**ส่วนที่ 1**

**สรุปข้อมูลสำคัญของตราสารแสดงสิทธิในหลักทรัพย์ต่างประเทศ**

ข้อมูลสรุปนี้เป็นส่วนหนึ่งของแบบแสดงรายการข้อมูลและหนังสือชี้ชวน ซึ่งเป็นเพียงข้อมูลสรุปเกี่ยวกับการเสนอขาย   
ลักษณะและความเสี่ยงของตราสารที่เสนอขาย ดังนั้น ผู้ลงทุนต้องศึกษาข้อมูลในรายละเอียดจากหนังสือชี้ชวนฉบับเต็ม   
ซึ่งสามารถขอได้จากผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์และผู้ออกตราสาร หรืออาจศึกษาข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูล   
หนังสือชี้ชวน และข้อกำหนดสิทธิ ที่บริษัทยื่นต่อสำนักงาน ก.ล.ต. ได้ที่ website ของสำนักงาน ก.ล.ต.

ตราสารแสดงสิทธิในหลักทรัพย์ต่างประเทศของ

บริษัท ไป่ตู้ อิงค์ **(Baidu, Inc.)**

ออกโดย ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ประเภทหลักทรัพย์ต่างประเทศ : ☑ หุ้นสามัญ 🞏 หน่วยของโครงการจัดการลงทุนต่างประเทศ ซึ่งมีลักษณะครบถ้วนตามหลักเกณฑ์การอนุญาตให้เสนอขายหน่วยของโครงการจัดการลงทุนต่างประเทศตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยข้อกำหนดเกี่ยวกับการเสนอขายหน่วยของโครงการจัดการลงทุนต่างประเทศ (ระบุประเภทโครงการจัดการลงทุนต่างประเทศ) 🞏 ตราสารหรือหลักฐานแสดงสิทธิในทรัพย์สินของกองทุนต่างประเทศที่มีนโยบายการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์หรือโครงสร้างพื้นฐาน ไม่ว่าจะจัดตั้งในรูปบริษัท กองทรัสต์ หรือรูปแบบอื่นใด

**รูปแบบการเสนอขายและข้อมูลของตราสาร**

**🞏 กรณีตราสารแสดงสิทธิของผู้ฝากทรัพย์สินที่เป็นหลักทรัพย์ต่างประเทศ (จำกัดอัตราอ้างอิงของตราสารที่ 1 ต่อ 1 เท่านั้น)**

* **รูปแบบการเสนอขาย**

🞏 โดยการเปิดให้ผู้ลงทุน**จองซื้อ**ตามจำนวนและภายในระยะเวลาที่กำหนด (public offering)

🞏 โดยการ**ทยอยขาย**ตราสารแสดงสิทธิในหลักทรัพย์ต่างประเทศผ่านระบบการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ (direct listing)

ทั้งนี้ ต้องระบุมาตรการคุ้มครองผู้ถือตราสารหากผู้ออกตราสารไม่สามารถกระจายการถือตราสารได้ตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ด้วย โดยต้องระบุอย่างชัดเจนถึงวิธีการในการให้สิทธิแก่ผู้ถือตราสารที่จะไถ่ถอนตราสาร การจัดให้มีการรับซื้อตราสาร หรือวิธีการอื่นใดเพื่อจัดการความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องของตราสารดังกล่าว

......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................................

* **ข้อมูลของตราสาร**
* จำนวนหน่วยที่ได้รับอนุญาตให้เสนอขาย : ……………………………… หน่วย
* ราคาที่คาดว่าจะเสนอขาย : ………………………บาท/หน่วย (โปรดระบุวิธีการคำนวณราคา)

......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

* มูลค่าที่คาดว่าจะเสนอขาย : ………………………บาท (ประมาณการตามราคาที่คาดว่าจะเสนอขายทั้งในสกุลบาทและสกุลดอลลาร์สหรัฐ)
* **ความเสี่ยงของตราสาร**

1)................................................................................................................................................................................

2)................................................................................................................................................................................

3) ...............................................................................................................................................................................

**☑ กรณี ใบแสดงสิทธิในผลประโยชน์ที่เกิดจากหลักทรัพย์อ้างอิงที่เป็นหลักทรัพย์ต่างประเทศ (สามารถกำหนดอัตราอ้างอิงของตราสารที่นอกเหนือจากอัตราส่วน 1 ต่อ 1 ได้)**

1. คำจำกัดความ

|  |  |
| --- | --- |
| **“ผู้ออกตราสาร”** | **หมายถึง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)** |
| **“ตราสาร”** | **หมายถึง ใบแสดงสิทธิในผลประโยชน์ที่เกิดจากหลักทรัพย์อ้างอิงที่เป็นหลักทรัพย์ต่างประเทศ ซึ่งออกโดย ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีหลักทรัพย์อ้างอิงเป็นหุ้นสามัญของ บริษัท ไป่ตู้ อิงค์ (**Baidu, Inc**.)** |
| **“หลักทรัพย์ต่างประเทศ” หรือ “หลักทรัพย์อ้างอิง”** | **หมายถึง หุ้นสามัญของบริษัท ไป่ตู้ อิงค์ (**Baidu, Inc**.) (“Baidu”) ซึ่งเป็นหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนซื้อขายใน**[ตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง](https://www.google.com/search?q=%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B9%81%E0%B8%94%E0%B9%87%E0%B8%81&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwir592f-IH5AhUYwzgGHegfAQkQkeECKAB6BAgCEDg) **(**The Stock Exchange of Hong Kong**) เขตปกครองพิเศษฮ่องกง** |
| **“บริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิง”** | **หมายถึง บริษัท ไป่ตู้ อิงค์ (**Baidu, Inc**.) (“Baidu”)** |
| **“สำนักงาน ก.ล.ต.”** | **หมายถึง สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์** |

* **อัตราอ้างอิงของตราสาร**

**🞏 อัตรา 1 ต่อ 1**

**☑ อื่น ๆ อัตราส่วน 1 หลักทรัพย์อ้างอิง: 100 DR** ทั้งนี้ อาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตามที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิ

* **รูปแบบการเสนอขาย**

**🞏 โดยการเปิดให้ผู้ลงทุนจองซื้อตามจำนวนและภายในระยะเวลาที่กำหนด (public offering)**

**☑ โดยการทยอยขายตราสารแสดงสิทธิในหลักทรัพย์ต่างประเทศผ่านระบบการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ (direct listing) ทั้งนี้ ต้องระบุมาตรการคุ้มครองผู้ถือตราสารหากผู้ออกตราสารไม่สามารถกระจายการถือตราสารได้ตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ด้วย โดยต้องระบุอย่างชัดเจนถึงวิธีการในการให้สิทธิแก่ผู้ถือตราสารที่จะไถ่ถอนตราสาร การจัดให้มีการรับซื้อตราสาร หรือวิธีการอื่นใดเพื่อจัดการความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องของตราสารดังกล่าว**

1. ข้อมูลของตราสาร

จำนวนหน่วยที่ได้รับอนุญาตให้เสนอขาย: [.] **หน่วย**

**ราคาที่คาดว่าจะเสนอขาย:** **เป็นไปตามกลไกตลาดในเวลาที่เสนอขาย**

มูลค่าที่คาดว่าจะเสนอขาย**:** 10,000,000,000 บาท

**วิธีการคำนวณราคา**

**ราคาเสนอขายตราสารทันทีที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปิดการซื้อขาย ณ ราคาเปิด (ATO) ในวันแรก จะคำนวณจากราคาตลาดของหลักทรัพย์อ้างอิงต่างประเทศ แปลงด้วยอัตราอ้างอิงของตราสาร (Ratio) และอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินนั้น ๆ (Foreign Exchange Rate) รวมค่าใช้จ่ายที่รวมอยู่ในราคาเสนอขายตราสารทันทีที่ตลาดเปิดทำการซื้อขาย ณ ราคาเปิด (ATO) ตามที่ระบุไว้ในข้อ 6.2 ของเอกสารฉบับนี้**

