

Esquire

MEDIAKIT

广告刊例

时尚先生  
Esquire

# Esquire

## PRODUCT GROUP

### 时尚先生全方位产品群

作为中国男性杂志第一品牌,时尚先生 ESQUIRE 如今已经打造成 360 度品牌型传媒公司,我们的业务将从杂志和杂志品牌衍生业务,全面转型为以为精准目标用户服务的五大产品业务。

#### 数字媒体 DIGITAL MEDIA

#### 视频节目 VIDEO PROGRAM

#### 精品杂志 MAGZINE

#### 活动传媒 EVENT MEDIA

#### 社交媒体 SOCIAL MEDIA



#### 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 NEW VIDEO 新鲜时尚视频

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。



#### 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。



#### 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。



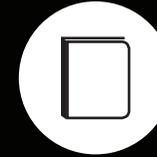
#### APP 私享家

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”。



#### 《时尚先生》 Mini 版

依托微信巨大用户群体,专为移动设备精品阅读量身打造,全新的移动模式更适用于移动设备的多场景阅读,无需下载 App 即读即走。



#### 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,分别为春夏时表、表、车、秋冬时表版。



#### CREATIVE 品牌衍生产品

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。



#### WEIBO 新浪微博

时尚先生 esquire 官方微博拥有 277 万粉丝,在众多男刊微博账号中排名第一,以高端时尚生活方式为定位,形成了微博时尚人群的聚集地。

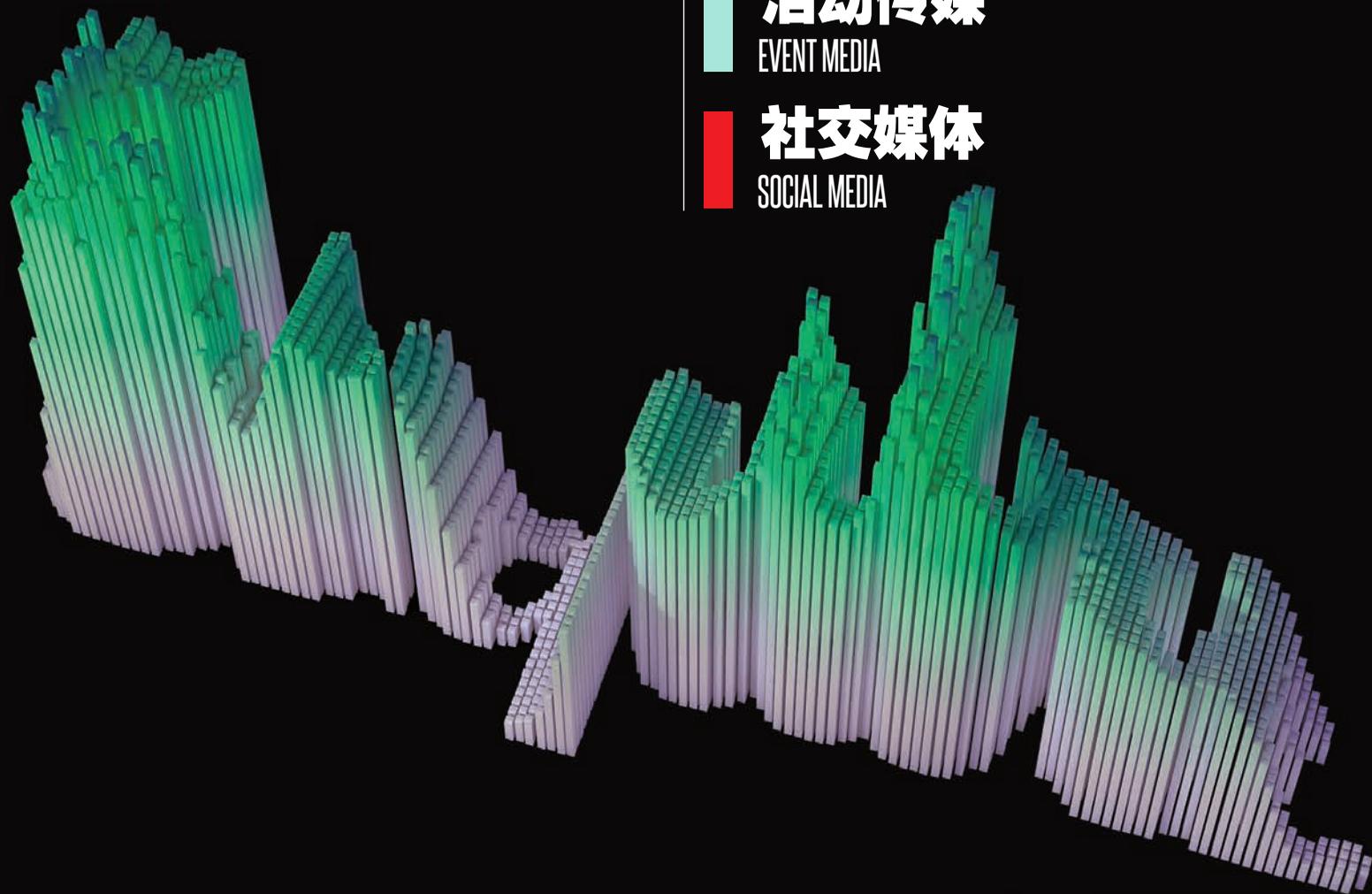


#### WECHAT 微信

时尚先生 esquire 官方微信拥有 30 万粉丝数量,当下最流行的生活方式每天从这里推送给大家,同时,由新鲜时尚出品的精品视频也都将在这里首发。

