构成了提升公司网络视频平台价值的重要媒介。

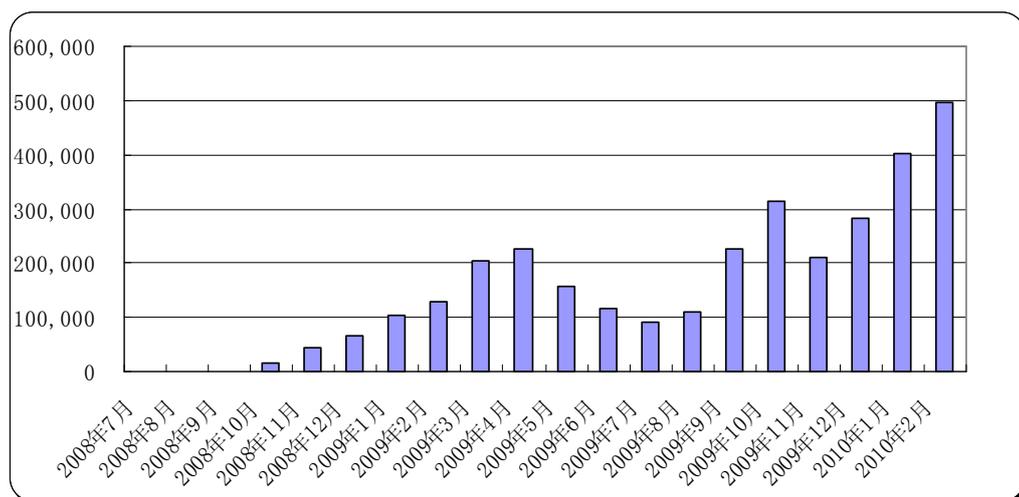
图：客户端下载安装量指标（次）



2、个人 TV 服务业务

公司自 2008 年初开始推出个人 TV 服务业务，作为用户上传视频内容的平台，以及用户间进行视频内容分享的空间。截至 2010 年 2 月，公司的个人 TV 注册用户累计达 339.38 万人。

图：个人 TV 用户的各月度注册量（人）



公司推出的“个人 TV”业务，可为个人用户提供网络存储空间，允许其向公司视频平台存储空间上传视频，使“个人 TV”用户相互间实现视频内容共享。

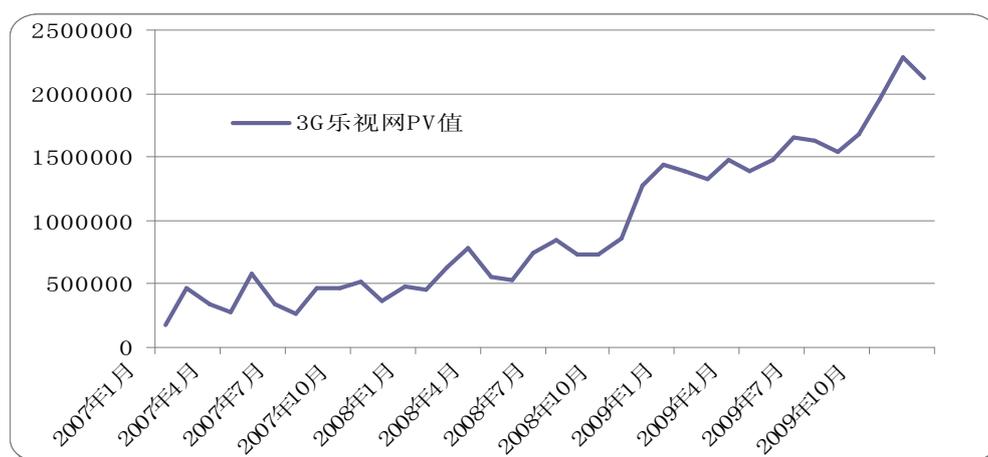
保荐人经过核查认为，根据《互联网视听节目服务管理规定》的规定，从事互联网视听节目服务，应当取得广播电影电视主管部门颁发的《信息网络传播视听节目许可证》或履行备案手续，未持有《信息网络传播视听节目许可证》的单位不得为个人提供上载传播视听节目服务。该规定所指的互联网视听节目服务，是指制作、编辑、集成并通过互联网向公众提供视音频节目，以及为他人提供上载传播视听节目服务的活动。

公司从事的各项网络视频服务业务属于上述法规规定的互联网视听节目服务，而“个人 TV”属于为他人提供上载传播视听节目服务的活动。公司已于 2006 年 6 月 30 日取得国家广播电影电视总局于颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（许可证号：0105097），因此公司经营“个人 TV”业务符合互联网相关管理规定，公司具有业务所需的相关资质。

3、3G 手机乐视网服务业务

报告期内，公司积极培育以手机为终端的网络视频服务业务。目前公司将该项业务定位为免费服务业务，力图通过满足 3G 手机用户的网络视频需求，逐步培育 3G 手机用户，强化乐视网视频平台的综合价值。报告期内，3G 乐视网的 PV 值不断提高，2008 年和 2009 年的平均 PV 较上年度分别增长 101.85% 和 108.24%。通过不断积累，3G 手机乐视网未来将成为 3G 手机广告业务及手机用户分流业务的重要平台，也是公司业务成长和发展的一个重要增长点。

图：报告期内公司的 3G 乐视网 PV 值



4、手机电视技术及内容服务、企业 TV 服务

(1) 手机电视技术及内容服务

报告期内，公司手机电视技术及内容服务主要是为电信运营商和内容集成商提供网络视频平台技术解决方案及视频内容服务，并间接向手机用户提供网络视频服务。

表：公司手机电视服务模式

运营商	合作模式	结算模式	分成模式
中国移动	公司与集成牌照方合作并结算，将内容上传至集成牌照方平台。目前合作的集成牌照方有：1.国视通信（CRI），合作内容为电影、电视剧节目；2.东方龙，合作内容为电视剧节目。3.央视国际，合作内容为电影、电视剧及动漫节目。	中国移动首先结算给集成牌照方，再由集成牌照方按照节目点击量或用户流量结算给公司。	1.中国移动与国视通信先分成结算；然后国视通信与公司按照一定比例结算。 2.中国移动与东方龙先分成；东方龙与公司再结算分成。 3.中国移动与央视国际先分成计算；央视国际与公司再结算分成。
中国联通	公司直接与中国联通合作，直接接入联通平台，将内容上传至中国联通手机电视频道下，并独立展现 letv 品牌 logo。同时，集成牌照方央视国际负责审核内容。	中国联通与公司直接结算，中国联通根据公司上传内容所产生点击计费并结算给公司，公司再将审核费支付给审核方央视国际。	中国联通与公司先分成结算，公司与央视国际再结算分成。
中国电信	模式一：公司与集成牌照方合作并结算，将内容上传至集成牌照方平台；目前合作的集成牌照方央视国际，合作内容为电影、电视剧节目。	模式一：中国电信首先结算给集成牌照方，再由集成牌照方按照节目点击量或用户流量结算给公司。	模式一：中国电信与央视国际先结算分成；央视国际与公司再分成结算。
	模式二：公司为集成牌照方提供手机电视技术服务，为集成牌照方搭建手机电视播控平台，以对集成牌照方的审核费分成的方式收取技术服务费。	模式二：中国电信首先结算给集成牌照方，再由集成牌照方将审核费按照约定的分成比例结算给公司。	模式二：央视国际与公司直接进行结算分成。

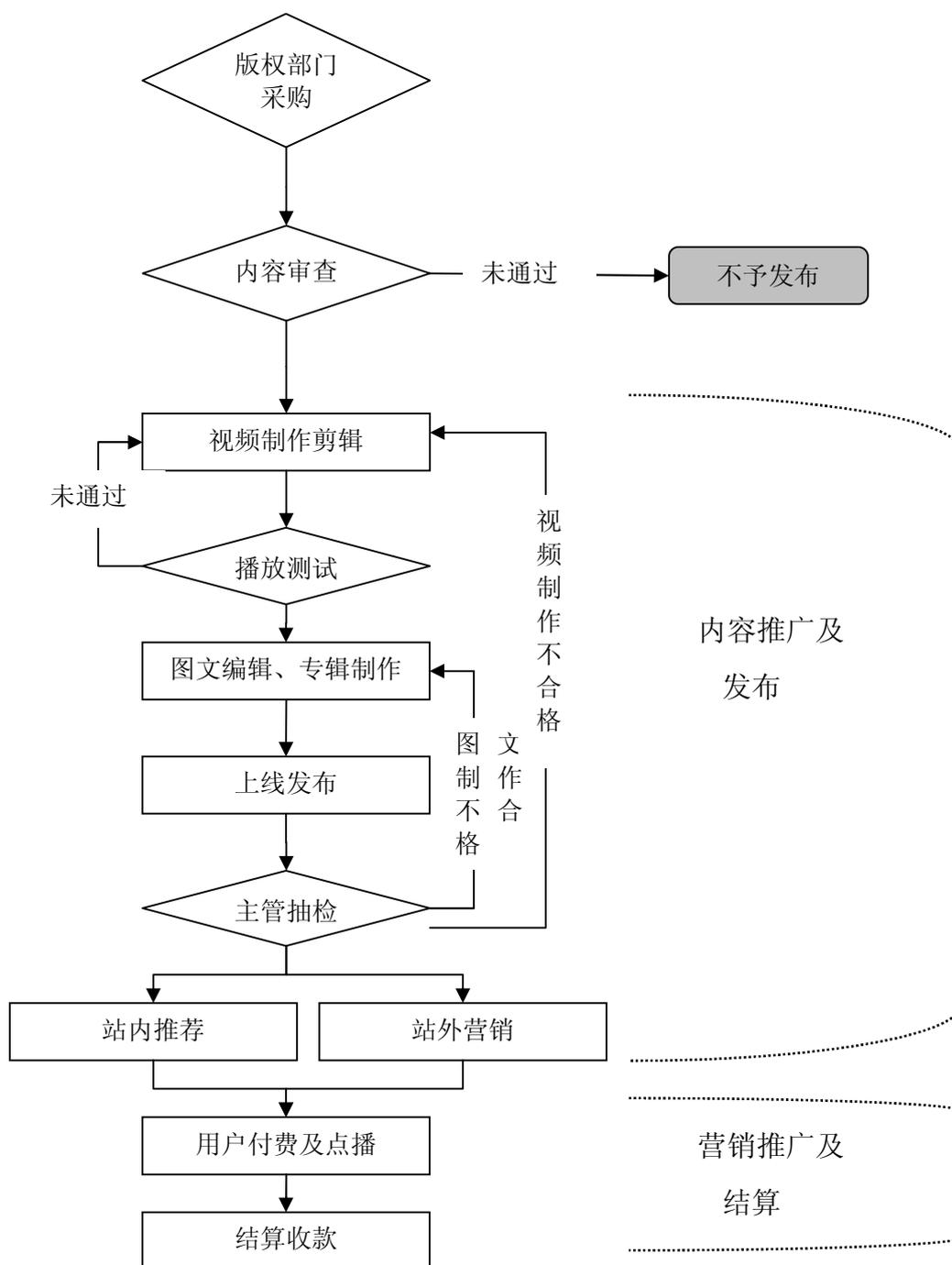
（2）企业 TV 服务

在报告期公司未大规模开展企业 TV 服务业务。2009 年已承揽少数企业 TV 用户并向其提供网络视频技术服务，但是该等业务未形成收入。未来，公司将逐渐对企业 TV 客户进行重点培育，努力将该项业务开拓成为持续发展的重要增长点。

（四）报告期发行人提供主要服务的流程图

1、互联网视频及手机电视服务业务流程

(1) 网络高清或标清视频服务流程²³

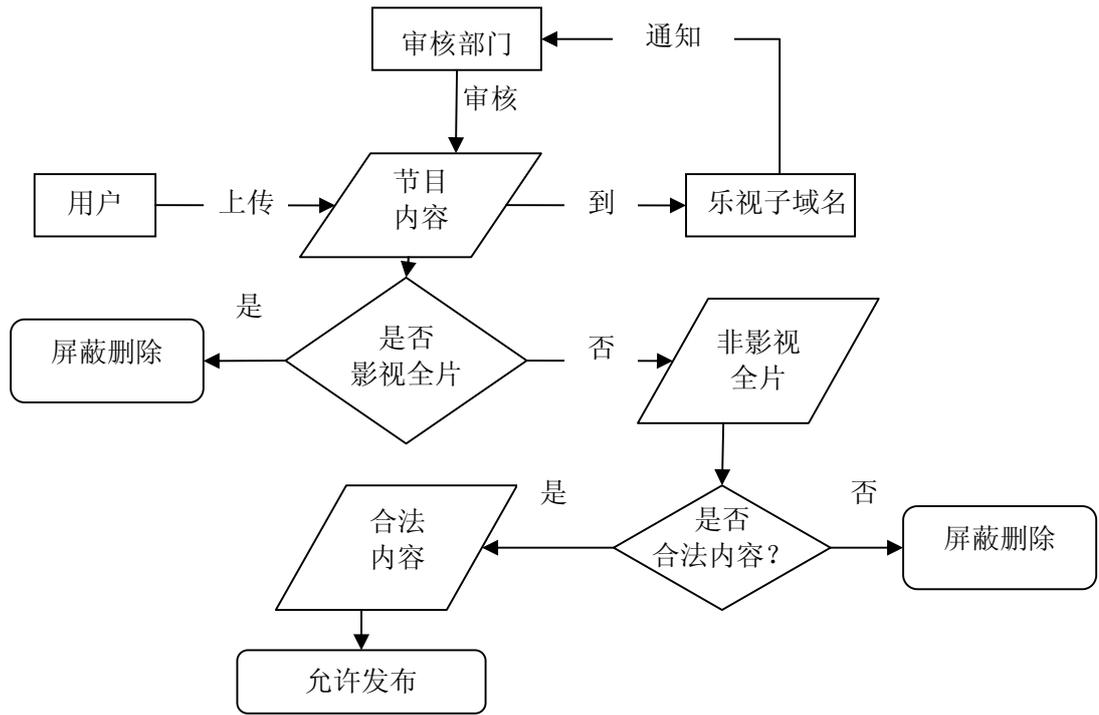


(2) 个人 TV 和企业 TV 业务服务流程

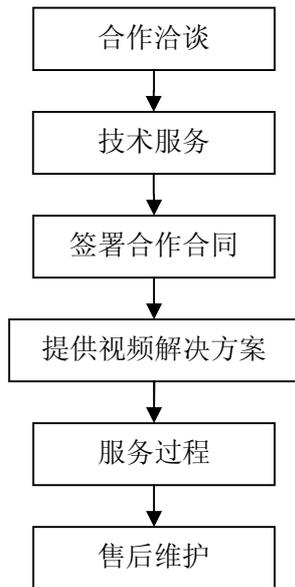
①个人TV业务中内容审核流程

公司在为个人TV用户提供服务时，对上传至乐视网子域名之下的内容采取严格控制和严格的审核，具体流程如下：

²³ 注：在网络高清视频服务业务流程中包含提供服务后的收费和结算流程，在网络标清视频服务业务中不包含此流程。

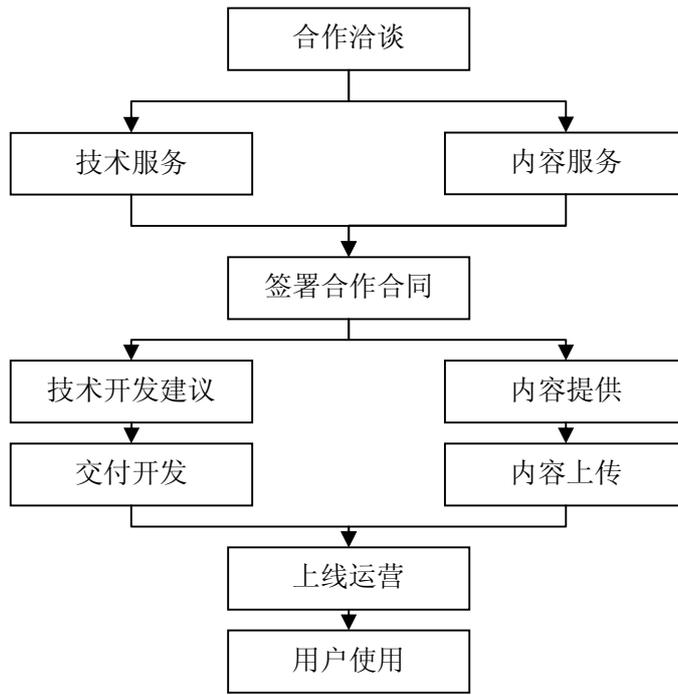


②企业 TV 业务流程

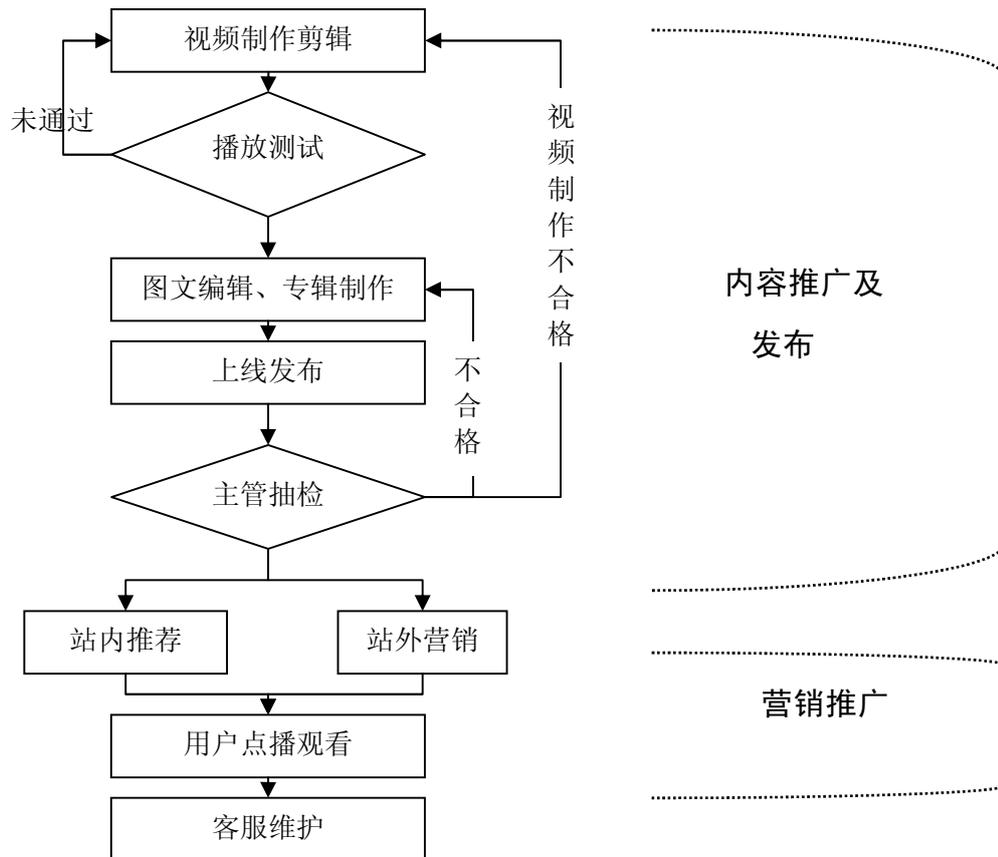


(3) 手机电视服务

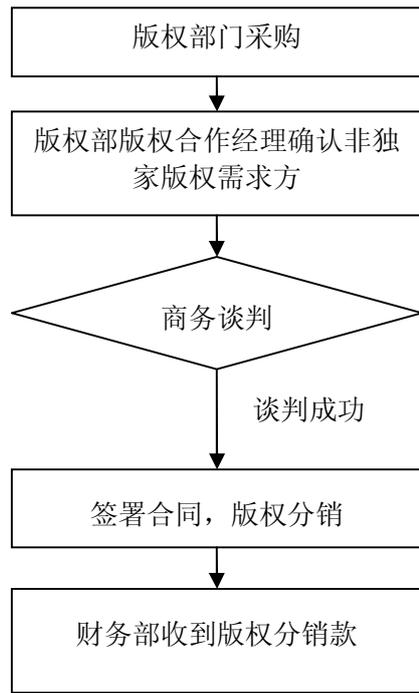
①技术服务和内容服务



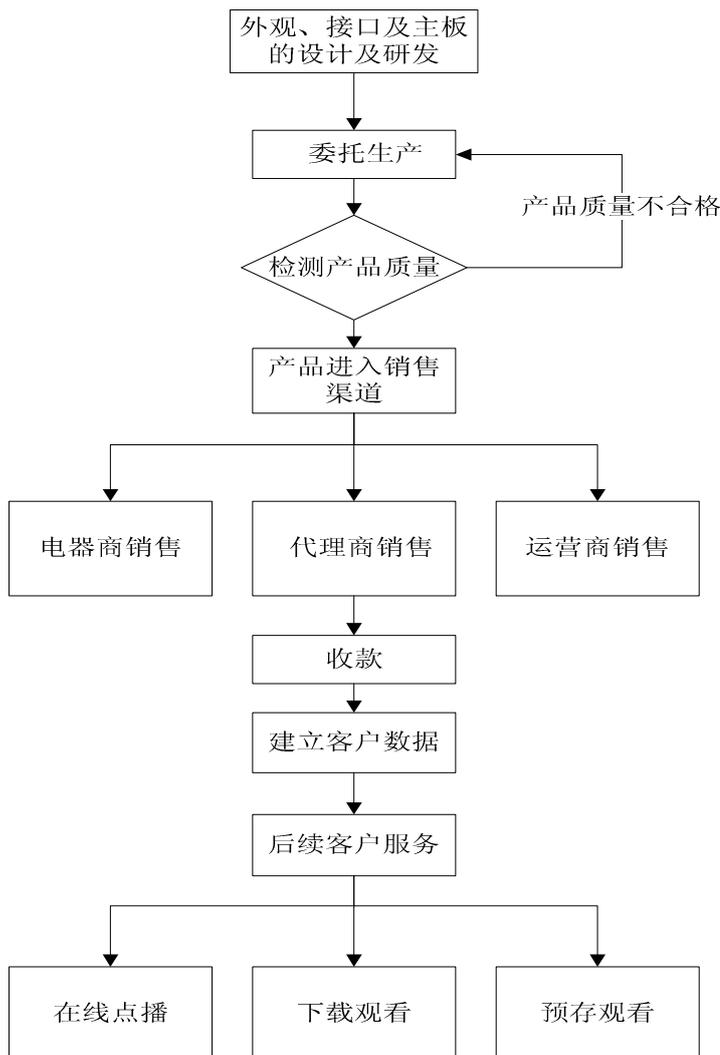
②3G 手机乐视网视频服务



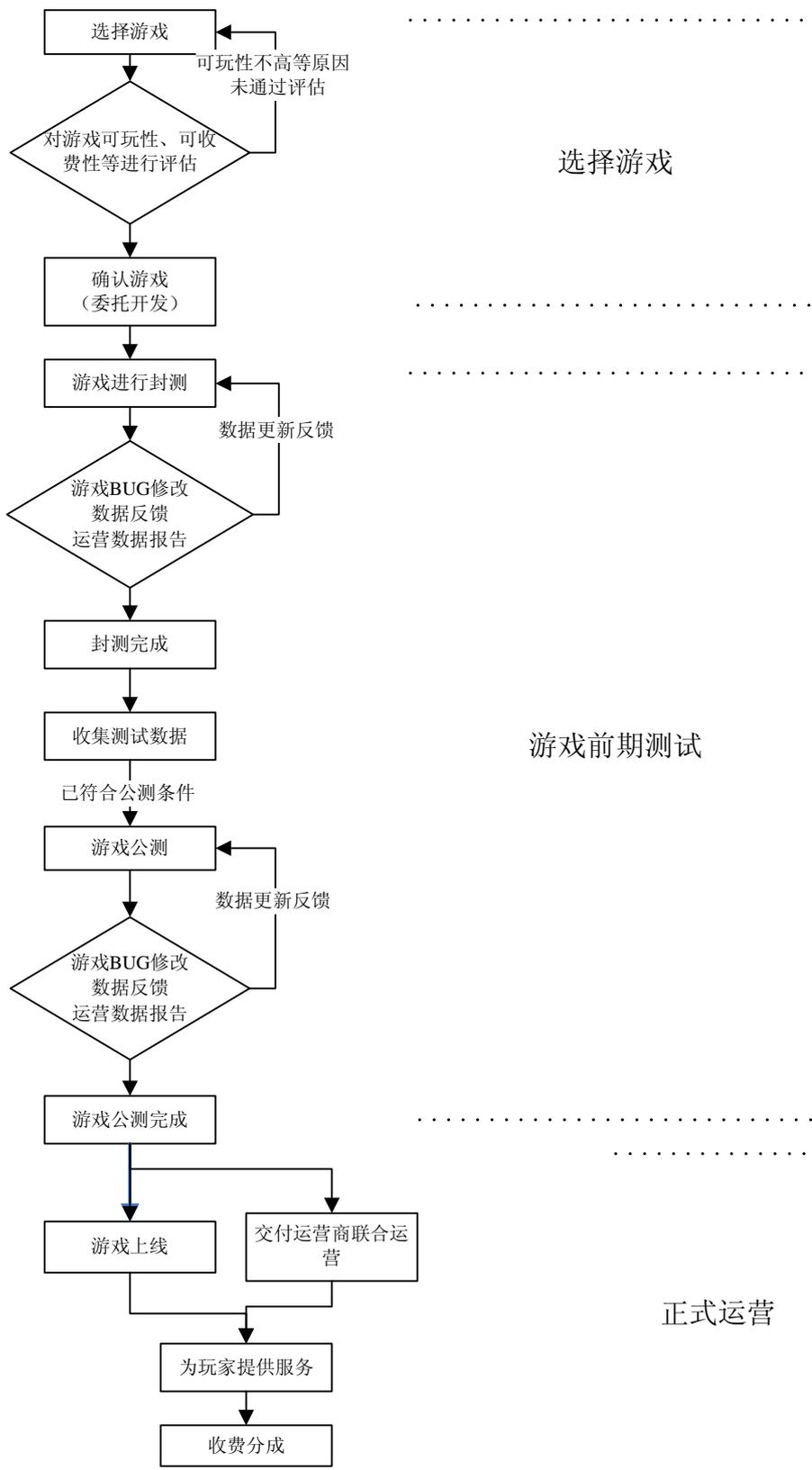
(4) 网络视频版权分销服务



(5) 网络超清播放服务

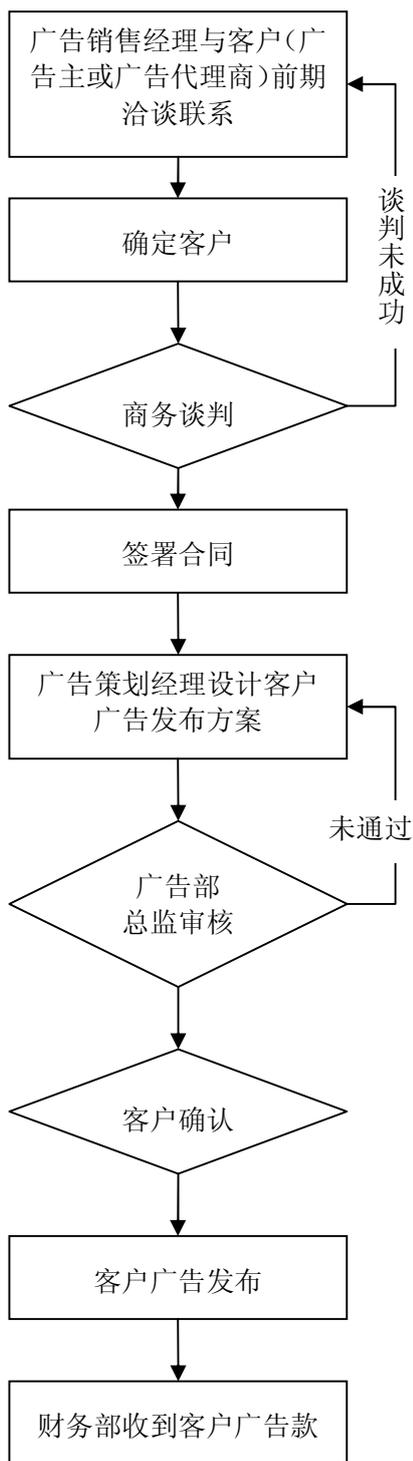


(6) 网游运营业务

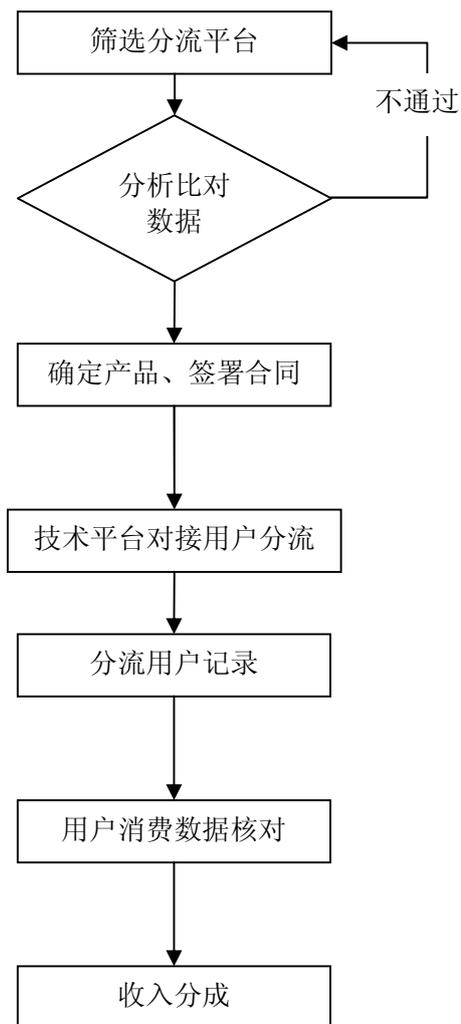


2、视频平台增值服务业务流程

(1) 视频平台广告发布业务



(2) 视频平台用户分流业务

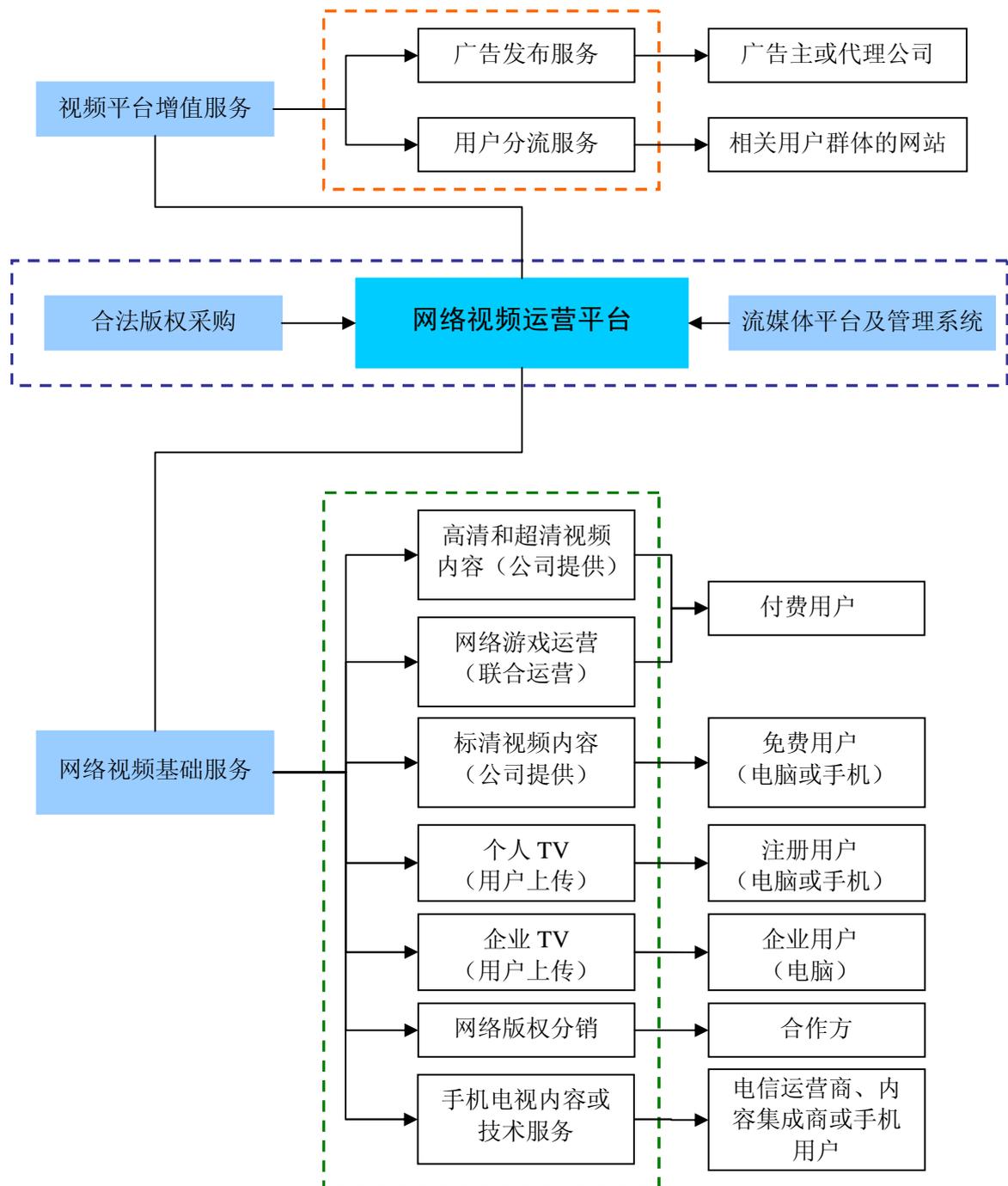


（五）主要业务模式

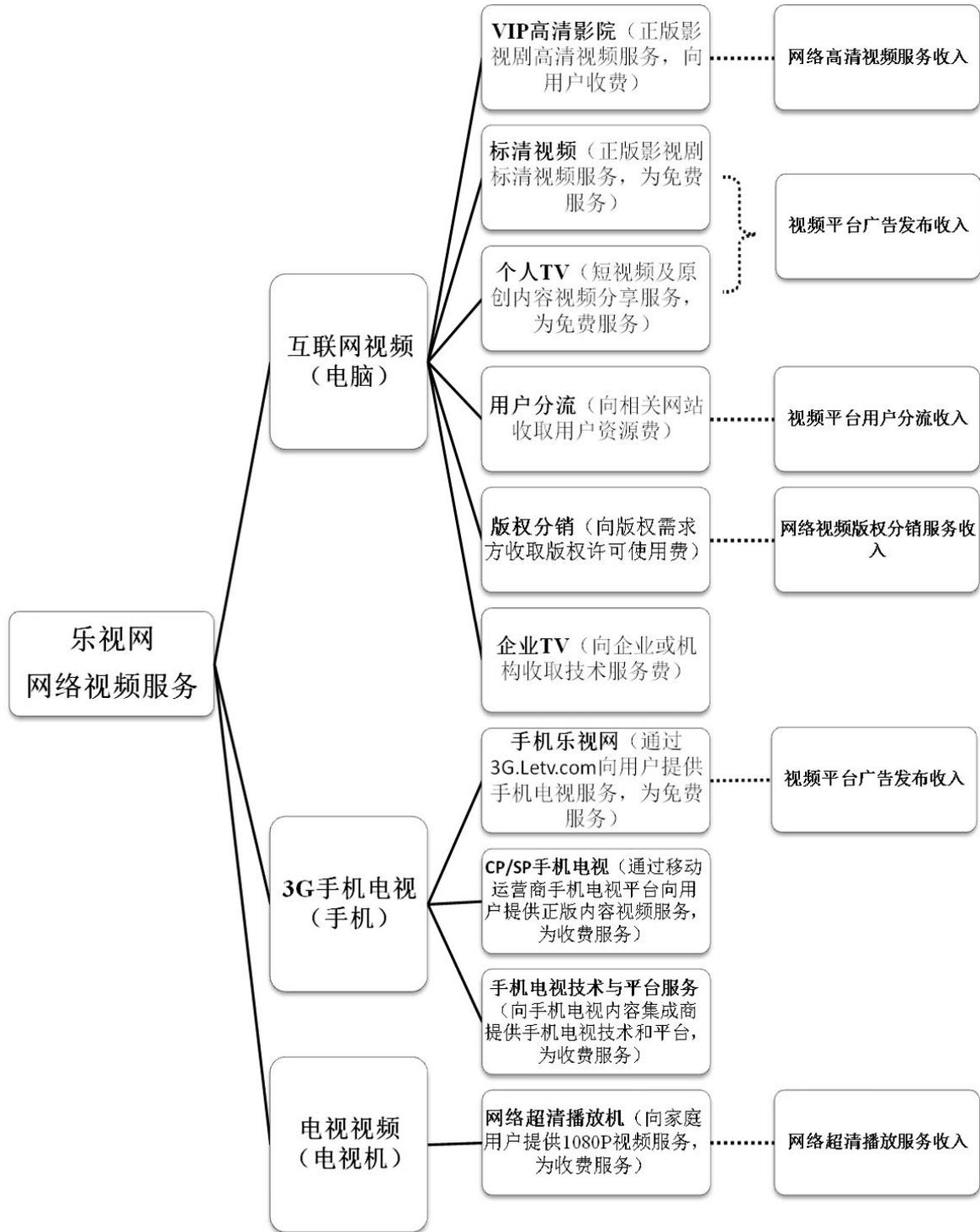
1、业务模式综述

自设立以来，公司专注于互联网视频及手机电视等网络视频技术的研究、开发和应用，主要从事网络视频基础服务和视频平台增值服务业务。公司坚持“合法版权+用户培育+平台增值”为核心的三位一体化经营模式。借助于长期积累形成的网络视频技术，公司搭建了国内领先的互联网视频及手机电视运营平台，通过引进正版版权的影视剧内容，为互联网用户和手机用户提供网络高清和标清视频服务、个人TV服务和企业TV服务以及版权分销服务，并借此聚集形成的用户群和视频平台效应，向广告主提供广告发布服务，为具有相关用户群体的网站提供视频平台用户分流服务。

图：公司业务体系和业务模式图



图：按照服务终端不同划分的业务及模式架构



2、业务模式主要特点

(1) 采购模式

在业务经营过程中，公司主要向各影视剧出品方、发行方等影视内容版权所有方采购影视剧内容；向中国电信、中国联通等采购带宽资源；向IBM、DELL

和惠普等采购服务器和交换机等硬件设备。公司采购环节采取询价招标或协商报价原则，并签署合法采购协议。其中，版权采购由版权运营部负责，其它采购事宜由公司采购专员负责并归口研发中心统一规划管理。

表：采购内容及采购模式

序号	采购内容	主要供应商	采购周期	定价原则
1	电影和电视剧版权	中影集团、华谊兄弟、海润影视、其它影视剧制作机构及第三方版权公司等	按需采购	根据市场供求关系、协商确定采购价格
2	带宽等电信资源	中国电信、中国联通	根据用户增长需要采购	多方询价、价低质优原则
3	服务器、交换机等设备	IBM、DELL 和惠普	根据用户增长需要采购	询价招标采购
4	软件	根据实际需要确定供应商	根据研发进度和实际需求采购	根据供应商报价协商定价采购

(2) 服务模式

经过长期的业务经营、开发和创新，公司形成了一系列有自身特色的服务模式，主要包括如下方面：

①向免费用户（含注册用户）和付费用户提供差异化服务产品

鉴于网络用户对视频观看需求存在差异化特征，公司向访问用户提供的网络视频服务采取差异化服务策略，具体如下表：

序号	客户类型	用户属性	差异化需求	差异化服务产品
1	免费用户	无须注册，倾向于获取免费视频内容	以休闲、娱乐需求为主，对视频清晰度、新颖性无显著要求。	可观看乐视网或乐视客户端提供的全部免费视频内容
2	付费用户	须注册，愿意通过付费获取质量更高、体验性更好的视频内容	以享受型视频需求为主，对视频清晰度、新颖性要求较高	可观看视频平台全部视频内容，用户体验更好，观看更清晰、更流畅

②向用户提供电脑终端和手机终端的浏览

公司向用户提供的网络视频服务可以采取电脑终端和手机终端进行观看，两种终端观看的具体情况如下：

序号	播放器类型	界面特征	技术平台	服务内容
1	电脑终端	界面内容丰富、操作性突出、观看效果好、速度快	基于互联网协议、利用PC终端浏览的H.264编解码和乐视P2P+CDN分发技术平台	高清和标清影视剧观看，高清下载，广告，用户分流、内容上传
2	手机终端	界面简单、操作性差、具有即时便携特征	H.264编解码技术和无线流媒体技术平台	同上

③向用户提供IE浏览器和客户端访问模式

针对用户在观看和下载影视内容中因操作熟练性和观看习惯的不同，公司推出两种访问模式：**IE浏览器访问**和**客户端访问**，具体如下表：

序号	类型	界面特征	操作方式	界面图
1	IE 浏览器	信息量大，信息集中度高，无即时通讯功能，不便于内容管理	无须安装插件，观看和下载操作简便，观看速度一般	
2	乐视客户端	界面信息量少，展示功能突出，直观性和选择性强，具有即时通讯，有利于内容管理	免费安装插件且需要定期升级，观看和下载操作稍繁，观看速度较好	

④用户培育和平台增值并重

公司坚持“服务于用户”和“增值于平台”的经营服务理念。公司采取了一系列措施以利于用户培育：通过采购大量正版清晰的影视剧内容，为付费用户

提供网络高清视频服务；为免费用户提供免费视频内容；为注册用户个人TV和企业TV服务；为手机用户提供3G手机乐视网服务。公司对已经形成的视频平台进行深度开发，以满足用户多样化、多层次的网络视频类需求。公司在用户培育和平台价值挖掘上形成了一个良性互动、不断提升的闭合循环路径。

（3）费用支付方式

公司为用户提供多种支付方式，建立了以手机话费支付方式为主、网银支付和点卡等支付方式为辅的多种支付方式。各支付方式具体情况如下：

收费方式	主要合作方	结算方式	用户操作流程
手机话费	中国联通	中国联通于 T+1 月初将 T 月结算单提供给公司，并按照应收信息费的 40% 预先支付给公司，T+3 月按照其实收信息费中公司应享有的分成收入与预先支付金额的差额与公司进行清算。	用户根据提示发送订购指令到预定代码； 用户收到订购确认短信； 回复相应数字确认订购； 订购成功后用户收到用户名密码等信息并进行登录，于订购后的 30 日内享受包月视频服务。
	联动优势（中国移动下属公司）	相关 SP 于 T+1 月初将 T 月业务数据提供给公司，并于 T+3 月按照其实收信息费中公司应享有的分成收入与公司进行结算。	
网银支付	快钱； 易宝	合作方代收服务费后 1-4 个工作日内向公司支付其应得的款项。	页面自动生成付款链接，用户点击支付，生成订单，用户选择付款，于付款后的 30 日内享受包月视频服务。
点卡	Awesome Dragon Limited； 宏达科技集团有限公司	公司将点卡账号、密码以电子邮件发送给合作方，合作方负责对外销售； 公司根据 T 月激活的点卡数量与结算单价于 T+1 月初与合作方结算，合作方于结算当月付款清算。	用户在合作方营业网点或其推广网站在线付款购买点卡； 从点卡上获取用户名和密码信息； 在公司网站激活卡号后登录，于激活卡号后的 30 日内享受包月视频服务。

3、盈利模式

报告期内，公司坚持“服务于用户、增值于平台”的盈利理念，建立了通过收费服务直接创造价值、通过免费服务间接创造价值的盈利架构，既保证公司平稳经营，又有利于实现快速增长。

表：报告期内公司各项业务的客户群体和盈利模式

类别	业务	客户群	盈利模式
付费服务	网络高清视频服务	付费用户	收取包月服务费
	网络视频版权分销	合作方	收取版权许可使用费
	视频平台广告发布	广告主	收取广告发布费

	视频平台用户分流	具有相关用户群体的网站	收取用户分流服务费
	手机电视技术及内容服务	电信运营商、内容集成商及手机用户	收取技术服务费和内容服务费
	企业 TV 服务	企业用户	收取技术服务费
免费服务	网络标清视频服务	免费用户	人气聚集和内容积累,提升视频平台价值
	个人 TV 服务	注册用户	
	3G 乐视网视频服务	免费手机用户	

报告期内，公司通过网络高清视频服务、网络视频版权分销、视频平台广告发布服务和视频平台用户分流等收费业务实现了较好的盈利效果；同时，公司积极加强手机电视技术及内容服务、企业 TV 服务等付费业务的培育和开拓，实现业务的进一步增长。公司开展免费服务的目的主要通过人气聚集和内容积累，提升视频平台的价值，最终有利于各项收费业务的提升。

4、特有的营销推广模式

公司采取网络视频服务行业特有的营销推广模式，并制定了多维立体的营销推广策略。公司采用“网络整合”方式进行营销推广，即以目标用户需求为出发点，整合自身和各类网络信息资源，针对性地开展网络精准营销推广，以达到低成本、高回报的商业目的。

