

TOP OTT PLAYERS AND THEIR FINANCIAL RESURGENCE IN THE PANDEMIC

The year gone by i.e., 2020 has hit the entertainment sector badly due to the pandemic and the repercussions will be felt this year also.

The OTT players have registered phenomenal growth in the pandemic in terms of revenues and addition in subscribers.

We have tried to profile some of the top OTT players and catalogue their financial performance during the Covid pandemic.

Over-the-top media services (OTT) platforms have become quite popular in India since last few years. An over-the-top (OTT) media service is a streaming media service offered directly to viewers via the internet. OTT bypasses cable, broadcast, and satellite television platforms, the companies that traditionally act as a controller or distributor of such content. Due to COVID-19 outbreak in the country, many filmmakers are now releasing their movies on major OTT platforms, instead of waiting for the theatres to re-open. India has lots of options when we talk about OTT services. Here are the Top 10 OTT platforms in India.

AMAZON PRIME VIDEO

Amazon Prime Video is a very popular video streaming service or OTT service in India. Amazon Prime Video was launched in 2016 in India. Besides English, Prime

प्रमुख ओटीटी कंपनियां और महामारी में उनका वित्तीय पुनरुत्थान

वर्ष 2020 गुजर गया है, लेकिन महामारी के कारण मनोरंजन उद्योग बुरी तरह प्रभावित हुआ है और इसके परिणाम इस वर्ष भी देखने को मिलेंगे। ओटीटी कंपनियों ने राजस्व और ग्राहक जोड़ने के मामले में महामारी में अभूतपूर्व वृद्धि दर्ज की है।

हमने कुछ शीर्ष ओटीटी कंपनियों को प्रोफाइल करने और कोविड महामारी के दौरान उनके वित्तीय प्रदर्शन को सूचीबद्ध करने की कोशिश की है।

पिछले कुछ वर्षों से भारत में ओवर-द-टॉप मीडिया सर्विसेज (ओटीटी) प्लेटफॉर्म काफी लोकप्रिय हुए हैं। एक ओवर-द-टॉप (ओटीटी)



मीडिया सेवा एक मीडिया स्ट्रीमिंग सेवा है जो दर्शकों को सीधे इंटरनेट के माध्यम से प्रदान की जाती है। ओटीटी, केवल, प्रसारण और सैटेलाइट टेलीविजन प्लेटफॉर्मों को बाईपास करता है, जो कंपनियां पारंपरिक रूप से ऐसी सामग्री के नियंत्रक या वितरक के रूप में काम करती हैं। देश में कोविड 19 के प्रकोप के कारण

कई फिल्म निर्माता अब अपनी फिल्मों को प्रमुख ओटीटी प्लेटफॉर्मों पर रिलीज कर रहे हैं, वजाय सिनेमाघरों के फिर से खुलने का इंतजार करने के। जब हम ओटीटी सेवाओं के बारे में बात करते हैं तो भारत के पास बहुत सारे विकल्प हैं। ये भारत के प्रमुख 10 ओटीटी प्लेटफॉर्म हैं।

अमेज़न प्राइम वीडियो

अमेज़न प्राइम वीडियो भारत में एक बहुत लोकप्रिय वीडियो स्ट्रीमिंग सेवा या ओटीटी सेवा है। अमेज़न प्राइम वीडियो को 2016 में भारत में लॉन्च किया गया था। अंग्रेजी के अलावा प्राइम वीडियो छह

MARKET REPORT: OTT

Video is available in six Indian languages as of December 2018. Amazon India launched Amazon Prime Music in February 2018. You can join Prime to watch the latest movies as well as award-winning Amazon Originals at ₹ 129/month or ₹ 999/year. Prime subscription presently also includes free Amazon music alongside unlimited free, quick delivery.



NETFLIX

Netflix is one of the popular streaming services in India. The OTT platform offers three subscription plans including Basic, Standard HD and Premium Ultra HD. The Basic plan comes with a price tag of ₹ 500, while the Standard HD pack is priced at ₹ 650 and the Premium Ultra HD plan is available for ₹ 800 per month.

Netflix faces tough competition with other OTT platforms in India such as Amazon Prime, Hotstar, Voot and Eros Now, each of which charge lower subscription rates than Netflix.

(Netflix has reported significant growth in India revenue from IN₹ 58.04 Cr in FY2018, to IN₹ 470 Cr in FY2019 and then IN₹ 900 Cr in FY2020. India falls in the Asia Pacific region for the US-based company, which was the second-largest contributor to the yearly tally with 93 Lakh new subscribers in 2020. The company had added a record 3.7 Cr paid memberships in last year. The company had also offered a two-day free streaming offer in India, which led to 8 Lakh downloads of the Netflix app.)

DISNEY+ HOTSTAR

Disney+ Hotstar is an Indian over-the-top streaming service owned by Novi Digital Entertainment, a subsidiary of Disney's Star India. It features two paid subscription plans— "VIP", which focuses on domestic programmes and sports content (including Indian Premier League cricket), and "Premium" featuring premium international films and television series (including HBO, Showtime and other American original series).

As of July 2020, VIP Plan costs ₹ 399 for a year and Premium Plan costs ₹ 1,499 per year or ₹ 299 for a



भारतीय भाषाओं में दिसंबर 2018 तक उपलब्ध था। अमेजन इंडिया ने फरवरी 2018 में अमेजन प्राइम म्यूजिक लॉन्च किया था। आप नवीनतम फिल्मों के साथ-साथ पुस्कार विजेता अमेजन ऑरिजनल को 129 रुपये मासिक या 999 रुपये वार्षिक का भुगतान करके देख सकते हैं। वर्तमान में प्राइम सब्सक्रिप्शन में अनलिमिटेड फ्री, क्विक डिलिवरी के

साथ फ्री अमेजन म्यूजिक भी शामिल है।

नेटफ्लिक्स

नेटफ्लिक्स भारत में लोकप्रिय स्ट्रीमिंग सेवाओं में से एक है। ओटीटी प्लेटफॉर्म बेसिक, स्टैंडर्ड एचडी और प्रीमियम अल्ट्रा एचडी सहित तीन सब्सक्रिप्शन प्लान प्रदान करता है। बेसिक प्लान 500 रुपये के प्राइस टैग के साथ आता है जबकि स्टैंडर्ड एचडी पैक की कीमत 650 रुपये है और प्रीमियम अल्ट्रा एचडी प्लान 800 रुपये प्रति माह पर उपलब्ध है।