# 360°

综合型品牌传媒公司,立体式全面品牌传播

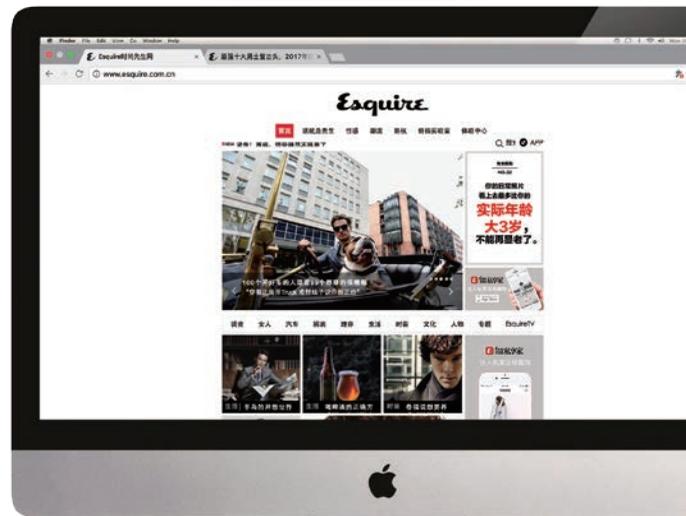




# MAN AT HIS BEST

时尚先生  
Esquire

时尚造就先生 · 先生定义时尚



每月同步更新  
全新上线

更生动,更视觉,更品质  
重新定义先生阅读方式  
时尚先生手机阅读



## ESQUIRE MINI 《时尚先生》Mini 版

作为纸刊杂志的延续与补充,Mini 版杂志延续一贯的高品质内容,精选杂志 30% ~ 40% 的精华内容,每月与纸刊同步发行。同时加入全球顶尖团队打造的互动阅读体验,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。

### 定位

依托微信巨大用户群体,传播灵活、内容精选、形式新颖。精品移动阅读产品的替代品。

### 传播优势

平台优势,基于微信公众号及朋友圈、推送、分享。

### 销售支持

提供新的广告展示出口,支持丰富新颖的新媒体广告形式,文章独立 H5 化。

### 发布频率

月刊,每月中旬发刊。

### 内容量

精选 6-8 篇优质纸刊内容。

定价 **6元** / 期

### 广告位

全屏轮播图、内页 H5 软文。



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 <b>26,000,000</b>	首页月PV <b>800,000</b>	全站月UV/IP <b>1,090,000</b>
----------------------------	-------------------------	------------------------------

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





## 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
	开屏全屏广告	天	100,000
Esquire MINI	预览页硬广	月/期	100,000
	内容间硬广	月/期	80,000
	品牌别册	次	150,000
	合作软文	次	80,000
Esquire 时尚私享家APP	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
WECHAT微信	微信推广	条	100,000
	微博推广	条	100,000