公司主要采用的网络营销方式有：（1）搜索引擎营销，包括网站登录、固定排名、竞价排名、优化排名等；（2）资源合作推广营销，通过网站交换链接、交换广告、内容合作、用户资源合作等方式，在具有类似目标网站之间实现互相推广的目的；（3）快捷网址推广营销，即合理利用网络实名、通用网址以及其它类似的关键词网站快捷访问方式来实现推广网站；（4）网络广告推广营销，包括通过网络媒体宣传公司品牌、宣传公司产品或服务。

公司在营销推广中，积极在部分热点社区网站开设机构主页，吸引这些网站的用户成为公司网站的用户，增加公司网站的流量。2010年4月8日，公司与北京开心人信息技术有限公司（下称“开心人”）签署了《开心网机构主页合作协议》，开心人通过其拥有的在线社会网络“开心网”（www.kaixin001.com）为公司提供业务推广服务。根据该协议，公司在开心网上建立机构用户主页，并在主页上发布合法的视频内容供开心网用户点击观看。开心人负责在开心网上推

广公司的机构主页，并根据用户的反馈，不定期对公司的机构主页建设提出合理化建议，以提高公司在公众中的认知度和美誉度。

（六）公司主要服务的销售情况

1、报告期公司主营业务收入的构成

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
（一）网络视频基础服务	8,641.25	5,624.47	3,163.21
网络高清视频服务收入	7,354.63	5,283.54	3,158.17
网络视频版权分销收入	1,268.62	340.93	5.04
网络超清播放服务收入	18.00		
（二）视频平台增值服务	4,740.27	1,736.24	528.00
视频平台广告发布收入	3,693.38	1,736.24	528.00
视频平台用户分流收入	1,046.89		
合 计	13,381.53	7,360.71	3,691.21

2、服务的主要消费群体

公司提供各项服务的消费群体主要包括各类个人免费和付费用户、电信运营商、内容集成商、企业用户和手机用户等，详见本节之“四、发行人主营业务”之“（三）主要经营模式”。

3、主要服务的定价原则及销售价格变动情况

（1）网络高清视频服务

①手机话费和网银支付方式

公司向付费用户的收费主要采取包月制，即用户通过手机话费和网银等支付方式向乐视网支付固定的包月费。报告期内，公司采取固定金额的30元包月制，因此公司销售价格未发生变动。

②点卡方式

由于欧美等国家的付费观看市场成熟较早，用户付费观看影视剧内容认可度较高，公司2007年开始逐步加强海外市场拓展，并瞄准海外华人网络视频的巨大需求，通过点卡方式向用户提供网络高清视频服务。

目前，海外网络视频付费点播观看价格普遍较高，通常单片观看或者下载价格为3-10美元不等。公司销售给海外点卡代理商的包月点卡价格为15-16美元，自开始激活日始为用户提供不限量、不限次的包月点播观看服务。公司根据海外

视频服务市场供求关系确定价格，定价合理。

(2) 网络视频版权分销

按照版权引进价格的一定比例作为基准价，根据市场供求关系经双方协商确定分销价格。公司在报告期内，网络视频版权分销价格随着公司采购版权的引进价格进行浮动，并呈逐年上涨趋势。

(3) 视频平台广告发布

公司销售的视频平台广告采取以显示次数收费为主、并以展示时间、展示位置的不同进行价格调整的模式。报告期内，公司按照行业惯例制定广告刊例价，并根据供求关系与客户进行协商确定最终销售价格。

(4) 视频平台用户分流

报告期内，公司从事的视频平台用户分流业务采取与具有相关用户群体的网站进行收入分成的方式实现收益。公司与具有相关用户群体的网站的分成比例通常根据行业惯例采取协商方式确定。

4、报告期内向前五名客户销售的情况

年度	前五大客户销售	金额 (万元)	占营业收入 比重	主要交易类型
2009 年	中国联合网络通信有限公司	4,063.38	27.88%	网络高清视频服务
	北京新锐力广告有限公司	1,873.85	12.86%	视频平台广告发布
	北京联动优势科技有限公司	1,299.49	8.92%	网络高清视频服务
	天津世通天宇科技有限公司	1,046.89	7.18%	视频平台用户分流
	Awesome Dragon Limited	999.65	6.86%	网络高清视频服务
	合 计	9,283.26	63.70%	
2008 年 度	中国联通有限公司	2,233.17	30.34%	网络高清视频服务
	北京新锐力广告有限公司	946.69	12.86%	视频平台广告发布
	北京中视龙圣广告有限公司	650.95	8.84%	视频平台广告发布
	联动优势科技有限公司	626.53	8.51%	网络高清视频服务
	北京通联信达科技有限公司	606.50	8.24%	网络高清视频服务
	合 计	5,063.84	68.80%	
2007 年 度	北京西伯尔通信科技有限公司	1,110.89	30.09%	网络高清视频服务
	北京通联信达科技有限公司	660.80	17.90%	网络高清视频服务
	北京新锐力广告有限公司	528.00	14.30%	视频平台广告发布
	宏达科技集团有限公司	526.15	14.25%	网络高清视频服务

	联动优势科技有限公司	432.55	11.72%	网络高清视频服务
	合 计	3,258.39	88.26%	

除 2007 年与北京西伯尔通信科技有限公司发生 PDA 收费信道服务交易产生 1,110.89 万元收入以外，报告期内前五大客户不存在关联方交易的情形。

报告期内公司不存在其它向单个客户的销售比例超过总额 50% 的情况。报告期内，公司不存在严重依赖少数客户的情形。

上述五大客户中北京西伯尔通信科技有限公司为本公司同一控制下的关联方，其详细情况见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“五、公司主要股东及实际控制人控制的其它企业情况”。除此以外，本公司董事、监事、高级管理人员和其它核心人员，主要关联方或持有本公司 5% 以上股份的股东在上述客户中未占有权益。

（七）公司的采购情况

1、版权采购情况

公司自设立以来坚持“合法版权”的经营思路，向版权合法权利人购买各类影视剧作品，公司报告期内采购影视剧作品版权的情况如下：

（1）按照影视剧类型进行分类

影视剧类型	相关项目	2007 年	2008 年	2009 年
电影	数量（部）	72	55	2,109
	占影视剧总量的比例	38.71%	20.07%	63.43%
	金额（万元）	125.80	327.00	2,924.58
电视剧	数量（部）	114	219	1,154
	占影视剧总量的比例	61.29%	79.93%	36.57%
	金额（万元）	198.14	407.14	1,868.35
合计	数量（部）	186	274	3,263
	金额（万元）	323.94	734.14	4,792.23

（2）按照授权方式进行分类

授权方式	相关项目	2007 年	2008 年	2009 年
独家信息网络传播权	数量（部）	35	42	60
	占影视剧总量的比例	18.82%	15.33%	1.80%
	金额（万元）	48.94	443.50	2,863.75
非独家信息	数量（部）	151	232	3,203

网络传播权	占影视剧总量的比例	81.18%	84.67%	98.20%
	金额（万元）	275	290.64	1,929.18
合计	数量（部）	186	274	3,263
	金额（万元）	323.94	734.14	4,792.93

公司设置了完善的版权采购流程与制度，对不同类型的信息网络传播权制定了相应的定价策略，综合多种因素及市场供求关系后与版权权利人协商确定最终采购价格。在定价时，公司着重考虑影响版权价格的如下因素：

授权方式	影视剧类型	电 影	电 视 剧
独家信息网络传播权	首要影响因素	主创人员的知名度； 电影的宣传、发行力度	播出电视台的影响力； 播出档期
	其它重要因素（排名不分先后）	影片类型（喜剧、爱情、动作、科幻等）的受欢迎程度； 票房情况； 授权期限和权利范围； 制片投资成本； 播出档期； 网络可上线时间； 付款条件	主创人员的知名度； 电视剧题材； 网民关注度； 授权期限和权利范围； 制片投资成本； 剧集数量； 网络可上线时间； 付款条件
非独家信息网络传播权		票房收入	收视率

（3）公司拥有的版权期限结构

截至 2010 年 4 月，公司拥有的全部电影和电视剧版权的授权剩余到期期限情况如下表：

表：电影授权到期期限情况

序号	数量（部）	授权期剩余期限区间	各期限占比
1	144	<1 年	6.20%
2	399	>=1 年，<2 年	17.17%
3	143	>=2 年，<3 年	6.15%
4	16	>=3 年，<4 年	0.69%
5	1,589	>=4 年，<5 年	68.37%
6	33	>=5 年	1.42%
总计	2,324		100%

表：电视剧授权到期期限情况

序号	数量（集）	授权期剩余期限区间	各期限占比
1	4,867	<1 年	11.28%
2	4,667	>=1 年，<2 年	10.83%
3	4,934	>=2 年，<3 年	11.45%
4	765	>=3 年，<4 年	1.78%

5	26,529	>=4 年, <5 年	61.56%
6	1,335	>=5 年	3.10%
总计	43,097		100%

综上,公司目前拥有的影视剧版权存在未来第4年至第5年集中到期的情形,电影和电视剧在未来第4年至第5年到期的比重分别为68.37%和61.56%。为避免上述影视剧集中到期带来的经营风险,公司采取了如下措施:

①积极加强影视剧版权的购买,不断提高影视剧版权资源数量。由于上述版权到期期限集中系由于公司于2008年-2009年集中采购所致,未来公司将继续实施较大规模的版权购买计划,以维持和提升版权资源优势。

②与重要版权方签署战略合作协议,建立长期合作关系。公司在报告期已经与中影集团、央视国际、华谊兄弟和新画面影业等出品方和版权方建立良好的合作关系,其中与中影集团和央视国际已经建立良好的内容共享合作关系。上述长期、稳定的合作关系有力地保障了公司具备长期版权采购渠道。

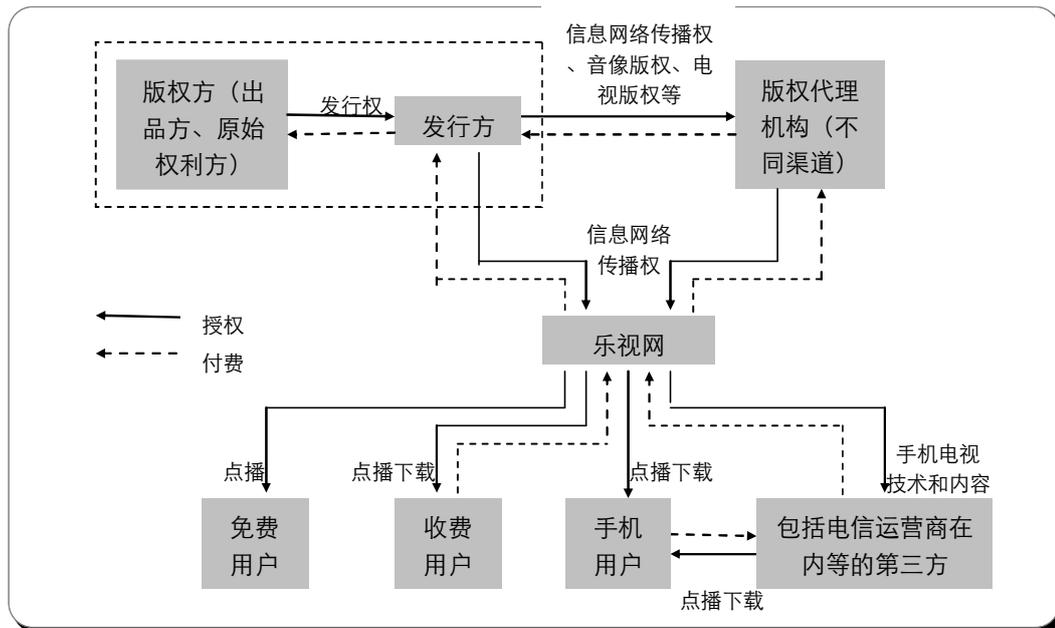
③与主要版权合作方建立续约机制。在部分版权采购协议中,公司与合作方已签订续约条款,即在合作到期后将自动或通过协商顺延一至二年的合作。

④未来第4年至第5年集中到期的影视剧版权主要为非独家授权,而非独家的影视剧版权资源不存在稀缺性,到期后公司可根据经营需要选择是否继续以较低的成本采取打包方式集中采购。

上述各项措施可以有效保证在版权未来第4年至第5年集中到期后公司维持版权资源的稳定和经营的持续。

2、公司与版权方、版权代理机构、影视剧出品方、发行方及电信运营商等建立合作关系的具体情况和主要的权利义务

版权方、版权代理机构、影视剧出品方、发行方为公司的上游合作伙伴,公司向上述各方采购影视剧版权。公司利用自身技术和内容优势,为包括电信运营商等在内的第三方提供手机电视技术和内容服务。公司与上述各方所建立的合作关系如下图所示:



公司已与版权方、版权代理机构、影视剧出品方、发行方建立了稳定而广泛的合作关系

表：公司与主要版权方和发行方合作关系情况

合作方名称	合作类型	主要合作内容（权利义务）	合作时间及期限
中影集团 （国内最大的影视剧投资制作公司）	合作意向书	共同致力于发展互联网视频、手机电视及 IPTV 等领域的视听节目业务，合作期内中影集团将拥有的视听节目授权给公司在其自有台上进行播出；公司协助中影集团进行中国电影网运营手机电视服务。	2007 年开始合作，本次合作于 2009 年 12 月 24 日完成续签，有效期一年
	信息网络传播权许可使用	中影集团许可使用《大内密探灵灵狗》独家网络版权	2009 年 7 月 25 日签订，5 年
	信息网络传播权许可使用	中影集团许可使用《赤壁》（下）独家网络版权	2008 年 12 月 31 日签订，5 年
	信息网络传播权许可使用	中影集团许可使用《财神到》和《虹猫蓝兔火凤凰》非独家网络版权	2010 年 2 月 1 日签订，3 年
央视国际 （国内最大的网络电视媒体服务商之一）	内容合作传播	央视国际授权公司在其互联网平台传播中央电视台 7 个电视台节目	2009 年 7 月 22 日签订，1 年期
	内容许可	公司授权央视国际在其网站 www.cctv.com 及 IPTV 上播放《征服》、《潜伏》等 29 部电视剧和《我叫刘跃进》、《左右》、《画皮》等 16 部电影等节目内容	2009 年 7 月 24 日，1 年
华谊兄弟（国内知名影视剧投	信息网络传播权许可使用	华谊兄弟授权公司《南下南下》的独家网络版权	2010 年 1 月 8 日签订，5 年期

资制作公司)	信息网络传播权许可使用	华谊兄弟授权公司《全城热恋》的非独家网络版权	2010年4月2日, 1年期
	信息网络传播权许可使用	华谊兄弟授权公司《风声》的非独家网络版权	2009年11月16日签订, 1年期
新画面影业(张艺谋电影的出品方)	信息网络传播权许可使用	新画面影业授权公司《满城尽带黄金甲》、《英雄》、《十里埋伏》、《千里走单骑》等四部影片的独家网络版权	2009年12月19日, 5年期
		新画面影业授权公司《三枪拍案惊奇》独家网络版权	2009年11月20日

如上表, 公司与各大版权方和发行方建立了多层次的战略和业务合作关系, 使公司在版权采购及分销业务中建立了稳定的合作渠道。上述合作关系的重要意义如下:

(1) 公司是中影集团旗下中国电影网的技术平台服务合作伙伴, 为中国电影网搭建宽频影院和基于无线 3G 网络的手机电视网站; 同时中影集团是公司的内容服务合作伙伴, 授予公司拥有中国电影网所有影视节目的非独家信息网络传播权。除此之外, 公司还从中影集团获得了《赤壁》(下)、《大内密探零零狗》等多部优质电影的独家信息网络传播权。

(2) 公司为中央电视台央视国际(www.cctv.com)搭建手机电视播控平台, 为该手机电视播控平台提供技术与内容服务, 与央视国际形成长期、良好的内容及技术合作伙伴关系。公司拥有中央电视台大多数频道的网络直播权利和一些电视栏目的点播权利。

(3) 公司与华谊兄弟、新画面影业、北京保利博纳电影发行有限公司、北京紫禁城三联影视发行有限公司、北京飞锋星月影视文化有限公司等发行方、版权方及代理机构保持稳定的影视版权引进合作关系, 获得了包括张艺谋导演的所有商业大片以及《窃听风云》、《潜伏》等在内的多部优质影视剧的独家信息网络传播权。

3、报告期前五大供应商

报告期内公司采购的内容主要为影视剧版权以及每年消耗的带宽资源。报告期内公司的五大供应商采购情况如下:

表：报告期内向前五名供应商采购的情况

年度	前五大供应商采购	金额（万元）	占采购总额比重	采购类型
2009年	北京飞锋星月影视文化有限公司	2,314.24	39.45%	版权
	南京新墨客网络科技有限公司	991.00	16.90%	版权
	北京新画面影业有限公司	300.00	5.11%	版权
	上海网宿科技股份有限公司	282.47	4.82%	CDN
	中国电影集团公司电影营销策划分公司	250.00	4.26%	版权
	合 计	4,137.71	70.54%	
2008年	北京飞锋星月影视文化有限公司	609.00	63.09%	版权
	北京正弘世纪广告有限公司	115.00	11.91%	版权
	北京电信通电信工程有限公司	55.46	5.75%	带宽
	北京佳韵社文化传播有限公司	21.60	2.24%	版权
	北京多吉文化传播有限公司	21.00	2.18%	版权
	合 计	822.06	85.17%	
2007年	北京正弘世纪广告有限公司	150.00	69.18%	版权
	北京在线九州岛信息技术服务有限公司	17.30	7.98%	带宽
	中国网通（集团）有限公司	13.00	6.00%	带宽
	常州拖思科技有限公司	10.00	4.61%	带宽
	北京电信通电信工程有限公司	9.05	4.17%	带宽
	合 计	199.35	91.93%	

2007年公司前五大供应商中以带宽供应商为主，2008年-2009年公司前五大供应商中以影视剧版权供应商为主，因此公司的供应商结构在报告期内发生一定变化。由于影视剧内容存在差异性和不可替代性特征，报告期内公司根据用户对影视剧的需求和偏好进行有针对性的采购，导致版权供应商结构发生一定变化。

2007年和2008年，公司通过北京正弘世纪广告有限公司和北京飞锋星月影视文化有限公司进行了影视剧版权的集中采购，分别占当年采购总额的69.18%和63.09%。除此以外，公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额50%的情形。公司不存在严重依赖于少数供应商的情况。

本公司董事、监事、高级管理人员和其它核心人员，主要关联方或持有本公司5%以上股份的股东在上述供应商中未占有权益。

（八）服务质量控制情况

1、质量控制标准

本公司在提供服务过程中，严格控制服务质量，将各项服务模块和环节进行量化，并制定具有行业属性和业务特性的控制标准。具体的控制内容包括四方面：

类别指标	具体指标	具体标准
影视内容的编码标准—互联网	影音编码	采用h.264+AAC标准，属于目前最先进的编解码技术，两者结合确保用户得到高清晰、高保真的影音体验。
	标清视频码率	达到350kbps
	标清音频码率	达到32kbps
	高清视频码率	达到650kbps-1.8mbps
	高清音频码率	达到64kbps-128kbps
	720P视频码率	达到1.5mbps-1.8mbps
	720P音频码率	达到128kbps
	超清（1080P）视频码率	达到10-50mbps
	超清（1080P）音频码率	达到256kbps
影视内容的编码标准—手机无线网	视频码率	达到200kbps
	音频码率	达到32kbps
用户体验性指标	流畅率指标	流畅率为流畅观看网络视频内容的用户比率。在非高峰时段，流畅率控制在95%以上；高峰时段，流畅率控制在90%以上。
	首屏打开时间	公司通过提高带宽和优化首页界面的方式，可以有效降低网站首页停顿时间，用户打开网站首页打开时间控制在5秒以下，保证用户体验舒适度。
	可用率	可用率是公司网站全年正常工作的时长与全年总时长的比值。保证用户全年可用率不低于99.99%。
客户服务指标	客服中心响应	客服中心保证客户每周7天、24小时随时获取相关信息咨询、技术服务、退订等响应。
	客服即时性	客户服务中心及后备支持部门保证首次向用户作出答复时间为2小时以内。
	服务支持保证	公司后台技术部门和运维部门保证向用户提出的服务需求答复时间控制在24小时之内。

2、质量控制措施

为使服务满足服务质量标准，满足客户需求，公司制订了一系列质量控制措施，形成了一套有效的质量控制体系。公司的质量控制体系可以概括为多层级责任制度、前中后节点控制和职能部门专业控制等措施。

(1) 研发质量控制

①研发流程控制措施

在基础性研究和应用性开发过程中，公司制定了科学严谨的研发流程控制措施。制定研发流程管理制度，在早期调研、立项、研发方案制定、研究成果评审、测试等环节进行严格的质量约束，建立责任机制，保证研发流程符合研发目标，提高研发效率。

②研发团队建设措施

公司的核心技术人员是公司研发工作的生力军和骨干。公司建立了以骨干研发人员为核心的研发组织机制。执行团队长负责制，并执行层层研发负责制。

公司根据研发团队成员的技术专长进行组织分工，使各成员之间有效配合，保证研发各环节有效控制。

公司制订了完善的研发人员激励措施，对于创新性思路和对质量改善有提升的建设性提案给予一定的奖励，激励研发人员积极创新、提升技术水平。

③技术成果保障措施

公司制定严格的技术保密规范，公司与参与研发的相关人员签署保密协议，并由研发人员签署责任书。对于利用职务便利形成的技术成果执行严格保密措施，同时对该等技术成果的归属问题进行事前界定。

（2）系统运行质量控制

公司目前已经建立起庞大的服务平台。平台的运行稳定性直接决定服务质量，为此公司制订了一系列措施保障平台系统运行稳定流畅。

①自动监控系统

公司开发出自动监控系统，对网络视频软硬件平台进行即时监控。在预设系统平台正常运行参数后，一旦各系统模块与运行参数出现明显差异并影响系统整体运行、降低服务质量时，自动监控系统会发出警示报告并适时执行自动补救措施。

②人工监控措施

公司在研发中心下设两个专业的职能部门，测试部和运维部，负责对公司的系统运营进行联合监控，保证服务质量。测试部门负责平台应用层面的监控，每日对系统平台进行人工主动实时监测并对出现的异常情况进行即时处理；运维部门以被动监测为主，主要配合自动监测系统进行人工后期补救，根据自动监测系

统作出的报警或报告，运维部门提出应急措施，进行即时处理。人工监控可以有效弥补自动监测系统无法机动监控并智能化解决问题的缺陷，保证各类疑难棘手问题获得妥善解决。

③第三方监控系统

公司根据服务器网点分布，聘请专业的网络视频第三方监控机构，委托其对网点服务器进行定期跟踪监测，并出具监测报告。公司根据监测报告，制定应急响应措施，保证系统运维正常。

（3）内容质量控制

公司网站上传的内容是公司向用户提供优质服务的基础和前提，是公司实现盈利的核心经营性要素。内容质量主要体现在内容的合法性、可观赏性，对此公司制定了一系列有效措施满足内容质量控制需求。

①三级质量审核措施

公司制订了三级质量审核机制，即由一审编辑、二审编辑和主管级编辑层层审核，对公司自行上传和用户上传的内容进行综合评定和审核，对于违反国家法律法规、涉嫌侵权、色情淫秽、民族歧视、煽动是非以及破坏社会团结的不良内容采取删除或屏蔽措施。

②事前和事后控制措施

公司对内容执行事前和事后的节点控制措施，即对内容上传进行事前严格控制，把控初始第一关，将内容风险和法律纠纷避免在事前，保证公司提供的服务稳定可靠，确保服务质量；事后采取补救应急措施，如法务理赔、应急咨询和内容事后评审等措施，确保偶然事件发生后迅速得到妥善解决。

③专业部门控制

公司成立专业的内容审核部门，隶属于运营中心。内容审核部门联合版权运营部，并通过收集运营中心其它部门的建议，对公司采购和上传的内容、用户上传的内容进行专业化审核，保证内容质量达到标准。

3、质量控制纠纷处理

公司设有专门的 400 服务热线电话，7×24 小时内有专人负责接听，负责响应用户来电，并有专人在不超过 24 小时内配合完成问题处理：建立《客户投诉处理流程》处理有关客户投诉；由客服部门组织有关部门处理投诉，根据调查事

实，确定改进方案，按时反馈给客户。

在报告期内，公司提供的视频服务质量一直保持稳定，未发生重大的服务质量纠纷。

（九）发行人在业务及其模式上的创新性

1、业务创新

公司自设立以来一直专注于互联网视频及手机电视等网络视频技术的研究、开发和应用。网络视频服务行业的核心和根基是用户资源。公司始终坚持“服务于用户”和“增值于平台”的经营理念，通过网络视频服务成功培育了用户规模庞大的应用平台，借助该平台公司可以为用户及客户提供多元化服务，进行多种业务创新。

（1）网络高清视频服务业务创新

公司较早意识到影视剧在线点播的发展趋势，并在国内网络视频服务行业较早推出网络高清视频服务。高清视频内容观看往往与网络带宽环境、视频编解码技术水平和视频传输技术水平息息相关。随着中国宽带普及率不断提高以及相关技术的成熟，高清视频直播和点播已经具备客观条件。公司紧紧抓住行业发展契机，较早推出高清视频服务，适时进行了业务创新。

（2）视频平台用户分流业务创新

公司成功培育了网络视频平台后，对平台增值业务进行了创新，实现了网络视频用户与具有相关用户群体的网站平台进行对接。通过网络链接设定，公司将用户引导给其它服务提供商，满足用户的多重网络应用性需求。报告期内，公司与网络游戏类服务提供商进行合作，建立了初步的网络游戏用户分流模式。未来拟开发电子商务用户分流、在线教育网站用户分流等新型用户分流类业务。该种业务创新使公司积累了其它视频类应用业务的运营经验，为公司进一步开拓业务领域奠定了基础。

（3）手机电视业务创新

自设立开始，公司始终关注并积极进行手机电视业务的开发，通过与电信运营商、内容集成商合作，为其提供技术和内容服务，实现公司手机电视技术和视频内容与上述合作方的良好对接。报告期内，公司的手机电视业务未产生明显的

收入和利润，但通过该等业务的创新，公司积累了手机电视业务的运营经验、建立了手机电视业务服务质量标准、开发了自有运营平台，并取得了开展手机电视业务的相关资质，积累了一定规模的用户群。公司的该等业务创新是保证公司后续持续增长的重要动力。

2、模式创新

（1）正版版权采购模式

公司在内容片源采购上坚持正版合法采购原则，通过与中国电影集团有限公司、北京保利博纳电影发行有限公司、北京新画面影业有限公司、华谊兄弟传媒股份有限公司和北京飞锋星月影视文化有限公司等众多版权方签署网络版权授权协议，公司获得了大量优质的正版影视剧内容。

国内网络视频服务行业发展早期，多数网站采取免费上传模式，造成大量影视内容侵权现象，影响了国内网络视频服务行业的规范、稳定发展。公司是国内较早提出正版影视内容服务的服务提供商之一，通过该模式公司建立了区别于其它视频网站的独特内容供给机制，保证了网站运营的合法性和稳定性。

（2）用户体验差异化模式

网络视频服务行业用户的体验需求具有明显差异化，可以划分为娱乐型需求、享受型需求和随意型需求。其中娱乐型和随意型需求主要以消磨时间、简单娱乐和休闲放松为主；享受型需求除具有休闲、娱乐属性外，对视频内容的流畅度和清晰度具有较高要求。公司根据用户体验需求的不同，将视频内容制作为标清视频、高清视频等播放效果供用户选择。差异化体验使用户根据自身的需求以及支付能力有针对性选择相关体验效果。

（3）免费和付费相结合模式

公司在网络视频服务行业较早倡导“免费+付费”模式，即同时提供免费视频内容和付费视频内容供用户选择。免费模式可迅速聚集平台人气，并激发平台的广告效应；付费模式可以聚集消费能力较强的优质用户，并使公司快速获取经营性收益，获得扩张所需资金。公司对标清影视剧、个人 TV 等服务采取免费观看模式；对高清晰度、高流畅度的优质影视剧内容采取付费观看和下载模式。两种模式的有效结合，可以规避经营风险，保证公司经营稳定性和收益的高成长性。

（4）视频平台深度开发模式

公司的业务模式以用户为核心，坚持“服务于用户”的经营宗旨。在平台用户达到一定规模时，公司将更加关注“增值于平台”，即用户需求的强化和平台价值的深度开发。

目前公司创新开发的视频平台增值服务包括视频平台广告发布和视频平台用户分流业务，未来将通过一系列平台化开发增加其它类增值服务，如电子商务用户分流、在线教育用户分流、超清视频点播及下载等服务。平台深度开发有利于增强平台用户的粘性、提高回访度。通过平台向用户提供各类增值服务，如广告发布、用户分流服务，可以提升平台的价值。

（5）用户支付方式创新

公司所坚持的“免费+付费”模式需要具备良好的收付费通道和平台，同时该通道和平台的有效推广需要符合用户的支付习惯和支付便利性。目前公司向用户提供多元立体的支付方式，包括手机话费支付、网银支付和点卡等支付方式。由于手机话费支付方式便捷安全，该方式已获得广大用户的认可和青睐。公司在网络视频服务行业中最先提出“小额支付视频观看”的概念，并已成为中国联通和中国移动的手机话费支付合作商。支付方式的创新有力保障了业务顺利开展。

五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况

（一）固定资产

1、固定资产总体状况

截至 2009 年 12 月 31 日，本公司固定资产原值为 9,211.43 万元，累计折旧为 1,161.86 万元，固定资产净值为 8,049.57 万元，固定资产综合成新率为 87.39%。具体情况如下：

类别	折旧年限	原值（万元）	净值（万元）	成新率
运输设备	5	316.13	236.59	74.84%
电子及其它设备	5	8,895.30	7,812.98	87.83%
合计		9,211.43	8,049.57	87.39%

2、主要经营性设备

截至 2009 年 12 月 31 日，公司经营性设备主要由服务器、交换机和电脑等电子设备构成，具体如下：

设备类别	数量（套/台）	账面原值（万元）	账面净值（万元）	成新率
------	---------	----------	----------	-----

服务器	1,347.00	8,210.04	7,331.54	89.30%
交换机	88.00	152.41	130.67	85.74%
电脑	307.00	180.16	88.80	49.29%
合计		8,542.61	7,551.01	88.39%

3、租赁房产情况

公司目前经营使用的房屋建筑物的情况如下：

房屋租赁合同名称	出租方	主要内容	使用范围	许可方式	许可年限
东方梅地亚中心租赁合同	北京东方梅地亚置业有限公司	出租北京市朝阳区光华路4号东方梅地亚中心C座801、802、803、805、806、807、808单元	办公	租赁	3年至2012年12月9日
房屋租赁协议	北京蓝兴物业管理有限公司	出租北京市海淀区学院南路68号19楼6层6184号房间	办公	租赁	1年至2010年12月20日

（二）无形资产

1、影视剧版权情况

截至2010年4月，公司拥有电影版权2,324部，电视剧版权43,097集，且该等版权授权期限多为3-5年。公司拥有的主要影视剧版权情况详见本招股说明书之“第十三节 其它重要事项”之“一、重要合同”之“（一）版权购买合同”。

2、注册商标

序号	商标	注册号	类别	注册人	截至日期
1		4698872	第35类	本公司	2019-02-20
2	乐视	4698873	第42类	本公司	2019-01-20
3	乐视	4698874	第41类	本公司	2019-01-20
4	乐视	4698875	第38类	本公司	2019-01-20
5	乐视	4698876	第35类	本公司	2019-02-06
6		4698889	第42类	本公司	2019-01-20
7		4698890	第41类	本公司	2019-09-20
8		4698891	第38类	本公司	2019-09-13
9	影响 INFLUENCE	5246708	第16类	本公司	2019-07-06
10	影响	5246709	第16类	本公司	2019-07-06

3、软件著作权

序号	名称	登记号	著作权人	取得方式	首次发表
1	流媒体平台及管理系统 V2.0	2008SR23517	本公司	原始取得	2006-6-10
2	Symbian 手机视频播放器系统 V1.0	2008SR30701	本公司	原始取得	2006-6-10
3	乐视 P2P 流媒体播放系统 V1.0	2008SR30702	本公司	原始取得	2007-12-30
4	乐视网内容发布管理系统 V1.0	2008SR30703	本公司	原始取得	2006-7-1
5	手机钱包支付商平台软件 V2.0	2008SR30704	本公司	原始取得	2008-7-10
6	乐视 P2P CDN 内容分发系统 V1.0	2008SR30705	本公司	原始取得	2006-12-30
7	乐视企业 TV 运营系统 V2.0	2008SR30706	本公司	原始取得	2008-11-1
8	乐视网络电视客户端系统 V1.1	2008SR30707	本公司	原始取得	2006-6-10
9	乐视站长电视台运营平台软件 V1.0	2008SR30708	本公司	原始取得	2008-5-20
10	乐视 P2P FLASH 播放系统 V1.0	2008SR30709	本公司	原始取得	2007-12-30
11	乐视版权信息管理系统 V1.0	2008SR30710	本公司	原始取得	2007-10-25
12	乐视手机内容管理平台软件 V1.0	2010SR014307	本公司	原始取得	2009-08-10
13	乐视广告平台系统 V1.0	2010SR014306	本公司	原始取得	2009-06-25
14	乐视手机商城平台系统 V1.0	2010SR014304	本公司	原始取得	2009-04-20
15	乐视手机支付平台系统 V3.0	2010SR014303	本公司	原始取得	2009-09-08

4、申请专利情况

截至本招股说明书签署日，本公司申请的专利情况如下：

序号	名称	申请号	专利类型	取得方式和状态
1	一种 P2P 网络的调度方法	200910093986.0	发明专利	自主研发、已受理
2	一种具有 P2P 功能的分布式存储系统和方法	200910180955.9	发明专利	自主研发、已受理
3	一种预解码高清播放器及播放方法	200910223439.X	发明专利	自主研发、已受理
4	一种可降低频道切换延时的数据获取方法	200910250121.0	发明专利	自主研发、已受理

5、主要域名

序号	域名	注册日期	到期时间
1	letv.com	2000-1-7	2015-1-7
2	leletv.com	2005-5-17	2011-5-18
3	leletv.net	2005-5-17	2011-5-18
4	letv.cn	2004-12-6	2014-12-6

序号	域 名	注册日期	到期时间
5	le-tv.cn	2005-5-17	2011-5-17
6	le-tv.com	2004-10-19	2011-10-19
7	letv123.cn	2008-11-4	2010-11-4
8	letv123.com	2008-11-3	2010-11-4
9	letv123.net	2008-11-3	2010-11-4
10	letv8.cn	2008-11-4	2010-11-4
11	letv8.com	2008-11-3	2010-11-4
12	letv8.net	2008-11-3	2010-11-4
13	letvbb.com	2005-6-1	2011-6-2
14	letvp2p.cn	2007-4-19	2011-4-19
15	letvpay.cn	2008-5-28	2011-5-28
16	letvpay.com	2008-5-27	2011-5-27
17	letvpay.com.cn	2008-5-28	2011-5-28
18	uniletv.cn	2008-5-30	2011-5-30
19	le-tv.com.cn	2004-12-6	2011-12-6
20	uniletv.com.cn	2008-5-30	2011-5-30
21	xlimon.cn	2005-12-16	2011-12-16
22	xlimon.com	2005-12-16	2011-12-16
23	xlimon.com.cn	2005-12-16	2011-12-16
24	sanguowudi.net	2009-6-30	2011-6-30
25	sanguowudi.com	2009-6-30	2011-6-30
26	3gwudi.net	2009-6-30	2011-6-30
27	3gwudi.com	2009-6-30	2011-6-30
28	Letvfilm.com.cn	2009-10-22	2010-10-22
29	Letvfilm.cn	2009-10-22	2010-10-22
30	Letvfilm.com	2009-10-22	2010-10-22
31	Letvfilm.net	2009-10-22	2010-10-22
32	Letvpicture.cn	2009-10-22	2010-10-22
33	Letvpicture.com.cn	2009-10-22	2010-10-22
34	Letvpicture.net	2009-10-22	2010-10-22
35	Letvpicture.com	2009-10-22	2010-10-22
36	3gwudi.cn	2009-6-30	2011-6-30

序号	域 名	注册日期	到期时间
37	Uniletv.com	2009-5-31	2011-5-30
38	jzsmz.com	2010-5-4	2011-5-4

（三）对发行人经营发生作用的其它资源要素

1、中国联通手机小额支付商资格和中国移动手机钱包合作商资格

公司是中国联通的“手机小额支付业务支付商”，依托中国联通手机小额支付业务系统，为联通手机用户提供手机话费支付方式，截至目前公司尚属少数取得中国联通“手机小额支付业务支付商”资格的网络视频服务提供商。

同时，公司是联动优势科技有限公司（中国移动下属公司）“手机钱包”移动支付合作商，通过该合作资格可为中国移动手机用户提供手机话费支付方式。截至目前公司尚属少数取得中国移动“手机钱包”业务合作商资格的网络视频服务提供商。

手机话费支付方式通过短信方式即可完成，方便快捷，迎合了网络视频服务的小额支付特性，可以为用户提供便捷可靠的支付服务。由于取得上述业务资格需要具备良好的信誉、稳定的经营业绩和持续的用户增长等多种条件，且经过电信运营商严格的审核，具有一定稀缺性。

报告期内，公司取得该等资源并借助该资源实现网络高清视频服务业务快速增长。

2、主要奖项

表：报告期内公司获取的奖项情况

序号	获奖年月	奖项	颁发单位
1	2010年1月	“2010福布斯中国潜力企业榜”	福布斯
2	2009年12月	“2009年度中国最热门成长企业100榜单”	《创业邦》杂志主办的2009创业邦年会
3	2009年12月	“2009年度创新企业奖”	中国商业联合会媒体购物专业委员会
4	2009年11月	“2009（第三届）中国创业投资价值榜最具投资潜力企业50强”	纵横合力、每日经济新闻、CCTV证券资讯频道、路透、EZCapital、Sina财经
5	2009年11月	“2009中国互联网优秀项目奖”	计算机世界传媒集团
6	2009年11月	“网络视频及数字娱乐年会媒体十大关注企业”、“十大优秀营销案例关注榜”	中国互联网大会

7	2009年09月	“中国2009年度高科技高成长50强”、“亚太500强”	德勤
8	2009年6月	“2009年中国最具投资价值企业50强”第13名	清科集团
9	2008年10月	“2008年度成长最快的视频网站”	《互联网周刊》
10	2008年09月	“中国2008年度高科技高成长50强”第3名、“亚太500强”第4名	德勤

六、发行人拥有的特许经营权情况

（一）取得的特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，本公司获得全部经营所需的特许经营权，具体情况如下：

表：公司取得的全部特许经营权资质

公司已获得的许可证	许可范围	到期日
《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》	因特网信息服务业务；服务项目为除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械外的内容	2011年1月22日
《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）	2011年4月20日
短消息类服务接入代码使用证书	短信类服务业务 代码号：1066611	2011年4月20日
《信息网络传播视听节目许可证》	乐视网：影视剧；教育、气象、娱乐、生活信息、科技、音乐类视听节目	2012年7月23日
《网络文化经营许可证》	利用互联网经营音乐美术娱乐产品、游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）、演出剧（节）目、动（漫）画等其它文化产品，从事互联网文化产品的展览、比赛等活动	2012年12月
《信息网络传播视听节目许可证》	3G乐视网：在广电总局批准设立的手机视听节目集成播控平台上，开办影视剧、文娱类视听节目	2012年7月23日
《广播电视节目制作经营许可证》	动画片、电视综艺和专题片制作	2011年4月30日
《互联网药品信息服务资格证书》	在letv.com上发布药品广告信息	2015年5月3日
央视国际授权公司在互联网平台传播中央电视台7个频道电视节目	在letv.com上传播央视7个频道电视节目	2010年7月22日
北京电视台第1套、第2套和第3套节目的信息网络传播权	包括北京电视台第一套、第二套网络点播，第一套、第二套和第三套点播	2011年2月11日

《关于同意运营国产互联网游戏<三国无敌>的函》	在全球范围内、独家排他性运营《三国无敌》游戏	2010年12月1日
-------------------------	------------------------	------------

经保荐人和发行人律师核查，除互联网出版许可证外，公司拥有与主业相关的全部资质和许可。

（二）公司部分特许经营权证书名称没有变更的具体原因及解决措施

公司持有中华人民共和国工业和信息化部于2009年4月7日颁发的编号为B2-20060169跨地区《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》，公司按照《增值电信业务经营许可证》的要求，须在业务覆盖范围的地区通信管理局进行许可证备案。

公司的各分公司负责业务所覆盖地区的许可证备案事宜。由于公司改制为股份公司后，哈尔滨分公司和四川分公司名称变更较晚，导致上述两家分公司所覆盖的黑龙江、辽宁和西藏自治区三个地区许可证名称备案工作被延迟。

截至本招股说明书签署日，哈尔滨分公司负责的辽宁省、四川分公司负责的西藏自治区的备案申请已递交至当地办事机构。

七、发行人的核心技术、技术储备、技术人员和创新机制情况

（一）发行人拥有的主要核心技术

技术名称	功能特点	来源	技术水平	成熟度	技术优势	应用领域
乐视P2P+CDN直播技术	1.支持Flash直播技术； 2.先进的H.264编码技术； 3.图像质量高； 4.多层DHT结构； 5.P2P与CDN无缝集成； 6.独特的P2P调度算法； 7.高P2P贡献率。	自主研发	业内领先	非常成熟，已商业应用。	1.直接利用安装广泛的flash播放器进行直播； 2.可以进一步方便拓展富媒体相关应用； 3.图像清晰画面流畅。	在线视频直播。
乐视	1.支持全网加速；	自主	业内	非常	1.降低运营成本；	在线视

技术名称	功能特点	来源	技术水平	成熟度	技术优势	应用领域
P2P+CDN 点播加速技术	2.支持高清； 3.自治域技术，适应网络复杂环境； 4.支持多种主流格式播放； 5.系统支持水平扩展。	研发	领先	成熟，已商业应用。	2.提高用户观看体验； 3.增强用户黏度。	频点播。
乐视网分布式存储技术	1.提供无限容量的扩展性； 2.数据非常安全，地理级别冗余保护； 3.具有 P2P 分发功能，分发效率高。	自主研发	业内领先	比较成熟，已商业应用。	1.成本低廉，使用普通服务器存放数据，比专业存储设备的成本低 8 倍； 2.存储数据分布于互联网，保障互联网上的用户快速访问； 3.数据访问可靠性高，智能调整数据分布，保障存放数据的服务器压力平衡。	1.影视宽频的存储； 2.在线视频的存储； 3.下载站的存储。
乐视网全局调度技术	1.最佳访问引导，根据用户 IP 和访问的内容寻找最佳的内容服务器； 2.高可用性，自动规避出故障的服务器； 3.过载保护，按策略处理超出服务能力的请求，自我保护； 4.防盗用，保护内容被非法访问； 5.节约成本。	自主研发	业内领先	非常成熟，已商业应用。	1.多路复用技术，并发处理能力高； 2.动态用户 IP 查询和 hash 结合，快速定位用户请求，动态优化 hash 结构； 3.Qos 在有限的资源情况下，可按不同用户或不同地区提供不同的服务质量，满足业务的个性化需求。	1.视频点（直）播； 2.CDN 引导； 3.文件下载引导。
乐视网手机视频播放技术	1.多种手机平台支持：Symbian/Windows Moblie/iPhone/Android； 2.领先的 H.264 解码技术，高清晰度； 3.支持 3G 网络传输。	自主研发	业内领先	比较成熟，已商业应用。	1.支持多种电信运营商的 3G 网络； 2.支持点播与实时直播； 3.服务器并发能力强。	手机流媒体点（直）播。
乐视网主动内容管理技术	1.优化内容路由； 2.减少内容的淘汰与抓取。	自主研发	业内领先	非常成熟，已商业应用。	1.根据每个用户的服务质量，主动迁移内容到服务质量更好的服务器位置，动态优化内容路由，提高服务质量； 2.可人工干预内容路由，规避重要业务在动态调整过程的风险。	1.视频点（直）播； 2.CDN 引导； 3.文件下载引导。
乐视网手机钱包支付商	1.联通手机钱包业务实时对接； 2.高安全	自主研发	业内领先	非常成熟，已商业应用。	1.通过 XML 接口与联通实时对接； 2.强大的后台管理功	互联网支付/手机话费

技术名称	功能特点	来源	技术水平	成熟度	技术优势	应用领域
平台系统	性,3DES/AES 加密技术; 3.通过短信/WEB 等多种方式支付; 4.商户对接功能。			业应用。	能; 3.完备的客服管理功能。	支付。

