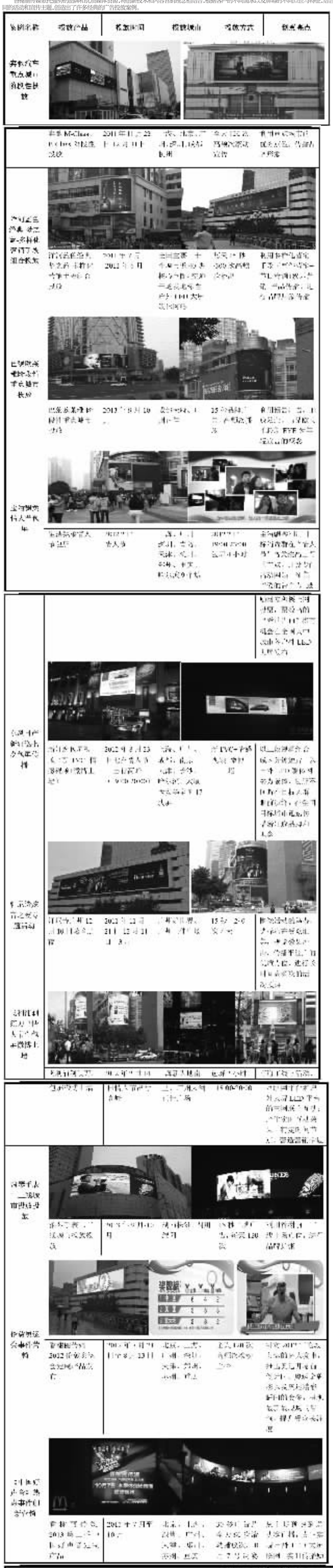
(上接A31版)

5.香榭丽传媒的经典服务案例

香榭丽传媒依托强势的品牌和优质媒体资源，将创新技术和内容营销理念相结合，根据客户的不同需求以及屏幕的不同点位与特征，结合不同的活动和宣传主题，创造出了许多经典的广告投放案例。



根据香榭丽传媒运营户外LED媒体方式的不同，其采购对象可以划分为阵地采购和代理媒体购买。阵地采购，是指户外LED大屏幕所在阵地开发，包括自主开发和买断经营权等。代理媒体购买，是指户外LED大屏幕单块单机媒体及时段购买等。

A.阵地采购模式为：

阵地信息的搜集。阵地信息的搜集对象为城市黄金点位和精品点位；实际的优质媒体资源的搜集对象是：当地主要的户外媒体公司中拥有的媒体资源。

阵地的评估与审批。对于有合作意向的媒体资源和阵地，由媒体开发商进行前期资料收集，与对方做前期的沟通，确定基本意向及合作点，由媒体开发商、市场部、财务部、销售部、法务部等部门相关人员组成项目小组进行评估。

阵地开发合同签订。对于公司存在战略需求或销售需求的点位，经由法务部进行实地调查和评估小组评估通过后，由媒体开发部与阵地方进行商务谈判，经媒体开发总经理、首席财务官及总经理审批通过后，和阵地方签署合作协议。

B.代理媒体采购模式为：

代理媒体资源开发。媒体开发部按照客户需求意向在所负责区域内寻找优质的　代理媒体资源，并与有合作意向的代理媒体资源进行沟通，确定合作点。

播出订单下达。媒体开发部按照客户需要的点位、播出时间、频次等播出要求与代理媒体方进行合同谈判，确定基本合同条款，确定广告发布事宜。

代理媒体审批程序。代理媒体审批程序是指对于优质的代理媒体，与对方签订时间段的购买协议，在购买时间段内，该代理媒体只将播放香榭丽传媒提供的广告。如需购买代理媒体时段，需由媒体开发部牵头市场部、财务部、销售部、法务部等部门相关人员对其进行打分评审，评审结果提交公司总经理审批通过后，再与对方签订购买协议。

