



EDITOR'S SCATVIEW

Manoj Kumar Madhavan

As 2024 draws to a close, it is fitting to reflect on a year marked by dynamic change and transformative growth across the Cable TV, Broadcast, Broadband, and Satellite industries in India. This year brought both challenges and opportunities as technological advancements, and regulatory developments reshaped the media and communications landscape.

In the Cable TV domain, the emphasis shifted from traditional service offerings to hybrid models that blend linear television with OTT platforms. Operators are now redefining themselves as integrated service providers, delivering curated digital content and interactive services alongside traditional broadcast. This pivot highlights a sector determined to remain relevant in the age of digital convergence.

The Broadband segment continues to be a cornerstone of India's digital economy. In India, the growing demand for high-speed internet is driving investments in fiber-optic infrastructure, a critical step in bridging the urban-rural digital divide.

The Satellite industry, too, is on an upward trajectory. With the advent of next-generation satellites and the rise of satellite-based internet services, India stands at the cusp of a connectivity revolution. Companies are exploring partnerships and innovations to ensure that even the remotest regions benefit from reliable and fast internet services.

The blurring of lines between linear TV and OTT led broadcasters to explore hybrid models.

The merger of Reliance and Disney has been another major landmark in 2024. TRAI's ongoing efforts to refine tariff order regulations for the cable and DTH sector impacted broadcasters, encouraging them to optimize content pricing and packaging strategies.

Broadcasters like Prasar Bharati launched new FTA channels and strengthened their presence on platforms like DD Free Dish. Prasar Bharati also launched its own OTT service called Waves at the end of this year.

As we look to 2025, the convergence of media and technology will only accelerate. The challenge lies in navigating regulatory landscapes, ensuring affordability, and fostering innovation to cater to the evolving preferences of the Indian audience.

At Satellite & Cable TV Magazine, we remain committed to capturing these pivotal moments and sharing insights to empower our readers. Here's to another year of transformation and growth in the industry!

(Manoj Kumar Madhavan)

अब जबकि 2024 समाप्त होने वाला है, भारत में केवल टीवी, प्रसारण, ब्रॉडबैंड और सैटेलाइट उद्योगों में गतिशील परिवर्तन और परिवर्तनकारी विकास द्वारा चिह्नित एक वर्ष पर विचार करना उचित है। यह वर्ष तकनीकी प्रगति रूप में चुनौतियों और अवसर दोनों लेकर आया, और विनियामक विकास ने मीडिया और संचार परिदृश्य को नया रूप दिया।

केवल टीवी डोमेन में, पारंपरिक सेवा पेशकशों से हटकर हाइब्रिड मॉडल पर जोर दिया गया है जो लीनियर टेलीविजन को ओटीटी प्लेटफॉर्म के साथ मिलाते हैं। ऑपरेटर अब खुद को एकीकृत सेवा प्रदाताओं के रूप में परिभाषित कर रहे हैं, जो पारंपरिक प्रसारण के साथ-साथ क्यूरेटेड डिजिटल कंटेंट और इंटरैक्टिव सेवाओं प्रदान कर रहे हैं। यह बदलाव डिजिटल कन्वर्जेंस के युग में प्रासंगिक बने रहने के लिए दृढ़ संकल्पित एक क्षेत्र को उजागर करता है।

ब्रॉडबैंड सेगमेंट भारत के डिजिटल अर्थव्यवस्था का आधार बना हुआ है। भारत में हाई-स्पीड इंटरनेट की बढ़ती मांग फाइबर-ऑप्टिक इंफ्रास्ट्रक्चर में निवेश को बढ़ावा दे रही है, जो शहरी-ग्रामीण डिजिटल विभाजन को पाटने में एक महत्वपूर्ण कदम है।

सैटेलाइट उद्योग भी तेजी से बढ़ रहा है। अगली पीढ़ी के सैटेलाइट के आगमन और सैटेलाइट आधारित इंटरनेट सेवाओं के उदय के साथ, भारत कनेक्टिविटी क्रांति के मुहाने पर खड़ा है। कंपनियां साझेदारी और नवाचारों की खोज कर रही हैं ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके और दूरदराज के क्षेत्रों को भी विश्वनीय और तेज इंटरनेट सेवाओं का लाभ मिले।

लीनियर टीवी और ओटीटी के बीच रेखायें धुंधली होने से प्रसारकों को हाइब्रिड मॉडल तलाशने पड़े।

रिलायंस और डिज्नी का विलय 2024 में एक और बड़ी उपलब्धि है। केवल और डीटीएच क्षेत्र के लिए टैरिफ आर्डर विनियमन को परिष्कृत करने के लिए ट्राई के चल रहे प्रयासों ने प्रसारकों को प्रभावित किया, जिससे उन्हें कंटेंट मूल्य निर्धारण और पैकेजिंग रणनीतियों को अनुकूलित करने के लिए प्रोत्साहित किया गया।

प्रसार भारती जैसे प्रसारकों ने नये एफटीए चैनल लॉन्च किये और डीडी फ्रीडिश जैसे प्लेटफॉर्म पर अपनी उपस्थिति को मजबूत की। प्रसार भारती ने इस साल के अंत में वेक्स नाम से अपने खुद की ओटीटी सेवा भी शुरू की।

अब जबकि हम 2025 की ओर देख रहे हैं, मीडिया और प्रौद्योगिकी का कन्वर्जेंस केवल तेज होगा। चुनौती विनियामक परिदृश्यों को नेविगेट करने, वहनीयता सुनिश्चित करने और भारतीय दर्शकों की बदलती प्राथमिकताओं को पूरा करने के लिए नवाचार को बढ़ावा देने में है।

सैटेलाइट और केवल टीवी मैगजीन में, हम इन महत्वपूर्ण क्षणों को कैप्चर करने और अपने पाठकों को सशक्त बनाने के लिए अंतर्दृष्टि साझा करने के लिए प्रतिबद्ध हैं। उद्योग में परिवर्तन और विकास का एक और वर्ष आ रहा है।

(Manoj Kumar Madhavan)