

TRACKING CABLE & SATELLITE GROWTH IN EMERGING ECONOMIES

The cable and satellite industry is undergoing a transformative phase across emerging markets, driven by rising digital penetration, urbanization, and consumer appetite for diverse content. While Asia and Africa present high-growth opportunities with underserved populations and infrastructure investments, India's maturing market offers a contrasting perspective — one shaped by regulatory shifts, hybrid consumption, and intense competition. This feature explores the growth dynamics, challenges, and strategic approaches shaping the cable and satellite landscape across these regions.

The global broadcast distribution landscape continues to evolve, but nowhere is this evolution more layered and dynamic than in emerging markets. From urban Nairobi to rural Bihar, from Jakarta's high-rises to Accra's growing suburbs, cable and satellite television remain core pillars of content delivery across the Global South.

उभरती अर्थव्यवस्थाओं में केबल व सैटेलाइट विकास पर नजर रखना

केबल और सैटेलाइट उद्योग उभरते बाजारों में एक परिवर्तनकारी चरण से गुजर रहा है, जो डिजिटल पैठ, शहरीकरण और विविध सामग्री के लिए उपभोक्ता की भूख से प्रेरित है। जबकि एशिया और अफ्रिका वंचित आबादी और बुनियादी ढांचे के निवेश के साथ उच्च विकास के अवसर प्रस्तुत करते हैं, भारत का परिपक्व बाजार एक विपरीत परिप्रेक्ष्य प्रदान करता है—जो विनियामक बदलावों, हाइब्रिड खपत और तीव्र प्रतिस्पर्धा से आकार लेता है। यह फीचर इन क्षेत्रों में केबल और सैटेलाइट परिदृश्य को आकार देने वाली विकास की गतिशीलता, चुनौतियों और रणनीतिक दृष्टिकोणों का पता लगाता है।

वैश्विक प्रसारण वितरण परिदृश्य निरंतर विकसित हो रहा है, लेकिन उभरते बाजारों की तुलना में यह विकास कहीं भी अधिक स्तरित और गतिशील नहीं है। शहरी नेरोबी से लेकर ग्रामीण बिहार तक, जकार्ता की ऊंची इमारतों से लेकर अकरा के बढ़ते उपनगरों तक, केबल और सैटेलाइट टेलीविजन वैश्विक दक्षिण में सामग्री वितरण के मुख्य स्तंभ बने हुए हैं।



In 2025, while streaming dominates headlines, the reality in Asia, Africa, and parts of Latin America paints a different picture — one where traditional pay-TV platforms, especially cable and DTH (Direct-To-Home) satellite, remain highly relevant. As we examine the trajectories of these technologies across key emerging regions, India's journey stands out as both a case study and a cautionary tale. This article explores the growth drivers, regional contrasts, and what India can learn — and offer — as cable and satellite systems expand across other emerging geographies.

THE RESILIENCE OF CABLE & SATELLITE IN A STREAMING WORLD

The rise of OTT platforms like Netflix, Prime Video, and Disney+ Hotstar has shifted content consumption habits in developed markets. However, emerging markets tell a more complex story. Despite growing internet penetration, affordability, infrastructure challenges, and socio-cultural viewing habits have ensured that traditional pay-TV retains a significant footprint.

According to a 2024 report by Media Partners Asia, cable and satellite still serve over 70% of TV households across Southeast Asia and Sub-Saharan Africa. In India, that number hovers around 80%, with over 100 million homes still relying on cable or DTH for daily entertainment. The story, though, varies in texture and speed depending on the region.

ASIA: A LANDSCAPE OF CONTRASTS

Asia is home to over half the world's population and presents a diverse media distribution map — from mature markets like South Korea and Japan to rapidly expanding territories like Indonesia, Vietnam, and the Philippines.

INDONESIA & VIETNAM: CABLE'S RURAL PUSH VS SATELLITE'S URBAN CLIMB

Indonesia's archipelagic geography has historically posed challenges for cable rollout, giving satellite operators a natural advantage. The government's Palapa Ring broadband infrastructure project is slowly improving connectivity, but rural areas remain satellite-dependent. Meanwhile, in Vietnam, local MSOs (Multi System Operators) continue to expand cable networks even as IPTV competition intensifies.

