

今天给各位分享乐视网给股市启示的知识，其中也会对乐视网给股市启示是什么进行解释，如果能碰巧解决你现在面临的问题，别忘了关注本站，现在开始吧！

本文目录

- [1. 乐视还会东山再起吗？](#)
- [2. 乐视员工持股被清零，怎么看待这件事情？](#)
- [3. 现在股市能抄底吗？](#)
- [4. 前乐视袁斌做了个极空间，有谁知道吗？](#)

乐视还会东山再起吗？

12月13日，纽约时报以《中国毁誉参半的科技巨头上“老赖”黑名单》(China Names and Shames Tech Tycoon With Debt Blacklist) 为题，讲述了贾跃亭从事业风光到债务缠身的情况，并介绍了中国的失信被执行人名单制度。

纽约时报12月13日对贾跃亭报道的版面截图。从右侧相关文章栏中可以看出，这不是贾跃亭第一次因为债务问题登上纽约时报。

说起乐视这家公司，相信所有人其实都不会陌生，无论是乐视的前任掌门贾跃亭，还是其一手所缔造的从视频到手机、到电视乃至金融、汽车等一系列巨大的乐视“帝国”，离2016年贾跃亭发表《乐视的海水与火焰：是被巨浪吞没还是把海洋煮沸？》的公开信不过一年有余的时间，乐视已经从当年巨大的互联网帝国变成了如今人人喊打的过街老鼠，乐视网停牌长达半年以上，旗下的易到、酷派乃至被寄托为救命稻草的汽车梦想FF在“在美国申请破产和出售的计划”，更有接棒贾跃亭的CEO梁军的辞职，如此种种让乐视的市场有了太多的不确定因素，乐视似乎已经成为了一个无可救药的败局，但是天道有常不为尧存不为桀亡，在这样的绝境之中乐视是否还有东山再起的希望呢？

一、乐视当前的困局

说到乐视，2015年互联网讨论的焦点是乐视到底有多少钱，2016年讨论的焦点是乐视到底缺多少钱，2017年讨论的焦点是乐视到底还剩多少钱？从这三个问题的背后见证了乐视从巅峰跌落到谷底的全过程，如今的乐视可以说是困局不断：

在乐视的上市公司板块中，10月27日晚间，乐视网发布了2017年第三季度报告。前三季度，乐视网营业收入为60.94亿元，较去年同期同比减少63.67%，净利润亏损16.51亿元，同比降低435.02%。乐视网在公告中表示，由于前三季度受到关联方债务及资金紧张、流动性风波影响，对公司声誉和信誉度造成负面影响，公司广

告收入、终端收入、会员收入均出现较大幅度下滑。预计公司2017年全年累计归属上市公司股东的净利润为亏损。上市公司一地鸡毛，乐视的停牌只能无奈地继续下去。

在乐视的非上市公司体系中，乐视手机已经从当年的黑马变成了现在人人喊打的状态，乐视手机逐渐失去了往日的红火，今年上半年乐视手机就已经处于售后停摆的状态，如今整个乐视手机已经完全江山不在，连曾经被寄予厚望的印度市场，现如今已经失去了当年的荣光。而乐视电视，作为曾经智能互联网电视的代表，乐视电视也陷入了严重的问题，质量问题、售后问题、制造商问题层出不穷，市场竞争力被小米、暴风一再超越。而被贾跃亭视为最后希望的乐视汽车项目，Faraday Future(FF)也被媒体曝出其已申请破产保护，贾跃亭希望通过破产重整把公司卖给其他投资人，自己退出。而像乐视体育等其他生态的问题也是非常严重。

在乐视的非乐视系板块中，易到用车和酷派手机可以说是最大的两个部门，今年年初开始，易到用车就遭遇了提现危机，司机无法提现的结果就是企业信誉迅速下降，大量的司机离开易到转战滴滴，易到至此一蹶不振，直到今年11月易到勉强宣布每周可以提现，但是这半年多的颓废让易到彻底失去了与滴滴争雄的可能。酷派手机作为中国国产手机的老牌巨头，在运营商为王的时代，酷派曾经实现过中国国产手机四强的地位，当年“中华酷联”可谓是不分伯仲，然而现在酷派手机受到乐视的一系列资金链拖累，几乎已经放弃了国内市场，仅剩地产板块在苦苦求生。

一时间乐视的旗下各个业务条线问题可谓是层出不穷，当年的“生态化反”所构建的手机生态、内容生态、体育生态、大屏（电视）生态、汽车生态、互联网金融生态、互联网及云生态七大子生态。除了电视还有些希望之外，其他的生态似乎都出现了这样或者那样的严重问题。

