

DTH SUBSCRIBER BASE SEES DECLINE REFLECTS SHIFTING MEDIA CONSUMPTION TRENDS

India's pay Direct-to-Home (DTH) sector is experiencing a steady decline in its active subscriber base. According to the Telecom Regulatory Authority of India (TRAI), the active pay DTH subscribers dropped from 62.17 million in June 2024 to 59.91 million by September 2024. This figure excludes subscribers of DD Free Dish, Doordarshan's free DTH service, shedding light on shifting television consumption trends across the country.

Pay DTH has attained a total active subscriber base of around 59.91 million. This is in addition to the subscribers of DD Free Dish (free DTH services of Doordarshan). The total active subscriber base has decreased from 62.17 million in June 2024 to 59.91 million in September 2024.

The report also highlights a year-on-year decline in the sector. In the corresponding quarter ending September 2023, the pay DTH subscriber base stood at 64.18 million. Since then, the sector has faced a consistent drop in numbers, barring a brief increase of 200,000 subscribers between March and June 2024.

डीटीएच सब्सक्राइबर बेस में गिरावट मीडिया उपभोग के बदलते रुझानों को दर्शाती है

भारत के डायरेक्ट-टू-होम (डीटीएच) सेक्टर में इसके सक्रिय सब्सक्राइबर बेस में लगातार गिरावट देखी जा रही है। भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण (ट्राई) के अनुसार, जून 2024 में सक्रिय पे टीडीएच सब्सक्राइबर 62.17 मिलियन से घटकर सितंबर 2024 तक 59.91 मिलियन रह गया। इस आंकड़े में दूरदर्शन की मुफ्त डीटीएच सेवा फ्रीडिश के सब्सक्राइबर शामिल नहीं हैं, जो देशभर में टेलीविजन उपभोग के बदलते रुझानों पर प्रकाश डालता है।

पे-डीटीएच लगभग 59.91 मिलियन का कुल सक्रिय ग्राहक आधार प्राप्त कर लिया है। यह डीडी फ्रीडिश (दूरदर्शन की मुफ्त डीटीएच सेवाएँ) के ग्राहकों के अतिरिक्त है। जून 2024 में कुल सक्रिय ग्राहक आधार 62.17 मिलियन से घटकर सितंबर 2024 में 59.91 मिलियन रह गया।

रिपोर्ट में इस क्षेत्र में साल-दर-साल गिरावट पर भी प्रकाश डाला गया है। सितंबर 2023 को समाप्त होने वाली इसी तिमाही में, पे डीटीएच ग्राहकों की संख्या 64.18 मिलियन थी। तब से, इस क्षेत्र में संख्या में लगातार गिरावट देखी गयी है, मार्च और जून 2024 के बीच 200,000 ग्राहकों की थोड़ी वृद्धि देखने को मिली थी।



Currently, India's pay DTH market is dominated by four major players. Tata Play leads with a 31.99% market share, followed by Bharti Telemedia at 29.38%, Dish TV at 19.53%, and Sun Direct at 19.10%.

PAY TV LANDSCAPE

India's television ecosystem continues to evolve, with the Ministry of Information and Broadcasting (MIB) approving 912 private satellite TV channels for various operational modes. As of September 30, 2024, 902 channels were available for downlinking, of which 362 were pay TV channels.

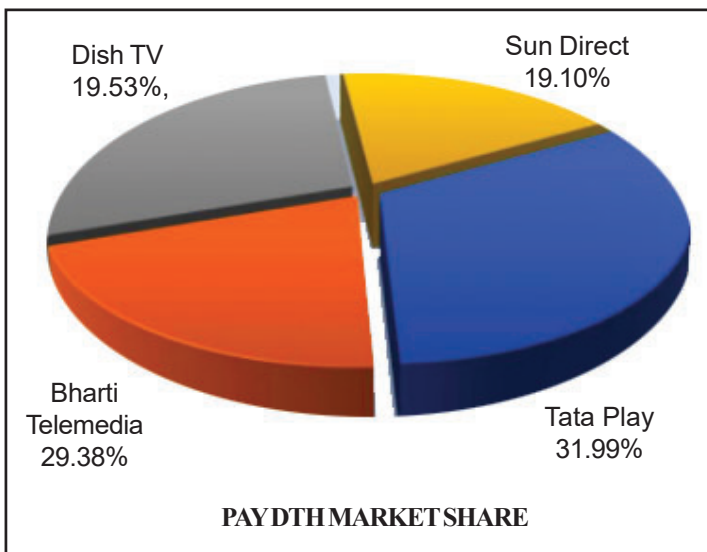
"Based on broadcasters' reporting under the Tariff Order dated March 3, 2017, as amended, 362 satellite pay TV channels were available in India as of September 30, 2024. Among these, 258 are SD satellite pay TV channels," noted the report. Additionally, there were 540 free-to-air (FTA) channels.