# 新鲜时尚

ESQUIRE / NEW VIDEO

新鲜时尚视频

集视频策划、摄制、推广、电影投资为一体，以独特的创意视角，  
打造新颖时尚的视频产品，全媒体时代最具创新影响力的时尚视频企划平台。



# A ESQUIRE TV

- 明星访谈视频
- 时装穿搭 / 秀场直击
- 生活方式报道: 美食、美酒、腕表、汽车、数码、家居、运动、健康、设计、艺术……



# B 品牌定制视频

- 为品牌 / 产品特别创意策划
- 提供专业的拍摄剪辑制作
- 制定并执行传播推广计划
- 多样化的视频内容营销
- 创意、时尚、品质兼具



乌镇戏剧节车队宣传视频  
MINI



《正值无限青春》  
陈学冬  
BALLY



《风格有义 爱无界》  
倪妮 / 周冬雨 / 陈晓 /  
张天爱 / 姚星彤  
先生公益行动 & 金一



《手》  
张震  
CARTIER

# C 视频节目 / 影视项目

- 视频节目策划、制作、推广
- 与第三方平台战略合作
- 电影投资、招商、推广
- 网络剧、纪录片、综艺节目
- 大电影、脱口秀、直播……



## 精致短视频

时长: 2-5分钟  
价格: 800000

## 创意短视频

时长: 2-6分钟  
价格: 1000000

## 精品短视频

时长: 3-8分钟  
价格: 1000000

## 主题微电影

时长: 15分钟以内  
价格: 2200000以上

# ESQUIRE / NEW VIDEO

## 新鲜时尚

新鲜时尚视频

2017 时尚先生年度市场活动计划

FEB

2月  
城市街区  
探索指南

FEB~JUN

2-6月  
MAN POWER  
先生力量 驻场秀

MAY~JUN

5-6月  
MAN POWER  
先生力量演唱会

MAY~SEP

5-9月  
班夫山地电影节  
世界巡展中国展

SEP

9月  
2017 EDW 时尚先生  
全球最佳设计展

JUL~SEP

7-9月  
时尚先生  
低碳环保艺术展

JUL~NOV

7-11月  
时尚先生  
封面艺术展

OCT

10月  
2017 乌镇戏剧节

DEC

12月  
第十四届年度  
先生盛典



20<sup>TH</sup> ANNIVERSARY

20周年封面艺术展

为纪念《时尚先生Esquire》进入中国20年，2017时尚先生举办了20周年封面艺术展和20周年创刊派对，并推出了20周年新势力特刊等一系列相关活动。艺术展历经一个月，从上海、北京到广州，在各大地标商圈进行展出，同期奢侈品品牌纷纷为时尚先生20周年推出了全球限定款时尚单品，吴秀波、王千源、杨洋、陈柏霖、马天宇、品管等众多艺人也出席了在上海举办的创刊派对。而以杨洋、陈伟霆、蒋劲夫、张继科、郑恺、马天宇、刘昊然、李治廷和林更新拍摄的新势力封面更是强势占领当月市场。

ESQUIRE MAN AT HIS BEST AWARDS



年度先生盛典

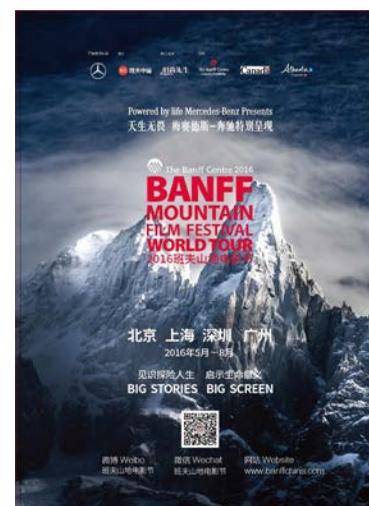
年度先生盛典秉持彰显年度在社会各个领域做出突出贡献的“先生”们的初心，通过高品质内容的专业化打造和多元化介质完美呈现的至臻追求，不断向公众传递出这个时代应有的正能量。《时尚先生Esquire》第十三届年度先生盛典，具有空前规模和超凡影响力，汇聚当下各个领域精英力量，今年是时尚先生进入中国的第20年，刘震云、吴秀波、张柏芝、杨千嬅、杨洋、井柏然等众多重量级嘉宾齐聚现场，共度荣耀时刻。



