

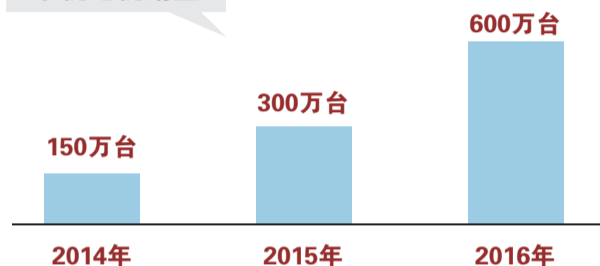


## “单飞”的乐视电视能否涅槃——

孙宏斌的辞职让乐视网走向成谜,不过,种种迹象表明,新乐视智家电子科技(天津)有限公司(以下简称“新乐视智家”)或将成为孙宏斌的囊中之物。根据公告,乐视网如果无法偿还债务,将失去对新乐视智家的控制权,未来新乐视智家可能将再次改名,彻底脱离乐视网的上市体系。乐视电视,这个曾改变整个电视行业的“黑马”能否借此东山再起,也就成为业界关注的焦点。



乐视电视销量



### 拐点初现

4月1日晚间,乐视网发布公告称,公司已质押所持有的新乐视智家股权,如若公司因无法按时偿还债务导致质押资产被依法处置,公司不再具有实际控制权。

乐视网公告称,截至2017年9月30日,新乐视智家资产总额1094241.28万元,净资产316305.81万元,营业收入497294.63万元,利润总额-110596.34万元,净利润-85488.4万元(以上数据未经审计)。乐视网目前持有新乐视智家40.3118%股权,为新乐视智家控股股东并对其合并报表。

不过,乐视网目前已质押所持有的新乐视智家股权,如若该公司因无法按时偿还债务导致质押资产被依法处置,将不再具有实际控制权。据乐视网此前的公告,截至目前,乐视网将新乐视智家注册资本总数的34.9398%已质押给天津嘉睿汇鑫企业管理有限公司和融创房地产集团有限公司,该公司将新乐视智家注册资本总数的5.372%已质押给银行、信托公司等金融机构。

同时,天津嘉睿汇鑫企业管理有限公司也是乐视网的借款方。此前两天,乐视网在公告中曾披露:2017年11月20日,公司第三届董事会第五十次会议审议通过《关于乐视网信息技术(北京)股份有限公司拟向天津嘉睿汇鑫企业管理有限公司申请借款12.9亿元的议案》及《关于为公司借款提供反担保暨关联担保的议案》,此两项议案需审计、评估并经股东大会审议。目前相关审计、评估工作正在进行中,待工作完成后,公司将及时提交股东大会审议。本次借款期限为天津嘉睿汇鑫企业管理有限公司支付的首笔借款金额实际到账之日起一年。如若上述议案未经公司股东大会审议通过或本次借款到期后公司无法按期偿还,公司所质押的新乐视智家股权将面

临可能司法处置的风险。”

对于新乐视智家来说,终于到了一个拐点,在业内人士看来,公告意味着,这家主攻电视的公司将可能“单飞”,并彻底变为孙宏斌的囊中之物。

说到天津嘉睿汇鑫企业管理有限公司,其实就是融创当初入股乐视网的主体公司,该公司成立于2017年1月9日,受融创中国控股有限公司的实际控制。2017年1月,乐视网表示,公司及其控股股东、实际控制人贾跃亭拟引入战略投资者天津嘉睿汇鑫企业管理有限公司。本次交易分为贾跃亭转让乐视网股份(涉及金额60.41亿元)、乐视致新引入战略投资者通过老股转让和增资扩股方式,涉及金额79.5亿元)、乐视控股转让乐视影业股权(涉及金额10.5亿元)三个部分。

### 由盛而衰

其实,乐视的电视业务单飞已经在此前孙宏斌的采访中初见端倪。

上个月,孙宏斌在接受采访时表达了对乐视网的“极度不看好”,称“乐视网目前极度缺乏资金,已经资不抵债,75亿元债权今年很多要到期,此外,版权摊销、利息每年就有20多亿元,怎么做都很困难,赚的钱根本不够覆盖利息和债务,就算变卖核心资产也不够还债。现金流没有,利润也没有”。

