



时尚传媒集团
TRENDS MEDIA GROUP

地址：中国北京朝阳区光华路9号
时尚大厦24层《时尚先生》杂志社
Add:24/F,Trends Building,9th Guanghua Road
Chaoyang District Beijing China 100020
TEL:86-10-65872587
FAX:86-10-65872598
www.esquire.trends.com.cn





MAN AT HIS BEST

时尚先生
Esquire

时尚造就先生 · 先生定义时尚



国际最受人尊敬的男性杂志

Esquire 始创于 1933 年,至今有 80 多年历史;隶属于美国赫斯特传媒集团,全球有 20 多个版本;是世界上最为著名的男性杂志,在全球拥有广泛而崇高的声誉。



中国男性时尚的引领者

时尚先生是中国最早的男性杂志,作为时尚传媒集团的旗舰男刊,是中国男性杂志的标杆,提供最丰富的时尚资讯、最精致的生活体验,是中国时尚最有资格的定义者。

结识一本有价值的杂志

在各种小说的前言和注解中,《Esquire》这本杂志经常出现,比如菲茨杰拉德^[1]的短篇小说集中会注明:这篇小说最早发表于Esquire杂志中。而Esquire的中文译名有的叫《老爷》,或者《君子》,以及今天最为响亮的《时尚先生》。

这本杂志之所以伟大,是因为从1933年创刊发表了海明威^[2]和菲茨杰拉德的小说之后,此后近80年,它一直都是美国优秀作家发表作品的舞台。它的作者名录几乎是一个美国文学名人录。当然,它的封面人物更是一本美国乃至世界名人录。更别提乔治·路易斯^[3]曾经为它制作过的那些精妙的封面,比如那张著名的拳王阿里^[4]受难图。

在1960年代,《Esquire》又成为新新闻运动的旗舰。这种发表优秀文学作品和优秀非虚构作品的传统,一直延续到今天。《Esquire》一直是美国国家杂志奖最佳特写奖、最佳封面设计等奖项的热门人选。正因为如此,这本杂志拥有一大批拥趸,美国

前总统克林顿^[5]就曾公开号称自己是杂志最忠实的读者。

满载《Esquire》辉煌的故事,《时尚先生》是它中国的标签。它描述成熟男性的理想、兴趣、好奇心以及生活热情。它关心创造力和拥有创造力的人;关心有价值的生活方式和生活家;关心趣味和有趣味的人;关心潮流和潮流的缔造者与引领者。它的内容涵盖生活方式、时装、商业、文化、物质、消费等男士生活的方方面面,是中国最成功也最具影响力的精英男性杂志。

《时尚先生》一直注重提供高品质的内容。它和最好的作家、记者、摄影师、模特和艺术家合作,以照片、报道、访问等形式呈现出一个精英男性所关心的世界,带给读者阅读享受与价值收获。这本杂志里所有的东西都是高品质的,好的衣服、好的写作、好的艺术、好的照片、好的专栏。它引领时尚,关心一切领时代潮流和开风气之先的人与事;它推崇先生,致力于宣扬和推广君子式的价值观。

GET TO KNOW A VALUABLE MAGAZINE

Trends Esquire, magazine with American Esquire copyright, has been making frequent appearances in prefaces and annotations of diversified novels. For example, in the Short Stories of F. Scott Fitzgerald^[1] it is indicated that the novel was originally published in Esquire Magazine. Esquire has been given many Chinese names such as *Lao Ye*, *Jun Zi* and, the best known presently, *Trends Esquire*.

The magazine marks grandeur is because Esquire has been serving as a publication stage for the most celebrated writers of the US since it started publication in 1933, including releasing novels by Hemingway^[2] and Fitzgerald. The magazine yields an author list that is almost a Who's Who of American Literature. People appearing on its cover are also among the most notable in America, for example those exquisite covers designed by George Lois^[3], especially the famous photograph of boxing champion Mohammed Ali^[4].

Esquire also led the New Journalism Movement in the 1960s. With a tradition of publishing fine works of literature and high quality fiction continuing in a ceaseless journey to today, Esquire has represented as the popular candidate in the National Magazine Award, Feature Writing Award and others. It attracts a wide range of audiences, including America's former president Mr. Clinton^[5].