C.运营模式

香榭丽传媒的生产模式通过四个主要环节来实现。

其中，广告主是指在商业过程中，出于自身营销需要，购入户外LED大屏媒体价值的企业，它们通过购买获取相应的广告资源，并将自身的商品广告信息传递给受众；广告代理商是指服务于广告主，为其进行营销策划、广告制作、媒介购买等工作的代理机构，既包括国际4A广告公司，也包括国内广告公司等；渠道资源方是LED大屏媒体产业链条中的终端客户，一般来说，是LED大屏媒体所依托的区域商体，比如商场、写字楼、酒店、机场等各种广告资源的代表有政府、开发商以及物业管理机构等。LED大屏媒体运营商必须通过与渠道资源方合作的方式方能获得媒体屏幕安装资格证的许可权；设备供应商及配套服务商是指拥有LED终端屏幕生产的企业，以及拥有LED核心技术资源的生产商或提供商；受众即目标受众，对于LED大屏媒体来讲，是指在商业过程中，接受LED大屏媒体提供的广告信息的人群。

首先，从资源方获取屏幕资源。香榭丽传媒通过与渠道资源方签订协议或合作，与商场、写字楼、酒店、机场、公交等重要地段的屏幕终端。香榭丽传媒将资源的深挖方式有两种：一是自主经营屏幕，即与渠道资源方长期独家签署阵地租赁协议，自建或收购LED大屏，或者买断黄金点位屏幕经营权，从而拥有该屏幕使用权；二是与屏幕拥有者采取合作方式，不具有屏幕权权，只拥有广告销售权。

其次，利用屏幕资源整合形成产品及业务网络。香榭丽传媒还全国30个省97个城市共开发，运营了167块户外LED大屏幕，已形成全国性规模化的户外LED媒体网络，为广告主提供跨区域的媒体综合服务。

再次，进行客户开发从而实现销售价值。香榭丽传媒对于广告客户进行开发和培养，街卖媒体价值，同时为广告主提供例如投放策划、广告创意、监播报告等多种广告延伸服务。

最后，进行销售后效果评估。香榭丽通过第三方专业调查公司出具的监测体系与效果评估报告，对户外LED大屏媒体价值及广告效果进行评估。

D.盈利模式

按照客户投放渠道的不同，香榭丽传媒将客户分为直接客户和渠道客户，其中以渠道客户为主，渠道客户销售金额占总收入的比例占60%以上。

直接客户即广告主，渠道客户即广告代理商，包括国际4A广告公司和国内广告公司。香榭丽传媒与客户签订合作协议，在自主经营屏幕或代理LED大屏上根据客户需求的点位、播出时间、频次等播出要求为其投放广告。

香榭丽传媒在进行销售时，通常根据客户的广告投放需求，将自主经营屏幕和代理屏幕资源的点位、环境及受众人群等信息打包推荐给客户。若客户需求的投放点位超出推荐范围，香榭丽传媒将在审慎评估后，与媒体的所有者进行接洽，签订代理协议，为客户投放广告，最大限度的满足客户需求。

香榭丽传媒和客户签署合同之后，严格执行合同条款的相关规定，按照广告发布进度分期确认收入，并根据客户信用情况给予三到九个月不等的信用期。

(四)主要产品的生产、销售情况

1.销售收入构成情况

最近两年一期香榭丽主营业务按业务构成分类如下：

单位:万元,%

项目	2013年1-6月		2012年		2011年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告收入	11,644.69	100.00%	23,993.43	100.00%	17,433.69	100.00%
合计	11,644.69	100.00%	23,993.43	100.00%	17,433.69	100.00%

2.公司产品的主要消费群体及消费市场

公司产品的主要消费群体为汽车、酒类、食品饮料、数码家电、化妆品、金融保险等行业内的广告主以及国际4A广告公司和国内广告公司等渠道客户。公司产品销售市场方面，主要集中于国内一二线城市，如上海、北京、广州等，随着公司业务的不断扩张和新媒体的战略性布局，公司在二四线城市的市场渗透率稳步提高。

3.香榭丽主要客户情况

①2013年1-6月前5名客户情况

单位:万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	凯帝珂广告(上海)有限公司	1,289.76	11.08%
2	北京华艺孤泰文化有限公司	1,206.24	10.36%
3	凯伦广告传媒(北京)有限公司	985.30	8.46%
4	上海东方新力文化传播有限公司	851.45	7.31%
5	上海都州广告有限公司	707.41	6.07%
	合计	5,040.16	43.28%

