

2012年媒介手册

妈咪宝贝传媒

妈咪宝贝传媒 **母婴传媒领导者**

权威——百名国内顶级专家指导的孕产育教专业杂志。

专业——孕妈咪和0-3岁宝贝家庭育儿百科工具书。

领先——全国母婴期刊销售排名第一。

信誉——中国计划生育宣教中心唯一母婴类推荐杂志。

妈咪宝贝传媒是经国家新闻出版总署正式批准的期刊出版专业机构，肩负倡导科学育儿理念和全面提升中国家庭健康素质的使命，以高度的社会责任感，致力于孕、产、育、教领域的科学知识普及，提供专业、权威、全面的知识及服务。目前出版《妈咪宝贝》、《孕妈咪》。

妈咪宝贝杂志社创建10余年以来，已经发展成为以平面媒体为核心业务，同时向网络新媒体延伸发展的传媒机构。据多家发行机构的“育儿类杂志零售监测数据”中显示，《妈咪宝贝》杂志在全国同类杂志中始终占据品牌知名度、市场覆盖率、全国发行量、读者满意度等方面均排名第一名，已经成为当之无愧的强势媒体。

妈咪宝贝传媒所获奖项

- 中国传媒产业期刊经营管理十强
- 全国期刊三十强
- 全国育儿类期刊全国销量第一
- 中国最具投资价值媒体
- 中国最具广告影响力期刊
- 中国期刊品牌贡献奖
- 中国十大最具融合力的期刊



《妈咪宝贝 孕·0-3》

《妈咪宝贝孕0-3岁》版杂志，是中国计划生育宣教中心唯一母婴类推荐杂志，是依托权威的医疗、教育机构和专家学者，向准妈妈和0-3岁宝贝的家庭提供与孕产期、育儿期生活密切相关的孕产、医护、营养、早教、消费等内容和咨询的育儿生活服务杂志。

本期关注：重点围绕宝贝健康、营养以及早期教育等方面，包括保健护理、防治疾病、喂养营养、智力及情商开发心理发展促进等，策划一个焦点或热点选题，特约医学或早教专家撰稿或指导，为父母提供可行性的解决方案。

专家特稿：围绕宝贝的健康以及早教等方面，约请专家撰写一些专业性较高或最新的观点以及父母最为关注的文章，给予读者实用性的指导。



专家专栏：注重权威性。侧重于宝贝的保健护理、营养喂养、疾病防治及生长发育等方面，特邀国内著名医学或营养专家连续撰写文章。

真情帮助连线：为全国各地一些患有身心严重疾病或疑难病、需要在治疗上指点迷津或得到帮助的宝贝，寻求相关领域的国内著名专家，为他们排忧解难，提出切实可行并具体的诊治建议。



宝贝健康读本：根据宝贝不同的成长阶段容易发生一些问题给予父母全方位实用性的指导。并且，专门设有“关爱残疾宝贝”的栏目，给予弱势宝贝在成长中最大的关爱。



宝贝营养读本：根据宝贝的年龄段，怎样给宝贝科学地添加辅食、断奶后如何给宝贝合理提供全面均衡的营养，以及将最新的营养研究和理念传达给读者。



孕产生活读本：针对不同孕育阶段的读者需求，给予实用性的指导，旨在帮助读者从孕前就作好身心准备，怀孕后能平安度过孕期，顺利生出健康宝贝，并在产后快速康复身体。



宝贝教育读本：以前卫的视角、热点的话题、丰富的内容、细致的指导，从智商、情商、心理、亲子关系、家教等各个角度和方位。开设了“学‘婴’语”、“做实验”、“下厨房”等新栏目，有针对性地来为父母解析宝贝的各阶段特点和有操作性的家庭养育方案。



