



## NETFLIX HIKES PRICES ACROSS PLANS

Netflix has increased subscription prices across all tiers, with its ad-supported plan rising to \$8.99 per month from \$7.99, while the standard plan has gone up to \$19.99. The premium tier now costs \$26.99, up from \$24.99. The platform has also raised charges for additional members. The move comes as Netflix, with over 325 million subscribers, reported \$12 billion in quarterly revenue, signalling continued focus on ARPU growth amid intensifying global streaming competition.

## HMVL STOPS NEW OTTPLAY SUBSCRIPTIONS

Hindustan Media Ventures Limited (HMVL) will stop onboarding new subscribers for its OTT aggregation platform OTTplay from March 31, 2026, citing delayed profitability. While existing users will continue to be serviced, the company is effectively scaling back its OTT ambitions. OTTplay contributed Rs 59.86 crore in FY25 revenue but remained loss-making with a negative net worth of Rs 38.09 crore, highlighting the challenges faced by aggregation-led OTT models in a highly competitive market.

## GOVT REOPENS BIDS FOR SOCIAL MEDIA AGENCIES

The Central Bureau of Communication has reopened empanelment for social media agencies to scale up government digital campaigns. Agencies will be tasked with executing paid campaigns and integrating messaging within creator-led content. The move signals a broader push towards digital-first communication strategies, with empanelment valid until February 2027 under fixed L-1 pricing structures.



## नेटफ्लिस्क ने सभी प्लान्स की कीमतें बढ़ाई

नेटफ्लिस्क ने अपनी सभी टियर्स (श्रेणियों) में सब्सक्रिप्शन की कीमतें बढ़ा दी है। अप इसका एड-सपोर्टेड प्लान \$7.99 प्रति माह से बढ़कर \$8.99 प्रति माह हो गया है, जबकि स्टैंडर्ड प्लान \$19.99 तक पहुंच गया है। प्रीमियम टियर की कीमत अब \$24.99 से बढ़कर \$26.99 हो गयी है। प्लेटफॉर्म ने अतिरिक्त सदस्यों के लिए भी शुल्क बढ़ा दिया है। यह कदम ऐसे समय में उठाया गया है जब नेटफ्लिस्क ने, जिसके 325 मिलियन से अधिक सब्सक्राइवर हैं, \$12 बिलियन की तीमाही राजस्व दर्ज किया है। यह वैश्विक स्ट्रीमिंग प्रतिस्पर्धा के तेज होने के बीच एआरपीयू (प्रति उपयोगकर्ता औसत राजस्व) वृद्धि पर लगातार ध्यान केंद्रित करने का संकेत देता है।

## एचएमवीएल ने ओटीटीप्ले के नये सब्सक्रिप्शन बंद किये

हिंदुस्तान मीडिया वेंचर्स लिमिटेड (एचएमवीएल) अपने ओटीटी एग्रीगेशन प्लेटफॉर्म ओटीटीप्ले के लिए 31 मार्च 2026 से नये सब्सक्राइवर जोड़ना बंद कर देगा। कंपनी ने इसकी वजह मुनाफा होने में देरी बताया है। मौजूदा यूजर्स को सेवा मिलती रहेगी, लेकिन कंपनी असल में अपनी ओटीटी से जुड़ी योजनाओं को कम कर रही है। वित्तवर्ष 2025 में ओटीटीप्ले ने कंपनी के कुल राजस्व में 59.86 करोड़ रुपये का योगदान दिया, लेकिन यह घाटे में ही रहा और इसकी नेटवर्थ 38.09 करोड़ रुपये ऋणात्मक रही। यह दिखाता है कि एक बहुत ही प्रतिस्पर्धी बाजार में एग्रीगेशन आधारित ओटीटी मॉडल को किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है।

## सरकार ने सोशल मीडिया के लिए फिर से बोली मंगायी

सेंट्रल ब्यूरो ऑफ कम्युनिकेशन्स ने सरकारी डिजिटल अभियानों का विस्तार करने के लिए सोशल मीडिया एजेंसियों के एम्पेनलमेंट को फिर से खोल दिया है। एजेंसियों को पेड कैंप चलाने और क्रिएटर आधारित कंटेंट में मेसेजिंग को शामिल करने का काम सौंपा जायेगा। यह कदम 'डिजिटल फर्स्ट' संचार रणनीतियों की ओर एक व्यापक बदलाव का संकेत देता है, यह एम्पेनलमेंट फरवरी 2027 तक एक निश्चित एल-1 मूल्य संरचना के तहत मान्य रहेगा।



## WAVES OTT CROSSES 84 LAKH USERS

Prasar Bharati's WAVES OTT platform has crossed 84 lakh registered users since its launch in November 2024, reflecting growing adoption of public service digital content. The platform continues to expand its library with archival and regional programming, while PB-SHABD—its multilingual content initiative—has extended free access till March 2027. The growth highlights increasing traction for government-backed OTT platforms beyond metro markets.