Carrying glorious stories of Esquire, Esquire labels its Chinese version *Trends Esquire*. It talks about mature men's ambitions, their interests, curiosity and passion about life. It focuses on creativity and creative people, on valuable life style and people living an elegant life and also on trends and the ones who lead them. It covers life style, fashion, business, culture, materials and consumption of men's life, and is known as the most influential magazine in the world of elites.

Trends Esquire always provides high quality contents. We work with the most famous writers, journalists, photographers, models and artists from all over the world, to introduce all the interesting things to our elite readers through our photos, feature stories and interviews. From clothing to articles, from art works to photographs, we only present the best. Trends Esquire concentrates on innovative and avant-garde topics and spreads noble values.



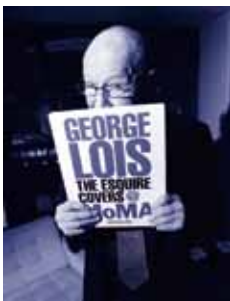
1 Francis Fitzgerald
菲茨杰拉德

写出《了不起的盖茨比》的菲茨杰拉德,他许多短篇小说最早都发表于Esquire杂志



2 Ernest Hemingway
海明威

自1933年Esquire创刊后,海明威经常为Esquire撰写文章



3 George Lois
乔治·路易斯

从1962年到1972年,艺术创意大师乔治·路易斯为Esquire一共设计了92个封面,这些封面影响了美国整个60年代



4 Muhammad Ali
拳王阿里封面

因反对越战的拳王阿里被保释出狱后,他这张万箭穿心的受难者形象成为Esquire著名的经典封面



5 Bill Clinton
克林顿

美国前总统克林顿不仅多次登上Esquire封面,并且他还公开号称自己是Esquire杂志最忠实的读者



MAN AT HIS BEST

MaHB 男人品质

LIFESTYLE

物质与生活方式

STYLE

时装版块

COVER PEOPLE

封面人物

WOMEN WE LOVE

女人版块

FEATURE & PROFILE

专题报道与特稿





MAN AT HIS BEST

男人品质

短小精悍,却包罗万千;为一名男性提供本月所需要知道和了解的一切,无论是一场国际大选、一部电影、一本书、一条领带还是一瓶酒。该栏目具备三个特征:大信息量、服务性、娱乐性,是碎片化阅读时代有趣又有料的内容。



FOOD & DRINK

美食美酒

EAT LIKE A MAN,我们介绍好的餐厅与菜品,甚至教会男人如何自己下厨做出美味;我们告诉男人如何选酒、品酒,甚至自己酿酒。总之,我们让先生成为懂得美食与美酒的高手。



TRAVEL

旅行

旅行让人生变得更为广阔。我们精心策划的旅行专题,带给读者不一样的视野与体验。从航空、酒店、餐厅、目的地,到当地的文化和生活,我们提供最独特的解读。

HEALTH

健康

我们关注关于男性身体的一切,告诉男人们最容易被忽略的健康知识,介绍简单实用并且有效的健身计划与运动方式,让先生拥有好的身材与力量。



FEATURE

专题报道

文学性报道和优美写作,是 Esquire 自 1933 年创刊以来的传统。它营造一种“有所收获的阅读体验”,包括人物特写、特稿、思想领袖与领导者访问,以及我们约请的专栏。



STYLE

时装

不仅仅是最新的潮流资讯,更是对精英男性有实用价值的着装指南。与国内外最顶尖的摄影师、造型师及模特合作,一起打造最具美感的时装大片、静物大片及搭配大片。



WATCH

腕表

最精密的腕上器物, 令男人们深深着迷。我们关注业内最新的设计、材质与技术, 为读者提供有价值的资讯, 并以创意视觉呈现腕表静物大片。

DIGITAL

数码

相机、手机、电视、笔记本、平板电脑、可穿戴装备, 我们网罗全球一切最新最酷最好玩的数码产品。科技与网络不仅改变着我们的未来, 更重要的是这些装备让我们的生活变得更智能与时髦。