（二）发行人技术储备和研发项目进展

1、研发项目进展情况和拟达到的目标

公司目前储备的在研技术包括如下四个方面：

在研发技术名称	应用领域	项目进展情况	拟达到目标
乐视流媒体平台与管理系统	互联网/手机流媒体	乐视流媒体平台与管理系统V2.0是由设立之初的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”升级而来，目前正在升级开发V3.0版本。	1.提供完整的在线流媒体编码、管理、存储、分发、服务的能力； 2.同时适应手机与互联网流媒体； 3.多种媒体内容格式支持； 4.点播与直播同时支持； 5.完善的计费管理、内容管理能力。
乐视内容管理系统	互联网网站内容管理	乐视内容管理系统正由V1.0升级开发为V2.0，V1.0已经投入使用。	1.网站内容编辑、发布、管理； 2.自动定时发布； 3.实时预览功能； 4.编辑工作量统计。
乐视分布式网络存储系统	海量视频存储	正由V1.0升级开发V2.0阶段，主要实现自动管理。	为海量视频内容提供统一存储管理平台，可无限扩展存储容量。
乐视超清播放技术	超清播放机	初步开发成功，已投入试运行阶段，即将商用。	1.观看超清1080P高质量节目内容； 2.支持网络发布节目和线下USB方式分发节目； 3.支持DRM版权保护； 4.支持WEB访问。

2、研发费用情况

公司最近三年用于产品和技术研发的费用合计约为2,482.13万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2009年		2008年		2007年	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
研发费用合计	1,343.87	100.00%	699.38	100.00%	438.88	100.00%
人员相关费用	657.48	48.92%	355.25	50.80%	321.35	73.22%
软硬件投入	686.39	51.08%	344.12	49.20%	117.52	26.78%
其中：研发设备折旧	430.34		99.03		7.64	

研发软件摊销	256.05	245.09	109.88
研发费用占营业收入比重	10.27%	9.50%	11.89%

（三）发行人的研发人员情况

1、核心技术人员和研发人员比重

报告期内，公司的核心研发人员稳定，研发人员数量和比重稳定增长，具体情况见下表：

项目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
研发人员数量	78	29	28
占总人数比重	38.42%	24.79%	43.75%

2、近两年核心技术人员变动情况

公司通过采取有效的激励机制和人才保护措施，加强了核心技术人员的稳定性，近两年来公司的核心技术人员未出现重大变动。

（四）发行人的研发创新机制

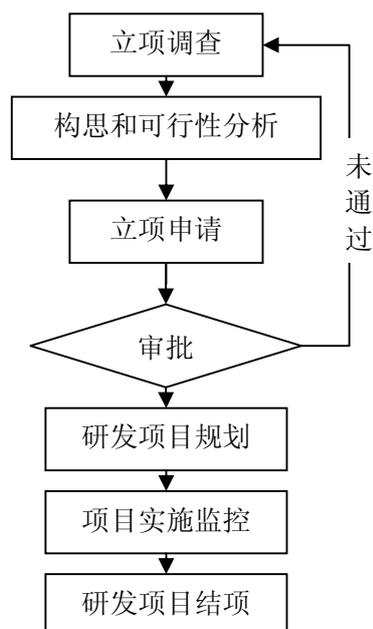
1、研发组织机制

（1）研发组织机构

公司设有研发中心各内部机构的职能如下：

序号	职能部门	主要职责
1	产品部	协调、沟通、确认产品需求，控制产品开发进度。
2	P2P 技术部	负责公司的 P2P+CDN 核心技术产品的研发。
3	超清播放机部	超清播放机技术及产品研究与开发。
4	WEB 应用开发部	负责公司所有 WEB 项目的开发。
5	无线应用开发部	主要负责手机应用开发。
6	测试部	跟进产品开发过程，负责产品测试、保障产品质量。
7	运行维护部	负责线上系统及产品运行和维护。

（2）研发组织流程



2、技术创新的制度安排

公司积极鼓励创新，对于有创新精神的工程师进行重点扶持，对于有创新性的建议给予充分的重视并调研、论证，择优进行开发、实施。公司的产品开发一直领先市场的预期，得益于研发部门的创新意识、健全的创新开发机制以及良好的创新氛围。公司进行技术创新的制度安排包括如下方面：

（1）考核制度

公司制订了严格的考核制度，并将创新性成果作为研发人员的重要考核方面。按照公司考核管理制度，每月对员工进行评级，设三级评分并进行排序，季度末如累计三次位列差级，将采取淘汰措施。其中对研发人员考核权重中包含创新性因素，该等打分权重占整体权重 15% 以上。

（2）激励机制

在研发创新机制上，除对核心技术人员给予非常有竞争力的薪水之外，还对重点项目设置了项目奖金，对核心技术人员的创新行为给予及时的奖励。公司还提供了有吸引力的晋升制度，有效的避免了关键技术人才的流失。

（3）人才引进政策

公司制定了详细的人才招聘政策，通过提供具有竞争力的薪酬、良好的工作环境及晋升机会引进具有创新能力和创新意识的优良人才。公司所在的行业技术进步及更新速度较快，通过引进掌握最新行业技术的人才保证公司在技术创新速度上赶超行业水平。

（4）外部技术交流策略

公司定期组织或者参加行业技术类交流活动，通过聚集行业专家和精英进行座谈、交流和研讨使公司随时洞悉行业技术方向和同业企业的技术现状，规划自身技术创新的方向。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）同业竞争情况

除本公司外，贾跃亭先生直接和间接控制 15 家企业，相关企业情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“五、公司主要股东及实际控制人情况”之“（二）控股股东、实际控制人及其控制的其它企业情况”。

贾跃亭先生控制的其它企业在业务、财务、经营管理等方面与本公司相互独立，不影响本公司的独立经营能力：

1、贾跃亭先生控制的其它企业与本公司分属不同行业，从事不同业务，不存在同业竞争的情形。山西西贝尔通信科技有限公司、北京西伯尔通信科技有限公司、FORD FIELD INTERNATIONAL LIMITED、SINOTEL TECHNOLOGIES LTD.、XBELL COMMUNICATION TECHNOLOGY LTD.和西伯尔联合通信科技（北京）有限公司等 6 家公司从事移动通信设备的研发和销售及工程服务；乐视娱乐投资（北京）有限公司、浙江乐视镇伟影视制作有限公司、乐视完美影视投资（北京）有限公司、OCEAN PILOT HOLDINGS LIMITED、SHARP LUCK TECHNOLOGY LIMITED、乐视新传媒信息技术（北京）有限公司、FAR UNION TECHNOLOGY LIMITED、GROWING PROPERTY TECHNOLOGY LIMITED 和 LETV NEW MEDIA HOLDINGS LTD.（乐视新传媒控股有限公司）等 9 家公司从事影视剧投资、制作及发行业务。

报告期内，本公司从事网络视频服务业务，未从事移动通信设备的研发和销售及工程服务，未从事影视剧投资、制作业务，未从事网络视频产品的制作和发行业务，与实际控制人控制的其它 15 家公司不存在同业竞争。

2、贾跃亭先生控制的其它企业及本公司均拥有独立完整的技术研发、市场推广和服务体系以及面向市场的独立经营能力。本公司与上述关联方分别从事不同的业务，在技术体系、产品或服务内容以及市场等各方面截然不同，公司自身拥有完整的与网络视频服务相关的技术研发体系，并建立了独立完整的视频运营

平台及服务体系，独立进行采购和销售，面向市场竞争。公司在技术研发、市场推广及服务体系等方面不存在依赖于上述 15 家公司的情形。

3、贾跃亭先生控制的其它企业及本公司均设立了独立的经营管理机构，独立行使经营管理职权，相互间不存在机构混同的情形。

4、贾跃亭先生控制的其它企业及本公司均设有独立的财务部门，有独立的财务核算体系，具有独立、规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；各公司开设有独立的银行账户，作为独立的纳税人依法独立纳税；

5、贾跃亭先生控制的其它企业及公司的董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、各自公司章程的有关规定产生。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在贾跃亭直接或间接控制的其它公司担任除董事、监事以外其它职务。

报告期内本公司的实际控制人贾跃亭直接或间接控制的各公司在业务、财务、经营管理上与本公司不存在同业竞争、潜在利益冲突及影响本公司独立性的其它情形。

6、未来公司拟从事的网络视频短片制作业务与实际控制人控制的乐视娱乐从事的影视剧投资制作业务具有一定的相似性，但是两类业务具有显著的差异，并未构成同业竞争，具体的差异表现在视频内容特点、内容生产机制、受众群体、盈利模式、投资风险、观看媒介、发行渠道、资质要求、推广方式等方面。

(1) 网络视频短片和影视剧作品在视频内容特点上存在显著差异。公司拟制作的网络视频短片通常是片长 5-15 分钟的小短剧，具有情节精炼、人物事件关系简单的特征；乐视娱乐投资制作的影视剧则是片长 80 分钟以上的大型影视作品，具有情节复杂曲折、人物事件关系复杂的特征。

(2) 网络视频短片和影视剧作品在内容生产机制上存在较大差异。公司拟制作的网络视频短片通常具有投资成本低、投资制作简单、制作周期短等特征；乐视娱乐投资制作的影视剧则是投资成本高、投资制作复杂、制作周期长等特征。

(3) 网络视频短片和影视剧作品的受众群体存在较大差异。公司拟制作的网络视频短片受众群为网络视频用户和手机电视用户，多以年轻人为主；乐视娱乐投资制作的影视剧受众群为影院观众，属于对视听效果具有较高享受性需求的人群。

(4) 网络视频短片制作和影视剧作品投资制作业务在盈利模式上显著不同。

公司拟制作的网络视频短片主要通过插片和植入式广告投放实现盈利；乐视娱乐投资制作的影视剧主要通过院线票房收入实现盈利。

(5) 网络视频短片制作和影视剧作品投资制作业务在投资风险上显著不同。公司拟制作的网络视频短片属于小制作，投资失败风险较低，即使投资失败给公司带来的损失较小；乐视娱乐从事的影视剧投资制作业务属于高风险高回报业务，一旦投资失败将给其带来较大的损失。

(6) 网络视频短片制作和影视剧作品投资制作业务在观看媒介上显著不同。网络视频短片通常以 PC 或者手机作为观看媒介；影视剧投资制作业务则以影院大型幕布作为观看媒介。

(7) 网络视频短片制作和影视剧作品投资制作业务在发行渠道上显著不同。网络视频短片通常以网络作为发行渠道；影视剧通常采用以电影院线、电视台为主，以音像制品、网络为辅的发行渠道。

(8) 网络视频短片制作和影视剧投资作品制作业务在资质要求上显著不同。网络视频短片制作需要取得《广播电视节目制作经营许可证》、《信息网络传播视听节目许可证》等许可证；影视剧制作需要取得《摄制电影许可证》、《电影片公映许可证》、《电影发行经营许可证》或《广播电视节目制作经营许可证》、《电视剧制作许可证》、《电视剧发行许可证》等许可证。

(9) 网络视频短片制作和影视剧作品投资制作业务在推广方式上显著不同。网络视频短片通常在拍摄完成后直接上网，不进行推广；影视剧通常需要投入大量资金进行推广，如电影在开拍之前即通过媒体进行宣传预热，电影开机之时召开发布会为影片造势，电影拍摄当中定期发布片花保持对电影的关注度，电影拍摄结束后进行大规模的广告宣传。

因此，公司拟从事的网络视频短片业务与现有网络视频服务业务更具紧密的关联度，而影视剧投资制作业务与网络视频服务业务在盈利模式、受众群体等方面存在显著差异，属于两类完全不同的专业领域，并不构成同业竞争关系。

综上所述，贾跃亭先生控制的其它企业不从事网络视频服务业务，不存在与本公司同业竞争的情形。

（二）股东关于避免同业竞争的相关承诺

为了避免损害公司及其它股东利益，控股股东和实际控制人贾跃亭先生向公

司出具了《避免同业竞争承诺函》。承诺内容如下：

1、目前本人控制的全资、控股企业或其它关联企业与乐视网间不存在同业竞争。

2、本人作为乐视网的控股股东、实际控制人期间，不从事或发展任何与乐视网从事业务相同或相近的业务或项目，亦不谋求通过与任何第三人合资、合作、联营或采取租赁经营、承包经营、委托管理等方式直接或间接从事与乐视网构成竞争的业务。

3、若因本人或乐视网的业务发展，而导致本人或本人控制的全资、控股企业或其它关联企业的业务与乐视网的业务发生重合而可能构成竞争，本人同意由乐视网在同等条件下优先收购该等业务所涉资产或股权，和/或通过合法途径促使本人所控制的全资、控股企业或其它关联企业向乐视网转让该等资产或控股权，和/或通过其它公平、合理的途径对本公司的业务进行调整以避免与乐视网的业务构成同业竞争。

4、本人作为乐视网的控股股东、实际控制人期间，如果未来取得任何与乐视网从事的业务相关的发展或投资机会的，将根据乐视网需要，无偿给予乐视网必要的支持和协助，不会利用乐视网控股地位或与乐视网之间的关联关系从事任何损害乐视网及其它股东，特别是中小股东利益的行为。

5、本人作为乐视网的控股股东、实际控制人期间，若违反上述承诺的，将立即停止与乐视网构成竞争之业务，并采取必要措施予以纠正补救；同时对因本人未履行本承诺函所作的承诺而给乐视网造成一切损失和后果承担赔偿责任。

二、关联方及关联关系

（一）实际控制人及其控制的其它企业

贾跃亭先生持有公司 62.41%的股权，为公司控股股东和实际控制人。贾跃亭先生的详细情况参见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其它核心人员”。贾跃亭先生控制的其它企业情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“五、公司主要股东及实际控制人情况”之“（二）控股股东、实际控制人及其控制的其它企业情况”。

（二）公司控股子公司

北京乐视流媒体广告有限公司为本公司的全资子公司，其具体情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、分公司情况”。

（三）其它主要股东

公司主要股东具体情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“五、公司主要股东及实际控制人情况”。

（四）主要投资者个人、关键管理人员及其关系密切的家庭成员所控制的企业情况

公司的主要投资者个人包括贾跃亭、贾跃芳；关键管理人员包括董事长、董事、董事会秘书、总经理、财务总监、主管各项事务的副总经理等人员。

贾跃亭先生持有其它公司股权的具体情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“五、公司主要股东及实际控制人情况”。

贾跃亭先生的父亲贾新安控制北京银石东方投资顾问有限公司 80%的股权，具体情况如下：

北京银石东方投资顾问有限公司成立于 2007 年 8 月 27 日，注册资本和实收资本 150 万元，法定代表人贾新安，经营范围为技术开发；投资咨询、财务咨询。贾新安和贾跃芳分别持有该公司 80%和 20%的股权。

除上述人员存在控制其它企业情况，主要投资者个人、关键管理人员及其关系密切的家庭成员无控制其它企业的情况。

三、关联交易

（一）经常性关联交易

报告期内，公司仅与关联方北京西伯尔通信科技有限公司发生经常性关联交易，具体情况如下：

1、交易金额

报告期内，公司与西伯尔通信因代收费交易形成的网络高清视频服务收入情

况如下：

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
关联交易金额	-	-	1,110.89
占同类收入比重	-	-	35.18%
占营业收入比重	-	-	30.09%

2、交易内容和定价

2005 年 11 月 12 日，公司与西伯尔通信签署了《PDA 业务合作合同》，西伯尔通信通过合法有效的 PDA 门户内容应用服务收费通道为本公司的网络视频点播业务提供代收费服务。

西伯尔通信经营具有代收费服务功能的 PDA 门户内容应用服务业务，该业务可能因连续 3 个月考核不合格而被移动运营商取消应用服务的资格。双方约定，本公司向西伯尔通信提供经营网络视频服务带来的用户流量从而帮助西伯尔通信完成中国移动通信有限公司的业绩考核指标；公司实现的全部网络视频点播信息费收入在扣除电信运营商分成收入后的净额收益全部由公司享有。

双方在自愿互利的情况下达成合作，不存在交易不公允的情形。

3、交易的必要性

自 2005 年 5 月开始，西伯尔通信取得中国移动授权的 PDA 门户内容应用服务资格，该项应用服务资格具有重要的收费功能，系中国移动面向高端用户提供的数据服务，为用户提供互联网到移动通信网之间的端口对接数据服务，具有订购方便、计费准确、结算周期短、结算率高、用户消费能力强的特点，比较适合作为网络视频点播业务的收费通道。

在设立之初，公司未获得便捷的用户付费通道，因此公司与西伯尔通信进行合作，获得其提供的 PDA 代收费服务。

4、与西伯尔通信代收费形成过程及其它往来情况

2006 年 1 月至 2007 年 9 月，西伯尔通信为公司所代收的视频点播服务费情况如下表：

单位：万元

	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
2006 年	17.59	51.07	83.25	65.92	64.96	95.85	81.84	112.01	86.38	75.22	74.55	91.37
2007 年	251.78	170.85	111.42	175.10	158.91	86.45	59.03	50.43	46.92	-	-	-

上述期间内，公司与西伯尔通信发生的代收视频点播服务费及其它往来款均在“其它应付款—西伯尔通信”中核算，该科目各月末余额情况如下：

单位：万元

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2006年	666.72	1,029.86	1,141.46	1,326.14	1,565.81	1,615.17	1,690.42	1,884.45	1,951.22	1,988.49	2,045.33	919.99
2007年	1,188.76	1,244.25	1,248.71	1,242.73	1,240.17	1,237.86	1,383.64	1,605.55	496.24	495.63	287.32	-

由上表中各月末余额可见，虽然西伯尔通信为公司提供代收费服务，但在2006年1月至2007年11月期间，公司处于向西伯尔通信借入资金状态，主要由于公司经营过程中资金需求较大而融资渠道较少，而向西伯尔通信借入短期资金所致。在2006年期初形成公司对西伯尔通信欠款325.08万元的基础上，上述期间内公司与西伯尔通信发生的借款及偿还情况如下：

单位：万元

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2006年	341.64	363.13	111.59	184.68	239.66	49.35	75.24	194.02	66.77	37.26	56.84	-1,125.35
2007年	268.75	55.48	4.45	-6.00	-2.58	-2.32	145.77	221.90	-1,109.32	-0.61	-208.30	-287.32

注：上表中“-”代表偿还金额

由上表可见，2006年-2007年期间，公司资金未被西伯尔通信占用。双方也均未向对方支付资金占用费。公司对西伯尔通信的其它应付款于2007年底余额为零，公司此后与西伯尔通信未发生资金往来。

5、交易的影响

该交易本着自愿公平原则进行，未出现损害双方利益的情形。2007年该项交易发生额1,110.89万元，占所属年度营业收入合计数比重为30.09%，未对所属年度的财务状况和经营成果产生重大不利影响。

2007年，中国移动梦网PDA业务正式融合到中国移动梦网WAP业务，由于WAP业务不能满足公司业务发展的需求，公司终止上述合作。同时，公司与中国联通开展了“手机小额支付”合作、与联动优势科技有限公司开展了“手机钱包”业务合作，获得了更便捷的收费渠道，顺利地实现了收费模式的延续和过渡。

经保荐人和发行人律师核查，除上述西伯尔通信通过所拥有的PDA门户内容应用服务收费通道为本公司提供代收费服务外，不存在为任何第三方提供代收费服务的情形，也不存在其自身业务利用该PDA门户的情形。西伯尔通信为本公司

提供的代收费服务严格按照运营商平台数据进行结算，结算数据真实准确，不存在西伯尔通信利用代收费服务通道占用本公司资源的情形。

（二）偶发性关联交易

1、购买电影版权

2009年7月5日，公司与乐视娱乐投资（北京）有限公司签订《信息网络传播权独占专有许可使用协议》，购买乐视娱乐投资（北京）有限公司拥有的电影《机器侠》在全球范围内的独家网络版权。

协议约定本公司享有该影视节目之独占专有信息网络传播权，包括但不限于转播权、转授权及在本协议授权范围内以领权方的名义独立追究盗版者的侵权责任的权力。同时，乐视娱乐投资（北京）有限公司向本公司及乐视广告授权自合同生效之日起一年的《机器侠》广告经营权及收益权。信息网络传播权和独占专有维权的权利期限自2009年8月18日起至永久期限。授权费用共计200万元。

2009年采购《机器侠》网络版权时，本公司参考了同期上映的电影版权交易情况，制订了合理的采购价格，具体情况如下：

单位：万元

版权内容	授权种类	授权性质	签约日期	授权范围	授权期限	授权费用
机器侠	信息网络传播权	独占专有使用	2009年8月17日	包括但不限于网络点播、直播、轮播、广播、下载、IPTV、数字电视、无线增值业务、网吧等环境及包括但不限于以手机、电脑、机顶盒、MPEG4播放器、车载电视、航空器电视为终端的网络版权和与之相关的复制权、销售权、发行权、放映权及相应增值业务等权利	永久版权	200
熊猫大侠	信息网络传播权	独占专有使用	2009年7月24日	包括但不限于网络点播、直播、轮播、广播、IPTV数字电视、无线增值业务、广播电视和多媒体、网吧等环境或以手机、电脑、机顶盒、MPEG4播放器、车载电视、航空器电视为终端的网络版权和复制权、销售权、发行权、放映权及相应增值业务等权利	5年	110
窃听风云	信息网络传播权	独占专有+非独占专有	2009年8月3日	包括但不限于网络点播、直播、轮播、广播、下载、IPTV、无线增值业务、广播电视和多媒体广播、网吧等环境或以手机、电脑、机顶盒、MPEG4播放器、车载电视为终端的网络版权和复制权、销售权、发行	3年独占专有+2年非独家	50

大内密探零零狗	信息网络传播权	独占专有使用	2009年7月25日	权、放映权及相应增值业务等权利包括点播、转播、广播、轮播、直播、IPTV 和网络应用无线增值业务，但不包括下载	5年	40
---------	---------	--------	------------	---	----	----

本公司对于最新的大片，一般均于其上映前采购其信息网络传播权，由上述对比可以看出，决定这些影片授权费用关键因素是投资成本、授权范围和授权期限，投资成本越高，授权范围越广，授权期限越长，价格越高，本公司向乐视娱乐所采购的《机器侠》的信息网络传播权，由于包括了所有的有线或者无线方式，授权期为永久期限，因此，在双方友好协商的基础上确定授权费 200 万元，交易价格公允合理。

本公司采购关联方出售的版权时，严格遵照法律法规及其《公司章程》、《关联交易决策制度》的规定，按照其规定的版权采购流程与制度，独立评估乐视娱乐拟许可的影视剧版权价值，通过非公开竞价参与竞购。

乐视娱乐今后与本公司从事上述类似业务的计划安排，相关关联交易的定价依据：

1、乐视娱乐未来同本公司将就影视剧网络版权开展合作，乐视娱乐享有发行权的电影、签约导演及艺人的电影作品，优先与乐视网就打击网络盗版、转让网络版权等业务开展合作。

2、2010 年 3 月 18 日，乐视娱乐出具《承诺函》：“（1）对于本公司合法拥有的影视剧版权，乐视网在同等条件下（价格、授权范围、授权期限等）享有优先购买的权利；（2）本公司将按照法律法规的规定以及市场商业原则与乐视网开展合作；相关交易将按照市场化原则进行定价，不损害乐视网及其股东的利益。”

3、乐视娱乐预计未来三年内计划投资部电影合计约 6-8 部，其中目前已有明确投资计划的电影为：2010 年的《决战刹马镇》、《十二星座》，2011 年的《关公》、《机器侠续集》，2012 年的《图兰朵》、《愤怒的荷花》。未来三年本公司计划采购约 200-240 部电影或电视剧。如本公司决定购买乐视娱乐投资的上述全部影片，该等购买量也仅占本公司计划总采购量的 4% 以内，由此可见，未来三年内此类关联交易占同类交易比重较小，本公司版权采购并不依赖乐视娱乐。

2、域名受让

本公司自设立之日起无偿使用本公司实际控制人贾跃亭先生持有的域名

“Letv.com”。2009年5月贾跃亭先生与本公司签订了《域名转让协议》，将其所拥有的上述域名无偿转让给本公司，本公司已取得上述域名的登记证书。

3、股权受让

2009年5月22日本公司之自然人股东刘弘将其持有的本公司控股子公司乐视广告5%的股权无偿转让给自然人杨洋。2009年9月12日，乐视广告的自然股东杨洋将其所持有的乐视广告5%的股权无偿转让给本公司。

4、关联方为公司借款提供担保及反担保

(1) 与北京银行短期借款相关的反担保

2009年6月30日，本公司与北京银行股份有限公司建外支行签订最高授信额度为2,000万元的《综合授信合同》（合同编号为0052092），额度有效期为自合同生效之日起364天。本公司就此项综合授信合同与北京中关村科技担保有限公司（下称“中关村担保”）签订《最高额委托保证合同》（合同编号为2009年WT278），由中关村担保提供保证担保。

为此，本公司、西伯尔通信和贾跃亭先生向中关村担保提供反担保，其中西伯尔通信和贾跃亭先生与中关村担保签订《最高额反担保（保证）合同》（合同编号为2009年BZ278号），本公司与中关村担保签订《最高额反担保（应收账款质押）合同》（合同编号为2009年QZYYS278号）。截至2009年12月31日，本公司在上述综合授信额度项下借入短期借款2,000万元。

2009年7月23日，中关村担保出具《关于贾跃亭持有的乐视网信息技术（北京）股份有限公司股权免于承担保证责任的函》，承诺不对贾跃亭先生持有的公司股份行使担保权或其它权利，贾跃亭先生持有的公司股份不属于保证责任范围。

(2) 与杭州银行短期借款相关的担保事项

2009年7月27日，本公司与杭州银行股份有限公司北京分行签订授信额度为3,500万元的《综合授信合同》（合同编号为ZHSX(BF)20090032），额度使用期限为11个月，从2009年7月27日至2010年6月25日。

抵押权人杭州银行股份有限公司与西伯尔通信签订《最高额保证合同》（合同编号为091C1102009001741），抵押权人杭州银行股份有限公司北京分行与抵押人贾跃芳签订《最高额抵押合同》（合同编号为091C1102009001742）。截至2009

年 12 月 31 日，本公司在综合授信额度项下借入短期借款 1,500 万元。

(3) 与中信信托短期借款相关的担保事项

2009 年 12 月 16 日，本公司与中信信托有限责任公司（下称“中信信托”）签订贷款额度为 500 万元的《人民币资金借款合同》（合同编号为 P2009M11SPGTH0001-008），有效期为 2009 年 12 月 16 日至 2010 年 12 月 16 日。本公司就此项借款合同与中关村担保签订《保证合同》，由中关村担保提供保证担保。

2009 年 12 月 16 日，北京西伯尔通信科技有限公司和贾跃亭先生与中关村担保签订《反担保合同》，为上述担保提供反担保。

2010 年 1 月 25 日，中关村担保出具《关于贾跃亭持有的乐视网信息技术（北京）股份有限公司股权免于承担保证责任的函》，承诺不对贾跃亭先生持有的公司股份行使担保权或其它权利，贾跃亭先生持有的公司股份不属于保证责任范围。

除上述关联交易形成的担保事项外，审计报告批准报出日后公司与关联方发生的担保事项详见本招股说明书之“第十三节 其它重要事项”之“一、重要合同”。

5、关联方往来余额

公司与关联方在报告期内各期末的往来余额情况如下：

单位：万元

项目	名 称	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
其他 应收款	贾跃亭			15.99
	刘弘		30.62	
	邓伟		50.56	
	合 计		81.17	15.99
其他 应付款	刘弘			18.53
	贾跃民		11.56	38.48
	贾跃亭		0.11	
	合 计		11.67	57.01

(三) 关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司与关联方发生的关联交易，均采用公允价值进行结算，没有损害公司及

股东的合法权益，且公司采取措施逐步减少关联交易，因此对公司财务状况和经营成果不会造成较大影响。

（四）规范关联交易的制度安排和措施

1、《公司章程》（草案）关于规范关联交易的安排

（1）规范控股股东的行为

公司在《公司章程》（草案）中规定公司控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反前述规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和社会公众股股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。

（2）股东大会对关联交易的审议程序

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过方为有效。但是，该关联交易事项涉及章程第七十七条规定的事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的 2/3 以上通过方为有效。

（3）董事会对关联交易的审议程序

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业或个人有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其它董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

（4）其它规范关联交易的安排

监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

2、《关联交易决策制度》关于规范关联交易的安排

公司制定了《关联交易决策制度》，对关联人、关联交易内容、关联交易报告、回避制度、决策权限等相关内容进行了明确的规定。

(1) 对于公司已有的或计划中的关联交易事项，任何与关联方有利害关系的董事、监事及高级管理人员，均应当尽快向董事会报告其利害关系的性质和程度，而不论该关联交易事项是否需要董事会的批准同意。

(2) 重大关联交易（指公司拟与关联自然人达成的总额高于 30 万元或公司拟与关联法人达成的总额高于 100 万元且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

(3) 董事会审议关联交易事项时，有利害关系的董事可以出席董事会会议，就该关联交易的公允性及是否对公司有利发表意见，并就其它董事的质询作出说明。公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其它董事行使表决权。

(4) 公司与关联人达成的交易金额在 1,000 万元以上，并且占公司最近一期经审计净资产绝对值的 5% 以上的关联交易事项，除应当及时披露外，还应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或者审计；并且必须经股东大会批准后方可实施。

3、建立《独立董事工作制度》规范发行人的关联交易

为避免和消除可能出现的公司股东利用其地位而从事损害本公司或公司其它股东利益的情形，保护中小股东的利益，自股份公司设立起就选聘两名独立董事，建立健全了《独立董事工作制度》。该制度规定：公司董事会成员中至少要有三分之一以上独立董事，独立董事中至少包括一名会计专业人士（会计专业人士是指具有高级职称或注册会计师资格的人士），并为保证公司独立董事的独立性做了相应的规定。

独立董事除应当具有《公司法》和其它法律、法规赋予董事的职权外，还可以就重大关联交易（是指公司拟与关联自然人达成的数额高于 30 万元或公司拟与关联法人达成的总额高于 100 万元且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易）进行认可后，提交董事会讨论。独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其独立判断的依据。

四、独立董事对报告期内重大关联交易的意见

对于报告期内关联交易，公司独立董事根据《公司法》等有关法律、法规和《公司章程》的规定发表了如下独立意见：“报告期内股份公司与关联方发生的关联交易不存在任何争议或纠纷；关联交易所执行的价格公允、合理；报告期内股份公司与关联方发生的关联交易不存在损害股份公司或其它中小股东利益的情形。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与其它核心人员

一、董事、监事、高级管理人员与其它核心人员简介

公司董事、监事、高级管理人员的任期均为三年，本届任期从 2009 年 2 月 2 日至 2012 年 2 月 1 日。

（一）董事会成员

公司本届董事会由贾跃亭、刘弘、刘纲、张长胜和沈艳芳等 5 人组成，其中张长胜和沈艳芳为独立董事，全部董事均由 2009 年 2 月 2 日召开的创立大会暨第一次股东大会选举产生，不存在由关联人直接或间接委派的情况。

1、贾跃亭

贾跃亭先生，男，1973 年生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士学历。贾跃亭先生于 1995 年 9 月至 1996 年 7 月任山西省垣曲县地方税务局网络技术管理员；1996 年至 2002 年任山西垣曲县卓越实业公司总经理；2002 年创建山西西贝尔通信科技有限公司；2003 年创建北京西伯尔通信科技有限公司；2004 年创建本公司。贾跃亭先生现任本公司董事长、总经理。其它兼职情况请参见本节“四、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员兼职情况”。

董事提名人：贾跃亭。

2、刘弘

刘弘先生，男，1973 年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生、资深记者。刘弘先生 1997 至 2004 年为中国国际广播电台记者；2004 年至 2008 年历任公司副总经理、财务负责人；现任公司副董事长、副总经理。

董事提名人：贾跃亭。

3、刘纲

刘纲先生，男，1968 年生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士。刘纲先生于 2000 年至 2006 年任湘财证券创业投资部副总裁；2006 年至今任深圳创投北京公司总经理、深圳创投天津公司副董事长；刘纲先生现兼任北京大学私募股权投资基金高级研修班高级研究员、海淀创业投资及私募股权投资协会会

长；现任公司董事。

董事提名人：深圳市创新投资集团有限公司。

4、张长胜

张长胜先生，男，1947年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生。张长胜先生曾任江苏省省委秘书长、省长助理，2003年至2008年5月历任中国网通副总经理、党组成员、高级副总裁；2008年6月至今任华亿传媒有限公司董事局副主席兼非执行董事；现任公司独立董事。

董事提名人：贾跃亭。

5、沈艳芳

沈艳芳女士，女，1971年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生，高级经济师、注册会计师、注册资产评估师。沈艳芳女士1994年7月至2001年7月历任亚太（集团）会计师事务所有限公司北京总部高级经理、监管部主任、董事；2001年8月至2003年11月任中联投资管理有限公司副总经理；2003年12月至2006年12月担任北京中发道勤会计师事务所主任会计师；2007年至今任中瑞岳华会计师事务所有限公司副主任会计师；现任公司独立董事。

董事提名人：贾跃亭。

（二）监事会成员

公司监事会由唐富文、贾跃芳和吴孟3名监事组成，其中，吴孟先生由职工代表大会选举产生，唐富文和贾跃芳由2009年2月2日召开的创立大会暨第一次股东大会选举产生，不存在由关联人直接或间接委派的情况。

1、唐富文

唐富文先生，男，1971年生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科，高级会计师、注册会计师。唐富文先生1994年7月至1998年10月历任国内贸易部财会司科员、副主任科员；1998年11月至2001年6月任中祥会计师事务所副主任会计师；2001年7月至2003年10月任中国华星集团公司资产部总经理；2003年11月至2006年3月历任中国华星汽车贸易集团有限公司副总经理、常务副总经理、总经理，并兼任无锡新纪元汽车贸易有限公司董事长、衡阳恒飞特种电缆有限公司董事长；2006年4月至2008年4月任中国华星集团公司投资管理中心副主任；2008年5月至今任北京汇金立方投资管理中心执行合伙人、

汇金立方资本管理有限公司总经理；现任公司监事会主席。

监事提名人：汇金立方资本管理有限公司。

2、贾跃芳

贾跃芳女士，女，1963年生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科。贾跃芳女士1984年至今任北京起重运输机械设计研究院工程师；2004年至今在公司历任监事、执行董事、经理和监事；现任公司监事。

监事提名人：贾跃芳。

3、吴孟

吴孟先生，男，1973年生，中国国籍，无境外永久居留权。吴孟先生1992年至2002年任职于中国建设银行山西省分行垣曲县支行；2003年至2004年任北京西伯尔通信科技有限公司商务部经理；2004年至今在公司任行政主管；现任公司监事。

吴孟先生为公司职工监事。

（三）高级管理人员

1、贾跃亭

贾跃亭先生，总经理，其简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员和其它核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

2、刘弘

刘弘先生，副总经理，其简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其它核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

3、贾跃民

贾跃民先生，男，1968年生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科。贾跃民先生1989年至2004年任职于中国人民银行临汾分行；2005年至今任公司副总经理；现任公司副总经理。

4、杨永强

杨永强先生，男，1980年生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科。杨永强先生2001年至2003年历任北京因迪泰科公司开发工程师、部门经理；2003年至2005年任长天科技集团有限公司增值业务事业部（手机流媒体业务）技术总监；2005年至今历任公司技术总监、副总经理；现任公司副总经理。

5、李军

李军先生，男，1967年生，中国国籍，无境外永久居留权。李军先生1990年至2002年历任北京博思凯实业有限责任公司营销业务员、营销主管、副总经理等职位；2002年至2008年任大同博思凯实业有限责任公司总经理；2009年至今任公司副总经理；现任公司副总经理。

6、邓伟

邓伟先生，男，1975年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生，律师。邓伟先生2002年至2004年任太原科技大学教师；2004年至2008年任北京市金杜律师事务所律师；2008年至今历任公司证券部总监、董事会秘书；现任公司董事会秘书。

7、杨丽杰

杨丽杰女士，女，1975年生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科，中级会计师。杨丽杰女士2004年至2007年任北京西伯尔通信科技有限公司财务管理部经理，2008年至今任公司财务总监；现任公司财务总监。

（四）其它核心人员

1、高飞

高飞先生，男，1976年生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士。高飞先生1999年至2002年历任大唐电信科技股份有限公司国际部项目经理、国际市场部进出口部经理；2004年至2008年历任新浪网新闻中心主编、视频总监；2008年至2009年任酷6网副总编；现任公司总经理助理。

2、金杰

金杰先生，男，1972年生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科。金杰先生1996年至2000年任中国民生银行上海分行零售银行部市场和综合科科长；2001年至2003年任招商银行信用卡中心主任；2004年至2007年任中国民生银行信用卡中心总经理；2007年至2009年任渣打银行（中国）公司行销专业讲师、苏州分行副总裁兼乐桥支行行长；现任公司总经理助理。

二、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员持有本公司股份情况及对外投资情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其它核心人员持有本公司股份情况

1、持有本公司股份情况

公司董事、监事、高级管理人员及其它核心人员持本公司股份具体情况如下：

姓名	任职	股数（万股）	持股比例
贾跃亭	董事长、总经理	4,680.75	62.41%
贾跃芳	监事	630.00	8.40%
刘弘	副董事长、副总经理	348.75	4.65%
李军	副总经理	252.00	3.36%
贾跃民	副总经理	249.75	3.33%
杨永强	副总经理	63.00	0.84%
邓伟	董事会秘书	37.88	0.51%
杨丽杰	财务总监	37.88	0.51%

上述人员持有的本公司股份不存在被质押或冻结的情况。

2、近三年持有本公司股份的增减变动情况

近三年董事、监事、高级管理人员及其它核心人员持有本公司股份的变动情况如下表：

姓名	期初股权比例	股权比例变动	变动时间	变动原因
贾跃亭	90%	增加 10%	2006 年 10 月	受让贾跃芳出资额
		减少 16%	2008 年 08 月	增资扩股
		减少 21.59%	2008 年 12 月	转让出资额
贾跃芳	10%	减少 10%	2006 年 10 月	将出资额转让给贾跃亭
		增加 8.40%	2008 年 12 月	受让贾跃亭出资额
刘弘	0	增加 4.65%	2008 年 12 月	受让贾跃亭出资额
李军	0	增加 3.36%	2008 年 12 月	受让贾跃亭出资额
贾跃民	0	增加 3.33%	2008 年 12 月	受让贾跃亭出资额
杨永强	0	增加 0.84%	2008 年 12 月	受让贾跃亭出资额
邓伟	0	增加 0.51%	2008 年 12 月	受让贾跃亭出资额
杨丽杰	0	增加 0.51%	2008 年 12 月	受让贾跃亭出资额

（二）董事、监事、高级管理人员及其它核心人员其它对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其它核心人员的其它对外投资情况如下：

姓名	本公司职务	对外投资	持股比例
贾跃亭	董事长、总经理	乐视娱乐投资（北京）有限公司	96%
		山西西贝尔通信科技有限公司	90%
		FORD FIELD INTERNATIONAL LIMITED	100%
		OCEAN PILOT HOLDINGS LIMITED	100%
		FAR UNION TECHNOLOGY LIMITED	100%
		GROWING PROPERTY TECHNOLOGY LIMITED	100%
刘弘	副董事长、副总经理	乐视娱乐投资（北京）有限公司	4%
贾跃芳	监事	北京银石东方投资顾问有限公司	20%
唐富文	监事会主席	北京汇金立方投资管理中心	0.02%

截至本招股说明书签署日，除上述已披露的其它对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员及其它核心人员不存在其它对外投资情况。上述人员的其它对外投资与公司不存在利益冲突。

三、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其它核心人员无其它兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职企业	兼职职务	兼职单位与本公司关系
贾跃亭	董事长、总经理	贾跃亭控制的 12 家其它企业	董事长或执行董事	同一控制
刘弘	副董事长、副总经理	乐视娱乐	董事	同一控制
刘纲	董事	深圳创投北京公司	总经理	无
		深圳创投天津公司	副董事长	
张长胜	独立董事	华亿传媒有限公司	董事局副主席兼非执行董事	无
贾跃芳	监事	北京银石东方投资顾问有限公司	监事	无

姓名	本公司职务	兼职企业	兼职职务	兼职单位与本公司关系
沈艳芳	独立董事	中瑞岳华会计师事务所有限公司	副主任会计师	无
唐富文	监事会主席	汇金立方（有限合伙）	执行合伙人	主要股东的股东
		汇金立方资本管理有限公司	总经理	主要股东

注：贾跃亭兼任董事长或执行董事职务的公司包括 SINOTEL、FORD FIELD、Xbell、西伯尔联合、乐视娱乐、乐视镇伟、OCEAN PILOT、SHARP LUCK、FAR UNION、GROWING PROPERTY、新传媒信息和新传媒控股等 12 家公司。

除上述兼职外，公司董事、监事、高级管理人员及其它核心人员无其它兼职情况。

四、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员最近一年在发行人及关联方领取收入情况

2009 年度，董事、监事、高级管理人员及其它核心人员在公司和关联企业领取薪酬情况如下：

单位：元

序号	姓名	本公司职务	薪金	取得单位
1	贾跃亭	董事长、总经理	312,000.00	公司
			1,086,000.00	SINOTEL TECHNOLOGIES LTD.
			114,000.00	西伯尔联合通信科技（北京）有限公司
2	刘弘	副董事长、副总经理	240,000.00	公司
3	唐富文	监事会主席	90,000.00	汇金立方
4	吴孟	职工监事	60,000.00	公司
5	贾跃民	副总经理	240,000.00	公司
6	杨永强	副总经理	240,000.00	公司
7	李军	副总经理	240,000.00	公司
8	杨丽杰	财务总监	180,000.00	公司
9	邓伟	董事会秘书	180,000.00	公司
10	金杰	总经理助理	225,000.00	公司
11	高飞	总经理助理	210,000.00	公司

除上述收入外，公司董事、监事、高级管理人员及其它核心人员没有在公司

享受其它待遇和退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员间亲属关系

除贾跃芳与贾跃民、贾跃亭为姐弟关系外，公司其它董事、监事、高级管理人员及其它核心人员不存在任何亲属关系。

六、董事、监事、高级管理人员及其它核心人员与公司签订协议、重要承诺及履行情况

截至本招股说明书签署日，公司与高级管理人员及其它核心人员均已签订《劳动合同》，并与公司签署《竞业禁止协议》，公司董事、监事、高级管理人员及其它核心人员均承诺：严格遵守《公司法》等有关法律法规和公司章程的规定，不自营或者为他人经营与本公司同类的业务或者从事损害本公司利益的活动。

报告期内，上述协议和承诺均得以良好履行。

七、董事、监事、高级管理人员任职资格说明

公司董事、监事、高级管理人员均符合《公司法》和《公司章程》规定的任职条件。

八、董事、监事、高级管理人员近三年变动情况及变动原因

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的变动主要系正常换届选举，或者公司根据业务发展需要相应进行增聘，并履行了必要的程序。

（一）公司董事变动情况

2009年2月2日，公司创立大会暨第一次股东大会选举贾跃亭、刘弘、刘纲、张长胜、沈艳芳为公司第一届董事会董事。

除上述变动之外，近三年董事未发生其它变化。

（二）公司监事变动情况

2009年2月2日，公司创立大会暨第一次股东大会选举唐富文、贾跃芳、吴孟为第一届监事会监事。

除上述变动之外，近三年监事会未发生其它变化。

（三）公司高级管理人员变动情况

报告期内，公司高级管理人员变化情况如下：

时 间	姓 名	职 务
2007年1月至2008年9月	贾跃亭	总经理
	刘弘	副总经理
	贾跃民	副总经理
	杨永强	副总经理
2008年10月至2009年1月	贾跃亭	总经理
	刘弘	副总经理
	贾跃民	副总经理
	杨永强	副总经理
	杨丽杰	财务总监
2009年2月至今	贾跃亭	总经理
	刘弘	副总经理
	贾跃民	副总经理
	杨永强	副总经理
	李军	副总经理
	杨丽杰	财务总监
	邓伟	董事会秘书

（四）保荐人、发行人律师关于董事、高级管理人员变化的意见

保荐人认为：虽然发行人近两年新增4名董事，但核心董事一直由实际控制人贾跃亭担任，新增4名董事中刘弘近三年一直担任发行人副总经理职务，另有2名为独立董事；发行人共有高级管理人员7名，近两年新增高级管理人员3名，但发行人原有高级管理人员无人离职，新增人员为根据公司规模扩张而新引进的管理人才，发行人的总经理、主管业务的副总经理、主管技术的副总经理并未发

生变化，因此发行人董事、高级管理人员近两年未发生重大变化。

发行人律师认为：虽然近两年发行人的董事人数发生较大变化，但发行人实际控制人未发生变更且持续担任发行人的核心董事，并且新增加的董事中刘弘近三年始终是发行人的高级管理人员，因此发行人董事并没有发生重大变化；目前，发行人的高级管理人员人数为 7 人，发行人原有高级管理人员无人离职，新增人员为根据发行人规模扩张而新引进的管理人才，发行人的总经理、主管业务的副总经理、主管技术的副总经理并未发生变化，因此担任主要管理职务的人员并没有发生重大的变化。因此，发行人符合《创业板暂行办法》第十三条规定的“董事、高级管理人员没有发生重大变化”的要求。