但同时,孙宏斌也表达了对乐视电视业务的信心。他认为,乐视在智能电视领域还是领先的,会想办法把这个业务做好,因为不是上市公司,相对来说引入资金会灵活一些。

此外,3月29日晚间,乐视网公布了新乐视智家增资方案达成新进展,但乐视网放弃对本次增资同比例优先认购权。

新乐视智家,原名乐视致新,是乐视超级电视的运营主体公司。在互联网电视兴起的风口,曾经跻身电视行业一线阵营,以平均每两个月推出一款新品

电视的速度“激进式”向前发展。作为一个以“软硬结合”为特征的“新”品类,乐视电视曾在持续低迷的电视行业内迅速领先、逆势成长,在乐视的几大子生态中也可以说是发展最为良好的。从此前79.5亿元流入乐视致新,也能看出,电视业务才是孙宏斌的主要标的。

公开数据显示,2014-2016年,乐视电视销量分别为150万台、300万台和600万台。去年2月28日,在乐视“春天的故事”发布会上,时任乐视致新总裁梁军信誓旦旦地对外宣布,2017年乐视电视销量目标定为“保700万台、争800万台”。

但随着乐视债务危机爆发,乐视品牌受到严重影响,乐视电视销量也一路下滑。第三方机构根据可监测数据统计,乐视电视2017年全年线上累计销量仅为41万台,虽然这并非官方数据,但乐视网总经理刘淑青也向外界表示,2017年公司受现金流极度紧张、市场需求下滑等综合因素影响,电视销量出现波动。

北京商报记者也就2017年销量问题询问了新乐视智家相关负责人,该负责人表示以公告为准。

另据奥维云网(AVC)数据显示,2016年10月-2017年10月,乐视电视出货量明显波动,2017年4月出货量近40万台。不过,随后几个月出货量均在10万台以下,2017年6月甚至暂停了出货。

### 回归难题

现在看来,乐视电视如果想要回归第一阵营,依旧困难重重。

一方面,互联网电视市场的红利期已经过去,传统电视重新占据优势。根据2017年(第十三届)中国平板电视行业大会公布的数据,2017年互联网电视品牌整体份额已下跌至10%。而在2016年年中,这一数字一度高达20%左右。

与此同时,互联网电视厂商的负面消息不断。乐视“坍塌”后,互联网电视行业也受到波及。去年底,看尚电视被

内部员工曝出存在“强迫员工离职还不给工资”、“对近亿供应商欠款不闻不问”等问题。此外,风行电视也深陷销量造假传闻。

与此同时,传统电视厂商不断传来利好消息。比如,去年康佳抵住强压,在收入与净利润上都实现了逆势增长。

另一方面,产业观察家洪仕斌指出,乐视电视受乐视危机的负面影响可能还会继续,如何重拾消费者信心是一个关键因素。

当然,这并不意味着乐视电视将从此沉寂。从该公司最近的动作来看,资金问题或许即将解决。

今年初,新乐视智家最初确定了增资方案,拟按照120亿元以上估值融资30亿元,其中拟由新增投资者和原有投资者以现金增资15亿元;拟由新乐视智家现有债权人以所持债权作价投入15亿元。近期,乐视方就新乐视智家本次增资方案达成新进展:原增资金额不变,此前确定的各增资方拟按照120亿元以上估值进行融资,拟调整为按照90亿元估值实施本次增资计划。本次增资计划主要以引入新投资者为主。

乐视网表示,本次增资可一定程度缓解新乐视智家资金紧张状况,有助于恢复公司及新乐视智家品牌、信誉以实现相关业务的重新激活。本次交易完成后,可以提升新乐视智家经营实力,满足亟待解决的资金需求,为新乐视智家引入战略投资者,同时优化新乐视智家债务结构。另外,在内容合作方面,新乐视智家近期拟与腾讯签署互联网电视合作项目合作协议。新乐视智家和腾讯视频双方约定,开展客厅内容合作,腾讯视频电视版权内容将在乐视电视上呈现,双方将按约定比例对在乐视电视上通过腾讯视频内容产生的会员、广告等商业化收入进行分成,合作履行期限为三年。

北京商报记者 石飞月/文  
贾丛丛/制表