

INDIAN MEDIA & ENTERTAINMENT SECTOR TO TOUCH INR 4.3 LAKH CRORES BY 2026

India's Entertainment & Media industry is expected to reach INR 4,30,401Cr by 2026 at 8.8% CAGR. These figures come from PwC's Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026, the 23rd annual analysis and forecast of E&M spending by consumers and advertisers across 52 territories.

Rajib Basu, Partner & Leader – Entertainment & Media, PwC India said, "The Indian Media and Entertainment outlook for the next few years is quite unique. There is an exciting pace of growth of digital media and advertising led by the deeper penetration of internet and mobile devices in our market. At the same time, traditional media will hold their steady growth rate over the next few years. We shall see a very different profile of media and entertainment related businesses and revenue models emerging in the digital space once we have the rollout of 5G."

KEY FINDINGS FOR INDIA IN THIS YEAR'S OUTLOOK INCLUDE:

OTT Video:

Total OTT revenue more than doubled in 2020, partly driven by the absence of public entertainment and additional time at home. This trend continued in 2021, with revenue nearly doubling again. While growth rates will slow, the market will still expand at an impressive 14.1% CAGR to reach INR 21,032Cr in 2026. It is subscription services that are driving this rapid growth, accounting for 90.5% of revenue in 2021 and set to account for 95% in 2026.

Out-Of-Home Advertising:

India's out-of-home (OOH) advertising market is demonstrating one of the strongest comebacks globally and is predicted to grow at 12.57% CAGR to reach INR

भारत का मनोरंजन और मीडिया उद्योग 2026 तक 4.3 लाख करोड़ रुपये तक पहुंचने की उम्मीद

भारत का मनोरंजन और मीडिया उद्योग 2026 तक 8.8% सीएजीआर पर 4,30,401 करोड़ रुपये तक पहुंचने की उम्मीद है। ये आंकड़े पीडब्ल्यूसी के ग्लोबल एंटरटेनमेंट एंड मीडिया आउटलुक 2022-2026, 23वें वार्षिक विश्लेषण और 52 क्षेत्रों में उपभोक्ताओं और विज्ञापनदाताओं द्वारा ईएंडएम खर्च के पूर्वानुमान से आये हैं।

पीडब्ल्यूसी इंडिया के पार्टनर और लीडर-एंटरटेनमेंट एंड मीडिया, राजीव वसु ने कहा, 'अगले कुछ वर्षों के लिए भारतीय मीडिया और मनोरंजन का दृष्टिकोण काफी अनूठा है। हमारे बाजार में इंटरटेनमेंट और मोबाइल उपकरणों की गहरी पैठ के कारण डिजिटल मीडिया और विज्ञापन के विकास की एक रोमांचक गति है। साथ ही पारंपरिक मीडिया अगले कुछ वर्षों में अपनी स्थिर विकास दर को बनाये रखेगा। 5जी के रोल आउट होने के बाद हम डिजिटल स्पेस में मीडिया और मनोरंजन से संबंधित व्यवसायों और राजस्व मॉडल की एक बहुत ही अलग प्रोफाइल देखेंगे।'

इस वर्ष के आउटलुक में भारत के लिए प्रमुख निष्कर्षों में शामिल है:

ओटीटी वीडियो:

2020 में कुल ओटीटी राजस्व दोगुने से अधिक, आंशिक रूप से सार्वजनिक मनोरंजन की अनुपस्थिति और घर पर अतिरिक्त समय के कारण। यह प्रवृत्ति 2021 में जारी रही, जिसमें राजस्व लगभग दोगुना हो गया। जबकि विकास दर धीमी होगी, बाजार अभी भी 2026 में 21032 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए एक प्रभावशाली 14.1% सीएजीआर पर विस्तार करेगा। यह सदस्यता

सेवाएँ हैं जो इस तेजी से विकास को चला रही हैं, 2021 में 90.5% राजस्व के लिए लेखांकन और 2026 में 95% के लिए जिम्मेदार है।

आउट-ऑफ-होम विज्ञापन:

भारत का आउट-ऑफ-होम (ओओएच) विज्ञापन बाजार विश्वस्तर पर सबसे मजबूत वापसी वापसी का प्रदर्शन कर रहा है और 2026 तक 5562 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए 12.57% सीएजीआर



5,562Cr in 2026. Total OOH revenue recovered by 63.4% in 2021 over the 2020 levels which was one of the steepest downturns of any market and the biggest fall in revenue among the world's major economies. In 2021 total OOH revenue was up to INR 3,076Cr. The momentum of this rebound will carry over into 2022, and by year-end the market will be at the value INR 4,084Cr.

Video games & esports:

India's total video games and esports revenue was INR 16,200Cr in 2021, and is forecasted to reach INR 37,535Cr by 2026, increasing at a 18.3% CAGR. While still a fairly small market for the country's size and population, India is the third fastest-growing video games market in the world, after Turkey and Pakistan. India's video games market is predominantly geared towards social/casual gaming. With revenue of INR 13,244Cr, social/casual gaming made up 83.9% of India's total video games and esports revenue in 2021. Expanding at a 20.6% CAGR, social/casual gaming revenue is expected to reach INR 34,581Cr by 2026. A big enabler of this segment will be the emergence of 5G technology in the market.



TV advertising:

After several years of rapid expansion, India's TV advertising market was hit by the COVID-19 recession in 2020, causing a -10.8% decline over the 2019 levels. This proved to be a temporary setback. With the country's return to economic growth in 2021, this segment grew by 16.9% to INR 32,374Cr. The market will expand further at a 6.3% CAGR to reach INR 43,410Cr by 2026. At this time, India will be the fifth-largest TV advertising market globally, after the US, Japan, China and the UK.

Cinema:

India is the third-biggest market globally in terms of admissions after China and the US in 2021 and is set to grow at the highest growth rate amongst all the segments at a staggering 38.3% CAGR in the forecast period to reach INR 16,198Cr by 2026. In 2021 more than 379mn cinema tickets were sold in India, a healthy increase year-on-year on the 278mn admissions in 2020 (and higher than the 226mn admissions in the US in 2020) though that had been



से बढ़ने का अनुमान है। 2020 के स्तर पर 2021 में कुल ओओएच राजस्व में 63.4% की वृद्धि हुई, जो किसी भी बाजार की सबसे बड़ी गिरावट और दुनिया की प्रमुख अर्थव्यवस्थाओं में राजस्व में सबसे बड़ी गिरावट थी। 2021 में कुल ओओएच राजस्व 3076 करोड़ रुपये था। इस पलटवार की गति 2022 तक जारी रहेगी और साल के अंत तक बाजार 4084 करोड़ रुपये के मूल्य पर होगा।

वीडियो गेम और ईस्पोर्ट्स:

भारत का कुल वीडियो गेम और ईस्पोर्ट्स राजस्व 2021 में 16,200 करोड़ रुपये था और इसके 2026 तक 37,535 करोड़ रुपये तक पहुंचने का अनुमान है, जो 18.3 सीएजीआर से बढ़ रहा है जो कि अभी भी देश के आकार और आबादी के लिए काफी छोटा बाजार है, भारत तुर्की और पाकिस्तान के बाद तीसरा सबसे तेजी से बढ़ने वाला वीडियो गेम बाजार है। भारत का वीडियोगेम बाजार मुख्य रूप से सामाजिक/आकस्मिक गेमिंग की ओर अग्रसर है। 13244 करोड़ रुपये के राजस्व के साथ

सामाजिक/आकस्मिक गेमिंग ने 2021 में भारत के कुल वीडियो गेम और ईस्पोर्ट्स राजस्व का 83.9% हिस्सा बनाया है। 20.6% सीएजीआर पर विस्तार करते हुए, सामाजिक/आकस्मिक गेमिंग राजस्व 2026 तक 34581 करोड़ रुपये तक पहुंचने की उम्मीद है। इस सेगमेंट का एक बड़ा प्रवर्तक बाजार में 5जी तकनीक का उदय होगा।