第九节 公司治理

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度建立健全及运行情况

2009年2月2日，公司召开了股份公司创立大会暨第一次股东大会，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员，并审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等相关制度。公司股东大会按照《公司法》及有关法律法规和《公司章程》的规定规范运作，依法行使职权、履行职责，没有违法违规情况的发生。

本公司恪守法定程序，规范运作，截至本招股说明书签署日共召开了7次股东大会；股东大会对订立和修改《公司章程》，选举董事会、监事会成员，建立《股东大会议事规则》、《独立董事工作制度》等制度，对增资扩股、发行授权、募集资金投向以及对董事会工作报告、监事会工作报告、财务预算、决算报告、利润分配预案等事项做出有效决议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会建立健全及运行情况

2009年2月2日，股份公司创立大会暨第一次股东大会选举产生了公司第一届董事会，并审议通过了《董事会议事规则》，对董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录等进行了规范。董事会对股东大会负责，董事会由5名董事组成，其中独立董事2名，董事由股东大会选举产生。董事会设董事会秘书一人，由董事长提名，由董事会聘任或者解聘。

截至本招股说明书签署日，公司共召开董事会会议11次；对董事长的选举、高管人员的聘用、管理机构的设置方案等做出有效决议。

历次董事会召开期间，全体董事会成员均按时出席现场会议并较好地履行其董事的职责。

2、董事会审计委员会的人员构成、议事规则及运行情况

公司于 2009 年第三次股东大会决议设立董事会审计委员会，同时任命沈艳芳、张长胜、贾跃亭为审计委员会成员，沈艳芳为召集人。

公司于第一届董事会第三次会议审议通过《董事会审计委员会实施细则指引》，对审计委员会会议事规则进行了明确规定：（1）审计委员会根据主任委员提议不定期召开会议。会议召开前七天须通知全体委员，会议由主任委员主持，主任委员不能出席时可委托其它一名委员（独立董事）主持；（2）审计委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票的表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过；（3）审计委员会会议表决方式为举手表决或投票表决，临时会议可以采取通讯表决的方式召开；（4）审计委员会会议通过的议案及表决结果，应以书面形式报公司董事会；（5）出席会议的委员均对会议所议事项有保密义务，不得擅自披露有关信息。

目前，公司董事会审计委员会严格按照《董事会审计委员会实施细则指引》，执行其必要职能，强化了董事会决策功能，切实发挥了董事会在事前审计、专业审计、对管理层的监督及完善公司治理结构等方面的作用。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

2009 年 2 月 2 日，股份公司创立大会暨第一次股东大会选举产生了公司第一届监事会，并审议通过了《监事会议事规则》，对监事会的召集、出席、议事、表决等进行了规范。公司制定了《监事会议事规则》，监事会规范运行。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使职权。

截至本招股说明书签署日，公司共召开监事会会议 2 次。监事会成员均按照《监事会议事规则》履行职责。

（四）独立董事履行职责的情况

独立董事张长胜为网络信息行业专业人员，具有较高的专业水平；独立董事沈艳芳系高级经济师、注册会计师、注册资产评估师，属于财务专业人士。独立董事当选至今，根据《公司章程》规定，遵循《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》出席股东大会、董事会，积极参与议案讨论，独立行使表决权。各位独立董事根据自身的专长，分别任董事会下属各专业委员会

委员，结合公司实际情况，在完善公司法人治理结构、提高公司决策水平等方面提出积极的建议，发挥了较好的作用。

（五）董事会秘书制度

公司董事会设董事会秘书，董事会秘书是公司高级管理人员，依据《公司法》及证券交易所的有关规定赋予的职权开展工作，履行职责，对董事会负责。2009年2月2日，公司召开第一届董事会第一次会议，根据董事长贾跃亭先生提名，公司董事会聘任邓伟先生为公司董事会秘书。

本公司董事会秘书自聘任以来，有效履行了《公司章程》赋予的职责，为公司法人治理结构的完善、董事监事高管人员的系统培训、与中介机构的配合协调、与监管部门的积极沟通、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定、重大项目的投向等事宜发挥了高效作用。

二、近三年违法违规行为情况

公司已依法建立健全股东大会制度、董事会制度、监事会制度、独立董事制度和董事会秘书制度，自公司设立至今，公司严格按照《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营，不存在任何违法违规行为或受到处罚的情况。

三、资金占用和对外担保情况

公司有严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其它企业占用的情形。

公司的对外担保情况详见本招股说明书之“第十三节 其它重要事项”之“二、对外担保的情况”。

《公司章程》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，公司近三年及一期不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其它企业进行违规担保的情形。

四、内部控制相关情况

（一）管理层关于内部控制完整性、合理性和有效性的评价

公司管理层对内部控制的完整性、合理性和有效性进行了合理的评估，认为：截至 2009 年 12 月 31 日，公司在所有重点控制环节建立了较为健全的、合理的内部控制制度，并已得到了有效遵循，为实现经营的效率与效果、财务报告的可靠性、法律法规的遵循提供了合理的保证。公司目前正处于发展较快的时期，经营规模的不断扩大对公司内部控制提出了更高的要求，公司将通过不断完善内部控制制度，强化规范运作意识，加强内部监督机制，促进公司健康、稳定、快速地发展。

（二）注册会计师关于发行人内部控制制度完整性、合理性及有效性的说明

会计师对公司相关内部控制制度进行了审核，并出具了利安达专字[2010]第 1110 号《内部控制鉴证报告》，认为公司管理层按照财政部颁布的《内部会计控制规范》及相关具体规范的控制标准于 2009 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

五、对外投资、担保事项的政策及制度安排和执行情况

（一）对外投资

公司 2009 年第三次临时股东大会审议通过了《投资决策制度》，对公司对外投资的实施管理和责任追究等事项进行了明确规定。

1、对外投资决策权限

《公司章程》和《投资决策制度》规定：投资项目立项由董事会和股东大会按照各自的权限，分级审批。公司董事会的投资决策权限为：金额在 500 万元以上至公司最近一期经审计净资产 10%（含 10%）的对外投资。

超过公司董事会权限范围以外的投资由公司股东大会决定。

2、对外投资审批程序和责任追究

（1）主业范围的投资审批程序

公司对主业范围的投资项目实行逐级审批办法，按下列程序办理：①公司的股东、董事、高级管理人员、相关职能部门、相关业务部门和各下属公司书面提出；②证券部对各投资建议或机会加以初步分析，组织编写项目建议书，并上报总经理；③总经理组织对项目建议书进行审查，认为可行的，组织证券部编写项目的可行性研究报告后提交董事会审议；④需要由股东大会审议通过的对内投资项目，在董事会审议通过后提交股东大会审议；⑤如果证券部或总经理（总经理办公会议）认为投资项目不可行，应按上述程序提交不可行的书面报告，由董事会（股东大会）最终决策。

（2）非主业范围的投资审批程序

公司对非主业范围的投资项目实行逐级审批办法，按下列程序办理：①公司的股东、董事、高级管理人员、相关职能部门、相关业务部门和各下属公司书面提出；②总经理组织相关人员对项目的投资建议进行研究；③认为项目可行的，组织证券部、财务部等相关部门和人员编制项目投资方案草案，并对项目的可行性做出评审意见，经总经理办公会同意后报董事会审议；④需要由股东大会审议通过的对外投资项目，在董事会审议通过后提交股东大会审议；⑤如果总经理（总经理办公会议）认为投资建议不可行，应按上述程序提交不可行的书面报告，由董事会（股东大会）最终决策。

（二）对外担保

公司 2009 年第四次临时股东大会审议通过了《对外担保管理办法》，对公司对外担保合同的审查、担保风险管理等事项均进行了明确规定。

1、对外担保决策权限

《对外担保管理办法》规定：

“公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

- （1）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10% 的担保；
- （2）公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50% 以后提供的任何担保；
- （3）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；
- （4）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

(5) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 3,000 万元人民币；

(6) 对股东、实际控制人及其关联人提供的担保。”

“公司不得为公司股东、股东的控股子公司及持股 50% 以下的其它关联方、任何非法人单位或个人提供担保，亦不得直接或间接为资产负债率超过 80% 的被担保对象提供债务担保。”

“公司对外提供担保必须经公司出席董事会会议的三分之二以上董事签署同意，或者经股东大会批准。董事会有权批准除上述规定的须提交股东大会审议通过的对外担保之外的其它对外担保事项。”

“由股东大会审议的对外担保事项，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审议。”

2、担保合同审查和责任及对外担保审批情况

根据《对外担保管理办法》，公司须慎重审查担保合同：对主债权主体、种类、数额、债务人履约期限、保证方式、担保范围及其它事项均应逐项审核；掌握债务人资信状况，对担保事项的利益和风险进行充分分析；公司为他人提供担保，必须采取反担保措施，并应对反担保提供方的实际承担能力进行严格审查；加强担保事项的善后管理。专人保管合同档案，建立相应台账，加强日常监督。同时保持与被担保企业的联系，索取资产负债表、损益表等资料，掌握其经营动态，并将担保合同情况及时通报董事会、监事会及有关部门。

综上，公司制定的对外担保制度权限明确、内容完整、程序健全，并得到了严格执行。

截至本招股说明书签署日，公司共有 1 宗对外反担保事项，详见本招股说明书之“第十三节 其它重要事项”之“二、对外担保的情况”。上述反担保事项已经 2009 年第四次股东大会审议通过。

六、投资者权益保护情况

为了切实提高公司的规范运作水平，保护投资者特别是中小投资者的合法权益，充分保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策等权利，公司做出了以下制度安排：

（一）维护投资者知情权

2009年6月10日，公司召开2009年第四次临时股东大会，审议通过了《信息披露制度》，对公司的信息披露原则、披露标准、部门设置等事项都进行了详细规定。

此外，为了加强公司与投资者之间的信息沟通，加深投资者对公司的了解和认同，公司还制定了《投资者关系管理制度》，对公司与投资者关系的原则、内容、方式等方面都进行了详细规定。

（二）保障投资者收益分配权

根据《公司章程》（草案），发行后公司实施积极的利润分配办法，严格遵守下列规定：

（1）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性；

（2）现金分配股利应符合有关法律法规及中国证监会的有关规定，由董事会根据公司经营情况拟定，报股东大会审议决定。董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因以及未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；

（3）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（三）保护投资者参与决策和选择管理者的权利

1、股东大会决策机制

公司在《公司章程》（草案）中完善了股东大会制度，充分保障投资者享有的股东大会召集请求权、提名权、投票权等。

（1）《公司章程》（草案）第四十八条规定：

“单独或者合计持有公司10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到请求后10日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的5日内发出召

开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。

董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。

监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提案的变更，应当征得相关股东的同意。

监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东可以自行召集和主持。”

(2) 《公司章程》（草案）第七十八条规定：

“股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。”

2、独立董事制度

公司建立了健全的独立董事制度，明确了独立董事的资格、权利和义务，并不断督促独立董事履行职责，以强化独立董事对控股股东、上市公司董事、高级管理人员的监督。

3、其它制度保障

公司设置了内部审计部门，对公司财务管理、内控制度建立和执行情况进行内部审计监督。内部审计部门对审计委员会负责，向审计委员会报告。公司制定了《内部审计制度》，对内部审计的任务、范围和职权、实施程序、人员任免及监督均进行了明确，建立了健全的内部审计制度。

此外，公司还制定了《对外担保管理办法》、《关联交易决策制度》、《募集资金管理制度》等制度，明确了对外担保、关联交易、募集资金使用等事项的决策程序、审查范围和责任等内容，对公司以及投资者利益有重大影响的事项必须由股东大会审议通过。

第十节 财务会计信息与管理层分析

本章节财务会计数据和相关的分析说明反映了本公司报告期内经审计的资产负债、经营成果和现金流量情况。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。

一、审计意见类型及会计报表编制基础

（一）注册会计师审计意见

利安达会计师事务所接受本公司的委托，对本公司 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日的母公司及合并资产负债表，2007 年、2008 年和 2009 年的母公司及合并的利润表、所有者权益变动表和现金流量表以及财务报表附注进行了审计，并出具了利安达审字[2010]第 1048 号标准无保留意见的审计报告。

（二）会计报表编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则基本准则》和其它各项会计准则的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

本公司原执行《企业会计准则》和《企业会计制度》及有关补充规定，自 2007 年 1 月 1 日起，执行财政部 2006 年颁布的《企业会计准则》及其应用指南。本公司根据《企业会计准则第 38 号-首次执行企业会计准则》第五条至第十九条规定的原则，确定 2007 年 1 月 1 日资产负债表期初数；同时，根据中国证监会公布的《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 7 号—新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》（证监会计字[2007]10 号）、《关于做好与新会计准则相关财务信息披露工作的通知》（证监发[2006]136 号）及《企业会计准则第 38 号-首次执行企业会计准则》第五条至第十九条规定，本公司对可比期间利润表和可比期间期初资产负债表的影响进行了追溯调整，并按《企业会计准则第 30 号-财务报表列报》、《企业会计准则第 31 号-现金流量表》、《企业会计准则第

33号-合并财务报表》及《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（证监会公告[2010]1号）的规定进行列报。

（三）合并报表编制的范围

公司报告期内合并的子公司为北京乐视流媒体广告有限公司，其详细情况见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、分公司情况”。

报告期内，公司合并报表范围未发生变更。

二、发行人报告期的财务报表

（一）合并报表

1、资产负债表（合并）

单位：元

项 目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产：			
货币资金	33,561,197.54	39,065,039.08	1,656,390.72
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	20,378,780.26	25,451,987.38	7,563,591.49
预付款项	9,402,601.20	11,386,641.80	602,666.68
应收利息			
应收股利			
其它应收款	2,161,357.98	9,149,439.33	1,055,770.43
存货	1,192,872.80	430,410.00	442,910.00
一年内到期的非流动资产			
其它流动资产			
流动资产合计	66,696,809.78	85,483,517.59	11,321,329.32
非流动资产：			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资			
投资性房地产			
固定资产	80,495,671.41	12,119,848.29	2,472,205.76
在建工程			
固定资产清理			
无形资产	88,502,958.78	50,471,753.22	50,543,921.16
商誉			
长期待摊费用			
递延所得税资产	813,878.60	86,091.39	
其它非流动资产			
非流动资产合计	169,812,508.79	62,677,692.90	53,016,126.92
资产总计	236,509,318.57	148,161,210.49	64,337,456.24

1、资产负债表（合并，续）

单位：元

项 目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动负债：			
短期借款	40,000,000.00		
交易性金融负债			
应付票据			
应付账款	4,731,201.00	344,263.00	1,221,338.00
预收款项	177,777.88		3,000.00
应付职工薪酬	241,613.11	234,124.89	480,249.38
应交税费	4,304,542.52	4,605,335.51	1,347,778.72
应付利息			
应付股利			
其它应付款	48,421.15	306,929.49	1,669,277.38
一年内到期的非流动负债			
其它流动负债			
流动负债合计	49,503,555.66	5,490,652.89	4,721,643.48
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债			
递延所得税负债			
其它非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计	49,503,555.66	5,490,652.89	4,721,643.48
股东权益：			
股本	75,000,000.00	59,523,800.00	50,000,000.00
资本公积	67,824,588.58	66,750,500.00	23,474,300.00
盈余公积	4,412,430.67	1,655,028.86	
其中：法定盈余公积	4,412,430.67	1,655,028.86	
未分配利润	39,768,743.66	14,606,430.29	-13,992,339.79
外币报表折算差额			
归属于母公司股东权益合计	187,005,762.91	142,535,759.15	59,481,960.21
少数股东权益		134,798.45	133,852.55
股东权益合计	187,005,762.91	142,670,557.60	59,615,812.76
负债及股东权益总计	236,509,318.57	148,161,210.49	64,337,456.24

2、利润表（合并）

单位：元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
一、营业收入	145,731,415.40	73,607,120.71	36,916,305.04
减：营业成本	49,551,009.37	14,850,092.14	11,821,791.91
营业税金及附加	6,468,272.51	2,991,417.66	1,218,238.06
销售费用	28,920,126.14	18,297,251.94	5,805,870.97
管理费用	8,754,562.67	5,647,441.35	2,916,798.09
财务费用	509,841.19	-828,544.90	132,391.67
资产减值损失	4,103,784.15	962,227.76	100,730.65
加：公允价值变动收益			
投资收益			
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
二、营业利润	47,423,819.37	31,687,234.76	14,920,483.69
加：营业外收入	343,823.63	0.77	216.00
减：营业外支出	65,356.90	10,000.00	237,222.30
其中：非流动资产处置损失	65,356.90		11,352.30
三、利润总额	47,702,286.10	31,677,235.53	14,683,477.39
减：所得税费用	3,224,077.55	1,422,490.69	
四、净利润	44,478,208.55	30,254,744.84	14,683,477.39
归属于母公司股东的净利润	44,470,003.76	30,253,798.94	14,691,721.76
少数股东损益	8,204.79	945.90	-8,244.37
五、每股收益：			
基本每股收益	0.59	0.57	0.29
稀释每股收益	0.59	0.57	0.29
六、其它综合收益			
七、综合收益总额	44,478,208.55	30,254,744.84	14,683,477.39
归属于母公司所有者的综合收益总额	44,470,003.76	30,253,798.94	14,691,721.76
归属于少数股东的综合收益总额	8,204.79	945.90	-8,244.37

3、现金流量表（合并）

单位：元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	151,211,920.25	55,148,859.44	20,703,695.34
收到的税费返还			
收到的其它与经营活动有关的现金	8,863,806.63	843,142.66	3,578,962.43
经营活动现金流入小计	160,075,726.88	55,992,002.10	24,282,657.77
购买商品、接受劳务支付的现金	18,813,125.08	2,162,417.20	2,057,419.70
支付给职工以及为职工支付的现金	15,422,594.58	6,640,624.80	5,294,020.55
支付的各项税费	12,810,001.03	1,269,233.14	195,713.93
支付的其它与经营活动有关的现金	29,626,882.34	29,425,193.60	7,276,536.52
经营活动现金流出小计	76,672,603.03	39,497,468.74	14,823,690.70
经营活动产生的现金流量净额	83,403,123.85	16,494,533.36	9,458,967.07
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金			
处置子公司及其它营业单位收到的现金净额			
收到其它与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计			
购建固定资产、油气资产、无形资产和其它长期资产支付的现金	128,176,988.85	31,885,885.00	4,970,367.00
投资支付的现金			
取得子公司及其它营业单位支付的现金净额			
支付其它与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	128,176,988.85	31,885,885.00	4,970,367.00
投资活动产生的现金流量净额	-128,176,988.85	-31,885,885.00	-4,970,367.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金		52,800,000.00	
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
借款所收到的现金	40,450,000.00		
收到的其它与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	40,450,000.00	52,800,000.00	
偿还债务所支付的现金	450,000.00		3,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	744,944.11		132,165.00
支付的其它与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计	1,194,944.11		3,132,165.00
筹资活动产生的现金流量净额	39,255,055.89	52,800,000.00	-3,132,165.00
四、汇率变动对现金的影响额	14,967.57		
五、现金及现金等价物净增加额	-5,503,841.54	37,408,648.36	1,356,435.07
加：年初现金及现金等价物余额	39,065,039.08	1,656,390.72	299,955.65
六、年末现金及现金等价物余额	33,561,197.54	39,065,039.08	1,656,390.72

4、所有者权益变动表(合并)

单位:元

项 目	2009年				少数股东权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益					
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、2009年1月1日	59,523,800.00	66,750,500.00	1,655,028.86	14,606,430.29	134,798.45	142,670,557.60
二、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	15,476,200.00	1,074,088.58	2,757,401.81	25,162,313.37	-134,798.45	44,335,205.31
(一)净利润				44,470,003.76	8,204.79	44,478,208.55
(二)直接计入股东权益的利得和损失						
1.可供出售金融资产公允价值变动净额						
2.权益法下被投资单位其它所有者权益变动的 影响						
3.与计入股东权益项目相关的所得税影响						
4.其它						
上述(一)和(二)小计				44,470,003.76	8,204.79	44,478,208.55
(三)股东投入和减少股本					-143,003.24	-143,003.24
1.股东投入股本						
2.股份支付计入股东权益的金额						
3.其它					-143,003.24	-143,003.24
(四)本年利润分配			4,412,430.67	-4,412,430.67		
1.提取盈余公积			4,412,430.67	-4,412,430.67		
2.对股东的分配						
3.其它						
(五)股东权益内部结转	15,476,200.00	1,074,088.58	-1,655,028.86	-14,895,259.72		
1.资本公积转增股本						
2.盈余公积转增股本						
3.盈余公积弥补亏损						
4.其它	15,476,200.00	1,074,088.58	-1,655,028.86	-14,895,259.72		
三、2009年12月31日	75,000,000.00	67,824,588.58	4,412,430.67	39,768,743.66		187,005,762.91

单位：元

2008年						
项 目	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、2008年1月1日	50,000,000.00	23,474,300.00		-13,992,339.79	133,852.55	59,615,812.76
二、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	9,523,800.00	43,276,200.00	1,655,028.86	28,598,770.08	945.90	83,054,744.84
(一) 净利润				30,253,798.94	945.90	30,254,744.84
(二) 直接计入股东权益的利得和损失						
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额						
2. 权益法下被投资单位其它所有者权益变动的 影响						
3. 与计入股东权益项目相关的所得税影响						
4. 其它						
上述(一)和(二)小计				30,253,798.94	945.90	30,254,744.84
(三) 股东投入和减少股本	9,523,800.00	43,276,200.00				52,800,000.00
1. 股东投入股本	9,523,800.00	43,276,200.00				52,800,000.00
2. 股份支付计入股东权益的金额						
3. 其它						
(四) 本年利润分配			1,655,028.86	-1,655,028.86		
1. 提取盈余公积			1,655,028.86	-1,655,028.86		
2. 对股东的分配						
3. 其它						
(五) 股东权益内部结转						
1. 资本公积转增股本						
2. 盈余公积转增股本						
3. 盈余公积弥补亏损						
4. 其它						
三、2008年12月31日	59,523,800.00	66,750,500.00	1,655,028.86	14,606,430.29	134,798.45	142,670,557.60

单位：元

2007年						
项 目	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、2007年1月1日	50,000,000.00	23,474,300.00		-28,684,061.55	142,096.92	44,932,335.37
二、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)				14,691,721.76	-8,244.37	14,683,477.39
(一) 净利润				14,691,721.76	-8,244.37	14,683,477.39
(二) 直接计入股东权益的利得和损失				-		
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额						
2. 权益法下被投资单位其它所有者权益变动的影响						
3. 与计入股东权益项目相关的所得税影响						
4. 其它						
上述(一)和(二)小计				14,691,721.76	-8,244.37	14,683,477.39
(三) 股东投入和减少股本						
1. 股东投入股本						
2. 股份支付计入股东权益的金额						
3. 其它						
(四) 本年利润分配						
1. 提取盈余公积						
2. 对股东的分配						
3. 其它						
(五) 股东权益内部结转						
1. 资本公积转增股本						
2. 盈余公积转增股本						
3. 盈余公积弥补亏损						
4. 其它						
三、2007年12月31日	50,000,000.00	23,474,300.00		-13,992,339.79	133,852.55	59,615,812.76

(二) 母公司报表

1、资产负债表(母公司)

单位: 元

项 目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产:			
货币资金	33,541,544.28	23,562,920.96	1,656,384.90
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	20,368,780.26	25,436,987.38	7,545,591.49
预付款项	9,402,601.20	11,386,641.80	602,666.68
应收利息			
应收股利			
其它应收款	2,143,422.48	21,968,978.43	1,008,355.43
存货	1,192,872.80	430,410.00	442,910.00
一年内到期的非流动资产			
其它流动资产			
流动资产合计	66,649,221.02	82,785,938.57	11,255,908.50
非流动资产:			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资	3,000,000.00	2,850,000.00	2,850,000.00
投资性房地产			
固定资产	80,495,671.41	12,119,848.29	2,472,205.76
在建工程			
固定资产清理			
无形资产	88,502,958.78	50,471,753.22	50,543,921.16
科研开发支出			
商誉			
长期待摊费用			
递延所得税资产	813,878.60	86,091.39	
其它非流动资产			
非流动资产合计	172,812,508.79	65,527,692.90	55,866,126.92
资产总计	239,461,729.81	148,313,631.47	67,122,035.42

1、资产负债表（母公司，续）

单位：元

项 目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动负债：			
短期借款	40,000,000.00		
交易性金融负债			
应付票据			
应付账款	4,386,201.00	344,263.00	1,221,338.00
预收款项	177,777.88		3,000.00
应付职工薪酬	241,613.11	234,124.89	480,249.38
应交税费	4,294,472.69	4,605,335.51	1,347,778.72
应付利息			
应付股利			
其它应付款	3,412,769.90	305,319.49	4,489,058.31
一年内到期的非流动负债			
其它流动负债			
流动负债合计	52,512,834.58	5,489,042.89	7,541,424.41
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债			
递延所得税负债			
其它非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计	52,512,834.58	5,489,042.89	7,541,424.41
股东权益：			
股本	75,000,000.00	59,523,800.00	50,000,000.00
资本公积	67,824,588.58	66,750,500.00	23,474,300.00
减：库存股			
专项储备			
盈余公积	4,412,430.67	1,655,028.86	
其中：法定盈余公积	4,412,430.67	1,655,028.86	
未分配利润	39,711,875.98	14,895,259.72	-13,893,688.99
外币报表折算差额			
股东权益合计	186,948,895.23	142,824,588.58	59,580,611.01
负债及股东权益总计	239,461,729.81	148,313,631.47	67,122,035.42

2、利润表（母公司）

单位：元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
一、营业收入	144,931,415.40	73,607,120.71	36,916,305.04
减：营业成本	49,176,249.37	14,850,092.14	11,821,791.91
营业税金及附加	6,424,272.51	2,991,417.66	1,218,238.06
销售费用	28,896,126.14	18,297,251.94	5,766,078.56
管理费用	8,590,008.17	5,646,113.35	2,916,628.09
财务费用	524,512.94	-827,672.14	132,391.73
资产减值损失	4,277,972.14	773,450.27	92,377.65
加：公允价值变动收益			
投资收益			
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
二、营业利润	47,042,274.13	31,876,467.49	14,968,799.04
加：营业外收入	350,820.39	0.77	216.00
减：营业外支出	65,356.90	10,000.00	236,272.30
其中：非流动资产处置损失	65,356.90		11,352.30
三、利润总额	47,327,737.62	31,866,468.26	14,732,742.74
减：所得税费用	3,203,430.97	1,422,490.69	
四、净利润	44,124,306.65	30,443,977.57	14,732,742.74
五、综合收益总额	44,124,306.65	30,443,977.57	14,732,742.74

3、现金流量表（母公司）

单位：元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	150,411,920.25	55,148,859.44	20,703,695.34
收到的税费返还			
收到的其它与经营活动有关的现金	24,085,278.81	839,952.00	3,578,962.37
经营活动现金流入小计	174,497,199.06	55,988,811.44	24,282,657.71
购买商品、接受劳务支付的现金	18,813,125.08	2,162,417.20	2,057,419.70
支付给职工以及为职工支付的现金	15,422,594.58	6,640,624.80	5,294,020.55
支付的各项税费	12,731,424.28	1,269,233.14	195,713.93
支付的其它与经营活动有关的现金	28,651,136.77	44,924,115.24	7,276,536.52
经营活动现金流出小计	75,618,280.71	54,996,390.38	14,823,690.70
经营活动产生的现金流量净额	98,878,918.35	992,421.06	9,458,967.01
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金			
处置子公司及其它营业单位收到的现金净额			
收到其它与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计			
购建固定资产、油气资产、无形资产和其它长期资产支付的现金	128,176,988.85	31,885,885.00	4,970,367.00
投资支付的现金			
取得子公司及其它营业单位支付的现金净额			
支付其它与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	128,176,988.85	31,885,885.00	4,970,367.00
投资活动产生的现金流量净额	-128,176,988.85	-31,885,885.00	-4,970,367.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金		52,800,000.00	
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
借款所收到的现金	40,000,000.00		
收到的其它与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	40,000,000.00	52,800,000.00	
偿还债务所支付的现金			3,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	738,273.75		132,165.00
支付的其它与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计	738,273.75		3,132,165.00
筹资活动产生的现金流量净额	39,261,726.25	52,800,000.00	-3,132,165.00
四、汇率变动对现金的影响额	14,967.57		
五、现金及现金等价物净增加额	9,978,623.32	21,906,536.06	1,356,435.01
年初现金及现金等价物余额	23,562,920.96	1,656,384.90	299,949.89
六、年末现金及现金等价物余额	33,541,544.28	23,562,920.96	1,656,384.90

4、所有者权益变动表（母公司）

单位：元

2009年					
项 目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、2009年1月1日	59,523,800.00	66,750,500.00	1,655,028.86	14,895,259.72	142,824,588.58
二、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	15,476,200.00	1,074,088.58	2,757,401.81	24,816,616.26	44,124,306.65
（一）净利润				44,124,306.65	44,124,306.65
（二）直接计入股东权益的利得和损失					
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额					
2. 权益法下被投资单位其它所有者权益变动的影响					
3. 与计入股东权益项目相关的所得税影响					
4. 其它					
上述（一）和（二）小计				44,124,306.65	44,124,306.65
（三）股东投入和减少股本					
1. 股东投入股本					
2. 股份支付计入股东权益的金额					
3. 其它					
（四）本年利润分配			4,412,430.67	-4,412,430.67	
1. 提取盈余公积			4,412,430.67	-4,412,430.67	
2. 对股东的分配					
3. 其它					
（五）股东权益内部结转	15,476,200.00	1,074,088.58	-1,655,028.86	-14,895,259.72	
1. 资本公积转增股本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 其它	15,476,200.00	1,074,088.58	-1,655,028.86	-14,895,259.72	
三、2009年12月31日	75,000,000.00	67,824,588.58	4,412,430.67	39,711,875.98	186,948,895.23

单位：元

2008 年					
项 目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、2008 年 1 月 1 日	50,000,000.00	23,474,300.00		-13,893,688.99	59,580,611.01
二、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	9,523,800.00	43,276,200.00	1,655,028.86	28,788,948.71	83,243,977.57
（一）净利润				30,443,977.57	30,443,977.57
（二）直接计入股东权益的利得和损失					
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额					
2. 权益法下被投资单位其它所有者权益变动的影响					
3. 与计入股东权益项目相关的所得税影响					
4. 其它					
上述（一）和（二）小计				30,443,977.57	30,443,977.57
（三）股东投入和减少股本	9,523,800.00	43,276,200.00			52,800,000.00
1. 股东投入股本	9,523,800.00	43,276,200.00			52,800,000.00
2. 股份支付计入股东权益的金额					
3. 其它					
（四）本年利润分配			1,655,028.86	-1,655,028.86	
1. 提取盈余公积			1,655,028.86	-1,655,028.86	
2. 对股东的分配					
3. 其它					
（五）股东权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 其它					
三、2008 年 12 月 31 日	59,523,800.00	66,750,500.00	1,655,028.86	14,895,259.72	142,824,588.58

单位：元

2007年					
项 目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、2007年1月1日	50,000,000.00	23,474,300.00		-28,626,431.73	44,847,868.27
二、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）				14,732,742.74	14,732,742.74
（一）净利润				14,732,742.74	14,732,742.74
（二）直接计入股东权益的利得和损失					
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额					
2. 权益法下被投资单位其它所有者权益变动的影响					
3. 与计入股东权益项目相关的所得税影响					
4. 其它					
上述（一）和（二）小计				14,732,742.74	14,732,742.74
（三）股东投入和减少股本					
1. 股东投入股本					
2. 股份支付计入股东权益的金额					
3. 其它					
（四）本年利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 对股东的分配					
3. 其它					
（五）股东权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 其它					
三、2007年12月31日	50,000,000.00	23,474,300.00		-13,893,688.99	59,580,611.01

（三）比较期间备考利润表

根据《公开发行证券的公司信息披露规范问答第7号—新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》的要求，公司申报报告自2007年1月1日起全面执行企业会计准则体系，因此无需编制备考利润表。

三、主要会计政策和会计估计

（一）会计期间

发行人采用公历年制，即自每年1月1日至12月31日为一个会计年度。

（二）记账本位币

发行人以人民币为记账本位币。

（三）记账基础及会计计量属性

发行人会计核算以权责发生制为记账基础，一般采用历史成本作为会计计量属性，当所确定的会计要素金额符合企业会计准则的要求、能够取得并可靠计量时，可采用重置成本、可变现净值、现值、公允价值计量。

（四）现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将同时具备持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资，确定为现金等价物。权益性投资不作为现金等价物。

（五）外币业务核算方法

本公司会计年度内涉及外币的经济业务，按发生当日中国人民银行公布的市场汇价（中间价）折合为本位币记账。期末外币账户余额，均按期末市场汇价（中间价）折合本位币进行调整，由此产生的差额，按用途及性质计入当期财务费用或予以资本化。

（六）金融资产和金融负债核算方法

1、金融资产和金融负债的分类

管理层按照取得或承担金融资产和金融负债的目的、基于风险管理、战略投资需要等所作的指定以及金融资产、金融负债的特征，将金融资产和金融负债划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；贷款和应收款项；可供出售金融资产；其它金融负债等。上述分类一经确定，不会随意变更。

2、金融资产和金融负债的确认和计量

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额。相关的交易费用在发生时计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率（如实际利率与票面利率差别较小的，按票面利率）计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

如果公司于到期日前出售或重分类了较大金额的可供出售持有至到期投资（较大金额是指相对于该类投资在出售或重分类前的总额金额而言），则公司将该类投资的剩余部分重分类为可供出售金融资产，且在本会计年度及以后两个完整的会计年度内不再将任何金融资产分类为持有至到期投资。但是，下列情况除外：出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近（如到期前三个月内），市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响；根据合同约定的定期偿付或

提前还款方式收回该投资几乎所有初始本金后，将剩余部分予以出售或重分类；出售或重分类是由于企业无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事项所引起。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末将公允价值变动计入资本公积（其它资本公积）。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

（5）其它金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。在判断金融资产转移是否满足会计准则规定的金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

- （1）所转移金融资产的账面价值；
- （2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计

额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同未终止确认金融资产的一部分）之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值，活跃市场的报价包括易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其它金融资产或金融负债的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

5、金融资产的减值准备

（1）持有至到期投资的减值准备

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（2）可供出售金融资产的减值准备

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

（3）减值损失转回

对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关（如债务人的信用评级已提高等），原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账

面价值不得超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

6、应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

期末对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

对于期末单项金额非重大的应收款项，采用与经单独测试后未减值的应收款项一起按类似信用风险特征划分为若干组合，再按这些应收款项组合在期末余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。该比例反映各项目实际发生的减值损失，即各项组合的账面价值超过其未来现金流量现值的金额。

发行人根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定以下坏账准备计提的比例。

账 龄	计提比例
1 年以内（含 1 年）	3%
1 年至 2 年（含 2 年）	10%
2 年至 3 年（含 3 年）	25%
3 年至 5 年（含 5 年）	50%
5 年以上	100%

（1）应收款项分类标准要求

①单项金额重大是指：应收款项余额占应收账款余额 10% 以上的款项。

②单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项：指三年以上应收款项（扣除已包括在范围“①”的明细）。

③其它不重大的应收款项：除已包括在范围“①、②”以外的应收款项。

（2）坏账的确认标准

对因债务人撤销、破产，依照法律清偿程序后确实无法收回的应收款项；因债务人死亡，既无遗产可清偿，又无义务承担人，确实无法收回的应收款项；因债务人逾期未履行偿债义务并有确凿证据表明，确实无法收回的应收款项，报经董事会批准后作为坏账转销。

（七）存货核算方法

1、存货的分类

本公司存货分为低值易耗品、库存商品、视频制作成本等大类。

2、存货发出的计价及摊销

本公司各类存货取得时按实际成本计价，发出时采用先进先出法计价。

低值易耗品采用一次转销法；包装物采用一次转销法。

3、存货跌价准备的计提方法

本公司存货按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，期末，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

4、存货可变现净值的确认方法

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

5、存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存制。

（八）长期股权投资核算方法

1、长期股权投资的初始计量

本公司对企业合并取得的长期股权投资按照企业合并的有关规定区分同一控制与非同一控制进行初始计量。其它方式取得的长期股权投资，区分不同的取得方式以实际支付的购买价款、发行权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值等确定初始投资成本。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其它必要支出也记入初始投资成本。实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未领取的现金股利或利润，作为应收项目单独核算，不作为取得的长期股权投资的成本。

2、长期股权投资的后续计量及收益确认

（1）长期股权投资的成本法核算

本公司对被投资单位能够实施控制、不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资采用成本法核算。采用成本法核算的长期股权投资按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，投资企业应当按照享有被投资单位宣告发放的现金股利

或利润确认投资收益。

本公司编制合并财务报表时，对能够实施控制的被投资单位的投资按权益法进行调整。

（2）长期股权投资的权益法核算

本公司对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

权益法核算的长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

本公司在取得长期股权投资后，按照享有或分担的被投资单位实现的净损益的份额，确认投资损益，并调整长期股权投资的账面价值。在确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先冲减长期股权投资的账面价值，其次，如果长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其它实质上构成对被投资单位净投资的长期权益（通常是指长期性的应收项目）账面价值为限继续确认投资损失，第三，经过上述处理后，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现盈利的，在扣除未确认的亏损分担额后，按照与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其它实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值，同时确认投资收益。

（3）长期股权投资权益法核算与成本法核算的转换

本公司对因减少投资等原因对被投资单位不再具有共同控制或重大影响的，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，改按成本法核算。

本公司对因追加投资等原因能够对被投资单位实施共同控制或重大影响但不构成控制的，改按权益法核算。

（4）长期股权投资的处置

本公司处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入投资收益。对采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益

的其它变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入投资收益。

（5）长期股权投资的减值

本公司在资产负债表日对长期股权投资的账面价值进行检查，在被投资单位发生严重财务困难很可能倒闭或进行其它财务重组等原因导致其可收回金额或预计未来现金流量的现值明显低于账面价值的，按单项投资分析提取减值准备。其中对成本法核算的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，以该投资的账面价值与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认减值损失。对其它股权投资，以该投资的账面价值与其可收回金额（在可收回金额无法确定时采用预计未来现金流量的现值）的差额，确认减值损失。长期股权投资减值准备一经提取后不得转回。

3、对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在，则视为与其他方对被投资单位实施共同控制；对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，则视为投资企业能够对被投资单位施加重大影响。

（九）固定资产及其累计折旧的核算方法

1、固定资产的确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

2、固定资产计价

发行人固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

3、固定资产分类及折旧政策

发行人采用年限平均法计提折旧。发行人对未计提减值准备的固定资产，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值计提折旧，发行人确定各类固定资产的年折旧率如下：

固定资产类别	使用年限	净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20年	5%	4.75%
运输设备	5年	5%	19%
电子及其它设备	5年	5%	19%
办公家具	5年	5%	19%

在使用年限内变更预计折旧年限或预计残值率，以及已计提减值准备的固定资产，按照该固定资产的账面价值以及尚可使用寿命重新计算确定折旧率和折旧额。因固定资产减值准备而调整固定资产折旧额时，对此前已计提的累计折旧不作调整。

对于实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，确认为融资租赁；其它租赁为经营租赁。

融资租入的固定资产，能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

每年年度终了，发行人对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

4、固定资产的后续支出

发行人的固定资产后续支出是指固定资产在使用过程中发生的更新改造支出、修理费用等。

固定资产的更新改造等后续支出，满足上述固定资产确认条件的，计入固定资产成本，如有被替换的部分，应扣除其账面价值；不满足上述固定资产确认条件的固定资产修理费用等，在发生时计入当期损益。

5、固定资产减值准备

发行人在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，如由于市价大幅度下跌，或陈旧过时、损坏、长期闲置等原因导致其可收回金额低于账面价值的，按单项固定资产可收回金额低于账面价值的差额计提固定资产减值准备。固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（十）无形资产

1、无形资产的计价方法

本公司无形资产按照取得时的实际成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

2、无形资产使用寿命及摊销

（1）来源于合同性权利或其它法定权利的无形资产，其使用寿命不超过合同性权利或其它法定权利的期限；如果合同性权利或其它法定权利能够在到期时因续约等延续，且有证据表明企业续约不需要付出大额成本，续约期计入使用寿命。

合同规定了受益年限，法律也规定了有效年限的，摊销年限为合同受益年限和法律规定有效年限两者之中较短者。

（2）本公司无形资产具体的摊销原则

①影视剧版权的摊销

由于发行人的“影视剧库”长期为公司提供服务，因此作为一项整体无形资产，应当为“使用寿命不确定的无形资产”，其账面价值不应摊销，而应当每年进行减值测试。但由于发行人的影视剧版权采购行为将始终持续，“影视剧库”的价值不断增长；并且采购并不均衡，如采用前述会计处理方法，则当影视剧版权授权期结束需要从“影视剧库”账面价值中转销时，部分版权的集中转销会导致发行人利润产生巨大波动。因此为了更合理的体现经营成果，使各期经营成果具有可比性，发行人对无形资产中“影视剧库”采用账面价值分期摊销的会计处理方法。

《企业会计准则第6号—无形资产》的规定，企业选择的无形资产摊销方法，应当反映与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式。无法可靠确定预期实现方式的，应当采用直线法摊销。因此，发行人对“影视剧库”的账面价值采用直线法摊销。

由于发行人的“影视剧库”中不断有新增节目购入，购买节目也无统一的价格，如将“影视剧库”作为一项整体无形资产进行摊销则面临摊销原值和摊销期

限无法确定的困难，因此在此项无形资产的摊销过程中，发行人按照单部影视剧版权的购买价格和授权期限进行摊销。

②系统软件的摊销

发行人系统软件为发行人委托开发，拥有其完整所有权，所有权期限为无限期。并且该等软件应用于发行人的日常经营，可长期使用。发行人根据谨慎性原则，按照 10 年的摊销期限采用直线法进行摊销。

③非专利技术的摊销

非专利技术为发行人经营的技术基础，发行人拥有其完整所有权，所有权期限为无限期。并且该技术应用于发行人的日常经营，经过持续升级，在报告期及未来可预见期间将始终作为发行人经营的技术基础。发行人根据谨慎性原则，按照 10 年的摊销期限采用直线法进行摊销。

3、无形资产减值准备

本公司在资产负债表日对存在减值迹象的使用寿命有限的无形资产按单项资产进行减值测试，如果资产的可收回金额低于其账面价值，按其差额提取减值准备，确认资产减值损失。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

当存在下列一项或若干项情况时，应当计提无形资产的减值准备：

- （1）某项无形资产已被其它新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；并且该项无形资产已无使用价值和转让价值；
- （2）某项无形资产的市价在当期大幅下跌，在剩余摊销年限内预期不会恢复；
- （3）某项无形资产已超过法律保护期限，但仍然具有部分使用价值；
- （4）其它足以证明某项无形资产实质上已经发生了减值的情形。

4、研究开发项目研究阶段支出与开发阶段支出的划分标准

本公司内部研究开发项目的支出，区分研究阶段支出与开发阶段支出。内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：

- （1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- （2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

- (3) 无形资产存在产生经济利益的方式；
- (4) 有能力完成该无形资产的开发；有能力使用或出售该无形资产；
- (5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十一）收入的确认原则

1、销售商品收入的确认方法

销售商品收入同时满足下列条件时，才能予以确认：

- (1) 本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- (2) 本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- (3) 收入的金额能够可靠计量；
- (4) 相关经济利益很可能流入本公司；
- (5) 相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量。

2、提供劳务收入的确认方法

在劳务已经提供，收到价款或取得收取价款的凭据时确认收入实现。

3、让渡资产使用权收入的确认方法

发生的使用费收入按有关合同或协议规定的收费时间和方法确定，并同时满足与交易相关的经济利益能够流入公司和收入的金额能够可靠计量。

4、发行人具体确认收入原则：

- (1) 网络高清视频服务业务

①收费方式

本公司此项业务为用户提供以手机话费支付为主、网银支付和点卡等支付为辅的多种支付方式。各种支付方式具体情况如下：

收费方式	主要合作方	结算方式	用户操作流程
手机话费	中国联通	中国联通于 T+1 月初将 T 月结算单提供给本公司，并按照应收信息费的 40% 预先支付给本公司，T+3 月按照其实收信息费中本公司应享有的分成收入与预先支付金额的差额与本公司进行清算。	用户根据提示发送订购指令到预定代码； 用户收到订购确认短信； 回复相应数字确认订购； 订购成功后用户收到用户名密码等信息并进行登录，于订购后的 30 日内享受包月视频服务。
	联动优势等其它 SP	相关 SP 于 T+1 月初将 T 月业务数据提供给本公司，并于 T+3	