2025 में जबकि स्ट्रीमिंग सुविधों में छाई रहेगी, एशिया, अफ्रीका और लैटिन अमेरिका के कुछ हिस्सों में वास्तविकता एक अलग तस्वीर पेश करती है—एक ऐसी जगह जहां पारंपरिक पे टीवी प्लेटफॉर्म, विशेष रूप से केबल व डीटीएच (डॉयरेक्ट-टू-होम) सैटेलाइट, अत्यधिक प्रासंगिक बने रहेंगे। जब हम प्रमुख उभरते क्षेत्रों में इन तकनीकों के प्रक्षेपवक्र की जांच करते हैं, तो भारत की यात्रा एक केस स्टडी और एक चेतावनी कहानी दोनों रूप में सामने आती है। यह लेख विकास के कारकों, क्षेत्रीय विरोधाभासों व भारत क्या सीख और क्या पेश कर सकता है—का पता लगाता है क्योंकि केबल व सैटेलाइट सिस्टम अन्य उभरते भौगोलिक क्षेत्रों में फैल रहा है।

स्ट्रीमिंग की दुनिया में केबल और सैटेलाइट का लचीलापन

नेटफ्लिक्स, प्राइम वीडियो और डिज्नीप्लस हॉटस्टार जैसे ओटीटी प्लेटफॉर्म के उदय ने विकसित बाजारों में कंटेंट की खपत की आदतों को बदल दिया है। हालांकि उभरते बाजार एक जटिल कहानी बताते हैं। इंटरनेट की बढ़ती पहुंच, बुनियादी ढांचे की चुनौतियों और सामाजिक-सांस्कृतिक देखने की आदतों के बावजूद यह सुनिश्चित हुआ कि पारंपरिक पे टीवी एक महत्वपूर्ण स्थान बनाये रखे।

मीडिया पार्टनर्स एशिया की 2024 की रिपोर्ट के अनुसार, केबल और सैटेलाइट अभी भी दक्षिण पूर्व एशिया व उप-सहारा अफ्रीका में 70% से अधिक टीवी घरों में सेवा प्रदान करते हैं। भारत में यह संख्या लगभग 80% है, जहां 100 मिलियन से अधिक घर अभी भी दैनिक मनोरंजन के लिए केबल या डीटीएच पर निर्भर हैं। हालांकि

कहानी क्षेत्र के आधार पर बनावट और गति में भिन्न होती है।

एशिया: विरोधाभासों का परिदृश्य

एशिया में दुनिया की आधी से ज्यादा आबादी रहती है और यह विविधतापूर्ण मीडिया वितरण मानचित्र प्रस्तुत करता है—दक्षिण कोरिया और जापान जैसे परिपक्व बाजारों से लेकर इंडोनेशिया, वियतनाम और फिलीपींस जैसे तेजी से फैलते क्षेत्रों तक।

इंडोनेशिया व वियतनाम: केबल का ग्रामीण क्षेत्रों में विस्तार बनाम सैटेलाइट का शहरी क्षेत्र में विस्तार

इंडोनेशिया के द्वीपसमूह भूगोल ने केबल रोलआउट के लिए ऐतिहासिक रूप से चुनौतियां पेश की हैं, जिससे सैटेलाइट ऑपरेटर्स को स्वाभाविक लाभ मिला है। सरकार की पलापा रिंग ब्रॉडबैंड इंफ्रास्ट्रक्चर परियोजना धीरे-धीरे कनेक्टिविटी में सुधार कर रही है, लेकिन ग्रामीण क्षेत्र अभी भी सैटेलाइट पर निर्भर हैं। इस बीच वियतनाम में स्थानीय एमएसओ आईपीटीवी प्रतिस्पर्धा के तेज होने के बावजूद केबल नेटवर्क का विस्तार करना जारी रखते हैं।



In both countries, a large portion of consumers remain on analog or basic digital packages. This opens up room for growth through digitisation, HD adoption, and value-added services like hybrid set-top boxes that blend linear and internet content.

PHILIPPINES: THE DIGITAL PIVOT

The Philippines has seen a more aggressive move towards digitalization. SkyCable and Cignal TV lead the charge, with satellite and hybrid IPTV solutions making inroads even in Class C and D segments. Still, satellite accounts for more than 60% of pay-TV households.

