

INDIA EMERGES THIRD LARGEST MARKET FOR VIDEO

India is the third largest video market in the world with a revenue generation of \$13 billion.

India is the third largest video market in the world with a revenue generation of \$13 billion. According to the Asia Pacific Video & Broadband 2024 Report OF mpa, the top two video markets are China (\$64 billion) and Japan (\$32 billion), followed by India, Korea (\$12 billion), Australia (\$9.5 billion), Taiwan and Indonesia (each \$ 3 billion).

APAC video industry grew by 5.5% in 2023 as total revenue reached \$145 billion with 13% growth in online video sector sales, partially offset by less than 1% growth in TV revenue pie.

The APAC online video sector is projected to grow at 6.7% CAGR to reach \$78.5 billion in value by 2028 or at 9.2% CAGR to \$46 billion in APAC ex-China.

As per MPA, the six largest revenue-generating video industry markets by 2028 will be China, Japan, India, Korea, Australia and Indonesia, with all contributing an aggregate of over 90% to the Asia Pacific total.

The fastest growing markets over 2023-28 in terms of % CAGR will be Indonesia (7.3%), Philippines (6.2%), India (5.6%), Vietnam (4.6%) and Thailand (4.2%).

“The Asia Pacific video industry continues to experience a secular shift from TV to online in terms of engagement and monetization. Improved connectivity, rising connected TV (CTV) penetration combined with the growth of local creator economies, investment in premium local content as well as the wide availability of premium sports streaming, will continue to drive dollars and eyeballs online.

“Clear beneficiaries in the digital video economy include global and local technology and media companies investing in product and content with consumers at the forefront of their strategies,” said Vivek Couto, MPA Managing & Executive Director. ■

वीडियो के लिए तीसरा सबसे बड़े बाजार के रूप में उभरा भारत

13 अरब डॉलर के राजस्व के साथ भारत दुनिया का तीसरा सबसे बड़ा वीडियो बाजार है।

13 अरब डॉलर के सृजन के साथ भारत दुनिया का तीसरा सबसे बड़ा वीडियो बाजार है। एमपीए के एशिया प्रशांत वीडियो और ब्रॉडबैंड 2024 रिपोर्ट के अनुसार शीर्ष दो वीडियो बाजार चीन (64 अरब डॉलर) और जापान (32 अरब डॉलर) है। उसके बाद भारत, कोरिया (12 अरब डॉलर), ऑस्ट्रेलिया (9.5 अरब डॉलर), ताइवान और इंडोनेशिया (प्रत्येक 3 अरब डॉलर) का स्थान है।

2023 में एपीएसी वीडियो उद्योग में 5.5% की वृद्धि हुई हुई क्योंकि वीडियो क्षेत्र की बिक्री में 13% की वृद्धि के साथ कुल राजस्व 145 बिलियन डॉलर तक पहुंच गया, टीवी राजस्व हिस्सेदारी में 1% से कम वृद्धि से आंशिक रूप से भरपायी हुई।

एपीएसी ऑनलाइन वीडियो सेक्टर का मूल्य 6.7% सीएजीआर से बढ़कर 2028 तक 78.5 बिलियन डॉलर या चीन को छोड़कर एपीएसी में 9.2 सीएजीआर से बढ़कर 46 बिलियन डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है। एमपीए के अनुसार 2028 तक छह सबसे बड़े राजस्व पैदा करने वाले वीडियो उद्योग बाजार में चीन, जापान, भारत, कोरिया, ऑस्ट्रेलिया और इंडोनेशिया होंगे, जो एशिया प्रशांत क्षेत्र में कुल 90% से अधिक का योगदान देंगे।

प्रतिशत सीएजीआर के संदर्भ में 2023-28 में सबसे तेजी से बढ़ने वाले बाजार इंडोनेशिया (7.3%), फिलीपींस (6.2%), भारत (5.6%), वियतनाम (4.6%) और थाईलैंड (4.2%) होंगे।

‘एशिया प्रशांत वीडियो उद्योग जुड़ाव और मुद्राकरण के मामले में टीवी से ऑनलाइन की ओर एक धर्मनिरपेक्ष बदलाव का अनुभव कर रहा है। बेहतर कनेक्टीविटी, कनेक्टेड टीवी (सीटीवी) की बढ़ती पैठ, स्थानीय निर्माता अर्थव्यवस्थाओं की वृद्धि, प्रीमियम स्थानीय सामग्री में निवेश के साथ-साथ प्रीमियम स्पोर्ट्स स्ट्रीमिंग की व्यापक उपलब्धता, आनलाइन डॉलर की प्राप्ति और लोगों का ध्यान आकर्षित करेगी।

एमपीए के प्रबंध और कार्यकारी निदेशक विवेककोटो ने कहा ‘डिजिटल वीडियो अर्थव्यवस्था में स्पष्ट लाभार्थियों में वैश्विक और स्थानीय तकनीकी और मीडिया कंपनी शामिल हैं, जो अपनी रणनीतियों में उपभोक्ताओं के साथ उत्पाद और सामग्री में निवेश कर रही हैं।’ ■

