引用年报中的原话：“我们的获利模型正在发展。目前，我们的大部分收入来自会员服务和在线广告。我们计划通过与IP相关的货币化方法（例如内容分发，直播，在线游戏和IP许可）来增加收入贡献。在通过与IP相关的货币化方法产生大量收入方面，我们没有可靠的记录或经验。如果我们的战略举措不能提高我们的货币化能力或使我们能够开发新的货币化方法，我们可能将无法维持或增加我们的收入或收回任何相关成本。此外，我们将来可能会引入新的服务以进一步实现我们的收入来源多样化，包括我们之前很少或根本没有开发或运营经验的服务。如果这些新的或增强的服务无法吸引用户，客户或内容合作伙伴，我们可能无法吸引或留住用户或无法产生足够的收入来证明我们的投资合理，结果可能会损害我们的业务和经营成果。”

收入主要来自会员服务，在线广告服务和内容分发

在过去的几年中，专业制作的内容（尤其是受欢迎的电视连续剧和电影）的市场价格在中国已经大幅上涨，并且在可预见的将来可能会继续上涨。在2018年至2019年期间，我们的收入成本从271亿元人民币增长到303亿元人民币（44亿美元），增长了11.9％。

由于我们在内容和技术上的持续投资，我们在可预见的未来可能会继续产生净亏损。由于宏观经济和监管环境的变化，竞争动态以及我们无法及时有效地应对这些变化，在可预见的将来，我们也可能继续遭受净损失。我们无法准确预测何时才能实现盈利。

为了对标奈飞，砸钱买版权和自制网剧希望吸引会员增长，然后来忽悠分析师和散户，问题是2018年除了《延禧攻略》在第三季度帮助爱奇艺会员增加了20%之后，第四季度会员的环比增速又降了下来，砸钱速度是跟奈飞对标上了，但是会员增长没有对标上。

最后再说一下另外一块大头就是广告收入，这个有直观感受，大家也吐槽的够多了（各种游戏交友小广告，不胜其烦），会直接影响会员感受的，有爆款就忍了，如果持续没有爆款，那就很危险了，另外，宏观经济下滑的大背景下，各大公司的预算首先就砍广告预算，这部分收入预计还有很长一段时间的下滑

内容存在二次收费，可能会使用户的粘度下降。（对比网飞：视频质量越高，收费越高）