

《中国高校体育年鉴2020》

中国高校体育年鉴编辑部

010-83824290

前言

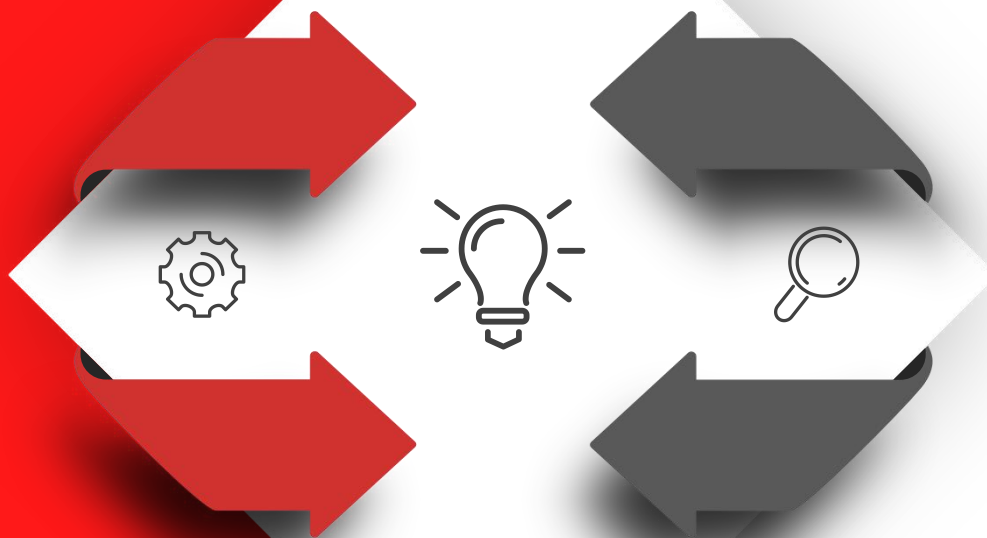
事、止，员以实中取的告域育的育藏事强幼验现了和面将领体体。体叔育性运经和补展方鉴介校一引校料体用、作史填发个年这高为索高资校实师工历。育各本在国示链国有高，教际要者体究，国中展业中具国大、实重学校研次我《品产映，中量员校有家高育再载，产的反刊述息练高具专国体；记南、台地年记信教、的藏我教”来指佐结实性地，、导性叔映高记字购宜相翔止确实员指。创流反载史数采牌导、专准翔人策书开一地记“什的品指统型观料理政具项的观地的统息、费系大客资管论工一界直面育和信广消、的。、的理藏是有、全体言止推用面容点实富统、叔作体统、校语行象实全兼特真丰系貌的工国系细高用量形与部息的面容育面治纂中够详国，大、质首信全全内教育资编了能将中育含录品是料齐将，、体史的集，鉴代体包名化》资能》验育校存》云白年当校。并此文鉴的功鉴经体高一鉴会空本为高远藏企种年就、年新是解惟年委本，成国深叔集一育成版育、别了的育育编学次，中而本介，体要出体况特面料体鉴的其向的大一一台校主续校情，全资校年域；幼新巨为供平高、连高新界供和高，领就新薪响作提讯国况、国、各提息国作育成和个影，会资中状时中就会员信中工体大果一，外将育《展及《成社人失《的校巨成人就另》体发应新为研有义高的展世成鉴势此反的是科及意国得发诉的年强

目录 CONTENTS



01 车鉴介绍

03 车鉴价值



车鉴分析 **02**

车鉴广告 **04**

RUN

一、年鉴介绍

SUBTITLE



一、年鉴介绍

S U B T I T L E



年鉴篇目 01



《年鉴》（2020卷）采取分类编辑法，共分10个篇目：
1、综述；2、大事记；3、教学篇；4、文体篇；5、科研篇；6、群体篇；7、政策篇；8、理论篇；9、院校篇；10、附录篇（名录）。

PROJECT NAME



年鉴
印刷
02

1) 版式：《年鉴》将采用国际标准的大16开，即标准的A4大小。具体的成品尺寸要求为：210mm*297mm。

2) 纸张：正文用纸一般不低于80克的胶版纸，胶印；彩色插页（包括彩色照片、广告等）使用不低于128克铜版纸；环衬使用不低于150克的布纹环衬纸；护封使用不低于157克的进口铜版纸并覆膜；封面及封底根据需要选用适当材料。