二、乐视困局的成因

说到乐视的困局，我们必须承认乐视是一家非常敢想敢干的企业，贾跃亭也是一位非常有眼光的企业家，既然乐视这么厉害，贾跃亭这么有眼光，其困局究竟是怎么形成的呢？

2010年8月12日，乐视网上市，作为国内互联网创业中的重点，互联网视频业务一直都是很多投资人热捧的对象，虽然2010年乐视网上市的时候，乐视网只是中国互联网视频阵营的第二梯队，但是乐视却没有像大多数第二阵营企业一样苦心经营自己的主营业务，力图突破第一阵营，而是走上了一条“生态化反”的多元化发展道路上来，这也就注定了乐视失利的根源：

一是生态布局的核心缺失。作为一家互联网企业，乐视的互联网视频业务可谓是其

业务的根源，我们仔细分析生态这个生物学概念的基础，一个稳固的生态系统必然是各种物种、资源与环境的统筹协调，能量可以相互传导相互利用，甚至是相互共生。然而乐视却不是这样，乐视的网站、手机、电视、汽车几乎都是各自为战，每个单成一家，即使是关联度最大的电视、手机、视频，这种关联度的反哺作用也是极为虚弱的。而且一个核心生态必然要有一个核心的能量来源就像地球上的太阳，比如说腾讯所拥有的QQ与微信这两大社交平台，阿里所拥有的淘宝、天猫、阿里巴巴这三大网购平台等等，但是乐视却始终没有这个太阳。所以，乐视过度贪大求全所构建的生态系统，有着自身的缺陷缺乏自身的能量创造机制，既然没有造血机制只能依靠外部输血，一旦外部输血断绝这个生态系统就会轻易地土崩瓦解。

二是乐视财务的严重混乱。就乐视来说，乐视的七大生态其实都是一个巨大的吸血机器，乐视的现金流其实是难以支撑其巨大的生态需求的，乐视的业务中无论是互联网云、内容、体育、电视、手机、汽车乃至互联网金融其实并没有很强的自身资金创造能力，这种与主营业务关联度不大的生态产业却占用了大量的资金，乐视的主营业务视频却出在一个投资长期不足的状态，现金流成为了维持乐视发展的唯一办法，然而乐视却始终把自己的资金寄托在外部融资上面，乐视最喜欢的融资方式就是股权质押，通过股权换贷款，然而股权质押有着明显的预警线和平仓线，如果达到预警线借款人就要补仓，如果达到平仓线，金融机构就会出售股权，所以乐视这种股权质押的方式无疑是饮鸩止渴，而乐视的管理层们却没能意识到这个问题的严重性。

三是乐视管理的消化不良。作为一家企业，如果能够回归核心做好一个主营业务已经是非常不容易了，只有类似于谷歌、阿里、腾讯这样的巨头才有余力说去做更多的多元化业务，而且即使是做多元化，他们的选择也都是自己一步一个脚印的慢慢发展起来，但是乐视却采用了大规模收购的方式，这种方式虽然可以短时间内增强企业的实力，但是自身力量的斑驳不齐会引起严重的消化不良，联想当年收购IBM的PC部分都用了近乎十年还多的时间消化吸收，而乐视却似乎完全不需要消化吸收这一过程就前行纳入乐视体系。与此同时，像大规模通过猎头挖人，然后投资摊大饼布局都加剧了整个乐视管理的消化不良，这种综合协调管理水平远远跟不上企业的集团化管理需求，这让整个企业内部会出现一系列的问题。

再加上贾跃亭自身性格上存在的某些好大喜功，设想很好但是执行力不足的一些个人问题，最终形成了乐视的困局。

三、乐视当前的主要挑战

乐视现在的困局的深层次则是其所面临的巨大的挑战，仔细分析乐视有着以下一些重大的挑战：

一是资金链的严重短缺。今年年初乐视获得了融创等投资机构所带来的168亿的融资，但是买对着乐视7大生态体系的融资窟窿，再多的资金也只是杯水车薪，乐视的资金链情况我们可以从乐视网发布的财报进行一些管中窥豹。截至2017年9月30日，乐视网前三季度总营收为60.95亿元，同比减少63.67%，归属于上市公司股东的净亏损为16.52亿元，同比减少435.02%，在收入大规模锐减的同时还要巨大的乐视负债，仅乐视网的负债就达到了174.12亿元，自身造血能力的不足成为了乐视当前资金链的巨大问题。而贾跃亭兄妹所承诺的借款给乐视网的诺言，现在看来贾跃亭恐怕也是无力兑现了，忙着在美国融资、打官司的贾跃亭真是泥菩萨过江——自身难保了。