GROOMING

美容

从须发、肤色, 以及日常使用的香氛, 我们都予以全身心的关注, 告诉我们的读者如何更好地修饰自己。



WOMEN WE LOVE

女人

这是我们爱的女人。她们不仅拥有美貌与身材, 更充满智慧与趣味, 我们确实有意让女性穿着性感, 但与此同时, 我们也传达一种信息: 她们是被尊敬的人。



CAR

汽车

对于先生而言, 汽车绝不仅仅是一台冰冷的机器, 它是伙伴、玩物, 更是一种生活方式与潮流文化。我们既提供最新的汽车资讯和专业知识, 更带领读者一起体验令人激动的汽车驾驶体验和乐趣。



COVER PEOPLE

封面人物

Esquire 的封面人物和封面创意一直是整个杂志界关注的焦点。封面人物除了人们熟知的演艺名人, 同时也会出现商界、文化及体育等领域的精英人物。从人物肖像拍摄到访谈文章, 我们都提供更独特的阅读体验。

读者消费倾向:追求时尚高品质生活的高敏感度群体 Consumers: leading a life of high quality and sensitive for high fashion

平均每年购买**服装**支出

RMB **16,347**
Average annual expenditure for purchasing clothing

平均每年购买**香水及护肤产品**支出

RMB **3,165**
Average annual expenditure for purchasing perfume and skin care products

平均购买**汽车**价格

RMB **227,277**
Average purchase price for automobile

平均每月**刷卡消费**的金额

RMB **3,213**
Average purchase price for house

平均购买**手表**价格

RMB **22,655**
Average purchase price for wrist watch

平均每年购买**数码产品**支出

RMB **15,444**
Average annual expenditure for purchasing digital products

平均每年在**健身**上支出

RMB **4,013**
Average annual expenditure for fitness

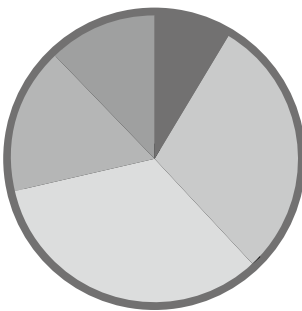
平均每年在**旅游**上的支出

RMB **25,438**
Average annual expenditure for travel

平均**高档酒**(500ml)饮用上的支出

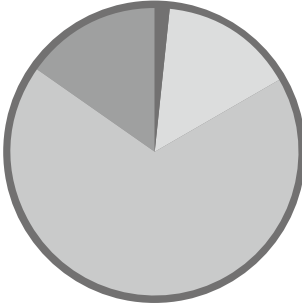
RMB **829**
Average annual expenditure for Wine

《时尚先生》读者年龄构成
age rate



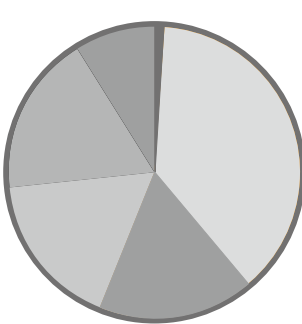
■ 18-24岁	7.7%
■ 25-29岁	29.8%
■ 30-34岁	27.8%
■ 35-39岁	21.8%
■ 40岁以上	12.9%

《时尚先生》读者教育程度
Education



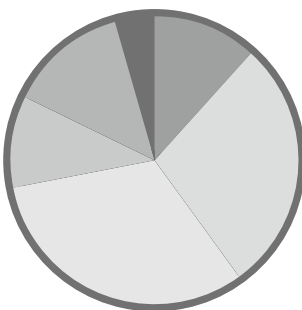
■ 高中及以下	3.6%
■ 大专	16.8%
■ 大学本科	66.5%
■ 硕士及以上	13.1%

《时尚先生》读者个人年收入
Personal Monthly Income



■ 10万元以下	21.2%
■ 10-20万元	42.3%
■ 20-30万元	13.2%
■ 30-50万元	13.7%
■ 50-80万元	6.7%
■ 80万元以上	2.0%

《时尚先生》读者的职位状况
occupation rate



■ 政府机关领导	10.6%
■ 专业人士	24.3%
■ 企业管理者	36.8%
■ 企业职员	10.8%
■ 企业主/私营业主	14.3%
■ 其他	3.2%