भारत में अन्य ओटीटी प्लेटफॉर्मों जैसे कि अमेजन प्राइम, हॉटस्टार, वूट और इरोस नाउ के साथ नेटफ्लिक्स को कड़ी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है जिनमें से प्रत्येक नेटफ्लिक्स की तुलना में कम सब्सक्रिप्शन दर वसूलते हैं।

(नेटफ्लिक्स ने वित्तवर्ष 2018 में 58.04 करोड़ रुपये से वित्तवर्ष 2019 में 470 करोड़ रुपये और वित्तवर्ष 2020 में 900 करोड़ रुपये के रूप में भारत में राजस्व में उल्लेखनीय बढ़ोतरी दर्ज की। भारत अमेरिका स्थित कंपनी के लिए एशिया प्रशांत क्षेत्र में आता है जो कि 2020 में 93 लाख नये ग्राहकों के साथ वार्षिक रूप से दूसरी सबसे बड़ी योगदानकर्ता थी। कंपनी ने पिछले वर्ष में रिकॉर्ड 3.7 करोड़ रुपये भुगतान करने वाले सब्सक्राइबर्स का आधार शामिल किया। कंपनी ने भारत में दो दिन का मुफ्त स्ट्रीमिंग ऑफर भी पेश किया था जिसके चलते 8 लाख बार नेटफ्लिक्स ऐप को डाउनलोड किया गया।)

डिज्नी + हॉटस्टार

डिज्नी + हॉटस्टार एक भारतीय ओवर द टॉप स्ट्रीमिंग सेवा है जो नोवी डिजिटल एंटरटेनमेंट के स्वामित्व में है जो डिज्नी की स्टार इंडिया की सहायक कंपनी है। इसमें दो सशुल्क सब्सक्रिप्शन योजनायें शामिल हैं—वीआईपी, जो घरेलू कार्यक्रमों और खेल सामग्री (इंडियन प्रीमियर लीग सहित) पर केंद्रित है और प्रीमियम, प्रीमियम अंतरराष्ट्रीय फिल्मों और टेलीविजन श्रृंखला (एचबीओ, शो टाइम और अन्य अमेरिकी मूल श्रृंखला सहित) की विशेषता है।

जुलाई 2020 तक वीआईपी प्लान की एक वर्ष के लिए 399 रुपये और प्रीमियम प्लान की लागत प्रतिवर्ष 1499

MARKET REPORT: OTT

monthly plan. As of March 2020, Disney+ Hotstar has at least 300 million active users.

Disney+ Hotstar has reported a revenue of IN₹ 1628 Cr for FY2020, with losses narrowing in comparison to the previous year.

The company saw relatively slower growth in subscription revenue for FY20, in comparison to over 50% growth in ad revenue.

According to a recent study, Disney+ Hotstar could become the second-highest revenue-earning video platform in India by 2025.

However, it is difficult to predict whether Hotstar will be able to keep up with the revenue growth in FY2021, ending in March 2021. The company, in its financial statement, has claimed that its operations were hit during the pandemic due to health in sporting events worldwide. The pause on the shooting of shows between March 19 to July 13, 2020, also impacted the company's revenues.

While Hotstar claims that since the easing of restrictions, the production of shows has resumed and many have released on the platform, it added the impact from the pandemic will be assessed on an ongoing basis.

VOOT

Voot is an Indian subscription video on demand (SVOD) service. Launched in March 2016, it forms the online arm of Viacom 18. It is Viacom 18's advertising-led video-on-demand platform that is available as an app for iOS, KaiOS (JioPhone) and Android users, and a website for desktop consumption. Voot Select will cost ₹ 99 a month after a three-day free trial, or ₹ 499 for the full year after a 14-day free trial.

Voot is available only in India, and hosts over 40,000 hours of video content that includes shows from channels like MTV, Nickelodeon and Colors. Content is also available in multiple languages like Kannada, Marathi, Bengali, Gujarati, Telugu and Tamil. Voot has content from Colors TV, MTV India, Nickelodeon India and other Viacom 18 owned television channels. It also hosts many Bollywood films for streaming. It has produced several 'Voot Original' shows for streaming as well.

In February 2020, Voot introduced paid subscription service called Voot Select. Voot Original series are made available only to paid subscribers. Some TV shows are being streamed a day before TV for its paid subscribers.

Its freemium service Voot Select was launched this

रुपये या मासिक योजना के लिए 299 रुपये है। मार्च 2020 तक डिज्नी + हॉटस्टार के कम से कम 300 मिलियन सक्रिय उपयोगकर्ता हैं। डिज्नी + हॉटस्टार ने वित्तवर्ष 2020 के लिए 1628 करोड़ रुपये के राजस्व की रिपोर्ट की, जिसमें पिछले वर्ष की तुलना में घाटा कम हुआ।

विज्ञापन आय में 50% से अधिक की तुलना में कंपनी ने वित्तवर्ष 20 के लिए सब्सक्रिप्शन आय में अपेक्षाकृत धीमी वृद्धि दर्ज की। एक हालिया अध्ययन के अनुसार डिज्नी + हॉटस्टार 2025 तक भारत में दूसरा सबसे अधिक कमाई करने वाला वीडियो प्लेटफॉर्म बन सकता है।

हालांकि यह अनुमान लगाना मुश्किल है कि हॉटस्टार वित्तवर्ष 2021 में राजस्व वृद्धि के साथ मार्च 2021 में समाप्त हो पायेगा या नहीं। कंपनी ने अपने वित्तीय बयान में दावा किया है कि दुनियाभर में खेल स्पर्धाओं का संचालन महामारी के दौरान प्रभावित हुआ है। 19 मार्च से 13 जुलाई 2020 के बीच शो की शूटिंग पर रोक से भी कंपनी का राजस्व प्रभावित हुआ है।