RUN

一、年鉴介绍

SUBTITLE



03 年鉴发行



STEP 01

发行对象

- ☀ 教育（体育）行政系统；
- ☀ 高等教育系统（图书馆、资料室、体育部、体委、学生会体育工作部等其他相关部门）、体育专业院校、培训机构；
- ☀ 驻华使（领）馆等国外在华相关；
- ☀ 大学生体育协会等各级体育社团（各高校各类体育社团、俱乐部）系统；体育科研机构；
- ☀ 国家、地方和全国高校各级运动队；机构教育（体育）系统相关领导；体育教师、教练员、运动员、学生等个人。

STEP 02

发行数量

数量：10,000册

RUN

二、年鉴分析

SUBTITLE



二、年鉴分析 SUBTITLE



1. 特点

- 1) 《年鉴》是我国首次编纂的关于我国高校体育的权威工具书；
- 2) 《年鉴》是高校体育界最具影响力和阅读率最高的专业年刊；
- 3) 《年鉴》是目前高校体育界参与人群最广、级别最高的工作；
- 4) 《年鉴》是云集领导和学者专家最多，参与编写教师最多的刊物；其文稿由各高校体育部门、有关单位专人撰写、审定。
- 5) 《年鉴》是内容最全，唯一具有存史资治的权威“史记”，填补了国内空白；
- 6) 《年鉴》是集学术性、工具性、宣传性于一体的连续出版物。



RUN

二、年鉴分析

SUBTITLE



2.年鉴影响力

直接参与《年鉴》工作的院校数量达3000多所（囊括了全国普通高校、民办、独立学院等各类院校）；参与院校数量之多，涉及面之广，堪称“史无前例”。



01 院校影响力



02 人群影响力



03 阅读影响力



04 活动影响力



05 其他影响力



高校体育风景“赞”好

《中国高校体育年鉴》将给您带来，全新的视觉冲击。是体育名片闪亮的主要舞台和阵地。你值得拥有！！

RUN



2.年鉴影响力

01 院校影响力

按院校类型划分

院校类型	院校数量	直接参与比例
211院校	117	100%
985院校	53	100%
部属院校	116	100%
普通高校	1133	78%
独立学院	323	30%
民办院校	284	30%
职业院校	1106	42%
体育院校	14	100%
武术院校	50	24. 5%
其他院校	101	25%



按高校所在地划分

院校所在区域		院校数量	直接参与比例
东北	黑龙江	60	61.2%
	吉林	43	55.1%
	辽宁	81	60.9%
华北	北京	90	67.1%
	天津	40	57.1%
	河北	69	53.4%
	山西	46	54.1%
	内蒙古	23	54.7%
华中	河南	75	60.4%
	湖北	83	61.9%
	湖南	54	41.2%
	重庆	18	42.8%
华东	安徽	51	46.8%
	福建	51	55.4%
	江苏	95	55.2%
	江西	34	36.6%
	山东	76	53.5%
	上海	50	59.5%
	浙江	63	58.8%
华南	广东	75	50.3%
	广西	33	42.9%
	海南	5	26.3%
西北	甘肃	9	17.6%
	宁夏	6	35.2%
	青海	2	20.0%
	陕西	57	49.0%
	新疆	8	15.7%
西南	贵州	9	20.5%
	四川	64	54.7%
	西藏	1	14.2%
	云南	18	30.0%

