



· 美国报业研究简史

## 2002年美国报业展望

时间: 2002-9-12 18:42:23 来源: 中国新闻研究中心 阅读1261次

虽然目前美国的经济形势比较低迷, 但美国的报纸发行人对于今年中期经济好转仍旧充满希望, 只是许多人拒绝预测具体的收入。

### 计划推出新的媒体产品

尽管广告形势严峻, 但在一年一度的“信贷瑞士第一波士顿”传媒大会上, 一些报业公司面对投资者表示, 他们正在努力制定计划以推出新的媒体产品。

#### 1. 道琼斯公司: 《华尔街日报》将全新改版

董事会主席彼特·卡恩说, 《华尔街日报》期待已久的改版将于4月9日正式启动。这次改版, 是该报二战以来首次改变头版的面貌并采用彩色印刷, 目前该报仅其他版面使用某些彩色图表和图片。然而道琼斯拒绝透露在头版将采用何种颜色等具体细节。虽然道琼斯尚未出过改版样报, 但表示改版之后的视觉效果将会变得更加清新秀雅, 字体变化将会减少, 并提供更多的导读帮助。此次改版历经4年的策划, 用于扩版以及提升报纸的彩色印刷能力的投资高达2.25亿美元。卡恩说, 公司已将部分改版方案通知广告商, 反应“非常积极”。

## 2. 华盛顿邮报公司：广告形势依然“可怕”

首席执行官唐纳德·格雷厄姆提醒投资者说，他的公司不会发布关于收入情况的具体预测。他说：“如果你对我们下个季度会赚多少钱感兴趣，你可能不愿再持有我们公司的股票了。”格雷厄姆明确表示，相对于2001年每股的可怜收益，2002年对邮报而言的确“极为有利”。这主要得益于公司两个部门——有线电视台和教育服务部的良好表现。

至于《新闻周刊》，格雷厄姆说恐怖攻击和随后的阿富汗冲突证明，新闻类周刊有着极强的生命力，对我们的读者来说是至关重要的，尽管广告形势依然“可怕”。

## 3. 奈特里德公司：优先考虑提高发行量

董事会主席兼首席执行官托尼·里德说，他预计2002年的广告收入将会持平或略有下降，但他并未给出具体的数字。作为削减成本计划的一部分，里德说他的公司2001年裁员人数已达2200名，2002年即使情况好转也不会进入，除非所进人员能直接带来收入的增长。公司已决定，2001年管理人员不发奖金，2002年对年薪超过20万的员工实行工资冻结。

报业公司总裁史蒂夫·罗西说，公司广告收入下降了8.2%。《圣琼斯信使报》的表现“最令人失望”，截至10月份，广告收入下降了24%，其中降幅最大的是招聘广告，下降了52.4%。里德说，公司明年最优先考虑的问题是提高报纸的发行量。

## 4. 纽约时报公司：9·11事件教会我们考虑无法想象的事情

恐怖袭击事件发生后，《纽约时报》9月的报摊零售量比平时提高了37%，星期日则提高了15%。董事会主席小阿瑟·舒尔茨博格说，报纸收到了大量有关袭击事件报道及后续报道的反馈意见，特别是关于一系列遇害人员简介的反馈，“我从未收到过这么多关于报纸内容的如此积极的反响。”

总裁兼首席执行官拉塞尔·刘易斯说，2001年《纽约时报》的发行量上升，而《波士顿环球报》的收入增长了3200万美元。首席财务官雷恩·福尔曼说，严峻的广告形势由于9·11事件而雪上加霜，导致公司2001年第四季度的收入水平低于先前的估计。福尔曼说，目前公司预测第四季度每股收益在48美分到52美分之间，而汤姆逊财务及第一召唤公司的分析师曾预计每股收益为59美分。