हालांकि हॉटस्टार का दावा है कि प्रतिबंधों में ढील के बाद से शो का उत्पादन फिर से शुरू हो गया है और कईयों को प्लेटफॉर्म पर रिलीज भी किया गया है। कंपनी ने कहा है कि महामारी से होने वाले प्रभाव का मूल्यांकन निरंतर आधार पर किया जायेगा।

वूट

वूट एक भारतीय सदस्यता वीडियो ऑन डिमांड (एसवीओडी) सेवा है। मार्च 2016 में लॉन्च की गयी यह सेवा वायकॉम 18 की ऑनलाइन शाखा बनाता है। यह वायकॉम 18 का विज्ञापन आधारित वीडियो ऑन डिमांड प्लेटफॉर्म है जो आईओएस, आईओएस (जियो फोन) और एंड्रॉयड उपभोक्ताओं के लिए एक ऐप और डेस्कटॉप उपभोग के लिए वेबसाइट के रूप में उपलब्ध है। वूट सिलेक्ट का तीन दिन के निशुल्क परीक्षण के एक महीने के बाद 99 रुपये प्रतिमाह या 14 दिनों के निःशुल्क परीक्षण के बाद 499 रुपये प्रतिवर्ष के मूल्य पर उपलब्ध है।

वूट केवल भारत में उपलब्ध है और 40000 घंटे से अधिक वीडियो सामग्री को होस्ट करता है जिसमें एमटीवी, निकेलोडियन और कलर्स जैसे चैनल से शो शामिल हैं। कार्यक्रम कई भाषाओं जैसे कन्नड, मराठी, बंगली, गुजराती, तेलुगू और तमिल में भी उपलब्ध है। वूट में कलर्स टीवी, एमटीवी इंडिया, निकेलोडियन इंडिया और अन्य वायकॉम 18 स्वामित्व वाले टेलीविजन चैनलों की सामग्री है। यह स्ट्रीमिंग के लिए कई वॉलीवुड फिल्मों की मेजबानी भी करता है। इसने स्ट्रीमिंग के लिए कई वूट ऑरिजनल शो भी तैयार किये हैं।

फरवरी 2020 में वूट ने वूट सेलेक्ट नामक सशुल्क सब्सक्रिप्शन सेवा की शुरुआत की। वूट ऑरिजनल सीरीज केवल पेड सब्सक्राइबरों के लिए उपलब्ध कराई गयी है। कुछ टीवी शो पेड सब्सक्राइबरों के लिए टीवी से एक दिन पहले प्रसारित किये जा रहे हैं।

इसकी फ्रीमियम सेवा वूट सिलेक्ट को लॉन्च किया गया था, इस

MARKET REPORT: OTT

quarter. ₹ 13 crore was invested into Voot Select and Kids (and in Kannada and Gujarati movie channels). Operational revenue from “digital, print, others and & intercompany elim.” fell 16.6% QoQ and 20% YoY to ₹ 40 crore. Now Viacom18's Voot expects 50% revenue from new subscription-led service Voot Select. Earlier, it used to be all free. It was just an ad-supported platform.

Voot has 100 million monthly active users and aims to be one of the leading Indian OTT players. Currently driven by an Advertising supported video-on-demand model, Voot will continue to build scale by diversifying from 1 business model of AVOD to 4 - VOOTAVOD, VOOT Kids, VOOT International and VOOT Freemium. With the freemium model, Voot plans to invite more first-time users, and give them a preview of their original, exclusive content. The monetization and revenue plan will largely be advertisement driven, but premium services for pay-per-view subscribers will also bring in money. “The current digital advertisement market is around ₹ 1,200 crore and will push up to ₹ 6,000 in the next 2-3 years. We hope to exploit that,” Gandhi said.

ZEE5

ZEE5 is an Indian video on demand service run by Essel Group via its subsidiary Zee Entertainment Enterprises. It was launched in India on 14 February 2018 with content in 12 languages. ZEE5 recently announced the launch of ‘ZEE5 Club’ at ₹ 365 per year. ZEE5 Club will enable its consumers to have exclusive access to most popular shows before telecast on TV, apart from select ZEE5 and Alt Balaji shows, - 1000+ blockbuster movies, ZEE Zindagi shows and over 90+ Live TV channels.

With ZEE5 Club, subscribers will be able to enjoy entertainment content without any intrusive ads and across devices. Some of Zee's popular TV shows like Kumum Bhagya and Kundali Bhagya in Hindi, Sembaruthi in Tamil, Jothe Jotheyali in Kannada and Mazya Navryachi Bayko in Marathi and many more would be now available on ZEE5 Club before telecast on Television.

Zee5 had 54.7 global million monthly active users (MAU), and 5.2 million global daily active users (DAU) in the September 2020 quarter, the MAUs and DAUs stood at 65.9 million and 5.4 million respectively in December 2020. Genka shared that the lack of TV content during Q1 impacted the conversion of active users as a large part of the “funnel” to add users was TV catchup content.

तिमाही में वूट सिलेक्ट एंड किड्स (कन्नड और गुजराती फिल्म चैनलों में) में 13 करोड़ रुपये का निवेश किया गया था। ‘डिजिटल प्रिंट’ अन्य और इंटरकंपनी एलिम से परिचालन राजस्व 16.6% क्यूओक्यू और 20% वाईओवाई गिरकर 40 करोड़ रुपये हो गया। अब वायकॉम 18 की वूट को नयी सब्सक्रिप्शन अगुवाई वाली सर्विस वूट सेलेक्ट से 50% राजस्व की उम्मीद है। पहले यह सब मुफ्त हुआ करता था। यह सिर्फ एक विज्ञापन समर्थित प्लेटफार्म था।