宝贝生活读本：从生活中的各个小细节入手，帮助父母在纷繁复杂的育儿生活中获得身心灵的继续成长，同时提高生活的美感和品味，让育儿生活变得更加精彩纷呈和富有质感！

亲子读本：通过大量的征集与互动，最大限度地拉近读者与杂志的距离。栏目征集宝贝的个人写真、父母亲情留言、家庭游戏，也征集父母自己的育儿故事及亲情手记。为杂志与读者，以及读者之间交流养育经验提供便捷的平台。



读者群描述：全国范围婚后有生育期望的女性、孕期女性和0-3岁宝宝家庭。

已婚读者：100%

抽样城市：北京、上海、广州、深圳、成都、武汉、南京、哈尔滨、
大连、郑州

性别比例：男性15% 女性85%

教育程度：大专以下：18.6%

大专及以上：59.8%

本科及以上学历：21.2%

家庭月收入

5000元以下：17.5%

5000元-8000元：44.2%

8000元-10000元：29.8%

10000元以上：8.5%

读者分布

准妈妈：18.5%

0-6月宝宝妈妈：33.5%

6个月-1岁宝宝妈妈：27.2%

1岁-3岁宝宝妈妈：14.8%

3岁以上宝宝妈妈：6%

2012年妈咪宝贝 标准报价

广告位置	价格 (万元)	广告位置	价格 (万元)
栏目冠名	3/版	1/3版	4.5
第一目录页	13	封二	15
第二目录页	12	卷首	15
第三目录页	12	封三	12
第一版权页	12	封底	16
第二版权页	11	第一跨页	28
指定版面全页	10	第二跨页	23
普通全页	9	跨页	17
内页软文	7	封面折页	32
1/2版	5.5	封底折页	28
刊中刊		夹带宣传	
封面	7	单页	1元/单张
封底	6.5	小册子	1.2元/16P
内页	5.5	产品试用装	1.2元/份起

2012年妈咪宝贝广告操作表

期数	出版日期	合同、图文截止日	软片截止日
1	2012年1月1日	2011年11月20日	2011年12月5日
2	2012年2月1日	2011年12月15日	2011年12月26日
3	2012年3月1日	2012年1月15日	2012年2月6日
4	2012年4月1日	2012年2月20日	2012年3月5日
5	2012年5月1日	2012年3月20日	2012年4月5日
6	2012年6月1日	2012年4月20日	2012年5月5日
7	2012年7月1日	2012年5月20日	2012年6月5日
8	2012年8月1日	2012年6月20日	2012年7月5日
9	2012年9月1日	2012年7月20日	2012年8月5日
10	2012年10月1日	2012年8月20日	2012年9月5日
11	2012年11月1日	2012年9月20日	2012年10月5日
12	2012年12月1日	2012年10月20日	2012年11月5日

发行优势：

采用多渠道发行方式，高密度的发行网点，确保发行的高效和畅通

对现有渠道“精”“准”的策划发行，“精”即精细化的把握市场现状、发展趋势及竞争对手情况，精细化的分析读者资源；“准”即在精细化的基础上制定一系列发行策略，提供准确的、多样的发行；

发行渠道：

订阅30%：邮局订阅；网上订阅；

公司客服中心：读者订阅、各大银行积分换礼、大购物机构VIP礼品、

妇联、工会、图书馆、计生系统等机构、妇联、工会、图书馆、计生系统等

机构订阅；零售渠道的订阅专柜；

零售67%：零售报刊摊亭、书店、超市、机场、银行、婴童店；

展示赠阅3%：在全国范围内的2000多家妇产医院、妇幼保健中心、亲子中心

以及各大写字楼有广泛合作

全国月发行量：486000

北京69300	上海48000	广州37700	深圳19500
南京26500	武汉15900	郑州14200	济南10700
西安10300	福州10700	杭州7200	石家庄8800
长沙6000	沈阳6500	温州5100	重庆5000
大连4800	太原5500	贵阳3200	合肥4500
哈尔滨5100	长春4100	南昌5500	天津2500
昆明10900	成都7200	青岛5300	呼市4000
乌鲁木齐4500			