2.年鉴影响力

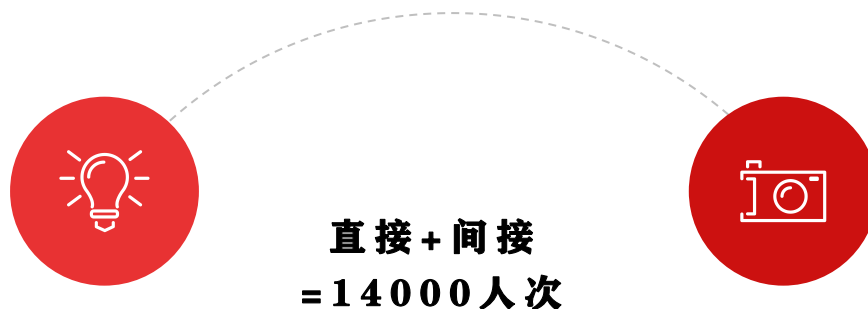
01 院校影响力

RUN

二、年鉴分析 SUBTITLE



02. 人群影响力



全国高校体育院（系、部）的院长（主任）近 1,000 人（限制数量，否则更多）



参与编写工作的老师（按篇章，分成不同的编写组，实行责任组编负责制）将近 3,000 人



间接参与的学生（以硕士研究生为主体）更是按 10,000 人计

RUN

二、年鉴分析

SUBTITLE



Why choose us

人群影响力分布表

类型划分	影响方式	比例/数量(人)
直接影响人群	校级领导 1、分管体育的副校（院）长将牵头直接领导各校的《年鉴》材料申报工作。2、进入《年鉴》编委会参与编纂工作；3、参与《年鉴》个人材料的申报。	40%/1,200
	体育领导 1、直接组织参与各校《年鉴》材料；2、成为《年鉴》编委会成员参加编委会会议和直接参与编纂工作；3、参与《年鉴》个人材料的申报。	80%/2,400
	高校教师 1、知名教授的个人资料将直接申报《年鉴》收录；2、一般老师将参与校级材料的编写和申报；阅读《年鉴》；3、直接参加《年鉴》编写组，参与编写。	75%/112,500
	在校学生 1、协助校级《年鉴》材料申报工作；2、阅读、查阅《年鉴》。	30%/600,000
间接影响人群	校级领导 通过网络、图书馆等阅读、查阅《年鉴》	60%/1,800
	体育领导 通过网络、图书馆等阅读、查阅《年鉴》	20%/6,000
	高校教师 通过网络、图书馆等阅读、查阅《年鉴》	25%/37,500
	在校学生 通过网络、图书馆等阅读、查阅《年鉴》	70%/1,400,000



02. 人群影响力

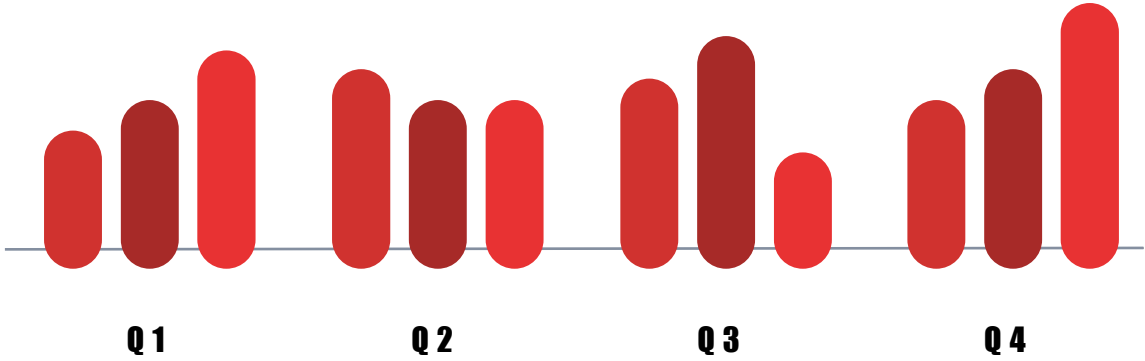
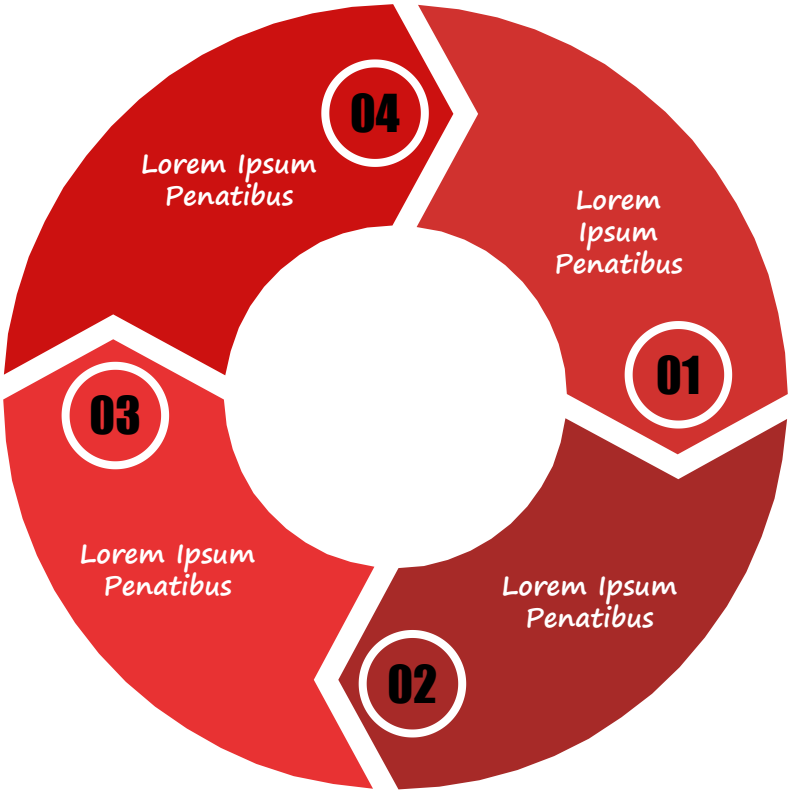
领导
Data