二是乐视业务的严重下滑。在前文我们论述乐视业务困局的时候曾经分门别类的论述了乐视整个业务的现状，而乐视现在所面临的第二大挑战就是业务下滑，一个企业在市场上最为重要的就是其信誉，随着乐视出事和一系列的财务危机，如今的乐视已经难以被消费者和投资人所信任，这种难获信任的最大的问题就是其业务销售的逐渐出局，在乐视现阶段的生态中其他的大部分生态都已经面临着巨大的问题了，唯有乐视网和乐视致新还有着崛起的可能，然而乐视网在网络视频业务领域中本就处于第二梯队，乐视致新所构建的互联网电视产业却也在遭受着小米、暴风的围追堵截，着两个虽然有着盈利希望的业务没有办法掩盖业务困局整体下滑的深刻挑战。

三是乐视人才的流失挑战。一家企业最重要的除了业务和品牌之外，恐怕就是人才了，也许一家企业一穷二白，但是只要人才强势就有发展的希望，当年马云的十八罗汉放到现在各个都是可以独当一面的人才。而乐视现在的整个人力资本却显得有些青黄不接了，一方面，贾跃亭本人的离去赴美本身就是对乐视人力资本的重要影响，另一方面老兵梁军以及包括高飞、张旻翬、蒋晓琳、杨永强等多名高管在内的全面离职，导致乐视管理层几乎已经没有可以领军的人物，人才的快速流失让乐视是雪上加霜。

四、乐视脱离困局的可能性还有吗

乐视巨大的困局和挑战，让乐视现在几乎已经是一个难以破解的难题，那么乐视到底还有没有希望，还有没有东山再起的可能呢？其实，天无绝人之路，乐视脱离困局的可能性还是有的，但是可能不太会是贾跃亭手上的乐视汽车生态了，因为汽车本就是一个重资本的行业，更是一个利润率相对较低的行业，乐视想要依靠汽车脱困难度还是太大。那么乐视的机会在哪里呢？

一是乐视网的视频业务。作为乐视体系最核心的业务基础，乐视的视频业务可以说是乐视少数能够保持长期盈利的业务，并且乐视视频也是现阶段孙宏斌等乐视新管理层关注的核心，在融创的强力支持之下，乐视网单独走出困局的可能性还是有的

。

二是乐视致新的电视业务。虽然乐视的生态摊大饼摊的过大，但是乐视的业务优势还是存着的这就是其电视业务，作为少数乐视具有市场竞争力的业务，乐视的电视业务虽然面临着困局，但是只要咬牙坚持下来，还是有着进一步发展的可能性。

三是乐视的金融业务。乐视其实还有一张牌是大家并没有注意到的，这就是业内最全的金融牌照，细细梳理一下乐视手上还有着财险、寿险、互联网银行和民营银行等一系列金融牌照，虽然没有券商、支付这两大牌照，但是现有的金融牌照在某种程度上其实已经有了潜在的机会了，因为金融尤其是互联网金融在某种意义上就是标准的轻资产业务，如果能把金融这块牌打好，说不定乐视还有一搏的机会。

但是，我们仔细分析之后可以得出结论，乐视要想脱离困局的话必须要有壮士断腕的勇气，将一系列重资产的项目和生态从乐视的产业链中完全剥离出去，然后留下轻资产的项目精兵简政，轻装前行，只有这样才有一搏的可能性。

五、乐视给我们的启示

回顾整个乐视的发展，其实给了我们很多的启示，其中最大的启示就是一家企业在上市或者取得初步成功之后到底该怎么做？乐视对我们所有人的启示可以归纳为以下几个方面：

一是做实主营业务才是一切的根本。正所谓打铁还需自身硬，一家公司的主营业务是否已经具备了无可匹敌的市场竞争优势，比如说谷歌的搜索业务，腾讯的社交业务，阿里的电商业务，只有自身根基牢固才能够去谈所谓的多元化，在自身根基不稳的情况下，千万不要贸然启动多元化的发展引擎。

二是妥善处理与资本的关系。资本对于中国的很多企业来说既是发展的良药，也是致命的毒药，有了资本的帮助企业可以通过加杠杆的形式迅速发展壮大起来，但是同样资本会让企业陷入加速发展的饮鸩止渴状态，过度追求眼前利益从而忽略了整个企业长远的发展。

