

## INDIAN NEWS BROADCASTERS BATTLE LOSSES AMID REVENUE DIVERGENCE

*India's top television news broadcasters—NDTV, Zee Media, and Network18—delivered a mixed financial performance in FY2025, revealing the growing strain on legacy media as they confront economic headwinds, shifting ad spends, and digital disruption.*

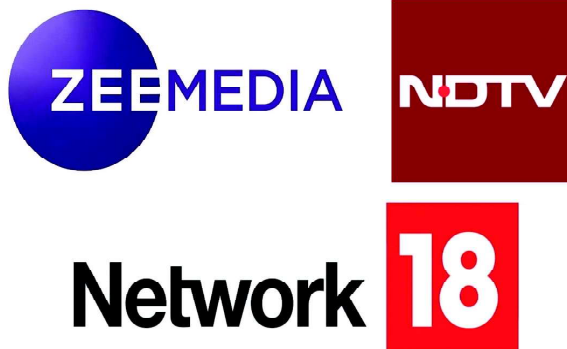
NDTV led the year with a 25.7% rise in operating revenue to Rs. 465 crore, driven by regional and global initiatives like NDTV Marathi and NDTV World. Zee Media's revenue fell by 2.6% to Rs. 622 crore, largely due to a 3.8% drop in advertising income. Network18 registered the steepest decline, with operating revenues taking a significant hit, reflecting persistent advertiser caution and fragmentation in viewer engagement.

Despite NDTV's growth push, its net loss widened to Rs. 218 crore from Rs. 21 crore in FY24. Executive Director Sanjay Pugalia framed the year as one of "ambitious reinvention," laying the groundwork for a future-ready network. Zee and Network18 also reported deepening losses, highlighting broader struggles in the news broadcasting model.

Meanwhile, Zee Entertainment Enterprises Ltd (ZEEL) reported a surprise 1,304% jump in Q4 profit to Rs. 188 crore, driven by a 227% spike in revenue from other services. However, ad revenue plunged 25% YoY to Rs. 838 crore, reflecting advertiser pullbacks even as subscription revenue held steady.

On the global front, The Walt Disney Company revealed a \$300 million equity loss from its India JV with Reliance in the first half of FY2025. While Disney's overall revenues rose 7%, the India venture remains a financial drag in the early stages of its restructuring.

The outlook for FY2026 hinges on cost rationalisation, ad recovery, and digital pivot execution. ■



## राजस्व में अंतर के बीच घाटे से जूझ रहे भारतीय मीडिया प्रसारक

*भारत के प्रमुख समाचार प्रसारकों—एनडीटीवी, जी मीडिया व नेटवर्क 18 ने वित्त वर्ष 2025 में मिश्रित वित्तीय प्रदर्शन किया, जिससे विरासत मीडिया पर बढ़ते दबाव का पता चलता है क्योंकि वे आर्थिक प्रतिकूलताओं, विज्ञापन खर्च में बदलाव और डिजिटल व्यवधान का सामना कर रहे हैं।*

एनडीटीवी ने परिचालन राजस्व में 25.7% की वृद्धि के साथ 465 करोड़ रुपये के साथ वर्ष का नेतृत्व किया, जो एनडीटीवी मराठी और एनडीटीवी वर्ल्ड जैसे क्षेत्रीय और वैश्विक पहलों द्वारा संचालित था। जी मीडिया का राजस्व 2.6% गिरकर 622 करोड़ रुपये हो गया, जिसका मुख्य कारण विज्ञापन आय में 3.8% की गिरावट थी। नेटवर्क 18 ने सबसे अधिक गिरावट दर्ज की, जिसको परिचालन राजस्व में महत्वपूर्ण झटका लगा, जो लगातार विज्ञापनदाता की सावधानी और दर्शक जुड़ाव में विखंडन को दर्शाता है।

एनडीटीवी के विकास के बावजूद, इसका शुद्ध घाटा वित्तवर्ष 24 में 21 करोड़ रुपये से बढ़कर 218 करोड़ रुपये हो गया। कार्यकारी निदेशक संजय पुगलिया ने इस वर्ष को 'महत्वाकांक्षी पुनर्निर्माण' के रूप में परिभाषित किया, जिसने नेटवर्क का आधार तैयार किया। जी और नेटवर्क 18 ने भी घाटे में वृद्धि की सूचना दी, जिससे समाचार प्रसारण मॉडल में व्यापक संघर्षों पर प्रकाश डाला गया।

इस बीच जेडईईएल ने चौथी तिमाही के मुनाफे में 1304% की आश्चर्यजनक वृद्धि दर्ज की, जो अन्य सेवाओं से राजस्व में 227% की वृद्धि के कारण 188 करोड़ रुपये हो गयी। हालांकि विज्ञापन राजस्व में 25% की गिरावट आयी और यह 838 करोड़ रुपये हो गया, जो कि विज्ञापनदाताओं की वापसी को दर्शाता है, जबकि स्वसंयोजित राजस्व स्थिर रहा।

वैश्विक मोर्चे पर, वॉल्ट डिज्नी कंपनी ने वित्तवर्ष 2025 की पहली छमाही में रिलायंस के साथ अपने भारत संयुक्त उद्यम से 300 मिलियन डॉलर की इक्विटी हानि का खुलासा किया। जबकि डिज्नी का कुल राजस्व 7% बढ़ा, भारत उद्यम अपने पुर्नगठन के शुरुआती चरणों में वित्तीय रूप से बाधा बना हुआ है।

वित्तवर्ष 2026 का दृष्टिकोण लागत युक्तिकरण, विज्ञापन वसूली और डिजिटल धुरी निष्पादन पर निर्भर करता है। ■