वूट के 100 मिलियन मासिक सक्रिय उपयोगकर्ता हैं और इसका प्रमुख लक्ष्य प्रमुख भारतीय ओटीटी कंपनियों में से एक होना है। वर्तमान में एक विज्ञापन समर्थित वीडियो ऑन डिमांड मॉडल द्वारा संचालित है, वूट एवीओडी के 1 बिजनेस मॉडल से 4 तक की विविधता का निर्माण जारी रखेगा—वूट एवीओडी, वूट किड्स, वूट इंटरनेशनल और वूट फ्रीमियम। फ्रीमियम मॉडल के साथ वूट पहली बार सेवा का उपयोग करने वाले अधिक उपयोगकर्ता को आमंत्रित करने की योजना बना रहा है और उन्हें मूल, अनन्य सामग्री का पूर्वालोचन प्रदान कर रहा है। विमुद्रीकरण और राजस्व योजना काफी हद तक विज्ञापन संचालित होगी, लेकिन पे-पर-व्यू ग्राहकों के लिए प्रीमियम सेवायें पैसा लायेंगी। वर्तमान डिजिटल विज्ञापन बाजार लगभग 1200 करोड़ रुपये का है और अगले 2-3 वर्षों में 6000 रुपये तक बढ़ जायेगी। उम्मीद है कि कंपनी इसका फायदा उठायेगी।

जी5

जी5 एक भारतीय वीडियो ऑन डिमांड सेवा है जो एसेल ग्रुप द्वारा अपनी सहायक कंपनी जी एंटरटेनमेंट एंटरप्राइजेज के माध्यम से चलाया जा रहा है। इसे 14 फरवरी 2018 को 12 भाषाओं में सामग्री के साथ भारत में लॉन्च किया गया था। जी5 ने हालही में जी5 क्लब को 365 रुपये प्रतिवर्ष पर लॉन्च करने की घोषणा की है। जी5 क्लब अपने उपभोक्ताओं को टीवी पर प्रसारण से पहले सबसे लोकप्रिय शो के लिए अनन्य एक्सेस करने में सक्षम करेगा, इसके अलावा चुनिंदा जी5 और अल्ट बालाजी शो, 1000 से अधिक ब्लॉकबस्टर फिल्में, जी जिंदगी शो और 90 से अधिक लाइव टीवी चैनल उपलब्ध होंगे।

जी5 क्लब के साथ सब्सक्राइवर बिना किसी निर्धारित विज्ञापनों और पूरे उपकरणों पर मनोरंजन सामग्री का आनंद ले सकेंगे। जी के कुछ लोकप्रिय टीवी शो जैसे हिंदी में कुमकुम भाग्य व कुंडली भाग्य, यमेल में सेम्बारुथी, कन्नड में जोता जोतायली और मराठी में माज्या नवरा वायको और कई को अब टेलीविजन पर प्रसारित होने से पहले जी5 क्लब पर देख सकेंगे।

जी5 के सितंबर 2020 की तिमाही में 54.7 वैश्विक मिलियन मासिक सक्रिय उपयोगकर्ता (एमएयू), 5.2 मिलियन वैश्विक दैनिक सक्रिय उपयोगकर्ता (डीएयू) थे, एमएयू व डीएयू क्रमशः दिसंबर 2020 में 65.9 मिलियन व 5.4 मिलियन से अधिक रहे। गोजनका ने बताया कि क्यू1 के दौरान टीवी सामग्री की कमी ने उपयोगकर्ताओं को जोड़ने के



MARKET REPORT: OTT

The company will not invest any capital in MAU-DAU conversion and it is going to be largely based on the catch-up TV portfolio. Zee5 will target 15-18 per cent conversion of MAU to DAU in the next fiscal.

The video streaming service released 18 original shows and two movies during the quarter. However, the average watch time per user per month was 152 minutes in Q2 has slid to 133 minutes in the third quarter. While an investor pointed out that the engagement is lagging compared to other platforms with similar content, Goenka said that the low performance of some linear TV shows of the network has impacted the catch-up TV consumption, leading to lower engagement.

Zee5 revenues were at 117.8 crore, up 19 per cent quarter-on-quarter, while EBITDA loss was at ₹ 175.7 crore versus ₹ 189.4 crore in Q2. The EBITDA losses continue due to higher investment in content.)

SONY LIV

Sony Liv (marketed as SONY LIV and formerly as SonyLIV) is an Indian general entertainment, video on-demand service that is owned by Sony Pictures Networks India Pvt. Ltd., based in Mumbai, Maharashtra, India. Sony Liv's Library consists of 18 years of content from the Sony Entertainment Network channels in India: Sony TV, Sony SAB, Sony Ten, Sony Max, Sony MAX 2, Sony PIX and Sony Six.

Sony Liv is the first Indian Over-the-top media service platform to produce music content for a Hollywood feature film - producing music for the Hindi version of the blockbuster titled Passengers, starring Chris Pratt and Jennifer Lawrence.

Sony Liv Premium subscription costs you ₹ 299 per month, ₹ 699 for six months, and ₹ 999 per year.

MX PLAYER

MX Player is an Indian video streaming and video on demand platform developed by MX Media & Entertainment. It has over 280 million users globally. The platform currently operates on an ad-supported model and has a streaming library of over 150,000 hours across 12 languages. It is available on iOS, Android and the web. The online Feature of MXPlayer is

लिए 'फनल' के एक बड़े भाग के रूप में सक्रिय उपयोगकर्ताओं के रूपांतर को प्रभावित किया, यह टीवी कैचअप सामग्री थी।

कंपनी एमएयू-डीएयू रूपांतरण में कोई पूंजी निवेश नहीं करेगी और यह काफी हद तक कैचअप टीवी पोर्टफोलियो पर आधारित होगा। जी5 अगले वित्तीय वर्ष में एमएयू व डीएयू में 15-18 प्रतिशत रूपांतरण का लक्ष्य रखा है। वीडियो स्ट्रीमिंग सेवा ने तिमाही के दौरान 18 मूल शो और दो फिल्म को दिखाया है। हालांकि तीसरी तिमाही में प्रत्येक उपयोगकर्ता औसत देखने का समय 152 मिनट से घटकर 133 मिनट रह गया। हालांकि एक निवेशक ने बताया कि उपभोक्ताओं को बांधे रखने वाले कार्यक्रम अन्य प्लेटफॉर्म की तुलना में पिछड़ रही हैं, श्री गोयनका ने बताया कि नेटवर्क ने कुछ लिनियर टीवी शो के निम्न प्रदर्शन के कारण कैचअप टीवी की खपत को प्रभावित किया जिसके चलते दर्शकों का जुड़ाव कम रहा।