三是注意流动性的重要地位。一个企业资金链的稳固是发展的关键，一定要下定决心保护好整个资金链体系的稳定，没有稳定的资金链再怎么发展其实都是深埋隐患，随时可能爆发。

乐视能否东山再起，其实要看乐视现在的管理层能否有真正的勇气和决心了。

乐视员工持股被清零，怎么看待这件事情？

如果没有直接证据，那么员工的股份将灰飞烟灭，贾跃亭的时代已经过去了，持股的员工还在傻傻盼望能够赚到红利，都是这个贾跃亭给他们害了，他们的辛苦钱就这样打水漂了吗？如果有证据或者是合同也可以到法院去上诉，没有就没有办法了现在什么都讲证据。

现在股市能抄底吗？

作为短线来说，我认为还不是抄底的好机会。

为什么这么说呢？

第一，从技术分析上来看，目前股指应该还没有到底

之前也曾经分析过，目前大盘月K线已经是大圆顶的走势，出现这种走势，破颈线位后会出现比较大幅度的下跌，即便是这次拉回政策暖风频吹，也不会一下子就将底部筑造完成。更何况这种趋势想要扭转，那是非常困难的。

我还是认为2449点不是底，现在仍是反弹。反弹过程围绕这2638和2644点的连线进行震荡，经过反弹震荡后，股指再度跌破2449的可能性还是比较大的。

第二，现在是区间震荡反弹，个股风险仍然不小

现在的阶段，是破位后反抽支撑线，围绕颈线位进行上行震荡，反弹会有，但是，这个时候，即便是领涨板块，也会出现分化，而很多个股，在下跌中跟跌，在上涨中却输给大盘。因此，现在抄底风险仍然不小。

第三，底部不是那么快就能夯实，春天也不会那么快来。

底部是一个夯实的过程。这个过程不会很快来临。是需要一个漫长的筑底过程，即便是筑底的过程中，也会有一些个股再度创出新低。如果买错股票，一样会遭受巨大损失。

如果出现了阶段性底部继续，想抄底，一定不能着急，心态一定要摆在，即便是抄底错了，也要及时改正，执行好铁的纪律。

希望能给大家启发和帮助！各位朋友和各位粉丝，记得点赞持！有不同意见，欢迎评论。

禅壹，证券分析师，技术派，多年私募操盘手。20多年的股市实盘征战，有丰富的

实战经验和理论基础。

前乐视袁斌做了个极空间，有谁知道吗？

乐视网前高管袁斌的创业项目“极空间”家庭私有云近期浮出水面。近期，腾讯新闻了解到，被定义为“家庭数字资产大管家”的首款产品“极空间”家庭私有云，如今正在进行最后的内部测试，预计在2020年春季正式上市销售。

据极空间创始人袁斌介绍，极空间家庭私有云如同一台家庭里的微型低功耗服务器，能够实现手机、电脑、移动硬盘、数码相机、摄像头等各种智能电器所有数据、资料的安全存储、备份与使用。同时，极空间也是一个家庭影音娱乐中心，可以帮助用户实现文件下载、高品质蓝光视频存储、内容智能分类，万能播放等功能。让每个家庭可以轻松搭建能随时随地访问的家庭影视音频库。

在袁斌看来，研发团队超强的专业性，软硬件产品的可靠性与稳定性，优秀的产品用户体验，是极空间的核心竞争力。他表示，目前在极空间近30人规模的团队中，90%为经验丰富的软件开发工程师。原因在于，这款产品和技术层面涉猎的领域非常广泛而且深入，如低功耗高性能的智能硬件平台、基于Linux的操作系统定制化技术、云计算相关的P2P传输与NAT穿透技术、基于人工智能的图像识别分类技术、多格式超高动态码率视频播放等多项技术，这些技术加持的产品最终才能提供良好用户体验。“国内很多做类似产品的公司，最后都是无法跨越这些难度很高的技术壁垒，最终无法产出基本可用的产品”袁斌说。

极空间创始人袁斌在搜狐、爱奇艺与乐视的从业经历，是他能够游刃有余驾驭多个不同领域互联网技术的资本。尤其在乐视期间，他所构建的基于软件+硬件+云计算平台的乐视内容分发体系创造了新型的互联网入口，颠覆了传统电视行业，引入全新的互联网电视商业模式。率先在行业推出终端去APP化的理念，助力乐视超级电视在互联网电视领域中无可争议的领袖地位。

此外，他领导建立了包括乐视视频、云计算、手机、电视、车联网、电商、易到用车、互联网金融等多项业务的技术团队与系统平台。融创入股乐视后新开拓的智能家居与智能社区方向，获得的大量经验与教训，也给予了他一定启发——大规模智能家居解决方案的技术与产品体验并不成熟，目前，智能家居更适合在某些点上提供颠覆式的用户体验，解决用户的某些刚需与痛点。