1. ความเสี่ยงของตราสาร

**ผลตอบแทนของตราสารนั้นได้รับผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงหลายปัจจัยที่อาจส่งผลให้มูลค่าของตราสารมีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ การลงทุนในตราสารมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรทราบว่าความเสี่ยงที่จะกล่าวต่อไปนี้ อาจไม่ใช่ความเสี่ยงทั้งหมดของการลงทุนในตราสาร โดยอาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่น ๆ ที่ผู้ออกตราสารยังไม่อาจคาดการณ์ได้ในขณะนี้ หรืออาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่น ๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้ ซึ่งผู้ออกตราสารพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่ยังไม่มีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าวอาจส่งผลต่อผลตอบแทนของตราสารได้ในอนาคต ดังนั้น ผู้ลงทุนควรใช้ความระมัดระวังในการพิจารณาและควรศึกษาข้อมูลที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้ รวมถึงศึกษาข้อมูลหลักทรัพย์ต่างประเทศหรือหลักทรัพย์อ้างอิงอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจลงทุน**

* 1. **ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาตราสาร**

**เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของปัจจัยในตลาดเงินและตลาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงรวมถึงการคาดการณ์สถานการณ์ต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของประเทศที่ตลาดหลักทรัพย์นั้นตั้งอยู่ ส่งผลให้ราคาของตราสารมีความผันผวน นอกจากนั้น เนื่องจากตราสารอาจมีความเคลื่อนไหวและการปรับตัวของราคาสอดคล้องไปกับหลักทรัพย์อ้างอิง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์อ้างอิงจึงอาจทำให้ผู้ถือตราสารได้รับผลขาดทุนจากความผันผวนของราคาหลักทรัพย์อ้างอิงได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ออกตราสารไม่รับรองว่าราคาของตราสารจะต้องเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่สอดคล้องกับราคาหลักทรัพย์ต่างประเทศเสมอ เนื่องจากอาจมีบางกรณีที่ราคาของตราสารเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ไม่สอดคล้องกับราคาหลักทรัพย์ต่างประเทศ ซึ่งเกิดได้จากหลายปัจจัย เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ความต้องการซื้อขายของตราสารในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เวลาทำการของแต่ละตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศ เป็นต้น**

* 1. **ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนต่างประเทศ**

**เนื่องจากหลักทรัพย์ต่างประเทศมีการซื้อขายด้วยสกุลเงินต่างประเทศ ในขณะที่ตราสารมีการซื้อขายด้วยสกุลเงินบาทซึ่งอาจมีการคำนวณอ้างอิงกับราคาหลักทรัพย์ต่างประเทศและอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างประเทศที่หลักทรัพย์นั้น ๆ จดทะเบียนอยู่ ดังนั้น เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินต่างประเทศและสกุลเงินบาทมีความผันผวนและมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น อัตราเงินเฟ้อ ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจในประเทศ นโยบายการเงินและการคลัง ภาวะเศรษฐกิจโลก การคาดการณ์และการเก็งกำไร เสถียรภาพการเมืองในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราโดยรัฐบาลหรือผู้มีอำนาจออกกฎเกณฑ์ อาจส่งผลกระทบต่อการลงทุนในตราสารและผลตอบแทนการลงทุนในตราสาร**

**ตัวอย่างเช่น กรณีเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับสกุลเงินต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้:**

* **ราคาของตราสารอาจเปลี่ยนแปลงลดลง ถึงแม้ว่าราคาหลักทรัพย์ต่างประเทศคงที่หรือเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หรือ**
* **เงินปันผลรับหรือการแจกจ่ายผลประโยชน์ในรูปของเงินบาทที่ได้รับ (ถ้ามี) อาจเปลี่ยนแปลงลดลง ในขณะที่เงินปันผลรับหรือการแจกจ่ายผลประโยชน์ในรูปของสกุลเงินต่างประเทศคงที่หรือเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น**

**ทั้งนี้ ผู้ออกตราสารอาจมีการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนตามดุลพินิจของผู้ออกตราสาร ผู้ถือตราสารอาจมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเนื่องจากการป้องกันความเสี่ยงขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ออกตราสารในการพิจารณาว่าจะป้องกันความเสี่ยงหรือไม่ รวมทั้งการทำธุรกรรมป้องกันความเสี่ยงอาจมีต้นทุน ซึ่งทำให้ผลตอบแทนของการถือตราสารโดยรวมลดลงจากต้นทุนที่เพิ่มได้ นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงที่อัตราแลกเปลี่ยนที่ผู้ออกตราสารใช้ในการคำนวณมูลค่าหลักทรัพย์และ/หรือผลประโยชน์ต่าง ๆ อาจไม่ใช่อัตราแลกเปลี่ยนที่ดีที่สุดในตลาด ณ ขณะนั้น**

* 1. **ความเสี่ยงเรื่องสภาพคล่อง**

**เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการที่ผู้ถือตราสารต้องการเปลี่ยนตราสารเป็นเงินสด แต่ไม่สามารถขายได้ หรือสามารถขายได้แต่ไม่ได้ราคาหรือช่วงเวลาที่ผู้ถือตราสารต้องการ เนื่องจากสภาพคล่องของตราสารปรับตัวลดลงซึ่งอาจขึ้นกับหลายปัจจัย เช่น ความต้องการซื้อขายของผู้ลงทุน** (Demand/Supply) **สถานการณ์การลงทุนของแต่ละประเทศ รวมไปถึงเวลาทำการของตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศที่ปิดทำการในขณะที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปิดทำการซึ่งอาจส่งผลให้สภาพคล่องในช่วงเวลาดังกล่าวมีน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อขายในช่วงเวลาที่ตลาดหลักทรัพย์ทั้งสองประเทศเปิดทำการพร้อมกันได้ ทั้งนี้ ผู้ออกตราสารหรือบุคคลใดที่ผู้ออกตราสารกำหนดจะเป็นผู้ดูแลสภาพคล่อง เพื่อตอบสนองความประสงค์ของผู้ที่ต้องการซื้อหรือขายได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่น โดยหากมีการเปลี่ยนแปลง ผู้ออกตราสารจะแจ้งให้ผู้ถือตราสารทราบ**

* 1. **ความเสี่ยงของภาวะตลาดต่างประเทศ**

**เนื่องจากหลักทรัพย์อ้างอิงตามตราสาร เป็นหลักทรัพย์ที่ทำการซื้อขายหรือจดทะเบียนอยู่ในประเทศที่อาจมีสภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย และระเบียบที่แตกต่างจากของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ตลาดหลักทรัพย์ที่หลักทรัพย์ต่างประเทศมีการซื้อขายหรือจดทะเบียนดังกล่าวอาจใช้ดุลพินิจระงับการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นครั้งคราว ดังนั้น การเปลี่ยนแปลง หรือความผันผวน หรือภาวะตกต่ำ หรือการเกิดขึ้นของเหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อปริมาณการซื้อขายและราคาของหลักทรัพย์ต่างประเทศได้**