जी5 का राजस्व 18.8 प्रतिशत की बढ़ोतरी के साथ 117.8 करोड़ रुपये था जबकि EBITDA नुकसान 175.7 करोड़ रुपये और दूसरी तिमाही में 189.4 करोड़ रुपये था। सामग्री में अधिक निवेश के कारण EBITDA की हानि जारी है।

सोनी लिव

सोनी लिव (सोनी लिव व पूर्व में सोनी लिव के रूप में विपणन)

एक भारतीय सामान्य मनोरंजन, वीडियो ऑन डिमांड सेवा है जिसका स्वामित्व सोनी पिक्चर्स नेटवर्क इंडिया प्राइवेट लिमिटेड के पास है, जो मुंबई महाराष्ट्र में स्थित है। सोनी लिव लाइवरी में भारत में सोनी एंटरटेनमेंट नेटवर्क चैनलों से 18 साल की सामग्री है: इनमें सोनी टीवी, सोनी सब, सोनी टेन, सोनी मैक्स, सोनी मैक्स2, सोनी पिक्स व सोनी सिक्स चैनल शामिल है।

सोनी लिव हॉलीवुड फ्रीचर फिल्मों के लिए संगीत सामग्री का निर्माण करने वाला पहला भारतीय ओवर द टॉप मीडिया सेवा प्लेटफॉर्म है जिसमें क्रिस प्रैट और जेनिफर

लॉरेंस द्वारा अभिनीत पैसेंजर्स के हिंदी संस्करण के लिए संगीत का निर्माण किया गया है।

सोनी लिव प्रीमियम सब्सक्रिप्शन की कीमत आपको प्रति माह 299 रुपये, छह महीने के लिए 699 रुपये और एक साल के लिए 999 रुपये है।

एमएक्स प्लेयर

एमएक्स प्लेयर एमएक्स मीडिया एंड एंटरटेनमेंट द्वारा विकसित

एक भारतीय वीडियो व स्ट्रीमिंग वीडियो प्लेटफॉर्म है। वैश्विक स्तर पर इसके 280 मिलियन से अधिक उपयोगकर्ता हैं। प्लेटफॉर्म वर्तमान में एक विज्ञापन समर्थित मॉडल पर संचालित होता है और इसके पास 12 भाषाओं में 150,000 घंटे से अधिक की स्ट्रीमिंग लाइवरी है। यह आईओएस, एंड्रॉयड और वेब पर उपलब्ध है। एमएक्स प्लेयर की ऑनलाइन सुविधा



MARKET REPORT: OTT

available absolutely free of cost for our users to explore.

In 2018, Times Internet acquired a majority stake in MX Player for \$140 million. On 20 February 2019, MX Player was relaunched as an OTT platform with original programming. It has licensed contents from various Indian and International studios including FilmRise, Sonar Entertainment, Screen Media Films, Goldmine, Hungama, Shemaroo, Paramount Pictures and Sony Entertainment.

ALT BALAJI

ALTBalaji is an Indian subscription based video on demand platform which is a wholly owned subsidiary of Balaji Telefilms Ltd. ALTBalaji is available across 32 different interfaces for its viewers. The content has been made available on mobile and Tablet Devices (Apple phone, Apple iPad, Android phone, Android tablet), Web browser (Desktop Browser), Android TV, and Windows (Windows PC, Windows Mobile, Windows tablet).

Their website claims the platform to be the largest content bank seen in India. The stories range from drama, comedy, and romance, to thriller, crime, and mystery. The content bank also includes 100+ hours of kids' content as well as urban regional shows in Bengali, Hindi, Marathi, Punjabi, Tamil & many more languages. You have a choice of three streaming membership plans - 3 months for ₹ 100, 6 months for ₹ 180 or 12 months for ₹ 300.

(ALTBalaji's COVID-19 related subscription spike has flattened, as Balaji Telefilms's revenues from the streaming service declined from ~22.2 crore in the preceding quarter to ~14.9 crore in Q1FY21. According to the company's management, ALTBalaji has a churn rate of around 66%, which means that two thirds of subscribers generally don't purchase new subscriptions when theirs have run out.)

EROS NOW

Eros Now is an Indian subscription based over the top, video on-demand entertainment and media platform, launched in 2012. It is owned and controlled by Eros Digital, the digital media management arm of Eros International plc. The network offers media streaming and video-on-demand services. The digital platform is accessible on most Internet-connected screen including mobile, tablets, web and TV.

हमारे उपयोगकर्ताओं को तलाशने के लिए विलकुल मुफ्त में उपलब्ध है। 2018 में टाइम्स इंटरनेट ने एमएक्स प्लेयर में 140 मिलियन डॉलर की बहुमत हिस्सेदारी का अधिग्रहण किया। 20 फरवरी 2019 को एमएक्स प्लेयर को ओटीटी प्लेटफार्म के रूप में मूल प्रोग्रामिंग के साथ फिर से लॉन्च किया गया था। इसमें फिल्मराइज, सोनार एंटरटेनमेंट, स्क्रीन मीडिया फिल्मस, गोल्ड माइन, हंगामा, शेमारू, पैरामउंड पिक्चर्स और सोनी इंटरटेनमेंट सहित विभिन्न भारतीय और अंतरराष्ट्रीय स्टूडियो से लाइसेंस प्राप्त है।

