



AMAZON HIKES RATES

Amazon has hiked its subscription rates by 50%. "The price of Prime memberships in India is being revised from ₹ 999 to ₹ 1,499 (annual plan), ₹ 329 to ₹ 459 (3-month plan), and ₹ 129 to ₹ 179 (monthly plan)," an Amazon spokesperson has been quoted as saying. The spokesperson added that the price of prime membership in India will be changing very soon, and the company will announce the exact date of the price change at a later time.

Apart from Prime Video, Prime members also get access to Prime Music which offers ad-free music streaming with unlimited offline downloads across 75 million songs in multiple languages - English, Hindi, Tamil, Punjabi, Telugu,

Bengali and more. Prime members also get access to free in-game content like power-ups, exclusive collectibles, characters, outfits, skins, themes, in-game currency and more across popular mobile games, refreshed frequently.

Amazon Prime Video competes with Netflix, Disney+ Hotstar, SonyLIV, Voot and ZEE5. Recently, Disney+ Hotstar had also hiked its annual subscription fee.



सब्सक्रिप्शन दरों में बढ़ोतरी की अमेजन ने

अमेजन ने अपनी सब्सक्रिप्शन दरों में 50% की बढ़ोतरी की है। अमेजन के एक प्रवक्ता को उद्धृत करते हुए बयान में कहा गया है कि 'भारत में प्राइम मेंबरशिप की कीमत 999 रुपये से 1499 रुपये (वार्षिक योजना), 329 रुपये से 459 रुपये (3 महीने की योजना) और 129 रुपये से 179 रुपये (मासिक सदस्यता) तक संशोधित की जा रही है।' प्रवक्ता ने बताया कि भारत में प्राइम मेंबरशिप की कीमत बहुत जल्द बदल जायेगी और कंपनी वाद में कीमत में वदलाव की

सटीक तारीख की घोषणा करेगी। प्राइम वीडियो के अलावा प्राइम मेंबर्स को प्राइम म्यूजिक का भी एक्सेस मिलता है, जो कई भाषाओं-अंग्रेजी, हिंदी, तमिल, तेलुगू, बंगाली और अन्य में 75 मिलियन गानों में असीमित ऑफलाइन डाउनलोड के साथ

विज्ञापन मुक्त संगीत स्ट्रीमिंग प्रदान करता है। प्राइम मेंबर्स को फ्री-इन गेम कंटेंट जैसे पॉवर-अप्स, एक्सक्लूसिव कलेक्टिबल्स, कैरेक्टर, आउटफिट्स, स्किन्स, थीम इन गेम करेंसी और लोकप्रिय मोबाइल गेम्स में और भी बहुत कुछ मिलता है, जिन्हें बार-बार रिफ्रेश किया जाता है।

अमेजन प्राइम वीडियो का मुकाबला नेटफ्लिक्स, डिज्नी प्लस हॉटस्टार, सोनीलिव, वूट और जी5 से है। हालही में डिज्नी प्लस हॉटस्टार ने भी अपनी सालाना सब्सक्रिप्शन शुल्क में बढ़ोतरी की थी।

INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY



- ❖ In-depth & Unbiased Market Information
- ❖ Technology Breakthroughs
- ❖ Reaches More Than 40,000 Personnel Across The Satellite & Cable TV Industry every month

... You Know What You Are Doing
But Nobody Else Does

ADVERTISE NOW!

Contact:
Mob.: +91-7021850198
Email: scat.sales@nm-india.com



Recently, Amazon had launched OTT marketplace Prime Video Channels in India. It aggregates various OTT services for consumers in one place. It has partnered with discovery+, Lionsgate Play, Eros Now, Docubay, MUBI, hoichoi, Manorama Max, and Shorts TV.

AIRTEL'S NEW GAMEPLAN

Airtel as part of a new gameplan to expand its services is launching Airtel Airtel IQ Video solution for streaming platforms

Bharti Airtel has launched its Video Platform as a Service (CPaaS) 'Airtel IQ Video' which leverages Airtel's resilient cloud, and cutting edge video technologies. The solution has been developed by Airtel's in-house engineering teams.

During the beta phase, Airtel IQ Video has also been deployed by Eros Now and CG Telecom of Nepal. Airtel is expecting to onboard 50+ brands on the platform in the coming year as interest from the market has been high.

INDIAN OTT MARKET GROWING

Indian OTT market is surpassing new records and is expected to touch USD 12.5 billion by 2030, from USD 1.5 billion, currently. The next wave of growth in the OTT landscape will come from tier II, III and IV cities and regional languages at the centre of this growth story. Keeping these changing trends in sight, existing regional OTTs are looking to scale their technology platforms to accommodate the rising number of users. Traditional content providers such as regional TV broadcasters are looking to digitize their content libraries through OTT applications.