教师
Upload

学生
Management

RUN

二、年鉴分析 SUBTITLE



03. 阅读影响力

《年鉴》通过召开发行会和图书馆存阅，以及高校体育部门认购的方式发行，首次发行将超过10,000册，预计阅读人数将超200万人次，同时我们还通过网络在线阅读的方式，提高《年鉴》的关注度和阅读率。

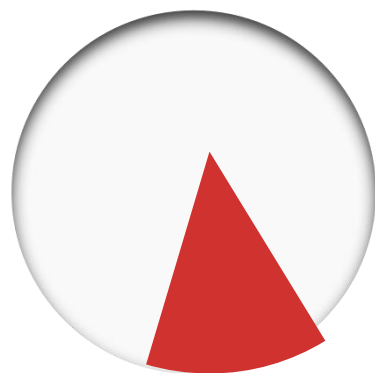
RUN

二、年鉴分析 SUBTITLE



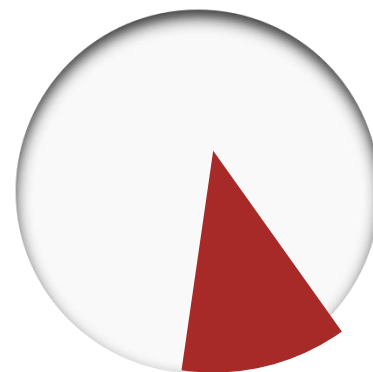
66%

高校



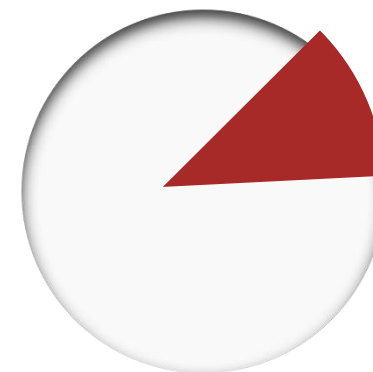
13%

图书馆



11%

科研机构



10%

行政、社团

《年鉴》发行情况总体分布图

RUN



全国高校地区发行发布表

发行区域/重点省（市、区）	发行数量(首次)	所占比例	发行方式/发行对象
东北/辽宁	780册	7.0%	订阅、购买/体育院（部、系）；图书馆、资料室
西北/陕西	1,060册	9.5%	订阅、购买/体育院（部、系）；图书馆、资料室
西南/四川	1,100册	9.9%	订阅、购买/体育院（部、系）；图书馆、资料室
华南/广东	1,130册	10.2%	订阅、购买/体育院（部、系）；图书馆、资料室
华中/河南、湖北	1,600册	14.4%	订阅、购买/体育院（部、系）；图书馆、资料室
华北/北京	1,280册	11.5%	订阅、购买/体育院（部、系）；图书馆、资料室
华东/浙江、上海、江苏、 山东、福建	4,350册	39.1%	订阅、购买/体育院（部、系）；图书馆、资料室
备注：此表统计没有计算网络的阅读人群和分布。			

二、年鉴分析 SUBTITLE



03.活动影响力

- 举办年鉴编委会，进行宣传，扩大影响。
- 通过举办或参与举办相关专题学术会议。
- 参加其他相关活动，进行相关宣传。



04.其他影响力

- 中国知网全文收录。
- 通过第三方代理发行。
- 通过网络等快捷渠道，提供在线阅读。

RUN

三、年鉴价值

SUBTITLE



三、年鉴价值SUBTITLE



2.有利于企业整体形象的提升



3.有利于产品销售量的上升



4.有利于高校体育人脉的拓展

1.有利于品牌知名度的扩大

企业产品以《年鉴》为载体通过平面、网络、现场活动等多形式、多渠道，立体、快捷的方式与全国所有高校体育的领导、老师、学生直面接触，传播企业理念。

品牌传播价值综合分析表

传播类型	传播载体	传播形式	传播价值
平面广告	年鉴	彩页+软文	1、院校数量3,000多所；2、阅读人群超过200万人次。
网络广告	年鉴官网	动画+专题	1、影响人群为全国高校的体育院（系、部）领导、老师以及在校大学生；2、日阅读量20,000人次。
活动现场	年鉴编委会活动	展示+广告+推荐+其他	1、直接影响体育院（系、部）的领导、老师300人/次（平均）；2、每次间接影响人群将超过万人。