Among the pay channels, the top five broadcasters—Star India, Zee Entertainment Enterprises Ltd, Viacom18 Media Pvt Ltd, SUN TV Network Ltd, and Culver Max Entertainment Pvt Ltd—account for 205 channels collectively. Star India leads the group with 64 channels, followed by Zee Entertainment (49), Viacom18 (39), SUN TV Network (31), and Culver Max Entertainment (22).

CABLE TV SECTOR INSIGHTS

The number of Multi-System Operators (MSOs) with Permanent Registration (valid for 10 years) has also declined, dropping from 880 in June 2024 to 845 in September 2024. Among them, GTPL Hathway leads with 8.97 million subscribers, followed by Hathway Digital (5.17 million) and Siti Networks (4.81 million).

The decline in pay DTH subscribers underscores a shift in consumer preferences, likely driven by the rising popularity of over-the-top (OTT) platforms and changes in content consumption habits. With fewer MSOs and intensified competition among broadcasters and DTH providers, the sector faces mounting challenges in adapting to the rapidly evolving media landscape. ■



वर्तमान में, भारत के पे डीटीएच बाजार पर 4 प्रमुख खिलाड़ियों का दबदबा है। टाटाप्ले 31.99% बाजार हिस्सेदारी के साथ सबसे आगे है। उसके बाद भारती टेलीमीडिया 29.38%, डिश टीवी 19.53% और सन डायरेक्ट 19.10% पर है।

पे टीवी परिदृश्य

भारत का टेलीविजन इको-सिस्टम लगातार विकसित हो रहा है, सूचना और प्रसारण मंत्रालय (एमआईबी) ने विभिन्न परिचालन मोड के लिए 912 निजी सैटेलाइट टीवी चैनलों को मंजूरी दी है। 30 सितंबर 2024

तक 902 चैनल डाउनलिंग के लिए उपलब्ध थे, जिसमें 262 पे टीवी चैनल थे।

रिपोर्ट में कहा गया है कि '3 मार्च 2017 के संशोधित टैरिफ ऑर्डर के तहत प्रसारकों की रिपोर्टिंग के आधार पर, 30 सितंबर 2024 तक भारत में 362 सैटेलाइट पे टीवी चैनल उपलब्ध थे। इसमें से 258 एसडी सैटेलाइट पे टीवी चैनल हैं। इसके अलावा 540 फ्री-टू-एयर (एफटीए) चैनल भी थे। पे-चैनलों में—पांच शीर्ष प्रसारकों में स्टार इंडिया, जी एंटरटेनमेंट एंटरप्राइजेज लिमिटेड, वायकॉम 18 मीडिया प्राइवेट लिमिटेड, सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड और कल्वर मैक्स एंटरटेनमेंट प्राइवेट लिमिटेड के पास सामूहिक रूप से 205 चैनल हैं। स्टार इंडिया 64 चैनलों के साथ समूह में सबसे आगे है, उसके बाद जी एंटरटेनमेंट (49), वायकॉम 18 (39), सन टीवी नेटवर्क (31) और कल्वर मैक्स एंटरटेनमेंट (22) हैं।

केबल टीवी क्षेत्र की जानकारी

स्थायी पंजीकरण (10 वर्षों के लिए वैध) वाले मल्टी सिस्टम ऑपरेटर्स (एमएसओ) की संख्या में गिरावट आयी है, जो जून 2024 में 880 से घटकर सितंबर 2024 में 845 हो गयी है। इनमें से, जीटीपीएल हैथवे 8.97 मिलियन ग्राहकों के साथ सबसे आगे है, उसके बाद हैथवे डिजिटल (5.17 मिलियन) और सिटी नेटवर्क (4.81 मिलियन) हैं।

पे डीटीएच ग्राहकों की संख्या में गिरावट उपभोक्ताओं वरीयताओं में बदलाव को रेखांकित करती है, जो संभवतः ओवर-द-टॉप (ओटीटी) में बढ़ती लोकप्रियता और सामग्री उपभोग की आदतों में बदलाव के कारण है। एमएसओ की संख्या में कमी और प्रसारकों और डीटीएच प्रदाताओं के बीच तीव्र प्रतिस्पर्धा के कारण, इस क्षेत्र को तेजी से विकसित हो रहे मीडिया परिदृश्य के अनुकूल होने में चुनौतियों का सामना करना पड़ रहा है। ■