BROADCASTING FACES FRESH HEADWINDS

TRAI's April–June 2026 report highlights mounting pressure on India's traditional broadcasting industry, with pay DTH subscriptions and private FM advertising revenue declining. For cable TV, growing digital competition makes network modernisation and service diversification increasingly important.

India's broadcasting sector recorded a mixed performance during the April–June 2026 quarter, with pay DTH operators losing subscribers and private FM radio reporting lower advertising revenue. The findings are part of the Telecom Regulatory Authority of India's (TRAI) Indian Telecom Services Performance Indicator Report for the quarter ended June 30, 2026.

The four licensed pay DTH operators had a combined active subscriber base of 48.56 million at the end of June, down from 49.09 million in March. This represents a quarterly decline of approximately 530,000 subscribers, or 1.1%. The figures exclude DD Free Dish, Prasar Bharati's free-to-air DTH platform.

CABLE TV REMAINS SIGNIFICANT

For the cable television sector, TRAI's report lists 736 registered multi-system operators (MSOs), two Headend-in-the-Sky (HITS) operators and 76 IPTV operators that have submitted self-declarations to the Ministry of Information and Broadcasting.

While the report does not provide consolidated cable subscriber or revenue figures, the number of registered MSOs underlines the continued presence of cable distribution across India.

However, cable operators face growing competition from DTH, connected TV and internet-based television services. Network upgrades, improved service quality, broadband connectivity and bundled digital offerings will be important to retaining subscribers and strengthening their market position.

ब्रॉडकास्टिंग के सामने नयी चुनौतियां

ट्राई की अप्रैल–जून 2026 की रिपोर्ट भारत के पारंपरिक प्रसारण उद्योग पर बढ़ते दबाव को दर्शाता है। इसमें 'पे-डीटीएच' के दर्शकों की संख्या और निजी एफएम रेडियो के विज्ञापन राजस्व में गिरावट देखी गयी है। केबल टीवी के लिए, डिजिटल प्रतिस्पर्धा बढ़ने के कारण नेटवर्क का आधुनिकीकरण और सेवाओं में विविधता लाना और भी महत्वपूर्ण हो गया है।

अप्रैल–जून 2026 की तिमाही के दौरान भारत के प्रसारण क्षेत्र का प्रदर्शन मिला जुला रहा। इस दौरान पे-डीटीएच ऑपरेटरों के ग्राहकों की संख्या में कमी आयी, जबकि निजी एफएम रेडियो के विज्ञापन राजस्व में गिरावट दर्ज की गयी। ये आंकड़े 30 जून 2026 को समाप्त तिमाही के लिए भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) की 'इंडियन टेलीकॉम सर्विसेज परफॉरमेंस इंडिकेटर रिपोर्ट का हिस्सा हैं।

जून के अंत में, चार लाइसेंस प्राप्त 'पे-डीटीएच' ऑपरेटरों के पास कुल 48.56 मिलियन सक्रिय ग्राहक थे, जो मार्च में 49.09 मिलियन थे। यह तिमाही आधार पर लगभग 530,000 ग्राहकों या 1.1% की कमी को दर्शाता है। इन आंकड़ों में प्रसार भारती का फ्री-टू-एयर डीटीएच प्लेटफॉर्म 'डीडी फ्री डिश' शामिल नहीं है।

केबल टीवी का महत्व बना हुआ है

केबल टेलीविजन क्षेत्र के लिए, ट्राई की रिपोर्ट में 736 पंजीकृत मल्टी सिस्टम ऑपरेटर्स (एमएसओ), दो हेडएंड-इन-दॅ-स्काई (हिट्स) ऑपरेटर्स और 76 आईपीटीवी ऑपरेटर्स का उल्लेख है, जिन्होंने सूचना और प्रसारण मंत्रालय को अपना स्व-घोषणा पत्र सौंपा है।

हालांकि यह रिपोर्ट केबल ग्राहकों या राजस्व के कुल आंकड़े नहीं देती है, लेकिन पंजीकृत एमएसओ की संख्या यह दर्शाती है कि पूरे भारत में केबल वितरण की मौजूदगी अभी भी बनी हुई है।

हालांकि, केबल ऑपरेटरों को डीटीएच, कनेक्टेड टीवी और इंटरनेट आधारित टेलीविजन सेवाओं से बढ़ती प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है। ग्राहकों को बनाये रखने और बाजार में अपनी स्थिति मजबूत करने के लिए नेटवर्क अपग्रेड, बेहतर सेवा गुणवत्ता, ब्रॉडबैंड कनेक्टिविटी और बंडल की गयी डिजिटल पेशकशें महत्वपूर्ण होंगी।

PAY CHANNELS HOLD STEADY

The Ministry of Information and Broadcasting has permitted 915 private satellite television channels, of which 906 are available for downlinking in India.

As of June 30, broadcasters reported 342 pay channels operated by 37 pay broadcasters. These comprised 238 standard-definition (SD) and 104 high-definition (HD) channels. The remaining 566 channels were free-to-air (FTA), accounting for approximately 62% of the available channel universe.