福尔曼还说，9·11事件教会我们考虑无法想象的事情。因此，公司正在筹建应急设施，以便即使时报总部大楼被毁也能照常出报。

#### 5. 论坛报公司：无法对2002年作出具体预测

《论坛报》与奈特里德共同拥有的网上招聘公司“事业营造商”最近通过收购在业界排名第三的“猎头”公司，而巩固了其老二的位置。首席财务官唐·格里奈斯科说，由于仍存在不确定因素，故而无法对2002年作出具体的预测。然而他说，由于公司下属网站成本较低、损耗较小，2002年现金流与收入将“略有”增长，总收入将会持平。他预测每吨新闻纸价格会下降10%到15%。但由于《论坛报》是新闻纸的第二大用户，所以它购买的新闻纸每吨平均价格可能只下降6%，低于整个行业的平均降幅。

#### 6. 斯克里普斯公司：开通“好日子”有线电视频道

首席执行官肯·洛维说，虽然广告面临困难，公司仍将按原计划于2002年3月新开通一个名为“好日子”的有线电视频道。除了“好日子”频道以外，斯克里普斯拥有的有线电视频道

还包括“食品”、HGTV和DIY。斯克里普斯管理层长期坚持扩展有线电视网，这已成为这家总部设在辛辛那提的公司最优先考虑的问题。

## 7. 甘乃特公司：在赚到钱之前我们不会随便乱花

董事会主席兼首席执行官道格拉斯·迈克考尔丁戴尔说，他预计2002年下半年经济会好转。但是，他补充道：“我们的计划是保守的，在赚到钱之前我们不会随便乱花。”甘乃特公司估计2002年广告收入持平或略有增长，而发行量则“基本不变”。

迈克考尔丁戴尔说，2001年公司总收入预计可达63亿美元，约增加2%，每股收益在3.09美元和3.12美元之间，而2000年是3.63美元。公司在英国的业务，2001年总收入增幅可达5%到6%。2002年广告额及总收入均可达到一位数的增长。

## 报纸发行人表示谨慎的乐观

报纸发行人告诉投资者说，他们对2002年的广告形势抱谨慎乐观的态度。但一些人警告说，2001年第四季度的经营情况令人忧虑。

## 1. 期刊注册公司：广告形势始终很艰难

期刊注册公司拥有23家日报，包括康涅狄格州的第二大报《新港湾注册报》。设在纽约的特兰顿公司的首席执行官罗伯特·杰里尼克说：“我对广告的感觉比较好。”理由是11月份的收入比10月份“显著提高”。但杰里尼克警告说，截至10月份，年广告收入下降了6.3%，这说明广告形势始终很艰难。但是，随着11月份以及12月份的进一步改善，他预测每股收益在21

至25美分之间。

该公司首席财务官简·里夫顿说，公司刚刚开始启用价值3500万元的印刷设备。由于大幅降低劳动力和印刷成本，新印刷厂每年可节约350万美元。公司预计2002年广告收入增长1%。

## 2. 李氏企业公司：正寻求增加其报纸拥有种数

一年前卖掉下属电视台的李氏企业公司，目前正在寻求增加其报纸拥有种数，它目前有23家日报，并占有另外5家的股份。该公司首席执行官玛丽·强科说：李氏企业公司正在寻找发行量在3万至12.5万之间的报纸以加盟集团。集团主要占有中西部和西北地区的报业市场份额。

该公司首席财务官卡尔·施密德说，李氏第四季度的每股收益比一年前的48美分下降了8到10美分。他把这归咎于广告不景气、股票收入减少以及2001年比2000年同期少了一个星期日。他预料新闻纸的价格2002年将持续下滑。

## 3. 普利策公司：收购大圣路易丝地区的郊区杂志公司

普利策的主管们透露，他们收购了大圣路易丝地区的郊区杂志公司，这是一个拥有36家周报和其他地方性出版物的集团。普利策计划利用该集团以及一个网站，以弥补它的所属旗舰报纸《圣路易丝邮报》的不足。除了《圣路易丝邮报》之外，普利策公司还经营着《亚利桑那星报》和另外12种日报。高级财务副总裁阿兰·希尔沃格莱特拒绝对2002年作出具体预测。他还预计2002年新闻纸价格会下跌。