टीवी विज्ञापन:

कई वर्षों के तेजी से विस्तार के बाद भारत का टीवी विज्ञापन बाजार 2020 में कोविड 19 मंदी के चपेट में आ गया, जिससे 2019 के स्तर -10.8% की गिरावट आयी। यह एक अस्थायी झटका साबित हुआ। 2021 में आर्थिक विकास में देश की वापसी के साथ यह खंड 16.9% बढ़कर 32,374 करोड़ रुपये हो गया। बाजार 6.3 सीएजीआर से बढ़कर 2026 तक 43410 करोड़ रुपये तक पहुंच जायेगा। इस समय भारत अमेरिका, जापान, चीन और यूके के बाद वैश्विकस्तर पर पांचवां सबसे बड़ा टीवी विज्ञापन बाजार होगा।

सिनेमा:

2021 में चीन और अमेरिका के बाद प्रवेश के मामले में भारत विश्वस्तर पर तीसरा सबसे बड़ा बाजार है और सभी क्षेत्रों में उच्चतम विकास दर से बढ़ने के लिए पूर्वानुमान अवधि में 38.3% सीएजीआर से बढ़कर 2026 तक 16,198 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए तैयार है। 2021 में भारत में 379 मिलियन से अधिक सिनेमा टिकट बेचे गये, 2020 में 278 मिलियन प्रवेशों पर साल

दर साल एक स्वस्थ वृद्धि (और 2020 में यूएस 226 मिलियन से

a huge (-85.4%) drop as compared to the 1.9bn tickets sold pre-pandemic.

Internet advertising:

India's Internet advertising market is set to increase at a 12.1% CAGR to reach INR 28,234Cr by 2026. Given India's mobile-first Internet access market, the mobile sector dominates the country's Internet advertising market, accounting for 60.1% of total revenue in 2021, rising to 69.3% by 2026. Display advertising dominates the mobile sector, accounting for 90.7% of revenue in 2021 though its share will fall to 88.9% of the total in 2026. India's wired Internet access revenue amounted to INR 6,379Cr in 2021 which is predicted to increase at a 6.3% CAGR to reach INR 8,829 Cr by 2026.

Music, Radio & Podcast:

India's music, radio & podcast segment grew at 18% in 2021 and is set to grow at 9.8% CAGR to reach INR 11,536Cr by 2026. India's Recorded Music industry (which is a key sub-segment) is making steady progress at a CAGR of 13.6%, thanks to streaming models. Here the revenue has grown from just INR 1,663Cr in 2017 to INR 2,568Cr in 2021, and is expected to continue on this path to INR 4,849Cr by 2026. On the other hand the country's Live Music industry remains small, and it shed two-thirds of its revenue in the first year of the COVID-19 pandemic. Revenue ticked up in 2021 to INR 434 Cr and is forecast to grow to revenues of INR 1,052 Cr in 2026, increasing at a 19.2% CAGR.



OTHER FACTORS IMPACTING THE GLOBAL E&M SECTOR:

Global Revenue - Fastest growing segments

After a stellar 2021, virtual reality (VR) continues to take steps towards becoming a mass-market proposition. VR gaming content is the primary contributor to total revenue, bringing in US\$1.9bn in 2021 and highest CAGR for the forecast period. Total cinema revenue will rise globally over the forecast period, and the pandemic-driven losses experienced in 2020 will be reversed, with the market hitting new heights in 2023. Box office revenue is set to reach US\$49.4bn in 2026. Internet advertising comfortably leads the way as the largest advertising segment. An exceptional 31.6% year-on-year rise in 2021

अधिक प्रवेश) हालांकि यह महामारी के पूर्व बेचे गये 1.9 बिलियन टिकटों की तुलना में एक बड़ी (-85.4%) गिरावट थी।

इंटरनेट विज्ञापन:

भारत का इंटरनेट विज्ञापन बाजार 2026 तक 12.1% सीएजीआर से बढ़कर 28,234 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए तैयार है। भारत के मोबाइल-फर्स्ट इंटरनेट एक्सेस बाजार को देखते हुए, मोबाइल क्षेत्र देश के इंटरनेट विज्ञापन बाजार पर हावी है, जो 2021 में कुल राजस्व का 60.1% है वह 2026 तक बढ़कर 69.3% हो जायेगा। प्रदर्शन विज्ञापन मोबाइल क्षेत्र पर हावी है, 2021 में 90.7% राजस्व के लेखांकन, हालांकि इसका हिस्सा 2026 में कुल का 89.9% तक गिर जायेगा। भारत का वायर्ड इंटरनेट एक्सेस राजस्व 2021 में 6379 करोड़ रुपये था, जो कि 2026 तक 6.3% सीएजीआर से बढ़कर 8829 करोड़ रुपये तक पहुंचने का अनुमान है।

संगीत, रेडियो और पॉडकास्टर:

भारत का संगीत, रेडियो और पॉडकास्टर खंड 2021 में 18% की दर से बढ़ा और 2026 तक 11536 करोड़ रुपये तक पहुंचने के लिए 9.8% सीएजीआर से बढ़ने के लिए तैयार है। स्ट्रीमिंग मॉडल की बदौलत भारत का रिकॉर्डेड संगीत उद्योग (जो एक प्रमुख उप-खंड है) 13.6% की सीएजीआर से लगातार प्रगति कर रहा है। यहां राजस्व 2017 में केवल 1663 करोड़ रुपये से बढ़कर 2021 में 2568 करोड़ रुपये हो गया है और 2026 तक इस रास्ते पर 4849 करोड़ रुपये तक जारी रहने की उम्मीद है। दूसरी ओर, देश का लाइव संगीत उद्योग छोटा बना हुआ है और इसने अपने राजस्व का दो-तिहाई हिस्सा कोविड-19 महामारी के पहले वर्ष में खो दिया। 2021 में राजस्व बढ़कर 434 करोड़ रुपये हो गया और 2026 में 1052 करोड़ रुपये के राजस्व वृद्धि का अनुमान है, जो कि 19.2% सीएजीआर की दर से बढ़ेगा।

वैश्विक ई एंड एम क्षेत्र को प्रभावित करने वाले अन्य कारक

वैश्विक राजस्व-सबसे तेजी से बढ़ने वाला खंड

एक शानदार 2021 के बाद, वर्चुअल रियलिटी (वीआर) एक मास-मार्केट प्रस्ताव बनने की दिशा में कदम उठाना जारी रखे हुए है। वीआर गेमिंग सामग्री कुल राजस्व में प्राथमिक योगदानकर्ता है, जो 2021 में 1.9 बिलियन डॉलर था और पूर्वानुमान अवधि के लिए उच्चतम सीएजीआर ला रहा है। पूर्वानुमान अवधि के दौरान विश्वस्तर पर कुल सिनेमा राजस्व में वृद्धि होगी और 2020 में अनुभव की गयी महामारी के नुकसान को उलट दिया जायेगा, और 2023 में बाजार नयी ऊंचाइयों पर पहुंच जायेगा। बॉक्स ऑफिस राजस्व 2026 में 49.4 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने के लिए तैयार है। इंटरनेट विज्ञापन आराम से सबसे बड़े विज्ञापन खंड के रूप में आगे बढ़ता है। 2021 में साल दर साल

put total global Internet advertising revenue at US\$468.4bn, up more than US\$112bn in absolute terms in 2020.

The metaverse awaits

In the not-too-distant future the metaverse could become a stunningly virtually realistic world where individuals access immersive virtual experiences, through VR headsets or other connecting devices. Because the metaverse is an evolution that may profoundly change how businesses and consumers interact with products, services and each other, its potential financial and economic value goes far beyond VR. In time, much of the revenues associated with video games, music performances, advertising and even e-commerce could migrate into the metaverse.