हालही में अमेजन ने भारत में ओटीटी मार्केटप्लेस प्राइम वीडियो चैनल्स लॉन्च किये थे। यह उपभोक्ता के लिए विभिन्न ओटीटी सेवाओं को एक स्थान पर एकत्रित करता है। इसने डिस्कवरी प्लस, लायंसगेट प्ले, इरोज नाउ, डोक्यूबे, एमयूवीआई, होईचोई, मनोरमा मैक्स और शॉर्ट्स टीवी के साथ साझेदारी की है।

एयरटेल की नयी योजना

एयरटेल ने अपनी सेवाओं का विस्तार करने के लिए एक गेमप्लान के हिस्से के रूप में स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म के लिए एयरटेल एयरटेल आईक्यू वीडियो समाधान लॉन्च कर रहा है।

भारती एयरटेल ने अपनी वीडियो प्लेटफॉर्म ऐज ए सर्विस (सीपीएएस) 'एयरटेल आईक्यू वीडियो' के रूप में अपना वीडियो प्लेटफॉर्म लॉन्च किया है जो एयरटेल के लचीले क्लाउड और अत्याधुनिक वीडियो तकनीकों का लाभ उठाता है। समाधान एयरटेल की इन हाउस इंजीनियरिंग टीमों द्वारा विकसित किया गया है। बीटा चरण के दौरान एयरटेल आईक्यू वीडियो को इरोज नाउ और नेपाल के सीजी टेलीकॉम द्वारा भी लगाया गया है। एयरटेल आनेवाले वर्ष में प्लेटफॉर्म पर 50 से अधिक ब्रांडों को शामिल करने की उम्मीद कर रहा है, क्योंकि बाजार की ओर से इसमें काफी रुचि दिखायी जा रही है।

बढ़ रहा है भारतीय ओटीटी बाजार

भारतीय ओटीटी बाजार नये रिकॉर्ड को पार कर रहा है और 2030 तक 12.5 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है, जो कि वर्तमान में 1.5 बिलियन अमेरिकी डॉलर है। ओटीटी परिदृश्य में विकास की अगली लहर इस विकास कहानी के केंद्र में टियर 2, 3 और 4 शहरों और क्षेत्रीय भाषा इस विकास की गाथा के केंद्र में होंगे। इन बदलते रुझानों को ध्यान में रखते हुए मौजूदा क्षेत्रीय ओटीटी उपयोगकर्ताओं की बढ़ती संख्या को समायोजित करने के लिए अपने तकनीकी प्लेटफॉर्म का विस्तार करने पर विचार कर रहे हैं। पारंपरिक सामग्री प्रदाता जैसे क्षेत्रीय टीवी प्रसारक ओटीटी आवेदनों की सहायता से अपनी सामग्री लाइवस्ट्रीमिंग को डिजिटाइज्ड करना चाह रहे हैं।



NETFLIX SCALES UP REVENUES

Netflix is on a growth path and Asia Pacific is the region which has provided the impetus for this growth. Netflix Q3 rev up 16% to \$7.5 bn, adds 4.4 mn paid net subs. Netflix's Q3 revenue jumped 16% year-over-year to \$7.5 billion, while operating income rose 33% to \$1.8 billion. The platform added 4.4 million paid net adds vs. 2.2 million in Q3'20 on the back of a stronger content slate. Netflix had a lighter-than-normal content slate in Q1 and Q2 due to COVID-related production delays in 2020.

For the second consecutive quarter, the APAC region was Netflix's largest contributor to membership growth, with 2.2 million paid net adds (half of total paid net adds) as it continues to improve the service in this region. In EMEA, paid net adds of 1.8 million improved sequentially vs. the 188k in Q2 as several titles had a particularly strong impact. The UCAN and LATAM regions grew paid memberships more slowly.

Netflix is now producing local TV and film in approximately 45 countries and has built deep relationships with creative communities around the world. Squid Game, has become its biggest TV show ever. Released on September 17, a mind-boggling 142 million member households globally have chosen to watch the title in its first four weeks.



नेटफ्लिस्क का राजस्व बढ़ा

नेटफ्लिस्क विकास के पथ पर है और एशिया प्रशांत वह क्षेत्र है जिसने इस विकास को गति प्रदान की है। नेटफ्लिस्क क्यू3 16% बढ़कर 7.5 बिलियन अमेरिकी डॉलर हो गया, जबकि इसने 4.4 मिलियन पेड नेट सब्सक्राइबर को जोड़ा। नेटफ्लिस्क का क्यू3 राजस्व 16% साल दर साल बढ़कर 7.5 बिलियन डॉलर हो गया, जबकि परिचालन आय 33% बढ़कर 1.8 बिलियन डॉलर हो गयी। प्लेटफॉर्म ने मजबूत कंटेंट स्लेट के पीछे क्यू3'20 में 4.4 मिलियन पेड नेट एड के मुकाबले 2.2 मिलियन जोड़े। नेटफ्लिस्क ने 2020 में कोविड से संबंधित उत्पाद में देरी के कारण क्यू1 व क्यू2 में सामान्य से हल्का कंटेंट स्लेट था। लगातार दूसरे वर्ष एपीएसी क्षेत्र नेटफ्लिस्क का सबसे बड़ा योगदानकर्ता था, जिसमें 2.2 मिलियन पेड नेट एड्स (कुल पेड नेट्स एड्स का आधा) था, क्योंकि यह इस क्षेत्र में सेवा में सुधार करने की प्रक्रिया को जारी रखेगा। ईएमईए में 1.8 मिलियन की पेड नेट एड्स क्रमिक रूप से सुधरी है। क्यू2 में 188क की तुलना में कई खिताबों को विशेष रूप से मजबूत प्रभाव था। यूसीएएन और एलएटीएएम क्षेत्रों ने भुगतान की गयी सदस्यता को और अधिक धीरे-धीरे बढ़ाया। नेटफ्लिस्क अब लगभग 45 देशों में स्थानीय टीवी और फिल्म का निर्माण कर रहा है और इसने दुनियाभर के रचनात्मक समुदायों के साथ गहरे संबंध बनाये हैं। स्क्विड गेम, इसका अब तक का सबसे बड़ा टीवी शो बन गया है। 17 सितंबर को जारी, विश्वस्तर पर 142 मिलियन सदस्य परिवारों ने अपने पहले चार सप्ताह में शीर्षक देखने के लिए चुना है।

INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY

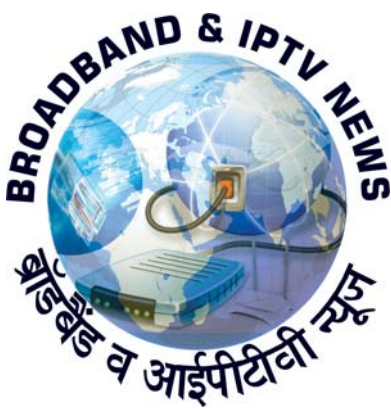


MAGAZINE

... You Know What You are doing
But Nobody Else Does

ADVERTISE NOW!

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



MX PLAYER REGISTERS MAJOR GROWTH

MX Player has crossed one billion downloads on the Google Play Store in over two years of having launched its OTT service. There are only 15 non preinstalled apps, worldwide, that have more than one billion+ downloads

In a press release, MX Player wrote, "Ranking in the same league as office tools such as Microsoft Word, Skype, ShareIt and world-renowned games like Subway Surfers and Candy Crush Saga, MX Player is the most popular streaming platform with over 280 million monthly active users in India and is one of the few entertainment brands to feature on this coveted list of Google Play apps with more than one billion downloads alongside Netflix (worldwide), Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok, and Spotify to name a few.

Karan Bedi, CEO, MX Media, said, "We're very excited to have crossed the 1 billion downloads mark, which is a testimonial to Indian audiences adopting this platform as their preferred destination for all things entertainment. Our vision since the launch has been to cater to the true Bharat and in just over two years since the launch of our OTT offering, we've managed to achieve this iconic business milestone. We're looking forward to continuing this momentum on the back of compelling content and innovative product offerings in the imminent future." ■



एमएक्स प्लेयर ने बड़ी वृद्धि दर्ज की

एमएक्स प्लेयर ने अपनी ओटीटी सेवा शुरू करने के दो साल में गूगल प्ले स्टोर पर एक अरब डाउनलोड का आंकड़ा पार कर लिया है। दुनिया भर में केवल 15 गैर-प्रीइंस्टॉल्ड ऐप्स हैं जिनके एक बिलियन प्लस से अधिक डाउनलोड हैं।

एक प्रेस विज्ञप्ति में एमएक्स प्लेयर ने लिखा, 'माइक्रोसॉफ्ट वर्ड, स्काइप, शेयरइट जैसे ऑफिस टूल और सबवे सर्फर्स और कैंडी क्रश सागा जैसे विश्व प्रसिद्ध गेम के समान लीग में रैंकिंग, एमएक्स प्लेयर भारत में 280 मिलियन से अधिक मासिक सक्रिय उपयोगकर्ताओं के साथ सबसे लोकप्रिय स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म है और नेटफ्लिक्स (दुनिया भर में), ट्विटर, इंस्टाग्राम, स्नैपचैट, टिकटॉक और स्पॉटिफाई के साथ-साथ एक बिलियन से अधिक डाउनलोड के साथ गूगल प्ले ऐप्स इस

प्रतिष्ठित सूची में शामिल होने वाले कुछ मनोरंजन ब्रांडों में से एक है।

एमएक्स मीडिया के सीईओ करण बेदी ने कहा, 'हम 1 बिलियन डाउनलोड का आंकड़ा पार करने के लिए बहुत उत्साहित हैं, जो भारतीय दर्शकों के लिए इस प्लेटफॉर्म को सभी चीजों के मनोरंजन के लिए अपने पसंदीदा गंतव्य के रूप में अपनाने के लिए एक प्रशंसापत्र है। लॉन्च के बाद से हमारा दृष्टिकोण सच्चे भारत को पूरा करने का रहा है और हमारी ओटीटी पेशकश के लॉन्च के बाद से केवल दो वर्षों में, हम इस प्रतिष्ठित व्यापार मील का पत्थर हासिल करने में कामयाब रहे हैं। हम आने वाले भविष्य में सम्मोहक सामग्री और नवीन उत्पाद पेशकशों के साथ इस गति को जारी रखने की आशा कर रहे हैं।' ■

INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY



You Know What You are doing
But Nobody Else Does

ADVERTISE NOW!

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