希尔沃格莱特还说，公司对于分析师预计的2001年全年的每股收益在70到75美分的结果表示满意。

#### 4. 迈克克莱奇公司：压缩网络带宽

迈克克莱奇公司总部设在加利福尼亚州萨克拉门托市，该公司董事会主席兼首席执行官加利·普鲁伊特说，2001年截至10月，广告总收入下降了4.5%。但是，由于总收入的增长，目前公司预计第四季度的每股收益在40至42美分之间。而汤姆逊财务及第一召唤公司的分析师的估计是36美分。

迈克克莱奇公司首席财务官帕特·塔拉曼茨说，公司11家日报中的9家已经采取行动压缩网络带宽，每年可节约开支750万美元，其余两家则打算彻底关闭网站。

#### 5. 贝罗公司：至少到2003年，不会增加奖金

地处达拉斯的贝罗公司的首席财务官杜尼亚·塞夫说，该公司10月份实行了全公司的工资冻结并计划2002年保持员工人数不变。至少到2003年，不会增加奖金。

第四季度，公司预计电视广告的收入下降十几个百分点，报纸分类招聘广告“急剧”减少。与2000年同期相比，2001年第四季度报纸收入下降十几个百分点，而营业现金流降低35%到40%。贝罗公司预计全年每股收益是15至16美分，大大低于上年每股82美分的水平。

#### 6. 通用传媒公司：预计2002年印刷广告的收入增幅将达1%至1.5%

该公司首席财务官马歇尔·墨顿预计，2002年印刷广告的收入增幅将达1%至1.5%，而新闻纸成本则下降9%。他说，公司对先前发布的第四季度每股收益在二十几美分、全年每股收益不到70美分的预测表示满意。

公司董事会主席兼首席执行官斯图尔特·布莱恩三世说，公司积极参与联邦电信委员会主持的对传媒交叉拥有条例的重新评估，该条例目前禁止公司在同一个市场同时拥有电视台和报纸。

#### 2002年广告将回升，报业形势会好转

两位最具影响的预测专家说，2002年的广告开支将会略有反弹，而冬奥会和国会选举也将有助于报业走出衰退，但是广告的增长不会达到2000年繁荣时期的程度。

迈克卡恩环球公司的罗伯特·科恩的预测报告，是在投资银行UBS沃尔博格主办的传媒业会议上发表的。他预期2002年全美广告开支将达到2.4%的增长率，相对于2001年预期的4.1%的负增长而言是小幅反弹。根据科恩的统计，2001年广告开支的缩减是美国自1991年以来的第一次，而2000年广告开支却剧增了9.6%，这完全得益于当时网络公司与经济繁荣均处于鼎盛阶段。科恩还预计，随着美联储一系列的降息以及其他政府刺激经济措施的实施，2002年第一季度美国经济将开始复苏。这将带动广告业的回升。

在UBS沃尔博格会议上，位于伦敦的詹尼斯奥普特传媒公司也发表了另一份独立的预测报告，称2001年同样遭受打击的国外广告市场也将略有好转。该公司预计，随着全球经济状况的恢复，2002年的广告涨幅接近0.8%，而2003年将为3.6%。

此外，另两位独立的传媒研究人员也作出了乐观的估计。报业咨询公司巴里集团的首席经济学家迈尔斯·格罗夫斯预计，2002年报纸广告将增长2.3%，而2001年广告跌幅达7.7%。格罗夫斯认为：“我们预期这是一次短期衰退，明年第一季度末情况会有所改观。”

美国报业协会市场及经营部副总裁吉姆·康纳翰也在发言中预测，2002年报纸广告额将增长0.6%，但前提是报纸零售量和全国广告额增长1%，而分类广告基本保持不变。这个预测是建立在一系列假设之上，包括有效的刺激经济增长计划的实施，在中亚地区军事行动取得胜利，以及消费者信心的逐步恢复。

文章管理: [web@cddc.net](mailto:web@cddc.net) (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 美国报业

- 美国报业迎来“黑铁时代”？ (2006-3-27)
- 美国报业像成熟快烂的苹果 (2006-3-16)
- 美国报业研究简史 (2006-1-10)
- 美国报业应对颓势的三大策略 (2005-8-11)
- 汤姆·昆克尔：检讨报团时代的美国新闻 (2004-6-15)

[>>更多](#)

2002年美国报业展望 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:  密码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](http://www.cddc.net)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.