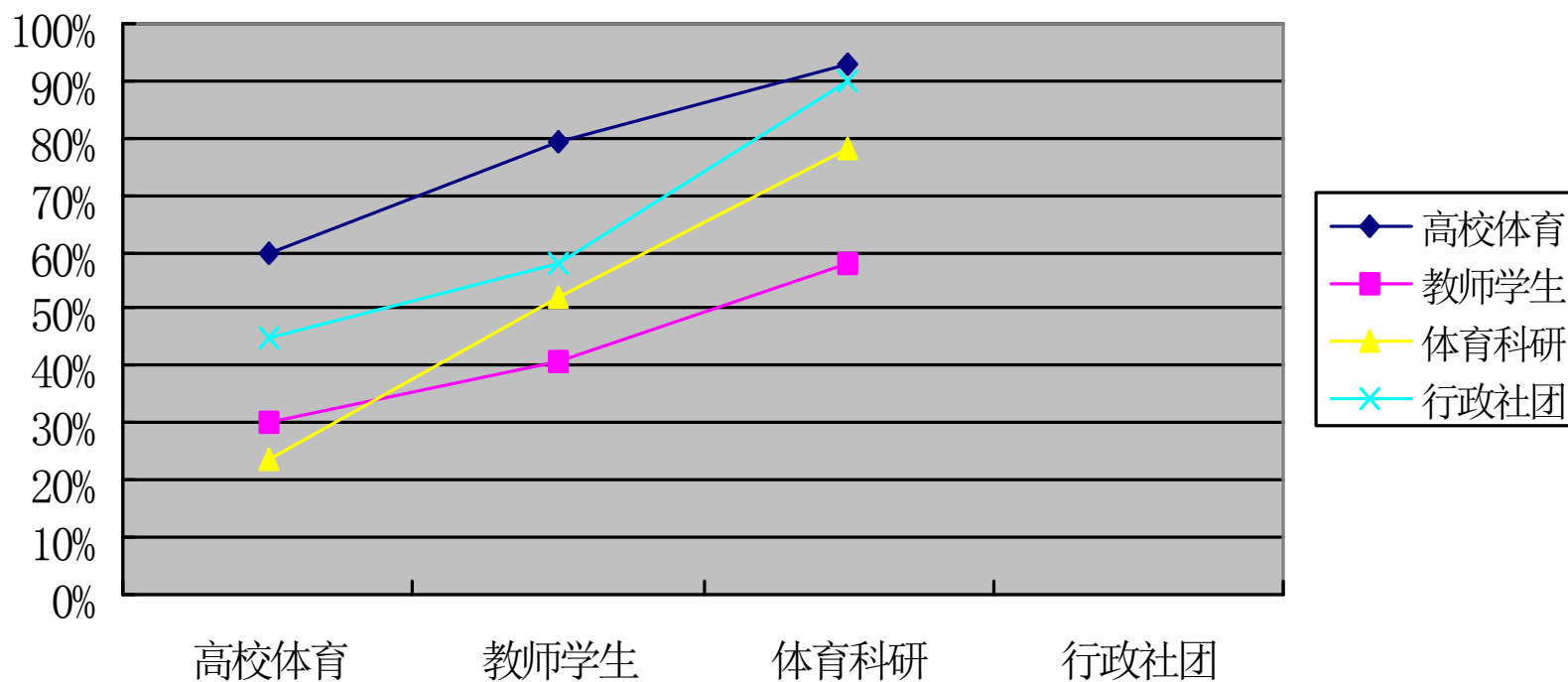
RUN



2.有利于企业整体形象的提升

《年鉴》的收藏性无疑成为企业形象的最好提升平台，教育部的主要领导（体育方面）亲自参加活动，以及在编委会成立大会上的发言将给企业良好形象的传播提供绝佳机会，老师和在校大学生以及相关科研人员通过查阅和在线阅读，对于任何企业形象的提升发挥极致。