* 数据来源: 新生代市场监测机构

14.7%

女性读者所占比例



85.3%

男性读者所占比例

Esquire

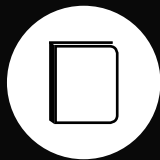
PRODUCT GROUP

时尚先生全方位产品群



MAGAZINE 杂志

每月提供最丰富的时尚资讯、最独特的生活体验,以及最具深度的专题报道。



THE BIG BLACK BOOK 黑皮书

一本专为高端男士打造的风格书。一年四册,分别为春夏时装、表、车、秋冬时装版。



WEBSITE 网站

为先生们提供即时全面的一站式服务,简洁直观的版面,网罗全球男性时尚资讯。



ESQUIRE TV 视频节目

每周推出的网络精品视频节目,由国内专业的团队原创制造,多平台广泛传播。



APP 私享家

移动时尚社区型应用,潮人私享生活全记录工具,生活中不可或缺“私人搭配顾问”。



EVENTS 大型活动

时尚先生自有品牌大型活动与特别企划的年度主题活动,发出最有力的市场声音。



MOVIE 电影

自主投资或联合拍摄制作,通过影片植入、明星资源和院线活动等推广电影。



CREATIVE 文创产品

结合 Esquire 品牌属性和受众群体喜好,设计推出创意与品质兼备的系列时尚文化产品。



时尚先生杂志iPad版

RMB 12.00/期
一年12期 每月16日发布



黑皮书iPad版

RMB 18.00/期
一年4期 按季推出

690,000

(截止2014年11月)

书架下载量

450,000

每月刊平均下载量

100,000

书架日启动次数

8分12秒

平均停留时长

DIGITAL MAGAZINE

杂志 / 黑皮书 iPad 版

全年12期《时尚先生 Esquire》杂志及每年4本《黑皮书 THE BIG BLACK BOOK》均推出 iPad 版,专为平板设备阅读量身打造,多次登顶 AppStore 下载榜首。作为纸刊杂志的延续与补充, iPad 版杂志延续一贯的高品质内容,精选杂志 80% ~ 90% 内容,每月与纸刊同步发行。同时加入全球顶尖团队采编的互动内容,指尖交互更加丰富,重新定义先生阅读方式,更从容,更生动,更视觉,更品质。

下载只需30秒 开启你崭新的阅读时刻



Available on the
App Store



ESQUIRE.COM.CN

时尚先生网

为先生们提供即时全面的一站式服务,简洁直观的版面,网罗全球男性时尚资讯。作为中国第一时尚男士垂直网站,《Esquire 时尚先生网》引领中国男性时尚生活品位,每日提供着装理容、名车名表、美食旅行、数码科技等各方资讯,关注男士全方位生活,倡导健康优雅的生活消费方式。