《孕妈咪》

《孕妈咪》是一本定位于从准备怀孕到产后恢复的孕产期全程专业指导杂志，也是中国第一本互动式时尚孕育杂志；锁定热爱生活的育龄女性，通过专家顾问和专业编辑团队，以“开放、互动、共享”的形式，向读者提供权威、专业、实用的孕期指导，做最专业的孕期贴心顾问；并以“怀孕无国界”的时尚概念，打造国际化高端孕刊精品。杂志内容既专业、深刻，又富有强烈的时代气息，受到年轻育龄女性的喜爱和追随。

知识库：邀请最权威的专家针对孕产期特定问题给予孕妈咪最专业的指导，16P的专业知识供给，成为孕妈咪最可信赖的知识来源。



独家点击：通过网上征集和采访的形式对孕妈咪们最关注的问题、话题进行深度报道和剖析，由专家给予专业指导建议。





孕女心经：通过多元素的互动模式，每期多个孕妈咪出镜，由一个主题引出孕妈咪背后的故事，通过经验分享，给予孕妈咪们全方位的帮助；



封面人物：采访处在孕期的明星。明星孕育故事、明星时尚生活，这里一一展现；



理想孕妈咪

孕妈咪健康：由权威专家对孕前、孕中、分娩、产后的健康问题做分析和解答；

孕妈咪营养：；营养专家指导孕妈咪为胎宝贝补充各种必须营养，并且提供操作简单、营养丰富的适合孕妈咪的美食方案。

孕妈咪心理/关系/情感：征集孕妈咪普遍存在的心理问题，以典型性的真实例子引发出专业人士的心理解读，提出合理化建议。

孕妈咪生活方式：针对孕期这一特殊时期给予孕妈咪有关美容，身体护理，服装搭配以及购物等问题的解决方案。



栏目介绍

宝贝计划

针对胎宝贝和新生儿各个时期的生长特点，提供权威科学育儿指导。

胎宝贝健康：为孕妈咪和胎宝贝提供科学指导，和孕妈咪一起关注胎宝贝的健康发育、营养补充，让胎宝贝在妈咪肚子里健康成长。

新生儿病例：新生儿在不同的季节，可能遇到的健康问题，让孕妈咪提前了解与宝贝健康相关的知识，为新生宝贝的疾病做好有效预防。

喂养和护理：为新手妈咪提供实用的喂养方法，解决可能遇到的喂养难题，同时也能一起分享新妈咪们的喂养故事。



栏目介绍



妈咪宝贝传媒
MUM&BABY MEDIA

爸爸专辑：准爸的“辛酸故事”，过来人的忠告，专家的指点。这里是准爸爸发言的空间，通过征集或采访，说出心里话，实现与孕妈咪的交流。

国际派：这是一本能为孕妈咪带来自信的，真诚的，实用的，国际化的，薄薄的一本易携手册。针对东西方的差异，展示国外孕婴生活方式。为目标读者提供国际化的，与国际接轨的信息及资讯。



目标读者：准备怀孕→怀孕→产后六周的都市女性，具有较高的学历。

年龄特征：年龄在25 - 35岁的准妈妈

性格特征：活跃，自我，开放，有个性与思想。

经济特征：良好的职业背景，有一定经济能力。

情感特征：独立与依赖并存，感情丰富。

行为特征：伴随互联网一起成长，追求高品质生活，追求时尚，乐于接受新事物，生活能力弱。

消费特征：注重品牌，敢于消费，消费习惯更感性。

2012年孕妈咪标准报价

广告位置	价格（万元）	广告位置	价格（万元）
栏目冠名	3/版	1/3版	3.5
第一目录页	11	封二	12
第二目录页	10	卷首	12
第三目录页	9.5	封三	9
第四目录页	9	封底	11
第一版权页	9	第一跨页	23
第二版权页	8.5	第二跨页	20
指定版面全页	8	跨页	13
普通全页	7	封面折页	30
1/2版	4.5	封底折页	25
夹带宣传	单页	0.8元/每份/50g	
	小册子	1元/16P	
	产品试用装	1元/份起	