②2012年前5名客户情况

单位:万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	重庆榆宗广告传媒有限公司	2,277.37	9.49%
2	凯帝珂广告(上海)有限公司	1,558.92	6.50%
3	广西金拇指科技有限公司	1,320.49	5.50%
4	上海中路(集团)有限公司	1,242.44	5.18%
5	上海汉文广告有限公司	996.68	4.15%
	合计	7,396.90	30.83%

③2011年前5名客户情况

单位:万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	重庆榆宗广告传媒有限公司	1,940.72	11.13%
2	上海集思堂广告有限公司	1,275.23	7.31%
3	上海汉文广告有限公司	1,213.52	6.96%
4	凯伦广告传媒(北京)有限公司	1,176.06	6.75%
5	重庆唐码传媒有限公司	998.81	5.73%
	合计	6,604.33	37.88%

报告期内，香榭丽传媒不存在单个客户销售比例超过营业收入50%的情况。香榭丽传媒的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及5%以上股份的股东与前五大客户无任何关联关系。

4.重大销售合同

截至本报告书签署，香榭丽正在执行的重大销售合同（金额100万元以上或对业务有重大影响）见下表：

序号	客户名称	合作内容	合作期限
1	北京新速通使用香榭丽拥有广告经营权的21块LED显示屏发布广告。广告内容包括城市形象推广、地方整体旅游形象、政府公益类广告等	授权北京新速通使用香榭丽拥有广告经营权的21块LED显示屏发布广告。广告内容包括城市形象推广、地方整体旅游形象、政府公益类广告等	2013年9月1日至2018年8月31日
2	重庆榆宗广告传媒有限公司	重庆榆宗代理非金国性投放的重庆本地广告客户提供每天4小时的广告播放时间	2013年1月1日至2016年6月30日
3	江苏苏酒实业股份有限公司	为江苏苏酒发布广告，发布内容为天之蓝、梦之蓝、绵柔等	2011年8月1日至2014年7月31日
4	青岛奥海悦智广告传媒有限公司	授权青岛奥海为青岛市香港中路、高雄路交叉处LED显示屏在青岛地区的广告业务代理	2013年9月1日至2017年8月31日
5	上海朗蕴广告有限公司	授权上海朗蕴使用香榭丽拥有广告经营权的三块LED显示屏发布花旗银行品牌广告	2013年7月22日至2013年11月10日
6	上海意宁广告有限公司	授权上海意宁通过香榭丽拥有广告经营权的LED显示屏发布普利司通轮胎广告	投放时间最晚不得超过2013年12月31日

公司部分客户为4A广告公司及其他广告代理公司，一般以单笔广告业务通过订单的方式与公司约定合作，因此无大额的持续执行合同。

(五)主要产品的原材料和能源供应情况

1.主要采购项目

香榭丽传媒的主要采购项目包括阵地租赁、代理媒体购买和用于LED屏幕建设及维修的屏体、硬件系统、软件系统等设备。

2.对主要供应商采购情况

①2013年1-6月前5名供应商情况

单位:万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	824.69	13.63%
2	上海意海堂文化传播有限公司	阵地租赁	646.45	10.68%
3	广州市星辰广告发展有限公司	阵地租赁	322.15	5.32%
4	重庆唐码传媒有限公司	阵地租赁	290.47	4.80%
5	壹时代传媒(成都)有限公司	阵地租赁	287.65	4.75%
	合计		2,371.41	31.85%

②2012年前5名供应商情况

单位:万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	1,500.00	12.13%
2	上海意海堂文化传播有限公司	阵地租赁	1,350.00	10.92%
3	广州市星辰广告发展有限公司	阵地租赁	638.56	5.16%
4	重庆唐码传媒有限公司	阵地租赁	516.30	4.17%
5	上海三思科技发展有限公司	LED设备	481.80	3.90%
	合计		4,486.66	31.66%