极空间创始人袁斌认为，随着智能手机和智能家居设备的快速发展与5G的成熟，用户生产照片、视频、文件数据等数字资产的速度呈爆炸性增长，而这些数字资产逐渐和实体资产一样成为人们重要的资产财富，它们安全可靠的存储成为每个人的刚性需求。传统的备份到电脑或移动硬盘的方式不但容易丢失或损坏，而且由于浏

览使用过程繁琐，使得这些数据基本不会再被使用而变成“沉默资产”。而一些用户使用的云存储服务，不但存在一定隐私数据泄露的风险，而且已经不再有免费的蛋糕，每年动辄数百元的服务费也不是小数目。

目前，80%的数字存储产品市场被群晖与威联通两家台湾企业长期占据。由于两家公司的目标客户多为中小企业，其产品本身虽然在可靠性与稳定性方面颇具优势，但也同时存在使用技术门槛极高、用户体验差的劣势。对于普通家庭用户来说，市场上并没有一款能够满足他们对于可靠稳定与用户体验兼备的产品。“极空间家庭私有云完全能解决这些痛点，是家庭数字资产保管的最好解决方案。”袁斌说，极空间的首款产品是两盘位产品，未来随着产品的迭代升级，还会考虑推出更高性能与更多盘位的产品，给用户创造更优秀的功能和体验。

“如何让用户认知这款产品”是极空间目前面临的难题。“很多用户有这样的需求，但是他们并不知晓有一款这样的产品可以满足他们的这种需求。”极空间创始人袁斌表示，极空间的第一批目标用户是相对有一定经验的专业用户，通过专业用户对于“极空间”产品的使用和口碑传播，产品优秀的体验和性能让更多的用户了解。同时，极空间也会为专业的评测机构、NAS爱好者提供多元化的体验方式，以便大家进行更深度的体验，撰写专业的测评报告，让更多的人认识“极空间”。袁斌表示对极空间的产品品质和用户体验非常有信心，“使用体验上将远超同类型的产品，让不懂电脑的用户也可以非常顺畅的使用，专业用户更可以玩出各种花样来”。

销售渠道方面，极空间产品将通过线上线下多个渠道进行销售。线上如京东、天猫、拼多多等平台，线下将与广电、移动、联通等电信运营商进行合作，未来也欢迎更多的合作伙伴加入极空间的大家庭中。

极空间目前已完成数百万元人民币的天使轮融资，目前正在计划千万级规模人民币的preA轮融资。据了解这轮融资仍以财务投资者为主，目前已有意向投资者。问及目前融资环境与创业环境皆处于寒冬的应对措施时，袁斌回应称，“有多少钱做多少事，这是创业的基本要求。”根据公司的战略目标，现阶段极空间会聚焦于C端产品。计划将在2020年下旬启动面向中小企业的产品线。“不同于C端产品更注重备份照片文件与影音娱乐等需求，B端产品则更加注重公司文档的协同编辑、文档分享、邮件收发、数据文件同步、日志处理与审计等功能，数据的安全性与可靠性也有更高标准的要求。”

关于极空间

极空间是北京天顶星智能信息技术有限公司推出的家庭私有云产品品牌，顶尖的产品工艺、安全可靠、多功能易操作、低功耗高效能、绿色环保，是极空间的产品特

性；无论你是家庭用户还是企业用户您都可以0计算机基础进行使用操作。极空间可以把用户手机、电脑、平板上的照片、视频和各种文件自动备份到你的私有硬盘上，让您珍贵的记忆和重要的数据绝不丢失。此外，无论你身处何时何地，只要有网络，都能方便地存取和分享您的照片和文件，解决U盘、硬盘没法随时在线浏览使用的不便。极空间家庭私有云，您的数字资产大管家。

极空间要成为最好的面向家庭存储解决方案和技术服务提供者，我们期望用工业级的技术产品品质和安全保障，提供消费品级的用户体验。在现今这个资讯容量和数字资产容量暴增的时代，让每一个普通用户都可以使用便易和安全可靠的智能存储服务。在5G的大潮下，在智能家居的行业发展中，成为基于5G的应用服务提供商和智能家居的核心产品服务提供商。

关于乐视网给股市启示和乐视网给股市启示是什么的介绍到此就结束了，不知道你从中找到你需要的信息了吗

?如果你还想了解更多信息这方面的信息，记得收藏关注本站。