AFRICA: SATELLITE LEADS THE CHARGE

If Asia's story is one of hybrid growth, Africa's is decisively a satellite narrative. With low cable penetration due to infrastructure gaps, satellite TV dominates the pay-TV ecosystem in Africa, especially in Sub-Saharan countries.

NIGERIA & KENYA: THE DTH SURGE

Nigeria, Africa's largest economy by GDP and population, has over 10 million pay-TV households — and over 80% of these are served by satellite. DSTv (owned by MultiChoice) remains dominant, though newcomers like StarTimes and TStv are challenging with lower-cost offerings.

In Kenya, a similar story plays out. The government's push for digital migration post-2015 has led to greater adoption of DTT (Digital Terrestrial Television) and DTH platforms. Despite the rise of mobile internet and local streaming apps like Viusasa, satellite television remains the first screen for most households.

FRANCOPHONE AFRICA: THE CANAL+ MODEL

Canal+ has made deep inroads into French-speaking African nations, using tailored content, local language support, and aggressive pricing. Their strategy mirrors that of Indian DTH operators during their early 2010s boom: bundling regional entertainment with sports and news, and investing in regional production.

INDIA: A MATURING GIANT WITH GROWING PAINS

India's cable and satellite story is one of breakneck growth followed by gradual consolidation. With over 210

दोनों देशों में, उपभोक्ता का एक बड़ा हिस्सा एनालॉग या बेसिक डिजिटल पैकेज पर बना हुआ है। इससे डिजिटलीकरण, एचडी अपनाने और हाइब्रिड सेट टॉप बॉक्स जैसे मूल्यवर्धित सेवाओं के माध्यम से विकास की गुंजाइश बनती है जो लीनियर व इंटरनेट सामग्री को मिलाते हैं।

फिलीपिंस: डिजिटल धुरी

फिलीपिंस ने डिजिटलीकरण की दिशा में अधिक आक्रामक कदम उठाये हैं। स्काईकेबल और सिगनल टीवी इस मामले में सबसे आगे हैं, सैटेलाइट और हाइब्रिड आईपीटीवी समाधान क्लास सी और डी सेगमेंट में भी अपनी पैठ बना रहे हैं। फिर भी, सैटेलाइट पे टीवी घरों में 60% से अधिक का योगदान देता है।

अफ्रीका: सैटेलाइट सबसे आगे

अगर एशिया की कहानी हाइब्रिड ग्रोथ की है, तो अफ्रीका की कहानी निश्चित रूप से सैटेलाइट की है। बुनियादी ढांचे की कमी के कारण केबल की पहुंच कम होने के कारण सैटेलाइट टीवी अफ्रीका में पे टीवी इकोसिस्टम पर हावी है, खासकर उपसहारा देशों में।

नाइजीरिया और केन्या: डीटीएच में उछाल

जीडीपी और जनसंख्या के हिसाब से अफ्रीकी सबसे बड़ी अर्थ व्यवस्था नाइजीरिया में 10 मिलियन से भी अधिक पे टीवी घर हैं—और इनमें से 80% से ज्यादा घर सैटेलाइट के जरिये सेवा देते हैं। डीएसटीवी (मल्टीचॉइस के स्वामित्व में) अभी भी प्रमुख बना हुआ है, हालांकि स्टारटाइम्स व टीएसटीवी जैसे नये लोग कम लागत वाली पेशकशों के साथ चुनौती दे रहे हैं।

केन्या में भी ऐसी ही कहानी है। 2015 के बाद डिजिटल माइग्रेशन के लिए सरकार के जोर ने डीटीटी

(डिजिटल टेरिस्ट्रियल टेलीविजन) और डीटीएच प्लेटफॉर्मों को ज्यादा अपनाया है। मोबाइल इंटरनेट और वियुसासा जैसे स्थानीय स्ट्रीमिंग ऐप के उदय के बावजूद सैटेलाइट टेलीविजन अधिकांश घरों के लिए पहली स्क्रीन बनी हुई है।

