



## EDITOR'S SCATVIEW

*Manoj Kumar Madhavan*

*India's broadcast, broadband, and digital media ecosystem is undergoing an extraordinary phase of transformation—fueled by policy reform, platform innovation, and deepening consumer engagement.*

*In this issue, Vikas Kapoor, Director of the APAC Broadband Division at Belden, discusses how the company is enabling faster fiber broadband rollouts through a globally integrated, end-to-end approach.*

*Regulatory change is also reshaping the industry. The implementation of NTO 3.2 is triggering structural shifts in the broadcasting space, pushing operators to revisit pricing strategies, channel bouquets, and distribution models.*

*In the OTT space, disruption continues. Apple TV+ has joined Prime Video Channels in India at just Rs. 99, marking a pivotal moment for bundled streaming and redefined content aggregation. At the same time, YouTube has announced a massive Rs. 800 crore investment aimed at strengthening creator tools, regional content, and platform innovation in India.*

*DD Free Dish's latest MPEG-4 auction saw strong interest from regional and devotional broadcasters, underscoring the strategic importance of the free-to-air segment. Meanwhile, Bharti Airtel and Tata Group have officially called off their proposed DTH merger.*

*On a broader economic level, India's screen economy has delivered an impressive Rs. 5.44 lakh crore contribution to the GDP in 2024. With over Rs. 5.14 lakh crore in output and more than 26 lakh jobs generated, the film, TV, and digital content sectors are now firmly established as growth engines of the national economy.*

*This month also features a strategic conversation with Kelly Day and Gaurav Gandhi on Prime Video's expanding India and global playbook. India is not only a key market—it's a hub of original content innovation, with 25% of Prime Video India's viewership now coming from international audiences.*

*Finally, we spotlight media veteran Uday Shankar's, where he outlines a bold vision for the future of India's M&E sector—emphasizing scale, creativity, and global leadership.*

*With 180 million TV households, nearly 953 million internet subscribers, and an increasingly multilingual, mobile-first audience, India's content economy stands at the cusp of a digital leap.*

*(Manoj Kumar Madhavan)*

भारत का प्रसारण, ब्रॉडबैंड और डिजिटल मीडिया पारिस्थितिकी तंत्र परिवर्तन के एक असाधारण दौर से गुजर रहा है—जो कि नीति सुधार, प्लेटफॉर्म नवाचार और उपभोक्ता जुड़ाव को गहरा करने से प्रेरित है।

इस अंक में, वेल्डेन में एपीएसी ब्रॉडबैंड डिविजन के निदेशक विकास कपूर चर्चा कर रहे हैं कि कैसे कंपनी वैश्विक रूप से एकीकृत, एंड-टू-एंड दृष्टिकोण के माध्यम से तेजी से फाइबर ब्रॉडबैंड रोलआउट को सक्षम कर रही है।

विनियामक परिवर्तन भी उद्योग को नया रूप दे रहे हैं। एनटीओ 3.2 के कार्यान्वयन से प्रसारण क्षेत्र में संरचनात्मक बदलाव हो रहे हैं, जिससे ऑपरेटरों को मूल्य निर्धारण रणनीतियों, चैनल बुके और वितरण मॉडल पर फिर से विचार करना पड़ रहा है।

ओटीटी क्षेत्र में उथल-पुथल जारी है। एप्पल टीवी प्लस भारत में प्राइम वीडियो चैनलों में मात्र 99 रुपये में शामिल हो गया है, जो बंडल स्ट्रीमिंग और पुनर्परिभाषित कंटेंट एकीकरण के लिए एक महत्वपूर्ण क्षण है। साथ ही, यूट्यूब ने भारत में क्रिएटर्स टूल्स, क्षेत्रीय कंटेंट और प्लेटफॉर्म इनोवेशन को मजबूत करने के उद्देश्य से 800 करोड़ रुपये के बड़े निवेश की घोषणा की है।

डीडी फ्री डिश की नवीनतम एमपीईजी-4 नीलामी में क्षेत्रीय और धार्मिक प्रसारकों की ओर से गहरी दिलचस्पी देखी गयी है, जो फ्री-टू-एयर सेगमेंट के रणनीतिक महत्व को रेखांकित करता है। इस बीच, भारती एयरटेल और टाटा समूह ने आधिकारिक तौर पर अपने प्रस्तावित डीटीएच विलय को रद्द कर दिया है।

व्यापक आर्थिक स्तर पर, भारत की स्क्रीन अर्थव्यवस्था ने 2024 में सकल घरेलू उत्पाद में 5.44 लाख करोड़ रुपये का प्रभावशाली योगदान दिया है। 5.14 लाख करोड़ रुपये से अधिक उत्पादन और 26 लाख से अधिक नौकरियों के सृजन के साथ, फिल्म, टीवी और डिजिटल सामग्री क्षेत्र अब राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के विकास इंजन के रूप में मजबूती से स्थापित हो चुके हैं।

इस महीने केली डे और गौरव गांधी के साथ प्राइम वीडियो के भारत और वैश्विक विस्तार पर रणनीतिक बातचीत भी शामिल है। भारत न केवल एक प्रमुख बाजार है—यह मूल सामग्री का केंद्र भी है, प्राइम वीडियो इंडिया के 25% दर्शक अब अंतरराष्ट्रीय दर्शकों से आ रहे हैं।

अंत में हम मीडिया दिग्गज उदय शंकर के बारे में बात करेंगे, जिसमें उन्होंने भारत के मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र के भविष्य के लिए एक साहसिक दृष्टिकोण की रूपरेखा प्रस्तुत की है—जिसमें पैमाने, रचनात्मकता और वैश्विक नेतृत्व पर जोर दिया गया है।

180 मिलियन टीवी घरों, लगभग 953 मिलियन इंटरनेट ग्राहकों और तेजी से बहुभाषी, मोबाइल प्रथम दर्शकों के साथ भारत की सामग्री अर्थव्यवस्था डिजिटल छलांग के कगार पर है।

*(Manoj Kumar Madhavan)*