全站月PV
26,000,000

首页月PV
800,000

全站月UV/IP
1,090,000

<http://www.esquire.com.cn>

WATCH
腕表

CAR
汽车

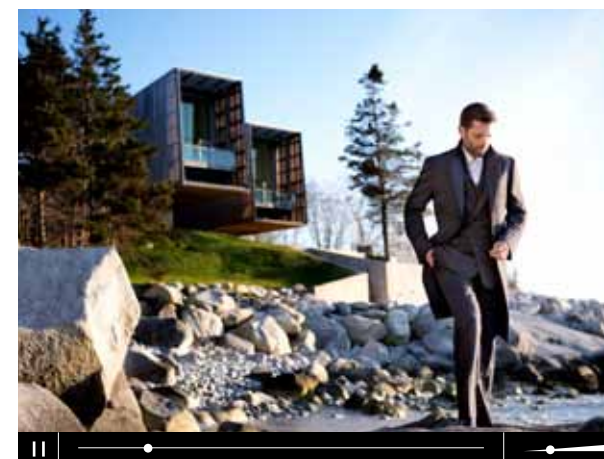
GROOMING
美容

ESQUIRE CLUB
俱乐部

ESQUIRE TV | HEALTH
健康

WOMAN
女人

FEATURE
专题
STYLE
风格日记



ESQUIRE TV

视频节目

每周推出的网络精品视频节目,由国内专业的团队原创制造,在爱奇艺、时尚先生网、时尚先生微信等网站及社交媒体平台广泛传播。

视频内容包括人物访谈、专题策划、杂志拍摄花絮、活动报道、时装现场、汽车试驾、主题旅行、户外运动等生活方式栏目。

Esquire TV 品牌合作方式多样化,包括栏目冠名、品牌或产品植入、特别主题策划联合拍摄制作等。

Esquire TV



除常规的Esquire TV栏目内容之外,时尚先生同时与国内外导演、制作人跨界合作,联合推出网络自制剧、纪录片等。2014年,时尚先生与田朴珺共同打造《谢谢你,纽约》,引起巨大关注和话题度。2015年,时尚先生将继续推出城市系列自制纪录片,以及脱口秀等网络节目,打造多样化视频产品。



ESKY APP 时尚私享家

移动时尚社区型应用,定位于追求生活品质、崇尚生活美学的 80-90 人群。
中国第一个专业时装编辑与潮客互动的服装搭配社区,《时尚私享家》既有最新的即时专题和单品推荐,同时也有达人秀场和热辣点评,是融合媒体属性和社交功能的时尚应用。作为潮人私享生活全记录工具,《时尚私享家》透过时尚解构生活,满足用户新鲜、个性、多元化的追求及表达,正逐步成为潮流生活中不可或缺的“私人搭配顾问”。



功能亮点

- ① 专业穿搭点评**
时装编辑全方位、多角度互动解读您的私享 Style
- ② 智能穿搭推荐**
记录并解析您的时尚 DNA,量身打造私人穿衣方案
- ③ 独门潮流秘籍**
时髦单品集,前沿大片,挖掘当今最 IN 流行元素
- ④ 分享自我潮搭**
秀出专属时尚态度,发现并关注品味相近的人

媒体产品

广告形式

周期

标准报价 (RMB)



Esquire时尚先生网

网站打开插入式广告	天	200,000
首页焦点图上导航栏下,全屏半缩放	天	150,000
首页焦点图上导航栏下,半屏半缩放	天	120,000
首页焦点图轮播 1/6	天	100,000
首页左侧上第一广告位	天	60,000
各一级频道左侧上	天	50,000
各一级频道左侧中	天	40,000
专题频道常规内容列表页,固定专题入口	期	20,000
专题制作	期	150,000
首页中部右侧Esquire TV推广位	天	30,000
Esquire TV频道页 焦点广告位	天	30,000
Esquire TV频道页左侧上第一广告位	天	20,000
WAP版首页通栏	天	50,000



Esquire TV

内容植入 (按期)	期	600,000
书架焦点广告页 1/4	天	100,000
主刊封面后目录1前第1广告位	月/期	450,000
主刊封面后目录1前第2广告位	月/期	400,000
主刊封面后目录1前第3广告位	月/期	350,000
主刊封面后目录1前第4-8广告位	月/期	300,000
主刊目录2前广告位	月/期	200,000
主刊目录3前广告位	月/期	200,000
黑皮书封面后目录前第1广告位	月/期	450,000
黑皮书封面后目录前第2广告位	月/期	400,000
黑皮书封面后目录前第3广告位	月/期	350,000
黑皮书封面后目录前第4-8广告位	月/期	300,000
互动广告及软文制作	次	200,000
内置视频	次	100,000



Esquire iPad杂志

Loading Page广告页	天	100,000
焦点图轮播 1/5	天	100,000
秘籍频道软性内容植入	条	80,000
秀场活动结合	次	200,000



Esquire
时尚私享家APP

2015 时尚先生年度市场活动计划

JAN

1-3月

原创英伦文化巡展

MAR

3月

互联网纪录片
《谢谢你,伦敦》

APR

4-5月

时尚先生公益骑行

MAY

5月

电影《无间西东》

JUN

6月

电影《闯入者》

JUL

7-9月

MAN POWER
先生力量巡回
演唱会

AUG

8月

时尚先生低碳
环保艺术展

SEP

9月

年度时尚先生
最佳衣着品位评选

SEP

9月

时尚先生成人礼

OCT

10月

EDW 时尚先生
全球最佳设计展

NOV

11月

年度时尚先生
美容大赏

DEC

12月

年度先生盛典
先生下午茶

MAN POWER

先生力量演唱会

由时尚先生强势创立的“MAN POWER先生力量”演唱会品牌，2015年将继续扩张，两场音乐饕餮来袭，采用不同的巨星阵容，并携手主流视频媒体打造全球直播平台。“MAN POWER先生力量”将带来与众不同的视听盛宴，打造无法复制的巨星演唱会！