* 1. **ความเสี่ยงที่เกิดจากหลักทรัพย์ต่างประเทศ**

**อาจมีความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิง ซึ่งอาจเกิดได้จากหลายปัจจัย เช่น ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ความเสี่ยงจากการที่บริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิงไม่สามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมาย ความเสี่ยงที่บริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิงจะไม่จ่ายปันผล ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของธุรกิจ ความเสี่ยงทางการเงินที่เกิดจากการที่กิจการสร้างภาระผูกพันทางการเงินไว้ เช่น การก่อหนี้โดยหากบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิงก่อหนี้จำนวนมากก็จะมีภาระการจ่ายดอกเบี้ย ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายคงที่จำนวนมาก และหากบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิงไม่สามารถทำกำไรได้ตามเป้าที่วางไว้ กำไรของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิงก็จะไม่เพียงพอที่จะจ่ายดอกเบี้ยได้ เมื่อไม่สามารถจ่ายดอกเบี้ยตามภาระผูกพันได้ ก็ทำให้บริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิงมีความเสี่ยงที่อาจจะถูกฟ้องร้องดำเนินคดีได้ นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงที่ข้อมูลซึ่งเปิดเผยโดยบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิงอาจไม่ครบถ้วน ทันเวลา หรืออาจมีความเป็นไปได้ที่บริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิงจะไม่สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลได้**

**นอกจากนี้ การดำเนินการตาม** Corporate Actions **ต่าง ๆ ของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์อ้างอิง เช่น การจัดสรรหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม การจ่ายปันผลเป็นหุ้น ที่อาจทำให้ราคาของหลักทรัพย์อ้างอิงลดลงและส่งผลให้ผู้ถือตราสารอาจได้รับผลขาดทุนได้ ทั้งนี้ ผู้ออกตราสารจะมีการติดตามเหตุการณ์** Corporate Actions **อย่างใกล้ชิดและเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับข้อมูลของหลักทรัพย์ต่างประเทศตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อให้ผู้ลงทุนทราบถึงผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือตราสาร**

* 1. **ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของผู้ออกตราสาร**

**เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการที่ผู้ออกตราสารไม่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยภายใน เช่น ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ ความเสี่ยงที่เกิดจากระบบคอมพิวเตอร์ หรือเครือข่ายสื่อสารขององค์กรเกิดความล้มเหลว หรือไม่สามารถเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการในต่างประเทศทำให้การดำเนินงานหยุดชะงักหรือไม่สามารถให้บริการได้ หรืออาจเกิดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ออกตราสาร เช่น การถูกฟ้องร้องจากบุคคลภายนอก การเปลี่ยนแปลงกฎหมาย และภัยธรรมชาติ ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ถือตราสารอาจจะไม่ได้รับหลักทรัพย์ต่างประเทศตามที่ระบุไว้หรืออาจไม่ได้รับเงินลงทุนครบเต็มจำนวน อย่างไรก็ดี ปัจจุบันผู้ออกตราสารได้จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี มีการพัฒนาปรับปรุงระบบงานให้มีประสิทธิภาพ มีระบบรักษาความปลอดภัย รวมถึงมีแผนการรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับเหตุขัดข้องที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันเหตุการณ์และให้การบริการผู้ถือตราสารสามารถทำได้อย่างราบรื่น**

* 1. **ความเสี่ยงที่เกิดจากการส่งผ่านผลประโยชน์ไปยังผู้ถือตราสาร**

**สำหรับการส่งผ่านผลประโยชน์ของผู้ถือตราสารจะเป็นไปตามข้อกำหนดว่าด้วยสิทธิและหน้าที่ของผู้ออกตราสารและผู้ถือตราสารดังกล่าวสำหรับตราสารของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีหลักทรัพย์อ้างอิงเป็นหุ้นสามัญของ บริษัท ไป่ตู้ อิงค์ (**Baidu, Inc**.) โดยผู้ออกตราสารจะทำหน้าที่เป็นเสมือนตัวกลางในการส่งผ่านสิทธิประโยชน์ให้แก่ผู้ถือตราสาร เช่น สิทธิในการรับเงินปันผล (ถ้ามี) แต่เนื่องจากการส่งผ่านผลประโยชน์ดังกล่าวอาจมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียมที่ถูกเรียกเก็บจากบริษัทหลักทรัพย์ต่างประเทศ ซึ่งอาจสูงกว่าผลประโยชน์ที่ผู้ถือตราสารจะได้รับ นอกจากนี้ การส่งผ่านผลประโยชน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะในรูปแบบของเงินสดหรือหลักทรัพย์แก่ผู้ถือตราสาร ยังขึ้นกับกฎหมาย หลักเกณฑ์ และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานในประเทศไทยและ/หรือประเทศที่หลักทรัพย์อ้างอิงทำการซื้อขายหรือจดทะเบียน ซึ่งอาจส่งผลให้การส่งผ่านสิทธิประโยชน์แก่ผู้ถือตราสารอาจสามารถทำได้อย่างจำกัดเมื่อเทียบกับการถือหลักทรัพย์ต่างประเทศโดยตรง อย่างไรก็ดี ผู้ถือตราสารสามารถเลือกที่จะไถ่ถอนตราสารเพื่อถือหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศได้ตามเงื่อนไขและขั้นตอนที่ผู้ออกตราสารกำหนด**

* 1. **ความเสี่ยงที่เกิดจากผู้ออกตราสารไม่สามารถกระจายการถือตราสารได้ตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**

**ในกรณีที่ผู้ออกตราสารไม่สามารถกระจายการถือตราสารได้ตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ออกตราสาร**จะกำหนดให้มีวิธีการให้สิทธิแก่ผู้ถือตราสารที่จะไถ่ถอนตราสาร การจัดให้มีการรับซื้อตราสาร หรือวิธีการอื่นใดเพื่อจัดการความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องของตราสารดังกล่าว ทั้งนี้ เป็นไปตามวิธีการ**ที่กำหนดในข้อกำหนดสิทธิ**หรือตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ถ้ามี)

1. ข้อมูลหลักทรัพย์ต่างประเทศ

**ชื่อบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ต่างประเทศ: บริษัท ไป่ตู้ อิงค์ (**Baidu, Inc**.) (“Baidu”)**

**ที่ตั้ง:** Baidu Campus 10 Shangdi 10 Street

Haidian District

Beijing, 100085

CN

**โทรศัพท์:** 86-10-5992-8888

**โทรสาร:** 86-10-5992-0000

Website: <http://www.baidu.com>

**ตลาดหลักทรัพย์ที่จดทะเบียน :**  The Stock Exchange of Hong Kong (<https://www.hkex.com.hk/>)

**☑ ตั้งในประเทศที่มีชื่ออยู่ในรายชื่อประเทศที่สำนักงาน ก.ล.ต. ยอมรับตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ สจ.**55/2564 **เรื่อง ประเทศที่มีการกำกับดูแลตลาดทุนเป็นที่ยอมรับของสำนักงาน ลงวันที่ 1 ตุลาคม** 2564

**🞏 ตั้งในประเทศกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)   
มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด : ...........................................................................................................................**

**ราคาหลักทรัพย์ : .............................(ราคาปิดเฉลี่ย 15 วันทำการก่อนวันยื่นแบบ filing) ............................................**

**ราคาเฉลี่ยย้อนหลัง** 12 **เดือน : ............(สามารถแสดงเป็นตาราง หรือกราฟ ก็ได้) ........................................................**

1. ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ต่างประเทศ

Baidu, Inc. is a leading AI company with strong Internet foundation who has been consistently investing in AI since 2010 to solidify its technology advancement, improve search capabilities and boost overall monetization. Baidu Brain, its core AI technology engine, has enabled the firm to develop new AI businesses. The breadth and depth of its AI capabilities provide the differentiating foundational technologies that power all of the businesses. Baidu, Inc. is one of the very few companies in the world that offers a full AI stack of four layers, including cloud infrastructure, self-developed deep learning framework, large language models and applications.

