本公司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。

北京暴风科技股份有限公司

（北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 1267 室）

首次公开发行股票
并在创业板上市招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

CICC 中金公司

（北京市建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层）

北京暴风科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

（一）发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
（二）发行股数，股东公开发售股数：	公司本次拟公开发行不超过 3,000 万股人民币普通股，占本次发行后总股本的比例不低于 25%，其中：公司公开发行新股数量不超过 3,000 万股；公司现有股东以公开发售方式向投资者转让股份数量不超过 1,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。最终发行新股数量及转让老股数量由公司股东大会授权董事会根据中国证监会的相关规定确定。 其中，符合本次老股转让条件的发行人现有股东冯鑫、韦婵媛、曲静渊、王刚、瑞丰利永、融辉似锦、丽泰恒丰、和谐成长、天津伍通、华为投资、杭州沧浪、苏州国润、江阴海澜、众翔宏泰、青岛金石、华控成长、曹浩强、信诺南海、江伟强、蔡文胜、唐献、林章利、蔡少红、刘畅宇、郑育龙、方唯、杨立东将按照其本次公开发行前持有本公司的股份比例转让老股。公司现有股东公开发售股份所得资金不归本公司所有。
（三）每股面值：	人民币 1.00 元

（四）每股发行价格：	人民币【】元
（五）预计发行日期：	【】年【】月【】日
（六）拟上市的证券交易所：	深圳证券交易所
（七）发行后总股本	不超过 12,000 万股
（八）保荐人（主承销商）	中国国际金融有限公司
（九）本招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

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、及时性承担个别和连带的法律责任。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

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。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对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；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”章节的全部内容，并特别注意下列事项。

一、本次发行方案

（一）决策程序和内容

发行人 2012 年 3 月召开的 2012 年第二次临时股东大会、2014 年 4 月召开的 2014 年第一次临时股东大会及 2014 年 12 月召开的 2014 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次拟公开发行不超过 3,000 万股人民币普通股，占本次发行后总股本的比例不低于 25%，其中：公司公开发行新股数量不超过 3,000 万股；公司股东以公开发售方式向投资者转让股份数量不超过 1,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。最终发行新股数量及转让老股数量由公司股东大会授权董事会根据中国证监会的相关规定确定。

公司公开发行的新股数量根据募集资金投资项目所需资金及发行人承担的发行费用最终确定的发行价格等合理确定。如根据询价结果，本次发行未出现募集资金净额超过募集资金投入金额所需资金的情况，则不安排公司原股东公开发售股份。本次股东公开发售的股份持有时间应在 36 个月以上，截至本招股说明书签署之日，符合本次老股转让条件的发行人现有股东为冯鑫、韦婵媛、曲静渊、王刚、瑞丰利永、融辉似锦、丽泰恒丰、和谐成长、天津伍通、华为投资、杭州沧浪、苏州国润、江阴海澜、众翔宏泰、青岛金石、华控成长、曹浩强、信诺南海、江伟强、蔡文胜、唐献、林章利、蔡少红、刘畅宇、郑育龙、方唯、杨立东。上述符合条件的股东将按照其本次公开发行前持有本公司的股份比例转让老股，即各股东转让老股数量= 该股东发行前持有公司股份数量/ 全体符合条件股东发行前持有公司股份数量之和×公司股东以公开发售方式向投资者转让的老股数量，且计算尾数按照相关规定处理。

担任公司的董事、高级管理人员的股东（冯鑫、韦婵媛、曲静渊、王刚）及员工持股合伙企业（融辉似锦、瑞丰利永及众翔宏泰）以公开发售方式向投资者

转让股份数量的上限均不超过其持有公司股份数量的 25%。

最终发行新股数量、转让老股数量由公司股东大会授权董事会根据中国证监会的相关规定确定。

根据本次发行方案，如需进行老股转让，符合本次老股转让条件的现有股东公开发售股份所得资金不归本公司所有。公司和转让老股股东按照发行新股数量和转让老股数量的相对比例分摊保荐承销费用。请投资者在报价、申购过程考虑公司股东公开发售股份的因素。

（二）股东公开发售股份事项对公司控制权、治理结构及生产经营等产生的影响

发行人股东公开发售股份前，发行人控股股东、实际控制人冯鑫先生直接持有发行人 28.40%的股权，并通过融辉似锦、瑞丰利永及众翔宏泰间接控制发行人 7.26%的股权，共计控制发行人 35.65%的股权；和谐成长持有发行人 10.89%的股权，为发行人第二大股东。

根据本次发行方案，在发行人股东按照转让上限（1,500 万股）公开发售股份后，冯鑫将直接持有公司 20.28%的股权，并通过融辉似锦、瑞丰利永及众翔宏泰间接控制公司 5.18%的股权，共计控制发行人 25.46%的股权；和谐成长将直接持有发行人 7.78%的股权，仍为发行人第二大股东；且直接或间接持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员仍继续直接或间接持有发行人股份。因此，股东公开发售股份后，发行人的控股股东、实际控制人不会发生变更，股权结构未发生重大变化，对公司治理结构及生产经营不会产生重大影响。

二、发行前股东关于限售安排、股份自愿锁定、延长锁定期限、减持意向的承诺及约束措施

（一）公司股东冯鑫、融辉似锦、瑞丰利永以及众翔宏泰的承诺及约束措施：

1. 自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理在公司首次公开发行前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。
2. 公司上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日（发行人股票全天停

牌的交易日除外，下同）的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月。

3. 所持发行人股份在锁定期满两年内减持的，减持价格不低于发行价，如遇除权除息事项，上述发行价应作相应调整。

4. 自前述锁定期满后，如需减持股份的，将通过大宗交易方式、通过二级市场集中竞价交易方式或通过其他合法方式进行减持。自前述锁定期满两年内，每年减持数量不超过届时所持发行人股份数量的 15%。如遇除权除息事项，上述发行价应作相应调整。所持股票在前述锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

5. 如违反前述承诺事项，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定情况下自公告日起 10 个工作日内启动购回程序，购回数量不低于本人违反承诺事项卖出的股票数量；且公告之日当月起从发行人处领取半薪（如有），直至上述股份购回实施完毕当月为止；如因未履行前述承诺事项而获得收益的，所得收益归发行人所有，并将在获得收益的 10 日内将前述收益支付给发行人指定账户；并自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期至前述锁定期满后 6 个月；如因未履行前述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法赔偿损失。

6. 如未来相关监管规则发生变化，本承诺载明事项将相应修订，修订后的承诺事项亦应满足届时监管规则的要求。

（二）公司股东和谐成长、青岛金石的承诺及约束措施：

1. 在发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或委托他人管理本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

2. 自前述第 1 项锁定期满后，如因本企业原因需减持股份的，将通过大宗交易方式、通过二级市场集中竞价交易方式或通过其他合法方式进行减

持。自前述第 1 项锁定期满 24 个月内，如需减持股份的，将分步减持发行人股票上市之日直接或间接持有的全部发行人股份，每次减持价格不低于发行人上一个会计年度经审计的每股净资产值或发行人股票首次公开发行的发行价，以二者中较低者为准。如遇除权除息事项，上述发行价应作相应调整。所持股票在前述第 1 项锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持数量及其他适用法律法规所要求的披露信息，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

3. 如本企业违反前述承诺事项，将依法承担相应法律责任，且所得收益归发行人所有，并将在获得收益的 10 日内将前述收益支付给发行人指定账户。

4. 如未来相关监管规则发生变化，本承诺载明事项将相应修订，修订后的承诺事项亦应满足届时监管规则的要求。

（三）公司股东天津伍通、华为投资、华控成长、丽泰恒丰、杭州沧浪、苏州国润、江阴海澜、信诺南海、杨立东、方唯、唐献、蔡文胜、江伟强、林章利、蔡少红、刘畅宇、郑育龙、曹浩强的承诺及约束措施：

1. 自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理在公司首次公开发行前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2. 如违反前述承诺事项，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定情况下自公告日起 10 个工作日内启动购回程序，购回数量不低于本人/公司/企业违反承诺事项卖出的股票数量；如因未履行前述承诺事项而获得收益的，所得收益归发行人所有，并将在获得收益的 10 日内将前述收益支付给发行人指定账户；且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期至前述股份锁定期满后 6 个月；如因未履行前述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者赔偿损失。

3. 如未来相关监管规则发生变化，本承诺载明事项将相应修订，修订后的承诺事项亦应满足届时监管规则的要求。

（四）作为公司董事和高级管理人员的冯鑫、韦婵媛、曲静渊、崔天龙、王刚、李永强、吕宁、赵军、李媛萍的承诺及约束措施：

1. 除在发行人首次公开发行股票时一并转让的发行人股票外（如适用），在发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或委托他人管理本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

2. 发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日（发行人股票全天停牌的交易日除外，下同）的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。

3. 上述股份锁定承诺期限届满后，在任职期间，每年将向发行人申报所直接或间接持有的发行人股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；离职后半年内不转让所持有的发行人股份。在发行人首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让直接持有的发行人股份；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让直接持有的发行人股份。

4. 所持发行人股份在锁定期满两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行的发行价，如遇除权除息事项，前述发行价应作相应调整。

5. 本人不因职务变更、离职等原因，放弃履行上述承诺。

6. 如本人违反前述承诺事项，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定情况下自公告日起 10 个工作日内启动购回程序，购回数量不低于本人违反承诺事项卖出的股票数量；且自公告之日当月起从发行人处领取半薪，直至上述股份购回实施完毕当月为止；并自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期至前述第 1 项、第 2 项（如适用）锁定期满后 6 个月；如因未履行前述承诺事项而获得收益的，所得收益归发行人所有，并将在获得收益的 10 日内将前述收益支付给发行人指定账户；如因未履行前述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者赔偿损失。

7. 如未来相关监管规则发生变化，本承诺载明事项将相应修订，修订后的承诺事项亦应满足届时监管规则的要求。

三、关于上市后三年内稳定股价的承诺及约束措施

公司及控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员承诺，本公司股票自上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日（发行人股票全天停牌的交易日除外，下同）本公司股票收盘价均低于本公司上一个会计年度经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与本公司上一会计年度经审计的每股净资产不具可比性，上述股票收盘价应做相应调整）（以下简称“启动条件”），公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响本公司上市条件的前提下实施以下具体稳定股价措施：

（一）发行人的承诺及约束措施

1. 在启动条件满足时，公司将在 10 个交易日内召开董事会讨论回购股份方案，并在董事会决议通过后依法召开股东大会，审议实施回购股份的议案，公司股东大会对实施回购股份作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。具体实施方案将在启动条件成就时，本公司依法召开董事会、股东大会作出回购股份决议后公告。

2. 在股东大会审议通过回购股份方案后，本公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。在完成全部必须的审批、备案、信息披露等程序之日 10 个交易日后，启动相应的回购股份方案。公司向社会公众股东回购公司股份应符合《公司法》、《证券法》、《上市公司回购社会公众股份管理办法(试行)》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等法律、法规、规范性文件的规定。回购股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

3. 本公司回购股份的价格不超过上一个会计年度经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可

的其他方式。单次用于回购股份的资金金额不高于启动条件满足当日公司可动用的现金余额（不含募集资金）的 20%，且单次回购股份数量不超过本公司总股本的 2%。

4. 如果回购股份方案实施前本公司股价已经不满足启动条件的，或者实施上述回购股份方案过程中，如公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于当日已公告每股净资产，本公司可不再继续实施或终止实施（以下统称“终止实施”）回购股份方案，如终止实施回购股份方案的，本公司将在董事会作出终止实施回购股份方案的决议后 3 个交易日内公告，自公告之日起 3 个月内不再启动回购股份方案。

5. 若某一会计年度内，自前次终止实施回购股份方案公告之日起 3 个月后，本公司股价再次触发启动条件的（不包括本公司实施稳定股价措施期间以及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度经审计的每股净资产的情形），本公司将继续按照上述回购股份方案执行。

6. 若本公司新聘任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，本公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应股价稳定承诺。

7. 本公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺、以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

（二）发行人控股股东、实际控制人的承诺及约束措施

1. 在启动条件满足时，若同时满足下述条件之一：（1）发行人回购股份议案未获董事会或股东大会审议通过，或因如发行人履行回购股份义务而使其违反有关法律法规、中国证监会相关规定及其他对发行人有约束力的规范性文件，或导致发行人股权分布不再符合上市条件，或因其他原因导致发行人未能履行回购股份义务；（2）发行人已采取稳定股价措施并实施完毕后连续 20 个交易日发行人股票收盘价仍低于其上一会计年

度经审计的每股净资产的（以下统称“启动稳定股价方案条件”），本人将以增持发行人股份的方式稳定股价。

2. 本人将在启动稳定股价方案条件满足后 10 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等，以下简称“稳定股价方案”），并依法履行所需的审批手续，在获得批准后的 10 个交易日内通知发行人，发行人应按照相关规定披露本人稳定股价方案。

3. 本人增持发行人的股份的价格不高于发行人上一会计年度经审计的每股净资产。单次用于增持股份的资金金额不低于本人上一会计年度从发行人处所获得现金分红金额的 20%，每次增持股份数量不超过发行人总股本的 2%，但如果稳定股价方案实施前发行人股价已经不满足启动条件的，或者在实施上述稳定股价方案过程中，如发行人股票连续 5 个交易日的收盘价均高于当日已公告每股净资产，本人可不再继续实施或终止实施（以下简称“终止实施”）稳定股价方案，如终止实施稳定股价方案的，本人将及时通知发行人并由发行人自收到本人通知后 3 个交易日内公告，自公告之日起 3 个月内不再启动稳定股价方案。

4. 若某一会计年度内，自前次终止实施稳定股价方案公告之日起 3 个月后，发行人股价再次触发启动条件（不包括本人实施稳定股价措施期间以及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度经审计的每股净资产的情形）以及满足启动稳定股价方案条件的，本人将继续按照上述稳定股价方案执行，但应遵循以下原则：单一会计年度用以稳定股价的增持资金合计不超过本人上一会计年度从发行人所获得现金分红额的 50%，每 12 个月内增持股份数量不超过发行人总股本的 2%。超过上述标准的，有关稳定股价方案在当年度不再继续实施。但如果下一年度继续出现触发启动稳定股价方案条件的情形的，本人将继续按照上述原则执行稳定股价方案。

5. 本人如违反前述承诺，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本人的原因外，本人将向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，并在违反前述承诺的事实发生之日后 10 个工作日起，停止在发行人处获得股东分红，直至按承诺采取相应的措施并实施

完毕时为止。

（三）发行人董事、高级管理人员（除控股股东冯鑫外）的承诺及约束措施：

1. 在启动条件满足时，如控股股东已采取稳定股价措施并实施完毕后连续20 个交易日发行人股票收盘价仍低于其上一会计年度经审计的每股净资产的（以下简称“启动稳定股价方案条件”），本人将通过二级市场以集中竞价交易方式或其他合法方式买入发行人股份以稳定发行人股价。发行人应按照相关规定披露本人购买股份的方案（以下简称“稳定股价方案”）。

2. 本人通过二级市场以集中竞价交易方式或其他合法方式买入发行人股份的，买入价格不高于发行人上一会计年度经审计的每股净资产。单次用于购买股份的资金金额不低于本人在公司担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处实际取得的税后薪酬及津贴累计额的10%，单次购买股份数量不超过发行人总股本的 2%。但如果发行人披露稳定股价方案后 3 个交易日内，发行人股价已经不满足启动条件的，或者在实施稳定股价方案过程中，发行人股票连续 5 个交易日的收盘价均高于当日已公告每股净资产，本人可不再继续实施或可终止实施（以下统称“终止实施”）稳定股价方案，如终止实施稳定股价方案的，本人将及时通知发行人并由发行人自收到本人通知后 3 个交易日内公告，自公告之日起 3 个月内不再启动稳定股价方案。

3. 若某一会计年度内，自前次终止实施稳定股价方案公告之日起 3 个月后，发行人股价再次触发启动条件（不包括本人实施稳定股价措施期间以及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度经审计的每股净资产的情形）以及满足启动稳定股价方案条件的，本人将继续按照稳定股价方案执行，但应遵循以下原则：单一会计年度用以稳定股价的购买资金合计不超过本人在公司担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的薪酬及津贴累计额的 30%，且每 12 个月内购买股份数量不超过发行人总股本的 2%。超过上述标准的，稳定股价方案在当年度不再继续实施。但如果下一年度继续出现触发启动稳定股价方案条件的情形的，本人将继

续按照上述原则实施稳定股价方案。

4. 如违反前述承诺，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本人的原因外，本人将向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，并在违反前述承诺的事实的当月起，自发行人处领取半薪，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺及约束措施

（一）发行人承诺及约束措施

1. 本公司本次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，如前述招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在中国证监会认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决违法事实后 10 个工作日内按照《上市公司回购社会公众股份管理办法》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等的规定启动依法回购首次公开发行的全部新股工作，回购价格以发行人首次公开发行股票发行价格或有关违法事实被中国证监会认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决之日前 20 个交易日发行人股票交易均价孰高者确定。本公司上市后发生除息除权事项的，前述回购股份数量、发行价格相应调整。

2. 如前述招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失，并将在该等违法事实被中国证监会认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决后 10 个工作日内启动依法赔偿投资者损失的程序，赔偿数额将根据与投资者协商确定的结果或最终的行政决定、司法裁决确定。

3. 对于首次公开发行股票时本公司控股股东发售的原限售股份，本公司将在中国证监会认定违法事实或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决后 5 个工作日内，要求本公司控股股东制订股份购回方案

并予以公告。

4. 如违反相关承诺，本公司将及时公告违反承诺的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者公开道歉；给投资者造成损失的，将依法进行赔偿；同时，本公司将按照中国证监会或证券交易所的要求及时进行整改。

（二）发行人控股股东、实际控制人的承诺及约束措施

1. 本次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，如前述招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将依法购回首次公开发行时已转让的原限售股份。本人将在中国证监会认定违法事实或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决后 10 个工作日内启动上述购回工作，购回价格以发行人首次公开发行股票发行价格或有关违法事实被中国证监会认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决之日前 20 个交易日发行人股票交易均价孰高者确定。发行人上市后发生除息除权事项的，前述购回股份数量、发行价格相应调整。

2. 如前述招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失，并将在该等违法事实被中国证监会认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决后 10 个工作日内依法启动赔偿投资者损失的程序，赔偿数额将根据与投资者协商确定的结果或最终的行政决定、司法裁决确定。

3. 如违反前述承诺，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，并在违反相关承诺发生之日后 10 个工作日起，停止在发行人处获得股东分红，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员（除独立董事及控股股东冯鑫外）的承诺及约束措施

1. 本次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗

漏，如前述招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失，并将在该等违法事实被中国证监会认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决后 10 个工作日内依法启动赔偿投资者损失的程序，赔偿数额将根据与投资者协商确定的结果或最终的行政决定、司法裁决确定。

2. 如违反前述承诺，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反相关承诺的事实发生当月起，自发行人处领取半薪，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕当月为止。

（四）发行人的保荐机构、申报会计师、发行人律师的承诺

发行人首次公开发行并在创业板上市的保荐机构（主承销商）中国国际金融有限公司就本招股说明书信息披露作出如下承诺：如因其未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致其为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，其将按照有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决，依法赔偿投资者损失，但是其能够证明自己没有过错的除外。

发行人律师承诺：如本所未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将按照中国证券监督管理委员会作出的有效认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决，依法赔偿投资者损失，赔偿数额以与投资者协商一致确定的结果、有效的行政决定、最终的司法裁决确定，但是能够证明本所没有过错的除外。

发行人的申报会计师承诺：因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。

五、发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次公开发行完成后，公司的股本规模、净资产规模较发行前将有较大幅度增长。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可能低于净资产增长速度。因此，发行人存在每股收益及净资产收益率下降的风险。

为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，公司承诺将通过强化募集资金管理、加快募投项目投资进度、加大研发投入和技术创新、强化投资者回报机制等方式，提升资产质量，提高销售收入，从而增厚未来收益，实现可持续发展，以填补回报。

公司就填补被摊薄即期回报事宜，承诺采取的具体措施如下：

1、强化募集资金管理

公司已制定《北京暴风科技股份有限公司募集资金使用管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

2、加快募投项目投资进度

本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以增强公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强项目相关的人才与技术储备，争取尽早实现项目预期收益，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

3、加大研发投入和技术创新

强大的技术研发能力是公司实现业务创新重要的基本保障，公司将围绕视频播放、视频压缩、数据传输、内容分发四项视频核心技术持续增强研发投入，不断增强底层运营系统的稳定性、完善新兴技术的产品化转换，不断巩固公司视频技术的领先地位。在提高公司现有产品核心竞争力的同时，拓展新业务、新领域，形成公司新的利润增长点。

4、强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，对上市后适用的《公司章程（草案）》进行修改，就利润分配政策研究论证程序、决策机制、利润分配形式、现金方式分红的具体条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配的期间间隔、应履行的审议程序及信息披露等事宜进行详细规定和公开承诺，并制定了《北京暴风科技股份有限公司股东未来分红回报规划》，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

5、本公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

六、关于承诺及其约束措施的意见

保荐机构认为，发行人、控股股东/实际控制人、持股 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员作出的上述公开承诺内容合法、合理，失信补救措施及时有效。

发行人律师经审阅上述承诺、预案及相应约束措施后认为，该等承诺、预案及相应约束措施的内容合法、有效。

七、本次发行前滚存利润分配

发行人 2012 年 3 月召开的 2012 年第二次临时股东大会审议通过，本次发行前的滚存利润由发行后新老股东共同分享。

八、本次发行上市后的利润分配政策及回报规划

（一）利润分配政策的研究论证程序和决策机制

1、利润分配政策研究论证程序

公司制定利润分配政策或者因公司外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要修改利润分配政策时，应当以股东利益为出发点，注重对投资者利益的保护并给予投资者稳定回报，由董事会充分论证，并充分听取独立董事、监事、公司高级管理人员和公众投资者的意见。对于利润分配政策的修改，还应详细论证其原因及合理性。

2、利润分配政策决策机制

董事会应就利润分配政策的制定或修改做出预案，该预案应经全体董事过半数表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过，独立董事应对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。对于利润分配政策的修改，董事会还应在相关提案中详细论证和说明修改的原因。

公司监事会应当对董事会制订和修改的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则应经外部监事二分之一以上表决通过，并发表意见。

股东大会审议制定或修改利润分配政策（包括对现金分红政策的调整）时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过，并且相关股东大会会议应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者参与利润分配政策的制定或修改提供便利。

（二）公司利润分配政策

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司可以采取现金或者股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事和公众投资者的意见。

1、公司的利润分配形式：采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，但以现金分红为主。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

2、公司现金方式分红的具体条件和比例：公司主要采取现金分红的利润分

配政策，即公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，如无重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排发生，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%。

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，公司董事会可以按参照上述原则提出相应现金分红政策。

上款中所指的重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排是指以下情形之一：（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的50%，且超过5,000 万元；（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的30%。满足上述条件的重大投资计划或者重大现金支出或重大资金安排须由董事会审议后提交股东大会审议批准。

3、发放股票股利的具体条件：若公司快速成长，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出实施股票股利分配预案。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

4、利润分配的期间间隔：一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期分红。

公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司主营业务。

5、利润分配应履行的审议程序：公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事及外部监事的意见，制定年度或中期分红方案，公司利

润分配方案应由董事会审议通过后提交股东大会审议并以普通决议批准。

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会决议。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司董事会须在股东大会批准后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整股东回报计划。

6、信息披露：公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：（1）是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；（2）分红标准和比例是否明确和清晰；（3）相关的决策程序和机制是否完备；（4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；（5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（三）利润分配的具体规划和计划安排

公司董事会应根据股东大会制定或修改的利润分配政策以及公司未来盈利和现金流预测情况每五年制定或修订一次利润分配规划和计划。若公司预测未来五年盈利能力和净现金流入将有大幅提高，可在利润分配政策规定的范围内向上修订利润分配规划和计划，例如提高现金分红的比例；反之，也可以在利润分配政策规定的范围内向下修订利润分配规划和计划，或保持原有利润分配规划和计划不变。董事会制定的利润分配规划和计划应经全体董事过半数以及独立董事二分之一以上表决通过。

若公司利润分配政策根据本章程的相关规定进行修改或公司经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要临时调整利润分配规划和计划，利润分配规划和计划的调整应限定在利润分配政策规定的范围内，且需经全体董事过半数以及

独立董事二分之一以上表决通过。上述经营环境或者自身经营状况发生较大变化是指公司所处行业的市场环境、政策环境或者宏观经济环境的变化对公司经营产生重大不利影响，或者公司当年净利润或净现金流入较上年下降超过20%。

（四）公司股票上市后前五年分红回报规划

发行人董事会制定了《北京暴风科技股份有限公司股东未来分红回报规划》，具体内容如下：

（1）股东回报规划制定考虑因素：公司着眼于长远和可持续展，综合考虑了企业实际情况、发展目标，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

（2）股东回报规划制定原则：公司股东回报规划充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见，坚持现金分红为主这一基本原则，如无重大投资计划或、重大现金支出或重大资金安排发生，每年现金分红不低于当期实现可供分配利润的10%。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产摊薄等真实合理因素。

（3）股东回报规划制定周期和相关决策机制：公司至少每五年重新审阅一次《股东分红回报规划》，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划。公司保证调整后的股东回报计划不违反以下原则：即如无重大投资计划或、重大现金支出或重大资金安排发生，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的10%。

公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

（4）公司股票上后五年内股东分红回报计划：公司在足额预留法定公积金、任意公积金以后，若无重大投资计划或、重大现金支出或重大资金安排，每年向股东现金分配股利不低于当年度实现的可供分配利润的10%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会通过网络投票等合法形式进行表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红

的建议和监督。

公司董事会应综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：（a）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；(b)公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；(c)公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，公司董事会可以按参照上述原则提出相应现金分红政策。根据公司目前所处发展阶段，当公司有重大资金支出安排时，现金分红在利润分配中所占比例最低应达到20%。

九、保荐机构对发行人是否具备持续盈利能力的核查结论意见

发行人属于互联网视频服务行业，是国家新兴文化产业及信息服务产业的重要组成部分，该行业近年来处于高速成长期。发行人已在中国互联网用户心目中塑造了良好的品牌形象。发行人拥有创新能力、研发能力和管理能力，且发行人募集资金投资项目的实施能够进一步促进发行人业务的发展和提升。

本机构通过核查发行人所处行业情况和政策情况、发行人业务情况、财务情况、管理情况和募集资金投资项目等内容，认为：若发行人继续保持良好的品牌形象，继续保持并提升经营能力，且顺利实施募集资金投资项目，则发行人抵御各类风险（详见本招股说明书“第四节风险因素”相关内容）的能力能够增强。若未来发行人所处行业和公司经营未出现重大不利变化，发行人将继续具备持续盈利能力。此外，未来发行人计划继续加大版权及网络带宽的资源投入，并继续加大销售力度，因此发行人未来的视频内容成本及带宽租赁成本、销售费用等预期仍将处于较高水平。若发行人面临的各类风险因素（详见本招股说明书 “第四节风险因素”全部内容）全部或部分出现、加剧，则发行人未来的营业利润、净利润（扣除非经常性损益前后孰低）存在较 2013 年下降甚至出现亏损的风险（详见本招股说明书“第四节风险因素”之“一、利润下滑甚至出现亏损的风险”）。

十、发行人财务报告审计基准日后的主要经营状况

财务报告审计截止日 2014 年 9 月 30 日后截至本招股说明书签署之日，发行人经营情况良好。发行人已披露财务报告审计基准日后的主要经营状况，请参见本招股说明书“第九节财务会计信息与管理层分析”之“二十四、财务报告审计截止日后主要经营状况”相关内容。

鉴于未来发行人计划继续加大版权及网络带宽的资源投入，并继续加大销售力度，因此发行人未来的视频内容成本及带宽租赁成本、销售费用等预期仍将处于较高水平。若发行人面临的各类风险因素（详见本招股说明书 “第四节风险因素”全部内容）全部或部分出现、加剧，则发行人未来的营业利润、净利润（扣除非经常性损益前后孰低）存在较 2013 年下降甚至出现亏损的风险（详见本招股说明书“第四节风险因素”之“一、利润下滑甚至出现亏损的风险”）。

目录

发行人声明 3
重大事项提示 4
一、本次发行方案 4
二、发行前股东关于限售安排、股份自愿锁定、延长锁定期限、减持意向的承诺及约束措施 5
三、关于上市后三年内稳定股价的承诺及约束措施 9
四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺及约束措施 13
五、发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺 16
六、关于承诺及其约束措施的意见 17
七、本次发行前滚存利润分配 17
八、本次发行上市后的利润分配政策及回报规划 17
九、保荐机构对发行人是否具备持续盈利能力的核查结论意见 22
十、发行人财务报告审计基准日后的主要经营状况 23
目录 24
第一节 释义 30
一、一般词汇 30
二、专业词汇 33
第二节 概览 40
一、发行人简介 40
二、控股股东、实际控制人简介 41
三、发行人主营业务概述 41
四、主要财务数据及财务指标 43
五、本次募集资金运用 45
第三节 本次发行概况 47
一、本次发行的基本情况 47
二、本次发行的有关当事人 49
三、发行人与中介机构关系的说明 51

四、有关本次发行的重要时间安排.....52
第四节 风险因素.....53
一、利润下滑甚至出现亏损的风险.....53
二、发行人的成长性风险.....55
三、互联网视频服务行业日益激烈的市场竞争风险.....55
四、应收账款无法收回的风险.....56
五、“免费+广告”盈利模式相关风险.....56
六、影视剧版权采购支出大幅上涨的风险.....57
七、网络带宽等服务成本大幅上升的风险.....57
八、广告客户拓展风险.....57
九、技术研发风险.....58
十、发行人购买并传播的在线视频节目的合规性风险.....58
十一、发行人通过平台合作等方式使发行人用户以发行人软件作为工具直接观看其他视频网站传播的内容的平台合作风险.....60
十二、在线视频节目版权瑕疵风险.....61
十三、业务模式创新不足的风险.....62
十四、客户集中度较高的风险.....63
十五、所得税优惠到期风险.....63
十六、募投项目相关风险.....64
十七、诉讼风险.....64
十八、发行人购买并传播的在线视频节目因其内容可能不符合国家相关监管要求而导致的风险.....65
十九、广告内容不符合监管要求而导致的风险.....66
二十、经营资质相关的风险.....66
二十一、公司网络视频用户规模增长放缓风险.....67
二十二、“暴风影音”品牌形象受损风险.....67
二十三、与房屋租赁有关的风险.....67
二十四、发行人业务运营相关的固定设备和带宽资源受到损失的风险.....68
二十五、移动互联网视频市场拓展风险.....69
二十六、人力资源成本上升的风险.....69

二十七、政府补贴停止的风险.....70
二十八、管理人员和技术人员流失的风险.....70
二十九、无形资产被第三方利用或侵害而使发行人受到损失的风险.....71
三十、发行后净资产收益率下降风险.....71
三十一、实际控制人控制的风险.....72
三十二、开发支出资本化导致的风险.....**错误！未定义书签。**
第五节 发行人基本情况.....73
一、发行人基本情况.....73
二、公司改制重组情况.....74
三、公司重大资产重组情况.....76
四、公司搭建境外 VIE 结构及终止过程.....77
五、持有公司 5%以上股份的主要股东及控股股东情况.....99
六、公司控股子公司、参股公司基本情况.....116
七、公司股本情况.....118
八、员工及其社会保障情况.....126
九、持有 5%以上股份的主要股东，作为股东的董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺.....127
第六节 业务和技术.....129
一、公司主营业务和主要服务及其变化情况.....129
二、行业基本情况.....144
三、本公司在行业中的竞争地位.....168
四、发行人主营业务具体情况.....178
五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况.....232
六、发行人拥有的经营资质情况.....251
七、发行人的核心技术、技术储备、技术人员和创新机制情况.....251
八、未来发展与规划.....261
第七节 同业竞争与关联交易.....265
一、同业竞争.....265
二、关联交易.....265
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理.....272

一、董事、监事、高级管理人员简介.....272
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况.....278
三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况.....279
四、董事、监事、高级管理人员最近一年的薪酬情况.....280
五、董事、监事、高级管理人员兼职情况.....281
六、董事、监事、高级管理人员相互之间存在的亲属关系.....283
七、董事、监事、高级管理人员所签订的协议.....283
八、董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺.....283
九、公司董事、监事、高级管理人员任职资格.....283
十、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况.....283
十一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及审计委员会运行及履职情况.....286
十二、公司近三年违法违规行为的情况.....288
十三、公司近三年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况.....288
十四、公司内部控制制度情况.....289
十五、公司资金管理制度.....289
十六、公司对外投资制度.....290
十七、公司对外担保制度.....291
十八、投资者权益保护措施.....292
第九节 财务会计信息与管理层分析.....300
一、经审计的财务报表.....300
二、审计意见.....305
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标.....306
四、财务报表的编制基础.....309
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....310
六、适用的主要税种、税率及享受的主要税收优惠政策.....328
七、分部信息.....329
八、最近一年及一期收购兼并情况.....329

九、非经常性损益情况.....329
十、重要财务指标.....331
十一、或有事项、承诺事项及资产负债表日后事项的非调整事项.....332
十二、盈利能力分析.....333
十三、财务状况分析.....365
十四、现金流量分析.....393
十五、资本性支出分析.....397
十六、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....398
十七、股利分配.....400
十八、滚存利润分配安排.....401
十九、本次发行上市后的股利分配政策.....401
二十、发行人股东分红回报规划.....401
二十一、发行人未分配利润的使用计划.....401
二十二、发行人股东大会关于上述分红规划的审议.....402
二十三、保荐机构关于利润分配的核查意见.....402
二十四、财务报告审计截止日后主要经营状况.....402
第十节 募集资金运用 403
一、募集资金运用概况.....403
二、募集资金投资项目情况介绍.....404
三、募集资金运用对公司财务和经营状况的影响.....417
第十一节 其他重要事项 419
一、信息披露.....419
二、重大合同.....419
三、对外担保情况.....433
四、重大诉讼或仲裁事项.....433
第十二节 董事、监事、高级管理人员 及有关中介机构声明 436
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....436
二、保荐人（主承销商）声明.....439
三、发行人律师声明.....440
四、会计师事务所声明.....441

五、资产评估机构声明.....442
六、验资机构声明.....443
第十三节 附件 444
一、备查文件目录.....444
二、查阅地点.....444
三、查询时间.....444

第一节 释义

本招股说明书中，除文意另有所指，下列简称或名词具有如下含义：

一、一般词汇

发行人、公司、本公司、暴风科技、股份公司	指	北京暴风科技股份有限公司
暴风网际、暴风有限	指	北京暴风网际科技有限公司，系发行人前身
天津鑫影	指	天津鑫影科技有限公司，系发行人的全资子公司
暴风秘境	指	暴风秘境科技（天津）有限公司，系发行人的控股子公司
北京迅鲨	指	北京迅鲨科技有限公司，系发行人的控股子公司
和谐成长	指	北京和谐成长投资中心（有限合伙）
青岛金石	指	青岛金石暴风投资咨询有限公司
天津伍通	指	天津伍通股权投资基金合伙企业（有限合伙）
华为投资	指	华为投资控股有限公司
华控成长	指	华控成长（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
丽泰恒丰	指	北京市丽泰恒丰投资中心（有限合伙）
杭州沧浪	指	杭州沧浪股权投资合伙企业（有限合伙）
瑞丰利永	指	北京瑞丰利永投资咨询中心（有限合伙）
融辉似锦	指	北京融辉似锦投资咨询中心（有限合伙）
苏州国润	指	苏州国润创业投资发展有限公司
众翔宏泰	指	北京众翔宏泰投资咨询中心（有限合伙）

江阴海澜	指	江阴海澜创业投资有限公司
信诺南海	指	深圳市信诺南海投资企业（有限合伙）
金石投资	指	金石投资有限公司
互软科技	指	北京互软科技有限公司
Kuree	指	Kuree International Inc.
酷热科技	指	北京酷热科技有限公司
暴风传媒	指	北京暴风传媒广告有限公司
保兰德尔	指	北京保兰德尔科技发展有限公司
IDG	指	IDG-Accel China Growth Fund L.P.，IDG-Accel China Growth Fund-A L.P.和 IDG-Accel China Investors L.P.，为三家注册在开曼群岛的有限合伙企业
Matrix	指	Matrix Partners China I,L.P 和 Matrix Partners China I-A,L.P.，为两家注册在开曼群岛的有限合伙企业
本次发行、本次公开发行	指	发行人本次公开发行不超过3,000万股人民币普通股的行为
保荐人、主承销商、中金公司	指	中国国际金融有限公司
发行人律师、公司律师	指	北京市环球律师事务所
天健正信	指	天健正信会计师事务所有限公司
大华	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
艾瑞市场咨询/艾瑞咨询/艾瑞咨询集团	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
优酷网/优酷	指	合一信息技术（北京）有限公司

土豆网/土豆	指	上海全土豆网络科技有限公司
乐视网/乐视	指	乐视网信息技术（北京）股份有限公司
酷 6 网/酷溜	指	酷溜网（北京）信息技术有限公司
激动网/激动	指	上海激动网络有限公司
PPstream/PPS	指	上海众源网络有限公司或该公司客户端软件（视上下文文意）
PPTV	指	上海聚力传媒技术有限公司或该公司客户端软件（视上下文文意）
迅雷看看/迅雷	指	深圳市迅雷网络技术有限公司或该公司客户端软件（视上下文文意）
最近三年及一期、报告期	指	2011 年、2012 年、2013 年、2014 年 1-9 月
招股说明书，招股书	指	《北京暴风科技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（申报稿）》
创业板	指	深圳证券交易所创业板
A 股	指	人民币普通股
元	指	人民币元（除特别说明外）
WOFE	指	外商独资企业（Wholly Owned Foreign Enterprise）
VIE	指	可变利益实体（Variable Interest Entities）
中国	指	中华人民共和国
国务院	指	中华人民共和国国务院
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
财政部	指	中华人民共和国财政部
深交所	指	深圳证券交易所

国家广电总局、广电总局	指	原国家广播电影电视总局[注]
新广电总局	指	国家新闻出版广电总局
北京市广电局	指	原北京市广播电影电视局注
国务院新闻办公室	指	中华人民共和国国务院新闻办公室
新闻出版总署	指	原中华人民共和国新闻出版总署[注]
工业与信息化部、工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
《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》
《公司章程》	指	发行人现行有效的《公司章程》
《公司章程（草案）》	指	发行人于 2014 年 4 月 23 日 2014 年第一次临时股东大会通过并经 2014 年 6 月 27 日 2013 年度股东大会修订的上市后适用的《公司章程（草案）》

注：2013 年 3 月 14 日，全国人大十二届一次全体会议通过决议批准国务院组建“国家新闻出版广电总局”，加挂国家版权局牌子，不再保留国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署。

二、专业词汇

有效使用时间	指	系艾瑞咨询对视频播放软件使用情况的一项统计指标，对网站而言，有效使用时间即页面有效浏览时间；对软件的客户端而言，有效使用时间指软件被用户调用到前台并激活使用的时间，若软件在随在运行但未处于激活状态，不计入有效使用时间
网络视频	指	采取 MP4、FLV、RM、RMVB、WMV 和 MOV 等格式,在互联网上进行传输并通过暴风影音、RealPlayer、Windows Media Player、Flash Player、QuickTime 及 DivX 等播放器播放和观看的视频内容
网络/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
本地视频服务	指	用户通过暴风影音、QQ 影音、KMPlayer 等播放软件观看自己提供的视频内容
PC 端	指	电脑设备（包括台式电脑、笔记本电脑等）或电脑上运行的软件（根据上下文文意）
无线端、移动端	指	手机、PAD等移动设备端或移动设备上运行的软件（根据上下文文意）
万能播放	指	一个播放器软件可以支持多种格式的媒体播放的能力
高清	指	高分辨率（英文为“High Definition”），一般所说的高清，有四个含义：高清电视，高清设备，高清格式，高清电影等
720P	指	美国电影电视工程师协会（SMPTE）制定的高等级高清数字电视的格式标准，有效显示格式为：1280×720，（P 是 Progressive，逐行的意思）。720P 是一种在逐行扫描下达到 1280×720 的分辨率的显示格式
1080P	指	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。1080P 是一种在逐行扫描下达到 1920×1280 的分辨率的显示格式
视频广告	指	在播放在线视频前或播放过程中进行广告的设置和投放
广告发布服务	指	广告投放客户或广告代理商通过互联网软件或网站发布广告信息的服务形式
软件推广服务	指	软件提供商通过互联网软件捆绑推荐安装的方式推广软件产品的服务形式
视频软件	指	在完善的技术平台支持下，让互联网用户能在线流畅观看视频及能观看用户自提供内容的视频播放软件
视频网站	指	在完善的技术平台支持下，让互联网用户在线流畅发布、浏览和分享视频作品的网站
带宽	指	在固定的的时间可传输的资料数量，即在传输管道中可以传递数据的能力。在数字设备中，频宽

		通常以 bps 表示，即每秒可传输之位数。在模拟设备中，频宽通常以每秒传送周期或赫兹(Hz)来表示。英文：band width，又叫频宽
HTTP 传输协议	指	超文本传输协议，英文：Hyper Text Transfer Protocol，是互联网上应用最为广泛的一种网络协议
P2P	指	点对点技术，英文：peer-to-peer，又称对等互联网络技术，是一种P2P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
搜索引擎	指	根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索相关的信息展示给用户的系统。搜索引擎包括全文索引、目录索引、元搜索引擎、垂直搜索引擎、集合式搜索引擎、门户搜索引擎与免费链接列表等。本招股书中的搜索引擎指的是视频垂直搜索
视频压缩	指	视频编码压缩，参照国际编码标准，例如：H.264，通过特定的压缩技术，将某个视频格式的文件转换成另一种视频格式文件的方式
格式	指	原始视频、音频通过特定编码算法压缩并封装成可播放文件的组合
DirectShow	指	微软公司（Microsoft）推出的新一代基于COM(Component Object Model)的流媒体处理的开发包。它广泛地支持各种媒体格式，包括Asf、Mpeg、Avi、Dv、Mp3、Wave等，为多媒体流的捕捉和回放提供了强有力的支持
COM 组件	指	微软公司为了计算机工业的软件生产更加符合人类的行为方式开发的一种新的软件开发技术。在COM构架下，人们可以开发出各种各样的功能专一的组件，然后将它们按照需要组合起来，构成复杂的应用系统
编码器	指	一种输入模拟视频信号并将它转换为数字信号格式，以进一步压缩和传输的硬件/软件设备，英文：Encoder
解码器	指	一种将信息从编码的形式恢复到其原来形式的器件，英文：Decoder

分离器	指	把混合的音视频流分离成音频流和视频流的器件
TIPS	指	发行人的广告展现形式，即用户在激活暴风影音播放器时，于桌面右下角展现广告内容的形式，详见“第六节、业务和技术”之“四、主营业务”
banner	指	发行人的广告展现形式为图标广告，即用户在激活暴风影音播放器时，“暴风资讯”会以弹窗形式展现，用户在浏览暴风资讯的相关内容时，会观看到弹窗上位于不同位置的图标广告，详见“第六节、业务和技术”之“四、主营业务”
贴片	指	发行人的广告展现形式，详见“第六节、业务和技术”之“四、主营业务”
Real、RealPlayer	指	美国瑞尔数码公司（Real Networks, Inc.）开发的一个在Internet上通过流技术实现音频和视频的实时传输的在线收听工具软件
QuickTime	指	苹果公司（Apple Inc.）开发的一款拥有强大的多媒体技术的内置媒体播放器。它是一个完整的多媒体架构，可以用来进行多种媒体的创建、生产、和分发，并为这一过程提供端到端的支持：包括媒体的实时捕捉，以编程的方式合成媒体，导入和导出现有的媒体，还有编辑和制作，压缩，分发，以及用户回放等多个环节
Flash	指	Macromedia公司推出的交互式矢量图和Web动画的标准，由Adobe公司收购
H.264	指	国际电信联盟（ITU-T）的VCEG（视频编码专家组）和国际标准化组织（ISO/IEC）的MPEG（活动图像编码专家组）的联合视频组（JVT：joint video team）开发的一个新的数字视频编码标准
MPEG-1	指	MPEG组织制定的第一个视频和音频有损压缩标准。1992年底，MPEG-1正式被批准成为国际标准。
On2 VP8	指	视频压缩解决方案厂商On2 Technologies公司推出的视频压缩格式。2009年，被Google收购
Real Video	指	美国瑞尔数码公司（Real Networks, Inc.）开发的一种高压缩比的视频格式

UDP	指	用户数据包协议，英文：User Datagram Protocol，是一种无连接的传输层协议，提供面向事务的简单不可靠信息传送服务
RTP/RTSP	指	实时流传输协议，英文：Real Time Streaming Protocol，是TCP/IP协议体系中的一个应用层协议
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
CDN	指	内容分发网络，英文：Content Delivery Network，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
CDN 和 P2P 技术的结合	指	公司利用行业现有通行的CDN技术和P2P技术经过融合创新、自主研发出的一种网络传输和分发技术
IDC	指	Internet Data Center，互联网数据中心，可以为用户提供包括：申请域名、租用虚拟主机空间、主机托管等服务
MEE 媒体专家引擎	指	公司的专利技术，主要用于支持本地文件和在线视频的多格式播放
左眼键、左眼技术、一键高清	指	公司的专利技术，主要用于增强视频画面的画质，提升播放效果
裸眼 3D	指	公司的播放技术，即三维图形播放。在计算机显示的3D图形，就是让人眼看上就像真的一样。人眼有一个特性就是近大远小，就会形成立体感
环绕音效	指	公司的播放技术，使用这一技术让用户通过一对普通的音箱或耳机就能感受声源变化而输出相应变化的音效，产生围绕听者的极其逼真的3D定位音效
敏捷开发、敏捷教练	指	一种以人为核心、迭代、循序渐进的开发方法。在敏捷开发中，软件项目的构建被切分成多个子

		项目，各个子项目的成果都经过测试，具备集成和可运行的特征。本报告中主要指公司参考的国际流行的项目管理规范
ITIL	指	IT基础架构库，英文：Information Technology Infrastructure Library，由英国政府部门CCTA (Central Computing and Telecommunications Agency)制订，现由英国商务部OGC(Office of Government Commerce)负责管理，主要适用于IT服务管理。ITIL为企业的IT服务管理实践提供了一个客观、严谨、可量化的标准和规范
SLA	指	服务等级协议，英文：Service-Level Agreement，是关于网络服务供应商和客户间的一份合同，其中定义了服务类型、服务质量和客户付款等术语
暴风影音在线高清视频文件点播器软件 V1.0	指	公司基于P2P和CDN有效结合的技术开发的在线点播软件系统。公司先后完成了“1M带宽点播720P高清视频”、“一键高清在线视频实时画质增强”、“客户端软件快速启动”、“可互动网络视频广告”等技术创新成果的产品化集成运用
客户端软件	指	具有在线点播、直播功能，通过用户安装，向其提供本地及在线视频服务的终端软件
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
版权	指	著作权中的信息网络传播权
iOS 系统	指	一个与硬件分离的软件体系结构，可动态地升级以适应不断变化的技术（硬件和软件）。苹果iOS系统是由苹果公司开发的手持设备操作系统
安卓系统，Android，Android 系统	指	一种基于Linux的自由及开放源代码的操作系统，主要使用于移动设备，如智能手机和平板电脑，由Google公司和开放手机联盟领导及开发
网络抓取技术	指	将非结构化的信息从大量的网页中抽取出来保存到结构化的数据库中的过程
G/GB、兆	指	带宽单位，1G=1,024兆

本招股书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有所差异，或部分比例指标与相关数值直接计算的结果在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

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，应该认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简介

中文名称：	北京暴风科技股份有限公司
住所：	北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 1267 室
注册资本：	9,000 万元
法定代表人：	冯鑫
成立日期：	2007 年 1 月 18 日
整体变更日期：	2011 年 12 月 5 日
经营范围：	许可经营项目：互联网信息服务业务（除新闻、教育、医疗保健、医疗器械以外的内容）（电信与信息服务业务经营许可证有效期至 2017 年 6 月 18 日） 一般经营项目：技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；计算机系统集成；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（演出除外）
邮政编码：	100191
电话：	010-62309066
传真：	010-62309066-5555
互联网网址：	www.baofeng.com
电子信箱：	IR@baofeng.com
负责信息披露和投资者关系的部门：	证券部
部门负责人：	王刚
电话：	010-8260 0330

二、控股股东、实际控制人简介

公司的控股股东及实际控制人均为自然人冯鑫。冯鑫直接持有公司本次发行前 28.40%的股份。冯鑫同时为融辉似锦、瑞丰利永及众翔宏泰三家合伙企业的唯一执行事务合伙人，上述三家合伙企业合计持有公司本次发行前 7.26%的股份。即本次发行前冯鑫能够控制公司 35.65%的表决权，为公司的实际控制人。

冯鑫的基本情况如下：

姓名	身份证号	国籍	住所	本次发行前持有发行人股份	境外永久居留权
冯鑫	34010419721028****	中国	北京市朝阳区水岸庄园*楼*单元*号	25,556,490 股	无

详细信息请参见“第八节董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”。

三、发行人主营业务概述

暴风科技是中国知名的互联网视频企业，公司通过“暴风影音”系列软件（主要包括暴风影音 PC 端、暴风无线 APP（简称“暴风无线”）和暴风看电影视频浏览器（简称“暴风看电影”））为视频用户提供免费使用为主的多终端综合视频服务、为商业客户提供互联网广告信息等服务。此外，公司在互联网视频行业软硬件结合领域进行积极尝试，于 2014 年 12 月发布智能可穿戴设备“暴风魔镜”第二代产品及配套手机应用 APP。公司以“视频技术”为核心，坚持把“致力于发现并满足人们的视频需求”作为企业使命，公司愿景是让视频用户“更好地享受电影”。

受益于中国互联网行业的快速发展、用户视频观看习惯从传统媒体向互联网新媒体转移和公司在视频技术及用户体验方面的优势，公司实现了用户规模的快速增长。在 PC 端，根据艾瑞咨询 i-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均有效使用时间约 2,900 万小时，日均覆盖人数约 2,700 万人，分别位于艾瑞咨询统计的在线视频行业第一和第二[1]；在移动端（包括手机、PAD

[1] 注：根据艾瑞咨询公告，2014 年 8 月 11 日起，暴风影音 PC 端由影音播放软件类别调整至在线视频类别

等移动设备），根据艾瑞咨询 m-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风无线日均覆盖人数约 1,359 万人，日均有效使用时间约 516 万小时，在无线端视频应用中分别排名第五和第九。

公司的业务模式是互联网行业典型的“免费+广告”模式。一方面，公司以持续的技术创新开发暴风影音系列产品，主要以免费方式提供给用户使用，满足视频用户从本地到在线再到多终端的视频需求；另一方面，公司凭借业内领先的用户规模，充分发挥暴风影音平台作为互联网媒体的广告投放价值，为商业客户提供互联网广告服务。

公司自创立以来，始终专注于视频技术的自主研发和产品化应用，不断改进用户体验。公司于 2007 年开始向用户提供免费使用为主的暴风影音软件及本地视频播放服务；随着用户需求从本地向在线、从 PC 端向无线端的转移，公司逐步推出暴风影音系列软件产品，并不断丰富产品类型及功能，改善用户体验。2010 年，公司发布“暴风影音在线高清版”产品，具备“带宽点播 720P 高清视频”、“带宽点播 1080P 高清视频”功能；2011 年，公司发布“暴风影音 5•神奇左眼键版本”，通过“一键高清”功能改善视频画质；2012 年，公司通过技术研发实现，公司”及“环绕立体声”功能，丰富了视频用户的观影体验；2012 年下半年公司先后发布支持手机和平板电脑的暴风无线产品和 PC 视频桌面入口软件“暴风看电影视频浏览器”基本版；2014 年 4 月，公司推出“暴风无线”及“暴风看电影视频浏览器”正式版，进一步满足了用户“随时随地”、“一站式观看”视频的需求。在深耕细作“暴风影音”系列软件的基础上，公司积极探索视频应用的新兴领域，于 2014 年 12 月发布智能可穿戴设备“暴风魔镜”第二代产品及配套手机应用 APP。产品功能设计包括“近景 IMAX 影院效果呈现”、“360 度图片及视频观看”及“沉浸式游戏体验”等。

用户规模的市场领先地位有利于公司向品牌客户充分宣传暴风影音的媒体价值和广告投放平台承载能力。公司的互联网视频广告服务具备“受众广”、“形式多”、“展现价值高”等特点，公司广告主包括淘宝、京东、麦当劳、百胜中国、箭牌、宝洁、平安保险、三星、联想、苏宁、海尔、康师傅等国内外众多知名企业。

四、主要财务数据及财务指标

（一）资产负债表主要数据

单位：元

项目	2014 年 9 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
流动资产合计	311,022,663.99	258,323,985.09	222,394,452.47	145,662,832.91
非流动资产合计	123,875,924.82	102,248,699.97	56,947,323.96	45,875,308.55
资产总计	434,898,588.81	360,572,685.06	279,341,776.43	191,538,141.46
流动负债合计	156,279,755.85	108,788,144.66	65,126,867.48	40,957,197.37
非流动负债合计	591,498.45	6,936,580.64	7,904,465.15	117,800.00
负债合计	156,871,254.30	115,724,725.30	73,031,332.63	41,074,997.37
所有者权益合计	278,027,334.51	244,847,959.76	206,310,443.80	150,463,144.09
负债和股东权益总计	434,898,588.81	360,572,685.06	279,341,776.43	191,538,141.46

（二）利润表主要数据

单位：元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
营业收入	271,662,466.14	324,769,418.77	251,540,240.57	169,775,957.20
营业成本	65,469,651.69	92,669,977.88	63,207,554.13	41,625,339.40
营业利润	24,728,697.36	32,242,826.86	50,551,311.95	43,190,277.20
利润总额	27,717,037.47	40,089,256.72	55,060,811.31	49,280,512.94
净利润	30,790,684.10	38,537,515.96	55,847,299.71	49,280,512.94
扣除非经常性损益后的净利润	27,610,904.46	31,671,889.83	51,337,800.35	43,190,277.20

（三）现金流量表主要数据

单位：元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
经营活动产生的现金流量净额	55,855,607.51	71,750,838.93	38,551,447.51	37,195,919.81
投资活动产生的现金流量净额	-43,246,637.42	-89,558,836.63	-41,597,222.52	-45,601,771.82
筹资活动产生的现金流量净额	28,758,943.58	6,321,612.07	12,660,000.00	68,958,860.57
汇率变动对现金的影响	-	-	-	-

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
现金及现金等价物净增加额	41,367,913.67	-11,486,385.63	9,614,224.99	60,553,008.56

（四）主要财务指标

1、主要变现能力、资产管理能力及负债率等指标

财务指标	2014 年 1-9 月/2014 年 9 月 30 日	2013 年/2013 年 12 月 31 日	2012 年/2012 年 12 月 31 日	2011 年/2011 年 12 月 31 日
流动比率	1.99	2.37	3.41	3.56
速动比率	1.99	2.37	3.41	3.56
资产负债率（合并口径）	36.07%	32.09%	26.14%	21.44%
资产负债率（母公司口径）	41.90%	31.97%	26.14%	21.44%
归属于发行人股东的每股净资产（元）	3.07	2.72	2.29	1.67
无形资产(土地使用权除外）占净资产的比例	31.92%	17.17%	17.23%	21.88%
应收账款周转率（次）	1.60	2.30	3.10	5.38
存货周转率（次）	99.31	不适用	不适用	不适用
息税折旧摊销前利润(万元）	6,103.73	8,181.15	8,075.94	6,555.44
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用	不适用
每股经营现金流量净额（元）	0.62	0.80	0.43	0.41
每股净现金流量（元）	0.46	-0.13	0.11	0.67
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,116.26	3,853.75	5,584.73	4,928.05
归属于发行人股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,761.09	3,167.19	5,133.78	4,319.03

上述各指标计算公式如下，会计年度中期数据未年化处理：

（1）流动比率＝流动资产/流动负债

（2）速动比率＝（流动资产-存货净额）/流动负债

（3）资产负债率＝总负债/总资产

（4）归属于发行人股东的每股净资产=当期期末归属于发行人股东的净资产/当期期末股本或股数

（5）无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权）/期末净资产

（6）应收账款周转率=营业收入/应收账款原值期初期末平均值

（7）存货周转率=营业成本/存货原值期初期末平均值

（8）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出-利息收入+折旧+摊销

（9）利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/（利息支出-利息收入），若分母为负，则不适用

（10）每股经营现金流量净额=当期经营现金流量净额/当期期末股本或股数

（11）每股净现金流量=当期净现金流量/当期期末股本或股数

2、净资产收益率和每股收益

报告期利润		净资产收益率	每股收益（元/股）	
		加权平均	基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2014 年 1-9 月	11.97%	0.35	0.35
	2013 年度	17.08%	0.43	0.43
	2012 年度	31.31%	0.62	0.62
	2011 年度	62.58%	0.55	0.55
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2014 年 1-9 月	10.60%	0.31	0.31
	2013 年度	14.04%	0.35	0.35
	2012 年度	28.78%	0.57	0.57
	2011 年度	54.84%	0.48	0.48

五、本次募集资金运用

经发行人 2014 年 4 月召开的 2014 年第一次临时股东大会，发行人本次拟向社会公开发行不超过 3,000 万股人民币普通股，最终募集资金总量将根据实际询价情况予以确定。募集资金扣除发行费用后将主要用于以下 2 个项目：

单位：万元

项目名称	项目投资总额	募集资金投入金额	规划投资进度		备案情况
			T~T+12	T+12~T+24	
互联网高清视频服务平台的升级与扩建项目	58,190	49,040	27,774	30,416	京石景山发改（备）[2014]9号
移动终端视频服务系统研发项目	1,960	1,960	871	1,089	京石景山发改（备）[2014]8号
合计	**60,150**	**51,000**			

注 1：上述募集资金投入进度仅为对拟投资项目的总体安排，其实际投入时间将根据募集资金到账时间、市场及项目进展情况作适当调整

注 2：公司拟使用募集资金进行版权采购的具体金额及进度将根据届时版权市场价格、公司互联网视频平台的内容需要，依照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等监管文件要求，履行相应决策程序后做适当安排，具体内容请参见“第十节、募集资金运用”之“二、募集资金投资项目情况介绍”之“（一）网络高清视频服务平台升级与扩建项目”之“（2）、3）版权采购”的相关内容。

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，募集资金项目的有效实施将进一步提高“暴风影音”的广告媒体投放价值和公司技术研发水平，并提高公司的盈利水平。如本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金量，不足部分由发行人通过自筹方式解决，以保障项目的顺利实施。有关募集资金用途具体请参见本招股说明书“第十节、募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数、股东公开发售股数，占发行后总股本比例，拟公开发售股份的股东名称：	公司本次拟公开发行不超过 3,000 万股人民币普通股，占本次发行后总股本的比例不低于 25%，其中：公司公开发行新股数量不超过 3,000 万股；公司现有股东以公开发售方式向投资者转让股份数量不超过 1,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。最终发行新股数量及转让老股数量由公司股东大会授权董事会根据中国证监会的相关规定确定。 其中，符合本次老股转让条件的发行人现有股东冯鑫、韦婵媛、曲静渊、王刚、瑞丰利永、融辉似锦、丽泰恒丰、和谐成长、天津伍通、华为投资、杭州沧浪、苏州国润、江阴海澜、众翔宏泰、青岛金石、华控成长、曹浩强、信诺南海、江伟强、蔡文胜、唐献、林章利、蔡少红、刘畅宇、郑育龙、方唯、杨立东将按照其本次公开发行前持有本公司的股份比例转让老股。公司现有股东公开发售股份所得资金不归本公司所有。
每股发行价格：	【】元
发行市盈率：	【】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股收益确定）
发行前每股净资产：	3.07 元（按 2014 年 9 月 30 日经审计的数据计算）
发行后每股净资产：	【】元（扣除发行费用）

发行市净率：	【】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式：	采用网下向网下投资者配售与网上向社会公众投资者按市值申购定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他方式，股东公开发售股份价格与公开发行新股价格相同。
发行对象：	符合资格的按市值申购和在深圳证券交易所开户并具备创业板交易资格的境内自然人、合伙企业、合格境外机构投资者、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
预计募集资金总额和净额：	【】元；扣除发行费用后，募集资金净额【】元
发行费用概算：	本次发行费用总额为【】万元，其中承销保荐费【】万元；上网发行费【】万元；招股说明书印刷费【】万元；申报会计师费【】万元；律师费【】万元；股份托管登记费【】万元；印花税【】万元等。公司和转让老股股东按照发行新股数量和转让老股数量的相对比例分摊保荐承销费用。

发行人 2012 年 3 月召开的 2012 年第二次临时股东大会、2014 年 4 月召开的 2014 年第一次临时股东大会及 2014 年 12 月召开的 2014 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次拟公开发行不超过 3,000 万股人民币普通股，占本次发行后总股本的比例不低于 25%，其中：公司公开发行新股数量不超过 3,000 万股；公司股东以公开发售方式向投资者转让股份数量不超过 1,500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。最终发行新股数量及转让老股数量由公司股东大会授权董事会根据中国证监会的相关规定确定。公司公开发行的新股数量根据募集资金投资项目所需资金及发行人承担的发行费用最终确定的发行价格等合理确定。如根据询价结果，本次发行未出现募集资金净额超过募集资金投入金额所需资金的情况，则不安排公司原股东公开发售股

份。本次股东公开发售的股份持有时间应在 36 个月以上，截至 2014 年第二次临时股东大会通过本次发行方案，符合本次老股转让条件的发行人现有股东为冯鑫、韦婵媛、曲静渊、王刚、瑞丰利永、融辉似锦、丽泰恒丰、和谐成长、天津伍通、华为投资、杭州沧浪、苏州国润、江阴海澜、众翔宏泰、青岛金石、华控成长、曹浩强、信诺南海、江伟强、蔡文胜、唐献、林章利、蔡少红、刘畅宇、郑育龙、方唯、杨立东。上述符合条件的股东的持股情况请见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、公司股本情况”之“（一）本次发行前后公司股本情况”，该等股东将按照其本次公开发行前持有本公司的股份比例转让老股，即各股东转让老股数量= 该股东发行前持有公司股份数量/ 全体符合条件股东发行前持有公司股份数量之和×公司股东以公开发售方式向投资者转让的老股数量，且计算尾数按照相关规定处理。

担任公司的董事、高级管理人员的股东（冯鑫、韦婵媛、曲静渊、王刚）及员工持股合伙企业（融辉似锦、瑞丰利永及众翔宏泰）以公开发售方式向投资者转让股份数量的上限均不超过其持有公司股份数量的 25%。

最终发行新股数量、转让老股数量由公司股东大会授权董事会根据中国证监会的相关规定确定。

根据本次发行方案，如需进行老股转让，符合本次老股转让条件的现有股东公开发售股份所得资金不归本公司所有。公司和转让老股股东按照发行新股数量和转让老股数量的相对比例分摊保荐承销费用。请投资者在报价、申购过程考虑公司股东公开发售股份的因素。

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）：中国国际金融有限公司

法定代表人：丁学东

住所：北京市建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层

联系电话：010-6505 1166

传真：010-6505 1156

保荐代表人：杜祎清、吕洪斌

项目协办人：无

项目经办人：瞿骢、王浩楠、陈雷、陈非凡、张磊

（二）分销商：【】

法定代表人：【】

住所：【】

负责人：【】

联系电话：【】

传真：【】

（三）发行人律师事务所：北京市环球律师事务所

负责人：刘劲容

住所：北京市朝阳区建国路 81 号华贸中心 1 号写字楼 15 层

联系电话：010-6584 6688

传真：010-6584 6666

经办律师：刘劲容、刘成伟

（四）会计师事务所：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：梁春

住所：北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 12 层

联系电话：010-5835 0011

传真：010-5835 0006

经办注册会计师：郝丽江、杨倩

（五）资产评估机构：中和资产评估有限公司

法定代表人：杨志明

住所：北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 A 座 13 层

联系电话：010-5838 3636

传真：010-6544 7182

经办注册资产评估师：郭鹏飞、冯道祥

（六）保荐人（主承销商）律师事务所：北京市竞天公诚律师事务所

负责人：赵洋

住所：北京市朝阳区建国路 77 号华贸中心写字楼 34 层

联系电话：010-5809 1000

传真：010-5809 1100

经办律师：崔建新、傅思齐、胡铮铮

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：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

（八）收款银行：

户名：【】

账号：【】

住所：【】

负责人：【】

联系电话：【】

传真：【】

三、发行人与中介机构关系的说明

本公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、有关本次发行的重要时间安排

1、刊登发行公告时间：【】

2、开始询价推介时间：【】

3、刊登定价公告时间：【】

4、申购日期及缴款日期：【】

5、股票上市日期：【】

第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、利润下滑甚至出现亏损的风险

公司 2013 年净利润 3,853.75 万元，较 2012 年的 5,584.73 万元减少 1,730.98 万元，主要原因为：（1）公司 2013 年实现营业收入 32,476.94 万元，较 2012 年营业收入 25,154.02 万元增长 7,322.92 万元，增幅为 29.11%；（2）公司 2013 年度在影视剧版权采购、网络带宽采购等诸多方面继续加大资金投入，以提升自身的媒体价值，因而带宽租赁及视频内容成本增速较快，当期营业成本为 9,267.00 万元，较 2012 年营业成本 6,320.76 万元增加 2,946.24 万元，增幅为 46.61%；（3）公司 2013 年为进一步开拓传统品牌广告主，继续加大市场开拓与推广力度，当期销售费用为 11,533.54 万元，较 2012 年的 5,999.67 万元增加 5,533.87 万元，增幅为 92.24%。因此，公司 2013 年度营业收入保持了增长，但由于上述营业成本、销售费用的较快增加，公司 2013 年度净利润出现下滑。

2014 年 1-9 月公司营业收入为 2,7166.25 万元，占 2013 年全年营业收入的 83.65%，收入实现情况良好，同时公司加强了对成本费用的控制力度，当期实现净利润 3,079.07 万元，为 2013 年全年净利润的 79.90%。

未来公司仍然计划继续加大版权及网络带宽的资源投入，以应对竞争日益激烈的行业发展趋势；另一方面公司仍然需要通过增加销售人员、提升销售激励、拓展销售渠道、加强第三方市场机构合作等多种方式加大销售力度，保持及提升广告客户的投放规模、推广公司持续开发的新平台产品。因此，公司未来的视频内容成本及带宽租赁成本、销售费用等预期仍将处于较高水平。

若未来行业环境、公司经营状况出现不利变化，公司未来的营业收入增速可能持续放缓或成本费用的增速超过营业收入的增速，则将导致公司的营业利润、净利润（扣除非经常性损益前后孰低）存在较 2013 年下降甚至出现亏损的

风险。

报告期内，公司的营业收入、营业成本、销售费用及净利润情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
营业收入	27,166.25	32,476.94	25,154.02	16,977.60
营业成本	6,546.97	9,267.00	6,320.76	4,162.53
销售费用	9,707.82	11,533.54	5,999.67	2,751.09
净利润	3,079.07	3,853.75	5,584.73	4,928.05

假设 2013 年营业收入、销售费用等金额不变，在视频内容及带宽租赁成本不同涨幅情形下，模拟净利润的变化情况如下：

单位：万元

项目	2013 年度	视频内容及带宽租赁成本变动幅度			
		情形一：增长 50%	情形二：增长 100%	情形三：增长 150%	情形四：增长 200%
营业收入	32,476.94				
营业成本	9,267.00	13,405.58	17,544.16	21,682.73	25,821.31
其中：视频内容及带宽租赁成本（变量）	8,277.16	12,415.74	16,554.32	20,692.89	24,831.47
销售费用	11,533.54				
净利润	3,853.75	232.50	-3,388.76	-7,010.02	-10,631.27
净利润率	11.87%	0.72%	-10.43%	-21.58%	-32.73%
净利润率变动		-11.15%	-22.30%	-33.45%	-44.60%

假设 2013 年营业收入、视频内容及带宽租赁成本等金额不变，在销售费用不同涨幅情形下，模拟净利润的变化情况如下：

单位：万元

项目	2013 年度	销售费用变动幅度			
		情形一：增长 50%	情形二：增长 100%	情形三：增长 150%	情形四：增长 200%
营业收入	32,476.94				
营业成本	9,267.00				
其中：视频内容及带宽租赁成本	8,277.16				
销售费用（变量）	11,533.54	17,300.32	23,067.09	28,833.86	34,600.63

项目	2013 年度	销售费用变动幅度			
		情形一：增长 50%	情形二：增长 100%	情形三：增长 150%	情形四：增长 200%
净利润	3,853.75	-1,192.17	-6,238.10	-11,284.02	-16,329.95
净利润率	11.87%	-3.67%	-19.21%	-34.74%	-50.28%
净利润率变动		-15.54%	-31.07%	-46.61%	-62.15%

二、发行人的成长性风险

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，发行人的营业收入分别为 27,166.25 万元、32,476.94 万元、25,154.02 万元及 16,977.60 万元，2013 年度、2012 年度营业收入同比增长幅度分别为 29.11%和 48.16%。2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，发行人净利润分别为 3,079.07 万元、3,853.75 万元、5,584.73 万元和 4,928.05 万元，2013 年度、2012 年度净利润同比增长幅度分别为-30.99%和 13.33%。发行人净利润在 2013 年度出现了下滑，主要受到了营业成本、销售费用的较快增加的影响。

如果 2014 年度及未来年度，发行人的广告销售增长、成本费用控制等未达预期，或者发行人面临的各类风险因素（详见本招股说明书 “第四节 风险因素” 全部内容）全部或部分出现、加剧，将对发行人的营业收入、净利润及持续成长性造成重大不利影响。

三、互联网视频服务行业日益激烈的市场竞争风险

互联网视频服务行业市场竞争日益激烈。主要表现在以优酷网、乐视网为代表的大型视频网站运营公司已通过境内外上市对营运资金进行有效补充，行业内领先企业通过收购或合资（如优酷收购土豆、爱奇艺收购 PPS 等）等方式进行资源整合的步伐加剧，用户规模快速扩张、广告收入增长迅速；其次，尚存在利用盗版甚至违规视频内容发展视频业务、侵占市场份额的中小型运营商，对合法合规的互联网视频服务运营商带来一定冲击，造成用户流失风险；第三，随着对技术研发重视程度的不断提高，具备一定研发能力实现新兴视频技术功能化的市场参与者不断增多，存在新视频功能被迅速模仿甚至超越的可能性。因此，如果

公司不能有效地制定实施业务发展规划，日益激烈的市场竞争将会对公司经营带来不利影响。

四、应收账款无法收回的风险

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司应收账款分别为 16,102.55 万元、15,709.03 万元、11,025.51 万元和 4,386.30 万元，占当期总资产的比例分别为 37.03%、43.57%、39.47%和 22.90%。截至 2014 年 9 月 30 日，账龄 1 年以内的应收账款账面原值占全部应收账款账面原值比例为 83.89%，账龄 1-2 年的应收账款账面原值占比为 12.94%，账龄 2-3 年的应收账款账面原值占比为 2.93%，账龄 3 年以上的应收账款账面原值占比为 0.24%。

报告期内，公司按审慎性原则对所有应收账款按账龄组合计提减值准备，具体计提比例为账龄 1 年以内的，按 5%计提；账龄 1-2 年的，按 10%计提；账龄 2-3 年的，按 25%计提；账龄 3 年以上的，按 100%计提。若未来上述款项仍未收回或仅部分收回，公司将继续按照上述会计政策计提坏账准备。如果未来继续发生应收账款无法收回的情况，将对本公司经营情况和财务情况造成不利影响。

五、“免费+广告”盈利模式相关风险

发行人免费使用为主的经营模式的核心在于其免费提供的“暴风影音”系列软件产品的庞大用户群体产生的显著的广告投放媒体价值，该平台媒体价值的发挥有赖于其用户量和用户使用时长的稳定及增长。

随着互联网视频服务行业的竞争日趋激烈，新需求、新技术、新服务模式不断涌现，为充分发挥“暴风影音”平台的媒体价值，一方面，发行人需要不断研发和推出新产品及新功能，以适应用户需求的变化；另一方面，发行人需要保持并加大版权采购力度，以保持并提升“暴风影音”线上内容的吸引力，同时随着网络用户数量的增加，相应增加带宽采购。上述因素构成了发行人免费产品“暴风影音”吸引并保留用户的刚性成本。

若发行人未来发生研发方向或研发进程与预期有所偏差，版权采购失误或带

宽采购利用率不足等情况，可能导致上述刚性成本支出无法有效、及时地转换为用户数量及用户使用时长的增长；或导致实现单位用户时长所需的成本支出增加；或由于用户数量及用户使用时长增长速度慢于竞争对手或行业平均，相对竞争力下降，导致发行人产品媒体价值下降，进而使得发行人用户数量及用户使用时长的增长无法及时转换为媒体价值和广告收入的增长等因素，将可能导致发行人未来盈利能力的下降。

六、影视剧版权采购支出大幅上涨的风险

随着影视剧版权重要性的凸显，以及在线视频行业竞争程度的增加，报告期内影视剧版权交易逐步活跃，版权购买成本呈现上涨趋势。报告期内，本公司不断增加版权采购，已积累了相当数量的影视剧版权资源，并通过深入挖掘和准确定位用户需求，优化采购片单和采购模式等方式尽可能控制版权采购支出。但若未来影视剧版权的采购价格出现持续大幅上涨状态，或公司未来改变影视剧版权采购策略（例如采购单价相对较高的热门剧、独播剧、综艺节目等），将可能增加公司版权采购的成本及无形资产摊销金额，从而对公司的盈利水平产生一定不利影响。

七、网络带宽等服务成本大幅上升的风险

互联网视频服务商为用户提供的网络视频播放服务需依托于稳定的网络带宽资源。报告期内，公司不断提升视频播放技术及增强用户观看体验，不断提高用户规模和播放量，带宽租赁费用不断提升。尽管公司与主要带宽供应商长期密切合作，形成了稳固的合作关系，但若网络带宽及内容分发（CDN）等网络服务大幅提价，将可能对公司的盈利水平产生一定的冲击。

八、广告客户拓展风险

公司互联网广告信息服务具备“受众广”、“形式多”、“展现价值高”等特点，已成为众多知名企业长期投放广告的平台。报告期内，公司在稳固发展网络游戏、电子商务等网络服务类型广告主的基础上，开始逐步拓展传统品牌广告主，沃尔沃汽车、宝洁、欧莱雅、耐克等传统品牌广告主开始在暴风影音平台通过贴片、

TIPS 等形式进行广告投放。如果公司不能持续提升媒体价值，将直接影响广告主的投放意愿和投放效果，进而影响公司的营业收入增长速度；或因广告客户拓展而导致营销费用大幅提高的情况。

九、技术研发风险

强大的技术研发能力是公司实现可持续发展重要的基本保障。公司紧密围绕视频播放、视频压缩、数据传输、内容分发四项视频核心技术环节开发出“1M带宽 720P 高清视频播放”、“一键高清”等显著提升用户体验的产品功能。根据业务发展规划，公司将着力研发“显著提声音系统模拟实现 5.1 音响效果的视频点播功能的研发及升级”、“功能的研发及升级”、“移动终端互联网视频服务”。上述新功能或新服务的研发均包含着一定的技术难度，公司需进行充分的技术调研、方案论证、开发攻关，同时也需要更多高端人才补充研发团队。技术难点的攻关客观上存在不能够按进度计划如期完成的不确定性，存在技术研发风险，进而影响到公司发展规划的有效实施，并可能导致公司的研发支出投入超出预期，对公司经营造成不利影响。

十、发行人购买并传播的在线视频节目的合规性风险

2004 年 7 月 6 日，国家广电总局发布了《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》（2004 年 10 月 11 日起实施），该办法第十七条规定，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》。2007 年 12 月 20 日，国家广电总局和信息产业部联合发布《互联网视听节目服务管理规定》（2008 年 1 月 31 日起实施），该文件第十七条规定：用于互联网视听节目服务的电影电视剧类节目和其它节目，应当符合国家有关广播电影电视节目的管理规定。2009 年 3 月 31 日，国家广电总局颁布了《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知》，该文件规定：“互联网视听节目服务单位传播的影视剧，必须符合广播电影电视管理的有关规定，依法取得广播影视行政部门颁发的《电影片公映许可证》、《电视剧发行许可证》或《电视动画片发行许可证》；传播的理论文献影视片须依法取得广播影视行政部门颁发的《理论

文献影视片播映许可证》。”国家广播电影电视总局和国家互联网信息办公室于2012 年 7 月 6 日发布的《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》及随后国家新闻出版广电总局 2014 年 1 月 2 日发布的《国家新闻出版广电总局关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》，规定对网络剧、微电影等网络视听节目实行先审后播管理制度，要求从事相关的互联网视听节目服务单位应在播出网络剧、微电影等网络视听节目前组织具有相关资格的审核人员对其内容进行审核，并依法取得广播影视行政部门颁发的《信息网络传播视听节目许可证》。

互联网视频服务行业的形成和发展所依赖的核心资源要素主要包括技术实现、视频内容、以及网络基础设施。近年来在上述三个核心要素迅速发展的支撑下，互联网视频服务行业飞速发展，已成为互联网应用中的支柱性应用之一，创造了新的市场需求和经济增长领域，促进了互联网行业和网络技术及网络基础设施的发展。上述三个核心要素中视频内容的迅速丰富与增长，已成为互联网视频用户迅速增长的重要推动力之一，内容的丰富性和及时性也已成为互联网视频服务行业内企业参与市场竞争的主要手段之一，对在线视频运营企业保持竞争力具有重要作用。目前，在线视频内容中部分影视剧不具有上述广播电影电视管理部门颁发的《电视剧发行许可证》或《电影片公映许可证》，如部分境外电视连续剧、动画片等。发行人在采购视频内容传播权过程中，努力尽到审慎的审核义务，但仍存在因集中采购过程中内容合规性审核不完善、因而可能因传播内容缺乏上述相关许可资质支持而导致被主管部门处罚的风险，以及被要求对不具有上述相关许可资质的在线视频内容下线，导致发行人在线视频内容的减少，对发行人用户数量、观看流量和使用时长等造成影响的风险，进而对公司业务产生不利影响的风险。

根据北京市版权局出具的相关证明，发行人报告期内从事互联网音乐、视频等信息服务业务，没有违反《中华人民共和国著作权法》和《信息网络传播权保护条例》等相关法律法规的记录。同时，发行人将积极配合国家监管部门对互联网视频行业的进一步完善规范措施，确保发行人的业务符合国家政策的监管规范，促进互联网视频行业的健康规范发展。

十一、发行人通过平台合作等方式使发行人用户以发行人软件作为工具直接观看其他视频网站传播的内容的平台合作风险

发行人除直接购买视频节目版权且通过发行人在线视频平台直接为用户提供网络视频播放服务外，报告期内发行人通过与其他视频网站如乐视网、土豆网等进行合作，使得用户可通过暴风影音系列软件播放来源于合作方服务器上存储的视频内容。此外，公司通过视频搜索与抓取技术的综合运用使用户可以通过暴风系列软件观看搜索到的视频内容。上述方式使发行人用户可通过单一界面观看更多在线视频节目，节省用户打开浏览器界面并访问其他网站进行视频观看的步骤，改善用户体验。就对方播放的视频内容存在版权瑕疵、或内容不符合国家相关监管规定的情形，虽然发行人会采取《信息网络传播权保护条例》规定的“避风港”[1]原则等法律手段积极维护自身权益或加大对视频内容的审查力度来降低风险，但仍然存在发行人被相关权利人或政府主管部门追究责任并遭受损失的风险。

发行人选择进行平台合作的视频网站均为行业内知名的且取得国家广电主管部门许可的执证视频网站。自 2011 年 1 月 1 日起至本招股说明书签署之日，发行人因包含平台合作在内的聚合模式而作为被告涉诉的案件中，已结案的诉讼为 253 起，其中 71 起原告撤诉且发行人无需承担经济责任；48 起经协商后已与版权供应商建立合作关系解决；103 起通过和解或调解方式结案，发行人共合计支付版权补偿费用 3,312,650 元（含 1 起未采购被诉和解结案的补偿费用）；28 起发行人败诉，发行人合计支付版权赔偿费用 1,045,375 元，3 起发行人胜诉或驳回原告起诉。上述诉讼及责任承担情况未对发行人业务经营造成重大影响。目前，发行人在与大部分合作方的合作协议中约定，合作方需保证其视频内容具有合法播放权利及符合国家监管规定，若因合作方播放的视频内容存在版权瑕疵、或内容不符合国家相关监管规定而使发行人被第三方权利人或政府主管部门追究责任，发行人因此而遭受的损失应由合作方承担。同时，发行人也将进一步加

[1]“避风港”原则指依据《信息网络传播权保护条例》等规定，对于提供信息存储空间或者提供搜索、链接服务的网络服务提供者而言，当权利人认为其服务所涉及的作品、表演、录音录像制品构成侵权时，在满足一定条件并采取删除、断开链接等措施后该等网络服务提供者依法无需承担赔偿责任的相关规定。

强对合作方内容的审查和筛选监控，进一步降低合作方可能存在的内容瑕疵而给发行人造成的风险。尽管如此，随着发行人与合作方合作关系的持续，仍存在可能因合作方在线视频节目在版权或内容方面存在瑕疵或因发行人在线内容管理制度仍存在不足或在执行中出现失误，而使发行人承担连带责任的风险或版权侵权的风险。

十二、在线视频节目版权瑕疵风险

发行人通过向节目版权供应商采购节目网络传播权而获得在线播放相关节目内容的权利。报告期内，发行人合计采购了 5,766 部电影、157,508 集电视剧及 163 个综艺节目的信息网络传播权。为保证在线节目版权的合规性，发行人建立了视听节目信息网络传播权采购管理制度，包括明确采购流程、选择版权供应商的标准和评价体系、合同内容的审核、采购合同的签署执行流程和合同管理体系等。同时，发行人建立了完整的视听节目上线管理体系，包括媒资管理系统、内容审查和监控系统等，以做到对在线视频内容的实时有效监管。上述管理制度构成了发行人在线视频版权及内容管理的基础，对发行人不断完善在线视频的版权管理起到了积极作用。为保证发行人所购买的信息网络传播权的合法有效性，发行人主要向行业内知名度高、信誉好的版权供应商采购版权，并且对版权供应商是否对其出售的影视剧版权拥有合法授权权利按照合理可行的标准进行核验。

目前，我国影视剧著作权实行自愿登记，但著作权的生效和主张并不以登记为前提，也未形成一个权威统一的公开渠道便于查询全部影视剧著作权的最终权利人和相关授权情况。因此，尽管发行人已建立了完整的版权采购管理制度，并在业务实践中进行了审慎的核查，但仍无法完全避免发行人所采购的信息网络传播权因版权供应商的权利存在瑕疵而侵害第三方权益从而被第三方主张权利的风险。这等情形可能包括：某些版权供应商提供的授权文件可能因个别环节缺失或失效而出现版权链不完整的情形；版权供应商不具有相关影视作品最终权利人全部证明文件的情形等。基于行业现状及上述因素，为维护自身权益，发行人在与版权供应商签订的相关版权采购合同中约定，发行人享有合同中约定的信息网络传播权，版权供应商有义务保证其拥有合同所涉及有关节目的信息网络传播权

的完整合法授权，有权对发行人进行转授权并有权允许发行人在其播放平台上播放有关作品。如因第三方向发行人主张权利而使发行人因侵权而承担赔偿责任，则该等责任由版权供应商承担。自 2011 年 1 月 1 日起至本招股说明书签署日，发行人所采购的影视剧版权中有被第三方诉讼侵权的已结诉讼案件 28 起，其中 25 起以原告撤诉且发行人无需承担经济责任的方式妥善解决，3 部以发行人部分胜诉且发行人无需承担赔偿责任的方式解决；发行人因误传未采购版权的内容而发生已结案诉讼案件 71 起，其中 11 起经协商后与版权供应商建立合作关系、27 起通过和解或调解方式结案,发行人共计支付版权赔偿费用 560,100 元，15 起发行人胜诉或驳回原告起诉，3 起发行人败诉、共计支付版权赔偿费用 80,000 元，15 起原告撤诉，且发行人无需承担赔偿责任。因此，截止本招股说明书签署之日发行人并未因上述情况而遭受重大损失。版权风险未对发行人业务造成重大不利影响。根据北京市版权局出具的相关证明，发行人报告期内从事互联网音乐、视频等信息服务业务，没有违反《中华人民共和国著作权法》和《信息网络传播权保护条例》等相关法律法规的记录。

尽管如此，随着发行人业务规模的不断增长和在线视频内容的不断增加，若因发行人版权采购管理制度和在线内容管理制度仍存在不足之处或在执行中出现失误，或因版权供应商的版权存在权利瑕疵而使发行人在线视频内容的版权存在瑕疵而侵害合法权利人的利益，将可能使发行人产生侵权赔偿义务或导致发行人在线视频内容的下线，从而对发行人业务和财务状况造成不利影响。

十三、业务模式创新不足的风险

公司主要通过暴风影音系列软件产品为视频用户提供免费的多终端综合视频服务、为广告客户提供互联网广告信息服务，公司业务模式稳定。暴风影音良好的品牌形象及庞大的用户群体具有较高的广告投放媒体价值。2011 年、2012 年、2013 年、2014 年 1-9 月，公司广告信息发布与推广业务收入（含广告收入及软件推广收入）占主营业务收入比重分别为 93.00%、99.95%、99.82%、99.71%。但是，互联网视频服务行业发展迅速，视频相关硬件销售等新兴业务模式已经出现，如果公司未来无法根据互联网视频服务行业新兴模式的发展状况，进行有效的业务模式创新，将影响公司业务持续快速发展。

十四、客户集中度较高的风险

2014 年 1-9 月、2013 年、2012 年及 2011 年，公司来自前五大客户的营业收入分别为 13,652.74 万元、12,045.96 万元、13,129.30 万元和 7,310.38 万元，分别占同期营业收入的比例为 50.26%、37.09%、52.20%和 43.06%。公司主要客户包括行业内的知名企业，部分客户与公司合作多年，公司凭借良好的品牌及庞大的用户群体赢得了这些客户的认可，与公司形成了良好的合作共赢关系。公司虽然不存在依赖于单一客户的情形，但如果公司主要客户的经营情况恶化，或与公司的合作关系不再存续，将可能对公司的业绩产生不利影响。

十五、所得税优惠到期风险

公司于 2007 年 6 月 15 日被认定为软件企业（证书编号京 R-2007-0275），并于 2011 年 9 月 22 日取得北京市石景山区国家税务局出具的“企业所得税减免税备案登记书”（编号：Y115036），根据《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2011]4 号）的规定，新办软件企业向主管税务机关申请享受自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。”按此规定公司自 2011 年度起享受两免三减半的税收优惠制度。2011 年度、2012 年度、2013 年及 2014 年的企业所得税率分别为 0%、0%、12.5%和 12.5%。

公司的子公司天津鑫影科技有限公司于 2013 年 7 月成立，其于 2014 年 4 月 30 日被认定为软件企业（证书编号津 R-2014-0016），并于 2014 年 5 月 29 日取得天津市武清区国家税务局出具的”纳税人减免税备案报告”（纳税编号：30407317），根据《财政部国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27 号）的规定，新办软件企业向主管税务机关申请享受自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。按此规定天津鑫影自 2013 年度起享受两免三减半的所得税税收优惠政策，2013 年度、2014 年度税率为 0%。

随着公司前述税收优惠逐步到期，公司不再继续享受上述减免税优惠，将对公司的经营业绩产生负面影响。

十六、募投项目相关风险

公司本次发行募集资金拟投向“互联网高清视频服务平台升级与扩建项目”与“移动终端视频服务系统研发项目”。投资项目是根据当前互联网视频服务行业发展状况、市场环境、公司技术研发与市场推广能力，并结合公司多年的经营经验提出的。由于该行业的新兴技术更迭较快、市场情况不断变化，如果募集资金不能及时到位、市场环境突变或行业竞争加剧等情况发生，存在募集资金投资项目的实施进度被延长、无法达到项目预期效果等不确定因素，从而影响本次募集资金投资项目预期收益的实现。若项目无法到达预期的收益水平，可能对公司的经营业绩和财务状况造成一定不利影响。

十七、诉讼风险

截至本招股说明书签署之日，发行人存在尚未了结的诉讼案件 17 起，为权利人提起的要求发行人停止侵害并赔偿损失的信息网络传播权侵权纠纷诉讼。上述未决诉讼具体情况如下：

序号	原告	涉诉视听节目名称	标的金额（元）	诉讼状态
1	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	我叫刘跃进	80,000.00	一审中
2	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	幽灵计划	80,000.00	一审中
3	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	阿宝的故事	80,000.00	一审中
4	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	欢喜婆婆俏媳妇	100,000.00	已上诉
5	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	大内密探零零狗	100,000.00	已上诉
6	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	山楂树之恋	100,000.00	已上诉
7	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	婆婆来了	100,000.00	已上诉
8	乐视网（天津）信息技术有限公司	杨门女将之军令如山	100,000.00	已上诉
9	乐视网（天津）信息技术有限公司	八星报喜	100,000.00	已上诉
10	乐视网（天津）信息技术有限公司	失恋 33 天	100,000.00	已上诉

序号	原告	涉诉视听节目名称	标的金额（元）	诉讼状态
11	乐视网（天津）信息技术有限公司	金陵十三钗	100,000.00	已上诉
12	乐视网（天津）信息技术有限公司	亲密敌人	100,000.00	已上诉
13	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	三枪拍案惊奇	100,000.00	已上诉
14	乐视网（天津）信息技术有限公司	假装情侣	100,000.00	已上诉
15	上海翡翠东方传播有限公司	舞动全城	100,000.00	一审中
16	上海翡翠东方传播有限公司	富贵门	100,000.00	一审中
17	深圳市腾讯计算机系统有限公司	离婚律师	4,990,000.00	一审中
	合计		6,530,000.00	

发行人截至 2014 年 9 月 30 日经审计的净资产为人民币 27,802.73 万元。发行人存在的前述未决诉讼所涉及累计金额相对公司经审计最近一期净资产绝对值的占比很小，对发行人而言并不构成重大诉讼事项。但是，上述诉讼事项仍可能导致本公司最终支付赔偿或和解费用，从而对本公司盈利能力造成一定不利影响。

十八、发行人购买并传播的在线视频节目因其内容可能不符合国家相关监管要求而导致的风险

根据《互联网视听节目服务管理规定》、《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知》等监管规定，互联网视听节目不得播放反动、危害国家安全、损害国家荣誉或利益、宣扬迷信、扰乱社会秩序、涉及色情、赌博、恐怖等活动、侮辱他人或侵害公民个人隐私合法权益等内容。报告期内，发行人通过所建立的在线内容管理和监控系统，对在线节目进行监督把关，确保发行人在线节目不违反上述监管规定。报告期内，发行人未因在线视频内容存在违反上述规定而受到监管处罚的情况。尽管如此，随着发行人业务规模的不断增长和在线视频内容的不断增加，若因发行人在线内容管理和监控系统仍存在不足之处或在执行中出现失误，或未来监管部门对在线视频内容监管政策出现变化而发行人未能及时、准确地掌握或理解有误，则可能出现发行人在线视频内容被监管部门认定为

存在上述不得传播内容的情形，从而可能使发行人遭受处罚或使公司业务受到不利影响。

十九、广告内容不符合监管要求而导致的风险

国家相关监管部门对广告内容有相关监管规定，若广告播放企业违反相关规定，则将可能受到与广告投放者承担连带责任、罚款、停止相关广告投放、公告道歉、吊销营业执照等处罚。公司建立了严格的广告内容审查制度，对客户在发行人平台上投放的广告内容进行审核，且目前选择的广告主均为知名度较高、信誉较好的企业，以保证广告内容不违反广告发布的相关规定。报告期内也未发生因广告内容违规而遭受处罚的情形。尽管如此，随着发行人业务规模的扩大，仍存在可能因广告内容审核失误等原因造成因广告内容违反相关规定导致发行人受到罚款、行政处罚，或导致公司形象受到损害、广告客户流失和广告收入下降等风险。

二十、经营资质相关的风险

发行人从事的互联网视频服务需要有行业准入资质才能经营，发行人已获得包括《信息网络传播视听节目许可证》、《网络文化经营许可证》、《电信与信息服务业务经营许可证》、《广播电视节目制作经营许可证》、《互联网药品信息服务资格证书》等在内的与发行人业务有关的资质证书。上述证书由包括国家新闻出版广电总局在内的行业相关监管机构进行审核和颁发。报告期内发行人持续满足获得上述经营资质许可证书的要求，未因经营资质违法违规受到处罚。除此之外，发行人正在积极与主管机关沟通《信息网络传播视听节目许可证》增项事宜，申请增加移动通信网手机电视内容服务业务、聚合网上视听节目服务业务。发行人已收到北京市广播电影电视局网络视听节目管理处出具的《关于北京暴风科技股份有限公司<信息网络传播视听节目许可证>业务增项事项的说明》，北京市广播电影电视局已受理发行人的相关申请并已上报国家新闻出版广电总局审核。尽管如此，仍不排除未来可能由于相关资质要求提高、行业监管政策变化等因素使发行人出现相关经营资质被暂停、无法持续或及时获得、需要增加有关支出以持续满足资质条件等情形，从而可能对发行人的业务经营造成不利影响。

二十一、公司网络视频用户规模增长放缓风险

公司以本地视频播放起家，在多格式播放、本地高清播放方面积累了丰富的研发经验。2007 年底，随着互联网宽带基础建设的升级，公司正式推出网络视频服务。报告期内，公司网络视频用户迅速增长。作为广告投放的媒体价值日益显著。网络视频用户的增长与公司品牌效应、新技术研发、产品推广息息相关，如果公司在上述方面不能按计划完成所设定的发展目标，存在网络用户规模增长放缓的风险，进而对公司业务与盈利能力的可持续发展造成不利影响。

二十二、 “暴风影音”品牌形象受损风险

暴风科技自成立以来，树立了良好的品牌形象，创造了稳定的用户群体，形成了暴风影音平台显著的广告投放价值。暴风影音的品牌效应对公司业务的快速发展起到了至关重要的作用。如果公司不能持续巩固并提升“暴风影音”的品牌形象，或“暴风影音”品牌形象在激烈的行业竞争中遭受到不可预见的损毁，将会对公司业务产生不利影响。

二十三、与房屋租赁有关的风险

发行人目前租赁使用**十一**处房产，分别为：1)北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦第十三层（建筑面积 2,016.5 平方米）、六层、十层、十三层西侧机房（共计 59.4 平方米）、B1 西侧房屋一间、车位 5 个；2)上海市徐汇区虹桥路 1 号港汇中心一座 2808、2809、2810 室（建筑面积 277.2 平方米）；3)广州市天河路 208 号粤海天河城大厦（天河城东塔楼）第 11 层 07 单元（建筑面积 294.47 平方米）；4)北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 1267 房间（建筑面积 200 平方米）； 5)北京市昌平区东小口镇天通苑小区 206 号楼 5-6 层 2 单元 2 室（建筑面积共计 210.03 平方米）；6)北京市海淀区宝盛里 2 号楼 3 单元 502 室（建筑面积 120 平方米）；7)北京市海淀区宝盛里 10 号楼 1 单元 501 室（建筑面积 90 平方米）；8)天津市武清区自行车王国产业园区祥园道 160 号 103-58（集中办公区）的房屋（面积 120 平方米）；9）北京市海淀区龙翔路甲 1 号泰翔商务楼三层 302、305、306 室（面积 667 平方米）；（10）南京雨花台区软件大道 180 号 02#-509

的房屋（面积 137.8 平方米）；（11）天津空港经济区西四道 168 号融和广场 5-1-704 的房屋（面积 92.97 平方米）。

1、发行人房产租赁未到期终止或到期后未能续约而可能导致的风险

作为轻资产型科技企业，发行人业务运营所用的主要设备如服务器等托管于第三方专业的数据中心，并不存放于上述所租赁物业场所，租赁物业主要用于员工日常办公和向员工提供宿舍，以租赁方式使用符合公司目前的经营需要。发行人主要经营所在地经济较为发达，物业资源丰富，有较多的物业可选，且报告期内从未出现租赁未到期终止或租赁方在与发行人房屋租赁期满后，发行人无法续租相关房屋的情况。即使发生上述情况使发行人需另行选择物业进行搬迁，搬迁过程也不会对发行人业务经营造成重大影响。尽管如此，仍不排除未来租赁物业非正常终止或无法续约而使公司产生额外的费用支出及对发行人业务财务状况造成不利影响可能的风险。

