

## OTT ON A ROLL AND SET TO STEP UP GEAR

The OTT business is set to step up its gear and the OTT subscription revenue in India grew by 30-80 per cent annually between 2019 to 2022. The subscription revenue of Indian OTT players is set to reach \$1 billion in 2023. In contrast, Chinese OTT subscription revenue hit \$10bn in 2022.

The Indian OTT subscriber base is expected to reach 50 million by the end of 2023. Netflix is set to overtake Amazon Prime Video in revenue in 2023, generating almost \$200m, and is forecast to reach 11m subscriptions in 2025. Netflix had dropped its subscription fee in India in 2021 December by 60 per cent, yet it clocked a 25 per cent increase in revenue in 2022 year on year.

Netflix has reported growth in profit as well as user numbers during the third quarter. Netflix had \$8.54 billion of revenue during the three-month period ending September 30. This, according to the company, is a growth of 8 percent from a year earlier. The company credited the increase in revenue to better-than-expected growth in subscribers. Netflix added nine million net paid subscribers in the quarter. The total global paid subscriber base now stands at 247.2 million.

The company's net income was \$1.6 billion, up nearly 20 percent from a year earlier. Netflix has announced that it will spend some \$13 billion on content this year, down from \$17 billion.

JioCinema has emerged as the biggest disruptive OTT platform this year after Viacom18, which owns the app, won the digital media rights of the IPL for a whopping Rs 23,758 crore last June for 2023-27

Zee5 Global has revealed significant growth in both engagement and viewership in the United States on connected TVs. The business has reported over a 150% increase in its connected TV user base and a 75% jump in viewership for this segment over the year driven significantly by 4K content launches and an increasingly personalised and improved user interface. ■

## अपनी गति बढ़ाने के लिए पूरी तरह से तैयार है ओटीटी

ओटीटी व्यवसाय अपनी गति बढ़ाने के लिए तैयार है और भारत में ओटीटी सब्सक्रिप्शन राजस्व 2019 से 2022 के बीच सालाना 30-80 प्रतिशत की वृद्धि हुई है। भारतीय ओटीटी खिलाड़ियों का सब्सक्रिप्शन राजस्व 2023 में 1 बिलियन डॉलर तक पहुंचने के लिए तैयार है। इसके विपरीत, 2022 में चीनी ओटीटी सब्सक्रिप्शन राजस्व 10 अरब डॉलर तक पहुंच गया।

2023 के अंत तक भारतीय ओटीटी ग्राहक आधार 50 मिलियन तक पहुंचने की उम्मीद है। नेटफ्लिस्क 2023 में राजस्व में अमेजन प्राइम वीडियो से आगे निकलने के लिए तैयार है, जिससे लगभग 200 मिलियन अमेरिकी डॉलर की प्राप्ति होगी और 2025 में इसके 11 मिलियन सब्सक्रिप्शन तक पहुंचने का अनुमान है। नेटफ्लिस्क ने दिसंबर 2021 में भारत में अपनी सदस्यता शुल्क में 60 प्रतिशत की कटौती की थी, फिर भी इसने साल दर साल 2022 में राजस्व में 25 प्रतिशत की वृद्धि दर्ज की है।

नेटफ्लिस्क ने तीसरी तिमाही के दौरान लाभ के साथ-साथ उपयोगकर्ता संख्या में भी वृद्धि दर्ज की है। 30 सितंबर को समाप्त तीन महीने की अवधि के दौरान नेटफ्लिस्क का राजस्व 8.54 बिलियन डॉलर था। कंपनी के अनुसार, यह एक साल पहले की तुलना में 8 प्रतिशत की वृद्धि है। कंपनी ने राजस्व में वृद्धि का श्रेय ग्राहकों में उम्मीद से बेहतर वृद्धि को दिया है। नेटफ्लिस्क ने तिमाही में नौ मिलियन शुद्ध भुगतान करने वाले ग्राहकों को जोड़ा। कुल वैश्विक भुगतान वाला ग्राहक आधार अब 247.2 मिलियन है। कंपनी की शुद्ध आय 1.6 बिलियन डॉलर थी, जो एक साल पहले से लगभग 20 प्रतिशत अधिक थी। नेटफ्लिस्क ने घोषणा की है कि इस साल सामग्री पर 17 अरब डॉलर के स्थान पर सिर्फ 13 अरब डॉलर ही खर्च करेगा। जियोसिनेमा इस साल सबसे बड़े विघटकारी ओटीटी प्लेटफॉर्म के रूप में उभरा है, वायकॉम 18 के बाद, जो ऐप का मालिक है, ने पिछले जून में 2023-27 के लिए 23,758 करोड़ रुपये में आईपीएल के डिजिटल मीडिया अधिकार जीते थे।

जी5 ग्लोबल ने संयुक्त राज्य अमेरिका में कनेक्टेड टीवी पर जुड़ाव और दर्शकों की संख्या दोनों में उल्लेखनीय वृद्धि का खुलासा किया है। व्यवसाय ने अपने कनेक्टेड टीवी उपयोगकर्ता आधार में 150% से अधिक की वृद्धि और 4के सामग्री लॉन्च और तेजी से वैयक्तिकृत और बेहतर उपयोगकर्ता इंटरफेस के कारण इस क्षेत्र के लिए दर्शकों की संख्या में 75% की वृद्धि दर्ज की है। ■