The widespread usage of Baidu’s open AI platform by developers and businesses creates a network effect for its AI technologies, products and services. This network effect helps the firm obtain its unique insights into different kinds of products and services that are in demand and have real-world application across different industries, setting a strong foundation for Baidu to make investment decisions and lead with technology, products and services in the markets that it has entered. Baidu’s operations are primarily conducted in mainland China. For the year ended December 31, 2022, more than 97% of the group’s total revenues were generated from mainland China, and as of December 31, 2022, more than 76% of the group’s total assets were based in mainland China.

**Baidu Core**

***Baidu Core-Mobile Ecosystem***

Baidu Mobile Ecosystem provides a platform for people to discover and consume information through search and feed and facilitate interaction and engagement among users, creators, service providers, and merchants, alike. In particular, its ecosystem allows merchants, creators, publishers and service providers to acquire users, interact with users by provide information, content, products and services, and transact with users. This marketing funnel approach from user acquisition to user engagement to monetization demonstrates Baidu’s value to merchants, allowing them to build a life-time relationship of users. In addition, this platform-centric approach has enabled Baidu’s Mobile Ecosystem to start diversifying commercialization beyond online marketing into other services.

***Products and Services for Users***

**Baidu App.** Baidu’s flagship app enables users to access the search, feed, content and other services through mobile devices. Baidu App offers twin-engine search and feed functions that leverage Baidu’s AI-powered algorithms and deep user insight to offer users a compelling experience. Through the building blocks of BJH accounts, Smart Mini Program and Managed Page, Baidu App provides users with single log-on, native-app-like experience to a wide range of information and services dispersed across isolated mobile apps and HTML5 websites, as well as merchants a full suite of marketing cloud services. Baidu App’s spanning mobile ecosystem has resulted in more users logging in. In December 2022, MAUs of Baidu App reached 648 million and daily logged in users surpassed 80%.

* *Baidu Search.* Users can access Baidu’s search and other services through Baidu’s properties and Baidu Union partners’ properties. In addition to text inputs, users can conduct AI-powered voice search and visual search. Voice search integrates speech recognition and search technologies to enhance the user experience by providing a more natural and convenient input modality. Visual search enables the use of smart phone cameras to capture images and retrieve related content and services on the Internet. For example, users can take a photo of a plant or a pet, to identify the species. Baidu also endeavors to improve the search experience, through other AI-powered products, such as Top 1, to satisfy user queries with the first displayed search result, which Baidu believes will be an important capability with the adoption of smart devices with smaller screens. In addition, Baidu offers vertical search, such as video search and online literature search to its users.
* *Baidu Feed.* Baidu Feed provides users with personalized timeline based on their demographics and interests. Baidu Feed complements its core search product, leverages Baidu AI recommendation algorithms and monetization platform, and contributes to user engagement and retention, including content sharing, likes, and comments. Baidu Feed provides text-to-speech function to help users consume Internet content hands free, as well as leverages its large traffic to distribute video content from Baijiahao, Haokan, iQIYI and third parties.
* *Baidu Health.* Baidu Health helps users find the doctor and hospital that best suit their different healthcare needs through Baidu’s AI building blocks. By doing so, Baidu Health provides doctors and hospitals more efficient online presence through Baidu Healthcare Wiki short-term videos, live streaming seminars and telemedicine, as well as providing them with hosted management tools to remain in contact with their patients efficiently, such as messaging, appointment, re-scheduling and monitoring of treatment plans.

**Haokan.** Haokan offers a wide variety of user generated and professionally produced short videos, usually several minutes long, in coordination with MCNs (multiple channel network). Haokan allows users to upload, view, search, rate, share, favorite, comment, and follow. Video creators and curators can distribute their content to build a fan base and receive revenue share for their content contribution.

**Internally Developed Knowledge-and-Information-Centric Products.** Baidu’s content and services ecosystem also includes a comprehensive portfolio of knowledge and information products developed internally, in partnership with professionals, reputable organizations and other users. For example, Baidu provided live streaming content from healthcare industry experts in 2020, to help users better understand and cope with the COVID-19 pandemic.

* *Baidu Wiki.* A leading wiki in China compiled by experts in specialized fields featuring high-quality columns and videos, such as Encyclopedia of Intangible Cultural Heritage, Digital Museum and Recorder of History.
* *Baidu Knows.* An online community where users can pose questions to other users, such as individuals, professionals, and enterprises. Baidu Knows leverages Baidu’s search capabilities to help users find answers to their questions on the Internet fast and efficiently, while at the same time allow various partners of Baidu Knows to engage with their targeted users.
* *Baidu Experience*. An online platform where users share daily knowledge and experience, providing practical tips and interesting perspectives in areas, such as software, lifestyle, and games, etc.
* *Baidu Post*. A social media built on topical online communities. Users can post text, image, audio and video content and reply to original curation, forming valuable discussion groups. Baidu Post draws new users through close integration with search and user generated content, and has been a popular platform for celebrity fans, online game players, and online novel readers to share topical discussions, especially about current trends.

***Products and Services for Partners***

Baidu attracts numerous partners to Baidu’s platform through its AI building blocks and Baidu Union, which help create opportunities for Baidu to work with its partners in research and development and other business cooperation and establish long term business relationships.

**AI Building Blocks.** The number of smartphones sold in China is on a decline and app installation costshave been rising, causing app developers to take interest in offering their content and services on Baidu App withnative-like app experience. Similarly, website owners are experiencing the challenge to grow their business whileopen in-app search queries are outgrowing browser search queries. To help app developers and website ownersgrow their business and leverage their traffic more efficiently with AI-powered tools and capabilities, Baidu offersSmart Mini Program and Managed Page to its partners, respectively. Baidu also offers BJH accounts to enablecontent providers to place their content on Baidu’s publisher network and make their content searchable.

* *Baijiahao (BJH Accounts).* Baidu’s publisher network aggregates articles, photos, short videos, live videos, and augmented reality clips from MCNs, media outlets, and other professional sources, for distribution through search, feed, and short video products.
* *Smart Mini Program (SMP).* App developers may share their content and services in Baidu App with native-app like experience through increasingly popular applets, known as Smart Mini Program. Users can now search for and access content and services that historically were only available in standalone apps within Baidu App, without having to download and maintain so many apps on their phones.
* *Managed Page.* Managed Page is a hosted mobile alternative for website owners. Site owners may open an account on Baidu’s platform, use Baidu’s tools and services powered by AI and engage with users without having to maintain their own site and pay for server, software and bandwidth costs. Managed Page comes with industry-specific templates and is designed to provide users with more reliable and secure information. Managed Page reached 45% of Baidu Core 2022 online marketing revenue.

**Baidu Union.** Baidu matches the promotional links of its online marketing services customers to the online properties of Baidu Union partners, which consists of a large number of partners, such as third-party websites, wap sites and mobile apps. Some Baidu Union partners, such as online portal websites and Internet cafes, also embed Baidu’s products and services, such as Baidu Search or a search function powered by Baidu Search, onto their online properties, which allows Baidu Union partners to provide high-quality, relevant search results to their users without incurring the cost of development and maintenance for advanced search capabilities and monetize their traffic through revenue sharing arrangements with Baidu. Baidu Union partners may use Baidu’s content recommendation system to provide feed content and ads to their users. Baidu typically pays its Baidu Union partners a portion of the online marketing revenues based on pre-arranged agreements.

