

中国最畅销的旅游杂志

时尚
旅游 **TRAVELER**

NATIONAL
GEOGRAPHIC



Media Kit 2011

Mission

品牌综述

National Geographic Taveler

全球最为广泛阅读的旅游杂志，
拥有15个国际版本和千万读者。

时尚传媒集团

中国最大、最具领导地位的高档期刊传媒集团。

《时尚旅游》

中国最畅销、最具影响力的旅游杂志。

National Geographic Traveler is the world's most widely read travel magazine, with 7.6 million readers and 15 editions worldwide. Only National Geographic Traveler (China) combines the powerful experience, knowledge, and heritage of the National Geographic Society and Trends Magazines, with a new world of insights for 21st century travelers.



我们一直在坚持——提供更多“知情者”的视角，分享更多的旅行精要，令旅行更精明、更时尚、更独特。用“你在那里”的摄影理念，还读者一个最真实的世界。

我们一直在关注——有鲜明特色的旅游目的地和时尚个性的旅行方式。

我们一直在引导——启发并鼓舞读者即刻出发，探索世界，享受人生。

我们一直在推动——旅游目的地的原真、文化、体验和可持续发展。

对每一个《时尚旅游》的读者而言，旅行改变人生，而《时尚旅游》正是旅行开始的地方。

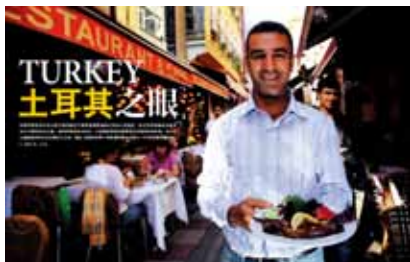
We cover destinations rich in distinction and character, while actively supporting efforts to keep them that way. Today more than ever, we believe that enhancing an authentic “sense of place” benefits both travelers and the locations they explore.

Special reporting brings the core ideas of the magazine to life, inspiring readers to travel—looking at the world through stunning travel photography and understanding the importance of preserving our world through sustainable travel.

National Geographic Traveler aspires to live up to its tagline: “Where the Journey Begins” and strive to be the ultimate guide for the active, curious traveler.

Editorial

编辑内容



<<旅游+深度

- **新本土计划：**《时尚旅游》关注对目的地的深度走访，通过独家策划、亲历采访，从全新的角度解读目的地的特质和魅力。我们展示的不仅仅是表面的风景，沿途的介绍，而是对目的地更深切的挖掘，与当地人更贴近的交流。我们用故事打动你，让你爱上旅行、爱上那里。
- **专辑：**推荐最时尚、最个性、最有意义的旅行方式一直是《时尚旅游》最具标志性的特征之一。希望你不仅知道去哪里玩，更要知道怎样玩；你的旅行不仅会放松身体，更会休养心灵，甚至可以参与公益、有益环保。通过这些新颖别致的旅行方式，你会发现，原来旅行可以如此精彩。

<<旅游+实用

- **精明旅行者：**我们请专家为你分析最新的旅游动态，传授最及时有用的旅行经验，让你的旅行更省心、省力、省钱。
- **时尚风向标：**提供最新最及时的城市消费资讯，在旅行中体验时尚，在生活中彰显品位。

<<旅游+时尚

- **户外：**向你讲述充满动感和激情的户外运动和户外生活。
- **汽车旅游：**带给你不同寻常的自驾线路和自驾体验。
- **餐厅：**健康、美味、时尚、个性，我们使你体会最美好的味觉旅行。
- **人物：**明星、名流和精英人士的旅行故事、旅游主张，给你趣味、给你启发。

Brand Extensions

优势整合



<<网站：杂志的综合展示平台，通过线上招募和互动参与等方式，为客户精准锁定目标消费人群。

<<电视广播：长期与北京文艺台、交通台、湖南卫视、中央电视台财经频道等节目合作，推广《时尚旅游》所倡导的旅游方式和生活概念。

<<视频：通过视频形式将《时尚旅游》的资源整合再利用，与优酷、土豆等知名视频网站建立稳固合作关系。

<<图书：推出个性化中文旅行指南“Fun City Guide”系列，打造旅游指南丛书的新概念。

<<会员电子刊：面向品牌忠实读者和网友定向发送电子邮件专刊，固定发送对象10万份期。

<<定制出版：通过正刊专题、增刊、别册、口袋书等形式定制出版，为客户的品牌推广做到个性化服务。

<<淘宝店T-shop：淘宝网开办T-shop时尚旅游旗舰店，为旅行者提供个性化的旅游解决方案。

<<数据库：时尚集团拥有强大读者数据库，详细记录了读者的年龄、消费能力等，可以成为客户发掘潜在顾客群的可靠参考。

Readership

读者数据

National Geographic Traveler:

全球15个国际版本，拥有千万最忠诚、最广泛的读者群，他们平均年龄为42.8岁。他们阅读杂志的时间为41分钟。

- 170万读者
 将National Geographic Traveler 认作自己“最喜爱的旅游杂志”
- 1/3的读者
 认为刊登在National Geographic Traveler上的广告可信度更高
- 71%的读者
 会保存National Geographic Traveler杂志以备将来参阅
- 29%的读者
 会购买刊登在National Geographic Traveler上的广告产品

《时尚旅游》：读者群具有强大社会影响力，拥有强烈的品牌意识，追求高品质生活；作为负责任的旅行者，他们乐于保持目的地原真色彩和当地感觉。在2010年读者调查中，多项数据排名第一。

2.5% 平均阅读率 个人年收入50万以上新富群体

13% 汽车消费方面，进口汽车保有率

23.4% 数码消费方面，消费超过8万元

11.3% 平均家庭年收入超过80万元

28.2% 护肤化妆品总支出达到5000元

20.8% 时尚服饰支出超过2万元

读者年龄	时尚旅游
18-29	30.8%
30-39	61.7%
40-50	7.5%

教育水平	时尚旅游
大学及以上学历	58.2%
有海外留学经历	8.3%

社会影响力	时尚旅游
高级管理者	23.4%
拥有商务决策权	72.9%
可支配预算超过10万	23.5%

*数据来源：美国市场调查公司MRI 就National Geographic Traveler 和其他国际旅游刊物如Travel+Leisure等做的数据调查 / 北京新生代市场监测机构有限公司 2010年9月发布的“中国新富市场与媒体研究，H3（2010）”

Promotion

品牌营销与策划



<<深度合作——深入思考，成就客户品牌高度。

通过与客户建立深度的合作关系以及对客户品牌核心诉求的深刻理解，为客户策划出最有力量的表达方式，传递最清晰的品牌理念。

<<广泛推广——感染读者，引领高端生活方式。

针对读者的切实需求，我们关注与旅行相关的各个领域，同时愿意与读者分享好的品牌和产品，引领时尚消费，打造精致生活。

<<多元表现——推陈出新，树立品牌优质典范。

通过独特的视角，精彩的创意，新颖的表现形式和个性化的定制服务，积极为客户打造全媒体时代的营销推广模式，成就行业经典之作。

<<软性广告制作规范及要求

- 严格遵守《时尚旅游》杂志的制作流程，客户最终确认时间为每月10日。
- 严格遵守广告刊登法规，不得出现违规广告用语和词汇。
- 严格遵守《时尚旅游》杂志出版要求，《时尚旅游》对广告软文拥有最后终审权。
- 软性广告中禁止出现具有争议的文字及图片。
- 软性广告中禁止利用“时尚旅游”的名义进行任何形式的商业宣传。
- 软性广告必须在栏头位置标识“PROMOTION”字样，方可下厂印刷。

Marketing

市场营销

<<旅游金榜

《时尚旅游》读者票选旅游金榜是国内最早发起、涵盖评选种类最全面、最广为关注的旅游标杆性票选榜单，榜单由旅游消费者投票产生，其客观性和公正性在业界影响深远。

<<可持续旅游奖

《时尚旅游》杂志一直致力于关爱环境和促进目的地的可持续发展。2010年第五届旅游金榜评选活动举办首届“可持续旅游论坛”，并特设“可持续旅游奖”，为“可持续旅游”概念在中国的普及与推行提供有益经验与实践范本。

