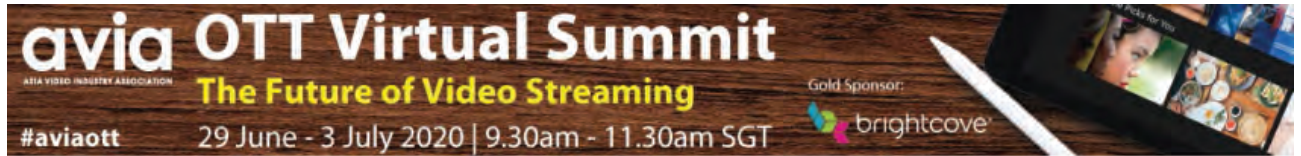


AVIA'S FIRST ONLINE CONFERENCE - THE OTT VIRTUAL SUMMIT

This year's Summit saw record attendance and much positivity for the future of video streaming in Asia and plenty to look forward to in the world of original Asian content.

AVIA had the privilege of hosting the first major online media conference of the year, the OTT Virtual Summit, with a record turnout of over 700 delegates.



Opening the Summit this year was the Thought Leaders' panel, featuring a stellar line-up of senior executives from across the video landscape. The panel had optimism all round for the industry as a whole. "It's a great time to be a customer in this part of the world," said Tony Zameczkowski, Vice President of Business Development for Asia-Pacific at Netflix, on the growth of the region's OTT landscape.

The rise in demand for Asian content also plays a key role in this growth, with Netflix, WarnerMedia and Viu all heavily investing in local content, with Zameczkowski adding that "the streaming industry has a role to play in bringing Asian stories to the world." For WarnerMedia's Managing Director of Southeast Asia, Pacific and China, Clément Schwebig, the "most exciting part of this adventure is having what you do locally getting resonance everywhere in the world."

For VIU, the current surge in consumption has also accelerated advertising onto their platform. Helen Sou, Chief Business Officer, Asia, VIU, shared that "more and more advertisers have accelerated their spending on the digital front", hence they are seeing both subscription and advertising doing well, and are able to build "a robust and sustainable business model."

"For the consumer, the future is here... and because of the scale of the market, there is room for everyone to grow and succeed within that," added Simon Robinson, President of APAC, Discovery Asia Pacific & CFO International, Discovery International, wrapping up the first panel of the conference on a positive note.

एवीआईए का पहला ऑनलाइन सम्मेलन-ओटीटी वर्चुअल समिट

इस साल शिखर सम्मेलन में एशिया में वीडियो स्ट्रीमिंग के भविष्य के लिए रिकॉर्ड उपस्थिति और अधिक सकारात्मकता देखी गयी और मूल एशियाई सामग्री में दुनिया में बहुत सारे लोगों ने दिलखी ली।

एवीआईए को 700 से अधिक प्रतिनिधियों के रिकॉर्ड उपस्थिति के साथ वर्ष के पहले प्रमुख ऑनलाइन मीडिया सम्मेलन, ओटीटी वर्चुअल सम्मेलन की मेजबानी करने का सौभाग्य मिला।

इस वर्ष शिखर सम्मेलन का उद्घाटन थॉट लीडर्स पैनल था, जिसमें वीडियो परिदृश्य में वरिष्ठ अधिकारियों की एक शानदार लाइन अप की विशेषता है। इस पैनल ने उद्योग के लिए पूरे दौर में आशावाद रखा। 'यह दुनिया के इस हिस्से में एक ग्राहक होने का बहुत अच्छा समय है।' यह बात क्षेत्र के ओटीटी परिदृश्य के विकास पर नेटफ्लिक्स में एशिया-प्रशांत के लिए व्यापार-विकास के उपाध्यक्ष टोनी जमज़कोव्स्की ने बतायी।