ESQUIRE MAN AT HIS BEST AWARDS



第十二届年度先生盛典

十一年前，凭借《时尚先生 Esquire》这一杂志品牌在领域内的媒体权威度，我们率先发起了行业精英的评选活动——年度先生盛典，我们邀请行业领袖与编辑部组成评委会，评选涵盖商业、公益、教育、电影、艺术、娱乐等九个领域，是中国最早的媒体奖项，也是中国最具影响力的颁奖盛典。十一年里，我们秉承着高标准评选着代表时代的年度先生，十一年的荣耀让我们见证了中国的发展和成长，这已经远远超越了奖项本身的价值。我们不仅仅引领了行业的发展，也为民众树立了一个个精英榜样。



ART EXHIBITION

时尚先生文化艺术展

艺术类巡展已成为时尚先生2013年开始的固定大型线下活动，时尚先生开启平面媒体主导全国各大高级商圈巡展的先河。将客户诉求与先生的悠久文化相结合，时尚先生也成为众多高端消费品牌的首选。2015年《时尚先生》将开启新的篇章，以创新的方式，践行不变的宗旨和理念，向公众扩散一种勇于担当、正直睿智、积极进取的生活方式。



时尚先生全球最佳设计展
Esquire Design World

ESQUIRE DESIGN WORLD

时尚先生全球最佳设计展

2007年，时尚先生在北京今日美术馆成功发起首届全球最佳设计展。这是《时尚先生》杂志和设计界的奥斯卡奖德国IF奖紧密合作的结果。这是一本权威男性杂志向读者描绘科技精致生活的图景。EDW全球最佳设计展旨在把世界上最富创造性、最有震撼力的设计作品带到中国。这些展品从家居饰品类的花瓶到IT产品类的液晶电视，甚至到汽车等等。

Esquire

CREATIVE



创意策划
ESQUIRE CREATIVE

全方位的品牌服务策略
立体式的整合内容营销

新颖的创意、优质的内容、有影响力的平台，才能促成广泛的品牌传播。时尚先生拥有资深的专业创意策划团队，为品牌打造最具话题度的优质内容，在时尚先生多平台渠道整合营销，最终实现客户品牌与产品的口碑传播。



PRODUCT PROMOTION

产品推介

策划可读性内容，或拍摄创意时尚大片，对产品作直观或类比推介。



SHOOTING

大片拍摄

静物特写、模特演绎、名人时尚大片，以最具视觉冲击力和艺术美感的图片提升品牌和产品美誉度。



INTERVIEW

人物访谈

通过对明星名流、设计师、品牌高层等意见领袖的访谈，对品牌和产品做体验式证言。



SPECIAL ISSUE

定制别册

根据品牌和产品推广需求，策划制作随刊夹带或独立发行的主题别册。



ESQUIRE CAR AWARDS

先生年度汽车大奖

每年年终重磅汽车奖项和栏目，以时尚先生的视角和标准甄选最值得我们关注的年度时尚车型。



ESQUIRE NOTEBOOK

先生记事本

与品牌跨界合作联合推出精美的记事本，成为读者年度最值得期待和收藏的礼物，也是品牌推广的极佳载体。

PRODUCT DESIGN

品牌衍生产品

以时尚先生Esquire品牌特质，推出读者受众群体喜欢的时尚创意衍生产品，获得更大市场影响力和美誉度。

《时尚先生》有完善的发行渠道 It boasts well-developed issuing channels and the number of Trends Esquire issued reached