ESQUIRE X MINI

从文艺青年到新绅士

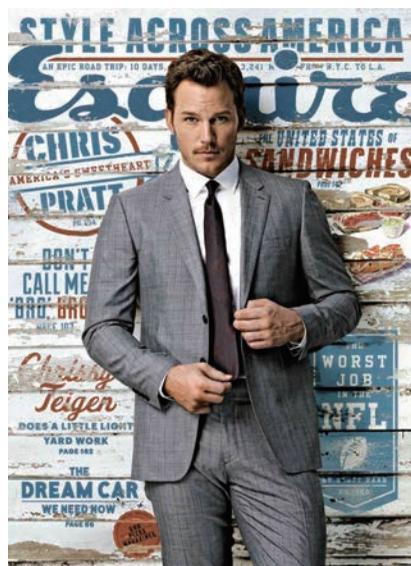
时尚先生与MINI联合拍摄了一组主题为“从文艺青年到新绅士”的别册封面大片并随《时尚先生Esquire》正刊发行，邀请井柏然、阮经天、秦昊、杨祐宁四位艺人出镜。利用自身的时尚资源，为MINI中国量身定制了这一组电影质感的大片拍摄计划，加上著名服装设计以及著名摄影师的强强联手，打造了一系列最符合全新MINI CLUB-MAN产品定位的电影风格大片，收获了良好的口碑。



ESQUIRE DESIGN WORLD

班夫山地电影节

《时尚先生Esquire》连续两年作为班夫山地电影节的联合主办方，为热爱户外极限运动的人群带去了一场场无与伦比的难忘体验。从涵盖各项极限运动的嘉年华，到北京、上海、深圳、广州的电影巡展，并在成都站首次开辟了户外露天观影的绝佳视听盛宴，为班夫山地电影节融入了创新的时尚生活元素。



### 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<sup>[1]</sup>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<sup>[2]</sup>和菲茨杰拉德的小说之后, 此后 80 多年, 它一直都是美国最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<sup>[3]</sup>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<sup>[4]</sup>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<sup>[5]</sup>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<sup>[1]</sup> 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<sup>[2]</sup> 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<sup>[3]</sup>, especially the famous photograph of boxing champion Mohammed Ali<sup>[4]</sup>.

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<sup>[5]</sup>.

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.



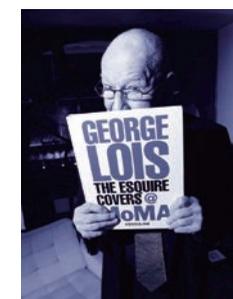
1 Francis Fitzgerald  
菲茨杰拉德

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。

14.7%  
女性读者所占比例



85.3%  
男性读者所占比例



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

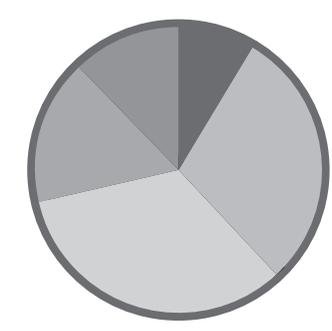
平均购买**手表**价格  
RMB 22,655  
Average purchase price for wrist watch

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

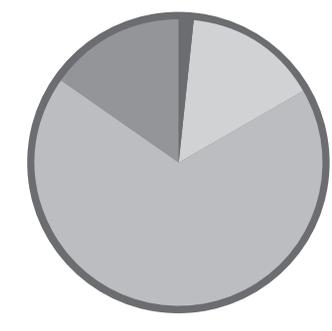
平均每年在**旅游**上的支出  
RMB 25,438  
Average annual expenditure for travel