एशियाई सामग्री की मांग में बढ़ोतरी भी इस विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है, जिसके लिए नेटफ्लिक्स, वॉर्नर मीडिया और वीयू के साथ सभी ने स्थानीय कार्यक्रमों के निर्माण में भारी निवेश किया है। जमज़कोव्स्की ने कहा कि 'स्ट्रीमिंग उद्योग को दुनिया में एशियाई कहानियों को लाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभानी है।' वॉर्नरमीडिया के दक्षिण पूर्व एशिया, प्रशांत व चीन के प्रबंध निदेशक क्लेमेंट श्रेविग के लिए 'इस साहसिक कार्य का सबसे रोमांचक हिस्सा वह है जो आप स्थानीय रूप से दुनिया में हर जगह प्रतिध्वनि प्राप्त कर रहे हो।'

वीयू के लिए ख़पत में मौजूदा उछाल ने उनके प्लेटफॉर्म पर भी विज्ञापन को गति दी है। वीयू एशिया के मुख्य व्यवसाय अधिकारी हेलेन सू ने बताया कि 'अधिक से अधिक विज्ञापनदाताओं ने डिजिटल मोर्चे पर अपने खर्च में तेजी लायी है, इसलिए वे सब्सक्रिप्शन और विज्ञापन दोनों को अच्छी तरह देख रहे हैं और एक मजबूत व टिकाऊ व्यवसाय मॉडल बनाने में सक्षम हैं।'

एपीएसी, डिस्कवरी एशिया पेसेफिक व सीएफओ इंटरनेशनल, डिस्कवरी इंटरनेशनल के प्रधान साइमन रॉबिन्सन ने कहा कि 'उपभोक्ताओं के लिए, भविष्य यहां है... और बाजार के पैमाने के कारण सभी बढ़ने व सफल होने की गुंजाइश है।' सम्मेलन के पहले पैनल को सकारात्मक नोट पर समाप्त करते हुए उन्होंने यह बात कही।



CONFERENCE REPORT

The message of growth, opportunities and consumer engagement continued through the rest of the Summit. For those on direct-to-consumer platforms, such as Eros Now and POPS Worldwide, this has meant more collaborative partnerships, to reach audiences at a microscopic level, and to create and build a highly engaged community.

However, it was acknowledged that the industry is only in the early stage of development in monetising premium streaming video, and that is particularly true for advertising. With media buyers not spending enough time thinking about the quality of videos, premium streaming video remains under-represented and challenges still exist in measurement metrics for OTT.

As John Miskelly, APAC Investment Director, GroupM, pointed out, “It intuitively feels better to advertise inside Game of Thrones than dogs on skateboards but the question is by how much?”

However, “the consumer trend for the consumption of media is very clear, the future is going to be streamed television”, added Matt Harty, SVP of Asia Pacific, The Trade Desk.

Similarly, on the advertising front, Gavin Buxton, Managing Director, Asia, SpotX shared, “Consumers are definitely coming into the ecosystem... advertisers are looking for the most effective and efficient place to be... it is a time for OTT to shine for all the benefits that it can bring.”

To wrap it all up, Louis Boswell, CEO, AVIA, said, “While we regret that we were not able to host everyone in person this year, we are extremely encouraged by the turnout we had for the OTT Virtual Summit and bringing everyone together online. It is indeed a great time for the OTT industry in Asia, with more investment going into both technology as well as content in the region and there is no doubt that we are going to see growth in streaming video in the years ahead.”

The OTT Virtual Summit is generously supported by Gold Sponsor Brightcove; Official Pit-Stop Sponsor TV5MONDE and Silver Sponsors Broadcast Professional, Conviva, Limelight, MediaKind, Netflix, PubMatic and Vuulr.

ABOUT THE ASIA VIDEO INDUSTRY ASSOCIATION

The Asia Video Industry Association (AVIA) is the trade association for the video industry and ecosystem in Asia Pacific. It serves to make the video industry stronger and healthier through promoting the common interests of its members. AVIA is the interlocutor for the industry with governments across the region, leads the fight against video piracy and provides insight into the video industry through reports and conferences aimed to support a vibrant video industry. ■