2、租赁方对租赁物业的权属或权属性质瑕疵或者未办理租赁备案登记而导致公司受罚款或者需要变更办公场所的风险

公司正在使用的物业中，地址为北京市海淀区学院路 51 号的首享科技大厦第十三层、十层、六层、十三层西侧机房、B1 西侧房屋、5 个车位及北京市海淀区宝盛里 2 号楼 3 单元 502 室、北京市海淀区宝盛里 10 号楼 1 单元 501 室的物业出租方对该等租赁物业存在权属瑕疵或将该等租赁物业用于出租存在权属性质瑕疵；发行人现有**十一**处租赁物业未就相应的租赁物业办理租赁备案登记。报告期内发行人未因前述情况受到行政处罚、承担罚款损失或导致租赁合同无法履行。即使因租赁合同未办理备案登记而受到罚款、或因出租方原因使租赁合同无法履行而使发行人需搬迁办公场地，也不会对发行人业务造成重大不利影响。尽管如此，若未来因前述原因使发行人需承担罚款或需搬迁办公场地，仍可能使发行人遭受损失或使发行人业务财务状况受到不利影响。

二十四、发行人业务运营相关的固定设备和带宽资源受到损失的风险

发行人日常经营的主要设备网络服务器托管于第三方服务机构，并向带宽供

应商采购带宽资源。由于发行人业务对于带宽资源及服务器等设备的正常、稳定运转要求较高，为保证日常经营的稳定性，发行人选择行业内信誉较好的供应商作为公司的 IDC 供应商。

2009 年发生的“5.19”断网事件，是由于黑客对第三方域名服务器进行攻击，而导致本公司产品的域名解析请求无法及时处理并堆积，对网络状况和本公司运营造成了一定影响。本公司针对该类互联网突发情况，对产品机制进行了优化并建立了完善的灾备系统。报告期内未因网络突发状况而遭受损失，尽管如此，互联网整体环境受多重因素影响，仍不排除未来可能由于服务器托管方或 IDC 带宽运营方管理不善、发行人日常经营所用的网络设施遭受攻击而导致发行人固定设备受损或带宽资源被占用或失效，并对发行人业务造成不利影响的风险。

二十五、移动互联网视频市场拓展风险

2014 年 4 月，公司推出适用于苹果 iOS 系统及安卓系统的手机、PAD 等移动平台的视频播放软件正式版。首先，移动互联网视频行业目前处于快速成长阶段，如公司不能准确把握用户对移动端产品的新需求或在 PC 端积累的核心技术无法有效实施于新领域，公司将面临无法有效拓展视频用户的风险。其次，移动互联网视频行业尚未形成成熟的盈利模式，如公司未来不能将用户产生的媒体价值变现，将对公司盈利能力产生不利影响。

二十六、人力资源成本上升的风险

多年来公司培养了一支稳定、高素质的员工队伍。由于公司属于技术密集型企业，公司能否留住及引进优秀的技术人员和营销、管理等方面的专业人员是影响公司未来持续稳定发展的关键因素。随着员工队伍的扩大和行业内人才竞争的加剧，公司在薪酬和福利方面的支出大幅增加。若公司人力资源成本的上升速度高于公司业务经营和规模扩张的速度，将可能对公司的经营业绩和财务状况造成不利影响。

二十七、政府补贴停止的风险

公司作为互联网文化创新及技术创新企业，在技术研发和经营过程中得到了政府部门的大力支持，政府部门给予公司一定的财政补贴以支持公司的发展。2011 年至 2013 年、2014 年 1-9 月，公司获得的计入营业外收入的政府补贴金额分别为 714.59 万元、481.49 万元、960.87 万元、409.42 万元，占净利润的比例分别为 14.50%、8.62%、24.93%、13.30%。随着公司商业模式越趋成熟，用户群及客户群稳步提升，公司形成了突出的核心竞争优势，公司的经营不依赖于政府补贴，但若政府不再对公司进行补贴，仍将可能对公司的经营业绩和财务状况造成一定不利影响。

二十八、开发支出资本化导致的风险

发行人作为互联网视频服务企业，不断通过研发活动为用户提供、优化暴风影音系列软件产品是发行人的核心竞争力之一。报告期内，发行人按照《企业会计准则》的规定，对开发阶段符合资本化条件的相关支出进行了资本化处理，并在其达到预定可使用状态后，将相关开发支出转入无形资产。

如未来前述开发支出资本化产生的无形资产预期不能为企业带来预计的经济利益，该无形资产将计提减值准备甚至报废并予以转销，产生相应的资产减值损失；若开发支出不再满足资本化条件，相应的开发支出将停止资本化并转入当期损益。届时上述情况均将会相应减少公司未来的净利润，因此本公司存在由于开发支出资本化而导致的财务风险。

二十九、管理人员和技术人员流失的风险

发行人所处行业为软件及互联网视频服务行业，行业发展速度和技术更新较快，发行人作为技术密集型企业，其业务开展及产品创新，对产品创新、市场营销及运营技术等方面的人力资本依赖性较高，在包括研发、运营、维护和营销等业务链条上都依赖于核心管理人员和技术人员的决策、执行和维持。随着行业竞争的日趋激烈，针对人力资源的争夺将变得越来越突出。公司已经采取有效的绩效奖励制度和激励措施，通过扁平化的组织决策结构和人性化的管理机制，确

保管理人员和技术人员的稳定。但如公司在人才管理方面协调失当，或出现竞争对手恶意行为或其它因素造成管理人员和技术人员流失，将可能对公司业务经营的稳定性产生不利影响。

三十、无形资产被第三方利用或侵害而使发行人受到损失的风险

发行人经过多年的经营，在视频软件行业及互联网视频行业已树立了较好的品牌形象，并培养了较大规模的用户基础。发行人的品牌形象及品牌认知度对于发行人拓展用户基础，进一步扩大其互联网广告信息服务业务而言至关重要，发行人对于其商标、域名的独占性持有直接影响其业务的顺利开展。尽管发行人已对其日常经营中使用的商标、域名等无形资产进行了注册、登记并获取相关证书，但仍存在该等无形资产可能会被第三方利用或侵害而导致发行人产品用户被分流、品牌形象受损、业务收入损失等风险。

发行人经过多年的技术研发投入和积累沉淀，开发出一系列用于实现万能播放、高清、在线高清、视频压缩及传播功能的核心技术。发行人市场竞争优势很大程度上依赖于对该等核心技术的占有和使用。尽管发行人对其经营研发中使用的专利技术、软件著作权等无形资产均在相关主管机构进行了注册、登记并领取相关证书，但由于目前软件行业及互联网视频行业对核心技术和研发人才的竞争激烈，如果发行人的技术保密机制不能有效实行，可能会造成发行人核心技术外泄，从而损害发行人的竞争优势并影响公司的市场地位和盈利水平。

三十一、发行后净资产收益率下降风险

公司完成本次公开发行后，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。

三十二、实际控制人控制的风险

本次发行前，发行人控股股东和实际控制人冯鑫先生直接持有公司 28.40%的股权，同时作为融辉似锦、瑞丰利永及众翔宏泰三家有限合伙企业的唯一执行事务合伙人控制该等有限合伙企业持有的发行人 7.26%的股权，合计控制发行人 35.65%的股权。本次发行后，冯鑫先生仍将保持第一大股东的地位。

尽管自公司设立以来，从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，但不能排除未来实际控制人通过行使股东权利或采取其它方式影响发行人的重大经营决策，对发行人经营活动和长远发展产生不利影响的风险。

三十三、用户数据的安全性风险

公司在视频传输时采用 P2P 技术，该技术在使用时由于所分发的数据除了来自服务器之外，还可能来自网络中的其它参与者，如果数据被恶意的篡改，将可能很快扩散到网络中的很多参与者。为了保证系统的安全，公司采用了一系列保证用户数据安全性的措施（具体请见“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”之“2、主要核心技术情况”之“3）发行人在用户数据安全性方面采取的措施”）。尽管公司已采用了相应的措施保证用户数据的安全性，但是，如果上述措施不能得以有效实施，将可能产生用户数据的安全性风险，并对发行人的业务经营产生不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：	北京暴风科技股份有限公司
注册资本：	9,000 万元
法定代表人：	冯鑫
成立日期：	2007 年 1 月 18 日
整体变更日期：	2011 年 12 月 5 日
主营范围：	许可经营项目：互联网信息服务业务（除新闻、教育、医疗保健、医疗器械以外的内容）（电信与信息服务业务经营许可证有效期至 2017 年 6 月 18 日） 一般经营项目：技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；计算机系统集成；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（演出除外）
住所：	北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 1267 室
邮政编码：	100191
电话：	010-6230 9066
传真：	010-6230 9066-5555
互联网网址：	www.baofeng.com
电子信箱：	IR@baofeng.com
负责信息披露和投资者关系的部门：	证券部
部门负责人：	王刚
电话：	010-8260 0330

二、公司改制重组情况

（一）设立方式

北京暴风科技股份有限公司（“暴风科技”或“股份公司”）系由北京暴风网际科技有限公司（“暴风网际”或“暴风有限”）整体变更设立。

1、暴风网际的设立情况

暴风网际系于2007年1月18日由冯鑫、韦婵媛两名自然人共同出资设立的有限责任公司。2007年1月10日，冯鑫、韦婵媛签署了《北京暴风网际科技有限公司章程》。2007年1月10日，北京中润恒方会计师事务所有限责任公司出具了编号为“（2006）中润验字M-1-0046号”的《验资报告》，根据该《验资报告》，截至2007年1月10日，暴风网际的注册资本为150万元已全部缴纳，其中冯鑫以货币50万元出资，韦婵媛以货币100万元出资。大华会计师事务所2012年3月12日出具了编号为“大华核字[2012]1936号”的《关于北京暴风科技股份有限公司首次出资及历次增资验资复核报告》，对上述出资进行了复核。2007年1月18日，暴风网际取得了北京市工商行政管理局海淀分局核发的《企业法人营业执照》（注册号：1101082286988）。

2、暴风科技变更设立情况

2011年11月30日，暴风网际全体股东做出批准暴风网际整体变更为股份有限公司的决议。同日，暴风网际全体股东作为股份公司发起人签署了《北京暴风科技股份有限公司发起人协议》，同意以2011年8月31日为基准日经天健正信会计师事务所有限公司出具的《北京暴风网际科技有限公司截至2011年8月31日止及前二个年度财务报表的审计报告》（天健正信审（2011）NZ字第011336号）审计的净资产人民币13,643.98338万元按照1.516:1的比例折合为股份公司9,000万股（每股1元）设立股份公司，其中9,000万元作为股份公司的注册资本，其余部分作为股份公司的资本公积。

2011年12月1日，暴风科技召开了股份公司的创立大会，并于同日签署了股份公司章程。2011年12月5日，暴风科技获得了北京市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》（注册号：110108002869885），至此，股份公司正式设

立。

根据发行人实际控制人冯鑫的说明，其未就暴风网际整体变更为股份有限公司事宜缴纳过个人所得税。根据发行人实际控制人的承诺，如经有关机关要求需要进行个人所得税申报及缴纳，其将按照相关税务机关的要求自行申报和足额缴纳；如有关税务机关要求股份公司应就前述个人所得税事宜履行代扣代缴义务，则其将按照有关法律及税务机关的要求，积极配合股份公司履行相应的代扣代缴义务。根据相关自然人股东出具的承诺，如因税务机关或其他相关部门追缴上述税款或由于暴风网际及/或暴风科技未按照有关法律或税务机关的要求履行代扣代缴义务而承担责任或遭受罚款、滞纳金等任何损失的，由承担上述个人所得税事项的全体自然人股东按各自在股份公司的持股比例承担该等损失，暴风网际及/或暴风科技无需承担任何由于其未履行代扣代缴上述个人所得税的义务而产生的任何支出。

根据上述安排，保荐机构及发行人律师认为，发行人实际控制人未缴纳暴风网际整体变更为股份有限公司时可能涉及的个人所得税的情形不构成本次发行人发行上市实质性障碍。

（二）发起人

暴风科技系由 27 位发起人共同发起设立，具体情况如下：

序号	发起人	持股数额（股）	股比
1	冯鑫	25,556,490	28.40%
2	北京和谐成长投资中心（有限合伙）	9,800,010	10.89%
3	青岛金石暴风投资咨询有限公司	5,219,190	5.80%
4	天津伍通股权投资基金合伙企业（有限合伙）	4,175,370	4.64%
5	华为投资控股有限公司	3,496,860	3.89%
6	蔡文胜	3,356,820	3.73%
7	江伟强	3,356,730	3.73%
8	华控成长（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	3,269,610	3.63%
9	北京市丽泰恒丰投资中心（有限合伙）	3,131,550	3.48%
10	杭州沧浪股权投资合伙企业（有限合伙）	2,951,730	3.28%

序号	发起人	持股数额（股）	股比
11	北京瑞丰利永投资咨询中心（有限合伙）	2,813,220	3.13%
12	北京融辉似锦投资咨询中心（有限合伙）	2,572,920	2.86%
13	唐献	2,269,260	2.52%
14	苏州国润创业投资发展有限公司	2,087,640	2.32%
15	林章利	2,087,640	2.32%
16	蔡少红	2,087,640	2.32%
17	刘畅宇	2,087,640	2.32%
18	韦婵媛	1,444,050	1.60%
19	曲静渊	1,237,770	1.38%
20	北京众翔宏泰投资咨询中心（有限合伙）	1,145,070	1.27%
21	江阴海澜创业投资有限公司	1,043,820	1.16%
22	郑育龙	1,043,820	1.16%
23	方唯	1,024,470	1.14%
24	曹浩强	879,930	0.98%
25	杨立东	687,690	0.76%
26	深圳市信诺南海投资企业（有限合伙）	622,890	0.69%
27	王刚	550,170	0.61%
	合计	**90,000,000**	**100.00%**

三、公司重大资产重组情况

本公司自设立以来，未发生过重大资产重组情况，但存在如下转让相关游戏业务的重要资产处置情况。

为集中发展主营业务，暴风网际于 2011 年 5 月 30 日与无关联关系的第三方北京第三纪信息技术公司（“第三纪”）签署了《业务转让协议》，将暴风网际游戏业务相关的全部运营资产转让给第三纪，并就该等游戏业务转让事宜与相关游戏合作方签署了三方协议以转让暴风网际在相关游戏合作运营协议项下的相关权利义务。

根据上述《业务转让协议》，暴风网际将自身运营的游戏业务和运营技术平台，包括但不限于暴风游戏平台下的网络游戏运营权、暴风游戏的现有会员账号

以及暴风游戏运营收益权和暴风游戏运营技术平台及所有技术文档和代码转让给第三纪，转让价款为 3,582,196.67 元，其中包含游戏平台运营所使用的服务器转让价款 82,196.67 元，计入营业外收支；3,500,000 元计入其他业务收入。该等业务转让所涉及的的游戏包括凡人修真、明朝时代、武林英雄等二十余款游戏。

根据 2011 年 8 月 2 日暴风网际与第三纪签署的《<业务转让协议>补充协议 1——交割确认函》，双方确认截止 2011 年 8 月 1 日，原《业务转让协议》项下的转让已全部完成。根据 2011 年 8 月 10 日暴风网际与第三纪签署的《<业务转让协议>补充协议 2——游戏平台用户余额确认函》，双方确认截止 2011 年 5 月 31 日，原暴风网际游戏系统中未消费的用户余额为人民币 24,926.65 元，且暴风网际已向第三纪的指定账户支付了上述款项，由第三纪为相应用户提供服务并承担由此产生的一切法律后果。发行人已收到上述转让价款。

保荐机构认为：暴风网际向第三方北京第三纪信息技术公司转让其游戏业务已经完成且已经双方签署的确认函确认，不存在潜在债务或纠纷。

四、公司搭建境外 VIE 结构及终止过程

（一）发行人红筹架构搭建及解除具体过程表

序号	时间	事件	操作过程	背景情况说明
1	2005 年 8 月 5 日	酷热科技设立	注册资本 50 万元，各股东出资金额及持股比例如下： 冯鑫出资 25.5 万元，持股 51%； 韦婵媛出资 5.5 万元，持股 11%； 黄丹华出资 10 万元，持股 20%； 任锋出资 9 万元，持股 18%	以冯鑫为首的创业团队决定以桌面视频软件为创业方向，设立酷热科技作为桌面视频软件的开发主体，并于 2006 年研发并向市场推出酷热影音

序号	时间	事件	操作过程	背景情况说明
2	2006年1月16日	酷热科技股权转让、增资	1、股权转让 冯鑫向王宝珊转让3.565万元出资；韦婵媛向王宝珊转让1.81万元出资；黄丹华向王宝珊转让3.625万元出资；黄丹华向刘大凤转让3.3万元出资；任锋向刘大凤转让2.03万元出资； 2、增资100万元，各股东增资额如下： 冯鑫增资43.87万元；黄丹华增资6.15万元；任锋增资13.94万元；韦婵媛增资7.38万元；刘大凤增资10.66万元；王宝珊增资18.00万元； 3、上述股权转让及增资完成后，酷热科技注册资本为150万元，各股东持股比例如下： 冯鑫持股43.87%，黄丹华持股6.15%，任锋持股13.94%，韦婵媛持股7.38%，刘大凤持股10.66%，王宝珊持股18.00%	1、王宝珊（系蔡文胜之妻）作为天使投资人对酷热科技进行投资 2、各方股东就股权结构达成协议并作出相应的调整
3	2006年5月15日	酷热科技股东在境外设立Kuree	股份总额为7,800股，每股1美元，各股东持股数额及比例如下： 冯鑫持3,422股，占43.87%；韦婵媛持576股，占7.38%；任锋持1,087股，占13.94%；刘大凤持831股，占10.66%；黄丹华持480股，占6.15%；王宝珊持1,404股，占18.00%。	创业团队出于融资的目的，拟引入美元私募基金作为投资人。由于互联网视频行业对于外资的限制，海外投资人无法直接以股权的形式实现投资，因此参照行业内IT企业的普遍做法，设立Kuree作为境外融资平台，其股权比例的设置与境内的酷热科技保持一致
4	2006年7月3日	Kuree在境内设立外商独资企业互软科技（即WFOE）	注册资本100万美元，由Kuree全资控股	1、设立互软科技作为VIE控制结构的境内平台 2、2006年10月16日，100万美元的出资到位

序号	时间	事件	操作过程	背景情况说明
5	2006年8月11日	Kuree 拆股及A1轮融资	1、拆股至24,375,000股（每股由1美元调整为0.00032美元） 各股东持股比例不变； 2、向IDG增发A1轮优先股6,875,001股，每股0.21818美元，对价为150万美元； 3、上述拆股及增发完成后，各股东持股数额及比例如下： 冯鑫持10,693,750股，占34.22%；韦婵媛持1,800,000股，占5.76%；任锋持3,396,875股，占10.87%；刘大凤持2,596,875股，占8.31%；黄丹华持1,500,000股，占4.80%；王宝珊持4,387,500股，占14.04%；IDG持6,875,001股，占22.00%	1、境外引入IDG作为投资人 2、IDG入股对价基于其对Kuree的合理估值及双方协商确定 3、作为A轮融资交割前提，Kuree、互软科技分别与酷热科技及其股东签署VIE协议
6	2006年9月1日	Kuree 取得暴风影音相关知识产权	Kuree从Longlink Capital Ltd.购买暴风影音相关知识产权，购买后交由酷热科技使用	1、暴风影音相关知识产权原为周胜军个人持有，为当时市场占有率领先的桌面视频播放软件 2、酷热影音经过一段时间的开发、推广和运营，已拥有一定的技术积累及用户基础；为了扩大业务规模、提升市场占有率，利用暴风影音已取得的市场占有率及品牌优势，因此在Kuree收购以后，由酷热科技使用暴风影音相关知识产权

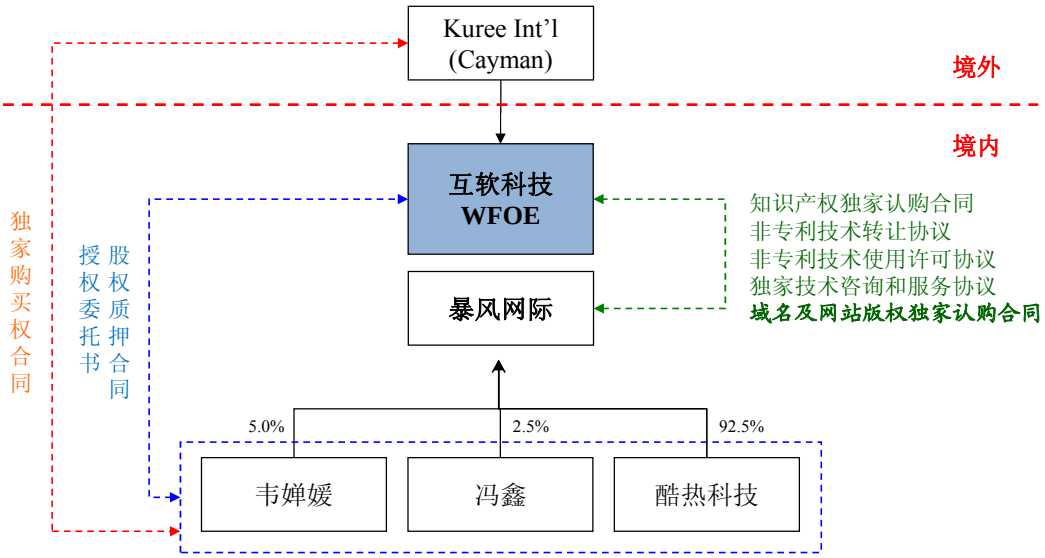
序号	时间	事件	操作过程	背景情况说明
7	2006 年 12 月 20 日	Kuree 第一次回购、第一次增发普通股及 A2 轮融资	1、向 IDG 增发 A2 轮优先股 3,448,529 股，每股 0.43497 美元，对价为 150 万美元 2、回购普通股 3,900,000 股（王宝珊 243,750 股；任锋 731,250 股；韦婵媛 487,500 股；刘大凤 1,462,500 股；黄丹华 975,000 股） 3、向冯鑫、王宝珊分别增发普通股 975,000 股、487,500 股 4、上述回购及增发完成后，各股东持股数额及比例如下： 冯鑫持 11,668,750 股，占 36.1698%；王宝珊持 4,631,250 股，占 14.3556%；任锋持 2,665,625 股，占 8.2627%；韦婵媛持 1,312,500 股，占 4.0684%；刘大凤持 1,134,375 股，占 3.5162%；黄丹华持 525,000 股，占 1.6274%；IDG 持 10,323,530 股，占 32%	1、IDG 增资，Kuree 原股东相应进行股权结构调整 2、IDG 入股对价基于其对 Kuree 的合理估值及各方协商确定
8	2007 年 1 月 18 日	暴风网际设立	注册资本为 150 万元，各股东出资金额及比例如下： 冯鑫出资 50 万，占 33.33%；韦婵媛出资 100 万，占 66.67%	Kuree 收购暴风影音相关知识产权后，创业团队决定将酷热科技原有的技术积累和“暴风影音”品牌相结合，以暴风网际作为运营主体，使“暴风影音”软件开始进入公司化运营阶段
9	2007 年 4 月 16 日	Kuree 第二次回购普通股	1、回购刘大凤和黄丹华 1,134,375 股及 525,000 股普通股 2、上述回购完成后，各股东持股数额及比例如下： 冯鑫持 11,668,750 股，占 38.1311%；王宝珊持 4,631,250 股，占 15.1340%；任锋持 2,665,625 股，占 8.7107%；韦婵媛持 1,312,500 股，占 4.2890%；IDG 持 10,323,530 股，占 33.7352%	刘大凤、黄丹华退出，不再参与公司经营

序号	时间	事件	操作过程	背景情况说明
10	2007年5月8日	酷热科技股权结构调整	此次股权结构调整完成后，各股东出资及持股比例为： 任锋出资15.8848万元，占8.26%；韦婵媛出资7.8271万元，占4.07%；张震出资61.5392万元，占32%；方唯出资4.8078万元，占2.50%；冯鑫出资74.6548万元，占38.82%；王宝珊出资27.5963万元，占14.35%	1、刘大凤、黄丹华在境外退出后，在境内也退出 2、给予新加入创业团队的方唯部分股份
11	2007年7月18日	Kuree第一次转让普通股、第二次增发普通股	1、冯鑫向Keli转让11,668,750股；王宝珊向Baolink转让4,631,250股；任锋、韦婵媛分别向Trippo转让2,665,625股及1,312,500股普通股 2、向Trippo增发806,526股普通股 3、上述转让及增发完成后，各股东持股数额及比例如下： Keli持11,668,750股，占37.1519%；Trippo持4,784,651股，占15.2338%；Baolink持4,631,250股，占14.7454%；IDG持10,323,530股，占32.8689%	1、由个人直接持股转变为通过个人持股平台持股；Keli系冯鑫个人持股公司；Baolink系王宝珊个人持股公司；Trippo系员工持股公司 2、截至此次转让完毕，Trippo股东包含任锋、韦婵媛及方唯 3、向Trippo增发的目的系实现新加入创业团队的方唯在Kuree的权益
12	2007年7月26日	Kuree B轮融资	1、向IDG增发B轮优先股5,643,990股，每股0.8859美元，对价为500万美元 2、上述增发完成后，各股东持股数额及比例如下： Keli持11,668,750股，占31.4928%；Trippo持4,784,651股，占12.9133%；Baolink持4,631,250股，占12.4993%；IDG持15,967,520股，占43.0947%	1、鉴于暴风网际系境内新设立实体，且为境内唯一继续运营的实体，A轮VIE协议架构中未将其纳入，作为B轮融资交割前提，Kuree、互软科技与暴风网际及其股东签署VIE协议 2、IDG入股对价基于其对Kuree的合理估值及各方协商确定
13	2008年6月6日	暴风网际增资	1、注册资本增加至2,000万元，新增的1,850万元全部由酷热科技出资 2、上述增资完成后，各股东出资额及比例如下： 冯鑫出资50万，占2.5%；韦婵媛出资100万，占5%；酷热科技出资1,850万，占92.5%	暴风网际股东变更为冯鑫、韦婵媛、酷热科技

序号	时间	事件	操作过程	背景情况说明
14	2008年6月15日	Kuree 第三次增发普通股	1、向 Keli、Trippo 分别增发3,682,877 股、4,216,352 股 2、上述增发完成后，各股东持股数额及比例如下： Keli 持 15,351,627 股，占34.1516%；Trippo 持 9,001,003 股，占 20.0239%；Baolink 持4,631,250 股，占 10.3028%；IDG 持 15,967,520 股，占 35.5217%	此次增发目的系对管理层股权激励，让更多公司员工成为Trippo 股东（实际操作上通过Trippo 先对被激励员工增发，Kuree 再向 Trippo 增发相应股份来实现）
15	2008年 11月 18日	Kuree B+轮融资	1、向 IDG、Matrix 增发 B+轮优先股 1,311,783 股及 2,623,565 股，每股 1.5246 美元，对价为 600 万美元 2、上述增发完成后，各股东持股数额及比例如下： Keli 持 15,351,627 股，占31.4024%；Trippo 持 9,001,003 股，占 18.4119%；Baolink 持4,631,250，占 9.4734%；IDG 持17,279,303 股，占 35.3456%；Matrix 持 2,623,565 股，占5.3666%	1、作为 B+轮融资交割前提，Kuree、互软科技分别与酷热科技、暴风网际及其各自股东修订及补充签署 VIE 协议 2、由于暴风网际股东发生变化，因此修订及补充签订 VIE 协议以反映当时的最新状况 3、IDG 及 Matrix 入股对价基于其对 Kuree 的合理估值及各方协商确定
16	2009年3月31日	Kuree 第三次回购普通股	回购 Trippo 普通股 902,795 股	1、三名员工离职，收回其持有的未满足服务期条件的902,795 股限制性股份 2、Kuree 通过 Trippo 向公司员工发行的股份有服务期限制，员工离职时，其所持有的未满服务期的股份需被收回 3、包含本次的下列四次 Kuree 回购均涉及该类股份收回
17	2009年 11月 19日、2010年1月5日	Kuree 第四次回购普通股、第四次增发普通股	回购 Trippo 2,665,625 股普通股向 Keli 增发 769,383 股普通股	1、任锋离职，其持有 1,777,083 股已满足服务期条件的股份，其中由冯鑫通过 Keli 受让769,383 股（实际操作上 Kuree 通过 Trippo 先回购任锋股份，再对 Keli 增发相应股份来实现），由 Trippo 回购 1,007,700 股 2、收回任锋持有的 888,542 股未满足服务期条件的限制性股份

序号	时间	事件	操作过程	背景情况说明
18	2009年12月28日	Kuree 第五次回购普通股	回购 Trippo 294,995 股普通股	两名员工离职，收回其所持有的 294,995 股未满足服务期条件的限制性股份
19	2010年1月6日	Kuree 第二次转让普通股	1、Keli 向 Matrix 转让 769,383 股普通股，对价为 610,805.47 美元。 2、上述股权转让完成后，各股东持股数额及比例如下： Keli 持 15,351,627 股，占 33.5241%；Trippo 持 5,137,628 股，占 11.2193%；Baolink 持 4,631,250 股，占 10.1135%；IDG 持 17,279,303 股，占 37.7337%；Matrix 持 3,392,948 股，占 7.4094%	Matrix 增加持股
20	2010年6月30日	Kuree 第六次回购普通股、第五次增发普通股、第三次转让普通股	1、回购 Trippo 26,667 股普通股 2、向周曼、汤碧、金鹏、夏济、王志鹏增发 70,000 股普通股 3、周曼、汤碧、金鹏、夏济、王志鹏将新增发的 70,000 股普通股转给 Trippo	1、1 名员工离职，收回其所持有的 26,667 股未满足服务期条件的限制性股份 2、周曼、汤碧、金鹏、夏济、王志鹏期权行权 3、Trippo 同时向周曼、汤碧、金鹏、夏济、王志鹏增发 70,000 股普通股 4、本次转让的原因系使公司员工均在 Trippo 层面持股
21	2010年12月2日	酷热科技股权转让	1、张震向蔡文胜转让 39.8331 万元出资；王宝珊向蔡文胜转让 4.7444 万元出资；韦婵媛向冯鑫转让 7.8271 万元出资；方唯向冯鑫转让 4.8078 万元出资；王宝珊向冯鑫转让 22.8519 万元出资；张震向冯鑫转让 21.7061 万元出资 2、上述股权转让完成后，各股东出资额及比例如下： 冯鑫出资 147.7325 万元，占 76.82%；蔡文胜出资 44.5775 万元，占 23.18%	1、准备拆除 VIE 结构，调整酷热科技股权结构 2、酷热科技股东变更为冯鑫、蔡文胜

序号	时间	事件	操作过程	背景情况说明
22	2010年12月15日	签署重组协议及2011年8月31日重组协议之补充协议	Kuree、互软科技，暴风网际、酷热科技及其各自股东，IDG、Matrix与和谐成长、金石投资等新投资者关于暴风网际作出如下安排： 1、和谐成长、金石投资等新投资人向 Kuree 购买互软科技全部股权 2、各方就历史债权债务关系，进行梳理确认和清偿 3、Kuree 在境外向 IDG 及 Matrix 回购其所有股份 4、参照历史上的权益持有情况以及各方就新投资人持股所达成的一致意见，调整暴风网际的股权结构 5、各方签署的 VIE 协议均终止	
23	2010年12月15日	签署终止协议书	Kuree、互软科技与暴风网际、酷热科技及其各自股东终止相关的全部 VIE 协议	历史上签署的所有 VIE 协议全部终止
24	2011年1月17日	互软科技股权转内资、股权转让	Kuree 将全部互软科技股权转让给金石投资及和谐成长，对价为人民币 279,947,559.94 元	Kuree 在互软科技股东层面退出
25	2011年7月14日	Kuree 回购 IDG 及 Matrix 持有的全部股份	1、回购 IDG、Matrix 持有的所有 Kuree 股份,对价为 41,483,120.52 美元 2、上述回购完成后，各股东持股数额及比例如下： Keli 持 15,351,627 股，占 61.0067%；Trippo 持 5,180,961 股，占 20.5889%；Baolink 持 4,631,250 股，占 18.4044%	IDG、Matrix 退出 Kuree
26	截至2012年5月10日	VIE 架构下相关公司注销	酷热科技、互软科技、Kuree、Keli 及 Trippo 均已注销完毕	VIE 结构已完全解除



（二）海外投资者 IDG 和 Matrix 的基本情况

1、IDG 的基本情况

IDG 包括 IDG-Accel China Growth Fund L.P.（“主基金”）、IDG-Accel China Growth Fund-A L.P.（“平行基金”）和 IDG-Accel China Investors L.P.（“副基金”）三家注册在开曼群岛的有限合伙企业。

主基金和平行基金的普通合伙人均为 IDG-Accel China Growth Fund Associates L.P.（“直接普通合伙人”）。两支基金的投资者主要由专业人士管理的大型金融机构组成，其中包括诸如投资银行和基金中的基金、非营机构、养老基金和其它退休基金等。直接普通合伙人亦为开曼群岛有限合伙企业，由其普通合伙人 IDG-Accel China Growth Fund GP Associates Ltd.（“最终普通合伙人”）控制。Chi Sing Ho 先生（加拿大国籍）和 Quan Zhou 先生（美国国籍）为最终普通合伙人的董事。

副基金的普通合伙人为 IDG Accel China Investors Associates Ltd.（“副基金普通合伙人”），有限合伙人主要为与 IDG-Accel 基金管理有关的人士。Chi Sing Ho 先生（加拿大国籍）和 Quan Zhou 先生（美国国籍）为副基金普通合伙人的董事。

2、Matrix 的基本情况

根据 Matrix 于 2012 年 6 月出具的说明，Matrix 包括 Matrix Partners China I,L.P. 和 Matrix Partners China I-A,L.P.两家注册在开曼群岛的有限合伙企业。

Matrix Partners China I,L.P.于 2007 年 12 月 31 日成立，Matrix Partners China

I-A,L.P.于 2008 年 6 月 12 日成立。两支基金的普通合伙人均为 Matrix China Management I, L.P.，投资者包括专业人士管理的投资基金、金融机构和外籍个人等。Matrix China Management I, L.P.亦是开曼群岛注册的有限合伙企业，其普通合伙人为 Matrix China I GP GP Ltd.。Matrix China I GP GP Ltd.是开曼群岛注册的有限公司，由其董事管理及执行具体事务，其现任董事为邵亦波（中国国籍）、David Ying Zhang（美国国籍）、Timothy A. Barrows（美国国籍）和 David Su（新加坡国籍）。

上述海外投资者的入股、股权转让及股权回购操作过程中不存在股份代持或其他利益安排。IDG 及 Matrix 已出具承诺函，承诺不存在其委托其他方持有或被其他方委托持有、信托持有 Kuree 股份的情况，也不存在其他类似利益安排。

（三）协议控制的具体安排及相关协议的履行情况

发行人历史上 VIE 结构下签署相关协议的具体情况如下，除《非专利技术转让协议》及《非专利技术使用许可协议》部分履行外，其余协议均未实际执行。具体情况如下：

协议名称	签署时间	签署主体	主要内容	履行情况
《独家技术咨询和服务协议》	2007 年 7 月 26 日	互软科技、暴风网际	互软科技向暴风网际提供技术咨询和服务，并按季度向暴风网际收取不低于人民币 30,000 元的咨询服务费。	前述协议自签署至终止期间，互软科技从未向暴风网际提供任何技术咨询服务，暴风网际也从未向互软科技支付过任何咨询服务费。
《股权质押合同》	2007 年 7 月 26 日	互软科技与暴风网际届时股东冯鑫、韦婵媛	为了保证互软科技能够依据《独家技术咨询和服务协议》从暴风网际正常收取咨询服务费，暴风网际届时的股东以其在暴风网际持有的全部股权为《独家技术咨询和服务协议》项下的咨询服务费提供质押担保。	根据《物权法》的相关规定，有限公司股权质押在工商部门办理出质登记时设立。前述合同自签署至终止期间，前述股权质押事项并未按合同约定在暴风网际的股东名册上记载相应股权出质事项，亦未在工商行政管理部门办理质押登记，互软科技亦从未主张拥有或行使该等质权。
	2008 年 11 月 14 日（签署同时终止前次《股权质押合同》）	互软科技与暴风网际届时股东冯鑫、韦婵媛、酷热科技		

协议名称	签署时间	签署主体	主要内容	履行情况
《独家购买权合同》	2007 年 7 月 26 日	Kuree 与暴风网际及暴风网际届时股东冯鑫、韦婵媛	Kuree 或其指定人有权随时向暴风网际届时股东购买其持有的暴风网际全部或部分股权，除 Kuree 和其指定人外，任何其他第三人均不得享有股权购买权。	根据暴风有限的工商登记材料，前述合同自签署至终止期间，暴风网际前述股东从未将其持有的暴风网际股权转让给 Kuree，亦不存在 Kuree 或其指定人员购买暴风网际股权的情况，在上述期间暴风网际修改公司章程、对外签署合同等事项过程中，Kuree 或互软科技从未就此要求暴风网际事前取得其书面同意，亦未在事后提出异议。
	2008 年 11 月 14 日（签署同时终止前次《独家购买权合同》）	Kuree 与暴风网际及暴风网际届时股东冯鑫、韦婵媛、酷热科技		
《非专利技术转让协议》及《非专利技术使用许可协议》	2007 年 7 月 26 日	互软科技、暴风网际	暴风网际将 5 项非专利技术以人民币 10,000 元的价格转让给互软科技，互软科技再将上述 5 项非专利技术许可暴风网际使用，暴风网际每年向互软科技支付许可使用费人民币 10,000 元。	前述协议签署后，暴风网际即按前述协议的要求将该等非专利技术转让至互软科技，但并未收取相应转让对价，互软科技亦后续许可暴风网际使用该等非专利技术，也未收取相应许可对价。 2010 年 12 月，随着协议控制架构的解除，互软科技又将该等非专利技术无偿转回至暴风网际并相应终止双方之间的许可关系。
	2008 年 11 月 14 日		暴风网际将 7 项非专利技术以人民币 10,000 元的价格转让给互软科技，互软科技再将上述 7 项非专利技术许可暴风网际使用，暴风网际每年向互软科技支付许可使用费人民币 10,000 元。	
《域名及网站版权独家认购合同》	2007 年 7 月 26 日	互软科技、暴风网际	互软科技对暴风网际持有的域名与网站版权拥有独家购买权，并且互软科技有权以 4000 元人民币的价格或者上述域名与网站版权转让时中国法律允许的最低价格，随时从暴风网际购买其持有的上述域名与网站版权。	前述协议自签署以来直至终止，互软科技未按照合同约定从暴风网际购买前述标的知识产权，亦未向暴风网际支付前述知识产权转让费。

协议名称	签署时间	签署主体	主要内容	履行情况
《知识产权独家认购合同》	2008 年 11 月 14 日		互软科技对暴风网际持有的标的知识产权拥有独家购买权，并且互软科技有权以 1000 元人民币每个知识产权的价格或者上述标的知识产权转让时中国法律允许的最低价格，随时从暴风网际购买其持有的上述知识产权。	
《授权委托书》	2007 年 7 月 26 日	暴风网际股东冯鑫、韦婵媛	为了保障以上控制协议的实施不存在障碍，暴风网际届时股东不可撤销地将其在暴风网际的全部股东权利授予互软科技行使。	根据暴风网际的股东会会议记录等文件，前述授权委托书自签署至终止期间，互软科技从未代理暴风网际股东行使其在暴风网际的股东权利，包括表决权、参加股东会并签署股东会决议以及选举或任命公司董事人员等。
	2008 年 11 月 14 日（签署同时终止前次《授权委托书》）	暴风网际股东冯鑫、韦婵媛、酷热科技		

（四）互软科技成立以来的股权演变情况及业务经营情况

1、互软科技自设立以来的股权变动情况

（1）2006 年 7 月 3 日，北京市工商局向互软科技颁发了其设立时的《企业法人营业执照》（注册号：企独京总字第 029227 号）。根据北京市人民政府颁发的《台港澳侨投资企业批准证书》（批准号：商外资京资字[2006]17177 号）和 Kuree 签署的公司章程，互软科技设立时投资总额和注册资本均为 100 万美元，Kuree 为互软科技的唯一股东。

（2）2007 年 9 月 10 日，互软科技的全体董事签署了董事会决议，一致同意增加投资总额至 540 万美元，增加注册资本至 320 万美元。Kuree 为互软科技的唯一股东。2007 年 10 月，北京市人民政府颁发了变更后的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。2007 年 12 月 3 日，北京市工商局换发了变更后的《企业法人营业执照》（注册号变更为：110000410292270）。

（3）2008 年 5 月 13 日，互软科技的全体董事签署了董事会决议，一致同意增加投资总额至 740 万美元，增加注册资本至 420 万美元。Kuree 为互软科技的唯一股东。2008 年 7 月 28 日，北京市人民政府颁发了变更后的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。2008 年 9 月 24 日，北京市工商局换发了变更后的《企业法人营业执照》。

（4）2008 年 12 月 18 日，互软科技的全体董事签署了董事会决议，一致同意增加投资总额至 1,340 万美元，增加注册资本至 720 万美元。Kuree 为互软科技的唯一股东。2008 年 12 月 25 日，北京市人民政府颁发了变更后的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。2009 年 2 月 13 日，北京市工商局换发了变更后的《企业法人营业执照》。

（5）2010 年 12 月 15 日，互软科技的全体董事签署了董事会决议，一致同意公司由外商独资企业变更为内资企业、Kuree 向金石投资和和谐成长转让互软科技的股权。同日，互软科技股东金石投资、和谐成长签署了股东会决议，一致同意将公司注册资本 720 万美元变更为 5,157.036 万元人民币，其中金石投资出资 3,915.701336 万元，持股比例为 75.9293%；和谐成长出资 1,241.334664 万元，持股比例为 24.0707%。2011 年 1 月 10 日，北京市海淀区商务委员会出具了《关于北京互软科技有限公司转为内资企业的批复》（海商审字[2011]12 号），同意互软科技由外商独资企业变更为内资企业。2011 年 1 月 17 日，北京市工商局换发了变更后的《企业法人营业执照》。

（6）2011 年 4 月 29 日，互软科技的全体股东签署了股东会决议，一致同意减少注册资本至 10 万元，减资后金石投资出资 7.59293 万元，持股比例为 75.9293%；和谐成长出资 2.40707 万元，持股比例为 24.0707%。2011 年 5 月 5 日，北京市工商局换发了变更后的《企业法人营业执照》。

（7）2011 年 7 月 13 日，互软科技的全体股东金石投资、和谐成长签署了股东会决议，一致同意增加新股东天津伍通、深圳市华为投资控股有限公司、江阴海澜、丽泰恒丰、苏州国润、杭州沧浪、林章利、郑育龙、蔡少红、刘畅宇。2011 年 8 月 1 日，互软科技的全体股东金石投资、和谐成长、天津伍通、华为投资、江阴海澜、丽泰恒丰、苏州国润、杭州沧浪、林章利、郑育龙、蔡少红、刘畅宇签署了股东会决议，一致同意互软科技的股权结构变更如下：

序号	股东名称	出资金额（元）	持股比例
1	和谐成长	24,070.70	24.0707%
2	金石投资	13,473.31	13.4733%
3	天津伍通	10,778.61	10.7786%
4	深圳华为	9,027.08	9.0271%
5	江阴海澜	2,694.65	2.6947%
6	丽泰恒丰	8,083.95	8.0840%
7	苏州国润	5,389.30	5.3893%
8	杭州沧浪	7,619.85	7.6199%
9	林章利	5,389.30	5.3893%
10	郑育龙	2,694.65	2.6947%
11	蔡少红	5,389.30	5.3893%
12	刘畅宇	5,389.30	5.3893%
	合计	**100,000.00**	**100%**

2011 年 8 月 30 日，北京市工商局换发了变更后的《企业法人营业执照》。

（8）2011 年 9 月 28 日，互软科技的全体股东签署了股东会决议，一致同意注销互软科技。2012 年 2 月 3 日，互软科技取得了地税部门的注销证明；2012 年 4 月 27 日，互软科技取得了国税部门的注销证明；2012 年 5 月 9 日，互软科技取得了工商部门的注销证明。至此，互软科技注销完毕。

2、互软科技成立以来的业务开展情况及与酷热科技与暴风网际之间在主营业务方面之间的关系

互软科技为旨在搭建协议控制关系而设立的外商独资企业，自设立以来无实际经营业务，并已于 2012 年 5 月 9 日注销完毕。

酷热科技为创业团队开发视频播放业务的初始创业平台，于 2005 年 8 月 5 日设立，主营业务为软件开发及推广，2006 年独立开发并推出“酷热影音”，经过一段时间的开发、推广和运营，形成一定的技术积累及用户基础。Kuree 于 2006 年 9 月 1 日取得暴风影音相关知识产权并转由酷热科技使用。

发行人创业团队于 2007 年 1 月 18 日设立了暴风网际，暴风网际设立后，鉴于暴风影音在当时拥有更好的市场知名度和用户基础，创业团队决定充分结合酷热影音和暴风影音的各自优势，并集中以暴风网际为运营主体进行相关视频播放

技术的研发及推广业务，酷热科技则逐渐停止研发和运营活动，并向酷热科技收购暴风影音相关知识产权。截至目前酷热科技原有的与发行人业务相关的资产已全部转移至暴风网际继续运营。2012 年 5 月 10 日，酷热科技注销完毕。

由于“暴风影音”品牌在当时享有更高的知名度，为市场占有率领先的桌面视频播放软件，创业团队为了扩大业务规模、提升市场占有率，利用暴风影音已取得的市场占有率及品牌优势，创业团队决定将酷热科技原有的技术积累和“暴风影音”品牌相结合，以暴风网际作为运营主体，使“暴风影音”软件开始进入公司化运营阶段，酷热科技原有的与发行人业务相关的资产全部转移至暴风网际继续运营，酷热科技随即停止研发和运营活动。

（五）海外投资者向境内提供资金支持的路径和形式

历史上 VIE 控制协议框架下，海外投资者认购境外融资平台 Kuree 的股份，并由 Kuree 通过向互软科技增资或提供借款的方式，最终向发行人提供资金支持，具体情况如下表所示：

时间	增资额（万美元）	借款额（万美元）
2006 年 9 月 28 日	100	-
2007 年 11 月 14 日	220	-
2008 年 9 月 16 日	100	-
2009 年 1 月 8 日	100	-
2009 年 4 月 30 日	200	-
2009 年 10 月 30 日	-	100
合计	**720**	**100**

上述增资及借款均已获得中关村科技园区海淀园管理委员会及国家外汇管理部门的批准。

（六）重组协议及其相关协议的主要内容

鉴于公司业务活动及客户基本均在境内，境内投资者（相比境外投资者）也更容易了解公司，公司在经过对境内外资本市场进行慎重考虑后，经与各相关主体协商一致，决定解除 VIE 结构，拟改在境内申请发行股票。2010 年 12 月，金石投资及和谐成长等 12 家投资者与 Kuree、互软科技、暴风有限及其股东签署

了《重组协议》并于 2011 年 8 月签署《重组协议之修改协议》，对协议控制架构的解除及暴风有限的股权结构的调整作了安排。

根据《重组协议》及其《重组协议之修改协议》的规定：（1）Kuree 将其所持有的互软科技 100%股权全部转让给金石投资及和谐成长等 12 家投资者，互软科技应最终逐步完成清算工作；（2）以解除协议控制架构为目的，各方根据历史的运营实际情况对暴风影音相关知识产权的情况做了如下确认：Kuree 取得暴风影音（stormcodec）各版本软件所有权及技术秘密，以及商标申请权（暴风影音第 9 类、第 24 类，影音风暴第 9 类）、域名 baofeng.com，stormcodec.com，以及网址为 www.baofeng.com，www.stormcodec.com 的网站及其数据库、业务等全部网站资产（以下合称“暴风知识产权”）后，立即转让给酷热科技，在暴风网际成立后进而由酷热科技转让给暴风网际，即自 2007 年起暴风知识产权为暴风网际所有，并一直由暴风网际占有和使用。自 2007 年暴风网际实际占用和使用暴风知识产权时起，暴风网际即承担了对该等暴风知识产权转让对价的应付义务；同时，酷热科技自从 Kuree 受让暴风知识产权时起即承担了对 Kuree 的应付义务：协议签署后暴风网际应向酷热科技支付暴风知识产权的转让对价 15,614,600 元人民币（“暴风软件转让对价”），酷热科技应向 Kuree 支付该等暴风知识产权的转让对价 15,614,600 元人民币；（3）互软科技、酷热科技、暴风传媒应按照暴风网际的要求，约定以法律允许的最低价格，将互软科技、酷热科技、暴风传媒持有的上述暴风知识产权以外的知识产权转让至暴风网际；（4）结合境外投资者的退出，参考 Kuree 在境外的持股情况引进新的境内投资者，并落实公司制定的员工持股计划，暴风有限应按照重组协议的规定进行后续的股权变更及增资事宜（具体请见“发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明”相关内容）；（5）Kuree、互软科技应与酷热科技、暴风有限等签署终止协议书，终止与暴风有限等之前的 VIE 控制协议；（6）Kuree、酷热科技、保兰德尔及暴风传媒应尽快完成注销。

根据上述重组协议及其修改协议所作出的安排，2010 年 12 月 15 日，互软科技、暴风有限及其股东签署了《终止协议书》，约定各方于 2007 年 7 月 26 日签署的《非专利技术使用许可协议》、《独家技术咨询和服务协议》、《域名及网站版权独家认购合同》以及各方于 2008 年 11 月 14 日签署的《非专利技术使用许

可协议》、《知识产权独家认购合同》、《独家购买权合同》、《股权质押合同》以及《授权委托书》所约定的权利义务终止。

根据该《终止协议书》，自该《终止协议书》签署之日起各方在 VIE 协议中的权利义务关系立即解除，各方之间不承担基于 VIE 协议产生的任何权利、义务和责任，各方自动放弃任何对另一方在 VIE 协议项下的追索权、求偿权（如有）。同时，各方确认，除上述 VIE 协议之外，各方之间不存在任何其他对暴风有限产生或可能产生控制关系的协议。若存在该类协议，各方自动放弃在该类协议下的任何权利义务。

（七）重组协议的签署方情况

2010 年 12 月由各方签署的《重组协议》（包括 2011 年 8 月各方签署的《重组协议修改协议》）涉及境外股权架构有关利益各方的主要权利义务及权利义务主体如下：

序号	权利义务内容	权利义务主体
1	互软科技股权转让	Kuree、金石投资、和谐成长等新投资者
2	知识产权占有使用情况的确认	Kuree、酷热科技、暴风网际
3	终止控制协议	互软科技、酷热科技（及其股东冯鑫、蔡文胜）、暴风网际（及其股东酷热科技、冯鑫、韦婵媛）、保兰德尔（及其股东冯鑫、韦婵媛、王宝珊、张震、方唯）、暴风传媒（及其股东李永强、韦婵媛）
4	境外股权回购及 Kuree 注销	Kuree、IDG 三只基金、Matrix 两只基金、Keli、Baolink、Trippo

上述各方权利义务主体中，除 Keli、Baolink、Trippo 外，已全部作为签署方签署了《重组协议》。

2010 年 12 月《重组协议》签署时，Kuree 的直接和间接股东（即境外股权架构涉及的利益主体）、其享有的境外权益内容及其是否签署《重组协议》的情况如下：

境外权益主体	享有权益内容	是否签署《重组协议》
曲静渊	Trippo 股东，间接持有 Kuree 股份	否
夏济		否
孔毅		否
李嘉冀		否

境外权益主体	享有权益内容	是否签署《重组协议》
唐献		否
林剑锋		否
王志鹏		否
陈庆明		否
刘金鑫		否
胡志农		否
宋婷		否
刘晓磊		否
周曼		否
汤碧		否
金鹏		否
韦婵媛		是
方唯		是
冯鑫	Trippo 股东、Keli 唯一股东，间接持有 Kuree 股份	是
王宝珊	Baolink 唯一股东，间接持有 Kuree 股份	是
Trippo	Kuree 股东	否
Keli	Kuree 股东	否
Baolink	Kuree 股东	否
IDG 三支基金	Kuree 股东	是
Matrix 两支基金	Kuree 股东	是

根据上述信息，Kuree 的直接股东中，IDG 的三支基金、Matrix 的两支基金、Baolink 的唯一股东王宝珊和 Keli 的唯一股东冯鑫均参与了《重组协议》的签署。此外，在签署《重组协议》时，韦婵媛和方唯一方面分别作为境内公司的股东参与了签署，另一方面也身兼 Trippo 的股东；冯鑫在签署《重组协议》时为 Trippo 的实际控制人。Trippo 的部分自然人股东虽然未参与《重组协议》的签署，但是根据《重组协议》的约定及境内员工股权持股计划的安排，其持有的权益在境内通过三家员工持股合伙企业得到落实。

经核查境内三家员工持股合伙企业的工商登记文件，未参与签署《重组协议》的 Trippo 股东均已入伙境内员工持股合伙企业。此外，根据前述自然人签署的境外限制性股权或期权终止协议书，上述自然人同意终止境外权益。目前境外相

关实体已注销完毕。此外，根据前述自然人入伙境内员工持股合伙企业时签署的《合伙协议》、《入伙协议》和《承诺书》，前述自然人对其在员工持股合伙企业中的财产份额作出了认可和同意，并承诺其对员工持股合伙企业其他合伙人的出资/认购价款、合伙权益比例无任何异议，不会因其他合伙人的出资/认购价款、合伙权益比例而与该等合伙人、员工持股合伙企业或发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员产生任何纠纷。据此，前述自然人对境内员工持股合伙企业的权益比例设置不存在异议。

保荐机构及发行人律师认为，2010 年 12 月签署的《重组协议》以及发行人在解除境外股权架构时作出的境内员工持股计划安排已涵盖了境外股权架构项下的相关利益各方，不存在损害其他投资者利益的情形，不存在潜在纠纷。

（八）重组协议签署时 Trippo、Keli、Baolink 的股东情况

《重组协议》签署时，Trippo 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数额（普通股）	持股比例
1	方唯	1,291,886	24.9353%
2	韦婵媛	1,312,500	25.3331%
3	孔毅	206,278	3.9815%
4	李嘉冀	133,333	2.5735%
5	唐献	485,360	9.3681%
6	林剑锋	161,787	3.1227%
7	曲静渊	388,288	7.4945%
8	陈庆明	83,333	1.6084%
9	刘金鑫	53,333	1.0294%
10	胡志农	80,000	1.5441%
11	宋婷	20,000	0.3860%
12	刘晓磊	50,000	0.9651%
13	冯鑫	844,863	16.3071%
14	周曼	9,000	0.1737%
15	汤碧	9,000	0.1737%
16	金鹏	24,000	0.4632%
17	夏济	20,000	0.3860%

18	王志鹏	8,000	0.1544%
	合计	**5,180,961**	**100%**

《重组协议》签署时，Keli 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数额（普通股）	持股比例
1	冯鑫	10,000	100%
	合计	**10,000**	**100%**

《重组协议》签署时，Baolink 的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数额（普通股）	持股比例
1	王宝珊	1	100%
	合计	**1**	**100%**

（九）VIE 结构搭建及解除过程中涉及的税收缴纳情况

根据红筹架构解除时签署的《重组协议》，2011 年 1 月 17 日，Kuree 将全部互软科技股权转让给金石投资及和谐成长，对价为人民币 279,947,559.94 元。根据《企业所得税法实施条例》第九十一条规定，Kuree 此次股权转让所得按 10%的税率征收企业所得税。根据《企业所得税法实施条例》第三十七条规定，该次操作涉及的企业所得税实行源泉扣缴，支付人为扣缴义务人。

Kuree 该次股权转让涉及的税收缴纳详细情况如下表：

和谐成长付款		**Kuree 收款**	
项目	**金额（万人民币）**	**项目**	**金额（万美元）**
重组协议约定金额	6,030.29	Kuree 第一次收款	674.44
转让注册资本	1,241.33	Kuree 第二次收款	171.31
扣税后购汇金额	5,550.85	Kuree 共计收款	845.75
扣税金额	479.44	平均汇率	6.56
金石付款		**Kuree 收款**	
项目	**金额（万人民币）**	**项目**	**金额（万美元）**
重组协议约定金额	21,964.47	Kuree 第一次收款	2,429.91
转让注册资本	3,915.70	Kuree 第二次收款	97.32
		Kuree 第三次收款	537.78
扣税后购汇金额	20,131.93	Kuree 共计收款	3,065.02

扣税金额	1,832.54	平均汇率	6.57
总计付款		**总计收款**	
项目	**金额（万人民币）**	**项目**	**金额（万美元）**
重组协议约定金额	27,994.76		
转让注册资本	5,157.04		
扣税后购汇金额	25,682.78	Kuree 共计收款	3,910.77
扣税金额	2,311.97	平均汇率	6.57
扣税金额=(合同总金额-转让注册资本)*税率			

注：Kuree 收款为扣除手续费后金额，Kuree 五笔收款共计扣除手续费 24.90 美元

Kuree 此次股权转让操作涉及的税收事项已缴纳。Kuree 收到的股权转让款与重组协议约定的转让价款一致，该笔转让及支付不存在潜在纠纷。

经核查发行人提供的国家外汇管理局北京外汇管理部出具的《外方股东向中国投资者转让股份所得购付汇核准》、Kuree 的银行收账单及海淀区、朝阳区国家税务局、地方税务局分别出具的《服务贸易、收益、经常转移和部分资本项目对外支付税务证明》，保荐机构及发行人律师认为，Kuree 此次股权转让涉及的税收事项已缴纳。Kuree 收到的股权转让款与《重组协议》约定的转让价款一致，该笔转让及支付不存在潜在纠纷。

（十）相关主体均不拥有与发行人业务相关的资产

发行人历史上 VIE 结构下的主体主要包括 Kuree、互软科技及酷热科技。设立 Kuree 及互软科技的主要目的为搭建境外融资平台及搭建 VIE 结构，该两家公司自设立至注销从未开展过实际经营；酷热科技为创业团队开发视频播放业务的初始创业平台，自发行人设立起即逐步停止经营，其原有的与发行人业务相关的资产已全部转移至发行人继续运营。

截至 2012 年 5 月 10 日，Kuree、互软科技及酷热科技均已注销完毕，不存在拥有与发行人业务相关资产的情形。

（十一）相关境内自然人的外汇登记情况

（1）2006 年 9 月 22 日，国家外汇管理局北京外汇管理部向冯鑫、韦婵媛、

任锋、王宝珊、刘大凤、黄丹华分别核发个字[2006]219B 号、个字[2006]222B 号、个字[2006]221B 号、个字[2006]225B 号、个字[2006]223B 号、个字[2006]224B 号的《境内居民个人境外投资外汇登记表》。

（2）2007 年 11 月 2 日，国家外汇管理局北京外汇管理部向冯鑫、韦婵媛、任锋、王宝珊、方唯分别核发个字[2006]219B2 号、个字[2006]222B2 号、个字[2006]221B2 号、个字[2006]220B2 号、个字[2007]567 号的《境内居民个人境外投资外汇登记表》。

（3）2010 年 12 月 16 日，国家外汇管理局北京外汇管理部向冯鑫、韦婵媛、任锋、王宝珊、方唯分别核发个字[2006]219B4 注号、个字[2006]222B4 注号、个字[2006]221B4 注号、个字[2006]220B4 注号、个字[2007]567B2 注号的《境内居民个人境外投资外汇登记表》。

上述境内居民未能就 Kuree 于 2008 年 11 月 18 日进行的 B+轮融资履行外汇登记手续。根据《境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2005]75 号）的规定，特殊目的公司发生融资变更事项的，应在融资资金首次到账后 30 个工作日内办理变更登记手续。但是，该等 75 号文以及 2008 年 11 月 B+轮融资时所适用的国家外管局综合司《关于印发<国家外汇管理局关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知>操作规程的通知》（汇综发[2007]106 号）均未对未能按时办理境外融资的变更登记手续应如何处理有明确的规定。

Kuree 的 B+轮融资额度为 600 万美元，其中 171.5 万美元用于偿还之前对于 IDG 的借款，实际募得资金 428.5 万美元。Kuree 将该 428.5 万美元中的 400 万美元的境外融资以增资 300 万美元并提供股东贷款 100 万美元的形式提供给子公司互软科技。互软科技于 2008 年 12 月增资 300 万美元，根据该次增资的验资报告（嘉禾验字[2009]001 号、嘉禾验字[2009]005 号），并经外管局北京外汇管理部询证回函（编号 1100002009000085、1100002009001142）确认，前述 300 万美元已分别于 2009 年 1 月及 2009 年 4 月注入互软科技的资本金账户。2009 年 9 月，Kuree 与互软科技签署借款协议，将上述 400 万美元 B+轮境外融资款中剩余的 100 万美元，以借款形式提供给互软科技；该等外汇借款已取得外管局北京外汇管理部“外债第 36673 号”外债登记证。

2010 年 12 月重组协议签署之后，随着 VIE 控制架构的解除，上述境内居民已依照相关法规向外汇管理部门办理了外汇注销登记手续。

基于上述情况，保荐机构及发行人律师认为，上述境内居民虽未就 Kuree 的 B+轮私募融资办理外汇登记变更手续，但是 75 号文及当时适用的 106 号文对该等法律瑕疵均未规定明确的法律后果。并且，Kuree 将该等 B+轮融资所得资金以增资及股东贷款形式提供给互软科技的相关手续均已取得相应外汇管理部门的核准或登记。根据发行人实际控制人冯鑫出具的确认函，在红筹架构的搭建和解除过程中不存在纠纷或潜在的纠纷和争议。发行人的实际控制人已作出承诺，如果因上述事项产生纠纷而导致发行人利益遭受损失，该等损失将由发行人的实际控制人全额承担。因此，发行人律师认为该等法律瑕疵不会对发行人本次发行上市造成重大障碍。

（十二）境内境外控股权未发生变化

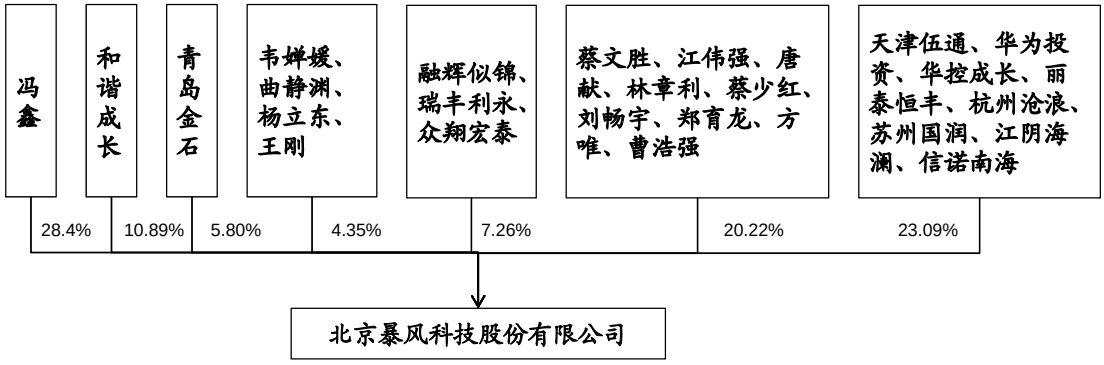
鉴于上述为实现协议控制的《独家技术咨询和服务协议》等核心协议并未实际履行，暴风有限一直独立自主运营，并不由互软科技或 Kuree 支配。报告期内，冯鑫是暴风有限实际控制人，支配暴风有限的实际运营。上述协议控制关系解除后，冯鑫亦直接或间接为本公司第一大股东并一直担任本公司的董事长，实际控制本公司。因此，上述协议控制架构的建立或拆除并未使本公司实际控制人冯鑫丧失对本公司持续实际控制的能力。

此外，本公司董事人员及高级管理人员的任职并未因 VIE 控制关系的解除而发生重大变更，主要管理人员及技术人员未发生重大变动。董事及高级管理人员的变化情况请参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员”之“十、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况”部分。

五、持有公司 5%以上股份的主要股东及控股股东情况

（一）公司股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司股权结构情况如下：



公司股东的具体持股情况如下：

序号	股东名称	持股数额	股比
1	冯鑫	25,556,490	28.40%
2	北京和谐成长投资中心（有限合伙）	9,800,010	10.89%
3	青岛金石暴风投资咨询有限公司	5,219,190	5.80%
4	天津伍通股权投资基金合伙企业（有限合伙）	4,175,370	4.64%
5	华为投资控股有限公司	3,496,860	3.89%
6	蔡文胜	3,356,820	3.73%
7	江伟强	3,356,730	3.73%
8	华控成长（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	3,269,610	3.63%
9	北京市丽泰恒丰投资中心（有限合伙）	3,131,550	3.48%
10	杭州沧浪股权投资合伙企业（有限合伙）	2,951,730	3.28%
11	北京瑞丰利永投资咨询中心（有限合伙）	2,813,220	3.13%
12	北京融辉似锦投资咨询中心（有限合伙）	2,572,920	2.86%
13	唐献	2,269,260	2.52%
14	苏州国润创业投资发展有限公司	2,087,640	2.32%
15	林章利	2,087,640	2.32%
16	蔡少红	2,087,640	2.32%
17	刘畅宇	2,087,640	2.32%
18	韦婵媛	1,444,050	1.60%
19	曲静渊	1,237,770	1.38%
20	北京众翔宏泰投资咨询中心（有限合伙）	1,145,070	1.27%
21	江阴海澜创业投资有限公司	1,043,820	1.16%
22	郑育龙	1,043,820	1.16%
23	方唯	1,024,470	1.14%
24	曹浩强	879,930	0.98%

序号	股东名称	持股数额	股比
25	杨立东	687,690	0.76%
26	深圳市信诺南海投资企业（有限合伙）	622,890	0.69%
27	王刚	550,170	0.61%
	合计	**90,000,000**	**100.00%**

（二）持有公司 5%以上股份的主要股东及控股股东基本情况

1、公司控股股东及实际控制人情况

本公司的控股股东及实际控制人均为自然人冯鑫：

姓名	身份证号	国籍	境外永久居留权
冯鑫	34010419721028****	中国	无

2、其他持有公司 5%以上股份法人股东的情况

本次发行前，除控股股东外，持有发行人 5%以上股份的股东为和谐成长以及青岛金石。前述两位发起人股东的基本情况如下：

（1）北京和谐成长投资中心（有限合伙）

北京和谐成长投资中心（有限合伙）为本公司主要股东，持有本公司 10.8889%的股份。该合伙企业成立于 2010 年 8 月 26 日，目前持有注册号为 110108013163115 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于北京市海淀区海淀北二街 8 号 6 层 710-39 室，合伙期限至 2018 年 8 月 25 日，执行事务合伙人为北京和谐天成投资管理中心（有限合伙）。

根据和谐成长提供的合伙协议、《合伙企业营业执照》等文件，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资具体情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（万元）
1	普通合伙人	北京和谐天成投资管理中心（有限合伙）	1,750
2	有限合伙人	全国社会保障基金理事会	120,000
3	有限合伙人	中国科学院国有资产经营有限责任公司	70,000
4	有限合伙人	北京中关村科技园区海淀园创业服务中心	5,000
5	有限合伙人	北京中关村创业投资发展有限公司	5,000
6	有限合伙人	天津歌斐鑫股权投资基金合伙企业（有限合伙）	10,000

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（万元）
7	有限合伙人	上海市杨浦区金融发展服务中心	3,000
8	有限合伙人	北京和谐爱奇投资中心（有限合伙）	8,750
9	有限合伙人	北京股权投资发展中心（有限合伙）	24,000
10	有限合伙人	北京国有资本经营管理中心	35,000
11	有限合伙人	重庆科技创业风险投资引导基金有限公司	20,000
12	有限合伙人	天津泰达股份有限公司	10,500
13	有限合伙人	天津歌斐基业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	7,000
14	有限合伙人	天津歌斐兴业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	3,500
15	有限合伙人	无锡国联金融投资集团有限公司	7,000
16	有限合伙人	杭州市产业发展投资有限公司	10,000
17	有限合伙人	国创开元股权投资基金（有限合伙）	20,000
		合计	**360,500**

该合伙企业的主营业务为：项目投资、投资管理及资产管理，和谐成长的主营业务与发行人业务不存在关联关系。

除持有本公司 10.8889%的股份外，和谐成长及其合伙人与本公司、本公司控股股东、实际控制人及本公司董事、监事和高级管理人员之间不存在关联关系。和谐成长与本公司及本公司控股股东、实际控制人之间亦不存在对赌协议、委托持股等特殊安排。

（2）青岛金石暴风投资咨询有限公司（金石投资有限公司的全资子公司）

青岛金石暴风投资咨询有限公司为本公司主要股东，持有本公司 5.7991%股份。该公司成立于 2011 年 11 月 22 日，目前持有注册号为 370212020001443 的《企业法人营业执照》，住所为青岛市崂山区深圳路 222 号青岛国际金融广场 1 号楼第 20 层，法定代表人为吕翔，注册资本为 5010 万元，实收资本为 5010 万元。青岛金石为金石投资的全资子公司，实际控制人为中信证券股份有限公司。

青岛金石的主营业务为：投资管理、咨询服务，青岛金石的主营业务与发行人业务不存在关联关系。

除持有本公司 5.7991%股份及发行人董事毕士钧担任青岛金石监事职务外，青岛金石及其实际控制人中信证券股份有限公司与本公司、本公司控股股东、实际控制人及本公司董事、监事和高级管理人员之间不存在关联关系。青岛金石与

本公司及本公司控股股东、实际控制人之间亦不存在对赌协议、委托持股等特殊安排。

3、其他法人发起人及合伙企业发起人股东

（1）融辉似锦

融辉似锦为本公司发起人股东，持有本公司 2.8588%的股份。该合伙企业成立于 2010 年 12 月 13 日，目前持有注册号为 110107013441192 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 6533 房间，执行事务合伙人为冯鑫，全体合伙人的出资总额共计人民币 25.463025 万元。

融辉似锦系本公司前身暴风有限为实现员工持股方案而设立的合伙企业，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（元）	财产份额
1	普通合伙人	冯鑫	27,141.10	10.6590%
2	有限合伙人	李永强	41,734.00	16.3900%
3	有限合伙人	孔毅	28,673.40	11.2608%
4	有限合伙人	林剑锋	22,488.90	8.8320%
5	有限合伙人	李嘉冀	18,533.90	7.2788%
6	有限合伙人	曲静渊	14,302.40	5.6169%
7	有限合伙人	陈庆明	11,583.60	4.5492%
8	有限合伙人	胡志农	9,126.25	3.5841%
9	有限合伙人	杨立东	8,331.40	3.2720%
10	有限合伙人	刘金鑫	7,413.35	2.9114%
11	有限合伙人	刘晓磊	6,950.30	2.7296%
12	有限合伙人	郝晓伟	6,900.25	2.7099%
13	有限合伙人	王刚	6,665.75	2.6178%
14	有限合伙人	石宇	5,560.10	2.1836%
15	有限合伙人	史凌	4,865.00	1.9106%
16	有限合伙人	李明杰	4,726.05	1.8560%
17	有限合伙人	谈小强	4,170.25	1.6378%
18	有限合伙人	赵军	4,120.20	1.6181%
19	有限合伙人	金鹏	3,336.20	1.3102%

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（元）	财产份额
20	有限合伙人	宋婷	2,780.05	1.0918%
21	有限合伙人	夏济	2,780.05	1.0918%
22	有限合伙人	黄若飞	2,780.05	1.0918%
23	有限合伙人	张秀娟	1,390.20	0.5460%
24	有限合伙人	周曼	1,250.90	0.4913%
25	有限合伙人	汤碧	1,250.90	0.4913%
26	有限合伙人	王志鹏	1,111.95	0.4367%
27	有限合伙人	于飞	1,084.30	0.4258%
28	有限合伙人	张妮妮	695.10	0.2730%
29	有限合伙人	姚明	542.15	0.2129%
30	有限合伙人	张静	486.50	0.1911%
31	有限合伙人	郝文举	416.85	0.1637%
32	有限合伙人	李新	416.85	0.1637%
33	有限合伙人	张丽丽	312.90	0.1229%
34	有限合伙人	张笑飞	312.90	0.1229%
35	有限合伙人	刘军立	208.60	0.0819%
36	有限合伙人	程志福	187.60	0.0737%
		合计	**254,630.25**	**100%**

该合伙企业的主营业务为：投资咨询；投资管理、资产管理。

（2）瑞丰利永

瑞丰利永为本公司发起人股东，持有本公司 3.1258%的股份。该合伙企业成立于 2010 年 12 月 13 日，目前持有注册号为 110107013441352 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 6534 房间，执行事务合伙人为冯鑫，全体合伙人的出资总额共计人民币 71.42468 万元。

瑞丰利永系本公司前身暴风有限为实现员工持股方案而设立的合伙企业，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（元）	财产份额
1	普通合伙人	冯鑫	47,418.07	4.4934%
2	有限合伙人	崔天龙	127,091.70	19.4718%

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（元）	财产份额
3	有限合伙人	刘耀卿	102,379.43	17.4923%
4	有限合伙人	黄森堂	63,015.00	12.9812%
5	有限合伙人	赵志刚	44,487.50	4.4742%
6	有限合伙人	李永强	34,562.50	3.4760%
7	有限合伙人	郝晓伟	17,361.11	1.7455%
8	有限合伙人	赵军	25,000.00	2.5143%
9	有限合伙人	毕先春	24,822.50	2.4964%
10	有限合伙人	张昕	24,822.50	2.4964%
11	有限合伙人	冯倩	20,016.35	3.1455%
12	有限合伙人	鲍金龙	19,857.50	1.9971%
13	有限合伙人	胡明明	14,893.75	1.4979%
14	有限合伙人	吕宁	13,701.45	2.9956%
15	有限合伙人	戴旭毅	12,708.80	1.9971%
16	有限合伙人	张鹏宇	12,708.80	1.9971%
17	有限合伙人	王干	12,708.80	1.9971%
18	有限合伙人	王蕾	10,000.00	1.0057%
19	有限合伙人	刘日	9,928.75	0.9985%
20	有限合伙人	陈震球	7,198.65	0.7240%
21	有限合伙人	李媛萍	6,453.75	0.6490%
22	有限合伙人	陆芬	6,453.75	0.6490%
23	有限合伙人	汪铁丰	5,252.85	1.1484%
24	有限合伙人	张澍勇	4,965.00	0.4993%
25	有限合伙人	刘硕杰	4,965.00	0.4993%
26	有限合伙人	任旭龙	413.75	0.0416%
27	有限合伙人	时安营	3,298.71	0.9292%
28	有限合伙人	李晓鹏	4,186.83	0.9777%
29	有限合伙人	童小军	1,522.48	0.8321%
30	有限合伙人	杜晓辉	2,482.50	0.2497%
31	有限合伙人	朱春明	2,482.50	0.2497%
32	有限合伙人	刘江	2,482.50	0.2497%
33	有限合伙人	李洪涛	2,482.50	0.2497%
34	有限合伙人	潘晓东	689.58	0.0694 %
35	有限合伙人	田甜	2,206.67	0.2220%

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（元）	财产份额
36	有限合伙人	彭吉	2,482.50	0.2497%
37	有限合伙人	杜洪博	2,482.50	0.2497%
38	有限合伙人	佟盈春	2,482.50	0.2497%
39	有限合伙人	高晨	2,283.90	0.4993%
40	有限合伙人	吴超	1,588.80	0.2497%
41	有限合伙人	殷海晨	1,488.75	0.1497%
42	有限合伙人	张晓琪	1,199.27	0.1206%
43	有限合伙人	孙洪志	1,488.75	0.1497%
44	有限合伙人	林赞贤	1,488.75	0.1497%
45	有限合伙人	汪必胜	1,488.75	0.1497%
46	有限合伙人	田叶	750.75	0.2697%
		合计	**714,246.75**	**100%**

该合伙企业的主营业务为：投资咨询；投资管理、资产管理。

（3）众翔宏泰

众翔宏泰为本公司发起人股东，持有本公司 1.2723%的股份。该合伙企业成立于 2010 年 12 月 13 日，目前持有注册号为 110107013441213 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 6535 房间，执行事务合伙人为冯鑫，全体合伙人的出资总额共计人民币 11.33251 万元。

众翔宏泰系本公司前身暴风有限为实现员工持股方案而设立的合伙企业，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（元）	财产份额
1	普通合伙人	冯鑫	9,369.15	8.2675%
2	有限合伙人	韦婵媛	17,496.85	15.4395%
3	有限合伙人	王威	8,340.15	7.3595%
4	有限合伙人	孙冰晶	8,340.15	7.3595%
5	有限合伙人	葛亮	8,340.15	7.3595%
6	有限合伙人	赵雪涛	6,116.25	5.3971%
7	有限合伙人	何志国	5,977.30	5.2745%
8	有限合伙人	丁俊云	5,560.10	4.9063%

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（元）	财产份额
9	有限合伙人	张玲玲	4,587.10	4.0477%
10	有限合伙人	赵晋霞	4,170.25	3.6799%
11	有限合伙人	职丹	3,336.20	2.9439%
12	有限合伙人	李永强	2,800.00	2.4708%
13	有限合伙人	李明	2,780.05	2.4532%
14	有限合伙人	刘雅猛	2,780.05	2.4532%
15	有限合伙人	袁春光	2,780.05	2.4532%
16	有限合伙人	黄海全	2,780.05	2.4532%
17	有限合伙人	王郡	2,780.05	2.4532%
18	有限合伙人	王蕾	2,760.10	2.4356%
19	有限合伙人	刘为利	2,084.95	1.8398%
20	有限合伙人	王键	1,390.20	1.2267%
21	有限合伙人	张丽微	1,390.20	1.2267%
22	有限合伙人	吴忠芳	695.10	0.6134%
23	有限合伙人	高起	695.10	0.6134%
24	有限合伙人	李焱	695.10	0.6134%
25	有限合伙人	时羽	695.10	0.6134%
26	有限合伙人	刘晓峰	416.85	0.3678%
27	有限合伙人	葛环飞	416.85	0.3678%
28	有限合伙人	郎敬词	416.85	0.3678%
29	有限合伙人	郑汝波	416.85	0.3678%
30	有限合伙人	马睿智	416.85	0.3678%
31	有限合伙人	王博	416.85	0.3678%
32	有限合伙人	黄书引	416.85	0.3678%
33	有限合伙人	郝艳义	416.85	0.3678%
34	有限合伙人	丁奇	416.85	0.3678%
35	有限合伙人	刘会山	416.85	0.3678%
36	有限合伙人	张雅玲	416.85	0.3678%
		合计	**113,325.10**	**100%**

该合伙企业的主营业务为：投资咨询；投资管理、资产管理。

（4）天津伍通

天津伍通为本公司发起人股东，持有本公司 4.6393%的股份。该合伙企业成

立于 2010 年 6 月 4 日，目前持有注册号为 120192000062084 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于天津空港经济区西二道 82 号丽港大厦裙房二层 202-A169，执行事务合伙人为深圳市金海鹏投资有限公司，全体合伙人的出资总额共计人民币 25,532.5 万元。

根据天津伍通提供的合伙协议、《合伙企业营业执照》等文件，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资具体情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（万元）
1	普通合伙人	深圳市金海鹏投资有限公司	437.5
2	有限合伙人	张国华	437.5
3	有限合伙人	王俊毅	437.5
4	有限合伙人	张晓青	437.5
5	有限合伙人	郑美波	612.5
6	有限合伙人	王东榕	875.0
7	有限合伙人	王金虎	437.5
8	有限合伙人	林世良	437.5
9	有限合伙人	万楚华	437.5
10	有限合伙人	褚越华	437.5
11	有限合伙人	苏鑫	437.5
12	有限合伙人	李东聪	437.5
13	有限合伙人	黄敏	437.5
14	有限合伙人	李凤山	437.5
15	有限合伙人	张亚红	437.5
16	有限合伙人	陈国素	437.5
17	有限合伙人	林毅民	437.5
18	有限合伙人	廖思思	437.5
19	有限合伙人	杨雪	437.5
20	有限合伙人	江水金	525.0
21	有限合伙人	龙凤鸣	525.0
22	有限合伙人	叶丽荣	700.0
23	有限合伙人	李帼珍	437.5
24	有限合伙人	仇伟华	437.5
25	有限合伙人	袁庆生	437.5

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（万元）
26	有限合伙人	庄忠范	437.5
27	有限合伙人	章红星	437.5
28	有限合伙人	刘计平	700.0
29	有限合伙人	朱锦香	437.5
30	有限合伙人	张永达	437.5
31	有限合伙人	李福兴	437.5
32	有限合伙人	陈铭	437.5
33	有限合伙人	徐晓	612.5
34	有限合伙人	翟伟	437.5
35	有限合伙人	李睿智	437.5
36	有限合伙人	龚文浩	437.5
37	有限合伙人	胡守荣	437.5
38	有限合伙人	胡华琼	437.5
39	有限合伙人	万林海	437.5
40	有限合伙人	王丽萍	875.0
41	有限合伙人	孙文茂	437.5
42	有限合伙人	王兰	437.5
43	有限合伙人	罗娅宁	437.5
44	有限合伙人	李桦	437.5
45	有限合伙人	张足清	612.5
46	有限合伙人	杨小玲	1,400
47	有限合伙人	毛丽虹	2,187.5
48	有限合伙人	倪钜进	157.5
		合计	**25,532.5**

该合伙企业的主营业务为：从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资及相关咨询服务。

（5）华为投资控股有限公司

华为投资控股有限公司系本公司发起人股东，持有本公司 3.8854%股份。该公司成立于 2003 年 3 月 14 日，目前持有注册号为 440301103097405 的《企业法人营业执照》，注册地址为深圳市龙岗区坂田华为基地 B 区 1 号楼，法定代表人为孙亚芳，注册资本为 1,281,395.037 万元，实收资本为 1,281,395.037 万元。

根据华为投资提供的章程、《企业法人营业执照》等文件，截至本招股说明书签署之日，该公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	股权比例
1	华为投资控股有限公司工会委员会	1,268,452.9464	98.99%
2	任正非	12,942.0906	1.01%
	合计	1,281,395.037	100%

该公司的主营业务为：从事高科技产品的研究、开发、销售、服务；从事对外投资业务；提供管理、咨询、培训等业务；IT 服务业务；自有房屋租赁。

（6）华控成长

华控成长为本公司发起人股东，持有本公司 3.6329%的股份。该合伙企业成立于 2010 年 11 月 5 日，目前持有注册号为 120191000075889 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于天津开发区新城西路 52 号滨海金融街 6 号楼三层 K306 号，执行事务合伙人为北京华控汇金管理咨询事务所（普通合伙），全体合伙人的出资总额共计人民币 48,000 万元。

根据华控成长提供的合伙协议、《合伙企业营业执照》等文件，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资具体情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（万元）
1	普通合伙人	北京华控汇金管理咨询事务所（普通合伙）	1,300
2	有限合伙人	北京华控汇金投资顾问有限公司	4,500
3	有限合伙人	天天控股有限公司	5,000
4	有限合伙人	福建安大投资有限公司	5,000
5	有限合伙人	华控帆茂（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,200
6	有限合伙人	马先军	5,000
7	有限合伙人	张毅	5,000
8	有限合伙人	左锐	5,000
9	有限合伙人	徐岩	1,000
10	有限合伙人	大连奥林匹克电子城有限公司	4,000
		合计	**48,000**

该合伙企业的主营业务为：从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资以及相关咨询服务等。

（7）丽泰恒丰

丽泰恒丰为本公司发起人股东，持有本公司 3.4795%的股份。该合伙企业成立于 2010 年 10 月 27 日，目前持有注册号为 110102013311452 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于北京市西城区枣林前街 35 号二层 208 室，执行事务合伙人为徐丰翼，全体合伙人的出资总额共计人民币 3,000 万元。

根据丽泰恒丰提供的合伙协议、《合伙企业营业执照》等文件，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资具体情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（万元）
1	普通合伙人	席东	10
2	普通合伙人	李晓东	10
3	普通合伙人	徐丰翼	10
4	有限合伙人	陈兵	792
5	有限合伙人	王仁华	1,584
6	有限合伙人	王贵山	594
		合计	**3,000**

该合伙企业的主营业务为：项目投资，投资管理等。

（8）杭州沧浪

杭州沧浪为本公司发起人股东，持有本公司 3.2797%的股份。该合伙企业成立于 2010 年 11 月 22 日，目前持有注册号为 330100000135430 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于富阳市春秋北路 407 号二楼，执行事务合伙人为陆琪，全体合伙人的出资总额共计人民币 3,000 万元。

根据杭州沧浪提供的合伙协议、《合伙企业营业执照》等文件，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资具体情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（万元）
1	普通合伙人	陆琪	500
2	有限合伙人	朱王玲	2,500
		合计	**3,000**

该合伙企业的主营业务为：股权投资及相关咨询服务。

（9）苏州国润

苏州国润系本公司发起人股东，持有本公司 2.3196%股份。根据该公司提供的《企业法人营业执照》、章程、验资报告等文件，该公司成立于 2008 年 7 月 8 日，目前持有注册号为 320594000120728 的《企业法人营业执照》，注册地址为苏州工业园区星澄路 9 号，法定代表人为王润德，注册资本为 10,000 万元，实收资本为 10,000 万元。

根据苏州国润提供的章程，截至本招股说明书签署之日，该公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	股权比例
1	苏州恒润进出口有限公司	2,500	25%
2	苏州建设（集团）有限责任公司	1,500	15%
3	苏州晋盛投资管理有限公司	1,500	15%
4	苏州曼莎投资管理有限公司	1,500	15%
5	苏州荣华装饰有限公司	1,000	10%
6	中亿丰建设集团股份有限公司	1,000	10%
7	苏州志远进出口有限公司	500	5%
8	北京国润创业投资有限公司	400	4%
9	国润创业投资（苏州）管理有限公司	100	1%
	合计	**10,000**	**100%**

该公司的主营业务为：创业投资业务为创业企业提供创业管理服务等。

（10）江阴海澜

江阴海澜为本公司发起人股东，持有本公司 1.1598%股份。该公司成立于 2010 年 4 月 26 日，目前持有注册号为 320281000275596 的《企业法人营业执照》，注册地址为江阴市城东街道金山路 201 号（加速器创智产业园智慧坊 A301 室），法定代表人为王晓宇，注册资本为 5,000 万元，实收资本为 5,000 万元。

根据江阴海澜提供的章程、《企业法人营业执照》等文件，截至本招股说明书签署之日，该公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	股权比例
1	江阴市海澜投资控股有限公司	3,250	65%
2	上海安捷投资有限公司	1,500	30%

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	股权比例
3	江阴海澜投资管理有限公司	250	5%
	合计	**5,000**	**100%**

该公司的主营业务为：创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务。

（11）信诺南海

信诺南海为本公司发起人股东，持有本公司 0.6920%的股份。该合伙企业成立于 2011 年 3 月 31 日，目前持有注册号为 440304602261131 的《合伙企业营业执照》，主要经营场所位于深圳市福田区深南大道与香蜜湖交界东南侧绿景广场副楼 21A-2，执行事务合伙人为深圳市信诺投资顾问有限公司，全体合伙人的出资总额共计人民币 5,000 万元。

根据信诺南海提供的合伙协议、《合伙企业营业执照》等文件，截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资具体情况如下：

序号	合伙人性质	合伙人名称/姓名	认缴出资（万元）
1	普通合伙人	深圳市信诺资产管理有限公司	**330**
2	普通合伙人	张弘	70
3	有限合伙人	张庆杰	1,000
4	有限合伙人	卓睿	600
5	有限合伙人	张敏	500
6	有限合伙人	梁兰茵	2,000
7	有限合伙人	尹丽	400
8	有限合伙人	卓静华	100
		合计	**5,000**

该合伙企业的主营业务为：投资兴办实业、股权投资及创业投资业务等。

发行人合伙企业股东中的融辉似锦、瑞丰利永、众翔宏泰三家合伙企业，是发行人为员工股权激励目的所设置的员工持股合伙企业，其执行事务合伙人均为发行人的实际控制人冯鑫。该三家合伙企业股东属于受同一控制方控制的情形。发行人的其他合伙企业股东，即和谐成长、天津伍通、华控成长、丽泰恒丰、杭州沧浪、信诺南海之间不存在属于同一控制方控制的情况。

4、控股股东及实际控制人控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东及实际控制人冯鑫曾经控制或控制的其他企业的基本情况如下：

（1）北京酷热科技有限公司

该公司成立于 2005 年 8 月 5 日，持有注册号为 110108008699052 的《企业法人营业执照》，主营业务为软件开发及推广。自暴风网际设立起，该公司已不再开展实质性业务。截至本招股说明书签署之日，北京酷热科技有限公司已注销完毕。

（2）北京保兰德尔科技发展有限公司

该公司成立于 2005 年 7 月 20 日，持有注册号 110108008650529 的《企业法人营业执照》，主营业务为互联网推广。自暴风网际设立起，该公司已不再开展实质性业务。截至本招股说明书签署之日，北京保兰德尔科技发展有限公司已注销完毕。

（3）Keli Capital Ltd.

Keli Capital Ltd.系由冯鑫于 2007 年 5 月 30 日在英属维尔京群岛注册成立，冯鑫持有 Keli Capital Ltd.全部已发行的普通股 10,000 股（每股面值 1 美元），是Keli Capital Ltd.唯一股东和董事。截至本招股说明书签署之日，Keli Capital Ltd.已注销完毕。

（4）融辉似锦、瑞丰利永、众翔宏泰

根据融辉似锦、瑞丰利永、众翔宏泰各自合伙协议的规定，该等合伙企业作为公司实施员工持股计划的实施主体，亦由冯鑫实际控制。

融辉似锦、瑞丰利永、众翔宏泰的基本情况请参见本节“四、持有公司 5%以上股份的主要股东及控股股东情况”之““、其他重要股东”部分相应内容。

（5）北京暴风传媒广告有限公司

该公司成立于 2008 年 7 月 10 日，持有注册号为 110108011177673 的《企业法人营业执照》，主营业务为广告代理。该公司自设立以来，一直未开展实质性

业务。截至本招股说明书签署之日，北京暴风传媒广告有限公司已完成注销。

（6）Kuree International Inc.

Kuree International Inc.系于 2006 年 5 月 15 日在开曼群岛注册成立，Kuree 注销完成前的股权结构为：Keli Capital Ltd.持有 Kuree International Inc.全部已发行的普通股 25,163,838 股的 15,351,627 股，持股比例为 61.0067%；Baolink Capital Ltd.持有 Kuree International Inc.全部已发行的普通股 25,163,838 股的 4,631,250 股，持股比例为 18.4044%; Trippo Capital Ltd.持有 Kuree International Inc.全部已发行的普通股 25,163,838 股的 5,180,961 股，持股比例为 20.5889%。截至本招股说明书签署之日，Kuree International Inc.已注销完毕。

（7）Trippo Capital Ltd.