एएलटी बालाजी

एएलटी बालाजी सब्सक्रिप्शन आधारित एक भारतीय वीडियो ऑन डिमांड प्लेटफार्म है जो बालाजी टेलीफिल्म्स लिमिटेड की पूर्ण स्वामित्व वाली कंपनी है। एएलटी बालाजी अपने दर्शकों के लिए 32 विभिन्न इंटरफेस में उपलब्ध है। यह सामग्री मोबाइल और टैबलेट उपकरणों (ऐपल फोन, ऐपल आई पैड, एंड्रॉयड फोन, एंड्रॉयड टैबलेट) वेब ब्राउजर (डेस्कटॉप ब्राउजर), एंड्रॉयड टीवी और विंडो (विंडो पीसी, विंडो मोबाइल, विंडो टैबलेट्स) पर उपलब्ध कराई गयी है। उनकी वेबसाइट प्लेटफार्म को भारत में देखा जाने वाला सबसे बड़ा कंटेंट बैंक होने का दावा करती है। कहानियां, नाटक, कॉमेडी व रोमांस से लेकर थ्रिलर अपराध और रहस्य तक होती है। कंटेंट बैंक में 100 से अधिक घंटे के वच्चों की सामग्री के साथ-साथ शहरी क्षेत्रीय शो जैसे बंगाली, हिंदी, मराठी, तमिल और कई अन्य भाषाएं भी शामिल हैं। प्लेटफार्म के पास तीन स्ट्रीमिंग सदस्यता योजनाओं का विकल्प है, 100 रुपये में 1 महीने, 180 रुपये में 3 महीने और 300 रुपये में 12 महीने।

(कोविड 19 के चलते एएलटी बालाजी की सब्सक्रिप्शन बुरी तरह प्रभावित हुआ है क्योंकि स्ट्रीमिंग सेवा बालाजी टेलीफिल्म्स का राजस्व पूर्ववर्ती तिमाही में 22.2 करोड़ रुपये से घटकर क्यूएफवाई 21 में 14.9 करोड़ रुपये रह गयी। कंपनी के प्रबंधन के अनुसार एएलटी बालाजी का चर्न रेट लगभग 66% है जिसका अर्थ है कि दो तिहाई ग्राहक आमतौर पर सब्सक्रिप्शन समाप्त होने के बाद नये सब्सक्रिप्शन नहीं खरीदते हैं।)

इरोस नाउ

इरोस नाउ 2012 में लॉन्च भारतीय सब्सक्रिप्शन पर आधारित ओवर द टॉप, वीडियो ऑन डिमांड मनोरंजन व मीडिया प्लेटफार्म है। यह इरोस इंटरनेशनल पीएलसी के डिजिटल मीडिया प्रबंधन शाखा इरोस डिजिटल के स्वामित्व और नियंत्रण में है। नेटवर्क मीडिया स्ट्रीमिंग और वीडियो ऑन डिमांड सेवा प्रदान करता है। डिजिटल प्लेटफार्म मोबाइल, टैबलेट, वेब और टीवी सहित अधिकांश इंटरनेट से जुड़े स्क्रीन पर उपलब्ध है।



MARKET REPORT: OTT

The platform has blockbuster films like Cheeni Kum, Happy Bhag Jayegi, Manmarziyaan, Bajirao Mastani, Tanu Weds Manu Returns, Goliyon ki Raasleela Ram-Leela, Rockstar, Shubh Mangal Savdhan and more. Eros Now also has web-series and films like A Monsoon Date, Maunn, Salute Siachen, Black & White interviews and more in their segment called E- Buzz. The subscription cost of the Eros Now Premium subscription service is ₹ 99 per month for a single device and ₹ 399 per year for a single device.

Eros Now Subscribers Grow 56% Y-o-Y to Reach 29.3 Million

Revenue of \$155.5 Million and Adjusted EBITDA of \$54.8 Million

ARRE

Arré is an Indian OTT platform based in Mumbai. It produces and publishes videos, audio series, web series, documentaries, text and doodles through its online channel. Founded by former Network 18 and TV 18 executives B. Sai Kumar, Ajay Chacko, and Sanjay Ray Chaudhari, it is a content-based startup and was launched in April 2016.



OTT MARKET TO GROW AT 26% CAGR AND TOUCH \$4.5 BILLION BY 2025 IN INDIA.

MPA report projected the SVoD market will grow by 30% CAGR from 2020 and reach \$1.9 billion by 2025, while AVoD segment is expected to surge over the next five years at a CAGR of 24% to reach \$2.6 billion.

At a time when people are stuck at home due to the COVID-19 pandemic and looking for entertainment options, the overall online video market for India is projected to grow at a compound annual growth rate (CAGR) of 26 percent between 2020 and 2025 to reach \$4.5 billion in revenue over the next five years, says Media Partners Asia (MPA) in its new report titled India Online Video & Broadband Distribution 2021.

According to the MPA's report, India's online video industry generated an estimated \$1.4 billion in revenue in 2020, while advertising and subscription contributed 64 percent and 36 percent, respectively.

Among the top five services which accounted for a combined 85 percent share of total revenues in 2020 include YouTube (43%), Disney+ Hotstar (16%), Netflix (14%), Amazon Prime Video (7%) and Facebook (5%), quoted MPA executive director Vivek Couto as saying.

Couto added that the average number of subscription

प्लेटफार्म के पास चीनी कम, हैप्पी भाग जायेगी, मनमर्जियां, बाजीराव मस्तानी, तनु वेड्स मनु रिटर्न्स, गोलियों की रास लीला राम-लीला, रॉकस्टार, शुभ मंगल सावधान और अन्य फिल्में हैं। इरोस नाउ की वेब सीरीज और ए मॉन्सन डेट, मौन, सैल्यूट सियाचिन, ब्लैक एंड व्हाइट इंटरव्यू और उनके सेगमेंट में ई वज में अन्य शामिल है।

इरोस नाउ प्रीमियम सब्सक्रिप्शन सेवा का सब्सक्रिप्शन लागत सिंगल उपकरण के लिए प्रति मह 99 रुपये और प्रति वर्ष वर्ष 399 रुपये है।

इरोस नाउ सब्सक्रिप्शन 56% वाई ओ वाई की दर से बढ़ता हुआ 29.3 मिलियन बढ़कर राजस्व 155.5 मिलियन डॉलर और समायोजित EBITDA 54.8 मिलियन डॉलर हो गया है।

अरे

अरे मुंबई से संचालित होने वाला भारतीय ओटीटी प्लेटफार्म है। यह अपने ऑनलाइन चैनल के माध्यम से वीडियो, ऑडियो श्रृंखला, वेब श्रृंखला, वृत्तचित्र, पाठ और ड्रडल का उत्पादन व प्रकाशन करता है। पूर्व नेटवर्क 18 और टीवी 18 के अधिकारियों बी साई कुमार, अजय चाको और संजय रे चौधरी द्वारा स्थापित यह एक सामग्री आधारित स्टार्टअप है और इसे अप्रैल 2016 में लॉन्च किया गया था।