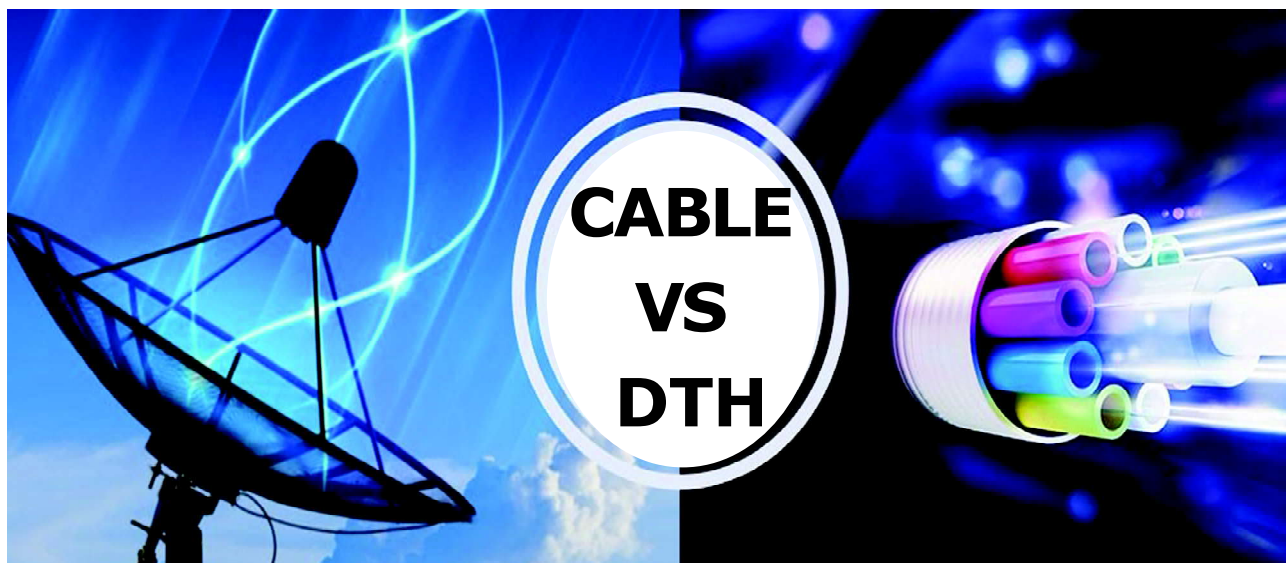
फ्रैंकोफोन अफ्रीका: कैनाल प्लस मॉडल

कैनाल प्लस ने अनुकूलित सामग्री, स्थानीय भाषा समर्थन और आक्रामक मूल्य निर्धारण का उपयोग करके फ्रेंच भाषी अफ्रीकी देशों में गहरी पैठ बनायी है। उनकी रणनीति 2010 की शुरुआत में भारतीय डीटीएच ऑपरेटरों की रणनीति को दर्शाती है: खेल व समाचार के साथ क्षेत्रीय मनोरंजन को जोड़ना और क्षेत्रीय उत्पादन में निवेश करना।

भारत: बढ़ती पीड़ा के साथ एक परिपक्व दिग्गज

भारत की केबल और सैटेलाइट की कहानी एक ऐसी कहानी है जिसमें तेजी से विकास हुआ है और उसके बाद धीरे-धीरे समेकन हुआ है। 210





million television households, India is one of the largest pay-TV markets globally. However, it also faces structural issues: price sensitivity, regulatory volatility, and declining ARPU (Average Revenue Per User).

CABLE VS DTH: A STALEMATED BATTLE?

As of 2025, cable remains slightly ahead in subscriber numbers — thanks largely to unorganised operators in tier-2 and tier-3 towns. DTH, while more standardised, has struggled to penetrate price-sensitive rural markets where cable continues to dominate despite analog switch-off mandates.

The TRAI tariff orders have led to channel bundling disruptions and churn. While consolidation has occurred (e.g., GTPL Hathway's rise in western India), fragmentation persists, especially among LCOs (Local Cable Operators) operating outside major MSO alliances.

THE SHIFT TOWARD HYBRID AND BROADBAND

Where India leads is in experimentation. Hybrid STBs (set-top boxes) from companies like Tata Play and Airtel Digital TV are gaining traction. These devices integrate OTT platforms with linear TV, offering a unified interface and flexible billing — a model that's being closely watched by operators in Indonesia and Egypt.