Trippo Capital Ltd.系于 2007 年 5 月 30 日在英属维尔京群岛注册成立，Trippo 注销完成前的股权结构为：冯鑫持有其全部已发行股 5,180,961 股中的 844,863 股，持股比例为 16.3071%；韦婵媛持有其 1,312,500 股，持股比例为 25.3331%; 方唯持有其 1,291,886 股，持股比例为 24.9353%,唐献持有其 485,360 股，持股比例为 9.3681%，曲静渊持有其 388,288 股，持股比例为 7.4945%，陈庆明等 13 名自然人合计持有其 858,064 股，持股比例为 16.5619%。截至本招股说明书签署之日，Trippo Capital Ltd.已注销完毕。

（7）北京互软科技有限公司

互软科技系本公司实际控制人冯鑫在报告期内曾经控制的企业。该公司成立于 2006 年 7 月 3 日，持有注册号为 110000410292270 的《企业法人营业执照》，主营业务为研究、开发计算机软件、网络通信软件及系统集成。该公司为发行人为建立 VIE 协议控制架构而专门设立的外商独资企业，本身无实质性业务。截至本招股说明书签署之日，互软科技已注销完毕。

（8）天津鑫影科技有限公司

天津鑫影科技有限公司系发行人的全资子公司，具体情况请参见本招股说明书“第五节、发行人基本情况”之“六、公司控股子公司、参股公司基本情况”。

（9）北京迅鲨科技有限公司

北京迅鲨科技有限公司系发行人的控股子公司，具体情况请参见本招股说明书“第五节、发行人基本情况”之“六、公司控股子公司、参股公司基本情况”。

（10）暴风秘境科技（天津）有限公司

暴风秘境科技（天津）有限公司系发行人的控股子公司，具体情况请参见本招股说明书“第五节、发行人基本情况”之“六、公司控股子公司、参股公司基本情况”。

5、控股股东及实际控制人持有发行人股份的质押或其他有争议情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东、实际控制人冯鑫所持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

六、公司控股子公司、参股公司基本情况

截至本招股说明书签署之日，本公司的子公司具体情况如下：

（一）天津鑫影科技有限公司

天津鑫影科技有限公司成立于 2013 年 7 月 30 日，法定代表人冯鑫，注册资本及实收资本为 500 万元，注册地址为天津市武清区自行车王国产业园区祥园道 160 号 103-58（集中办公区）。经营范围为计算机软件开发、咨询。计算机信息系统集成，从事广告业务（国家法律法规禁止经营的除外），组织文化艺术交流活动（演出除外）。发行人持有该公司 100%的股权。该公司主要从事新产品运营及广告销售业务。截至 2014 年 9 月 30 日，天津鑫影总资产 4,289.29 万元，净资产 3,622.38 万元，2014 年 1-9 月净利润 2,788.93 万元（以上数据已经审计）。

（二）北京迅鲨科技有限公司

北京迅鲨科技有限公司成立于 2014 年 7 月 7 日，法定代表人黄森堂，注册资本为 100 万元，注册地址为北京市海淀区龙翔路甲 1 号泰翔商务楼三层 302、305、306 室。经营范围为技术开发、技术推广、技术咨询、技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。营业期限自 2014 年 7 月 7 日至 2034 年 7 月 6 日。发行人持有该公司 55%的股权，王鑫持股 27%，黄森堂持股 14%，戴旭毅持股 2%，王干持股 2%。截至 2014 年 9 月 30 日，北

京迅鲨总资产 413.98 万元，净资产 17.36 万元，2014 年 7-9 月净利润-82.64 万元（以上数据已经审计）。

除王鑫外，其余北京迅鲨的自然人股东均为发行人前员工。截至本招股说明书签署之日，黄森堂在北京迅鲨担任经理职务，王干担任监事，戴旭毅和王鑫为技术研发人员。该等自然人股东的基本信息如下：

王鑫，非发行人员工，未曾在发行人任职；黄森堂，任职期间为 2008 年 3 月 25 日至 2014 年 8 月 1 日，离职前在发行人任桌面事业部技术总监；戴旭毅，任职期间为 2008 年 3 月 25 日至 2014 年 8 月 1 日，离职前在发行人任桌面事业部研发经理；王干，2010 年 1 月 11 日至 2014 年 8 月 1 日，在发行人离职前任桌面事业部产品总监。

（三）暴风秘境科技（天津）有限公司

暴风秘境科技（天津）有限公司成立于 2014 年 6 月 30 日，法定代表人冯鑫，注册资本为 185,185 元，注册地址为天津空港经济区环河南路 88 号 2-2407 房间。经营范围为计算机软硬件及网络设备的研究开发、销售；计算机产品、网络产品、计算机数码产品涉及。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。营业期限自 2014 年 6 月 30 日至长期。

截至本招股书签署日，发行人持有该公司 51%的股权，北京七鑫易维信息技术有限公司持股 14.6%，黄通兵持股 12.41%，彭凡持股 5.11%，范佳佳持股 12.66%，赵盼持股 4.2%。截至 2014 年 9 月 30 日，暴风秘境总资产 409.56 万元，净资产 402.81 万元，2014 年 6-9 月净利润-0.32 万元（以上数据已经审计）。

除发行人外，暴风秘境的其他股东基本情况如下：

北京七鑫易维信息技术有限公司成立于 2009 年 2 月 23 日，注册号为 110105011702490，注册资本为人民币 100 万元，住所为北京市朝阳区立清路 7 号院 2 号楼 4 层 1 单元 507，经营范围为技术推广服务；经济贸易咨询；技术进出口；货物进出口；代理进出口；展览服务；销售电子产品、照相器材、日用品、计算机、软件及辅助设备、通讯设备、机械设备、五金交电，股东及其持股比例为：黄通兵持股 84.5%，彭长春持股 2.5%，彭凡持股 10%，夏永川持股 3%。

黄通兵，非发行人员工，未曾在发行人任职；彭凡，非发行人员工，未曾在发行人任职；范佳佳，非发行人员工，未曾在发行人任职；赵盼，自 2010 年 10 月 1 日起至今担任发行人线产品部门产品专员。截至本招股书签署之日，黄通兵在暴风秘境担任董事职务，彭凡在暴风秘境担任监事职务。

除上述三家子公司外，本公司不存在其他参股公司。

七、公司股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前，公司总股本为 9,000 万股。公司本次拟公开发行 A 股不超过 3,000 万股，占发行后总股本比例不低于 25%。本次发行前后公司的股本情况如下（假设发行 3,000 万股且现有股东并未同时进行老股转让）：

序号	股东名称	本次发行前股本结构		本次发行后股本结构	
		持股数（股）	所占比例	持股数（股）	所占比例
1	冯鑫	25,556,490	28.3961%	25,556,490	21.2971%
2	和谐成长	9,800,010	10.8889%	9,800,010	8.1667%
3	青岛金石	5,219,190	5.7991%	5,219,190	4.3493%
4	天津伍通	4,175,370	4.6393%	4,175,370	3.4795%
5	华为投资	3,496,860	3.8854%	3,496,860	2.9141%
6	蔡文胜	3,356,820	3.7297%	3,356,820	2.7973%
7	江伟强	3,356,730	3.7297%	3,356,730	2.7973%
8	华控成长	3,269,610	3.6329%	3,269,610	2.7247%
9	丽泰恒丰	3,131,550	3.4795%	3,131,550	2.6096%
10	杭州沧浪	2,951,730	3.2797%	2,951,730	2.4598%
11	瑞丰利永	2,813,220	3.1258%	2,813,220	2.3444%
12	融辉似锦	2,572,920	2.8588%	2,572,920	2.1441%
13	唐献	2,269,260	2.5214%	2,269,260	1.8911%
14	苏州国润	2,087,640	2.3196%	2,087,640	1.7397%
15	林章利	2,087,640	2.3196%	2,087,640	1.7397%
16	蔡少红	2,087,640	2.3196%	2,087,640	1.7397%
17	刘畅宇	2,087,640	2.3196%	2,087,640	1.7397%
18	韦婵媛	1,444,050	1.6045%	1,444,050	1.2034%
19	曲静渊	1,237,770	1.3753%	1,237,770	1.0315%

序号	股东名称	本次发行前股本结构		本次发行后股本结构	
		持股数（股）	所占比例	持股数（股）	所占比例
20	众翔宏泰	1,145,070	1.2723%	1,145,070	0.9542%
21	江阴海澜	1,043,820	1.1598%	1,043,820	0.8699%
22	郑育龙	1,043,820	1.1598%	1,043,820	0.8699%
23	方唯	1,024,470	1.1383%	1,024,470	0.8537%
24	曹浩强	879,930	0.9777%	879,930	0.7333%
25	杨立东	687,690	0.7641%	687,690	0.5731%
26	信诺南海	622,890	0.6920%	622,890	0.5190%
27	王刚	550,170	0.6112%	550,170	0.4584%
28	公众股东	-	-	30,000,000	25%
	合计		**100%**		**100%**

（二）本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	冯鑫	25,556,490	28.3961%
2	和谐成长	9,800,010	10.8889%
3	青岛金石	5,219,190	5.7991%
4	天津伍通	4,175,370	4.6393%
5	华为投资	3,496,860	3.8854%
6	蔡文胜	3,356,820	3.7297%
7	江伟强	3,356,730	3.7297%
8	华控成长	3,269,610	3.6329%
9	丽泰恒丰	3,131,550	3.4795%
10	杭州沧浪	2,951,730	3.2797%
	合计	**64,314,360**	**71.4603%**

（三）本次发行后公司前十名股东情况

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	冯鑫	25,556,490	21.2971%
2	和谐成长	9,800,010	8.1667%
3	青岛金石	5,219,190	4.3493%
4	天津伍通	4,175,370	3.4795%
5	华为投资	3,496,860	2.9141%

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
6	蔡文胜	3,356,820	2.7973%
7	江伟强	3,356,730	2.7973%
8	华控成长	3,269,610	2.7247%
9	丽泰恒丰	3,131,550	2.6096%
10	杭州沧浪	2,951,730	2.4598%
	合计	**64,314,360**	**53.5954%**

注：假设发行 3,000 万股，现有股东并未同时进行老股转让，且发行后无新增股东持股数量超过上述股东

（四）本次发行前后的前十名自然人股东及其在公司担任的职务

截至本招股说明书签署日，公司前十名自然人股东持股及在公司的任职情况如下表：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例	在公司任职情况
1	冯鑫	25,556,490	28.3961%	董事长、总经理
2	蔡文胜	3,356,820	3.7297%	无
3	江伟强	3,356,730	3.7297%	无
4	唐献	2,269,260	2.5214%	无
5	林章利	2,087,640	2.3196%	无
6	蔡少红	2,087,640	2.3196%	无
7	刘畅宇	2,087,640	2.3196%	无
8	韦婵媛	1,444,050	1.6045%	董事、副总经理
9	曲静渊	1,237,770	1.3753%	董事、副总经理
10	郑育龙	1,043,820	1.1598%	无
	合计	**44,527,860**	**49.4753%**	-

（五）国有股份或外资股份情况

本公司无国有股东或外资股东。

（六）股东中的战略投资者持股及其简况

本公司股东中无战略投资者。

（七）公司首次申报前最近一年新增股东情况

发行人截至首次申报日期（2012 年 3 月 26 日）前一年新增股东的基本情况如下：

1、江伟强

2011 年 6 月，经充分协商，冯鑫将其所持暴风有限 71.1862 万元的出资以 2,160 万元的价格转给江伟强，赵君亦将其 23.7288 万元的出资以 720 万元的价格转让给江伟强，就该等股权转让事宜暴风有限办理了工商变更登记，并于 2011 年 8 月 3 日取得北京市工商行政管理局核发的企业法人营业执照。

江伟强的基本信息如下：

姓名	身份证号	国籍	是否拥有境外永久居留权
江伟强	31010919440908****	中国	新加坡永久居留权

2、曹浩强

2011 年 8 月，经充分协商，赵君将其在暴风有限的全部出资 24.8809 万元以 1,644.16 万元的价格转给曹浩强，并不再持有暴风有限股权。就该等股权转让事宜，暴风有限办理了工商变更登记，并于 2011 年 8 月 30 日取得北京市工商行政管理局换发的企业法人营业执照。

姓名	身份证号	国籍	是否拥有境外永久居留权
曹浩强	33042319590127****	中国	无

3、华控成长

2011 年 8 月，暴风有限注册资本增加至 2,544.8168 万元，新增的 123.5088 万元注册资本中由华控成长以 3,981.6 万元的价格认缴 92.45 万元。就该等增资暴风有限办理了工商变更登记，并于 2011 年 8 月 25 日取得北京市工商行政管理局核发的企业法人营业执照。

华控成长的具体情况请参见本节“（二）持有公司 5%以上股份的主要股东及控股股东基本情况”之““、其他发起人股东”部分相关内容。

4、信诺南海

在华控成长上述增资的同时，信诺南海以 758.4 万元的价格认缴暴风有限新增的 123.5088 万元出资中的 17.6095 万元。就该等增资暴风有限办理了工商变更登记，并于 2011 年 8 月 25 日取得北京市工商行政管理局核发的企业法人营业执照。

信诺南海的具体情况请参见本节“（二）持有公司 5%以上股份的主要股东及控股股东基本情况”之“、其他发起人股东”部分相关内容。

5、青岛金石

2011 年 11 月，金石投资有限公司将其所持公司全部股权 147.5763 万元以 5,000 万元的价格转让至其全资子公司青岛金石暴风投资咨询有限公司（“青岛金石”），就该等股权转让事宜，暴风有限办理了工商变更登记，并于 2011 年 11 月 29 日取得北京市工商行政管理局换发的企业法人营业执照。

青岛金石的具体情况请参见本节“（二）持有公司 5%以上股份的主要股东及控股股东基本情况”之““、其他持有公司 5%以上股份的股东情况”部分相关内容。

（八）本次发行前各股东间的关联关系

除发起人冯鑫实际控制瑞丰利永、融辉似锦及众翔宏泰外，本次发行前本公司其他股东之间不存在关联关系。

（九）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

公司股东冯鑫、融辉似锦、瑞丰利永以及众翔宏泰承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理在公司首次公开发行前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日（发行人股票全天停牌的交易日除外，下同）的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月。

所持发行人股份在锁定期满两年内减持的，减持价格不低于发行价，如遇除权除息事项，上述发行价应作相应调整。

自前述锁定期满后，如需减持股份的，将通过大宗交易方式、通过二级市场集中竞价交易方式或通过其他合法方式进行减持。自前述锁定期满两年内，每年减持数量不超过届时所持发行人股份的数量 15%。如遇除权除息事项，上述发行价应作相应调整。所持股票在前述锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持

续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

如违反前述承诺事项，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定情况下自公告日起 10 个工作日内启动购回程序，购回数量不低于本人违反承诺事项卖出的股票数量；且公告之日当月起从发行人处领取半薪（如有），直至上述股份购回实施完毕当月为止；如因未履行前述承诺事项而获得收益的，所得收益归发行人所有，并将在获得收益的 10 日内将前述收益支付给发行人指定账户；并自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期至前述锁定期满后 6 个月；如因未履行前述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法赔偿损失。

如未来相关监管规则发生变化，本承诺载明事项将相应修订，修订后的承诺事项亦应满足届时监管规则的要求。

公司股东和谐成长、青岛金石承诺：

在发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或委托他人管理本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

自前述第 1 项锁定期满后，如因本企业原因需减持股份的，将通过大宗交易方式、通过二级市场集中竞价交易方式或通过其他合法方式进行减持。自前述第 1 项锁定期满 24 个月内，如需减持股份的，将分步减持发行人股票上市之日直接或间接持有的全部发行人股份，每次减持价格不低于发行人上一个会计年度经审计的每股净资产值或发行人股票首次公开发行的发行价，以二者中较低者为准。如遇除权除息事项，上述发行价应作相应调整。所持股票在前述第 1 项锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持数量及其他适用法律法规所要求的披露信息的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

如本企业违反前述承诺事项，将依法承担相应法律责任，且所得收益归发行人所有，并将在获得收益的 10 日内将前述收益支付给发行人指定账户。

如未来相关监管规则发生变化，本承诺载明事项将相应修订，修订后的承诺事项亦应满足届时监管规则的要求。

公司股东天津伍通、华为投资、华控成长、丽泰恒丰、杭州沧浪、苏州国润、

江阴海澜、信诺南海、杨立东、方唯、唐献、蔡文胜、江伟强、林章利、蔡少红、刘畅宇、郑育龙、曹浩强承诺：

1. 除在发行人首次公开发行股票时一并转让的发行人股票外（如适用），在发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或委托他人管理本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。
2. 如违反前述承诺事项，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定情况下自公告日起 10 个工作日内启动购回程序，购回数量不低于本人/公司/企业违反承诺事项卖出的股票数量；如因未履行前述承诺事项而获得收益的，所得收益归发行人所有，并将在获得收益的 10 日内将前述收益支付给发行人指定账户；且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期至前述股份锁定期满后 6 个月；如因未履行前述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者赔偿损失。
3. 如未来相关监管规则发生变化，本承诺载明事项将相应修订，修订后的承诺事项亦应满足届时监管规则的要求。

作为公司董事和高级管理人员的冯鑫、韦婵媛、曲静渊、崔天龙、王刚、李永强、吕宁、赵军、李媛萍承诺：

1. 崔天龙、李永强、吕宁、赵军、李媛萍除在发行人首次公开发行股票时一并转让的发行人股票外（如适用），在发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或委托他人管理本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。
2. 发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日（发行人股票全天停牌的交易日除外，下同）的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。
3. 上述股份锁定承诺期限届满后，在任职期间，每年将向发行人申报所直接或间接持有的发行人股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；离职后半年内不转让所持有的发行人股份。在发行人首次公开发行股票上市之日起六个月

内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让直接持有的发行人股份；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让直接持有的发行人股份。

4. 所持发行人股份在锁定期满两年内减持的，减持价格不低于发行价，如遇除权除息事项，前述发行价应作相应调整。
5. 本人不因职务变更、离职等原因，放弃履行上述承诺。
6. 如本人违反前述承诺事项，将由发行人及时公告违反承诺的事实及原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定情况下自公告日起 10 个工作日内启动购回程序，购回数量不低于本人违反承诺事项卖出的股票数量；且自公告之日当月起从发行人处领取半薪，直至上述股份购回实施完毕当月为止；并自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期至前述第 1 项、第 2 项（如适用）锁定期满后 6 个月；如因未履行前述承诺事项而获得收益的，所得收益归发行人所有，并将在获得收益的 10 日内将前述收益支付给发行人指定账户；如因未履行前述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者赔偿损失。
7. 如未来相关监管规则发生变化，本承诺载明事项将相应修订，修订后的承诺事项亦应满足届时监管规则的要求。

（十）公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

发行人股东公开发售股份前，发行人控股股东、实际控制人冯鑫先生直接持有发行人 28.40%的股权，并通过融辉似锦、瑞丰利永及众翔宏泰间接控制发行人 7.26%的股权，共计控制发行人 35.65%的股权；和谐成长持有发行人 10.89%的股权，为发行人第二大股东。

根据本次发行方案，在发行人股东按照转让上限（1,500 万股）公开发售股份后，冯鑫将直接持有公司 20.28%的股权，并通过融辉似锦、瑞丰利永及众翔宏泰间接控制公司 5.18%的股权，共计控制发行人 25.46%的股权；和谐成长将直接持有发行人 7.78%的股权，仍为发行人第二大股东；且直接或间接持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员仍继续直接或间接持有

发行人股份。因此，股东公开发售股份后，发行人的控股股东、实际控制人不会发生变更，股权结构未发生重大变化，对公司治理结构及生产经营不会产生重大影响。

（十一）发行人正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励

截至招股书签署日，发行人没有正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励。

八、员工情况

（一）员工人数及变化情况

时间	2014 年 9 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
人数	621	585	455	293

（二）员工专业结构

截至 2014 年 9 月 30 日，发行人及其子公司员工结构情况如下：

员工职务结构	人数（人）	占员工总数的比例
研发及产品运营	405	65.22%
销售	117	18.84%
业务支持	49	7.89%
办公支持	50	8.05%
合计	**621**	**100.00%**

（三）员工受教育程度

截至 2014 年 9 月 30 日，发行人及其子公司员工教育程度构成如下：

学历	人数（人）	占员工总数的比例
硕士及以上	**60**	**9.66%**
本科	**436**	**70.21%**
专科	**121**	**19.48%**
高中	**4**	**0.64%**
合计	**621**	**100.00%**

（四）员工年龄分布

截至 2014 年 9 月 30 日，发行人及其子公司员工年龄分布情况如下：

年龄	人数（人）	比例
29 岁以下	412	66.34%
30-39	197	31.72%
40-49	12	1.93%
合计	**621**	**100.00%**

九、持有 5%以上股份的主要股东，作为股东的董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺

截至本招股说明书签署之日，本公司股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺请参见本节“七、本公司的股本情况”之“（八）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺”。

本公司控股股东和董事（独立董事除外）、高级管理人员关于上市后三年内稳定股价的承诺请参见“重大事项提示”之“三、关于上市后三年内稳定股价的承诺及约束措施”。

本公司控股股东和董事、监事、高级管理人员关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺请参见“重大事项提示”之“四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺及约束措施”。

同时，为避免今后与公司之间可能出现的同业竞争，维护公司全体股东的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东与实际控制人冯鑫向本公司出具了《避免同业竞争和减少及规范关联交易之承诺函》，承诺：本人及本人直接或间接控制的其他企业不会在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对股份公司构成竞争或潜在竞争的业务及活动，不会拥有或以其他任何形式控制与股份公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益。此外，本人不会在与股份公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织中担任职务。本人及本人直接或间接控制的其他企业不会占用、支配股份公司的资金或干预股份公司对货币资金的使用、管理，保证杜绝非经营性资金往来的关联交易；尽量减少与股份公司进行关联交易，对于无法回避的任何业务往来或交易均应按照公平、公允和等价有偿的原则进行，严格按照履行公司相关关联交

易决策程序履行审核手续，交易价格参照与市场独立第三方交易价格确定，无市场价格可资比较或定价受到限制的关联交易，则应按照交易的商品或劳务的成本基础上加合理利润的标准予以确定交易价格，以保证交易价格的公允性，并按相关规定严格履行信息披露义务。本人愿意无条件赔偿因本人或本人直接或间接控制的其他企业违反上述承诺而给股份公司造成的全部经济损失。

此外，公司实际控制人冯鑫就公司整体变更所涉及的承诺事项请见本节“一、公司改制重组情况”之“（一）设立方式”相关部分；就公司租赁物业瑕疵作出的承诺请见第六节“五、发行人拥有的与业务相关的经济性资源要素情况”之“（一）固定资产”部分。

本公司董事、监事、高级管理人员作出的其他重要承诺事项请参见本招股说明书“重大事项提示”部分的相关内容。

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、主营范围

公司主营范围包括：1、许可经营项目：互联网信息服务业务（除新闻、教育、医疗保健、医疗器械以外的内容）（电信与信息服务业务经营许可证有效期至 2017 年 6 月 18 日）。2、一般经营项目：技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；计算机系统集成；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（演出除外）

2、主营业务

暴风科技是中国知名的互联网视频企业，公司通过“暴风影音”系列软件（主要包括暴风影音 PC 端、暴风无线 APP（简称“暴风无线”）和暴风看电影视频浏览器（简称“暴风看电影”））为视频用户提供免费使用为主的多终端综合视频服务、为商业客户提供互联网广告信息等服务。此外，公司在互联网视频行业软硬件结合领域进行积极尝试，于 2014 年 12 月发布智能可穿戴设备“暴风魔镜”第二代产品及配套手机应用 APP。公司以“视频技术”为核心，坚持把“致力于发现并满足人们的视频需求”作为企业使命，公司愿景是让视频用户“更好地享受电影”。

受益于中国互联网行业的快速发展、用户视频观看习惯从传统媒体向互联网新媒体转移和公司在视频技术及用户体验方面的优势，公司实现了用户规模的快速增长。在 PC 端，根据艾瑞咨询 i-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均有效使用时间约 2,900 万小时，日均覆盖人数约 2,700 万人，分别位于艾瑞咨询统计的在线视频行业第一和第二[1]；在移动端（包括手机、PAD 等移动设备），根据艾瑞咨询 m-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风无线日均

[1] 注：根据艾瑞咨询公告，2014 年 8 月 11 日起，暴风影音 PC 端由影音播放软件类别调整至在线视频类别

覆盖人数约 1,359 万人，日均有效使用时长约 516 万小时，在无线端视频应用中分别排名第五和第九。

公司的业务模式是互联网行业典型的“免费+广告”模式。一方面，公司以持续的技术创新开发暴风影音系列产品，主要以免费方式提供给用户使用，满足视频用户从本地到在线再到多终端的视频需求；另一方面，公司凭借业内领先的用户规模，充分发挥暴风影音平台作为互联网媒体的广告投放价值，为商业客户提供互联网广告服务。

公司自创立以来，始终专注于视频技术的自主研发和产品化应用，不断改进用户体验。公司于 2007 年开始向用户提供免费使用为主的暴风影音软件及本地视频播放服务；随着用户需求从本地向在线、从 PC 端向无线端的转移，公司逐步推出暴风影音系列软件产品，并不断丰富产品类型及功能，改善用户体验。2010 年，公司发布“暴风影音在线高清版”产品，具备“带宽点播 720P 高清视频”、“带宽点播 1080P 高清视频”功能；2011 年，公司发布“暴风影音 5•神奇左眼键版本”，通过“一键高清”功能改善视频画质；2012 年，公司通过技术研发实现，公司”及“环绕立体声”功能，丰富了视频用户的观影体验；2012 年下半年公司先后发布支持手机和平板电脑的暴风无线产品和 PC 视频桌面入口软件“暴风看电影视频浏览器”基本版；2014 年 4 月，公司推出“暴风无线产品”及“暴风看电影视频浏览器”正式版，进一步满足了用户“随时随地”、“一站式观看”视频的需求。在深耕细作“暴风影音”系列软件的基础上，公司积极探索视频应用的新兴领域，于 2014 年 12 月发布智能可穿戴设备“暴风魔镜”第二代产品及配套手机应用 APP。产品功能设计包括“近景 IMAX 影院效果呈现”、“360 度图片及视频观看”及“沉浸式游戏体验”等。

用户规模的市场领先地位有利于公司向品牌客户充分宣传暴风影音的媒体价值和广告投放平台承载能力。公司的互联网视频广告服务具备“受众广”、“形式多”、“展现价值高”等特点，公司广告主包括淘宝、京东、麦当劳、百胜中国、箭牌、宝洁、平安保险、三星、联想、苏宁、海尔、康师傅等国内外众多知名企业。

（二）公司提供的主要服务

公司主要提供两大类服务：综合视频服务和互联网广告信息服务。

1、综合视频服务

综合视频服务包括网络视频服务和本地视频服务。网络视频服务指视频用户通过暴风影音系列软件观看在线视频内容。本地视频服务指视频用户通过暴风影音系列软件观看自己提供的视频内容。

作为国内最早的行业进入者之一，暴风影音通过其业内领先的视频技术，实现了多格式播放文件支持（可支持播放的文件格式达 680 多种）、高清呈现（通过画质提升技术使普通视频文件呈现高清播放效果）、低带宽占用（通过 P2P 技术实现用户间的视频内容资源共享）、模拟环绕立体声、3D 视频播放。除此以外，公司已开发出适用于苹果 iOS 系统、安卓系统的手机、PAD 等移动平台的视频播放软件及适用于 PC 端的视频浏览器“暴风看电影”。

2、互联网广告信息服务

互联网广告信息服务包括广告发布服务和软件推广服务。广告发布服务指广告客户通过暴风影音系列软件发布广告信息，软件推广服务指第三方软件商通过暴风影音系列软件推广其软件产品。

公司的综合视频服务形成庞大的视频用户群体，从而产生了广告投放价值，该模式是互联网行业较为成熟的商业模式之一。暴风影音视频广告信息服务具备“受众广”、“形式多”、“展现价值高”等特点。公司广告主包括淘宝、京东、麦当劳、百胜中国、箭牌、宝洁、平安保险、三星、联想、苏宁、海尔、康师傅等国内外众多知名企业。

（三）公司主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入主要来自广告、软件推广及游戏三大部分，主营业务收入的具体构成如下：

单位：万元

项目	2014年1-9月		2013年		2012年		2011年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告收入	24,471.84	90.08%	30,997.92	95.45%	22,512.95	89.50%	14,085.53	84.71%

软件推广收入	2,615.67	9.63%	1,421.35	4.38%	2,627.91	10.45%	1,377.78	8.29%
游戏收入[注1]	-	-	-	-	-	-	1,164.20	7.00%
其他收入[注2]	78.73	0.29%	57.67	0.18%	13.16	0.05%	0.09	0.00%
合计	27,166.25	100.00%	32,476.94	100.00%	25,154.02	100.00%	16,627.60	100%

注 1：2009 年至 2011 年 5 月，公司在满足广告客户需求的同时，将部分广告位置用作网络游戏运营代理业务，通过出售虚拟游戏货币获取收入。2011 年，随广告客户快速增长，公司广告资源越趋稀缺，公司为集中优势资源对网络视频业务精耕细作，决定出售游戏业务。2011 年 5 月，公司向北京第三纪信息技术有限公司出售网络游戏业务，当年网络游戏业务占主营业务收入比重下降至 7%，公司未继续运营网络游戏业务。

注 2：其他收入为少量用户付费视频服务收入。本公司坚持免费视频服务为主的业务模式，同时针对少部分用户的特定需求，推出一定的付费视频服务，为付费用户提供更具针对性和个性化的服务。付费模式不是本公司主要的业务模式。

报告期内，公司各广告形式的投放金额如下：

单位：万元

序号	广告形式	2014 年 1-9 月		2013 年		2012 年		2011 年	
		金额	占比	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1	TIPS	2,289.08	8.40%	3,930.19	11.33%	13,748.42	57.04%	8,514.64	59.77%
2	弹窗	5,725.66	21.02%	8.999.89	25.95%	4,982.24	20.67%	4,629.85	32.50%
3	文字链	415.96	1.53%	735.54	2.12%	58.16	0.24%	95.31	0.67%
4	贴片	15,287.04	56.13%	18,343.21	52.89%	5,287.44	21.94%	916.38	6.43%
5	Banner	2,642.16	9.70%	1,483.71	4.28%	2.40	0.01%	90.25	0.63%
6	网页广告	400.61	1.47%	250.93	0.72%	19.93	0.08%	-	-
7	其他	475.32	1.75%	935.22	2.70%	5.10	0.02%	-	-
	投放金额合计	27,235.81	100.00%	34,678.70	100.00%	24,103.69	100.00%	14,246.44	100.00%
	返点金额	2,763.97		3,680.78		1,590.74		160.91	
	广告收入	24,471.84		30,997.92		22,512.95		14,085.53	

公司未对本地视频服务和网络视频服务分别进行核算，原因为：公司的盈利模式为“免费+广告”模式。一方面，公司向用户提供免费为主的多终端综合视频服务，形成了用户群体，产生了广告投放价值。另一方面，公司向广告客户收取广告投放费用（含软件推广费用）形成收入。鉴于本地视频服务和网络视频服务仅为视频服务的不同形式，与收入实现并无直接对应关系，公司并未对本地视频服务和网络视频服务进行分别核算。

公司报告期内的全部广告收入中，贴片广告全部来自网络视频服务，而除网页广告、线下广告策划及执行业务外的其余广告收入则共同来自于网络视频服务和本地播放视频服务,因为：（1）贴片广告收入直接来自于本公司为用户提供的网络视频服务，出现在用户点击并缓冲或暂停播放网络视频内容时，若用户不看网络视频，则该等广告不会展现，收入不会产生；（2）TIPS、弹窗、文字链等形式的广告，在用户激活和使用暴风影音播放器软件的时候即进行广告展现，不论用户观看的是本地视频还是网络视频，均可产生收入，这些广告形式（不含网页广告、线下广告策划及执行业务）的收入共同来自于本公司为用户提供的网络视频服务和本地播放视频服务；（3）广告客户购买该等广告形式产品并不受到广告是本地播放时展现或是在线播放时展现的影响，只考虑使用暴风影音播放工具软件用户覆盖数量和使用时长。

因此，报告期内公司广告收入按在线播放和本地播放的分类投放金额如下：

单位：万元

广告形式	2014 年 1-9 月		2013 年		2012 年		2011 年	
	金额	占比	金额	比例	金额	比例	金额	比例
贴片、网页广告（来自网络视频及在线广告发布服务）	15,687.65	57.64%	18,594.14	53.97%	5,307.37	22.02%	916.38	6.43%
TIPS、弹窗、文字链、Banner、及其他（共同来自网络视频服务和本地播放服务）	11,529.29	42.36%	15,860.94	46.03%	18,796.32	77.98%	13,330.05	93.57%
投放金额合计	27,216.95	100.00%	34,455.08	100.00%	24,103.69	100.00%	14,246.44	100.00%

注：2014 年 1-9 月、2013 年公司的少量线下策划及执行业务未计入

（四）主要经营模式

1、采购模式

根据经营需要，公司采购内容主要包括 IDC 带宽、服务器与交换机、影视版权三种。根据年度发展规划，公司业务部合理估算 IDC 带宽、服务器及影视版权的需求，由采购部门负责合同谈判与采购，由财务部门负责采购量及价格审核。

（1）IDC 带宽

IDC 带宽的供应商主要为与公司保持长期合作关系的电信代理商，合作双方

按月度或季度签署采购合同，以市场价格定价。

（2）服务器与交换机

公司主要向 DELL 和 HP 的代理商采购服务器与交换机，公司根据业务需要向其进行采购，以市场价格定价。

（3）影视版权

报告期内，公司主要向专业化、规模化的影视版权分销商采购影视版权，以市场价格定价。

2、服务模式

公司主要提供两大类服务：综合视频服务和互联网广告信息服务。

（1）综合视频服务

综合视频服务包括网络视频服务和本地视频服务，公司视频服务的播放平台以 PC 端为主，除此以外，公司已开发出适用于手机及 PAD 等播放平台的视频播放器软件。

网络视频服务是指视频用户在互联网接入环境下，通过暴风影音系列软件或网站观看在线视频。

本地视频服务是指视频用户通过暴风影音观看由用户自行提供的视频内容，主要包括用户下载至本地硬盘、自制及 DVD 等内容形式，具备“多格式播

放”、“高清晰”、“跨终端”等特点。

（2）互联网广告信息服务

公司借助综合视频服务形成具有媒体传播效应的庞大用户群体，凭借良好的品牌价值，暴风影音成为广告客户推广其产品的的重要平台。互联网广告信息服务主要包括广告发布与软件推广。

广告发布是指：公司为广告客户在暴风影音播放器平台上提供广告位，通过视频前播、中播时的贴片广告、TIPS、弹窗、文字链等方式推广产品。公司的主要客户包括具有互联网属性的网络客户广告主，如淘宝、凡客、苏宁、京东商城；传统品牌广告主，如沃尔沃、耐克、康师傅；网络游戏公司，如盛大、麒麟网。

软件推广业务是指：基于暴风影音海量的每日新增安装，在安装暴风软件过程中可以推荐用户同时安装质量可靠的品牌应用软件。目前，公司软件推广主要客户为百度、搜狗。

3、营销模式

（1）部门设置

公司设有广告销售部、广告产品部、销售支持部、与策划部等部门专门负

责广告市场营销、广告产品研发、广告效果监测及品牌广告主关系维护等市场营销中的不同环节，各部门之间紧密协作，及时准确的发现并满足潜在广告客户主需求。

（2）营销及销售模式

公司的主要客户包括网络客户广告主与传统品牌广告主。暴风影音的品牌优势为公司的市场营销奠定了良好基础。除此以外，公司通过暴风营销周刊、媒体推介会、“暴风明星汇”（邀请知名演员在新片上线时参与公司的互动活动）等形式进行产品推广和市场营销。

对于淘宝、京东、凡客等具备网络特性的网络客户广告主，公司主要通过直销模式进行合作，直销模式下的客户为直接客户。

对于沃尔沃汽车、人保车险、宝洁、欧莱雅、耐克、康师傅等传统品牌广告主，公司先与其广告投放部门进行销售推介，传统品牌广告主将“暴风影音”纳入自身的“可投放广告平台库”，在有投放需求时，通过公司的广告代理商客户以订单形式进行广告投放。公司的广告代理商客户都是专业从事广告投放、已掌握广告主资源的广告公司。该等公司为其广告主客户提供媒体广告策划、投放等一系列服务，并非由公司聘请来代理销售广告的代理商。通常公司在与广告代理商客户合作时，已确定合作的广告主，该等广告主通过广告代理商以订单形式进行广告投放。只有少数广告代理商（例如腾信互动、创世奇迹）曾向公司买断部分广告位置，由其自行向广告主进行销售。

报告期内，公司广告收入中向直接客户和广告代理商客户的销售金额和比例如下：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年		2012 年		2011 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接客户	10,990.94	44.91%	18,656.98	60.19%	13,833.10	61.45%	10,280.47	72.99%
广告代理商客户	13,480.90	55.09%	12,340.94	39.81%	8,679.86	38.55%	3,805.06	27.01%
合计	24,471.84	100.00%	30,997.92	100.00%	22,512.95	100.00%	14,085.53	100.00%

2014 年 1-9 月、2013 年、2012 年及 2011 年，公司广告代理商客户销售金额为 13,480.90 万元、12,340.94 万元和 8,679.86 万元，占广告收入比例分别为

55.09%、39.81%、38.55%和 27.01%，该比例有所上升，主要原因为：（1）随着公司视频用户数量持续增长、用户在线观看量和用户活跃度持续提高，公司积极促进传统消费类及非泛电商类品牌广告的投放，尤其是贴片广告形式的投放，扩大覆盖品类，而该等类型客户通过广告代理公司进行广告下单投放的情况较多；（2）广告代理商客户北京创世奇迹广告有限公司（以下简称“创世奇迹”）于 2011 年与公司签署了总投放金额为 2,700 万元的广告投放框架协议，由于 2011 年双方对广告投放形式未完全确定，创世奇迹 2011 年的实际投放金额较少，而于 2012 年在双方就广告投放形式达成一致的情况下进行了较大规模的投放，交易金额为 2,205.65 万元，带动了 2012 年广告代理商客户销售金额增长；（3）广告代理商客户上海融视广告传媒有限公司（以下简称“上海融视”）自 2012 年下半年开始与公司开展业务合作，2013 年，为满足其所代理的广告主的投放需求，上海融视扩大了本期广告投放规模，交易金额达到 1,284.93 万元，带动 2013 年广告代理商客户销售金额增长；（4）2014 年 1-9 月期间，广告代理商客户北京双行线广告有限公司由于其上游广告主上海三七玩网络科技有限公司等游戏公司加大广告投放力度，导致公司与北京双行线广告有限公司的交易金额较大。

公司与知名的广告客户签署年度框架协议，约定投放金额和投放量。广告客户根据其产品推广需要与公司签署具体订单。根据广告客户的产品特性按月或按季度进行投放。

4、盈利模式

公司主要的盈利模式为互联网行业典型的“免费+广告”模式。公司向视频用户提供免费为主的多终端综合视频服务并不断升级产品性能，形成的庞大用户群体，具备显著的广告投放价值。广告客户在暴风影音投放广告需向公司支付广告投放费用，是公司的核心收入来源。

5、经营模式形成原因、影响因素及变动趋势

（1）经营模式的形成原因

互联网视频行业经营模式的核心在于通过高效的方式获得大量忠实用户，并通过该用户群体产生的潜在媒体价值及相关产品消费价值形成盈利模式。

公司向视频用户提供免费使用为主的多终端综合视频服务，并不断升级产

品性能，形成的庞大用户群体具备显著的广告投放价值。公司自创立伊始即专注于产品创新研发及运营效率提升，通过良好的产品功能属性在PC端形成了约2,900万小时的日均有效使用时间及约2,700万人的日均覆盖人数；通过P2P等技术的综合运用，有效节省了带宽成本。走集约化发展的道路使得公司在未购买独播影视剧版权等大规模资本投入的情况下，保证了较高的用户规模及良好的盈利能力。

此外，公司深入挖掘视频用户需求并进行产品创新，于2014年12月发布可穿戴硬件产品“暴风魔镜”第二代产品，逐步探索用户群体消费价值的盈利模式。

（2）影响公司经营模式的关键因素及变动趋势

影响公司经营模式的主要因素包括：互联网视频技术的更新换代、带宽及影视剧版权价格及广告客户的投放需求。随着互联网视频技术的更新换代，公司将持续改进现有产品功能并积极探索软硬件结合，多视频终端互动等新兴产品形态；此外，根据互联网视频行业目前仍以免费使用为主的行业特点，公司未来仍将主要采用“免费+广告”的盈利模式。

（五）主营业务创新情况

1、主营业务的独创性与创新性

发行人是一家主要通过“暴风影音”系列软件为视频用户提供免费的综合视频服务、为商业客户提供互联网广告信息等服务的高新技术企业。公司自创立以来即专注于视频技术的研发与产品创新。视频技术创新方面，暴风影音系列软件通过视频播放核心集成技术（即“万能播放”）的综合运用，可支持的播放格式多达 680 种；经过多年的技术积累，公司进一步在视频播放、视频压缩、视频传输与内容分发四项关键视频技术领域取得了丰硕的技术成果，实现了包括“1M 带宽观看 720P 高清视频”、“一键高清”、“键高播放”、“环绕立体声”等一系列提高用户视频观看体验的核心产品功能，广泛适用于PC端“暴风影音”、“暴风看电影”软件及手机、PAD等无线终端的APP产品。产品创新方面，公司在视频软件产品领域深耕细作的基础上，不断挖掘视频用户

需求，开始涉足视频硬件领域，2014 年 12 月，公司推出可穿戴硬件产品“暴风魔镜”第二代产品。

2、发行人的持续创新机制

发行人高度重视创新的持续性，目前已拥有一支超过 240 人的研发和技术团队，集合了视频播放、编解码、视频压缩、视频传输、内容分发及互联网应用等领域的优秀人才，占公司员工总数的 39%左右。同时，公司设立技术创新实验室，研究并持续优化一键高清、无线高清、裸眼 3D 播放、环绕音效等新兴的影音播放技术。实验室已与 INTEL、AMD 等国际知名 CPU 芯片厂商建立合作关系，为新一代芯片的设计提供前沿性视频技术实验数据支持。

（六）公司自设立以来主营业务的发展变化进程

报告期内，公司所从事的主营业务未发生变化。自设立以来，公司以“致力于发现并满足人们的视频需求”为使命，始终专注于技术创新与服务优化，公司业务发展经历了以下三个阶段：

时间	第一阶段（2005 年 8 月至 2007 年 1 月）	第二阶段（2007 年 1 月至 2010 年 10 月）	第三阶段（2010 年 10 月后）
阶段描述	组建创业团队，通过自主研发掌握并开发出视频播放软件的核心技术	进一步优化视频技术，收购“暴风影音”相关的商标、域名，以“暴风影音”为平台进行公司化运营，根据用户需求不断推出以本地视频服务为主的暴风影音新产品，并开始进行网络视频服务，成功的研发出基于 P2P 的网络视频播放产品暴风影音 3，凭借独有的视频压缩技术，让用户在低带宽下享受高清视频播放的体验，“1M 带宽看 720P”，“2M 带宽看 1080P”成为暴风影音网络视频服务的差异化	随互联网视频快速发展的行业契机，宽带网络的普及率提高，公司通过多项视频技术的综合运用，升级开发出适用于网络视频服务的差异化功能，如通过实时色彩填补及高清画质增强技术开发出的实时增强画面质量的“一键高清”功能，即带有“左眼”技术的暴风影音 5 产品，“左眼”技术率先支持网络视频服务，推动了暴风网络视频服务的高速增长。2011 年，“左眼”技术开始支持本地视频播放。2012 年，暴风研发出 3D 播放，模拟环绕声播放等新技术，建立在线 3D 片库，为视频用户打造一个集高清，3D，环绕声于一体的“极致观影体验”在线服务平台。2012 年下半，公司发布了暴风看电影视频浏览器的基本版，该产品定位于用户观看看网络视频

		优势	的桌面浏览器；公司发布暴风无线产品的基本版，适用于手机、PAD 等移动终端的视频搜索及播放。2013 年以来公司对上述两项产品进行了进一步的升级。 2014 年 4 月，公司推出暴风看电影及暴风无线正式版；2014 年 12 月，公司推出硬件产品“暴风魔镜”第二代产品。
服务形式	本地视频服务	本地视频服务为主，尝试网络视频服务	网络视频服务为主，本地视频继续深耕细作；逐步探索硬件开发
产品特点	可播放格式超过 100 种，容量小、启动快、操作便捷	可播放格式超过 400 种，形成支持高清播放的本地视频服务，“1M 带宽看 720P”，“2M 带宽看 1080P”	可播放格式超过 680 种，并通过产品升级迭代逐步实现了：用户较低带宽环境下的高清视频播放，一键高清播放，3D 视频播放，模拟 5.1 音效播放，桌面入口式聚合在线视频的一站式服务

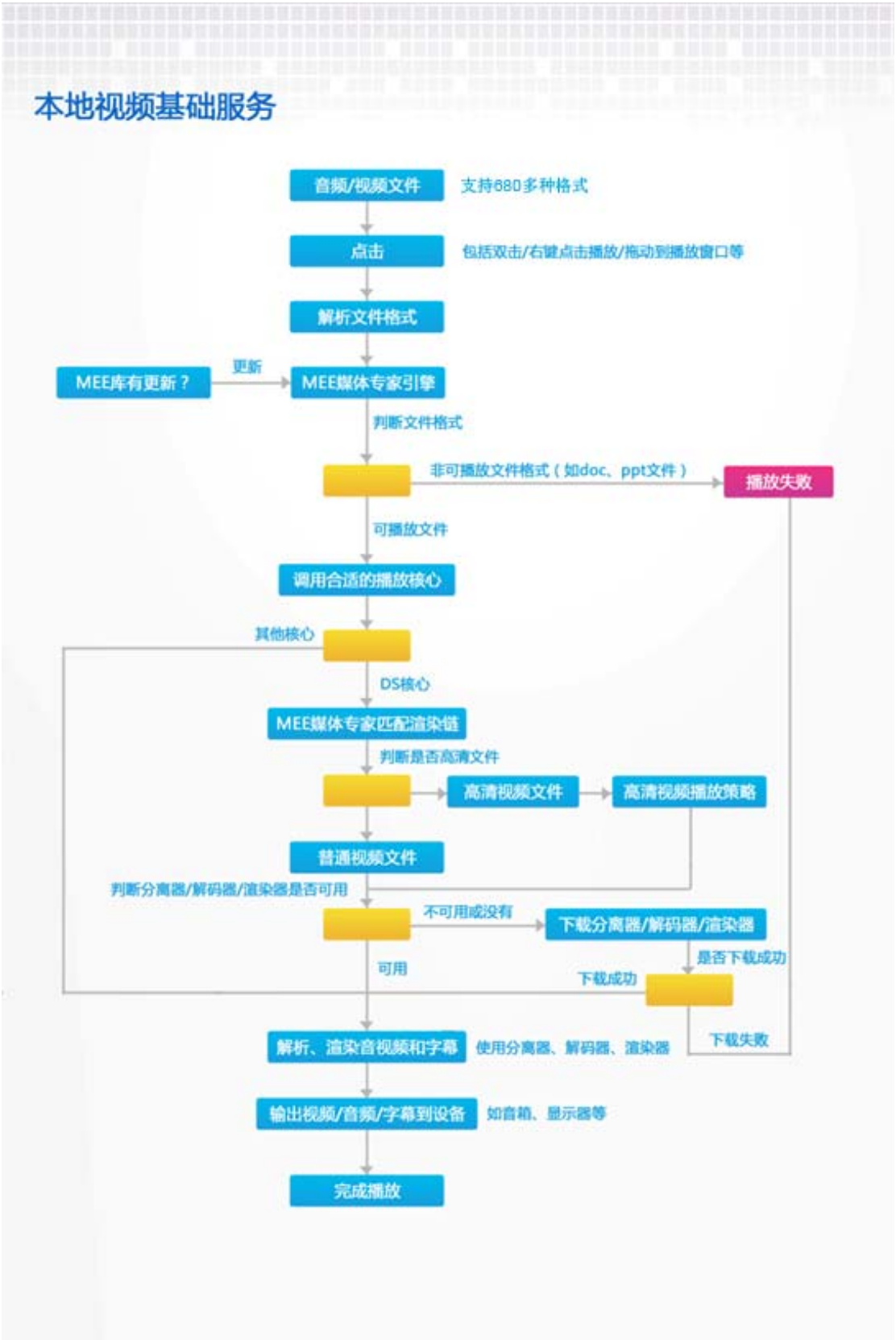
（七）报告期发行人提供主要服务的流程图

1、综合视频服务流程图

（1）网络视频基础服务

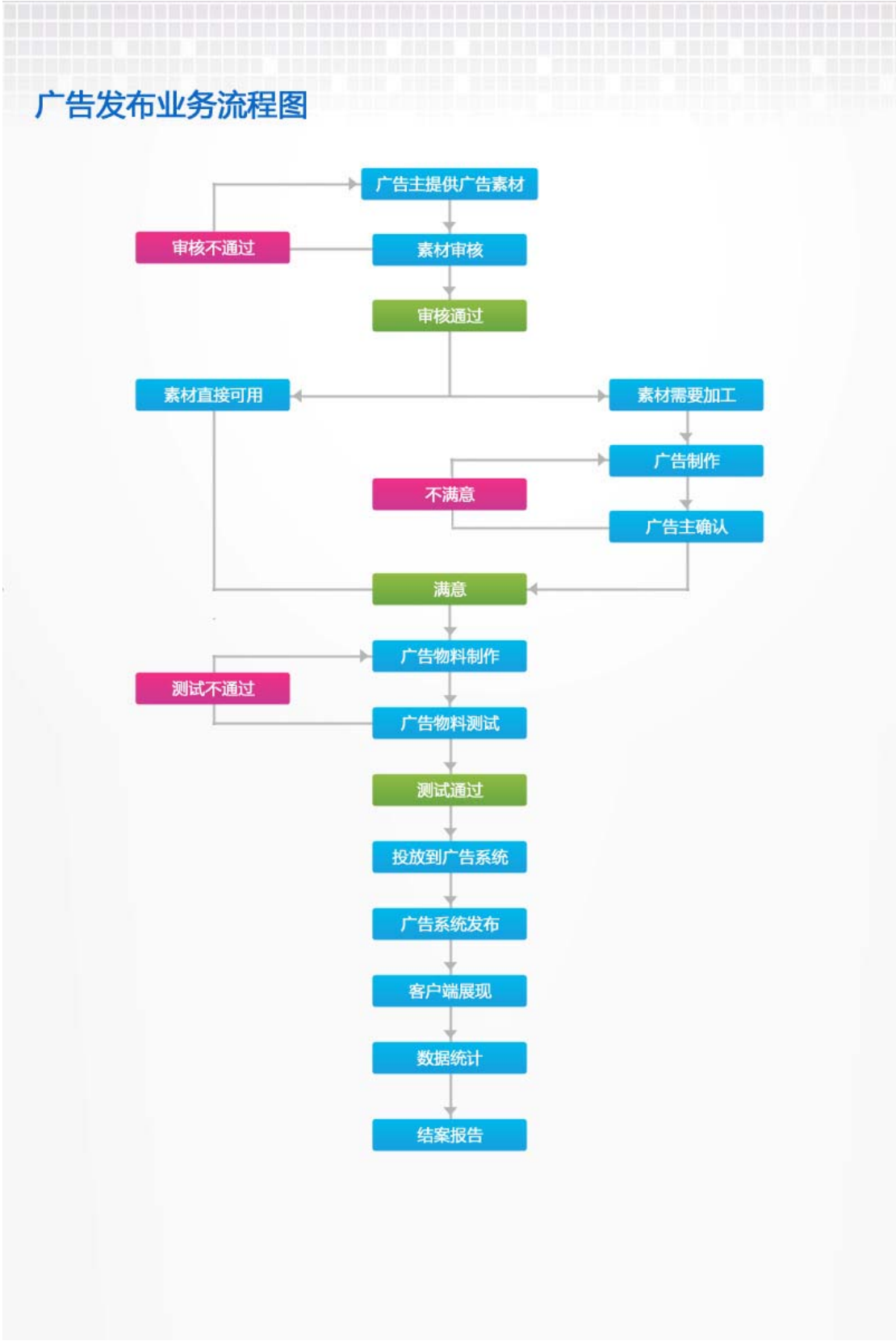
网络视频基础服务流程图
版权部门采购
内容审查
未通过
不予发布
视频制作剪辑
未通过
视频质量检查
影片信息
专辑制作
视频质量
不合格
上线发布
视频信息
不合格
主管抽检
用户点播

（2）本地视频基础服务



2、互联网广告信息服务流程图

（1）广告发布业务


广告发布业务流程图
广告主提供广告素材
审核不通过
素材审核
审核通过
素材直接可用
素材需要加工
广告制作
不满意
广告主确认
满意
广告物料制作
测试不通过
广告物料测试
测试通过
投放到广告系统
广告系统发布
客户端展现
数据统计
结案报告

（2）软件推广业务

二、行业基本情况

（一）行业主管部门、行业监管体制和主要法规政策

公司所处行业为互联网视频服务行业，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》，属于信息传输、软件和信息技术服务业下的互联网和相关服务行业（I-64）。

1、行业主管部门

本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新闻出版广电总局为主，国务院新闻办公室（国家互联网信息办公室）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。行业自律性组织包括中国软件行业协会和中国互联网协会。

（1）工业与信息化部

2008 年 1 月 31 日，《互联网视听节目服务管理规定》（国家广播电影电视总局、中华人民共和国信息产业部令第 56 号）开始施行。根据该规定国务院信息产业主管部门为互联网行业主管部门，依据电信行业管理职责对互联网视听节目服务实施相应的监督管理。2008 年，国务院机构改革，成立了工业和信息化部，其主要职责为：拟订并组织实施工业、通信业、信息化的发展规划，推进产业结构战略性调整和优化升级，推进信息化和工业化融合；制定并组织实施工业、通信业的行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议，起草相关法律法规草案，制定规章，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作等。

（2）国家新闻出版广电总局

2008 年 1 月 31 日，《互联网视听节目服务管理规定》（国家广播电影电视总局、中华人民共和国信息产业部令第 56 号）开始施行。根据该规定，国务院广播电影电视主管部门为互联网视听节目服务的行业主管部门，负责对互联网视听节目服务实施监督管理，统筹互联网视听节目服务的产业发展、行业管理、内容建设和安全监管。国家广播电影电视总局作为国务院直属机构，对网络视频服务行业实施内容监管和行政许可管理，其主要职责为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。

根据第十二届全国人民代表大会第一次会议批准的《国务院机构改革和职能转变方案》和《国务院关于机构设置的通知》（国发[2013]14 号），国家广播电影电视总局与国家新闻出版总署合并设立国家新闻出版广电总局，上述国家广播电影电视总局的相关职权纳入国家新闻出版广电总局。

（3）国务院新闻办公室

中华人民共和国国务院新闻办公室（简称国务院新闻办）组建于 1991 年 1 月。2005 年 9 月 25 日，《互联网新闻信息服务管理规定》开始实施。根据该规定，国务院新闻办公室主管全国的互联网新闻信息服务监督管理工作。2011 年 5 月 4 日，经国务院同意，设立国家互联网信息办公室。国家互联网信息办公室

不另设新的机构，在国务院新闻办公室加挂国家互联网信息办公室牌子。

（4）新闻出版总署

根据《2006-2020 年国家信息化发展战略》、《国家“十二五”时期文化发展规划纲要》、《新闻出版业“十二五”时期发展规划》等一系列政策的规定，新闻出版总署将大力推进数字出版、网络出版技术的应用，加强对网络视频版权的保护，发展新闻出版行业的信息化工作，鼓励基于互联网平台的新闻信息门户网站和报刊新媒体出版产品建设。其主要职能和任务为起草新闻出版、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；负责对出版物内容及出版活动的监管，组织查处严重违规出版物和重大违法违规出版活动，指导对从事出版活动的民办机构的监管工作；负责对新闻出版单位进行行业监管，实施准入和退出管理；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。

根据第十二届全国人民代表大会第一次会议批准的《国务院机构改革和职能转变方案》和《国务院关于机构设置的通知》（国发[2013]14 号），国家广播电影电视总局与国家新闻出版总署合并设立国家新闻出版广电总局，上述新闻出版总署的相关职权纳入国家新闻出版广电总局。

（5）中国软件行业协会

中国软件行业协会是软件行业内部的指导、协调机构，主要职能为从事软件产业及市场研究，对会员单位的公共服务、行业自律管理以及代表会员向政府部门提出产业发展建议等。

（6）中国互联网协会

中国互联网协会的主要职能是组织制定互联网行约、行规，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通等。

2、行业监管体制

本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新闻出版广电总局为主，国务院新闻办公室（国家互联网信息办公室）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）对市场准入的监管，由国家新闻出版广电总局、工业与信息化部负责

监管，监管范围包括许可证的发放与管理；

（2）对网络视频内容的监管，由国家新闻出版广电总局、国务院新闻办负责监管，监管范围包括版权管理、内容引进、内容审核、内容加工与制作；

（3）对网络视频制作的监管，由国家新闻出版广电总局负责监管，监管范围包括网络视频节目的制作；

（4）对硬件和技术的监管，由工业与信息化部负责监管，监管范围包括制造厂商管理、技术标准制定、技术发展及设备进网许可证发放等；

（5）对软件及接入网络的监管，由工业与信息化部负责监管，监管范围包括网络带宽标准、软件相关标准等；

（6）对网络安全的监管，由工业与信息化部负责监管，监管范围包括网络监看、检察等。

3、主要产业政策和法规

与互联网视频服务行业相关的主要产业政策和法规如下：

（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……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《文化产业振兴规划》

2009年9月，国务院常务会议审议通过《文化产业振兴规划》（以下简称“《文化振兴规划》”），标志着文化产业已经上升为国家的战略性产业。该《文化振兴规划》中提出了发展新兴文化业态的重要规划，制订的总体目标为“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。”

③《北京市加快软件和信息服务业发展的指导意见》

2010 年 3 月，在北京市出台的《北京市加快软件和信息服务业发展的指导意见》中指出，软件和信息服务业是国家战略新兴产业，当前的重点任务之一就是要继续引领新一代互联网技术应用，强化中国互联网中心地位，大力发展电子商务、社区网络、网络视频、数据库服务、数字出版等新兴内容产业，打造全国网络电视基地，不断提高创意能力、增值能力、聚合能力和传播能力。

④《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》

2011 年 10 月 18 日中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议通过《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，提出要发展健康向上的网络文化。主张实施网络内容建设工程，制作适合互联网和手机等新兴媒体传播的精品佳作。发展网络新技术新业态，占领网络信息传播制高点。

⑤《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》

2012 年 2 月 28 日，文化部发布《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》，提出要大力开发适宜互联网、移动终端等载体的网络文化产品，促进动漫游戏、网络影音娱乐等数字文化内容的消费等。并提出积极实施网络内容建设工程，推动优秀传统文化瑰宝和当代文化精品网络传播，制作适合互联网和移动网络传播的精品佳作，鼓励网民创作格调健康的网络文化作品，提高原创水平，提升文化品位，发挥网络在文化建设中的重要作用。

⑥2012 年政府工作报告及《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》

2012 年 3 月，十一届全国人大四次会议上公布的国务院政府工作报告强调要大力发展文化产业，培育新型文化业态，推动文化产业成为国民经济支柱性产业。《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》更指出，文化产业推动经济发展方式转变的作用明显增强，已逐步成长为国民经济支柱性产业。

⑦《软件和信息技术服务业“十二五”发展规划》

工业和信息化部印发的《软件和信息技术服务业“十二五”发展规划》中提出大力发展基于网络的信息服务，培育基于移动互联网、云计算、物联网等环境下的新兴服务业态。并指出基本形成以企业为主体的产业创新体系，软件业务收入前百家企业的研发投入超过业务收入的 10%，意在引导企业加大研发投入。强调把龙头企业培育、创新能力提升作为增强产业核心竞争力的重要抓手，未来 5 年，要培育一批具有国际竞争力的龙头企业。《规划》还指出我国软件和信息技术服务业将在“十一五”时期发展的基础上，突破 10 大发展重点，部署 8 项重大工程，实现 6 大目标。预计到 2015 年软件业务收入将突破 4 万亿元，其中信息技术服务收入超过 2.5 万亿元，占比超过 60%。

⑧《“宽带中国”战略及实施方案》

为推动我国宽带基础设施快速健康发展，2013 年 8 月 1 日，国务院印发《“宽带中国”战略及实施方案》，要求 到 2015 年，初步建成适应经济社会发展需要的下一代国家信息基础设施，基本实现城市光纤到楼入户、农村宽带进乡入村，固定宽带家庭普及率达到 50%，第三代移动通信及其长期演进技术（3G/LTE）用户普及率达到 32.5%，行政村通宽带比例达到 95%，学校、图书馆、医院等公益机构基本实现宽带接入，城市和农村家庭宽带接入能力基本达到 20 兆比特每秒（Mbps）和 4Mbps，部分发达城市达到 100Mbps。宽带应用水平大幅提升，移动互联网广泛渗透。重点要推进区域宽带网络协调发展、加快宽带网络优化升级、提高宽带网络应用水平、促进宽带网络产业链不断完善等。

（2）主要法规

行业类别	法规名称	生效日期	发布机构
软件行业	《计算机软件保护条例（2013 年修订）》	2002 年 1 月 1 日	国务院
	《计算机软件著作权登记办法》	2002 年 2 月 20 日	国家版权局
	《软件产品管理办法（2009 年修订）》	2009 年 4 月 10 日	工业和信息化部
	《软件企业认定标准及管理办法（试行）》	2000 年 10 月 16 日	信息产业部（现为工业和信息化部）
互联网视	《中华人民共和国著作权法（2010 年修订）》	2010 年 2 月 26 日	全国人民代表大会常务委员会

	《中华人民共和国著作权法实施条例（2013 年修订）》	2013 年 3 月 1 日	国务院
	《互联网视听节目服务管理规定》	2008 年 1 月 31 日	国家广播电影电视总局（现为国家新闻出版广电总局）、信息产业部（现为工业和信息化部）
	《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》	2004 年 10 月 11 日	国家广播电影电视总局（现为国家新闻出版广电总局）
	《广电总局关于加强互联网传播影视剧管理的通知》	2007 年 12 月 28 日	国家广播电影电视总局（现为国家新闻出版广电总局）
	《信息网络传播权保护条例（2013 年修订）》	2013 年 3 月 1 日	国务院
	《互联网信息服务管理办法（2011 年修订）》	2011 年 1 月 8 日	国务院
	《中国互联网视听节目服务自律公约》	2008 年 2 月 22 日	中国互联网视听节目服务联盟
	《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知》	2009 年 3 月 31 日	国家广播电影电视总局（现为国家新闻出版广电总局）
	《广电总局关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知》	2012 年 2 月 9 日	国家广播电影电视总局（现为国家新闻出版广电总局）
	《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》	2012 年 7 月 6 日	国家广播电影电视总局（现为国家新闻出版广电总局）、国家互联网信息办公室
	《国家新闻出版广电总局印发关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》	2014 年 1 月 2 日	国家广播电影电视总局

4、网络视频服务相关的资质条件

除依法取得《企业法人营业执照》以外，经营网络视频服务需要取得的行业准入资质及其相应的准许条件、有效期限及到期延展条件的基本情况如下表：

序号	资质证书名称	准许条件	有效期限	到期延展条件
1	《中华人民共和国电信与信息服务业务经	电信业务经营分为基础电信和增值电信业务。网络视频服务属于增值电信服务领域，并且属于提供经营性互联网信息服务。申请	5 年	经营许可证有效期届满需要继续经营的,应当提前90日向

序号	资质证书名称	准许条件	有效期限	到期延展条件
	营许可证》	该领域的增值电信经营许可，需要具备如下条件： （一）经营者为依法设立的公司； （二）有与开展经营活动相适应的资金和专业人员； （三）有为用户提供长期服务的信誉或者能力； （四）在省、自治区、直辖市范围内经营的,注册资本最低限额为100万元人民币;在全国或者跨省、自治区、直辖市范围经营的,注册资本最低限额为1000万元人民币； （五）有必要的场地、设施及技术方案； （六）公司及其主要出资者和主要经营管理人员三年内无违反电信监督管理制度的违法记录； （七）有业务发展计划及相关技术方案； （八）有健全的网络与信息安全保障措施，包括网站安全保障措施、信息安全保密管理制度、用户信息安全管理制度； （九）服务项目属于新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务的，已取得有关主管部门同意的文件； （十）国家规定的其他条件。		原发证机关提出续办经营许可证的申请。 除前述资质所需准许条件以外，有关规定并未对资质到期延展施加其他特别限制性条件。
2	《信息网络传播视听节目许可证》	申请《信息网络传播视听节目许可证》，应当具备下列条件： （一）具备法人资格，为国有独资或国有控股单位，且在申请之日前三年内无违法违规记录。（根据国家广电总局关于做好《信息网络传播视听节目许可证》申报审核工作有关问题的通知，在《互联网视听节目服务管理规定》发布前已经开办视听服务并符合国家关于互联网站管理相关法规的网站，无违法违规行为的，及有轻微违规行为能及时整改，且在最近三个月内无违规记录的，可以申办许可证）； （二）申办企业的注册资本应在1000万元以上。提供新闻、影视剧、文娱、专业等多种内容视听节目服务的，注册资本应在2000万元以上； （三）有健全的节目安全传播管理制度和安全保护技术措施，有可行的节目监控方案； （四）有与其业务相适应并符合国家规定的	3 年	有效期届满，需继续从事信息网络传播视听节目业务的，应于期满六个月前按规定的审批程序办理续办手续。 除前述资质所需准许条件以外，有关规定并未对资质到期延展施加其他特别限制性条件。

序号	资质证书名称	准许条件	有效期限	到期延展条件
		视听节目资源； （五）有与其业务相适应的技术能力、网络资源和资金，且资金来源合法； （六）有与其业务相适应的专业人员，且主要出资者和经营者在申请之日前三年内无违法违规记录。申办单位的专业人员数量、规模，应在20人以上，并具备相应的从业经验或专业背景； （七）技术方案符合国家标准、行业标准和技术规范； （八）符合国务院广播电影电视主管部门确定的互联网视听节目服务总体规划、布局和业务指导目录； （九）其他法律、行政法规和国家有关规定的条件。		
3	《网络文化经营许可证》	发行人所提供的网络视频服务，属于经营性互联网文化服务的一种。申请设立经营性互联网文化单位，应当符合《互联网信息服务管理办法》的有关规定，并具备以下条件： （一）单位的名称、住所、组织机构和章程； （二）确定的互联网文化活动范围； （三）适应互联网文化活动需要并取得相应从业资格的8名以上业务管理人员和专业技术人员； （四）适应互联网文化活动需要的设备、工作场所以及相应的经营管理技术措施； （五）不低于100万元的注册资金，其中申请从事网络游戏经营活动的应当具备不低于1000万元的注册资金； （六）符合法律、行政法规和国家有关规定的条件。 审批设立经营性互联网文化单位，除依照前款所列条件外，还应当符合互联网文化单位总量、结构和布局的规划。	3年	有效期届满，需继续从事经营的，应当于有效期届满30日前申请续办。 除前述资质所需准许条件以外，有关规定并未对资质到期延展施加其他特别限制性条件。

（二）我国互联网视频服务行业发展概况

与传统的视频服务（如有线电视、影院剧场等）不同，新兴的视频服务具有用户选择性、交互性更强的显著特点，以网络视频为核心，主要通过视频软件（播放器）与网页两种形式提供视频服务，该行业的发展概况如下：

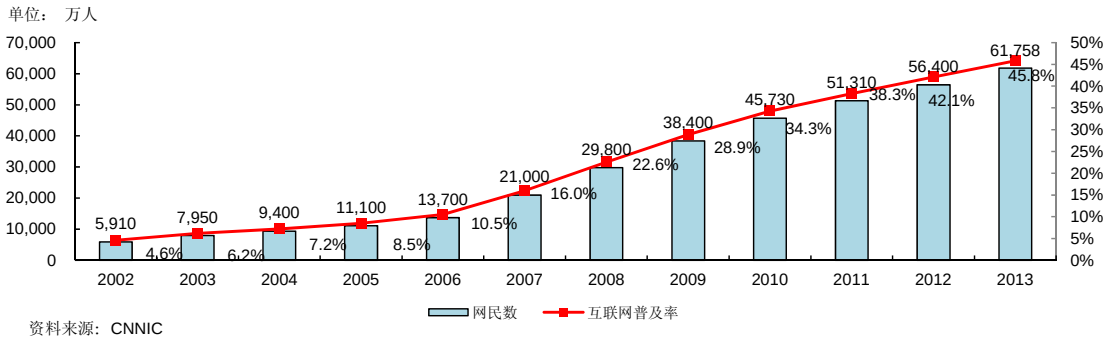
1、互联网视频用户规模持续增长

随着中国互联网网民总体规模增长、互联网带宽基础建设快速升级，视频播放已成为互联网主要应用，互联网视频用户规模持续增长。

（1）互联网网民规模持续增长

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计，2005 年至 2013 年，中国互联网网民由 11,100 万人增加至 61,758 万人，年复合增长率达到 23.9%，网民普及率由 2005 年的 8.5%上升至 2013 年的 45.8%。

中国互联网网民规模及普及率



资料来源：CNNIC

（2）互联网带宽基础建设快速升级

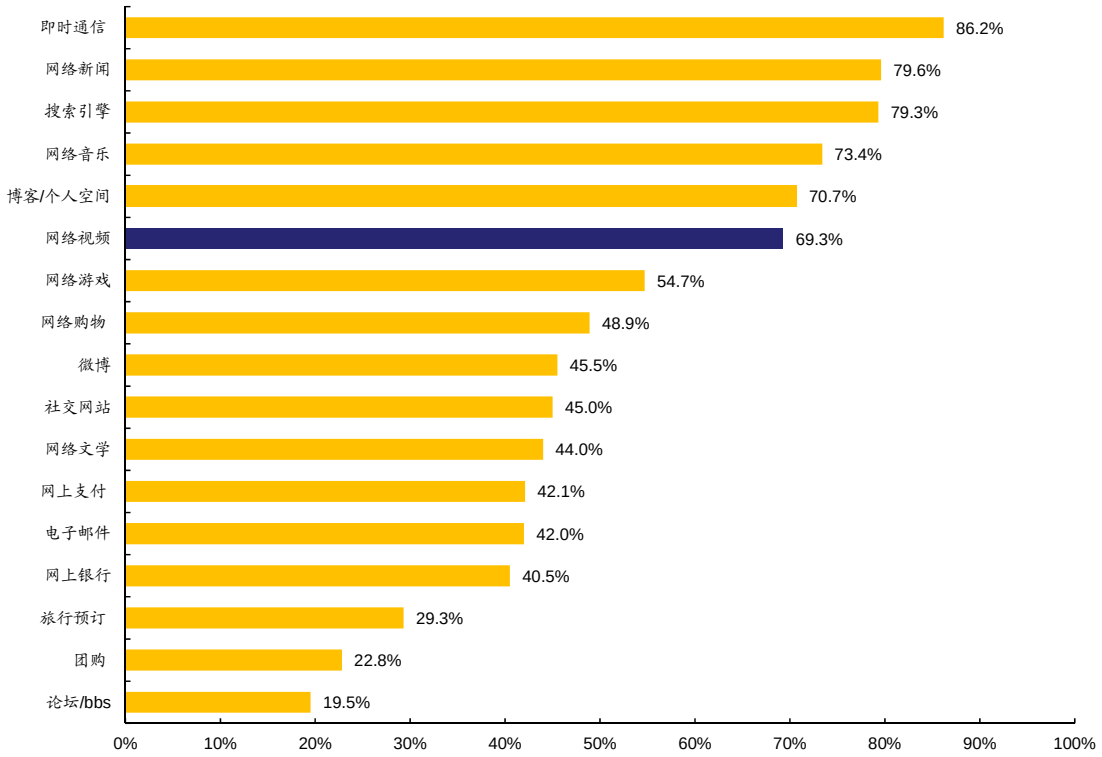
宽带接入是用户实现高速下载及网络视频流畅播放的基础条件之一。2010 年 3 月，工信部、国家发改委、科技部、财政部等 7 部委联合印发《关于推进光纤宽带网络建设的意见》，3 年内光纤宽带网络建设投资超过 1,500 亿元，新增宽带用户超过 5,000 万。

在我国大力推广宽带建设的大环境下，我国家庭宽带网民规模稳步上升。根据 CNNIC 统计，截至 2013 年 12 月，我国家庭宽带网民规模突破 7 亿人，固定宽带家庭普及率达到 40%。根据国务院《“宽带中国”战略及实施方案》，预计到 2015 年固定宽带家庭普及率达到 50%，到 2020 年固定宽带家庭普及率达到 70%。

（3）视频播放是互联网主要应用之一，互联网视频用户逐年快速增长

互联网视频是互联网用户的主要应用，根据 CNNIC 统计，2013 年互联网视频应用使用率为 69.3%，位列互联网应用第六名。

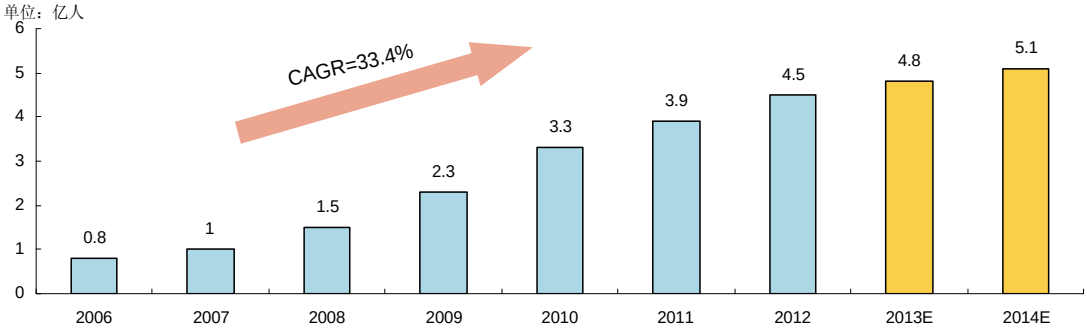
2013年中国互联网主要应用的使用率情况



资料来源：CNNIC

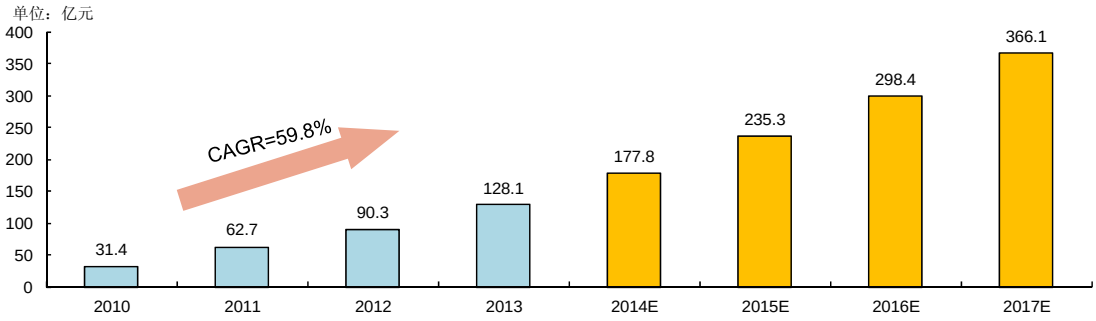
根据艾瑞咨询《2011 至 2012 年中国在线视频行业年度监测报告》及《2013 年中国在线视频行业季度监测报告》显示，我国互联网视频用户规模从 2006 年的 0.8 亿人增长至 2012 年的 4.5 亿人，年均复合增长率约为 33.4%，高于同期互联网网民规模 26.6%的年均复合增长率。2014 年，互联网视频用户规模预计将达到约 5.1 亿人。中国在线视频行业的规模也从 2010 年的 31.4 亿元增长到 2013 年的 128.1 亿元，年均复合增长率达到 59.8%。

2006-2014年中国在线视频用户规模



资料来源：艾瑞咨询
注：CAGR为2006-2012年年均复合增长率

2010-2017年中国在线视频行业市场规模



资料来源：艾瑞咨询

2、视频软件与视频网站是用户观看互联网视频的主要途径

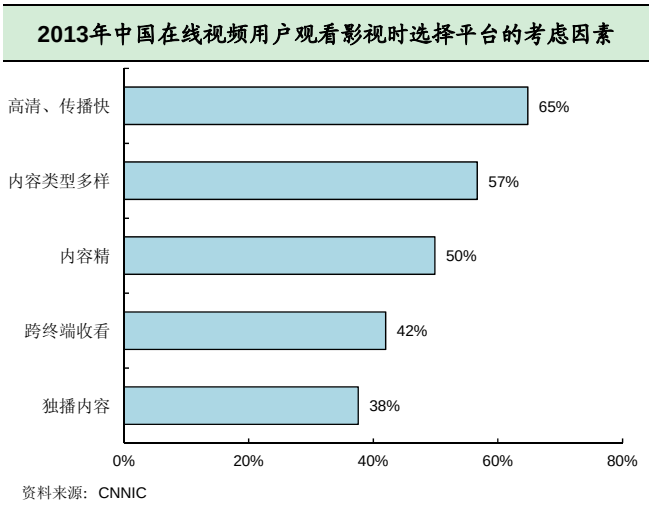
根据使用习惯及观看内容需求不同，用户主要通过视频软件及视频网站两种方式观看互联网视频。视频软件需由用户自行主动安装客户端软件后，直接点击软件即可播放视频；视频网站需用户通过打开浏览器，输入不同视频网站的网址或者通过搜索链接的方式找到视频内容后，根据搜索结果在相应网站点击播放视频。根据 CNNIC《2013 年中国网民网络视频应用研究报告》统计，2013 年，34.6%的网络视频用户经常进入固定视频网站观看；38.6%的网络视频用户经常使用播放器软件观看；21.8%的网络视频用户通过搜索引擎，在搜索结果中选择；5.0%的网络视频用户没有形成常用的收看方式。

3、互联网视频用户关注影视剧类视频内容

据 CNNIC 数据显示，电影、电视剧位居互联网视频用户经常观看节目前两名。根据 CNNIC《2013 年中国网民网络视频应用研究报告》，网络视频用户收看电视剧时，通过网络收看比例已接近半数，其中“基本通过网上收看”的比例为 21.4%，“大部分通过网上看，偶尔在电视上看”的用户占 26.8%。网络视频已经分流了相当比例的传统电视剧收看渠道。

4、互联网视频用户注重视频服务体验

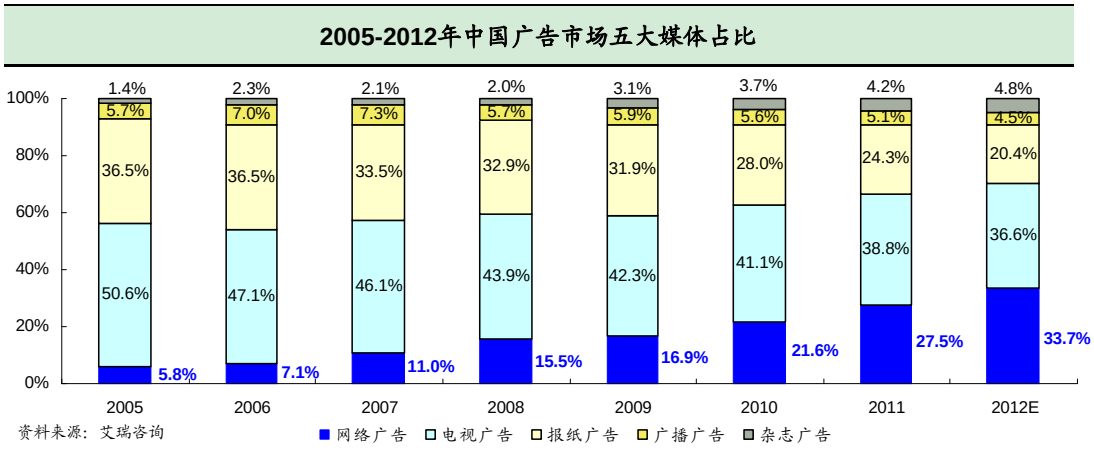
随着视频内容资源日益丰富，互联网视频用户的观看需求从“是否看得到”向“是否看得满意”逐步提升。据艾瑞咨询《2012 至 2013 年中国在线视频用户行为研究报告》显示，“高清、传输快速”已成为互联网视频用户选择观看平台时的最重要原因。



5、互联网广告市场初具规模，互联网视频广告市场方兴未艾

（1）互联网广告市场初具规模

根据艾瑞咨询《2012－2013 年中国网络广告行业年度监测报告》及《2014 年中国广告行业年度监测报告》显示，2013 年互联网广告规模达到 1,100.0 亿元，较上年增长约 46.1%，2016 年互联网广告规模预计将突破 2,000 亿元。2005 至 2012 年，互联网广告在电视、互联网、报纸、广告及杂志五大广告类型中规模占比由 5.8%上升至 33.7%，已成为仅次于电视广告的第二大广告类型。



（2）互联网视频广告方兴未艾

据艾瑞咨询显示，2013 年中国互联网视频行业市场规模约 128.1 亿元，同比增长 41.9%。广告是互联网视频行业主要的收入来源，2013 年为 96.1 亿元，同比增长 43.0%，未来仍将保持较快增长，预计 2014 年达到 162.0 亿元。

6、移动互联网用户渗透率提高，移动互联网视频行业正在形成新的竞争格局

（1）移动互联网被列为国家重要发展战略，用户数量快速上升

国务院 2013 年 8 月发布的《“宽带中国”战略及实施方案》，将宽带公共基础建设定位于和水、电、路等同等地位的公共基础建设。根据该实施方案，2013 年底，我国将加强 3G 网络建设，预计 2015 年底 3G/LTE 用户普及率达到 32.5%，2020 年底达到 50%。根据工信部《2013 年通信运营业统计公报》数据显示，截止 2013 年末，我国 3G 用户数突破 4 亿户。2013 年 12 月 4 日工信部正式向中国移动、中国联通及中国电信三大电信运营商发放 4G 牌照，未来移动互联网的传播速度将进一步提升。

（2）传统互联网视频运营商纷纷进入移动互联网视频领域，新的行业竞争格局正在形成

视频是移动互联网的主要应用之一，根据艾瑞咨询《2013 年 5 月中国移动互联网月报简版》，在线视频应用月覆盖用户超过 1 亿人，在所有分类中位列第六。根据艾瑞咨询《2013Q1 中国在线视频行业季度监测报告简版》显示，2013 年 1 季度，移动视频用户的月度覆盖用户半年之内增长超过 30%。

传统视频软件与视频网站运营商纷纷推出适用于手机、PAD 等移动终端的影音播放产品，移动互联网视频行业的竞争格局正在形成过程中。

（三）行业竞争状况

1、行业主要参与者

互联网视频服务行业是充分竞争行业，市场化水平较高，从服务形式上分为视频软件与视频网站两大类。视频软件与视频网站向视频用户提供的服务类别、用户体验存在一定差异，均具备较高的广告投放媒体价值，两者的共存是促进行业技术革新与商业模式创新的重要驱动力。视频软件与视频网站所提供的服务特点比较情况如下：

（1）面对视频用户提供的服务

①服务类别

视频网站主要提供网络视频服务。视频软件除提供网络视频服务外，还提供本地视频播放、本地音频播放、视频文件管理、音视频播放效果即时优化、下载、视频转码、云存储等多种服务。

②用户体验

互联网视频服务的用户体验主要包括浏览速度、视听播放效果、广告干扰程度等方面，视频网站与视频软件的对比情况如下表所示：

项目	通过视频网站观看	通过视频软件观看
浏览速度和流畅性	取决于网络带宽	同等带宽条件下，可通过 P2P 技术提升浏览速度
视听效果	取决于片源质量	取决于片源质量和播放优化技术
广告干扰度	页面广告量大，打扰度高	界面广告量小，打扰度小
使用便捷度	输入网页地址，或通过搜索引擎到达	桌面图标点击，可直达
界面友好	受网站风格限制	用户可自主设置
内容更新速度	取决于片源采购量	取决于片源采购量

（2）面对商业客户提供的服务情况

视频软件与视频网站形成庞大的视频用户群体具有广告投放的媒体价值，成为商业客户进行营销推广的重要平台，是互联网视频行业较为成熟的商业模式。视频软件与视频网站的广告展现效果主要体现在展现次数、可投放广告位、广告展现干扰度与视频广告内容展现质量等方面，具体对比情况如下表所示：

对比项目	通过视频网站投放广告	通过视频播放软件投放广告
展现次数	多	较多
可投放广告位	多	相对较少
广告展现干扰度	页面信息量大，内容庞杂，广告信息较难被用户聚焦；同等播放时长中广告展现次数较多，干扰度相对较高	界面信息量小，内容较网站相对精确，广告信息较容易被用户聚焦
视频广告内容展现质量	受视频网站播放质量和用户浏览器性能限制	可通过播放技术提升视频播放质量

（3）用户忠诚度

从操作习惯上看，视频软件的安装、使用以用户主动安装为主，操作习惯的养成需一定时间积累，卸载步骤相对繁琐，转换成本相对较高；从观看体验看，视频软件可以通过播放技术在不改变片源质量的情况下对画面质量进行提升，同时运用 P2P 技术节省带宽，在观看电影、电视剧等长视频节目时为用户提供更好的观看体验。综上所述，视频软件具有转换成本较高，排他性较强，在影视剧等长视频播放上用户体验较好的特点。用户对已形成使用习惯的视频软件具有较高的用户忠诚度。

视频网站的操作相对简单，用户登录和离开网站的步骤简便，为用户利用碎片化时间观看新闻、资讯、社会实事及娱乐等短视频节目提供更为便捷的视频服务。近年来，为增强用户粘性，视频网站纷纷加大对电影、电视剧等长视频节目的内容采购量，为避免内容同质化日益严重的现象，视频网站的内容采购支出上升较快。总体而言，视频网站的操作简单一定程度上降低了用户的离开成本，为增强用户忠诚度，视频网站需不断加大对视频内容的采购力度。

（4）带宽成本

带宽成本是网络视频服务运营商的主要成本之一。视频软件通常可以采用技术手段节省带宽，例如 P2P 技术的应用，可以实现用户间的数据分享，使得传输带宽由视频软件公司的服务端和视频用户共同分担，带宽成本相对较低。视频网站由于受 HTTP 传输协议的限制，传输带宽需主要由视频网站运营公司承担，带宽成本相对较高。

2、行业主要竞争状况

用户视频应用主要有以播放器软件观看和通过浏览器登录网站直接观看两种形式，各具特点，可以满足用户不同的需求。用户视频需求主要体现为：有的看——内容需求；方便看——使用需求；看得好——感受需求。互联网视频应用发展早期阶段，内容来源分散、格式各异、带宽不足以支持流媒体大规模应用，播放器软件得以迅速发展，用户自行下载或通过其它方式自备内容，播放器提供工具实现观看；发展至今，内容极大丰富且易于到达、格式逐步统一、带宽能力提高，网站和播放器形式均迅速发展，网站和播放器均向用户直接提供内容，其中网站得益于在用户到达成本低等方面的优势，取得了更快的发展速度，同时用户自备内容仍需利用播放器的工具功能观看；在内容、方便性方面逐步趋同的发展形势下，未来用户需求中“看得好”将更显重要，并将出现个性化定制、跨终端应用、社交型视频等新需求，网站和播放器均有各自优势。

因此，用户需求是多元化的，各视频服务商发展历程不同，逐步形成了各自比较优势，在品牌、定位等方面呈现出差异化特征，从市场竞争角度分析，视频应用领域存在一些细分竞争领域，具体体现在：

（1）视频软件之间的竞争

视频软件之间的竞争主要体现在可播放视频格式种类、播放清晰度、界面

友好程度、对电脑 CPU 资源占用情况等方面。视频播放软件企业需通过长期专注的市场调研与技术研发形成良好的产品性能为用户提供视频服务。视频软件需用户主动下载安装，对其形成使用偏好后卸载或安装同类产品的可能性相对较低，具有排他性较强，用户粘度较高的特点。

根据艾瑞咨询显示，中国影音视频软件主要包括暴风影音、迅雷看看播放器、QQ 影音、Windows Media Player（WMP）、百度影音等。

（2）视频网站运营商（包括视频网站及网络电视软件等）之间的竞争

视频网站技术壁垒相对较低，用户争夺激烈。视频网站的竞争主要体现在所提供的视频内容数量及观看流畅程度两方面。视频内容数量方面，由于视频网站仅提供网络视频服务，为避免内容同质化现象，对视频内容的采购需求较大。观看流畅程度方面，受目前主要的视频画质增强技术尚无法通过网页形式实现及 HTTP 传输协议的限制，为保证高清片源的流畅播放，视频网站需支出的带宽成本较高。部分视频网站运营商以网络电视软件的形式提供网络视频服务，用户需安装网络电视软件用于观看在线直播或点播视频。

中国视频网站运营商主要包括优酷土豆（包含优酷网和土豆网）、爱奇艺（包含软件形式的网络电视 PPS 及 PPS 网站）、搜狐视频、迅雷看看网站、腾讯视频（包含客户端 QQlive）、乐视网、56 网、酷六网和风行网（包含风行网络电视客户端）、PPTV（包含软件形式的网络电视 PPTV 及 PPTV 网站）等。

（3）市场竞争特点和发展趋势

视频软件、视频网站和网络电视由于在视频内容的播放属性上存在一定的同质性，因此形成直接的竞争关系；但是，由于视频软件、视频网站和网络智能电视在满足用户观看体验需求侧重有所不同，亦呈现出一定的互补性。

随着视频应用发展和用户需求的演进，视频软件、视频网站和网络电视也呈现出逐步融合的趋势：如主要的视频网站均推出自身的客户端软件；播放器软件也推出网页观看方式，在软件界面本身也嵌入了 HTML 技术的应用等，但目前在各自领域仍有一定的惯性。

与此同时，视频软件、视频网站、智能网络电视服务商也正通过各种形推出或尝试推出硬件产品，如乐视网推出的“乐视 TV 超级电视”、PPTV 推出的出的“盒子”，发行人也于 2014 年 12 月推出可穿戴硬件设备“暴风魔镜”第二代产品。

未来，随着各服务商服务形式融合趋势的发展，市场竞争格局界限也将逐步模糊，网络视频服务行业的参与者与竞争者也将进一步增多，行业将呈现出更新、更丰富的态势。

3、互联网视频服务行业的主要企业

（1）视频播放软件企业

除本公司外，目前处于正常经营状态的主要视频播放软件企业有：

①深圳市迅雷网络技术有限公司-迅雷看看

深圳市迅雷网络技术有限公司是一家提供互联网多媒体资源数据传输服务的企业，其旗下的产品迅雷看看是一款集成了下载、在线播放、游戏等多种功能的客户端软件。

②腾讯控股有限公司-QQ 影音

腾讯控股有限公司是目前中国最大的互联网综合服务提供商之一，其旗下的产品 QQ 影音是一款支持视频播放的本地影音播放软件。2004 年 6 月，腾讯公司在香港联交所主板公开上市。

③微软公司-Windows Media Player

Windows Media Player，简称“简称 WMP”，是微软公司出品的一款主要用于本地影音播放的播放器，是 Microsoft Windows 的一个组件，WMP 支持通过安装其他插件方式增强功能。

④KMP

KMPlayer 简称 KMP,早期名叫 WaSaVi 播放器。作者姜龙喜(韩国)，历时七年自主开发的朝鲜语多媒体图形视窗工程免费项目。KMPlayer 是一套将网络上所有能见得到的解码程式(Codec)收集于一身的影音播放软件。

⑤百度公司-百度影音

百度影音是百度公司推出的一款可以实现本地播放和在线点播服务的播放器。百度公司于 2005 年 8 月在美国纳斯达克上市。

（2）视频网站服务商主要企业

①合一信息技术（北京）有限公司-优酷网

合一信息技术（北京）有限公司运营的优酷网，是一家提供视频播放、视频发布、视频搜索、视频分享等服务的视频网站。2010 年 12 月，优酷网在美国纽

约证券交易所上市。2012 年 8 月，优酷网与土豆网正式合并。

②上海全土豆网络科技有限公司-土豆网

上海全土豆网络科技有限公司运营的土豆网，是视频分享网站，主要从事个人影像音频的共享和发布业务。2011 年 8 月，土豆网在美国纳斯达克挂牌上市。2012 年 8 月，优酷网与土豆网正式合并。

③爱奇艺网

爱奇艺网是由百度公司投资创立，提供免费、高清网络视频服务的视频网站。

④乐视网信息技术（北京）股份有限公司-乐视网

乐视网信息技术（北京）股份有限公司运营的乐视网，是一家提供影视剧视频服务的网站。2010 年 8 月，乐视网在中国创业板上市。

⑤酷溜网（北京）信息技术有限公司-酷 6 网

酷溜网（北京）信息技术有限公司运营的酷 6 网，是一家从事用户生成内容（UGC）模式的视频网站。2009 年，酷 6 网被盛大集团收购，并在纳斯达克上市。

⑥上海激动网络有限公司-激动网

上海激动网络有限公司运营的激动网，是一家提供新闻资讯、影视节目、原创视频等在线内容的视频网站。

⑦上海众源网络有限公司-PPStream

上海众源网络有限公司运营的 PPStream（PPS 网络电视），是一个提供网络视频服务的网络电视网站及软件。2013 年，百度宣布收购 PPStream，并与其集团下“爱奇艺”合并。

⑧上海聚力传媒技术有限公司-PPTV

上海聚力传媒技术有限公司运营的 PPTV（PPLive），是一个提供网络视频服务的网络电视网站与软件。2013 年，苏宁联合弘毅投资收购 PPTV。

（以上信息来自互联网公开资料查询）

4、行业壁垒

（1）用户规模壁垒

互联网视频服务行业的参与者需形成一定用户规模后才能充分体现商业价

值，具有较高的用户规模壁垒。

用户规模需投入大量的技术研发与产品推广成本，并经过激烈的市场竞争后形成。互联网视频运营公司一般通过免费视频服务积累视频用户资源，在形成较大的用户规模后具备广告投放的媒体价值，从而获取收入，是行业内较为成熟的商业模式，用户规模壁垒特征明显。

（2）技术壁垒

互联网视频服务行业具有较高的技术壁垒。

互联网视频运营公司所提供的服务需要大量视频技术作为支持，如影音视频制作、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。为提升用户服务体验并提高用户忠诚度，网络视频服务商需具备较强的技术研发能力，技术壁垒特征明显。

（3）资金壁垒

互联网视频服务行业具有较高的资金壁垒。

互联网视频运营公司在创立和发展过程中需要较长时间积累用户资源，需要持续性投入大量的带宽、服务器、影视剧内容与人力资源，资金壁垒特征明显。

（4）政策壁垒

互联网视频服务行业准入体制较为严格，具有较高的政策壁垒。

2007 年 12 月 20 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、经营范围等方面做出了规范。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》。

5、市场供求状况和变动原因

（1）市场供求状况

互联网视频服务行业目前处于成长期，用户规模与市场规模均呈现平稳增长态势，主要有两类供求关系，具体如下：

①面向视频用户的视频服务内容供求关系

视频服务运营商向视频用户提供免费或付费的视频节目内容及相关服务，

不断进行用户积累，形成向商业客户提供互联网广告信息服务的媒体价值。

②面向商业客户的广告信息服务的供求关系

视频服务运营商向客户提供互联网广告信息服务，通过此类服务取得收入。相对其它广告类型而言，互联网广告服务成熟较晚，但发展速度较快，近年来互联网视频广告市场规模迅速增长，已经被越来越多的广告客户所认同。

（2）影响供求变动因素

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影响视频用户视频服务的需求及供给变动因素

需求变动因素：受互联网用户数量不断增加、带宽等基础设施建设快速升级、网络视频技术的提升等因素影响，互联网视频观看体验显著提升，用户的视频观看需求迅速增长。

供给变动因素：受国家对文化产业的政策支持，影视剧的供应数量及制作水平显著提升，相关视频技术快速发展，内容版权市场日益规范，使大规模、高质量的视频服务成为可能。

②影响商业客户广告信息服务的需求及供给变动的因素

需求变动因素：广告投放渠道由传统媒体逐渐向网络新媒体转移，网络广告效果被越来越多的商业客户所认可，商业客户通过互联网投放广告的需求持续增长。

供给变动因素：互联网视频信息服务行业作为互联网行业中新的热点领域，视频用户规模快速增长，为商业客户提供更多的受众群体及广告展现机会，使得商业客户的广告投放效果不断提升。

6、行业利润水平的变动趋势及变动原因

互联网视频服务行业目前处于成长期，在在线视频用户规模增长的环境下，网络视频企业主要通过免费模式吸引用户以形成具有媒体效应的广告平台，盈利模式以广告为主，市场规模持续增长。为增强用户粘性，网络视频企业需支出大量的版权、带宽成本以增加内容资源并提升用户体验。目前，业内大部分网络视频企业仍处于亏损或微利的阶段。

未来，随互联网视频服务行业监管日益规范，宽带基础建设升级换代，版权市场逐渐完善，预计互联网视频用户的规模效应将逐渐体现，带宽等运营成

本进一步降低，行业的利润水平将逐步提升。

（四）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

影响软件及互联网视频行业快速发展的有利条件主要包括：（1）互联网视频需求稳步上升，互联网视频用户规模增长迅速；（2）互联网视频广告价值被商业客户广泛认可；（请参见本章节之“二、行业基本情况”之“（二）我国互联网视频服务行业发展概况”）（3）视频播放技术由于可用于手机、Pad 等移动终端的影视剧播放与可视电话等多种功能，移动互联网普及度的提高为互联网视频运营商进入移动互联网服务领域奠定了良好的基础。根据 CNNIC 统计，2013 年，中国移动互联网网民用户规模达到 5.0 亿人，较 2012 年增加约 8,009 万人。手机网民在总体网民中的比例进一步提高，从 2009 年末的 60.8%提升至 2013 年的 81.0%。（4）互联网视频服务运营商所积累的视频技术成果具备应用于电视机、家庭投影仪的技术可操作性，可用于提升家庭客厅的影音观看体验。首先，画质增强技术可将清晰度较低的电视播放内容进行实时高清化处理，使得传统电视与家庭投影仪用户的观看清晰度体验得到提升；其次，多核心播放技术可支持多种视频文件格式播放，使得具备 USB 插口接入功能的电视机可播放的影视剧内容种类增多；最后，随三网融合的不断深入，具备上网功能电视机将不断增多，P2P 技术可用于提升观看流畅度体验，同时有效减少对带宽的资源占用。

2、不利因素

（1）版权因素

我国尚未建立一个公开、权威、全面的影视剧节目版权查询系统，对互联网视听节目服务单位查询相应信息造成了一定困难。行业内存在希望进行规范化运营的公司向版权分销单位支付了版权购买费用，但仍被告侵权；不规范化运营的公司通过播放无版权、甚至违禁内容吸引视频用户的情况，对行业的健康发展带来了一定冲击。

（2）网络带宽因素

网络带宽是软件及互联网视频行业提供服务的基础资源，带宽质量与宽带覆盖程度直接影响视频质量与用户覆盖范围。尽管我国宽带服务不断优化提

升，但形成高覆盖、高性能的宽带网络基础建设仍需一定的建设周期。

（五）行业主要技术特点

互联网视频服务行业技术特点主要体现在：视频播放、视频压缩、视频传输与内容分发四个方面。

1、视频播放技术

视频播放技术主要用于实现用户播放视频的需求。播放能力和播放效果是体现播放技术的两个重要因素。

播放能力主要体现在播放核心上，从播放核心的角度划分，主要包括单核心播放和多核心集成播放两种主流技术。单核心播放主要用于实现某种特殊视频格式的播放，如视频网站采用的 Flash 播放核心。多核心通过引擎技术将多个播放核心集成起来，实现用户观看多种视频格式文件的需求，需要安装使用的视频播放软件一般采用多核心播放，实现对不同视频格式的播放支持。

播放效果提升是视频播放的创新技术，主要包括高清硬解技术与画质增强技术。高清硬解技术主要用于提高视频播放时的流畅性，通过显卡加速技术减少播放高清视频时对电脑 CPU 的占用，有效减少画面停顿或电脑反应迟缓的现象。画质增强技术主要用于在不改变片源的情况下，通过实时色彩填补与画面细节重构提高画面质量，类似于运用图片处理技术对播放的每一帧画面进行自动完善。播放效果提升技术是业内技术领先企业提供差异化功能时需掌握的重要技术。

2、视频压缩技术

视频压缩技术主要用于将片源压缩至体积相对小，画质相对清晰的视频文件。在满足画面质量的前提下，视频压缩技术能有效降低互联网视频企业与视频用户的带宽成本。

大规模商用的视频压缩技术主要包括基于国际标准化组织、国际电工委员会和国际电信联盟制定的H.264系列及MPEG-1系列等标准技术，几种常见的压缩技术对比如下表所示：

压缩技术 / 对比项目	**H.264 视频编码压缩技术（暴风影音采用）**	**MPEG-1 视频编码压缩技术**	**On2 VP8 视频编码压缩技术**	**RealVideo 视频编码压缩技术**
画面质量	高	中等	高	中等

同画质下带宽成本	低	高	低	中等
硬件支持程度	多	少	非常少	少
标准化程度	工业标准	工业标准	单一厂商	单一厂商
对高清的支持	好	不支持	好	中等

注：暴风影音主要采用 H.264 视频编码压缩技术

3、视频传输技术

视频传输技术主要用于实现视频用户对网络视频观看的流畅性需求。视频传输技术主要包括 WEB 流媒体传输技术和 P2P 技术两种。

WEB 流媒体传输技术是视频网站主要运用的视频传输技术，视频用户在观看时，从视频网站的服务器直接下载视频内容。

P2P 传输技术是视频软件主要运用的视频传输技术，视频用户在观看时，除从视频软件运营商服务器下载内容外，还可以通过从其他同时使用该软件的视频用户处进行内容下载，使得内容下载效率更高。P2P 传输技术的运用使视频内容的观看更加流畅，同时有效降低视频软件运营商的网络带宽资源占用，起到高效节约网络带宽成本的作用。

4、内容分发技术

内容分发技术主要用于实现将文字、图片、动画等固定格式内容更有效地发送至视频用户处。

互联网视频运营商所需分发的文字、图片、动画等固定格式内容对网络资源消耗较高，业界相继提出了多套提高内容分发效率的解决方案，主要包括：CDN 技术、P2P 技术及 P2P 与 CDN 结合的技术。视频网站一般采用 CDN 技术，视频软件能将 P2P 技术与 CDN 技术有机结合，达到流畅传输和节约带宽成本效果。