In addition, Baidu also enters into arrangements with Baidu Union partners to provide its search engine in their browsers. Baidu typically pays such Baidu Union partners a fee based on prearranged agreements.

***Products and Services for Customers***

Baidu, through its network of third-party agents and direct sales team, delivers online marketing services to a diverse customer base consisting of SMEs across industries, including healthcare, retail, e-commerce, entertainment and media, online games, business services, life services, and transportation. In 2022, Baiu served more than half a million enterprise customers, who are customers of its online marketing services.

Baidu’s online marketing services enable the delivery of comprehensive, rich, and diversified marketing offerings to fulfill customer needs. Its online marketing services include P4P (pay for performance) services and others. Baidu generates revenues primarily from the sale of P4P online marketing services and other marketing services to its customers, which accounts for a majority of its total revenue for the years ended December 31, 2020, 2021 and 2022.

**P4P.** Baidu’s auction-based P4P services allow customers to bid for priority placement of paid sponsored links and reach users who search for information related to their products or services. Baidu charges its customers on a cost-per-click basis. Customers may choose to purchase search, feed and other online marketing services and have the option to set daily allowances targeting users by geography in China and specify the time period for their campaign. As Baidu’s partners adopt Smart Mini Programs and Managed Page, some of them have begun to use these properties as their landing page, in lieu of their own mobile apps and websites.

Search marketing services are mainly provided to customers through Baidu’s proprietary online marketing system which drives monetization efficiency by improving relevance in paid search and optimizing value for Baidu’s customers.

Feed marketing services usually comprise image-based or video-based advertising, appearing between the feed headlines or within the feed content. It is powered by Baidu AI in order to better match goods and services providers with their targeted audience while optimizing user experience.

**Others.** Baidu’s other marketing services comprise display-based marketing services and other online marketing services based on performance criteria other than CPC (cost-per-click). Customers can choose different mix of Baidu’s service offerings to optimize their return on investment. BrandZone allows customers to display integrated text, logo, image, and video in a structured and uniform manner on a prominent position of the search result page or in vertical search products, such as Baidu Knows. Programmatic marketing platform supports the placement of advertisement using standard, intelligent, or customized creativity, different purchasing methods (guaranteed delivery or real time bidding), and multiple payment methods.

**Marketing cloud platform.** Baidu’s marketing cloud platform integrates one-stop-shop media purchase with CRM (client relationship management) functionalities, to allow Baidu’s customers to purchase brand and performance-based marketing services, build audience and user engagement, generate leads and maintain relationships with users, leveraging tools and services powered by Baidu AI. Baidu’s marketing cloud platform helps Baidu better understand its customers’ needs and enable its customers to leverage Baidu’s AI to simplify their marketing process and improve the effectiveness of their marketing efforts.

Baidu’s Mobile Ecosystem, built upon Baidu App as well as a dozen other apps, offers a wide range of thirdparty content and services to hundreds of millions of users, typically free of charge. Baidu’s AI building blocks and other products and services for partners have attracted millions of partners to become participants in Baidu’s Mobile Ecosystem and generate content and services onto Baidu’s platform and to tap into their over-half-a-billion user base. The more partners Baidu brings into its Mobile Ecosystem, the better Baidu becomes at providing users with a more comprehensive reach and cover content and services in more diversified formats than competing products, which in turn attracts more users and partners to Baidu’s Mobile Ecosystem. For Baidu’s Mobile Ecosystem business, the company generates a substantial majority of its revenues from the provision of online marketing services to its customers through both direct sales and third-party agents. Baidu charges its customers periodically based on usage while requiring certain customers to pay a deposit. Baidu also offers certain customers credit terms. In addition to offering ads on Baidu’s platform, Baidu serves promotional ads from its customers on the apps or website properties of Baidu Union partners. Baidu also powers the search engines of Baidu Union partners.

***Baidu Core—AI Cloud***

Baidu’s AI Cloud includes two parts: (i) enterprise and public sector cloud solutions, and (ii) personal cloud service. Baidu’s enterprise and public sector cloud solutions offers a comprehensive set of cloud services and solutions, including IaaS, PaaS and SaaS, based on their unique AI capabilities Combined with its effective marketing capabilities, Baidu has been able to demonstrate the ability to cross-sell and up-sell additional products and services to existing customers, which in turn enables Baidu to more efficiently grow their cloud business. Baidu was once again ranked the No. 1 AI Cloud provider, according to IDC’s first half of 2022 report on China’s public cloud market for the fourth consecutive year.

Baidu’s AI Cloud includes two parts: (i) enterprise and public sector cloud solutions, and (ii) personal cloud service.

For enterprises and public sector, Baidu offers IaaS, PaaS and SaaS, profited from its unique AI capabilities, to various customers. Enterprises and the public sector have been the growth engine for the cloud revenue, consistently outgrowing the overall AI Cloud business.

Baidu’s IaaS provides its customers the flexibility to quickly scale or cut back on their cloud computing needs without having to provide huge capital layout upfront. Baidu’s IaaS business benefited from multi-cloud strategies adopted by many of their customers.

Baidu also provides enterprise customers with cloud solutions, usually consisting of PaaS and SaaS, that leverage the unique AI capabilities from Baidu Brain. For example, Baidu enabled a client in the manufacturing sector to automate quality assurance checkpoints on its production line by leveraging its computer vision capabilities. This solution helped Baidu’s client reduce labor cost and improve their operational efficiency.

In the transportation industry, Baidu is a pioneer and industry leader in developing V2X (vehicle-to-everything) solutions, the infrastructure backbone to smart transportation, to cities in China to help them improve municipal traffic condition, air pollution and road safety, using Baidu AI technology. As of December 31, 2022, Baidu ACE smart transportation has been adopted by 69 cities, increased from 35 cities as of the end of 2021, based on contract amount over RMB10 million. Baidu’s goal is to offer a comprehensive set of products, services, and tools to enable enterprises and public sector to improve productivity and operational efficiency through the use of Baidu AI and cloud infrastructure.

The industry know-how from Baidu’s existing businesses, such as its Mobile Ecosystem and iQIYI, also provides valuable insights on how to tailor AI Cloud solutions to customers in the technology and media industries.

For the personal cloud service, Baidu offers Baidu Drive, which allows users to store and retrieve photos, videos, and other files on AI Cloud, along with other capabilities, such as group share and data transfer. Personal cloud service contributed a small portion of total cloud revenues, and has been growing more slowly than the overall cloud revenues.

For AI Cloud, Baidu generates revenue by providing cloud services and solutions to enterprise clients, consumers and the public sector directly or through solution integrators for a lump-sum fee or on a subscription basis. Baidu also generates revenue from Baidu Drive from membership services provided to individual customers. Baidu Core’s cloud services revenue reached RMB17.7 billion (US$2.6 billion) in 2022, increasing by 18% from 2021.

***Baidu Core—Intelligent Driving & OGI***

Intelligent Driving & OGI include developments with large total addressable markets and earlier-stage commercialization with a growing customer base, including Apollo intelligent driving and DuerOS smart assistant.

**Intelligent Driving**

Intelligent driving, including Baidu Apollo auto solutions (Apollo Self-Driving Services and DuerOS for Auto), robotaxi fleets (autonomous ride-hailing service) and intelligent EVs, leverage AI and other technologies to make a vehicle, or fleet of vehicles, more intelligent, all with the ultimate goal to be autonomous.