		月按照其实收信息费中本公司应享有的分成收入与本公司进行结算。	
网银支付	快钱； 易宝	合作方每周两次（周一和周五）与本公司结算所代收的包月服务费和应向本公司收取的手续费	页面自动生成付款链接，用户点击支付，生成订单，用户选择付款，于付款后的 30 日内享受包月视频服务。
点卡	Awesome Dragon Limited； 宏达科技集团有限公司	本公司将点卡账号、密码以电子邮件发送给合作方，合作方负责对外销售； 本公司根据 T 月激活的点卡数量及结算单价于 T+1 月初与合作方结算，合作方于结算当月付款清算。	用户在合作方营业网点或其推广网站在线付款购买点卡； 从点卡上获取用户名和密码信息； 在本公司网站激活卡号后登录，于激活卡号后的 30 日内享受包月视频服务。

注：上表中与中国联通的结算方式为目前的结算方式，2009 年 4 月之前的结算方式与联动优势及其它 SP 相同。

②收入确认

由于用户在付款（手机话费支付、网银支付）或激活点卡（点卡支付）后即有权享受本公司所提供的网络视频服务，而本公司提供服务时并不针对某个特定用户，用户在付款或激活点卡之后无论是否观看本公司所提供的网络视频节目，也无无论其观看节目多与少，均无权要求本公司及其合作方退款。本公司的用户在付费或激活点卡后方可享受观看和下载的权利，而本公司也不再针对某个特定付费用户提供专门的服务，因此在用户付款或激活点卡之后，已符合收入确认原则。

本公司根据当月付款或激活点卡的付费用户数量及服务费分成比例确认当月收入。

（2）网络视频版权分销业务

①收费方式

与客户签订授权合同后，通常采取一次或分期付款的方式进行结算。

②收入确认

按照协议约定，在授权起始日，本公司已收取授权费或取得收取授权费的权利（通常给客户不超过一个月的信用期），且不再提供后续服务，与该授权版权资产相关的风险和报酬已经转给被授权方，因此在授权起始日确认收入。

（3）视频平台广告发布

①收费方式

广告发布后向客户收款，并给予客户 1-6 个月的信用期。

②收入确认

依据与广告代理公司或者广告客户签订的代理合同约定的广告投放金额及广告发布进度确认收入。对于广告发布进度存在跨期的情形，按照各期间实际发布天数分期确认收入。

（4）视频平台用户分流

①收费方式

本公司与合作方于 T+1 月核对并确认 T 月的分成收入，本公司于 T+1 月开具发票，合作方于发票开具后 5 日内付款。

②收入确认

根据当月实际发生的用户分流量和约定的用户分流分成比例确认收入。

（十二）所得税的会计处理方法

1、所得税核算方法

本公司采用资产负债表债务法核算所得税。

本公司在取得资产、负债时，确定其计税基础，资产、负债的账面价值与其计税基础存在的暂时性差异，按照规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。

2、递延所得税资产的确认

（1）本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：

- ①该项交易不是企业合并；
- ②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

（2）本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：

- ①暂时性差异在可预见的未来很可能转回；
- ②未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

（3）对于按照税法规定可以结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

3、递延所得税负债的确认

(1) 除下列交易中产生的递延所得税负债以外，本公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：

①商誉的初始确认；

②同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：

A. 该项交易不是企业合并；

B. 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

(2) 本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认相应的递延所得税负债。但是，同时满足下列条件的除外：

①投资企业能够控制暂时性差异转回的时间；

②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

4、所得税费用的计量

本公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：

①企业合并；

②直接在所有者权益中确认的交易或事项。

5、递延所得税资产的减值

①在资产负债表日应当对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法取得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。除原确认时计入所有者权益的递延所得税资产部分，其减记金额也应计入所有者权益外，其它的情况应减记当期的所得税费用。

②在很可能取得足够的应纳税所得额时，减记的递延所得税资产账面价值可以恢复。

四、发行人适用的税种税率和享受的税收优惠政策

（一）发行人适用的主要税种及相应的税率

税（费）种	税（费）率
增值税	4%
营业税	3%或5%

城市维护建设税	7%
教育费附加	3%
文化事业建设费	3%
企业所得税	2005-2007 年度免征所得税；2008-2010 年按 15% 适用税率减半征收

发行人子公司乐视广告经北京市西城区国家税务局第五税务所审核实行所得税定率征收，2007 年度-2009 年度核定的应税所得率均为 10%，乐视广告 2008 年度以前适用企业所得税税率为 33%，2008 年以后适用企业所得税税率为 25%。

（二）发行人享受的税收优惠政策

发行人于 2004 年 12 月 27 日获得了京科高字 0611008A13978 号的高新技术企业批准证书，根据《北京市新技术产业开发试验区暂行条例》，公司自 2005 年 1 月 1 日起至 2007 年 12 月 31 日免征企业所得税，自 2008 年 1 月 1 日起至 2010 年 12 月 31 日所得税税率按 15% 减半征收。2008 年按照科技部和国家税务总局的要求，重新进行了认定，并于 2008 年 12 月 24 日取得编号为 GR200811001502 的高新技术企业证书，按照《企业所得税法》和《高新技术企业认定管理办法》的规定仍享受自 2008 年 1 月 1 日起至 2010 年 12 月 31 日的所得税税收优惠，即所得税税率按 15% 减半征收。

五、会计政策、会计估计变更及前期差错更正

发行人于 2007 年 1 月 1 日起开始执行财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则》。发行人按照《企业会计准则第 38 号——首次执行企业会计准则》第五条至第十九条，对 2006 年及以前年度财务报表进行了追溯，无需进行调整事项。

报告期内发行人无会计估计变更及前期差错更正情况。

六、非经常性损益

单位：元

非经常性损益项目	2009 年	2008 年	2007 年
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-65,356.90		-11,352.30
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免			

计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	200,000.00		
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费			
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	143,003.24		
非货币性资产交换损益			
委托他人投资或管理资产损益			
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备			
债务重组损益			
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等			
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益			
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益			
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益			
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益			
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回			
对外委托贷款取得的损益			
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益			
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响			
受托经营取得的托管费收入			
除上述各项之外的其它营业外收入和支出	820.39	-9,999.23	-225,654.00
其它符合非经常性损益定义的损益项目			
小 计	278,466.73	-9,999.23	-237,006.30
减：非经常性损益的所得税影响数	20,885.00	-749.94	
非经常性损益净额	257,581.73	-9,249.29	-237,006.30
扣除非经常性损益后的净利润	44,212,422.03	30,263,048.23	14,928,728.06

减：归属于少数股东的扣除非经常性损益净利润			
归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	44,212,422.03	30,263,048.23	14,928,728.06

由上表数据可以看出，公司报告期内非经常性损益金额较小，对公司净利润不构成重大影响。

七、报告期内公司主要财务指标

1、净资产收益率和每股收益

根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，本公司加权平均计算的净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

报告期内利润	报告期间	净资产收益率 (加权平均)	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	2009年	26.99%	0.59	0.59
	2008年	32.81%	0.57	0.57
	2007年	28.18%	0.29	0.29
扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	2009年	26.83%	0.59	0.59
	2008年	32.82%	0.57	0.57
	2007年	28.63%	0.30	0.30

注：

加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 + E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其它交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其它净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

基本每股收益=归属母公司普通股股东的合并净利润/(期初普通股股数+当期新增普通股股数×新增普通股时间/报告期时间)；

稀释每股收益=[归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润+(已确认为费用的稀释性潜在普通股利息-转换费用)×(1-所得税率)]/(期初股份总数+报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数+报告期因发行新股或债转股等增加股份数×增加股份下一月份起至报告期期末的月份数-报告期月份数-报告期因回购等减少股份数×减少股份下一月份起至报告期期末的月份数÷报告期月份数-报告期缩股数+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)。

2、报告期内其它财务指标

报告期内，公司的其它主要财务指标具体如下：

财务指标	2009年	2008年	2007年
流动比率（倍）	1.35	15.57	2.40
速动比率（倍）	1.32	15.49	2.30
资产负债率(母公司)	21.93%	3.70%	11.24%
应收账款周转率（次）	6.36	4.46	9.54
息税折旧摊销前利润（万元）	7,462.43	4,320.42	2,209.66
归属于发行人股东的净利润（万元）	4,447.00	3,025.38	1,469.17
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	4,421.24	3,026.30	1,492.87
利息保障倍数	64.95	-	112.10
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.11	0.31	0.19
每股净现金流量（元）	-0.07	0.70	0.03
归属于母公司股东的每股净资产（元）	2.49	2.68	1.19
无形资产占净资产的比例	47.33%	35.38%	84.78%

注：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率=负债总额/资产总额

应收账款周转率=主营业务收入×2/(期初应收账款余额+期末应收账款余额)

息税折旧摊销前利润=税前利润+当期利息支出+当期折旧+当期摊销

利息保障倍数=息税前利润/当期利息支出

每股经营活动产生的现金流量=当期经营活动现金净额/加权股本

每股净现金流量=当期现金及现金等价物净增加额/加权股本

归属于发行人的每股净资产=期末归属于母公司股东权益合计/加权股本

无形资产占净资产比例=期末无形资产(含商誉和开发支出)/期末净资产

八、历次资产评估情况

（一）发行人设立时的无形资产出资评估情况

2004年乐视星空设立时，北京中瑞诚联合会计师事务所以2004年9月20日为评估基准日，对贾跃亭先生拟投资的无形资产“无线流媒体平台及管理系统V1.0”进行了评估，并出具了《贾跃亭先生拟以非专利技术投资设立公司项目资产评估报告书》（中瑞联评字[2004]第0015号）。

本次资产评估采用了收益现值法进行评估，评估结果如下：贾跃亭先生所拥有的“无线流媒体平台及管理系统V1.0”在评估基准日的公允价值为6,562.43万元，其中4,500万元进入注册资本，2,062.43万元进入资本公积。

（二）股份公司成立时的资产评估情况

发行人设立时，由乐视传媒委托中联资产评估有限公司，以 2008 年 12 月 31 日为评估基准日，就乐视传媒拟设立股份公司之事宜对全部资产和负债进行了评估，并出具了《乐视移动传媒科技（北京）有限公司设立股份公司项目资产评估报告》（中联评报字[2009]第 18 号）。乐视传媒资产账面价值 14,831.36 万元，评估值 15,124.72 万元，增值率 1.98%；负债账面值 548.90 万元，评估值 548.90 万元，无增减值变动；净资产账面价值 14,282.46 万元，评估值 14,575.82 万元，增值率 2.05%。

公司整体变更后延续原账面值进行核算，本次资产评估未进行调账。

九、验资情况

（一）2004 年公司成立时的验资情况

2004 年 11 月，发行人前身乐视传媒在北京市成立。发行人设立时的出资未经验资机构验资并出具证明。根据北京市工商局于 2004 年 2 月 6 日颁布的《北京市工商行政管理局关于印发〈改革市场准入制度，优化经济发展环境若干意见〉的通知》对内资企业注册资本金验证办法进行改革，规定“投资人以货币出资的，工商行政管理机关根据入资银行出具的《交存入资资金凭证》确认投资人缴付的货币出资数额；投资人以非货币形式出资的，应当在申请登记注册时提交资产评估报告，工商行政管理机关根据评估报告确定的资产价值，确认投资人缴付的非货币出资数额”。根据此项规定，发行人设立时的出资不需要验资机构验资并出具证明。

2009 年 11 月 16 日，利安达会计师事务所出具利安达专字[2009]第 1307 号《资本复核报告》，对公司设立时的股东出资情况进行复核，确认设立时公司股东出资到位。

（二）2008 年公司增资时的验资情况

2008 年 8 月，北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）、深圳市创新投资集团有限公司、深圳市南海成长精选创业投资合伙企业（有限合伙）、上海谊讯信

息技术有限公司对公司进行增资，公司注册资本由 5,000 万元增至 5,952.38 万元。利安达会计师事务所为本次增资进行了验证，并出具了利安达验字[2008]第 A1085 号的《验资报告》。

（三）2009 年公司整体变更时的验资情况

2009 年 2 月，利安达会计师事务所就本公司以账面净资产整体变更设立股份公司时的 7,500 万元注册资本进行了验证，并出具了利安达验字[2009]第 A1003 号的验资报告。

十、发行人重大担保、诉讼、其它或有事项和重大期后事项

截至本招股说明书签署日，公司未发生重大诉讼、其它或有事项和重大期后事项。报告期内出现的诉讼事项及相关重大担保事项见本招股说明书之“第十三节 其它重要事项”。

十一、财务状况分析

（一）资产构成及变动分析

1、资产构成及其变化的总体情况分析

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	6,669.68	28.20%	8,548.35	57.70%	1,132.13	17.60%
非流动资产	16,981.25	71.80%	6,267.77	42.30%	5,301.61	82.40%
资产总计	23,650.93	100.00%	14,816.12	100.00%	6,433.75	100.00%

报告期内各期末流动资产占总资产的比重分别为 17.60%、57.70%和 28.20%。2008 年末流动资产比重出现较大幅度上升系当年股东新增出资 5,280 万元使货币资金增加所致；2009 年 12 月 31 日流动资产比重下降，非流动资产大幅增加，系公司 2009 年根据业务发展需要采购服务器、交换机等设备导致固定资产账面价值净增 6,837.58 万元以及采购影视剧版权和系统软件使无形资产账面价值净

增 3,803.12 万元所致。

本公司属于网络视频服务行业，主要从事网络视频基础服务和视频平台增值服务业务，生产经营过程中所依赖的主要资产为服务器、交换机等设备和影视剧版权，而这些资产价值较高，因此导致公司资产结构中非流动资产占有较大的比例。

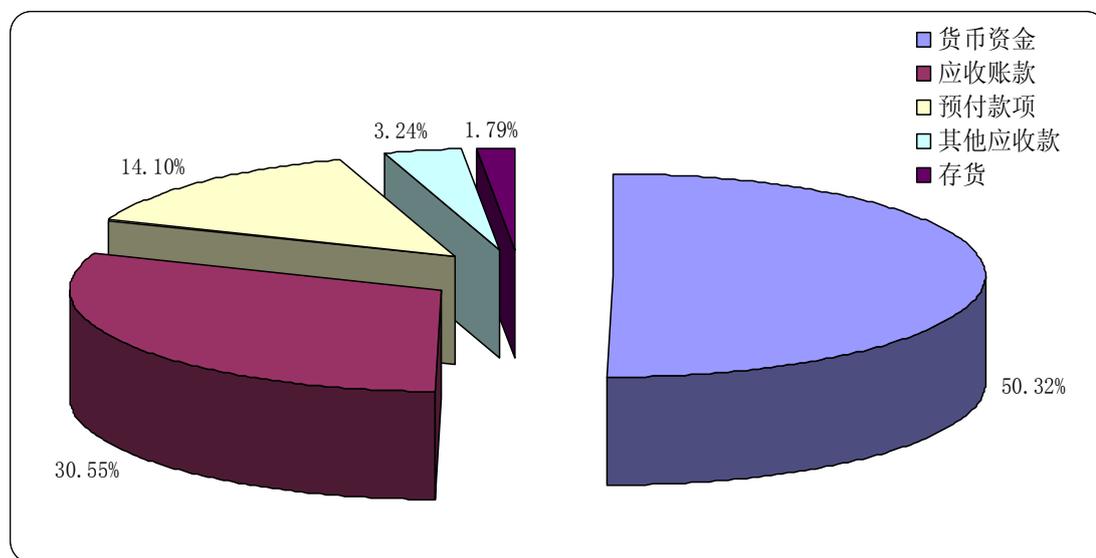
2、流动资产构成及变动分析

报告期内，流动资产构成及变动如下：

单位：万元

资产项目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	3,356.12	50.32%	3,906.50	45.70%	165.64	14.63%
应收账款	2,037.88	30.55%	2,545.20	29.77%	756.36	66.81%
预付款项	940.26	14.10%	1,138.66	13.32%	60.27	5.32%
其它应收款	216.14	3.24%	914.94	10.70%	105.58	9.33%
存货	119.29	1.79%	43.04	0.50%	44.29	3.91%
流动资产合计	6,669.68	100.00%	8,548.35	100.00%	1,132.13	100.00%

图：截至 2009 年 12 月 31 日流动资产结构图



(1) 货币资金

单位：万元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
金额	3,356.12	3,906.50	165.64
占流动资产比重	50.32%	45.70%	14.63%

变动金额	-550.38	3,740.86	-
------	---------	----------	---

报告期内各期末货币资金占流动资产的比例分别为 14.63%、45.70% 和 50.32%，2008 年货币资金大幅增加的主要原因为新增股东对公司货币增资 5,280 万元所致。

2009 年 12 月 31 日货币资金期末余额较 2008 年末减少 550.38 万元，降幅为 14.09%，主要系公司为了扩张业务，增加对服务器、带宽及影视剧版权的采购，导致货币资金余额减少。

(2) 应收账款

① 应收账款变动分析

报告期内，应收账款余额及其变动情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
账面价值	2,037.88	2,545.20	756.36
占流动资产比重	30.55%	29.77%	66.81%
变动金额	-507.32	1,788.84	-

公司 2008 年与 2007 年各项业务的信用政策未发生大的变化，网络高清视频服务的账期一般为 3 个月，视频平台广告业务的账期一般为 3-6 个月，2008 年末应收账款较 2007 年增长 236.51%，主要原因如下：

A. 公司 2008 年网络高清视频服务收入大幅增长，2008 年第四季度实现收入 1,881.86 万元，较 2007 年第四季度 909.23 万元增长 107%，应收账款同比增长 111%。

B. 公司 2007 年视频平台广告业务较少，发生不均衡，第四季度仅实现收入 6.30 万元，2008 年视频广告业务大幅增长，其中第四季度实现收入 817.50 万元。

公司 2009 年末应收账款较 2008 年末减少 521.47 万元，主要为网络高清视频服务业务应收账款减少 606.97 万元，主要原因如下：

A. 与中国联通收费结算方式调整。2009 年 4 月公司与中国联通签订了《手机小额支付业务协议》，约定双方采用“应收预结，实收清算”的结算模式，即中国联通将每月已发生信息费按各省份应收金额的 40% 在次月预先支付给公司，三个月后依据实收结算数据与公司进行清算，这样公司对中国联通的部分应收账款得以提前收回。

B.互联网视频服务收费通道的优化。公司 2009 年优化了互联网视频服务的收费通道,向运营商及其所属 SP 集中,逐步减少并取消与回款时间较长的其它 SP 的合作,由此也导致了应收账款余额的减少。

②应收账款构成

报告期内,应收账款构成情况如下:

单位:万元

项目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
网络高清视频服务	1,022.15	48.59%	1,629.12	62.06%	770.76	98.82%
网络视频版权分销	35.35	1.68%	193.9	7.39%	0.9	0.12%
视频平台广告发布	889.89	42.30%	802	30.55%	8.3	1.06%
视频平台用户分流	125.04	5.94%				
网络超清播放服务	18	0.86%				
其它业务	13.11	0.62%				
合计	2,103.55	100.00%	2,625.02	100.00%	779.96	100.00%

报告期内,公司视频平台增值业务收入从 2007 年的 528 万元,增长到 2009 年的 4,740.27 万元,累计增幅达 797.78%。随着公司视频平台增值业务的快速扩张,应收视频平台增值业务的款项占全部应收账款的比重由 2007 年的 1.06%,增长到 2009 年的 48.24%。

③应收账款账龄分析

报告期内应收账款账龄明细如下:

单位:万元

账龄	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1年以内	2,094.92	99.59%	2,615.99	99.66%	777.06	99.63%
1-2年	0.38	0.02%	6.13	0.23%	2.90	0.37%
2-3年	5.35	0.25%	2.90	0.11%		
3-4年	2.90	0.14%				
合计	2,103.55	100.00%	2,625.02	100.00%	779.96	100.00%

报告期各期末,公司应收账款中账龄在一年以内的比重均为 99%以上,一年以上的应收账款金额较小,应收账款账龄结构稳定、合理。

④应收账款主要债务人情况

报告期内,公司应收账款前五名客户明细如下:

单位:万元

单位名称	金额	账龄	占应收账款总额比例	款项性质
2009 年				
中国联合网络通信有限公司	593.30	1 年以内	28.20%	网络高清视频服务费
北京新锐力广告有限公司	572.09	1 年以内	27.20%	网络视频广告发布费
联动优势科技有限公司	414.76	1 年以内	19.72%	网络高清视频服务费
北京春秋天成有限公司	286.10	1 年以内	13.60%	网络视频广告发布费
天津世通天宇科技有限公司	125.04	1 年以内	5.94%	网络视频用户分流费
合 计	1,991.30		94.66%	
2008 年				
中国联通有限公司	910.00	1 年以内	34.67%	网络高清视频服务费
北京中视龙圣广告有限公司	423.00	1 年以内	16.11%	网络视频广告发布费
北京新锐力广告有限公司	377.00	1 年以内	14.36%	网络视频广告发布费
联动优势科技有限公司	267.59	1 年以内	10.19%	网络高清视频服务费
北京通联信达科技有限公司	262.99	1 年以内	10.02%	网络高清视频服务费
合 计	2,240.58		85.35%	
2007 年				
北京通联信达科技有限公司	600.80	1 年以内	77.03%	网络高清视频服务费
联动优势科技有限公司	157.84	1 年以内	20.24%	网络高清视频服务费
北京新锐力广告有限公司	6.30	1 年以内	0.81%	网络视频广告发布费
中国联通有限公司	5.93	1 年以内	0.76%	网络高清视频服务费
丰元信科技北京有限公司	5.29	1 年以内	0.68%	网络高清视频服务费
合 计	776.16		99.52%	

公司应收账款前五名均为运营商、SP 和广告代理公司，报告期前五名客户应收账款所占比例分别达到 99.52%、85.35%和 94.66%。2007 年，公司主要通过中国移动所属 SP 北京通联信达科技有限公司和联动优势科技有限公司收取互联网视频服务费，两家公司构成公司主要债务人。2008 年，公司通过中国联通有限公司收取互联网视频服务费的比例大幅增加，使得中国联通有限公司成为公司第一债务人；同时公司互联网广告业务大幅增长，使得北京新锐力广告有限公司

和北京中视龙圣广告有限公司进入公司应收账款前五名。2009 年公司视频平台用户分流业务快速发展，合作客户天津世通天宇科技有限公司进入应收账款前五名。

⑤应收账款的减值准备情况

公司网络高清视频服务业务通过电信运营商收款和结算，业务收入来自于电信运营商支付的用户信息费分成，公司与电信运营商按协议定期结算。鉴于电信运营商均有较高的信誉水平和经营实力，应收账款发生坏账的可能性较小。在视频平台广告发布业务和视频平台用户分流业务中，合作方具有较高的信誉水平，与公司建立了长期稳定合作关系，未发生过违约行为，目前对其应收款项均在信用期内，发生坏账的可能性较小。

公司在经营规模不断扩大，销售收入持续增长的同时，不断加强应收账款的管理，加快款项回收，防止坏账发生，同时严格按照公司制定的坏账准备政策计提坏账准备。报告期内各期末公司应收账款坏账准备分别为 23.60 万元、79.82 万元和 65.67 万元，计提充分合理。

(3) 预付账款

报告期内预付账款列示如下：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
金额	940.26	1,138.66	60.27
占流动资产比重	14.10%	13.32%	5.32%
变动金额	-198.40	1,078.40	-

发行人预付账款主要为预付影视剧版权采购款、设备采购款等。

2008 年末预付账款大幅增长，主要原因系：为不断扩大业务规模、满足视频用户的体验性需要，大规模采购系统软件和影视剧版权等无形资产，部分资产在期末尚未交付所致。

(4) 其它应收款

报告期内其它应收款列示如下：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
-----	------------------	------------------	------------------

金额	216.14	914.94	105.58
占流动资产比重	3.24%	10.70%	9.33%
变动金额	-698.81	809.37	-

2008 年末，其它应收款账面价值为 914.94 万元，较上年度增加 809.37 万元，主要为支付给沈阳伟羽电子科技有限公司的委托采购保证金 358.07 万元和支付给天津世通天宇科技有限公司用于视频平台用户分流业务开发的合作定金 220 万元，上述款项已于 2009 年收回。

3、非流动资产构成及变动分析

报告期内，公司的非流动资产构成如下：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	8,049.57	47.40%	1,211.98	19.34%	247.22	4.66%
无形资产	8,850.30	52.12%	5,047.18	80.53%	5,054.39	95.34%
递延所得税资产	81.39	0.48%	8.61	0.14%		
非流动资产	16,981.25	100.00%	6,267.77	100.00%	5,301.61	100.00%

(1) 固定资产

公司固定资产主要为生产经营所需的电子设备和运输设备等。报告期内固定资产列示如下：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
金额	8,049.57	1,211.98	247.22
占非流动资产比重	47.40%	19.34%	4.66%
变动金额	6,837.58	964.76	-

固定资产迅速增长的原因主要是为了满足不断扩大的经营规模的需要，增加购置服务器、交换机、电脑和车辆等资产所致。

报告期内，公司固定资产使用状况良好，不存在重大资产闲置情况。公司采用平均年限法计提固定资产折旧，预计残值率为 5%，报告期末固定资产综合成新率为 87.39%，具体明细如下：

单位：万元

类 别	折旧年限	账面原值	账面净值	成新率
运输设备	5 年	316.13	236.59	74.84%

电子及其它设备	5 年	8,895.30	7,812.98	87.83%
合 计		9,211.43	8,049.57	87.39%

公司建立了完善的固定资产管理制度，定期对固定资产进行盘点。目前公司无闲置的固定资产，也不存在技术陈旧、损毁或长期闲置等原因导致其可收回金额低于账面价值的情形，因此未计提减值准备。

报告期内，本公司固定资产的变动原因如下：

①维持剩余服务能力正常水平的需要

公司的固定资产主要为服务器，截至 2009 年末服务器原值 8,210 万元，净值 7,332 万元，约占固定资产的 90%，报告期内服务器及服务能力情况见下表：

年 度	并发服务能力(万用户)	实际并发(万用户)	剩余服务能力
2007年	1	0.8	20%
2008年	13	10.9	16%
2009年	32	26	19%

注：并发服务能力：系统最大能同时提供播放服务的用户数量；按照行业经验，视频网站页面浏览量（PV）基本为并发用户的 150-200 倍左右。

实际并发：实际发生的同时在线用户数量；

剩余服务能力：（并发服务能力-实际并发）/ 并发服务能力*100%

网站日常运行需要保留 20%左右的剩余服务能力以应对突发事件造成的网站流量增长及波动，随着公司用户规模的扩大，公司固定资产规模仍将保持增长。

②提升用户体验效果及巩固经营成果的需要

2007 年以前，公司主要以网络视频付费业务为主，用户规模相对较小，所以服务器、交换机等电子设备配置较少；2007 年初公司在网络视频付费业务基础上开始推出网络标清视频免费点播业务，导致用户规模增长迅速。为确保用户的体验效果，公司开始不断增加服务器、交换机等电子设备，由此导致电子设备采购金额的快速增长。2008 年末以来，为提升用户的视频体验效果，公司积极推出清晰度更高、体验性更好和单片码流更高的视频内容，因此加大了服务器、交换机等电子设备的采购。

③筹备 3G 手机电视业务的需要

2008 年我国 3G 网络开始试商用，预示着 3G 手机电视行业良好的发展契机，为了更好地提升技术和把握市场机会，公司购进部分研发设备以及测试设备，为未来从事 3G 手机电视业务做相关准备。

综上,随着影视剧节目内容数量的不断增多、用户规模的扩大、高码率产品的上线以及新业务的不断推出,对服务器、交换机等电子设备需求数量不断加大,电子设备等固定资产投资不断增加是必然的。当公司现有影视剧节目全部上线、用户规模达到一定比例后,公司固定资产投资将趋于稳定。

(2) 无形资产

①无形资产变动情况

单位:万元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
金额	8,850.30	5,047.18	5,054.39
占非流动资产比重	52.12%	80.53%	95.34%
变动金额	3,803.12	-7.22	-

报告期内,无形资产占非流动资产的比重分别为 95.34%、80.53%和 52.12%。

②无形资产结构分项变动分析

报告期内无形资产的结构变动情况如下表:

单位:万元

项 目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	账面价值	比重	账面价值	比重	账面价值	比重
版权费	4,782.21	54.03%	869.33	17.22%	187.08	3.70%
系统软件	1,302.49	14.72%	295.07	5.85%	328.30	6.50%
非专利技术	2,765.60	31.25%	3,882.77	76.93%	4,539.01	89.80%
合 计	8,850.30	100.00%	5,047.18	100.00%	5,054.39	100.00%

报告期内,公司的无形资产中版权费比重呈逐年递增趋势,各年度分别为 3.70%、17.22%和 54.03%,主要由于公司坚持“正版版权”的经营思路,积极加强正版版权采购所致;系统软件主要为公司委托外部单位开发的各项系统软件;非专利技术比重呈逐年下降趋势,各年度分别为 89.80%、76.93%和 31.25%,主要系“无线流媒体平台与管理系统 V1.0”价值逐年摊销减少所致。

A. 报告期内,公司坚持“正版版权”的经营理念,通过加强网络视频版权的采购,以增强用户的视频观看体验,实现报告期内用户和服务收入的高速增长。报告期内,公司购买的影视剧版权包括张艺谋导演的所有商业大片(《三枪拍案惊奇》、《满城尽带黄金甲》、《英雄》、《十面埋伏》、《千里走单骑》等)、《赤壁》

(上、下)、《机器侠》、《窃听风云》、《大内密探零零狗》、《熊猫大侠》、《桃花运》、《潜伏》、《在那遥远的地方》、《无形杀》、《沧海》、《马文的战争》、《柳叶刀》、《猎鹰 1949》、《画皮》和《疯狂的赛车》等热门影视剧。

自 2008 年以来, 公司版权采购金额增幅较大, 主要原因如下:

- a. 公司重视版权采购, 采取批量采购策略, 逐步加大影视剧版权采购量;
- b. 注重热门影视剧采购, 而此类版权价格通常相对较高;
- c. 逐步扩大版权权利的地域范围, 增加带有全球网络范围的影视剧版权采购;
- d. 增加跨网权经营, 增加拥有互联网和手机无线网的跨网影视剧版权的采购;
- e. 随着行业内打击盗版力度加强, 网络视频服务提供商更加重视正版版权采购, 影视剧网络版权交易逐步活跃, 版权价格整体呈上升趋势。

B. 2009 年 12 月 31 日, 公司系统软件账面价值为 1,302.49 万元, 增幅较大, 主要为委托外单位开发的手机商城平台软件、广告平台系统软件、内容管理平台软件和手机支付平台系统软件, 及相关平台配套系统。上述系统软件均于 2009 年开发完成。

经保荐人核查, 上述受托开发单位与发行人、发行人实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员及持有发行人 5% 以上股东不存在关联关系。

C. 公司设立时贾跃亭先生作为出资投入公司的“无线流媒体平台与管理系统 V1.0”作为非专利技术计入无形资产, 该项资产以评估值作为入账依据, 北京中瑞诚联合会计师事务所出具了《贾跃亭先生拟以非专利技术投资设立公司项目资产评估报告书》(中瑞联评字[2004]第 0015 号), 评估时采用了未来收益法。截至 2009 年 12 月 31 日, 该等资产账面价值为 2,765.60 万元, 占公司无形资产总额的 31.25%。

设立时作为出资的“无线流媒体平台与管理系统 V1.0”是公司在报告期内开展 3G 手机电视业务所应用的平台与管理系统, 是公司募集资金项目 3G 手机流媒体电视应用平台改造升级项目实施的技术基础。目前, 公司已在该系统基础上融合了 P2P 技术和 CDN 技术, 升级为“流媒体平台及管理系统 V2.0”, 并依托该系统搭建了功能更强的视频运营平台。报告期内, 公司依托该平台向用户提

供体验性较好的网络视频服务, 获得用户的认可, 使公司 2008 年和 2009 年营业收入分别实现 99.39% 和 97.99% 的增长。截至 2009 年 12 月 31 日, 公司所服务的月均活跃付费用户达到 30 万人次。

上述技术投入和后续研发保证了公司网络视频服务业务的顺利开展, 并维持了在行业内的领先优势。

③无形资产摊销和减值情况

截至 2009 年 12 月 31 日, 无形资产摊销和减值情况如下:

单位: 万元

项 目	取得方式	原 价	累计摊销	减值准备	账面价值	摊销年限
版权费	购买	5,851.01	1,068.80	0.00	4,782.21	按合同约定
系统软件	购买	1,466.62	164.12	0.00	1,302.50	10 年
非专利技术	投资者投入	6,562.43	3,335.90	460.93	2,765.60	10 年
合 计		13,880.05	4,568.83	460.93	8,850.30	

A、影视剧版权

在进行期末减值准备计提时, 公司仍将“影视剧库”作为一项整体无形资产进行减值测试。报告期各期末, 公司对影视版权进行检查, 未发现存在以下现象, 故未计提无形资产减值准备。

a、影视版权的市价当期大幅度下跌。

b、公司经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化, 从而对企业产生不利影响。

c、市场利率或者其它市场投资报酬率在当期已经提高, 从而影响公司计算资产预计未来现金流量现值的折现率, 导致资产可收回金额大幅度降低。

d、有证据表明影视版权已经陈旧过时或者其实体已经损坏。

e、影视版权已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。

f、公司内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期。

g、其它表明影视版权可能已经发生减值的迹象。

B、系统软件

报告期末, 公司对系统软件进行检查, 未发现下述减值情况, 故未计提无形资产减值准备。

a、系统软件的市价当期大幅度下跌。

b、公司经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。

c、市场利率或者其它市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响公司计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。

d、有证据表明系统软件已经陈旧过时或者其实体已经损坏。

e、系统软件已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。

f、公司内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期。

g、其它表明系统软件可能已经发生减值的迹象。

C、非专利技术

报告期末，公司对非专利技术价值进行了减值测试。目前公司拥有的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”（下称“V1.0”）已升级为“流媒体平台及管理系统V2.0”（下称“V2.0”），该技术拥有四大类子系统，共包含18个模块，其中有4个模块在商业应用上出现如下情况：

（1）V1.0中包含了用于与运营商进行计费对接的“计费系统”模块，该模块的主要逻辑功能及对接接口在V2.0中出现较大变化。系统V1.0设计时该模块主要用于与电信运营商BOSS（即Business Operation Support System）等系统进行对接，即主要应用在与电信运营商的直接对接计费模式中，但随后由于业务形态需要，在V2.0中改进为与运营商小额支付平台等第三方支付平台进行对接，因此原模块使用频率降低，发挥效果不明显，预计近期无法为公司带来明显的经济利益，因此原计费系统模块存在一定的减值情况；

（2）在V1.0中，作为用户接入子系统的重要模块“WAP门户网站”模块，原计划用于充当用户访问平台系统时进行与其对接的系统接口，即手机用户通过该模块可以访问到系统提供的视频内容浏览、播放、互动等多种功能。在V2.0中，该模块虽然已经升级到较高技术水平，但由于受3G市场尚未形成市场规模、用户量增长不突出等因素的影响，其支持的手机WAP站点功能并未实现大规模商业化运营，在报告期内未产生明显的商业价值，预计近期为公司带来的经济利益存在一定的不确定性，因此该系统模块存在一定的减值情况；

（3）V1.0中的“手机客户端”模块在V2.0中虽然已升级到较高技术水平，并率先在手机终端上应用，实现了基于H.264编解码技术的流媒体直播、点播等

领先功能，并支持主流的多种手机系统平台，但由于受3G市场尚未形成规模、用户量增长不突出等因素的影响，“手机客户端”模块所提供的功能在报告期内使用频率较低，为发行人带来的经济利益较少，预计近期所能带来的经济利益存在一定的不确定性，因此该系统模块存在一定的减值情况；

（4）在V1.0中，“实时编码器”模块属于V1.0设置的重要功能性模块，该模块主要用于在手机平台上实现实时直播功能，如视频直播、赛事直播、电视台节目转播等功能。在V2.0系统中，公司对其进行升级，使其为用户提供可在PC平台上进行实时直播的视频内容，由于原模块在报告期内未按照预期在手机平台上实现大规模商业化应用，未带来预期的经济利益，且预计近期带来经济利益存在一定不确定性，因此该系统模块存在一定的减值情况。

基于上述情况，公司认为这4个模块存在一定的减值情况，应当计提减值准备，根据谨慎性原则全额计提减值准备。

截至2009年12月31日，公司该项非专利技术的账面净值为3,226.53万元，上述4个子模块在开发形成过程中投入的研发工作量占V1.0研发总工作量的比重为14.29%，按此比例计算应分摊的截至2009年12月31日的无形资产账面价值为460.93万元。

基于上述情况，公司于2009年12月31日对这上述4个模块全额计提减值准备，计提后上述非专利技术的账面价值为2,765.60万元。

（二）减值准备提取情况

本公司根据《企业会计准则》和所属行业的特殊性制定了计提资产减值准备的会计政策，并已遵循谨慎性原则按上述会计政策足额计提了相应的减值准备。

1、坏账准备计提情况

单位：万元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
坏账准备合计	84.43	134.99	38.76
其中：应收账款	65.67	79.82	23.60
其它应收款	18.76	55.17	15.16

公司根据应收款项质量及历年应收款项收回的实际情况，制定了符合自身特点的坏账准备计提政策。公司应收款项坏账准备计提比例与同行业可比上市公司

基本相符。

公司坏账准备计提比例与同行业可比公司对照如下：

账 龄	本公司	生意宝	同花顺	北纬通信
1年以内(含1年)	3%	5%	5%	1%
1~2年(含2年)	10%	20%	10%	5%
2~3年(含3年)	25%	50%	20%	10%
3~5年(含5年)	50%	100%	80%	100%
5年以上	100%	100%	100%	100%

注：可比公司相关数据来自年报。

2、存货跌价准备计提情况

公司期末存货按照成本与可变现净值孰低计量。报告期内，公司存货不存在可变现净值低于成本情况，未计提减值准备。

3、固定资产减值准备

发行人公司在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，如由于市价大幅度下跌，或陈旧过时、损坏、长期闲置等原因导致其可收回金额低于账面价值的，按单项固定资产可收回金额低于账面价值的差额计提固定资产减值准备。

发行人公司主营网络视频基础服务和视频平台增值服务业务，是国内领先的互联网高清影视剧视频服务及3G手机电视服务商。通过数年的经营，发行人公司培育了庞大的用户群，形成了明显的用户资源，不断增加的服务器、交换机等电子设备对提高用户体验效果、培育客户、增强用户粘性具有不可替代的作用。

发行人购买的固定资产主要用于网络视频基础及应用平台、3G手机电视平台的运营，鉴于电子及其它设备使用寿命稳定，在使用期限内稳定地提供服务，其价值消耗与营业收入无配比关系，因此发行人对电子及其它设备在其使用寿命中采取年限平均法计提折旧。

根据发行人对电子及其它设备的使用经验，结合行业惯例，发行人确定固定资产净残值率为5%，折旧年限为5年。

发行人公司固定资产全部为在用固定资产，使用状况良好，报告期内各期末不存在如下减值迹象：

- (1) 该资产的市价当期大幅度下跌；

(2) 发行人经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对发行人产生不利影响；

(3) 该资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；

(4) 企业内部报告的证据表明该资产组的经济绩效已经低于或者将低于预期。

因此，发行人公司固定资产报告期末未计提减值准备。

4、无形资产减值准备

公司在报告期内按无形资产减值迹象判断是否应当计提减值准备，当无形资产可收回金额低于账面价值时，则按其差额提取无形资产减值准备。报告期内，公司拥有的无形资产主要为版权费、系统软件和非专利技术，发行人已针对减值情况计提了减值准备。

本公司管理层认为，公司各项资产的质量较高，除上述非专利技术中的4个模块发生减值情况外，其它主要资产未出现减值情况。公司制定的计提减值准备会计政策符合谨慎性的要求，提取的减值准备与本公司资产质量的实际状况相符，主要资产计提的减值准备充分、合理。

(三) 负债构成及变动分析

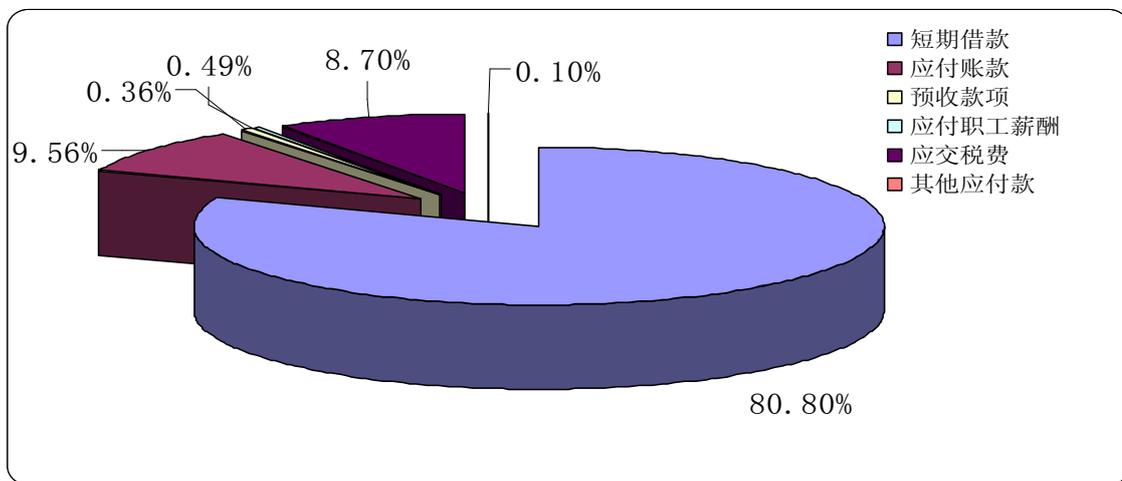
报告期内，公司负债构成如下：

单位：万元

项 目	2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	4,950.36	100.00%	549.07	100.00%	472.16	100.00%
其中：短期借款	4,000.00	80.80%				
应付账款	473.12	9.56%	34.43	6.27%	122.13	25.87%
预收款项	17.78	0.36%			0.30	0.06%
应付职工薪酬	24.16	0.49%	23.41	4.26%	48.02	10.17%
应交税费	430.45	8.70%	460.53	83.88%	134.78	28.54%
其它应付款	4.84	0.10%	30.69	5.59%	166.93	35.35%
负债总计	4,950.36	100.00%	549.07	100.00%	472.16	100.00%

报告期内，公司负债全部为流动负债，负债结构如下图：

图：截至 2009 年 12 月 31 日负债结构图



1、银行借款

2009 年，随着公司规模快速扩张，需要大量购置服务器、交换机等设备和影视剧版权，为此公司自北京银行股份有限公司建外支行、杭州银行股份有限公司北京分行和中信信托有限责任公司分别借入 2,000 万元、1,500 万元和 500 万元短期借款。该等借款及相关的担保事项详见本招股说明书之“第十三节 其它重要事项”之“一、重要合同”和“二、对外担保的情况”。

2、应付账款

公司近三年的应付账款主要为应付合作方和供应商的业务推广费和带宽费，应付账款占负债比重较小，主要原因为业务推广费和带宽费账期较短且本公司严格按照约定期限进行结算。2009 年 12 月 31 日，应付账款较 2008 年末增加 438.69 万元，主要是由于公司 2009 年根据扩张需要对外采购 CDN 加速服务形成的应付款和应付版权费增加所致。

3、应交税费

报告期内，应交税费余额及变动情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
金额	430.45	460.53	134.78
占负债总额比重	8.70%	83.88%	28.54%
变动金额	-30.08	325.76	-

公司应交税费主要为应交营业税和应交企业所得税。

2008 年应交税费比 2007 年增加 325.76 万元，同比增长 241.70%。主要系公司营业规模的迅速增长导致营业税增长，同时公司开始缴纳所得税，使应交税费大幅增长。

（四）股东权益项目逐项分析

报告期内，本公司股东权益变动情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
股本（或实收资本）	7,500.00	5,952.38	5,000.00
资本公积	6,782.46	6,675.05	2,347.43
盈余公积	441.24	165.50	
未分配利润	3,976.87	1,460.64	-1,399.23
归属于母公司股东权益合计	18,700.58	14,253.58	5,948.20
少数股东权益	-	13.48	13.39
股东权益合计	18,700.58	14,267.06	5,961.58

1、股本（或实收资本）变动情况

报告期内，公司的股本（或实收资本）情况如下：

单位：万元

股东名称	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
贾跃亭	4,680.75	3,715.00	5,000.00
贾跃芳	630.00	500.00	
汇金立方资本管理有限公司	454.50	360.71	
刘弘	348.75	277.00	
深圳市创新投资集团有限公司	341.25	270.83	
李军	252.00	200.00	
贾跃民	249.75	198.00	
上海谊讯信息技术有限公司	177.00	140.48	
郑伟鹤	120.75	95.73	
黄荔	97.50	77.70	
杨永强	63.00	50.00	
邓伟	37.88	30.00	
杨丽杰	37.88	30.00	

