



EDITOR'S SCATVIEW

Manoj Kumar Madhavan

For someone who is deeply entrenched and seen the evolving landscape of the broadcast and cable industry, the shift towards digital networks and the emergence of new policies are indeed shaping the future path. The consolidation among broadcasters, such as the Disney Star & Reliance merger, and the restructuring efforts following the Zee-Sony merger failure are indicative of significant transformations underway.

The cable subscriber base has shrunk by nearly half, and the decline will continue as customers shift to digital networks in future years. The contours of a new Broadcast Policy is taking shape which can propel the broadcast and cable industry into a new trajectory.

The potential to reach the 100 million TV dark homes presents both challenges and opportunities. While DD Free Dish has a substantial rural presence, there may still be room for legacy distribution to tap into this market, especially if they can offer unique value propositions or address specific needs not currently met. However, factors like price disparities between broadcaster apps and traditional platforms, as well as the increasing trend of TV viewing on mobile devices, highlight the need for innovative strategies to attract and retain viewers.

So, it's going to be survival of the fittest in the future whether in the broadcast, cable or OTT business as well. I was invited recently by Sports Video Group USA & Star Sports to moderate a conference panel on Sports Production. My insights from moderating the conference panel on sports production underscore the pivotal role of sports content in driving the industry forward, across various platforms. The diversity of sports formats, from major ones like cricket and football to smaller ones like Kabaddi and Kho Kho, reflects the broad appeal and potential for growth in this sector.

The future will indeed favour those who can adapt and innovate, emphasizing the importance of reinventing business models to stay competitive in an evolving landscape

(Manoj Kumar Madhavan)

ऐसे व्यक्ति के लिए जो गहरायी से जुड़ा हुआ है और जिसने प्रसारण और केबल उद्योग के उभरते परिदृश्य को देखा है, डिजिटल नेटवर्क की ओर बदलाव और कई नीतियों का उदभव वास्तव में भविष्य के प्रक्षेप पथ को आकार दे रहा है। डिज्नी स्टार और रिलायंस विलय जैसे प्रसारकों के बीच एकीकरण और जी-सोनी विलय की विफलता के बाद पुर्नगठन के प्रयास, चल रहे महत्वपूर्ण परिवर्तनों के संकेत हैं।

केवल ग्राहक आधार लगभग आधा कम हो गया है, और गिरावट जारी रहेगी क्योंकि ग्राहक भविष्य के वर्षों में डिजिटल नेटवर्क पर स्थानांतरित हो जायेंगे। एक नयी प्रसारण नीति की रूपरेखा आकार ले रही है, जो प्रसारण और केबल उद्योग को एक नये पथ पर ले जा सकती है।

100 मिलियन टीवी डॉक घरों तक पहुंचने की क्षमता चुनौतियों और अवसर दोनों को प्रस्तुत करती है। जबकि डीडी फ्रीडिश की पर्याप्त ग्रामीण उपस्थिति है, फिर भी इस बाजार में विरासत वितरण के लिए जगह हो सकती है, खासकर यदि वे अद्वितीय मूल्य प्रस्ताव पेश कर सकते हैं या वर्तमान में पूरी नहीं हुई विशिष्ट जरूरतों को संबोधित कर सकते हैं। हालांकि, बॉडकास्टर ऐप्स और पारंपरिक प्लेटफॉर्मों के बीच मूल्य असमानताओं के साथ-साथ मोबाइल उपकरणों पर टीवी देखने की प्रवृत्ति जैसे कारक दर्शकों को आकर्षित करने और बनाये रखने के लिए नवीन रणनीतियों की आवश्यकता पर प्रकाश डालते हैं।

इसलिए यह भविष्य की सबसे योग्यतम की उत्तरजीविता होगी, चाहे वह प्रसारण, केबल या ओटीटी व्यवसाय में भी हो। मुझे हालही में स्पोर्ट्स वीडियो ग्रुप यूएसए और स्टार स्पोर्ट्स द्वारा स्पोर्ट्स प्रोडक्शन पर एक कॉन्फ्रेंस पैनल को मॉडरेट करने के लिए आमंत्रित किया गया था। खेल प्रोडक्शन पर सम्मेलन पैनल को संचालित करने से मिली मेरी अंतर्दृष्टि विभिन्न प्लेटफॉर्मों पर उद्योग को आगे बढ़ाने में खेल सामग्री की महत्वपूर्ण भूमिका को रेखांकित करती है। क्रिकेट और फुटबॉल जैसे प्रमुख प्रारूपों से लेकर कबड्डी और खो खो जैसे छोटे प्रारूपों तक खेल प्रारूपों की विविधता इस क्षेत्र में व्यापक अपील और विकास की क्षमता को दर्शाती है।

भविष्य वास्तव में उन लोगों का पक्ष लेगा जो अनुकूलन और नवप्रवर्तन कर सकते हैं, एक विकसित परिदृश्य में प्रतिस्पर्धी बने रहने के लिए व्यवसाय मॉडल को फिर से बनाने के महत्व पर जोर दिया गया है।

(Manoj Kumar Madhavan)