Meanwhile, cable operators in India are leveraging their local networks to pivot into broadband services — especially with the government's BharatNet initiative offering backhaul in underserved regions. This "Cable + Broadband" strategy is one Africa could emulate in time.

मिलियन से अधिक टेलीविजन घरों के साथ भारत वैश्विकस्तर पर सबसे बड़े पे टीवी बाजारों में से एक है। हालांकि यह संरचनात्मक मुद्दों का भी सामना करता है: मूल्य संवेदनशीलता, विनियामक अस्थिरता और एआरपीयू (प्रति उपयोगकर्ता औसत राजस्व) में गिरावट।

केबल बनाम डीटीएच: एक गतिरोधपूर्ण लड़ाई?

2025 तक, केबल सब्सक्राइबरसंख्या में थोड़ा आगे रहेगा—इसका श्रेय मुख्य रूप से टियर-2 और टियर-3 शहरों में असंगठित ऑपरेटरों को जाता है। डीटीएच, जबकि अधिक मानकीकृत है, कीमत संवेदनशील ग्रामीण बाजारों में पैठ बनाने के लिए संघर्ष कर रही है, जहां एनालॉग स्विचऑफ अनिवार्यताओं के बावजूद केबल क दबदबा बना हुआ है।

ट्राई के टैरिफ आदेशों के कारण चैनल बंडलिंग में व्यवधान और उथल पुथल मची हुई है। जबकि एकीकरण हुआ है (उदाहरण के लिए पश्चिम भारत में जीटीपीएल हैथवे का उदय), विखंडन जारी है, खासकर प्रमुख एमएसओ गठबंधनों के बहार काम करने वाले एलसीओ के बीच।

हाइब्रिड और ब्रॉडबैंड की ओर बदलाव

भारत प्रयोग के मामले में सबसे आगे है। टाटा प्ले और एयरटेल डिजिटल टीवी जैसी कंपनियों के हाइब्रिड एसटीबी (सेट टॉप बॉक्स) का चलन बढ़ रहा है। ये उपकरण ओटीटी प्लेटफॉर्म को लीनियर टीवी के साथ एकीकृत करते हैं, जिससे एकीकृत इंटरफेस और लचीली बिलिंग मिलती है, एक ऐसा मॉडल जिसपर इंडोनेशिया और मिश्र के ऑपरेटर बरीकी नजर रखे हुए हैं।

इस बीच भारत में केबल ऑपरेटर ब्रॉडबैंड सेवाओं में बदलाव के लिए अपने स्थानीय नेटवर्क का लाभ उठा रहे हैं—खासतौर पर सरकार की भारतनेट पहल के साथ, जो कम सेवा वाले क्षेत्रों में बैकहॉल की पेशकश कर रही है। यह केबल व ब्रॉडबैंड रणनीति एक ऐसी रणनीति है जिसका अफ्रीका समय के साथ अनुकरण कर सकता है।

WHAT EMERGING MARKETS CAN LEARN FROM INDIA

Hybridization as a Survival Strategy

India's experimentation with hybrid boxes can serve as a blueprint. In Africa and Southeast Asia, where broadband infrastructure is still growing, bundling linear TV with limited OTT access through a single device could bridge the gap for the next 3–5 years.

REGIONAL CONTENT WINS LOYALTY

India's cable growth in states like Tamil Nadu, Maharashtra, and West Bengal has been fuelled by local language content and channel packaging. The lesson is simple: regional wins. Satellite operators in Nigeria and Indonesia are beginning to localise content, but there is room to deepen this effort.

REGULATION SHAPES OUTCOMES

TRAI's pricing regime, while well-intentioned, introduced volatility. Other markets like Vietnam and Kenya are now cautiously reviewing price caps and content bundling norms. India's experience underscores the need for regulatory balance that protects consumer choice without eroding industry margins.

WHAT INDIA CAN LEARN FROM OTHERS

Simplified Pricing Models

Many African and Southeast Asian DTH providers have adopted all-in-one monthly packs with simpler user experiences. India's complex a-la-carte pricing often confuses rural and elderly consumers. Simplifying packages could reduce churn.

