

APPLE TV+ PRIME VIDEO COLLABORATION

Bundled streaming to redefine content aggregation.

In a move poised to reshape India's streaming landscape, Prime Video has launched Apple TV+ as an add-on subscription through its Channels service. At just Rs. 99 per month, Prime members can now access Apple TV+'s premium originals—from global hits like Ted Lasso, The Morning Show, and Severance to new cinematic releases including Wolfs and The Gorge—all within the Prime Video app experience.

The development marks a strategic milestone for Amazon's marketplace ambitions, bringing yet another marquee global content brand under its aggregation umbrella. Apple TV+ is now available as a Prime Video Channel not only in India but also in the US, Canada, Australia, New Zealand, and parts of Europe and Latin America. For Indian consumers, this bundling approach may offer respite from platform fatigue by reducing app switching and billing friction.

"We're delighted to continue rolling out Apple TV+ on Prime Video with the launch in India today," said Kelly

प्राइम वीडियो और एप्पल टीवी+ के बीच सहयोग

**कंटेंट एकत्रीकरण को फिर से परिभाषित करने के लिए
बंडल स्ट्रीमिंग**

भारत के स्ट्रीमिंग परिदृश्य को नया आकार देने के लिए प्राइम वीडियो ने अपने चैनल सेवा के माध्यम से ऐड ऑन सब्सक्रिप्शन के रूप में एप्पल टीवी प्लस लॉन्च किया है। अब प्राइम मेंबरस सिर्फ 99 रुपये प्रति महीने पर एप्पल टीवी प्लस के प्रीमियम ओरिजिनल को एक्सेस कर सकते हैं—टेड लासो, द मॉर्निंग शो और सेवरेंस जैसी वैश्विक हिट से लेकर वुल्फ्स और द गॉर्ज जैसी नयी सिनेमैटिक रिलीज तक सभी को प्राइम वीडियो ऐप के भीतर अनुभव किया जा सकता है।

यह विकास अमेज़न की मार्केटप्लेस महत्वाकांक्षाओं के लिए एक रणनीतिक मील का पत्थर है, जो इसके एकत्रीकरण छत्र के भीतर एक और मार्की वैश्विक सामग्री बॉन्ड लाता है। एप्पल टीवी प्लस अब न केवल भारत में बल्कि अमेरिका, कनाडा, ऑस्ट्रेलिया, न्यूजीलैंड और यूरोप व लैटिन अमेरिका के कुछ हिस्सों में भी प्राइम वीडियो चैनल के रूप में उपलब्ध है। भारतीय उपभोक्ताओं के लिए यह बंडलिंग दृष्टिकोण ऐप स्विचिंग और बिलिंग घर्षण को कम करके प्लेटफॉर्म थकान से राहत प्रदान कर सकता है।

प्राइम वीडियो के अंतरराष्ट्रीय उपाध्यक्ष केली डे ने कहा, 'आज भारत में लॉन्च के साथ प्राइम वीडियो पर एप्पल टीवी प्लस को जारी



Day, VP of International, Prime Video. Gaurav Bhasin, Head of Marketplace for India, emphasized the value proposition: “Apple TV+ joins our 25+ add-on subscription partners, reinforcing our mission to simplify entertainment discovery.”

Apple’s SVP of Services Eddy Cue noted that Indian audiences will now have easier access to the platform’s award-winning storytelling without leaving the Prime Video ecosystem—a win for both accessibility and engagement.

MARKET ANALYSIS

The collaboration underscores the evolving dynamics of OTT bundling in India, a market already crowded with 40+ streaming platforms and over 130 million subscriptions. As content saturation grows and subscription fatigue deepens, strategic partnerships like these are becoming critical differentiators.

Apple TV+’s Rs. 99 pricing undercuts its standalone global rate and appears aimed at building visibility and trial among India’s price-sensitive streaming population. Meanwhile, Amazon’s bundling model positions Prime Video as a super-aggregator, similar to the way telecom operators once packaged DTH channels.

For Apple, the partnership lowers acquisition barriers without compromising brand value, while Amazon strengthens user retention through bundled stickiness. However, the move also intensifies competition among domestic aggregators like Tata Play Binge, Airtel Xstream, and JioTV+, all vying to consolidate India’s fragmented streaming ecosystem.

As India’s OTT marketplace matures, such alliances may become standard practice. But success will hinge on unified discovery, seamless UX, and continued investment in exclusive content—elements consumers increasingly expect in their quest for simplified entertainment. ■

रखने पर हमें खुशी हो रही है।’ भारत के लिए मार्केटप्लेस के प्रमुख गौरव भसीन ने मूल्य प्रस्ताव पर जोर दिया: एप्पल टीवी प्लस हमारे 25 प्लस ऐड-ऑन-सब्सक्रिप्शन भागीदारों में शामिल हो गया है जो मनोरंजन खोज को सरल बनाने के लिए हमारे मिशन को मजबूत करता है।

एप्पल सेवाओं के वरिष्ठ उपाध्यक्ष एडी क्यू ने कहा कि भारतीय दर्शकों को अब प्राइम वीडियो पारिस्थितिकी तंत्र को छोड़े बिना प्लेटफॉर्म की पुरस्कार प्राप्त कहानी तक आसान पहुंच मिलेगी—यह पहुंच और जुड़ाव दोनों के लिए एक जीत है।

बाजार विश्लेषण

यह सहयोग भारत में ओटीटी बंडलिंग की उभरती गतिशीलता को रेखांकित करता है, जो पहले से ही 40 प्लस स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म और 130 मिलियन से अधिक सब्सक्रिप्शन से भरा हुआ बाजार है। जैसे-जैसे कंटेंट संतृप्ति बढ़ती है और सब्सक्रिप्शन थकान बढ़ती है, इस तरह की रणनीतिक साझेदारियां महत्वपूर्ण अंतर पैदा करती हैं।

एप्पल टीवी प्लस की 99 रुपये की कीमत इसकी स्टैंडअलोन वैश्विक दर को कम करती है और ऐसा लगता है कि इसका उद्देश्य भारत की कीमत संवेदनशील स्ट्रीमिंग आबादी के बीच दृश्यता और परीक्षण का निर्माण करना है। इस बीच अमेजन का बंडलिंग मॉडल प्राइम वीडियो को एक सुपर एग्रीगेटर के रूप में स्थापित करता है, ठीक उसी तरह, जैसे टेलीकॉम ऑपरेटर एक बार डीटीएच चैनलों को पैकेज करते थे।

एप्पल के लिए यह साझेदारी बॉन्ड वैल्यू से समझौता किये बिना अधिग्रहण बाधाओं को कम करती है, जबकि अमेजन बंडल स्टिकनेस के माध्यम से उपयोगकर्ता प्रतिधारण को मजबूत करता है। हालांकि, यह कदम घरेलू एग्रीगेटर्स जैसे कि टाटा प्ले बिज, एयरटेल एक्सट्रीम और जियोटीवी प्लस के बीच प्रतिस्पर्धा को भी बढ़ाता है, जो भारत के खंडित स्ट्रीमिंग इकोसिस्टम को समेकित करने की होड़ में है।

जैसे-जैसे भारत का ओटीटी बाजार परिपक्व होता जायेगा, ऐसे गठबंधन मानक अभ्यास बनेंगे। लेकिन सफलता एकीकृत खोज, सहज यूएक्स और अनन्य सामग्री में निरंतर निवेश पर निर्भर करेगी—ऐसे तत्व जिनकी उपभोक्ता सरलीकृत मनोरंजन की तलाश में तेजी से अपेक्षा करते हैं। ■