2012年孕妈咪广告操作表

期数	出版日期	合同、图文截止日	软片截止日
1	2012年1月1日	2011年11月20日	2011年12月5日
2	2012年2月1日	2011年12月15日	2011年12月26日
3	2012年3月1日	2012年1月15日	2012年2月3日
4	2012年4月1日	2012年2月15日	2012年3月3日
5	2012年5月1日	2012年3月15日	2012年4月3日
6	2012年6月1日	2012年4月15日	2012年5月3日
7	2012年7月1日	2012年5月15日	2012年6月3日
8	2012年8月1日	2012年6月15日	2012年7月3日
9	2012年9月1日	2012年7月15日	2012年8月3日
10	2012年10月1日	2012年8月15日	2012年9月3日
11	2012年11月1日	2012年9月15日	2012年10月3日
12	2012年12月1日	2012年10月15日	2012年11月3日

发行优势：

一级一类中心城市，采用多渠道发行方式，高密度的发行网点，全面占有市场。二级二类中心城市重点投放，力求覆盖面更广。三级三类地区城市，有的放矢，逐步增长。

发行渠道：

订阅12%：邮局订阅；网上订阅；

公司客服中心：自有订阅、各大银行积分换礼、大购物机构VIP礼品、
妇联、工会、图书馆、计生系统等机构

订阅；零售渠道的订阅专柜。

零售83%：零售报刊摊亭、书店、超市、机场、婴童店、妇产、妇幼保健院

展示赠阅5%：在全国范围内的2000多家妇产医院、妇幼保健中心、亲子
中心以及各大写字楼有广泛合作。

全国月发行量：260000

北京42000	上海24000	广州18000	深圳13000
南京12000	武汉5000	郑州6300	济南5300
西安5500	福州4700	杭州4400	石家庄4300
长沙3500	沈阳3800	温州3300	重庆2800
大连2500	太原2800	贵阳2000	合肥2300
哈尔滨2500	长春1600	南昌2500	天津2000
昆明5800	成都3500	青岛2500	呼市2000
乌鲁木齐2500			

纸张：四封：250g进口铜 内页：80g进口铜

媒体规格：

① 全页广告菲林净尺寸：215×278mm(W×H)

全页广告菲林出血尺寸：221×284mm(W×H)

② 跨页广告菲林净尺寸：430×278mm(W×H)

跨页广告菲林出血尺寸：436×284mm(W×H)

③ 印刷网线：175lines 分辨率：300dpi

④ 国际标准大16开，四色彩色精美印刷

格式：.ai .eps Illustrator软件制作（带链接图）

要求：链接图格式为tif，分辨率300线/英寸以上，CMYK模式；

图片中如有黑色文字，必须更改为ai格式;所有文字须转换为曲线；随盘电子文件必须附彩色打样或电子打样（JPG格式图片小样），如是MAC机刻盘，必须改为“MAC（OS扩展模式）和PC扩展模式”。

专业的市场营销推广团队，愿意与您深度合作，结合您媒体投放及市场布局，参与您的品牌市场分析和市场建设，充分整合行业内专业资源优势，为您量身打造市场推广方案，高效准确的执行相关的落地活动，专业权威的专家团队，当红的影视明星，通过我们现有媒体与新媒体的立体资源优势，强大资源的整合能力为后期的宣传造势服务，使品牌影响力最大化。