5、行业的周期性、区域性和季节性特点

（1）行业地域性

互联网视频服务行业不具备明显的地域性特征，互联网的普及为不同地域用户享受高质量的网络视频服务创造了必要条件。

（2）行业季节性

互联网视频服务行业不存在明显的季节性特征，但受节假日期间出游等因

素的影响，节假日期间用户登录数量会出现一定幅度的波动。

（3）行业周期性

互联网视频服务行业经历初创期与发展期两个阶段，目前处在发展期，尚未形成明显的周期性。行业周期性的形成主要与技术更新、基础建设升级、监管政策导向演变、社会经济文化发展等因素相关。

6、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）互联网视频服务行业与上下游行业之间的关联性

互联网视频服务行业的上游包括内容提供商与带宽、服务器等硬件供应商，下游包括视频用户与广告客户。

视频软件或视频网站通过上游提供的资源，经产品研发和内容整合后，为下游用户提供相关视频服务。用户所形成的庞大用户群成为下游广告客户投放广告的有效平台。

（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

影视剧内容生产行业是互联网视频服务行业的直接上游。近年来，我国内容生产行业蓬勃发展，为公司所处行业的发展奠定了良好基础。根据国家新闻出版广电总局网站公开资料显示，2010 至 2012 年取得《国产电视剧发行许可证》的剧目分别为 436 部 14,685 集、469 部 14,942 集和 506 部 17,703 集。

直接广告客户与广告代理客户是互联网视频服务行业的直接下游，广告收入是公司所处行业的主要收入来源。近年来，互联网广告已成为广告客户的主要投放平台之一，2005 至 2012 年，互联网广告在电视、互联网、报纸、广告及杂志五大广告类型中规模占比由 5.8%上升至 33.7%，已成为仅次于电视广告的第二大广告类型。互联网视频广告收入持续增长，2013 年达到 96.1 亿元，同比增长 43%，预计到 2014 年达到 162.0 亿元。

三、本公司在行业中的竞争地位

（一）市场占有率及未来变化趋势

根据第三方数据研究机构艾瑞咨询的分类，互联网视频服务目前可分为 PC

端及移动端两大播出平台。

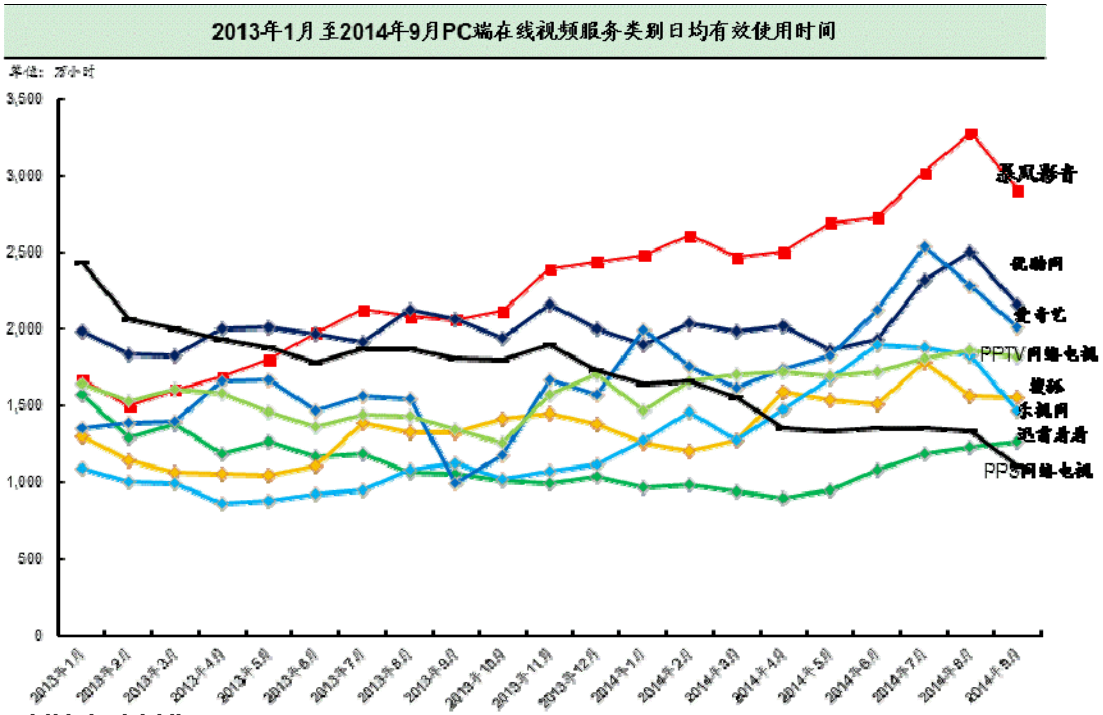
在 PC 端，主要分为影音播放软件（兼具软件的工具功能和网络视频播放功能，如暴风影音、迅雷看看、百度影音等）、视频网站（如优酷网、土豆网、乐视网、爱奇艺网等）及网络电视（具备在线视频直播功能，如 PPS、PPTV 等），根据艾瑞发布公告，自 2014 年 8 月 11 日起，在分类排名时，将暴风影音由影音播放软件类别调整至在线视频服务类别。

在移动端（或无线端），主要分为网络视频企业 APP（暴风影音、优酷、乐视等）、运营商播出平台（和视频、中国联通手机电视等）和电视台 APP（央视影视、芒果 TV、浙江手机台等）。

有效使用时长和覆盖人数是综合衡量互联网视频平台使用情况的重要指标。有效使用时长越长，用户粘性越高，可承载的广告信息量越大，广告媒体价值越高；覆盖人数规模越大，用户群体规模越大。从用户使用时间、用户覆盖人数等指标考察，本公司主要运营平台“暴风影音”的行业排名情况如下：

1、PC 端在线视频行业日均有效使用时长排名

根据艾瑞咨询 iUserTracker 数据统计显示，2013 年 1 月至 2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均有效使用时长在其统计的主要互联网视频服务平台中位居行业前列，自 2013 年 9 月至 2014 年 9 月位列行业第一。



资料来源：艾瑞咨询

注1：优酷网和土豆网、PPS网络电视和爱奇艺数据为合并计算

注2：上述软件为目前处于正常经营状态的公司所运营的软件

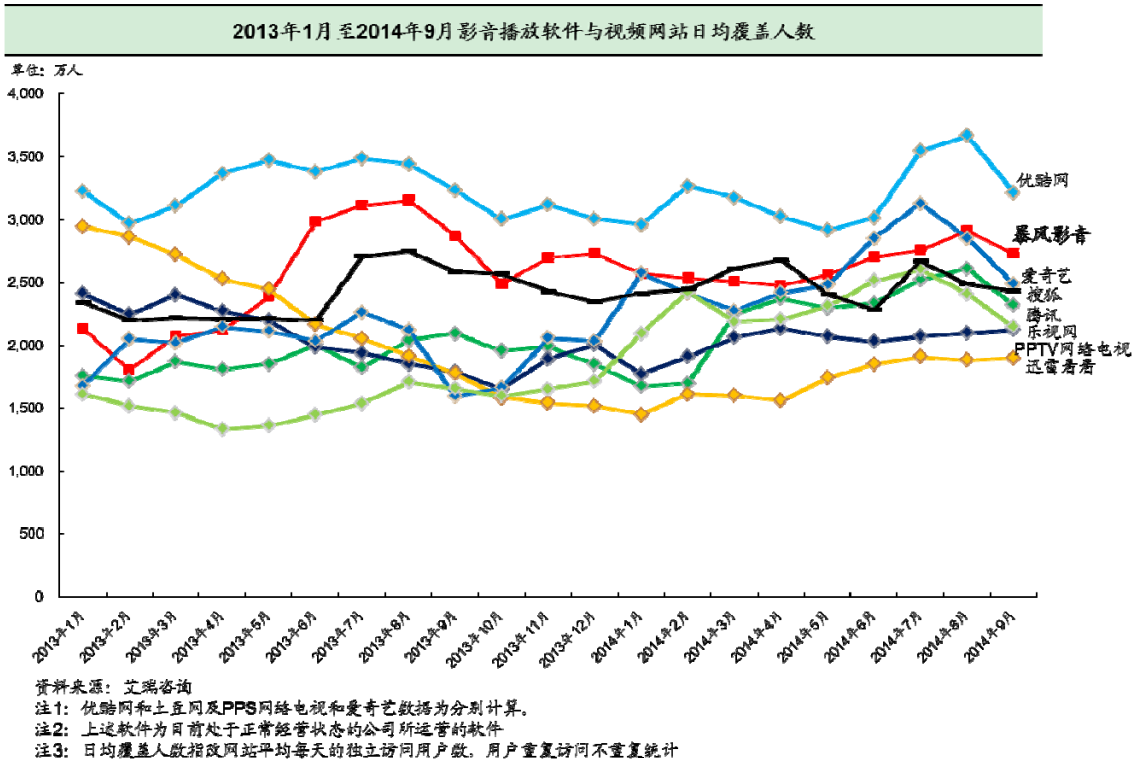
注3：影音播放软件仅包括网时播放视频及音频客户端，剔除只包括音频的客户端

注4：对网站而言，有效使用时间即页面有效浏览时间；对客户端而言，有效使用时间指软件被用户调用到前台并激活使用的时间，若软件在随后进行但未处于激活状态，不计入有效使用时间。

注5：2014年8月11日起，将暴风影音PC端由影音播放软件类别调整至在线视频类别。

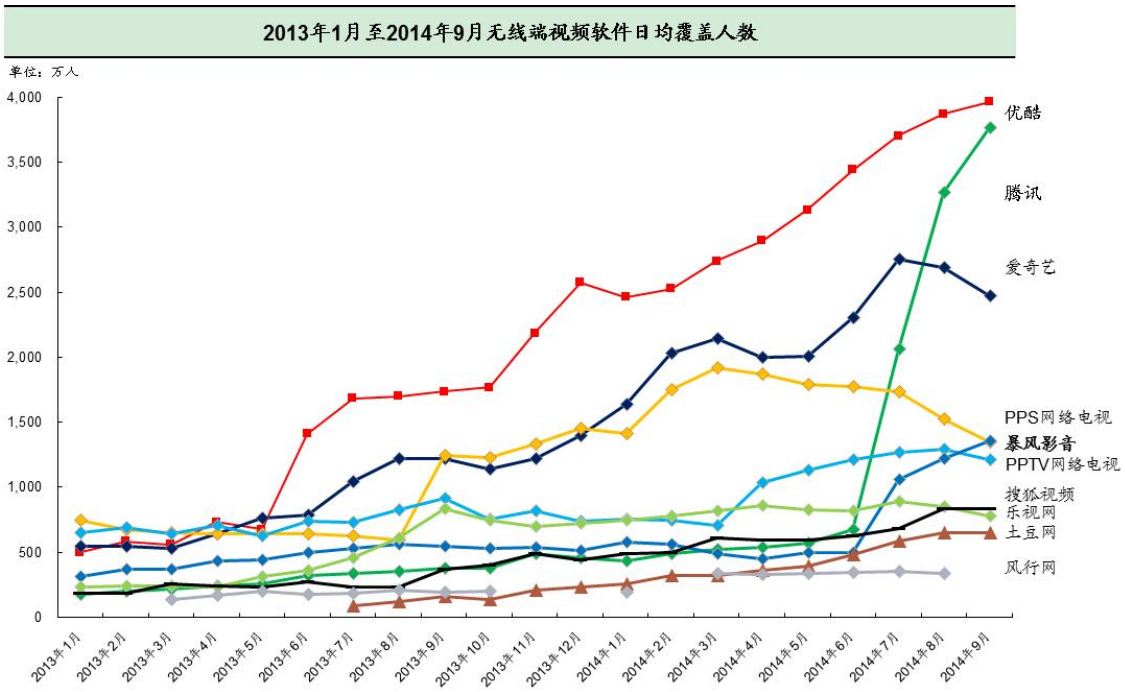
2、PC 端在线视频行业日均覆盖人数排名

根据艾瑞咨询 iUserTracker 数据统计显示，2013 年 1 月至 2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均覆盖人数在其统计的主要互联网视频服务平台中位居行业前列，2014 年 9 月日均覆盖人数约 2,700 万人排名第二。

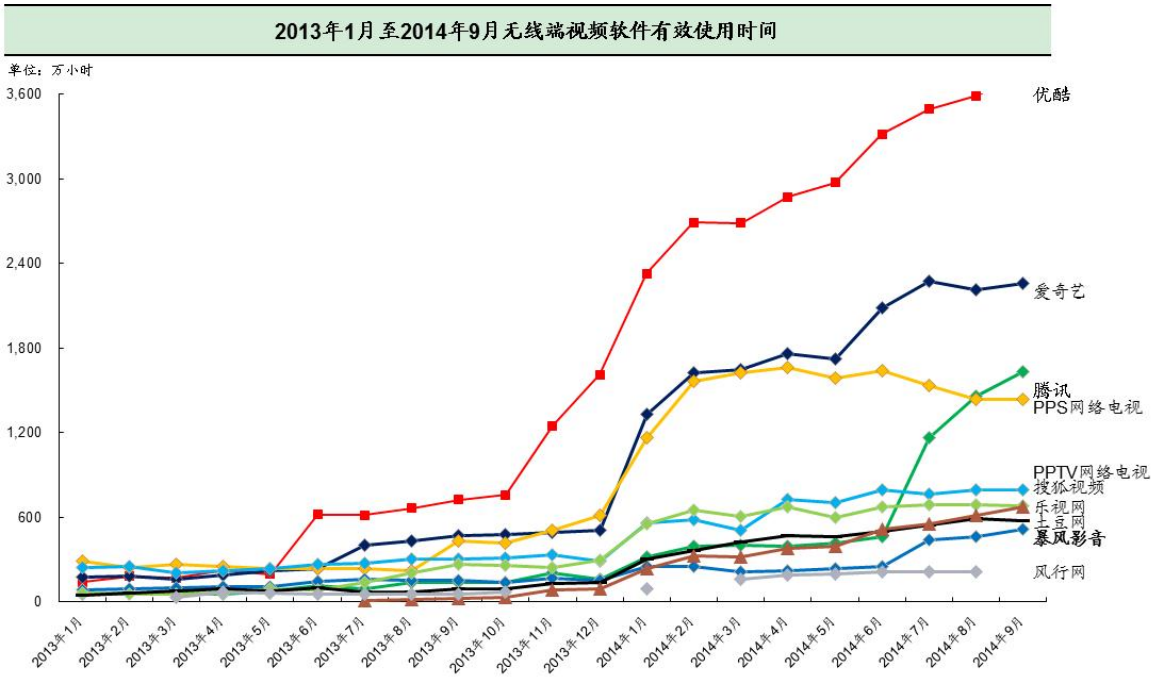


3、移动端在线视频行业日均有效使用时长及日均覆盖人数排名

2014 年 9 月，暴风无线日均覆盖人数约 1,359 万人，日均有效使用时长约 516 万小时，分别位列在线视频行业排名第五和第九。



资料来源：艾瑞咨询



资料来源：艾瑞咨询

4、广告业务收入市场占有率

广告业务是公司的主要收入来源，2011 年至 2013 年分别为 14,086 万元、22,513 万元和 30,998 万元。根据艾瑞咨询统计，2011 年至 2013 年，中国网络视频广告市场规模分别为 42.5、67.2 和 96.1 亿元。2011 年至 2013 年，公司广告业务收入市场占有率分别为 3.3%、3.4%和 3.2%。

单位：除百分比外，亿元

项目	2013 年	2012 年	2011 年
广告业务收入[注]	3.10	2.25	1.41
互联网视频广告市场规模	96.1	67.2	42.5
占有率	3.2%	3.4%	3.3%

注：公司广告业务收入主要包括前贴片、TIPS、弹窗等形式的广告收入

（二）本公司的竞争优势

能够通过高效的方式获得大量用户是互联网企业具备核心竞争力的重要特征。对互联网视频企业而言，获得用户主要依靠产品体验、视频内容和产品品牌。良好的产品体验是互联网视频企业获得用户的高效途径。公司自创立以来即专注于视频技术的研发和创新，实现了包括“一键高清”、“3D”、“环绕立体声”等一系

列提高用户观看体验的产品功能，从而成功的开拓了新用户并保持用户粘性，建立了良好的品牌形象。与通过大规模资金采购视频内容来获取用户的方式相比，公司根据自身所处发展阶段，有效的将资金运用于技术研发和完善产品功能，提高了用户忠诚度，降低了用户获取成本，从而提高了企业运营效率，使公司在行业竞争中具备核心竞争优势并形成了良好的盈利能力。

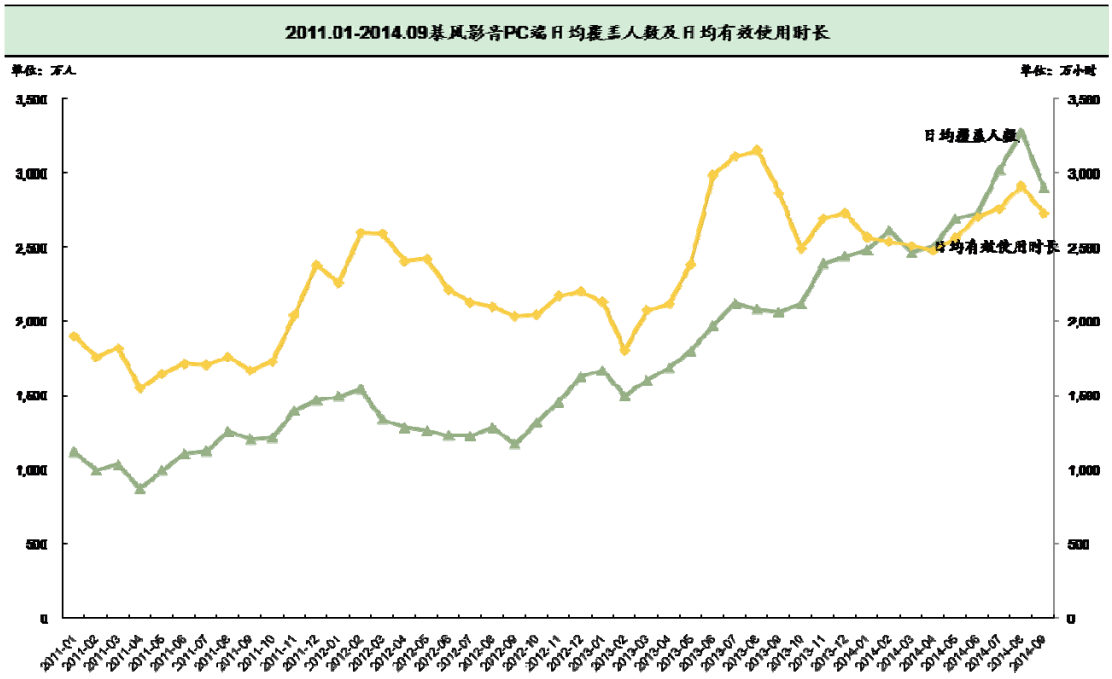
（一）品牌优势

暴风科技自成立以来，树立了良好的品牌形象，凭借“暴风影音”良好的用户体验与口碑，积累了一大批忠诚的用户。广泛的品牌知名度和信赖度为公司进行市场推广、广告客户开发、新业务模式拓展创造了良好条件。

（二）用户规模优势

根据艾瑞咨询 i-User Tracker 数据显示，在 PC 端，2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均有效使用时间约 2,900 万小时，日均覆盖人数约 2,700 万人，分别位于艾瑞咨询统计的在线视频行业第一和第二1；在移动端（包括手机、PAD 等移动设备），根据艾瑞咨询 m-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音无线端日均覆盖人数 1,359 万人，在无线端视频应用中排名第五。公司用户规模的市场领先地位使暴风影音系列软件拥有较高的互联网广告投放的媒体价值，同时为公司未来在产品、技术和业务模式等方面进行持续创新奠定了坚实基础。

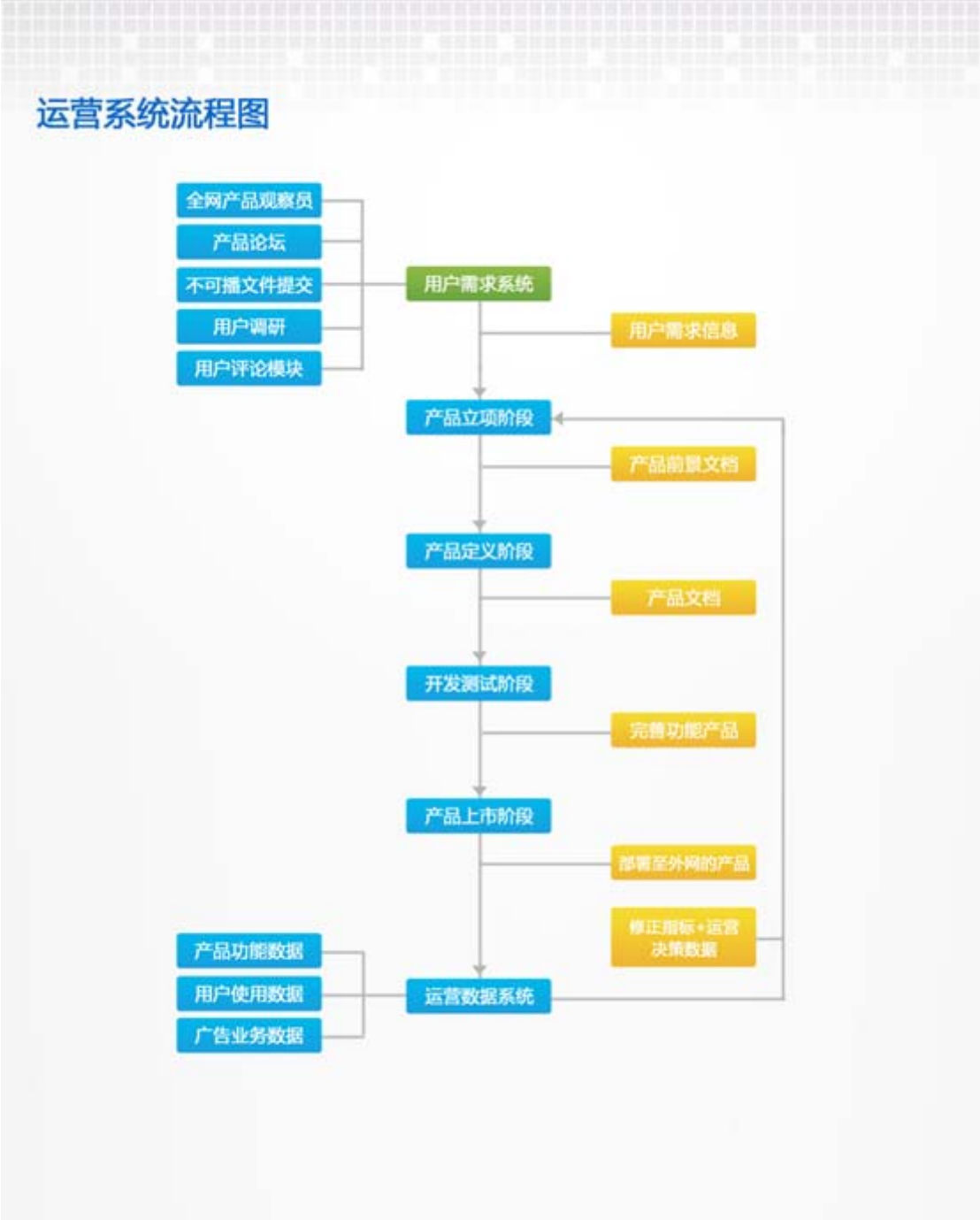
[1] 注：根据艾瑞咨询公告，2014 年 8 月 11 日起，暴风影音 PC 端由影音播放软件类别调整至在线视频类别



（三）“以准确发现用户视频需求、提升用户体验为核心”的研发及运营体系优势

公司以“致力于发现并满足人们的视频需求”为企业使命，建立了以用户体验为核心的产品研发及运营体系。对用户体验的高度重视使公司在技术研发与产品推广时重点突出，“一键高清”功能、“1M 带宽实现 720P 高清播放”功能、“暴风无线”、“暴风魔镜”等均是基于对用户视频观看体验的充分调研后研发完成，受到用户的广泛好评。

公司产品研发及运营体系以“发现用户需求”为起点，以“找得到、找得准、有效处理”为要求，通过全网产品观察员、产品论坛、用户调研、用户评论模块、用户不可播文件提交等多种方式准确发现用户的视频需求；公司产品设计及研发人员通过对用户需求的有效分析和技术创新，对产品进行开发或针对性改进，从而达到提升用户体验的目的。上述各环节循环往复，形成了不断发现并满足用户需求、提升用户体验的产品研发及运营体系。公司研发及运营体系的主要环节如下图所示：



（四）技术优势

自成立以来，公司紧密围绕视频播放、压缩、传输与分发四项关键技术进行研发，技术研发投入不断增加，技术成果积累丰富，获评国家科技部创新基金项目及北京市科学技术奖。公司在各项关键技术领域所取得的成果情况如下：

（1）视频播放技术

暴风影音在多核心集成技术（即“万能播放”）上具有先发优势，可支持的播

放格式多达 680 种以上。经过多年的技术积累，取得了“多格式播放核心”、“视频格式媒体库智能升级”、“视频播放专家系统”等技术成果。

除此以外，公司准确掌握视频用户对高清播放的新体验需求，在高清硬解技术与画质增强技术上具有领先优势。2011 年 10 月，“暴风影音 5”增加“神奇左眼键”功能（一键高清功能），在不改变片源的前提下，通过实时色彩填补及画面细节重构，大幅提高画面质量，受到视频用户的广泛好评。2013 年，一键高清技术在暴风看电影和暴风无线产品上广泛适用。

（2）视频压缩技术

公司主要采用 H.264 视频编码压缩技术，该技术具有画面质量高，带宽成本低等特点。暴风影音在该技术的基础上进行了研发创新，取得了“H.264 的高清视频文件压缩最优编码码率计算算法”（720p、1080p 高清格式体积小、码率低）的技术成果，实现了用户“在 1M 带宽条件下 720p 格式流畅播放”的观看需求，在同等画质情况下，实现了压缩码率节约网络带宽流量 20%的成果（720p 格式视频暴风影音压缩的码率约 800K，行业一般为 1M 左右），在行业内技术领先。

（3）视频传输技术

公司采用 P2P 传输技术，充分利用暴风影音的视频用户规模优势，让用户间的视频资源得以共享，从而实现更流畅的播放效果，同时大幅节约公司运营带宽成本。

（4）内容分发技术

公司凭借对 P2P 技术的成熟应用，将 P2P 技术与 CDN 技术进行有效结合，在文字、图片、动画等内容分发方面取得了“一种点对点网络中的对端选择系统和方法”的技术成果，为公司节约了带宽成本。

此外，公司还设立技术创新实验室，研究并持续优化一键高清、无线高清、裸眼 3D 播放、环绕音效等新兴的影音播放技术。实验室已与 INTEL、AMD 等知名 CPU 芯片厂商建立合作关系，为新一代芯片的设计提供前沿性视频技术实验数据支持。

（五）成本优势

公司在视频技术方面的不断积累与已经取得的品牌效应有效降低了带宽、视频内容与用户开拓成本，成本优势明显。

带宽成本方面，暴风影音视频压缩技术可在同等画质清晰度情况下提高压缩比，较一般传统网站运营模式下的流媒体传输减少约 20%的带宽资源；暴风影音视频数据传送技术以 P2P 架构为基础，并通过超级用户端（SUPER PEER）分担数据分发任务，使得视频用户除从公司服务器上下载视频内容外，还可以在安全控制机制下交换视频内容数据，实现流畅播放，有效节省公司的网络带宽占用量。

视频内容和用户开拓成本方面，公司的版权采购策略是有效的使用资金采购大部分热播内容但不采购独家版权。此外，除在线视频播放外，暴风影音还具有本地视频播放、本地音频播放、视频文件管理、视频转码等丰富视频用户体验的产品功能。通过技术创新和提高产品用户体验的方法，公司有效的开拓了用户数量并提高用户忠诚度。因此，与通过采购大量独家版权内容维系客户忠诚度相比，本公司有效降低了为维护及拓展用户所需支出的内容采购和用户开拓成本。

（六）团队优势

公司团队拥有丰富的互联网企业运营经验。团队核心成员均拥有十年以上的互联网行业工作经历，对行业发展、产品开发、媒体运营和团队建设等方面具备深刻的理解和执行能力。公司始终充分重视研发和技术团队的建设，集合了视频播放、编解码、视频压缩、视频传输、内容分发及互联网应用等领域的优秀人才，技术创新能力突出。研发人员是公司最主要的人员构成，占约 40%。

（三）发行人的竞争劣势

目前发行人业务尚处于成长期，主要通过自身滚存利润和金融机构贷款积累资本，与同行业已在境内或境外上市的竞争对手相比，公司在资本实力方面具有一定差距。同时，伴随着公司近年来的快速发展，仅依靠自身积累和间接融资，已不能满足公司持续快速发展的资金需求。在本次发行及上市后，公司的资本规模、融资能力将得到改善，以进一步充分发挥品牌、技术研发和技术服务等方面的优势。

四、发行人主营业务具体情况

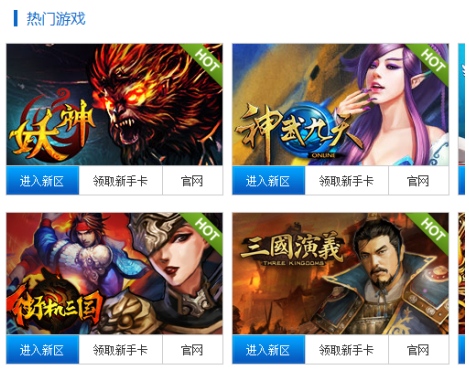
（一）主要服务及其用途和业务体系

暴风影音软件产品使用情况如下图所示：

公司提供的服务及其用途如下表所示：

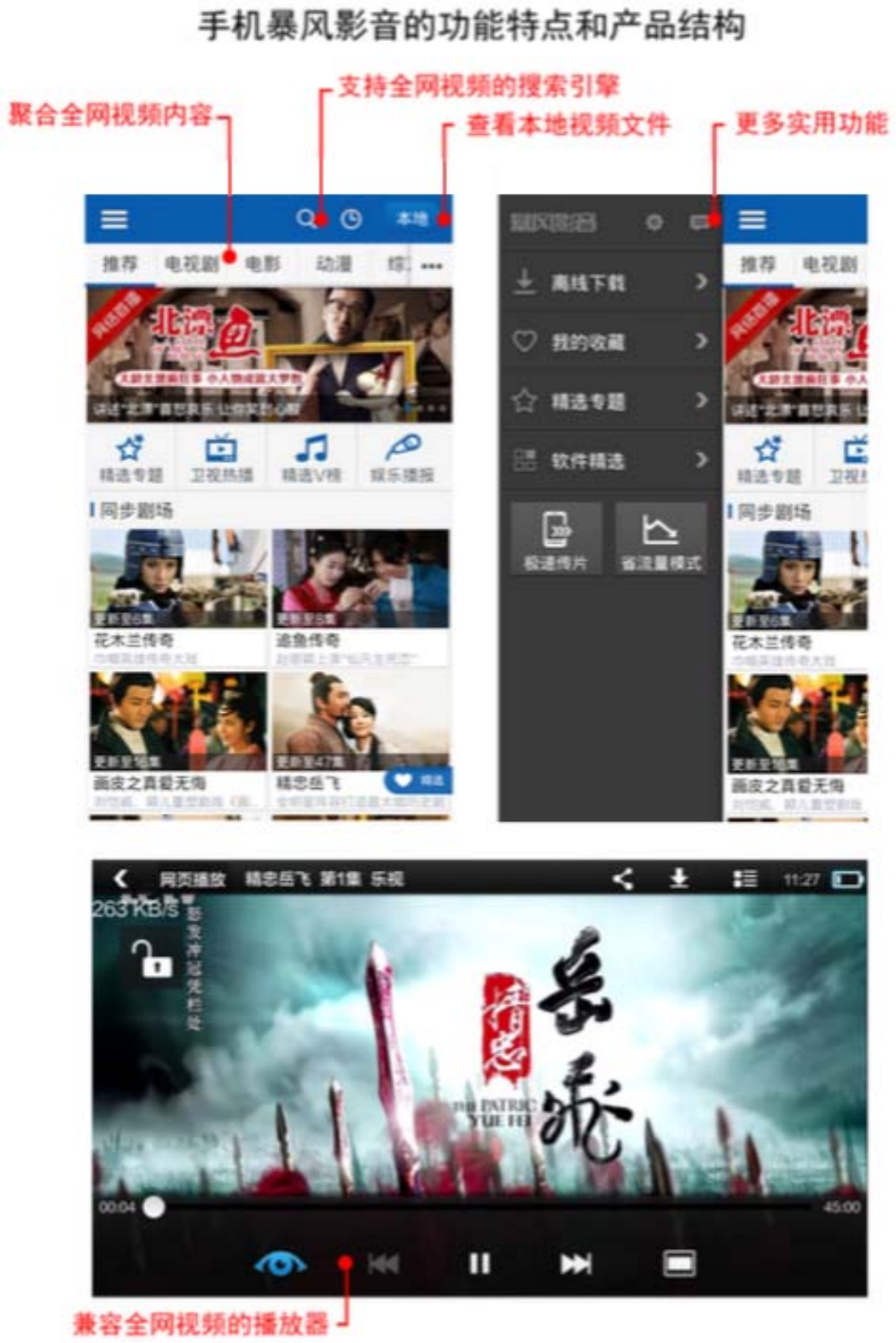
服务类/别	服务内容	图例
1、综合视频服务		
（1）网络视频服务	视频用户在接入互联网的环境下，通过暴风影音客户端播放观看在线视频内容。	
（2）本地视频服务	视频用户通过暴风影音客户端播放观看用户自提供的视频内容。	
2、互联网广告信息服务		
（1）广告发布	主要通过 TIPS、弹窗、文字链、视频前播、中播与后播时的贴片视频	

服务类/别	服务内容	图例
	等方式推广宣传广告客户产品	
贴片	贴片广告分为前贴片与中播暂停两种形式。前贴片广告出现在用户在点击视频内容并进行缓冲时；中播暂停出现在观看过程中用户暂停播放时	
TIPS	用户在激活暴风影音播放器时，于桌面右下角以 TIPS 形式展现广告内容	
弹窗	用户在激活暴风影音播放器时，“暴风资讯”会以弹窗形式展现。用户在浏览暴风资讯的相关内容时，会观看到弹窗上位于不同位置的广告内容（如图标广告 banner 等）。	
文字链	用户在激活暴风影音播放器时，在播放内容选择按键下方会出现文字链形式的广告内容	

服务类/别	服务内容	图例
网页广告	通过暴风影音官网的游戏推介界面展示广告主（游戏运营商）所运营的游戏并提供点击入口	
（2）软件推广	在安装暴风软件过程中可以推荐用户同时安装质量可靠的品牌应用软件	

2014年4月公司发布了“暴风看电影视频浏览器”及“暴风无线”两类新产品的正式版。“暴风看电影视频浏览器”是一款视频服务桌面入口软件，用于聚合网络影视资源，用户可以快速搜索所需观看的视频内容，该软件主要特点如下：

“暴风无线”是一款适用于苹果 iOS 系统及安卓系统的手机、PAD 等移动平台的视频播放软件，该软件主要特点如下：



公司在互联网视频行业软硬件结合领域进行积极尝试，于 2014 年 12 月发布智能可穿戴设备“暴风魔镜”第二代产品及配套手机应用 APP。产品功能设计包括“近景 IMAX 影院效果呈现”、“360 度图片及视频观看”及“沉浸式游戏体验”等。

暴风魔镜 暴风魔镜应用APP

（二）发行人产品和业务的演变过程

1、主要产品、主营业务及主要盈利模式的演变情况

本公司多年专注于视频技术的自主研发和应用，坚持面向用户免费使用为主的原则，不断探索发展路径。本公司于 2007 年开始向用户免费提供播放软件及本地视频播放服务，随着产品功能的演进，于 2007 年底开始提供网络视频服务，并不断丰富产品类型及产品功能，改善用户体验。2010 年以来，随宽带普及率提高，公司综合运用多项核心技术，开发出“一键高清”、“环绕立体声”、“3D”播放等差异化互联网视频服务。2012 年下半年，公司发布互联网视频桌面入口软件“暴风看电影视频浏览器”基本版及用于手机、PAD 等移动平台的暴风无线产品基本版，并持续研发及完善核心功能，2014 年 4 月，公司推出“暴风无线”及“暴风看电影视频浏览器”正式版，进一步满足了用户“随时随地”、“一站式观看”视频的需求。目前已形成“暴风影音”、“暴风看电影视频浏览器”、“暴风无线”三款核心产品。在深耕细作“暴风影音”系列软件的基础上，公司积极探索视频应用的新兴领域，并于 2014 年 12 月发布可穿戴硬件产品“暴风魔镜”第二代产品及配套手机应用 APP。

自成立以来，以相对较少的累计资金投入，建立了大规模的用户基础；一直坚持免费为主的以用户视频服务支持广告推广媒体服务的业务模式；通过技术手段，一方面提升用户观看体验，一方面努力降低成本耗用，从亏损逐步实现盈利，形成了成熟的商业模式并积极探索互联网视频媒体行业的集约式发展模式，在创造媒体价值的同时实现稳定资产收益水平和企业的可持续发展。同时，力求准确把握中国互联网应用特征，在用户体验（如深入挖掘用户需求并通过技术实现；控制日均广告上限以尽量减少对用户的影响、赋予用户选择权等）、企业盈利、

广告客户价值提升等方面实现平衡发展。

公司产品及服务的演变过程如下表所示：

序号	主要产品版本名称	发布时间	功能/业务演变	新增功能	实现的技术	所申请专利
酷热影音 V1.0						
1	酷热影音 V1.0	2006 年	开始提供本地视频服务	-	-	-
暴风影音 V2.0						
2	暴风影音 2	2007 年 4 月	本地视频万能播放	MEE 媒体专家，自主播放核心	MEE1.0	媒体专家引擎 MEE：一种提高媒体文件播放效果的系统及其方法
暴风影音 V3.0						
3	暴风影音 2007 用户完美版	2007 年 11 月	本地视频万能播放	-	高清硬解加速	-
4	暴风 TV 测试版	2007 年 11 月	在线点播	在线点播	P2P 视频数据分发与分享	-
5	暴风影音 3.6 智能高清版	2008 年 5 月	万能播放，在线服务，本地高清	智能高清硬解，大幅降低高清播放 CPU 占用	高清智能硬解、MEE2.0	暴风搜索：一种可互动的影视搜索方法 视频广告：一种不同媒体文件并发播放方法
6	暴风影音 3 在线版	2008 年 7 月	万能播放、本地高清、在线播放	在线功能增强	影视聚合平台	-
7	暴风影音 3 暴风盒子版	2009 年 4 月	万能播放、本地高清、在线播放、暴风盒子	增加搜索功能查找海量影视内容	-	P2P 策略：一种点对点网络中的对端选择系统和方法
8	暴风影音 2012 在线高清版	2010 年 1 月	万能播放、本地高清、在线高清、P2P 系统	支持 1M 带宽播放 720P 视频，2M 带宽播放 1080P 视频	SHD 技术、P2P 系统	暴风转码：一种媒体文件格式转换方法及系统

序号	主要产品版本名称	发布时间	功能/业务演变	新增功能	实现的技术	所申请专利
9	暴风影音 2012 CNTV 版	2010 年 4 月	万能播放、本地高清、在线高清、P2P 系统、增加在线目录树，盒子全新改版	在线目录树、新盒子	-	-
暴风影音 V5.0						
10	暴风影音 5 Beta 版	2011 年 8 月	万能播放、极速启动、本地高清、在线高清、P2P 系统、目录树/新盒子	使用新架构暴风秒速启动，提速 3 倍，改写 487 项功能	极速皮肤引擎，暴风新 V5 架构	流畅点播：音视频编码方法及缩短点播播放前等待时间的播放方法(MP4) 交互广告：交互式互联网视频广告播放方法 自有格式 BHD：视频编码压缩方法
11	暴风影音 5 正式版	2011 年 10 月	万能播放、极速启动、本地高清、在线高清、P2P 系统、目录树/新盒子、左眼键	新增左眼键，提升在线播放画质	左眼技术	实时高清：一种提升视频图像清晰度的方法； 一种提升视频图像缩放速度的方法 云万能：基于 CS 架构的客户端之间共享播放解决方案的方法
12	暴风影音 5 左眼本地版	2012 年 6 月	万能播放、极速启动、本地高清、在线高清、P2P 系统、目录树/新盒子、本地左眼键、电影皮肤	新增本地左眼键，提升本地播放画质，支持绚丽电影皮肤	本地左眼技术、新皮肤引擎	-

序号	主要产品版本名称	发布时间	功能/业务演变	新增功能	实现的技术	所申请专利
13	暴风影音 5 3D 版 v1.0	2012 年 10 月	同时支持在线、本地 3D 视频的播放。支持的 3D 方式包括普通视频 2D 转 3D 播放；红蓝、快门、偏振等 3D 格式播放	新增 3D 按钮，用户以最简单的方式开启 3D 功能，在线视频中增加 3D 专区	2D 转 3D 技术，红蓝、快门、偏振播放技术	-
14	暴风影音 5 右耳版 v1.0	2012 年 11 月	实时音频增强处理技术，使用户通过耳机能体验到多种声道（如 5.1/7.1 声道）影片带来的环绕定位效果	新增右耳按钮，用户只需要简单的开关就能明显的体验到声音的变化	声音定位技术、虚拟环绕技术、音频动态增强技术	-
15	暴风看电影视频浏览器基本版	2012 年 12 月	聚合网络影视资源；形成视频服务桌面入口；用户使用操作最简化	-	WIN 动态界面技术；词组拼音智能联想与筛选技术；数据库关键参数排序检索技术。	
16	暴风无线基本版	2012 年 12 月	聚合网络影视资源；万能播放	-	移动终端视频搜索；	一种用于移动终端上得影视搜索方法；
17	暴风看电影视频浏览器完整版	2014 年 4 月	聚合网络视频资源、优化所搜结果、实现一键高清对不同片源的运用；增加视频直播	一键高清；视频直播；搜索排序优化-	一键高清功能对不同视频源的运用	一种 windows 桌面动态图标形成方法；一种在 WebBrowser 中增强 flash 视频画质的方法和系统

序号	主要产品版本名称	发布时间	功能/业务演变	新增功能	实现的技术	所申请专利
18	暴风无线完整版	2014 年 4 月	聚合网络视频资源；万能播放；一键高清在无线端的运用；3D 播放	一键高清；3D	一键高清技术在移动端的运用 3D 播放在移动端的技术运用	一种在移动平台上播放本地视频的方法和系统； 一种处理安卓移动端的多媒体文件的方法和系统

公司自成立以来的主营业务收入结构如下表所示：

单位：元

收入分类	2007 年度	2008 年度	2009 年度	2010 年度
广告	2,458,153.66	13,947,408.10	34,668,061.24	70,113,462.41
软件推广	-	-	3,127,202.58	9,136,301.12
游戏	-	-	11,292,840.10	26,639,441.00
视频点播	-	-	-	-
合计	2,458,153.66	13,947,408.10	49,088,103.92	105,889,204.53

收入分类	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年 1-9 月
广告	140,855,294.18	225,129,507.69	309,979,181.29	244,718,433.56
软件推广	13,777,768.69	26,279,147.48	14,213,503.67	26,156,709.07
游戏	11,641,975.91	-	-	-
视频点播	918.42	131,585.40	576,733.81	787,323.51
合计	166,275,957.20	251,540,240.57	324,769,418.77	271,662,466.14

2、“暴风影音”相关技术、资产、资质等核心要素的收购过程

（1）相关收购过程

周胜军系“暴风影音”软件原始创作及拥有者。

2006 年 7 月 15 日，周胜军与 Longlink Capital Ltd（“Longlink”）签署《收购暴风影音协议》。Longlink 向周胜军收购暴风影音相关资产，包括暴风影音相关的代码和资源、相关的商业合同、www.stormcodec.com 域名、正在申请的暴风影音相关商标、www.stormcodec.com 的 ICP 备案。Longlink 是一家依据英属维

尔京群岛注册的境外公司，其当时的签约授权代表为蔡文胜。

2006 年 9 月 1 日，Longlink 与 Kuree 签署《资产收购协议》，根据该协议，Longlink 向 Kuree 转让下列资产：①域名：baofeng.com，stormcodec.com；②网站：网址分别为 www.baofeng.com 和 www.stormcodec.com 的网站及其数据库、业务等全部网站资产；③软件及技术秘密：暴风影音（stormcodec）各版本软件所有权及相关技术秘密；④商标申请权：暴风影音（第 9 类、第 42 类）、影音风暴（第 9 类）。

Kuree 取得暴风影音（stormcodec）各版本软件所有权及技术秘密、以及商标申请权（暴风影音第 9 类、第 24 类，影音风暴第 9 类）、域名 baofeng.com，stormcodec.com，以及网址为 www.baofeng.com，www.stormcodec.com 的网站及其数据库、业务等全部网站资产（以下合称“暴风影音相关知识产权”）后，立即转让给酷热科技，在暴风网际成立后进而由酷热科技转让给暴风网际，即自 2007 年起暴风影音相关知识产权为暴风网际所有，并一直由暴风网际占有和使用。

（2）相关权利人的变更过程

①暴风影音相关商标

2006 年 4 月 27 日，周胜军就申请号为 5317575（暴风影音第 9 类）、5317576（影音风暴第 9 类）和 5317577（暴风影音第 42 类）的三个商标向商标局提交了商标注册申请，商标局于 2006 年 8 月 15 日针对上述三个商标签发了《注册申请受理通知书》。

2007 年 3 月 26 日，Longlink 的授权代表蔡文胜签署了《商标转让声明》，同意将原准备转入其名下的申请号为 5317575（暴风影音第 9 类）、5317576（影音风暴第 9 类）和 5317577（暴风影音第 42 类）共计三项商标由周胜军直接转让给暴风网际。2007 年 7 月 15 日，周胜军签署了《商标转让声明书》，声明其于 2006 年 4 月 27 日在商标局申请注册了上述三项商标，现同意将上述三项商标转让给暴风网际。同日，北京市公证处对上述《商标转让声明书》出具了编号为“（2007）京证内字第 08964 号”的《公证书》，证明周胜军在上述《商标转让声明书》上签名。2007 年 8 月 13 日，商标局针对上述三项商标签发了《核准商标转让证明》，核准上述三项商标转让至暴风网际。

2010 年 3 月 28 日，商标局向暴风网际签发了注册号为 5317575（暴风影音第 9 类）和 5317577（暴风影音第 42 类）共计两项商标的《商标注册证》，暴风网际取得上述两项商标的商标专用权。申请号为 5317576（影音风暴第 9 类）的商标尚未获准注册，发行人的实际业务经营中已不再使用“影音风暴”的商标。

②域名

发行人已经取得 stormcodec.com 域名（到期时间：2018 年 4 月 20 日）以及 baofeng.com 域名（到期时间：2021 年 6 月 24 日），其中 baofeng.com 域名为目前发行人业务经营中使用的主要域名。

③技术

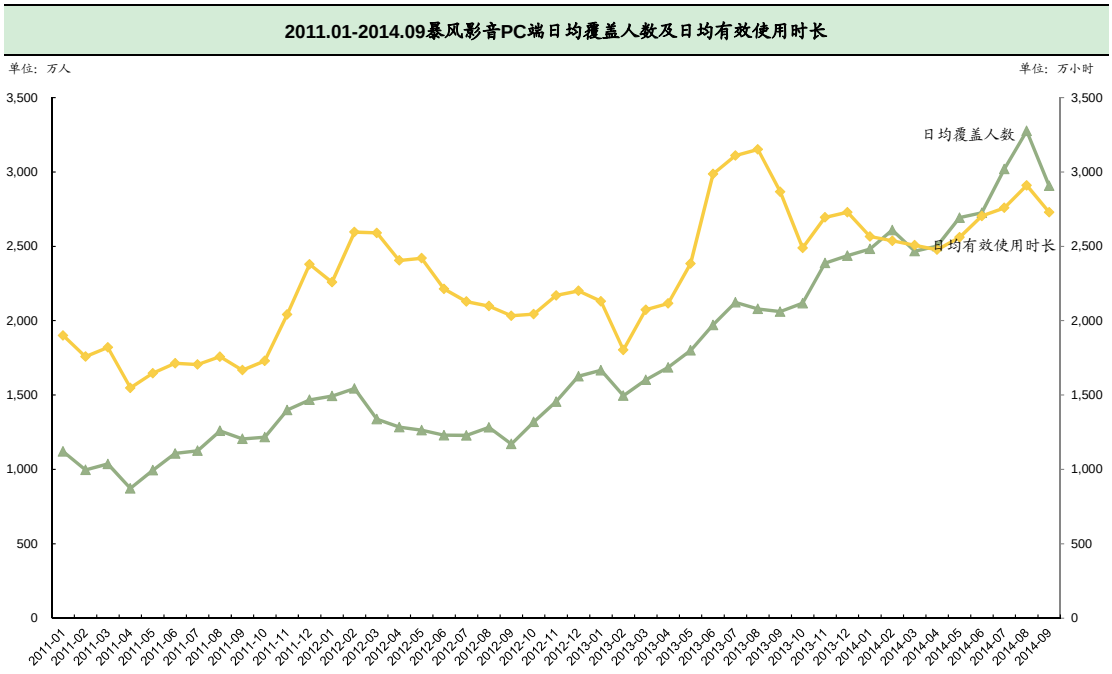
截至本招股说明书签署之日，上述收购的暴风影音各版本软件所有权及相关技术秘密已实际交付给暴风网际。

基于上述情形，保荐机构及发行人律师认为，与“暴风影音”相关的资产已全部由发行人拥有，其相关转让是完整有效的，发行人已支付了上述暴风影音相关资产收购的内容价款，上述转让不存在潜在纠纷。

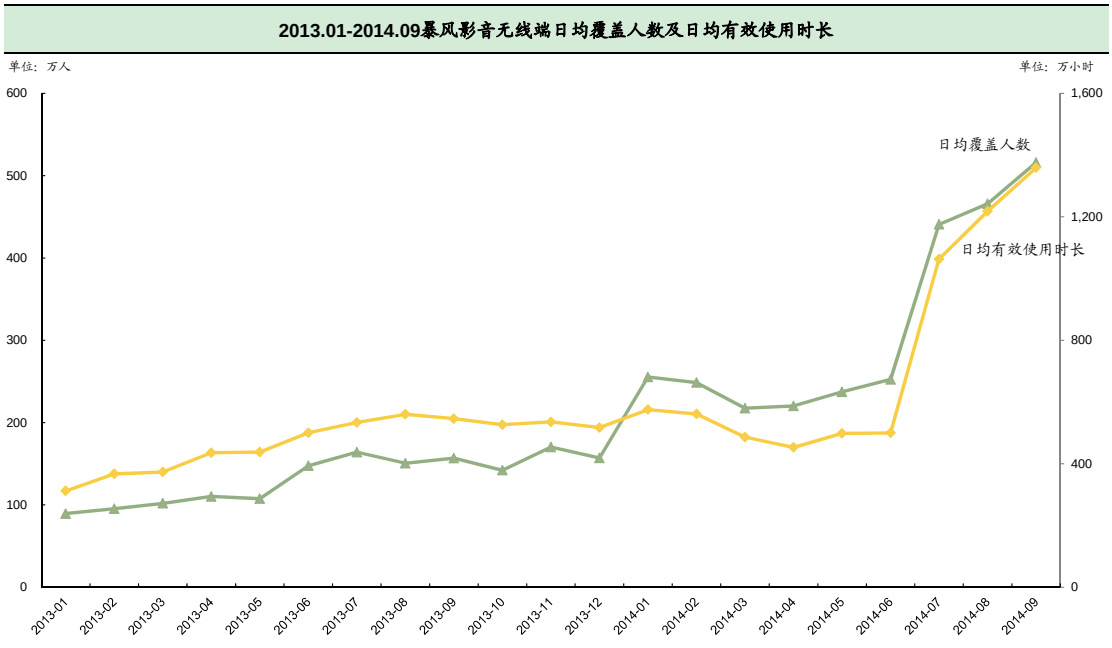
（三）公司的主要服务情况

1、公司的服务规模

根据艾瑞咨询 i-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均有效使用时间约 2,900 万小时，日均覆盖人数约 2,700 万人。报告期内暴风影音 PC 端的月日均有效使用时间及月日均覆盖人数如下图所示：



艾瑞咨询对暴风影音无线端的数据统计起始于 2013 年 1 年，自 2013 年 1 月至 2014 年 9 月，暴风影音无线端的每月日均有效使用时间及每月日均覆盖人数如下图所示：



2、服务的主要消费群体

公司向视频用户提供免费使用为主的视频综合服务，向广告客户提供有偿广告投放服务。

3、主要服务的定价原则

公司主要按广告展示次数收费，根据展示形式、展示时间、展示位置不同制定不同的销售价格。报告期内，公司按行业惯例制定广告刊例价格，并根据广告投放时的具体市场情况与客户协商最终销售价格。

4、报告期内向主要客户销售的情况

（1）报告期内向前十大客户销售的情况

报告期内，公司的前十大客户（按同一控制下合并计算）如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	交易金额	占营业收入比例	是否为新增客户
2014年1-9月	1	淘宝（中国）软件有限公司 浙江天猫技术有限公司 浙江淘宝网络有限公司	3,754.03	13.82%	否
	2	北京双行线广告有限公司	3,474.96	12.79%	否
	3	北京百度网讯科技有限公司 百度时代网络技术（北京）有限公司 百度在线网络技术（北京）有限公司	2,992.09	11.01%	否
	4	安索帕（上海）广告传播有限公司 北京伟视捷广告有限公司 上海欧安派广告传播有限公司 电众数码（北京）广告有限公司 上海安科吉通广告有限公司 科思世通广告（北京）有限公司 广东凯络广告有限公司	1,735.78	6.39%	否
	5	北京京东世纪贸易有限公司 上海圆迈贸易有限公司	1,695.88	6.24%	否
	6	纽海电子商务（上海）有限公司	1,365.09	5.02%	否
	7	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司	1,335.84	4.92%	否
	8	上海好耶广告有限公司 好耶网络科技（上海）有限公司 新好耶数字技术（上海）有限公司	795.96	2.93%	否
	9	上海聚效广告有限公司 上海聚胜万合广告有限公司	783.78	2.89%	否
	10	江苏苏宁易购电子商务有限公司	743.40	2.74%	否
		合计	18,676.81	68.75%	
2013年度	1	淘宝（中国）软件有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 浙江天猫技术有限公司	4,413.36	13.59%	否
	2	北京京东世纪信息技术有限公司 上海圆迈贸易有限公司 江苏京东信息技术有限公司	2,448.09	7.54%	否
	3	百胜（中国）投资有限公司 上海环胜广告有限公司	1,964.28	6.05%	否
	4	上海三七玩网络科技有限公司	1,645.59	5.07%	否
	5	百度时代网络技术（北京）有限公司 北京百度网讯科技有限公司 百度在线网络技术（北京）有限公司	1,574.63	4.85%	否
	6	上海融视广告传媒有限公司	1,284.93	3.96%	否
	7	国美在线电子商务有限公司	1,239.20	3.82%	否
	8	纽海信息技术（上海）有限公司	1,200.94	3.70%	否

	9	安索帕（上海）广告传播有限公司 广东凯络广告有限公司 北京创世奇迹广告有限公司 科思世通广告（北京）有限公司 北京伟视捷广告有限公司	1,146.30	3.53%	否
	10	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司 阳狮广告有限公司	1,076.45	3.31%	否
	合计		17,993.79	55.40%	
2012年度	1	淘宝（中国）软件有限公司 浙江淘宝商城技术有限公司（现已更名为：浙江天猫技术有限公司） 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	4,011.35	15.95%	否
	2	北京京东世纪信息技术有限公司 江苏京东信息技术有限公司 北京京东世纪贸易有限公司	3,264.00	12.98%	否
	3	北京创世奇迹广告有限公司	2,205.65	8.77%	否
	4	百度时代网络技术（北京）有限公司	2,058.62	8.18%	否
	5	凡客诚品（北京）科技有限公司	1,589.68	6.32%	否
	6	南京苏宁易购物流有限公司	1,111.82	4.42%	否
	7	上海三七玩网络科技有限公司 广州海岩网络科技有限公司	1,102.24	4.38%	否
	8	上海聚胜万合广告有限公司	787.92	3.13%	否
	9	北京乐腾天下广告传媒有限公司	770.45	3.06%	否
	10	广东凯络广告有限公司 安索帕（上海）广告传播有限公司	624.32	2.48%	否
	合计		17,526.05	69.67%	
2011年度	1	淘宝（中国）软件有限公司 阿里巴巴（中国）有限公司 湖南快乐淘宝文化传播有限公司	2,737.23	16.12%	否
	2	凡客诚品（北京）科技有限公司	2,002.64	11.80%	否
	3	上海聚胜万合广告有限公司	1,066.80	6.28%	否
	4	北京阳光谷地科技发展有限公司	807.50	4.76%	是
	5	百度时代网络技术（北京）有限公司	696.21	4.10%	否
	6	微软（中国）有限公司	670.15	3.95%	否
	7	北京京东世纪信息技术有限公司 北京京东世纪贸易有限公司	580.00	3.42%	是
	8	江苏苏宁易购电子商务有限公司 南京苏宁易购物流有限公司	522.50	3.08%	是
	9	爱丽国际科技(北京)有限公司 互易国际广告(北京)有限公司	477.90	2.81%	否
	10	群邑（上海）广告有限公司 智威汤逊中乔广告有限公司	453.00	2.67%	是
	合计		10,013.93	58.98%	

上述客户的具体情况如下[5]：

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
2014 年 1-9 月	1	淘宝（中国）软件有限公司	详见下文			
		浙江天猫技术有限公司	详见下文			
		浙江淘宝网络有限公司	详见下文			
	2	北京双行线广告有限公司	2011 年 1 月 18 日	50	北京市朝阳区八里庄北里 129 号院 9 号楼 3 单元 3 层 302 室	制作、代理、发布广告；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；软件设计；技术推广服务；市场调查。
	3	百度在线网络技术（北京）有限公司	详见下文			
		北京百度网讯科技有限公司	详见下文			
		百度时代网络技术（北京）有限公司	详见下文			
	4	安索帕（上海）广告传播有限公司	详见下文			

[5]信息来自全国企业信用信息公示系统

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
		科思世通广告（北京）有限公司	详见下文			
		广东凯络广告有限公司	详见下文			
		北京伟视捷广告有限公司	详见下文			
		上海欧安派广告传播有限公司	详见下文			
		电众数码（北京）广告有限公司	详见下文			
		上海安科吉通广告有限公司	详见下文			
	5	北京京东世纪贸易有限公司	详见下文			
		上海圆迈贸易有限公司	详见下文			
	6	纽海电子商务（上海）有限公司	2013 年 11 月 14 日	1000	中国（上海）自由贸易试验区顺通路 5 号 A 楼 019D 室	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），第一类增值电信业务中的在线数据处理与交易处理业务，网络技术的研发，提供相关的技术咨询和技术服务，计算机软硬件的研发、设计、制作和销售（除计算机信息系统安全专用产品），系统集成的设计、调试、维护，提供相关的技术咨询和技术服务，以服务外包方式从事计算机数据处理服务，票务代理，广告设计、制作、代理及发布，受经营企业委托代理销售单用途预付卡，电话卡及电话充值卡的网上零售，一类医疗器械的销售，仓储（除危险品），国内货运代

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
						理，商务信息咨询（以上咨询除经纪），会务服务（主办、承办除外）。
	7	上海李奥贝纳广告有限公司	详见下文			
		盛世长城国际广告有限公司	详见下文			
	8	新好耶数字技术（上海）有限公司	2013 年 09 月 11 日	200	上海市闵行区东川路 555 号戊楼 1063 室	从事数字技术、网络科技、软件科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理、发布各类广告，动漫设计，票务代理，文化艺术交流与策划（除经纪），企业形象策划，展览展示服务，会务服务，礼仪服务，旅游咨询（不得从事旅行社业务），投资咨询、企业管理咨询、商务信息咨询（咨询类项目除经纪），工艺品、办公用品的批发，从事货物及技术的进出口业务。
		好耶网络科技（上海）有限公司	2013 年 07 月 03 日	200	上海市闵行区东川路 555 号戊楼 1055 室	从事网络科技、软件科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布广告，动漫设计，票务代理，文化艺术交流与策划（除经纪），企业形象策划，展览展示服务，会务服务，礼仪服务，旅游咨询（不得从事旅行社业务），投资咨询、企业管理咨询、商务信息咨询（咨询类项目除经纪），工艺品、办公用品的销售，从事货物及技术的进出口业务。
		上海好耶广告有限公司	2003 年 1 月 20 日	100	上海市长宁区江苏路 369 号 28 楼 E1 室	设计、制作、代理、发布各类广告，组织文化艺术交流（不含演出），经济信息咨询（除中介），多媒体领域内的技术开发，技术转让，技术咨询，技术服务；商务咨询，市场营销策划。

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	9	上海聚效广告有限公司	详见下文			
		上海聚胜万合广告有限公司	详见下文			
	10	江苏苏宁易购电子商务有限公司	详见下文			
2013 年度	1	淘宝（中国）软件有限公司	2004 年 12 月 7 日	37,500 万美元	杭州市余杭区五常街道荆丰村	研究、开发计算机软件、硬件，网络技术产品，多媒体产品；系统集成的设计、调试及维护；销售自身开发的产品；并提供计算机技术咨询、服务，电子商务平台支持；经济信息咨询（含商品中介）（国家禁止和限制的除外，凡涉及许可证制度的凭证经营）
		阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	1999 年 9 月 9 日	40,880 万美元	杭州市滨江区网商路 699 号	开发、销售计算机网络应用软件；设计、制作、加工计算机网络产品并提供相关技术服务和咨询服务；服务：自有物业租赁
		浙江淘宝网络有限公司	2003 年 9 月 4 日	6500	杭州市余杭区五常街道文一西路 969 号 1 幢 6 楼 601 室	利用信息网络进行网络游戏虚拟货币交易，举办演出剧（节）目、表演；第二类增值电信业务中的信息服务业务（具体业务范围详见增值电信业务经营许可证）；制作、肤质、发行：专题、专栏、综艺、动画片、广播剧、电视剧。（上述经营范围中涉及前置审批项目的，在批准的有效期内方可经营） 一般经营项目：服务：计算机网络技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让，承办会议展览，翻译，设计、制作、代理、发布国内广告（除需前置审批的项目）；成年人的非证书劳动职业技能培训和成年人的非文化教育培训；批发、零售：计算机硬件。

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
		浙江天猫技术有限公司	2010 年 10 月 25 日	200 万美元	杭州余杭区五常街道五常大道 168 号二层	研发；网络商城技术、计算机软硬件、网络技术产品、多媒体产品；服务；系统集成的设计、调试及维护；提供计算机技术咨询、服务、电子商务平台支持；经济信息咨询（含商品中介）；成年人的非证书劳动职业技能培训和成年人的非文化教育培训（涉及前置审批的项目除外）
	2	北京京东世纪信息技术有限公司	2010 年 9 月 1 日	50,000	北京市北京经济技术开发区科创十四街 99 号 2 幢 B178 室	从事机械设备、五金交电、建筑材料、电子产品、文化用品、照相器材、计算机软硬件及外围设备、化妆品及卫生用品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒品）、体育用品、纺织品、服装、日用品、家具、金银珠宝首饰、避孕器具（避孕药除外）、新鲜水果、蔬菜、饲料的批发、零售、进出口及佣金代理（拍卖除外）业务；零售预包装食品、乳制品（含婴幼儿配方奶粉）；经营保健食品；Ⅲ类：医用电子仪器设备、医用光学器具、仪器及内窥镜设备、医用超声仪器及有关设备、物理治疗及康复设备、植入材料和人工器官、医用化学和基础设备器具。技术咨询、技术服务、软件开发、软件设计；代理进出口业务（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）
		上海圆迈贸易有限公司	2007 年 8 月 22 日	30,000	嘉定工业区叶城路 912 号 2 幢一层	家用电器、电子产品、照相器材、电脑数码产品及配件、机械设备、五金交电、文化用品、计算机及软硬件（除计算机信息系统安全专用产品）、化妆品、卫生用品、化工产品（除危险化学品、监控化学品、民用爆炸用品、烟花爆竹、易制毒化学品）、体育用品、纺织品、针织品、服装鞋帽、日用百货、避孕套、血压计、家用血糖仪、体温计、钟表、眼镜（除隐形眼镜）、家具、金银珠宝饰品、工艺礼品、玩具、汽摩配件、工量具、仪器仪表、（一类）医疗器械、建筑材料、装潢材料、陶瓷制品、卫生洁具、橡塑制品、印刷机械、金属材料（除钢材、贵金属）、字画（除文物）、食用农产品（含粮食、不含生猪产品、牛羊肉品）、花卉、通讯设备、饲料、预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）的批发、零售、佣金代理（拍卖除外），计算机软硬件、网络技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、装卸服务、仓储服务（除易燃、易爆、危险化学品），货物运输代理，安装维修办公室设备、家用电器、照相机、手机的维修，会务服务、展览展示服务、翻译、从事货物及技术的进出口业务，附设分支机构。（依法须经批准的项目，经相关部门批

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
						准后方可开展经营活动）
		江苏京东信息技术有限公司	2009 年 6 月 16 日	2,000	宿豫区洪泽湖东路与清水江路交叉口	道路普通货物运输，货物专用运输（集装箱），货物专用运输（冷藏保鲜）（道路运输经营许可证的有效期至 2017 年 02 月 06 日）；国内快递（信件业务除外）（有效期至 2015 年 09 月 28 日）；预包装食品兼散装食品批发与零售（有效期至 2016 年 12 月 29 日）；货运代理（代办）、货运配载（道路运输辅助业经营许可证有效期至 2017 年 02 月 06 日），技术信息咨询服务，软件开发与设计；网络策划，电子商务，网站推广，广告设计、制作、发布；商品批发与零售、电子商务相关的咨询服务、货运代理服务、仓储服务、货物装卸服务（法律、法规、国务院决定禁止或限制经营的，不得经营；应经审批的，未获批准前不得经营）；谷物、蔬菜、园艺作物、果树和香料作物的种植；计算机、家用电器修理服务；五金交电、电子产品及设备(国家禁止或限定经营的除外)、日用百货、包装材料、服装、鞋帽批发、零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	3	百胜（中国）投资有限公司	1996 年 6 月 1 日	12,812.7095 万美元	上海市徐汇区虹桥路 3 号港汇中心二座 12 楼 05 单元	一、从事餐饮、食品加工业、农业投资和畜牧业的投资。二、受所投资企业及百胜全球餐饮集团旗下品牌的被特许人的书面委托（经董事会一致通过），向公司所投资企业及百胜全球餐饮集团旗下品牌的被特许人提供相关服务。三、以代理、经销或设立出口采购中心的方式出口不涉及出口配额、许可证管理的国内商品。四、购买所投资企业及百胜全球餐饮集团旗下品牌的被特许人生产的产品进行系统集成后在国内外销售，如所投资企业及百胜全球餐饮集团旗下品牌的被特许人生产的产品不能完全满足系统集成需要，可在国内外采购价值不超过系统集成所需全部产品价值的 50%的系统集成配套产品。五、在中国境内设立科研开发中心或部门，从事新产品及高新技术的研究开发，转让其研究开发成果，并提供相应的技术服务。六、为公司投资者提供咨询服务，七、为公司所投资企业及百胜全球餐饮集团旗下品牌的被特许人的产品的国内经销商、代理商以及与投资性公司、母公司签有技术转让协议的国内公司、企业，提供相应的技术培训。八、为公司所投资企业及百胜全球餐饮集团旗下品牌的被特许人提供机器和办公设备的经营性租赁法务。九、为母公司生产的产品提供售后服务。十、在其所投资企业投产前或其所投资企业及百胜全球餐饮集团旗下品牌的被特许人新产品投产前，为进行产品市场开发，公司可从其母公司进口少量与所投资企业及百胜全球餐饮集团旗下品牌的被特许人生产产品相同或相似的非进口配额管理的产品在国内试销。十一、依照国家有关规定，参与有对外承包工程经营权的中国企业的境外工程承包。（具体内容详见批准证书）（涉及行政许可的凭许可证经营）
		上海环胜广告有限公司	2010 年 11 月 7 日	50	上海市浦东新区牡丹路 60 号 801A 室	广告的设计、制作、代理、发布（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	4	上海三七玩网络科技有限公司	2011 年 9 月 30 日	1,000	上海市嘉定区南翔镇银翔路 655 号 809 室	网络技术及计算机技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机系统集成，网络工程，动漫设计，创意服务，图文设计制作，第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务），计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）
	5	百度时代网络技术（北京）有限公司	2006 年 4 月 19 日	80 万美元	北京市海淀区东北旺西路 8 号中关村软件园 17 号楼二层 A2	开发、生产计算机软件；系统集成；提供技术咨询、技术服务；销售自产产品；设计、制作、发布、代理国内外各类广告
		北京百度网讯科技有限公司	2001 年 6 月 5 日	10,000	北京市海淀区上地十街 10 号百度大厦 2 层	因特信息服务业务（除出版、教育、医疗保健以外的内容）；第一类增值电信业务中的在线数据处理与交易处理业务、国内因特网虚拟专用网业务、因特网数据中心业务；第二类增值电信业务中的因特网接入服务业务、呼叫中心业务、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）（增值电信业务经营许可证有效期至 2015 年 10 月 20 日）；利用互联网经营音乐娱乐产品，游戏产品运营，网络游戏虚拟货币发行，美术品，演出剧（节）目，动漫（画）产品，从事互联网文化产品展览、比赛活动（网络文化经营许可证有效期至 2016 年 11 月 21 日）；设计、开发、销售计算机软件；技术服务、技术培训、技术推广；经济信息咨询；利用 www.baidu.com、www.hao123.com(www.hao222.net、www.hao222.com)、网站发布广告；设计、制作、代理、发布广告；货物进出口、技术进出口、代理进出口；医疗软件技术开发
		百度在线网络技术（北京）有限公司	2000 年 1 月 18 日	4520 万美元	北京市海淀区上地十街 10 号百度大厦三层	开发、生产计算机软件；提供相关技术咨询、技术服务、技术培训；承接计算机网络系统工程；销售自产产品；货物进出口；技术进出口；代理进出口。（未取得行政许可的项目除外）

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	6	上海融视广告传媒有限公司	2011 年 7 月 22 日	50	嘉定区嘉罗公路 800 弄 86 号四幢 318 室	设计、制作、代理、发布各类广告，电脑图文涉及制作，动漫设计制作，企业形象策划，市场营销策划，展览展示服务，礼仪服务，商务咨询，旅游咨询（不得从事旅行社业务），电子商务（不得从事增值电信、金融业务），摄影服务（除冲扩），网络工程，广告材料（除危险化学品）、办公用品的销售。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）
	7	国美在线电子商务有限公司	2011 年 1 月 11 日	8,333.33	嘉定区沪宜公路 3163-3199 号一楼 A 区	网上销售日用百货、电子产品、数码产品、家居用品、劳防用品、工艺品、化妆品、机械设备、家用电器、建筑材料、装饰装修材料、五金交电、纺织品、服装鞋帽、厨房用具、卫生用品、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、家具、宠物用品、宠物饲料、文化办公用品、体育用品、化工产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、通讯器材、玩具、乐器、箱包、钟表、珠宝首饰、汽车饰品、家用电器、避孕套、橡胶制品、通信设备及相关产品、商用车及九座以上乘用车、黄金制品，图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品零售，机械设备的安装及维修（除特种设备），商务咨询，实业投资，创业投资，计算机服务（除互联网上网服务营业场所），从事计算机软硬件、网络技术领域内的技术服务，从事货物技术的进出口业务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，企业营销策划，自有汽车租赁（不得从事金融租赁）

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	8	纽海信息技术（上海）有限公司	2007 年 11 月 29 日	39900 万美元	上海市张江高科技园区祖冲之路 295 号 102 室	计算机软硬件的研发、设计、制作，销售自产产品；以服务外包形式从事计算机数据处理，系统集成的设计、调试、维护，提供相关的技术咨询和服务；家具及家居用品、家电和数码产品及其配件、照相器材、厨卫用具、纺织品、针织品、服装鞋帽及箱包、化妆品及卫生用品、办公用品、体育用品及器材、玩具、日用百货、汽车用品及汽摩配件、珠宝首饰（毛钻、裸钻除外）、金银饰品、工艺品及收藏品（文物除外）、五金制品、计算机软、硬件及配件（音像制品、游戏软件除外）、机械设备、预包装食品（含米面制品、食用油、冷冻冷藏，不含熟食卤味）和乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、酒类、一类医疗器械、化工产品（危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品除外）、消防器材、通讯设备、建筑及装饰材料（钢材、水泥除外）、农副产品（棉花、粮食除外）、花卉的网上零售、批发、进出口、佣金代理（拍卖除外）及相关配套业务，图书、报纸、期刊、电子出版物的批发、网上零售；电话卡及电话充值卡、手机充值卡、网费充值卡、游戏卡、加油卡的网上零售；单用途预付卡的网上零售，受经营企业委托代理销售预付卡，票务代理（航空票务代理除外）；计算机设备和网络通信设备的租赁、采购、维修、保养及相关配套服务；国内货运代理；仓储（危险品除外）；财务管理咨询，投资咨询，商务信息咨询，会务服务（主办、承办除外），在自有的网站设计、制作、发布国内外各类广告业务；照片冲印；宽带、固定电话和移动业务的佣金代理。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）
	9	安索帕（上海）广告传播有限公司	2008 年 7 月 4 日	140 万美元	上海市长宁区淮海西路 570 号第 8 幢 G 楼 106 单元	设计、制作、发布、代理国内外各类广告；提供商业管理和市场咨询服务（涉及行政许可的凭许可证经营）
		广东凯络广告有限公司	1996 年 11 月 15 日	1,500 万美元	广州市越秀区环市东路 403 号广州国际电子大厦 27 楼	广告设计、制作、发布、代理国内外各类广告

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
					03-06 室	
		北京创世奇迹广告有限公司	2003 年 4 月 16 日	2,050	北京市朝阳区建国路 91 号院 8 号楼 12 层 1201 单元	设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；公共关系服务；营销策划；经济贸易咨询
		科思世通广告（北京）有限公司	2002 年 8 月 19 日	500	北京市海淀区大柳树富海中心 3 号楼 705 室	设计、制作、代理、发布广告；营销策划；商务咨询、信息咨询
		北京伟视捷广告有限公司	2005 年 1 月 13 日	30 万美元	北京市东城区东长安街 1 号东方广场东一写字楼 21 层 7-8 室	设计、制作、发布、代理国内外各类广告
	10	上海欧安派广告传播有限公司	2007 年 8 月 3 日	1,200.0	上海市崇明县港沿镇跃马村 671 号 105 室	设计、制作、代理、发布各类广告，图文设计制作，市场营销策划，企业形象策划，展览展示服务，会务服务，商务信息咨询，互联网信息科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询及技术服务（不含互联网信息服务），计算机网络设备的租赁、安装及维护，工艺礼品销售。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
		电众数码（北京）广告有限公司	2008 年 05 月 22 日	900 万美元	北京市东城区北三环东路 36 号 C 座 7 层 1-7 号	设计、制作、代理、发布国内外各类广告。

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
		上海安科吉通广告有限公司	2012 年 9 月 7 日	2,000.00	嘉定区胜辛南路 500 号 10 幢 1177 室	设计、制作、代理、发布各类广告，市场营销策划，企业营销策划，商务咨询。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
		上海李奥贝纳广告有限公司	1994 年 11 月 7 日	21 万美元	上海市沽源路 110 弄 15 号 306 室-1	设计、制作、代理国内外各类广告并提供相关策划和咨询服务（涉及许可经营的凭许可证经营）
		盛世长城国际广告有限公司	1992 年 4 月 30 日	40 万美元	北京市朝阳区光华路 5 号院 2 号楼 6 层 701 内 01	设计、制作、发布、代理国内外各类广告；承办文艺汇演、新闻发布会等各类公关活动；承办与广告业务有关的咨询及培训业务；财务税务咨询；企业管理咨询服务；社会经济信息咨询；技术咨询服务
		阳狮广告有限公司	1996 年 12 月 13 日	785 万港元	广东省广州市越秀区先烈中路 83 号 508 自编之二房	设计、制作、发布、代理国内外各类广告。提供相关咨询服务
2012 年度		淘宝（中国）软件有限公司	详见上文			
	1	浙江淘宝商城技术有限公司（现已更名为：浙江天猫技术有限公司）	详见上文			
		阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	详见上文			
	2	北京京东世纪信息技术有限公司	详见上文			

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
		江苏京东信息技术有限公司	详见上文			
		北京京东世纪贸易有限公司	2007 年 4 月 20 日	68,999 万美元	北京市北京经济技术开发区科创十四街 99 号 2 号楼 B168 室	批发、零售定型包装食品、保健食品（不涉及国营贸易管理商品；涉及配额许可证管理商品的按照国家有关规定办理申请手续）。机械设备、五金交电、电子产品、文化用品、照相器材、计算机、软件及辅助设备、化妆品及卫生用品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、体育用品、百货、纺织品、服装、日用品、家具、金银珠宝首饰、避孕器具（避孕药除外）、新鲜水果、蔬菜、饲料、花卉、装饰材料、通讯设备、建筑材料、工艺礼品、钟表眼镜、玩具、汽车和摩托车配件、仪器仪表、卫生洁具、陶瓷制品、橡胶及塑料制品的批发、佣金代理（拍卖拍卖除外）、零售、进出口及代理进出口业务（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）；摄影服务；仓储服务；提供劳务服务（劳务派遣、劳务合作除外）；经济信息咨询（需行政许可项目除外）；计算机软件生产；销售自产产品；基础软件服务；计算机网络技术开发；设备安装、维修（需行政许可项目除外）；技术咨询、技术服务、软件开发、软件设计
	3	北京创世奇迹广告有限公司	详见上文			
	4	百度时代网络技术（北京）有限公司	详见上文			

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	5	凡客诚品（北京）科技有限公司	2005 年 4 月 28 日	475	北京市丰台区富丰路 2 号 8 层 801-807 号	互联网信息服务业务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械以外的内容）；零售预包装食品；图书、报纸、期刊网上销售；经营保健食品（有效期至 2016 年 7 月 22 日）。服装设计；服装加工；委托加工、销售服装、鞋帽、纺织品、皮革制品、工艺品、日用品、家具、厨房用具、玩具、文具用品、体育用品、家用电器、珠宝首饰、卫生间用具、化妆品、汽车配件、计算机软件及辅助设备、避孕套、五金交电、电子产品、化工产品、血压计、通讯设备及其辅助配件、橡胶制品、塑料制品；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；基础软件服务、应用软件服务；货运代理；仓储服务；货物进出口；代理进出口；代理、发布广告；承办展览展示；包装装潢设计；产品设计。
	6	南京苏宁易购物流有限公司	2011 年 7 月 20 日	500	南京市玄武区玄武大道 699-19 号 8 幢	预包装食品，乳制品（含婴幼儿配方乳粉）批发与零售；图书、期刊、音像制品、电子出版物批发零售及网络发行业务；仓储服务（不含危险品）；公路货运代理；五金交电、计算机产品、电子产品、通讯产品及配件、工艺礼品、办公用品、金银饰品、建筑材料、装潢材料、家居用品、自行车、电动车、助力车、摩托车、日用百货销售；企业管理咨询；经济信息咨询；家用电器销售、安装、维修；空调制冷设备及配件安装、维修；会展服务；企业形象策划；自有房屋租赁；票务代理；代理预定酒店；汽车销售（不含九座以下乘用车）；代理发展电信业务；设计、制作、代理、发布国内各类广告（许可证的经营项目除外）。；初级农产品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	7	上海三七玩网络科技有限公司	详见上文			
		广州海岩网络科技有限公司	2006 年 7 月 18 日	1,000	广州市天河区科韵路 24-26 号北楼 614 房	网络设备、多媒体设备、通信设备、电子产品的技术开发、技术服务；计算机系统集成；商品信息咨询；信息服务业务（仅限互联网信息服务和移动网络信息服务业务；业务覆盖范围：广东省）（在《增值电信业务经营许可证》核定项目及有效期内从事经营）、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；业务覆盖范围：全国）（在《增值电信业务经营许可证》核定项目及有效期内从事经营）

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	8	上海聚效广告有限公司	2013 年 7 月 31 日	1,200 万美元	上海市浦东新区张江高科技园区郭守敬路 351 号 2 号楼 522 室	设计、制作、代理、发布国内外各类广告；提供相关技术咨询、技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
		上海聚胜万合广告有限公司	2009 年 12 月 17 日	1500	上海市张江高科技园区张江路 91 号 10 幢 510 室	广告设计、制作、代理、发布、企业营销策划，广告艺术交流活动策划，企业形象策划，会务服务，计算机软硬件的开发、销售（除计算机信息系统安全专用产品），并提供相关的技术咨询、技术服务。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）
	9	北京乐腾天下广告传媒有限公司	2010 年 1 月 13 日	300	北京市通州区新华北街 75 号 1352 室	设计、制作、代理、发布广告；企业策划；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含棋牌）；会议服务；承办展览展示；动漫画设计；影视设备租赁；网页设计；销售工艺品（不含文物）、电子产品、通讯设备、机械设备
	10	广东凯络广告有限公司	详见上文			
		安索帕（上海）广告传播有限公司	详见上文			
2011 年度	1	淘宝（中国）软件有限公司	详见上文			
		阿里巴巴（中国）有限公司	2007 年 3 月 26 日	15,298 万美元	杭州市西湖区西斗门路 3 号天堂软件园 A 幢 10 楼 G 座	服务：企业管理，计算机系统服务，电脑动画设计，经济信息咨询服务（除商品中介），成年人的非证书劳动职业技能培训和成年人的非文化教育培训（涉及前置审批的项目除外）；生产：计算机软件；销售自产产品。（国家禁止和限制的除外，凡涉及许可证制度的凭证经营）

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
		湖南快乐淘宝文化传播有限公司	2010 年 3 月 4 日	10,000	长沙县星沙镇西霞路 198 号（湘龙家园内）	广播电视节目（电视剧制作）制作、经营（广播电视节目制作经营许可证有效期至 2013 年 4 月 30 日止）；预包装食品零售（食品流通许可证有效期至 2015 年 4 月 16 日）；设计、制作、代理、发布国内各类广告；为企业形象提供宣传策划；为产品设计提供创意策划；计算机网路技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让；百货、五金、交电、首饰、服装的销售；农产品的批发与零售。（以上项目涉及行政许可证的凭许可证经营）
	2	凡客诚品（北京）科技有限公司	详见上文			
	3	上海聚胜万合广告有限公司	详见上文			
	4	北京阳光谷地科技发展有限公司	2008 年 11 月 24 日	10,320 万美元	北京市海淀区上地十街 1 号院 2 号楼 18 层 1811	研究、开发计算机软件、网络技术、信息技术；系统集成；技术咨询、技术转让、技术服务、网络开发技术培训
	5	百度时代网络技术（北京）有限公司	详见上文			
	6	微软（中国）有限公司	1995 年 11 月 1 日	1,902 万美元	北京市海淀区丹梭街 5 号	提供软件产品有关的研究、设计、开发及咨询服务；开发、生产、包装电脑软件、硬件产品，包括技术及操作手册的准备和编制；进口母公司产品为研发中心正在进行的研发项目进行市场测试；提供与 MICROSOFT 软件产品的使用有关的培训、教育；提供电脑产品集成的顾问咨询服务。销售（含批发）自产、进口以及国内生产的软件、硬件及外设产品；电脑软件及开发工具、硬件及外设设备的租赁业务；通信设备、移动通信设备、音频和视频设备、电子产品、服装、钟表、手表、眼镜及其上述产品的零配件的批发、佣金代理（拍卖除外）；提供上述产品的售后服务、技术咨询、培训和服务；商业咨询、商业管理咨询。（未取得行政许可的项目除外）下期出资时间为 2016 年 01 月 21 日。

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	7	北京京东世纪信息技术有限公司	详见上文			
		北京京东世纪贸易有限公司	详见上文			
	8	江苏苏宁易购电子商务有限公司	2010 年 12 月 23 日	20,000	南京市玄武区玄武大道 699-19 号 9 幢	利用信息网络经营游戏产品、动漫产品（按《网络文化经营许可证》核定范围经营），电子商务系统、计算机软件及硬件的技术开发、设计、制作、销售，数据库及计算机网络服务，计算机系统集成的设计、安装及维护，计算机技术服务，信息化系统咨询服务、方案设计，企业管理咨询，经济信息咨询，设计、制作、代理、发布国内各类广告，家用电器、计算机、电子产品、通讯产品及配件的销售、安装和维修服务，智能卡技术服务、销售，自营和代理各类商品及技术的进出口业务，房地产中介服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
		南京苏宁易购物流有限公司	详见上文			
	9	爱丽国际科技(北京)有限公司	2009 年 3 月 16 日	100	北京市朝阳区雅成一里 19 号楼 6 层 B 座 -706 室	因特网信息服务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械以外的内容）。技术推广服务；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；广告信息咨询；企业形象策划；销售日用品、工艺品、体育用品、文具用品、服装服饰、鞋帽；电脑图文设计；会议及展览服务
		互易国际广告(北京)有限公司	2006 年 4 月 12 日	100	北京市朝阳区朝阳路 67 号（财满接嘉园二期）9 号楼 1 一单元 601 室	设计、制作、代理、发布广告、组织文化交流活动（不含演出）；广告信息咨询；企业形象策划；电脑图文设计、制作；会议服务

年度	序号	名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
	10	群邑（上海）广告有限公司	2007 年 7 月 23 日	100 万美元	上海市徐汇区长乐路 989 号世纪商贸广场 31 楼 3102 室	设计、制作、发布、代理国内外各类广告，提供品牌咨询、公共关系咨询、客户关系管理其他相关商业咨询服务、文化活动策划咨询、（涉及行政许可的凭许可证经营）
		智威汤逊中乔广告有限公司	1994 年 9 月 14 日	不适用（为智威汤逊中乔广告有限公司上海分公司）	上海市静安区南京西路 1038 号 2903 室	设计、制作、代理、发布国内外各类广告（涉及行政许可的，凭许可证经营）

上述客户包括广告直接客户、广告代理商客户、软件推广客户，公司对其的销售方式和销售的具体内容具体如下：

客户类别	客户名称	销售方式	销售的内容
广告直接客户	淘宝（中国）软件有限公司 浙江淘宝商城技术有限公司（现已更名为：浙江天猫技术有限公司） 浙江天猫技术有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 阿里巴巴（中国）有限公司 湖南快乐淘宝文化传播有限公司 浙江淘宝网络有限公司	公司直接或通过联合推广合作方向客户的广告投放部门进行推介，客户直接与公司签署协议并下单投放广告。	公司提供的广告信息发布服务，形式包括贴 TIPS、弹窗、文字链等。
	北京京东世纪信息技术有限公司 江苏京东信息技术有限公司 北京京东世纪贸易有限公司 上海圆迈贸易有限公司		
	百胜（中国）投资有限公司		
	上海三七玩网络科技有限公司 广州海岩网络科技有限公司		
	国美在线电子商务有限公司		
	纽海信息技术（上海）有限公司 纽海电子商务（上海）有限公司		
	北京百度网讯科技有限公司 百度在线网络技术（北京）有限公司 百度时代网络技术（北京）有限公司		
	凡客诚品（北京）科技有限公司		
	江苏苏宁易购电子商务有限公司 南京苏宁易购物流有限公司		
	北京阳光谷地科技发展有限公司		
	爱丽国际科技(北京)有限公司 互易国际广告(北京)有限公司		
广告代理商客户	北京双行线广告有限公司	广告代理商代理其广告主客户，或最终广告客户通过已有固定业务关系的广告代理商，与本公司协商广告投放计划，并签订协议，最终投放内容为广告代理商所代理的其最终广告主相关广告内容	公司提供的广告信息发布服务，形式包括贴片、TIPS、弹窗、文字链等
	新好耶数字技术（上海）有限公司 好耶网络科技（上海）有限公司 上海好耶广告有限公司		
	上海融视广告传媒有限公司		
	上海环胜广告有限公司		
	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司 阳狮广告有限公司		
	群邑（上海）广告有限公司 智威汤逊中乔广告有限公司		

客户类别	客户名称	销售方式	销售的内容
	广东凯络广告有限公司 安索帕（上海）广告传播有限公司 北京创世奇迹广告有限公司6 科思世通广告（北京）有限公司 北京伟视捷广告有限公司 上海欧安派广告传播有限公司 电众数码（北京）广告有限公司 上海安科吉通广告有限公司		
	上海聚胜万合广告有限公司 上海聚效广告有限公司		
	北京乐腾天下广告传媒有限公司		
软件推广客户	百度时代网络技术（北京）有限公司 百度在线网络技术（北京）有限公司 北京百度网讯科技有限公司	公司直接与软件推广客户进行销售推介，客户直接与公司签署协议	公司提供的软件推广服务，在用户安装暴风影音软件时向其推荐客户的软件产品
	微软（中国）有限公司		

报告期内，公司前十大客户中的广告代理商客户所代理投放的具体内容如下：

年度	序号	客户名称	投放广告类别	最终销售客户名单
2014年1-9月	1	北京双行线广告有限公司	网络游戏、网络服务	上海三七玩、广州贪玩网络、趣游时代、广州创思信息、北京畅游时代、上海游动网络、趣游科技、上海希谷实业、北京拓美无限广告、天津汇智广告、上海创文信息、上海麦腾广告、 北京冠游时空、上海恺英网络、北京联合思拓传媒、广州昊动网络、北京百度网讯、要玩游戏平台、杭州转山网络、上海森乐文化、成都魔方在线
	2	安索帕（上海）广告传播有限公司 北京伟视捷广告有限公司 上海欧安派广告传播有限公司 电众数码（北京）广告有限公司 上海安科吉通广告有限公司	汽车、家电、食品、药品、日化、体育用品	亿滋食品、一汽大众、上汽通用五菱汽车、东风日产、西安杨森、康师傅、安利、华硕、联想集团、飞利浦（中国）、海尔集团、统一、保乐力加、一汽丰田、阿迪达斯、东风本田、强生制药、无锡红豆网络、中国平安

[6]北京创世奇迹广告有限公司已于2013年被安吉斯媒体集团收购，自2013年起，其与安索帕（上海）广告传播有限公司、广东凯络广告有限公司等安吉斯媒体集团的下属企业合并统计

年度	序号	客户名称	投放广告类别	最终销售客户名单
		科思世通广告（北京）有限公司 广东凯络广告有限公司		
	3	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司	快速消费品、汽车、医疗保健、食品、护肤品	玛氏、宝洁、杜蕾斯、利洁时、薇婷
	4	新好耶数字技术（上海）有限公司 好耶网络科技（上海）有限公司 上海好耶广告有限公司	保险、电子商务、食品饮料、医药	mm 平台、乐百氏、东方风行、上海通用汽车、一汽丰田、欢乐谷、百事、美赞臣、海王集团、人保财险、招商银行
	5	上海聚效广告有限公司 上海聚胜万合广告有限公司	网络游戏、网络服务、电子商务	Mediav、柳汽、购物频道、JS 类型、飞飞商城、富可视手机、有缘网
2013 年度	1	上海融视广告传媒有限公司	食品、医疗保健、家电、汽车、数码产品	强生、麦当劳、Intel、惠普、科勒、上海大众
	2	上海环胜广告有限公司	食品	小肥羊餐饮
	3	安索帕（上海）广告传播有限公司 广东凯络广告有限公司 北京创世奇迹广告有限公司 科思世通广告（北京）有限公司 北京伟视捷广告有限公司	汽车、家电、食品、网络游戏、药品、眼镜、体育用品	阿迪达斯、康师傅、达克宁、欣和六月鲜、海尔、宝岛眼镜、卡夫、保乐力加、倩女幽魂
	4	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司 阳狮广告有限公司	快速消费品、汽车、医疗保健、食品、护肤品	宝洁、德芙、玛氏、杜蕾斯、薇婷、统一、利洁时、雷克萨斯、自然之宝、欧莱雅、美宝莲
2012 年度	1	北京创世奇迹广告有限公司	网络游戏、促销信息、护肤品	倩女幽魂、桃园、乐享卡、面子面膜
	2	上海聚胜万合广告有限公司	网上商城、保险、内衣、汽车	优购网、优众网、易迅网、人保财险、1 号店、爱慕内衣、聚美优品、骆驼鞋、走秀网
	3	北京乐腾天下广告传媒有限公司	网上商城	库巴网
	4	广东凯络广告有限公司 安索帕（上海）广告传播有限公司	食品、药品、家电、眼镜、酒、体育用品	库巴网、康师傅、西安杨森、味全、德克士、宝岛眼镜、阿迪达斯
2011 年度	1	上海聚胜万合广告有限公司	网站推广、网上商城	赶集网、苏宁电器、飞虎乐购、兰缪、优购网、1 号店、名鞋库、尊酷网
	2	群邑（上海）广告有限公司 智威汤逊中乔广告有限公司	汽车、服装	沃尔沃、耐克

公司定期制定并公布不同广告形式的刊例价格，并综合考虑供求关系、投放周期等因素与广告客户（包括广告直接客户和广告代理商客户）最终确定结算价格。公司与上述广告客户的交易价格公允。

对于软件推广客户，公司根据客户实际需求和同行业相关业务价格水平，与客户协商确定交易价格。公司与上述软件推广客户的交易价格公允。

上述客户与公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

（2）报告期内主要广告直接客户情况

报告期内，公司的主要广告直接客户（按同一控制下合并计算）如下：

单位：万元

2014 年 1-9 月				
序号	**客户名称**	**交易金额**	**占广告收入比例**	**占来自广告直接客户收入比例**
1	淘宝（中国）软件有限公司 浙江天猫技术有限公司 浙江淘宝网络有限公司	3,687.99	15.07%	33.55%
2	北京京东世纪贸易有限公司 上海圆迈贸易有限公司	1,695.88	6.93%	15.43%
3	纽海电子商务（上海）有限公司	1,365.09	5.58%	12.42%
4	北京百度网讯科技有限公司 百度时代网络技术（北京）有限公司 百度在线网络技术（北京）有限公司	844.86	3.45%	7.69%
5	江苏苏宁易购电子商务有限公司	743.40	3.04%	6.76%
	合计	8,337.22	34.07%	75.86%
2013 年度				
序号	**客户名称**	**交易金额**	**占广告收入比例**	**占来自广告直接客户收入比例**
1	淘宝（中国）软件有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 浙江天猫技术有限公司	4,407.55	14.22%	23.62%
2	北京京东世纪信息技术有限公司 上海圆迈贸易有限公司 江苏京东信息技术有限公司	2,448.09	7.90%	13.12%
3	百胜（中国）投资有限公司 上海环胜广告有限公司	1,930.65	6.23%	10.35%
4	上海三七玩网络科技有限公司	1,645.59	5.31%	8.82%

5	国美在线电子商务有限公司	1,239.20	4.00%	6.64%
	合计	11,671.08	37.65%	62.56%
2012 年				
序号	**客户名称**	**交易金额**	**占广告收入比例**	**占来自广告直接客户收入比例**
1	淘宝（中国）软件有限公司 浙江淘宝商城技术有限公司 浙江天猫技术有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	4,011.35	17.82%	29.00%
2	北京京东世纪信息技术有限公司 江苏京东信息技术有限公司 北京京东世纪贸易有限公司	3,264.00	14.50%	23.60%
3	凡客诚品（北京）科技有限公司	1,589.68	7.06%	11.49%
4	南京苏宁易购物流有限公司	1,111.82	4.94%	8.04%
5	上海三七玩网络科技有限公司 广州海岩网络科技有限公司	1,102.24	4.90%	7.97%
	合计	11,079.09	49.21%	80.09%
2011 年				
序号	**客户名称**	**交易金额**	**占广告收入比例**	**占来自广告直接客户收入比例**
1	淘宝（中国）软件有限公司 阿里巴巴（中国）有限公司 湖南快乐淘宝文化传播有限公司	2,737.23	19.43%	26.63%
2	凡客诚品（北京）科技有限公司	2,002.64	14.22%	19.48%
3	北京阳光谷地科技发展有限公司	807.50	5.73%	7.85%
4	北京京东世纪信息技术有限公司 北京京东世纪贸易有限公司	580.00	4.12%	5.64%
5	江苏苏宁易购电子商务有限公司 南京苏宁易购物流有限公司	522.50	3.71%	5.08%
	合计	6,649.87	47.21%	64.68%

（3）报告期内主要广告代理商客户情况

公司的广告代理商客户都是专业从事广告投放、已掌握广告主资源的广告公司。该等公司是为其广告主客户提供媒体广告策划、投放等服务的广告公司，并非由公司聘请来代理销售广告的代理商。通常公司在与广告代理商客户合作时，已确定合作的广告主，该等广告主通过广告代理商以订单形式进行广告投放。少数广告代理商（例如腾信互动、创世奇迹）曾向公司买断部分广告位置，由其自行向广告主进行销售。