平均**高档酒(500ml)**饮用上的支出  
RMB 829  
Average annual expenditure for Wine



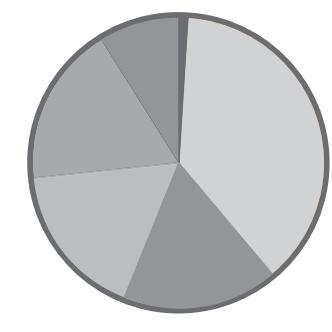
《时尚先生》读者年龄构成  
age rate

- 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%



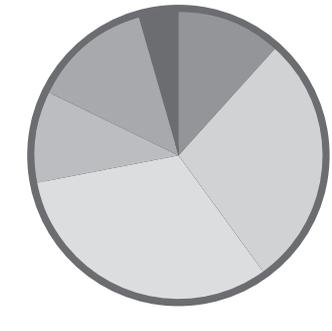
《时尚先生》读者教育程度  
Education

- 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》读者的职业状况  
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

# Esquire

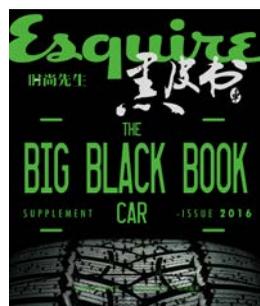
THE BIG BLACK BOOK

## The Big Black Book

The inherent value and uniqueness of this incredible brand, Esquire, makes this innovative product a definite keepsake - rich, relevant and useful and certainly entertaining. A thousands congratulations!

Esquire品牌以其内在价值和独特气质，让这本创新书变成了一件不可多得的收藏品——内容丰富，节奏紧凑，简单实用，幽默风趣。请接受我最真诚的祝贺！

Kim St. Clair Bodden  
 (美国赫斯特集团副总裁兼国际部总监)



### S/S

五月, 春夏版  
 May, Spring/Summer

美国赫斯特集团Esquire杂志《BIG BLACK BOOK》，独家版权合作，内容以百分之七十的国际版权内容出版，百分之三十国内资深编辑团队倾力打造。为男士提供优雅的行为规范和消费准则，指导男士春夏之季的时尚趋势和生活方式。

### Watch

六月, 钟表  
 June, Watch

传承《BIG BLACK BOOK》的高贵血脉，以钟表之名，为男士提供最专业、优雅、全面的钟表收藏指导手册，关注最新腕表资讯、品牌文化、领袖访谈。深度解析与报道日内瓦、巴塞尔钟表双展趋势，倾力打造一本与时间有关的高端杂志。

### Car

九月, 汽车  
 September, Car

在《BIG BLACK BOOK》家族中，这一本以汽车见长，以其专业而独到的视角，汇聚世界顶级奢华座驾，解构关于汽车的历史、文化和价值。从复古到流行，从过去到未来，深度、前面的呈现出一本高端的汽车指导书。

### F/W

十一月, 秋冬版  
 November, Fall/Winter

继《BIG BLACK BOOK》春夏版之后，推出秋冬系列。独家版权合作，内容以百分之七十的国际版权内容出版，百分之三十国内资深编辑团队倾力打造。为男士提供优雅的行为规范和消费准则，指导男士秋冬之季的时尚趋势和生活方式。

· 独立销售，售价RMB30.00/册



### 定制别册 CUSTOMIZED ISSUE

为品牌提供有分量的宣传推广计划，为读者展现有责任的生活方式指导范本。整本别册为同一品牌专属定制，根据客户需求策划别册内容及呈现形式，在成就高品质视觉盛宴的基础上，用专业且多样化的专题丰富产出内容，以绝对优势打造软性商业植入范例。



### 明星别册 THE STAR ISSUE

《时尚先生》不仅是男士潮流品味的风向标，更是明星朋友的好伙伴。提供有价值的穿衣准则与实用规范，成为了《时尚先生》与明星们最重要的责任之一。在展现最具影响力的当红明星的同时，将积极健康的社会风貌、最流行的服装搭配趋势与不为人知的明星故事等精彩内容呈现给读者，传递正能量。邀请顶尖专业制作团队操刀，妆发、服装、置景、道具，每一个元素都精心雕琢，力求用电影的拍摄水准完美刻画出每一个镜头。



