

INDIA'S BROADCASTING INDUSTRY MAINTAINS STRONG NATIONWIDE REACH

India's broadcasting sector continues to be one of the world's most extensive and diverse media ecosystems, reaching hundreds of millions of viewers and listeners through multiple distribution platforms.

Despite rapid growth in digital media and OTT services, traditional broadcasting remains a critical pillar of India's information, entertainment and public service infrastructure. As of March 31, 2025, the industry demonstrates significant scale across television and radio, supported by a robust network of broadcasters, distribution platforms and content providers.

पूरे देशभर में मजबूत पहुंच बनाये हुए है भारत का प्रसारण उद्योग

भारत का प्रसारण क्षेत्र दुनिया के सबसे बड़े और विविध मीडिया इकोसिस्टम में से एक बना हुआ है, जो कई वितरण प्लेटफॉर्म के जरिए करोड़ों दर्शकों और श्रोताओं तक पहुंचता है।

डिजिटल मीडिया और ओटीटी सेवाओं के तेजी से हो रही वद्वोतरी के बावजूद, पारंपरिक प्रसारण भारत के सूचना, मनोरंजन और जन-सेवा आधारभूत संरचना का एक अहम हिस्सा बनी हुई है। 31 मार्च 2025 तक, यह उद्योग टेलीविजन और रेडियो के क्षेत्र में बड़े पैमाने पर काम कर रही है, जिसे प्रसारकों, वितरक प्लेटफॉर्म और कंटेंट प्रदायकों के मजबूत नेटवर्क का समर्थन हासिल है।



The television distribution landscape continues to be driven by a healthy mix of cable television, direct-to-home (DTH), DD Free Dish, IPTV and Headend-in-the-Sky (HITS) platforms. Cable television remains the largest pay TV distribution platform with approximately 60 million subscribers, while the four licensed pay DTH operators together serve 56.92 million active subscribers across the country. Public broadcaster Prasar Bharati's DD Free Dish platform continues to play a pivotal role in providing free television services, particularly in rural and semi-urban India, reaching nearly 49 million households. Meanwhile, emerging technologies such as IPTV have recorded 0.7 million subscribers, while the HITS platform serves around 2 million subscribers.

India's content creation ecosystem remains equally vibrant. The country has approximately 329 broadcasters operating 918 private satellite television channels registered with the Ministry of Information & Broadcasting for uplinking, downlinking or both. Of these, 333 are pay TV channels, comprising 232 Standard Definition (SD) channels and 101 High Definition (HD) channels, reflecting the continued consumer preference for premium television content and improved viewing experiences.

Radio continues to be an important medium for local engagement and regional communication. The private FM broadcasting sector comprises 33 operators managing 388 FM radio stations, while 531 operational community radio stations provide hyperlocal programming focused on education, agriculture, healthcare, disaster management and community development. Together, these platforms strengthen media diversity and ensure information reaches audiences across urban and rural India.

Although consumer viewing habits continue to evolve with increasing adoption of broadband and connected devices, broadcasting remains the backbone of India's mass media landscape. The coexistence of traditional television platforms with emerging technologies reflects the sector's resilience and adaptability. With one of the largest television audiences in the world, India's broadcasting industry remains well positioned to support content innovation, technological advancement and continued expansion in the years ahead. ■



टेलीविजन डिस्ट्रीब्यूशन का क्षेत्र केवल टेलीविजन, डॉयरेक्ट-टू-होम (डीटीएच), डीडी फ्री डिश, आईपीटीवी और हेडएंड-इन-द-स्काई (हिट्स) जैसे प्लेटफॉर्म के अच्छे मिश्रण से चल रहा है। केवल टेलीविजन लगभग 6 करोड़ (60 मिलियन) सब्सक्राइवर्स के साथ सबसे बड़ा पे-टीवी वितरण प्लेटफॉर्म बना हुआ है, जबकि 4 लाइसेंस प्राप्त पे डीटीएच ऑपरेटर पूरे देश में 5.69 करोड़ (56.92 मिलियन) एक्टिव सब्सक्राइवर्स को सेवाएं देते हैं। सार्वजनिक प्रसारक प्रसार भारती का डीडी फ्रीडिश प्लेटफॉर्म मुफ्त टेलीविजन सेवाएं देने में अहम भूमिका निभा रहा है, खासकर ग्रामीण और अर्ध-शहरी भारत में, जहां यह लगभग 4.9 करोड़ (49 मिलियन) घरों तक पहुंचता है। वहीं, आईपीटीवी जैसी नयी तकनीकी के 7 लाख सब्सक्राइवर्स हैं, जबकि हिट्स प्लेटफॉर्म लगभग 20 लाख सब्सक्राइवर्स को सेवाएं देता है।

भारत का कंटेंट क्रिएशन इकोसिस्टम भी उतना ही जीवंत बना हुआ है। देश में लगभग 329 प्रसारक हैं जो 918 निजी सैटेलाइट टीवी चैनल चलाते हैं, ये चैनल सूचना और प्रसारण मंत्रालय के साथ अपलंकिंग, डाउनलंकिंग या दोनों के लिए रजिस्टर्ड हैं। इनमें 333 पे टीवी चैनल हैं, जिनमें 232 स्टैंडर्ड डेफिनिशन (एसडी) और 101 हाई डेफिनिशन (एचडी) चैनल शामिल हैं। यह प्रीमियम टेलीविजन कंटेंट और बेहतर देखने के अनुभव के लिए ग्राहकों की लगातार पसंद को दिखाता है।

स्थानीय लोगों से जुड़ने और क्षेत्रीय बातचीत के लिए रेडियो आज भी एक अहम माध्यम बना हुआ है। निजी एफएम प्रसारण क्षेत्र में 33 ऑपरेटर 388 एफएम रेडियो स्टेशन चलाते हैं, जबकि 531 कम्युनिटी रेडियो स्टेशन शिक्षा, खेती, हेल्थकेयर, आपदा प्रबंधन और कम्युनिटी विकास पर केंद्रित स्थानीय कार्यक्रम उपलब्ध कराते हैं। ये सभी प्लेटफॉर्म मिलकर मीडिया की विविधता को मजबूत करते हैं और यह पक्का करते हैं कि जानकारी शहरी और ग्रामीण भारत के दर्शकों तक पहुंचे।

हालांकि ब्रॉडबैंड और कनेक्टेड उपकरणों के बढ़ते इस्तेमाल के साथ लोगों की टीवी देखने की आदतें बदल रही हैं, फिर भी प्रसारण भारत की मास मीडिया क्षेत्र की रीढ़ बनी हुई है। पारंपरिक टेलीविजन प्लेटफॉर्म और नयी तकनीकी का एकसाथ चलना इस क्षेत्र की मजबूती और बदलाव के साथ ढालने की क्षमता को दिखाता है। दुनिया में सबसे बड़े टेलीविजन दर्शकों वाले देशों में से एक होने के नाते, भारत का प्रसारण क्षेत्र आने वाले सालों में कंटेंट इनोवेशन, तकनीकी में तरक्की और लगातार विस्तार को बढ़ावा देने के लिए अच्छी स्थिति में है। ■