③2011年前5名供应商情况

单位:万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	深圳三井高科技股份有限公司	LED设备	1,420.53	16.39%
2	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	875.00	10.09%
3	北京国瑞兴业商业管理有限公司	阵地租赁	389.60	4.49%
4	壹时代传媒(成都)有限公司	阵地租赁	378.33	4.36%
5	北京凯德置茂西直门房地产经营管理有限公司	阵地租赁	180.00	2.08%
	合计		3,243.45	22.37%

报告期内，香榭丽不存在单个供应商采购比例超过营业成本50%的情况。香榭丽的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及5%以上股份的股东与前五大供应商无任何关联关系。

(六)技术研发情况

随着户外LED大屏幕媒体的不断发展与成熟，广告主对于这一媒体形式的传播效果也有了新的要求。从户外LED广告运营商的角度来看，网络化、互动化的传播是近年来的一个重要趋势。因此，对于新媒体技术、互动技术的运用，创新机遇家也成为了香榭丽传媒的一个重要战略。

香榭丽传媒积极研发多项互动技术，并率先在行业内尝试新技术的运用，借助人屏互动、手机终端与大屏幕互动等方式，开启了户外媒体双向传播时代。例如上海地铁、广州、新疆林机建立的新媒体平台资源合互动营销等，引领户外LED大屏媒体行业进入互动营销时代。

利用技术创新，香榭丽传媒还将技术与业务进行了内在的融合，并形成了以其传播、现场直播、微博互动、AR增强现实互动、双屏及多屏联动传播等。这些传播方式已经被运用在多个案例当中，并且获得了良好的效果，得到了客户的肯定认可。

例如，通过对互动技术的运用，户外LED大屏幕可以与电视媒体或者现场直播相结合，在城市核心地理位置最大范围的带动客户提升影响，包括传播网站在客户日标消费者群体分析基础上，通过互动传播，实现与消费者之间高频次的沟通，激发消费者的购买欲望，此外，利用微博互动、AR增强现实技术，香榭丽传媒可以为客户的现场活动助力，让人屏互动的优质体验融入线下实体活动中，吸引消费者的注意力。

香榭丽传媒户外ＬＥＤ大屏所用新技术介绍

概念名称	简介	案例
微博互动上墙	大型互动媒体平台，结合专业团队，为商家量身定做微博互动墙，实现手机移动、媒体终端与广告牌大屏幕互动，让您与客户的非屏距离，拉近与您客户的心灵。	案例：飞利浦“失爱女郎”贴图活动
人屏座实时互动	通过LED大屏幕人屏座实时，让广告客户参与互动活动，在广告牌上展示参与者的照片，模拟广告现实与虚拟世界交融，提供与人屏座实时互动，实现天眼感知全网。	案例：，北京国际汽车展览会
手机终端互动	从户外LED大屏幕媒体到手机平台，通过红外模拟器，利用手机蓝牙和模拟器，让使用者可以随时随地参与互动，在手机上模拟出来的虚拟物品，直接发送到大屏幕媒体上，实现一对一的互动，形成一个完整的互动闭环。	案例：红牛手机互动
指定时段播出	不同时段为客户播放指定广告，播放红外模拟器，实现广告牌与手机的互动。	案例：2011年7月29－8月28日（北京 00:30-02:30）
地点邀请新作品	在国外市场，通过手机与LED大屏幕媒体的互动，为客户提供一个展示自己作品的平台，同时为广告主提供一个与客户沟通的机会。	案例：日本伊势丹百货店手机互动广告
手机互动	通过手机与LED大屏幕媒体的互动，为广告主提供一个与客户沟通的机会，例如：“百年来，不断地创新”广告，发送一个手机与LED大屏幕媒体的互动，不仅能吸引客户的注意力，同时也能为广告主提供一个与客户沟通的机会。	

(七)香榭丽传媒业务流程和主要经营模式

1.业务流程

香榭丽传媒的业务流程如下：

A.媒体资源开发阶段

本阶段工作是户外LED媒体资源市场情况进行分析，根据公司战略部署寻找合适的户外媒体阵地，进行各地媒体阵地价格谈判和采购，储备优质点位。

B.业务接洽阶段

本阶段工作主要是与潜在客户确立合作意向阶段，香榭丽传媒对客户实行主拜访管理，销售人员遵循注册制的管理方式，将有合作意向客户信息填写在注册单上，并提交后，若需要策划提案，将由市场部负责制作。在与客户达成签约合作意向后，销售人员填写合同申请表并提交给公司审批。