### 公益别册 CHARITY ISSUE

公益别册是“先生公益行动”其中最主要的一个部分，为了可以让更多的品牌参与到公益项目中来，《时尚先生》团队联合品牌和权威公益组织，打造风格有义的助力项目，届时明星及各界名流纷纷献出自己的爱心，或亲自参与到项目中，通过别册的形式影响更多的消费者助力中国公益事业，与爱同在。



### 商业别册 BUSINESS ISSUE

《时尚先生》不仅专注于男士时尚，更倡导优秀的商业文化，立足于呈现商界精英的生活品质，提供精确细致的生活资讯，发现精英人物的真实情感。以独到的见解提升商业精英阶层品味，以趣味且深度的专题愉悦读者。体现当代中国商界精英人群的高尚品格，让拥有物质财富的他们，拥有更多的精神财富。

# Esquire

SUPPLEMENT ISSUE

《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》2017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	2,275,000	353,000
2	第一跨页	First linked pages	1,369,000	211,000
3	第二跨页	Second linked pages	1,190,000	183,000
4	第三跨页	Third linked pages	1,014,000	156,000
5	第一服装/手表/汽车/化妆品 跨页	First Fashion/Watch/Car/Cosmetic linked pages	1,369,000	211,000
6	第二服装/手表/汽车/化妆品	Second Fashion/Watch/Car/Cosmetic linked pages	1,190,000	183,000
7	第三服装/手表/汽车/化妆品	Third Fashion/Watch/Car/Cosmetic linked pages	1,014,000	156,000
8	目录开始前跨页	The linked page before contents	874,000	134,000
9	封面介绍页	Cover information	520,000	81,000
10	目录页 (专栏前)	Contents page	520,000	81,000
11	Esquire专栏对页	Column page	520,000	81,000
12	目录间跨页	Linked page between contents	826,000	13,000
13	正文开始前跨页	Linked pages before the formal text	781,000	119,000
14	最后跨页	Last linked page	647,000	100,000
15	最后单页	Last single page	358,000	55,000
16	封三跨页	Linked page on inside back cover	716,000	110,000
17	封三	Inside back cover	446,000	68,000
18	封底	Back cover	1,143,000	176,000
19	杂志前1/2部分的全页	Full pages of the first 1/2 of the magazine	364,000	56,000
20	杂志后1/2部分的全页	Full pages of the last 1/2 of the magazine	277,000	42,000
21	杂志前1/2部分的跨页	Linked pages of the first 1/2 of the magazine	673,000	101,000
22	杂志后1/2部分的跨页	Linked pages of the last 1/2 of the magazine	503,000	76,000
23	软文	Advertorial	194,000	29,000
24	半页	Half page	208,000	33,000
25	1/3页	1/3 Page	143,000	22,000
26	信息栏分类广告	Ad. of different categories in the information column	41,000	6,000

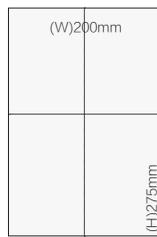
**备注**  
Note

“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

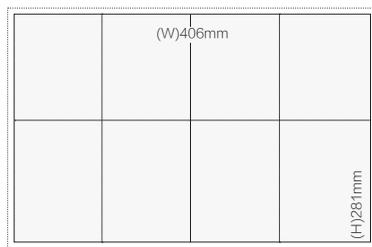
**广告尺寸** Size of advertisement



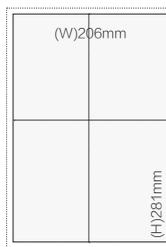
**跨页尺寸**  
 Spread Page Net Size  
 275mm × 400mm



**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 MONTH	出刊日期 DATE OF PUBLISHING	截稿日期 PRESS TIME
1	2017.01.1	2016.12.5
2	2017.02.1	2017.01.5
3	2017.03.1	2017.02.5
4	2017.04.1	2017.03.5
5	2017.05.1	2017.04.5
6	2017.06.1	2017.05.5
7	2017.07.1	2017.06.5
8	2017.08.1	2017.07.5
9	2017.09.1	2017.08.5
10	2017.10.1	2017.09.5
11	2017.11.1	2017.10.10
12	2017.12.1	2017.11.5



**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Esquire》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.com.cn