《时尚先生》2015 年发行量明细表
Esquire Circulation Breakdown

《时尚先生》期发行量达 1,056,900 册
Total Nombre 1,056,900

序号	城市CITY	发行量 CIRCULATION	序号	城市CITY	发行量 CIRCULATION
1	北京BEIJING	266423	21	深圳SHENZHEN	18652
2	上海SHANGHAI	211134	22	济南JINAN	6817
3	广州GUANGZHOU	82343	23	成都CHENGDU	23266
4	重庆CHONGQING	28958	24	贵阳GUIYANG	3465
5	武汉WUHAN	17364	25	青岛QINGDAO	6239
6	南京NANJING	12740	26	昆明KUMING	7871
7	杭州HANGZHOU	23383	27	大连DALIAN	21305
8	天津TIANJIN	14974	28	烟台YANTAI	3224
9	呼和浩特HUHEHAOTE	2885	29	海口HAIKOU	4646
10	郑州ZHENGZHOU	4167	30	西安XI' AN	15710
11	洛阳 LUOYANG	5164	31	苏州SUZHOU	6971
12	太原TAIYUAN	5800	32	西宁XINING	3439
13	哈尔滨HAERBIN	15067	33	无锡WUXI	8679
14	福州FUZHOU	4961	34	南昌NANCHANG	4034
15	长春CHANGCHUN	11716	35	合肥HEFEI	4056
16	厦门XIAMEN	6976	36	兰州LANZHOU	4617
17	沈阳SHENYANG	17398	37	银川YINCHUAN	2597
18	长沙CHANGSHA	15058	38	乌鲁木齐WULUMUQI	4128
19	石家庄SHIJIAZHUANG	6732	39	宁波NINGBO	3558
20	东莞DONGGUAN	4371	40	珠海ZHUHAI	3822
				订阅SUBSCRIPTION	142190



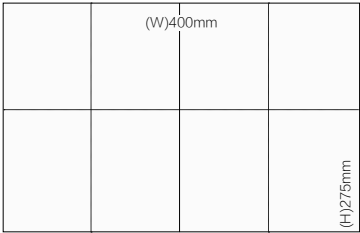


序号	广告形式	FORM OF ADVERTISEMENT	标准报价（RMB）	标准报价（USD）
			Standard quotation（RMB）	Standard quotation（USD）
1	封面折页	Inside folding page of cover	2,167,000	336,000
2	第一跨页	First linked pages	1,304,000	201,000
3	第二跨页	Second linked pages	1,133,000	174,000
4	第三跨页	Third linked pages	966,000	149,000
5	第一服装/手表/汽车/化妆品跨页	First Fashion/Watch/Car/Cosmetic linked pages	1,304,000	201,000
6	第二服装/手表/汽车/化妆品	Second Fashion/Watch/Car/Cosmetic linked pages	1,133,000	174,000
7	第三服装/手表/汽车/化妆品	Third Fashion/Watch/Car/Cosmetic linked pages	966,000	149,000
8	目录开始前跨页	The linked page before contents	832,000	128,000
9	封面介绍页	Cover information	495,000	77,000
10	目录页（专栏前）	Contents page	495,000	77,000
11	Esquire专栏对页	Column page	495,000	77,000
12	目录间跨页	Linked page between contents	787,000	12,000
13	正文开始前跨页	Linked pages before the formal text	744,000	113,000
14	最后跨页	Last linked page	616,000	95,000
15	最后单页	Last single page	341,000	52,000
16	封三跨页	Linked page on inside back cover	682,000	105,000
17	封三	Inside back cover	425,000	65,000
18	封底	Back cover	1,089,000	168,000
19	杂志前1/2部分的全页	Full pages of the first 1/2 of the magazine	347,000	53,000
20	杂志后1/2部分的全页	Full pages of the last 1/2 of the magazine	264,000	40,000
21	杂志前1/2部分的跨页	Linked pages of the first 1/2 of the magazine	641,000	96,000
22	杂志后1/2部分的跨页	Linked pages of the last 1/2 of the magazine	479,000	72,000
23	软文	Adertorial	185,000	28,000
24	半页	Half page	198,000	31,000
25	1/3页	1/3 Page	136,000	21,000
26	信息栏分类广告	Ad. of different categories in the information column	39,000	6,000