深圳市同创伟业创业投资有限公司	9.00	6.93	
合 计	7,500.00	5,952.38	5,000.00

报告期内，股本（或实收资本）具体变动如下：

(1) 2008年7月28日，北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）、深圳市创新投资集团有限责任公司、深圳市南海成长精选创业投资合伙企业（有限合伙）、上海谊讯信息技术有限公司出资 5,280 万元现金，认缴乐视移动 952.38 万元实收资本，并形成 4,327.62 万元资本溢价。

(2) 2009年2月10日，乐视移动整体变更为股份公司，乐视移动股东以净资产 14,282.46 万元作为出资折为股本 7,500 万元。

2、资本公积变动情况

单位：万元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
股本溢价	6,782.46	6,390.05	2,062.43
股本溢价变动	392.41	4,327.62	
其它资本公积		285.00	285.00
合 计	6,782.46	6,675.05	2,347.43

2008年资本公积增加 4,327.62 万元，为新增股东出资的股本溢价，具体情况参见上述“1、股本（或实收资本）变动情况”；2009年12月31日，股本溢价增加 392.41 万元，为 2009年公司整体改制为股份公司，以净资产折股所致。

3、盈余公积变动情况

(1) 2007年公司累计未分配利润为负，未计提盈余公积。

(2) 2008年公司按弥补以前年度亏损后净利润 10%提取盈余公积 165.50 万元。

(3) 2009年2月，公司整体变更为股份有限公司，进行净资产折股而转出盈余公积 165.50 万元；2009年末按照 2009年净利润 10%提取盈余公积 441.24 万元。

4、未分配利润变动情况

单位：万元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
期初数	1,460.64	-1,399.23	-2,868.41

加：本期增加净利润	4,447.82	3,025.47	1,468.35
减：少数股东损益	0.82	0.09	-0.82
提取法定盈余公积	441.24	165.50	
转增股本	1,489.53		
期末数	3,976.87	1,460.64	-1,399.23

公司 2009 年 2 月未分配利润转出 1,489.53 万元，系公司当年整体变更为股份有限公司时以净资产折股所致。

（五）偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债指标如下：

项 目	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.35	15.57	2.40
速动比率（倍）	1.32	15.49	2.30
资产负债率（母公司）	21.93%	3.70%	11.24%
息税折旧摊销前利润（万元）	7,462.43	4,320.42	2,209.66
利息保障倍数（倍）	64.95	-	112.10

1、流动比率和速动比率

2008 年流动比率和速动比率大幅提高，主要是由于 2008 年公司新增股东出资 5,280 万元，导致货币资金余额大幅上升所致。2009 年公司加大固定资产和影视剧版权采购，并根据资金需求增加了银行借款，使得流动比率和速动比率下降至正常水平。

2、资产负债率

报告期内公司资产负债率较低，保持较高的偿债能力。2008 年资产负债率较低主要是由于 2008 年公司新增股东出资 5,280 万元，导致资产总额和净资产大幅增加。

3、息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

报告期内公司息税折旧摊销前利润每年均大幅增加，利息保障倍数较高，说明公司经营情况良好，具有较好的偿债能力。

（六）营运能力分析

报告期内周转率指标如下：

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
应收账款周转率（次）	6.36	4.46	9.54
流动资产周转率（次）	1.92	1.52	4.22
总资产周转率（次）	0.76	0.69	0.59

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 9.54 次、4.46 次和 6.36 次，2007 年应收账款周转率显著高于其它年度，主要是因为 2007 年 9 月之前，公司主要以“PDA 门户内容应用服务”的收费通道向终端用户收取费用，PDA 业务结算周期通常为一个月，期末应收账款余额较小。2007 年 9 月以后，手机话费支付方式开始成为公司主要收费模式，这种收费模式的结算周期通常为 3 个月，应收账款大幅增加，由此导致应收账款周转率大幅变化。

2、流动资产周转率

报告期内，公司流动资产周转率基本稳定，2007 年度流动资产周转率较高主要是由于营业收入增幅高于流动资产增幅所致。

3、总资产周转率

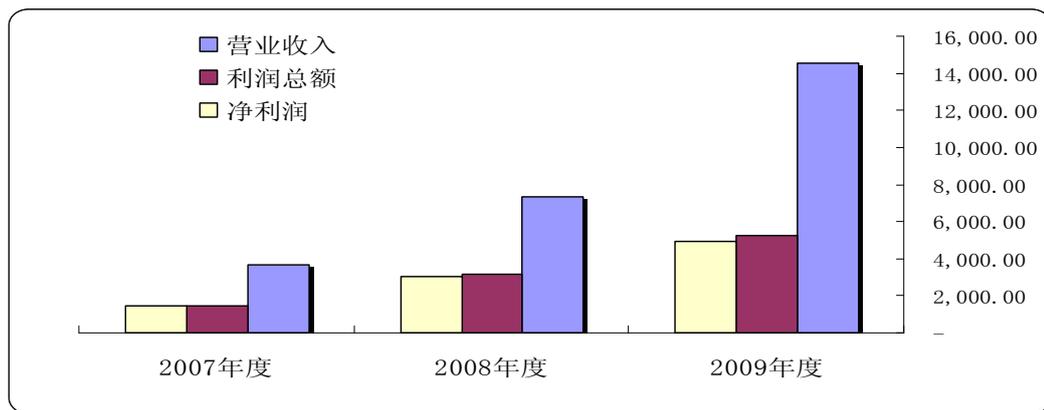
报告期内，公司的总资产周转率较为平稳，且逐年平稳增长。由于公司主要生产要素影视剧版权、网络服务器等为长期资产，且价值较高，导致公司总资产周转率较低。

十二、盈利能力分析

公司一贯专注于为互联网用户和手机用户提供网络视频服务和视频平台增值服务。报告期内，公司结合自身技术优势、研发力量、市场拓展能力和差异化服务理念逐步建立起多方面核心优势。

报告期内，公司的营业收入、利润总额和净利润保持快速增长态势，显示出了较强的盈利能力。

图：报告期内公司收入和利润水平（单位：万元）



(一) 营业收入分析

报告期内，公司营业收入构成如下：

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
主营业务收入	13,381.53	7,360.71	3,691.21
占营业收入比重	91.82%	100.00%	99.99%
其它业务收入	1,191.62		0.42
合 计	14,573.14	7,360.71	3,691.63

本公司主营业务突出，报告期内 90% 以上的营业收入来自于主营业务。

报告期内，公司营业收入分别为 3,691.63 万元、7,360.71 万元和 14,573.14 万元，2008 年度和 2009 年度营业收入分别较上年度增长 99.39% 和 97.99%，增速明显。2008 年度和 2009 年度营业收入增长得益于网络高清视频服务业务保持稳定增长和网络视频版权分销业务、视频平台广告发布和视频平台用户分流业务的高速增长。

1、主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入主要来源于网络高清视频服务、网络视频版权分销、视频平台广告发布服务、视频平台用户分流服务等四类业务，主营业务的具体构成如下：

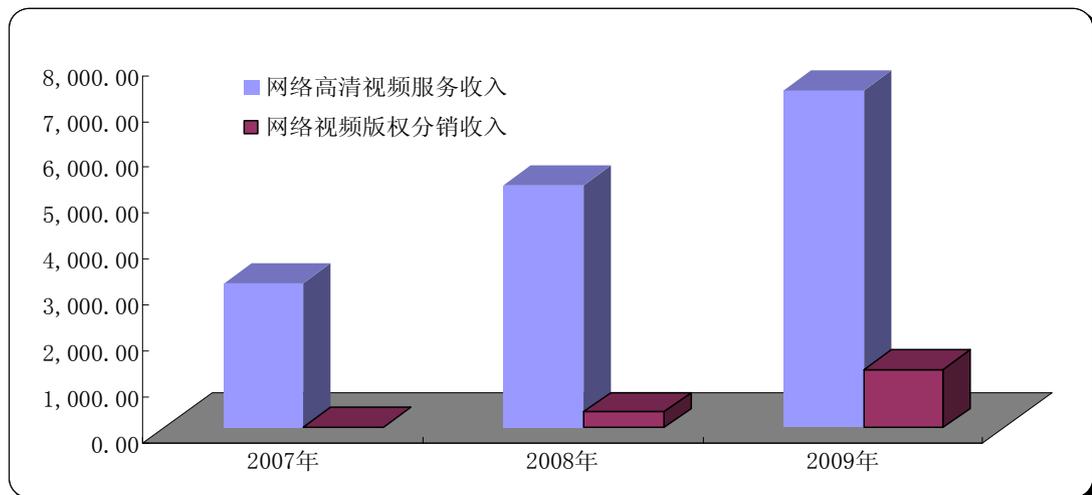
单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
(一)网络视频基础服务	8,641.25	5,624.47	3,163.21
网络高清视频服务收入	7,354.63	5,283.54	3,158.17
网络视频版权分销收入	1,268.62	340.93	5.04
网络超清播放服务	18.00		

（二）视频平台增值服务	4,740.27	1,736.24	528.00
视频平台广告发布收入	3,693.38	1,736.24	528.00
视频平台用户分流收入	1,046.89		
合 计	13,381.53	7,360.71	3,691.21

报告期内，公司主营业务收入分别为 3,691.21 万元、7,360.71 万元和 13,381.53 万元，2008 年和 2009 年主营业务收入分别较上年度增长 99.41% 和 81.80%，主营业务的增速突出。

图：报告期内网络视频基础服务业务收入及增长情况（单位：万元）



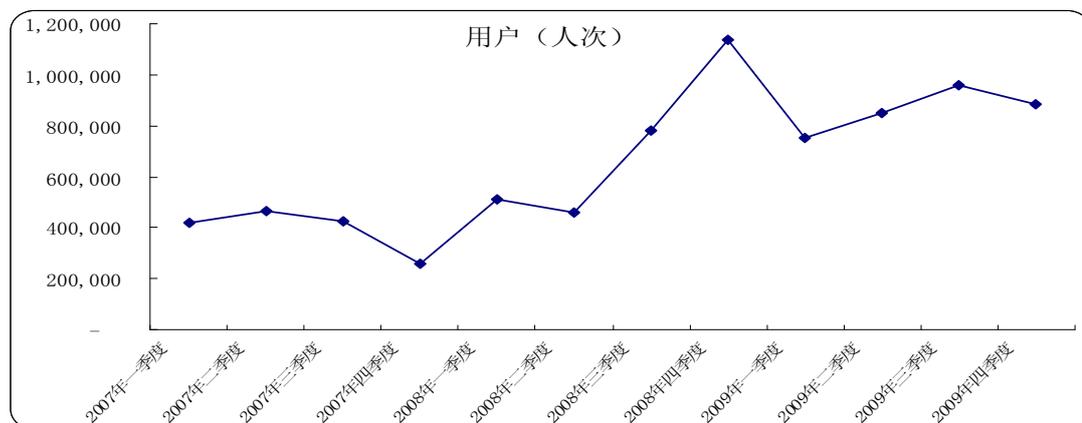
（1）网络视频基础服务业务

网络视频基础服务业务是公司的基本业务，是公司保持快速增长和持续稳定经营的重要保障。

①网络高清视频服务业务

网络高清视频服务业务是公司的传统优势业务，公司通过逐步增加版权采购和服务器及带宽购置，使该项业务保持持续稳定增长态势。报告期内，该项业务收入分别实现 3,158.17 万元、5,283.54 万元和 7,354.63 万元，增长较快。但由于其它主营业务增速更快，因此导致该项业务占主营业务比重逐年下降，分别占主营业务收入的 85.56%、71.78% 和 54.96%。

图：发行人报告期内网络高清视频服务的付费用户人次



公司网络高清视频业务的付费注册用户在报告期内持续增长，2009 年公司所服务的月均付费用户量达到 30 万人次，形成庞大的付费用户群，为该项业务收入的增长奠定了良好的用户基础。

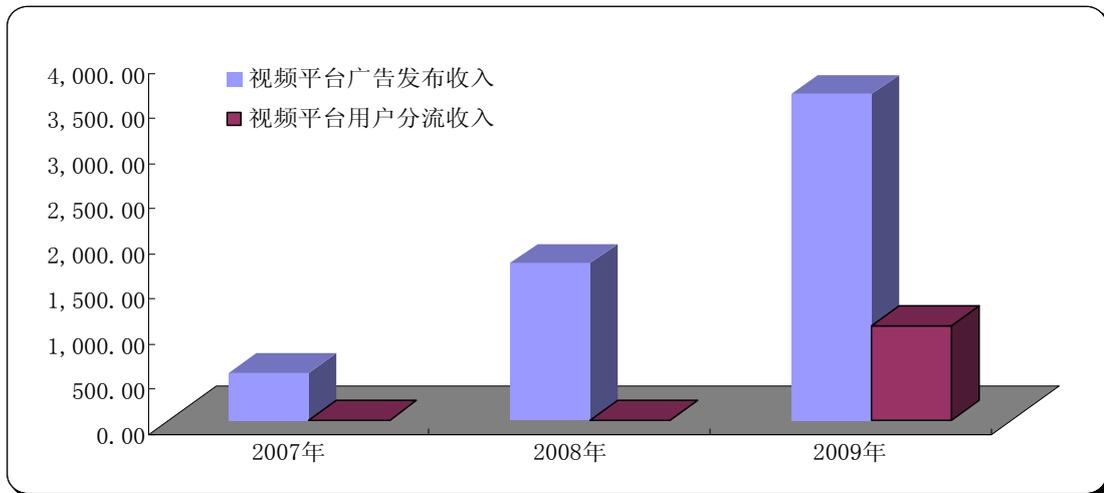
②网络视频版权分销业务

该项业务是公司在网络视频版权储备总量达到一定规模后，逐步开发出来的业务增长点。2007 年，公司网络视频版权采购量处在积累阶段，独家授权类版权较少，该项业务处在摸索阶段；2008 年以后，公司采购了大量的独家影视版权，为实现增量收益，公司充分利用独家版权的再授权权利，将优质的影视剧版权授权给其它网络视频类服务提供商，取得了较高的网络视频版权分销收入。该项业务类似于向大客户进行集中发行，具有版权效益回收快、收入集中的特征。

报告期内，该项业务合计实现收入 1,614.60 万元，未来随着公司独家版权数量的持续增长，公司该项业务收入将继续保持较快速度增长。

(2) 视频平台增值服务业务

图 4：报告期内视频平台增值服务业务收入及增长情况（单位：万元）



视频平台增值服务业务是在公司通过网络视频基础服务业务培育出一定量级的用户基础和平台效应后，逐步开发出的增量业务，是公司未来持续发展和增长的强大动力。

①视频平台广告发布业务

视频平台广告发布业务是目前公司开发的比较成熟的平台类增值业务，报告期内实现了高速增长，各期分别实现 528 万元、1,736.24 万元和 3,693.38 万元，占近三年主营业务收入比重分别为 14.30%、23.59%和 27.60%。

根据行业发展状况，通常网络广告发布收入是互联网或网络视频公司的主要盈利点，公司通过用户培育和平台建设，加强公司视频门户“乐视网”的营销力度，已经使其具备初步的广告媒介价值。未来该项业务将成为公司收入的重要来源。

②视频平台用户分流业务

网络视频用户通常具备多重需求。公司通过加强与其它网络服务提供商的合作，根据公司用户的需求，为其提供与视频相关的网络需求，将公司的用户引导或者分享到其它服务提供商的运营平台，并依此获取增值收益。

报告期内，该项业务为公司贡献 1,046.89 万元的收入。庞大的用户资源基础保证了该项业务的顺利开展，未来将成为公司实现较快增长的重要方面。

2、收入结构优化的原因

报告期内,公司进行了不断的业务创新和业务结构优化,使收入结构在报告期内呈现不断丰富和充实的趋势,进而使公司的收入结构实现优化。

收入结构优化是业务结构调整的结果,公司设立时制定了“业务发展十年规划”:第一步,自设立后通过3年时间完成运营平台开发、用户基础培育;第二步,通过3年时间健全业务架构,树立乐视网品牌形象,持续扩大市场份额,实现稳定盈利并保持高速增长;第三步,通过4年时间建立行业内技术领先、用户庞大、服务内容全面的综合网络视频运营平台。目前公司正处在努力实现第二步战略发展目标的重要时期。

报告期内,公司网络视频基础服务业务的快速增长,带动公司视频门户“乐视网”点击量和浏览量迅速上升,公司利用差异化策略为用户提供优质的视频内容,使用户中的忠实客户群不断扩大,为视频平台增值服务的快速发展奠定了基础。公司的两类业务相辅相成,使业务结构在演进和调整中实现优化和增长。

3、主营业务收入持续增长的原因

报告期内,公司主营业务收入持续增长,由2007年度的3,691.21万元增长至2009年度的13,381.53万元。公司主营业务收入保持持续增长的原因为:

(1) 网络视频服务行业进入快速发展期,并向成熟发展期演进

近年来,我国互联网呈现出网民持续增长、互联网普及率大幅提高、网络基础资源快速增长、宽带日益普及以及上网速度快速提高的良好发展景象,受此影响我国视频行业呈现出快速发展的趋势,一方面表现为中国网络视频用户规模不断扩大,另一方面表现为网络视频市场规模大幅增长。根据艾瑞市场咨询在《中国网络视频核心企业竞争力评估报告2007-2008》预测,中国的网络视频用户规模将从2007年的1.7亿增长到2010年的3.9亿,市场规模也将从2007年的9亿元增长到2012年的51.2亿元。

(2) 坚持“合法版权+用户培育+平台增值”的经营模式,培育出大量用户

①作为视频网站,丰富多彩的合法视频内容是吸引用户的最基本条件。报告期内发行人不断加大对影视版权的引进,尤其着重加强网络独家授权的电影、电视剧的采购和引进,通过不断丰富节目内容,提高视频内容的新颖性和用户体验

度。截至 2009 年 12 月 31 日，公司拥有电影版权 2,236 部，电视剧版权 40,354 集。报告期内，发行人引进了张艺谋导演的所有商业大片（《三枪拍案惊奇》、《满城尽带黄金甲》、《英雄》、《十面埋伏》、《千里走单骑》等）、《扑克王》、《午夜出租车》、《赤壁》（下）、《机器侠》、《窃听风云》、《大内密探零零狗》、《熊猫大侠》、《桃花运》、《画皮》、《疯狂的赛车》、《再过把瘾》、《丐侠传奇》、《虎山行》、《鲜花朵朵》、《当兵的人》、《苏菲的供词》、《小姨多鹤》、《一代大商孟洛川》、《突发事件》、《幽灵计划》、《正义使命》、《女孩冲冲冲》、《潜伏》、《在那遥远的地方》、《沧海》、《柳叶刀》和《猎鹰 1949》等一批票房高、收视率突出的热播、热映影视剧的网络版权。

②在合法版权基础上，公司加强付费用户和免费用户的培育，用差异化服务内容吸引用户。报告期内，公司提供的互联网高清视频付费服务累积达 900 万人次以上，保持年均 60% 以上速度增长，2009 年度公司在互联网视频个人付费领域占有 11% 以上的市场份额。截至 2009 年 12 月 31 日，公司拥有日独立访问用户约 580 万人，日均 PV 约达 4,600 万浏览量；公司推出的 P2P 客户端累积下载安装量约 3,500 万次，年下载量保持了 70% 速度增长。公司已经具有庞大的用户资源，并且用户数量保持稳定增长。

③通过用户和平台的培育，公司积极加强增值服务开发，在报告期内逐步加强自身营销和品牌建设，在视频平台广告发布和视频平台用户分流业务中实现了较大的突破，实现公司平台快速增值。

（3）不断提升技术应用，增强用户体验

丰富多彩的内容和完美的体验是网络视频平台吸引用户和客户的核心。报告期内，发行人改造并完善了流媒体技术应用，组织研发了具有融合 P2P 和 CDN 两种技术优良特性的视频存储和分发平台，提高了节目的传输速度，节目的流畅性大幅提高。此外，公司还统一了乐视网全线产品的视频播放技术，使同样码率的节目清晰度大幅提高。画面流畅性和画质清晰度的提高满足了终端用户对节目播放效果的要求。

（4）实施精准营销，提升公司美誉度

区别于其它视频分享类网站以用户分享内容聚集人气、实现广告收入为主的盈利模式，报告期内公司更多地实施精准营销，锁定潜在用户以收费方式实现收

入。为了快速提高营销的效率,公司与众多拥有客户资源的渠道商合作,针对性地进行业务推广,并通过系统手段保持和用户的密切互动,不断满足客户需求,逐步建立起稳定的忠实用户群。

(二) 主营业务成本分析

报告期内,公司主营业务成本情况如下:

单位:万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
主营业务成本	4,402.09	1,481.75	1,182.18
变动金额	2,920.34	299.57	
变动幅度	197.09%	25.34%	

公司主营业务成本为视频运营平台运行的相关费用,主要包括相关人员工资及福利、摊提费用、CDN 及带宽费等。公司基于该视频运营平台提供网络视频服务,主要包括网络高清视频服务、网络视频版权分销、视频平台广告发布服务、视频平台用户分流服务等四类业务,并实现收入。但相关费用与上述四项业务并无明显匹配关系,未来公司还将在现有的视频运营平台上开发出新的业务,因此主营业务成本无法分摊至各项主营业务。

报告期内公司主营业务成本构成见下表:

单位:万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
CDN 及带宽费	923.36	191.45	109.88
工资及福利	730.53	330.41	346.08
交通及通讯费	42.29	16.31	11.41
摊提费用	2,522.14	911.66	677.01
业务招待费	45.35	14.72	9.69
办公费	31.58	5.86	0.54
其它	106.84	11.33	27.57
合 计	4,402.09	1,481.75	1,182.18

2009 年主营业务成本较 2008 年增长 2,920.34 万元,同比增长 197.09%,2008 年主营业务成本较 2007 年增长 299.57 万元,同比增长 25.34%,主要原因为公司业务快速发展,规模快速扩张,人工成本、固定资产折旧和无形资产摊销大幅增长所致。2008 年和 2009 年上述费用分别较上年增加 218.98 万元和 2,010.60 万元,

增长幅度分别为 21.40% 和 161.87%。

随着服务器与版权采购力度的进一步加大，固定资产折旧和版权摊销使主营业务成本进一步增加。

（三）营业税金及附加分析

报告期内营业税金及附加构成和变动情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
营业税	588.02	271.95	110.75
城建税	41.16	19.04	7.75
教育费附加	17.64	8.16	3.32
合 计	646.83	299.14	121.82

公司网络视频服务业务收入和其它应税收入的营业税税率分别为 3% 和 5%，公司营业税金随着营业收入的增长逐年增长。

（四）毛利率分析

1、报告期毛利波动情况

报告期内，公司主导产品毛利率如下：

单位：万元

期 间	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率
2009 年	13,381.53	4,402.09	8,979.44	67.10%
2008 年	7,360.71	1,481.75	5,878.96	79.87%
2007 年	3,691.21	1,182.18	2,509.03	67.97%

2007 年报告期明确了网络高清视频服务业务的基础地位，2008 年网络视频业务取得了快速发展，伴随着报告期网络平台流量和视频注册用户的快速提高，视频平台增值服务业务也逐步发展并迅猛增长，在未进行大规模固定资产和版权资源投入情况下，报告期综合毛利率出现大幅提高。

2009 年毛利率较上年度有所降低，主要原因为 2009 年为了满足营业规模快速增长和提高用户视频体验的需要，报告期加大了固定资产和影视剧版权购买，导致固定资产折旧和版权摊销等固定成本迅速增加，而收入增速缓于该等费用的增速。

2、与可比上市公司毛利率对比

与同行业可比公司毛利率对比情况：

公司名称	2009 年	2008 年	2007 年
生意宝	87.84%	90.20%	90.49%
北纬通信	49.07%	52.47%	59.84%
同花顺	90.29%	78.00%	89.26%
平均毛利率	75.73%	75.94%	79.86%
发行人毛利率	67.10%	79.87%	67.97%

注：可比上市公司数据来自年报及招股说明书。

由上表可以看出，公司 2007 年毛利率低于可比公司平均水平，但是随着公司明确了业务重心和发展方向，毛利率迅速提升，2008 年已超过可比公司的平均水平，显示出公司较高的盈利能力。2009 年，公司加大了各项成本投入用以提高用户体验水平，使得短期毛利率水平有所降低，未来随着前期投入效应的逐步显现，公司的毛利率水平将逐步提升。

3、毛利率波动的影响因素

表：报告期主营业务收入和主营业务成本明细的变动情况

单位：万元

项 目	2009 年		2008 年		2007 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额
主营业务收入	13,381.53	81.80%	7,360.71	99.41%	3,691.21
主营业务成本	4,402.09	197.09%	1,481.75	25.34%	1,182.18
摊提费用	2,522.14	176.65%	911.66	34.66%	677.01
工资及福利	730.53	121.10%	330.41	-4.53%	346.08
CDN 及带宽费	923.36	382.30%	191.45	74.24%	109.88
其它费用合计	226.06	368.81%	48.22	-2.01%	49.21

由上表，公司主营业务成本中比重较大的三项费用分别为摊提费用、CDN 及带宽费和工资及福利，报告期内上述三个项目合计金额分别为 1,132.97 万元、1,433.52 万元和 4,176.03 万元，分别占各年主营业务成本的 95.83%、96.75%和 94.86%。由于公司主营业务成本与各项主营业务并无匹配关系，因此影响公司毛利率的主要因素包括摊提费用、CDN 及带宽费、工资及福利和主营业务收入等四个因素。

4、毛利率变动的敏感分析

为判断上述因素对毛利率的影响程度，下面选取上述四个因素作为因变量分别分析毛利率对其的敏感性。

(1) 建立初始分析模型

以公司报告期主营业务收入和主营业务成本平均值作为敏感分析的基数，如下表：

单位：万元

序号	项目	金额	占收入比重
1	主营业务收入	8,144.48	100.00%
2	主营业务成本	2,355.34	28.92%
3	摊提费用	1,370.27	16.82%
4	工资及福利	469.01	5.76%
5	CDN 及带宽费	408.23	5.01%
6	其它费用合计	107.83	1.34%
7	毛利率	71.08%	

(2) 摊提费用项目

报告期内，公司为了满足不断扩大的经营规模的需要，增加购置服务器、交换机；同时公司积极坚持“正版版权”的经营理念，通过加强网络视频版权的采购，以增强用户的视频观看体验，实现报告期内用户和服务收入的高速增长。报告期内，公司购买的影视剧版权包括张艺谋导演的所有商业大片（《三枪拍案惊奇》、《满城尽带黄金甲》、《英雄》、《十面埋伏》、《千里走单骑》等）、《赤壁》（上、下）、《机器侠》、《窃听风云》、《大内密探零零狗》、《熊猫大侠》、《桃花运》、《潜伏》、《在那遥远的地方》、《无形杀》、《沧海》、《马文的战争》、《柳叶刀》、《猎鹰1949》、《画皮》和《疯狂的赛车》等热门影视剧。

上述固定资产及影视剧版权的采购，使报告期内计入主营业务成本的固定资产折旧和无形资产摊销金额合计分别达到 677.01 万元、911.66 万元和 2,522.14 万元，占报告期各年度主营业务成本比重分别为 57.27%、61.53%和 57.29%。报告期内，摊提费用合计占主营业务成本合计的比重为 58.18%。

假定其它指标及因素不变，当摊提费用增长 50%、100%、150%和 200%时，公司的毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	金额	增长 50%	增长 100%	增长 150%	增长 200%
主营业务收入	8,144.48	8,144.48	8,144.48	8,144.48	8,144.48

主营业务成本	2,355.34	3,040.47	3,725.61	4,410.74	5,095.88
摊提费用	1,370.27	2,055.41	2,740.54	3,425.68	4,110.81
工资及福利	469.01	469.01	469.01	469.01	469.01
CDN 及带宽费	408.23	408.23	408.23	408.23	408.23
其它费用合计	107.83	107.83	107.83	107.83	107.83
毛利率	71.08%	62.67%	54.26%	45.84%	37.43%
毛利率变动		-11.83%	-23.67%	-35.50%	-47.34%

由上表可知，公司毛利率对摊提费用的敏感系数约为-23.67%，即摊提费用增加 100%，将导致毛利率降低 23.67%。

（3）工资及福利项目

报告期内，为了维护视频运营平台的稳定性和可靠性、改善公司技术平台的运营效率，公司不断引入管理人才、技术开发人才和系统维护人才，导致公司各项工资和福利费用支出增加。报告期各年度该项费用支出分别为 346.08 万元、330.41 万元和 730.53 万元，占报告期各年度主营业务成本比重分别为 29.27%、22.30%和 16.60%。报告期内，工资及福利费支出合计占主营业务成本合计的比重为 19.91%。

假定其它指标及因素不变，当工资及福利费用增长 50%、100%、150%和 200%时，公司的毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	金额	增长 50%	增长 100%	增长 150%	增长 200%
主营业务收入	8,144.48	8,144.48	8,144.48	8,144.48	8,144.48
主营业务成本	2,355.34	2,589.84	2,824.34	3,058.85	3,293.35
摊提费用	1,370.27	1,370.27	1,370.27	1,370.27	1,370.27
工资及福利	469.01	703.51	938.01	1,172.52	1,407.02
CDN 及带宽费	408.23	408.23	408.23	408.23	408.23
其它费用合计	107.83	107.83	107.83	107.83	107.83
毛利率	71.08%	68.20%	65.32%	62.44%	59.56%
毛利率变动		-4.05%	-8.10%	-12.15%	-16.20%

由上表可知，公司毛利率对工资及福利费用的敏感系数约为-8.10%，即工资及福利费用增加 100%，将导致毛利率降低 8.10%。

（4）CDN 及带宽费变动及对毛利率的影响

报告期内，公司为了不断提升用户的视频体验效果，不断加大 CDN 及带宽的投入，各年度该项费用支出分别为 109.88 万元、191.45 万元和 923.36 万元，

占报告期各年度主营业务成本比重分别为 9.29%、12.92% 和 20.98%。报告期内，CDN 及带宽费用合计占主营业务成本合计的比重为 17.33%。

假定其它指标及因素不变，当 CDN 及带宽费用增长 50%、100%、150% 和 200% 时，公司的毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	报告期平均值	增长 50%	增长 100%	增长 150%	增长 200%
主营业务收入	8,144.48	8,144.48	8,144.48	8,144.48	8,144.48
主营业务成本	2,355.34	2,559.45	2,763.57	2,967.68	3,171.80
摊提费用	1,370.27	1,370.27	1,370.27	1,370.27	1,370.27
工资及福利	469.01	469.01	469.01	469.01	469.01
CDN 及带宽费	408.23	612.35	816.46	1,020.58	1,224.69
其它费用合计	107.83	107.83	107.83	107.83	107.83
毛利率	71.08%	68.57%	66.07%	63.56%	61.06%
毛利率变动		-3.53%	-7.05%	-10.58%	-14.10%

由上表可知，公司毛利率对 CDN 及带宽费的敏感系数约为 -7.05%，即 CDN 及带宽费增加 100%，将导致毛利率降低 7.05%。

（5）主营业务收入变动因素

报告期内，随着公司用户规模的不断增长以及各项平台增值类业务的顺利开展，公司报告期主营业务收入增长明显。报告期内，公司付费用户数各年分别达到 160.72 万人次、295.35 万人次和 356.68 万人次，实现网络高清付费视频服务收入分别为 3,158.17 万元、5,283.54 万元和 7,354.63 万元；报告期内，公司报告期各年版权分销数量分别为 3 部、131 部和 394 部，实现收入 5.04 万元、340.93 万元和 1,268.62 万元；公司报告期内为广告客户提供广告发布服务分别为 7,200 秒、23,340 秒和 37,020 秒，实现收入 528 万元、1,736.24 万元和 3,693.38 万元。

假定其它指标及因素不变，当主营业务收入变动 50%、100%、150% 和 200% 时，公司的毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	金额	增长 50%	增长 100%	增长 150%	增长 200%
主营业务收入	8,144.48	12,216.72	16,288.96	20,361.20	24,433.44
主营业务成本	2,355.34	2,355.34	2,355.34	2,355.34	2,355.34
摊提费用	1,370.27	1,370.27	1,370.27	1,370.27	1,370.27
工资及福利	469.01	469.01	469.01	469.01	469.01
CDN 及带宽费	408.23	408.23	408.23	408.23	408.23

其它费用合计	107.83	107.83	107.83	107.83	107.83
毛利率	71.08%	80.72%	85.54%	88.43%	90.36%
毛利率变动		13.56%	20.34%	24.41%	27.12%

由上表可知,公司毛利率对主营业务收入的敏感系数约为 20.34%,即主营业务收入增长 100%,将导致毛利率增长 20.34%。

(6) 各因素对毛利率的综合影响

通过上述各因素对毛利率变动的敏感性分析及模拟分析,各因素对毛利率变动的影响如下:

序号	影响因素	2009 年变动	敏感系数
1	主营业务收入	81.80%	20.34%
2	CDN 及带宽费	382.30%	-7.05%
3	工资及福利	121.10%	-8.10%
4	摊提费用	176.65%	-23.67%

综上,引起毛利率变动的主要因素包括摊提费用、CDN 及带宽费、工资及福利和主营业务收入等四个因素,在上述指标共同作用下,报告期内毛利率发生波动,其敏感系数分别为-23.67%、-7.05%、-8.10%和 20.34%,其中影响最大的因素为摊提费用和主营业务收入。报告期内,综合毛利率出现较大幅度波动,主要是因主营业务收入稳定增长而摊提费用增幅不稳定导致。

5、单位用户成本变动对盈利能力变动的的影响

公司每日访问用户量非常庞大,按照公司在报告期内的统计显示,各年平均日均 PV 分别达 320.56 万次、1,479.95 万次和 3,703.33 万次,各年平均的日均独立访问用户分别达 94.44 万人、277.93 万人和 478.69 万人。公司按照年度口径统计的用户数和单位用户成本情况如下:

项 目	2007 年	2008 年	2009 年
主营业务收入(万元)	3,691.21	7,360.71	13,381.53
主营业务成本(万元)	1,182.18	1,481.75	4,402.09
毛利率	67.97%	79.87%	67.10%
用户数(万人)	32,559.94	100,056.46	172,327.46
单位用户成本(元/人)	0.0363	0.0148	0.0255

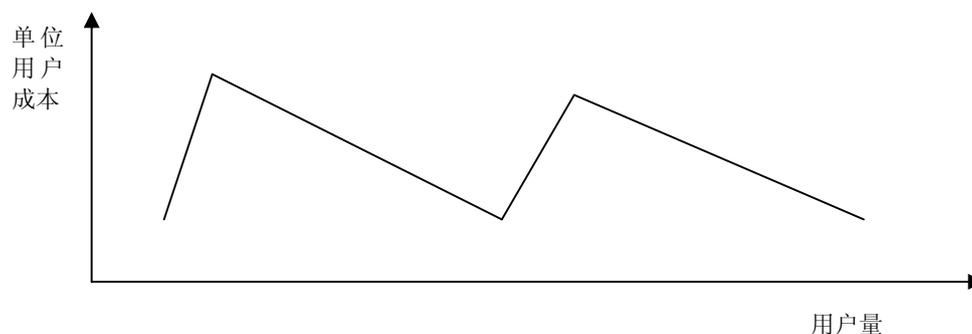
注:用户数=Σ各月内日均独立用户数×30。由于年度用户数非常庞大,无法直接统计,因此采取日均独立用户数加总的方式统计用户数存在一定的误差,但是由于一年内用户重复登陆网站的次数具有相对稳定性,因此在计算相对指标时前后各年度具有可比性。

由上表可知,公司报告期内单位用户成本分别为 0.04 元、0.01 元和 0.03 元,

而报告期内对应的各年度毛利率水平分别为 67.97%、79.87%和 67.10%。

报告期的主营业务成本主要由摊提费用、CDN 及带宽费和工资及福利构成。这些费用与用户数量并无线性关系。通常一定量的人员、服务器、CDN 及带宽等要素的投入所能服务的用户量存在一个上限，在上限水平内随着用户量的增加，单位用户成本逐渐下降；而当用户量达到上限后，为确保用户视频体验效果，需要增加人员、服务器、CDN 及带宽等要素的投入，进而导致单位用户成本大幅上升；此后在此投入水平下，随着用户数量的增长，单位用户成本重新呈现下降趋势。而影视剧版权需求则是根据报告期经营的需要进行采购，版权采购的集中投入也会使单位用户成本快速提升。报告期的单位用户成本与用户量呈现下图的变动关系，而毛利率则与单位用户成本呈反向变动关系。

图：报告期单位用户成本和用户数量的关系



2007 年，公司以向用户收费的网络高清视频服务业务为主，用户数量较少，虽然单位用户成本较高，但用户质量较高，单位用户收入较高，毛利率为 67.97%。

2008 年开始，公司大力发展免费业务，用户数量大幅上升，导致单位用户成本大幅下降，免费业务也为公司带来了视频平台增值服务收入。虽然用户数量增长加快，但由于前期投入较大，所以 2008 年追加的资本性投入较少，2008 年 1-11 月用于主营业务的固定资产和无形资产投入仅为 861.49 万元，同时人员也未大幅增加。成本增加不大，而用户数量大幅增长，从而导致 2008 年单位用户成本大幅下降，毛利率增长较大，达到 79.87%。

随着用户数量的增多，公司人员配备、网络资源和视频内容已无法满足用户需求，公司于 2008 年 12 月开始大幅增加了服务器和影视剧版权的投入，并且开始大幅增加员工数量，从 2008 年 12 月至 2009 年 12 月，公司用于主营业务的固定资产和无形资产投入达到 14,406.96 万元。用户数量的增长滞后于该等投入的

增长, 导致单位用户成本大幅增加, 毛利率下降至 67.10%。

(五) 期间费用分析

1、期间费用的构成及变动情况

(1) 期间费用

报告期内, 期间费用构成及变动如下:

单位: 万元

项 目	2009 年		2008 年		2007 年
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
销售费用	2,892.01	58.06%	1,829.73	215.15%	580.59
管理费用	875.46	55.02%	564.74	93.62%	291.68
财务费用	50.98	-161.53%	-82.85	-725.76%	13.24
合 计	3,818.45	65.19%	2,311.62	161.05%	885.51

报告期内, 公司期间费用随着业务规模的扩大逐年增长。

(2) 期间费用率

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
销售费用率	19.84%	24.86%	15.73%
管理费用率	6.01%	7.67%	7.90%
财务费用率	0.35%	-1.13%	0.36%
期间费用率	26.20%	31.40%	23.99%

报告期内, 公司的期间费用率较为平稳, 保持在 30%左右。2008 年期间费用率为 31.40%, 明显高于报告期其它年度, 主要系公司在当年为提高品牌知名度、迅速培育付费用户, 支出 1,527.80 万元用于业务推广且业务推广费增幅远高于收入增幅所致。

2、期间费用具体分析

(1) 销售费用

报告期内, 公司发生的销售费用明细如下:

单位: 万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
办公费	12.19	4.22	4.86
工资及福利	554.50	193.00	45.62
交通及通讯费	32.24	9.53	20.04

摊提费用	47.39	42.99	151.50
文化事业建设费	176.24		
业务推广费	1,885.40	1,527.80	291.21
中介服务费	95.99	35.13	6.44
其它	88.05	17.05	60.92
销售费用合计	2,892.01	1,829.73	580.59

公司销售费用主要包括工资及福利费、业务推广费等。

2008 年度销售费用比 2007 年度增长 215.15%，主要系公司在 2008 年为扩大品牌知名度和付费用户量加大了市场营销和推广力度，支出 1,527.80 万元业务推广费所致。

2009 年销售费用为 2,892.01 万元，销售费用率为 19.84%。公司 2009 年度进行了一定的费用和成本控制，在营业收入快速增长同时销售费用率下降。

（2）管理费用

报告期内，公司发生的管理费用明细如下：

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
办公费	62.00	53.92	14.30
工资及福利	294.42	120.80	86.32
交通通讯费	89.02	60.77	36.11
摊提费用	190.97	122.50	34.92
业务招待费	70.75	149.59	54.22
中介服务费	157.61	51.59	2.38
其它	10.68	5.56	63.42
管理费用合计	875.46	564.74	291.68

报告期内公司管理费用主要由非专利技术摊销、工资及福利费用、业务招待费和中介服务等组成。报告期内，公司管理费用分别为 291.68 万元、564.74 万元和 875.46 万元，管理费用保持平稳增长。并且随着公司营业收入的提高，管理费用率逐步降低，自 2007 年的 7.90% 降到 2009 年的 6.01%。

报告期内，期间费用率基本保持稳定，期间费用的增长与营业收入的增长及公司规模的扩张保持比较正常的匹配关系，这说明公司对期间费用能够实施有效的控制，公司在成本控制和业务扩张平衡方面取得了良好效果。

(六) 营业外收支情况

1、营业外收入

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
政府补助	20.00		
股权受让所得	14.30		
其它收入	0.08		0.02
合 计	34.38		0.02

《中关村科技园区企业改制上市资助资金管理办法》第七条规定，园区内注册的作为企业信用促进会成员的高新技术企业，可以获得 20 万元的改制资助。根据上述规定，公司于 2009 年 2 月 10 日完成改制并取得 20 万元资助金。

2009 年 9 月 12 日，公司自少数股东杨洋无偿受让其持有的乐视广告 5% 的股权，该等交易产生营业外收入 14.30 万元。

2、营业外支出

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
处置固定资产损失	6.54		1.14
捐赠支出		1.00	
其它支出			22.59
合 计	6.54	1.00	23.72

2005 年，公司员工误将盗版影片上传至乐视网域名下，上海闻天律师事务所代表版权方向公司提起侵权诉讼。根据法院的判决，2007 年 9 月-12 月公司向版权方合计支付 20.49 万元赔偿款。此后，公司加强对影视视频的版权审核，再未发生因播出盗版影视视频而被判决支付赔偿款的情形。

(七) 利润分析

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
营业利润	4,742.38	3,168.72	1,492.05
占利润总额比重	99.42%	100.03%	101.61%
利润总额	4,770.23	3,167.72	1,468.35
净利润	4,447.82	3,025.47	1,468.35

报告期内，公司利润主要来源于网络高清视频服务、网络视频版权分销、视

频平台广告发布和视频平台用户分流等主营业务，无其它投资收益，营业外收支对净利润的影响较小，营业利润占利润总额的比重分别为 101.61%、100.03%和 99.42%。

（八）影响发行人盈利能力连续性和稳定性的因素

报告期内，公司分别实现净利润 1,468.35 万元、3,025.47 万元和 4,447.82 万元，呈现快速增长趋势。影响发行人未来盈利能力连续性和稳定性的因素主要包括以下几个方面：

1、市场规模及行业用户规模的稳定性

报告期内，公司主营网络视频服务业务，业务收入实现了高速增长。随着公司所服务的个人付费用户基数的不断增长，公司的盈利能力逐渐提高。公司盈利能力的连续性和稳定性受所在行业市场规模及用户规模稳定性和增长情况的影响。

根据艾瑞市场咨询的统计和预测，2008 年网络视频服务行业规模达到了 13.2 亿元，较 2007 年增长 61.1%，预计未来 2-4 年网络视频服务行业仍保持较快速度增长，2012 年总规模有望达到 51.2 亿元。2008 年底中国网络视频用户规模达到 2.3 亿人，较 2007 年底增长 44.9%，预计 2009 年网络视频用户规模会突破 3 亿人，到 2012 年用户规模将超过 5 亿人。庞大的用户规模为网络视频服务行业的快速发展奠定了坚实的市场基础。

2、网络视频用户偏好的稳定性和连续性

公司提供的网络视频服务主要用于满足用户的网络视频观看、下载等体验性需求。由于用户存在一定的结构化差异，如职业的差异性、个人收入或财富的差异性以及所处地理位置的差异性，上述差异使用户的网络视频需求变得越来越多样化，用户不仅需要基本的视频服务内容，同时还追求个性化的视频产品或服务。

根据艾瑞市场咨询的统计，2008 年网络视频服务行业用户对电影和电视剧的需求偏好分别占 76.6%和 60.60%。报告期内，公司根据用户的差异化偏好，为用户提供了标清和高清影视剧内容，满足用户体验性的多样性需求。未来，公司能否进一步提供多样化、差异化的产品和视频内容，以完美的视频服务质量满足用户需求将成为影响公司持续发展、盈利能力的重要因素。

3、持续的资金投入

网络视频服务行业属于资金密集型行业，在持续经营过程中需要对版权、服务器、带宽和系统开发等方面进行大量资金投入。

报告期内，公司累计投入超过 1.3 亿元资金用于版权、服务器等电子设备、带宽资源的采购。这些资金投入，使用户对视频内容的体验性需求得到满足，保证公司获得较高的收益水平。同时，公司支出大量研究开发费用用于平台和系统升级开发。

未来公司是否能持续获得发展所需的资金，增强内容丰富性、对系统进行扩容以及加强平台开发，是公司保持快速增长、提升盈利能力的必备条件。

4、经营模式的丰富及规模效应

报告期内，公司通过业务及模式创新，开发了视频版权分销服务、视频平台广告发布服务、视频平台用户分流服务，使盈利能力获得有效提升。随着公司业务平台的不断扩容，用户规模的不断增长，公司能否进一步开发出盈利能力更强的业务及模式是保持盈利能力持续性和稳定性的重要因素。

