INDIA'S SATELLITE TV SECTOR IS IN STRUCTURAL DECLINE

Ministry of Information and Broadcasting (MIB) India's DTH industry has entered a decisive phase. Subscriber losses are accelerating, revenues are shrinking, and digital migration is intensifying. The second quarter of FY26 reflects not a temporary blip but a sustained transition away from satellite broadcasting, a shift operators are now attempting to counter through hybrid and OTT-led strategies.

Q2 FY26 results from India's major DTH players underline the depth of the sector's challenges. Dish TV reported a steep fall in total income to Rs 299.2 crore from Rs 400 crore a year ago, continuing a multi-quarter slide. Airtel Digital TV fared slightly better, recording Rs 753 crore in revenue,marginally lower than last year's Rs 758 crore.

The first half of FY26 reinforces the pattern. Dish TV's H1 income fell 26.5 percent year-on-year, while Airtel Digital TV saw a mild 1.24 percent dip. Other leading operators-Tata Play and Sun Directhave not released quarterly data, but their FY25 performance shows similar declines. Tata Play's revenue dropped 5.05 percent in FY25, while Sun Direct's operating income for the first nine months of FY25 fell nearly 10 percent.

These financial pressures mirror subscriber trends. TRAI's data shows the combined active base of the four DTH players shrank from 62.17 million in June 2024 to 56.07 million by June 2025. Losses were steady and industry-wide, not isolated to any operator. Tata Play, Airtel Digital TV, Sun Direct and Dish TV continue to hold relatively stable market shares, but the pool itself is contracting.

The reasons are structural: the rise of OTT platforms, growing connected TV penetration, and price-sensitive households shifting to DD Free Dish. The stagnation in the number of permitted satellite channelshovering around 912 to 918 further signals broadcasters diverting their investments to digital content.

Experts say the sector has now reached an irreversible churn cycle. Operators increasingly rely on bundled OTT offerings, hybrid set-top boxes, and broadband expansion to slow subscriber erosion. But with audience behaviour shifting decisively toward digital and connected screens, satellite television's relevance is being fundamentally rewritten.■

भारत के सैटेलाइट टीवी क्षेत्र में स्ट्रक्चरल गिरावट का दौर

सूचना और प्रसारण मंत्रालय (एमआईबी) भारत की डीटीएच इंडस्ट्री एक अहम दौर से आ गयी है। सब्सक्राइबर का नुकसान तेजी से बढ़ रहा है, राजस्व कम हो रहा है और डिजिटल माइग्रेशन तेज हो रहा है। एफवाई26 की दूसरी तिमाही कोई अस्थायी झटका नहीं, बल्कि सैटेलाइट प्रसारण से लगातार दूरी दिखाती है, एक ऐसा बदलाव जिसका मुकाबला ऑपरेटर अब हाइब्रिड और ओटीटी आधारित रणनीति के जरिए करने की कोशिश कर रहे हैं।

भारत के बड़े डीटीएच प्लेयर्स के क्यू2 एफवाई26 के नतीजे इस क्षेत्र की चुनौतियों की गहराई को दिखाते हैं। डिश टीवी ने बताय कि उसका कुल इनकम एक साल पहले के 400 करोड़ रुपये से घटकर 299.2 करोड़ रुपये रह गया, पिछली कई तिमाहियों से गिरावट जारी है। एयरटेल डिजिटल टीवी ने तोड़ा बेहतर प्रदर्शन किया है, इसने 753 करोड़ रुपये का राजस्व दर्ज किया है, जो पिछले साल के 758 करोड़ रु से थोड़ा कम है।

भारत की पहली छमाही इस पैटर्न को पक्का करती है। डिश टीवी की एव1 इनकम साल–दर–साल 26.5 प्रतिशत गिरी है, जबकि एयरटेल डिजिटल टीवी में 1.24 प्रतिशत की मामूली गिरावट आयी है। दूसरे बड़े ऑपरेटर टाटा प्ले और सन डायरेक्ट ने तिमाही डेटा जारी नहीं किया है, लेकिन उनके एफवाई 25 के प्रदर्शन में भी ऐसी ही गिरावट दिखी है। टाटा प्ले का राजस्व एफवाई25 में 5.05 प्रतिशत गिरा, जबकि सन डॉयरेक्ट की ऑपरेटिंग आय एफवाई 25 के पहले नौ तिमाही में लगभग 10 प्रतिशत गिरी।

ये वित्तीय दबाव उपभोक्ता ट्रेंड्स को दिखाते हैं। ट्राई के डेटा से पता चलता है कि चार डीटीएच प्लेयर्स का कुल एक्टिव बेस जून 2024 में 62.17 मिलियन से घटकर जून 2025 में 56.07 मिलियन रह गया। नुकसान लगातार और पूरे उद्योग पर था, किसी एक ऑपरेटर तक सीमित नहीं था। टाटा प्ले, एयरटेल डिजिटल टीवी, सन डॉयरेक्ट और डिश टीवी की बाजार हिस्सेदारी काफी हद तक स्थिर है, लेकिन पूल खुद सीकुड़ रहा है।

इसका कारण स्ट्रक्चरल हैः ओटीटी प्लेटफॉर्म का बढ़ना, कनेक्टेड टीवी की बढ़ती पहुंच, और कीमत को लेकर उपभोक्ताओं का डीडी फ्री डिश पर शिफ्ट होना। 912 से लेकर 918 के आसपास अनुमति प्राप्त सैटेलाइट चैनलों की संख्या में ठहराव इस बात का संकेत है कि प्रसारक अपन निवेश डिजिटल कंटेंट की ओर मोड़ रहे हैं।

विशेषज्ञों का कहना है कि यह क्षेत्र अब ऐसे बदलाव के साइकिल में पहुंच गया है कि जिसे बदला नहीं जा सकता है। ऑपरेटसे उपभोक्ता कम होने की रफ्तार को कम करने के लिए बंडल ओटीटी ऑफर, हाइब्रिड सेट टॉप बॉक्स और ब्रॉडबैंड बढ़ाने पर ज्यादा निर्भर हो रहे हैं। लेकिन दर्शकों का व्यवहार डिजिटल और कनेक्टेड टीवी की ओर तेजी से बदल रहा है, जिससे सैटेलाइट टेलीविजन की अहमियता पूरी तरह से बदल रही है।■