

مليون دولار إيرادات «نيويورك تايمز» خلال الربع الثاني 591



أشارت «نيويورك تايمز»، الثلاثاء، إلى أن الإنفاق الإعلاني ارتفع بشكل أسرع من توقعات السوق، بعد أن تغلب ناشر 6% الأخبار على تقديرات وول ستريت لنتائج الربع الثاني، مما أدى إلى ارتفاع أسهمها بأكثر من 6

.وسجلت «نيويورك تايمز» عائدات بقيمة 590.9 مليون دولار للربع الثاني، مقارنة بتقديرات تبلغ 580.5 مليون دولار

للاشتراكات المجمعة البالغة 13.40 دولار أمريكي، (ARPU) وأبلغت الشركة عن متوسط الإيرادات لكل مستخدم مقارنة بإجمالي متوسط العائد لكل مستخدم رقمي فقط البالغ 9.15 دولار أمريكي

.وأضافت نيويورك تايمز 180 ألف مشترك رقمي فقط في الربع الثاني، مقارنة بـ 190 ألف مشترك في الربع الأول. وهدفها هو 15 مليون مشترك بحلول عام 2027

.وعلى أساس معدل، ربحت الشركة 38 سنتاً للسهم الواحد، مقارنة بتقديرات تبلغ 21 سنتاً

خدمات متنوعة

وتقوم الشركة بتجميع الوصول إلى التقارير الإخبارية والمقالات مع مجموعة متنوعة من المنتجات من البودكاست والألعاب إلى توصيات المنتجات، حيث تتطلع إلى تعزيز المشاركة والاحتفاظ بالمستخدمين

والطلب على المواقع الإعلانية في انتعاش بعد أن أجبرت حالة عدم اليقين الاقتصادي الشركات على خفض الإنفاق الإعلاني. والضيافة والسفر والبيع بالتجزئة من بين القطاعات التي تعزز الإنفاق الإعلاني

وتتوقع صحيفة «نيويورك تايمز» أن «يظل إجمالي إيرادات الإعلانات ثابتاً في الربع الثالث»، بينما يقدر المحللون «انخفاضاً بنسبة 4.1%، وفقاً لبيانات «رفينيتيف

وساعد الانتعاش في الإنفاق التسويقي على نمو إيرادات الإعلانات الرقمية في نيويورك تايمز بنسبة 6.5% في الفترة من إبريل/نيسان إلى يونيو/حزيران

وقال الرئيس التنفيذي ميريديث ليفيان: «إن الشركة طرحت منتجات إعلانية عبر مجموعتها، بما في ذلك الألعاب» والأخبار الرياضية، مما يعزز إيرادات الإعلانات الرقمية

ويتوقع المحللون وخبراء الصناعة زيادة الطلب على الإعلانات في النصف الثاني من العام، مع تراجع التضخم. ((روترز