ओटीटी बाजार 26% सीएजीआर की दर से बढ़ेगा और भारत में 2025 तक 4.5 बिलियन डॉलर तक पहुंच जायेगा

एमपीए रिपोर्ट में अनुमान लगाया गया है कि एसवीओडी बाजार 2020 तक 30% सीएजीआर बढ़ेगा और 2025 तक 1.9 बिलियन डॉलर तक पहुंच जायेगा, जबकि एवीओडी खंड 24% सीएजीआर पर अगले पांच वर्षों में 2.6 बिलियन डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है।

ऐसे समय में जब लोग कोविड-19 महामारी की वजह से घर में फंसे हुए हैं और मनोरंजन के लिए विकल्प तलाश रहे हैं, भारत के लिए समग्र ऑनलाइन वीडियो बाजार को 2020 और 2025 के बीच 26 प्रतिशत की चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर पर बढ़ने का अनुमान है। मीडिया पार्टनर्स एशिया (एमपीए) ने अपनी नयी रिपोर्ट में इंडिया ऑनलाइन वीडियो एंड ब्रॉडबैंड वितरण 2021 शीर्षक से अगले पांच वर्षों में 4.5 बिलियन डॉलर का राजस्व प्राप्त करेगा।

एमपीए रिपोर्ट के अनुसार भारत के ऑनलाइन वीडियो उद्योग ने 2020 में अनुमानित 1.4 बिलियन डॉलर का राजस्व अर्जित किया है, जबकि विज्ञापन व सब्सक्रिप्शन ने क्रमशः 64 प्रतिशत व 36 प्रतिशत का योगदान दिया। 2020 में कुल राजस्व में संयुक्त 85 प्रतिशत हिस्सेदारी के लिए शीर्ष पांच सेवाओं में यूट्यूब (43%), डिज्नी हॉटस्टार (16%), नेटफ्लिक्स (14%), अमेजन प्राइम वीडियो (7%) और फेसबुक (5%) शामिल है। यह जानकारी एमपीए के कार्यकारी विवेक कौटो ने दी है।

MARKET REPORT: OTT

video-on-demand (SVOD) services subscribed by customers reach 2.8 in India and Southeast Asia.

In its report, MPA projected the SVoD market to grow by 30 percent CAGR from 2020 and reach \$1.9 billion by 2025. However, online video advertising saw a marginal decline of 2 percent year-on-year and reached an estimated \$909 million in 2020 due to decreased demand. Despite this, the advertising video-on-demand (AVoD) segment is expected to surge over the next five years at a CAGR of 24 percent to reach \$2.6 billion by 2025.

"Subscription-based online video services benefited significantly in 2020 as the country went into the lockdown. Key players are investing in premium local content while leveraging sports, movie rights, and aggressive consumer pricing to drive subscriber adoption. The SVoD market will remain competitive as Disney+ Hotstar scales its direct subscription business while Netflix and Amazon Prime Video deepen partnerships with mobile and fixed broadband operators," the business daily quoted MPA India vice-president Mihir Shah's statement.

MPA predicts Disney+ Hotstar may secure over 80 million subscribers in India if they continue to invest in local originals and retain key sports rights. In 2020, the online channel invested in acquiring big-ticket Bollywood films, following which its subscribers rose to 26.8 million as of December 2020, and India making up 30 percent of its global subscription base.

Adding more, Shah said that YouTube remains the market leader in AVoD and accounted for 67 percent of total online video advertising in 2020. However, MPA India VP looked sceptical and said that YouTube's market share may decline to 55 percent in 2025 with domestic broadcaster-backed platforms and short-form user generated content video players expanding their base.

"Local premium content and sports rights will help broadcaster-backed platforms gain share. Increased reach and engagement with rural millennials will improve monetisation for short-form video platforms," Shah said.

Among other things, MPA report said that OTT content investment in India touched \$700 million in 2020 as domestic and global platforms continue to invest in India's

कॉटो ने कहा कि ग्राहकों द्वारा सब्सक्राइबर वीडियो ऑन डिमांड (एसवीओडी) सेवाओं की औसत संख्या भारत व दक्षिण पूर्व एशिया में 2.8 प्रतिशत तक पहुंच गयी है।

अपनी रिपोर्ट में एमपीए ने एसवीओडी बाजार को 2020 तक 30 प्रतिशत सीएजीआर से बढ़ने और 2025 तक 1.9 बिलियन डॉलर तक पहुंचने का अनुमान लगाया है। हालांकि ऑनलाइन वीडियो विज्ञापन में साल दर साल 2% की मामूली गिरावट देखी गयी है और 2020 में अनुमानित 909 मिलियन तक पहुंच गयी। मांग में कमी के बावजूद विज्ञापन वीडियो ऑन डिमांड (एवीओडी) खंड अगले पांच वर्षों में 24 प्रतिशत के सीएजीआर पर 2025 तक 2.6 बिलियन डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है।

एमपीए इंडिया के उपाध्यक्ष मिहिर शाह के मुताबिक 'सब्सक्रिप्शन आधारित ऑनलाइन वीडियो सेवाओं को 2020 में काफी फायदा हुआ

क्योंकि देश लॉकडाउन में चला गया। प्रमुख खिलाड़ी प्रीमियम लोकल कंटेंट में निवेश कर रहे हैं जबकि सब्सक्राइबर स्पॉटर्स, मूवी राइट्स व आक्रामक उपभोक्ता मूल्य का लाभ उठा रहे हैं। एसवीओडी मार्केट प्रतिस्पर्धी बना रहेगा। डिज्नी हॉटस्टार ने अपने प्रत्यक्ष सब्सक्रिप्शन को बढ़ा दिया है जबकि नेटफ्लिक्स व अमेजन प्राइम वीडियो मोवाइल और फिक्स्ड ब्रॉडबैंड ऑपरेटरों की साझेदारी को गहरा करते हैं।