Baidu is the market leader in autonomous driving in China in terms of number of rides Apollo Go completed. The industry definition for L4 autonomous driving is that the vehicles are capable to drive themselves without human interactions but will be restricted to known use cases, or in most environments and road conditions. Apollo Go has already received permits for providing driverless ride-hailing services on open roads and received the permits to collect fees from the passengers in Chongqing and Wuhan. A well-known research firm, names Apollo as one of the four global leaders in autonomous driving, recognizing Baidu as the top-tier autonomous driving company from China.

In addition, the services and solutions of intelligent driving are compatible with Baidu’s smart transportation solutions, which leverage each other to gain a better understanding of traffic and road conditions, as well as to improve cost efficiency. Baidu’s leadership in autonomous driving, industry know-how, operating experience, transportation ecosystem understanding (from Baidu’s smart transportation projects and maps), and cost advantage give Baidu strong competitive advantages in leading the development of the intelligent driving industry.

**Baidu Apollo’s auto solutions (Apollo Self-Driving Services and DuerOS for Auto).** Baidu has been investing in autonomous driving technology to provide automakers with self-driving services. Under Apollo Self- Driving, Baidu offers HD Map, AVP (automated valet parking) and ANP (Apollo navigation pilot). The company introduced AVP (their automated valet parking) services in 2018, which allow a driver to get out of the car upon arrival at his or her destination and Baidu’s solution would enable the vehicle to autopark, and to direct the vehicle to automatically drive to driver’s location out of the parking lot. In December 2020, Baidu introduced ANP (Apollo navigation pilot) services, which leverage Baidu’s autonomous driving capabilities. In the past years, Baidu Apollo’s auto solutions continued to gain traction among leading automakers. These products are in the early stage of monetization and their revenue contribution is insignificant.

**Apollo Go, Baudu’s robotaxi.** Robotaxi fleet operation represents a massive opportunity. Apollo Go is now available in more than 10 cities, including all the tier-1 cities (Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen) and other major cities. *Luobokuaipao*, the mobile application of Apollo Go, is available for download for free from all the major app stores in China. In 2022, Apollo Go provided more than 1.5 million rides. The accumulated rides provided to the public by Apollo Go exceeded 2 million by the end of January 2023.

In Beijing, Apollo Go has begun to charge fees for the autonomous ride-hailing services (with safety officers behind the steering wheel) on open roads since November 25, 2021 and Apollo Go was granted the permits to charge fees for the driverless ride-hailing services (with safety officers in the vehicles, but not behind the steering wheel) on public roads on July 20, 2022. In Wuhan and Chongqing, Apollo Go started offering fully driverless ride-hailing services on open roads and received the permits to collect fees from the passengers on August 8, 2022. Apollo Go received Beijing’s first license to test vehicles with no driver or safety operator in the car on December 30, 2022, taking Baidu one step closer to providing fully driverless ride-hailing service on public roads in the capital city.

In June 2021, Baidu introduced Apollo Moon, 5th generation Apollo robotaxi vehicles. In July 2022, Baidu unveiled its 6th generation robotaxi vehicle Apollo RT6. RT6 is the first steering wheel-free, all electric model designed for fully driverless autonomous driving. Apollo RT6 is distinct from the previous generations that had otherwise been retrofitted on conventional vehicles.

**Baidu Maps.** A voice-enabled mobile app providing users with travel-related services, including POI (point of interest) search, route planning, precise navigation, taxi-hailing service and real-time traffic condition information. Baidu Maps also provides professional and stable map services to business partners across different sectors. In 2022, Baidu integrated Baidu Map into its Intelligent Driving Group to create synergies between the Baidu Map app and the map solutions for the auto and transportation industries.

**Intelligent EVs.** Baidu formed a new EV as a joint venture, Jidu Auto, that Baidu established with Geely. Baiduentered into a strategic partnership with Geely in January 2021. Baiduwill provide intelligent driving capabilities to power the passenger vehicles, and Geely, which holds the distinction of best-selling Chinese automobile brand in past years under the Volvo and Geely brands, will contribute its expertise in automobile engineering and manufacturing. In June 2022, Jidu Auto launched its first car model, Robo one (Robo-01). At the Guangzhou Auto Show in December 2022, Jidu Auto showcased the mass-produced edition of Robo one (Robo-01). Robo one is equipped with Baidu’s most advanced autonomous driving solutions in the market, such as Baidu’s ANP, AVP, as well as its advanced infotainment system. In addition, Jidu Auto also introduced its second car model at the Guangzhou Auto Show in December 2022.

As of the date of this annual report, Baiduhas no control of Jidu Auto and accounted for the investment as an

equity method investment.

***OGI***

**DuerOS Smart Assistant.** DuerOS is a leading smart assistant for the Chinese language, which powers first-party Xiaodu home smart devices and smart earphones, as well as third-party smart phones, children smart watches and story machines. DuerOS is differentiated by its multi-round conversation AI capabilities, leveraging internally designed Baidu Honghu AI chip, as well as by DuerOS skills store, which offers thousands of skills in wide ranging genres, including short and long videos, online games, education services, video conferencing and other visually oriented activities. In August 2021 and September 2022, Xiaodu completed two rounds of Series B financing at a valuation of US$5.1 billion with Baiduretaining super-majority shareholding. While Baidugenerates revenue primarily from the sale of its smart assistant devices to its customers directly and through Baidu’s distribution network, Xiaodu services revenue, such as membership and advertising, already surpassed 12% of Xiaodu revenues. Xiaodu ranked No.1 in smart display shipments and smart speaker shipments in China for the first nine months of 2022, according to IDC, Strategy Analytics, and Canalys.

**iQIYI**

iQIYI is a leading provider of online entertainment video services in China. iQIYI’s platform features a variety of premium video content, in particular iQIYI original dramas and shows. iQIYI also expands its premium content offering through licenses and collaboration with third-party partners, which supplement its original content.

Since the beginning, iQIYI has always put content and users at the center, orienting each of its business strategies around delivering superior content quality and user-friendliness. Artistically crafted and imbued with industry expertise distilled from over a decade of operational experience, many iQIYI original titles have secured their places among the most successful IP franchises in the history of Chinese popular entertainment. Designed and refined by its engineers with a deep understanding of the evolving user preferences, iQIYI’s products continue to offer superior entertainment experience for users. With in-house studios spearheading its original content production, iQIYI is home to many acclaimed original drama series and variety show franchises, and has successfully serialized iQIYI’s original content into blockbuster sequels to accumulate and amplify IP value overtime. iQIYI also expands its premium content offering through licenses and partnerships, which supplement its original content.

**Professionally Produced Content (PPC)** iQIYI’s PPC mainly includes original content (content produced in-house and content produced in collaboration with quality third-party partners) and licensed content. As of December 31, 2022, iQIYI had over 40,000 PPC titles in iQIYI’s comprehensive and diversified video content library, comprised of drama series, variety shows, films and others. iQIYI leverages its content procurement team’s insights and its AI-based big data analytics capabilities to optimize content procurement. iQIYI has established strong partnerships with content providers to ensure access to high-quality content. These partners include leading domestic drama series production companies, film production companies and TV stations, “Big Six” Hollywood production studios, top TV networks in the U.S., etc.

**Other Video Content.** iQIYI offers a broad base of other video content with all kinds of genres, formats, and lengths of duration, such as internet movies and dramas, mini variety shows and animations, vertical or horizontal videos, as well as grassroot or influencer uploaded videos, edited video clips, and video blogs, or Vlogs, among others. iQIYI’s other video content expands its library and allows it to capture a broader user base, drive user engagement and enhance user stickiness.

iQIYI has developed a diversified monetization model. iQIYI generates revenues through membership services, online advertising services and a suite of other monetization methods. iQIYI’s monetization model fosters an environment for high-quality content production and effective content distribution on its platform, which in turn expands its user base and increases user engagement, creating a virtuous cycle.

