

INDIAN PAY-TV MARKET ON A SURGE

Pay-TV revenues in India are projected to reach \$12.3 billion by 2025, according to Media Partners Asia (MPA), with the number of subscribers set to reach 134 million. DTH subscribers will reach 68 million by 2025.

There were about 127 million pay-TV subs in India in 2020, MPA says in its India Pay-TV Distribution 2021 report. Industry revenues are expected to rise at a compound annual growth rate (CAGR) of 7 percent between 2020 and 2025.

By then, more than 96 percent of India's pay-TV homes will be digitalized. The growth comes after a 10 percent decline in revenues last year to \$8.9 billion due to Covid-19's impact on the ad market. Between 2020 and 2025, pay-TV advertising is expected to increase at a 12 percent CAGR.

The number of DTH homes is projected to increase from 58 million in 2020 to more than 68 million in 2025, while cable's share will decline from 54 percent to 46 percent. IPTV is expected to pick up a small share after rolling out this year.

"Robust backend systems, the ability to offer consumers flexibility in choosing channel packages under NTO and the exit of leading private channels from DD Freedish helped the DTH pay-TV sector grow even after the new TRAI tariff regulations came into effect," said Mihir Shah, VP of MPA India. "Going forward, DTH will be the key driver of growth, fulfilling the needs of the majority of new T.

TV households entering into the pay-TV ecosystem. Premium cable subscribers in urban centres remain vulnerable to churn as uptake of quality fibre-based

भारतीय पे टीवी बाजार उफान पर

मीडिया पार्टनर्स एशिया (एमपीए) के अनुसार भारत में पे टीवी से प्राप्त होने वाला राजस्व 2025 तक 12.3 बिलियन डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है जबकि इस दौरान ग्राहकों की संख्या 134 मिलियन तक पहुंच जायेगी। 2025 तक डीटीएच ग्राहक 68 मिलियन तक पहुंचने की संभावना है।

2020 में भारत में लगभग 127 मिलियन पे टीवी सब्सक्रिप्शन थे, यह जानकारी एमपीए ने अपने इंडिया पेटीवी डिस्ट्रीब्यूशन 2021 की

रिपोर्ट में बताया है। उद्योग का राजस्व 2020 और 2025 के बीच 7 प्रतिशत की चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर (सीएजीआर) से बढ़ने की उम्मीद है। तबतक भारत के 96 प्रतिशत से अधिक पे टीवी घरों को डिजिटल किया जायेगा। कोविड-19 के विज्ञापन बाजार पर प्रभाव के कारण पिछले साल राजस्व में 10 प्रतिशत की गिरावट के बाद 8.9 बिलियन डॉलर की वृद्धि हुई। 2020 और 2025 के बीच पे टीवी विज्ञापन 12 प्रतिशत सीएजीआर से बढ़ने की उम्मीद है।

डीटीएच घरों की संख्या 2020 में 58 मिलियन से बढ़कर 2025 में 68 मिलियन से अधिक होने का अनुमान है जबकि केवल की हिस्सेदारी 54 प्रतिशत से घटकर 46 प्रतिशत हो जायेगी। आईपीटीवी को इस साल प्रस्तुतिकरण के बाद छोटा हिस्सा प्राप्त होने का अनुमान है।

एमपीए इंडिया के वीपी मिहिर शाह ने बताया कि 'मजबूत सिस्टम, एनटीओ के तहत चैनल पैकेज चुनने में उपभोक्ताओं के लचीलेपन की पेशकश करने की क्षमता और डीडी फ्रीडिश के प्रमुख निजी चैनलों के बाहर निकलने से डीटीएच पे टीवी क्षेत्र को नये ट्राई टैरिफ नियमों के प्रभावी होने के बाद भी बढ़ने में मदद मिली। आगे बढ़ते हुए हम कह सकते हैं कि डीटीएच विकास का प्रमुख चालक होगा जो पे-टीवी इकोसिस्टम में प्रवेश करने वाले नये टीवी परिवारों के बहुमत की जरूरतों को पूरा करेगा। शहरी केंद्रों में प्रीमियम केवल सब्सक्राइबर चर्न करने के



MARKET : PAY-TV

broadband services including IPTV grows in affluent pockets of urban India.”

Pay-TV broadcasters generated revenues of \$4.4 billion last year, with 62 percent from advertising and 38 percent from subscription fees, a 17 percent decrease from 2019. Advertising will drive a sharp recovery over the next two years, MPA says.

“TRAI’s heavy spate of regulations in recent years have depressed investment in pay-TV content and limited price elasticity for platforms,” Shah said. “This could have detrimental impact on the quality of content available for the mass market. We expect that more consolidation will play out in the broadcasting industry as recent tariff amendments force incumbent broadcast networks to recalibrate existing channel portfolios. The economics of less popular channels and several niche channels are no longer viable. A new and less draconian regulatory framework will help revitalize content creation in the pay-TV industry while also helping to bolster pricing power for pay-TV platforms.” ■

लिए संवेदनशील बने रहते हैं क्योंकि आईपीटीवी सहित गुणवत्तापूर्ण फाइबर आधारित ब्रॉडबैंड सेवायें शहरी भारत के समृद्ध पॉकेट में बढ़ती हैं।’

एमपीए ने बताया कि ‘पे टीवी प्रसारणकर्ताओं ने पिछले साल 4.4 बिलियन डॉलर का राजस्व उत्पन्न किया जिसमें विज्ञापन से 62 प्रतिशत और सब्सक्रिप्शन शुल्क से 38 प्रतिशत प्राप्त हुआ, यह 2019 से 17 प्रतिशत कमी को दर्शाता है। अगले दो वर्षों के दौरान विज्ञापन क्षेत्र तेजी से रिकवरी करेगा।

श्री शाह ने कहा ‘हाल के वर्षों में ट्राई के भारी नियमों ने पे टीवी सामग्री और प्लेटफार्मों के लिए सीमित मूल्य लोच ने निवेश को प्रभावित किया है। यह बड़े पैमाने पर बाजार के लिए उपलब्ध सामग्री की गुणवत्ता पर हानिकारक प्रभाव डाल सकता है। हम उम्मीद करते हैं कि प्रसारण उद्योग में और अधिक समेकन होगा क्योंकि हाल के टैरिफ संशोधन मौजूदा चैनल पोर्टफोलियो को पुनः व्यवस्थित करने के लिए प्रसारण नेटवर्क को सीमित करते हैं। कम लोकप्रिय चैनलों और कई चैनलों के अर्थशास्त्र अब व्यवहार्य नहीं है। एक नया और कम ड्रेकुइन नियामक ढांचा पे टीवी उद्योग में सामग्री निर्माण को पुर्नजीवित करने में मदद करेगा, जबकि पे टीवी प्लेटफार्मों के लिए मूल्य निर्धारण शक्ति बढ़ाने में भी मदद करेगा।’ ■

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 !



- ❖ In-depth & Unbiased Market Information
- ❖ Technology Breakthroughs
- ❖ Comprehensive Circulation Across The Satellite & Cable TV Industry

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