C.签订合作协议

客户和香榭丽传媒就媒体投放点位、投放方式、内容创意和报价等因素达成一致后，双方签署合同，确立合作关系。

D.广告作品制作阶段

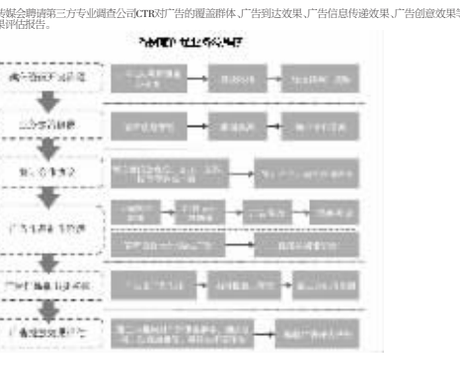
本阶段主要工作是根据客户的要求设计制作广告片，设计制作的广告片如要修改，需以客户书面或邮件内容为依据，广告片的最终版本也需要由客户书面或邮件确认。如果由客户自行设计、制作广告画面的，则直接进入播出阶段。

E.广告作品播出及监控

播出技术运营部负责广告播出的上下时安排和对接，并对播出情况进行记录和实时监控管理。播出专员每周核对设备自动生成的播放清单以确保播放质量，并编制播出报告。香榭丽传媒还邀请和客户共同认可的第三方公司对播出状况进行监测。

F.广告投放效果评估

广告投放完成后，香榭丽传媒会聘请第三方专业调查公司CTR对广告的覆盖群体、广告到达效果、广告信息传递效果、广告创意效果等指标进行评估，并编制广告投放效果评估报告。



2.主要经营模式

①采购模式

(二)香榭丽传媒业务流程图

(三)香榭丽传媒主要经营模式

1.销售收入构成情况

最近两年一期香榭丽主营业务按业务构成分类如下：

单位:万元,%

项目	2013年1-6月		2012年		2011年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告收入	11,644.69	100.00%	23,993.43	100.00%	17,433.69	100.00%
合计	11,644.69	100.00%	23,993.43	100.00%	17,433.69	100.00%

2.公司产品的主要消费群体及消费市场

公司产品的主要消费群体为汽车、酒类、食品饮料、数码家电、化妆品、金融保险等行业内的广告主以及国际4A广告公司和国内广告公司等渠道客户。公司产品销售市场方面，主要集中于国内一二线城市，如上海、北京、广州等，随着公司业务的不断扩张和新媒体的战略性布局，公司在二四线城市的市场渗透率稳步提高。

3.香榭丽主要客户情况

①2013年1-6月前5名客户情况

单位:万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	凯帝珂广告(上海)有限公司	1,289.76	11.08%
2	北京华艺孤泰文化有限公司	1,206.24	10.36%
3	凯伦广告传媒(北京)有限公司	985.30	8.46%
4	上海东方新力文化传播有限公司	851.45	7.31%
5	上海都州广告有限公司	707.41	6.07%
	合计	5,040.16	43.28%

②2012年前5名客户情况

单位:万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	重庆榆宗广告传媒有限公司	2,277.37	9.49%
2	凯帝珂广告(上海)有限公司	1,558.92	6.50%
3	广西金拇指科技有限公司	1,320.49	5.50%
4	上海中路(集团)有限公司	1,242.44	5.18%
5	上海汉文广告有限公司	996.68	4.15%
	合计	7,396.90	30.83%

③2011年前5名客户情况

单位:万元

序号	客户名称	销售金额	收入占比
1	重庆榆宗广告传媒有限公司	1,940.72	11.13%
2	上海集思堂广告有限公司	1,275.23	7.31%
3	上海汉文广告有限公司	1,213.52	6.96%
4	凯伦广告传媒(北京)有限公司	1,176.06	6.75%
5	重庆唐码传媒有限公司	998.81	5.73%
	合计	6,604.33	37.88%