**Membership Services.** iQIYI’s membership services generally provide subscribing members with superior entertainment experience that is embodied in various membership privileges. iQIYI’s membership program is composed of multiple packages, each offered at a different price and provides subscribing members with access to a large collection of VIP-only content comprised of drama series, movies, animations, cartoons and online literature, earlier access to certain content aired on iQIYI platform and a bundle of viewing functions and features. iQIYI’s members primarily include subscribing members and, to a lesser extent, users who gain access to their premium content library through paid video-on-demand service. The average daily number of subscribing members in 2022 was 103.1 million, as compared to 101.6 million in 2021. The average daily number of subscribing members excluding individuals with trial memberships was 102.4 million in 2022, as compared to 100.7 million in 2021.

**Online Advertising.** The prices of iQIYI’s advertising services depend upon various factors, including form and size of the advertising, level of sponsorship, popularity of the content or event in which the advertisements will be placed, and specific targeting requirements. Prices for the brand advertising service purchased by each advertiser or advertising agency are generally fixed under sales contracts.

**Content Distribution.** iQIYI sub-licenses content within its authorized scope to TV stations and other internet video streaming services. iQIYI also enters into barter agreements to exchange internet broadcasting rights of licensed content with other internet video streaming services. The barter agreement provides the licensee with the right to broadcast the licensed content, and the licensor retains the right to continue broadcasting and/or sub-licensing the exchanged content. They distribute their selected content not only to third-party platforms in mainland China but also to regions outside of China.

***Others.*** Other monetization models include online games, IP licensing, talent agency, online literature, other licensing and others.

**Intellectual Property**

Baidu relies on a combination of patent, trademark, copyright and trade secret protection laws in mainland China and other jurisdictions, as well as confidentiality procedures and contractual provisions, to protect its intellectual property and the brand. Baidu has over 13,693 issued patents in mainland China covering invention, utility model and design, and intend to apply for more patents to protect its core technologies and intellectual property. Baidu also enters into confidentiality, non-compete and invention assignment agreements with its employees and consultants, and nondisclosure agreements with selected third parties. “百度,” the company’s name “Baidu” in Chinese, has been recognized as a well-known trademark in China by the Trademark Office of National Intellectual Property Administration. In addition to owning Baidu’s logo and the related logos, the firm has applied for registration of various other trademarks. Baidu also has registered certain trademarks in the United States, Australia, Brazil, Canada, Hong Kong, India, Indonesia, Japan, Malaysia, Mexico, New Zealand, Russia, Singapore, South Africa, South Korea, Thailand, the European Union and several other jurisdictions. In addition, the company has registered its domain name baidu.com and certain other domain names with authorized registrars of ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). Baidu has also successfully become designated Registry Operator for *.baidu* top-level domain names by ICANN.

Internet, technology and media companies are frequently involved in litigation based on allegations of infringement or other violations of intellectual property rights. Furthermore, the application of laws governing intellectual property rights in mainland China and abroad is uncertain and evolving and could involve substantial risks to the firm. Baidu may face intellectual property infringement claims and other related claims, which could be time-consuming and costly to defend and may result in an adverse impact over its operations and Baidu may be subject to patent infringement claims with respect to our P4P platform.

แหล่งที่มาของข้อมูล

<https://portalvhds1fxb0jchzgjph.blob.core.windows.net/press-releases-attachments/1501884/HKEX-EPS_20230322_10641532_0.PDF>

**นอกเหนือจากข้อมูลข้างต้นแล้ว เนื่องจากหลักทรัพย์อ้างอิงเป็นหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ประเทศนั้น ๆ นักลงทุนสามารถตรวจสอบและศึกษาข้อมูลหลักทรัพย์อ้างอิงเพิ่มเติม เช่น** Annual Reports, Quarterly Reports, Company News and Publications **ได้ผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ดังนี้**

|  |  |
| --- | --- |
| * **เว็ปไซต์ของหลักทรัพย์อ้างอิง:** | <http://www.baidu.com> |
| * Financial reports | <https://ir.baidu.com/financial-reports> |
| * Press Releases | <https://ir.baidu.com/press-releases> |
| * IR Calendar | <https://ir.baidu.com/ir-calendar> |
| * Corporate Governance | <https://ir.baidu.com/corporate-governance> |
| * Environmental Social Governance | <https://esg.baidu.com/en> |
| * **เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง:** | <https://www.hkex.com.hk/Market-Data/Securities-Prices/Equities/Equities-Quote?sym=9888&sc_lang=en> |
| * **เว็บไซต์ของผู้ออกตราสาร:** | <https://krungthai.com/th/content/depositary-receipt> |

**หมายเหตุ: เว็บไซต์ข้างต้น (ยกเว้นเว็บไซต์ของผู้ออกตราสาร) มิได้จัดทำขึ้นโดยผู้ออกตราสาร** ผู้ออกตราสารเป็นเพียงผู้ให้ช่องทางในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับหลักทรัพย์อ้างอิงเท่านั้น โดยผู้ออกตราสารไม่รับรองในความถูกต้องหรือความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลในเว็บไซต์ดังกล่าว และขอสงวนสิทธิในการปฏิเสธความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อบุคคลใดไม่ว่าในกรณีใด ๆ จากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

1. ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
   1. ค่าธรรมเนียมที่ผู้ออกตราสารเรียกเก็บจากผู้ถือตราสาร
      1. ค่าธรรมเนียมการไถ่ถอนตราสาร ไม่เกินร้อยละ 5.0 ของมูลค่าไถ่ถอน โดยมีมูลค่าไถ่ถอนขั้นต่ำที่ 200,000 บาท หรือจำนวนอื่นใดตามที่ผู้ออกตราสารกำหนด (โดยคำนวณจากจำนวนตราสารที่ต้องการไถ่ถอนคูณด้วยราคาปิดของวันทำการก่อนหน้า) ทั้งนี้ ผู้ถือตราสารเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการรับหลักทรัพย์อ้างอิงต่างประเทศในบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ต่างประเทศของผู้ถือตราสารที่ประสงค์ไถ่ถอน
      2. ค่าธรรมเนียมการส่งผ่านผลประโยชน์ที่เป็นเงินให้ผู้ถือตราสาร ไม่เกินร้อยละ 5.0 ของจำนวนเงินปันผลต่อหนึ่งหน่วยตราสาร ทั้งนี้ ผู้ถือตราสารเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการส่งผ่านผลประโยชน์ให้แก่ผู้ถือตราสารด้วย
      3. ผู้ออกตราสารขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงค่าธรรมเนียมตามข้อ (ก) และ ข้อ (ข) ได้โดยไม่ถือว่าเป็นการแก้ไขเพิ่มเติมข้อกำหนดสิทธิ โดยหากมีการเปลี่ยนแปลงค่าธรรมเนียมดังกล่าว ผู้ออกตราสารจะดำเนินการในแต่ละกรณีดังต่อไปนี้
2. กรณีปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมไม่เกินร้อยละ 10.0 ของค่าธรรมเนียมเดิม ผู้ออกตราสารจะประกาศให้ผู้ถือตราสารทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ผ่านเว็บไซต์ของผู้ออกตราสาร
3. กรณีปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมเกินร้อยละ 10.0 ของค่าธรรมเนียมเดิม ผู้ออกตราสารจะจัดให้มีการประชุมผู้ถือตราสารเพื่อขอมติจากผู้ถือตราสารก่อนที่จะดำเนินการ
4. ผู้ออกตราสารจะจัดให้มีการประชุมผู้ถือตราสารเพื่อขอมติจากผู้ถือตราสาร หากค่าธรรมเนียมสุดท้ายที่ปรับเพิ่มขึ้นตามข้อ (1) มีอัตราเกินกว่าร้อยละ 10.0 ของค่าธรรมเนียมเดิม
5. กรณีลดค่าธรรมเนียม ผู้ออกตราสารจะประกาศผ่านเว็บไซต์ของผู้ออกตราสาร
   * 1. ค่าธรรมเนียมตามข้อ (ก) และข้อ (ข) ยังไม่รวมถึงผลต่างอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการดำเนินการ โดยผู้ถือตราสารจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนดังกล่าว
     2. ค่าธรรมเนียมที่ระบุในข้อ 6.1 นี้ ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
   1. **ค่าใช้จ่ายที่รวมอยู่ในราคาเสนอขายตราสารทันทีที่ตลาดเปิดทำการซื้อขาย ณ ราคาเปิด (ATO)**