उभरते बाजार भारत से क्या सीख सकते हैं

संकरीकरण एक अस्तित्व की रणनीति के रूप में

हाइब्रिड बॉक्स के साथ भारत का प्रयोग एक खाका के रूप में काम कर सकता है। अफ्रीका और दक्षिण पूर्व एशिय में, जहां ब्रॉडबैंड का बुनियादी ढांचा अभी भी बढ़ रहा है, एक उपकरण के माध्यम से सीमित ओटीटी पट्टे के साथ लीनियर टीवी को बंडल करना अगले 3–5 वर्षों के लिए अंतर को पाट सकता है।

क्षेत्रीय सामग्री ने वफादारी जीती

तमिलनाडु, महाराष्ट्र और पश्चिम बंगाल जैसे राज्य भारत की केवल वृद्धि स्थानीय भाषा की सामग्री और चैनल के पैकेजिंग से प्रेरित है। सबक सरल है: क्षेत्रीय जीत। नाइजीरिया और इंडोनेशिया में सैटेलाइट ऑपरेटर सामग्री को स्थानीय बनाना शुरू कर रहे हैं, लेकिन इस प्रयास को और आगे बढ़ाने की गुंजाइश है।

विनियमन परिणामों को आकार देता है

ट्राई की मूल्य निर्धारण व्यवस्था, भले ही अच्छी मंशा वाली हो, लेकिन इसने अस्थिरता को जन्म दिया। वियतनाम और केन्या जैसे अन्य बाजार अब सावधानीपूर्वक मूल्य सीमा और सामग्री बंडलिंग मानदंडों की समीक्षा कर रहे हैं। भारत का अनुभव विनियामक संतुलन की आवश्यकता को रेखांकित करता है, जो उद्योग की मार्जिन को कम किये बिना उपभोक्ता की पसंद की रक्षा करता है।

भारत दूसरों से क्या सीख सकता है

सरलीकृत मूल्य निर्धारण मॉडल

कई अफ्रीकी और दक्षिण पूर्व एशियाई डीटीएच प्रदाताओं ने सरल उपयोगकर्ता अनुभव के साथ ऑल इन वन मासिक पैक अपनाये हैं। भारत की जटिल ए-ला-कार्टे मूल्य निर्धारण अक्सर ग्रामीण व बुजुर्ग उपभोक्ताओं को भ्रमित करता है। पैकेजों को सरल बनाने से ग्राहकों में कमी आ सकती है।



STRONGER PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS

While BharatNet is a great start, Africa's model of private-led infrastructure deployment (with public support through subsidies or spectrum) has accelerated coverage faster in some regions. India could benefit from a more open collaboration model with local and global players.

UNIFIED TECHNOLOGY STANDARDS

While India has taken steps toward digital addressability, technology fragmentation persists. A coordinated move towards interoperable, cloud-based backend systems for both cable and DTH can enable faster innovation and smoother customer transitions to hybrid services.

THE ROAD AHEAD: CONVERGENCE, COLLABORATION, AND LOCALISATION

The future of cable and satellite in emerging markets is not about competition with streaming, but convergence. In Africa, DTH will remain dominant — but must embrace local storytelling and hybrid offerings. In Southeast Asia, the battle between IPTV and cable will heat up, and telcos will play a bigger role.

India stands at an inflection point — with legacy systems ripe for renewal and a vast consumer base open to innovation, but cautious about price. The country's success in broadband and hybrid box deployment can influence markets from Nairobi to Hanoi.

In all these regions, three factors will define success:

- ◆ **Affordability:** Lower ARPUs don't mean lower expectations. Operators must deliver quality at a price point that works for the masses.
- ◆ **Accessibility:** Rural-first infrastructure strategies will unlock the next 100 million homes.
- ◆ **Adaptability:** Hybrid tech, local content, and cross-platform billing will be the new playbook.

Cable and satellite remain indispensable in emerging markets, not relics of a pre-streaming past, but evolving platforms in a hybrid media world. India's journey offers rich lessons — in scale, missteps, and innovation — for other regions navigating the path from analog to digital to convergence.