报告期内，公司的主要广告代理商客户（按同一控制下合并计算）如下：

单位：万元

2014 年 1-9 月				
序号	**客户名称**	**交易金额**	**占广告收入比例**	**占来自广告代理客户收入比例**
1	北京双行线广告有限公司	3,474.96	14.20%	25.78%
2	安索帕（上海）广告传播有限公司 北京伟视捷广告有限公司 上海欧安派广告传播有限公司 电众数码（北京）广告有限公司 上海安科吉通广告有限公司 科思世通广告（北京）有限公司 广东凯络广告有限公司	1,735.78	7.09%	12.88%
3	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司	1,335.84	5.46%	9.91%
4	新好耶数字技术（上海）有限公司 好耶网络科技（上海）有限公司 上海好耶广告有限公司	795.96	3.25%	5.90%
5	上海聚效广告有限公司 上海聚胜万合广告有限公司	783.78	3.20%	5.81%
	合计	8,126.32	33.21%	60.28%
2013 年度				
序号	客户名称	交易金额	占广告收入比例	占来自广告代理客户收入比例
1	上海融视广告传媒有限公司	1,284.93	4.15%	10.41%
2	安索帕（上海）广告传播有限公司 广东凯络广告有限公司 北京创世奇迹广告有限公司 科思世通广告（北京）有限公司 北京伟视捷广告有限公司	1,146.30	3.70%	9.29%
3	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司 阳狮广告有限公司	1,076.45	3.47%	8.72%
4	群邑（上海）广告有限公司 凯帝珂广告（上海）有限公司	1,043.95	3.37%	8.46%
5	北京双行线广告有限公司	915.34	2.95%	7.42%
	合计	5,466.98	17.64%	44.30%
2012 年				
序号	客户名称	交易金额	占广告收入比例	占来自广告代理客户收入比例
1	北京创世奇迹广告有限公司	2,205.65	9.80%	25.41%
2	上海聚胜万合广告有限公司	787.92	3.50%	9.08%
3	北京乐腾天下广告传媒有限公司	770.45	3.42%	8.88%

4	广东凯络广告有限公司 安索帕（上海）广告传播有限公司	624.32	2.77%	7.19%
5	北京派瑞威行广告有限公司	513.21	2.28%	5.91%
	合计	4,901.55	21.77%	56.47%
2011 年				
序号	客户名称	交易金额	占广告收入比例	占来自广告代理客户收入比例
1	上海聚胜万合广告有限公司	1,066.80	7.57%	28.04%
2	群邑（上海）广告有限公司 智威汤逊中乔广告有限公司	453.00	3.22%	11.91%
3	北京创世奇迹广告有限公司	381.30	2.71%	10.02%
4	北京乐腾天下广告传媒有限公司	371.49	2.64%	9.76%
5	北京思恩客广告有限公司	277.20	1.97%	7.29%
	合计	2,549.80	18.10%	67.01%

报告期内公司不存在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。

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不占有权益、与上述客户不存在关联关系、股份代持或其他利益安排。

（四）公司的采购情况

1、报告期向主要供应商采购的情况

报告期内，公司采购的主要内容包括带宽租赁、内容采购（视频内容版权采购）及固定资产采购（包括服务器、交换机、电脑等）。公司经营的主要能源为电力，其成本在整体成本开支中占比较小，主要从国家电力供应部门进行购买，并按市场价格进行执行。

报告期内，公司前十大供应商（同一控制下合并计算）如下：

年份	供应商名称	交易内容	是否为新增	交易金额（万元）	占采购金额的比例
2014 年 1-9 月	华视网聚（常州)文化传媒有限公司	内容采购	是	808.16	10.25%
	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	内容采购	否	771.50	9.78%
	网宿科技股份有限公司	带宽租赁	否	663.56	8.42%

年份	供应商名称	交易内容	是否为新增	交易金额（万元）	占采购金额的比例
	深圳市迅雷网络技术有限公司	内容采购	否	529.70	6.72%
	上海红之盟网络科技有限公司	带宽租赁	否	483.10	6.13%
	西安佳韵社数字娱乐发行有限公司	内容采购	否	418.65	5.31%
	中国联合网络通信有限公司	带宽租赁	否	396.71	5.03%
	吉林高升科技有限公司	带宽租赁	否	385.63	4.89%
	飞狐信息技术(天津)有限公司	内容采购	否	268.60	3.41%
	北京瀚海星辉文化传媒有限公司	内容采购	否	256.80	3.26%
	合计			4,982.41	63.19%
2013年度	天津华创传媒科技有限公司	内容采购	是	1,759.01	15.74%
	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	内容采购	否	1,140.24	10.20%
	北京诺信佳通科技有限公司	固定资产采购	否	844.55	7.56%
	上海红之盟网络科技有限公司	带宽租赁	否	837.73	7.50%
	北京瀚海星辉文化传媒有限公司	内容采购	是	657.46	5.88%
	网宿科技股份有限公司	带宽租赁	否	590.83	5.29%
	中国联合网络通信有限公司	带宽租赁	否	480.87	4.30%
	深圳市迅雷网络技术有限公司	内容采购	否	479.54	4.29%
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	内容采购	否	400.00	3.58%
	北京京联天下网络科技有限公司	带宽租赁	否	356.34	3.19%
	合计			7,546.57	67.52%
2012年度	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	内容采购	否	1,210.64	16.39%
	上海红之盟网络科技有限公司	带宽租赁	否	669.52	9.06%
	传聚互动（北京）科技有限公司	内容采购	否	446.00	6.04%
	网宿科技股份有限公司	带宽租赁	否	487.67	6.60%
	深圳市迅雷网络技术有限公司	内容采购	否	380.00	5.14%
	北京亚康环宇科技有限公司	固定资产采购	否	325.14	4.40%
	浙江东阳天世文化传播有限公司	内容采购	否	274.70	3.72%
	北京世纪博英影视传媒有限公司	内容采购	是	270.00	3.66%
	中国联合网络通信有限公司	带宽租赁	否	240.03	3.25%
	北京京联天下网络科技有限公司	带宽租赁	否	203.84	2.76%
	合计			4,507.54	61.02%
2011	上海红之盟网络科技有限公司	带宽租赁	否	810.50	13.73%

年份	供应商名称	交易内容	是否为新增	交易金额（万元）	占采购金额的比例
年度	南京唛田娱乐有限公司	内容采购	是	482.39	8.17%
	网宿科技股份有限公司	带宽租赁	否	378.37	6.41%
	浙江东阳天世文化传播有限公司	内容采购	否	337.64	5.72%
	深圳市迅雷网络技术有限公司	内容采购	否	330.45	5.60%
	西安佳韵社数字娱乐发行有限公司	内容采购	否	322.41	5.46%
	北京中瑞恒信科技有限公司	固定资产采购	否	297.20	5.03%
	北京盛世骄阳文化传播有限公司	内容采购	否	255.54	4.33%
	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	内容采购及合作	是	249.11	4.22%
	北京亚康环宇科技有限公司	固定资产采购	是	205.07	3.47%
	合计			3,668.68	62.15%

上述供应商的具体情况如下[7]：

名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
华视网聚（常州)文化传媒有限公司	2013 年 12 月 30 日	1,250	江苏武进经济开发区祥云路 6 号	传媒技术的推广与服务；版权分销；文化艺术交流与策划；市场营销策划、企业形象策划；承办展览展示；会议服务；商务咨询
飞狐信息技术(天津)有限公司	2011 年 11 月 17 日	1000 万美元	天津市滨海新区天津经济技术开发区南港工业区综合服务区办公楼 C 座二层 210-01 室	互联网视频技术研发、互联网广告技术开发、广告技术服务与咨询；软件技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；销售自产软件产品；设计、制作、发布、代理国内外各类广告业务。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期限内经营，国家有专项专营规定的按规定办理）
吉林省云中漫步科技股份有限公司(现吉林高升科技有限公司）	2011 年 12 月 14 日	1000	长春市高新区硅谷大街 3355 号超达创业园 8[幢]209 号房	通信技术开发、技术转让、咨询及服务；计算机软件技术咨询服务；计算机及其辅助设备、通信设备销售；信息服务业务（移动网短消息信息服务、移动网铃音信息服务、移动网 WAP 信息服务、移动网语音信息服务）(增值电信业务经营许可证有效期至 2017 年 1 月 29 日)；呼叫中心业务吉林省（增值电信业务经营许可证有效期限至 2017 年 3 月 29 日)；信息服务业务（仅限因特网信息服务）吉林省（因特网信息服务项目包括:有偿商业信息)(增值电信业务经营许可证有效期限至 2017 年 3 月 29 日）
天津华创传媒科技有限公司	2012 年 6 月 29 日	1,000.00	天津生态城动漫中路 482 号创智大厦 204 室-087	传媒技术的推广与服务；版权分销；文化艺术交流和策划、市场营销策划、企业形象策划；承办展览展示；从事广告业务；会议服务；商务咨询；网站建设与维护等服务。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期限内经营，国家有专项专营规定的按规定办理。）

[7]信息来自全国企业信用信息公示系统

名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
北京诺信佳通科技有限公司	2012 年 1 月 4 日	100.00	北京市海淀区上地信息产业基地三街 1 号楼二层 A 段 269 房间	技术开发、技术服务、技术推广、技术咨询、技术转让；计算机系统服务；应用软件服务；基础软件服务；数据处理；销售计算机、软件及辅助设备、机械设备、通讯设备、五金、交电、电子产品；设计、制作、代理、发布广告。（未取得行政许可的项目除外）
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	2006 年 5 月 26 日	1,000.00	长沙市开福区浏阳河金鹰大厦附楼 1208 室	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定电话信息服务，有效期至 2018 年 12 月 26 日）；互联网杂志、互联网音像出版物、互联网游戏出版物、手机出版物经营（有效期至 2019 年 12 月 3 日）；文化产品的销售与相关服务；数据库及计算机网络服务；计算机网络系统工程软件开发、销售；文化、体育、艺术交流活动的策划、经营；广告制作、发布；商务代理、策划、咨询
北京瀚海星辉文化传媒有限公司	2012 年 12 月 21 日	50.00	北京市怀柔区迎宾中路 36 号 2 层 2668 室	组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；版权代理；技术推广、技术开发、技术服务；电脑动画设计；市场调查；设计、代理、发布广告；计算机系统服务；销售电子产品、计算机及辅助设备、软件。
乐视网信息技术（北京）股份有限公司	2004 年 11 月 10 日	79846.6298	北京市海淀区学院南路 68 号 19 号楼六层 6184 号房间	互联网信息服务（含发布网络广告）；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）；制作、发行动画片、专题、电视综艺，不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目（广播电视节目及电视剧制作许可证有效期至 2014 年 09 月 26 日）。计算机软、硬件的开发；销售计算机软、硬件及辅助设备；计算机系统服务。
乐视新媒体文化（天津）有限公司	2013 年 9 月 12 日	30,000	天津中新生态城中成大道生态建设公寓 9 号楼 2 层 206 房间	数字杂志、数字报纸、数字广播设计开发；移动电视、数字电视、数字电影、触摸媒体技术开发；信息技术服务；从事广告业务；硬盘播放器、电子产品、机电设备（小轿车除外）的技术开发和销售；货物及技术进出口服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
上海红之盟网络科技有限公司	2007 年 8 月 23 日	100.00	上海市张江高科技园区郭守敬路 498 号 8 幢 19505-19507 室	网络技术领域及计算机软硬件的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，网络工程安装（专项审批除外）；计算机软硬件（除计算机信息系统安全专用产品）及外围设备、办公设备、文教用品的销售；第二类增值电信业务中的因特网接入服务业务（凭许可证经营）。
传聚互动（北京）科技有限公司	2007 年 2 月 1 日	3,300 万美元	北京市海淀区上地十街 1 号院 5 号楼 10 层 1015	计算机软件、移动通讯软件产品的开发、制作；销售自产产品；系统集成设计、调试、维修；计算机网络技术及软件开发；提供技术咨询、技术服务；版权代理
网宿科技股份有限公司	2000 年 1 月 26 日	31,367.9188	上海市嘉定环城路 200 号	计算机软硬件的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，信息采集，信息发布，信息系统集成，经济信息服务，第一类增值电信业务中的因特网数据中心业务、第二类增值电信业务中的因特网接入服务业务，计算机软硬件及配件、办公设备的销售，从事货物及技术的进出口业务。
深圳市迅雷网络技术有限公司	2003 年 1 月 29 日	3,000.00	深圳市南山区科技中二路深圳软件园 11 号楼 7、8 层	软件开发、技术咨询及其相关的技术服务、硬件及芯片设计开发及销售（以上均不含限制项目）。从事广告业务；基于互联网的增值服务和互联网信息服务业务，包括互联网广告销售、数字内容发行等（国家有专项规定的除外）。
北京亚康环宇科技有限公司	2005 年 3 月 17 日	2,000.00	北京市海淀区丹棱街 18 号 808	技术开发、技术咨询、技术服务；计算机系统集成。（未取得行政许可的项目除外）
浙江东阳天世文化传播有限公司	2010 年 2 月 25 日	1,000.00	浙江横店影视产业实验区 C3-015-A	制作、复制、发行：专题、专栏、综艺、动画片、广播剧、电视剧；影视文化信息咨询；企业形象策划；会展会务服务；制作、代理、发布：户内外各类广告及影视广告。
北京世纪博英影视传媒有限公司	2004 年 3 月 11 日	1,000.00	北京市朝阳区北辰东路 8 号 8 号楼 4 层 403 室	制作、发行动画片、电视综艺、专题片；不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目。影视策划；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议服务；承办展览展示活动；电脑动画设计；摄影扩印服务；设计、制作（仅限使用计算机进行制作）、代理、发布广告；企业管理咨询；市场调查；计算机方面的技术培训；影视器材租赁；版权贸易。

名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	主要从事业务
中国联合网络通信有限公司	2000 年 4 月 21 日	13,809,167.78	北京市西城区金融大街 21 号	主营与网络通信的相关业务
北京京联天下网络科技有限公司	2011 年 8 月 1 日	100.00	北京市朝阳区东三环中路 12 号 4 层 408 室	技术推广服务；计算机系统服务；电脑动画设计；销售通讯器材、电子产品、机械设备、文具用品、计算机、软件及辅助设备
南京唛田娱乐有限公司	2011 年 2 月 25 日	50.00	南京市下关区建宁路 300 号三层	KTV；预包装食品、散装食品批发与零售；会务服务；企业管理服务；企业营销策划。
西安佳韵社数字娱乐发行有限公司	2010 年 5 月 6 日	433.33	西安曲江新区雁塔南路 318 号曲江文化产业孵化中心 A 座 10908 号	许可经营项目：广播影视剧（片）策划、制作、发行。一般经营项目：电视栏目投资、各类文化艺术活动的组织、策划，影视道具、人文景观制作，广告的设计、制作、代理、发布。（以上经营范围除国家规定的专控及前置许可项目）
北京中瑞恒信科技有限公司	2010 年 6 月 29 日	10.00	北京市海淀区中关村大街 18 号 16 层 1806	技术服务。（未取得行政许可的项目除外）
北京盛世骄阳文化传播有限公司	2009 年 7 月 31 日	686.66	北京市东城区东直门后永康胡同 17 号 1-853A 室	组织文化艺术交流；承办展览展示；版权代理；动漫设计；计算机技术推广服务；市场调查；设计、制作、代理、发布广告。

公司与上述供应商的交易价格是在综合考虑了市场价格、供求关系、双方合作情况等因素的基础上，经双方协商确定，交易价格公允。

报告期内，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。上述供应商与公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其它核心人员、持有本公司 5%以上股份的股东之间不存在关联关系、股份代持或其他利益安排。

2、版权采购情况

（1）报告期内影视剧信息网络传播权情况

公司重视网络视频内容播放的合法合规性，设置了完整的版权采购流程与制度，综合影视剧热播程度、市场供求关系等多种因素后与版权权利人协商确定最终采购价格。随网络视频服务能力的提升，公司版权采购费用逐年增加。报告期内，按影视剧进行分类的版权采购情况如下：

类别	项目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年 1-9 月
电影	数量（部）	1,497	1,915	822	1,532
	金额（万元）	753.56	577.96	953.89	900.34
	平均单价（元）	5,033.80	3,018.08	11,604.54	52,499
电视剧	数量（集）	41,254	37,649	26,106	2,465.16
	金额（万元）	2,195.00	1,973.28	2,612.74	61
	平均单价（元）	532.07	524.12	1,000.82	31.55
综艺节目	数量（个）	-	-	102	1,532
	金额（万元）	-	-	751.46	900.34
	平均单价（元）	-	-	73,672.51	52,499.00

注：金额不含支付给供应商的新片奖励费用和支付给合作方的合作费用

报告期内，本公司未投入巨资购买影视剧版权，且本公司以不追高价影视剧为报告期内主要版权采购策略，版权采购单价也相对较低。报告期内，依靠差异化竞争路线，本公司实现单位用户有效使用时长所需的版权数量和资金投入相对较低。

本公司主营产品——播放器软件具有播放工具属性，用户用播放器软件观看

自备内容的需求将持续存在，本公司主要以技术、产品功能满足用户此方面需求而不需要投入版权资源；同时，本公司产品具有在线视频内容的发布、浏览、聚合、点播功能，作为在线内容入口。本公司产品在清晰度、流畅性等方面的功能能够满足用户的需求，并凭借用户覆盖广且黏性大的特点，通过与其他视频服务商合作，本公司产品可成为流量的“导入口”，实现版权内容的共享，同时为合作方视频网站增加流量，实现共赢的创新模式。

因此，本公司在版权采购方面的压力相对较小，可通过灵活的版权采购策略，通过少买或不买独家、少买或不买首轮播出权等方式，在保有版权数量和内容质量的同时大幅降低版权采购支出。

（2）报告期内影视节目信息网络传播权许可价格确定方式以及依据

1）影响版权采购价格的主要因素

a.内容的“新鲜度”，即该版权内容距离院线放映及卫视首播的时间；

b.版权内容在互联网上被关注的程度，根据在主要搜索引擎上的被搜索指数等判断；

c.版权内容首播时，制片方及播放平台的宣传力度；

d.版权内容之导演、主演等的知名度；

e.是否为“独家”版权；

“独家”版权即信息网络传播权的独占许可，是指版权内容制作方仅将版权销售给某单一客户，则在授权期限内，许可方不得将该版权再授予除被许可方之外的第三人；被许可方，即取得独家版权的公司，在被授权期限内拥有对该版权内容的分销资格，即有权将获得的版权转授权给第三人。通常采购“独家”版权需要一次性支付较大费用。“非独家”版权即信息网络传播权的非独占许可，即被许可方合法享有相关版权，但不拥有其转授权。

一般而言，针对同样的影视剧内容，“独家”版权的价格远高于“非独家”版权。

f.授权使用期；等。

2）发行人电影版权采购的定价依据

报告期内，发行人将影片按照下表大致分类，参考各类影片版权的市场价格，通过与版权供应商协商最终确定。

电影分类	分类标准	市场价格比较
院线片	最近一年在国内院线公映过的影片	
	① 最近一年在国内院线公映并仍在网络上热播	最高
	② 最近一年在国内院线公映过	高
非院线片	最近一年内新拍摄、但未在国内院线公映过的影片	较高
片库片	多为早年拍摄的影片	
	① 曾经具有一定影响力的影片	较低
	② 拍摄时间较为久远或影响力较小的影片	低

3）发行人电视剧版权采购的定价依据

影响电视剧版权采购价格的主要因素包括：是否在全国性或主流卫星电视频道播出、是否在卫星电视频道的黄金时段播出等。

报告期内，发行人将电视剧按照下表大致分类，参考各类电视剧版权的市场价格，通过与版权供应商协商最终确定。

电视剧分类	分类标准	市场价格比较
首轮/同步	指与卫星电视频道同时播出，每天 1-2 集同步播放	最高
二轮	指卫星电视频道所有集数播放完毕后 1-6 个月内	较高
三轮及以后	指卫星电视频道所有集数播放完毕后 6 个月以后	较低

4）公司主要版权采购策略

a.定期跟踪影视作品的受关注情况

公司通过定期跟踪“百度热播榜”、“暴风搜索排行”等排行及搜索统计，对排名及搜索度较高、维持较久的影视作品进行分别分析及判断，同时结合公司产品受众人群分析，提高采购效率。

b.以“非独家”、“非首轮竞价”为采购策略

报告期内，发行人采购的版权均属于“非独家”版权，同时发行人也不参与首轮采购竞价，在保持在线内容完整的基础上有效降低版权采购支出：

①发行人以视频软件客户端为用户提供视频服务，具有工具属性强、用户

黏性大的特点；用户除通过发行人客户端观看在线视频外，也利用其播放本地视频。因此，发行人业务对在线影视剧内容的依赖性相对较小，在追踪热门影视剧方面有较大灵活性，可通过建立覆盖面较完整的在线片库、并通过技术手段提升用户观看体验的方式留住并吸引用户。因此，报告期内，发行人版权采购策略以保证用户“有的看、看得好”为出发点制定，未购买独家版权及首轮播放版权；

②购买二轮及以后播放的影视剧，公司可以根据首轮实际播出后的市场反响情况，更针对性地作出采购决策；

③对于电视剧而言，首轮播出速度较慢，一般难以实现所有集连续播放；而二轮及以后播放时，用户可以根据自己的习惯及偏好掌握观看进度。因此选择在互联网上观看二轮播放的用户也有较高的比例；

④部分用户因为各种原因无法跟随院线及电视台同步观看电影及电视剧，该部分用户也是网络视频的主要用户群体，本公司购买影视剧版权的策略能够满足该部分用户的观看需求。

c.根据市场发展需要，及时优化调整版权采购策略

本公司也将根据版权市场和用户观看需求的发展变化情况，及时优化调整版权采购策略，以实现为用户提供高质量的视频观看体验。

（3）平台合作等其他版权采购形式

除上述直接采购版权外，公司与影视剧内容相关的支出还包括：

项目		2014年1-9月	2013年	2012年	2011年
平台合作	电影数量（部）	-	206	256	499
	电视剧数量（集）	-	3,027	4,250	13,650
	金额（万元）	-	1,076.59	1,184.62	49.11

其中平台合作模式下，本公司与其他视频网站进行合作，合作方负责播放内容并可通过本公司播放器展现给用户，该模式下，公司根据所有合作视频的点击量（千次展现），向相应的合作方支付视频展现费用，与合作的影视剧数量本身无直接对应关系，相应的费用单价及计算公式按照市场价格进行确定。

报告期内，公司电影、电视剧的版权质量稳步提升，良好的提升了公司提供的网络视频服务质量。募集资金到位后，公司将在各项新功能研发的基础上，新购置一定数量的电影、电视剧及综艺节目内容以增强用户粘度。由于公司产品的工具属性可以为用户粘度的形成提供协同效应，在用户粘度逐步形成以后，版权采购的数量可适度下降。

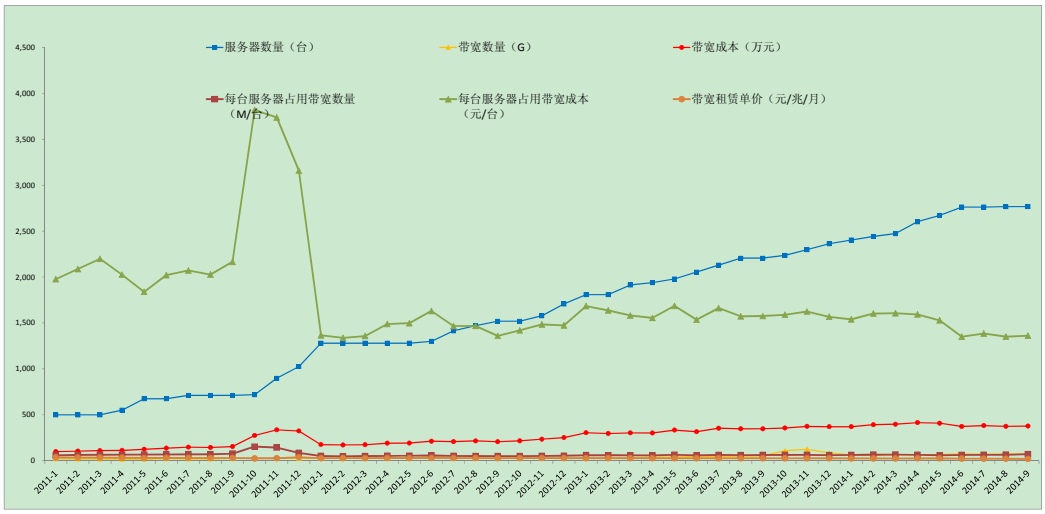
3、带宽采购情况

报告期内，随着用户规模的不断扩大，公司开始优化各地服务器的布局、增加服务器的使用数量，并开始 CDN 服务器的自建工作，以向用户提供更加流畅的视频观看体验。综合上述各项因素，报告期内，公司服务器数量、带宽成本、带宽数量增幅均较大，而带宽租赁的月均单价则保持下降趋势，具体情况如下表所示：

项目	2014 年 1-9 月	2013 年	2012 年	2011 年
月均服务器数量（台）	2,628.00	2,078.42	1,409.17	681.08
带宽成本（万元）[注]	3,496.80	4,000.63	2,423.03	2,063.97
带宽数量（G）	1,473.63	1,475.78	849.41	679.50
月均带宽租赁单价（元/兆/月）	23.26	26.56	28.11	30.55

注：本表格的带宽成本含开发支出中的带宽租赁支出

报告期内，公司各月份的服务器数量、带宽耗用和带宽租赁成本的情况如下图所示：



报告期内，公司租赁带宽的单位价格保持基本稳定，服务器数量、带宽耗用、带宽租赁成本的变动情况如下：

（1）2011 年 1 月至 2011 年 9 月期间，单台服务器占用带宽数量、单台服务器所占带宽成本保持稳定，但在 2011 年 10 月-12 月期间，出现了较明显的波动，主要原因为：公司于 2011 年 4 季度推出了“暴风 5”版本并新增了“左眼”等功能，众多暴风影音用户集中于 2011 年 4 季度下载并升级客户端，且由于在线视频用户数及在线观看量的不断增长，公司 2011 年 10 月-12 月期间服务器数量、单台服务器所占带宽用量和单台服务器所占带宽成本均大幅增长。

（2）2011 年四季度以来，公司服务器数量快速增加，主要原因为：为了向用户提供更流畅的视频观看体验，公司开始优化各地服务器的布局，所需服务器数量增加；随着用户规模的不断扩大，公司 P2P 技术所需的运算量呈几何级数增长，所需服务器数量增加；公司开始自建 CDN 服务器。因此，公司自 2011 年末以来至今，服务器数量保持较快增加。

（3）2012 年，随着公司各地服务器的布局逐渐优化、服务器数量增加，单台服务器占用带宽数量、单台服务器所占带宽成本较 2011 年水平出现了明显下降。

（4）2013 年以来，随着公司用户数量的持续增长、“暴风无线”和“暴风看电影”产品的逐步发展，公司继续继续加大服务器的投入，因此服务器数量持续增长,但单台服务器占用带宽数量仍然较为稳定，单台服务器所占带宽成本随着带宽租赁单价的下降呈现逐步下降趋势。

4、视频内容供应商前五名情况

我国影视剧版权分销商较为分散，近年来，随可供互联网传播的影视剧内容资源不断丰富，不同版权分销商提供的影视剧内容不尽相同。报告期内，公司针对视频用户需求变化，主要向分销商采购非独家版权的影视剧内容，并与乐视网等进行视频内容平台合作，由于影视剧内容存在差异，导致视频内容供应商情况发生一定变化。报告期内，公司前五大视频内容供应商情况如下：

年度	前五大视频内容供应商	采购金额	占视频内容采购总额比重
2014年1-9月	华视网聚（常州)文化传媒有限公司	808.16	22.44%
	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	771.50	21.43%
	深圳市迅雷网络技术有限公司	529.70	14.71%
	西安佳韵社数字娱乐发行有限公司	418.65	11.63%
	飞狐信息技术(天津)有限公司	268.60	7.46%
	合计	2,796.61	77.67%
2013年度	天津华创传媒科技有限公司	1,759.01	31.11%
	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	1,140.24	20.17%
	北京瀚海星辉文化传媒有限公司	657.46	11.63%
	深圳市迅雷网络技术有限公司	479.54	8.48%
	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	400.00	7.07%
	合计	4,436.25	78.46%
2012年度	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	1,210.64	31.74%
	传聚互动（北京）科技有限公司	446.00	11.69%
	深圳市迅雷网络技术有限公司	380.00	9.96%
	浙江东阳天世文化传播有限公司	274.70	7.20%
	北京世纪博英影视传媒有限公司	270.00	7.08%
	合计	2,581.34	67.68%
2011年度	南京唛田娱乐有限公司	482.39	16.09%
	浙江东阳天世文化传播有限公司	337.64	11.26%
	深圳市迅雷网络技术有限公司	330.45	11.02%
	西安佳韵社数字娱乐发行有限公司	322.41	10.76%
	北京盛世骄阳文化传播有限公司	255.54	8.52%
	合计	1,728.43	57.66%

发行人与上述主要授权许可方之间不存在关联关系或其他利益安排。

5、带宽供应商前五名情况

报告期内，公司向前五大带宽供应商（同一控制下合并计算）的采购情况如下：

年度	前五大带宽供应商	采购金额（万元）	占带宽租赁成本的比例
2014年1-9月	网宿科技股份有限公司	663.56	18.98%
	上海红之盟网络科技有限公司	483.10	13.82%

年度	前五大带宽供应商	采购金额（万元）	占带宽租赁成本的比例
	中国联合网络通信有限公司	396.71	11.35%
	吉林高升科技有限公司	385.63	11.03%
	四川省商众联信息产业有限公司	248.38	7.10%
	合计	2,177.38	62.27%
2013 年度	上海红之盟网络科技有限公司	837.73	20.94%
	网宿科技股份有限公司	590.83	14.77%
	中国联合网络通信有限公司	480.87	12.02%
	北京京联天下网络科技有限公司	356.34	8.91%
	中国电信股份有限公司	291.57	7.29%
	合计	2,557.33	63.92%
2012 年度	上海红之盟网络科技有限公司	669.52	27.63%
	网宿科技股份有限公司	487.67	20.13%
	中国联合网络通信有限公司	240.03	9.91%
	北京京联天下网络科技有限公司	203.84	8.41%
	吉林省云中漫步科技股份有限公司	179.05	7.39%
	合计	1,780.11	73.47%
2011 年度	上海红之盟网络科技有限公司	810.50	39.27%
	网宿科技股份有限公司	378.37	18.33%
	石家庄网鼎兴科技有限公司	183.00	8.87%
	北京快网科技有限公司	123.14	5.97%
	吉林省高升科技有限公司	122.98	5.96%
	合计	1,617.99	78.39%

注：本表格的带宽租赁成本含开发支出中的带宽租赁支出

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 2014 年 9 月 30 日，公司固定资产账面原值为 4,631.32 万元，累计折旧 2,002.33 万元，账面净值 2,628.99 万元，综合成新率为 56.77%。发行人固定资产及其累计折旧明细项目和增减变动情况如下：

单位：万元

项目	2013 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2014 年 9 月 30 日
固定资产原价合计	4,045.65	600.71	15.05	4,631.32
办公及其他设备	4,045.65	600.71	15.05	4,631.32
累计折旧合计	1,434.26	580.11	12.04	2,002.33
办公及其他设备	1,434.26	580.11	12.04	2,002.33
固定资产净值合计	2,611.39	-	-	2,628.99
办公及其他设备	2,611.39	-	-	2,628.99
固定资产减值准备累计金额合计	-	-	-	-
办公及其他设备	-	-	-	-
固定资产账面价值合计	2,611.39	-	-	2,628.99
办公及其他设备	2,611.39	-	-	2,628.99

2、租赁房产情况

（1）公司及其子公司目前经营使用的房屋建筑物的情况如下：

1）根据暴风网际与北京市蓟门首享物业管理有限公司（“首享物业”）签署的《房屋租赁合同》，首享物业将位于北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦（“首享大厦”）第十三层（建筑面积 2,016.5 平方米）、十层、十三层西侧机房（共计 59.4 平方米）、B1 西侧房屋一间出租给公司用于办公，租赁期限为 2011 年 10 月 1 日至 2013 年 9 月 30 日，合同总金额为 683.26 万元。根据暴风科技与首享物业于 2013 年 7 月 12 日签署的《房屋租赁合同》，双方就该等租赁物业续租两年，即自 2013 年 10 月 1 日至 2015 年 9 月 30 日，每年租金共计 496.85 万元。

暴风科技与首享物业于 2014 年 11 月 20 日签订了《地下车位租赁协议》，首享物业将北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦地下车库中的 5 个车位出租给发行人，租赁期限为 2014 年 11 月 24 日至 2015 年 2 月 23 日，租金总额为 9,000 元。

根据暴风科技与首享物业于 2014 年 4 月 18 日签署的《房屋租赁合同》，首享物业将北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦第六层整层（建筑面积：2016.5 平方米）出租给发行人，租赁期限为 2014 年 6 月 1 日至 2017 年 5 月 31 日，月租金为 404,812.38 元。

2）根据暴风科技与广东天河城（集团）股份有限公司签署的《广州市房屋租赁合同》，广东天河城（集团）股份有限公司将其合法拥有的广州市天河路208号粤海天河城大厦（天河城东塔楼）第11层07单元（建筑面积294.47平方米）出租给暴风科技作办公用途，租赁期限为2014年1月28日至2016年1月27日，合同总金额为1,172,831.94元。就该租赁房产，出租方持有“粤房地权证穗字第0950004163号”《房地产权证》。

3）根据暴风科技与上海港汇房地产开发有限公司（“上海港汇”）签署的《上海市房屋租赁合同》，上海港汇将其合法拥有的上海市徐汇区虹桥路1号港汇中心一座2809、2810室（建筑面积277.2平方米）出租给暴风科技作办公用途，租赁期为2012年2月15日至2014年2月14日，合同总金额为182.14万元。2013年12月16日，暴风科技与上海港汇就上述租赁房产签署了《续租协议书》，租赁期为2014年2月15日至2015年12月31日，租金为每月7.589万元。

根据暴风科技与上海港汇签署的《上海市房屋租赁合同》及其《补充条款》，上海港汇将其合法拥有的上海市徐汇区虹桥路1号港汇中心一座2808室（租赁面积174.22平方米）出租给暴风科技作办公用途，租赁期为2013年6月15日至2014年2月14日，租金为每月4.77万元。2013年12月16日，暴风科技与上海港汇就上述租赁房产签署了《续租协议书》，租赁期为2014年2月15日至2015年12月31日，租金为每月4.77万元。

就上述租赁房产，出租方上海港汇持有“沪房地徐字(2005)第023944号”《房地产权证》。

4）根据暴风科技与北京链家房地产经纪有限公司（“北京链家”）签署的《北京市房屋租赁合同》，俞稳将位于北京市昌平区东小口镇天通苑小区206号楼5至6层2单元2（建筑面积共计210.03平方米）租赁给暴风科技用于居住，租赁期限为2013年2月1日至2014年1月31日，租金共计134,280元。2014年1月1日，暴风科技与北京链家签署了《北京市房屋租赁合同》，续租了上述房产，租赁期限为2014年2月1日至2015年1月31日，租金共计134,280元。就该租赁房产，出租方俞稳持有“X京房权证昌字第533959号”《房地产权证》，北京链家与俞稳签订了《北京市房屋出租委托代理合同》。

5）根据暴风科技与北京崇新现代通信设备厂（“北京崇新”）签署的《无偿使用协议》，北京崇新将其合法拥有的位于北京市石景山区八大处高科技园区西井路 3 号 3 号楼 1267 房间（建筑面积 200 平方米）无偿提供给暴风科技作为办公用房，使用期为 2013 年 3 月 5 日至 2015 年 3 月 4 日。就该租赁房产，出租方北京崇新持有“京房权证石股字第 00064 号”《房地产权证》。

6）根据暴风科技与北京市海淀兴华农工商公司于 2014 年 2 月 17 日签订的《房屋租赁合同》（BS-2014-020），北京市海淀兴华农工商公司将位于北京市海淀区宝盛里 2 号楼 3 单元 502 号（建筑面积 120 平方米）的房屋出租给暴风科技用于居住。租赁期限为 2014 年 2 月 17 日至 2015 年 2 月 16 日，租金总额为 57,600 元。

7)根据暴风科技与北京市海淀兴华农工商公司于 2014 年 4 月 4 日签订的《房屋租赁合同》（BS-2014-037），北京市海淀兴华农工商公司将位于北京市海淀区宝盛里小区 10 号楼 1 单元 501 号（建筑面积 90 平方米）的房屋出租给暴风科技用于居住。租赁期限为 2014 年 4 月 4 日至 2015 年 4 月 3 日，租金总额为 54,000 元。

8）根据暴风科技、天津鑫影科技有限公司与天津自行车王国产业园区有限公司于 2013 签署的《合作协议书》及天津自行车王国产业园区有限公司于 2014 年 8 月 22 日出具的《住所租赁使用证明》、天津市自行车王国产业园区管理委员会于 2013 年 7 月 23 日出具的《房屋产权证明》，天津自行车王国产业园区有限公司向天津鑫影科技有限公司免费提供公司注册地址，将其所有的位于武清区自行车王国产业园区祥园道 160 号 103-58（集中办公区）的房屋（面积 120 平方米）租赁给天津鑫影科技有限公司使用，租期为 2014 年 8 月 22 日至 2017 年 8 月 21 日。出租方天津自行车王国产业园区有限公司尚未能提供有关该等租赁物业的产权文件。

发行人主营业务“互联网综合视频服务”和“视频软件开发”符合中关村国家自主创新示范区石景山园区的特色和定位，石景山园区是“北京数字娱乐产业基地”、“北京文化创意产业聚集区”，为此发行人于 2007 年迁入中关村石景山园区，有利于借助产业园区的产业聚集效应促进企业发展。基于发行人不断取得技术创新成果、经营业务保持较高增长的发展情况，发行人成为石景山园区数字娱乐与

文化创意特色中“数字新媒体”的典型代表企业。中关村石景山园区管委会出于支持、肯定、鼓励发行人发展的诉求，将园区企业办公基地——崇新设备厂的办公用房无偿提供发行人使用，由发行人与崇新设备厂签订了相关合同。上述场地不是发行人运营机房所在地，不会涉及机房搬迁，即便需要租赁其他场地，也不会涉及巨额成本，不会对发行人的生产经营造成重大影响。北京崇新现代通信设备厂与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系、股份代持或其他利益安排。

（9）根据黄森堂与北京迅鲨签订的《授权委托书》，北京迅鲨授权黄森堂代表公司签署相关租赁协议；根据黄森堂与北京市海淀区欣华农工商公司签订的《泰翔商务楼租赁合同》，黄森堂租赁北京市海淀区龙翔路甲 1 号泰翔商务楼三层 302、305、306 室用于办公，租赁标的物建筑面积 667 平方米，租赁期限自 2014 年 6 月 10 日至 2016 年 6 月 9 日，年租金为 1022511 元。根据发行人提供的出租方北京市海淀区欣华农工商公司盖章确认且北京市海淀区东升镇人民政府证明的《住所证明》，出租方北京市海淀区欣华农工商公司同意将上述地址房屋提供给北京迅鲨科技有限公司使用。

（10）根据暴风科技与南京软件谷垠坤资产经营管理有限公司于 2014 年 11 月 17 日签署的《房屋租赁合同》（NJDSJ-2014-072），南京软件谷垠坤资产经营管理有限公司将位于雨花台区软件大道 180 号 02#-509 的房屋（面积 137.8 平方米）租赁给暴风科技用于办公，租期为 2014 年 11 月 17 日至 2015 年 11 月 23 日，年租金为 105,624 元。出租方南京软件谷垠坤资产经营管理有限公司尚未能提供有关该等租赁物业的产权文件。

（11）根据暴风秘境与天津万顺滨海房地产开发有限公司于 2014 年 9 月 16 日签署的《房屋租赁合同》，天津万顺滨海房地产开发有限公司将位于天津空港经济区西四道 168 号融和广场 5-1-704 的房屋（面积 92.97 平方米）租赁给暴风秘境使用，租期为 2014 年 9 月 16 日至 2015 年 9 月 15 日，日租金为 2 元/平方米。就该租赁房产，出租方天津万顺滨海房地产开发有限公司持有“房地证津字第 115021300486”号房屋产权证。

截至本招股说明书签署之日，公司正在使用的物业中，地址为北京市海淀区学院路 51 号的首享科技大厦第十三层、十层、六层、十三层西侧机房、B1 西侧

房屋、5 个车位以及北京市海淀区宝盛里 2 号楼 3 单元 502 室、北京市海淀区宝盛里 10 号楼 1 单元 501 室、位于天津市武清区自行车王国产业园区祥园道 160 号 103-58（集中办公区）、位于北京市海淀区龙翔路甲 1 号泰翔商务楼三层 302、305、306 室、位于雨花台区软件大道 180 号 02#-509 的物业，出租方尚未提供产权证。

发行人律师认为：发行人承租的上述首享大厦物业、海淀区宝盛里物业的出租人权属存在法律瑕疵，并且该等出租人权利瑕疵可能影响租赁合同的效力。鉴于该等租赁物业是用作发行人的办公场所，发行人可以租赁其他办公场所并且不会因该等租赁变更而承担重大成本增加，因此前述情况不会对发行人的生产经营活动构成重大不利影响。

前述十一处房屋租赁未能提供已办理租赁备案登记手续的凭证，发行人律师认为：根据《城市房地产管理法》及住房和城乡建设部《商品房屋租赁管理办法》，我国的房屋租赁实行登记备案制度。房屋租赁当事人应在租赁合同签订后到房屋所在地县级以上政府建设或房地产管理部门办理房屋租赁登记备案手续；违反前述规定未办理房屋租赁登记备案的，由建设或房地产管理部门责令限期改正；个人逾期不改正的，处以 1000 元以下罚款；单位逾期不改正的，处以 1000 元以上 10000 元以下罚款。根据《合同法》相关规定，房屋租赁合同并不以登记备案为生效要件，未办理房屋租赁登记备案手续不会影响房屋租赁合同的法律效力，发行人可以依据租赁合同使用相应房屋。

综上，发行人律师认为：发行人个别租赁房屋的出租人未能提供权属证明，以及发行人租赁房屋均未提供房屋租赁登记备案凭证，均对发行人的本次发行上市不构成实质性影响。根据公司实际控制人出具的承诺，若上述租赁房产在租赁有效期内因出租人未办理房产证或者未办理租赁备案登记导致公司受到任何罚款或者需要变更办公场所，将承担公司由此产生的所有经济损失。

（二）无形资产

1、影视剧信息网络传播权

报告期内，发行人合计采购了 5,766 部电影、157,508 集电视剧及 163 个综艺节目的信息网络传播权。

报告期内，发行人各期版权采购内容构成如下表所示：

类别	项目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年 1-9 月
电影	数量（部）	1,497	1,915	822	1,532
	金额（万元）	753.56	577.96	953.89	900.34
电视剧	数量（集）	41,254	37,649	26,106	52,499
	金额（万元）	2,195.00	1,973.28	2,612.74	2,465.16
综艺节目	数量（个）	-	-	102	61
	金额（万元）	-	-	751.46	31.55

注：金额不含支付给供应商的新片奖励费用和支付给合作方的合作费用

报告期内，发行人采用直线法对信息网络传播权根据合同授权期按月进行摊销。报告期内，各期版权采购、版权摊销及各期末版权构成情况如下：

（1）2014 年 1-9 月

单位：万元

类别	授权期（月）	当期采购金额	当期摊销成本	期末版权金额
电影	1-12	0.05	2.82	0.25
	13-24	35.24	39.22	35.08
	25-36	772.75	384.21	1,167.20
	>36	92.30	60.01	241.04
电视剧	1-12	73.26	61.77	27.08
	13-24	987.00	725.49	908.61
	25-36	1,111.49	611.07	1,696.15
	>36	293.42	187.43	746.67
综艺节目	1-12	28.30	79.40	10.22
	13-24	-	-	-
	25-36	-	11.69	30.74
	>36	3.25	0.54	2.70
合计		**3,397.06**	**2,163.64**	**4,865.73**

（2）2013 年度

单位：万元

类别	授权期（月）	当期采购金额	当期摊销成本	期末版权金额
电影	1-12	4.00	5.33	3.02
	13-24	13.04	258.97	39.06
	25-36	707.14	358.95	778.66
	>36	229.72	36.92	208.75
电视剧	1-12	136.76	251.99	15.58
	13-24	770.45	1,030.80	647.10
	25-36	1,272.94	752.98	1,195.73
	>36	432.59	139.48	640.68
综艺节目	1-12	704.72	643.40	61.32
	13-24	-	-	-
	25-36	46.74	4.32	42.43
	>36	-	-	-
合计		4,318.09	3,483.12	3,632.32

（3）2012 年度

单位：万元

类别	授权期（月）	当年采购金额	年度摊销成本	年末版权金额
电影	1-12	33.64	102.43	4.36
	13-24	111.65	299.62	284.98
	25-36	431.72	90.57	430.47
	>36	0.94	6.86	15.95
电视剧	1-12	368.08	321.62	130.81
	13-24	962.92	822.94	907.45
	25-36	351.05	447.91	675.76
	>36	291.23	54.36	347.56
合计		2,551.24	2,146.31	2,797.35

（4）2011 年度

单位：万元

类别	授权期（月）	当年采购金额	年度摊销成本	年末版权金额
电影	1-12	139.22	82.92	73.15
	13-24	488.88	128.08	472.94
	25-36	107.46	41.38	89.31
	>36	18.00	5.97	21.86
电视剧	1-12	274.41	396.37	106.86
	13-24	917.54	344.31	744.97
	25-36	900.27	240.95	772.62
	>36	102.79	18.43	110.70
合计		2,948.57	1,258.40	2,392.41

公司 2014 年 9 月末版权余额较 2013 年末增加 1,233.42 万元，增幅为 33.96%，主要原因系 2014 年 1-9 月，公司继续进行版权采购，同时，近年来公司版权采购向授权期较长的影视资源倾斜，因而当期版权摊销金额相对较小，导致期末版权余额有所增长。

公司 2013 年年末版权余额较 2012 年末增加 834.97 万元，增幅为 29.85%，主要原因为公司为了提升用户在线视频体验，加大了版权投入，版权购买金额为 4,318.09 万元，为 2012 年的 1.69 倍；同时 2013 年版权摊销金额为 3,483.12 万元。

公司 2012 年末版权余额较 2011 年末增加 404.94 万元，增幅为 16.93%，主要原因为公司当年版权采购金额为 2,551.24 万元，同时全年版权摊销金额为 2,146.31 万元。

2、注册商标

截至本招股说明书签署之日，本公司拥有 81 个注册商标，具体情况如下：

序号	名称	图文标识	注册类别	专用权期限	注册号	取得方式
1	暴风影音（老图标）		9	2010 年 3 月 28 日至 2020 年 3 月 27 日	5317575	受让取得
2			42	2010 年 3 月 28 日至 2020 年 3 月 27 日	5317577	
3	暴风影音（新图形）		9	2010 年 1 月 21 日至 2020 年 1 月 20 日	6062058	原始取得

序号	名称	图文标识	注册类别	专用权期限	注册号	取得方式
4			42	2010 年 6 月 21 日至 2020 年 6 月 20 日	6062057	
5	暴风影音（www.baofeng.com）	暴风影音 WWW.BAOFENG.COM	9	2011 年 8 月 14 日至 2021 年 8 月 13 日	7193722	原始取得
6			38	2010 年 4 月 28 日至 2020 年 4 月 27 日	6721131	
7	影音风暴（文字）	影音风暴	38	2010 年 9 月 28 日至 2020 年 9 月 27 日	7193713	原始取得
8			42	2011 年 3 月 28 日至 2021 年 3 月 27 日	7193716	
9	KUREE	kuree	9	2009 年 8 月 7 日至 2019 年 8 月 6 日	5536125	原始取得
10			42	2009 年 10 月 7 日至 2019 年 10 月 6 日	5536122	
11	KUREE 酷热影音	kuree 酷热影音	9	2009 年 8 月 7 日至 2019 年 8 月 6 日	5536126	原始取得
12			42	2009 年 10 月 7 日至 2019 年 10 月 6 日	5536123	
13	酷热影音	酷热影音	42	2009 年 10 月 7 日至 2019 年 10 月 6 日	5536124	原始取得
14			9	2009 年 8 月 7 日至 2019 年 8 月 6 日	5536127	
15	eastvnet	Eastvnet	35	2010 年 1 月 7 日至 2020 年 1 月 6 日	5679146	受让取得
16	图形		38	2009 年 12 月 28 日至 2019 年 12 月 27 日	5679147	受让取得
17	暴风影音（新字体）	暴风影音	9	2011 年 12 月 7 日至 2021 年 12 月 6 日	6062059	受让取得
18	暴风 STORM（www.baofeng.com）	暴风 Storm www.baofeng.com	38	2010 年 4 月 28 日至 2020 年 4 月 27 日	6721128	原始取得
19			42	2011 年 3 月 28 日至 2021 年 3 月 27 日	6721125	
20	暴风电视（baofeng.com）	暴风电视 baofeng.com	38	2010 年 4 月 28 日至 2020 年 4 月 27 日	6721137	原始取得
21	暴风影视（baofeng.com）	暴风影视 baofeng.com	38	2010 年 4 月 28 日至 2020 年 4 月 27 日	6721136	原始取得
22	暴风影院（baofeng.com）	暴风影院 baofeng.com	38	2010 年 4 月 28 日至 2020 年 4 月 27 日	6721130	原始取得
23			41	2011 年 3 月 14 日至 2021 年 3 月 13 日	6721129	

序号	名称	图文标识	注册类别	专用权期限	注册号	取得方式
24	风雷影音（fenglei player）	风雷影音 fenglei player	9	2010 年 6 月 7 日至 2020 年 6 月 6 日	6721126	原始取得
25	V Guide	V Guide	9	2010 年 10 月 28 日至 2020 年 10 月 27 日	7193723	原始取得
26			35	2010 年 9 月 14 日至 2020 年 9 月 13 日	7193707	
27			41	2011 年 3 月 28 日至 2021 年 3 月 27 日	7193712	
28			42	2011 年 3 月 28 日至 2021 年 3 月 27 日	7193720	
29	暴风影音 -baofeng.com（新 LOGO）	暴风影音 BAOFENG.COM	9	2011 年 9 月 28 日至 2021 年 9 月 27 日	7193724	原始取得
30			38	2010 年 9 月 28 日至 2020 年 9 月 27 日	7193709	
31			41	2011 年 8 月 28 日至 2021 年 8 月 27 日	7193711	
32			42	2011 年 4 月 21 日至 2021 年 4 月 20 日	7193719	
33	风暴影音	风暴影音	38	2010 年 9 月 28 日至 2020 年 9 月 27 日	7193714	原始取得
34	暴风盒子	暴风盒子	9	2010 年 12 月 7 日至 2020 年 12 月 6 日	7343294	原始取得
35			35	2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日	7343293	
36			38	2010 年 10 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日	7343292	
37			41	2010 年 12 月 7 日至 2020 年 12 月 6 日	7343291	
38			42	2010 年 12 月 7 日至 2020 年 12 月 6 日	7343290	
39	暴风传媒	暴风传媒 BAOFENG.MEDIA	38	2011 年 3 月 14 日至 2021 年 3 月 13 日	7890765	原始取得
40	暴风传媒		35	2011 年 2 月 21 日至 2021 年 2 月 20 日	7890767	原始取得
41			38	2011 年 3 月 14 日至 2021 年 3 月 13 日	7890764	
42			41	2011 年 2 月 21 日至 2021 年 2 月 20 日	7890769	
43	网络电视暴风台	NBTN 网络电视暴风台	35	2011 年 3 月 28 日至 2021 年 3 月 27 日	7997311	原始取得
44			9	2011 年 9 月 14 日至	7997312	

序号	名称	图文标识	注册类别	专用权期限	注册号	取得方式
				2021 年 9 月 13 日		
45			38	2011 年 3 月 21 日至 2021 年 3 月 20 日	7997315	
46	暴风游戏（文字）	暴风游戏 GAME.BAOFENG	9	2011 年 7 月 14 日至 2021 年 7 月 13 日	8313256	原始取得
47			38	2011 年 8 月 7 日至 2021 年 8 月 6 日	8313259	
48			42	2011 年 5 月 28 日至 2021 年 5 月 27 日	8313257	
49	暴风影音（新字体）	暴风影音	42	2012 年 2 月 28 日至 2022 年 2 月 27 日	6062060	原始取得
50	暴风影音（www.baofeng.com）	暴风影音 WWW.BAOFENG.COM	35	2012 年 2 月 28 日至 2022 年 2 月 27 日	6721122	原始取得
51	暴风影视（baofeng.com）	暴风影视 baofeng.com	41	2012 年 2 月 7 日至 2022 年 2 月 6 日	6721135	原始取得
52	暴风影音-baofeng.com（新 LOGO）	暴风影音 BAOFENG.COM	35	2012 年 2 月 7 日至 2022 年 2 月 6 日	7193708	原始取得
53	暴风影音（www.baofeng.com）	暴风影音 WWW.BAOFENG.COM	41	2012 年 2 月 7 日至 2022 年 2 月 6 日	6721133	原始取得
54	暴风电视（baofeng.com）	暴风电视 baofeng.com	41	2012 年 2 月 21 日至 2022 年 2 月 20 日	6721138	原始取得
55	暴风传媒	暴风传媒 BAOFENG.MEDIA	35	2012 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 20 日	7890766	原始取得
56	左眼（文字）	左眼	9	2012 年 12 月 21 日至 2022 年 12 月 20 日	10103568	原始取得
57			35	2012 年 12 月 21 日至 2022 年 12 月 20 日	10103559	原始取得
58			38	2013 年 1 月 14 日至 2023 年 1 月 13 日	10103569	原始取得
59			41	2013 年 1 月 14 日至 2023 年 1 月 13 日	10103563	原始取得
60			42	2013 年 1 月 14 日至 2023 年 1 月 13 日	10103560	原始取得
61	左眼键（文字）	左眼键	9	2012 年 12 月 21 日至 2022 年 12 月 20 日	10103564	原始取得
62			35	2013 年 1 月 21 日至 2023 年 1 月 20 日	10103558	原始取得
63			38	2013 年 1 月 14 日至 2023 年 1 月 13 日	10103565	原始取得
64			41	2013 年 1 月 14 日至	10103557	原始取得

序号	名称	图文标识	注册类别	专用权期限	注册号	取得方式
				2023 年 1 月 13 日		
65			42	2013 年 1 月 14 日至 2023 年 1 月 13 日	10103556	原始取得
66	左眼（图形）		38	2012 年 12 月 21 日至 2022 年 12 月 20 日	10103566	原始取得
67			41	2012 年 12 月 21 至 2022 年 12 月 20 日	10103562	原始取得
68	网络电视暴风台	NBTV 网络电视暴风台	42	2013 年 5 月 14 日至 2023 年 5 月 3 日	7997314	原始取得
69	风暴影音	风暴影音	9	2013 年 8 月 28 日至 2023 年 8 月 27 日	7193706	受让取得
70	暴风 STORM (www.baofeng.com)	暴风 Storm www.baofeng.com	9	2013 年 8 月 14 日至 2023 年 8 月 13 日	7193721	受让取得
71	风暴影音	风暴影音	42	2013 年 9 月 28 日至 2023 年 9 月 27 日	7193717	原始取得
72	暴风传媒	暴风传媒 BAOFENG.MED	41	2013 年 12 月 14 日至 2023 年 12 月 13 日	7890768	原始取得
73	网络电视暴风台	NBTV 网络电视暴风台	41	2013 年 12 月 14 日至 2023 年 12 月 13 日	7997313	原始取得
74	暴风游戏（文字）	暴风游戏 GAME.BAOFENG	41	2013 年 12 月 7 日至 2023 年 12 月 6 日	8313258	原始取得
75	左眼（图形）		42	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日	10103555	原始取得
76	暴风看电影	暴风看电影	9	2013 年 12 月 28 日至 2023 年 12 月 27 日	11287028	原始取得
77			35	2014 年 2 月 28 日至 2024 年 2 月 27 日	11287032	
78			38	2013 年 12 月 28 日至 2023 年 12 月 27 日	11287031	
79			41	2013 年 12 月 28 日至 2023 年 12 月 27 日	11287029	
80			42	2013 年 12 月 28 日至 2023 年 12 月 27 日	11287030	
81	左眼（图形）		35	2014 年 4 月 28 日至 2024 年 4 月 27 日	11774875	原始取得

注：第 81 项商标根据国家工商行政管理总局商标局商标查询系统显示，发行人提交注册申请已获准，但尚未收到《领取商标注册证通知书》或《商标注册证》。

2、软件著作权

截至本招股说明书签署之日，本公司已获得 **62** 项软件著作权登记证书，具体情况如下：

序号	名称	版本号	证书编号	登记号	取得时间	取得方式
1	暴风影音 TAB 广告加载器软件	V1.0	软著登字第 097704 号	2008SR10525	2008 年 6 月 5 日	原始取得
2	暴风影视在线媒体搜索及播放器软件	V1.0	软著登字第 097747 号	2008SR10568	2008 年 6 月 5 日	原始取得
3	暴风影音 2008 网络音视频文件浏览、搜索及播放平台软件	V1.0	软著登字第 132700 号	2009SR06521	2009 年 2 月 19 日	原始取得
4	暴风影音 2009 网络音视频文件浏览、搜索及播放平台软件	V1.0	软著登字第 132330 号	2009SR06151	2009 年 2 月 18 日	原始取得
5	暴风影音媒体文件管理系统软件	V1.0	软著登字第 0178302 号	2009SR051303	2009 年 11 月 4 日	原始取得
6	暴风影音图文、视频信息桌面报告系统软件	V1.0	软著登字第 0178300 号	2009SR051301	2009 年 11 月 4 日	原始取得
7	暴风影音在线音视频播放平台软件	V2.0	软著登字第 0179828 号	2009SR052829	2009 年 11 月 13 日	原始取得
8	暴风影音在线运营数据管理系统软件	V1.0	软著登字第 0179830 号	2009SR052831	2009 年 11 月 13 日	原始取得
9	暴风影音在线视频信息浏览、导航、发布系统软件	V1.0	软著登字第 0180518 号	2009SR053519	2009 年 11 月 18 日	原始取得
10	暴风影音在线视频搜索系统软件	V1.0	软著登字第 0180516 号	2009SR053517	2009 年 11 月 18 日	原始取得
11	暴风影音在线网页游戏联合运营系统软件	V1.0	软著登字第 0180519 号	2009SR053520	2009 年 11 月 18 日	原始取得
12	暴风影音 CNTV 高清在线音视频信息浏览、搜索、播放平台软件	V3.0	软著登字第 0220813 号	2010SR032540	2010 年 7 月 5 日	原始取得
13	暴风影音 CNTV 高清在线音视频信息浏览、搜索、播放平台软件	V3.1	软著登字第 0263803 号	2011SR000129	2011 年 1 月 4 日	原始取得
14	暴风影音目录化影视信息管理平台软件	V1.0	软著登字第 0264738 号	2011SR001064	2011 年 1 月 10 日	原始取得
15	暴风影音在线高清视频文件直播器软件	V1.0	软著登字第 0276164 号	2011SR012490	2011 年 3 月 15 日	原始取得
16	暴风升级管理平台	V1.0	软著登字第 0276162 号	2011SR012488	2011 年 3 月 15 日	原始取得
17	迷你暴风在线高清播放平台软件	V1.0	软著登字第 0264736 号	2011SR001062	2011 年 1 月 10 日	原始取得

序号	名称	版本号	证书编号	登记号	取得时间	取得方式
18	MMSAssist 彩信通软件	V1.1	软著登字第 0290909 号	2011SR027235	2011 年 5 月 11 日	外购
19	暴风影音媒体播放器软件	V2.1	软著登字第 0290903 号	2011SR027229	2011 年 5 月 11 日	外购
20	酷热影音媒体播放器软件	V1.0	软著登字第 072628 号	2007SR06633	2007 年 5 月 10 日	外购
21	暴风影音媒体播放器软件	V3.5	软著登字第 0290897 号	2011SR027223	2011 年 5 月 11 日	外购
22	暴风影音 CMS 在线媒体信息编辑及发布平台软件	V1.0	软著登字第 0290902 号	2011SR027228	2011 年 5 月 11 日	外购
23	暴风影音 VST 异型媒体并发播放加载器软件	V1.0	软著登字第 0290904 号	2011SR027230	2011 年 5 月 11 日	外购
24	暴风影音转码器软件	V1.0	软著登字第 0290908 号	2011SR027234	2011 年 5 月 11 日	外购
25	暴风影音在线视频文件点播器软件	V1.0	软著登字第 0290915 号	2011SR027241	2011 年 5 月 11 日	外购
26	暴风影音视频文件识别与转换器软件	V1.0	软著登字第 0290907 号	2011SR027233	2011 年 5 月 11 日	外购
27	暴风影音网络视频广告加载系统软件	V1.0	软著登字第 0290906 号	2011SR027232	2011 年 5 月 11 日	外购
28	暴风影音桌面图文与动画信息网络发布系统软件	V1.0	软著登字第 0290905 号	2011SR027231	2011 年 5 月 11 日	外购
29	暴风影音在线高清视频文件点播器软件	V1.0	软著登字第 0290898 号	2011SR027224	2011 年 5 月 11 日	外购
30	暴风影音在线高清视频文件点播器软件	V2.0	软著登字第 0290899 号	2011SR027225	2011 年 5 月 11 日	外购
31	暴风影音 CMS 在线媒体信息编辑及发布平台软件	V2.0	软著登字第 0290901 号	2011SR027227	2011 年 5 月 11 日	外购
32	暴风影音在线高清视频文件点播器软件	V2.1	软著登字第 0290900 号	2011SR027226	2011 年 5 月 11 日	外购
33	风雷影音媒体播放器软件	V2.1.1.0	软著登字第 0290910 号	2011SR027236	2011 年 5 月 11 日	外购
34	超级解霸 2010 软件	V1.0	软著登字第 0290911 号	2011SR027237	2011 年 5 月 11 日	外购
35	豪杰超级解霸	V8	软著登字第 0290918 号	2011SR027244	2011 年 5 月 11 日	外购
36	豪杰超级解霸 3000	V3000	软著登字第 0290919 号	2011SR027245	2011 年 5 月 11 日	外购
37	《豪杰超级解霸 2001XP》软件	V2001XP	软著登字第 0290913 号	2011SR027239	2011 年 5 月 11 日	外购
38	超级解霸	V5.0	软著登字第	2011SR027242	2011 年 5 月 11 日	外购

序号	名称	版本号	证书编号	登记号	取得时间	取得方式
			0290916 号			
39	超级解霸 2000	V2000	软著登字第 0290917 号	2011SR027243	2011 年 5 月 11 日	外购
40	豪杰超级解霸 10 多媒体应用软件	V1.0	软著登字第 0292094 号	2011SR028420	2011 年 5 月 14 日	外购
41	豪杰超级解霸软件	V9.0	软著登字第 0290914 号	2011SR027240	2011 年 5 月 11 日	外购
42	超级解霸 3500 视频播放软件	V3500.0.0	软著登字第 0290912 号	2011SR027238	2011 年 5 月 11 日	外购
43	暴风数据中心软件	V1.0	软著登字第 0346131 号	2011SR082457	2011 年 6 月 3 日	原始取得
44	暴风影音 VIP 用户中心系统	V1.0	软著登字第 0346132 号	2011SR082458	2011 年 11 月 14 日	原始取得
45	暴风页面播放 ActiveX 控件软件[简称网页暴风]	V1.0	软著登字第 0346133 号	2011SR082459	2011 年 11 月 14 日	原始取得
46	暴风影音用户系统	V2.0	软著登字第 0346134 号	2011SR082460	2011 年 11 月 14 日	原始取得
47	暴风影音在线运维平台系统	V1.0	软著登字第 0346248 号	2011SR082574	2011 年 11 月 15 日	原始取得
48	暴风数据质量管理系统	V1.0	软著登字第 0346294 号	2011SR082620	2011 年 11 月 15 日	原始取得
49	暴风影音 CMS 在线媒体信息编辑与发布平台软件	V3.0	软著登字第 0361901 号	2011SR098227	2011 年 12 月 20 日	原始取得
50	暴风影音 5 软件	V1.0	软著登字第 0358560 号	2011SR094886	2011 年 12 月 14 日	原始取得
51	暴风影音 HD（iPad 版）软件	V1.0	软著登字第 0389289 号	2012SR021253	2012 年 3 月 20 日	原始取得
52	暴风看电影全网视频聚合和视频播放桌面软件	V1.0	软著登字第 0543129 号	2013SR037367	2013 年 4 月 25 日	原始取得
53	暴风看电影 CMS 影视内容管理系统和发布平台软件	V1.0	软著登字第 0622779 号	2013SR117017	2013 年 2 月 1 日	原始取得
54	暴风看电影全网影视抓取和数据合作软件	V1.0	软著登字第 0622621 号	2013SR116859	2013 年 1 月 5 日	原始取得
55	暴风影音用户行为数据平台软件	V1.0	软著登字第 0622785 号	2013SR117023	2012 年 12 月 2 日	原始取得
56	暴风看电影中间层全网影视片名处理软件	V1.0	软著登字第 0622614 号	2013SR116852	2012 年 8 月 1 日	原始取得
57	暴风影音 CMS 在线媒体信息编辑及发布平台软件	V5.0	软著登字第 0622665 号	2013SR116903	2013 年 1 月 29 日	原始取得
58	暴风影音 BT 在线高清视频文件点播软	v1.0	软著登字第 0648705 号	2013SR142943	2012 年 9 月 1 日	原始取得

序号	名称	版本号	证书编号	登记号	取得时间	取得方式
	件					
59	暴风影音 Win8 系统在线高清视频文件点播软件	V1.0	软著登字第 0648704 号	2013SR142942	2012 年 12 月 1 日	原始取得
60	暴风影音 IOS 系统在线高清视频 P2P 传输软件	V1.0	软著登字第 0648064 号	2013SR142284	2011 年 6 月 1 日	原始取得
61	暴风影音在线高清视频文件直播器软件	V2.0	软著登字第 0647875 号	2013SR142113	2013 年 6 月 1 日	原始取得
62	暴风影音手机客户端软件	V1.0	软著登字第 0761870 号	2014SR092626	2014 年 7 月 7 日	原始取得

截至本招股说明书签署之日，本公司的全资子公司天津鑫影科技有限公司已获得 1 项软件著作权登记证书，具体情况如下：

序号	名称	版本号	证书编号	登记号	取得时间	取得方式
1	鑫影暴风影音在线视频加速器软件	V1.0	软著登字第 0626935 号	2013SR121173	2012 年 6 月 2 日	原始取得

3、专利情况

截至本招股说明书签署之日，公司已获得 10 项专利授权，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	专利申请日	应用环节	专利类别	取得方式
1	一种提高媒体文件播放效果的系统及其方法	200710065058.4	2007 年 4 月 2 日	PC 终端本地视频文件播放	发明专利	原始取得
2	一种点对点网络中的对端选择系统和方法	200910093674.X	2009 年 9 月 27 日	图文传输	发明专利	原始取得
3	一种媒体文件格式转换方法及系统	200910235797.2	2009 年 10 月 15 日	广告加载	发明专利	原始取得
4	一种不同媒体文件并发播放方法	201010034043.3	2010 年 1 月 12 日	广告加载	发明专利	原始取得
5	一种可互动的影视搜索方法可互动的影视搜索	201010034243.9	2010 年 1 月 15 日	节目搜索	发明专利	原始取得
6	音视频编码方法及缩短点播播放前等待时间的播放方法	201110138701.8	2011 年 5 月 26 日	点播播放	发明专利	原始取得
7	视频编码压缩方法	201110302000.3	2011 年 9 月 30 日	转码压缩	发明专利	外购
8	基于 CS 架构的客户端之间共享播放	201110427686.9	2011 年 12 月 19 日	广告加载	发明专利	原始取得

	解决方案的方法					
9	一种视频图像缩放方法及系统	201210196834.5	2012 年 6 月 14 日	视频播放	发明专利	原始取得
10	提升视频图像清晰度的方法及系统	201210196854.2	2012 年 6 月 14 日	视频播放	发明专利	原始取得

4、主要域名

报告期内，公司目前主要使用的域名为 baofeng.com，到期日为 2021 年 6 月 24 日。此外，公司还拥有其他 61 项域名。

5、技术许可情况

截至本招股说明书签署之日，发行人作为许可方或被许可方使用相关技术的情况主要包括：（1）自然人崔天龙以独占许可的方式许可发行人使用一种基于图像分析及人工智能的可变参数的自动化视频转码方法；（2）阿依瓦（北京）技术有限公司许可发行人在其产品中永久使用“视频高清增强技术”；（3）微软（Microsoft Corporation）基于与发行人之间的《合作推广协议》的约定许可发行人在“暴风影音”产品中使用、整合和展示微软的 Silverlight 4 或 Silverlight 的更高版本（“Silverlight”）；（4）无关联自然人王宇飞授权发行人永久使用“声音优化处理技术”。

该等技术许可的详细情况请见本招股说明书“第十三节其他重要事项”之“二、重大合同（五）其他重大合同”相关内容。

（1）崔天龙许可技术的形成来源和过程

该技术发明人崔天龙对于代码编写及视频压缩转码进行了一定的钻研，将其对于视频转码及压缩的理解与想法进行代码实现，经过反复测试及改进，发明了本方法。

（2）该技术对发行人业务的作用和贡献

该技术形成时，较为普遍的网络入户带宽为 1M、网络视频分辨率为 480P 格式；行业内普遍使用 H.264 国际标准对网络视频文件进行编码，然后将视频流与音频流封装为 MP4、FLV、F4V 或 MKV 等封装格式。标准的 H.264 编码器可以将 720P 分辨率的视频压缩至 800-1000Kbps，该压缩比接近 1M，而用户实际

带宽一般达不到理论带宽能力，从而影响网络接入速度为 1M 的用户流畅观看 720P 视频；对于 1080P 分辨率的视频，标准的 H.264 编码器一般只能将其最大限度地压缩至 2Mbps，因此网络接入速度低于 2M 的用户无法做到一边下载一边流畅播放。

该技术发明旨在解决上述问题，在保证画质的前提下大幅提高了视频文件压缩率，满足用户 1M 带宽能力下在线流畅观看 720P 高清视频文件的需求，同时节省了公司运营所需的带宽成本。

该技术带来的带宽成本节约测算具体如下：

分辨率	不使用该技术情况下平均码率	发行人使用该技术后的平均码率	不使用比使用后增加	发行人提供各分辨率视频服务的流量权重
480P	550Kbps	450Kbps	22.2%	65%
720P	961Kbps	850Kbps	13.1%	30%
1080P	2300Kbps	1800Kbps	27.7%	5%

项目	计算步骤	计算结果
不使用比使用情况下综合增加（不同分辨率下以流量占比为权重加权平均）	①	19.8%
使用该技术下实际带宽	②	40G
不使用该技术需增加带宽	①×②=③	7.91G
带宽单价（元每 G 每月）		20,000
带宽成本节约（元每月）		158,200

（3）该技术是否涉及职务成果，是否存在潜在纠纷

发明人担任暴风科技产品经理职务，其职责主要为产品功能设计及项目进度控制；发明人在加入暴风科技以前曾从事视频剪辑、后期制作等内容制作工作；发明人的职务经历均不涉及任何代码编写的职能，其职务及工作范围均与该技术不存在任何领域交叉或资源占用的情况。

综上所述，保荐机构和发行人律师认为：该技术的形成不涉及职务成果，不存在潜在纠纷。

六、发行人拥有的经营资质情况

发行人所从事的业务不涉及特许经营，发行人不拥有特许经营权。截至本招股说明书签署日，本公司获得经营所需的经营资质的具体情况如下：

序号	证照名称	到期日
1	信息网络传播视听节目许可证	2015 年 6 月 1 日
2	网络文化经营许可证	2017 年 12 月 31 日
3	中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证	2017 年 6 月 18 日
4	广播电视节目制作经营许可证	2016 年 3 月 17 日
5	互联网药品信息服务资格证书	2018 年 10 月 17 日
6	软件企业认定证书	该许可证以年审形式每年更新
7	高新技术企业证书*[注]	2014 年 9 月 13 日
8	互联网出版许可证	2016 年 12 月 31 日
9	中关村高新技术企业	2015 年 2 月 7 日

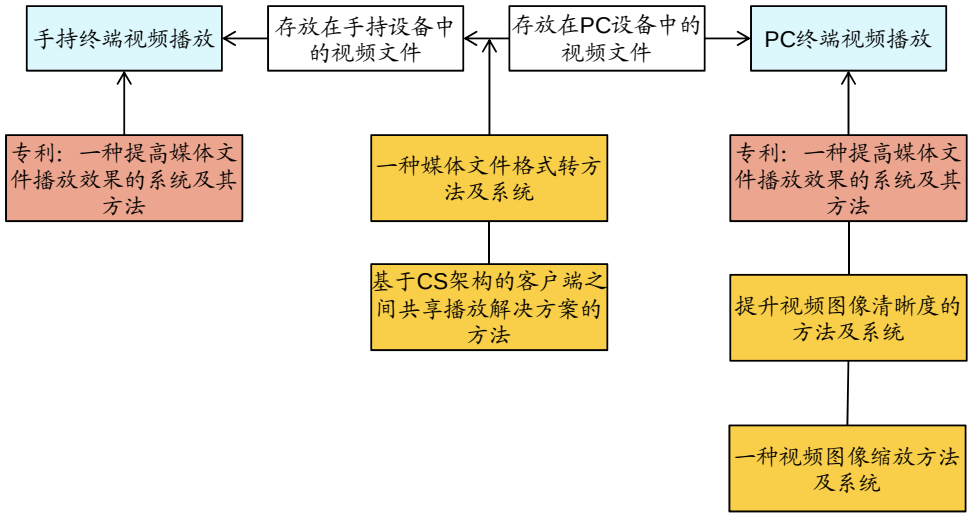
注：发行人前身暴风网际于 2008 年 12 月 30 日取得高新技术企业证书，有效期 3 年；发行人于 2011 年 9 月 14 日完成该证书复审程序，并取得复审后的高新技术企业证书，有效期 3 年；根据《高新技术企业认定管理办法》的相关规定，通过复审的高新技术企业，资格有效期满后，应按照认定程序再次履行认定申请。截至本招股书签署日，发行人正在履行认定申请的相关程序。

七、发行人的核心技术、技术储备、技术人员和创新机制情况

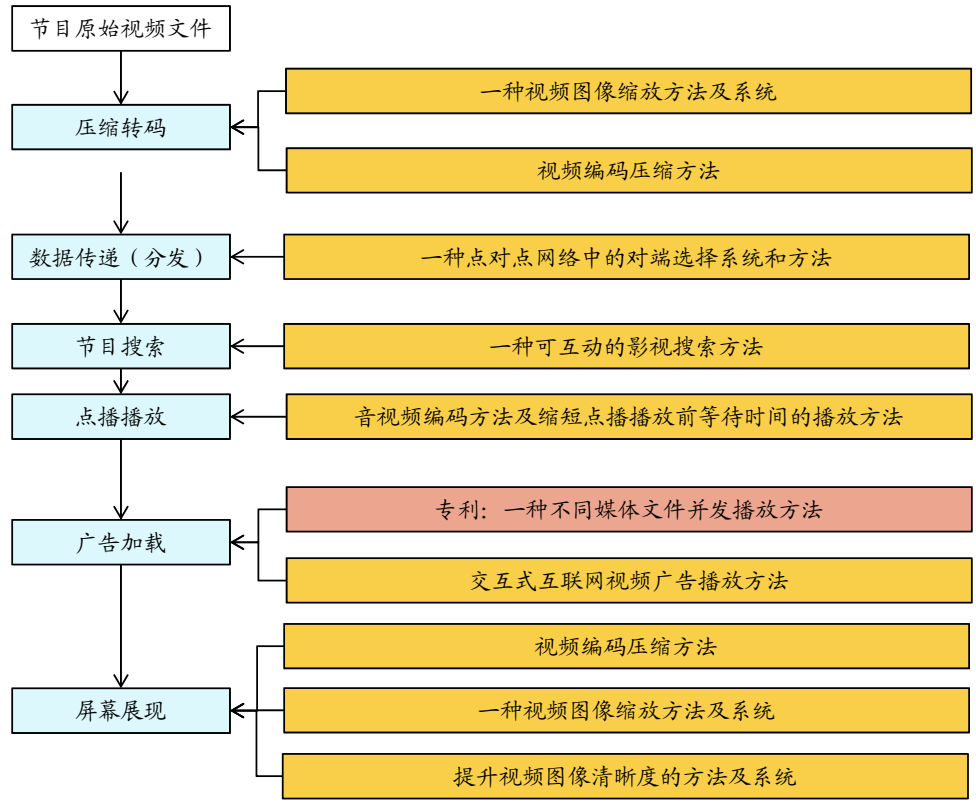
（一）发行人拥有的主要核心技术

1、主要核心技术与服务流程的对应关系图

支持“多终端”视频播放与编码转换服务（本地视频服务）的技术成果



互联网高清视频服务（在线视频服务）中的技术成果



2、主要核心技术情况

（1）公司所掌握的核心技术

公司在视频播放、视频压缩、视频传输与内容分发四项行业关键技术领域所掌握的核心技术情况如下：

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术水平	技术来源
视频播放技术					
1	解码方式优化技术	用于视频文件的多种格式播放，体现万能播放功能	1、支持视频格式超过 680 种 2、选择最优解码方案，视频播放画质的质量高 3、自动扩展新视频格式	业内领先	引进消化吸收再创新
2	暴风“左眼”技术	用于实时增强画质清晰度，让用户在观看普通视频时感受到高清效果	1、实时动态增强视频画面的色度、对比度、轮廓、纹理等要素，使播放画面更清晰 2、降低 CPU 占用，播放画面更流畅	国际领先	集成创新
3	暴风快速播放技术	用于减少播放前等待时间，增强用户使用体验	1、快速分离音频与视频数据 2、快速匹配最优解码方案	业内领先	引进消化吸收再创新
4	暴风 3D 播放技术	用于 3D 视频格式的播放，体现 2D 转 3D，3D 播放功能	1、支持普通 2D 视频转 3D 2、支持红蓝、偏振、快门、投影等输出设备 3、支持用户本地文件、在线等各种视频源	业内领先	引进消化吸收再创新
视频压缩技术					
1	暴风转码技术	用于视频文件的压缩和格式转换，满足用户在不同设备上观看视频的需求	1、H.264 标准的转换输出画质质量高，体积小 2、支持的设备类型多 3、用户可自定义参数	业内领先	引进消化吸收再创新
2	视频编码压缩技术	用于在线视频文件压缩，在保证画质的情况下减少文件数据容量	1、编码压缩率达 50%以上，文件容量更小 2、优化输出视频码率，同等画质码率更低	业内领先	集成创新
3	音视频编码技术	用于缩短在线视频播放前等待时间，体现更好的点播体验	1、编制体积更小的视频索引文件，缩短了用户获取索引的时间 2、视频数据精准分段，缩短了用户点选数据的定位时间	业内领先	引进消化吸收再创新
视频传输技术					
1	有序 P2P 传输技术	通过用户间的数据分享，提高视频数据传输效率，保障视频点播的流畅体验，节省运营带宽成本	1、选择最优的网络资源（peer）分享数据 2、区分地域和基础电信运营商，实现就近数据分享	业内领先	引进消化吸收再创新
内容分发技术					

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术水平	技术来源
1	P2P+CDN加速技术	用于支持全网内容分发和加速	1、节约CDN租用成本，提高用户高清流畅的观看体验 2、分运营商、分地域的智能调度和资源优化 3、利用P2P网络的资源共享和CDN网络的加速，使两种技术得到更好结合	业内领先	引进消化吸收再创新
其他视频技术					
1	快速启动技术	缩短软件启动时间	1、启动时只加载必要模块 2、减少文件IO读取次数	业内领先	引进消化吸收再创新
2	视频广告叠加技术	用于贴片广告的展现和叠加，增强广告投放的独立性和灵活性	1、视频广告和视频文件可并发播放并独立控制 2、利用了GPU的图像处理能力和特性 3、利用硬件加速特性，解决了图形处理的效率问题，保证播放流畅度	业内领先	引进消化吸收再创新
3	互动广告技术	用于贴片广告的展现和互动，增强广告的展现和点击效果	1、减少广告交互过程的CPU、内存资源的占用 2、广告交互浮层快速展现 3、利用广告信息预下载和缓存技术，提高展现效率	业内领先	引进消化吸收再创新
4	视频搜索技术	用于为用户提供更准确的在线视频信息搜索服务	1、多参数搜索结果定位，提高准确性 2、搜索结果增加片段信息，更贴近用户的需求 3、全文索引算法优化，提升搜索速度	业内领先	引进消化吸收再创新
5	暴风环绕声技术	用于实时音频增强，让用户体验到音频效果增强的作用	1、实时动态增强音频的音量、动态范围、低音、环绕效果、虚拟环绕效果 2、支持普通耳机能感受到多声道影片的前后左右的定位 3、支持各种输出设备的增强：耳机、笔记本喇叭、普通音箱、多声道环绕音箱	业内领先	集成创新

公司各项核心技术来源及形成过程如下所示：

序号	技术名称	技术来源及形成过程
视频播放技术		
1	解码方式优化技术	随着视频格式的增多，原先的播放技术已经不能满足新的格式的播放需求，需要引入更多的播放核心，但各个播放核心在应用上有冲突，基于多年的播放研发经验，开发出自主播放引擎，进行播放核心和视频格式的匹配
2	暴风“左眼”	2011年3月，公司基于AMD公司的APU发布了暴风影音锐加速版，

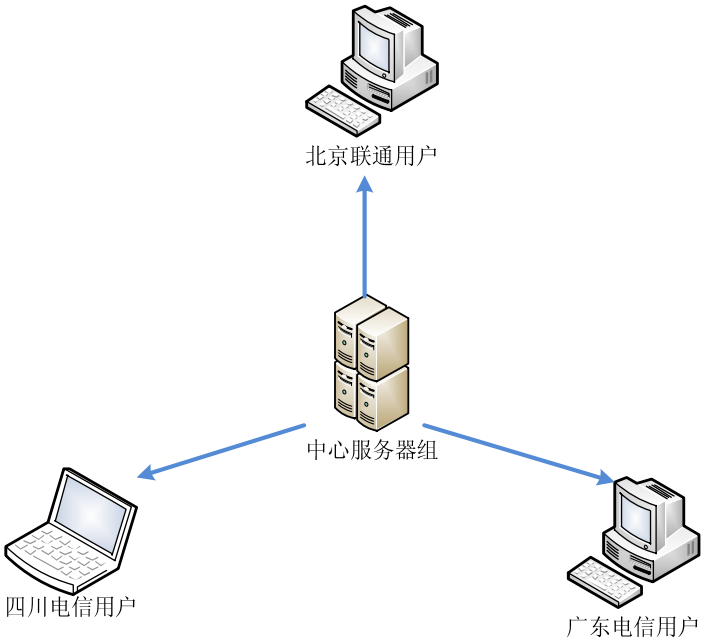
序号	技术名称	技术来源及形成过程
	技术	基于 GPU 进行图像运算对画质进行增强，但由于计算量大，技术不能普及，为此公司研发团队进行了算法改进和 CPU 计算优化，在 2011 年 10 月发布了带有左眼技术的暴风影音 5 产品
3	暴风快速播放技术	在 MEE 播放引擎的基础上进行研发，针对匹配好的分离器和视频格式进行音频流和视频流的分离，从而加快播放速度
4	3D 播放技术	2D 转 3D 播放技术，支持红蓝、快门、偏振等 3D 格式的播放
视频压缩技术		
1	暴风转码技术	基于业界流行的 H.264 编码标准进行开发，经过公司多年在播放和人工转码上的经验，捕捉人工转码的一些公共特性进行程序实现，形成了暴风特有的转码技术
2	视频编码压缩技术	基于崔天龙的发明专利进行了算法实现，经过后期的运营过程进行了程序优化，平衡了压缩时间和视频格式的压缩比率
3	音视频编码技术	公司的在线播放使用的片源文件为基于 H.264 标准的 mp4 格式文件，经过在线运营发现在线片源片头的读取速度有改进空间，经过对 mp4 格式文件标准的分析和研发工作，精简了 mp4 格式文件的头文件体积，提高了在线点播文件的速度
视频传输技术		
1	有序 P2P 传输技术	2007 年开始自主研发 P2P 技术，到 2010 年开始大规模使用。当用户规模增加时，网络资源的分享的复杂度也成倍数的上升，经过算法优化和服务参数的优化调整，形成了有序 P2P 传输技术
内容分发技术		
1	P2P+CDN 加速技术	公司自主研发了 P2P 技术和 CDN 技术，最初两项技术在不同的领域发挥作用，随着用户规模的增加和在线点播系统的运营经验积累，公司研发团队将两种技术进行了结合，一方面可以互补 P2P 和 CDN 各自计算模型上的缺陷，另一方面充分利用 P2P 的扩展能力和 CDN 的可靠性
其他视频技术		
1	快速启动技术	将快速启动技术引入播放器软件中，基于播放器软件的开发经验，进行了读取优化、加载优化，显示优化、代码优化，形成了暴风软件的快速启动技术
2	视频广告叠加技术	将广告视频文件和点播的视频文件进行独立控制，将广告的 FLV 文件和视频的 MP4 文件进行广告叠加，即使两种格式切换，通过硬件加速，也保证了播放的流畅度
3	互动广告技术	行业内视频广告普遍是 FLV 视频文件播放，缺乏互动性，公司捕获到互联网广告不同于电视广告的互动性需求后，借鉴 Flash 动画制作的开发经验，进行的程序研发，最终形成了互动广告技术
4	视频搜索技术	针对视频内容的特殊性进行研发优化，形成了暴风的视频搜索技术
5	实时音频增强处理技术	具体包括声音定位技术、虚拟环绕技术、音频动态增强技术。该技术起到使用户收听到的音频效果增强的作用。让用户通过耳机能体验到多种声道（如 5.1/7.1 声道）影片带来的环绕定位效果。

（2）公司对 P2P+CDN 技术的综合运用

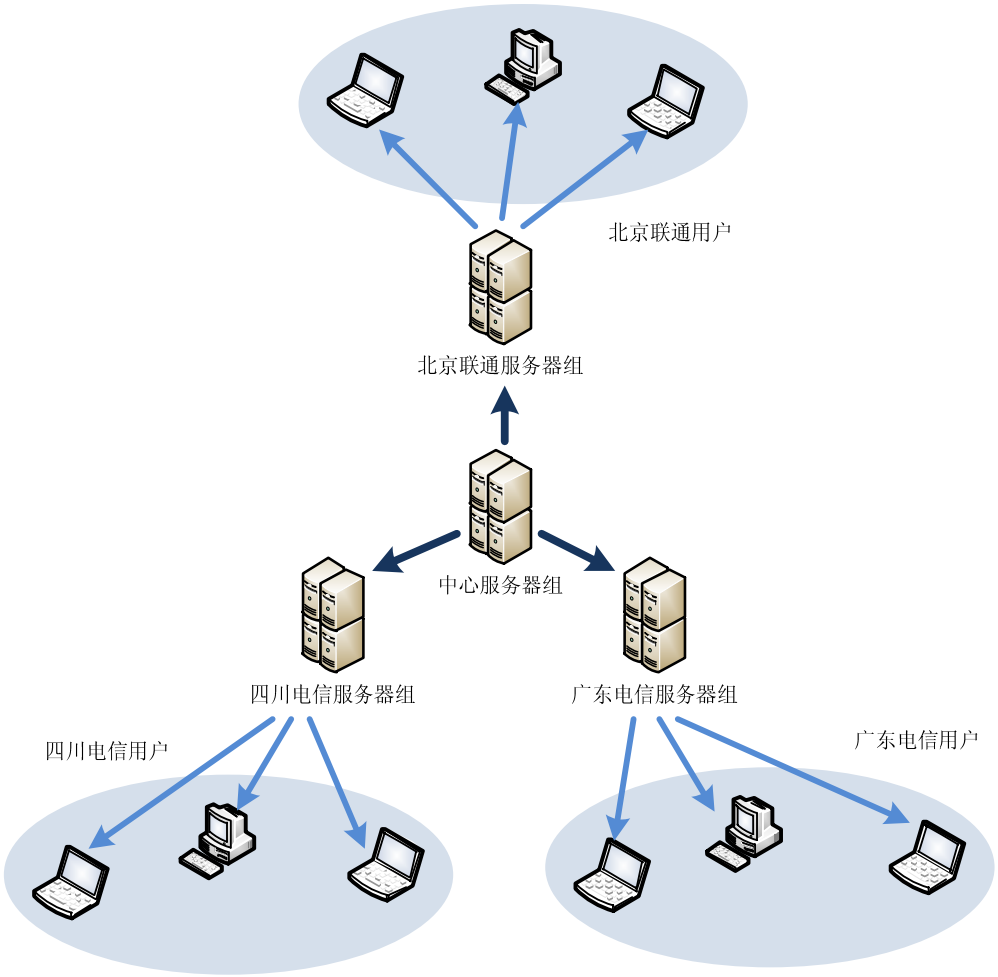
1）CDN 及 P2P 技术的实现机制

CDN 网络，指的是内容分发网络，它的基本思想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，使内容传输更快、更稳定。CDN 网络通过在整个网络的不同运营商和不同地域部署服务器节点的方式（这些节点服务器使用从中心节点存储的数据内容，保证内容的一致性），使最终用户可就近取得所需内容，保证内容传输的速度和稳定性，解决互联网拥塞的状况，提高用户获取内容的响应速度和质量。其机制如下图所示：

普通内容分发示例图：



CDN 网络下内容分发示例图：

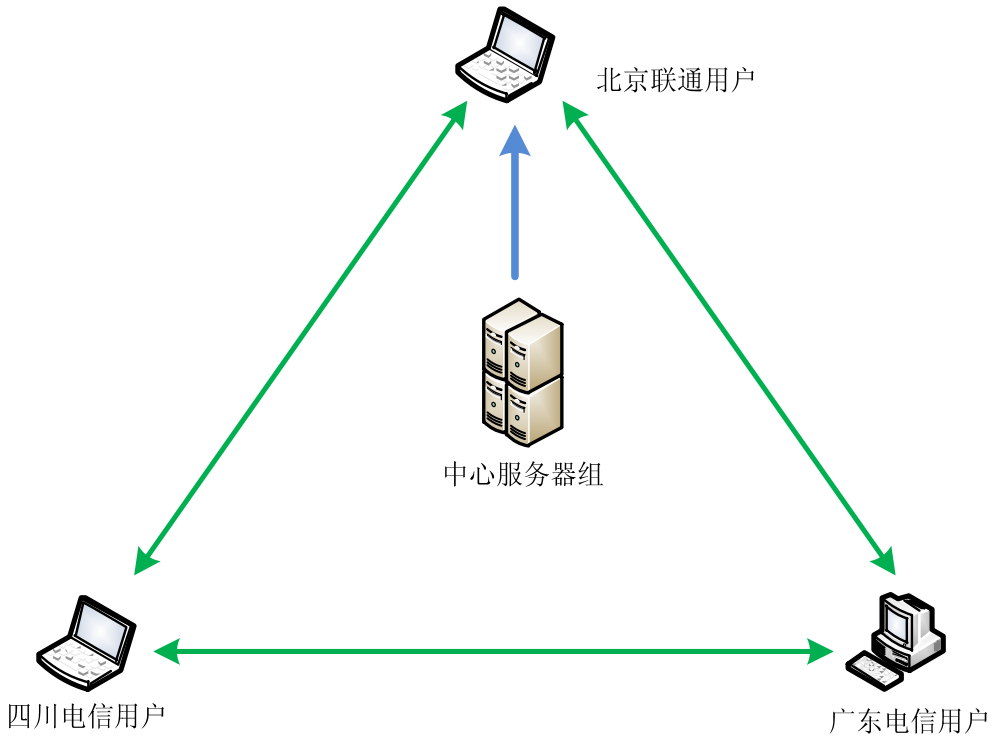


CDN 网络的优点是能解决用户就近访问和访问速度的问题，它在传统的 Internet 网络传输基础之上，建立了一套为分发各种媒体内容而特别优化的网络分发系统。CDN 网络的缺点也很明显，如果使用服务的最终用户越多，所需要的服务器和网络带宽资源就越多，而且为了保证系统的可靠性和服务质量，还需要部署更多的冗余服务器资源。

P2P 网络则与 CDN 网络不同，在内容分发应用上，P2P 网络利用网络中所有用户的计算能力和带宽，而不是像 CDN 网络把聚集在数量相对较少的服务器上。P2P 网络突破了原有网络中的服务器和客户端的界限，每个网络中的参与者都可以向别的参与者提供所需的数据，通过一定的算法和数据组织方式，让最终用户得到所需要的全部数据，而这些数据除了可以来自服务器，也可以来自别的拥有相同数据甚至只是拥有部分数据的用户。通过这样的方式，在相同的用户数量下，大大减少了所需要的服务器资源和带宽。

P2P 网络的优点是能大大节约服务器的资源，如果使用的用户越多，相当于有更多的节点加入网络，整个网络的容量和提供服务的能力也随之增大。同时由于整个 P2P 网络对服务器依赖较小，系统的稳定性更强，服务器出现问题不会导致网络全部或部分失效。但 P2P 网络也有它的缺点，在内容分发应用上，由于参与的节点的不确定性，获取数据不如 CDN 网络快速便捷。

P2P 网络机制示例图：



在实际的内容分发应用上，比较好的方案是融合 CDN 和 P2P 网络的分发技术，互相扬长避短，既能节约服务器的资源，又能保证最终用户的访问质量和响应速度。融合的主要思想是最终用户的程序同时使用 CDN 网络和 P2P 网络来获取所需的内容数据，通过一定的算法，尽量多的使用 P2P 网络中分发的数据，同时使用 CDN 网络中的数据，保证在从 P2P 网络难以获得数据的情况下能以较快的速度获取应用所需要的内容数据。

2）发行人 P2P 与 CDN 融合的研发过程及成果

本公司从 2007 年开始自主研发 P2P 技术，从 2007 年到 2010 年共开发了 3 个版本，目前已实现大规模应用。

P2P 技术研发的难点是从网络中选择合适的节点，与之交换信息并获取所需要的数据，节点的选择决定了是否能从对方快速有效的获取己方所需要的内容数据，如果不能从对方节点获取数据，就将大量使用 CDN 网络来获取数据，不但不能节省服务器资源，还浪费了 P2P 网络中交换信息所使用的资源。公司在研发 P2P 技术的过程中，经过大量研究，使用了独创性的算法，综合考虑了网络中节点和网络传输本身的特性，提出一种有效的节点选择方法。该技术在网络节点的优选上具有独创性，为此公司已经申请专利：一种点对点网络中的对端选择系统和方法，申请号：200910093674.X。

本公司采用向带宽供应商采购 CDN 服务、并结合本公司 P2P 技术的方式，实现在线内容的传输和管理。同时，本公司也通过自主部署部分 CDN 服务器、通过自建 CDN 网络，实现与本公司 P2P 技术的更好融合并降低带宽供应商的 CDN 服务成本，实现了较高的分享率和承载效率。目前，本公司用于在线视频点播应用的服务器可稳定支持日均 1 亿次以上在线视频播放量的使用规模，P2P 总体分享率达到 95%以上，热门影视剧的分享率达到 99%以上，为本公司节省了大量带宽支出。

3）在用户数据安全性方面采取的措施

P2P 技术在互联网视频软件领域的应用较为广泛。根据公开资料查阅，暴风影音、PPTV、PPS 在视频传输时均采用了该项技术。P2P 网络面临一个安全性问题，由于所分发的数据除了来自服务器之外，还可能来自网络中的其它参与者，如果数据被恶意的篡改，将可能很快扩散到网络中的很多参与者。为了保证系统的安全，必须使用特殊的方法进行安全性处理。本公司 P2P 技术应用中，通过以下手段保证用户安全性：一、通过技术手段确保只向用户传送暴风影音平台上的视频内容，用户互相间只传送暴风影音的视频内容，用户信息与隐私不被侵犯；二、保护传输信息的机密性，即保护信息不为非授权用户窃取；三、对所有要分发的数据都分成块，每一块都有对应的检验信息，检验信息必须从指定的服务器获取，如果获取的内容数据检验出错，则认为是无效数据，将不会在网络中分发，同时使用了非对称加密技术，加密和解密使用不同的密钥，在没有加密密钥的情况下，校验信息不可能被伪造出来，从而保证了用户数据的安全；四、针对数据的完整性方面，在防止路由攻击，防止存取攻击，拒绝服务攻击及节点故障等方