报告期内，香榭丽传媒不存在单个客户销售比例超过营业收入50%的情况。香榭丽传媒的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及5%以上股份的股东与前五大客户无任何关联关系。

4.重大销售合同

截至本报告书签署，香榭丽正在执行的重大销售合同（金额100万元以上或对业务有重大影响）见下表：

序号	客户名称	合作内容	合作期限
1	北京新速通使用香榭丽拥有广告经营权的21块LED显示屏发布广告。广告内容包括城市形象推广、地方整体旅游形象、政府公益类广告等	授权北京新速通使用香榭丽拥有广告经营权的21块LED显示屏发布广告。广告内容包括城市形象推广、地方整体旅游形象、政府公益类广告等	2013年9月1日至2018年8月31日
2	重庆榆宗广告传媒有限公司	重庆榆宗代理非金国性投放的重庆本地广告客户提供每天4小时的广告播放时间	2013年1月1日至2016年6月30日
3	江苏苏酒实业股份有限公司	为江苏苏酒发布广告，发布内容为天之蓝、梦之蓝、绵柔等	2011年8月1日至2014年7月31日
4	青岛奥海悦智广告传媒有限公司	授权青岛奥海为青岛市香港中路、高雄路交叉处LED显示屏在青岛地区的广告业务代理	2013年9月1日至2017年8月31日
5	上海朗蕴广告有限公司	授权上海朗蕴使用香榭丽拥有广告经营权的三块LED显示屏发布花旗银行品牌广告	2013年7月22日至2013年11月10日
6	上海意宁广告有限公司	授权上海意宁通过香榭丽拥有广告经营权的LED显示屏发布普利司通轮胎广告	投放时间最晚不得超过2013年12月31日

公司部分客户为4A广告公司及其他广告代理公司，一般以单笔广告业务通过订单的方式与公司约定合作，因此无大额的持续执行合同。

(五)主要产品的原材料和能源供应情况

1.主要采购项目

香榭丽传媒的主要采购项目包括阵地租赁、代理媒体购买和用于LED屏幕建设及维修的屏体、硬件系统、软件系统等设备。

2.对主要供应商采购情况

①2013年1-6月前5名供应商情况

单位:万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	824.69	13.63%
2	上海意海堂文化传播有限公司	阵地租赁	646.45	10.68%
3	广州市星辰广告发展有限公司	阵地租赁	322.15	5.32%
4	重庆唐码传媒有限公司	阵地租赁	290.47	4.80%
5	壹时代传媒(成都)有限公司	阵地租赁	287.65	4.75%
	合计		2,371.41	31.85%

②2012年前5名供应商情况

单位:万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	1,500.00	12.13%
2	上海意海堂文化传播有限公司	阵地租赁	1,350.00	10.92%
3	广州市星辰广告发展有限公司	阵地租赁	638.56	5.16%
4	重庆唐码传媒有限公司	阵地租赁	516.30	4.17%
5	上海三思科技发展有限公司	LED设备	481.80	3.90%
	合计		4,486.66	31.66%

③2011年前5名供应商情况

单位:万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占成本比例
1	深圳三井高科技股份有限公司	LED设备	1,420.53	16.39%
2	北京蓝天新视野传媒广告有限公司	阵地租赁	875.00	10.09%
3	北京国瑞兴业商业管理有限公司	阵地租赁	389.60	4.49%
4	壹时代传媒(成都)有限公司	阵地租赁	378.33	4.36%
5	北京凯德置茂西直门房地产经营管理有限公司	阵地租赁	180.00	2.08%
	合计		3,243.45	22.37%

报告期内，香榭丽不存在单个供应商采购比例超过营业成本50%的情况。香榭丽的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及5%以上股份的股东与前五大供应商无任何关联关系。

(六)技术研发情况

随着户外LED大屏幕媒体的不断发展与成熟，广告主对于这一媒体形式的传播效果也有了新的要求。从户外LED广告运营商的角度来看，网络化、互动化的传播是近年来的一个重要趋势。因此，对于新媒体技术、互动技术的运用，创新机遇家也成为了香榭丽传媒的一个重要战略。