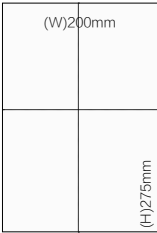
备注
Note

“目录页”为从目录对页至往来之间的总称Note: “Contents page” refers to the part from the “contents” to Esquire专栏对页内容为：Frontpage开篇 This way in前线
指定版位加收20%，特殊形式价格另议。20% extra will be charged over the fixed position, and price for special forms is negotiable.
此价格一经发布即可适用，以前价格不再生效。
The above prices will come into force on publication and the previous prices will not work anymore.
美元计价以当天合同签署日的国家汇率牌价计算。
The price of dollar will be calculated according to the listed exchange rate on the day of the signing of the contract

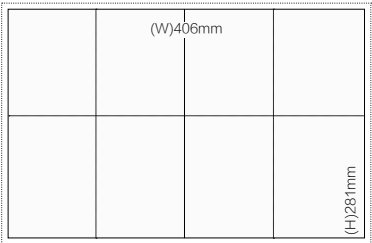
广告尺寸Size of advertisement



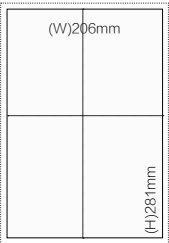
跨页尺寸
Spread Page Net Size
275mm × 400mm



全页尺寸
Full Page Net Size
275mm × 200mm



跨页装订尺寸
Spread Page Size
281mm × 406mm



全页装订尺寸
Full Page Size
281mm × 206mm



广告刊登须知

For how to publish advertisement

编辑部有权根据文章内容需要安排广告版面；

The editor office has the right to design the layout of page according to the contents of articles.

全部广告须经本刊认可，本刊有权拒绝任何广告；

All the advertisements must be accepted by this magazine and the magazine has the right to refuse any advertisement.

广告客户须按中国《广告法》规定交验有关证件；

The clients of advertisement must hand in their identity-proving documents for check as required by Advertisement Law.

广告图文资料若有错误，本刊概不负责。本刊不接受电话改稿，若需改稿，必须提交书面说明；

This magazine shall be responsible for no errors that should appear either in word or picture materials of the advertisements. This magazine accepts no revision of the materials submitted through telephone and any revision must be made through explanation in written form.

在截稿日期之前若没有收到新的广告文字资料，本刊有权重复使用前一期的广告样稿，广告客户必须按原规定价格支付全额广告费；

If no new word information of the advertisement is received by the deadline of accepting word materials of advertisement, this magazine shall have the right to reuse the sample of the advertisement of the previous version and the clients of advertisement shall pay for the fee of advertisement in full by the original price.

如果广告客户或广告公司取消订单的任何一部分，一切原定价格和广告位置将予以作废；

If the clients or company of advertisement cancels any part of the order, the price and the originally fixed space for publishing advertisement shall not be in use any more.

本刊在广告刊出后有权处置广告资料。如需收回该部分资料，广告客户或广告公司必须书面通知本刊，在给予必须关心的前提下，

若广告资料遗失或损坏本刊概不负责；

This magazine shall have the right to dispose the advertisement materials after the advertisement is published. If the materials concerned are to be returned, the client or company of advertisement must notify the magazine in written form and under the condition that necessary care is given to the materials, this magazine shall not be responsible for any loss or damage to the advertisement materials.

广告客户须按本刊要求提供正确尺寸的广告分色片，包括设计版；

The clients of advertisement must provide the separation negatives in the right size and with the correct designing version as required by this magazine.

由于广告客户或其代理者的原因图文资料迟交误期，因此而造成没有时间验证广告印刷样本或其它印刷错误，本刊概不负责。

This magazine shall not be responsible for the insufficient time for verifying the printing sample or other printing mistakes if such occurrences are due to the delay in providing the word or picture materials by the client of the advertisement or its agent.

正刊出刊及截稿日期

The date of publishing and press time

月 份	出刊日期	截稿日期
MONTH	DATE OF PUBLISHING	PRESS TIME
1	2015.01.1	2014.12.5
2	2015.02.1	2015.01.5
3	2015.03.1	2015.02.5
4	2015.04.1	2015.03.5
5	2015.05.1	2015.04.5
6	2015.06.1	2015.05.5
7	2015.07.1	2015.06.5
8	2015.08.1	2015.07.5
9	2015.09.1	2015.08.5
10	2015.10.1	2015.09.5
11	2015.11.1	2015.10.10
12	2015.12.1	2015.11.5