面做了设计和预防措施，保证了用户使用 P2P 网络的安全性。

3、研发投入情况

报告期内，公司研发投入具体情况如下：

单位：万元，除百分比外

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
研发支出合计	6,365.81	8,372.56	5,055.54	3,096.16
其中：（1）资本化支出	918.72	2,931.01	-	-
（2）费用化支出	5,447.09	5,441.55	5,055.54	3,096.16
职工薪酬	4,678.23	4,649.38	4,428.01	2,382.42
租赁费	388.90	325.35	289.42	228.27
折旧摊销费	90.26	29.13	51.85	281.29
委托开发费	49.69	276.32	25.02	81.64
其他	240.01	161.37	261.24	122.54
研发支出合计占营业收入比例	23%	26%	20%	18%

（二）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，研发人员数量稳定增长，具体情况见下表：

项目	2014 年 9 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
研发人员数量	242	248	205	135
占总人数比重	39%	42%	45%	46%

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。

八、未来发展与规划

（一）公司发展目标与未来三年的发展规划

1、发展目标

公司未来仍将秉承自创立伊始所设定的“更好地享受电影”的发展愿景，以“致力于发现并满足人们的视频需求”为使命，专注于视频技术和产品的创新，打造跨 PC、手机、PAD、客厅、智能硬件、可穿戴设备等所有智能终端的移动互联网领先视频平台，坚持高效率的运营模式，在用户持续快速增长的同时实现公司商业价值的最大化。

2、未来三年发展规划

未来三年，公司根据所设定的发展目标，以产品创新为核心，在互联网视频服务、互联网广告信息服务、智能终端三方面设定了具体的业务发展规划：

（1）互联网视频服务

公司将着力研发互联网视频新兴技术，不断提升产品的用户体验，丰富暴风影音平台的视频内容。一方面，公司将在现有“一键高清”、“2.0 声音系统模拟实现 5.1 音响效果”和“3D”等功能基础上持续优化和规模化应用，同时运用大数据系统和独创算法进一步创新产品功能，精准满足用户需求；另一方面，公司计划有效率的增加采购电影、电视剧及综艺节目的内容数量，逐渐开拓自制视频内容模式，在技术领先的基础上建立视频内容优势。

（2）互联网广告信息服务

公司将着力通过产品创新方式提升广告展现率与展现效果，为客户实现精准广告投放，不断提升暴风影音平台的媒体价值和广告客户的认知度。广告产品创新方面，公司将通过持续的技术研发与数据挖掘提升暴风影音平台的广告展现率与展现效果；广告展现形式方面，公司将充分运用已积累的用户数量与视频内容点击量，在保持良好用户体验的前提下增强贴片广告的推广力度，并通过技术手段实现视频内容植入式广告和互动式广告的新模式；广告客户类型方面，公司将在保持互联网行业广告客户投放量平稳增长的基础上，通过市场营销和技术手段，提升传统品牌客户的广告投放占比份额，努力促进收入继续增长。

（3）智能终端

公司认为移动互联网未来将从手机、PAD 进入多样化的智能终端时代，公司致力于在所有智能硬件终端为用户提供视频服务。为此，公司将围绕用户视频观看体验，加大在家庭智能设备和可穿戴设备领域的研发投入力度，在多样化智能终端的移动互联网视频领域确立领先的技术优势和用户规模，并尽快形成成熟的盈利模式，实现对公司未来长期持续增长的贡献。

3、实现发展目标和规划的具体措施

为实现所设立的发展目标与业务规划，公司在研发投入、创新机制、人力资源扩充、市场推广策略与营销网络建设四个方面设立了如下具体措施：

（1）持续增强研发投入

强大的技术研发能力是公司实现业务创新重要的基本保障，公司将围绕多样化智能终端的视频播放、视频压缩、数据传输、内容分发等视频核心技术持续增强研发投入，不断增强底层运营系统的稳定性、完善新兴技术的产品化转换，不断巩固公司视频技术的领先地位。

（2）严格执行研发创新机制

鼓励创新是公司得以始终处于视频技术领先地位的源动力。公司设立了完善的研发创新机制，采用项目管理方式进行产品研发，设立暴风技术创新实验室对视频领域的前沿技术进行深入研究，并将其转化为产品功能。公司将严格执行所设定的研发创新机制，为用户提供更加完善的视频体验。

（3）稳步扩充人力资源

创新以人为本，人才是公司最重要的资产。公司将在现有人员的基础上，根据业务发展需要稳步扩充技术人才与管理人才，加强文化建设，完善用人机制与激励机制，为公司发展打下坚实的人才基础。

（4）日益完善市场推广策略与营销网络建设

公司将不仅通过互联网新媒体和各类传统媒体进行宣传推广，而且将采取互联网行业特有的产品发布及联盟方式进行推广，从而进一步提高暴风影音的品牌知名度和在用户心目中的可信赖度。

公司将不断提高现有营销人员业务能力，引进高端营销人才，形成一支以市场为导向、以结果为衡量标准、精干高效的营销队伍。公司将完善营销网络建设，着力加强对传统品牌广告主的营销力度，发掘潜在客户，实现客户数量不断增长。

（二）实施发展目标和规划的基本假设条件和面临的主要困难

公司上述的发展计划是基于公司现有业务规模、市场地位及本行业的发展趋势等各方面因素综合制定的，上述计划的拟定依据了一定的假设条件并可能面临一些困难。

1、拟定发展目标和规划所依据的假设条件

（1）国内的宏观经济形势不发生重大变化，且公司遵循的有关国家现行法律、法规、政策等会对公司持续发展产生重大影响的因素无重大变化；

（2）公司能顺利实现股票发行上市，募集资金及时到位；

（3）公司现有的核心管理、研发人员不出现重大的变动，且公司在产品研发上无重大决策错误；

（4）没有其他不可抗力因素的重大不利影响。

2、实施发展目标和规划所面临的困难

（1）公司的业务扩张和技术产品化过程都有赖于资金的支持，资金不足已经成为公司快速发展的瓶颈因素；

（2）随着募集资金的到位，公司的资产规模、业务规模、资金运用规模都将迅速扩大，这将对公司的经营管理、组织设计、财务规划以及人力资源配置等提出了更高的要求，公司在战略规划、运营管理和内部控制等方面的管理能力将面临更大的挑战；

（3）人力资源是公司所在行业的最重要的生产要素，公司为保持较高的成长性和持续的技术创新能力，需要引进、培养更多高素质的管理人员、技术研发人员以及销售人员。

（三）发行人持续公告发展规划实施和目标实现的声明

若公司本次成功实现国内创业板上市，将在上市后当年及其后三个完整会计年度公告的定期报告中持续披露规划实施和目标实现的情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东及实际控制人冯鑫控制的其他企业（本公司全资及控股子公司除外）均未以任何形式直接或间接从事与公司相同或相似的业务，与本公司不存在同业竞争的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争损害公司及其他股东的利益，公司控股股东及实际控制人冯鑫于2012年1月6日出具《避免同业竞争和减少及规范关联交易之承诺函》，冯鑫承诺：本人及本人直接或间接控制的其他企业不会在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对股份公司构成竞争或潜在竞争的业务及活动，不会拥有或以其他任何形式控制与股份公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益。此外，本人不会在与股份公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织中担任职务。

二、关联交易

（一）关联方及关联交易

根据《公司法》和财政部于2006年2月15日颁布的《企业会计准则第36号—关联方披露》（财会[2006]3号）及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》的规定，对照公司实际情况，本公司存在的关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人及其控制或曾经控制的其他企业

关联方	与本公司关联关系
冯鑫	控股股东暨实际控制人、公司董事长兼总经理
Kuree International Inc.	实际控制人报告期内曾经控制的其他企业，目前已注销

Keli Capital Ltd.	实际控制人报告期内曾经控制的其他企业，目前已注销
Trippo Capital Ltd.	实际控制人报告期内曾经控制的其他企业，目前已注销
互软科技	实际控制人报告期内曾经控制的其他企业，目前已注销
酷热科技	实际控制人报告期内曾经控制的其他企业，目前已注销
保兰德尔	实际控制人报告期内曾经控制的其他企业，目前已注销
暴风传媒	实际控制人报告期内曾经控制的其他企业，目前已注销
融辉似锦	实际控制人控制的其他企业
瑞丰利永	实际控制人控制的其他企业
众翔宏泰	实际控制人控制的其他企业
天津鑫影科技有限公司	发行人全资子公司、实际控制人控制的其他企业
北京迅鲨科技有限公司	发行人控股子公司、实际控制人控制的其他企业
暴风秘境科技（天津）有限公司	发行人控股子公司、实际控制人控制的其他企业

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

关联方	与本公司关联关系
和谐成长	持有公司10.8889%的股份
青岛金石	持有公司5.7991%的股份

3、其他关联企业

关联方	与本公司关联关系
暴风秘境科技（天津）有限公司	关联自然人冯鑫、崔天龙担任董事的企业
北京迅鲨科技有限公司	关联自然人韦婵媛担任执行董事的企业
北京东尚科技有限公司	关联自然人张震控制并担任董事的企业，关联自然人韦婵媛担任董事的企业
北京丽兹行房地产投资顾问有限公司	关联自然人曲疏通担任董事、高管的企业
北京帝融咨询有限公司	关联自然人曲疏通担任董事、高管的企业
诚迈科技（南京）股份有限公司	关联自然人张震过去十二个月内担任董事的企业
China Payment Ltd.	关联自然人张震担任董事的企业
Ihaveu.com Ltd.	关联自然人张震过去十二个月内担任董事的企业
Linekong International Co., Ltd.	关联自然人张震过去十二个月内担任董事的企业
Apperience Corp.	关联自然人张震过去十二个月内担任董事的企业
UYA 100E Commerce Co.,Ltd	关联自然人张震过去十二个月内担任董事的企业
China Binary Sale Technology Limited.	关联自然人张震担任董事的企业
北京高榕资本管理咨询有限公司	关联自然人张震担任执行董事、高管的企业
金石投资有限公司	关联自然人祁曙光担任董事、高管的企业

中信金石基金管理有限公司	关联自然人祁曙光担任董事长的企业
中信产业投资基金管理有限公司	关联自然人祁曙光担任董事的企业
深圳市中信联合创业投资有限公司	关联自然人祁曙光担任董事、高管的企业
同方环境股份有限公司	关联自然人祁曙光过去十二个月内担任董事的企业
中信并购基金管理有限公司	关联自然人祁曙光担任董事的企业
北京九九乐龄科技有限公司	关联自然人王炜光控制的企业
无锡中太数据通信股份有限公司	关联自然人毕士钧担任董事的企业
四川川娇农牧科技股份有限公司	关联自然人毕士钧担任董事的企业
北京嘉和梦美贸易有限公司	关联自然人毕永盛控制的企业
北京歌华有线电视网络股份有限公司	关联自然人罗玫担任董事的企业
上海安必盛文化传播有限公司	关联自然人刘耀卿担任法定代表人及执行董事的企业
北京瑞天乐信息技术有限公司	关联自然人江霞担任执行董事、经理、法定代表人的企业
上海北唯信息技术有限公司	关联自然人丁丽丽担任法定代表人及执行董事的企业
成都锦天润科技有限公司	关联自然人朱兰控制的企业
重庆智林仪器仪表有限公司	关联自然人朱林担任高管的企业

4、其他关联自然人

关联方	与本公司关系
韦婵媛	董事、副总经理
曲静渊	董事、副总经理
毕士钧	董事
崔天龙	董事、副总经理
张震	董事
张琳	独立董事
高学东	独立董事
罗义冰	独立董事
丁俊云	监事、监事会主席
方德松	监事
谢江	职工监事
王刚	副总经理、董事会秘书
李永强	副总经理
吕宁	副总经理

关联方	与本公司关系
赵军	副总经理
李媛萍	助理总裁
杨立东	过去十二个月内曾担任公司董事、副总经理
祁曙光	过去十二个月内曾担任董事
阎冠和	过去十二个月内曾担任独立董事
刘耀卿	过去十二个月内曾任公司副总经理
赵志刚	过去十二个月内曾任董事会秘书、副总经理
罗玫	过去十二个月内曾担任独立董事

此外，发行人其他关联自然人还包括公司的实际控制人、公司现任及过去十二个月内任公司董事、监事、高级管理人员以及该等人士之关系密切的家庭成员，包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满18周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。有关董事、监事、高级管理人员的具体情况可参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员”的相关内容。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

报告期内，发行人与关联方之间不存在经常性的关联交易。

2、偶发性关联交易情况

（1）向关联方购买技术许可

根据 2011 年 6 月崔天龙与暴风网际签订的《技术许可合同》及 2012 年 1 月双方签署的《技术许可合同之补充协议》，崔天龙以 30 万元的价格将其作为发明人的一种基于图像分析及人工智能的可变参数的自动化视频转码方法以独占许可的方式许可给发行人使用，并且该等许可是永久的、全球范围内的许可，未经发行人同意，许可方崔天龙不得以任何方式终止该等许可。

发行人以该方法为基础，经过技术改进、软件开发和参数调整，实现了同样清晰度情况下视频文件的进一步压缩，从而为在线视频传输节省带宽。上述关联交易是交易双方经友好协商，在自愿、公平的原则基础上进行的，交易价格无市场价格或政府指导价格为参考，因此由交易双方公平协商确定，实现了双方的共赢，为发行人提高产品技术和节省成本起到了有效的作用，交易具有真实商业背景，交易价格公平公允，不存在损害发行人利益的情形。

截至本招股说明书签署之日，发行人已就根据该许可技术后续开发的“视频编码压缩方法”递交了专利申请并取得了授权（专利号：ZL201110302000.3），根据上述《技术许可合同之补充协议》的约定，崔天龙确认发行人为该等“视频编码压缩方法”的合法和唯一的所有人，其除作为该方法的发明人外，对该方法不享有任何其他权利并不会以任何形式对发行人就该方法享有的所有权提出任何异议。同时，将会尽最大努力协助该方法申请专利授权事宜直至该方法获得专利授权。

关于对发行人业务的作用和贡献及是否涉及职务成果，参见本招股说明书“第六节、业务和技术”之“五、（二）无形资产”相关内容。

（2）与关联方之间的资金拆借

为满足关联方之间的资金需要，报告期内本公司与关联方之间曾存在如下资金拆借事宜：

（a）拆入

单位：万元

关联方名称	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	拆入	偿还	拆入	偿还	拆入	偿还	拆入	偿还
北京互软科技有限公司	-	-	-	-	-	-	-	2,932.72

（b）拆出

单位：万元

关联方名称	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	拆出	收回	拆出	收回	拆出	收回	拆出	收回
李永强	-	-	-	-	-	-	-	120.00

（3）关联方往来款项余额

截至2014年9月30日、2013年12月31日、2012年12月31日、2011年12月31日，公司关联方往来款的余额均为0。

（4）向关联方增资及受让股权

2014年6月30日，黄通兵、彭凡、范佳佳、赵盼与北京七鑫易维信息技术有限公司（以下简称“七鑫易维”）共同出资设立暴风秘境科技（天津）有限公司，

发行人的董事长冯鑫在暴风秘境科技（天津）有限公司担任执行董事及法定代表人。2014年8月5日，发行人与七鑫易维、黄通兵、范佳佳、彭凡、赵盼及暴风秘境科技（天津）有限公司签订《公司增资及股权转让协议》，约定发行人以货币资金100万元为对价，受让其七鑫易维、黄通兵、范佳佳分别所持暴风秘境2.27%股权、1.93%股权及0.80%股份，并以货币资金400万元向暴风秘境进行增资，增加注册资本85,185元。2014年9月3日办理了工商变更登记完成此次股权转让及增资，本次交易完成后发行人持有暴风秘境51%股权，通过本次交易，暴风秘境成为发行人控股子公司。根据《公司法》、《企业会计准则第36号－关联方披露》（财会[2006]3号）及《关联交易管理办法》的相关规定，该次发行人受让暴风秘境股权并增资的行为构成关联交易。

3、报告期内，发行人全部关联交易简要汇总表

报告期内，发行人与关联方之间不存在经常性的关联交易。偶发性关联交易简要情况如下：

发生时间	关联方	交易类型	交易内容
2011年	崔天龙	向关联方购买技术许可	根据2011年6月崔天龙与暴风网际签订的《技术许可合同》及2012年1月18日双方签署的《技术许可合同之补充协议》，崔天龙以30万元的价格将其作为发明人的一种基于图像分析及人工智能的可变参数的自动化视频转码方法以独占许可的方式许可给发行人使用，并且该等许可是永久的、全球范围内的许可，未经发行人同意，许可方崔天龙不得以任何方式终止该等许可。
2011年	北京互软科技有限公司	资金拆借	发行人于2007年至2010年期间，向北京互软科技有限公司进行资金拆借，截至2010年12月31日，存在应付资金拆借款余额2,932.72万元，公司于2011年4月29日偿还了前述借款。
2011年	李永强	资金拆借	李永强于2009年至2010年期间，与发行人发生员工借款等行为，截至2010年12月31日，存在应收资金拆借款余额120.00万元，李永强于2011年9月28日向发行人偿还了前述借款。

2014年	暴风秘境科技（天津）有限公司	受让股权及增资	发行人与七鑫易维、黄通兵、范佳佳、彭凡、赵盼及暴风秘境科技（天津）有限公司于2014年8月5日签订《公司增资及股权转让协议》，发行人以货币资金100万元为对价，受让其七鑫易维、黄通兵、范佳佳分别所持暴风秘境2.27%股权、1.93%股权及0.80%股份，并以货币资金400万元向暴风秘境进行增资，增加注册资本85,185元。2014年9月3日办理了工商变更登记完成此次股权转让及增资。

（三）发行人关于关联交易的决策程序

发行人于第一届董事会第三次会议和2012年第二次临时股东大会对2009年至2011年的关联交易进行了确认，于2014年6月7日及2014年6月27日分别召开了第一届董事会第十四次会议、2013年度股东大会，审议通过了受让暴风秘境股权及增资的关联交易事宜。发行人自2009年起至今发生的关联交易已履行相应决策程序。

（四）公司关联交易制度的执行情况和独立董事意见

公司独立董事对2009年至今的关联交易履行的审议程序是否合法及交易价格是否公允发表了如下意见：公司发生的关联交易均建立在协议双方友好、平等、互利的基础上，定价方法遵循了国家的有关规定，符合关联交易规则，履行了合法程序，体现了诚信、公平、公正的原则，关联交易价格是公允的，不存在损害公司和股东利益的行为。董事会关于此事项的表决程序符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规以及《北京暴风科技股份有限公司章程》的有关规定。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员简介

（一）董事会成员

公司本届董事会由冯鑫、韦婵媛、曲静渊、毕士钧、崔天龙、张震、张琳、高学东、罗义冰 9 人组成，其中张琳、高学东、罗玫为独立董事，除罗玫、毕士钧、崔天龙、张琳外的其他董事均由 2011 年 12 月 1 日召开的创立大会暨第一次股东大会选举产生，独立董事罗玫由 2014 年 12 月 1 日召开的发行人 2014 年第二次临时股东大会选举产生，毕士钧、崔天龙及独立董事张琳由 2014 年 4 月 23 日召开的发行人 2014 年第一次临时股东大会选举产生，全部董事均不存在由关联人直接或间接委派的情况。

1、冯鑫

冯鑫，男，中国籍，无境外永久居留权，1972 年 10 月出生，大学本科学历，北京市石景山区政协委员。1989 年至 1993 年，于合肥工业大学管理工程系工业管理工程专业学习，获得本科学历。1993 年 8 月至 1995 年 6 月，就职于山西阳泉矿务局多种经营总公司；1999 年 3 月至 2004 年 5 月，就职于北京金山软件公司，历任销售经理、市场渠道部总监、毒霸事业部副总经理；2004 年 7 月至 2005 年 7 月，就职于雅虎中国工作，任个人软件事业部总经理；2005 年 8 月至 2006 年 12 月，创办北京酷热科技有限公司，任总裁；2007 年 1 月至今，创办北京暴风网际科技有限公司，后改制为北京暴风科技股份有限公司，任董事长、总经理。其它兼职情况请参见本节“五、董事、监事、高级管理人员兼职情况”。

2、韦婵媛

韦婵媛，女，中国籍，无境外永久居留权，1979 年 4 月出生，大学本科学历。1996 年 7 月至 2000 年 7 月，于北方工业大学学习；2000 年 8 月至 2004 年 7 月，就职于北京金山软件公司，任毒霸事业部产品助理、产品经理；2004 年 8 月至 2005 年 7 月，就职于雅虎中国个人软件事业部，任产品经理兼市场经理；

2007 年 1 月至今，就职于暴风科技，任及副总经理及董事职务。

3、曲静渊

曲静渊，女，中国籍，无境外永久居留权，1972 年 8 月出生，硕士研究生学历。1989 年 9 月至 1993 年 7 月，于山东工商学院工业会计专业学习，获经济学学士学位；2011 年 9 月至 2013 年 9 月，于中欧国际工商学院 EMBA 专业学习，获管理学硕士学位；1993 年 7 月至 1998 年 9 月，就职于珠海经济特区建设总公司财务部；2000 年 3 月至 2006 年 8 月，就职于北京金山软件公司财务部，历任财务经理、财务总监职务；2007 年 3 月至今，就职于本公司，任副总经理职务；2011 年 4 月至今任本公司董事、副总经理职务。

4、毕士钧

毕士钧，男，中国籍，无境外永久居留权，1979 年 2 月出生，硕士研究生学历。1998 年 9 月至 2002 年 7 月，于中央财经大学金融系国际金融专业学习，获经济学学士学位；2002 年 9 月至 2004 年 7 月，于北京大学光华管理学院金融专业学习，获经济学硕士学位；2004 年 8 月至 2006 年 2 月，就职于云南国际信托投资公司，任投资银行部项目经理职务；2006 年 3 月至 2013 年 6 月就职于中信证券股份有限公司，任投资管理部高级副总裁职务；2011 年 2 月至 2014 年 4 月 23 日担任本公司监事会主席；2013 年 6 月至今在金石投资有限公司任高级副总裁，2014 年 4 月 23 日起至今担任本公司董事。其它兼职情况请参见本节“五、董事、监事、高级管理人员兼职情况”。

5、崔天龙

崔天龙，男，中国籍，无境外永久居留权，1981 年 9 月出生，大学本科学历。2000 年 9 月至 2004 年 7 月，于黑龙江大学工商管理专业学习，获工商管理学士学位；2004 年 12 月至 2007 年 1 月，就职于北京高维视讯科技有限公司，任产品经理职务；2007 年 2 月至 2008 年 8 月，就职于北京点通视界信息技术有限公司，任产品总监职务；2008 年 9 月至 2014 年 4 月，就职于本公司，历任产品经理、产品总监、副总经理职务。2014 年 4 月至今任公司董事、副总经理，2014 年 9 月 30 日至今任暴风秘境的董事。

6、张震

张震，男，中国籍，无境外永久居留权，1976 年 5 月出生，研究生学历。1993 年 9 月至 1998 年 7 月，清华大学水利水电建筑专业本科；1996 年 9 月至 1999 年 7 月，清华大学法学专业本科；1999 年 9 月至 2002 年 7 月，清华大学企业管理专业硕士；于 2000 年，获得中国律师资格。2002 年 7 月至 2012 年 12 月，就职于国际数据（中国）投资有限公司，任副总裁职务；2014 年 3 月至今，担任北京高榕资本管理咨询有限公司执行董事，2011 年 2 月至今，担任本公司董事。其它兼职情况请参见本节“五、董事、监事、高级管理人员兼职情况”。

7、张琳

张琳，女，1951 年生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。1982 年 6 月至 1993 年 1 月，就职于北京市机电研究院计算机室；1993 年 2 月至 2007 年 11 月就职于北京市经委经济技术市场发展中心；2000 年 2 月至 2011 年 12 月，就职于北京软件行业协会，历任副秘书长及顾问。2000 年 12 月获得高级工程师（电子技术）职称。2014 年 4 月至今，在本公司担任独立董事职务。

8、高学东

高学东，男，1963 年生，中国籍，无境外永久居留权，博士学位，博士生导师。1983 年 7 月至 1986 年 9 月，就职于北京科技大学基础部；1993 年至今就职于北京科技大学东凌经济管理学院；2011 年 12 月至今，兼任本公司独立董事职务。其它兼职情况请参见本节“五、董事、监事、高级管理人员兼职情况”。

9、罗义冰

罗义冰，女，1948 年生，中国籍，无境外永久居留权，大专学历。1971 年 11 月至 1978 年 5 月在成都市媒炭工业管理局历任会计、主办会计及财务负责人；1978 年 5 月至 1989 年 10 日在广东省湛江南海西部石油公司（中海油）担任行政管理部财务副科长、会计师；1989 年 10 月至 1994 年 5 月任广东省湛江市霞山区政府经济委员会副主任科员、会计师；1994 年 5 月至 2000 年 12 月任广东省湛江市霞山区会计师事务所所长、法人代表，取得中国注册会计师资格；2000 年 12 月至 2005 年 5 月任广东省湛江天力会计师事务所法人代表、所长；2005 年 5 月至今为湛江市律德会计师事务所有限公司副所长。2014 年 12 月至今任本公司独立董事。其它兼职情况请参见本节“五、董事、监事、高级管理人员兼职

情况”。

（二）监事会成员

公司监事会由丁俊云、方德松和谢江 3 名监事组成，其中，丁俊云由 2014 年 4 月 23 日召开的 2014 年第一次临时股东大会选举产生，方德松由 2011 年 12 月 1 日召开的创立大会暨第一次股东大会选举产生，谢江由职工代表大会选举产生，不存在由关联人直接或间接委派的情况。

1、丁俊云

丁俊云，女，1982 年生，中国籍，无境外永久居留权，大学本科，中共党员。2006 年毕业于天津师范大学。2006 年 1 月至 2007 年 3 月任北京视听纵横电视传媒有限公司编导；2007 年至 2014 年 5 月，在本公司任职，历任公关主管、公关经理、市场高级经理、市场总监，曾获得 2009 年度北京市石景山区优秀共产党员称号。2014 年 5 月至今，在北京天使汇创业金融信息服务有限公司担任市场总监。2011 年 11 月至 2014 年 4 月，任本公司职工代表监事；2014 年 4 月提出离职申请，辞去职工代表监事职务，并于 2014 年 4 月 23 日起担任监事（股东代表监事）至今。

2、方德松

方德松，男，中国籍，无境外永久居留权，1976 年 12 月出生，本科学历。1995 年 9 月至 1999 年 7 月，于中南财经政法大学金融学和行政管理专业学习，获经济学和法学双学士学位；1999 年 9 月至 2004 年 5 月，就职于新疆屯河投资股份有限公司，任战略部经营分析主管职务；2004 年 6 月至 2005 年 8 月，就职于滦河国际控股有限公司，任资本运营事业部总裁助理职务；2005 年 9 月至 2006 年 9 月，就职于北京汇源饮料食品集团，任投资部经理职务。2006 年 9 月至今分别就职于北京华控汇金投资管理有限公司行业研究部及北京华控投资顾问有限公司。2011 年 2 月至今任本公司监事。

3、谢江

谢江，男，中国籍，无境外永久居留权，1977 年 6 月出生，本科生学历。1997 年 9 月至 2001 年 7 月，于沈阳工业学院（现沈阳理工大学）机械设计及制

造专业学习，获学士学位； 2002 年 10 月至 2005 年 7 月，就职于辽宁省质量技术监督局信息中心，任网页设计师； 2006 年 12 月至 2008 年 5 月，就职于深圳市迅雷网络技术有限公司，任 UI 设计师； 2008 年 8 月至 2010 年 8 月，就职于北京暴风科技股份有限公司，任 UI 设计师； 2010 年 12 月至 2011 年 10 月，就职于北京酷盘网络技术有限公司，任高级 UI 设计师； 2012 年 5 月至今，就职于北京暴风科技股份有限公司，任高级 UI 设计师；2014 年 4 月 23 日至今，任本公司监事。谢江为公司职工监事。

（三）高级管理人员

1、王刚

王刚，男，中国籍，无境外永久居留权，1965 年 8 月出生，大学本科学历。1982 年 8 月至 1986 年 8 月，于湖南大学电气工程系学习，工学学士学位；1986 年 9 月至 1989 年 1 月，就职于成都仪器厂，任技术服务经理、销售经理职务；1989 年 2 月至 1992 年 1 月，就职于成都市经委；1992 年 2 月至 1996 年 10 月，就职于德国西门子公司成都服务中心，任技术咨询经理职务。1996 年 11 月至 2005 年 8 月，就职于成都商报社，历任记者、高级记者、编辑、责编、主编、经济新闻部副主任、经济中心主任、网上俱乐部杂志副主编等职务；2005 年 10 月至 2006 年 12 月，就职于成都博瑞传播股份有限公司，任北京业务总部新媒体总监、北京瑞其娱乐传媒公司董事；2007 年 1 月至 2008 年 10 月，就职于星百瑞传媒（北京）有限公司，任董事总经理职务，2008 年 11 月至今，就职于本公司，任副总经理、总编辑职务，2014 年 1 月至今，兼任本公司董事会秘书职务。

2、李永强

李永强，男，中国籍，无境外永久居留权，1971 年 7 月出生，大学本科学历。1989 年 9 月至 1993 年 7 月，于山西大学数学教育专业学习，获理学学士学位；1993 年 12 月至 2004 年 8 月，就职于山西太原第三高级职业学校，任学生处主任职务；2004 年 9 月至 2007 年 2 月，就职于山西太原第四十八中学校，任教师职务；2007 年 3 月至 2011 年 8 月，就职于本公司，任总裁办主任职务；2011 年 9 月至今，就职于本公司，任副总经理职务。

3、吕宁

吕宁，女，中国籍，无境外永久居留权，1981 年 8 月出生，大学本科学历。2000 年至 2004 年，于北京联合大学自动化专业学习，获本科学历。2004 年 6 月至 2007 年 5 月，就职于北京雷石科技有限公司，任公司供应链总监。2007 年 6 月至今，就职于北京暴风科技股份有限公司，历任运维总监、版权总监、产品推广总监职务；2013 年 10 月至今，任本公司副总经理职务。

4、赵军

赵军，女，中国籍，无境外永久居留权，1981 年 6 月出生，硕士研究生学历。1999 年至 2003 年，于华中科技大学学习获得本科学历。2003 年至 2006 年，于北京科技大学学习获得工学硕士学历。2006 年 4 月至 2010 年 9 月，就职于亿览在线股份有限公司产品经理，高级产品经理；2010 年 10 月至今，就职于暴风科技股份有限公司，历任暴风影音 PC 产品总监，暴风无线业务产品总监职务；2013 年 10 月至今，任本公司副总经理职务。

5、李媛萍

李媛萍，女，中国籍，无境外永久居留权，1981 年 12 月出生，大学研究生学历，国家二级心理咨询师。2010 年 9 月至 2014 年，于北京师范大学经济管理学院学习，获得研究生学历，硕士学位。2005 年 6 月至 2006 年 6 月于北京久恒博雅咨询中心，任咨询顾问。2006 年 11 月至 2007 年 10 月，就职于金星国际教育集团，任企业培训经理；2008 年 4 月至 2010 年 4 月，就职于上海花千树科技有限公司（世纪佳缘网站）任销售部经理；2010 年 4 月至今，北京暴风科技股份有限公司任销售总监，华南大区总经理、助理总裁。2013 年 10 月至今任公司助理总裁。

发行人上述董事、监事及高级管理人员的提名情况如下：

人员姓名	职务	提名人
冯鑫	董事长、总经理	冯鑫
韦婵媛	董事、副总经理	冯鑫
曲静渊	董事、副总经理	冯鑫
毕士钧	董事	青岛金石
崔天龙	董事、副总经理	冯鑫

张震	董事	和谐成长
高学东	独立董事	冯鑫
张琳	独立董事	冯鑫
罗义冰	独立董事	冯鑫
丁俊云	监事（监事会主席）	冯鑫
谢江	监事（职工代表）	职工选举
方德松	监事	华控成长
王刚	副总经理	冯鑫
李永强	副总经理	冯鑫
吕宁	副总经理	冯鑫
赵军	副总经理	冯鑫
李媛萍	助理总裁	冯鑫

上述董事、监事、高级管理人员已参加发行人律师组织的关于股票发行上市相关法律法规的合规培训，充分了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任。经保荐机构、发行人律师、申报会计师等中介机构辅导，上述人员对股票发行上市、公司规范运作等相关法律法规进行了学习、了解，知悉其作为上市公司董事、监事、高级管理人员的法定义务及责任。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有公司股份的情况如下：

1、直接持股

姓名	持股数（股）	持股比例	所持股份是否质押或冻结
冯鑫	25,556,490	28.40%	无
韦婵媛	1,444,050	1.60%	无
曲静渊	1,237,770	1.38%	无
王刚	550,170	0.61%	无

2、间接持股

姓名	间接持股企业	财产份额	所持股份是否质押或冻结
冯鑫	融辉似锦	10.6590%	无
	瑞丰利永	4.4934%	无
	众翔宏泰	8.2675%	无

姓名	间接持股企业	财产份额	所持股份是否质押或冻结
曲静渊	融辉似锦	5.6169%	无
王刚	融辉似锦	2.6178%	无
崔天龙	瑞丰利永	19.4718%	无
韦婵媛	众翔宏泰	15.4395%	无
丁俊云	众翔宏泰	4.9063%	无
李永强	融辉似锦	16.3900%	无
	瑞丰利永	3.4760%	无
	众翔宏泰	2.4708%	无
吕宁	瑞丰利永	2.9956%	无
赵军	融辉似锦	1.6181%	无
	瑞丰利永	2.5143%	无
李媛萍	瑞丰利永	0.6490%	无

3、董事、监事、高级管理人员直接及间接持有本公司股份的合计情况及近三年变化情况

单位：%

	冯鑫	韦婵媛	曲静渊	王刚	崔天龙	丁俊云	吕宁	赵军	李永强	李媛萍	合计
2010/12/2	73.56	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	78.56
2010/12/20	61.01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61.01
2010/12/24	54.71	4.22	2.35	1.08	-	-	-	-	-	-	62.36
2011/2/15	39.10	3.62	1.75	0.78	-	-	-	-	-	-	45.25
2011/3/11	32.95	3.05	1.48	0.66	-	-	-	-	-	-	38.14
2011/7/19	32.78	2.99	1.45	0.64	-	-	-	-	-	-	37.86
2011/8/3	29.84	2.99	1.45	0.64	-	-	-	-	-	-	34.92
2011/8/25	28.40	2.85	1.38	0.61	-	-	-	-	-	-	33.24
2011/8/26	28.40	2.85	1.37	0.61	-	-	-	-	-	-	33.23
2011/11/30	28.83	1.80	1.54	0.68	0.61	0.06					33.52
2014/5/16	28.95	1.80	1.54	0.68	0.61	0.06	0.09	0.12	0.61	0.02	34.49

三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员其它对外投资

情况如下：

姓名	对外投资	投资金额	持股比例	有关承诺和协议
冯鑫	北京九九乐龄科技有限公司	15万	30%	无
	北京叮当时光网络科技发展有限公司	20万	20%	无
	北京片刻时光网络科技发展有限公司	34.36万	15%	无
崔天龙	哈尔滨维森数码音画广告有限公司	10万	15%	无
曲静渊	北京红象云腾系统技术有限公司	10万	3%	无
	苏州大致启宏企业管理咨询中心（有限合伙）	30万	3.03%	无
	北京枫悦信合投资中心（有限合伙）	25万	15.3846%	五
张震	北京高榕资本管理咨询有限公司	33.34万	33.34%	无
	北京东尚科技有限公司	585万	58.5%	无

上述人员的其它对外投资与公司不存在利益冲突。截至本招股说明书签署之日，除上述已披露的其它对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员不存在其它与发行人存在利益冲突的对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员最近一年的薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员的薪酬组成、确定依据、所履行的程序

发行人董事、监事、高级管理人员的薪酬主要由基本工资、奖金组成。该薪酬系根据《北京暴风科技股份有限公司章程》等公司相关制度的规定，经公司董事会薪酬与考核委员会提议，参考同行业薪资水平，并提交公司董事会及股东大会审议通过。

（二）最近三年内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

最近三年发行人董事、监事、高级管理人员的薪酬总额分别为 600.46 万元、643.52 万元、511.98 万元，分别占当期发行人利润总额的 12.18%、11.69%、12.77%。

（三）董事、监事、高级管理人员最近一年的薪酬情况

公司现任董事、监事、高级管理人员于 2013 年度在公司和关联企业领取薪酬情况如下：

姓名	职务	在本公司领取薪酬（万元）	在控股股东控制的其他企业领薪情况（万元）
冯鑫	董事长、总经理	93	0
韦婵媛	董事、副总经理	36	0
曲静渊	董事、副总经理	38.4	0
毕士钧	董事	0	0
崔天龙	董事、副总经理	36	0
张震	董事	0	0
高学东	独立董事	7	0
罗义冰	独立董事	0	0
张琳	独立董事	0	0
丁俊云	监事、监事会主席	22.4	0
方德松	监事	0	0
谢江	监事	22.5	0
王刚	副总经理	39.6	0
李永强	副总经理	19.2	0
吕宁	副总经理	34.2	0
赵军	副总经理	36	0
李媛萍	助理总裁	25.2	0

除上述收入外，公司董事、监事、高级管理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、高级管理人员兼职情况如下：

姓名	公司职务	其他任职单位	现任职务	其他任职单位与公司关系
冯鑫	董事长	融辉似锦	执行事务合伙人	无业务往来，公司股东
		瑞丰利永	执行事务合伙人	无业务往来，公司股东
		众翔宏泰	执行事务合伙人	无业务往来，公司股东

姓名	公司职务	其他任职单位	现任职务	其他任职单位与公司关系
		北京叮当时光网络科技发展有限公司	监事	无业务往来，无持股关系
		暴风秘境科技（天津）有限公司	董事长、法定代表人	发行人控股子公司
		天津鑫影科技有限公司	经理、执行董事、法定代表人	发行人全资子公司
韦婵媛	董事	天津鑫影科技有限公司	监事	发行人全资子公司
		北京迅鲨科技有限公司	执行董事	发行人控股子公司
		北京东尚科技有限公司	董事	无业务往来，无持股关系
张震	董事	China Payment Ltd.	董事	无业务往来，无持股关系
		China Binary Sale Technology Limited.	董事	无业务往来，无持股关系
		北京高榕资本管理咨询有限公司	执行董事、经理	无业务往来，无持股关系
		IDG 资本投资顾问（北京）有限公司	合伙人（过去 12 个月内曾经担任）	无业务往来，无持股关系
		北京东尚科技有限公司	董事	无业务往来，无持股关系
毕士钧	董事	金石投资有限公司	高级副总裁	无业务往来，其全资子公司青岛金石为发行人股东
		青岛金石暴风投资咨询有限公司	监事	无业务往来，系发行人股东
		四川川娇农牧科技股份有限公司	董事	无业务往来，无持股关系
		无锡中太数据通信股份有限公司	董事	无业务往来，无持股关系
崔天龙	董事	暴风秘境科技（天津）有限公司	董事	发行人控股子公司
高学东	独立董事	北京科技大学东凌经济管理学院	教授	无业务往来，无持股关系
张琳	独立董事	福建省闽咨造价有限公司北京分公司	负责人	无业务往来，无持股关系
罗义冰	独立董事	湛江市律德会计师事务所有限公司	副所长	无业务往来，无持股关系
丁俊云	监事会主席	天使汇创业金融信息服务有限公司	市场总监	无业务往来，无持股关系
方德松	监事	北京华控投资顾问有限公司	董事（仅为岗位名称，非董事会成员）	无业务往来，系发行人股东华控成长之有限合伙人华控汇金投资管理有限公司的子公司

除上述兼职外，公司董事、监事、高级管理人员无其它兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员相互之间存在的亲属关系

发行人董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员所签订的协议

截至本招股说明书签署日，公司与目前在公司担任具体职务的董事、高级管理人员及监事均已签订《劳动合同》。该等劳动合同均在有效履行中。

八、董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员重要承诺事项请参见本招股说明书“重大事项提示”部分及“第五节发行人的基本情况”之“九、持有 5%以上股份的主要股东，作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”部分披露的重要承诺事项。

九、公司董事、监事、高级管理人员任职资格

截至本招股说明书签署之日，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。

十、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况

（一）董事的变动情况

发行人整体变更为股份公司后，设董事会，由九人组成，其中包含三名独立董事，符合独立董事不低于三分之一的法规要求。

发行人近两年来董事变动情况如下：

1、 2012 年 1 月 1 日，发行人董事会由九名董事组成，成员为冯鑫、韦婵媛、曲静渊、杨立东、张震、祁曙光、高学东（独立董事）、阎冠和（独立董事）及支晓强（独立董事）；冯鑫任董事长；

2、 2013 年 6 月 28 日，支晓强因个人原因向公司辞去独立董事职位，公司股东大会选举罗玫担任新的独立董事。发行人董事会成员变更为冯鑫、韦婵媛、曲静渊、杨立东、张震、祁曙光、高学东（独立董事）、阎冠和（独立董事）及罗玫（独立董事），冯鑫任董事长。

3、 2013 年 12 月 31 日，杨立东因个人原因辞去董事职位；2014 年 4 月 1 日，祁曙光因个人原因辞去董事职位；2014 年 4 月 23 日，公司股东大会选举毕士钧、崔天龙担任新的董事；阎冠和因个人原因辞去独立董事职位，公司股东大会选举张琳担任新的独立董事。发行人董事会成员变更为冯鑫、韦婵媛、曲静渊、毕士钧、崔天龙、张震、高学东（独立董事）、张琳（独立董事）及罗玫（独立董事），冯鑫任董事长。

4、 2014 年 12 月 4 日公司第一届董事会任期届满，公司于 2014 年 12 月 1 日召开 2014 年第二次临时股东大会，选举冯鑫、韦婵媛、曲静渊、毕士钧、崔天龙、张震、高学东（独立董事）、张琳（独立董事）及罗义冰（独立董事）为公司第二届董事会成员，冯鑫任董事长，罗玫任期届满不再继续担任公司独立董事。

公司现任 9 名董事中，创始人冯鑫及主要创始团队成员韦婵媛、曲静渊及崔天龙长期服务于本公司，分别主管产品运营、财务及研发等核心部门；张震系股东和谐成长提名，自股份公司设立以来即担任公司董事；毕士钧系股东青岛金石提名，于 2014 年 4 月经股东大会选举担任公司董事，毕士钧自 2011 年 2 月至 2014 年 4 月担任本公司监事会主席，熟悉公司经营情况；独立董事中，高学东自股份公司设立以来即担任公司独立董事，张琳及罗义冰分别为软件行业、财务及企业管理领域内的专家，保证了公司独立董事制度的良好运行并在公司治理中起到重要作用。最近两年，公司董事会运行良好，董事会人员没有发生不利于发行人业务经营稳定性的重大变化。

（二）监事的变动情况

发行人整体变更为股份公司后，设监事会，由三人组成，其中包含一名职工监事。发行人近两年来监事变动情况如下：

1、2012 年 1 月 1 日，公司监事由三人组成，成员为毕士钧、方德松、丁俊云。

2、2014 年 4 月，公司职工代表监事丁俊云因向公司提交申请而辞去职工监事任职，公司职工代表大会选举谢江为新的职工代表监事。2014 年 4 月 23 日，毕士钧因接任董事而辞去监事职务，公司股东大会选举丁俊云为新的股东代表监事，公司监事会成员变更为丁俊云、方德松、谢江。

3、2014 年 12 月 4 日公司第一届监事会任期届满，公司于 2014 年 12 月 1 日召开 2014 年第二次临时股东大会，选举丁俊云、方德松、谢江为公司第二届监事会成员。

（三）高级管理人员的变动情况

发行人整体变更为股份公司后，高级管理人员由公司总经理、副总经理组成。

发行人近两年来高级管理人员变动情况如下：

1、 自 2012 年 1 月 1 日至 2013 年 9 月 30 日，公司高级管理人员为冯鑫、韦婵媛、曲静渊、王刚、杨立东、崔天龙、刘耀卿、李永强、赵志刚。

2、自 2013 年 10 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日，公司高级管理人员为冯鑫、韦婵媛、曲静渊、崔天龙、王刚、杨立东、刘耀卿、李永强、吕宁、赵军、李媛萍、赵志刚。

3、自 2014 年 1 月 1 日至今，公司高级管理人员为冯鑫、韦婵媛、曲静渊、崔天龙、王刚、李永强、吕宁、赵军、李媛萍。

公司现任 9 名高级管理人员中，创始人冯鑫及主要创始团队人员韦婵媛、曲静渊、崔天龙、王刚及李永强长期服务于本公司，分别主管产品运营、财务、产品研发、编辑等核心业务。为进一步优化采购业务并增强无线业务，公司于 2013 年 10 月新增吕宁及赵军为公司副总经理，分别分管公司采购部门及无线业务部门，吕宁与赵军分别于 2007 年及 2010 年加入公司，曾分别担任公司版权部门总

监及无线业务产品总监。原销售副总经理刘耀卿因个人原因离职，公司新增李媛萍为公司助理总裁，分管销售部门，李媛萍自 2010 年加入公司，历任公司销售总监、华南区销售经理。此外，原副总经理杨立东因个人原因离职；原董事会秘书赵志刚调岗，公司董事会秘书由副总裁王刚兼任。最近两年，公司高级管理人员没有发生不利于发行人业务经营稳定性的重大变化。

十一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及审计委员会运行及履职情况

（一）股东大会运行及履职情况

公司设股东大会，为公司最高权力机构。公司自整体变更以来，先后召开了 8 次股东大会，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

（二）董事会的运行及履职情况

根据现行有效的《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，公司设董事会，对股东大会负责。董事由股东大会选举或更换，任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事会由九名董事组成，包括六名非独立董事，三名独立董事。董事会设董事长一人，由董事会以全体董事的过半数选举产生。公司自整体变更以来，先后召开了 19 次董事会，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

（三）监事会的运行及履职情况

按照现行有效的《公司章程》和《监事会议事规则》的规定，公司设监事会。监事会由三名监事组成，其中，股东代表监事二名，职工代表监事一名。首届监事会中的股东代表监事人选经公司创立大会选举产生，此后历届监事会中股东代表监事由公司股东大会选举产生。职工代表监事由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。监事会设主席一人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事的任期每届为三年。监事任期届满，连选可以连任。公司自整体变更以来，先后召开了 11 次监事会，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

（四）独立董事的履职情况

公司独立董事 3 人，独立董事人数占董事会人数三分之一以上，符合有关规定。公司独立董事自聘任以来均能勤勉尽责，独立董事按期出席董事会，会前审阅董事会材料，董事会会议期间认真审议各项议案，对议案中的具体内容提出相应质询，按照本人独立意愿对董事会议案进行表决，对表决结果和会议记录核对后签名。

独立董事制度运行至今，对促进公司关联交易决策公平、公正、公允性，保障董事会决策科学性，维护股东权益方面都起到了积极的作用。随着公司独立董事制度不断地建立健全和完善，公司的独立董事将在公司治理中起到更加重要的作用。

（五）董事会秘书的履职情况

2011 年 12 月 1 日，公司第一届第一次董事会决议聘任赵志刚任公司董事会秘书。

2013 年 12 月，赵志刚因岗位调整不再担任公司董事会秘书职务，2014 年 1 月，公司董事会决定聘任王刚担任公司董事会秘书。

公司整体变更以来，公司董事会秘书筹备了董事会会议和股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（六）审计委员会的运行及履职情况

2011 年 12 月 1 日，公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过了现行有效的《董事会审计委员会议事规则》。根据《董事会审计委员会议事规则》，审计委员会由 3 名董事组成，独立董事 2 名，其中至少有 1 名独立董事为具有高级职称或注册会计师资格的会计专业人士。公司内部审计部为审计委员会办事机构。

截至本招股说明书签署日，公司审计委员会委员为独立董事罗义冰（主任委员）、独立董事高学东和董事曲静渊，其中罗玫为董事会审计委员会的召集人。

审计委员会建立后，依据《董事会审计委员会工作细则》履行职责，强化了

公司董事会的决策功能，进一步完善了公司的治理结构，公司审计委员会目前运行情况良好。

十二、公司近三年违法违规行为的情况

2014 年 6 月 6 日，发行人因未经著作权人美国瑞尔数码公司许可向公众提供著作权人作品 Real 解码器而被北京市文化市场行政执法总队以京文执罚（2014）第 50034 号《行政处罚决定书》处以责令停止侵权、罚款人民币 28,000 元。同日，发行人向北京市文化市场行政执法总队缴纳了相应罚款并停止了侵权行为。除前述处罚外，报告期内发行人无其他受到文化部门处罚的情况。根据北京市文化市场行政执法总队于 2014 年 12 月 15 日出具的《证明》，除受到上述处罚外，发行人不存在其他因违反互联网文化、互联网出版行政管理相关法律法规受到该机构及北京市各区、县文化委员会行政处罚的记录。

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、审计委员会制度。除上述处罚外，公司近三年按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营活动，不存在其他被相关主管机关处罚的情况。

十三、公司近三年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况

除本招股说明书“第七节同业竞争和关联交易”之“二、关联交易（二）关联交易”部分所披露的情况外，公司近三年不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

十四、公司内部控制制度情况

（一）管理层对公司内部控制的自我评估意见

公司管理层对内部控制制度的自我评估意见如下：

“本公司管理层认为，根据财政部颁布的《企业内部控制基本规范》的要求，于2014年9月30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。”

（二）注册会计师对公司内部控制的审核意见

公司审计机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“大华核字大华核字[2014]005152 号”《内部控制鉴证报告》，意见如下：“我们认为，暴风科技按照《内部会计控制规范-基本规范（试行）》和相关规定于2014年9月30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。”

（三）内部控制制度最近三年的执行情况

报告期内，本公司内部控制制度执行情况良好。

十五、公司资金管理制度

（一）资金管理的政策及制度安排

公司内部控制体系健全，已制定了严格的资金管理制度，明确公司所有的人民币及外币银行存款、现金、其他形式的存款等使用及资金账户的管理必须符合《货币资金管理制度》的规定，并加强对公司系统内资金使用的监督和管理，严禁业务人员公款私存，严格控制银行票据管理、付款管理、现金管理等。

（二）资金管理的政策及制度安排最近三年的执行情况

报告期内，本公司资金管理制度执行情况良好。

十六、公司对外投资制度

（一）对外投资决策权限

现行有效的《公司章程》与《对外投资管理办法》明确规定了对外投资决策权限。

根据《公司章程》第三十八条第（十三）项规定，股东大会审议批准公司在一年内对外投资所涉金额超过公司最近一期经审计净资产 15%的事项。

根据《公司章程》第一百零三条第（十七）项规定，董事会审议批准公司章程第三十九条规定须经股东大会审议范围以外的公司对外投资事项。

根据《对外投资管理办法》第十三条规定，除依据该办法规定授权总经理决策的事项以外，公司所有的对外投资（含委托理财、委托贷款、对子公司投资等）事项都应经董事会审议通过。下列事项还应在董事会审议通过后，按规定报股东大会批准（除此以外的投资事项，由董事会批准）：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算依据；（2）交易标的在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 3000 万元；（3）交易标的在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润 50%以上，且绝对金额超过 300 万元；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 3000 万元；（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润 50%以上，且绝对金额超过 300 万元。

根据《对外投资管理办法》第十六条规定，购买、出售、置换资产若所涉及的资产总额或者成交金额在连续十二个月内经累计计算超过公司最近经审计总资产 30%的，除应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构进行审计或者评估外，还应当提交股东大会审议，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上特别决议通过。该等事项的交易额应当以资产总额和成交金额中较高者作为计算标准，并按交易事项的类型累计计算。公司在连续十二个月内对同一或相关资产分次购买、出售、置换的，以其累计数计算购买、出售、置换的数额。

（二）对外投资决策程序

根据《对外投资管理办法》第二十三条规定，董事会审议重大投资事项时，应当认真分析投资前景，充分关注投资风险以及相应的对策。对于可研报告论证不充分的项目，可以暂缓表决，责令公司总经理组织实施进一步的论证。

根据《对外投资管理办法》第二十四条规定，公司审议证券投资、委托理财或衍生产品投资事项的，应重点关注公司拟委托的交易机构是否符合交易所的相关规定。董事会在做出同意该等投资事项的决定时，应指定专人跟踪投资的进展及资金安全状况，要求其在发现异常情况时及时报告，以便董事会立即采取有效措施回收资金，避免或减少公司损失。

根据《对外投资管理办法》第二十五条规定，对于重大投资项目，公司总经理或投资管理部门应当组织有关专家、专业人员进行评审。公司可聘请法律顾问对对外投资项目的相关协议、合同和重要信函、章程等进行法律审核。

（三）对外投资制度最近三年的执行情况

报告期内，本公司对外投资制度执行情况良好。

十七、公司对外担保制度

（一）对外担保制度安排

现行有效的《公司章程》、《股东大会议事规则》和《董事会议事规则》、《对外担保管理办法》明确规定了公司对外担保决策权限。

根据《公司章程》第三十九条及《股东大会议事规则》和《董事会议事规则》相关规定，公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（一）公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；（二）按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，公司的对外担保总额，超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；（三）按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 3000 万元以上；（四）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（五）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%

的担保；（六）对股东、实际控制人及股东、实际控制人的关联方提供的担保。（七）根据相关法律法规的规定，应由股东大会决定的其他对外担保事项。

根据《对外担保管理办法》第十七条规定，应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。须经股东大会审批的对外担保，包括下列情形：（一）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10％的担保；（二）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；（三）为资产负债率超过 70％的担保对象提供的担保；（四）按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，公司的对外担保总额，超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；（五）按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 3000 万元以上；（六）对股东、实际控制人及其关联人提供的担保。

根据《对外担保管理办法》第十八条规定，上述第十七条所规定的对外担保事项，应先由公司董事会以全体董事过半数且占出席董事会议的三分之二以上董事的特别决议审议通过后报股东大会审议，并由股东大会按照第十七条规定以普通决议或特别决议通过。第十七条规定以外的对外担保事项，由公司董事会以董事会特别决议通过，即，应当由公司全体董事过半数同意且占出席董事会议的三分之二以上董事通过。

（二）对外担保制度最近三年的执行情况

报告期内，本公司对外担保制度执行情况良好。

十八、投资者权益保护措施

为有效保护投资者的合法权益，促进公司规范运作，根据《公司法》、《证券法》等有关法律法规、规范性文件和《公司章程》的规定，公司制定了《对外投资管理办法》、《投资者关系管理办法》等一系列制度，对保护中小股东及利益相关者的利益，规范公司信息披露工作，加强公司与投资者和潜在投资者之间信息沟通，促进公司与投资者之间的良性关系作了详细的规定。

（一）股东的基本权利

《公司章程》明确规定了公司股东可享有的权利，主要包括：（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

（二）信息披露制度

为加强社会公众对公司的监督作用，公司制订了《信息披露管理办法》。公司此次公开发行股票上市后，将按照《公司法》、《证券法》、证券交易所的信息披露规定等法律、法规、规则以及公司章程的规定，认真履行公司的信息披露义务，及时在指定报刊及网站上公告公司在涉及重要采购、重大投资、重要财务决策等方面的事项，包括公布中报、年报、临时公告等，切实维护广大投资者利益。

（三）股东投票及计票机制

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，公司董事的选举将采取累积投票制，并将对中小投资者的投票单独计票。

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下,通过各种方式和途径,优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段,为股东参加股东大会提供便利。

股东大会议案按照有关规定需要同时征得社会公众股东单独表决通过的，或根据本章程的规定需要进行网络投票的，除现场会议投票外，公司应当向股东提供股东大会网络投票系统。

公司股东大会采用网络投票方式的，公司股东大会通知中应当对网络投票和累积投票的投票代码、投票议案号、投票方式等有关事项做出明确说明。股东大会股权登记日登记在册的所有股东，均有权通过网络投票系统行使表决权。网络

投票的具体实施应遵守《深圳证券交易所上市公司股东大会网络投票实施细则》等相关规定。

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时披露，并报送证券监管部门。中小投资者标准按《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 17.1 条关于社会公众股东的规定执行或按股东大会会议通知发出当日有效的监管规则确定。

（四）发行人与股东之间的多元化纠纷解决机制

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，公司设证券部，由董事会秘书领导，为投资者关系管理工作的职能部门。证券部应按照相关规定及时、准确地进行信息披露，加强与股东的沟通，同时，公司设立专门的咨询电话，股东可利用咨询电话向公司询问、了解其关心的问题，建立有效的沟通渠道，切实维护股东权利，避免股东与公司间发生争议或纠纷。

股东与公司间发生争议的，由股东与公司协商解决，股东应当将争议事项的内容及请求以书面方式提交公司证券部，公司证券部应当在接到书面通知后 5 个工作日内作出答复，如股东向证券监管部门、自律组织投诉的，公司证券部应当在知悉投诉事项之日起 5 个工作日内向股东作出答复，如争议事项需要提交董事会审议的，董事长应当在公司证券部接到书面通知后 15 个工作日内召集董事会会议，审议争议事项的解决方案，公司与股东双方应当积极沟通，寻求有效的解决方案，公司与股东也可申请自律组织、市场机构独立或联合进行调解；自行协商或调解不成的，公司与股东可另行签订仲裁协议提交北京仲裁委员会按申请仲裁时该会有效的仲裁规则在北京仲裁；股东与公司未就争议事项另行达成仲裁协议的，任意一方可向公司所在地有管辖权的法院提起诉讼。法律、行政法规等规范性文件另有规定的除外。

（五）保障投资者收益分配权

根据现行有效的《公司章程》，公司的利润分配政策为：

公司应以现金、股票或其他合法的方式分配股利。公司可以进行中期现金分红。公司利润分配政策应保持连续性和稳定性。

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，公司上市后执行的利润分配政

策为：

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司可以采取现金或者股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事和公众投资者的意见。

1、公司的利润分配形式：采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，但以现金分红为主。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

2、公司现金方式分红的具体条件和比例：公司主要采取现金分红的利润分配政策，即公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，如无重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排发生发生，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年可分配利润的百分之十。

公司董事会应综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，公司董事会可以按参照上述原则提出相应现金分红政策。

上款中所指的重大投资计划或者重大现金支出或重大资金安排是指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

满足上述条件的重大投资计划或者重大现金支出须由董事会审议后提交股东大会审议批准。

3、发放股票股利的具体条件：若公司快速成长，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出实施股票股利分配预案。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

4、利润分配的期间间隔：一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期分红。

公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司主营业务。

5、利润分配应履行的审议程序：公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事及外部监事的意见，制定年度或中期分红方案，公司利润分配方案应由董事会审议通过后提交股东大会审议并以普通决议批准。

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会决议。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司董事会须在股东大会批准后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

6、信息披露：公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：（1）是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；（2）分红标准和比例是否明确和清晰；（3）相关的决策程序和机制是否完备；（4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；（5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，发行人董事会制定了《北京暴风科技股份有限公司股东未来分红回报规划》，具体内容如下：

（1）股东回报规划制定考虑因素：公司着眼于长远和可持续展，综合考虑了企业实际情况、发展目标，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

（2）股东回报规划制定原则：公司股东回报规划充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见，坚持现金分红为主这一基本原则，如无重大投资计划或、重大现金支出或重大资金安排发生，每年现金分红不低于当期实现可供分配利润的百分之十。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产摊薄等真实合理因素。

（3）股东回报规划制定周期和相关决策机制：公司至少每五年重新审阅一次《股东分红回报规划》根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划。但公司保证调整后的股东回报计划不违反以下原则：即如无重大投资计划、重大现金支出或重大资金安排发生，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十。

公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

（4）上市后前五年股东分红回报计划：公司在足额预留法定公积金、任意公积金以后，若无重大投资计划或、重大现金支出或重大资金安排，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的百分之十。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会表决通过网络投票等合法形式进行表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

公司董事会应综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平

以及是否有重大资金安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：（a）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；(b)公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；(c)公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，公司董事会可以按参照上述原则提出相应现金分红政策。

（六）保护投资者参与决策和选择管理者的权利

公司通过《公司章程》、《股东大会议事规则》、《信息披露管理办法》和《投资者关系管理办法》等完善公司治理制度，并通过公司治理制度切实保障公司投资者参与公司决策和选择管理者的权利。

根据现行有效的《公司章程》及上市后适用的《公司章程（草案）》的规定，股东有权请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；对公司的经营进行监督，提出建议或者质询。

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，在收到请求后十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五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，或者在收到请求后十日内未作出反馈的，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，应在收到请求五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，连续九十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。

股东大会就选举董事、监事进行表决时，应当实行累积投票制。《公司章程》

第五十三条规定，股东大会拟讨论董事、监事选举事项的，股东大会通知中将充分披露董事、监事候选人的详细资料，至少包括以下内容：（一）教育背景、工作经历、兼职等个人情况；（二）与本公司或本公司的控股股东及实际控制人是否存在关联关系；（三）披露持有本公司股份数量；（四）是否受过中国证监会及其他有关部门的处罚和证券交易所惩戒。

报告期内，公司注重加强公司治理，使股东利益得到良好保障并获得了较为理想的投资回报。今后，公司将进一步加强投资者权益管理，并依据《公司法》、《证券法》及中国证监会、深圳证券交易所的相关规定继续完善各项管理制度。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了公司最近三年及一期的财务状况、经营业绩及现金流量。除特别说明，本节引用的公司财务报表相关数据均引用自大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报表及附注的主要内容，按合并报表口径披露；引用的可比公司乐视网、优酷网、土豆网及迅雷的相关数据均引用自上述可比公司的公开信息披露。

公司建议投资者应结合阅读本节及备查文件审计报告相关内容，以对公司的会计政策、财务状况、经营成果及现金流量有更详细的了解。

一、经审计的财务报表

（一）合并会计报表

1、合并资产负债表

单位:元

资产	2014 年 9 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	135,481,371.92	94,113,458.25	105,599,843.88	95,985,618.89
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	161,025,475.65	157,090,270.16	110,255,123.79	43,863,045.87
预付款项	4,450,554.08	1,388,626.20	1,044,328.55	562,931.70
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	6,799,325.23	5,568,663.44	5,495,156.25	5,251,236.45
存货	659,229.55	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	2,606,707.56	162,967.04	-	-

资产	2014 年 9 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
流动资产合计	311,022,663.99	**258,323,985.09**	**222,394,452.47**	**145,662,832.91**
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	26,289,887.86	26,113,917.84	19,594,824.94	12,948,961.82
在建工程	-	-	-	-
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	88,106,999.63	42,046,556.87	35,542,151.48	32,926,346.73
开发支出	-	29,310,127.58	-	-
商誉	2,910,623.00	-	-	-
长期待摊费用	1,124,928.67	1,185,441.85	1,023,859.14	-
递延所得税资产	5,443,485.66	3,592,655.83	786,488.40	-
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	**123,875,924.82**	**102,248,699.97**	**56,947,323.96**	**45,875,308.55**
资产总计	**434,898,588.81**	**360,572,685.06**	**279,341,776.43**	**191,538,141.46**

单位：元

负债和股东权益	2014 年 9 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款	32,591,143.98	6,877,143.98	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	35,076,036.80	19,773,588.65	15,781,051.04	17,957,291.50
预收款项	2,000,461.07	923,575.39	1,736,206.76	3,344,672.26
应付职工薪酬	25,469,908.11	27,278,997.02	20,503,659.32	11,071,892.84
应交税费	16,550,120.24	16,525,167.74	10,165,534.26	5,810,073.77

负债和股东权益	2014 年 9 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
应付利息	325,610.91	12,608.10	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	33,570,771.49	35,271,476.86	13,213,274.11	2,773,267.00
一年内到期的非流动负债	9,050,464.11	-	-	-
其他流动负债	1,645,239.14	2,125,586.92	3,727,141.99	-
流动负债小计	**156,279,755.85**	**108,788,144.66**	**65,126,867.48**	**40,957,197.37**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	5,026,839.11	5,009,339.15	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	167,800.00	608,726.00	-	117,800.00
递延所得税负债	-	-	-	-
递延收益	423,698.45	1,301,015.53	2,895,126.00	-
非流动负债小计	**591,498.45**	**6,936,580.64**	**7,904,465.15**	**117,800.00**
负债合计	**156,871,254.30**	**115,724,725.30**	**73,031,332.63**	**41,074,997.37**
股东权益：				
实收资本	90,000,000.00	90,000,000.00	90,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	46,439,833.80	46,439,833.80	46,439,833.80	46,439,833.80
减：库存股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	10,504,232.37	10,504,232.37	6,983,922.96	1,399,192.99
未分配利润	129,066,470.11	97,903,893.59	62,886,687.04	12,624,117.30
外币报表折算差额	-	-	-	-
归属于母公司股东权益合计	**276,010,536.28**	**244,847,959.76**	**206,310,443.80**	**150,463,144.09**
少数股东权益	2,016,798.23	-	-	-
股东权益合计	**278,027,334.51**	**244,847,959.76**	**206,310,443.80**	**150,463,144.09**
负债和股东权益总计	**434,898,588.81**	**360,572,685.06**	**279,341,776.43**	**191,538,141.46**

2、合并利润表

单位：元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
一、营业总收入	**271,662,466.14**	**324,769,418.77**	**251,540,240.57**	**169,775,957.20**
二、营业成本	**65,469,651.69**	**92,669,977.88**	**63,207,554.13**	**41,625,339.40**
营业税金及附加	9,932,765.19	12,272,136.95	13,336,745.74	13,706,395.06
销售费用	97,078,182.41	115,335,440.64	59,996,748.30	27,510,941.18
管理费用	73,861,257.34	70,544,095.67	63,045,194.22	42,113,953.71
财务费用	-66,725.26	-2,037,910.30	-2,319,571.87	-286,643.84
资产减值损失	1,625,619.44	3,742,851.07	3,722,258.10	1,915,694.49
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	-	-	-	-
投资收益（损失以“－”号填列）	966,982.03	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	**24,728,697.36**	**32,242,826.86**	**50,551,311.95**	**43,190,277.20**
加：营业外收入	4,099,368.70	10,098,204.02	5,145,086.54	7,274,716.40
减：营业外支出	1,111,028.59	2,251,774.16	635,587.18	1,184,480.66
其中：非流动资产处置损失	24,906.86	101,470.51	-	105,793.00
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	**27,717,037.47**	**40,089,256.72**	**55,060,811.31**	**49,280,512.94**
减：所得税费用	-3,073,646.63	1,551,740.76	-786,488.40	-
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	**30,790,684.10**	**38,537,515.96**	**55,847,299.71**	**49,280,512.94**
归属于母公司股东的净利润	31,162,576.52	38,537,515.96	55,847,299.71	49,280,512.94
少数股东损益	-371,892.42	-	-	-
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-
六、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.35	0.43	0.62	0.55
（二）稀释每股收益	0.35	0.43	0.62	0.55
七、其他综合收益		-	-	-
八、综合收益总额	**30,790,684.10**	**38,537,515.96**	**55,847,299.71**	**49,280,512.94**
其中：归属于母公司股东的综合收益总额	31,162,576.52	38,537,515.96	55,847,299.71	49,280,512.94
归属于少数股东的综合收益总额	-371,892.42	-	-	-

3、合并现金流量表

单位:元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
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	286,020,292.46	290,982,886.43	188,111,271.05	127,562,325.61
收到的税费返还	1,255,996.90	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,510,543.84	9,027,833.39	5,707,006.14	28,844,528.06
经营活动现金流入小计	**291,786,833.20**	**300,010,719.82**	**193,818,277.19**	**156,406,853.67**
购买商品、接受劳务支付的现金	35,121,318.16	47,337,993.32	37,069,091.95	21,840,725.72
支付给职工以及为职工支付的现金	90,255,860.93	82,314,305.04	64,207,678.40	33,382,095.46
支付的各项税费	21,599,847.36	24,540,202.80	14,435,526.61	13,290,274.79
支付其他与经营活动有关的现金	88,954,199.24	74,067,379.73	39,554,532.72	50,697,837.89
经营活动现金流出小计	**235,931,225.69**	**228,259,880.89**	**155,266,829.68**	**119,210,933.86**
经营活动产生的现金流量净额	**55,855,607.51**	**71,750,838.93**	**38,551,447.51**	**37,195,919.81**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	137,966,982.03	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	5,387.54	22,361.53	-	93,803.18
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**137,972,369.57**	**22,361.53**	**-**	**93,803.18**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	43,281,506.99	89,581,198.16	41,597,222.52	45,695,575.00
投资支付的现金	137,000,000.00	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	937,500.00	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**181,219,006.99**	**89,581,198.16**	**41,597,222.52**	**45,695,575.00**
投资活动产生的现金流量净额	**-43,246,637.42**	**-89,558,836.63**	**-41,597,222.52**	**-45,601,771.82**

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	450,000.00	-	-	98,936,052.00
取得借款收到的现金	26,500,000.00	6,877,143.98	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	4,000,000.00	-	13,400,000.00	-
筹资活动现金流入小计	**30,950,000.00**	**6,877,143.98**	**13,400,000.00**	**98,936,052.00**
偿还债务支付的现金	786,000.00	-	-	29,327,191.43
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	975,056.42	35,531.91	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	430,000.00	520,000.00	740,000.00	650,000.00
筹资活动现金流出小计	**2,191,056.42**	**555,531.91**	**740,000.00**	**29,977,191.43**
筹资活动产生的现金流量净额	**28,758,943.58**	**6,321,612.07**	**12,660,000.00**	**68,958,860.57**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**41,367,913.67**	**-11,486,385.63**	**9,614,224.99**	**60,553,008.56**
加：期初现金及现金等价物余额	94,113,458.25	105,599,843.88	95,985,618.89	35,432,610.33
六、期末现金及现金等价物余额	**135,481,371.92**	**94,113,458.25**	**105,599,843.88**	**95,985,618.89**

二、审计意见

公司聘请大华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日的合并资产负债表及资产负债表，2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度的合并利润表及利润表、合并现金流量表及现金流量表、合并所有者权益变动表及所有者权益变动表，以及财务报表附注进行了审计，大华会计师事务所（特殊普通合伙）对上述报表发表了标准无保留意见的审计意见并出具了“大华审字[2014]006551 号”《审计报告》。

三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响本公司收入的主要因素

上述因素主要包括公司的品牌形象、用户规模、播放时长、广告资源开发、业务创新与技术研发能力、客户拓展能力等。

暴风科技是中国知名的互联网视频企业，公司通过“暴风影音”系列软件为视频用户提供免费使用为主的多终端综合视频服务、为商业客户提供互联网广告信息等服务。报告期内，受益于中国互联网行业的快速发展、用户视频观看习惯从传统媒体向互联网新媒体转移和公司在视频技术及用户体验方面的优势，公司实现了用户规模的快速增长。在 PC 端，根据艾瑞咨询 i-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均有效使用时间约 2,900 万小时，日均覆盖人数约 2,700 万人，分别位于艾瑞咨询统计的在线视频行业第一和第二[8]；在移动端（包括手机、PAD 等移动设备），根据艾瑞咨询 m-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音无线端日均覆盖人数 1,359 万人，在无线端视频应用中排名第五。用户规模的市场领先地位有利于公司向品牌客户充分宣传暴风影音的媒体价值和广告投放平台承载能力。公司的互联网视频广告服务具备“受众广”、“形式多”、“展现价值高”等特点。公司广告主包括淘宝、京东、麦当劳、百胜中国、箭牌、宝洁、平安保险、三星、联想、苏宁、海尔、康师傅等国内外众多知名企业。

若公司未来出现业务模式创新不足、移动互联网视频等新兴业务市场拓展低于预期、技术研发优势减弱、品牌形象受损、用户规模增速放缓等情形，都将对公司的媒体价值带来较大影响，将直接影响广告主的投放意愿和投放效果，进而影响公司的营业收入增长速度。

2、影响本公司成本的主要因素

[8] 注：根据艾瑞咨询公告，2014 年 8 月 11 日起，暴风影音 PC 端由影音播放软件类别调整至在线视频类别

上述因素主要包括影视剧版权采购成本、网络带宽服务成本等。

随着影视剧版权重要性的凸显，以及在线视频行业竞争程度的增加，报告期内影视剧版权交易逐步活跃，版权购买成本呈现上涨趋势。报告期内，本公司不断增加版权采购，已积累了相当数量的影视剧版权资源，并通过深入挖掘和准确定位用户需求，优化采购片单和采购模式等方式尽可能控制版权采购支出。但若未来影视剧版权的采购价格出现持续大幅上涨状态，或公司未来改变影视剧版权采购策略（例如采购单价相对较高的热门剧、独播剧、综艺节目等），将可能增加公司版权采购的成本及无形资产摊销金额，从而对公司的盈利水平产生一定不利影响。

互联网视频服务商为用户提供的网络视频播放服务需依托于稳定的网络带宽资源。报告期内，公司不断提升视频播放技术及增强用户观看体验，不断提高用户规模和播放量，带宽租赁费用不断提升。尽管公司与主要带宽供应商长期密切合作，形成了稳固的合作关系，但若网络带宽及内容分发（CDN）等网络服务大幅提价，将可能对公司的盈利水平产生一定的冲击。

3、影响本公司期间费用的主要因素

本公司期间费用主要包括销售费用、管理费用、财务费用。2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月，公司期间费用占营业收入的比例分别为 40.84%、47.99%、56.61%和 62.90%，呈现整体上涨态势。影响公司期间费用的主要因素包括销售费用中的职工薪酬、品牌推广费、合作推广费，管理费用中的研发支出等。

由于公司属于技术密集型企业，公司能否留住及引进优秀的技术人员和营销、管理等方面的专业人员是影响公司未来持续稳定发展的关键因素。随着员工队伍的扩大和行业内人才竞争的加剧，公司在薪酬和福利方面的支出大幅增加。若公司人力资源成本的上升速度高于公司业务经营和规模扩张的速度，将可能对公司的经营业绩和财务状况造成不利影响。

随着公司视频用户数量、用户在线观看量的增长和用户活跃度的提高，公司产品的媒体价值不断提升，为了进一步促进公司产品媒体价值向商业价值的转化，优化广告产品结构，大力推广贴片广告和品牌消费类广告主投放，同时促进

电商、网游等广告主提高广告规模，提高新平台产品的推广力度，公司针对不同客户细化制定销售推广策略，合作推广费、品牌推广费呈现快速上升态势，公司未来上述销售费用等预期仍将处于较高水平。

强大的技术研发能力是公司实现可持续发展重要的基本保障。报告期内，公司研发投入金额较大且持续增长。根据业务发展规划，未来公司将着力研发“2.0声音系统模拟实现 5.1 音响效果的视频点播功能的研发及升级”、“3D 功能的研发及升级”、“移动终端互联网视频服务”，研发支出预期将保持稳定增长趋势。

上述各主要因素共同影响公司未来的收入、成本及主要费用的变动趋势，若未来行业环境、公司经营状况出现不利变化，公司未来的营业收入增速可能持续放缓或成本费用的增速超过营业收入的增速，则将导致公司的营业利润、净利润（扣除非经常性损益前后孰低）存在较 2013 年下降甚至出现亏损的风险，关于公司利润下滑甚至出现亏损的风险，请详见本招股说明书“第四节风险因素”之“一、利润下滑甚至出现亏损的风险”的相关内容。

（二）对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、日均有效使用时间及日均覆盖人数

用户日均有效使用时间及日均覆盖人数是衡量互联网视频媒体用户规模及产品广告媒体价值的重要指标，对公司主营业务的发展状况及未来的盈利能力有较强的预示作用。

暴风科技自成立以来，树立了良好的品牌形象，凭借“暴风影音”良好的用户体验与口碑，积累了一大批忠诚的用户。在 PC 端，根据艾瑞咨询 i-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均有效使用时间约 2,900 万小时，日均覆盖人数约 2,700 万人，分别位于艾瑞咨询统计的在线视频行业第一和第二[9]；在移动端（包括手机、PAD 等移动设备），根据艾瑞咨询 m-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音无线端日均覆盖人数 1,359 万人，在无线端视频应用中排名第五。公司用户规模的市场领先地位使暴风影音系列软件拥有互联网广告投放的媒

[9] 注：根据艾瑞咨询公告，2014 年 8 月 11 日起，暴风影音 PC 端由影音播放软件类别调整至在线视频类别

体价值，同时为公司未来在产品、技术和业务模式等方面进行持续创新奠定了坚实基础。

2、营业收入增长率

公司营业收入的增长率是判断公司业务发展阶段、发展状况的直接指标。2012 年度、2013 年度，公司营业收入增长率分别为 48.16%和 29.11%，2014 年 1-9 月公司营业收入占 2013 年全年的 83.65%，说明公司主营业务市场前景良好，公司整体竞争能力较强，媒体价值转化能力较高，公司尚处于快速成长阶段。

3、毛利率及净利率

公司毛利率及净利率是判断公司产品竞争力与盈利能力的直接指标。2011 年度、2012 年度、2013 年度及 2014 年 1-9 月，公司综合毛利率分别为 75.48%、74.87%、71.47%和 75.90%，整体较高，说明公司主营业务盈利能力较强，产品竞争力突出。同期，公司净利率分别为 29.03%、22.20%、11.87%和 11.33%，呈现整体下降趋势，主要系随着主营业务的快速发展及行业竞争加剧，销售费用及管理费用提升较快所致。

通过上述关键财务或非财务指标的分析可以看出，公司目前业务发展状况较为良好，收入规模及业务指标不断提升，但包括销售费用在内的期间费用支出较大，其对公司未来的盈利能力存在一定的影响。

四、财务报表的编制基础

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》和其他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。

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则

1、销售商品

公司销售的商品在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入：（1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）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地计量；（4）相关的经济利益很可能流入企业；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

2、提供劳务

在同一会计年度内开始并完成的劳务，在完成劳务时确认收入；如果劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。公司根据已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例确定提供劳务交易的完工进度（完工百分比）。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

A、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

B、已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

3、让渡资产使用权

公司在与让渡资产使用权相关的经济利益能够流入和收入的金额能够可靠的计量时确认让渡资产使用权收入。

利息收入按使用货币资金的使用时间和适用利率计算确定。使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

4、具体确认原则

（1）广告收入

广告收入是公司收入的主要来源，是指公司提供广告展现等相关服务而取得收入，主要有以下广告展现服务方式：

1）按“天”提供广告展现服务

标价方式：以“天”为单位标明售卖单价

收入确认方法：根据双方签署的协议上的具体广告投放周期，将投放周期的天数按自然月区分，计算不同月份的广告投放天数，进而确定不同月份应确认的收入金额。

月广告收入=广当月实际广告投放天数×单价（元/天）

此类广告形式主要包括：TIPS 广告、弹窗类广告、文字链类广告、视频前贴片广告、视频暂停时广告等

2）按 CPM 量（千次展现）提供广告展现服务

标价方式：以“CPM”为单位标明售卖单价

收入确认方法：根据双方签署的协议上约定的客户每天购买 CPM 的数量，公司进行广告投放并通过“暴风在线数据系统”来统计实际投放数量，每天达到约定数量时系统自动停止投放。

月广告收入=广当月实际投放 CPM 数量×单价（元/CPM）

此类广告形式包括主要有：视频前贴片广告、视频暂停时广告。

3）按 CPS（分成比例）提供广告展现服务

标价方式：以分成比例为单位标明售卖单价

收入确认方法：广告主投放广告后，吸引用户完成一定的消费金额，该金额扣减广告主相关运营成本后的收入为分成收入，广告主以月度为结算周期，将分成收入中的一定比例作为提成支付给公司作为公司的广告收入。

月广告收入=当月广告主确认的分成收入×分成比例

此类广告形式包括主要有：弹窗类广告、TIPS 广告、视频暂停时广告、网页广告。

（2）软件推广收入

公司利用自身客户端软件安装用户数量大的优势，在用户安装暴风产品的同时向用户推荐安装第三方产品。公司软件推广收入分两种结算方式：

1）公司与客户签订合同，明确软件推广方式、时间及收费标准。公司根据合同约定的软件推广期限、金额，按照权责发生制的要求，在软件推广期内按直线法确认当期软件推广收入。

月软件推广收入=软当月实际天数×单价（元/天）

2）公司与客户签订合同，明确软件推广方式、结算依据及单价。结算依据一般是按给客户带来的产品成功安装量或者产品使用量为基数，该基数是通过客户提供的数据查询平台确定，双方按月结算。

月软件推广收入=软当月数量×单价（元/个）

（3）游戏收入

2009 年至 2011 年，公司与游戏开发商合作开展游戏代理业务。公司将部分广告位置用作该等游戏的宣传推广，在游戏运行过程中通过向游戏玩家出售虚拟游戏货币获取收入，并根据约定的分成比例与游戏开发商进行分成结算，支付给游戏开发商的分成部分为公司的游戏业务分成费用。当游戏玩家使用虚拟货币兑换道具后，公司根据虚拟货币实际消耗数量计算确认收入。

（4）视频点播收入

当用户付费后，公司根据用户付费金额在用户取得的观看权利期间内按直线法确认收入。

上述各类业务的收入确认原则，符合《企业会计准则》的相关规定，与公司自身的业务特点、操作流程及行业惯例相匹配，收入确认的具体标准及时点能够真实、恰当、合理地反映公司业务的实际情况，不存在导致收入提前或延迟确认的情形。

（二）现金等价物确定标准

公司在编制现金流量表时所确定的现金，是指公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款；现金等价物，是指公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（三）外币业务核算方法

公司对发生的外币业务，采用业务发生日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折合为人民币记账。资产负债表日，外币货币性项目按中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折算，由此产生的汇兑损益，除属于与符合资本化条件资产有关的借款产生的汇兑损益，予以资本化计入相关资产成本外，其余计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用业务发生日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折算，不改变其记账本位币金额。

（四）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

管理层根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将金融资产和金融负债分为不同类别：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；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（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）

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。

交易性金融资产或金融负债是指满足下列条件之一的金融资产或金融负债：

1）取得该金融资产或金融负债的目的是为了在短期内出售、回购或赎回；

2）属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；

3）属于衍生金融工具，但是被指定为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

只有符合以下条件之一，金融资产或金融负债才可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产或金融负债：

1）该项指定可以消除或明显减少由于金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；

2）风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融资产组合、该金融负债组合、或该金融资产和金融负债组合，以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；

3）包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；

4）包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。

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

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生性金融资产。

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。

（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，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款、预付账款、长期应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

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

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除其他金融资产类别以外的金融资产。

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。可供出售金融资产的公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入其他综合收益。

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，将原直接计入其他综合收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）其他金融负债

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。

（6）公司持有至到期投资出售或重分类为可供出售金融资产：

如果持有至到期投资处置或重分类为其他类金融资产的金额，相对于本公司全部持有至到期投资在出售或重分类前的总额较大，在处置或重分类后应立即将其剩余的持有至到期投资重分类为可供出售金融资产；重分类日，该投资的账面价值与其公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。但是，遇到下列情况可以除外：

1）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)，且市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响。

2）根据合同约定的偿付方式，企业已收回几乎所有初始本金。

3）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件所引起。

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上述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、金融负债终止确认条件

金融负债的的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债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；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（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他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或源生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

金融资产发生减值的客观证据，包括但不限于：

（1） 发行方或债务人发生严重财务困难；

（2） 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

（3） 债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

（4） 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

（5） 因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

（6） 无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；

（7） 权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

（8） 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌。

金融资产的具体减值方法如下：

（1）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。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，本公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的 扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

（2）持有至到期投资的减值准备：

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，记入当期损益，但该转回的账面价值不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。

（五）应收款项

公司应收款项（包括应收账款和其他应收款等）按合同或协议价款作为初始入账金额。凡因债务人破产，依照法律清偿程序清偿后仍无法收回；或因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确实无法收回；或因债务人逾期未能履行偿债义务，经法定程序审核批准，该等应收账款列为坏账损失。

公司以应收债权向银行等金融机构转让、质押或贴现等方式融资时，根据相关合同的约定，当债务人到期未偿还该项债务时，若公司负有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为质押贷款处理；若公司没有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为转让处理，并确认债权的转让损益。

公司收回应收款项时，将取得的价款和应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

公司将应收款项余额占期末应收款项余额 10%以上的应收款项，确定为单项金额重大的应收款项。

在资产负债表日，公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，经测试发生了减值的，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，

计提坏账准备；对单项测试未减值的应收款项，汇同对单项金额非重大的应收款项，按类似的信用风险特征划分为若干组合，再按这些应收款项组合在资产负债表日余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

公司本期无单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

公司将应收款项按款项性质分为信用风险组合，对信用风险组合采用账龄分析法计提坏账准备。

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备，计提比例如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	25	25
3 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项金额占期末应收账款余额 10%以下的应收款项，如有迹象表明某项应收款项的可收回性与该账龄段其他应收款项存在明显差别，导致该项应收款项如果按照既定比例计提坏账准备，无法真实反映其可收回金额的，采用个别认定法计提坏账准备。

（六）存货

1、存货的分类

存货是指公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。公司存货主要为低值易耗品等。

2、发出存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时，采用加权平均法确定发出存货的实际成本。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。期末，在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因被淘汰、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分，以及承揽工程预计存在的亏损部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。其中：对于产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；对于需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；对于资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值。

4、存货的盘存制度

公司的存货盘存制度为永续盘存制。公司定期对存货进行清查，盘盈利得和盘亏损失计入当期损益。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品于领用时采用一次转销法摊销。

（七）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指同时满足与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业和该固定资产的成本能够可靠地计量条件的，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。

2、各类固定资产的折旧方法

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，公司对所有固定资产计提折旧。折旧方法采用年限平均法。

公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

公司的固定资产类别、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
电子设备	5	5	19.00

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，固定资产按照账面价值与可收回金额孰低计价。若单项固定资产的可收回金额低于账面价值，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

4、其他说明

公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（八）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项　目	预计使用寿命
软件及知识产权	2-10 年
版权	按购入版权的授权期限
游戏独代授权	2 年

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据：

每期末，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。

经复核，该类无形资产的使用寿命仍为不确定。

4、无形资产减值准备的计提

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

对无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失确认后，减值无形资产的折耗或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该无形资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的无形资产账面价值（扣除预计净残值）。

无形资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项无形资产可能发生减值的，公司以单项无形资产为基础估计其可收回金额。公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该无形资产所属的资产组为基础确定无形资产组的可收回金额。

5、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

6、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（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）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并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。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

（九）长期待摊费用

公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用，其摊销方法如下：

类别	摊销方法	摊销年限
租入固定资产改良	直线法	租赁期

（十）预计负债

公司发生与或有事项相关的义务并同时符合以下条件时，在资产负债表中确认为预计负债：（1）该义务是公司承担的现时义务；（2）该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；（3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

（十一）政府补助

政府补助，是指公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括

政府作为企业所有者投入的资本。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。

与资产相关的政府补助，公司确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿公司已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还的，存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十二）递延所得税资产/递延所得税负债

公司的所得税采用资产负债表债务法核算。资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，按照规定确认所产生的递延所得税资产和递延所得税负债。

在资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量；对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。在无法明确估计可抵扣暂时性差异预期转回期间可能取得的应纳税所得额时，不确认与可抵扣暂时性差异相关的递延所得税资产。对子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债，予以确认，但同时满足能够控制应纳税暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的，不予确认；对子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产，该可抵扣暂时性差异同时满足在可预见的未来很可能转回即在可预见的将来有处置该项投资的明确计划，且预计在处置该项投资时，除了有足够的应纳税所得以外，还

有足够的投资收益用以抵扣可抵扣暂时性差异时，予以确认。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核。除企业合并、直接在所有者权益中确认的交易或者事项产生的所得税外，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。

（十三）经营租赁、融资租赁

如果租赁条款在实质上将与租赁资产所有权有关的全部风险和报酬转移给承租人，该租赁为融资租赁，其他租赁则为经营租赁。

1、公司作为出租人

融资租赁中，在租赁开始日公司按最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实现融资收益在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

经营租赁中的租金，公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用，计入当期损益。

2、公司作为承租人

融资租赁中，在租赁开始日公司将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。初始直接费用计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资费用。公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。

经营租赁中的租金，公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

六、适用的主要税种、税率及享受的主要税收优惠政策

（一）报告期内公司适用的主要税种及税率

主要税种	法定税率（%）	计税基础
企业所得税[注1]	25	应纳税所得额
增值税[注2]	6	应税服务收入
营业税[注2]	5	应纳税营业额
城市维护建设税	7	应交流转税额
教育费附加	3	应交流转税额
文化事业建设费	3	广告收入
地方教育费附加	2	应交流转税额
防洪费[注3]	1	应交流转税额

注 1：公司所属子公司北京迅鲨科技有限公司、暴风秘境科技（天津）有限公司缴纳企业所得税，适用税率为 25%。
注 2：根据《国家税务总局关于在北京等 8 省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》（财税[2012]71 号）的规定，公司自 2012 年 9 月 1 日起开始缴纳增值税，适用税率为 6%。
注 3：公司所属子公司天津鑫影科技有限公司缴纳防洪费，适用费率为 1%。

（二）企业所得税

公司于 2007 年 6 月 15 日被认定为软件企业（证书编号京 R-2007-0275），并于 2011 年 9 月 22 日取得北京市石景山区国家税务局出具的“企业所得税减免税备案登记书”（编号：Y115036），根据《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2011]4 号）的规定，新办软件企业向主管税务机关申请享受自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。”按此规定公司自 2011 年度起享受两免三减半的税收优惠制度。2011 年度、2012 年度、2013 年及 2014 年的企业所得税率分别为 0%、0%、12.5%和 12.5%。

公司的子公司天津鑫影科技有限公司于 2013 年 7 月成立，其于 2014 年 4 月 30 日被认定为软件企业（证书编号津 R-2014-0016），并于 2014 年 5 月 29 日取得天津市武清区国家税务局出具的”纳税人减免税备案报告”（纳税编号：30407317），根据《财政部国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27 号）的规定，新办软件企业向主

管税务机关申请享受自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。按此规定天津鑫影自 2013 年度起享受两免三减半的所得税税收优惠政策，2013 年度、2014 年度税率为 0%。

七、分部信息

本公司财务报表中不包含分部信息。

八、最近一年及一期收购兼并情况

2014 年 8 月，公司取得北京七鑫易维信息技术有限公司、黄通兵、彭凡所持暴风秘境 9,259.00 元出资额，2014 年 9 月，公司向暴风秘境增资取得 85,185.00 元出资额，共计取得暴风秘境 51%的股权，合并成本 5,000,000.00 元。公司自 2014 年 9 月 26 日起将暴风秘境纳入合并财务报表范围，并将合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值 2,089,377.00 的差额 2,910,623.00 元确认为商誉。

合并日的确定：公司确定的合并日为 2014 年 9 月 26 日，确定依据为：董事会已通过股权购买协议，暴风秘境于 2014 年 9 月 3 日向天津港保税区档案中心备案变更公司股东，公司已于 2014 年 9 月 26 日支付首期增资款。

九、非经常性损益情况

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008）》的要求，非经常性损益如下：

单位：元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-24,906.86	-101,470.51	-	-105,793.00
越权审批或无正式批准文件或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
计入当期损益的政府补助（但与公司业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	4,094,164.86	9,608,665.54	4,814,922.01	7,145,920.00
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	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
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	-	-	-	-
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	966,982.03	-	-	-
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他营业外收入和支出	-1,080,917.89	-1,660,765.17	-305,422.65	-949,891.26
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
小计	3,955,322.14	7,846,429.86	4,509,499.36	6,090,235.74
减：所得税影响额	403,650.08	980,803.73	-	-

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
非经常性净损益合计	**3,551,672.06**	**6,865,626.13**	**4,509,499.36**	**6,090,235.74**
其中：归属于母公司股东	3,551,672.06	6,865,626.13	4,509,499.36	6,090,235.74
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**27,610,904.46**	**31,671,889.83**	**51,337,800.35**	**43,190,277.20**

关于非经常性损益对当期经营成果的影响，及其中计入当期损益的政府补助的具体内容，详见本招股说明书“第九节财务会计信息与管理层分析”之“十二、盈利能力分析”的相关内容。

十、重要财务指标

（一）主要变现能力、资产管理能力及负债率等指标

财务指标	2014 年 /2014 年 12 月 31 日	2013 年 /2013 年 12 月 31 日	2012 年 /2012 年 12 月 31 日	2011 年 /2011 年 12 月 31 日
流动比率	1.99	2.37	3.41	3.56
速动比率	1.99	2.37	3.41	3.56
资产负债率（合并口径）	36.07%	32.09%	26.14%	21.44%
资产负债率（母公司口径）	41.90%	31.97%	26.14%	21.44%
归属于发行人股东的每股净资产（元）	3.07	2.72	2.29	1.67
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	31.92%	17.17%	17.23%	21.88%
应收账款周转率（次）	1.60	2.30	3.10	5.39
存货周转率（次）	99.31	不适用	不适用	不适用
息税折旧摊销前利润（万元）	6,103.73	8,181.15	8,075.94	6,555.44
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用	不适用
每股经营现金流量净额（元）	0.62	0.80	0.43	0.41
每股净现金流量（元）	0.46	-0.13	0.11	0.67
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,116.26	3,853.75	5,584.73	4,928.05
归属于发行人股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,761.09	3,167.19	5,133.78	4,319.03

上述各指标计算公式如下，会计年度中期数据未年化处理：

（1）流动比率＝流动资产/流动负债

（2）速动比率＝（流动资产-存货净额）/流动负债

（3）资产负债率＝总负债/总资产

（4）归属于发行人股东的每股净资产=当期期末归属于发行人股东的净资产/当期期末股本或股数

（5）无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权）/期末净资产

（6）应收账款周转率=营业收入/应收账款原值期初期末平均值

（7）存货周转率=营业成本/存货原值期初期末平均值

（8）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出-利息收入+折旧+摊销

（9）利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/（利息支出-利息收入），若分母为负，则不适用

（10）每股经营现金流量净额=当期经营现金流量净额/当期期末股本或股数

（11）每股净现金流量=当期净现金流量/当期期末股本或股数

（二）净资产收益率和每股收益

报告期利润		净资产收益率	每股收益（元/股）	
		加权平均	基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2014 年 1-9 月	11.97%	0.35	0.35
	2013 年度	17.08%	0.43	0.43
	2012 年度	31.31%	0.62	0.62
	2011 年度	62.58%	0.55	0.55
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2014 年 1-9 月	10.60%	0.31	0.31
	2013 年度	14.04%	0.35	0.35
	2012 年度	28.78%	0.57	0.57
	2011 年度	54.84%	0.48	0.48

十一、或有事项、承诺事项及资产负债表日后事项的非调整事项

（一）或有事项

公司于 2014 年 6 月 23 日收到诉状，乐视网信息技术（北京）股份有限公司起诉公司未经许可，在暴风影音软件上向公众提供影视作品《我叫刘跃进》、《幽灵计划》、《阿宝的故事》的在线点播服务。截至本招股说明书签署日，北京市石景山区人民法院尚未作出一审判决。

公司于 2014 年 9 月 1 日收到诉状，上海翡翠东方传播有限公司起诉公司未

经许可，在暴风影音软件上向公众提供影视作品《舞动全城》、《富贵门》的在线点播服务。截至本招股说明书签署日，北京市石景山区人民法院尚未作出一审判决。

公司于 2014 年 9 月 30 日收到诉状，深圳市腾讯计算机系统有限公司起诉公司未经许可，在暴风影音软件上向公众提供影视作品《离婚律师》的在线点播服务。截至本招股说明书签署日，北京市石景山区人民法院尚未作出一审判决。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司无其他应披露未披露的重大或有事项。

（二）承诺事项

截至 2014 年 9 月 30 日，公司无需要披露的重大承诺事项。

（三）资产负债表日后事项的非调整事项

截至本招股说明书签署日，公司无其他应披露未披露的重大资产负债表日后事项。

十二、盈利能力分析

（一）利润表结构分析

报告期内，公司的利润表结构如下：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月		2013 年度		2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、营业收入	**27,166.25**	**100.00%**	**32,476.94**	**100.00%**	**25,154.02**	**100.00%**	**16,977.60**	**100.00%**
减：营业成本	6,546.97	24.10%	9,267.00	28.53%	6,320.76	25.13%	4,162.53	24.52%
营业税金及附加	993.28	3.66%	1,227.21	3.78%	1,333.67	5.30%	1,370.64	8.07%
销售费用	9,707.82	35.73%	11,533.54	35.51%	5,999.67	23.85%	2,751.09	16.20%
管理费用	7,386.13	27.19%	7,054.41	21.72%	6,304.52	25.06%	4,211.40	24.81%
财务费用	-6.67	-0.02%	-203.79	-0.63%	-231.96	-0.92%	-28.66	-0.17%
资产减值损失	162.56	0.60%	374.29	1.15%	372.23	1.48%	191.57	1.13%
投资收益	96.70	0.36%	-	-	-	-	-	-