香榭丽传媒积极研发多项互动技术，并率先在行业内尝试新技术的运用，借助人屏互动、手机终端与大屏幕互动等方式，开启了户外媒体双向传播时代。例如上海地铁、广州、新疆林机建立的新媒体平台资源合互动营销等，引领户外LED大屏媒体行业进入互动营销时代。

利用技术创新，香榭丽传媒还将技术与业务进行了内在的融合，并形成了以其传播、现场直播、微博互动、AR增强现实互动、双屏及多屏联动传播等。这些传播方式已经被运用在多个案例当中，并且获得了良好的效果，得到了客户的肯定认可。

例如，通过对互动技术的运用，户外LED大屏幕可以与电视媒体或者现场直播相结合，在城市核心地理位置最大范围的带动客户提升影响，包括传播网站在客户目标消费者群体分析基础上，通过互动传播，实现与消费者之间高频次的沟通，激发消费者的购买欲望，此外，利用微博互动、AR增强现实技术，香榭丽传媒可以为客户的现场活动助力，让人屏互动的优质体验融入线下实体活动中，吸引消费者的注意力。

香榭丽传媒户外ＬＥＤ大屏所用新技术介绍

概念名称	简介	案例
微博互动上墙	大型互动媒体平台，结合专业团队，为商家量身定做微博互动墙，实现手机移动、媒体终端与广告牌大屏幕互动，让您与客户的非屏距离，拉近与您客户的心灵。	案例：飞利浦“失爱女郎”贴图活动
人屏座实时互动	通过LED大屏幕人屏座实时，让广告客户参与互动活动，在广告牌上展示参与者的照片，模拟广告现实与虚拟世界交融，提供与人屏座实时互动，实现天眼感知全网。	案例：，北京国际汽车展览会
手机终端互动	从户外LED大屏幕媒体到手机平台，通过红外模拟器，利用手机蓝牙和模拟器，让使用者可以随时随地参与互动，在手机上模拟出来的虚拟物品，直接发送到大屏幕媒体上，实现一对一的互动，形成一个完整的互动闭环。	案例：红牛手机互动
指定时段播出	不同时段为客户播放指定广告，播放红外模拟器，实现广告牌与手机的互动。	案例：2011年7月29－8月28日（北京 00:30-02:30）
地点邀请新作品	在国外市场，通过手机与LED大屏幕媒体的互动，为客户提供一个展示自己作品的平台，同时为广告主提供一个与客户沟通的机会。	案例：日本伊势丹百货店手机互动广告
手机互动	通过手机与LED大屏幕媒体的互动，为广告主提供一个与客户沟通的机会，例如：“百年来，不断地创新”广告，发送一个手机与LED大屏幕媒体的互动，不仅能吸引客户的注意力，同时也能为广告主提供一个与客户沟通的机会。	

(七)香榭丽传媒业务流程图

(八)募集资金运用

1.本次募集资金投资项目概况

本次募集资金扣除发行费用后将用于户外LED大屏媒体资源的开发、建设、运营及市场推广等，其中：

①户外LED大屏媒体资源开发项目

本项目拟在广州、上海、北京、成都、重庆、武汉、沈阳、长沙、郑州、西安、天津、济南、青岛、宁波、合肥、福州、厦门、南京、苏州、无锡、大连、宁波、温州、佛山、东莞、中山、珠海、惠州、烟台、潍坊、泉州、莆田、南宁、昆明、贵阳、乌鲁木齐、兰州、银川、西宁、拉萨、海口、三亚、呼和浩特、哈尔滨、长春、石家庄、太原、郑州、合肥、南昌、武汉、长沙、成都、重庆、西安、兰州、西宁、银川、乌鲁木齐、呼和浩特、哈尔滨、长春、沈阳、大连、济南、青岛、宁波、温州、佛山、东莞、中山、珠海、惠州、烟台、潍坊、泉州、莆田、南宁、昆明、贵阳、拉萨、海口、三亚、福州、厦门、南京、苏州、无锡、宁波、合肥、石家庄、太原、郑州