<<读者俱乐部

《时尚旅游》读者俱乐部梦想之旅，为精英读者群设计富有新意的高品质旅行。由专业人士带队，领略非同一般的旅途风情，结识志趣相投的良师益友。

2010年4月 享受之旅——日本美食赏樱之旅

2010年5月 探险之旅——探源长江黄河之旅

2010年7月 文化之旅——西班牙安达卢西亚激情之旅

2010年10月 电影之旅——突尼斯、摩洛哥电影之旅

2010年10月 越野之旅——驼队穿越塔克拉玛干沙漠

<<获得奖项

- 2005年获得美国国家地理学会年度最高奖项“最佳专题奖”，该奖项是针对美国“国家地理·旅行者”15个国际版本设置的，具有世界级的权威性和标杆意义。
- 2008年获得美国国家地理学会年度最高奖项“最佳专题奖”。
- 2010年获得美国国家地理学会年度市场营销奖、美国国家地理学会编辑特别大奖、品牌营销大奖。
- 2010年《时尚旅游》在第六届中国出境旅游国际论坛上获得“出境旅游最佳媒体奖”。

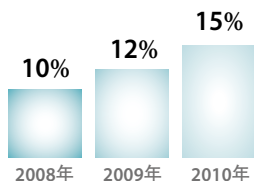


Circulation

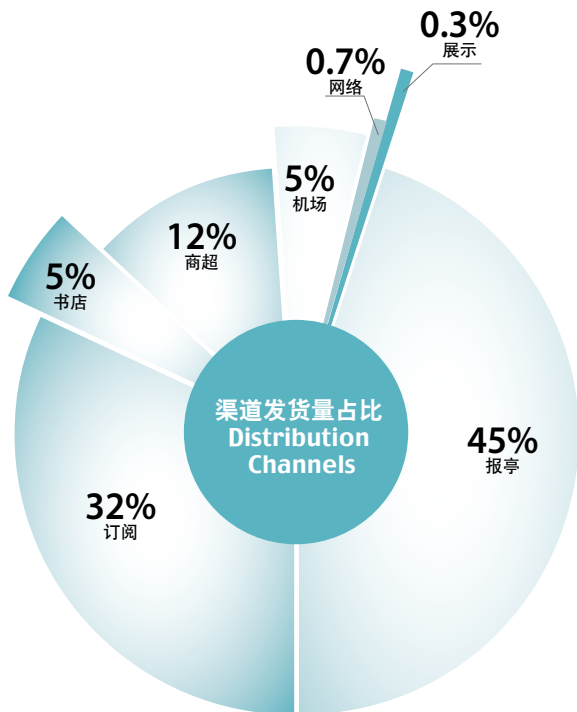
发行数据

总发行量: **718750**册/月

2008-2010年发行增长比例



《时尚旅游》通过立体化整合营销传播模式，连续3年实现发行快速增长。



全国主要城市发行比例 (%) Circulation Breakdown

中心省市

北京	22.7%
上海	20.5%
广东	14.9%

一线省市

江苏	6.6%
浙江	4.8%
四川	3.8%
重庆	2.1%
辽宁-沈阳	2.1%
云南	2.0%

二线省市

山东-济南	2.0%
天津	1.8%
陕西	1.8%
福建	1.7%
黑龙江-哈尔滨	1.3%
新疆	1.3%
湖北	1.2%
山东-青岛	1.2%
辽宁-大连	1.1%
湖南	1.0%

其余省市

6.1%

Rates

广告报价

技术规范要求 Mechanical Requirement

广告尺寸		Advertising Size	
全 页	275x214 (HxW)mm	Full Page	275x214(HxW)mm
跨 页	275x428 (HxW)mm	Double Page Spread	275x428(HxW)mm
横半版	138x214 (HxW)mm	1/2 Page (horizontal)	138x214(HxW)mm
竖半版	275x107 (HxW)mm	1/2 Page (vertical)	275x107(HxW)mm
横1/3版	92x214 (HxW)mm	1/3 Page (horizontal)	92x214(HxW)mm
竖1/3版	275x72 (HxW)mm	1/3 Page (vertical)	275x72(HxW)mm
出血尺寸	上、下、左、右各3mm	Blood	3mm per each side.
印刷网线	175线/英寸	Printing Screen Line	175 lines/inch.

*《时尚旅游》广告订单截止时间为每月5号；广告物料截止时间为每月10号。