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหลักทรัพย์ต่างประเทศ เช่น Brokerage Fee, Custodian Fee และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศกำหนด เป็นต้น รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของผู้ออกตราสาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ถูกเรียกเก็บจริงจากนายทะเบียนใบแสดงสิทธิ ทั้งนี้ ไม่เกินร้อยละ 0.4 ของราคาซื้อหลักทรัพย์ต่างประเทศ ซึ่งจะแปลงเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนตามสกุลเงินที่ใช้ซื้อหลักทรัพย์ต่างประเทศรวมค่าธรรมเนียมอัตราแลกเปลี่ยนไม่เกินร้อยละ 0.1

* 1. ค่าใช้จ่ายที่เรียกเก็บจากผู้ถือตราสารในการจัดส่งเงินปันผลให้แก่ผู้ถือตราสาร

ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเงินปันผลให้แก่ผู้ถือตราสารจะใช้วิธีจัดสรรตามสัดส่วนของจำนวนหน่วย (Pro-rata) โดยผู้ออกตราสารจะทำการคิดค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายจากเงินปันผลรับทั้งหมด และทำการหักค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายดังกล่าวจากเงินปันผลรับดังกล่าว แล้วจึงนำส่งเงินปันผลหลังหักค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายแก่ผู้ถือตราสารตามสัดส่วนของจำนวนหน่วย (Pro-rata)

1. เงื่อนไข และขั้นตอนดำเนินการ กรณีที่ผู้ถือตราสารมีความประสงค์ไถ่ถอนตราสาร เป็นหลักทรัพย์ต่างประเทศ
   1. เงื่อนไขการไถ่ถอนตราสารเป็นหลักทรัพย์ต่างประเทศ
      1. ผู้ถือตราสารที่ประสงค์ไถ่ถอนตราสารต้องมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ต่างประเทศ และ ต้องจัดให้ตราสาร (ซึ่งชำระราคาและส่งมอบเสร็จสิ้นแล้ว) ที่ประสงค์จะไถ่ถอนอยู่ในบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่เปิดไว้กับบริษัทหลักทรัพย์ที่ผู้ออกตราสารกำหนด ในกรณีที่ผู้ถือตราสารไม่มีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ที่ผู้ออกตราสารกำหนด ผู้ถือตราสารต้องดำเนินการเพื่อให้มีการโอนตราสารที่ประสงค์จะไถ่ถอนมายังบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ตามที่ผู้ออกตราสารกำหนด
      2. ผู้ถือตราสารที่ประสงค์ไถ่ถอนตราสาร ต้องมีจำนวนตราสารเพียงพอต่อการไถ่ถอนเพื่อรับหลักทรัพย์ต่างประเทศ
      3. เงื่อนไขในการโอนหลักทรัพย์ต่างประเทศจะเป็นไปตามที่ตลาดหลักทรัพย์ที่หลักทรัพย์ต่างประเทศจดทะเบียนและบริษัทหลักทรัพย์ที่ผู้ถือตราสารมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ต่างประเทศกำหนด
   2. ขั้นตอนการไถ่ถอนตราสาร
      1. ผู้ถือตราสารที่ประสงค์จะไถ่ถอนตราสารที่มีคุณสมบัติครบตามเงื่อนไขที่กำหนดในข้อ 7.1 ต้องแจ้งความประสงค์ไถ่ถอนกับผู้ออกตราสารและบริษัทหลักทรัพย์ที่ผู้ถือตราสารมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ต่างประเทศ และกรอกแบบฟอร์มพร้อมทั้งลงนามตามที่ผู้ออกตราสารและ/หรือบริษัทหลักทรัพย์ที่ผู้ถือตราสารมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ต่างประเทศกำหนด ทั้งนี้ ผู้ถือตราสารจะต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมการไถ่ถอนก่อนเวลา 12.00 น. (ตามเวลาในประเทศไทย) ของวันที่แจ้งความประสงค์ มิเช่นนั้น ผู้ออกตราสารจะดำเนินการในวันทำการถัดไป
      2. ผู้ออกตราสารจะแจ้งระงับการขายตราสารในส่วนที่ผู้ถือตราสารได้แจ้งความประสงค์ขอไถ่ถอนกับผู้ออกตราสาร
      3. ผู้ออกตราสารจะนำหลักทรัพย์ต่างประเทศเข้าบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ต่างประเทศของผู้ถือตราสารที่ประสงค์ไถ่ถอน ภายใน **10** วันทำการ (**“วันทำการ”** ในข้อนี้หมายถึง วันที่ตลาดหลักทรัพย์ที่หลักทรัพย์ต่างประเทศจดทะเบียนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปิดทำการพร้อมกัน)
      4. ในวันที่หลักทรัพย์ต่างประเทศเข้าบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ต่างประเทศของผู้ถือตราสารที่ประสงค์ไถ่ถอน ผู้ออกตราสารจะดำเนินการยกเลิกตราสารในส่วนที่ผู้ถือตราสารได้แจ้งความประสงค์ขอไถ่ถอนกับผู้ออกตราสาร
      5. กรณีที่พบว่าผู้ถือตราสารที่ประสงค์ไถ่ถอนไม่ดำเนินการตามเงื่อนไขที่ระบุในข้อ 7.2 (ก) ผู้ออกตราสารขอสงวนสิทธิในการปฏิเสธคำขอของผู้ถือตราสารได้ และผู้ถือตราสารจะไม่เรียกร้องค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใด ๆ จากผู้ออกตราสารทั้งสิ้น
      6. กรณีที่ผู้ถือตราสารที่ประสงค์จะไถ่ถอนมีการกระทำใด ๆ ที่ขัดขวางหรือส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการไถ่ถอน ผู้ถือตราสารจะต้องรับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นจนสิ้นเชิง และผู้ออกตราสารสงวนสิทธิที่จะยกเลิกการปฏิบัติตามคำขอของผู้ถือตราสารได้ และผู้ถือตราสารจะไม่เรียกร้องค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใด ๆ จากผู้ออกตราสารทั้งสิ้น
      7. ผู้ออกตราสารขอสงวนสิทธิในการเรียกเก็บภาษีใด ๆ จากผู้ถือตราสาร ที่อาจเกิดขึ้นจากการไถ่ถอนตราสาร หรือการดำเนินการอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ตามที่กรมสรรพากรกำหนด