形象提升曲线图



RUN



3. 有利于产品销售量的上升

《年鉴》编委会成员几乎囊括了全部高校体育学院（部、系）的院长（主任），我们通过召开编委会成立大会的形式将召开高校体育界规模最大，级别最高的一次盛会，教育部和高校体育领导与企业面对面的接触，将是盛况空前；《年鉴》是高校老师和在校大学生及相关科研人员了解高校体育整体发展和查阅各高校体育成绩的唯一权威资料，其影响力将空前。

销售种类	销售对象	销售方式	实现途径	适合行业
团购	高校体育领导体育科研负责人	招标、采购	广告、活动	1、体育运动服装；2、场馆器材设施；3、训练竞赛器材3、体育教学设备；4、健身器械及附件；5、体质测试仪器；6、户外运动用品；7、训练配套产品；8、体育相关用品
零售	教师、学生	直接购买	网络、广告、活动	1、体育运动服装；2、户外用品；3、训练教学器材；4、体育相关用品
渠道	教师、学生	代理、经销	广告、网络	1、体育运动服装；2、训练教学器材；3、户外运动用品；4、训练配套产品；5、体育相关用品

实现产品销量范围统计分析表

RUN

三、年鉴价值

SUBTITLE



拓展类型/方式	拓展人数	人群类型	人群价值/特点
直接/参与活动 (不少于5次)	1000 (其中教育部领导10人左右; 高校体育领导到700人左右, 老师300人以上)	1. 教育部领导 2. 高校体育领导 3. 体育专业教师 4. 体育社团负责人	1. 作为主管体育的行政领导, 在整个高校体育界拥有绝对的影响力和权威; 对高校体育发展的前瞻性能绝对掌控; 2. 高校体育领导在本校高校体育采购和购买是主要的负责人, 是绝对的主导者; 3. 体育专业老师在各类招标和采购(或购买)行为中扮演献言和建议以及经办和使用的积极作用。 4. 在校大学生2500万人, 是人数最多的青少年群体。通过年鉴拓展的学生人脉, 基本是高校各体育社团的负责人或者体育专业学生和体育爱好者, 他们的消费力和影响力不可小觑。 5. 体育科研单位的投入力度的不断加大亦将是企业不应小视的, 他们的学术地位, 将是企业可合作的重点。从专业认知的角度对与产学研的合作也将是绝佳的机会。
间接/他人介绍、通讯录等	10,000以上 (其中高校体育领导500人左右; 教师近3000人; 大学生6000人以上)	1. 高校体育领导 2. 体育专业老师 3. 在校大学生 4. 体育科研人员	



4. 有利于高校体育人脉的拓展

《年鉴》已成为企业与高校体育领导人之间沟通、交流的最佳、最大、最权威的平台。直接参与者的级别之高和数量之大, 影响面之广, 就是最大的佐证。

RUN

四、年鉴广告

SUBTITLE





01. 《中国高校体育年鉴2020》广告刊例

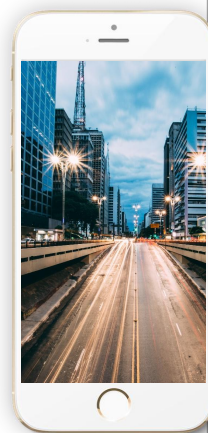
《年鉴》将以彩页广告的形式，重点展示企业形象、经营理念、产品品牌、工程案例等，费用标准如下：



版位	规格（mm）	价格（元）	销售情况
后插页	210*297	8,800	已售
前插页	210*297	9,800	待售
目录页	210*297	15,800	已售
后特一	210*297	16,800	已售
扉 页	210*297	16,000	已售
扉 一	210*297	12,800	待售
跨 页	2×210*297	20,000	待售
封 三	210*297	30,000	待售
封 二	210*297	45,000	待售
封 底	210*297	50,000	停售
封 面	210*272	60,000	停售
封套后	210*297	70,000	已售
封套前	210*272	80,000	已售

四、年鉴广告

SUBTITLE



中国高校体育年鉴编辑部

联系人：李敬媛

电话：13611396264（微信同）

联系人：张会贤

电话：15011376017（微信同）

电邮：iriet2018@163.com

网址：www.IRIET.cn

公众号：创新驱动教育科技研究院

02. 广告咨询



RUN

RUN一起奔跑吧...
NING

