



EDITOR'S SCATVIEW

Manoj Kumar Madhavan

The Indian broadcast and cable equipment imports accounts for around US\$ 25 billion in 2021. This figure is phenomenal and shows the staggering size of the Indian market. I am discounting the grey market figures here which is also huge. It will be difficult for the Indian market to fully make an attempt to bridge this gap with the 'Make in India' campaign. So, this factor showcases that the Indian broadcast and cable markets will continue to be dependent on imports for the indigenous products.

Another situation which is assuming critical state is the status of the electronic component supply. The picture is bleak, with lead times lengthening and component prices rising significantly. The financial implications of a short supply of components are huge on the vendors.

Media Tech companies have responded by redesigning their products to mitigate issues with sourcing specific components, and/or stockpiling components where possible to keep their production lines flowing in the face of dramatically increased lead times.

The Indian Media and Entertainment (M&E) sector grew 16.4% INR 1.61 trillion (US\$21.5 billion) in 2021. Assuming no further impact of the pandemic, it is expected to grow 17% in 2022 to reach INR 1.89 trillion (US\$ 25.2 billion) and recover its 2019 pre-pandemic levels, then grow at a CAGR of 11% to reach INR 2.32 trillion (US\$ 30.9 billion) by 2024. These are the projections as per the EY-FICCI Report.

India has 795 million broadband connections, over 500 million smartphones and 10 million connected TVs, apart from 170 million active TV connections. 390 million Indians played online games, 150 billion streams of online music were consumed, 40 million Indian households paid for 80 million online video subscriptions and 400 million subscribers consumed bundled content in 2021. The number of screens in India to reach 1 billion by 2024-25.

Promising and very ambitious figures. And we hope these figures will be realised.

(Manoj Kumar Madhavan)



2022 में भारतीय प्रसारण और केबल उपकरण का आयात लगभग **28-30** बिलियन अमेरिकी डॉलर था। यह आंकड़ा अभूतपूर्व है और भारतीय बाजार को चौंका देने वाले आकार को दर्शाता है। मैं यहां ग्रे मार्केट के आंकड़े पर छूट दे रहा हूं जो कि बहुत बड़ा है। भारतीय बाजार के लिए 'मेक इन इंडिया' अभियान के साथ इस अंतर को पूरी तरह से पाटने का प्रयास मुश्किल होगा। तो, यह कारक दर्शाता है कि भारतीय प्रसारण और केबल बाजार स्वदेशी उत्पादों के आयात पर निर्भर रहेंगे।

एक अन्य स्थिति जिसे कि गंभीर माना जा रहा है वह है इलेक्ट्रॉनिक घटक आपूर्ति की स्थिति। तस्वीर धूमिल है, लीड समय लंबा होने और घटकों की कीमतों में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है। घटकों की कम आपूर्ति का वित्तीय प्रभाव विक्रेताओं पर भारी पड़ता है।

मीडियाटेक कंपनियों ने विशिष्ट घटकों की सोर्सिंग के साथ मुद्दों को कम करने के लिए अपने उत्पादों को फिर से डिजाइन करके प्रतिक्रिया दी है, और/या जहां संभव हो वहां स्टॉकपिलिंग घटकों को नाटकीय रूप से बढ़े हुए लीड समय के सामने अपनी उत्पादन लाइनों को प्रवाहित रखने की कोशिश की है।

भारतीय मीडिया और मनोरंजन (एमएंडई) क्षेत्र ने **2021** में **16.4%** यानी **1.61** ट्रिलियन रुपये (**21.5** बिलियन डॉलर) की वृद्धि दर्ज की। आगे महामारी को कोई प्रभाव नहीं मानते हुए यह **2022** में **17%** बढ़कर **1.89** ट्रिलियन रुपये (**25.2** बिलियन अमेरिकी डॉलर) तक पहुंचने और **2019** के पूर्व-महामारी के स्तर को पुनर्प्राप्त करने की उम्मीद है, फिर **11%** की सीएजीआर से बढ़कर **2024** तक **2.32** ट्रिलियन रुपये (**30.9** बिलियन अमेरिकी डॉलर) तक पहुंच जायेगा। यह ईवाई-फिक्की रिपोर्ट के अनुसार अनुमान है।

भारत में **170** मिलियन सक्रिय टीवी कनेक्शन के अलावा **795** मिलियन ब्रॉडबैंड कनेक्शन, **500** मिलियन से अधिक स्मार्टफोन और **10** मिलियन कनेक्टेड टीवी हैं। **390** मिलियन भारतीयों ने ऑनलाइन गेम खेले, **150** बिलियन ऑनलाइन संगीत का उपभोग किया गया, **40** मिलियन भारतीय परिवारों ने **80** मिलियन ऑनलाइन वीडियो सब्सक्रिप्शन के लिए भुगतान किया और **400** मिलियन ग्राहकों ने **2021** में बंडल सामग्री का उपभोग किया। भारत में स्क्रीन की संख्या **2024-25** तक **1** अरब तक पहुंच जायेगी।

यह एक होनहार व महत्वाकांक्षी आंकड़े हैं। और हमें उम्मीद है कि इन आंकड़ों को साकार किया जायेगा।

(Manoj Kumar Madhavan)