二、营业利润	**2,472.87**	**9.10%**	**3,224.28**	**9.93%**	**5,055.13**	**20.10%**	**4,319.03**	**25.44%**
加：营业外收入	409.94	1.51%	1,009.82	3.11%	514.51	2.05%	727.47	4.28%
减：营业外支出	111.10	0.41%	225.18	0.69%	63.56	0.25%	118.45	0.70%
三、利润总额	**2,771.70**	**10.20%**	**4,008.93**	**12.34%**	**5,506.08**	**21.89%**	**4,928.05**	**29.03%**
减：所得税费用	-307.36	-1.13%	155.17	0.48%	-78.65	-0.31%	-	-
四、净利润	**3,079.07**	**11.33%**	**3,853.75**	**11.87%**	**5,584.73**	**22.20%**	**4,928.05**	**29.03%**

（二）营业收入构成及变动分析

1、营业收入的变动分析

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司的营业收入分别为 27,166.25 万元、32,476.94 万元、25,154.02 万元及 16,977.60 万元。2014 年 1-9 月营业收入为 2013 年全年的 83.65%；2013 年度营业收入较上一年增加 7,322.92 万元，增幅为 29.11%；2012 年度营业收入较上一年增加 8,176.43 万元，增幅为 48.16%。公司营业收入的增长得益于：

（1）行业因素：

①互联网视频用户数快速增长

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，受此影响我国互联网视频行业呈现出快速发展的趋势。根据艾瑞《2011 至 2012 年中国在线视频行业年度监测报告》及《2013 年中国在线视频行业季度监测报告》，我国互联网视频用户规模逐年快速增长，我国互联网视频用户规模从 2006 年的 0.8 亿人增长至 2012 年的 4.5 亿人，年均复合增长率约为 33.4%，高于同期互联网网民规模 26.6%的年均复合增长率。2014 年，互联网视频用户规模预计将达到约 5.1 亿人。中国在线视频行业的规模也从 2010 年的 31.4 亿元增长到 2013 年的 128.1 亿元，年均复合增长率达到 60%。

① 中国互联网视频广告市场蓬勃发展，广告投放规模迅速增长

随着互联网视频用户数、视频清晰度及速度满意程度稳步提升，用户对互联网广告的认可度逐步提高，网络视频广告市场蓬勃发展。根据艾瑞咨询统计，2013

年中国互联网视频广告规模约 96.1 亿元，同比增长 43.0%。互联网广告投放产品越趋丰富，市场规模迅速上涨。

（2）公司因素：

①公司不断提升视频播放技术应用，增强用户体验

报告期内公司不断提升视频播放技术，包括完善了“高清”（支持 720p、1080p 高清格式）、“在线高清”（在 1M 带宽条件下实现 720p 格式流畅播放）及“一键高清”等技术，进一步巩固了公司在影音播放软件的行业地位。在 PC 端，根据艾瑞咨询 i-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音 PC 端日均有效使用时间约 2,900 万小时，日均覆盖人数约 2,700 万人，分别位于艾瑞咨询统计的在线视频行业第一和第二10；在移动端（包括手机、PAD 等移动设备），根据艾瑞咨询 m-User Tracker 数据，2014 年 9 月，暴风影音无线端日均覆盖人数 1,359 万人，在无线端视频应用中排名第五。公司成功树立了良好的品牌形象，用户数目及忠诚度稳步提升，令各大广告商逐步认可公司的宣传效果和媒体价值。

② 公司的产品结构进一步丰富及优化

报告期内公司产品结构进一步丰富，单位广告产品价格逐步提高。在 2009 年之前，“暴风影音”播放器主要以本地播放为主，公司广告产品种类较少，公司主要收入来源自软件推广收入及文字链广告收入，产品附加值较低。2009 年开始，“暴风影音”在线播放功能逐步成熟，广告展现形式越趋丰富，广告类型扩展至贴片、TIPS、弹窗等高增值广告产品。2010 年开始，公司播放内核全面优化，播放器打开速度与视频播放流畅性显著提升，加上公司加大影视版权购买力度，用户点播视频量不断上升，主要高增值广告产品比重逐步上升。

③逐步扩大的客户基础

公司在产品逐步丰富的过程中，同步开拓营销渠道并扩大客户基础。报告期内公司加大销售队伍的投入，紧密跟踪市场动向，不断扩展客户覆盖面及提升客户服务质量。公司广告品牌客户的增加有效提升公司品牌价值，公司自 2010 年开始与业内著名广告策划代理商合作，为传统行业领先企业如大众汽车、肯德基、

[10] 注：根据艾瑞咨询公告，2014 年 8 月 11 日起，暴风影音 PC 端由影音播放软件类别调整至在线视频类别

康师傅等提供广告服务。

2、可比公司与公司的营业收入变动比较

优酷土豆、乐视网及迅雷是公司主要的可比上市公司，其中，优酷土豆及乐视网主要为视频网站服务商，而迅雷涉及部分视频播放软件业务，其所处行业、盈利模式、互联网视频服务业务规模及收入占比情况，与本公司较为接近，可比性相对较高。

2011 年至 2013 年，可比公司与公司的营业收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2013 年		2012 年		2011 年
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
暴风科技	32,476.94	29.11%	25,154.02	48.16%	16,977.60
暴风科技（广告收入部分）	30,997.92	37.69%	22,512.95	59.83%	14,085.53
优酷网*	302,848.40	68.66%	179,557.50	27.36%	89,762.40
土豆网*					51,219.54
乐视网（合并报表）	236,124.47	102.28%	116,730.71	95.02%	59,855.59
乐视网（广告收入部分）	83,895.54	100.06%	41,934.78	267.60%	11,407.67
迅雷	109,892.96	17.97%	93.151.11	69.01%	55,114.60
迅雷（广告收入部分）	23,370.03	-39.83%	38,841.25	28.35%	30,261.96

资料来源：各可比公司定期报告、招股说明书

注：优酷网及土豆网财务数据为净营业收入，优酷土豆 2012 年的同比增长数据，按照 2012 年的年报数字与 2011 年优酷网及土豆网的年报数字的简单汇总数比较得出；迅雷数据按照每期期末美元与人民币汇率进行折算

优酷土豆 2012 年营业收入增幅低于公司增幅，而 2013 年高于公司。乐视网主营业务收入包括广告发布收入、用户包月服务费收入及视频版权分销收入等。2012 年及 2013 年，乐视网收入增长较快，尤其是广告收入增幅较大，主要是乐视网 2012 年网站流量及用户规模增长迅速，同时乐视网加大了业务开拓力度，广告客户数量及投放量逐渐上升。同期，迅雷广告业务的收入增速低于公司的增速水平。

3、主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入主要来自广告、软件推广及游戏三大部分，主营业务的具体构成如下：

单位：万元

项目	2014年1-9月		2013年		2012年		2011年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告收入	24,471.84	90.08%	30,997.92	95.45%	22,512.95	89.50%	14,085.53	84.71%
软件推广收入	2,615.67	9.63%	1,421.35	4.38%	2,627.91	10.45%	1,377.78	8.29%
游戏收入	-	-	-	-	-	-	1,164.20	7.00%
其他收入	78.73	0.29%	57.67	0.18%	13.16	0.05%	0.09	0.00%
合计	**27,166.25**	**100.00%**	**32,476.94**	**100.00%**	**25,154.02**	**100.00%**	**16,627.60**	**100.00%**

注：其他收入为少量用户付费视频服务收入。本公司坚持免费视频服务为主的业务模式，同时针对少部分用户的特定需求，推出一定的付费视频服务，为付费用户提供更具针对性和个性化的服务。付费模式不是本公司主要的业务模式。

（1）广告收入

广告为公司的主要收入来源。目前，网络广告收入是互联网或主要视频可比公司的主要盈利点。公司通过优化视频播放技术及增加版权采购，加强视频软件“暴风影音”的营销力度，促使用户数量、视频点击量及有效播放时长的持续增长，以保持暴风影音的广告媒体价值。

报告期内公司各广告形式的投放金额如下：

单位：万元

序号	广告形式	2014 年 1-9 月		2013 年		2012 年		2011 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1	TIPS	2,289.08	8.40%	3,930.19	11.33%	13,748.42	57.04%	8,514.64	59.77%
2	弹窗	5,725.66	21.02%	8.999.89	25.95%	4,982.24	20.67%	4,629.85	32.50%
3	文字链	415.96	1.53%	735.54	2.12%	58.16	0.24%	95.31	0.67%
4	贴片	15,287.04	56.13%	18,343.21	52.89%	5,287.44	21.94%	916.38	6.43%
5	Banner	2,642.16	9.70%	1,483.71	4.28%	2.40	0.01%	90.25	0.63%
6	网页广告	400.61	1.47%	250.93	0.72%	19.93	0.08%	-	-
7	其他	475.32	1.75%	935.22	2.70%	5.10	0.02%	-	-
	投放金额合计	27,235.81	100.00%	34,678.70	100.00%	24,103.69	100%	14,246.44	100%

序号	广告形式	2014 年 1-9 月		2013 年		2012 年		2011 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
	返点金额	2,763.97		3,680.78		1,590.74		160.91	
	广告收入	24,471.84		30,997.92		22,512.95		14,085.53	

公司广告收入增长较快，主要系随着互联网行业的发展，互联网广告形式逐步被广大用户接受，同时公司加大广告销售力度并不断优化各类广告形式，实现了媒体价值的较快增长。其中，贴片广告投放金额占广告投放金额的比例上升较快，2014 年 1-9 月为 56.13%%，较 2013 年提高了 3.24 个百分点，2013 年为 52.89%，较 2012 年提高了 30.96 个百分点；2012 年为 21.94%，较 2011 年提高了 15.50 个百分点。

（2）软件推广收入

用户下载“暴风影音”客户端视频软件时，可选择性地捆绑下载其他软件客户的软件，公司将相应向该软件开发商收取费用。由于软件推广将增加用户安装包下载体积及消耗用户电脑资源，为尽量减低对用户的影响，公司主要与百度、微软和搜狗等业内知名企业开展软件推广合作业务。

（3）游戏收入

公司网络游戏业务收入主要来自出售虚拟游戏货币。2009 年至 2011 年 5 月，公司在满足广告客户需求的同时，将部分广告位置用作网络游戏运营代理业务，通过出售虚拟游戏货币及收取用户服务费获取收入。2011 年，随广告客户快速增长，公司广告销售比例快速增长，广告资源越趋稀缺，公司为集中优势资源对网络视频业务精耕细作，决定出售游戏业务。

2011 年 5 月，公司向北京第三纪信息技术有限公司出售网络游戏业务后，未继续运营网络游戏业务，当年网络游戏业务占主营业务收入比重下降至 7%，自 2012 年开始，游戏业务收入为 0 元。

4、公司营业收入的地区分部情况

报告期内，公司营业收入的地区分部情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014年1-9月		2013年		2012年		2011年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	12,642.07	46.54%	18,143.47	55.87%	10,776.68	42.84%	5,684.70	33.48%
华北	13,412.48	49.37%	11,334.37	34.90%	12,789.54	50.84%	10,276.25	60.53%
华南	1,009.31	3.72%	2,885.39	8.88%	1,513.37	6.02%	952.60	5.61%
华中	83.04	0.31%	55.72	0.17%	70.67	0.28%	64.05	0.38%
东北	1.79	0.01%	28.30	0.09%	-	-	-	-
西南	17.56	0.06%	29.69	0.09%	3.77	0.02%	-	-
合计	27,166.25	100.00%	32,476.94	100.00%	25,154.02	100.00%	16,977.60	100.00%

注：对于通过广告代理商客户投放的广告业务，按照代理商客户的工商注册地进行划分及统计。

5、公司主要产品的销售价格及销量的变化情况

广告为公司的主要收入来源，报告期内，公司各广告形式的投放数量及收费单价情况如下表所示：

项目[注1]		2014年1-9月			2013年			2012年			2011年		
		数量（天位、前次展现个数）	单价（元/天位、元/CPM）	总额（万元）	数量（天位、前次展现个数）	单价（元/天位、元/CPM）	总额（万元）	数量（天位、前次展现个数）	单价（元/天位、元/CPM）	总额（万元）	数量（天位、前次展现个数）	单价（元/天位、元/CPM）	总额（万元）
按 CPM 收费	贴片	20,273,742	7.25	14,697.41	23,759,313	7.72	18,343.21	8,456,449	6.25	5,287.44	2,129,277	3.43	730.63
	TIPS							6	85,000.00	51.00	-	-	-
	弹窗							17	-	-	-	-	-
	其他	68,643	6.66	45.74									
	小计	20,342,386	7.25	14,743.15	23,759,313	7.72	18,343.21	8,456,472	6.31	5,338.44	2,129,277	3.43	730.63
按天收费	TIPS	1,331	17,198.16	2,289.08	2,396	16,285.23	3,901.94	2,461	55,657.96	13,697.42	1,142	74,551.93	8,513.83
	弹窗	7,341	4,673.09	3,430.52	6,914	6,816.93	4,713.23	5,293	5,937.28	3,142.60	6,195	7,473.38	4,629.76
	文字链	4,004	1,038.85	415.96	2,113	3,403.54	719.17	2,221	261.86	58.16	799	1,192.71	95.30
	Banner [注2]	1,311	17,437.26	2,286.02	1,650,834	8.99	1,483.71	141	170.21	2.40	157	5,748.57	90.25
	贴片	76,300	2.59	19.78				63,105	-	-	253	7,340.10	185.70
	其他	657,125	8.55	562.04	3,219	2,210.65	711.61						
	小计	747,412	120.46	9,003.40	1,665,476	69.23	11,529.66	73,221	2,308.16	16,900.59	8,546	15,814.23	13,514.84
按 CPS 收费[注]	弹窗、TIPS等			3,207.98	-	-	4,331.28	-	-	1,839.63	-	-	0.97
其他[注]	弹窗、TIPS等			281.28	-	-	474.55	-	-	25.03	-	-	-
广告投放金额合计				27,235.81		-	34,678.70	-	-	24,103.69	-	-	14,246.44

注 1：在上述收费方式中，按 CPM 收费和按天收费是目前公司的主要收费方式，包括 CPS 在内的其他收费方式投放占比较小，且该等方式下公司的收费金额与广告投放效果挂钩，结算方法复杂，故在此不作详细拆分。

注 2：banner 非报告期内公司主要的广告形式，2013 年公司对部分 banner 进行余量打包销售，故当期销售数量较大，而单价较低。

2014 年 1-9 月，公司广告收入为 24,471.84 万元，为 2013 年全年广告收入的 78.95%，保持平稳态势，收入主要来自贴片及弹窗广告，具体情况如下：（1）贴片广告投放金额为 15,287.04 万元，为 2013 年全年的 83.34%，收入主要来自于 CPM 销售。贴片广告（按 CPM 收费）的销售价格为 7.25 元/CPM，销售量达到 20,273,742 个，销售价格较 2013 年全年略有下降，但销售数量与 2013 年全年水平接近，推动贴片广告收入平稳发展。（2）弹窗投放金额为 5,725.66 万元，占当期全部广告投放金额的比例为 21.02%，其中来自于销售天位的金额为 3,430.52 万元、来自 CPS 销售的金额为 2,280.70 万元。

2013 年，公司广告收入为 30,997.92 万元，同比增长 37.69%。2013 年公司贴片广告快速增长，虽然 TIPS 广告投放规模有所下降，但公司广告业务整体收入规模依然保持稳定增长，具体情况如下：（1）2013 年，公司贴片广告成为公司最主要的广告投放形式，其投放金额为 18,343.21 万元，为 2012 年的 3.47 倍，继续保持高速增长态势，贴片广告的投放全部来自 CPM 销售。2013 年，公司贴片广告（按 CPM 收费）的销售价格为 7.72 元/CPM，销售量达到 23,759,313 个，而 2012 年上述指标分别为 6.25 元/CPM 和 8,456,449 个，销售价格及销量的同步提升，推动公司贴片广告投放金额的持续、快速增长，进而保证了公司广告业务的整体规模提升。未来，作为公司最主要的广告投放形式，贴片广告将继续保持增长态势。（2）2013 年，公司 TIPS 投放金额为 3,930.19 万元，较 2012 年下降 71.41%，其中来自于销售天位的金额为 3,901.94 万元，占当期 TIPS 投放的 99.28%，本年度 TIPS 的销售数量于上年同期基本持平，但单价从 2012 年的 55,657.96 元/天位，下降至 2013 年 16,285.23 元/天位，降幅较大，主要原因系 2013 年公司 TIPS 广告已推出全网 TIPS 和区域 TIPS，可实现区域精准营销，由于部分投放区域从全网转向区域，投放区域的不同导致 TIPS 价格变动较大，从而导致 2013 年 TIPS 投放金额降幅较大。

2012 年，公司广告收入为 22,512.95 万元，同比增长 59.83%。2012 年公司广告收入的增长主要来自 TIPS 和贴片广告，具体情况如下：（1）TIPS 投放金额为 13,748.42 万元，占 2012 年全部广告投放金额的比例为 57.04%，其中来自于销售天位的金额为 13,697.42 万元。公司 2012 年 TIPS 销售数量继续提升（销售天数为 2,461 天位，较 2011 年全年增加 115.50%），尽管平均销售价格较 2011 年

下降（按天销售平均价格为 55,657.96 元/天位），但是整体销售金额仍继续提升；（2）贴片广告投放金额为 5,287.44 万元，为 2011 年全年水平的 5.77 倍，增长迅速，收入全部来自于 CPM 销售。公司贴片广告销售价格从 2011 年的 3.43 元/CPM，上升至 2012 年的 6.25 元/CPM，同时销量快速增长，贴片广告 CPM 销量从 2011 年的 2,129,277 个，上升至 2012 年的 8,456,449 个。

（三）主营业务成本分析

报告期内公司主营业务成本的具体构成如下：

单位：万元

序号	项目	2014 年 1-9 月		2013 年		2012 年		2011 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1	带宽租赁	3,417.49	52.20%	3,717.45	40.11%	2,423.03	38.33%	2,063.97	49.71%
2	视频内容	2,163.64	33.05%	4,559.71	49.20%	3,330.93	52.70%	1,307.52	31.49%
3	游戏业务分成	-	-	-	-	-	-	413.61	9.96%
4	运营设备折旧	516.35	7.89%	537.52	5.80%	366.80	5.80%	177.44	4.27%
5	无形资产摊销	449.49	6.87%	156.15	1.68%	156.15	2.47%	156.15	3.76%
6	其他	-	-	296.18	3.20%	43.86	0.69%	33.35	0.80%
	合计	6,546.97	100.00%	9,267.00	100.00%	6,320.76	100.00%	4,152.03	100.00%

公司主营业务成本包括带宽租赁、视频内容成本、运营设备折旧、无形资产摊销等费用。

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司的主营业务成本分别为 6,546.97 万元、9,267.00 万元、6,320.76 万元及 4,152.03 万元。

2014 年 1-9 月公司主营业务成本占收入的比例为 24.10%，而 2013 年全年为 28.53%，主要原因是由于当期公司对版权采购支出有所控制，且版权采购向授权期较长的影视资源倾斜，导致虽然当期带宽租赁支出持续增长，但视频内容成本下降，因而主营业务成本较上年同期基本一致，略有下降。

2013 年公司主营业务成本较 2012 年增加 2,946.24 万元，增幅为 46.61%，主要原因是由于在线视频用户数及在线观看量的不断增长，公司带宽租赁费用大幅

增长，同时因业务发展需要，公司加大了视频版权采购及服务器等运营设备投入力度，以增强客户粘性、提升用户体验，因而相关成本及折旧摊销支出较上一年度增长较为显著。

2012 年主营业务成本较上一年增加 2,168.72 万元，增幅为 52.23%，与主营业务收入的增长幅度基本一致。

报告期内，公司版权、带宽等主要成本采购情况，详见本招股说明书“第六节业务和技术”之“四、发行人主营业务具体情况”的相关内容。

（四）毛利率分析

1、综合毛利率情况

报告期内，公司产品综合毛利率的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
营业收入	27,166.25	32,476.94	25,154.02	16,977.60
营业成本	6,546.97	9,267.00	6,320.76	4,162.53
毛利	20,619.28	23,209.94	18,833.27	12,815.06
毛利率	75.90%	71.47%	74.87%	75.48%

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司综合毛利率分别为 75.90%、71.47%、74.87%及 75.48%。

2014 年 1-9 月，公司综合毛利率较 2013 年增长约 4.43 个百分点，主要原因系当期公司对版权采购支出有所控制，且版权采购向授权期较长的影视资源倾斜，导致虽然当期带宽租赁支出持续增长，但视频内容成本下降，营业成本的增速低于同期收入增速。

2013 年，公司综合毛利率较 2012 年下降 3.41 个百分点，主要原因是公司为增强客户粘性、提升用户体验，继续加大了服务器设备、带宽及影视剧内容版权方面的投入。随着公司在上述领域的持续投入，公司主要产品的有效使用时长、日均覆盖人数等业务指标稳步增长，媒体价值进一步提升，业绩持续增长，虽然

由于媒体价值变现的滞后性，2013 年公司毛利率略有下降，但仍然处于行业内较高水平。

2012 年，公司综合毛利率与 2011 年基本持平。

报告期内，公司毛利率整体上保持平稳较高水平，主要原因为互联网视频行业具有显著的规模效应，随着公司业务规模增长，公司历史上积累的用户资源产生的商业价值不断得以体现，且公司充分利用软件运营平台的技术和模式特点积极实施差异化竞争并注重成本投入的产出效益，使报告期内公司产品及广告平台媒体价值显著高于成本，毛利率保持在较高水平。

2、报告期内，公司各业务的毛利率情况

报告期内，公司主要提供视频综合服务和互联网广告信息服务（含互联网广告信息发布服务及软件推广服务）。视频综合服务以免费为主，公司主要收入来自互联网广告信息服务，包括广告收入及软件推广收入。此外，基于公司的视频用户群体，公司在 2011 年还从事部分网络游戏运营业务，将部分广告位置用作网络游戏的宣传推广，并通过出售虚拟游戏货币获取游戏业务收入。2011 年 5 月，公司为集中优势广告资源对视频业务精耕细作，向北京第三纪信息技术有限公司出售了网络游戏业务。

报告期内，公司的互联网广告信息服务（含广告信息发布服务及软件推广服务）和游戏业务的营业收入、营业成本及毛利率情况如下：

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
各业务营业收入				
互联网广告信息服务（万元）	27.087.51	32,419.27	25,140.87	15,463.31
游戏业务	-	-	-	1,164.20
各业务营业成本				
互联网广告信息服务（万元）	6,546.97	9,267.00	6,320.76	3,717.38
游戏业务	-	-	-	434.65
各业务毛利率				
互联网广告信息服务	75.83%	71.42%	74.86%	75.96%
游戏业务	-	-	-	62.67%
公司综合毛利率[注]	75.90%	71.47%	74.87%	75.48%
公司三项费用占收入比例	62.90%	56.61%	47.99%	40.84%
公司利润总额占收入比例	10.20%	12.34%	21.89%	29.03%

注：公司 2014 年 1-9 月综合毛利率的计算包括 78.73 万元视频付费点播业务收入；2013 年综合毛利率的计算包括 57.67 万元视频付费点播业务收入；2012 年综合毛利率的计算包括 13.16 万元视频付费点播业务收入；2011 年综合毛利率的计算还包括 0.09 万元视频付费点播业务收入以及 350 万元转让游戏平台业务收入。该等业务是在公司提供的综合视频服务和互联网广告信息服务基础上的附加服

务，无法单独计算毛利率。

2014 年 1-9 月，公司对版权采购支出有所控制，且版权采购向授权期较长的影视资源倾斜，导致虽然当期带宽租赁支出持续增长，但视频内容成本下降，营业成本的增速低于同期收入增速，互联网广告信息服务的毛利率和综合毛利率较 2013 年均有所上升。

2013 年，公司为增强客户粘性、提升用户体验，继续加大了服务器设备、带宽及影视剧内容版权方面的投入。随着公司在上述领域的持续投入，公司主要产品的有效使用时长、日均覆盖人数等业务指标稳步增长，媒体价值进一步提升，业绩持续增长，虽然由于媒体价值变现的滞后性，2013 年公司互联网广告信息服务的毛利率和综合毛利率略有下降，但仍然处于行业内较高水平。

2012 年，公司互联网广告信息服务的毛利率和综合毛利率与 2011 年基本持平。

对于互联网广告信息服务，报告期内，公司的盈利模式为以免费为主的模式。一方面，公司向用户提供免费软件下载使用服务和免费为主的多终端综合视频服务，形成了用户群体，产生了广告投放价值。另一方面，公司向广告客户收取广告投放及推广费用（含软件推广费用）形成收入。在上述经营模式下，公司成本支出的核心在于为视频用户提供综合视频服务，以吸引用户并增加用户的有效使用时长，具体包括：租赁带宽满足用户的软件下载和观看在线视频的需求，购买视频版权提供视频内容，购买服务器等设备支持运营，开发升级暴风影音播放器软件供用户免费下载使用等。因此，公司提供综合视频服务和互联网广告信息服务服务的营业成本不能在不同广告形式之间进行分摊，公司的互联网广告信息服务为单一业务。

3、公司互联网广告信息服务毛利率的波动情况分析

由于公司已于 2011 年 5 月出售了游戏业务，因此公司主要对互联网广告信息服务的毛利率波动情况进行分析。公司互联网广告信息服务的收入和成本均与用户有效使用时长相关，用户有效使用时长越长，带来的暴风影音的广告媒体价值越大，同时公司为满足用户的视频需求，各项成本支出也越高。

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司互联网广告信息服

务的毛利率分别为 75.83%、71.42%、74.86%及 75.96%，其中，2014 年 1-9 月毛利率较 2013 年有所上升；2013 年较 2012 年略有下降，但仍然处于行业内较高水平；2012 年与 2011 年基本持平。

报告期内，互联网广告信息服务的毛利率变动的具体情况及运用连环替代法进行的量化分析如下表：

项目		2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
互联网广告信息服务毛利率		75.83%	71.42%	74.86%	75.96%
同比增加的百分点		不适用	-3.44%	-1.10%	-
影响因素分析					
1	单位有效使用时长收入（元/万小时）	361.62	454.25	507.74	367.89
	增长率	不适用	-10.53%	38.01%	-
	变动对毛利率的影响	不适用	-2.96%	6.62%	-
2	单位有效使用时长成本（元/万小时）	87.40	129.85	127.65	88.44
	增长率	不适用	1.72%	44.34%	-
	变动对毛利率的影响	不适用	-0.48%	-7.72%	-

注：单位有效时长收入和单位有效时长成本均保留至小数点后两位。

由于公司媒体粘性持续提升，2014 年 1-9 月及 2013 年有效使用时长快速增长，虽然 2013 年公司互联网广告信息服务的收入较上年同期保持增长态势，2014 年 1-9 月收入规模亦较大，但其增速均小于有效使用时长增速，因而 2014 年 1-9 月及 2013 年公司单位有效时长收入较 2012 年均有所下降；与此同时，随着公司服务器设备、带宽及影视剧内容版权方面的投入不断加大，2013 年单位有效时长成本与 2012 年基本持平、略有上升，进而导致公司 2013 年互联网广告信息服务的毛利率较 2012 年有所下降，2014 年 1-9 月，公司对版权采购支出有所控制，且版权采购向授权期较长的影视资源倾斜，导致虽然当期带宽租赁支出持续增长，但视频内容成本下降，2014 年 1-9 月单位有效时长成本较 2013 年降幅较大。2012 年公司互联网广告信息服务的毛利率较 2011 年基本持平。具体情况如下：

（1）报告期内单位时长收入的变化分析

报告期内，公司的单位有效使用时长收入的具体情况如下：

	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
互联网广告信息服务收入（万元）	27,087.51	32,419.27	25,140.87	15,463.31

	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
增速	不适用	28.95%	62.58%	-
当期用户有效使用时长（万小时）	749,070	713,689	495,151	420,329
当期用户有效使用时长增速	不适用	44.14%	17.80%	-
单位有效使用时长收入（元/万小时）	361.62	454.25	507.74	367.89
单位有效时长收入的增速	不适用	-10.53%	38.01%	-

注：当期用户有效使用时长采用艾瑞咨询 iUserTracker 互联网用户行为监测数据库统计的月度有效使用时长相加计算。

2013 年和 2012 年，公司的单位有效使用时长收入分别比 2012 年和 2011 年水平变动-10.53%和 38.01%，对公司互联网广告信息服务毛利率的影响分别为-2.96 个百分点和 6.62 个百分点，具体情况如下：

① 报告期内，公司的用户有效使用时长持续增长，主要原因包括：公司不断提升视频播放技术应用，推出暴风影音播放器软件新版本和增加“左眼技术”、“一键高清”等新功能；不断加大带宽投入，提升视频观看流畅度；大力提升了视频内容版权的数量和质量。上述措施有效吸引了用户并增加了用户的有效使用时长。

② 报告期内，公司互联网广告信息服务的收入持续增长，主要原因包括：（1）公司以“致力于发现并满足人们的视频需求”为企业使命，始终坚持向视频用户提供免费的播放器软件及综合视频服务。为了获得收入以支持公司的产品研发和业务发展，公司自 2007 年起开始以暴风影音播放器为平台挖掘媒体价值，通过广告获取收入，并力求在用户体验、企业盈利、广告客户价值提升等方面实现平衡和可持续的发展。报告期内，公司不断升级和丰富广告的展现形式，提升广告效果；同时在广告发布机制上充分考虑用户体验（如对 TIPS 展现设置每日上限、用户可主动关闭部分广告功能等），以尽量不影响用户体验，从而使广大用户群产生的媒体价值逐步显现且良性发展，并支持公司产品和技术的不断提升；（2）报告期内，公司广告产品的广告效果逐步提升，前贴片、TIPS 等广告形式不断受到广告客户的认可；其中，前贴片广告增长迅速，已成为公司最主要的广告形式之一，TIPS 广告已推出全网 TIPS 和区域

TIPS，可实现区域精准营销，为广告主客户提供更丰富的选择；同时公司不断优化广告内容，积极承担建立互联网广告良好诚信环境的责任，促进品牌价值的提升；（3）随着广告产品的不断优化、广告效果得以体现和增强、广告媒体价值提升，公司不断积累和吸引广告客户资源，客户投放广告的金额也不断提高。

③ 2013 年，公司贴片广告投放金额快速增长，但 TIPS 广告投放有所下降，导致公司该期广告收入虽快速增长，但增速低于同期用户有效使用时长增速，因而该期单位有效时长收入有所下降。

④ 2012 年，公司在用户有效使用时长持续增长的基础之上，互联网广告信息服务的收入以更高增速增长呈现出规模放大效应，因此该年度单位有效时长收入较大幅度增长。

（2）报告期内，单位有效时长成本的变动分析

报告期内，公司的单位有效使用时长成本的具体情况如下：

	2014 年 1-9 月	**2013 年度**	**2012 年度**	**2011 年度**
营业成本（万元）	6,546.97	9,267.00	6,320.76	3,717.38
增速	不适用	46.61%	70.03%	-
当期用户有效使用时长（万小时）	749,070	713,689	495,151	420,329
增速	不适用	44.14%	17.80%	-
单位有效使用时长成本（元/万小时）	87.40	129.85	127.65	88.44
增速	不适用	1.72%	44.34%	-
单位有效使用时长带宽租赁成本（元/万小时）	45.62	52.09	48.94	49.10
增速	不适用	6.44%	-0.33%	-
单位有效使用时长视频内容成本（元/万小时）	28.88	63.89	67.27	31.11
增速	不适用	-5.02%	116.23%	-
单位有效使用时长运营设备折旧（元/万小时）	6.89	7.53	7.41	4.18
增速	不适用	1.62%	77.27%	-
其它成本（元/万小时）[注]	6.00	6.34	4.04	4.05
增速	不适用	56.93%	-0.25%	-

注：2013 年公司其它成本中包含公司与国美在线电子商务有限公司等客户开展线下广告策划及执行业务的相应支出，该类业务主要发生在 2013 年 1-6 月，故当期其它成本较大。

2013 年及 2012 年，公司的单位有效使用时长成本分别比 2012 年及 2011 年水平变动 1.72%和 44.34%，对公司互联网广告信息服务的毛利率的影响分别为-0.48 个百分点和-7.72 个百分点。

报告期内，公司单位有效使用时长成本的变动主要受到单位有效使用时长带宽租赁成本、单位有效使用时长视频内容成本各自变动情况的影响。

2014 年 1-9 月，公司单位有效使用时长成本为 87.40 元/万小时，较 2013 年全年有所下降；主要原因系 2014 年 1-9 月，公司对版权采购支出有所控制，且版权采购向授权期较长的影视资源倾斜，导致虽然当期带宽租赁支出持续增长，但视频内容成本下降，同时当期用户有效使用时长快速增长，进一步导致单位有效使用时长成本的下降。

2013 年，公司单位有效使用时长成本较 2012 年小幅增加 2.20 元/万小时，其中单位有效使用时长视频内容成本下降 3.38 元/万小时、单位有效使用时长带宽租赁成本增长 3.15 元/万小时，而单位有效使用时长其他成本增长 2.30 元/万小时；主要原因是公司为增强客户粘性、提升用户体验，继续加大了服务器设备、带宽及影视剧内容版权方面的投入，导致带宽及视频内容成本与用户有效使用时长基本保持同步增长。

2012 年，公司单位有效使用时长成本较 2011 年增加 39.21 元/万小时，其中 36.16 元/万小时来自单位有效使用时长视频内容成本，主要因为 2011 年以来公司加大了版权购买力度，使得 2012 年公司单位有效时长视频版权摊销金额同比增长，并且公司自 2011 年 12 月和乐视网达成平台合作，2012 年向乐视网支付了 1,184.62 万元平台合作费用（金额未含增值税部分），而 2011 年此项支出仅发生在 2011 年 12 月，金额较小。

具体情况如下：

① 单位有效使用时长带宽租赁成本

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司的单位有效使用时长带宽租赁成本分别为 45.62 元/万小时、52.09 元/万小时、48.94 元/万小时和 49.10 元/万小时，其中， 2013 年较 2012 年小幅增加 3.15 元/万小时，增幅为 6.44%，2012 年较 2011 年基本持平。用户使用暴风影音播放器的时长中，对于观看用户

本地视频的部分，基本不增加公司的带宽成本；同时，公司通过 P2P 分享、自建 CDN 及影片压缩等技术手段实现同等在线观看体验下较低的带宽资源占用，综合使本公司单位用户有效使用时长的带宽成本较低。报告期内，随着公司在线内容的增加和质量的提升、以及在线观看量的快速增长，带宽成本持续上升，且增速与用户有效使用时长基本一致，因而单位有效使用时长带宽成本整体持平。

公司租用带宽资源主要用于在线视频、播放器下载及客户服务、业务管理、广告发布等方面，并根据视频用户数量、结构和需求的变化而不断调整租用策略，具体情况如下：

用途类别	基本内容	报告期内带宽租赁费用增长变动情况
在线视频	支持用户观看在线视频，包括视频内容传输、目录内容传输等	报告期内，带宽租赁费用随着在线视频用户数量的增长和在线视频内容观看量的增长相应增加
播放器下载及客户服务	支持用户下载暴风影音播放器软件；支持用户中心、网站和论坛等的运营	报告期内，用户的软件下载量增加，同时用户活跃度增加，相关带宽租赁费用相应增加。
业务管理	主要用于 P2P 传输管理、内容发布管理等	报告期内，相关带宽租赁费用随着用户规模增加、用户活跃度提高而相应增加。
内容发布管理	实现广告展现	报告期内，随着用户数量的增长、广告展现数量的增加相应增加。

② 单位有效时长视频内容成本

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司的单位有效使用时长视频内容成本分别为 28.88 元/万小时、63.89 元/万小时、67.27 元/万小时和 31.11 元/万小时，其中，2014 年 1-9 月较 2013 年全年下降较为明显，2013 年较 2012 年下降 3.38 元/万小时，降幅为 5.02%，2012 年较 2011 年增加 36.16 元/万小时，增幅为 116.23%。

2014 年 1-9 月，公司单位有效使用时长视频内容成本为 28.88 元/万小时，较 2013 年全年下降较为明显，主要原因为①2014 年 1-9 月，公司对版权采购支出有所控制，且版权采购向授权期较长的影视资源倾斜，导致视频内容成本下降，2014 年 1-9 月视频内容成本为 2,163.64 万元；②同期，公司媒体效应继续提升，

用户有效使用时长达到 749,070 万小时。

2013 年，公司单位有效使用时长视频内容成本为 63.89 元/万小时，较 2012 年下降 5.02%，主要因为公司媒体效应逐渐凸显，用户有效使用时长快速增长，虽然公司逐步加大了影视剧内容版权方面的投入，版权采购增速亦与用户有效使用时长增速基本一致，但由于部分版权授权期较长且平台合作规模基本持平，故当期视频内容成本的增速低于用户有效使用时长增速。

2012 年，公司单位有效时长视频内容成本（版权摊销部分）为 43.35 元/万小时，较 2011 年增长了 44.79%，主要因为 2011 年以来公司加大了版权购买力度，使得 2012 年公司单位有效时长视频版权摊销金额同比增长；而公司自 2011 年 12 月和乐视网达成内容平台合作，2012 年支付的单位有效时长平台合作费用为 23.92 元/万小时，而 2011 年此项支出仅发生在 2011 年 12 月，金额较小。

具体情况如下：

	2014 年 1-9 月	**2013 年**	**2012 年**	**2011 年**
采购金额[注 1]（万元）	3,397.06	5,394.68	3,735.86	2,997.68
增速	不适用	44.40%	24.63%	80.32%
单位用户使用时长采购金额（元/万小时）	45.35	75.59	75.45	71.32
增速	不适用	0.18%	5.79%	59.34%
单位有效使用时长视频内容成本[注 2]（元/万小时）	28.88	63.89	67.27	31.11
增速	不适用	-5.02%	116.23%	2.71%

注 1：包括版权采购支出（剔除增值税后）、内容合作支出、新片奖励费用等与视频内容版权相关的支出。

注 2：包括视频版权摊销费用、内容合作支出、新片奖励费用等。

相应的，公司 2014 年 1-9 月单位有效使用时长视频内容成本较 2013 年全年降幅较大，2013 年单位有效使用时长视频内容成本较 2012 年略有下降，而 2012 年单位有效使用时长视频内容成本较 2011 年较大幅度增长。

4、报告期内可比公司与公司的毛利率比较

公司	**2013 年度**	**2012 年度**	**2011 年度**
暴风科技	71.47%	74.87%	75.48%

公司	2013 年度	2012 年度	2011 年度
优酷网	17.87%	16.49%	22.31%
土豆网			16.47%
乐视网	29.33%	41.38%	54.04%
迅雷	48.26%	43.31%	45.05%

资料来源：各可比公司定期报告，招股说明书

报告期内，公司与可比公司各项成本占收入的比例情况如下：

各项成本占收入比例		营业成本占收入比例	其中：			
			带宽租赁成本占收入比例	视频内容成本占收入比例	设备折旧成本占收入比例	其他成本占收入比例
暴风科技	2013 年度	28.53%	11.45%	14.04%	1.66%	1.39%
	2012 年度	25.13%	9.63%	13.24%	1.46%	0.80%
	2011 年度	24.52%	12.16%	7.70%	1.05%	3.61%
优酷网（优酷土豆）	2013 年度	82.13%	22.64%	46.98%	3.38%	9.13%
	2012 年度	83.51%	29.22%	41.05%	3.82%	9.43%
	2011 年度	77.69%	36.17%	27.11%	4.35%	10.05%
土豆网	2011 年度	83.53%	35.19%	32.91%	4.69%	10.74%
乐视网	2013 年度	70.67%	6.81%	合计 26.23%		37.63%
	2012 年度	58.62%	13.30%	合计 35.34%		9.97%
	2011 年度	45.96%	8.54%	合计 27.14%		10.28%
迅雷	2013 年度	51.74%	19.67%	19.95%	2.40%	9.72%
	2012 年度	56.69%	14.99%	31.49%	2.21%	8.00%
	2011 年度	54.95%	13.20%	31.65%	2.94%	7.17%

资料来源：各可比公司定期报告、招股说明书

报告期内，本公司毛利率水平高于主要的视频网站类可比上市公司，主要是由于本公司主营成本中带宽成本和视频内容成本占收入比例低于主要的视频网站类可比上市公司，使本公司毛利率水平较高。具体情况如下：

报告期内，公司互联网广告信息服务的带宽租赁成本占收入的比例低于主要视频网站类上市公司，主要原因为：①公司采用 P2P 技术和结合利用 CDN 和 P2P 技术，使得视频用户之间可以进行视频内容资源共享，为公司节约带宽成本，目前公司的用户分享率达到 90%以上，即若本公司不采取 P2P 技术，则公司的带宽租赁成本预计将为采用 P2P 技术时的 10 倍左右；而视频网站类服务商主要采

取 CDN 流媒体分发技术，用户之间的资源分享率相对较低，因此对服务商的带宽资源的占用较高；②公司采用的暴风影音视频压缩技术可在同等画质清晰度情况下提高压缩比，减少了视频内容传输需耗用的带宽量；③公司通过暴风影音播放器软件为用户提供综合视频服务，用户使用暴风影音播放器软件既可以观看本地视频内容，也可以观看在线视频内容，当用户观看本地视频内容时不需要耗用互联网带宽；而视频网站的视频用户观看的视频内容均为在线视频内容，均需要耗用互联网带宽。

报告期内，公司互联网广告信息服务的视频内容成本占收入的比例低于主要视频网站类上市公司，主要原因为视频网站和本公司提供视频服务的方式不同，用户特点不同，因此对视频内容版权的需求不同，具体情况如下：

对于视频网站，为了增强用户粘性和吸引更多用户，需要不断加大视频内容版权的购买力度，特别是价格较高的热门视频内容的首播权、独播权等，主要原因为：①视频网站的操作相对简单且对用户的争夺激烈，对用户而言转换成本较低；②视频网站主要依靠视频内容吸引用户，因此视频网站对内容的数量和时效性的要求较高。本公司在采购版权时，可以采取灵活的版权购买策略，在保证公司具有一定数量和质量的视频内容版权的前提下，以不追独家、不追热门的方式，控制和降低版权购买成本，主要原因为：①公司的视频用户需要主动安装暴风影音播放器软件才能获取公司提供的综合视频服务，用户对已形成的软件使用习惯具有一定的黏性；②除了提供在线视频内容外，公司可依靠工具软件具有的技术功能留住和吸引用户；③公司用户观看的视频内容的来源除公司提供的部分外，还包括用户自己提供的部分，这部分用户使用时长不需依赖于公司采购影视剧内容；④视频用户也具有在未能及时观看热门影视剧时后续观看的需求、以及重温的需求，本公司播放器产品和在线影视剧资源可满足该等用户需求。

5、毛利率变动的敏感性分析

公司主营业务成本中比重较大的两项费用为带宽租赁及视频内容成本。下面选取上述两个因素作为因变量分别分析毛利率对其的敏感性。

（1）带宽租赁费用

报告期内，公司为了不断提升用户的视频观看流畅度，持续加大带宽的投入，2014 年 1-9 月、2013 年、2012 年及 2011 年，该项费用支出分别为 3,417.49 万元、3,717.45 万元、2,423.03 万元和 2,063.97 万元，占报告期各年度主营业务成本比重分别为 52.20%、40.11%、38.33%和 49.71%。

假定其它指标及因素不变，当带宽租赁费用增长 50%、100%、150%和 200%时，公司的主营业务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	25,356.20	25,356.20	25,356.20	25,356.20	25,356.20
主营业务成本	6,571.69	8,024.43	9,477.17	10,929.91	12,382.65
其中：带宽租赁	2,905.48	4,358.22	5,810.96	7,263.70	8,716.44
视频摊销	2,840.45	2,840.45	2,840.45	2,840.45	2,840.45
其他	825.76	825.76	825.76	825.76	825.76
主营业务毛利率	74.08%	68.35%	62.62%	56.89%	51.17%
主营业务毛利率变动		-4.62%	-10.35%	-16.08%	-21.80%

由上表可知，报告期内公司主营业务毛利率对带宽租赁费用的平均敏感系数约为-10.35%，即带宽费用增加 100%，将导致主营业务毛利率降低 10.35 个百分点。

（2）视频内容成本

报告期内，公司为了满足不断扩大的经营规模的需要，加强了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。报告期内计入主营业务成本的视频内容成本金额分别为 2,163.64 万元、4,559.71 万元、3,330.93 万元和 1,307.52 万元，占报告期各年度主营业务成本比重分别为 33.05%、49.20%、52.70%和 31.49%。

假定其它指标及因素不变，当视频内容成本增长 50%、100%、150%和 200%时，公司的主营业务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	25,356.20	25,356.20	25,356.20	25,356.20	25,356.20

项目	报告期平均值	增长 50%	增长 100%	增长 150%	增长 200%
主营业务成本	6,571.69	7,991.91	9,412.14	10,832.36	12,252.59
其中：带宽租赁	2,905.48	2,905.48	2,905.48	2,905.48	2,905.48
视频摊销	2,840.45	4,260.67	5,680.90	7,101.12	8,521.35
其他	825.76	825.76	825.76	825.76	825.76
主营业务毛利率	74.08%	68.48%	62.88%	57.28%	51.68%
主营业务毛利率变动		-4.49%	-10.09%	-15.69%	-21.29%

由上表可知，报告期内公司主营业务毛利率对视频内容成本的平均敏感系数约为-10.09%，即摊提费用增加 100%，将导致主营业务毛利率降低 10.09 个百分点。

（五）期间费用分析

报告期内公司期间费用如下表所示：

单位：万元

项目	2014年1-9月		2013年度		2012年度		2011年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	9,707.82	35.73%	11,533.54	35.51%	5,999.67	23.85%	2,751.09	16.20%
管理费用	7,386.13	27.19%	7,054.41	21.72%	6,304.52	25.06%	4,211.40	24.81%
财务费用	-6.67	-0.02%	-203.79	-0.63%	-231.96	-0.92%	-28.66	-0.17%
合计	17,087.27	62.90%	18,384.16	56.61%	12,072.24	47.99%	6,933.83	40.84%

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司期间费用分别为 17,087.27 万元、18,384.16 万元、12,072.24 万元及 6,933.83 万元，占营业收入的比例分别为 62.90%、56.61%、47.99%及 40.84%。

1、销售费用分析

（1）销售费用主要项目构成及变动分析

报告期内公司各期销售费用主要项目及所占比例如下表所示：

单位：万元

序号	项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度

		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1	职工薪酬	3,152.04	32.47%	3,178.73	27.56%	2,167.63	36.13%	1,279.47	46.51%
2	市场开拓费	0.71	0.01%	16.32	0.14%	107.33	1.79%	478.20	17.38%
3	品牌推广费	3,310.99	34.11%	2,178.19	18.89%	675.22	11.25%	272.51	9.91%
4	合作推广费	1,827.78	18.83%	3,882.73	33.66%	1,416.34	23.61%	265.34	9.64%
5	租赁费	359.73	3.71%	440.03	3.82%	371.12	6.19%	121.93	4.43%
6	招待费	281.84	2.90%	793.74	6.88%	423.11	7.05%	78.58	2.86%
7	广告费	247.53	2.55%	239.28	2.07%	209.38	3.49%	60.20	2.19%
8	差旅费	90.69	0.93%	257.51	2.23%	148.64	2.48%	46.15	1.68%
9	交通费	41.02	0.42%	70.54	0.61%	51.03	0.85%	18.54	0.67%
10	摊销	23.93	0.25%	20.78	0.18%	33.87	0.56%	0.59	0.02%
11	其他	371.55	3.83%	455.69	3.95%	396.00	6.60%	129.57	4.71%
	合计	9,707.82	100.00%	11,533.54	100.00%	5,999.67	100.00%	2,751.09	100.00%

公司的销售费用为营销及销售团队所产生的一切费用，包括其工资、招待费用、合作推广费及公司位于上海、广州等地的销售办公室租金及水电费。2014年1-9月、2013年度、2012年度及2011年度，公司销售费用分别为9,707.82万元、11,533.54万元、5,999.67万元及2,751.09万元，占营业收入的比例分别为35.73%、35.51%、23.85%及16.20%。

2013年及2012年，公司销售费用率增长较快，主要原因为：（1）随着公司视频用户数量、用户在线观看量的增长和用户活跃度的提高，公司产品的媒体价值不断提升，为了进一步促进公司产品媒体价值向商业价值的转化，优化广告产品结构，大力推广贴片广告和品牌消费类广告主投放，同时促进电商、网游等广告主提高广告规模，公司一方面增加销售人员，提升销售激励，增设了广州等销售办事处，加大市场推广，同时与第三方市场机构进行合作，针对不同客户细化制定销售推广策略，使销售相关职工薪酬、合作推广费、租赁费、招待费等相应增加。（2）2013年，公司为了推广“暴风看电影”、“暴风无线”等新平台产品，加大了渠道推广的投入，发生了较高的品牌推广费用。

2014年1-9月，公司销售费用占营业收入的比例与2013年基本一致，系①随着公司自主市场拓展能力的增长、品牌客户资源的积累、广告合作经验和议价

能力的提升，自 2014 年起，整体合作推广费率有所下降，公司当期合作推广费、招待费等费用有所下降；②当期，公司品牌推广费金额较大，系公司加大极致影院网站（暴高清）、暴风影音 5 的推广力度，并向市场推出“暴风看电影”、“暴风无线”产品。

（2）与同行业上市公司的比较分析

与同行业上市公司相比，公司目前的收入结构、销售模式、产品类型及其所处的发展阶段均有所不同，因此，公司报告期内各期销售费用率与同期可比公司存在一定的差异，具体情况如下：

主要的同行业上市公司（如优酷土豆、乐视网）发展起步相对较早，在上述公司发展初期，出于业务发展的需要，销售费用率亦处于相对较高水平；而在其成功上市后，随着营销网络及推广建设逐步成熟，销售费用增速有所放缓，与此同时，借助资本市场的融资渠道，上述公司的企业运营及业务拓展能力亦得到提升，主营业务发展较快，自 2011 年起，各主要可比公司的销售费用率呈现整体下降态势。迅雷与本公司主营业务构成差异较大，2013 年其广告业务收入占比为 27%，而用户订阅服务业务收入占比为 48%，2014 年三季度，上述比例分别为 24%和 51%，差异进一步加大，该业务依托其现有的迅雷用户进行推广及个人用户费用收取，故其所需的营销推广费用相对较少。业务模式差异导致迅雷的销售费用占比低于本公司。

2009 年至 2013 年及 2014 年 1-9 月，公司及同行业上市公司的销售费用率情况如下表所示：

项目	2014 年 1-9 月	2013 年	2012 年	2011 年	2010 年	2009 年
暴风科技	35.73%	35.51%	23.85%	16.20%	19.29%	35.85%
优酷网	24.82%	22.49%	20.26%	25.68%	33.64%	47.35%
土豆网				50.09%	43.47%	58.80%
乐视网	7.50%	8.24%	11.44%	16.09%	24.31%	19.84%
迅雷	14.57%	14.76%	13.64%	12.54%	10.95%	16.86%

资料来源：各可比公司定期报告、招股说明书

2、管理费用分析

报告期内公司各期管理费用主要项目及所占比例如下表所示：

单位：万元

序号	项目	2014年1-9月		2013年度		2012年度		2011年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1	研发支出	5,447.09	73.75%	5,441.55	77.14%	5,055.54	80.19%	3,096.16	73.52%
2	职工薪酬	1,045.86	14.16%	1,102.74	15.63%	788.62	12.51%	597.47	14.19%
3	聘请中介机构费	128.95	1.75%	28.32	0.40	34.21	0.54%	206.33	4.90%
4	业务招待费	35.94	0.49%	44.01	0.62%	70.41	1.12%	55.78	1.32%
5	租金支出	168.36	2.28%	71.96	1.02%	48.83	0.77%	47.84	1.14%
6	低值易耗品	138.64	1.88%	48.29	0.68%	32.43	0.51%	30.05	0.71%
7	招聘及人力专项费	6.77	0.09%	36.55	0.52%	24.75	0.39%	3.30	0.08%
8	资产摊销	78.09	1.06%	7.30	0.10%	2.32	0.04%	0.55	0.01%
9	折旧费	4.06	0.05%	5.00	0.07%	4.95	0.08%	4.27	0.10%
10	税金	2.21	0.03%	8.02	0.11%	6.61	0.10%	12.32	0.29%
11	其他	330.15	4.47%	260.68	3.70%	235.84	3.74%	157.33	3.74%
	合计	7,386.13	100.00%	7,054.41	100.00%	6,304.52	100.00%	4,211.40	100.00%

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司管理费用分别为 7,386.13 万元、7,054.41 万元、6,304.52 万元及 4,211.40 万元，占营业收入的比例分别为 27.19%、21.72%、25.06%及 24.81%。

2014 年 1-9 月，公司加大研发支出投入，研发支出金额与 2013 年全年水平基本相当，推动当期管理费用的增长，因而管理费用占营业收入的比例有所上升。

2013 年，公司继续加强费用控制，在营业收入快速增长的同时，管理费用的增幅较小，因而管理费用占营业收入的比例有所下降。

2012 年公司提升研发能力，增加了研发人员数量导致研发支出增长较快，进而使得管理费用占营业收入的比例略有上升。

3、财务费用分析

报告期内公司财务费用如下表所示：

单位：万元

项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
利息支出	131.17	6.56	0.93	-
减：利息收入	136.88	212.53	233.97	52.91
手续费及其他	-0.96	2.17	1.07	24.25
合计	-6.67	-203.79	-231.96	-28.66

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司财务费用分别为-6.67 万元、-203.79 万元、-231.96 万元及-28.66 万元，金额绝对值占营业收入的比例很小。

2014 年 1-9 月，公司利息收入随当期货币资金余额的变动而平稳波动；2013 年，公司利息收入与 2012 年基本持平；2012 年，公司利息收入较 2011 年增加 181.05 万元，增幅为 342.17%，主要原因是公司于 2011 年取得 3 次新老股东增资，且其中 2 次发生在 2011 年下半年，导致 2012 年全年的平均货币资金余额高于 2011 年全年水平，从而 2012 年的利息收入出现大幅增长。

2014 年 1-9 月、2013 年及 2012 年公司分别发生利息支出 131.17 万元、6.56 万元、0.93 万元，主要系①北京中关村发展集团股份有限公司向本公司提供研发资金支持，公司按相关协议计提的财务费用（按同期银行活期存款利率）；②广发银行股份有限公司北京海淀支行向公司提供贷款额度，截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日，形成短期借款余额分别为 1,137.71 万元、687.71 万元，贷款利率以实际放款日使用的中国人民银行公布实施的相应档次的贷款基准款利率为准，根据双方约定适当浮动；③招商银行股份有限公司北京大运村支行向公司提供贷款额度，截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日，形成短期借款余额分别为 2,121.40 万元、0。

（六）营业外收支情况

1、营业外收入

公司营业外收入主要是政府补助及企业提供的资助资金，报告期内公司营业外收入情况如下表：

单位：万元

项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
政府补助	409.42	960.87	481.49	714.59
其中：石景山区招商引资政策兑现资金	-	245.30	149.10	85.00
科技部中小企业创新基金	-	18.00		7.00
北京市文化创意产业发展专项资金	122.00	214.86	85.84	290.59
石景山园创意工作室支持资金	-	-		
石景山区中小企业发展专项资金	-	125.00	20.00	42.00
北京市科学技术奖	-	-		5.00
北京市石景山区科学技术奖	2.00	2.00		5.00
北京市地方特色产业中小企业发展资金	-	-		280.00
石景山区专利转化奖励	-	1.00	2.00	
职工创新工作室支持资金	-	-	2.00	
石景山区创新科普工作室科普经费	-	-	0.50	
国家知识产权专利资助金	-	-	0.42	
中关村现代服务业专项资金拨款	148.42	329.86	220.63	
中关村专利促进基金	-	1.00	1.00	
科技北京百名领军人才培养工程	13.75	10.69		
北京市科技新星计划	8.60	13.16		
中关村国家自主创新示范区企业购买中介服务支持资金	0.60			
石景山区文化创意产业发展专项资金	45.00			
天津自行车王国产业园区招商引资兑现资金	64.05			
天津市武清区科技型中小企业发展扶持基金	5.00			
罚款收入	-	-	-	0.60
违约赔偿收入	0.30	-	0.50	0.85
其他利得	0.22	48.95	32.52	11.43
合计	**409.94**	**1,009.82**	**514.51**	**727.47**

2013 年，公司营业外收入的其他利得主要为公司参加三星智能应用挑战赛获得的奖金及微软评比奖励款。

2012 年，公司营业外收入的其他利得除上述英特尔公司的资助资金外，还

包括超威半导体产品（中国）有限公司提供的多媒体研究及商业化方面的资助资金。

2011 年，公司政府补助金额较上一年增长，主要原因是公司开展的互联网文化及高新技术产业获得了政府部门的肯定，给予公司资金支持逐步增加。2011 年，公司营业外收入的其他利得为英特尔公司“走向市场”项目提供的支持中国独立软件商在开发及市场推广软件解决方案方面的资助资金。

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下表：

单位：万元

项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
非流动资产处置损失合计	2.49	10.15	-	10.58
其中：固定资产处置损失	2.49	10.15	-	10.58
对外捐赠	13.68	16.93	19.36	-
诉讼赔偿及相关支出	92.11	139.38	38.45	96.89
预计未决诉讼损失	-	58.70	0.00	10.70
违约金	-	-	5.70	
滞纳金	0.02	0.02	0.06	
其他支出	2.80	-	-	0.28
合计	111.10	225.18	63.56	118.45

报告期内，公司主要营业外支出为影视版权相关法律诉讼赔偿金以及对外捐赠。此外，公司基于审慎原则，对法院完成一审判决但并未完成终审判决的诉讼计提了预计诉讼损失。

（七）利润来源分析

报告期内公司利润总额构成列表如下：

单位：万元

项目	2014年1-9月		2013年度		2012年度		2011年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
营业利润	2,472.87	89.22%	3,224.28	80.43%	5,055.13	91.81%	4,319.03	87.64%
营业外净损益	298.83	10.78%	784.64	19.57%	450.95	8.19%	609.02	12.36%
利润总额	2,771.70	100.00%	4,008.93	100.00%	5,506.08	100.00%	4,928.05	100.00%

（八）利润分析

单位：万元

项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
营业利润	2,472.87	3,224.28	5,055.13	4,319.03
占利润总额比重	89.22%	80.43%	91.81%	87.64%
利润总额	2,771.70	4,008.93	5,506.08	4,928.05
净利润	3,079.07	3,853.75	5,584.73	4,928.05

报告期内，公司利润主要来源于广告、软件推广及游戏等业务，投资收益及营业外收支对净利润的影响较小，2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司营业利润占利润总额的比重分别为 89.22%、80.43%、91.81%和 87.64%。

（九）非经常性损益对经营成果的影响

2014 年 1-9 月、2013 年、2012 年及 2011 年，公司非经常性损益分别为 395.53 万元、784.64 万元、450.95 万元及 609.02 万元。扣除所得税影响后的非经常性损益分别为 355.17 万元、686.56 万元、450.95 万元及 609.02 万元，占当期归属于母公司所有者的净利润比重分别为 11.40%、17.82%、8.07%及 12.36%。

公司的非经常性损益主要原因系公司开展的互联网文化及高新技术产业获得各级政府的肯定，因而报告期内公司获得政府的补助支持。

（十）报告期分项缴纳税款及所得税费用与会计利润关系

公司缴纳的主要税种包括增值税、营业税和企业所得税，报告期内，公司主要税种的缴纳情况为：

1、增值税

根据《国家税务总局关于在北京等 8 省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》（财税[2012]71 号）及《营业税改征增值税试点实施办法》的规定，公司自 2012 年 9 月 1 日起开始缴纳增值税，适用税率为 6%。

2012 年 9 月至 2012 年 12 月，公司已交增值税 334.49 万元。截至 2012 年 12 月 31 日，公司应交增值税为 582.34 万元。

2013 年，公司已交增值税 1,099.96 万元。截至 2013 年 12 月 31 日，公司应

交增值税为 893.55 万元。

2014 年 1-9 月，公司已交增值税 879.20 万元。截至 2014 年 9 月 30 日，公司应交增值税为 910.10 万元。

2、营业税

单位：万元

项目	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
期初未交数	-	-	341.02	229.18
本期应交数	4.83	-	414.87	857.69
本期已交数	4.80	-	755.90	745.84
期末未交数	0.04	-	-	341.02

根据上述财税[2012]71 号的规定，公司自 2012 年 9 月 1 日起开始缴纳增值税。2012 年期末，公司已无应缴营业税余额。2013 年公司亦无应缴营业税余额及发生额。2014 年 1-9 月，公司存在少量应缴营业税系公司购买少量理财产品所致。

3、所得税及利润的关系

公司于 2007 年 6 月 15 日被认定为软件企业（证书编号京 R-2007-0275），并于 2011 年 9 月 22 日取得北京市石景山区国家税务局出具的“企业所得税减免税备案登记书”（编号：Y115036），根据《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2011]4 号）的规定，新办软件企业向主管税务机关申请享受自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。”按此规定公司自 2011 年度起享受两免三减半的税收优惠制度。2011 年度、2012 年度、2013 年及 2014 年的企业所得税率分别为 0%、0%、12.5%和 12.5%。

公司的子公司天津鑫影科技有限公司于 2013 年 7 月成立，其于 2014 年 4 月 30 日被认定为软件企业（证书编号津 R-2014-0016），并于 2014 年 5 月 29 日取得天津市武清区国家税务局出具的”纳税人减免税备案报告”（纳税编号：30407317），根据《财政部国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27 号）的规定，新办软件企业向主管税务机关申请享受自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三

年至第五年减半征收企业所得税。按此规定天津鑫影自 2013 年度起享受两免三减半的所得税税收优惠政策，2013 年度、2014 年度税率为 0%。

因此，报告期内公司于 2011 年度、2012 年度、2013 年度、2014 年 1-9 月实际享受到企业所得税优惠政策。具体情况如下：

单位：万元

项目	2014年1-9月	2013年	2012年	2011年
利润总额	2,771.70	4,008.93	5,506.08	4,928.05
应纳税所得额	2,684.26	2,997.20	5,013.74	1,652.87
法定税率	25%	25%	25%	25%
优惠税率	0%、12.5%	12.5%	0%	0%
税收优惠金额	671.06	313.51	1,253.44	413.22
税收优惠占净利润比例	21.79%	8.14%	22.44%	8.39%

（十一）可能对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐人对公司持续盈利能力的核查结论意见

对本公司持续盈利能力产能重大不利影响的因素包括但不限于：互联网视频服务行业日益激烈的市场竞争、应收账款无法收回、影视剧版权采购支出大幅上涨、网络带宽等服务成本大幅上升、广告客户拓展情况低于预期、技术研发优势减弱等，本公司已在“第四节风险因素”中进行了分析并完整披露。

发行人属于互联网视频服务行业，是国家新兴文化产业及信息服务产业的重要组成部分，该行业近年来处于高速成长期。发行人已在中国互联网用户心目中塑造了良好的品牌形象。发行人拥有创新能力、研发能力和管理能力，且发行人募集资金投资项目的实施能够进一步促进发行人业务的发展和提升。

保荐机构通过核查发行人所处行业情况和政策情况、发行人业务情况、财务情况、管理情况和募集资金投资项目等内容，认为：若发行人继续保持良好的品牌形象，继续保持并提升经营能力，且顺利实施募集资金投资项目，则发行人抵御各类风险（详见本招股说明书“第四节风险因素”相关内容）的能力能够增强。若未来发行人所处行业和公司经营未出现重大不利变化，发行人将继续具备持续盈利能力。此外，未来发行人计划继续加大版权及网络带宽的资源投入，并继续加大销售力度，因此发行人未来的视频内容成本及带宽租赁成本、销售费用等预

期仍将处于较高水平。若发行人面临的各类风险因素（详见本招股说明书 “第四节风险因素”全部内容）全部或部分出现、加剧，则发行人未来的营业利润、净利润（扣除非经常性损益前后孰低）存在较 2013 年下降甚至出现亏损的风险（详见本招股说明书“第四节风险因素”之“一、利润下滑甚至出现亏损的风险”）。

十三、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

报告期内，公司资产的规模及结构具体如下：

单位：万元

项目	2014年9月30日		2013年12月31日		2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	31,102.27	71.52%	25,832.40	71.64%	22,239.45	79.61%	14,566.28	76.05%
非流动资产	12,387.59	28.48%	10,224.87	28.36%	5,694.73	20.39%	4,587.53	23.95%
资产总计	43,489.86	100.00%	36,057.27	100.00%	27,934.18	100.00%	19,153.81	100.00%

报告期内，公司资产规模持续扩张。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日，公司资产总额分别为 4.35 亿元、3.61 亿元，较 2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日分别增长 7,342.59 万元、8,123.09 万元，增幅分别为 20.61%、29.08%，主要来自于业务规模扩大带来的应收账款增长、短期借款增加导致的货币资金增加及及固定资产、无形资产及开发支出等非流动资产投入增长。

截至 2012 年 12 月 31 日，公司资产总额为 2.79 亿元，较 2011 年 12 月 31 日增长 8,780.36 万元，增幅为 45.84%。2012 年公司资产总额规模随着公司业绩增长而扩大，全年公司实现营业收入 25,154.02 万元，净利润 5,584.73 万元，推动了公司资产总额的增长。

报告期内公司流动资产占比保持在较高水平，截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，流动资产占总资产的比重分别为 71.52%、71.64%、79.61%及 76.05%。主要原因是报告期内公司主营

业务为互联网视频业务，生产经营过程中所需非流动资产主要为影视剧版权等无形资产，不需进行大规模的固定资产投入，所以流动资产占比较高。

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	2014年9月30日		2013年12月31日		2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	13,548.14	43.56%	9,411.35	36.43%	10,559.98	47.48%	9,598.56	65.90%
应收账款	16,102.55	51.77%	15,709.03	60.81%	11,025.51	49.58%	4,386.30	30.11%
预付款项	445.06	1.43%	138.86	0.54%	104.43	0.47%	56.29	0.39%
其他应收款	679.93	2.19%	556.87	2.16%	549.52	2.47%	525.12	3.61%
存货	65.92	0.21%	-	-	-	-	-	-
其他流动资产	260.67	0.84%	16.30	0.06%	-	-	-	-
流动资产合计	31,102.27	100.00%	25,832.40	100.00%	22,239.45	100.00%	14,566.28	100.00%

（1）货币资金

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司货币资金占流动资产的比例分别为 43.56%、36.43%、47.48%及 65.90%。2014 年 9 月 30 日，公司货币资金余额为 13,548.14 万元，较 2013 年 12 月 31 日增加 4,136.79 万元，主要原因是当期公司经营活动现金流保持平稳，而对影视剧版权等资产的投入有所控制，同时公司债务融资规模加大，因而当期期末货币资金余额有所上升。

2013 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为 9,411.35 万元，较 2012 年 12 月 31 日减少 1,148.64 万元，主要原因是虽然 2013 年公司经营活动净现金流入达到 7,175.04 万元，但同期公司加大了影视剧版权及服务器设备等无形资产及固定资产购置并加强了新产品开发投入，导致公司投资活动净现金流出达到 8,955.88 万元，所以货币资金余额有所下降，但整体金额及占流动资产的比例依然较高，能够为公司未来业务的发展起到良好的支撑作用。

2012 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为 10,559.98 万元，较 2011 年 12 月

31 日增加 961.42 万元，主要原因是 2012 年经营活动净流入现金 3,855.14 万元；购置影视剧版权、服务器设备等投资活动净流出现金 4,159.72 万元；融资活动净现金流入 1,266.00 万元，综合净现金流入 961.42 万元。2012 年各项现金流符合公司业务发展状况，处于稳健和合理的水平。

（2）应收账款

① 应收账款变动分析

报告期内，公司应收账款金额及占营业收入比重具体如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日		2011 年 12 月 31 日	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
应收账款账面原值	17,213.99	63.37%	16,682.42	51.37%	11,617.09	46.18%	4,620.11	27.21%
其中：账龄 1 年以内应收账款	14,441.11	53.16%	14,520.52	44.71%	11,503.11	45.73%	4,564.20	26.88%

公司应收账款主要为应收取客户的款项。报告期内，公司应收账款账面原值持续增长。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司应收账款账面原值分别为 17,213.99 万元、16,682.42 万元、11,617.09 万元及 4,620.11 万元，各期期末应收账款账面原值占当期营业收入的比例分别为 63.37%、51.37%、46.18%及 27.21%。

2014 年 9 月 30 日，公司应收账款原值余额较 2013 年 12 月 31 日增加 531.57 万元，应收账款账面原值余额占当期营业收入比重上升至 63.37%，主要原因是：（1）2014 年 1-9 月，公司营业收入达到 27,166.25 万元，业务开展良好，与此同时，公司应收账款信用政策保持稳定，营业收入的增长推动了当期应收账款账面原值的增长；（2）由于公司 2014 年尚未运行满一个完整会计年度，营业收入的计算基数较小，导致应收账款账面原值余额占当期营业收入比重高于上年年末水平。

2013 年 12 月 31 日，公司应收账款原值余额较 2012 年 12 月 31 日增加 5,065.33 万元，应收账款账面原值余额占当期营业收入比重上升至 51.37%，主要原因系公司 2013 年营业收入保持增长达到 32,476.94 万元，与此同时，公司继续促进贴

片广告的投放，保持给予贴片广告投放较为优惠的信用条件，随着贴片广告收入占比的提升，应收账款原值余额保持增长，且占营业收入的比重有所上升。

2012年12月31日，公司应收账款原值余额较2011年12月31日增加6,996.98万元，应收账款账面原值占当期营业收入比重上升至46.18%，主要原因是：（1）报告期内随着在线用户量、在线观看量和用户活跃度的提高，公司广告资源增加，投放媒体价值提升，为促进媒体价值向商业价值的转化，促进电商、网游等传统网络广告主提高投放规模，尤其是原先投放规模相对不高的广告主提高规模，2012 年公司参照行业内普遍的信用账期情况，较原先水平延长了客户的回款信用期；（2）公司积极促进传统消费类及非泛电商类品牌广告的投放，尤其是贴片广告形式的投放，扩大覆盖品类，给予广告商较为优惠的信用条件，且该部分广告主回款周期相对较长，该等业务类型的增加也延长了整体回款周期；（3）2011年5月份之前本公司仍从事部分游戏代理业务，游戏业务的模式是用户通过缴费渠道预付费，本公司通过应收缴费渠道商收取用户预付费，收款周期很短，而2012年已不运营游戏业务。

② 应收账款坏账准备计提及账龄情况

公司应收账款坏账准备政策分为（1）单项计提：公司对单笔应收账款余额占期末应收账款余额10%以上的应收款项，确定为单项金额重大的应收账款并单独进行减值测试。若单笔应收账款余额占期末应收账款余额10%以下，但有迹象表明该项应收账款的可收回性与该账龄段其他应收账款存在明显差别，采用单项计提法单独进行减值测试。（2）组合计提：公司按账龄对应收账款计提坏账准备，计提比例如下：

账龄	应收账款计提比例
1年以内（含1年）	5%
1-2年	10%
2-3年	25%
3年以上	100%

公司按审慎性原则对所有应收账款按账龄组合计提减值准备。

报告期内，公司应收账款账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日			2013年12月31日			2012年12月31日			2011年12月31日		
	账面原值	坏账计提	计提比例	账面原值	坏账计提	计提比例	账面原值	坏账计提	计提比例	账面原值	坏账计提	计提比例
1 年以内	14,441.11	722.06	5.00%	14,520.52	726.03	5.00%	11,503.11	575.16	5.00%	4,564.20	228.21	5.00%
1-2 年	2,227.94	222.79	10.00%	2,121.43	212.14	10.00%	80.50	8.05	10.00%	55.91	5.59	10.00%
2-3 年	504.47	126.12	25.00%	7.00	1.75	25.00%	33.47	8.37	25.00%	-	-	-
3 年以上	40.47	40.47	100.00%	33.47	33.47	100.00%	-	-	-	-	-	-
合计	17,213.99	1,111.44	6.46%	16,682.42	973.39	5.83%	11,617.09	591.57	5.09%	4,620.11	233.80	5.06%

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司应收账款账面原值账龄在一年以内的比重分别为 83.89%、87.04%、99.02%及 98.79%，一年以上的应收账款比重整体较低，应收账款账龄结构稳定、合理。报告期内，公司对全部应收账款进行组合计提。报告期内公司应收账款账龄较短。

③ 应收账款主要债务人情况

报告期内，公司应收账款中欠款前五名的客户情况（同一控制下客户合并计算）如下表：

a. 截至 2014 年 9 月 30 日

单位：万元

序号	客户名称	金额	占比	款项性质	是否为新增客户
1	纽海信息技术（上海）有限公司 纽海电子商务（上海）有限公司	2,620.00	15.22%	非关联方	否
2	北京创世奇迹广告有限公司 科思世通广告（北京）有限公司 上海安科吉通广告有限公司 电众数码（北京）广告有限公司	1,229.17	7.14%	非关联方	否
3	淘宝（中国）软件有限公司 浙江天猫技术有限公司 浙江淘宝网络有限公司 支付宝（中国）网络技术有限公司	1,190.34	6.91%	非关联方	否
4	北京双行线广告有限公司	982.68	5.71%	非关联方	否
5	凡客诚品（北京）科技有限公司	949.86	5.52%	非关联方	否
应收账款前五名合计		**6,972.04**	**40.50%**		
应收账款账面原值		**17,213.99**	**100.00%**		

注：北京创世奇迹广告有限公司已于 2013 年被安吉斯媒体集团收购，自 2013 年起，其与安索帕（上海）广告传播有限公司、广东凯络广告有限公司等安吉斯媒体集团的下属企业合并统计

b. 截至 2013 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	金额	占比	款项性质	是否为新增客户
1	安索帕（上海）广告传播有限公司	2,413.81	14.47%	非关联方	否

序号	客户名称	金额	占比	款项性质	是否为新增客户
	广东凯络广告有限公司 北京创世奇迹广告有限公司 科思世通广告（北京）有限公司				
2	纽海信息技术（上海）有限公司	1,273.00	7.63%	非关联方	否
3	凡客诚品（北京）科技有限公司	1,028.00	6.16%	非关联方	否
4	百胜（中国）投资有限公司 上海环胜广告有限公司	928.18	5.56%	非关联方	否
5	国美在线电子商务有限公司	916.00	5.49%	非关联方	否
应收账款前五名合计		6,559.00	39.32%		
应收账款账面原值		16,682.42	100.00%		

c. 2012 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	金额	占比	款项性质	是否为新增客户
1	淘宝(中国)软件有限公司 浙江天猫技术有限公司 浙江淘宝商城技术有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 支付宝（中国）网络技术有限公司	2,083.56	17.94%	非关联方	否
2	北京创世奇迹广告有限公司	1,626.00	14.00%	非关联方	否
3	凡客诚品（北京）科技有限公司	1,261.71	10.86%	非关联方	否
4	江苏京东信息技术有限公司 北京京东世纪信息技术有限公司	894.00	7.70%	非关联方	否

序号	客户名称	金额	占比	款项性质	是否为新增客户
5	南京苏宁易购物流有限公司	664.00	5.72%	非关联方	否
应收账款前五名合计		6,529.27	56.20%		
应收账款账面原值		11,617.09	100.00%		

d. 2011 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	金额	占比	款项性质	是否为新增客户
1	淘宝(中国)软件有限公司 阿里巴巴（中国）有限公司 支付宝（中国）网络有限公司	841.65	18.22%	非关联方	否
2	凡客诚品（北京）科技有限公司	782.00	16.93%	非关联方	否
3	群邑（上海）广告有限公司 智威汤逊中乔广告有限公司	453.00	9.80%	非关联方	是
4	北京创世奇迹广告有限公司	378.00	8.18%	非关联方	否
5	广州摩拉贸易有限公司	320.00	6.93%	非关联方	否
应收账款前五名合计		2,774.65	60.26%		
应收账款账面原值		4,620.11	100.00%		

其中，截至 2014 年 9 月 30 日，公司前五大应收账款客户均为广告客户或广告策划代理公司，欠款金额合计为 6,972.04 万元。截至 2014 年 9 月 30 日，公司的应收账款中不存在持有公司 5%以上股权的股东单位或其他关联方的欠款。

④ 应收账款回收风险分析

关于应收账款无法收回的风险，请见本招股说明书第四节“风险因素”之“三、应收账款无法收回的风险”。总体而言，公司与主要客户建立了长期稳定合作关系，且大部分客户为具有较好知名度的企业。截至 2014 年 9 月 30 日，公司账龄在 1 年以内的应收账款原值占比为 83.89%。此外，公司销售人员薪酬与其负责客户的应收账款回收情况挂钩，销售人员紧密跟踪各主要客户生产经营情况，若客户出现业绩倒退等预警情况，销售人员将加强该客户应收账款回收力度，确保应收账款违约风险保持在较低水平。报告期内，公司未出现核销应收账款的情形。

（3）预付账款

公司预付款项主要为视频版权采购款项、办公场地租赁费用、中介机构服务费用及设备采购款等。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司预付款项余额分别为 445.06 万元、138.86 万元、104.43 万元及 56.29 万元，占流动资产总额的比例分别为 1.43%、0.54%、0.47%及 0.39%，占比相对较低。

截至 2014 年 9 月 30 日止，预付账款余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款以及其他关联方预付账款。

（4）其他应收款

报告期内其他应收款变动主要为业务合作方保证金、上市中介费用、房屋租赁费用和押金及员工保险等。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司其他应收款余额分别为 679.93 万元、556.87 万元、549.52 万元及 525.12 万元，占流动资产总额的比例分别为 2.19%、2.16%、2.47%及 3.61%。

2014 年 9 月 30 日，公司其他应收款较 2013 年 12 月 31 日增加 123.07 万元；2013 年 12 月 31 日，公司其他应收款较 2012 年 12 月 31 日增加 7.35 万元；2012 年 12 月 31 日，公司其他应收款较 2011 年 12 月 31 日增加 24.39 万元，报告期内基本保持稳定。

公司其他应收款坏账准备计提标准与应收账款坏账准备计提标准一致。公司按审慎性原则对所有其他应收款按账龄组合计提减值准备。

报告期内，公司其他应收款账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2014年9月30日			2013 年 12 月 31 日			2012 年 12 月 31 日			2011年12月31日		
	账面原值	坏账计提	坏账计提比例	账面原值	坏账计提	坏账计提比例	账面原值	坏账计提	坏账计提比例	账面原值	坏账计提	坏账计提比例
1 年以内	397.37	17.25	4.34%	328.16	13.96	4.25%	179.06	5.31	2.97%	548.29	23.16	4.22%
1-2 年	151.70	11.44	7.54%	133.54	6.07	4.54%	408.07	32.31	7.92%	-	-	-
2-3 年	140.12	0.56	0.40%	125.25	10.06	8.03%	-	-	-	-	-	-
3 年以上	45.43	25.43	55.97%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	734.62	54.68	7.44%	586.95	30.08	5.13%	587.13	37.62	6.41%	548.29	23.16	4.22%

注：按照公司坏账计提政策，公司对上市中介费用等其他应收款未计提坏账准备

截至 2014 年 9 月 30 日，其他应收款项余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款以及其他关联方的其他应收款项。

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	2014 年 9 月 30 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日		2011年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	2,628.99	21.22%	2,611.39	25.54%	1,959.48	34.41%	1,294.90	28.23%
无形资产	8,810.70	71.13%	4,204.66	41.12%	3,554.22	62.41%	3,292.63	71.77%
开发支出	-	-	2,931.01	28.67%	-	-	-	-
商誉	291.06	2.35%	-	-	-	-	-	-
长期待摊费用	112.49	0.91%	118.54	1.16%	102.39	1.80%	-	-
递延所得税资产	544.35	4.39%	359.27	3.51%	78.65	1.38%	-	-
非流动资产	**12,387.59**	**100.00%**	**10,224.87**	**100.00%**	**5,694.73**	**100.00%**	**4,587.53**	**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。截至 2014 年 9 月 30 日、2013

年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司固定资产分别为 2,628.99 万元、2,611.39 万元、1,959.48 万元及 1,294.90 万元，占总资产的比例分别为 6.05%、7.24%、7.01%及 6.76%。

报告期内，公司固定资产余额增长的原因主要是为了满足持续扩大的经营规模的需要，增加购置服务器及办公电子设备等资产所致，但固定资产占公司总资产比重依然保持在较低水平。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。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，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。

公司电子设备采用平均年限法计提固定资产折旧，折旧年限 5 年，预计残值率为 5%。截至 2014 年 9 月 30 日，公司固定资产账面原值为 4,631.32 万元，累计折旧 2,002.33 万元，账面净值 2,628.99 万元，综合成新率为 56.77%。

（2）无形资产

③ 无形资产结构分项变动分析

报告期内，公司无形资产具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日		2013 年 12 月 31 日		2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
版权	4,865.73	55.23%	3,632.32	86.39%	2,797.35	78.71%	2,392.41	72.66%
软件及知识产权	3,944.97	44.77%	572.34	13.61%	756.87	21.29%	900.22	27.34%
无形资产合计	**8,810.70**	**100.00%**	**4,204.66**	**100.00%**	**3,554.22**	**100.00%**	**3,292.63**	**100.00%**

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司无形资产分别为 8,810.70 万元、4,204.66 万元、3,554.22 万元及 3,292.63 元，占总资产的比例分别为 20.26%、11.66%、12.72%及 17.19%。

公司无形资产主要由视频版权、暴风影音系列软件知识产权及办公软件所组成。报告期内公司无形资产余额增长主要由视频版权余额增长所驱动。公司视频版权余额持续增长的原因是（1）公司根据业务发展的需要，逐步加大影视剧版权采购量，以增强用户视频观看的选择及体验度。（2）报告期内影视网络版权交

易逐步活跃，版权市场价格整体呈上升趋势；加上公司为了向用户提供高质量的视频服务，增加了热门电影及电视剧的采购量，导致公司版权采购金额增幅较大。（3）2014 年 1-9 月，公司自主研发的“暴风看电影”、“暴风无线”两款新产品因达到预定可使用状态由开发支出转入无形资产，账面原值 3,849.73 万元，推动当期无形资产快速增长。

④ 无形资产摊销和减值情况

截至 2014 年 9 月 30 日，无形资产摊销和减值情况如下：

单位：万元

项目	取得方式	原值	累计摊销	减值准备	账面价值	摊销年限
软件及知识产权	购买、内部研发	5,767.12	1,822.15	-	3,944.97	2-10 年
版权	购买	8,117.59	3,251.86	-	4,865.73	按购入版权的授权期限
合计	-	**13,884.71**	**5,074.01**	-	**8,810.70**	-

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。公司管理层认为，公司各项资产的质量较高，主要无形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。

（3）开发支出

① 开发支出分析

单位：万元

项目	2014年9月30日	2013年12月31日	2012年12月31日	2011年12月31日
暴风看电影	-	1,680.35	-	-
暴风无线	-	1,250.66	-	-
合计	-	2,931.01	-	-

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司的开发支出分别为 0 元、2,931.01 万元、0 元及 0 元，占资产总额的比例分别为 0%、8.13%、0%及 0%。2013 年，公司发生开发支出 2,931.01

万元，是因为公司针对 “暴风看电影”、“暴风无线”两款新产品，就其开发阶段符合资本化条件的支出进行了资本化处理。待上述两款新产品达到预定可使用状态后，相关开发支出将转入无形资产。2014 年 1-9 月，发生上述开发支出 918.72 万元，期末上述开发支出均已全额结转至无形资产科目。

② 研发费用符合资本化条件的确认依据和时点

公司作为互联网视频服务企业，不断通过研发活动为用户提供、优化暴风影音系列软件产品是公司的核心竞争力之一。公司制定了严格的研发管理、核算制度，对研发流程、进度以及财务核算进行严格规范。

公司的研发活动分为研究阶段与开发阶段：

在研究阶段，公司的研发项目需经过前景与可行性研究、立项、软件架构搭建与代码编写、内部测试、公开测试，并通过不断完善和评估，发布软件的“基础版本”。此时软件产品框架已经形成，关键技术得到验证，底层程序已经稳定，形成可演示版本，关键性能（例如启动速度，请求响应时间，图片刷新时间等）达到产品规划要求。研究阶段的相关支出全部计入当期损益。

在开发阶段，公司在研究阶段形成的基本版本上继续增加软件核心功能，并持续发布新版本，当软件的核心功能技术指标通过评审后，产品可视为“完整版本”，即已完成开发所有计划的核心功能，各项数据显示各项产品、技术指标正常，达到预期目标。当项目进入开发阶段且同时满足如下条件时，研发支出开始资本化核算：

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、无形资产产生经济利益的方式,包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场,无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

4、有足够的技术、财务资源和其他资源支持,以完成该无形资产的开发,并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计量。

报告期内，公司资本化的研发项目包括“暴风看电影”、“暴风无线”。该等项目资本化的具体依据和时点如下：

A、“暴风看电影”

a、经过研究阶段，“暴风看电影”的底层程序已经稳定，关键性能达到规划要求，公司完成该研发项目在技术上具有可行性。

b、“暴风看电影”是一款基于 PC 端开发并运行的互联网影音软件产品，其本质是浏览器，向用户提供一站式的全网视频内容垂直搜索、视频内容推荐、视频内容播放及优化处理等服务。公司计划继续丰富“暴风看电影”的核心功能，未来还将在移动端继续推广。

c、互联网视频是互联网重要的应用领域之一，该领域包括软件类企业、网站类企业等，服务提供商和提供方式呈现多元化特点，因此互联网视频用户存在垂直搜索需求。自该产品的基本版本发布后，安装量和使用量快速增长，具有广泛的应用市场。

d、公司针对“暴风看电影”项目组建了专职研发团队和运营团队，团队囊括优秀的产品设计、产品开发、产品运营人才。同时借助于公司成功推出和运营暴风影音播放器的经验和资源，公司有足够的技术、财务资源和其他资源支持完成该项目的开发和维护运营。

e、公司严格遵守《企业会计准则》、《研发核算管理制度》，开发支出按具体开发项目准确核算。该项目研发投入主要是开发人员的薪酬、房屋租赁费用、带宽费用等，按照公司研发控制体系和会计核算体系，可以进行可靠计量和独立核算。归属于该项目开发阶段的支出能够可靠计量。

“暴风看电影”项目经过前景与可行性研究，于 2012 年 1 月正式立项，于 2012 年 12 月形成软件的基本版本，进入开发阶段，研发支出于次月（即 2013 年 1 月 1 日）开始资本化。“暴风看电影”项目于 2014 年 4 月结束资本化，并转入无形资产科目。

B、“暴风无线”

a、经过研究阶段，“暴风无线”的底层程序已经稳定，关键性能达到规划要求，

公司完成该研发项目在技术上具有可行性。

b、“暴风无线”为暴风影音播放器、在线视频内容在移动终端的应用，包括：基于 iOS 平台开发的针对于苹果手机的版本、基于 iOS 平台上开发的针对于苹果 iPad 的版本、基于安卓平台开发的针对于安卓手机的版本。公司计划继续丰富“暴风无线”的核心功能。

c、随着移动互联网的快速普及、智能手机、平板电脑等移动终端的渗透率不断提高，移动端用户对应用功能从 PC 端转移到移动端的需求呈现放量增长。“暴风无线”作为智能手机、PAD 终端上的视频应用，具有广泛的用户需求。自该产品的基本版本发布后，安装量和使用量快速增长，具有广泛的应用市场。

d、公司针对“暴风无线”项目组建了专职研发团队和运营团队，团队囊括优秀的产品设计、产品开发、产品运营人才。同时借助于公司成功推出和运营暴风影音播放器的经验和资源，公司有足够的技术、财务资源和其他资源支持完成该项目的开发和维护运营。

e、公司严格遵守《企业会计准则》、《研发核算管理制度》，开发支出按具体开发项目准确核算。该项目研发投入主要是开发人员的薪酬、房屋租赁费用、带宽费用等，按照公司研发控制体系和会计核算体系，可以进行可靠计量和独立核算。归属于该项目开发阶段的支出能够可靠计量。

“暴风无线”项目经过前景与可行性研究，于 2011 年 10 月正式立项，于 2012 年 12 月形成软件的基本版本，进入开发阶段，研发支出于次月（即 2013 年 1 月 1 日）开始资本化。“暴风无线”项目于 2014 年 4 月结束资本化，并转入无形资产科目。

③ 开发支出发生额的具体明细

报告期内，公司开发支出发生额的具体明细构成如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
职工薪酬	1,063.38	2,720.32	-	-
租赁费	100.40	199.78	-	-
折旧摊销费	6.38	17.88	-	-

项目	2014 年 1-9 月	2013 年度	2012 年度	2011 年度
其他	-251.44	-6.97	-	-
合计	918.72	2,931.01	-	-

注：其他开发支出主要包括试运行收入的冲减、带宽租赁成本等

（4）商誉

截至 2014 年 9 月 30 日，公司存在商誉 291.06 万元，系公司非同一控制下企业合并暴风秘境科技（天津）有限公司，在合并日将合并成本 500 万元大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值 208.94 万元的差额 291.06 万元确认为商誉。以前年度各期末，公司不存在商誉。

（5）长期待摊费用

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司的长期待摊费用分别为 112.49 万元、118.54 万元、102.39 万元及 0 元，占资产总额的比例分别为 0.26%、0.33%、0.37%及 0%。2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日及 2012 年 12 月 31 日，公司的长期待摊费用主要为办公区域的装修费用。

（6）递延所得税资产

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司的递延所得税资产分别为 544.35 万元、359.27 万元、78.65 万元及 0 元，占资产总额的比例分别为 1.25%、1.00%、0.28%及 0%。

（二）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	2014年9月30日		2013年12月31日		2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	3,259.11	20.78%	687.71	5.94%	-	-	-	-
应付账款	3,507.60	22.36%	1,977.36	17.09%	1,578.11	21.61%	1,795.73	43.72%
预收款项	200.05	1.28%	92.36	0.80%	173.62	2.38%	334.47	8.14%

项目	2014年9月30日		2013年12月31日		2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付职工薪酬	2,546.99	16.24%	2,727.90	23.57%	2,050.37	28.08%	1,107.19	26.96%
应交税费	1,655.01	10.55%	1,652.52	14.28%	1,016.55	13.92%	581.01	14.15%
应付利息	32.56	0.21%	1.26	0.01%	-	-	-	-
其他应付款	3,357.08	21.40%	3,527.15	30.48%	1,321.33	18.09%	277.33	6.75%
一年内到期的非流动负债	905.05	5.77%	-	-	-	-	-	-
其他流动负债	164.52	1.05%	212.56	1.84%	372.71	5.10%	-	-
流动负债合计	**15,627.98**	**99.62%**	**10,878.81**	**94.01%**	**6,512.69**	**89.18%**	**4,095.72**	**99.71%**
长期应付款	-	-	502.68	4.34%	500.93	6.86%	-	-
预计负债	16.78	0.11%	60.87	0.53%	-	-	11.78	0.29%
递延收益	42.37	0.27%	130.10	1.12%	289.51	3.96%	-	-
非流动负债合计	**59.15**	**0.38%**	**693.66**	**5.99%**	**790.45**	**10.82%**	**11.78**	**0.29%**
负债合计	**15,687.13**	**100.00%**	**11,572.47**	**100.00%**	**7,303.13**	**100.00%**	**4,107.50**	**100.00%**

1、短期借款

2013 年 11 月 19 日，公司与广发银行股份有限公司北京海淀支行签署《额度贷款合同》,约定由该行向公司提供贷款额度，最高限额为人民币 2,500 万元整，额度有效期从 2013 年 11 月 19 日起至 2014 年 11 月 18 日止。

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日，公司存在基于上述《额度贷款合同》项下的短期借款余额为 1,137.71 万元、687.71 万元。

2013 年 10 月 14 日，公司与招商银行股份有限公司北京大运村支行签署《授信协议》，约定招商银行股份有限公司北京大运村支行向公司提供人民币 2500 万元的流动资金贷款单项授信额度，授信期间自 2013 年 10 月 14 日至 2014 年 10 月 10 日止。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日，公司存在基于上述《授信协议》项下的短期借款余额为 2,121.40 万元、0 元。

截至 2012 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日，公司均不存在短期借款。

2、应付账款

公司应付账款主要为带宽租赁、内容采购等。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司应付账款分别为

3,507.60 万元、1,977.36 万元、1,578.11 万元及 1,795.73 万元，占负债的比例分别为 22.36%、17.09%、21.61%及 43.72%。

2014 年 9 月 30 日，公司应付账款较 2013 年 12 月 31 日增加 1,530.24 万元，主要原因是公司于 2014 年 1-9 月采购了一定数量的影视剧内容版权，目前部分款项尚未完全支付，导致应付内容采购款增长较大，同时应付带宽租赁款亦小幅上涨。

2013 年 12 月 31 日，公司应付账款较 2012 年 12 月 31 日增加 399.25 万元，主要原因是公司为了不断提升视频用户的使用体验，2013 年度进一步加大了服务器设备、带宽及影视剧内容版权的采购，上述采购款项截至 2013 年 12 月 31 日尚未完全支付，其中应付带宽租赁款及视频内容采购款增长 130.66 万元。同时，2013 年业务推广相关支出有所增长，导致截至 2013 年 12 月 31 日相关应付款余额增长 256.07 万元。

2012 年 12 月 31 日，公司应付账款较 2011 年 12 月 31 日减少 217.62 万元，主要原因是公司在 2011 年第四季度推出了“暴风影音 5”新版本，集中采购了部分带宽和视频内容版权，上述采购的款项支付于 2012 年完成，使 2011 年末应付账款余额较高而 2012 年 12 月 31 日余额较低。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司账龄 1 年以内的应付账款占全部应付账款的比例为 99.21%。公司不存在应付持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

2、预收款项

公司预收款项主要为客户提前支付的广告费及推广费用。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司预收款项分别为 200.05 万元、92.36 万元、173.62 万元及 334.47 万元，占负债的比例分别为 1.28%、0.80%、2.38%及 8.14%。

2014 年 9 月 30 日，公司预收款项较 2013 年 12 月 31 日增加 107.69 万元，主要原因为新增预收广告投放款项增加所致。

2013 年 12 月 31 日，公司预收款项较 2012 年 12 月 31 日减少 81.26 万元，主要原因为 2012 年 12 月 31 日上海三七玩网络科技有限公司等客户提前支付的

款项已于 2013 年结转至营业收入，而新增预收款项相对较少所致。

2012 年 12 月 31 日，公司预收款项较 2011 年 12 月 31 日减少 160.85 万元，主要原因为微软提前支付的款项在 2012 年已全部结转确认为收入，同时公司收到了部分广告客户的预付广告费用，部分抵消了微软提前支付款项的结转带来的预收款项的减少。

截至 2014 年 9 月 30 日，公司期末余额中不存在预收持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

3、应付职工薪酬

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司应付职工薪酬分别为 2,546.99 万元、2,727.90 万元、2,050.37 万元及 1,107.19 万元，占负债的比例分别为 16.24%、23.57%、28.08%及 26.96%。

2014 年 9 月 30 日，公司应付职工薪酬与 2013 年 12 月 31 日基本持平。

2013 年 12 月 31 日，公司应付职工薪酬较 2012 年 12 月 31 日增加 677.53 万元，主要原因是公司 2013 年员工人数、薪酬水平仍保持增长态势，整体薪酬支出的提高导致截至 2013 年 12 月 31 日的应付职工薪酬有所增长。

2012 年 12 月 31 日，公司应付职工薪酬较 2011 年 12 月 31 日增加 943.18 万元，主要原因是公司 2011 年末应付的上述奖金及薪酬已于 2012 年发放完毕，并且随着公司员工人数及薪酬水平增加，公司计提了 2012 年年终奖等各项奖金 741 万元、销售人员业绩工资 1,020 万元，较 2011 年水平继续增加，抵消了上述应付职工薪酬的减少，综合上述原因，截至 2012 年 12 月 31 日的应付职工薪酬较 2011 年 12 月 31 日增加。

4、应交税费

报告期内，公司应交税费主要为应交企业所得税[11]、个人所得税、城市建设维护税、增值税[12]、营业税、文化事业建设费、教育费附加及地方教育费附加等

[11]根据发行人享受的税收优惠政策，公司 2011 年度、2012 年度、2013 度、2014 年度的所得税率分别为 0%、0%、12.5%和 12.5%；公司子公司天津鑫影 2013 年度、2014 年度的所得税率分别为 0%、0%

[12]根据《国家税务总局关于在北京等 8 省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通

税种。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司应交税费分别为 1,655.01 万元、1,652.52 万元、1,016.55 万元及 581.01 万元，占负债的比例分别为 10.55%、14.28%、13.92%及 14.15%。报告期内，随着公司营业规模的扩大及税收优惠政策的变动，公司应交税费金额整体保持稳定增长。

5、其他应付款

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司其他应付款分别为 3,357.08 万元、3,527.15 万元、1,321.33 万元及 277.33 万元，占负债的比例分别为 21.40%、30.48%、18.09%及 6.75%。

