

《纽约时报》扭亏为盈仍难掩传统模式之颓

已 亏损多年，今年面临被收购危险的《纽约时报》，在美国当地时间8月1日发布的财报显示，其第二季度终于扭亏为盈，盈利最大的因素，不是越来越疲软的广告，而是日渐增强的发行收入，以及对运营成本的控制。除去因裁员减薪带来的越来越少的运营成本，发行收入大幅上升，包括数字付费用户上升是主要原因。但几个关键数字，仍显示出传统媒体商业模式的颓势。

纽约时报公司刚刚发布的财务报告显示，纽约时报今年净利润上升到2010万美元，每股净收益13美分，收入大大好于去年同期。

2012年第二季度，由于About.com网站贬值，以及印刷和数字广告收益的持续下降，纽约时报公司净亏损8810万美元，即每股亏损60美分；而2011年同期的亏损为1.197亿美元，每股亏损79美分。

今年1月有美国媒体报道称，纽约地产大亨特朗普正在积极召开会议，谈判收购《纽约时报》事宜。今年，纽约时报位于纽约市的新总部大楼已被抵押，并欠下巨额债务。

这一结果超出分析师此前预期。汤森路透调查显示，分析师平均预期纽约时报公司第二季度每股收益为12美分。

不过我们理应关注另一些关键数据：纽约时报公司第二季度营收为4.854亿美元，比去年同期下滑0.9%，略低于分析师此前预期。汤森路透调查显示，分析师平均预期纽约时报公司第二季度营收为4.87亿美元。

按业务部门划分，则可更清楚看出纽约时报的收入现状，这也几乎是所有传统媒体的参照：纽约时报公司第二季度发行营收为2.45亿美元，比去年同期的2.33亿美元增长5.1%。

而与此同时，广告总收入为2.07亿美元，比去年同期的2.2亿美元下滑5.8%；其他营收为3280万美元，比去年同期的3630万美元下滑9.7%。其中纸媒广告收入下降6.8%，数字广告收入下降2.7%。

纽约时报公司预计，第三季度总发行营收将实现同比增

长，增幅在10%到20%之间；总广告营收预计将经历类似于上半年的波动；总运营支出预计将与去年同期持平。

纽约时报公司还预计，2013年来自于合资企业的业绩为亏损300万美元到600万美元；折旧和摊销支出为9000万美元到9500万美元；利息支出为5500万美元到6000万美元，资本支出大约为3500万美元。

从上述数据可以看出，传统印刷广告市场大幅下滑趋势已不可逆转，反而，付费订阅用户及由此带动起来的发行收入正成为主流。

电子阅读器和其他数字版本的泰晤士报和国际先驱论坛报的付费用户增长到69.9万，超过35%，与去年同期相比上升。数字订阅波士顿环球报和BostonGlobe.com的用户上升至3.9万，同比增长近70%，去年同期的数量是2.3万。

今年2月，纽约时报公司就宣布将出售新英格兰媒体集团，其中包括波士顿环球报、Boston.com、伍斯特电报和公报、直邮营销公司等。

泰晤士报2月还宣布，它将重命名国际先驱论坛报，这张有着125年历史的报纸，总部设在巴黎。在未来几个月内它还将为国际用户推出一个重新设计的网站，继续为受众研发付费数字产品，

这一年，纽约时报做了很多新媒体领域的尝试。例如提高付费墙门槛。今年6月，纽约时报公司开始对那些想要每天阅读纽约时报网络版三篇以上文章的用户收费。例如尝试的数字专题报道《雪崩》项目，这为纽约时报带来350万流量，在大获成功的同时但也引发了一些争议。

不管怎样，纽约时报在数字媒体上的尝试，还是给它带来了更多正向的收益。但目前看来，这些还无法改变传统媒体所面临的颓势。传统媒体真正可以和新媒体们抗衡的出路在于：改变现有的商业模式。

(钛媒体供稿)

责编：张晓燕 美编：王柏斯

