

PRIME VIDEO INDIA ON ORIGINALS AND GROWTH

In one of its strongest growth phases, Prime Video India is expanding its Originals slate and experimenting across genres. Nikhil Madhok, Director and Head of Originals, shares candid insights on content strategy, audience trends, and the platform's search for an original Indian superhero.

Q. How would you describe Prime Video India's current growth phase?

Madhok: We're seeing one of our strongest phases yet. Nearly 25% of viewers over the past year were new to the platform. We have over 100 Originals in various stages, series, films, unscripted shows, regional content and have also stepped into theatrical productions. Experimentation across genres is at an all-time high.

Q. Thrillers dominated early streaming. Has that changed?

Madhok: Yes. While thrillers were binge-friendly initially, audiences now embrace emotionally layered, culturally rooted stories. Shows like Panchayat, Gram Chikitsalay, and Dupahiya, or female-led narratives like Khauf, resonate because viewers remember how a show made them feel, not just the plot.

Q. How is diversity reflected in your Originals?

Madhok: Over 80% of Originals have women in HOD roles, and around 60% include women in writers' rooms. It

ओरिजिनल्स और विकास पर प्राइम वीडियो इंडिया

अपने सबसे मजबूत विकास फेज में, प्राइम वीडियो इंडिया अपने ओरिजिनल्स की सूची को बढ़ा रहा है और अलग-अलग जोनर में परीक्षण कर रहा है। निखिल मधोक, निदेशक और हेड ऑफ ओरिजिनल्स इंडियन सुपरहीरो की तलाश के बारे में खुलकर अपनी राय शेयर करते हैं।

प्र. आप प्राइम वीडियो इंडिया के मौजूदा विकास चरण को कैसे बतायेंगे?

मधोक. हम अब तक के सबसे मजबूत दौर में से एक को देख रहे हैं। पिछले एक साल में लगभग 25% दर्शक इस प्लेटफॉर्म पर नये थे। हमारे पास अलग-अलग चरण में 100 से ज्यादा ओरिजिनल्स हैं, सीरिज, फिल्में, अनस्क्रिप्टेड शो, क्षेत्रीय कंटेंट और हमने थिएट्रिकल प्रोडक्शन में भी कदम रखा है। अलग-अलग जोनर में परीक्षण अपने चरम पर है।

प्र. शुरूआती स्ट्रीमिंग में थ्रिलर का बोलबाला था। क्या इसमें कोई बदलाव आया है?

मधोक. हां। शुरूआत में थ्रिलर विंग फ्रेंडली थे, लेकिन अब दर्शक इमोशन लेयर वाली, कल्चर से जुड़ी कहानियां पसंद करते हैं। पंचायत, ग्राम चिकित्सालय और दुपहिया जैसे शो, या खौफ जैसे महिलाओं पर आधारित कहानियां इसलिए पसंद आती हैं क्योंकि दर्शक याद रखते हैं कि शो ने उन्हें कैसा महसूस कराया, न कि सिर्फ कहानी।

प्र. आपके ओरिजिनल्स में विविधता कैसे दिखती है?

मधोक. 80% से ज्यादा ओरिजिनल्स में एचओडी रोल में औरतें हैं और लगभग 60 प्रतिशत राइटर्स रूम में औरतें शामिल



NIKHIL MADHOK
DIRECTOR AND HEAD OF ORIGINALS,
PRIME VIDEO INDIA





brings fresher perspectives and authentic storytelling naturally.

Q. What drives content greenlighting at Prime Video?

Madhok: We receive 500–600 pitches monthly. Originality, conviction, and clarity of intent matter most. First-time creators with fully realised ideas, like Khauf and Dupahiya, often stand out. Star casting isn't essential, strong storytelling wins.

Q. How do you sustain successful franchises?

Madhok: Sustaining a hit is harder than creating one. Each new season must raise the bar. The Family Man Season 3 became our most-watched series of 2025, and over 60% of fiction shows now have multiple seasons.

Q. Are audiences open to new IPs?

Madhok: Absolutely. First seasons of Call Me Bae, Dupahiya, and Khauf performed well enough to continue. Unscripted formats like The Traitors and Two Much have also been encouraging.

Q. What's the big untapped opportunity in Indian streaming?

Madhok: We haven't yet told a compelling story of a true Indian superhero, rooted in our culture and mythology. That's a space full of creative potential and could be the next frontier for Indian streaming. ■



हैं। इससे स्वभाविक रूप से नये नजरिये और ऑथेंटिक स्टोरीटेलिंग आती है।

प्र. प्राइम वीडियो पर कंटेंट की अनुमति में सबसे जरूरी क्या है?

मधोक. हमें हर महीने 500–600 पिच मिलती हैं। मौलिकता, पक्का यकीन और इरादे की साफ बातें सबसे ज्यादा मायने रखती है। खौफ और दुपहिया जैसे पूरी तरह से असल आइडिया वाले पहली बार के क्रिएटर अक्सर सबसे अलग दिखते हैं। स्टार कास्टिंग जरूरी नहीं है, मजबूत कहानी कहने से जीत मिलती है।

प्र. आप सफल फ्रेंचाइजी को कैसे बनाये रखते हैं?

मधोक. हिट बनाने से ज्यादा मुश्किल है उसे बनाये रखना। हर नये सीजन को बेहतर बनाना चाहिए। द फैमिली मैन सीजन 3 हमारी 2025 की सबसे ज्यादा देखी जाने वाली सीरिज बन गयी है और अब 60% से ज्यादा फिक्शन शो के कई सीजन हैं।

प्र. क्या दर्शक नये आईपीएस के लिए तैयार हैं?

मधोक. विल्कुल। कॉल मी बे, दुपहिया और खौफ के पहले सीजन ने इतना अच्छा प्रदर्शन किया कि उन्हें जारी रखा जा सके। द ट्रेटर्स और टू मच जैसे अनस्क्रिप्टेड फॉर्मेट भी होसला बढ़ाने वाले रहे हैं।

प्र. इंडिया स्ट्रीमिंग में कौन सा बड़ा मौका है जिसका अभी तक इस्तेमाल नहीं हुआ है?

मधोक. हमने अभी तक किसी सच्चे भारतीय सुपरहीरो की दिलचस्प कहानी नहीं बतायी है, जो हमारी संस्कृति और पौराणिक कथाओं से जुड़ी हो। यह क्रिएटिव पोर्टेणियल से भरा क्षेत्र है और इंडियन स्ट्रीमिंग के लिए अगला फ्रंटियर हो सकता है। ■