公司购买的版权、服务器等电子设备为长期性资产，按照授权年限或预计可使用年限进行摊销和折旧，属于固定成本。公司为提高盈利能力，在维持收入水平平稳增长的情况下需要通过扩大经营规模降低单用户固定成本，实现规模效应。规模效应是公司保持并提升盈利能力的重要因素。

（九）报告期分项缴纳税款及所得税费用与会计利润关系

1、报告期内按税种分项缴纳情况表

单位：万元

税种	报告期间	期初未交数	本期应交税额	已交税额	期末未交数
营业税	2009 年度	279.62	588.02	721.83	145.82
	2008 年度	120.87	271.95	113.20	279.62
	2007 年度	27.91	110.75	17.79	120.87
税额小计			970.72	852.82	
企业所得税	2009 年度	150.86	395.19	350.88	195.16
	2008 年度		150.86		150.86
	2007 年度				
税额小计			546.04	350.88	
税额合计			1,516.77	1,203.70	

2、报告期内所得税费用构成和变动情况

单位：万元

项 目	2009 年		2008 年		2007 年
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
一、利润总额	4,770.23	50.59%	3,167.72	115.73%	1,468.35
二、所得税费用	322.41	126.65%	142.25		
其中：					
1、当期所得税费用	395.19	161.96%	150.86		
2、递延所得税费用	-72.78	745.30%	-8.61		
三、净利润	4,447.82	47.01%	3,025.47	106.05%	1,468.35

3、当期所得税费用与会计利润的关系

发行人所得税纳税调节过程如下表所示：

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年
一、会计利润	4,770.23	3,167.72
二、调整事项		
1、纳税调整额	450.46	34.84
2、弥补以前年度亏损		-1,210.04
3、其它调整	29.19	18.92
二、应纳税所得额	5,249.88	2,011.44
三、所得税率	15% (减半征收)	15% (减半征收)
四、当期所得税费用	395.19	150.86

注：上表中会计利润及所得税项均合并口径。

由于 2007 年度发行人处于免税期、子公司乐视广告未发生应税所得，因此未列示 2007 年度发行人的纳税调节表。

十三、现金流量分析

报告期内公司现金流量净额及其构成如下表：

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
经营活动产生的现金流量净额	8,340.31	1,649.45	945.90
投资活动产生的现金流量净额	-12,817.70	-3,188.59	-497.04

筹资活动产生的现金流量净额	3,925.51	5,280.00	-313.22
现金及现金等价物净增加额	-550.38	3,740.86	135.64
年末现金及现金等价物余额	3,356.12	3,906.50	165.64

(一) 经营活动现金流量分析

1、经营性现金流量分析

公司报告期内现金流与其它经营性财务指标对比如下：

单位：万元

项 目	2009 年		2008 年		2007 年
	金额	增长比例	金额	增长比例	金额
营业收入	14,573.14	97.99%	7,360.71	99.39%	3,691.63
净利润	4,447.82	47.01%	3,025.47	106.05%	1,468.35
存货和预付账款	1,059.55	-10.34%	1,181.71	1,030.17%	104.56
应收账款	2,037.88	-19.93%	2,545.20	236.51%	756.36
经营性现金流入	16,007.57	185.89%	5,599.20	130.58%	2,428.27
销售商品收到现金	15,121.19	174.19%	5,514.89	166.37%	2,070.37
经营性现金流出	7,667.26	94.12%	3,949.75	166.45%	1,482.37
经营性现金净流入	8,340.31	405.64%	1,649.45	74.38%	945.90
销售商品收到现金/营业收入	103.76%		74.92%		56.08%
经营性现金净流入/经营性现金流入	52.10%		29.46%		38.95%

2008 年和 2009 年营业收入较上年分别出现 99.39% 和 97.99% 的增长，同时销售商品收到的现金分别出现 166.37% 和 174.19% 的增长。

2008 年，随着业务规模的扩张，公司应收账款余额大幅提高，导致 2008 年公司销售商品收到现金较营业收入少 1,845.82 万元。

2009 年，公司营业收入和净利润水平继续高速增长，分别较 2008 年增长 97.99% 和 47.01%。由于公司和中国联通修订了小额支付协议的账期条款，双方约定中国联通于次月向公司提前支付上月发生信息费的 40%，使回款速度加快，导致公司的现金回款率得到改善，使得应收账款下降 19.93%，销售商品收到的现金与营业收入比例达 103.76%。

报告期内公司经营活动现金流量净额累计达 10,935.66 万元，报告期内实现的净利润合计为 8,941.64 万元，差额主要为无形资产摊销和固定资产折旧费用。

2、收到的其它与经营活动有关的现金

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
利息收入	25.71	84.25	0.35
往来款	840.67	0.06	357.55
其它	20.00		
合 计	886.38	84.31	357.90

3、支付的其它与经营活动有关的现金

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
宣传推广费	1,870.73	1,411.09	318.92
差旅招待办公费	249.49	280.60	152.82
咨询制作费	254.70	101.71	3.65
房屋租赁费	119.18	94.47	134.01
车辆使用费	18.49	13.46	10.96
会议费	39.18	6.03	0.64
往来款	280.50	986.20	
其它	130.42	48.96	106.65
合 计	2,962.69	2,942.52	727.65

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，本公司投资活动现金流量净额分别为-497.04 万元、-3,188.59 万元和-12,817.70 万元，全部为购建固定资产和无形资产的支出。报告期内，公司为了扩大平台运营能力、提高用户体验，购置了大量服务器、交换机、影视剧版权等长期资产，这些资产的购置显现出较好的效果，显著提升了用户的体验水平并提高了公司的业务收入。

（三）筹资活动现金流量分析

单位：万元

项 目	2009 年	2008 年	2007 年
吸收投资所收到的现金		5,280.00	
借款所收到的现金	4,045.00		
筹资活动现金流入小计	4,045.00	5,280.00	
偿还债务所支付的现金	45.00		300.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	74.49		13.22
筹资活动现金流出小计	119.49		313.22

筹资活动产生的现金流量净额	3,925.51	5,280.00	-313.22
---------------	----------	----------	---------

报告期内，由于公司处在业务快速成长和高速发展阶段，资金需求较为强烈，为此积极通过权益性融资和债务性融资获取发展所需的资金。2008 年公司引进新股东，筹资 5,280 万元，导致当年筹资活动产生的现金流量金额大幅增加，其它年度筹资主要为银行借款。2009 年公司通过银行贷款获得 4,045.00 万元现金，导致当年筹资活动产生的现金流量净额为 3,925.51 万元。

十四、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出

报告期内，公司发生的重大资本性支出为购置服务器、交换机等固定资产和购买影视剧版权、软件等无形资产。近三年发生的实际资本性支出总额分别为 497.04 万元、3,188.59 万元和 12,817.70 万元。上述资本性支出是公司业务处在高速发展时期所必须的经营性资产购置，在报告期内发挥了良好的经营效果。

上述资产购置行为相应增加了资产折旧和无形资产摊销，对各期损益产生一定影响，报告期内上述资产平均每年折旧和摊销的金额约为 1,499.49 万元，占年均营业收入比重约为 17.55%。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金投资项目以外，公司还制订了如下重大资本性支出计划：

公司计划于 2010 年继续进行影视剧版权的规模购买，进一步强化自身的版权资源优势。公司购买的版权仍为独家和非独家的影视剧，2010 年拟采购的影视剧情况如下表：

类别	授权类型	购买数量(部或集)	预计购买金额(万元)
电影	独家	83	3,400
	非独家	710	900
小计		793	4,300
电视剧	独家	650	4,900
	非独家	7,000	800
小计		7,650	5,700

注：上表预计购买金额是根据未来网络版权市场平均价格确定的，如个别影视剧价格严重超出预期，公司可能调整采购计划或减少采购数量。

上述影视剧购买计划是建立在本次募集资金到位以及获得部分银行贷款的前提下开展的。按照本次募集资金使用计划，公司将支出 2,000 万元用于 2010 年影视剧版权采购，同时公司预计利用自有资金和银行贷款资金合计 8,000 万元用于 2010 年影视剧版权采购。

除上述版权采购计划外，公司未制定其它重大影视剧购买计划。

十五、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析

结合目前公司所处行业的发展趋势以及公司的业务经营，公司管理层认为，公司未来几年内面临的主要困难、影响公司财务状况和盈利能力的因素如下：

（一）行业竞争和业务经营方面存在的主要困难

1、网络影视剧版权稀缺且价格呈上涨趋势

公司一贯坚持“合法版权”的内容采购模式，报告期内公司购买了数量庞大、内容优质的正版网络影视剧版权。

但是随着优质版权的逐渐稀缺以及新片拍摄成本逐步提高，版权资源的争夺将更为激烈，各付费观看网站为加强内容储备、提升服务，势必竞相加大版权采购力度，逐步推高网络视频版权的整体采购价格。一旦版权采购价格大幅上涨，将会对公司的业务经营产生一定的困难。

2、人才相对稀缺制约了公司迅速扩张

公司近年来成长迅速，经营规模逐步扩大，相关业务体系已经初步建立完善。为维持公司持续稳健发展，公司已经通过社会招聘、自我培养等方式逐步培养了一支技术过硬、专业突出、业务精干的管理和执行团队。但是公司在快速扩张中仍面临人才相对稀缺的情况。未来公司将通过加强优秀人才的引进，解决这一发展中面临的瓶颈。

3、资金瓶颈制约扩张速度

网络视频服务行业属于资金密集型行业，早期创立的大量网络视频公司通常依靠风险投资、私募股权融资获得生存和发展所需的大量资金。公司在报告期内为提升服务能力，已投入大量资金用于扩充服务器和采购正版版权，上述投资具

有投资额大、回收速度慢的特性，为此公司通过引入权益性股权投资、银行贷款等方式获取了短期发展所需的资金。未来几年，公司需要大量资金以实现“业务发展十年规划”的战略目标。

（二）报告期内对公司财务状况和盈利能力产生重大影响的因素

1、网络视频服务行业将保持快速增长的势头

近几年我国国民经济增长率都保持在10%左右，根据国家统计局的统计，我国2009年的GDP增长率达到8.7%，仍保持高速增长态势，随着宏观经济的大幅增长，网络视频服务行业也将随之出现大幅增长的局面。

随着我国经济的持续发展，国家对文化传媒产业的大力支持，网络视频服务行业必将获得迅猛发展。公司作为国内网络视频服务行业的领先企业，将抓住这一历史性的发展机遇，积极围绕公司发展战略进行业务和产业布局，形成以互联网、无线网为网络环境的PC终端和3G手机终端等形式提供网络视频服务的综合业务架构，加快发展步伐，迅速做大做强，争取在未来2-3年内发展成为本土最大的网络视频内容和技术提供商。

2、公司现有业务仍将保持快速增长

公司目前主营网络视频服务和视频平台增值服务业务，2008年和2009年主营业务收入的增长率分别为99.41%和81.80%，保持快速增长的势头。按照公司“业务发展十年规划”，未来4年公司进入第三步发展的重要历史时期，公司将继续凭借强大的平台运营能力、健全的营销体系和庞大的用户群，构建包含全面媒体服务内容的综合业务平台，不断提升业务规模，并保持盈利水平的稳定、提升。

（三）新的趋势或变化对公司财务状况和盈利能力产生的重大影响

1、3G手机电视行业发展带来新的发展契机

截至2008年底，中国手机用户规模已经超过5亿人，位居世界第一，为我国手机流媒体市场创造了巨大的潜在客户群。而目前通过手机上网已成为网民一种新的习惯，根据中国互联网信息中心（CNNIC）数据统计，截至2009年6月，使用手机上网的网民数量达到1.55亿人，半年内增长了32.1%，手机无线网民数量

呈现迅速增长的势头，尤其是在网络视频等娱乐领域。

2008年我国3G网络开始商用，预示着多媒体通信时代的到来，公司管理层也已意识到这一发展趋势，拟通过改造升级现有3G流媒体电视平台的方式逐步加大3G手机电视业务，这一业务必将成为公司新的利润增长点。

2、公司业务发展及募投项目的影响

随着募集资金投资项目逐步实施，公司通过进行互联网视频基础及应用平台改造升级项目将建成内容容量更大、服务品质更高、用户体验更强的互联网视频运营平台。同时，通过3G手机流媒体电视应用平台改造升级，实现3G手机电视的商业化运营，另外公司利用募投资金对现有研发中心进行改造扩建，形成中长期的技术储备。上述募投项目的实施将大大提升公司核心竞争力，有效提高规模效应，提升盈利能力，并通过募集资金改善财务状况，降低运营成本。

十六、股利分配

（一）股利分配政策和实际股利分配情况

1、报告期股利分配政策

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东会或者股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、发行后股利分配政策

根据公司《公司章程》（草案），发行后公司实施积极的利润分配办法，严格

遵守下列规定：

- （1）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报；
- （2）公司可以进行中期现金分红。公司现金分红政策为：最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。公司利润分配政策应保持连续性和稳定性；
- （3）公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；公司最近三年未进行现金利润分配的，或利润分配不符合本条第二款规定的，不得向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原有股东配售股份；
- （4）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

3、发行人报告期的实际股利分配情况

本公司报告期内未进行股利分配。

（二）利润共享安排

根据公司 2009 年 10 月 30 日召开的公司 2009 年第五次临时股东大会决议，本次发行前的滚存利润由发行后新老股东共同分享。

（三）公司发行上市后的股利派发计划

本公司预计在本次公开发行股票并上市后的第一个盈利年度派发股利，具体分配方案由董事会提出预案，经股东大会审议后决定。

第十一节 募集资金运用

一、募集资金运用

（一）募集资金具体运用

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股2,500万股，占发行后的总股本25%，实际募集资金扣除发行费用后的净额为68,010万元，全部用于公司主营业务相关的项目及其它与主营业务相关的营运资金。

公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。开户银行为【 】，账号为【 】。

公司本次拟公开发行2,500万股股票，并将本次募集资金拟投资于如下项目：

单位：万元

项目名称	募集资金投入情况			备案情况
	T~T+12	T+12~T+24	合计	
互联网视频基础及应用平台改造升级项目	11,496	9,594	21,090	京朝阳发改（备）[2009]77号
3G手机流媒体电视应用平台改造升级项目	1,095	1,646	2,741	京朝阳发改（备）[2009]78号
研发中心扩建项目	888	1,466	2,354	京朝阳发改（备）[2009]76号
其它与主营业务相关的营运资金项目				

注：T为初始投资月份

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务进行，扩大公司经营规模，提高服务质量，保持并提升公司在行业中的竞争地位，从而进一步提高公司的盈利能力。

（二）募集资金的专户存储安排

根据《乐视网信息技术（北京）股份有限公司募集资金使用管理制度》的规定，募集资金应集中存放，包括尚未投入使用的资金、按计划分批投入暂时闲置的资金、项目剩余资金等，均须存放在公司董事会决定的专项账户，以确保募集资金的安全。募集资金专户数量（包括公司的子公司或公司控制的其它企业设置

的专户)原则上不得超过募集资金投资项目的个数。发行人将募集资金纳入募集资金专户管理,并严格按照相关规定管理和使用募集资金。

(三) 实际募集资金与项目投入所需资金存在差异的安排

如果本次发行募集资金不能满足拟投资项目的资金需求,发行人将以自筹资金方式解决资金缺口;用于其它与主营业务相关的营运资金主要是用于影视剧网络版权采购、服务器和带宽采购、增加研发支出、加大营销体系建设等方面。

二、募集资金投资项目分析

(一) 互联网视频基础及应用平台改造升级项目

公司拟使用募集资金21,090万元,对互联网视频基础及应用平台进行改造升级。公司以设立之初的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”搭建了视频运营平台,通过持续创新性开发,引入并融合了P2P技术和CDN技术,将其升级开发成更具兼容性和扩展性的“流媒体平台及管理系统V2.0”。经系统升级后的视频运营平台包含了基础平台及互联网视频应用平台和3G手机流媒体电视应用平台。

互联网视频应用平台包括网络高清视频服务平台、个人TV服务平台、企业TV服务平台、广告发布平台、用户分流业务平台和管理平台等应用平台。

通过对互联网视频基础及应用平台进行改造升级,将更有效地为用户提供优质网络视频服务、满足用户体验性需求。

1、项目概况

在互联网视频基础及应用平台改造升级项目中,一方面公司根据多年的服务经验及技术积累,对现有乐视P2P+CDN系统等基础平台及互联网视频应用平台进行进一步研发、升级扩容,巩固在网络视频领域的领先地位;另一方面通过进一步进行影视剧版权采购、扩充内容,提升系统视频内容的丰富性和新颖性。

该项目包括视频服务节点扩容、视频应用技术升级研发、影视剧版权采购和广告及营销体系建设等四个方面,具体如下:

(1) 视频服务节点扩容

基础平台视频服务节点扩容包括在目前全国范围内节点基础上,根据用户所在地域及网络分布情况,在国内3大电信运营商(中国电信、中国联通和中国移

动) 以及2大专有网络(中国教育和科研计算机网和中国科技网)的各骨干节点上再增加26个节点, 部署以省、自治区和直辖市为覆盖范围的乐视P2P+CDN系统的边缘分发存储节点。其中在东北、华北地区7个省份增加9个节点, 在西部、东南和中南地区15个省份增加16个节点, 教育网增加1个节点。

(2) 视频应用技术升级研发

公司拟在现有自主知识产权基础上, 充分发挥公司研发能力, 继续深入研发网络视频相关基础技术和应用技术, 对公司现有产品进行不断提升完善, 推出创新产品, 具体包括如下几个方面:

①基础平台核心技术升级研发: 主要包括持续升级研发乐视P2P+CDN视频存储及分发系统、视频上传及转码系统、乐视分布式存储网络系统、媒体资源管理系统、网站内容管理与发布系统、以及对底层视频编解码技术、高效分发传输技术、P2P+CDN直播/点播技术等多项核心技术的持续研究开发;

②应用平台技术和产品升级完善: 包括网络高清视频服务、个人TV产品、企业TV产品、网络电视客户端产品、平台广告管理及发布系统和平台用户分流管理系统等应用平台的相关技术和产品升级完善;

③业务运营及支撑系统升级研发: 包括数据统计分析系统、版权管理系统、客户关系管理及客户服务系统等多种运营及支撑系统的持续升级研发。

(3) 影视剧版权采购

公司拟通过多种渠道, 引进独家与非独家影视剧内容, 并引入部分视频原创内容, 丰富公司版权资源。版权是网络视频服务行业未来竞争的关键方面, 各网络视频服务提供商对版权内容的重视势必会抬高影视作品网络版权采购价格, 抢占更多的内容资源对保持企业内容多样性和差异性、提高竞争门槛、提升服务品质具有重要意义。

(4) 广告及营销体系扩建

公司为了扩大营销规模, 提升品牌影响力, 实现“乐视网”品牌增量收益, 拟扩建广告及发行营销体系, 具体投入包括如下:

- ①提升广告运营管理水平;
- ②加强营销团队建设, 加强自身品牌提升;
- ③建设区域性营销中心, 进行营销体系布局。

2、项目背景

(1) 网络环境优良、行业增长突出

中国互联网络信息中心（CNNIC）公布的数据显示，截至2009年6月，我国网民数量规模达到3.38亿人，较2008年底增长了13.4%，2003-2008年的年复合增长率为37.8%；其中宽带网民规模达到3.2亿人，占网民总数的94.3%，较2008年底增加了3.7%。互联网用户数量和宽带用户数量的增加为中国网络视频服务行业的发展提供了坚实的市场基础。

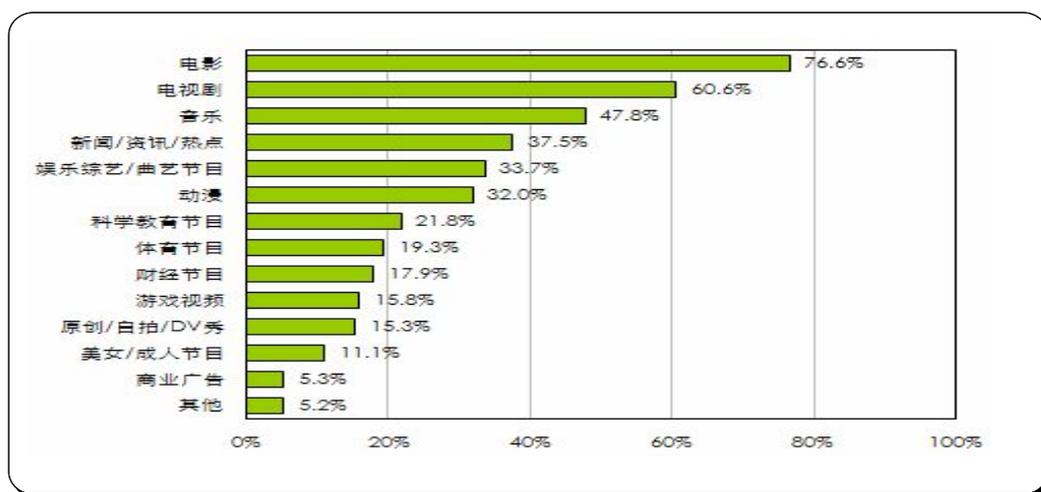
另外，我国互联网普及率快速上升，截至2009年6月，我国互联网普及率达到25.5%，比去年同期提高6.4%，高于全球21.1%的水平。互联网普及状况说明我国的互联网处在发展的上升阶段，发展潜力较大。

我国网络视频用户数量快速增长。中国互联网络信息中心（CNNIC）数据显示，截至2009年6月，我国网络视频用户规模达到2.53亿人，用户覆盖率达到74.9%，即每5个网民中就有近4个是网络视频用户。

(2) 影视剧成为用户最喜欢观看的网络视频内容

用户的网络视频内容需求呈娱乐化趋势，最为偏好的节目仍然集中在以电影、电视剧为主的影音娱乐方面。

图：2008年网络视频用户对内容的偏好情况调研²⁴



(3) 用户需求增长和提升创造行业发展契机

随着固网宽带及3G无线宽带的普及，网络视频类应用受到越来越多用户的欢迎。但是现阶段供求关系仍然不平衡，现有的许多同类网站的服务能力和服务

²⁴ 数据来源：艾瑞市场咨询

质量，特别是画面的清晰度、流畅度等方面无法满足消费者的要求。而乐视网目前的服务能力已经接近饱和，为了满足高速的用户增长，需要扩展现有平台容量，并进一步扩大用户规模。

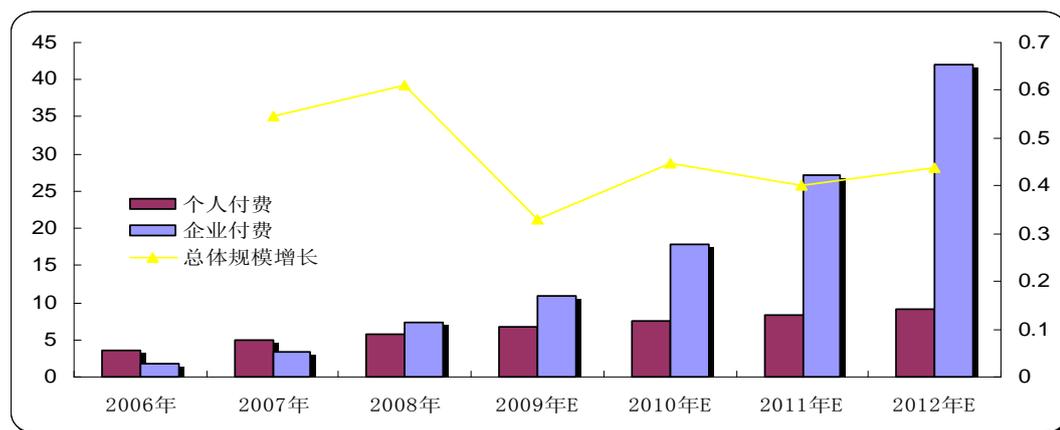
由于目前国内几大电信运营商互联互通性不好，跨网传输速度较慢，导致用户在跨电信运营商网络访问时体验不佳。同时，随着电视、院线、家庭影院等多种媒体形式的发展给用户带来更高层次的观看享受，网络视频用户对网络视频的流畅度及清晰度提出更高要求。客观来讲基于乐视P2P+CDN技术所构建的网络视频分发平台，具有智能调度加速、多点镜像服务、节约带宽和高鲁棒性等多种优点，一方面能将单一用户访问定向配置到最佳网络节点，提高其观看体验，另一方面由于该平台具有根据用户所在地域信息进行资源共享的特性，可以进一步提升整体用户体验。

3、市场前景

(1) 市场总体规模前景

根据艾瑞市场咨询统计，2008年网络视频市场收入总规模达到了13.2亿元，较2007年增长61.1%，预计未来2-4年网络视频服务行业仍将恢复到较快发展水平，2012年总规模有望达到51.2亿元。

图：我国网络视频服务市场规模及增长情况（单位：亿元）²⁵



(2) 网络视频用户规模前景

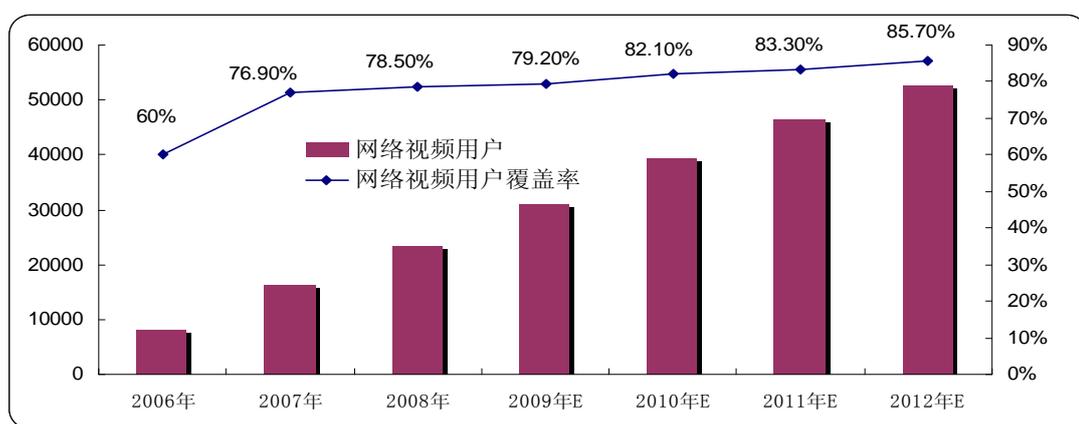
根据艾瑞市场咨询统计，截至2009年6月，我国网络视频用户规模达到2.53亿人，用户覆盖率达到74.9%，即每5个网民中就有近4个是网络视频用户，预计2009年底网络视频用户规模会突破3亿人，到2012年用户规模将超过5亿人，占总

²⁵ 数据来源：艾瑞市场咨询

体网民比重约为85.7%。

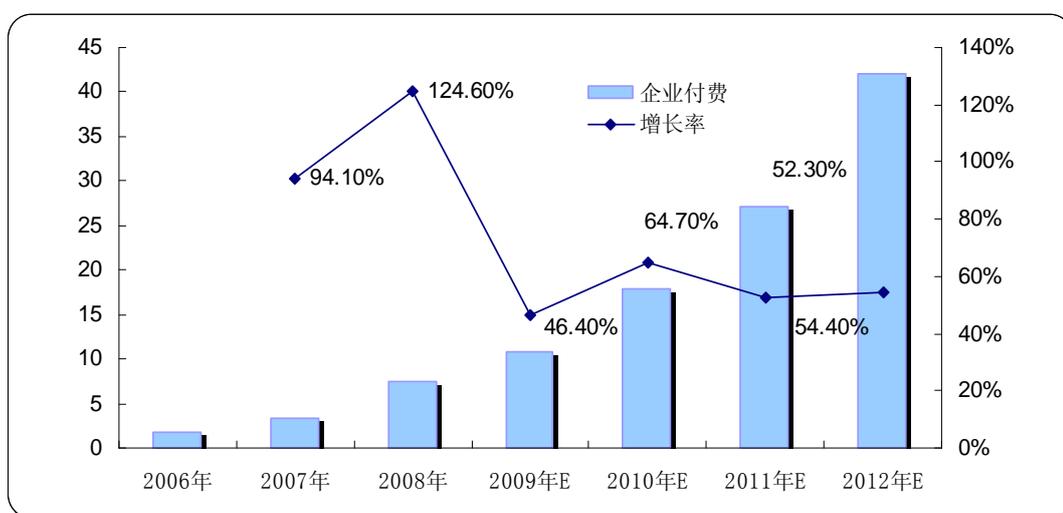
基于以上数据,相对2006年和2007年的快速积累期,中国网络视频用户规模已进入较为稳定的发展阶段,增速逐渐趋缓。网络视频服务在网民中的覆盖率达到较高的程度,未来将保持稳定增长态势。

图:我国网络视频用户规模及增长情况(单位:万人)²⁶



(3) 企业付费市场规模和增长

图:我国网络视频企业付费市场规模及增长情况(单位:万元)²⁷



企业付费收入指各类网络视频服务提供商通过提供视频服务从企业用户所取得的收入,其中以广告收入为主要组成部分。2008年网络视频企业付费规模达到7.4亿元,实现年度翻倍增长。

艾瑞市场咨询认为,2008年是中国网络视频企业付费市场(特别是广告市场)迅猛发展的一年。这主要源于内外部环境因素推动以及各服务提供商的努力。预

²⁶ 数据来源:艾瑞市场咨询

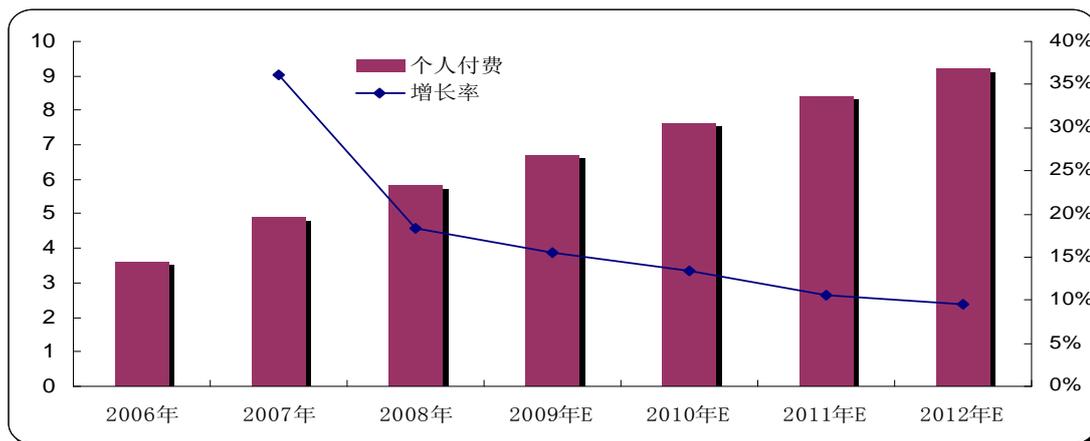
²⁷ 数据来源:艾瑞市场咨询

计未来2-4年，中国网络视频企业付费市场仍将能够保持50%以上的复合增长率，至2012年规模将突破39.7亿元。

(4) 个人付费市场规模和增长前景

2008年网络视频个人付费市场规模达到5.8亿元，增长18.4%。网络视频个人付费收入主要以用户付费点播收入为主。

图：中国网络视频个人付费市场规模及增长情况（单位：亿元）²⁸



网络视频个人付费市场起步早，相对企业付费市场已处于较成熟阶段。个人付费主要通过网络视频点播的方式实现。网络视频点播是除线下影院及正版DVD之外的良好的影视剧观看方式。艾瑞市场咨询预计未来2-4年网络视频个人付费市场将跟随国家倡导正版化政策以一定速度增长。

4、项目实施

(1) 项目经营模式

公司继续坚持原有的网络视频服务经营模式，通过互联网基础及应用平台的改造升级，扩大公司经营规模，降低单用户运营成本。经营模式详细情况参阅本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务”。

(2) 项目实施的人员配备

公司在实施该项目时将利用现有团队，并增加65人进行组织配备，具体增加的人员配备情况如下：

序号	部门名称	配备人员	工作职责
1	WEB 应用开发部	13	负责产品应用升级研发
2	P2P 技术部	17	负责基础平台系统升级研发
3	运行维护部	15	负责运营维护及运维平台升级研发

²⁸ 数据来源：艾瑞市场咨询

4	广告销售部	20	负责广告销售
	合 计	65	

(3) 项目营销策略和计划

①公司已在上海、广州、西安、哈尔滨和成都等地建立五家分公司，形成了初步的广告及营销体系。未来公司拟加大广告营销力度，除在上述五地加强人员投入外，将在二线城市首批划定8大中心城市建立区域广告及营销中心，形成点面结合的营销体系，为公司的广告发布业务奠定基础。

②采用体验式营销策略，加强投入，利用多种营销渠道和体验模式对乐视网访问量及客户端软件安装量进行推广。其中重点采取搜索引擎营销、链接营销、互动营销等有效精准营销模式，以及网络联盟等多种方式对客户端进行推广。

③通过立体化的品牌营销策略提升用户的品牌忠诚度。使用广告宣传、地面活动、事件传播，通过电视、广播杂志、报纸、网络等各类媒体传播乐视网的最新动态、最新产品、最新活动等。通过参与公益活动、社会活动等多种方式推广“乐视网”品牌美誉度，提升用户的品牌忠诚度。

(4) 质量标准

公司继续坚持现有业务的质量控制标准，相关指标具体如下：

类别指标	具体指标	具体标准
影视内容的编码标准——互联网	影音编码	采用h.264+AAC标准，属于目前最先进的编解码技术，两者结合确保用户得到高清晰、高保真的影音体验。
	标清视频码率	达到350kbps
	标清音频码率	达到32kbps
	高清视频码率	达到650kbps-1.8mbps
	高清音频码率	达到64kbps-128kbps
	720P视频码率	达到1.5mbps-1.8mbps
	720P音频码率	达到128kbps
	超清（1080P）视频码率	达到10-50mbps
影视内容的编码标准——手机无线网	超清（1080P）音频码率	达到256kbps
	视频码率	达到200kbps
用户体验性指标	音频码率	达到32kbps
	流畅率指标	流畅率为流畅观看网络视频内容的用户比率。在非高峰时段，流畅率控制在95%以上；高峰时段，流畅率控制在90%以上。
	首屏打开时间	公司通过提高带宽和优化首页界面的方式，可以有效降低网站首页停顿时间，用户打开网站首屏打开时间控制在5秒以下，保证用户体验舒适感。

类别指标	具体指标	具体标准
	可用率	可用率是公司网站全年正常工作的时长与全年总时长的比值。保证用户全年可用率不低于99.99%。
客户服务指标	客服中心响应	客服中心保证客户每周7天、24小时随时获取相关信息咨询、技术服务、退订等响应。
	客服即时性	客户服务中心及后备支持部门保证首次向用户作出答复时间为2小时以内。
	服务支持保证	公司后台技术部门和运维部门保证向用户提出的服务需求答复时间控制在24小时之内。

(5) 项目不确定性及实施难度

互联网视频基础及应用平台改造升级项目投资主要包括视频服务节点扩容、视频应用技术升级研发、影视剧版权采购和广告及营销体系建设等四个方面。在项目实施过程中，主要包括如下不确定性和难度：

①视频服务节点在扩容过程中面临价格上涨的压力。视频服务节点随着互联网整个行业需求的变化会表现出一定的价格波动，在项目实施时如果恰巧面对服务节点价格上涨的局面，公司将适当调整采购策略，或者延迟采购计划，可能导致整个项目无法按照预期进度进行实施或者实施结果与预期有差异。

②技术难点攻克进度具有一定的不确定性。本募投项目包含对视频应用技术的升级研发，其中基础平台核心技术的升级研发具有较大的难度，需要公司进行严密的论证、组织和实施，并积极加强高水平研发人员的聘请和引进，对难点性技术点进行专项研究和开发。如在实施中出现组织不利或者人才引进放缓，将使技术难点的攻克出现一定的不确定性。

③影视剧版权采购面临价格上涨压力。随着国家打击盗版力度加强，行业竞争加剧，版权价值得到市场认可，影视剧版权交易价格近期呈现出一定幅度的上升态势，给本项目实施带来一定的难度及不确定性。

5、项目投资概算

单位：万元

主要投资方面	具体项目	第一年	第二年	合计
技术研发	研发人力成本	1,260	1,890	3,150
	研发配套软硬件支出	140	70	210
节点及应用平台升级扩容	硬件设备	3,500	2,500	6,000
	带宽租用及CDN加速费	2,000	3,000	5,000

	设备调测费	100	100	200
版权运营	电影	936	960	1,896
	电视剧	1,020	888	1,908
	原创内容	90	106	196
场地租赁费		150	80	230
营销网络建设		1,500		1,500
铺底流动资金		800		800
合 计		11,496	9,594	21,090

6、项目效益测算

序号	效益测算指标	单位	数值
1	年均销售收入	万元	22,245.13
2	年均净利润	万元	7,722.95
3	投资回收期(税后)	年	4.30
4	内部收益率(税后)	%	15.05%
5	投资净利率	%	36.62%

效益预算的基础和依据如下：

(1) 预测基础：

①以该项目实施过程中涉及的各部门编制的项目实施计划和项目投资预算为基础，包括技术中心、营销中心、资源合作部、广告部、市场部等部门；

②以经审计的实际经营业绩为基础，结合现有各产品在报告期内的收入结构、毛利率水平、市场容量、用户数量，考虑项目达产后各类产品新增的销售规模 and 用户数量，以及本行业的发展趋势对项目的市场前景进行分析预测；

③考虑行业内平均水平和市场实际状况来确定资本性支出和费用性支出的单位价格，包括固定资产采购、版权采购、带宽购置、人力资源成本、及市场推广支出等方面；

④预算会计政策和会计估计与公司实际采用的会计政策和会计估计一致。

(2) 预测条件：

①公司所遵循的国家现行政策、法律以及当前社会政治、经济环境不发生重大变化；

②公司所遵循的税收政策不发生重大变化；

③公司所从事的行业及市场状况不发生重大变化；

④公司能够正常运营，组织机构不发生重大变化；

- ⑤公司经营所需要的材料、能源、劳务等能够取得且价格无重大变化；
- ⑥公司制定的项目升级计划、销售计划、融资计划等能够顺利实施；
- ⑦无其它人力不可抗拒因素和不可预见因素所造成重大不利影响。

（二）3G 手机流媒体电视应用平台改造升级项目

公司拟使用募集资金2,741万元，对公司原有的3G手机流媒体电视应用平台进行改造升级。

公司自2005年开始进行3G流媒体视频相关技术及平台的开发和培育，经过多年积累已经初步建立了3G手机流媒体电视应用平台，同时公司取得了广电总局核发的《信息网络传播视听节目许可证》（手机等手持终端设备），充分做好了未来从事3G手机电视业务的相关准备。

2009年，我国3G网络开始商用，公司将适时基于现有平台进行改造升级，并着力打造成为国内领先的3G手机流媒体电视服务提供商。

1、项目概况

3G手机流媒体系统以流媒体的形式向3G手机用户提供稳定、流畅的视频、音频等多媒体节目的播放。为了实现系统良好的可扩展性，支持更大规模的用户，在公司现有流媒体平台与管理系统的基础上进行升级改造并加入一些新的功能支持。该项目包括技术研发、设备投入、内容制作和营销推广等四个方面，具体如下：

（1）技术研发

公司依托设立之初的“无线流媒体平台与管理系统V1.0”搭建了视频运营平台，通过持续创新性开发，引入并融合了P2P技术和CDN技术，将其升级开发成更具兼容性和扩展性的“流媒体平台及管理系统V2.0”。经系统升级后的视频运营平台包含了基础平台及互联网视频应用平台和3G手机流媒体电视应用平台。为充分发挥自身研发能力，继续深入研究3G手机电视相关基础技术和应用技术，公司拟通过募集资金对现有3G手机流媒体电视应用平台进行强化和完善，推出升级应用平台，具体包括如下几个方面：

①基础技术升级研发：包括3G手机流媒体内容分发网络升级、3G手机直播及点播系统升级研发和3G手机流媒体电视转码系统研发，以及提升互联网平台

的技术研发成果在3G手机流媒体电视平台的应用转化。

②产品升级研发：对3G手机乐视网产品升级完善及3G手机电视客户端程序研发，其中包括3G手机流媒体应用平台应用技术研发，如各种3G手机流媒体平台客户端适配研发等。

（2）设备投入

为了实现3G手机流媒体电视系统的升级改造，需要在原有系统基础上扩容，主要是升级扩容移动流媒体服务器、移动流媒体网关服务器和手机门户网站服务器，从而提升平台服务能力，扩展新的应用及产品功能，扩展未来用户和业务容量。

（3）内容制作

一方面在公司已有的版权库的基础上进行节目的剪辑、改编以及编解码转换，使之适应于手机流媒体视频的播放需求。另一方面积极推进手机电视的原创内容制作，丰富用户的观看选择，并进行节目资源的内容整合，满足点播、直播、轮播、下载等多方面播放形式的需要。

（4）营销推广

公司为了扩大3G手机流媒体电视的营销规模，提升品牌影响力，实现乐视网品牌增量收益，拟进行营销推广，具体投入包括如下：

①与手机无线网及互联网网站进行广告合作，加强广告投放，提升3G手机流媒体电视网站流量和客户端安装量；

②与手机客户端软件商进行广告合作，通过广告投放加强品牌推广，以提升3G手机流媒体电视网站流量；

③加强营销团队建设，加强自身品牌提升。

2、项目背景

（1）行业背景

工业和信息化部于2009年1月7日宣布，批准中国移动通信集团公司增加基于TD-SCDMA技术制式的第三代移动通信（3G）业务经营许可，中国电信集团公司增加基于CDMA2000技术制式的3G业务经营许可，中国联合网络通信集团公司增加基于WCDMA技术制式的3G业务经营许可。这一决定在政策上意味着中国迎来了3G时代。

随着我国3G牌照的发放，我国电信网络的容量将快速提高，融合通信技术日益成熟。在“三网融合”的政策推动和以手机上网本身所具有的时尚因素的影响下，我国无线网手机内容服务市场增长迅猛，从根本上改变我国以往基于2G和2.5G的短信、WAP下载等核心业务，音视频观看和下载及可视电话等服务将是3G时代的重量级应用。

（2）公司背景

乐视网已经获得国家广电总局颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（手机等手持终端设备），自主开发出基于无线3G网络的手机电视网站“3G乐视网”（3g.letv.com）和手机电视客户端软件，为进一步开展手机电视业务奠定了基础。

自2005年至今，公司与中国联通、中央电视台、中影集团等电信运营商和内容集成商进行深度合作，向合作方提供基于手机无线网的技术和内容服务，通过平台开发和内容服务，公司积累了手机电视平台运营和内容加工的丰富经验。

基于公司在报告期内进行的手机电视业务技术储备、经验积累，公司在手机电视领域树立了良好的“乐视网”品牌形象，通过为手机用户提供优质的平台化体验、丰富的视频内容以及良好的客户服务，公司发展了对公司品牌有认知度的客户群，截至2009年12月31日公司累计为270万手机用户提供过手机电视服务，公司的品牌和用户优势较为突出。

3、市场前景

截至2008年底，中国手机用户规模已经超过5亿人，位居世界第一，为我国手机流媒体市场创造了巨大的潜在客户群。而目前通过手机上网已成为网民一种新的习惯，根据中国互联网信息中心（CNNIC）数据统计，截至2009年6月，使用手机上网的网民数量达到1.55亿人，半年内增长了32.1%，手机无线网民数量呈现迅速增长的势头，尤其是在网络视频等娱乐领域。

手机电视作为3G业务的重量级应用，已成为无线应用的新热点。无论是设备制造、终端制造等上游供应商，对手机电视业务进行集成与营销的中游电信运营商，还是最终用户，都对能随时随地欣赏丰富多彩的视频节目的手机电视业务充满期待。

手机电视开辟了一种全新的不受时间和空间限制的信息传播渠道，使用户能够通过手机以最快的速度观看最新的动态信息。手机电视是一种全新的传播方

式，具备电视媒体的直观性、广播媒体的便携性、报纸媒体的滞留性以及网络媒体的交互性。

随着手机电视用户的逐渐增长，以及手机终端、手机无线网运营环境的不断改善，手机电视将成为3G信息时代最有价值的手机应用领域之一。

4、项目实施

(1) 项目经营模式

公司通过3G流媒体视频应用平台的升级改造，扩大公司经营规模，降低单用户运营成本。经营模式详细情况参阅本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务”。

