



EDITOR'S SCATVIEW

Manoj Kumar Madhavan

The global streaming war is all set to be reaching epic proportions. The acquisition of MGM Studio by Amazon Prime and AT&T announced a deal to merge its media division with Discovery to create a global content powerhouse to better compete in the streaming wars. AT&T already owns Warner Bros, the home of the Batman and Harry Potter movie franchises and TV hits such as Friends, the HBO network behind Game of Thrones and Succession, and the news broadcaster CNN. Disney's \$66bn acquisition of the Fox assets gave the world's largest media company the extra content muscle to successfully join the streaming wars with the launch of Disney+.

Disney's strategy to shut 100 television channels points to a growing trend of shifting to the streaming platform to survive and grow in the future.

Walt Disney Company Chief Executive Officer Bob Chapek has said that the company will shut down 100 TV channels in 2021 as it pivots to a digital-first strategy with Disney+ at the centre of it. In 2020, the company had closed 30 channels. Broadcasters are gradually making the shift from CATV and DTH to OTT.

The message for the LCOs and MSOs is they need to shift their focus and investments to broadband, as that is the future for them to survive.

The future of online streaming is growing at a rapid pace globally. Netflix has just crossed 200 million in terms of paid subscription recently. In addition, HBO Max is already enjoying the subscription base of 41.5 million customers. The future of streaming is expected to see more mergers and acquisition and most of the traditional TV media companies stepping out to grab a larger pie in this ongoing war.

OTT market to grow at 26% CAGR and touch \$4.5 billion by 2025 in India. 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.

OTT content investment in India touched \$700 million in 2020 as domestic and global platforms continue to invest in India's burgeoning SVoD opportunity. Estimate claims OTT content cost may grow at a CAGR of 18 percent to reach \$1.6 billion between 2020-2025. Interesting times ahead for the viewer as he gets the best of content to choose from.

(Manoj Kumar Madhavan)



वैश्विक स्ट्रीमिंग युद्ध अपने चरम अनुपात पर पहुंचने के लिए तैयार है। अमेज़न प्राइम और एटीएंडटी द्वारा एमजीएम स्टूडियो के अधिग्रहण ने स्ट्रीमिंग युद्धों में बेहतर प्रतिस्पर्धा के लिए वैश्विक सामग्री पावरहाउस बनने के लिए अपने मीडिया डिवीजन को डिस्कवरी के साथ विलय करने के लिए एक सौदे की घोषणा की है। एटीएंडटी पहले से ही वॉर्नर ब्रदर्स का मालिक है, बैटमैन और हैरी पॉटर फिल्म फ्रेंचाइजी और टीवी हिट फ्रेंड्स, और एचबीओ का गेम ऑफ थ्रोन्स एंड सक्सेशन और समाचार प्रसारक सीएनएन भी उसके पास है। डिज्नी द्वारा 66 बिलियन डॉलर में फॉक्स की संपत्तियों के अधिग्रहण ने दुनिया की सबसे बड़ी मीडिया कंपनियों को डिज्नी प्लस के लॉन्च के साथ स्ट्रीमिंग युद्धों में सफलतापूर्वक शामिल होने के लिए अतिरिक्त सामग्री प्रदान की है।

डिज्नी की 100 चैनलों को बंद करने की रणनीति भविष्य में जीवित रहने और आगे बढ़ाने के लिए स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म पर शिफ्ट होने की बढ़ती प्रवृत्ति की ओर इशारा करती है।

वॉल्ट डिज्नी के मुख्य कार्यकारी अधिकारी बॉब चापेक ने कहा कि कंपनी 2021 में 100 टीवी चैनलों को बंद कर देगी, क्योंकि यह डिज्नी प्लस के केंद्र में डिजिटल प्रथम रणनीति की ओर अग्रसर है। कंपनी ने 2020 में 30 चैनल बंद कर दिये थे। प्रसारक धीरे-धीरे सीएटीवी व डीटीएच से ओटीटी की ओर शिफ्ट हो रहे हैं।

एलसीओ व एमएसओ के लिए संदेश यह है कि उन्हें अपना ध्यान और निवेश ब्रॉडबैंड पर स्थानांतरित करने की जरूरत है क्योंकि यही उनके जीवित रहने के लिए भविष्य है।

विश्वभर में ऑन लाइन स्ट्रीमिंग का भविष्य तीव्र गति से आगे बढ़ रहा है। नेटफ्लिक्स ने हालही में पेड सब्सक्रिप्शन के मामले में 200 मिलियन के आंकड़े को पार कर लिया है। इसके अलावा एचबीओ मैक्स पहले से ही 41.5 मिलियन ग्राहक के सब्सक्राइबर आधार पर आनंद उठा रहा है। स्ट्रीमिंग के भविष्य में और अधिक विलय और अधिग्रहण देखने की उम्मीद है और अधिकांश पारंपरिक टीवी मीडिया कंपनियां इस चल रहे युद्ध में अपनी हिस्सेदारी हाथियाने के लिए कदम आगे बढ़ा रही हैं।

ओटीटी बाजार 26% सीएजीआर से बढ़ेगा और भारत में 2025 तक 4.5 अरब डॉलर तक पहुंच जायेगा। एस्वीओडी बाजार 2020 में 30% सीएजीआर से बढ़ेगा और 2025 तक 1.9 बिलियन डॉलर तक पहुंच जायेगा, जबकि एस्वीओडी सेगमेंट के अगले पांच वर्षों में 24% सीएजीआर से बढ़कर 2.6 बिलियन डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है।

भारत में ओटीटी सामग्री निवेश 2020 में 700 मिलियन डॉलर तक पहुंच गया क्योंकि घरेलू व वैश्विक प्लेटफॉर्म भारत के बढ़ते एस्वीओडी अवसर में निवेश करना जारी रखते हैं। अनुमान का दावा है कि 2020-2025 के बीच ओटीटी सामग्री की लागत 18 प्रतिशत की सीएजीआर बढ़कर 1.6 अरब डॉलर तक पहुंच सकती है। दर्शकों के लिए आने वाला समय दिलचस्प है क्योंकि उन्हें चुनने के लिए सबसे अच्छी सामग्री मिलती है।

(Manoj Kumar Madhavan)