As Africa's satellite beams widen and Southeast Asia's cable grids deepen, the lines between linear and digital blur. The next chapter for broadcast in emerging markets won't be written by technology alone, but by how well it understands — and adapts to — the people it serves. ■

मजबूत सार्वजनिक-निजी भागीदारी

हालांकि भारतनेट एक शानदार शुरुआत है, अफ्रीका के निजी नेतृत्व वाले बुनियादी ढांचे की तैनाती (सब्सिडी या स्पेक्ट्रम के माध्यम से सार्वजनिक समर्थन के साथ) के मॉडल ने कुछ क्षेत्रों में कवरेज को तेजी से बढ़ाया। भारत स्थानीय व वैश्विक खिलाड़ियों के साथ अधिक खुले सहयोग मॉडल से लाभांशित हो सकता है।

एकीकृत प्रौद्योगिकी मानक

हालांकि भारत ने डिजिटल एड्रेसेबिलिटी की दिशा में कदम उठाये हैं, प्रौद्योगिकी विखंडन जारी है। केवल और डीटीएच दोनों के लिए इंटरऑपरेबल, क्लाउड-आधारित बैकएंड सिस्टम की ओर एक समन्वित कदम तेजी से नवाचार और हाइब्रिड सेवाओं के लिए ग्राहकों के सहज संक्रमण को सक्षम कर सकता है।

आगे की राह: कन्वर्जेंस, सहयोग और स्थानीयकरण

उभरते बाजारों में केवल और सैटेलाइट का भविष्य स्ट्रीमिंग के साथ प्रतिस्पर्धा के बारे में नहीं है, बल्कि कन्वर्जेंस के बारे में है। अफ्रीका में, डीटीएच प्रमुख बना रहेगा—लेकिन स्थानीय स्टोरीटेलिंग और हाइब्रिड पेशकशों को अपनाना होगा। दक्षिण पूर्व एशिया में आईपीटीवी और केवल के बीच लड़ाई तेज होगी और टेलीकॉम बड़ी भूमिकाएँ निभायेंगे।

भारत विरासत प्रणाली नवीनीकरण के लिए तैयार है और एक विशाल उपभोक्ता आधार नवाचार के लिए खुला है, लेकिन कीमत के बारे में सतर्क है। ब्रॉडबैंड और हाइब्रिड बॉक्स परिनियोजन में देश की सफलता नेरोवी से हनोई तक के बाजारों को प्रभावित कर सकता है। इन सभी क्षेत्रों में तीन कारक सफलता को परिभाषित करेंगे:

- ◆ **वहनीयता:** कम एआरपीयू का मतलब कम अपेक्षाएँ नहीं हैं। ऑपरेटरों को ऐसी कीमत पर गुणवत्ता प्रदान करनी चाहिए जो आम जनता के लिए काम करे
- ◆ **पहुंच:** ग्रामीण प्रथम अवसंरचना रणनीतियाँ अगले 100 मिलियन घरों को अनलॉक करेगी।
- ◆ **अनुकूलनशीलता:** हाइब्रिड तकनीक, स्थानीय सामग्री और क्रॉस प्लेटफॉर्म विलिंग नयी प्लेबुक होगी।

केवल और सैटेलाइट उभरते बाजारों में अपरिहार्य बने हुए हैं, ये स्ट्रीमिंग से पहले के अतीत के अवशेष नहीं हैं, बल्कि हाइब्रिड मीडिया की दुनिया में विकसित हो रहे प्लेटफॉर्म हैं। भारत की यात्रा एनालॉग से डिजिटल और कन्वर्जेंस की राह पर आगे बढ़ रहे अन्य क्षेत्रों के लिए—पैमाने, गलत कदमों और नवाचार में समृद्ध सबक प्रदान करता है।

जैसे-जैसे अफ्रीका के सैटेलाइट बीम चौड़े होते जा रहे हैं और दक्षिण पूर्व एशिया के केवल गिड गहरे होते जा रहे हैं, लीनियर व डिजिटल की बीच रेखाएँ धुंधली होती जा रही हैं। उभरते बाजारों में प्रसारण का अगला अध्याय सिर्फ तकनीकी से नहीं लिखा बल्कि इस बात से भी लिखा जायेगा कि यह अपने लोगों को कितनी अच्छी तरह समझता और उनके साथ तालमेल बिठाता है, जिनकी यह सेवा करता है। ■