2014 年 9 月 30 日，公司其他应付款与 2013 年 12 月 31 日基本持平。

2013 年 12 月 31 日及 2012 年 12 月 31 日，公司其他应付款较上年期末分别增加 2,205.82 万元和 1,044.00 万元，主要原因为随着公司销售规模扩大，合作推广费快速增长，截至 2013 年 12 月 31 日及 2012 年 12 月 31 日，公司其他应付款中，应付合作推广费较上年期末分别增加 2,152.33 万元和 949.94 万元。

截至 2014 年 9 月 30 日止，公司账龄 1 年以内的其他应付款占全部其他应付款的比例为 77.55%。期末余额中不存在应付持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

6、一年内到期的非流动负债

截至 2014 年 9 月 30 日，公司一年内到期的非流动负债余额为 905.05 万元，而以前年度各期末该科目均为 0，系公司从北京中关村发展集团股份有限公司取得的长期应付款 900 万元本金及其利息，按照双方签署的《合作开发协议》中关于还款时间的规定，本期末该笔款项从长期应付款转入一年内到期的非流动负债科目进行核算。

7、其他流动负债

公司其他流动负债主要为已获支付但并未在当年确认为营业外收入的补贴支持款项。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及

知》（财税[2012]71 号）的相关规定，公司自 2012 年 9 月 1 日起由开始缴纳增值税

2011 年 12 月 31 日，公司其他流动负债分别为 164.52 万元、212.56 万元、372.71 万元及 0 元，占负债的比例分别为 1.05%、1.84%、5.10%及 0%。

8、长期应付款

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日及 2012 年 12 月 31 日，公司长期应付款分别为 0、502.68 万元和 500.93 万元，占负债的比例分别 0、4.34%和 6.86%，主要为北京中关村发展集团股份有限公司为支持公司从事暴风影音视频平台项目的开发，提供资金支持，其中第一笔资金为 500 万元（2012 年 6 月收到），第二笔资金为 400 万元（2014 年 1 月收到），共计 900 万元。根据公司与北京中关村发展集团股份有限公司签署的《合作开发协议》，公司自收到上述第一笔投资资金之日起在三年内一次性归还北京中关村发展集团股份有限公司已实际支付的本金与该本金以中国人民银行公布之同期活期存款利率计算的收益之和。截至 2014 年 9 月 30 日，按照双方签署的《合作开发协议》中关于还款时间的规定，本期末该笔款项从长期应付款转入一年内到期的非流动负债科目进行核算。

2011 年，公司未发生过长期应付款。

9、预计负债

公司预计负债为未决诉讼所计提的准备金。公司基于审慎保守原则，对于已完成一审判决但尚未完成终审判决的诉讼计提准备金。截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司预计负债分别为 16.78 万元、60.87 万元、0 元及 11.78 万元，占负债的比例分别为 0.11%、0.53%、0%及 0.29%。

10、递延收益

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司的其他非流动负债分别为 42.37 万元、130.10 万元、289.51 万元及 0 元，占负债的比例分别为 0.27%、1.12%、3.96%及 0%。公司 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日及 2012 年 12 月 31 日的其他非流动负债为已获支付但并未在当年确认为营业外收入的补贴支持款项，按照预计转入损益的期限计入其他非流动负债的部分。

（三）股东权益

报告期内，公司股东权益变动情况如下：

单位：万元

项目	2014年9月30日	2013年12月31日	2012年12月31日	2011年12月31日
股本（或实收资本）	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00
资本公积	4,643.98	4,643.98	4,643.98	4,643.98
盈余公积	1,050.42	1,050.42	698.39	139.92
未分配利润	12,906.65	9,790.39	6,288.67	1,262.41
归属于母公司所有者权益	27,601.05	-	-	-
股东权益合计	**27,802.73**	**24,484.80**	**20,631.04**	**15,046.31**

1、股本（或实收资本）

报告期内，公司的股本（或实收资本）情况如下：

单位：元

股东名称	2014 年 9 月 30 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日		2011 年 12 月 31 日	
	股本/实收资本	占比	股本/实收资本	占比	股本/实收资本	占比	股本/实收资本	占比
冯鑫	25,556,490	28.40%	25,556,490	28.40%	25,556,490	28.40%	25,556,490	28.40%
和谐成长	9,800,010	10.89%	9,800,010	10.89%	9,800,010	10.89%	9,800,010	10.89%
金石投资	5,219,190	5.80%	5,219,190	5.80%	5,219,190	5.80%	5,219,190	5.80%
天津伍通	4,175,370	4.64%	4,175,370	4.64%	4,175,370	4.64%	4,175,370	4.64%
华为投资	3,496,860	3.89%	3,496,860	3.89%	3,496,860	3.89%	3,496,860	3.89%
蔡文胜	3,356,820	3.73%	3,356,820	3.73%	3,356,820	3.73%	3,356,820	3.73%
江伟强	3,356,730	3.73%	3,356,730	3.73%	3,356,730	3.73%	3,356,730	3.73%
华控成长	3,269,610	3.63%	3,269,610	3.63%	3,269,610	3.63%	3,269,610	3.63%
丽泰恒丰	3,131,550	3.48%	3,131,550	3.48%	3,131,550	3.48%	3,131,550	3.48%
杭州沧浪	2,951,730	3.28%	2,951,730	3.28%	2,951,730	3.28%	2,951,730	3.28%
瑞丰利永	2,813,220	3.13%	2,813,220	3.13%	2,813,220	3.13%	2,813,220	3.13%
融辉似锦	2,572,920	2.86%	2,572,920	2.86%	2,572,920	2.86%	2,572,920	2.86%
唐献	2,269,260	2.52%	2,269,260	2.52%	2,269,260	2.52%	2,269,260	2.52%
苏州国润	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%

林章利	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%
蔡少红	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%
刘畅宇	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%	2,087,640	2.32%
韦婵媛	1,444,050	1.60%	1,444,050	1.60%	1,444,050	1.60%	1,444,050	1.60%
曲静渊	1,237,770	1.38%	1,237,770	1.38%	1,237,770	1.38%	1,237,770	1.38%
众翔宏泰	1,145,070	1.27%	1,145,070	1.27%	1,145,070	1.27%	1,145,070	1.27%
江阴海澜	1,043,820	1.16%	1,043,820	1.16%	1,043,820	1.16%	1,043,820	1.16%
郑育龙	1,043,820	1.16%	1,043,820	1.16%	1,043,820	1.16%	1,043,820	1.16%
方唯	1,024,470	1.14%	1,024,470	1.14%	1,024,470	1.14%	1,024,470	1.14%
曹浩强	879,930	0.98%	879,930	0.98%	879,930	0.98%	879,930	0.98%
杨立东	687,690	0.76%	687,690	0.76%	687,690	0.76%	687,690	0.76%
信诺南海	622,890	0.69%	622,890	0.69%	622,890	0.69%	622,890	0.69%
王刚	550,170	0.61%	550,170	0.61%	550,170	0.61%	550,170	0.61%
合计	**90,000,000**	**100.00%**	**90,000,000**	**100.00%**	**90,000,000**	**100.00%**	**90,000,000**	**100.00%**

报告期内，股本（或实收资本）具体变动如下：

2011 年 3 月 11 日，暴风有限注册资本从原 2,000 万元增加至 2,372.882 万元，新增的 372.882 万元注册资本由 12 位股东以现金认缴，其中：金石投资认缴 50.2393 万元，天津伍通认缴 40.1915 万元，和谐成长认缴 89.7555 万元，华为投资认缴 33.6606 万元，江阴海澜认缴 10.0477 万元，丽泰恒丰认缴 30.1436 万元，苏州国润认缴 20.0958 万元，林章利认缴 20.0958 万元，郑育龙认缴 10.0477 万元，蔡少红认缴 20.0958 万元，刘畅宇认缴 20.0958 万元，杭州沧浪认缴 28.4129 万元。上述增资每 1 元注册资本对价为 12.05 元。暴风有限资本公积从原 0 元增加至 4,121.2972 万元。

2011 年 7 月 19 日，暴风有限注册资本从原 2,372.882 万元增加至 2,421.308 万元，新增的 48.426 万元注册资本全部由瑞丰利永（员工持股合伙企业）以现金认缴。每 1 元注册资本对价为 1.00 元。暴风有限资本公积保持不变。

2011 年 8 月 25 日，暴风有限注册资本从原 2,421.308 万元增加至 2,544.8168 万元，新增的 123.5088 万元注册资本由 3 位股东以现金认缴，其中：和谐成长认缴 13.4493 万元，华控成长认缴 92.45 万元，信诺南海认缴 17.6095 万元；其

中和谐成长每 1 元注册资本对价为 45.43 元，华控成长及信诺南海每 1 元注册资本对价为 43.07 元。暴风有限资本公积从原 4,121.2972 元增加 5,227.4912 万元至 9,348.7884 万元。

2011 年 11 月 30 日，根据暴风有限股东会会议决议，公司以截至 2011 年 8 月 31 日的审定净资产 13,643.98338 万元为基准，折为 9,000.00 万股（每股面值 1 元），公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司，各发起人按原有出资比例享有折股后股本，整体变更后各股东出资比例不变。

2、资本公积

截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，公司资本公积为 4,643.98 万元、4,643.98 万元、4,643.98 万元及 4,643.98 万元，系股东出资的股本溢价及公司整体变更为股份有限公司所致。

3、盈余公积变动情况

2011 年公司根据整体改制后实现的净利润 10%计提法定盈余公积 139.92 万元，2012 年公司根据公司净利润 10%计提法定盈余公积 558.47 万元。2013 年公司根据公司净利润 10%计提法定盈余公积 352.03 万元。

4、未分配利润变动情况

单位：万元

项目	2014 年 9 月 30 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011年12月31日
期初数	9,790.39	6,288.67	1,262.41	-1,775.34
本期增加净利润	3,116.26	3,853.75	5,584.73	4,928.05
提取法定盈余公积	-	-352.03	-558.47	-139.92
以净资产折股	-	-	-	-1,750.38
期末数	12,906.65	9,790.39	6,288.67	1,262.41

公司 2011 年 11 月未分配利润转出 1,750.38 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。

（四）资产负债结构及偿债能力分析

1、公司资产负债结构及偿债能力分析

报告期内，公司主要资产负债结构及偿债指标如下：

单位：万元

项目	2014年1-9月/2014年9月30日	2013年/2013年12月31日	2012年/2012年12月31日	2011年/2011年12月31日
流动比率	1.99	2.37	3.41	3.56
速动比率	1.99	2.37	3.41	3.56
资产负债率（合并口径）	36.07%	32.09%	26.14%	21.44%
资产负债率（母公司口径）	41.90%	31.97%	26.14%	21.44%
息税折旧摊销前利润	6,103.73	8,181.15	8,075.94	6,555.44
经营活动产生的现金流量净额	5,585.56	7,175.08	3,855.14	3,719.59

上述各指标计算公式如下：

（1）流动比率＝流动资产/流动负债

（2）速动比率＝（流动资产-存货净额）/流动负债

（3）资产负债率＝总负债/总资产

（4）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出-利息收入+折旧+摊销

（1）流动比率、速动比率及资产负债率

由于公司主要业务分别为综合视频服务及互联网广告服务，公司账面上不存在实物存货，公司流动比率与速动比率一致。

报告期内，公司资产流动性及偿债能力较强，2014 年 9 月末、2013 年末、2012 年末及 2011 年末流动比率和速动比率保持在较高水平但呈下降趋势，而各期期末资产负债率较低但呈上升趋势，主要原因是：

①2014 年 1-9 月，公司通过短期借款进行融资，截至 2014 年 9 月 30 日，公司短期借款金额达到 3,259.11 万元，而 2013 年 12 月 31 日为 687.71 万元，增长迅速，导致当期公司流动负债增长较快，增速高于同期流动资产，因而流动比率、速动比率略有下降，而资产负债率略有上升。

②2013 年，公司加大了带宽及视频内容版权的采购及合作推广费的投入，

一方面导致公司应付账款及其他应付款增加幅度较大，流动负债增幅明显；另一方面，上述投入导致公司货币资金余额出现一定程度下降，虽然由于业务扩张公司应收账款有所增长，但 2013 年 12 月末，公司流动资产的增速低于流动负债的增速，从而导致公司 2013 年 12 月末流动比率及速动比率出现一定程度下降，而资产负债率略有上升。

③2012 年公司因应付职工薪酬余额增加幅度较大、合作推广费规模增加引起其他应付款增加幅度较大，因此流动负债规模增加幅度较大；同时公司 2012 年因取得北京中关村发展集团股份有限公司资金支持 500 万元及政府补贴支持款项共计 890 万元（当年未确认为营业外收入的部分计入负债），非流动负债规模增加幅度较大；导致 2012 年末流动比率、速动比率较 2011 年末略有下降，资产负债率略有上升。

（2）息税折旧摊销前利润及经营活动产生的现金流量净额

2014 年 1-9 月、2013 年及 2012 年，公司发生利息支出分别为 131.17 万元、6.56 万元和 0.93 万元，因为①北京中关村发展集团股份有限公司向本公司提供研发资金支持，公司按相关协议计提的财务费用（按同期银行活期存款利率）；②广发银行股份有限公司北京海淀支行向公司提供贷款额度，截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日，形成短期借款余额分别为 1,137.71 万元、687.71 万元，贷款利率以实际放款日使用的中国人民银行公布实施的相应档次的贷款基准款利率为准，根据双方约定适当浮动；③招商银行股份有限公司北京大运村支行向公司提供贷款额度，截至 2014 年 9 月 30 日、2013 年 12 月 31 日，形成短期借款余额分别为 2,121.40 万元、0，实际执行利率为中国人民银行公布的一年金融机构人民币贷款利率为基准上浮 10%。

同期公司利息收入分别为 136.88 万元、212.53 万元和 233.97 万元，净利息支出为负。2011 年，公司未进行银行借款等带息贷款，利息支出均为 0，净利息支出均为负。

报告期内各年度公司息税折旧摊销前利润及经营活动产生的现金流量净额总体上保持在稳健水平，说明公司经营情况良好，具有较好的偿债能力。

2、可比公司与公司的资产负债结构比较

于境内外资本市场上市的中国互联网视频供应商主要包括优酷土豆（包含优酷网和土豆网）、乐视网及迅雷等，其中优酷土豆为目前市场占有率领先的视频网站，乐视网为互联网视频领域首家 A 股上市公司，迅雷已于 2014 年 6 月在美国纳斯达克挂牌上市，因此本节将主要比较公司与上述企业的财务情况。上述企业的具体情况请参见“第六节业务与技术”。

（1）2013 年公司与可比公司的资产负债结构比较

项目	暴风科技	优酷土豆	乐视网	迅雷
流动资产/总资产	71.64%	44.36%	41.56%	79.29%
流动比率	2.37	3.44	0.83	1.84
资产负债率（合并口径）	32.09%	15.01%	58.58%	51.08%

资料来源：各可比公司年报、招股说明书

（3）2012 年公司与可比公司的资产负债结构比较

项目	暴风科技	优酷土豆	乐视网	迅雷
流动资产/总资产	79.61%	44.50%	30.73%	81.02%
流动比率	3.41	4.03	0.80	2.06
资产负债率（合并口径）	26.14%	13.31%	56.11%	48.14%

资料来源：各可比公司年报、招股说明书

（4）2011 年公司与可比公司的资产负债结构比较

项目	暴风科技	优酷网	土豆网	乐视网
流动资产/总资产	76.05%	88.71%	76.76%	37.41%
流动比率	3.56	8.96	2.72	1.02
资产负债率（合并口径）	21.44%	10.06%	28.27%	40.42%

资料来源：各可比公司年报

优酷网、土豆网、乐视网、迅雷分别于 2010 年、2011 年、2010 年及 2014 年于境内外上市，大额募集资金导致其净资产及货币资金提升，有效改善其资产负债结构。

（五）营运能力分析

报告期内周转率指标如下：

项目	2014年1-9月	2013年	2012年	2011年
应收账款周转率（次）	1.60	2.30	3.10	5.38
应收账款周转天数（天）	224.59	156.85	116.19	66.86
流动资产周转率（次）	0.95	1.35	1.37	1.69
总资产周转率（次）	0.68	1.02	1.07	1.25

上述各指标计算公式如下，会计年度中期数据未年化处理：

（1）应收账款周转率＝营业收入/应收账款原值期初期末平均值

（2）应收账款周转天数＝360/应收账款周转率

（3）流动资产周转率＝营业收入/流动资产期初期末平均值

（4）总资产周转率＝营业收入/总资产期初期末平均值

1、应收账款周转率

2014 年 1-9 月、2013 年、2012 年及 2011 年，公司应收账款周转率分别为 1.60 次、2.30 次、3.10 次和 5.38 次。

2014 年 1-9 月，公司应收账款周转率（未年化）较 2013 年下降幅度较大的主要原因是：（1）2014 年 1-9 月，公司营业收入达到 27,166.25 万元，业务开展良好，与此同时，公司应收账款信用政策保持稳定，营业收入的增长推动了当期应收账款账面原值的增长；（2）由于公司 2014 年尚未运行满一个完整会计年度，营业收入的计算基数较小，导致应收账款账面原值余额占当期营业收入比重高于上年年末水平。

2013 年，公司应收账款周转率较 2012 年有所下降的主要原因是：（1）公司司 2013 年营业收入保持增长达到 32,476.94 万元，与此同时，公司继续促进贴片广告的投放，保持给予贴片广告投放较为优惠的信用条件，随着贴片广告收入占比的提升，应收账款账面原值继续增长，且占营业收入的比重有所上升；（2）公司截至 2011 年 12 月 31 日的应收账款账面原值显著小于 2012 年末及 2013 年年末水平，进一步导致 2013 年应收账款的测算基数大于 2012 年的同期水平，从而使得 2013 年应收账款周转率较 2012 年有所下降。

2012 年，公司应收账款周转率较 2011 年下降的主要原因是：（1）报告期内随着在线用户量、在线观看量和用户活跃度的提高，公司广告资源增加，投放媒体价值提升，为促进媒体价值向商业价值的转化，促进电商、网游等传统网络广告主提高投放规模，尤其是原先投放规模相对不高的广告主提高规模，2012 年，本公司参照行业内普遍的信用账期情况，较原先水平延长了客户的回款信用期；（2）公司积极促进传统消费类及非泛电商类品牌广告的投放，尤其是贴片广告形式的投放，扩大覆盖品类，给予广告商较为优惠的信用条件，且该部分广告主回款周期相对较长，该等业务类型的增加也延长了整体回款周期；（3）2011 年 5 月份之前本公司仍从事部分游戏代理业务，游戏业务的模式是用户通过缴费渠道预付费，本公司通过应收缴费渠道商收取用户预付费，收款周期很短，而 2012 年公司已不从事游戏业务。

公司与广告客户建立了长期合作关系，截至 2014 年 9 月 30 日，公司账龄在 1 年以内的应收账款占比达到 83.89%，比例较高，公司发生坏账的可能性较小。

2、流动资产周转率及总资产周转率

2014 年 1-9 月公司流动资产周转率（未年化）、总资产周转率（未年化）较 2013 年全年有所下降，一方面，由于上述两个指标尚未年化处理，营业收入的计算基础较小；另一方面，公司应收账款余额、无形资产增长较快，导致公司 2014 年 1-9 月相关指标低于 2013 年全年水平。

2013 年公司流动资产周转率、总资产周转率较 2012 年全年略有下降，主要原因系公司应收账款余额、固定资产、无形资产及开发支出增长较快所致。

2012 年流动资产周转率、总资产周转率较 2011 年有所下降，主要受应收账款余额增长较快的影响。

十四、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	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
经营活动产生的现金流量净额	5,585.56	7,175.08	3,855.14	3,719.59
投资活动产生的现金流量净额	-4,324.66	-8,955.88	-4,159.72	-4,560.18
筹资活动产生的现金流量净额	2,875.89	632.16	1,266.00	6,895.89
现金及现金等价物净增加额	4,136.79	-1,148.64	961.42	6,055.30
期末现金及现金等价物余额	13,548.14	9,411.35	10,559.98	9,598.56

（一）经营活动现金流量分析

单位：万元

现金流量	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
销售商品、提供劳务收到的现金	28,602.03	29,098.29	18,811.13	12,756.23
收到的税费返还	125.60	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	451.05	902.78	570.70	2,884.45
经营活动现金流入小计	**29,178.68**	**30,001.07**	**19,381.83**	**15,640.69**
购买商品、接受劳务支付的现金	3,512.13	4,733.80	3,706.91	2,184.07
支付给职工以及为职工支付的现金	9,025.59	8,231.43	6,420.77	3,338.21
支付的各项税费	2,159.98	2,454.02	1,443.55	1,329.03
支付其他与经营活动有关的现金	8,895.42	7,406.74	3,955.45	5,069.78
经营活动现金流出小计	**23,593.12**	**22,825.99**	**15,526.68**	**11,921.09**
经营活动产生的现金流量净额	**5,585.56**	**7,175.08**	**3,855.14**	**3,719.59**

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 5,585.56 万元、7,175.08 万元、3,855.14 万元及 3,719.59 万元。

2014 年 1-9 月公司经营活动产生的现金流净额为 5,585.56 万元，经营活动现金流情况相对良好。

2013 年公司经营活动产生的现金流净额较 2012 年增长 3,319.94 万元，主要原因是随着互联网视频广告市场蓬勃发展以及公司经营规模的不断扩大，公司的产品媒体价值向商业价值转化，2013 年及 2012 年营业收入较上一年度分别增加 7,322.92 万元和 8,176.43 万元，导致 2013 年销售商品、提供劳务收到的现金增长明显；而与此同时，公司毛利率依然保持较高水平，经营活动现金流出的金额

增幅相对较小；公司经营活动现金流情况符合公司业务发展状况，处于稳健和合理的水平。

2012 年度公司经营活动产生的现金流净额较 2011 年度增加 135.55 万元，保持稳步增长态势。

（二）投资活动现金流量

单位：万元

现金流量	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
收回投资收到的现金	13,796.70	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.54	2.24	-	9.38
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金		-	-	-
投资活动现金流入小计	**13,797.24**	**2.24**	-	**9.38**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,328.15	8,958.12	4,159.72	4,569.56
投资支付的现金	13,700.00	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	93.75	-	-	-
投资活动现金流出小计	**18,121.90**	**8,958.12**	**4,159.72**	**4,569.56**
投资活动产生的现金流量净额	**-4,324.66**	**-8,955.88**	**-4,159.72**	**-4,560.18**

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司投资活动产生的现金流量净额为-4,324.66 万元、-8,955.88 万元、-4,159.72 万元及-4,560.18 万元。报告期内各年度公司投资活动现金流支出均较大，主要原因是公司逐步加大电影及电视剧版权采购量，以增强用户视频观看的选择及体验。此外随着公司业务规模逐步提升，公司同步增加服务器及电子设备投入，上述资产的购置显现出较好的效果，提升了用户的体验水平并提高了公司的业务收入。与此同时，公司的“暴风看电影”、“暴风无线”研发项目符合资本化条件，自 2013 年开始资本化，当期增加开发支出 2,931.01 万元，进一步增加了 2013 年的投资活动现金流支出。2014 年 1-9 月，公司存在约 1.4 亿元的收回投资收到的现金及投资支付的现金，系公

司购买理财产品所致，报告期内公司为实现暂时闲置资金收益最大化，在有效控制风险的前提下而购赎了一定规模的银行理财产品，相关理财产品具有投资期限短（一般在 1 个月左右，最长不超过 3 个月）、购赎方便、本金保障等特点。公司单笔购赎金额不超过 3,000 万元，但由于期限较短，购买及赎回频率较高，造成累计投资支付和累计投资收到的现金金额较大，上述交易已经公司 2013 年年度股东大会审议确认。其他影响当期投资活动现金流的项目主要来自版权采购及开发支出导致的现金流出。

（三）筹资活动现金流量

公司报告期内筹资活动产生的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

现金流量	2014年1-9月	2013年度	2012年度	2011年度
吸收投资收到的现金	45.00	-	-	9,893.61
取得借款收到的现金	2,650.00	687.71	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	400.00	-	1,340.00	-
筹资活动现金流入小计	**3,095.00**	**687.71**	**1,340.00**	**9,893.61**
偿还债务支付的现金	78.60	-	-	2,932.72
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	97.51	3.55	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	43.00	52.00	74.00	65.00
筹资活动现金流出小计	**219.11**	**55.55**	**74.00**	**2,997.72**
筹资活动产生的现金流量净额	**2,875.89**	**632.16**	**1,266.00**	**6,895.89**

2014 年 1-9 月、2013 年度、2012 年度及 2011 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为 2,875.89 万元、632.16 万元、1,266.00 万元和 6,895.89 万元。

2014 年 1-9 月公司筹资活动现金流为正，主要原因为本期广发银行股份有限公司北京海淀支行、招商银行股份有限公司北京大运村支行向公司提供贷款额度并形成短期借款所致，截至 2014 年 9 月 30 日，公司短期借款余额为 3,259.11 万元。

2013 年公司筹资活动现金流为正，主要原因为本年度广发银行股份有限公司北京海淀支行向公司提供贷款额度，截至 2013 年 12 月 31 日，形成短期借款

余额 687.71 万元。

2012 年公司筹资活动现金流为正，主要为取得了：①北京中关村发展集团股份有限公司提供的“暴风影音视频平台项目”资金支持，其中第一笔资金为 500 万元，共计 900 万元；②北京市经济和信息化委员会拨付的购买版权资助资金 840 万元。

2011 年度公司筹资活动现金流为正，主要由于公司处在业务快速成长和高速发展阶段，资金需求较大，当年通过增资扩股筹措资金 9,893.61 万元；尽管当年公司向主要关联方偿还了所有应付款项，但募集资金金额高于偿还资金金额。

十五、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买影视剧版权、软件等无形资产、服务器等固定资产及符合资本化条件的开发支出。2014 年 1-9 月、2013 年、2012 年及 2011 年发生的实际资本性现金支出总额分别为 4,328.15 万元、8,958.12 万元、4,159.72 万元和 4,569.56 万元。本公司以视频技术研发为一直以来的立足点和核心竞争力，通过差异化竞争路线，积累了用户规模和品牌效应，并以此为基础拓展业务规模，通过自我资金积累和财务投资者相对有限的累计资金投入，以收入增长、市场份额、成本控制、资产回报、研发投入等各方面均衡发展为目标制定资本支出方案，实现在业务发展方面技术推动和资本推动相结合。报告期内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和研究开发投入，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。2014 年 1-9 月、2013 年、2012 年及 2011 年上述有形及无形资产导致的折旧和摊销的金额分别为 3,212.69 万元、4,309.05 万元、2,789.24 万元和 1,680.30 万元，占营业收入比重分别为 11.83%、13.27%、11.09%和 9.90%。

（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，除根据业务规模扩大的需要购置影视剧版权、服

务器设备、加大研究开发投入等与日常经营有关的资本支出以及本次发行募集资金投资项目以外，公司无其它可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资项目及其对公司主营业务和经营成果的影响请参阅本招股说明书“第十节募集资金运用”。

十六、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析

报告期内，公司的主营业务持续成长，用户规模不断提高，盈利模式稳健发展。随着公司规模的不断扩大、技术水平的持续提高、技术积累的不断丰富、商业模式的不断成熟、运营体系优势和成本优势的不断强化，公司可通过加强资本投入，进一步提高经营能力。

（一）财务状况趋势分析

随着互联网视频用户及市场规模持续增长，公司将继续重点提升网络视频服务能力，不断完善产品功能并丰富暴风影音平台所提供视频内容，以保障现有市场份额的稳步增长。本次发行后，公司将利用募集资金实施“互联网高清视频服务平台升级项目”与“移动终端视频服务系统研发项目”两个项目，从而推动主营业务发展。

（二）盈利能力趋势分析

1、收入的变化趋势

随着我国互联网视频用户规模的持续增长，互联网广告市场将保持高速增长势头。公司在原有客户群体稳定增长的同时，将继续升级服务平台并优化产品结构，重点增加贴片广告推广力度、提升传统品牌商广告投放占比份额，努力促进收入继续增长。

2、毛利率的变化趋势

随着影视剧内容逐步丰富，行业合法影视剧版权数量稳步提高，影视剧版权交易逐步活跃。公司预计未来独家版权采购支出将可能呈上涨的趋势，非独家版权采购支出及带宽成本预计不会出现重大变化。随着公司收入扩大，规模效应提升，预计公司毛利率将继续保持在行业较高水平。

3、净利润的变化趋势

未来公司仍然计划继续加大版权及网络带宽的资源投入，以应对竞争日益激烈的行业发展趋势；另一方面公司仍然需要通过增加销售人员、提升销售激励、拓展销售渠道、加强第三方市场机构合作等多种方式加大销售力度，保持及提升广告客户的投放规模、推广公司持续开发的新平台产品。因此，公司未来的视频内容成本及带宽租赁成本、销售费用等预期仍将处于较高水平。

若未来发行人所处行业和公司经营未出现重大不利变化，发行人收入规模及增长覆盖成本及费用的增长，则发行人将继续具备持续盈利能力。

若未来行业环境、公司经营状况出现不利变化，公司未来的营业收入增速可能持续放缓或成本费用的增速超过营业收入的增速，则将导致公司的营业利润、净利润（扣除非经常性损益前后孰低）存在较 2013 年下降甚至出现亏损的风险。（详见本招股说明书“第四节风险因素”中的之“一、利润下滑甚至出现亏损的风险”）

（三）对公司财务状况和盈利能力产生重大影响的因素

公司未来财务状况及盈利能力主要取决于以下因素：（1）收入方面主要取决于品牌形象、用户规模、播放时长、广告投放时间、广告资源开发、业务创新与技术研发能力、客户拓展能力等因素。（2）成本方面主要取决于版权采购及带宽租赁等因素。公司需持续进行研发投入和平衡利用版权带宽和技术资源以保持稳健的财务状况和持续盈利能力。关于影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，详见本招股说明书“第九节财务会计信息与管理层分析”之“三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标”的相关内容。

若发行人继续保持良好的品牌形象，继续保持并提升经营能力，且顺利实施募集资金投资项目，则发行人抵御各类风险（详见本招股说明书“第四节风险因素”相关内容）的能力能够增强。若未来发行人所处行业和公司经营未出现重大不利变化，发行人将继续具备持续盈利能力。此外，未来发行人计划继续加大版权及网络带宽的资源投入，并继续加大销售力度，因此发行人未来的视频内容成本及带宽租赁成本、销售费用等预期仍将处于较高水平。若发行人面临的各类风

险因素（详见本招股说明书 “第四节风险因素”全部内容）全部或部分出现、加剧，则发行人未来的营业利润、净利润（扣除非经常性损益前后孰低）存在较2013 年下降甚至出现亏损的风险（详见本招股说明书“第四节风险因素”之“一、利润下滑甚至出现亏损的风险”）。

十七、股利分配

（一）股利分配的一般政策

公司股票全部为普通股，股利分配将遵循"同股同利"的原则，按股东持有的股份数额，以现金或者股票的方式进行分配，公司积极推行以现金方式分配股利。公司股利分配的具体政策请见本招股说明书“重大事项提示”之“八、本次发行上市后的利润分配政策及回报规划”部分的相关内容。

（二）利润分配的顺序

根据有关法律法规和《公司章程》，公司以缴纳所得税后的利润，按以下规定进行分配：

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。

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。公司持有的公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

（三）报告期内的股利分配情况

公司报告期内未进行股利分配。

十八、滚存利润分配安排

公司 2012 年 3 月 1 日召开的公司 2012 年第二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。

十九、本次发行上市后的股利分配政策

公司本次发行上市后的股利分配政策请见本招股说明书“重大事项提示”之“八、本次发行上市后的利润分配政策及回报规划”部分的相关内容。

二十、发行人股东分红回报规划

发行人的股东分红回报规划请见本招股说明书“重大事项提示”之“八、本次发行上市后的利润分配政策及回报规划”部分的相关内容。

二十一、发行人未分配利润的使用计划

公司在无重大投资计划或重大现金支出发生的情况下，坚持以现金方式分配的利润不少于当年可分配利润的百分之十。公司留存未分配利润主要用于对外投资、收购资产、购买设备等重大投资及现金支出，逐步扩大生产经营规模，优化财务结构，促进公司的快速发展，有计划有步骤地实现公司未来的发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

二十二、发行人股东大会关于上述分红规划的审议

发行人于2014年4月召开的2014年第一次临时股东大会审议通过了本招股说明书“重大事项提示”之“六、本次发行上市后的利润分配政策及回报规划”部分所述的《北京暴风科技股份有限公司股东未来分红回报规划》。

二十三、保荐机构关于利润分配的核查意见

保荐机构认为，经核查，发行人上市后适用的公司章程（草案）中关于利润分配的相关政策注重给予投资者稳定分红回报，有利于保护投资者的合法权益；发行人公司章程（草案）及招股说明书中对利润分配事项的规定和相关信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分配决策机制健全、有效，并有利于保护公众股东的合法权益。

二十四、财务报告审计截止日后主要经营状况

财务报告审计截止日 2014 年 9 月 30 日后截至本招股说明书签署之日，发行人经营情况良好，各项业务稳步推进；公司的经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的生产、销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、税收政策均未发生重大变化；本公司所处行业不存在明显的周期性和季节性特征，自财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，本行业未出现重大不利变化，本公司亦不存在影响投资者判断的其他重要事项。

鉴于未来发行人计划继续加大版权及网络带宽的资源投入，并继续加大销售力度，因此发行人未来的视频内容成本及带宽租赁成本、销售费用等预期仍将处于较高水平。若发行人面临的各类风险因素（详见本招股说明书 “第四节风险因素”全部内容）全部或部分出现、加剧，则发行人未来的营业利润、净利润（扣除非经常性损益前后孰低）存在较2013年下降甚至出现亏损的风险（详见本招股说明书“第四节风险因素”之“一、利润下滑甚至出现亏损的风险”）。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）本次募集资金总量

经发行人 2014 年 4 月召开的 2014 年第一次临时股东大会审议通过，发行人本次拟向社会公开发行不超过 3,000 万股人民币普通股，最终募集资金总量将根据实际发行情况和最终结果予以确定。募集资金扣除发行费用后将主要用于以下 2 个项目：

单位：万元

项目名称	项目投资总额	募集资金投入金额	规划投资进度		备案情况
			T~T+12	T+12~T+24	
互联网高清视频服务平台的升级与扩建项目	58,190	49,040	27,774	30,416	京石景山发改（备）[2014]9号
移动终端视频服务系统研发项目	1,960	1,960	871	1,089	京石景山发改（备）[2014]8号
合计	**60,150**	**51,000**			

注 1：上述募集资金投入进度仅为对拟投资项目的总体安排，其实际投入时间将根据募集资金到账时间、市场及项目进展情况作适当调整

注 2：公司拟使用募集资金进行版权采购的具体金额及进度将根据届时版权市场价格、公司互联网视频平台的内容需要，依照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等监管文件要求，履行相应决策程序后做适当安排，具体内容请参见本章节之“二、募集资金投资项目情况介绍”之“（一）网络高清视频服务平台升级与扩建项目”之“一、（2）、3）版权采购”的相关内容

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，募集资金项目的有效实施将进一步提高暴风影音的媒体投放价值和公司技术研发水平，并提高公司的盈利水平。如本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金量，不足部分由发行人通过自筹方式解决，以保障项目的顺利实施。

（二）本次募集资金专户存储安排及投资管理

募集资金将存放于发行人董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。发行人已经根据相关法律法规制定了《北京暴风科技股份有限公司募集资金使用管理制度》，发行人将严格按照有关规定管理和使用本次募集资金。

二、募集资金投资项目情况介绍

（一）网络高清视频服务平台升级与扩建项目

1、项目情况

（1）网络高清视频服务平台介绍

公司以前期完成研发并投入运营的《暴风影音在线高清视频文件点播器软件 V1.0》、《暴风影音网络视频广告加载器软件 V1.0》、《暴风影音在线视频信息浏览、导航、发布系统软件 V1.0》、《暴风影音在线视频搜索系统软件 V1.0》、《暴风影音在线运营数据管理系统软件 V1.0》、《暴风影音 CMS 在线媒体信息编辑与发布平台 V1.0》、《暴风影音在线媒体文件管理系统软件 V1.0》等各类运营功能系统为基础搭建了网络高清视频运营平台。通过持续的技术创新研发与产品化运营，先后完成了“1M 带宽点播 720P 高清视频”、“一键高清在线视频实时画质增强”、“客户端软件快速启动”、“可互动网络视频广告”等技术创新成果的产品化集成运用，搭建了“暴风影音网络高清视频服务平台”。

“暴风影音网络高清视频服务平台”面向视频用户主要提供网络高清视频节目点播、网络视频节目信息浏览与搜索、用户自有视频文件播放等服务；面向广告客户主要提供网络图文或视频广告发布服务。

（2）网络高清视频服务平台升级与扩建主要内容

公司拟投入资金 58,190 万元（其中 49,040 万元拟以本次募集资金投入）对现有的高清视频服务平台系统进行持续的技术创新开发与升级扩容，项目内容主要包括 PC 终端的客户端软件升级开发、网络运营资源扩容与影视剧版权采购三个方面，具体情况如下：

1）PC 终端的客户端软件升级开发

PC 终端的客户端软件是暴风影音网络高清视频平台的前端产品，是公司主营业务有效实施的载体。PC 终端客户端软件升级开发的主要内容包括一键高清、模拟实现 5.1 音响效果及 3D 播放等新版产品核心功能的持续优化与规模化运营技术开发，及依靠大数据挖掘提升用户体验的持续技术开发和产品化，具体情况如下：

① 一键高清实时画质增强功能对“在线点播”与“本地播放”的持续更新及规模化应用升级研发

2011 年 10 月，公司正式发布暴风影音 5“左眼键”实时画质增强功能（一键高清）。用户在点播暴风平台的网络视频节目时，可通过“左眼键”体验视频画质实时改善的高清服务。2012 年 6 月，公司推出了“一键高清”对用户本地视频文件播放的支持的产品版本。

目前，“一键高清”功能产品化趋于成熟，公司将一方面持续关注视频硬件新技术，继续强化与芯片领先技术厂商的技术创新合作，保持高清技术新的突破趋势；另一方面，将持续通过暴风影音官网论坛、暴风影音在线用户需求调研、暴风观察员等调研渠道反馈，随时掌握用户对核心功能的新需求，着力保持“一键高清”功能在各类环境下实现画质提升方面的技术优势，并不断升级以改善用户体验。

② 2.0 声音系统模拟实现 5.1 音响效果的视频点播功能的规模化升级与用户体验的持续优化

在满足用户高清画质体验的基础上，5.1 音响效果的声响体验是提升用户体验的一个新突破点。暴风平台的高清视频节目在转码压制过程中，均进行了 5.1 音质的保真压缩。目前，PC 端 2.0/2.1 音响系统模拟实现 5.1 音效的技术难点已经突破并实现了产品化应用，公司将持续对这一音效关键体验功能进行更广适用性的技术改造与优化，并不断完成产品化升级，提升用户在观看视频时的听觉体验。

③ 3D 功能的优化研发与产品化规模应用

3D 视频日益成为视频用户关注的新热点，网络上已经出现大量的 3D 影视资源，传统的电视媒体也推出了 3D 视频服务频道，中外影视制作机构 3D 影视

作品也呈日趋增多的趋势，观看 3D 影视（视频）已经成为视频用户的新需求。

PC 终端的客户端软件产品的升级开发将着力实现 3D 视频的播放功能。暴风平台 3D 视频功能研发将分如下三步进行：

第一步，实现 3D 视频文件的播放，使用户可以通过佩戴红蓝眼镜享受暴风影音平台播放的 3D 视频；

第二步，实现 2D 实时转换为 3D 效果，即通过实时的画面数据重构运算，实现 2D 片源实时转换为 3D 效果播放；

第三步，实现裸眼 3D 播放功能，即用户在不佩戴红蓝眼镜的情况下，直接观看 3D 效果的视频播放。

目前，暴风平台已经推出 3D 文件播放与 2D 实时转换 3D 效果的功能，并支持红蓝、红绿、偏振等不同 3D 眼镜应用。公司将在此基础上继续优化 3D 播放功能效果与体验品质，重点突破 2D 实时转换 3D 功能提升，持续关注并研发适应新型显示硬件产品的 3D 播放功能，力争尽早突破裸眼 3D 播放技术，并及时推进 3D 播放功能新成果的产品化与规模应用，为用户提供更好的观影体验。

2）网络运营资源扩容

服务器与带宽是公司提供互联网视频服务最重要的网络运营资源，其承载能力直接影响公司的用户规模。服务器与带宽的承载能力需满足用户在同一时间内的最大访问量，为保证所提供的网络视频服务质量，公司需进一步扩大服务器与带宽数量。

网络高清视频平台项目网络运营资源的扩容，主要是依据用户增长与规模分布的地域情况，部署暴风有序 P2P&CDN 系统的分发、存储、解析服务节点设备，新增带宽总量 135G，新增服务器设备 1,500 台套，以解决用户量、点播量规模的快速增长受限于网络资源容量的问题。网络运营资源前期建设与未来扩容建设计划如下：

项目	2011 年	2012 年	2013 年	T~T+12（新增）	T+12~T+24（新增）
IDC 带宽容量（G）	95	90	140	43	92
服务器设备（台套）	473	1,121	1,547	700	800

公司拟使用募集资金租赁带宽资源按 30 万元/G/年进行预算，公司 2013 年带

宽租赁平均单价为 32.63 万元/G/年；公司拟使用募集资金购置服务器设备按 1.5 万元/台套进行预算，公司 2013 年服务器设备采购平均单价约 1.4 万元/台套。综合考虑市场价格波动与实际采购的可操作性，募投项目的带宽资源及服务器设备单价预算符合公司经营的实际情况。

随公司 2007 年底推出网络视频服务以来，不断推出新版本产品提升互联网视频用户的观看体验。2011 年 8 月，公司发布暴风影音 5（测试版）产品，新增“网络视频一键高清”等多项用于提升网络视频服务的新功能，公司月度有效使用时长由 2011 年 6 月约 3.3 亿小时上升至 2014 年 6 月约 8.2 亿小时。为满足向视频用户提供优质的视频内容及广告投放所需的带宽容量（带宽容量需承载观看人数峰值时所需的数据流量，同时留有一定的余量），报告期内公司共增加了 45G 的带宽资源。

未来，公司拟使用募集资金对“一键高清”功能的全面升级、2.0 声音系统模拟 5.1 音响效果的研发及升级、3D 观看进行研发并形成功能化产品，增加所提供的网络视频内容，预计用户对公司网络视频内容的观看需求将持续增长，公司对带宽资源的需求将持续上升。综合公司历史上对带宽资源的使用情况、公司产品新功能的研发情况、预计提供内容的增长情况，公司计划募集资金到位后第一年新增 43G/年、第二年新增 92G/年的网络带宽资源。

3）版权采购

公司拟投入约 40,950 万元采购影视剧及综艺节目内容，用以更新并不断丰富暴风网络高清视频平台的节目资源。根据目前影视剧及综艺节目的市场价格折算，公司每年拟采购电影约 2,500 部，电视剧约 8,250 集，明星综艺节目约 26 档。其中，公司拟使用募集资金进行版权采购的具体金额、影视剧及综艺节目的采购比例及采购进度将根据届时版权市场价格、公司互联网视频平台的内容需要，依照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等监管文件要求，履行相应决策程序后做适当安排。公司每年拟采购的影视剧及综艺节目数量、单价及金额情况如下表所示：

项目	数量（部/集/档）	平均单价（万元）	合计金额（万元）
电影采购（部）	2,500	1.5	3,750

电视剧采购（集）	8,250	-	10,125
其中：主流卫视首轮	450	1.5	6,750
主流卫视第二轮	300	0.5	1,500
第三轮及以后	7,500	0.25	1,875
综艺节目（档）	26	-	6,600
其中：主流卫视明星节目	1	3,000	3,000
主流卫视普通节目	5	600	3,000
普通卫视普通节目	20	30	600
投资金额合计			20,475

报告期内，发行人合计采购了 5,766 部电影、157,508 集电视剧及 163 个综艺节目的信息网络传播权。2013 年，公司版权内容投入的金额合计约 5,400 万元，公司电影及电视剧的版权采购单价分别约 1.2 万元/部与 1,000 元/集。电影版权采购方面，公司拟购置电影版权的单价与公司 2013 年电影版权采购单价基本一致。电视剧采购方面，未来公司拟采购电视剧版权的单价高于 2013 年公司电视剧版权的平均采购单价，主要考虑是在原先以第三轮及以后播出电视剧版权基础上，根据市场和用户需求变化情况，适时增加对第二轮及之前播出版权的采购，以增强内容吸引力。

报告期内，公司采购电影、电视剧的版权质量稳步提升，良好的提升了公司提供的网络视频服务质量。募集资金到位后，公司将在各项新功能研发的基础上，新购置一定数量的电影、电视剧及综艺节目内容以增强用户粘度。由于公司产品的工具属性可以为用户粘度的形成提供协同效应，在用户粘度逐步形成以后，版权采购的数量可适度下降。

（3）项目投资构成

本项目计划总投资 58,190 万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	主要投资方面	具体项目内容	第一年	第二年	合计
1	技术研发	研发人力成本	3,450	3,750	7,200
2	硬件采购	研发配套硬件	30	24	54
		服务器设备	1,050	1,200	2,250
3	网络资源	带宽与 CDN	1,292	2,769	4,062

4	版权采购	电影	3,750	3,750	7,500
		电视剧	10,125	10,125	20,250
		综艺	6,600	6,600	13,200
5	场地租赁		596	648	1,244
6	营销费用		880	1,550	2,430
合计			27,773	30,416	58,190

（4）营销费用的具体安排

公司将加强营销体系与团队建设工作，通过网络媒体、平面媒体、电视媒体等多种渠道增强暴风影音新产品的推广力度，增加公司的品牌效应及营收能力。营销费用的构成如下：

单位：万元

项目	第一年	第二年
销售联络处场地租赁费用	180	370
销售人员工资	180	360
办公设备	20	20
软件下载网站产品推广费用	200	320
产品发布及媒体宣传费用	300	490
合计	880	1,550

2、项目背景

（1）互联网视频用户规模庞大

根据艾瑞咨询《2013 年中国在线视频行业年度监测报告》显示，网络视频用户规模由 2006 年的 8,000 万人增长至 2013 年 6 月的 4.6 亿人。随着网民总量与视频用户渗透率持续增长，网络视频用户规模将持续增长。根据艾瑞咨询数据报告，预计 2014 年达到 5.1 亿人左右。

（2）网络运营资源是保证互联网视频用户体验的核心环节

据艾瑞咨询《2012-2013 年在线视频用户行为研究报告》，2013 年在线视频用户中，64.8%的用户认为高清、传输快等因素是选择平台时考虑的因素。用户比较看重的因素还有内容丰富性、内容质量等，这说明视频服务带宽和内容数量仍然是决定用户体验的核心环节。

（3）网络视频用户观看的视频内容以影视剧及综艺节目为主

据艾瑞咨询《2012-2013 年在线视频用户行为研究报告》，超过 70%的在线视频用户经常看的电视节目类型有电影、电视剧、综艺节目和新闻资讯。用户最常看的电视节目为电视剧、电影、新闻资讯和综艺节目，占比分别为 28.0%、25.2%、15.1%和 14.7%。与电影相比，电视剧由于剧集多和更新快，从而超过电影成为最常看的电视节目。因而，在线视频运营商除了大力收购影视版权热播剧等主力内容以外，对一些细分领域的内容建设也十分重要。

（4）视频软件客户端是网络视频用户最主要的收看途径之一

视频网站与视频软件客户端是中国在线视频用户最主要的收看途径，远超过综合门户等其他收看途径。据艾瑞咨询《2012-2013 年在线视频用户行为研究报告》显示，从在线视频用户观看视频使用的平台看，选择通过视频客户端媒体观看视频的用户占比达到 75.9%，位列第二位。综合视频媒体及门户视频媒体分列一、三位，占比为 83.4%和 73.1%，其余各平台的占比均低于 60%。

3、项目前景

（1）互联网视频用户规模持续增长

根据艾瑞咨询《2013 年中国在线视频行业年度监测报告》显示，网络视频用户规模由 2006 年的 8,000 万人增长至 2013 年 6 月的 4.6 亿人。随着网民总量与视频用户渗透率持续增长，网络视频用户规模将持续增长。根据艾瑞咨询数据报告，预计 2014 年达到 5.1 亿人左右。

（2）互联网视频市场规模持续增长，广告是行业收入主要来源

根据艾瑞咨询《2013 年中国在线视频行业年度监测报告》显示，2013 年，中国网络视频行业市场规模为 128.1 亿元，同比增长 41.9%。其中广告收入约 96.1 亿元，占比约 75.0%。网络视频行业的其他收入来源主要为版权分销和视频增值服务。根据艾瑞咨询分析，预计到 2016 年网络视频市场规模将突破 300 亿元，广告仍将是网络视频行业的主要收入来源。

（3）互联网视频行业广告收入规模持续增长

网络视频媒体可共享部分电视媒体的节目资源，用户与电视媒体具有一定重

合性。作为电视媒体的补充，网络视频行业的媒体价值已被逐步认可，成为广告主又一个性价比较高的投放渠道。

根据艾瑞咨询出具的《2013 年中国在线视频行业年度监测报告》显示，网络视频行业广告收入由 2006 年 1 亿元迅速增长至 2013 年的 96.1 亿元，预计 2016 年突破 230 亿元大关。

4、项目实施方案

（1）项目运营模式

公司将坚持已经成熟的网络视频服务运营模式，通过对网络高清视频服务平台的升级与扩建，解决不断增长的用户规模、业务规模、用户视频需求对产品性能提升、运营资源扩容的需求，不断扩大主营业务规模，降低单位用户运营成本，提升经营利润。详细情况参阅招股说明书“第六节业务与技术”部分。

（2）项目人员配备

在现有团队参与项目开发的同时，公司将新增约 50 人进行人力资源扩充，具体配备情况如下：

类别	职能介绍	增加人数	职责
研发类	在线播放技术研发	20	研发一键高清、5.1 音效、3D 播放
运营类	在线业务运营部	20	运营网络系统升级研发与维护
营销类	广告销售部	10	广告系统升级与广告产品销售

（3）项目产品方案

公司将持续围绕“提升用户体验”进行产品开发与运营完善。

第一，针对平台前端产品的综合性能，从产品响应速度、播放清晰度、视听效果、节目更新频度、广告展现与用户打扰控制等方面进行持续的技术创新开发，保持良好的产品用户粘度，不断提升用户有效使用时长份额，保持产品技术领先优势。

第二，创新产品服务功能，在持续打造高清服务特色的基础上，实现 3D 播放与 5.1 音效等创新功能产品规模化应用。

第三，持续扩充影视剧节目内容，以更丰富的节目资源满足用户需求。

第四，持续完善网络视频业务运营，保证在线节目信息快速、稳定展现，保证在线节目更新频度，保证在线节目采编质量，提升平台的影视特色，增强用户

观看体验延伸效应。

（4）项目营销方案

第一，继续加强面向用户的产品推广渠道建设，保证客户端产品安装量稳步增加，保证客户端产品升级更新覆盖率稳步提升。

第二，加强对传统品牌客户的营销力度，进一步增强针对传统品牌客户的营销体系与团队建设工作。

第三，强化暴风平台媒体价值的挖掘与品牌宣传，坚持多渠道的市场宣传措施，通过网络媒体、平面媒体、电视媒体全方位地将暴风平台的新产品、新动态、新业绩第一时间广泛告知用户，增强暴风影音互联网视频行业领军地位的品牌效应。

（5）项目技术标准与质量指标

技术或业务环节	具体项目	技术标准	质量指标
视频编码	转码压缩	H.264	压缩比提升 20%
	480P 视频码率	H.264	350KBPS
	720P 视频码率	H.264	800KBPS
	1080P 视频码率	H.264	1．2MBPS
数据传送	P2P 有序节点策略	HTTP/FTP/P2P	分享率达到 80%
数据搜索	视频信息数据库检索	HTTP/FTP	翻页率 5%以下
视频播放	在线 MP4 视频拓展格式	H.264/MPEG4	打开时间缩短 60%
	播放流畅度	H.264/MPEG4	点播流畅率 95%以上
	播放程序快速响应	软件工程标准	启动时间 3.5 秒以内
	实时画质增强	H.264	画质清晰度 1.5 倍增强
	本地视频文件格式识别	H.246/MPEG/RV	支持格式 680 种以上
影视信息	在线视频节目信息发布	HTTP/FTP	全网同步更新 15 分钟完成
	在线视频节目更新	HTTP/FTP	每日最低更新 200 条
广告加载	视频广告数据加载	FTP	支持 30 种常见格式叠加播放
	图文广告数据加载	FTP/HTTP	全网同步 20 分钟完成
产品客服	客服中心响应	HTTP	客户服务 7×24 小时响应
	反馈即时性	HTTP	客户服务首次反馈 2 小时完成
	用户服务保证	HTTP	反馈即时完成，最长 24 小时

5、项目预期实现效益分析

本项目预计将于首次募集资金到位后 24 个月建设完成，项目建设期间逐渐达到销售目标，预计产生良好的项目收益，公司本次募集资金投资项目是在公司已较为成熟的商业模式基础上的延续与规模提升，由于本公司业务具有轻资产、重技术、规模效益明显的特征，易于实现规模扩大。报告期内，公司充分发挥品牌、技术等核心竞争优势，形成了较为庞大的用户规模。用户规模的形成产生了良好的媒体投放价值，暴风影音已成为众多知名企业的广告投放平台。项目预期收益以公司播放产品部、在线运营部、网络运维部、研发部、广告销售部、市场部等部门制定的项目计划为基础，综合考虑报告期内公司收入情况、利润水平、市场容量等因素制定。2013 年，公司加权平均净资产收益率为 17%，在基于公司目前所处行业保持稳健增长、各项收入、成本单价不发生剧烈波动、公司盈利能力、资产回报水平保持稳定、公司利用本次募投项目扩大既有业务规模的基础上，以公司报告期内已实现的盈利能力为依据测算，项目投资净资产回报率约为 28%，投资回收期约 3.7 年。

（二）移动终端视频服务系统研发项目

1、项目情况

公司拟使用募集资金 1,960 万元实施面向移动终端视频服务系统研发项目。公司将借鉴 PC 终端网络高清视频服务平台已成熟的功能系统和运营管理经验，在已开发的“手机暴风影音”和“iPad 暴风影音 HD”产品基础上，拓展进行面向各类移动智能终端的视频服务运营系统的研发项目。项目建设内容主要包括技术研发与网络运营资源两方面，具体情况如下：

（1）技术研发

技术研发将主要围绕移动终端的视频运营系统建设和产品开发两方面进行：

移动终端视频服务运营系统主要包括：视频节目内容分发系统、用户服务中心系统、广告发布系统、视频节目信息搜索系统与业务运营数据系统五大系统。公司将借鉴已成熟的 PC 终端视频服务平台运营系统，通过针对上述系统的专项研发以搭建适用于移动终端的视频运营系统。

终端视频客户端软件产品开发的主要内容包括：多种视频编码格式播放功能、高清点播功能、播放前端控制功能、节目搜索功能、用户服务中心应用功能、

网络环境切换前端适配功能、省电模式前端控制功能等。

（2）网络运营资源

实施移动终端视频服务系统研发所需的网络运营资源主要包括：面向移动终端内容分发、地址解析与产品升级的网络服务器与用于测试服务性能所需要的带宽资源等。

2、项目背景

（1）3G 及 4G 引发信息网络变革

2009 年 1 月 6 日，三块 3G 运营牌照的发放标志着我国正式进入 3G 时代，截止 2013 年末，我国 3G 用户数突破 4 亿户，在移动用户中的渗透率达到 32.7%。2013 年 12 月 4 日工信部正式向三大运营商发放 4G 牌照，未来移动互联网的传播速度将进一步提升。

3G/4G 为网络信息服务提供了新的核心价值：一、可通过 PC、手持设备、移动 PC 随时随地接入互联网；二、带宽提速，网络体验得到提升；三、“三网合一”建设被实质性提速，高性能信道推动了 WEB 互联网、广电网和移动通信网的业务的迅速整合。

三大核心价值的日益突显引发了信息网络的巨变，随着用户量激增、跨网运营建设加速、资源整合紧迫、市场争夺激烈，尽快在移动互联网市场领域进行业务拓展已成为产业布局与企业战略的必然选择。

（2）智能移动终端应用地位突显

智能手机是缩小的、可以随时上网的、集商务、通信和生活所需众多功能与一身的移动 PC。除手机以外的其他移动设备如电纸书、MP4、PSP 等原服务功能相对单一的手持终端也因 3G/4G 的到来在联网功能上发生着变化，同样向便携式 PC 方向发展。此外，新兴的各种智能终端和可穿戴设备使人们可随时随地接入互联网并覆盖传统 PC 的主要功能，将成为移动互联网进一步发展的必然趋势。

（3）智能移动终端视频业务成为新的市场热点

视频，以其生动、直观的观看体验，在网络性能日益改善的环境中成为亿万用户喜爱的信息媒体形式。智能移动终端的视频服务随着宽带建设加速，以其便携性、功能多样性、可实现视频通话等优势成为视频服务市场争夺的新热点。

（4）公司移动终端软件产品研发基础扎实

公司开发了面向移动终端安卓（ANDROID）、苹果（iOS）两大系统的视频软件产品。手机暴风影音已能支持 29 种视频格式、25 种音频格式及其组合编码格式的视频文件播放；iPad 版暴风影音可支持 3G/4G 或 WIFI 网络环境下的 720P 高清视频点播服务，基本承继了 PC 版暴风“万能”、“高清”的产品特点。上述两款产品为公司在智能移动终端视频服务领域树立领先地位奠定了坚实基础。

3、市场前景

（1）移动互联网用户规模迅速增长

据 CNNIC 数据显示，2013 年，中国移动互联网网民用户规模达到 5.0 亿人，较 2012 年增加 8,009 万人。手机网民在总体网民中的比例进一步提高，从 2009 年末的 60.8%提升至 2013 年的 81.0%，移动互联网展现出了较好的发展潜力。

（2）业务模式日趋明显，市场规模增长迅速

手持终端视频领域的业务模式日趋明显，第一，免费服务加广告。这是互联网成熟模式的延续，重点需解决广告在不同终端投放的适配与精准投放问题；第二，付费视频，包括实用信息、教育信息等，在方便用户并提供实用价值基础上获得用户付费。

据艾媒咨询《2013-2014 中国手机视频市场年度报告》分析数据显示，截至 2013 年末中国手机视频市场规模达 3.25 亿元，环比增长 21.0%，同比激增 124.2%，手机视频用户规模达到 2.57 亿人，较 2012 年末的 1.38 亿人增加 86.2%。手机视频市场增长迅速，市场前景乐观。

4、项目实施

（1）项目技术路线

运营系统研发：主要依据互联网与移动互联网不同的技术协议进行转换与架构适配性升级开发。

客户端软件产品开发：主要采用面向底层的 C 语言程序开发核心架构，将应用层开发与底层开发分离实施，从而实现面对不同终端系统的适配性开发模式。

（2）项目人员配备

在现有项目团队基础上增加 20 人，加强技术研发和业务运营力量。具体配备如下：

部门名称	项目组名称	人数	主要职责
研发部	客户端产品开发组	10 人	负责客户端软件的升级开发
	运营系统升级开发组	5 人	负责终端视频服务系统的升级开发
	点播传送系统开发运营组	5 人	负责手持终端适配视频内容的编码转制

（3）技术标准与质量指标

项目采用的技术标准与质量指标如下：

技术或业务环节	具体项目	技术标准	质量指标
视频编码	转码压缩	MPEG4 或 3GP	200KBPS
数据传送	P2P 有序节点策略	WAP/MIP/SCTP/P2P	分享率达到 60%
数据搜索	视频信息数据库检索	WAP/FTP	翻页率 5%以下
视频播放	在线 MP4 视频拓展格式	MPEG4	打开时间缩短 60%
	播放流畅度	MPEG4	点播流畅率 95%以上
	播放程序快速响应	软件工程标准	启动时间 3.5 秒以内
	本地视频文件格式识别	3GP/MPEG4/RV	支持格式 80 种以上
影视信息	在线视频节目信息发布	MIP/TCP/FTP/SCTP	全网同步更新 15 分钟完成
	在线视频节目更新	MIP/TCP/FTP/SCTP	每日最低更新 200 条
广告加载	视频广告数据加载	MIP/TCP/FTP/SCTP	支持 5 种常见格式叠加播放
	图文广告数据加载	MIP/TCP/FTP/SCTP	全网同步 20 分钟完成
产品客服	客服中心响应	MIP/TCP	客户服务 7×24 小时响应
	反馈即时性	MIP/TCP	客户服务首次反馈 2 小时完成
	用户服务保证	MIP/TCP	反馈即时完成，最长 24 小时

5、项目实施进度

本项目建设期预计 24 个月。

6、项目投资构成

本项目计划总投资 1,960 万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	主要投资方面	具体项目内容	第一年	第二年	合计
1	技术研发	研发人力成本	420	660	1,080
2	硬件采购	研发配套软硬件	35	20	55
3		服务器设备	86	29	115

4	网络资源	带宽与 CDN	150	200	350
5	场地租赁		80	80	160
6	铺底流动资金		100	100	200
合计			**871**	**1,089**	**1,960**

三、募集资金运用对公司财务和经营状况的影响

（一）进一步提升公司互联网视频服务能力和持续盈利能力

随本次募投项目的顺利实施，网络高清视频服务平台升级与扩建项目将进一步提升公司 PC 端互联网视频服务能力和服务规模，提升公司品牌知名度，扩大经营规模和盈利能力；移动终端视频服务系统研发项目将为公司进入移动互联网视频服务领域奠定坚实的研发基础。综上，本次募集资金投资项目将明显提高公司的核心竞争能力，有利于公司参与市场的竞争，为公司的可持续发展和战略目标的实现提供可靠的保证。

（二）长期整体财务状况得到改善

募集资金到位后，本公司的净资产和资金实力将得到迅速提升，资产负债结构配比更加趋于合理。由于净资产规模的扩大，将导致发行后的净资产收益率有所下降，但随着募集资金投资项目的实施和达到销售目标，公司盈利能力将有较大提高，本公司的净资产收益率将会逐渐上升，每股收益等指标将随之提高，公司整体盈利能力可保持较高水平。

（三）预测基础与预测条件

1、预测基础

第一，以项目实施过程中涉及的各部门制订的项目计划和投资预算为基础，包括播放产品部、在线运营部、网络运维部、研发部、广告销售部、市场部等部门。

第二，以经审计的实际经营业绩为基础，结合目前业务在报告期内的收入情况、利润水平、市场容量、用户量与增长情况，依据项目达产后业务规模扩大、广告销售规模、用户量与点播量规模增大，以及行业发展趋势等对项目效益进行

预测。

第三，依据行业内平均水平和市场实际情况确定投资支出的单位价格，包括设备采购、版权采购、带宽与 CDN 租用、研发人力成本、营销推广支出等方面。

第四，预算会计方法与估计与公司实际采用的会计方法与估计一致。

2、预测条件

第一，公司业务遵循的国家现行政策、法律及社会政治经济环境不发生重大变化。

第二，公司业务遵循的税收政策不发生重大变化。

第三，公司业务所属的行业市场状况不发生重大变化。

第四，公司业务经营所必需的设备设施资源、人力资源、内容资源等能够取得且价格无重大变化。

第五，公司组织机构稳定、业务运营正常开展，不发生重大变化。

第六，公司制订的项目计划、销售方案、融资计划等能够顺利实施。

第七，不发生其化人力不可抗拒因素或不可预见因素所造成的重大不利影响。

第十一节 其他重要事项

一、信息披露

（一）信息披露制度

为保护投资者的合法权利，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司制订了《信息披露管理制度》。

（二）负责信息披露的主要机构和人员

公司负责信息披露和为投资者服务的部门为证券部，王刚主管本公司的信息披露工作，联系电话为 010-8260 0330。

二、重大合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的对公司的业务和经营有重大影响的重大合同如下：

（一）信息网络传播权许可使用协议

截至本招股说明书签署之日，发行人签订了如下重大的信息网络传播许可使用协议：

序号	合同名称	授权方名称	版权内容	合同金额	权利类型	期限
1	影视节目信息网络传播权许可合同	天津华创传媒科技有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	4,435,500 元	非独家信息网络传播权	上线之日起 2 年或 3 年（合同签署日为 2013 年 3 月 1 日）
2	影视节目信息网络版权转授协议书	浙江东阳天世文化传播有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1000 元/小时，共计 5149 小时，合计 5,149,000 元	非独家信息网络传播权	以授权节目清单为准，授权期限从 2011 年 4 月 1 日起至 2015 年 12 月 31 日不等
3	信息网络传播权非独占性使	北京世纪博英影视传媒有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传	2,700,000 元	非独家信息网络传播权	2012 年 8 月 1 日至 2017 年 7 月 31 日

	用授权许可合同		播权			
4	影视节目信息网络传播权许可合同	深圳市迅雷网络技术有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	2,150,000 元	非独家信息网络传播权	以具体节目授权书为准，2012 年 9 月 1 日起，最迟至 2015 年 9 月 23 日（部分节目授权时间为上线起三年，未载明具体起止日期）
5	影视节目信息网络传播权许可合同	天津华创传媒科技有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权（其中韩剧 3437 小时，国产剧 1399 集）	4,537,500 元	非独家信息网络传播权	2013 年 3 月 1 日至 2016 年 1 月 14 日不等
6	影视节目信息网络传播权许可合同	深圳市迅雷网络技术有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	2,465,000 元	非独家信息网络传播权	2013 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日或自授权人盖有公章的书面通知书中通知的上线之日起三年
7	影视节目信息网络传播权许可合同	天津华创传媒科技有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	2,014,500 元	非独家信息网络传播权	2013 年 5 月 1 日起至 2018 年 4 月 20 日不等或自上线之日起 5 年
8	影视节目信息网络传播权许可合同	天津华创传媒科技有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	2,600,000 元	非独家信息网络传播权	2013 年 4 月 1 日起至 2018 年不等
9	影视节目信息网络传播权许可合同	北京瀚海星辉文化传媒有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	3,644,000 元	非独家信息网络传播权	2013 年 4 月 1 日起至 2016 年 3 月 31 日
10	影视节目信息网络传播权许可合同	天津华创传媒科技有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	4,768,550 元	非独家信息网络传播权	2013 年 8 月 1 日起至 2018 年不等, 部分影片自上线之日起 5 年
11	影视节目信息网络传播权许可合同	深圳市迅雷网络技术有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1,202,000 元	非独家信息网络传播权	2013 年 5 月 1 日至 2016 年 7 月 12 日不等，部分影片自上线之日起 3 年
12	影视节目信息网络	北京瀚海星辉文化传媒	授予发行人相关节目的非独	2,063,600 元	非独家信息网络传	2013 年 12 月 1 日至 2016 年 11 月 30

	传播权许可合同	有限公司	家信息网络传播权		播权	日
13	影视节目信息网络传播权许可合同	西安佳韵社数字娱乐发行有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	3,134,870 元	非独家信息网络传播权	2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日不等
14	影视节目信息网络传播权许可合同	深圳市迅雷网络技术有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1,760,400 元	非独家信息网络传播权	2013 年 11 月 1 日至 2016 年 12 月 28 日不等，部分影片自上线之日起 3 年
15	影视节目信息网络传播权许可合同	华视网聚（常州）文化传媒有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	5,119,350 元	非独家信息网络传播权	2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日不等
16	影视作品著作权授权合同	飞狐信息技术（天津）有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1,518,000 元	非独家信息网络传播权	2014 年 3 月 18 日至 2017 年 4 月 22 日不等
17	影视节目信息网络传播权许可合同	北京瀚海星辉文化传媒有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	2,568,000 元	非独家信息网络传播权	2014 年 6 月 1 日至 2017 年 8 月 17 日不等
18	网络视频点播权节目购销合同书	乐视新媒体文化（天津）有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	2,800,000 元	非独家信息网络传播权	2014 年 4 月 5 日至 2016 年 4 月 4 日或自卫视首播次日起 2 年
19	网络视频点播权节目购销合同书	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	13,200,000 元	非独家信息网络传播权	2014 年 4 月 1 日至 2016 年 5 月 19 日不等或自首播卫视首集首播次日起 2 年
20	影视节目信息网络传播权许可合同	深圳市迅雷网络技术有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	3,000,000 元	非独家信息网络传播权	2014 年 6 月 23 日至 2017 年 7 月 26 日不等或自通知书通知的上线之日起 3 年
21	影视节目信息网络传播权许可合同	西安佳韵社数字娱乐发行有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1,000,000 元	非独家信息网络传播权	2014 年 7 月 1 日至 2019 年 5 月 30 日不等或自台播次日起三年
22	影视节目信息网络传播权许可合同	华视网聚（常州）文化传媒有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	2,962,290 元	非独家信息网络传播权	2014 年 7 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日不等

23	影视作品著作权授权合同	飞狐信息技术（天津）有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1,920,000 元	非独家信息网络传播权	自作品上线之日起 3 年
24	影视节目信息网络传播权许可合同	北京风华视听文化传播有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1,927,200 元	非独家信息网络传播权	2014 年 9 月 1 日至 2017 年 8 月 31 日
25	影视节目信息网络传播权许可合同	上海森宇文化传播有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1,848，180 元	非独家信息网络传播权	2014 年 9 月 1 日至 2016 年 10 月 31 日
26	影视节目信息网络传播权许可合同	深圳市迅雷网络技术有限公司	授予发行人相关节目的非独家信息网络传播权	1,700,000 元	非独家信息网络传播权	2014 年 8 月 22 日至 2017 年 10 月 27 日或自通知书通知的上线之日起 3 年

（二）广告发布合同及软件推广合同、合作合同

截至本招股说明书签署之日，发行人签订了如下正在履行的重大的广告发布合同、软件推广合同或合作框架协议：

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同金额	合同期限
1	搜狗网址导航站合作协议	北京搜狗网络技术有限公司	发行人依照协议约定推广北京搜狗网络技术有限公司网站	按照发行人暴风影音软件用户点击桌面图标或默认的浏览器首页打开北京搜狗网络技术有限公司网站首页的有效 IP 数量向发行人付费	2014 年 7 月 1 至 2014 年 12 月 31 日
2	暴风广告代理协议	杭州海茗广告有限公司	杭州海茗广告有限公司在暴风影音上发布广告	依年度累计广告执行额按比例返点	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
3	合作协议	淘宝（中国）软件有限公司、浙江淘宝网络有限公司、浙江天猫技术有限公司（统称“甲	发行人为甲方及其指定公司提供信息发布服务	按各《排期表》确定各次金额	2014 年 1 月 3 日至 2015 年 3 月 31 日（任一方提前 7 天通知对方可单方终止协议）

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同金额	合同期限
		方”）			
4	合作协议	淘宝（中国）软件有限公司、浙江淘宝网络有限公司、浙江天猫技术有限公司（统称“甲方”）	发行人在暴风影音网站和软件上开辟信息发布位为甲方用户提供软件推广服务	发行人以分成收入的 70%作为信息发布费	2014 年 1 月 1 日至 2015 年 3 月 31 日（任一方提前 7 天通知对方可单方终止协议）
5	2014 年合作框架合同	北京京东世纪贸易有限公司	发行人通过网站为北京京东世纪贸易有限公司进行宣传推广	按《排期表》确定金额	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
6	网络广告发布合同（XS14-155）	中国平安财产保险股份有限公司	发行人为中国平安财产保险股份有限公司提供广告发布服务	人民币 18 元/除重名单	2014 年 4 月 30 日至 2015 年 4 月 30 日
7	互联网信息服务合作协议	上饶华达科技有限公司	上饶华达科技有限公司通过其营销平台为暴风科技进行网络推广	2,880,000 元	2014 年 6 月 2 日至 2015 年 6 月 1 日
8	推广合作协议	厦门快云信息科技有限公司	厦门快云信息科技有限公司代理暴风科技在其暴风影音（无线）上特定广告资源的管理与销售	1,095,000 元	2014 年 4 月 27 日至 2015 年 4 月 26 日
9	网络信息推广服务框架协议（无线直客）	天津奇思科技有限公司	天津奇思科技有限公司为暴风科技在 360 开放平台上提供网络信息推广服务	暴风科技承诺完成不低于 300 万元的广告	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
10	服务协议	杭州刀之刀网络科技有限公司	杭州刀之刀网络科技有限公司为暴风科技提供 2345 导航网站显著位推广服务	2,160,000 元	2014 年 5 月 26 日至 2014 年 12 月 25 日
11	加多宝&暴风影音 2014 年网络合作协议书	加多宝（中国）饮料有限公司（甲方）	发行人为加多宝集团旗下品牌（加多宝凉茶、昆仑山雪山矿泉水）及系列互动推广活动	根据发行人在向甲方 2014 年各个项目提交的合作方案内容及甲方指定代理公司与	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同金额	合同期限
			发布网络广告	发行人签订合同（或甲方、甲方指定代理公司与发行人共同签订的三方合同）而定	
12	2014 年合作框架	广州唯品会信息技术有限公司	发行人为广州唯品会信息技术有限公司提供广告发布以及宣传推广服务	以双方最终盖章确权的《暴风影音广告发布排期表》为准	2014 年 2 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
13	好耶 mediamax 供应方平台合作协议	好耶网络科技（上海）有限公司	发行人将流量计入好耶网络科技（上海）有限公司 mm 平台/SSP 平台，并授权甲方将接入的广告资源向需求方进行销售	根据实际成交额，按双方商定的比例与甲方进行分成	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
14	2014 年度广告投放协议	北京恒美广告有限公司等委托上海融视广告传媒有限公司为共同代表与发行人签订本协议（甲方）	发行人为甲方客户提供网络信息及广告服务	以双方最终盖章的单项《广告发布排期表》为准	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
15	网络广告发布合同	安索帕（上海）广告传播有限公司北京分公司等 11 家公司（甲方）	发行人为甲方提供广告广告投放服务	以双方最终盖章的单项《广告采购订单》为准	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
16	暴风影音广告发布合同	北京智恒广告有限公司	北京智恒广告有限公司在发行人暴风影音媒体上发布广告	1,000,000 元	2014 年 10 月 27 日至 2014 年 12 月 31 日
17	2014 年度广告发布合作协议	电众数码（北京）广告有限公司	电众数码（北京）广告有限公司在发行人网站暴风影音上发布广告	以双方签署的《广告发布合同》或《广告发布执行单》为准	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同金额	合同期限
18	暴风广告代理协议	北京新意互动广告有限公司	北京新意互动广告有限公司在发行人暴风影音广告位投放广告	按投放广告的实际执行金额确定	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
19	暴风广告代理协议	北京智恒广告有限公司	北京智恒广告有限公司在发行人暴风影音广告位投放广告	按投放广告的实际执行金额确定	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
20	暴风广告代理协议（陕西省）	陕西优视多屏文化传媒有限公司	陕西优视多屏文化传媒有限公司在发行人暴风影音上发布广告	陕西优视多屏文化传媒有限公司作为发行人区域代理商全年需完成广告实际执行额度人民币 200 万元	2014 年 7 月 1 日至 2015 年 6 月 30 日
21	合作协议	淘宝（中国）软件有限公司、浙江淘宝网络有限公司、浙江天猫技术有限公司（统称“甲方”）	甲方与发行人合作通过信息发布位为客户提推广服务	执行信息发布位分成收入	2014 年 1 月 1 日至 2015 年 3 月 31 日
22	天津迈科莱思科技有限公司与发行人之合作协议	天津迈科莱思科技有限公司	发行人为天津迈科莱思科技有限公司提供广告推广服务	按合同约定分成	2014 年 5 月 6 日至 2017 年 5 月 5 日，协议到期后，如甲乙双方未就本协议合作另行签署新的合作协议，则本协议自动延长 12 个月作为合作过渡期
23	2014 年度网络广告发布协议	上海李奥贝纳广告有限公司等 8 家公司（“甲方”）	甲方委托发行人在其暴风影音网站和无线平台上提供广告发布	按每次单独签订的《网络广告发布订单》为准	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日

（三）IDC 业务托管协议

鉴于发行人对网络高速的需求及大量数据处理的需要，截至本招股说明书签署之日，发行人与IDC服务公司签订了如下正在履行的IDC业务托管协议：

序号	合同名称	合同对方	IDC 业务内容	合同金额	合同期限
1	IDC 业务托管协议	吉林省高升科技有限公司	发行人租用吉林省高升科技有限公司 6 个 42u 标准机柜（IP 总数 80 个）在其石家庄联通机房	1,440,000 元	2014 年 5 月 1 日至 2015 年 4 月 30 日
2	托管服务协议	北京世纪互联宽带数据中心有限公司	北京世纪互联宽带数据中心有限公司为暴风科技提供设备、数据托管服务	1,272,000 元	2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
3	首都在线主机托管服务协议	北京首都在线科技股份有限公司	北京首都在线科技股份有限公司向暴风科技提供主机托管服务	2,400,000 元	2014 年 4 月 1 日至 2015 年 3 月 31 日
4	机柜租用合同	上海苍山通信技术服务中心	上海苍山通信技术服务中心向暴风科技提供约定地区的专用机房、标准机架、标准电源、网络端口及 IP 地址等网络资源用以接入 Internet	3,710,800 元	2014 年 3 月 1 日至 2015 年 2 月 28 日
5	IDC 服务合同	广东锐讯网络有限公司	广东锐讯网络有限公司向发行人提供服务器托管服务	1,440,000 元	2014 年 10 月 1 日至 2015 年 9 月 30 日
6	主机托管（贷款租赁）合同	甘肃万维信息技术有限责任公司	甘肃万维信息技术有限责任公司向发行人提供服务器托管服务	1,280,000 元	2014 年 10 月 1 日至 2015 年 9 月 30 日

（四）其他重大合同

1、技术许可合同

2011 年 6 月 8 日，崔天龙与暴风网际签订《技术许可合同》，2012 年 1 月双方签署了《技术许可合同之补充协议》，约定崔天龙作为发明人的一种基于图像分析及人工智能的可变参数的自动化视频转码方法许可以独占许可的方式许可给发行人使用该等许可的详细情况请参见本招股说明书“第七节同业竞争和关联交易”之二、（二）“偶发性关联交易”相关部分。

2、联合实验室项目合作协议

2011 年 7 月 7 日，暴风网际与阿依瓦（北京）技术有限公司签订了《暴风影音-ALVA 视觉技术联合实验室项目合作协议》，约定由双方共同组建视觉技术联合实验室，主要职能在于结合双方资源优势共同研发、推广视觉技术。并通过双方努力将技术转化为实际产品，发行人需支付阿依瓦（北京）技术有限公司 HD Upscale 技术授权费用 100 万元。合同有效期为 2011 年 7 月 7 日至 2012 年 7 月 6 日。

阿依瓦（北京）技术有限公司 2009 年成立于中国北京，主要为 IT、通信等领域的科研院所、政府部门以及世界五百强企业提供软件开发、基准测试、定制化测试与认证等服务。根据全国企业信用信息网的查询结果，阿依瓦（北京）技术有限公司的目前的基本信息如下：

企业名称	阿依瓦（北京）技术有限公司
注册号	110108013953165
类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
法定代表人	安然
成立日期	2011 年 06 月 13 日
注册资本	50 万元人民币
住所	北京市海淀区知春路甲 48 号 3 号楼 3 单元 19D
营业期限	自 2011 年 06 月 13 日至 2031 年 06 月 12 日
经营范围	技术服务、技术开发、技术转让、技术咨询；计算机技术培训；工程和技术研究与试验发展；产品设计；模型设计。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股东	代淑玉、张立群、刘顺宗、张寅、郭巧洪、安然，根据发行人确认，该等自然人均与发行人无任何关联联系

该协议的主要内容如下：

甲方	阿依瓦（北京）技术有限公司

乙方	暴风网际
合作内容	双方共同打造“暴风影音-ALVA 视觉技术联合实验室”，结合双方资源优势共同研发、推广视觉技术，并将技术转化为实际产品。实验室设在乙方办公场所，人员由双方共同委派。
甲方主要权利及义务	1、 授权乙方在其产品中永久使用“视频高清增强技术”（以下简称“HD Upscale 技术”），授权使用期限不受本合同有效期限的限制。 2、 保证 HD Upscale 技术兼容性满足乙方“技术普适性”要求，并配合乙方对此技术进行“技术普适性”测试和调试。 3、 向乙方提供相关技术支持、人员培训和开发指导。 4、 协同乙方解决 HD Upscale 技术整合进暴风影音播放器中产生的问题。
乙方主要权利及义务	1、 要求甲方提供 HD Upscale 技术相关之全部细节信息。 2、 基于联合实验室框架下，乙方对于甲方新开发项目拥有优先合作权。 3、 乙方有权利在合作期满对许可技术进行后续改进，由此产生的具有实质性或创造性技术进步特征的新技术成果归属乙方。 4、 如在合作过程中甲方无法按时配合乙方完成项目的整合融入，乙方可随时解除合同并按协议、按完成比重结算费用。

上述 ALVA 视觉技术联合实验室项目的研发工作已完成，发行人研发团队基于 ALVA 的技术基础，在视频高清增强方面实现了跨硬件、跨平台的应用普适性并提高了算法效率，使该技术实现了应用化和产品化。根据合作协议的约定，发行人完整拥有该项基础技术的永久使用权，且就前述其后续创新性改进成果拥有完整的自主知识产权。

3、暴风网际与微软（Microsoft Corporation）签署的《合作推广协议（Joint Marketing Agreement）》

2010 年 5 月 14 日，暴风网际与微软（Microsoft Corporation）签署了《合作推广协议（Joint Marketing Agreement）》。根据该协议，暴风网际将在“暴风影音”产品中使用、整合和展示微软的 Silverlight 4 或 Silverlight 的更高版本（“Silverlight”）。该协议项下微软需支付的总金额不超过 2,100,000 美元。该协议有效期为 2010 年 5 月 14 日至 2012 年 5 月 13 日，截至本招股说明书签署之日，该协议已履行完毕。

该协议的目的为微软借助发行人的播放软件平台推广其所有的 Silverlight 软件，不涉及研发成果归属问题。

4、音频项目合作协议

2012 年 6 月 20 日，发行人与自然人王宇飞签署《音频项目合作协议》，根据该协议，协议双方决定共同打造“声音优化处理项目”，乙方王宇飞向发行人提

供 HRTF G3 系统完整源代码、SDK 完整源代码等文件，并允许发行人可在其任何产品上永久使用“声音优化处理技术”，同时乙方还负有解决“声音优化处理”技术整合进入暴风影音播放器过程中的问题等义务。该协议项下发行人需向乙方王宇飞支付人民币 188,091.54 元。该协议有效期为 2012 年 6 月 20 日至 2013 年 6 月 19 日。

5、合作开发协议

2012 年 5 月 30 日，发行人与北京中关村发展集团股份有限公司（“中关村发展集团“）签署《合作开发协议》。根据该《合作开发协议》，中关村发展集团系根据《北京市重大科技成果转化和产业项目统筹资金股权投资管理暂行办法》、作为统筹资金受托管理人接受中关村科技园区管理委员会委托、以自己的名义与发行人签订该协议，旨在支持企业发展而非直接参与企业的日常经营管理。该协议的主要内容如下：

甲方	北京中关村发展集团股份有限公司
乙方	北京暴风科技股份有限公司
合作内容	中关村发展集团以知识产权合作开发形式向发行人累计投入统筹资金人民币 900 万元，其中第一笔资金 500 万元，乙方将其用于“暴风影音视频平台项目”的研究开发。
涉及项目	暴风影音视频平台项目，包括研发全新架构的第五代暴风影音、研发面向智能移动终端系统的无线暴风影音产品、升级改造在线内容运营系统和广告运营系统
甲方主要权利及义务	1、甲方有权向乙方委派一名观察员，已监督统筹资金的到位及使用情况、项目研发情况； 2、甲方不直接参与乙方的日常经营管理及决策
乙方主要权利及义务	1、按甲方要求按时向其报送相关项目的季度财务报告； 2、未经甲方同意不得向第三方转让合作期内本项目形成的技术成果及知识产权； 3、自甲方第一笔统筹资金投入之日起在三年内将甲方已支付的统筹资金本金及收益一次性返还甲方，以实现甲方退出
知识产权归属	1、对合作期内相关项目形成的技术成果及知识产权，乙方有权单独申请相关商标权、著作权、专利权及其他权利，甲方同意不作为该等知识产权证书上所载的权利人。 2、对合作期内相关项目形成的技术成果及知识产权的份额，由双方共享，甲方根据项目投资比例核算享有“暴风影音视频平台项目”的技术成果及知识产权的份额为 4.7% ，在甲方按约定收回全部统

	筹资金后视为甲方即刻将上述份额转让给乙方，乙方随即拥有全部相关项目形成的技术成果及知识产权份额。
协议有效期限	自第一笔资金投入项目之日起至甲方收回全部统筹资金及相应收益后协议自行终止

截至目前，中关村发展集团以知识产权合作开发形式向发行人累计投入统筹资金人民币 900 万元，其中第一笔资金于 2012 年 6 月 19 日年到账，第二笔资金于 2014 年 1 月 9 日到账。截至本回复出具之日，上述协议正在履行中。就合作期内相关项目形成的技术成果及知识产权，虽然该协议约定中关村发展集团拥有相关知识产权 4.7%的份额，但鉴于：（1）该等资金系中关村发展集团受中关村科技园区管理委员会委托、依据《北京市重大科技成果转化和产业项目统筹资金股权投资管理暂行办法》提供的政策性支持资金，提供资金的目的支持企业发展而非直接参与企业的日常经营管理；（2）根据该协议的约定，在发行人依约偿还该等支持性资金（本金 900 万元）及相应同期银行活期存款利率后，应即视为发行人拥有全部相关知识产权份额，而发行人目前经营状况良好，有充足能力随时偿还该等资金及其利息；（3）就该项目中产生的相关知识产权，依照该协议的约定，发行人有权单独申请相关商标权、著作权、专利权及其他权利，截至目前实际上也不存在发行人与中关村发展集团共同申请或注册/登记相关知识产权的情形。因此，该协议中有关知识产权份额的约定并不会对发行人对该等实知识产权的实际占有、使用产生重大不利影响。

6、贷款协议

（1） 与招商银行股份有限公司北京大运村支行签署的《授信协议》及借款合同

2013 年 10 月 14 日，发行人与招商银行股份有限公司北京大运村支行签署《授信协议》（编号：2013 年大授字第 049 号），约定招商银行股份有限公司北京大运村支行向发行人提供人民币 2500 万元的流动资金贷款单项授信额度，授信期间自 2013 年 10 月 14 日至 2014 年 10 月 10 日止，发行人及第三方不提供担保。授信额度内的贷款、融资利率及相关业务收取的费用，按各具体合同的规定执行。

基于上述协议，发行人与招商银行股份有限公司北京大运村支行于 2014 年

2 月 17 日签署了《借款合同》（编号：2013 年大授字第 049-001 号），约定招商银行股份有限公司北京大运村支行向发行人提供人民币 600 万元的贷款，用于流动资金周转，贷款期间自 2014 年 2 月 17 日至 2015 年 2 月 16 日止，贷款利率为固定利率，即以中国人民银行公布的一年金融机构人民币贷款利率为基准上浮 10%，发行人及第三方不提供担保。

此后，发行人与招商银行股份有限公司北京大运村支行于 2014 年 3 月 21 日签署了《借款合同》（编号：2013 年大授字第 049-002 号），约定招商银行股份有限公司北京大运村支行向发行人提供人民币 600 万元的贷款，用于流动资金周转，贷款期间自 2014 年 3 月 21 日至 2015 年 3 月 20 日止，贷款利率为固定利率，即以中国人民银行公布的一年金融机构人民币贷款利率为基准上浮 10%，发行人及第三方不提供担保。

发行人与招商银行股份有限公司北京大运村支行于 2014 年 6 月 27 日签署了《借款合同》（编号：2013 年大授字第 049-003 号），约定招商银行股份有限公司北京大运村支行向发行人提供人民币 500 万元的贷款，用于流动资金周转，贷款期间自 2014 年 6 月 27 日至 2014 年 12 月 26 日止，贷款利率为固定利率，即以中国人民银行公布的六个月/一年金融机构人民币贷款利率为基准上浮 10%，发行人及第三方不提供担保。

发行人与招商银行股份有限公司北京大运村支行于 2014 年 9 月 28 日签署了《借款合同》（编号：2013 年大授字第 049-004 号），约定招商银行股份有限公司北京大运村支行向发行人提供人民币 500 万元的贷款，用于流动资金周转，贷款期间自 2014 年 9 月 28 日至 2015 年 3 月 27 日止，贷款利率为固定利率，即以中国人民银行公布的六个月/一年金融机构人民币贷款利率为基准上浮 10%，发行人及第三方不提供担保。

（2） 与广发银行股份有限公司北京海淀支行签署的《额度贷款合同》

2013 年 11 月 19 日，发行人与广发银行股份有限公司北京海淀支行签署《额度贷款合同》（编号：4113CF039），约定广发银行股份有限公司北京海淀支行向发行人提供人民币最高限额为 2500 万元的额度贷款，授信期间自 2013 年 11 月 19 日起至 2014 年 11 月 18 日止，具体每笔贷款的实际发生日与清偿日等要素以借款借据或其他债权债务凭证所载明的内容为准，发行人及第三方不提供担保。借款用途主要为支付人力成本、向上游采购播放内容版权、购买带宽等主营业务

周转。根据广发银行股份有限公司北京海淀支行于 2014 年 10 月 30 日出具的《借款借据》，发行人取得一笔该授信协议项下借款，金额为人民币 10,130,576.66 元，借款期限为 2014 年 10 月 30 日至 2015 年 6 月 30 日。

（3）与中信银行股份有限公司总行营业部签署的《人民币额度贷款合同》

2014 年 11 月 24 日，发行人与中信银行股份有限公司总行营业部签署《人民币额度贷款合同》（编号：（2014）信银营贷字第 023214 号），约定中信银行股份有限公司总行营业部向发行人提供人民币 5000 万元的短期贷款，贷款期间自 2014 年 11 月 24 日起至 2015 年 11 月 23 日止，发行人及第三方不提供担保。借款用途主要为用于日常经营周转。

7、其他合同

（1）地域 Gap 同源校准服务合同

2014 年 4 月 28 日，发行人与北京思博途信息技术有限公司签署《暴风地域 Gap 同源校准服务合同》，约定为减少策略路由因素对发行人所属视频媒体广告地域数据的影响，发行人购买北京思博途信息技术有限公司的“地域 Gap 校准服务”，包括为发行人的机房提供部署软件、维护软件的正常运行和必要升级等服务。服务期限为 2014 年 4 月 1 日至 2015 年 3 月 31 日，服务费用为 1,160,000 元。

（2）采购合同

2014 年 9 月 12 日，发行人与湖南维爱电子科技有限公司签署《合同》，约定发行人向湖南维爱电子科技有限公司购买虚拟现实头盔，分三批交付，货款总金额为人民币 5,852,200 元。

2014 年 10 月 21 日，发行人与深圳市云鼠科技开发有限公司签署《购销合同》，约定发行人向深圳市云鼠科技开发有限公司购买 UBR01 遥控器、磨具主体、按键磨具，货款总金额为人民币 10,050,000 元。

2014 年 9 月 19 日，发行人与廊坊市明旺工贸有限公司签署《供货合同》，约定发行人向廊坊市明旺工贸有限公司购买 3D 眼镜相关产品，货款总金额为人民币 1,213,700 元。

（3）技术服务协议

2014 年 1 月 1 日，发行人与天津鑫影签订《暴风影音平台授权服务合同》，约定发行人利用目前自身拥有的知识产权的产品为天津鑫影提供产品相关技术

服务，也包括发行人利用自身运营价值为天津鑫影提供运营相关的技术服务；服务期限自 2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日；服务费用根据发行人向天津鑫影提供暴风影音平台服务产生的收入双方分成。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保事项。

四、重大诉讼或仲裁事项

（一）关于报告期内公司受到的行政处罚事项

发行人在报告期内未受到任何重大行政处罚事项。

（二）其他重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，发行人存在正在进行中的诉讼，该等诉讼的涉案金额合计相对公司最近一期末经审计净资产绝对值的占比很小。

截至本招股说明书签署之日，发行人存在尚未了结的诉讼案件 17 起，为权利人提起的要求发行人停止侵害并赔偿损失的信息网络传播权侵权纠纷诉讼。上述未决诉讼具体情况如下：

序号	原告	涉诉视听节目名称	标的金额（元）	诉讼状态
1	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	我叫刘跃进	80,000.00	一审中
2	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	幽灵计划	80,000.00	一审中
3	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	阿宝的故事	80,000.00	一审中
4	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	欢喜婆婆俏媳妇	100,000.00	已上诉
5	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	大内密探零零狗	100,000.00	已上诉
6	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	山楂树之恋	100,000.00	已上诉

序号	原告	涉诉视听节目名称	标的金额（元）	诉讼状态
7	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	婆婆来了	100,000.00	已上诉
8	乐视网（天津）信息技术有限公司	杨门女将之军令如山	100,000.00	已上诉
9	乐视网（天津）信息技术有限公司	八星报喜	100,000.00	已上诉
10	乐视网（天津）信息技术有限公司	失恋 33 天	100,000.00	已上诉
11	乐视网（天津）信息技术有限公司	金陵十三钗	100,000.00	已上诉
12	乐视网（天津）信息技术有限公司	亲密敌人	100,000.00	已上诉
13	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	三枪拍案惊奇	100,000.00	已上诉
14	乐视网（天津）信息技术有限公司	假装情侣	100,000.00	已上诉
15	上海翡翠东方传播有限公司	舞动全城	100,000.00	一审中
16	上海翡翠东方传播有限公司	富贵门	100,000.00	一审中
17	深圳市腾讯计算机系统有限公司	离婚律师	4,990,000.00	一审中
	合计		6,530,000.00	

发行人截至 2014 年 9 月 30 日经审计的净资产为人民币 27,802.73 万元。发行人存在的前述未决诉讼所涉及累计金额相对公司经审计最近一期净资产绝对值占比很小，对发行人而言并不构成重大诉讼事项。但是，上述诉讼事项仍可能导致本公司最终支付赔偿或和解费用，从而对本公司盈利能力造成一定影响。

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人、公司董事、监事、及高级管理人员不存在重大诉讼或仲裁事项。截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员不存在涉及刑事诉讼事项。

（三）控股股东、实际控制人最近三年是否存在重大违法行为

公司控股股东及实际控制人冯鑫最近三年不存在重大违法行为。

（四）发行人控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，不存在发行人控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（五）发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员并未涉及任何刑事诉讼。

第十四节　董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、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、及时性承担个别和连带的法律责任。

本公司全体董事签名：

冯鑫	韦婵媛	曲静渊
毕士钧	崔天戎	张震
张琳	高学东	罗义冰

北京暴风科技股份有限公司

2016年12月2日

本公司全体监事签名：

谢江	方德松	丁俊云

北京暴风科技股份有限公司

2018 年 12 月 [illegible] 日

本公司除兼任董事外的其他高级管理人员签名：

王刚　　李永强　　吕宁

赵军　　李媛萍

北京暴风科技股份有限公司

2017年12月22日

二、保荐人（主承销商）声明

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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

保荐代表人：

吕洪斌　　杜祎清

项目协办人：

法定代表人：

丁学东

中国国际金融有限公司

2016 年 12 月 23 日

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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办律师：

刘劲容　　刘成伟

事务所负责人：

刘劲容

北京市环球律师事务所

2016 年 3 月 23 日

本所及签字注册会计师已阅读北京暴风科技股份有限公司招股说明书，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鉴证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鉴证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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

郝丽江　　杨倩

会计师事务所负责人：

梁春

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2014年 12 月 23 日

五、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

郭鹏飞　　冯道祥

资产评估师负责人：

冯道祥

中和资产评估有限公司

2016年12月23日

六、验资机构声明

大华特字[2014] 002777 号

本机构及签字注册会计师已阅读北京暴风科技股份有限公司招股说明书，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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

高世茂　　杨倩

验资机构负责人：

梁春

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2014 年 12 月 23 日

第十三节 附件

一、备查文件目录

1、发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）；

2、发行保荐工作报告（附：关于保荐项目重要事项尽职调查情况问核表）；

3、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；

4、发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

5、财务报表及审计报告；

6、内部控制鉴证报告；

7、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

8、法律意见书及律师工作报告；

9、公司章程（草案）；

10、中国证监会核准本次发行的文件；

11、其他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。

二、查阅地点

投资者于本次发行承销期间，各种备查文件将存放在公司和保荐人（主承销商）的办公地点，投资者可在公司股票发行的承销期内查阅。

三、查询时间

除法定节假日以外的每日 9:00-11:00，14:00-17:00。