(2) 项目实施的人员配备

公司在实施该项目时将利用现有团队，并增加22人进行组织配备，具体增加的人员配备情况如下：

序号	部门名称	配备人员	工作职责
1	技术研发部	12	负责平台系统研发
2	内容制作部	10	负责视频内容的制作、编辑
合计		22	

(3) 质量标准

公司继续坚持现有业务的质量控制标准，相关指标具体如下：

类别指标	具体指标	具体标准
内容编码标准	影音编码	采用 3GP 和 MP4 标准
	视频码率	达到 200kbps
	音频码率	达到 32kbps
用户体验性指标	流畅率指标	流畅率为流畅观看视频内容的用户比率。在非高峰时段，流畅率控制在 95% 以上；高峰时段，流畅率控制在 90% 以上。
	可用率	可用率是公司 3G 门户网站全年正常工作的时长与全年总时长的比值。保证用户全年可用率不低于 99.99%。
客户服务指标	客服中心响应	客服中心每周 7 天、24 小时保证客户随时获取相关信息咨询、技术服务、退订等服务。
	客服即时性	客户服务中心及后备支持部门保证首次向用户作出答复时间为 2 小时以内。
	服务支持保证	公司后台技术部门和运维部门保证向用户提出的服务需求答复时间控制在 24 小时之内。

(4) 项目不确定性及实施难度

①电信运营商对 3G 网络升级改造及建设投资的进度及效果。我国 3G 移动网络于 2008 年开始商用，各大运营商逐步加大对原有网络的升级和改造，并大力发展和推广 3G 手机用户。3G 网络建设的效果及网络覆盖度会影响 3G 手机用户对手机电视内容的需求或体验水平。如果电信运营商未能如期完成 3G 网络的建设或者 3G 网络建设效果不佳都会给本项目的实施带来不确定性和难度。

②技术开发中的难点攻克。为了实现系统良好的可扩展性，支持更大规模的用户，在提升用户体验的基础上尽可能降低运营成本，公司在现有手机流媒体系统的基础上进行升级改造并加入一些新的功能支持，如：更高效的融合 P2P+CDN 技术的直播及点播系统功能、更高性能的编解码技术，并且加大 3G 流媒体内容制作。其中，基于多种手机平台自适应全兼容等技术具有一定的开发难度，如未能如期攻克各种技术难点，将会对本次募投项目实施产生一定不确定性。

5、项目投资概算

单位：万元

主要投资方面	具体项目	第一年	第二年	合计
技术研发	研发人力成本	432	864	1,296
	研发配套软硬件支出	48	48	96
设备投入	硬件设备	100	200	300
	设备调测费	20	20	40
内容制作		218	282	500
营销推广		277	232	509
合 计		1,095	1,646	2,741

6、项目效益测算

序号	效益测算指标	单位	数值
1	年均销售收入	万元	1,446.90
2	年均净利润	万元	570.75
3	投资回收期(税后)	年	4.40
4	内部收益率(税后)	%	13.91
5	投资净利率	%	20.82

效益预算的基础和依据如下：

(1) 效益预算的基础：

①以该项目实施过程中涉及的各部门编制的项目实施计划和项目投资预算为基础，包括技术中心、营销中心、资源合作部等部门；

②考虑 3G 手机流媒体市场的发展前景和发展趋势以及项目达到预计可使用状态后新增的销售规模和用户数量进行分析预测；

③采用行业内平均水平和市场实际状况来确定资本性支出和费用性支出的单位价格，包括固定资产采购、版权采购、人力资源成本等方面；

④预算采用的会计政策和会计估计与现有会计政策和会计估计一致。

（2）效益预算的依据：

①公司所遵循的国家现行政策、法律以及当前社会政治、经济环境不发生重大变化；

②公司所遵循的税收政策不发生重大变化；

③公司所从事的行业及市场状况不发生重大变化；

④公司能够正常运营，组织机构不发生重大变化；

⑤公司经营所需要的材料、能源、劳务等能够取得且价格无重大变化；

⑥公司制定的项目升级计划、销售计划、融资计划等能够顺利实施；

⑦无其它人力不可抗拒因素和不可预见因素所造成重大不利影响。

（三）研发中心扩建项目

公司拟使用募集资金2,354万元，用于研发中心扩建项目。公司目前已经建立研发中心，承担公司内部技术积累、技术应用开发及运营维护职能。截至2009年12月31日，公司拥有78位研发人员，每年研发的课题达4-5项，研发成果达2-3项。

公司拟在现有研发中心基础之上，抽调现有核心研发人员重新进行团队编制，并吸引更多外部优秀研发人才，组成具有领先研发水平和研发经验的研发团队，使其专注于前沿性行业技术与开发。

1、项目背景

根据我国《2006-2020年中长期科学和技术发展规划纲要》要求，“十一五”期间，必须把增强自主创新能力放在更加突出的位置。增强自主创新能力，关键是强化企业在技术创新中的主体地位，建立以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系。

网络视频服务行业是技术密集型行业，随着行业用户量的不断增长、用户需求的不断提高、产业规模的不断增长，技术研发力量已经成为决定行业发展的核

心要素。

（1）技术是网络视频服务行业的重要推动力

从网络视频观看、传输和下载所包含的环节来看，网络视频技术包括网络传输技术、视频编解码技术以及视频播放技术等主要技术。每类技术的革新都曾推动网络视频服务行业出现快速发展。以传输技术为例，早期的CDN技术曾推动基于中心化的网络分布架构快速发展，目前不断发展和成熟的P2P技术大大地加速了对等式网络视频应用的快速发展。

目前我国网络用户中宽带比重占到93.43%，网络环境的改善为技术进步提供了良好的应用基础。任何技术进步都将更加便利和迅捷地变成推动行业发展的重要动力。

（2）行业竞争表现为技术水平竞争

目前行业内主要参与者普遍通过建立研发团队和研发中心的形式加强自身网络视频技术的积累和应用。随着网络用户对网络的依赖程度加深，以及用户对网络视频需求的加强，网络视频技术推动下的行业竞争将逐渐演变为技术实力的竞争。

网络视频服务行业参与者争夺的核心资源为用户，用户量决定了网络视频公司的核心竞争力水平。获取用户量资源首要的前提是网络视频公司具备满足用户各项需求的技术基础，并开发出满足用户需求的应用级服务。通过技术研发，可以提升用户体验水平、提高用户回访率以及用户粘性，最终培育稳定可靠的用户群体，网络视频公司最终建立稳定的商业模式和发展根基。

2、项目实施必要性

公司倡导“以不断的技术领先引领市场领先”，经过几年的积累，公司已经初步建立了一支包括研究、技术管理、设计开发、服务后台维护等功能在内的51人左右的研发队伍，这支队伍为公司的发展做出了巨大的贡献。公司的研发水平在网络视频服务行业具有一定技术优势，但是随着行业竞争加剧以及公司规模扩张，研发队伍力量明显不足，研发条件和软硬件实验设施明显与公司高速发展不相适应。为此，公司通过募集资金充实研发力量、强化研发水平势在必行。

3、研究开发计划

公司拟结合现有技术储备，紧紧围绕网络视频技术类研究对内容分发、传输

和编解码等技术进行深入研究和开发，目前已经立项并作为研发中心未来两年实现重大突破的具体技术包括：高性能的GSLB调度技术；可靠UDP传输技术；高效率的P2P内容分发同步技术；基于P2P的内容交换技术；高效内容热点检测技术；基于多种验证方式的CDN防盗链技术；基于RTMP协议的直播传输分发技术；基于3G网络的CDN传输分发技术；3G网络流媒体QOS保障技术等。

同时，研发中心将加强前沿性研究，拟对H.265编解码技术、下一代网络视频关键技术、3G网络QOS保障技术、异构网络视频传输融合技术以及超清1080P播放技术等。

（1）项目操作模式和流程

在实施该项目时，公司仍坚持自主研发的模式，坚持技术自我积累和自我提高的研发路线，同时保持和代表行业前沿水平的相关研究机构、院校的交流与合作。

公司在实施该项目时仍然沿用现有的研发业务流程，详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“七、发行人的核心技术、技术储备、技术人员和创新机制情况”。

（2）人员配备计划

公司计划未来两年每年新增30位研发人员，巩固公司研发团队。按照现有研发中心的机构设立，将上述人员分配到P2P技术部、超清播放机部、WEB应用开发部、测试部和无线应用开发部等部门。

（3）研发实施进度

公司制定了初步的未来2-3年的研发进度，具体安排如下：

阶段	持续时间	主要工作内容	预期效果
第一阶段	3-5 个月	建立团队、确定研究方向和目标、实验环境建设。	实验条件初步达到立项审核标准。
第二阶段	3-5 个月	跟高校建立研发合作关系，细化研发计划、团队建设和人员业务培训等工作。	吸收 3-5 项外部研究成果。
第三阶段	12-15 个月	管理实施过程，确保研发项目顺利进行。	获得至少3项以上国内领先的网络视频领域的核心技术专利； 技术成果开发出可实际运行的软件原型。
第四阶段	6-8 个月	研发成果进行应用转化。	至少两项以上国内领先技术成果转化 成公司产品。

4、项目投资概算

公司拟将2,354万元用于研发中心扩建，具体包括如下：

单位：万元

具体项目	第一年	第二年	合计
研发人力成本	648	1,296	1,944
研发软硬件支出	90	90	180
场地租赁费	150	80	230
合计	888	1,466	2,354

（四）其它与主营业务相关的营运资金项目

1、用于与主营业务相关的营运资金的必要性

在本次募集资金中用于与主营业务相关的营运资金后，可打破因单一银行融资渠道瓶颈给公司经营发展造成的制约，使公司在优化财务结构的同时实现经营快速发展。在本次募集资金用于与主营业务相关的营运资金后，公司将加强影视剧网络版权采购、服务器和带宽采购、增加研发支出、加大营销体系建设，进一步增强企业核心竞争力。

2、营运资金的管理安排

公司已建立募集资金专项存储制度，募集资金存放于董事会决定的专项账户。公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。专户不得存放非募集资金或用作其它用途。公司将在募集资金到位后一个月内与保荐人、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，并严格执行深圳证券交易所及中国证监会有关募集资金使用的规定。

3、对公司财务状况及经营成果的影响

用于营运资金后，公司的资产负债率将进一步降低，提升公司的偿债能力和资产流动性；但用于营运资金项目并不直接带来经济收益，因此公司在短期内面临净资产收益率下降的风险。但随着公司其它募投项目的完成以及公司经营规模的扩大，公司的盈利能力将不断得到增强。

4、对提升公司核心竞争力的作用

本次募集资金增加与主营业务相关的营运资金后，为公司实现业务发展目标提供了必要的资金来源，保证了公司业务的顺利开展，将有利于公司扩大业务规

模，优化公司财务结构，从而提高公司的市场竞争力。

三、募集资金运用对业务经营、财务状况及经营成果的影响

（一）募集资金运用对公司业务和经营的影响

本次募集资金严格应用于主营业务，实施后公司的业务规模将进一步扩张。项目实施后，公司的服务器节点数量、总带宽、员工人数、营销分支机构等都会出现一定幅度的增长，有利于公司同时为更多用户提供更优质的网络视频服务。

项目实施后，公司的业务结构将得到更好的改善。报告期内，公司确立了网络视频基础服务和视频平台增值服务共同发展的业务结构；通过互联网基础及应用平台的改造升级和3G手机流媒体电视应用平台的改造升级，公司更加突出互联网视频和3G手机电视两类应用平台的并行发展；同时，通过对广告及营销体系建设的投入，有利于提升公司知名度和品牌形象，进一步加强公司视频平台增值服务水平，使各项业务间更加有机融合并相互促进。

（二）募集资金运用对财务状况的影响

1、对资产结构的影响

发行完成后当年将大幅增加公司货币资金总量，提升流动资产比重；随着募集资金运用计划的实施，公司将大幅增加服务器、交换机等固定资产和影视剧版权的购买，非流动资产比重将逐步增长；募集资金项目实施完成后，公司将累计增加1.74亿元非流动资产。公司的资产结构将随着募集资金的使用进度呈现一定的波动性。

2、对资本结构的影响

本次发行后公司所有者权益将大幅增加，同时由于通过募集资金运用部分缓解资金紧张的局面，公司可逐渐适度减少银行借款规模，降低部分财务费用支出。

在本次股票发行后公司负债额不变的情况下，公司资产负债率（母公司）将较目前的21.93%（截至2009年12月31日）有所下降，这将更有助于提高公司债务融资能力，增强公司业务扩张的资金实力。

（三）募集资金运用对经营成果的影响

1、对收入和利润水平的影响

公司募投项目实施后，将扩大经营规模，提高收入和利润水平。根据公司用户量的增长预测，通过系统扩容、营销体系提升，公司的个人付费用户规模将保持每年 20% 以上的速度增长，同时考虑广告投放量、版权分销量、用户分流量的增长情况，公司预计未来 5 年募投项目年均实现新增营业收入 2.37 亿元，新增净利润 8,293.70 万元。通过实施募投项目，公司显著提高了营业收入和净利润水平。

2、资本性投入对各期费用影响

本次募集资金完成后，预计合计有 1.74 亿元资金形成资本性支出，并归集成为长期性资产。该等长期资产预计未来五年内平均增加 2,242.60 万元摊销和折旧费用。

表：发行后五年内新增摊销和折旧金额

单位：万元

项 目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	平均值
折旧费用	684.00	1,197.00	1,197.00	1,197.00	1,197.00	1,094.40
摊销费用	409.20	800.00	1,510.60	1,510.60	1,510.60	1,148.20
合 计	1,093.20	1,997.00	2,707.60	2,707.60	2,707.60	2,242.60

根据效益测算的平均收入水平，发行完成后五年内摊销和折旧费用率平均为 9.47%，资本性投入引起的费用上升对经营成果未产生重大不利影响。

3、对净资产收益率的影响

本次发行完成后，公司净资产规模将出现大幅增长。发行后当年及其后 1-2 年内募投项目的效益未能显著释放，因此净资产收益率将出现一定幅度的下降。随着募投项目效益的逐步显现，公司净资产收益率将逐步恢复到较高的水平。

第十二节 未来发展与规划

一、公司发行当年及未来三年发展规划及发展目标

（一）发展规划

公司在设立时，制定了三步走的“业务发展十年规划”：第一步，自设立后通过3年时间完成运营平台开发、用户基础培育；第二步，通过3年时间健全业务架构，树立乐视网品牌形象，持续扩大市场份额，实现稳定盈利并保持高速增长；第三步，通过4年时间建立行业内技术领先、用户庞大、服务内容全面的综合网络视频运营平台。

公司将在《2006-2020年国家信息化发展战略》、《国民经济和社会发展信息化“十一五”规划》和《文化产业振兴规划》等国家产业政策的指引下，牢牢把握网络视频服务行业未来三年的重要发展方向以及商业化应用机遇，在现有业务基础上，以用户和市场需求为导向，以技术创新为动力，以加强和提升公司经济效益和社会价值为基本原则，对公司未来发展进行审慎严谨布局，坚持互联网和3G网络视频技术开发和应用的发展方向，努力成为中国最大的网络视频服务提供商。

（二）发展目标和具体业务规划

1、发展目标

通过未来三年的稳健发展，成为中国最大的网络视频服务提供商。包括如下具体目标：

（1）建立国内最大的P2P+CDN视频内容发布平台，在付费用户量、正版视频内容量和综合服务能力上位列国内首位；

（2）建立国内最大的3G手机电视内容发布平台，通过加强与内容集成商、电信运营商的合作，努力培育3G手机电视用户，并创建3G手机电视应用的成熟商业模式；

（3）通过技术研发和市场推广，加强超清视频内容的推广，进行超清相关

产品的研发和销售。

2、具体业务规划和目标

公司严格围绕主业进行业务创新和业务规划。公司对报告期内已经成熟的以及报告期内进行培育未来进行重点开发的业务和服务进行明确的规划，具体如下：

序号	服务名称	报告期发展现状	未来发展规划和目标
1	网络高清视频服务	技术成熟、平台稳定、用户增长；收益可观	募集资金投入、继续提升服务能力、提升盈利水平
2	网络标清视频服务	技术成熟、平台稳定、用户增长；收益可观	募集资金投入、技术提升服务能力、坚持免费模式
3	个人 TV 服务	2009 年开始上线运营、初步完成用户培育；免费模式	继续投入、免费模式
4	企业 TV 服务	2009 年开始上线运营、初步完成用户培育；未产生盈利	继续投入、加强市场开发；未来增长点
5	超清视频服务	完成技术开发和市场调研、收费模式；未产生收益	进行产品批量生产和市场推广；未来 2-3 年业务的重要增长点
6	手机电视技术和内容服务	拥有技术储备和开发经营、完成 3G 平台建设；未产生盈利	募集资金投入、进行平台开发；未来公司业务的重要增长点
7	3G 手机乐视网服务	拥有技术储备和开发经营、完成 3G 平台建设、免费模式	
8	网络视频版权分销服务	模式成熟、渠道稳定；收益可观	加强市场营销和合作、加强模式创新；未来公司业务的稳定增长点
9	视频平台广告发布服务	模式成熟、客户稳定；收益可观	
10	视频平台用户分流服务	模式成熟、客户稳定；收益可观	

（三）实现规划和目标的具体措施

为实现未来三年的发展目标，增强成长性、提高创新能力和提升核心优势，公司制定了如下具体措施：

1、业务开发措施

公司将根据用户的需求积极开发新的服务品种，探索新的服务方式，不断提升公司的社会形象和经济效益。

（1）乐视 P2P+CDN 视频内容存储、分发及加速系统项目

采取数据流共享、数据分发等把 P2P 和 CDN 相结合的技术应用，把原本孤

立的服务器和其镜像资源以及用户数据资源整合起来，使网络视频传输的稳定性和速度比传统的 P2P 或 CDN 视频传输有非常大的提高，在用户享受流畅清晰的视频内容同时为网站服务提供商减轻了服务器压力、节省了消耗带宽、降低了单位运营成本。

（2）3G 手机流媒体电视项目

手机电视作为 3G 业务的重量级应用，已成为无线应用的新热点。其开辟了一种全新的不受时间和空间限制的信息传播渠道，使用户能够通过手机以最快的速度观看最新的动态信息。发行人已获得国家广电总局颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（手机等手持终端设备），自主开发出基于手机无线网的手机电视网站“3G 乐视网”（3g.letv.com）以及手机电视客户端软件。公司将加大 3G 手机电视项目的投入，使其迅速成为公司新增盈利点，更好的回报股东和广大投资者。

2、人员扩充措施

人才是公司最重要的资源。随着互联网及 3G 手机电视领域的扩展和竞争日益激烈，公司迫切需要更多高水平的技术人才和管理人才。未来三年，公司一方面将加强文化建设，塑造新的用人机制和激励机制，稳定骨干队伍；另一方面，将加强对行业内高水平人才的引进，并实施配套激励机制，凝聚和培养人才，为公司发展打下坚实的人才基础。

3、技术开发与创新措施

公司将以项目为中心开展技术开发和创新工作，引进并应用先进技术和先进设备，利用各种形式的培训提高公司技术人员的水平，提升公司的技术创新能力和技术开发能力。

基于目前和未来的发展目标，公司将以乐视 P2P+CDN 核心系统升级研发、网站及内容管理系统升级等多个系统建设作为未来三年的研发目标。上述系统的建设完成，将为公司实现战略目标提供坚实的技术基础。

基于目前和未来的发展目标，公司将以四大系统的建设作为未来三年的研发目标：乐视 P2P+CDN 核心系统升级研发、网站及内容管理系统升级、数据统计分析系统和广告管理系统。上述四大系统的建设完成，将为实现公司战略目标提供坚实的技术基础。

4、市场开发与营销网络建设措施

公司将完善以市场为导向，科学、适用、实效的整体营销管理体系；在全国范围内建立完善的发行营销体系和队伍，形成业内一流的发行营销能力和品牌；进一步拓展潜在客户，实现客户数量持续增长。

（1）营销资源扩展

公司将优选各类合作伙伴，包括网络媒体类广告合作伙伴，报纸、书刊等纸质媒体类广告合作伙伴，电视媒体等广告媒体类合作伙伴；优化产品广告内容、载体等形式，促进产品差异化；多种模式、多家合作伙伴竞标，确定优势合作媒体，降低营销成本。

（2）营销区域拓展

公司已设立哈尔滨、上海、白云、四川、西安等 5 家分公司，未来通过募集资金将开辟其它省级中心区域营销机构；引进高级营销人才，同时加强对现有营销人员的培养，以提高公司营销人员的整体素质，组建一支精干实效的营销队伍。

5、收购兼并与对外扩张措施

本着股东价值最大化的基本原则，在条件具备时，公司将寻求与主业发展相关的企业、影视内容或技术成果作为收购、兼并对象，以整合市场资源，达到低成本扩张、完善产品系列和市场布局、提高市场占有率、延长产业链、降低运营成本和提高服务质量等目标。

目前，公司尚未锁定明确的目标行业和具体收购对象，也未签署任何与并购相关的实质性协议。

6、内部管理改革措施

公司将根据业务和市场发展的需要，适时对组织架构、业务流程、运行方式进行调整，进一步完善法人治理结构，建立健全现代企业制度，实现公司管理的专业化、精细化和高效化。公司将在现有业务模式的基础上，以公司发展战略为核心，细化业务流程，全面提升公司的核心竞争力。公司将通过制度建设、文化建设和市场化的分配机制有效地激励员工，最大限度地挖掘员工潜力，提高运作效率。

7、资金筹集措施

公司本次股票发行结束后，将按计划实施募投项目，不断增强公司的核心竞

争力。为实现可持续发展战略，公司将根据自身经营状况和发展需要，多方面拓展融资渠道，在保持合理的资产负债结构的前提下，综合利用多种方式筹集资金，不断提高资金运用效率，满足公司运营发展的资金需要。

二、募集资金项目在促进未来发展及在增强成长性和自主创新方面的影响

本次募集资金项目对于促进发行人未来发展及增强成长性、自主创新方面具有重要作用。本次募集资金的使用计划是根据公司日益增长的网络视频客户需求以及公司业务技术发展规划而确定的。本次募集资金将主要用于互联网视频基础及应用平台改造升级项目、3G 手机流媒体电视应用平台改造升级项目和研发中心扩建项目等项目，项目完成后，有利于公司提高网络视频综合服务能力、拓宽视频服务领域，扩张营销体系，增强用户网络视频服务体验，巩固行业地位。

表：主要募投项目在成长性和创新性方面的影响

募投项目	成长性影响	创新性影响
互联网视频基础及应用平台改造升级项目	通过服务器、带宽及内容购置、实现服务水平的升级，有助于提高用户体验、扩充用户数量，增加收费和广告收入； 通过技术研发，对现有平台进行更新改造，提升互联网应用服务能力，提高市场占有率，提升用户体验水平； 网络视频广告发布平台的建立和开发，提升服务能力，有助于广告发布业务的市场推广，提升盈利能力。	通过为其它应用领域业务创新奠定平台基础；通过加强超清视频技术研发，加强超清视频下载和存储线下观看服务，有助于技术开发和持续创新；有助于业务模式创新，加强平台增值服务开发。
3G 手机流媒体电视应用平台改造升级项目	通过对 3G 应用平台进行改造升级，提升用户体验，有助于扩大市场规模并实现稳定盈利。	通过 3G 流媒体技术升级研发，有助于实现 3G 流媒体技术应用和创新。
研发中心扩建项目	通过研发人才引进、硬件改造，有助于公司技术创新性应用，提升服务水平，有助于长期稳定成长。	通过加强前瞻性和前沿性技术研发和应用，有助于技术升级和创新。

三、实施上述业务发展计划的基本假设和面临的主要困难

（一）实施上述业务发展计划的基本假设

上述业务发展计划主要是以公司现有的业务发展条件、市场地位和竞争优势为基础，依据以下假设条件所制定的：

- 1、本公司各项经营业务所遵循的国家及地方政策、法规无重大改变；
- 2、国家宏观经济、政治、社会环境处于正常发展状态；
- 3、本公司所在行业及所处领域的市场处于正常发展状态，没有出现重大市场变化；
- 4、本次股票发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；
- 5、本公司募集资金投资项目的建设运营达到预期效益；
- 6、无其它不可抗力或不可预见因素造成重大不利影响。

（二）实施上述业务发展计划面临的主要困难

从公司目前的实际情况看，实施上述计划面临的主要困难是：

- 1、本次融资能否按计划完成；
- 2、募集资金投资项目能否顺利建设、项目运营实现预期经营目标；
- 3、公司面临的竞争日趋激烈，技术和资金是限制公司发展的关键。随着公司规模的扩张，是否有相应的专业技术队伍，能否及时跟进日新月异的技术、是否具备充足的营运资金，将成为公司未来发展的重要因素。

四、公司业务发展规划和发展目标与现有业务的关系

公司搭建的视频网络运营平台已初具规模，在用户基数、影视剧内容资源数量、增值应用开发以及多终端应用等方面确立了行业领先地位。未来发展规划和目标仍然围绕主业，并对上述方面进行深化和加强。通过本次发行，公司可以快速获得发展所需资金，加快实现发展目标，提升和扩大经营成果，巩固行业地位，突出竞争优势。

因此，公司上述业务发展计划和目标未偏离公司现有业务，与主业保持一致，是公司现有业务的深化和发展。

第十三节 其它重要事项

一、重要合同

截至本招股说明书签署日，公司及子公司对外签署的对公司业务和经营产生重大影响的合同情况如下：

（一）版权购买合同

截至本招股说明书签署日，发行人与版权所有人签订了一系列信息网络传播权许可使用协议，具体如下：

序号	合同名称	授权方名称	版权内容	权利类型	期限
1	信息网络传播权许可使用合同	中国电影集团公司	《赤壁》（下集）	独家版权授权	5年期至2014年2月
2	信息网络传播权许可使用合同	北京新画面影业有限公司	《三枪拍案惊奇》	独家版权授权	5年期至2015年9月
3	影视剧网络传播权独占专有授权合同	北京飞锋星月影视文化有限公司	《沧海》	独家版权授权	5年期至2014年9月
4	影视剧网络传播权独占授权合同	北京飞锋星月影视文化有限公司	《画皮》	独家版权授权	5年期至2013年9月
5	信息网络传播权独占专有许可使用协议	乐视娱乐投资（北京）有限公司	《机器侠》	独家版权授权	2009年8月18日至永久期限
6	信息网络传播权独占专有许可使用协议	北京新画面影业有限公司	《满城尽带黄金甲》、《千里走单骑》等4部影片	独家版权授权	6年至2015年12月20日
7	影视剧网络版权独占授权合同	东阳青雨影视文化有限公司	《神断狄仁杰》	独家版权授权	电视台首集首播之日起5年
8	影视剧网络版权独占授权合同	东阳青雨影视文化有限公司	《借枪》	独家版权授权	电视台首集首播之日起5年
9	信息网络传播权独占专有许可使用协议	北京锐奇伟业国际文化传媒有限公司	《苹果的滋味》等16部影片	独家版权授权	10年至2021年1月
10	信息网络传播权独占专有许可使用协议	安乐（北京）电影发行有限公司	《月满轩尼诗》	独家版权授权	5年至2015年5月

11	信息网络传播权独占专有许可使用协议	安乐（北京）电影发行有限公司	《罪与罚》等 4 部电影	独家版权授权	5 年至 2015 年
12	版权引进许可协议及授权	北京飞锋星月影视文化有限公司	《心远》	独家版权授权	电视台首集首播之日起 5 年
13	信息网络传播权独占专有许可使用协议	西安天拓影视传播有限责任公司	《地下交通站 2》	独家版权授权	电视台首集首播之日起 5 年
14	独占许可使用协议	东阳秋水堂影视有限公司	《安逗与黑仔》	独家版权授权	5 年至 2015 年 7 月

（二）CDN 业务协议

截至本招股说明书签署日，公司签署的 CDN 业务协议如下：

序号	合同名称	服务商名称	CDN业务内容	期限
1	CDN服务（imagecahce类）服务级别协议（SLA）	上海帝联信息科技发展有限公司	提供网站内容分发和加速服务	自2009/3/6生效且在《CDN服务合同》的服务期内有效。
2	CDN服务合同	上海帝联信息科技发展有限公司	全国流媒体加速	2010/3/1至2011/2/28

（三）代收费协议

截至本招股说明书签署日，公司与电信运营商签署的代收费协议如下：

序号	名称及编号	合同对方	主要条款	合同金额	合同期限
1	无线增值服务协议	联通新时讯通信有限公司	对方利用中国联通的平台向公司提供代收服务	采取分成方式确认	2008年1月7日签订，期满无异议自动续延一年；每次延续以一年为限。
2	“手机钱包”移动支付合作框架协议	联动优势科技有限公司	对方通过其平台所支持的银行卡和其它支付渠道向公司提供代收服务	按照服务收入一定比例进行分成	至2008年10月12日，期满无异议自动延续一年；每次延续一年。
3	全网增值无线业务协议	中国联通有限公司	对方向公司提供网络资源、用户资源和接入服务及代计/代收服务	按照一定比例分成	至2008年6月30日，到期后自动延续，每次延续以一年为限
4	手机小额支付业务协议	中国联合网络通信有限公司	对方向公司提供网络资源、用户资源、接入服务及代计/代收服务	按照一定比例分成	至2009年12月31日，到期后自动延续，每次延续以一年为限

（四）借款合同及担保合同

1、与北京银行股份有限公司建外支行签订的借款合同及相关担保合同

（1）2009年6月30日，本公司与北京银行股份有限公司建外支行（下称“建外支行”）签订《综合授信合同》。建外支行同意向公司提供贷款额度2,000万元，授信期限自2009年6月30日至2010年6月29日。同日，本公司与北京中关村科技担保有限公司（下称“中关村担保”）签署《最高额委托保证合同》，中关村担保对上述《综合授信合同》项下2009年6月30日至2010年6月29日期间发生的贷款提供最高额连带责任保证担保。

（2）2009年6月30日、2009年8月5日和2009年9月8日，本公司与建外支行分别签订金额为800万元、800万元和400万元的《借款合同》，贷款期限为自首次提款日起12个月。针对上述三笔借款，本公司与中关村担保分别签署《委托保证合同》，同时中关村担保与建外支行签署《保证合同》。

（3）针对上述担保事项，公司、公司实际控制人贾跃亭先生及西伯尔通信向中关村担保提供反担保：本公司通过《最高额反担保（应收账款质押）合同》，西伯尔通信和贾跃亭分别通过《最高额反担保（保证）合同》，向中关村担保提供反担保。

截至2009年12月31日，公司向中关村担保提供的用于反担保的应收账款质押余额为1,704万元。2009年7月23日，中关村担保出具《关于贾跃亭持有的乐视网信息技术（北京）股份有限公司股权免于承担保证责任的函》，承诺不对贾跃亭持有的发行人股份行使担保权或其它权利，贾跃亭持有的发行人股份不属于保证责任范围。

2、与杭州银行股份有限公司北京分行签订的综合授信合同及其担保合同

（1）2009年7月27日，本公司与杭州银行股份有限公司北京分行（下称“杭州北分”）签订《综合授信合同》。根据该合同，杭州北分同意向本公司提供贷款额度3,500万元，授信期限自2009年7月27日至2010年6月25日。该合同项下的贷款由贾跃芳、西伯尔通信分别与杭州北分签订《最高额抵押合同》和《最高额保证合同》，提供抵押担保和最高额连带责任保证担保。

（2）2010年1月8日，本公司与杭州北分签订《借款合同》。根据该合同，杭州北分同意向本公司提供贷款共计2,000万元，贷款期限自2010年1月8日

至 2010 年 7 月 7 日。

(3) 2010 年 3 月 15 日，本公司与杭州北分签订《借款合同》。根据该合同，杭州北分同意向本公司提供贷款共计 1,350 万元，贷款期限自 2010 年 3 月 15 日至 2010 年 9 月 12 日。同日，本公司与杭州北分签署《质押合同》，以凭证号为 0007538 和 0007539 的单位定期存款为上述借款作为质押担保。

3、与中信信托有限责任公司签订的借款合同及其担保合同

(1) 2009 年 12 月 16 日，本公司与中信信托有限责任公司签订《人民币资金借款合同》。根据该合同，中信信托同意向本公司提供贷款共计 500 万元，贷款期限自 2009 年 12 月 16 日至 2010 年 12 月 16 日。针对该项借款，本公司与中关村担保签署《委托保证合同》，同时中关村担保与中信信托签署《保证合同》。

(2) 针对上述担保事项，公司实际控制人贾跃亭先生及北京西伯尔通信科技有限公司向中关村担保提供反担保。

(3) 2010 年 1 月 25 日，中关村担保出具《关于贾跃亭持有的乐视网信息技术（北京）股份有限公司股权免于承担保证责任的函》，承诺不对贾跃亭持有的发行人股份行使担保权或其它权利，贾跃亭持有的发行人股份不属于保证责任范围。

4、与招商银行世纪城支行签订的借款合同及其担保合同

(1) 2010 年 5 月 5 日，本公司与招商银行股份有限公司北京世纪城支行签订《授信协议》。根据该协议，招商银行股份有限公司北京世纪城支行同意向本公司提供贷款额度人民币 3,000 万元，授信期限自 2010 年 5 月 5 日至 2011 年 2 月 4 日。该协议项下的贷款由北京西伯尔、贾跃亭与招商银行股份有限公司北京世纪城支行分别签署《最高额不可撤销担保书》，提供最高额连带责任保证担保。

(2) 2010 年 5 月 5 日，本公司与招商银行股份有限公司北京世纪城支行签订《借款合同》，根据该合同，招商银行股份有限公司北京世纪城支行同意向本公司提供贷款共计人民币 3,000 万元，贷款期限为自 2010 年 5 月 5 日至 2011 年 2 月 4 日。

二、对外担保的情况

截至本招股说明书签署之日，公司发生如下担保事项：

2009年6月30日，本公司与北京银行股份有限公司建外支行签订最高授信额度为2,000万元《综合授信合同》，额度有效期为自合同设立日起364天。截止2009年12月31日，本公司在上述综合授信额度项下借入短期借款2,000万元。

本公司就此项综合授信合同与北京中关村科技担保有限公司签订《最高额委托保证合同》，由北京中关村科技担保有限公司提供保证担保。

北京西伯尔通信科技有限公司和贾跃亭先生向北京中关村科技担保有限公司提供反担保，其中北京西伯尔通信科技有限公司和贾跃亭先生与北京中关村科技担保有限公司签订《最高额反担保（保证）合同》。

本公司与北京中关村科技担保有限公司签订《最高额反担保（应收账款质押）合同》。双方约定，自2009年6月30日至2010年6月29日期间内，只要北京银行股份有限公司建外支行对本公司尚未收回的贷款余额对质权人北京中关村科技担保有限公司提出保证担保的，本公司均需提供质押反担保，质权的存续期至被担保的债权诉讼时效届满之日后两年止。

除上述担保事项外，公司无其它重大担保事项。

三、重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在可能对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等方面产生重大影响的诉讼或仲裁事项，报告期内，公司出现的各类诉讼情况如下：

（一）涉及著作权、版权方面的法律诉讼事项

1、公司作为原告的诉讼事项

公司就其拥有独家信息网络传播权的《情人结》、《左右》、《即日起程》、《我叫刘跃进》、《最后的王爷》、《柳叶刀》、《潜伏》、《桃花运》、《在那遥远的地方》等影视片向相关侵权人提起诉讼244起，要求侵权人停止侵害并赔偿损失。其中已结案的诉讼159起，经确定相关侵权人向公司赔偿损失的总金额合计73.03万元，其中37.73万元已履行完毕，未履行完毕的公司拟申请强制执行；尚未了结的诉讼85起，目前正在诉讼过程中。

2、公司作为被告的法律诉讼事项

公司被诉的案件主要是由公司用户上传其不具有合法权利的影视剧或原告错误主张权利引起的，纠纷发生后公司积极采取措施确认其是否侵害他人的合法权益，删除涉嫌侵害他人合法权益的影视剧，避免损失的发生及扩大，并与相关权利人协商解决相关争议。

报告期内公司经确定向相关权利人赔偿损失和支付和解费用的总金额合计 33.7 万元（不包括购买版权的费用），金额较小，未对公司的经营成果造成重大的不利影响。截至本招股说明书签署日，公司存在 1 起尚未了结的被诉案件。

经核查，保荐人认为，发行人报告期内涉及著作权的法律诉讼事项未对发行人的经营造成重大影响；发行人被诉的诉讼标的金额均较小，即使发行人被诉的诉讼案件终审败诉，亦不会对发行人的资产状况造成较大影响，不会对发行人本次发行上市构成重大不利影响。

（二）公司为确保不侵犯他人合法著作权、版权而采取的相关措施和制度安排

1、签署版权采购协议，获取正版影视剧内容

公司与版权的合法权利人通过签订一系列信息网络传播权许可使用协议，获得相关影视片在约定期间及使用范围的合法使用权，使得公司在 letv.com 上发布的影视片内容正版化。

2、用户内容上传的提示措施

公司为用户提供网络存储空间，允许用户上传视频至 letv.com 及其子级域名；但用户上传视频前，公司与用户均签订《乐视网网络服务使用协议》，明确提示客户不能上传含有淫秽、色情、侵权、反动或其它非法内容的视频及资料及含有涉及版权问题的影视片断，只允许上载、传播其有充分的权利或授权进行传播的视频及资料，若发现所发布的作品涉及版权问题，公司有权依据自己的独立判断在不事先通知的情况下立即删除、停止从事此类活动的帐户使用；同时公司采取技术措施限制用户上传视频的大小。

3、内容质量控制措施

公司在运营中心下成立了专业的内容审核部门，负责公司 P2P+CDN 视频存储及分发底层平台上内容的日常审核和监督监控。并且，公司制定了三级质量审核机制，即由一审编辑、二审编辑和主管级编辑层层审核，对公司发布和用户上

传的内容进行综合评定和审核，对于违反国家法律法规、涉嫌侵权、色情淫秽、民族歧视、煽动是非、破坏社会团结以及涉及版权问题的视频采取删除或屏蔽措施。

审核范围有两类内容：a)公司发布的内容；b)用户上传的内容。具体审核流程如下：

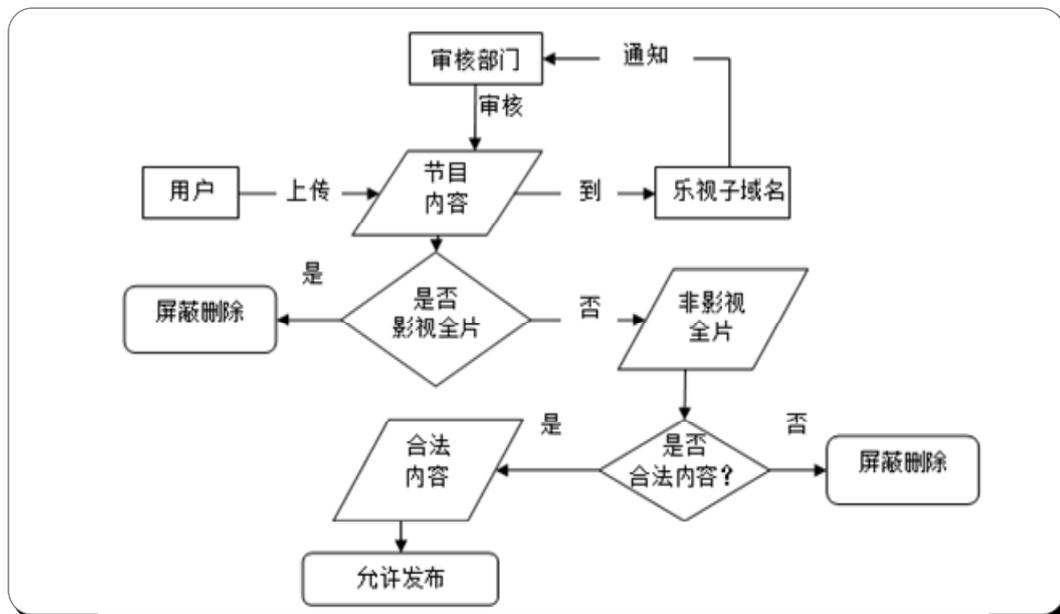
(1) 公司发布内容的审核

①上线流程：版权部门将有版权的节目清单送编辑部门，编辑部门选择合适节目上线，同步更新数据库。

②下线流程：授权期限到期的节目清单由数据库生成，到达版权部以及编辑部门，编辑部门提前做好下线准备工作；授权期限到期前 1 周，编辑部门与版权部门沟通，确认无续约情况后，在 1 周内将节目下线。

(2) 用户上传内容的审核

用户将节目内容上传至乐视网的子级域名前，接受审核部门审核，审核部门将影视剧全片（整部影视剧或切割成若干片段但可以连续播放或其它任何变相方式的全片）和非法视频屏蔽删除，不允许上线。审核流程如下：



4、事前和事后控制措施

公司对内容执行事前和事后的节点控制措施，即事前对上传的内容进行严格审核，把控初始第一关，将内容风险和法律纠纷避免在事前，保证公司提供的服务稳定可靠，确保服务质量；事后采取补救应急措施，如法务理赔、应急咨询和

内容事后评审等措施，确保偶然事件发生后迅速得到妥善解决。

四、关联方的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人，控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其它核心人员均不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。发行人控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为。

五、刑事起诉或行政处罚

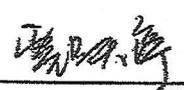
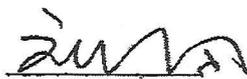
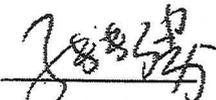
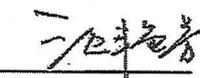
截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其它核心人员没有受到刑事起诉的情况。报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其它核心人员没有受到行政处罚的情况。

第十四节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

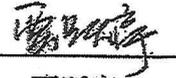
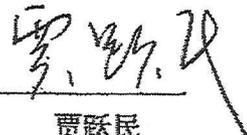
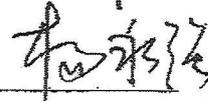
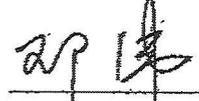
全体董事签名:

		
贾跃亭	刘弘	刘纲
		
张长胜	沈艳芳	

全体监事签名:

		
唐富文	贾跃芳	吴孟

全体高管签名:

		
贾跃亭	刘弘	贾跃民
		
李军	杨永强	邓伟
		
杨丽杰		

乐视网信息技术(北京)股份有限公司(公章)

2011年6月24日



二、保荐人(主承销商)声明

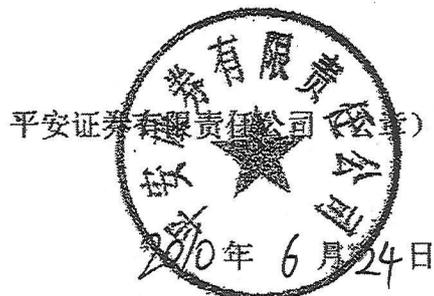
本公司已对招股说明书进行了核查,确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人: 杨媛媛
杨媛媛

保荐代表人: 汪家胜
汪家胜

栾培强
栾培强

法定代表人: 杨宇翔
杨宇翔



三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。



北京市信利律师事务所

负责人:

江山

经办律师:

阎建国

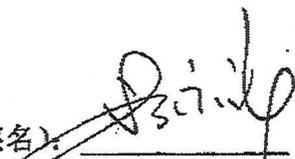
谢思敏

2010年6月24日

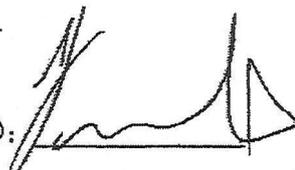
四、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

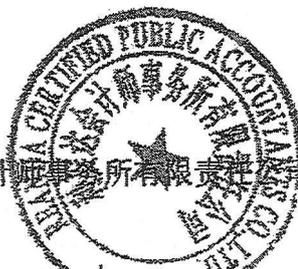
经办会计师(签名):


温京辉
李耀堂

会计师事务所负责人(签名):


黄锦辉

利安达会计师事务所有限责任公司(公章)

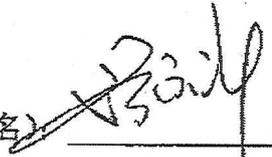


2010年6月24日

六、验资机构声明

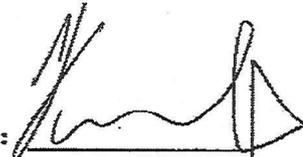
本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办会计师(签名):


温京辉


孙冬梅

会计师事务所负责人(签名):


黄锦辉

利安达会计师事务所(盖章)

2010年6月24日



第十五节 附件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）内部控制鉴证报告；
- （六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （七）法律意见书及律师工作报告；
- （八）公司章程（草案）；
- （九）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十）其它与本次发行有关的重要文件。

自本招股说明书公告之日起，投资者于下列时间和地点查阅上述文件。

查阅时间：每周一至周五上午9:00~11:30，下午14:00~17:00。

文件查阅地点：

- 1、发行人：乐视网信息技术（北京）股份有限公司

公司住所：北京市海淀区学院南路68号19号楼六层6184号房间

联系电话：010-5166-5282

传 真：010-8559-7765

联 系 人：邓伟

- 2、保荐人（主承销商）：平安证券有限责任公司

办公地点：北京市西城区金融大街23号平安大厦610室

联系电话及传真：010-5973-4977 010-5973-4978（FAX）

联 系 人：张特