合作案例



诺基亚圣诞主题活动，覆盖1000多人次诺基亚员工家庭，共有20家品牌客户的产品/服务，参与本次活动。



脐血家庭欢乐会，给已存脐血家庭会员独家策划的亲子欢动会，有500多人次在蓝天成参与活动，并创意了脐血的体验区及《脐宝贝》创刊仪式。

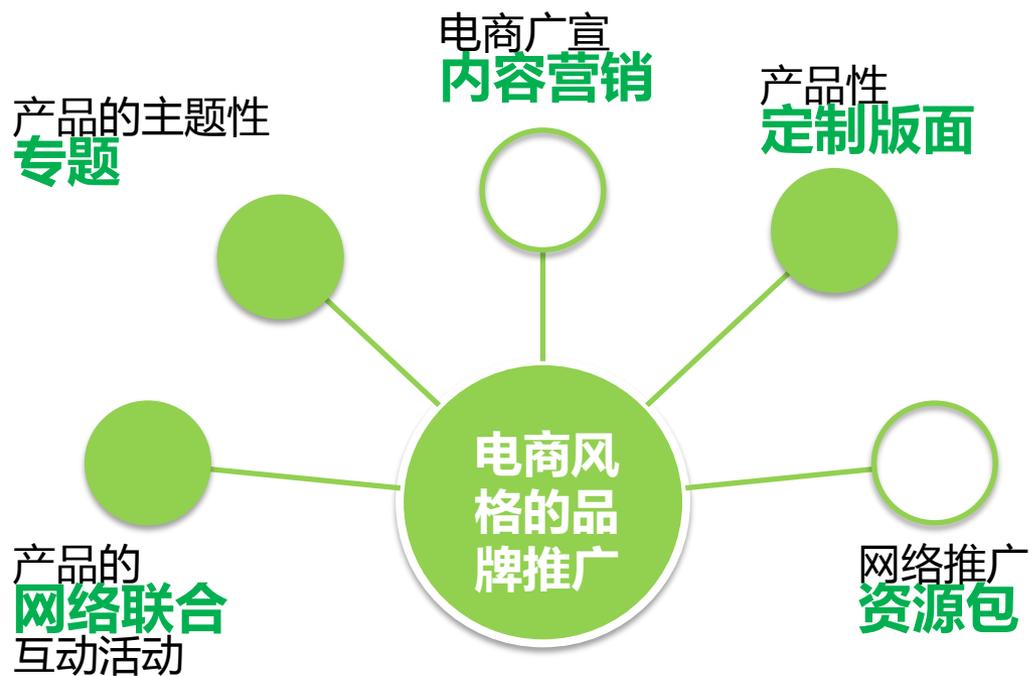


妈咪宝贝电子商务部创造全新的电子商务平台服务和客户个性化服务，在妈咪宝贝强势媒体的影响力下，打通客户与消费者通道，提供集产品电子商务渠道终端推广、终端曝光、终端销售、终端反馈的全盘系列服务。



妈咪宝贝电子商务部，在2012年将以两个方向为客户提供服务。

其一为：产品在电子商务渠道的品牌推广方式和资源组合包方式使用，为客户策划全年度和频次性的电子商务品牌和促销活动。



- 1、在涉及到产品的宣传方式上铺好点，织好网；
- 2、加深母婴专业性的挖掘，以便适合电子商务平台使用，做差异化的产品电商化宣传。

妈咪宝贝电子商务部，在2012年将以两个方向为客户提供服务。

其二为：为客户提供品牌旗下产品在电子商务渠道的销售咨询、销售前端、销售过程、销售后期的全套服务内容。



- 1、产品销售链条中，可以衍生出很多产品销售方式；
- 2、每一种产品销售方式，直接或者间接地引导销售达成；

妈咪宝贝电子商务部

致力打造一支专业的电子商务推广和营销团队，

获取妈咪宝贝资深、专业和时尚的媒体推动，

使用权威和有效地渠道推广资源，

整合来自于专家、资深编辑、优质达人、终端消费者的力量，

为您呈现全新的母婴专业电子商务服务！



妈咪宝贝传媒
MUM&BABY MEDIA

期待参与您合作

谢谢