## वेब्स ओटीटी ने 84 लाख यूजर्स का आंकड़ा पार किया

प्रसार भारती के वेब्स ओटीटी प्लेटफॉर्म ने नवंबर 2024 में लॉन्च होने के बाद से 84 लाख पंजीकृत यूजर्स का आंकड़ा पार कर लिया है। यह सार्वजनिक सेवा डिजिटल सामग्री को अपनाने की बढ़ती प्रवृत्ति को दर्शाता है। यह प्लेटफॉर्म अपनी लाइवरी का विस्तार पुरालेख और क्षेत्रीय प्रोग्रामिंग के साथ लगातार कर रहा है, जबकि पीवी-एसएचएवीडी-इसकी बहुभाषी सामग्री पहल-ने मार्च 2027 तक मुफ्त पहुंच बढ़ा दी है। यह वृद्धि मेट्रो शहरों से बाहर भी सरकार समर्थित ओटीटी प्लेटफॉर्म के प्रति बढ़ते आकर्षण को उजागर करती है।

## JIOSTAR SET FOR ORG RESTRUCTURING

JioStar is expected to unveil a new organisational structure in the coming weeks, according to Vice Chairman Uday Shankar. The move is likely part of a broader integration and consolidation strategy following the merger of media assets, as the company looks to streamline operations and align leadership across its expanding entertainment and sports portfolio.



## जियोस्टार संगठनात्मक पुर्नगठन के लिए तैयार

वायस चैनरमैन उदयशंकर के मुताबिक जियोस्टार आने वाले सप्ताह में एक नया संगठनात्मक ढांचा पेश करने वाला है। यह कदम मीडिया एसेट्स के विलय के बाद एक बड़ी एकीकरण और कंसोलिडेशन रणनीति का हिस्सा हो सकता है, क्योंकि कंपनी अपने बढ़ते मनोरंजन व खेल पोर्टफोलियो में संचालन को मुख्यवस्थित और लीडरशिप को एक साथ लाना चाहती

है।

## DISH TV BACKS HYBRID TV-OTT MODEL

Dish TV has reiterated that television will continue to remain central to Indian households, even as OTT adoption rises. The company highlighted the growing importance of hybrid models that integrate linear TV with streaming services, positioning them as key drivers of future growth in India's evolving content consumption landscape.



## डिश टीवी ने हाईब्रिड ओटीटी मॉडल का समर्थन किया

डिश टीवी ने फिर दोहराया है कि भारतीय घरों में टेलीविजन की भूमिका हमेशा की तरह बनी रहेगी, भले ही ओटीटी का चलन बढ़ रहा है। कंपनी ने उन हाईब्रिड मॉडल्स के बढ़ते महत्व पर जोर दिया है जो लीनियर टीवी को स्ट्रीमिंग सेवाओं के साथ जोड़ते हैं: कंपनी ने इन्हें भारत के बदलते कंटेंट उपभोग के माहौल में भविष्य की वृद्धि का मुख्य चालन बताया है।

## INDIA VIDEO MARKET TO HIT \$20 BILLION

India's online video market is projected to reach \$20 billion by 2030, reflecting strong growth driven by digital adoption and content demand. However, industry experts note that traditional television will continue to remain relevant, with steady revenue growth expected, pointing towards a hybrid media ecosystem rather than a complete shift to OTT. ■

## भारत का वीडियो बाजार \$20 अरब तक पहुंचेगा

भारत का ऑनलाइन वीडियो बाजार 2030 तक \$20 अरब तक पहुंचने का अनुमान है, जो डिजिटल अपनाने और कंटेंट की मांग से प्रेरित मजबूत विकास को दर्शाता है। हालांकि उद्योग विशेषज्ञों का कहना है कि पारंपरिक टेलीविजन भी प्रासंगिक बना रहेगा और इससे राजस्व में लगातार वृद्धि की उम्मीद है, यह पूरी तरह से ओटीटी पर चले जाने के बजाय एक हाईब्रिड मीडिया इकोसिस्टम की ओर इशारा करता है। ■