पूरे शिखर सम्मेलन के माध्यम से विकास, अवसरों और उपभोक्ता जुड़ाव का संदेश जारी किया गया। डॉयरेक्ट-टू-कंज्यूमर प्लेटफार्म जैसे कि इरोस नाउ और पीओपीएस वर्ल्डवाइड के लिए इसका मतलब है कि अधिक सहयोगी भागीदारी, सूक्ष्म स्तर पर दर्शकों तक पहुंचने के लिए और एक उच्च व्यस्त समुदाय बनाने के लिए। हालांकि, यह स्वीकार किया गया कि उद्योग केवल प्रीमियम स्ट्रीमिंग वीडियो के मुद्दीकरण में विकास के प्रारंभिक चरण में है, और यह विज्ञापन के लिए विशेष रूप से सच है। मीडिया खरीदार वीडियो की क्वालिटी के बारे में सोचने में पर्याप्त समय नहीं लगाते हैं। प्रीमियम स्ट्रीमिंग वीडियो प्रतिनिधित्व के तहत बने हुए हैं और ओटीटी के लिए माप मैट्रिक्स में अभी भी चुनौतियां मौजूद हैं।

जैसकि गुपएम के एपीएसी इन्वेस्टमेंट निदेशक जॉन मिस्कैली ने इशारा किया ‘यह सहज रूप से स्कैटबोर्ड पर कुत्तों की तुलना में गेम ऑफ थ्रोस में विज्ञापन करना बेहतर लगता है, लेकिन सवाल है कि कितना?’

हालांकि मीडिया की ख़पत के लिए उद्योग का रुझान बहुत स्पष्ट है, भविष्य में टेलीविजन स्ट्रीम किया जा रहा है। यह बात ट्रेड डेस्क के एशिया पेसेफिक के एसवीपी मैट हार्टी ने बताया।

इसी तरह विज्ञापन के मोर्चे पर गैविन बक्सटन मैनेजिंग डॉयरेक्टर एशिया स्पॉटएक्स ने बताया कि ‘उपभोक्ता निश्चित रूप से पारिस्थितिकी तंत्र में आ रहे हैं... विज्ञापनदाता सबसे प्रभावी और सबसे कुशल स्थान की तलाश में हैं... यह ओटीटी के लिए उन सभी लाभों को लाने के लिए एक समय है, जो इसे ला सकते हैं।’

एवीआईए के सीईओ लुइस बोसवेल ने अपने समापन में बताया कि ‘हालांकि हमें इस बात का अफसोस है कि हम इस साल हर किसी को होस्ट करने में सक्षम नहीं थे, हम ओटीटी वर्चुअल समिट में भाग लेने वाले को लेकर काफी उत्साहित और सभी को ऑनलाइन लाने के लिए बेहद प्रोत्साहित हैं। यह वास्तव में एशिया में ओटीटी उद्योग के लिए काफी अच्छा समय है और अधिक निवेश तकनीकी के साथ-साथ क्षेत्र में सामग्री दोनों के साथ किया जा रहा है और इसमें कोई संदेह नहीं कि हम आने वाले वर्षों में स्ट्रीमिंग वीडियो में विकास देखने जा रहे हैं।’

ओटीटी वर्चुअल समिट को गोल्ड प्रायोजक ब्राइटकोव द्वारा उदारता से समर्थन दिया जाता है, आधिकारिक पिट-स्टॉप प्रायोजक टीवी5मांडे और सिल्वर प्रायोजक ब्रॉडकास्ट प्रोफेशनल, कन्विवा, लाइमलाइट, मीडियाकिंड, नेटफ्लिक्स, पबमैट्रिक और वुउलर।

एशिया वीडियो इंडस्ट्रीज एसोसिएशन के बारे में

एशिया वीडियो इंडस्ट्रीज एसोसिएशन (एवीआईए) एशिया प्रशांत में वीडियो उद्योग और पारिस्थितिकी तंत्र के लिए व्यापार संघ है। यह अपने सदस्यों के साझा हितों को बढ़ावा देने के माध्यम से वीडियो उद्योग को मजबूत और स्वस्थ बनाने के लिए काम करता है। एवीआईए क्षेत्र भर के सरकारों के साथ उद्योग के लिए वार्ताकार है, वीडियो चोरी के खिलाफ लड़ाई का नेतृत्व करता है और एक जीवंत वीडियो उद्योग का समर्थन करने के उद्देश्य से रिपोर्ट और सम्मेलनों के माध्यम से वीडियो उद्योग में अंतर्दृष्टि प्रदान करता है। ■