How big is the E&M opportunity in the metaverse? The fast-growing market for VR is a starting point to consider. It is currently one of the smaller segments tracked, but the 36% rise in global spending over the past year is a hint of its long-term potential. The global installed base of stand-alone and tethered VR headsets is projected to grow from 21.6m in 2021 to 65.9m in 2026.

Werner Ballhaus, Global Entertainment & Media Industry Leader, PwC Germany, said: "Industry press tends to focus on the companies that have dominated the E&M industry. But it is the choices that billions of consumers make about where they will invest their time, attention and money that are fueling the industry's transformation and driving the trends. We are seeing the emergence of a global E&M consumer base for the coming years that is younger, more digital and more into streaming and gaming than the current consumer population. This is shaping the future of the industry." ■

31.6% की असाधारण वृद्धि ने कुल वैश्विक इंटरनेट विज्ञापन राजस्व को 468.4 बिलियन अमेरिकी डॉलर पर रखा, जो 2020 में निरपेक्ष रूप से 112 बिलियन डॉलर से अधिक था।

मेटावर्स इंतजार कर रहा है

बहुत दूर के भविष्य में मेटावर्स एक आश्चर्यजनक रूप से यथार्थवादी दुनिया बन सकता है जहां व्यक्ति वीआर हेडसेट्स या अन्य कनेक्टिंग डिवाइसों के माध्यम से इमर्सिव वर्चुअल अनुभवों का उपयोग करते हैं। क्योंकि मेटावर्स एक ऐसा विकास है जो व्यवसायों और उपभोक्ताओं के उत्पादों, सेवाओं और एक दूसरे के साथ बातचीत के तरीके को गहराई से बदल सकता है, इसका संभावित वित्तीय और आर्थिक मूल्य वीआर से बहुत आगे निकल जाता है। समय के साथ, वीडियो गेम, संगीत प्रदर्शन, विज्ञापन और यहां तक कि ई-कॉमर्स से जुड़े अधिकांश राजस्व मेटावर्स में स्थानांतरित हो सकते हैं।

मेटावर्स में ईएंडएम अवसर कितना बड़ा है? वीआर के लिए तेजी से बढ़ता बाजार विचार करने के लिए एक शुरुआती बिंदु है। यह वर्तमान में ट्रैक किये गये छोटे खंडों में से एक है, लेकिन पिछले एक साल में वैश्विक खर्च में 36% की वृद्धि इसकी दीर्घकालिक क्षमता का संकेत है। स्टैंड अलोन और टीथर्ड वीआर हेडसेट्स का वैश्विक स्थापित आधार 2021 में 21.6 मिलियन से बढ़कर 2026 में 65.9 मिलियन हो जाने का अनुमान है।

पीडब्लूसी जर्मनी के ग्लोबल इंटरटेनमेंट और मीडिया इंडस्ट्री लीडर वर्नर बॉलहॉस ने कहा, 'इंडस्ट्री प्रेस उस कंपनियों पर ध्यान केंद्रित करती है जो ई एंड एम उद्योग पर हावी है। लेकिन यह विकल्प है कि अरबों उपभोक्ता इसे वारे में चुनते हैं कि वे अपना समय, ध्यान और पैसा कहां निवेश करेंगे, जो उद्योग के परिवर्तन को बढ़ावा दे रहे हैं और प्रवृत्तियों को चला रहे हैं। हम आने वाले वर्षों के लिए वैश्विक ईएंडएम उपभोक्ता आधार के उद्भव को देख रहे हैं जो वर्तमान उपभोक्ता आवादी की तुलना में युवा, अधिक डिजिटल और स्ट्रीमिंग और गेमिंग में अधिक हैं। यह उद्योग के भविष्य को आकार दे रहा है। ■

A.B.I.S.
ASIAS BROADCASTING
& INFOTAINMENT SHOW
www.abis-digital.com

NÜRNBERG MESSE

SCAT2022
SCAT INDIA TRADESHOW • MUMBAI

13 - 15 October 2022
Jio World Convention Centre, Mumbai
www.scatindiashow.com

Contact: Mob.: +91-7021850198 Tel.: +91-22-6216 5313 Email: scat.sales@nm-india.com