एमपीए ने भविष्यवाणी की है कि डिज्नी हॉटस्टार, भारत में 80 मिलियन से अधिक

ग्राहकों को सुरक्षित कर सकता है अगर वे स्थानीय मूल कार्यक्रमों में निवेश करना और प्रमुख खेल अधिकारों को बनाये रखना चाहते हैं। 2020 में ऑनलाइन चैनल ने बड़ी टिकट वाली बॉलीवुड फिल्मों को प्राप्त करने के लिए निवेश किया, जिसके बाद दिसंबर 2020 तक इसके ग्राहकों की संख्या 26.8 मिलियन हो गयी और भारत अपने वैश्विक सब्सक्रिप्शन आधार का 30 प्रतिशत बना रहा है।

श्री शाह ने बताया कि यूट्यूव एवीओडी में बाजार का नेता बना हुआ है और 2020 में कुल ऑनलाइन वीडियो विज्ञापन का 67 प्रतिशत हिस्सा है। हालांकि एमपीए इंडिया के वीपी को संदेह है और कहा कि 2025 में घरेलू ब्रॉडकास्टर समर्थित प्लेटफॉर्म और शॉट फॉर्म उपयोगकर्ता द्वारा उत्पन्न सामग्री वीडियो खिलाड़ियों के आधार को विस्तार करने के साथ यूट्यूव की बाजार हिस्सेदारी 55 प्रतिशत तक घट सकती है। शाह ने कहा कि 'स्थानीय प्रीमियम सामग्री और खेल अधिकार ब्रॉडकास्टर समर्थित प्लेटफॉर्म हासिल करने में मदद करेंगे। ग्रामीण सहस्राब्दियों के साथ बढ़ती पहुंच और जुड़ाव से शॉट फॉर्म वीडियो प्लेटफॉर्म के लिए मुद्रिकरण में सुधार होगा।

अन्य बातों के अलावा एमपीए रिपोर्ट में कहा गया है कि भारत में ओटीटी सामग्री निवेश ने 2020 में 700 मिलियन डॉलर का आंकड़ा छू लिया है क्योंकि घरेलू व वैश्विक प्लेटफॉर्म भारत के बोझिल एसवीओडी



MARKET REPORT: OTT

burgeoning SVoD opportunity. Estimate claims OTT content cost may grow at a CAGR of 18 percent to reach \$1.6 billion between 2020-2025.

"While the direct-to-digital premiere of films is unlikely to sustain, reopening of cinemas will not necessarily impact consumption on OTTs. Streaming services are not just pushing for more originals, the whole experience is also getting modelled for urban-ready homes with technologies like Airtel XStream and Jio Giga Fiber," Shah said.

The latest MPA report claims India's mobile broadband penetration is forecast to grow steadily to 66 percent by 2025 as commercial roll-out of 5G expected to begin in 2021. The new investment by private telcos has boosted India's fixed broadband market which till now has remained under-penetrated at merely 6 percent of households.

The report further claims of India's fixed broadband market to grow at a CAGR of 18 percent to reach 45 million subscribers with over 82 percent of subscribers through fiber by 2025.

Infrastructure growth has helped Indian customers look for expanded broadband capacity which includes video conferencing, work from home, digital classes, and video streaming.

The MPA provides independent research, advisory and consulting services across media, telecoms, sports, and entertainment industries in Asia Pacific and the Middle East. ■

अवसर में निवेश करना जारी रखते हैं। ओटीटी सामग्री लागत का अनुमान 2020-2025 के बीच 1.6 बिलियन डॉलर तक पहुंचने के लिए 18 प्रतिशत के सीएजीआर पर बढ़ सकता है।'

उन्होंने यह भी बताया कि 'जबकि फिल्मों के प्रत्यक्ष से डिजिटल प्रीमियर को बनाये रखने की संभावना नहीं है, सिनेमाघरों को फिर से खोलना ओटीटी पर ख़पत को प्रभावित नहीं करेगा। स्ट्रीमिंग सेवायें न केवल अधिक मूल के लिए जोर दे रही हैं, पूरे अनुभव को एयरटेल एक्सट्रीम और जियो गीगा फाइबर जैसी तकनीकों के साथ शहरी तैयार घरों के लिए भी तैयार किया जा रहा है।

एमपीए के नवीनतम रिपोर्ट में दावा किया गया है कि भारत की मोबाइल ब्रॉडबैंड पैठ 2025 तक लगातार 66 प्रतिशत तक बढ़ने का अनुमान है क्योंकि 2021 में 5जी के व्यवसायिक प्रस्तुतिकरण शुरू होने की उम्मीद है। निजी टेलीकास्ट द्वारा नये निवेश ने भारत के निश्चित ब्रॉडबैंड बाजार को बढ़ावा दिया है जो अब तक केवल 6 प्रतिशत परिवारों में ही प्रवेश कर पाया है।

रिपोर्ट में 2025 तक फाइबर के माध्यम से 82 प्रतिशत से अधिक ग्राहकों के साथ 45 मिलियन ग्राहकों तक पहुंचने के लिए भारत के फिक्स्ड ब्रॉडबैंड बाजार के 18 प्रतिशत के सीएजीआर की दर से बढ़ने का दावा किया गया है।

यूनियादी ढांचे की वृद्धि ने भारतीय ग्राहकों को विस्तारित ब्रॉडबैंड क्षमता की तलाश में मदद किया है जिसमें वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग, घर से काम, डिजिटल कक्षाओं और वीडियो स्ट्रीमिंग शामिल है।

एमपीए, एशिया प्रशांत और मध्यपूर्व में मीडिया, दूरसंचार, खेल और मनोरंजन उद्योगों में स्वतंत्र अनुसंधान, सलाहकार और परामर्श सेवाओं प्रदान करता है। ■

ABIS
ASIA'S BROADCASTING
& INFOTAINMENT SHOW
www.abis-digital.com

NÜRNBERG MESSE

SCAT2021
SCAT INDIA TRADESHOW • MUMBAI
21 - 23 October 2021
www.scatindiashow.com

Contact: Mob.: +91-7021850198 Email: scat.sales@nm-india.com