The predominantly FTA channel mix presents challenges for both cable and DTH operators in structuring attractive subscription packages and retaining customers.

FM RADIO AD REVENUE DECLINES 9.1%

Private FM radio reported advertising revenue of Rs 376.16 crore during the June quarter, compared with Rs 414.03 crore in the previous quarter. The decline of Rs 37.87 crore represents a sequential fall of 9.1%.



At the end of March, 390 private FM channels operated across 120 cities through 31 operators. During the June quarter, five channel permissions were surrendered, while HT Media Ltd launched a new channel in Moradabad.

By June 30, the number of operational private FM channels stood at 386 across 121 cities, operated by 30 companies. Community radio recorded 578 operational stations. These figures exclude All India Radio.

TELECOM CONTINUES TO GROW

In contrast, the telecom sector maintained its growth momentum. Total telephone subscribers increased to 1,348.08 million in June from 1,330.58 million in March, while internet subscriptions rose 1.96% to 1,114.17 million, including 1,087.50 million broadband subscribers.

Mobile data consumption increased 8.3% sequentially to 84,424 petabytes, with average monthly usage reaching 28.39 GB per subscriber.

Telecom gross revenue stood at Rs 1,06,797 crore, up 1.6% quarter-on-quarter and 10.5% year-on-year. Adjusted gross revenue was Rs 88,796 crore.

The contrasting trends underline the changing dynamics of India's media and communications industry. For cable TV operators, rising broadband adoption presents both a competitive challenge and an opportunity to diversify beyond conventional television distribution. Combining reliable TV services with broadband and digital offerings will be crucial to the sector's future growth.■

पे-चैनलों की स्थिति स्थिर है

सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने **915** निजी सैटेलाइट टेलीविजन चैनलों को अनुमति दी है, जिनमें से **906** चैनल भारत में डाउनलिंक के लिए उपलब्ध हैं।

30 जून तक, प्रसारकों ने **37** पे-प्रसारकों द्वारा संचालित **342** पे-चैनलों की जानकारी दी। इनमें **338** स्टैंडर्ड डेफिनिशन (एसडी) और **104** हाई-डेफिनिशन (एचडी) चैनल शामिल थे। बाकी **566** चैनल फ्री-टू-एयर थे, जो कुल उपलब्ध चैनलों का लगभग **62%** हिस्सा हैं।

ज्यादातर एफटीए चैनलों के होने से केबल और डीटीएच ऑपरेटरों के सामने आकर्षक सब्सक्रिप्शन पैकेज और ग्राहकों को बनाये रखने की चुनौती आती है।

एफएम रेडियो के विज्ञापन राजस्व में 9.1% की गिरावट

जून तिमाही के दौरान निजी एफएम रेडियो का विज्ञापन राजस्व **376.16** करोड़ रुपये रहा, जबकि पिछली तिमाही में यह **414.03** करोड़ रुपये था। **37.87%** रुपये की यह कमी **9.1%** की गिरावट को दर्शाती है।

मार्च के अंत तक **31** ऑपरेटरों के जरिए **120** शहरों में **390** निजी एफएम चैनल चल रहे थे। जून तिमाही के दौरान, पांच चैनलों की परमिशन सरेंडर कर दी गयी, जबकि एचटी मीडिया लिमिटेड ने मुरादाबाद में एक नया चैनल लॉन्च किया।

30 जून तक, भारत के **121** शहरों में **30** कंपनियों द्वारा संचालित **386** निजी एफएम चैनल काम कर रहे थे। कम्युनिटी रेडियो के **578** स्टेशन चालू थे। इन आंकड़ों में 'ऑल इंडिया रेडियो' शामिल नहीं है।

टेलीकॉम क्षेत्र में लगातार वृद्धि हो रही है

इसके विपरीत, टेलीकॉम क्षेत्र ने अपनी वृद्धि की गति को बनाये रखा है। कुल टेलीफोन ग्राहकों की संख्या मार्च के **1330.58** मिलियन से बढ़कर जून में **1348.08** मिलियन हो गयी, जबकि इंटरनेट सब्सक्रिप्शन **1.96%** बढ़कर **1,114.17** मिलियन हो गये, जिसमें **1087.50** मिलियन ब्रॉडबैंड ग्राहक शामिल हैं।

मोबाइल डेटा की खपत **8.3%** बढ़कर **84,424** पेटाबाइट हो गयी है, जिसमें प्रति सब्सक्राइबर औसत मासिक राजस्व खपत **28.39** जीबी तक पहुंच गयी है।

टेलीकॉम समग्र राजस्व **1,06,797** करोड़ रुपये रहा, जो तिमाही-दर-तिमाही **1.6%** और साल दर साल **10.5%** ज्यादा था। एडजस्टेड ग्रॉस राजस्व **88.796** करोड़ रुपये था।

ये अलग ट्रेंड भारत की मीडिया और कम्युनिकेशन्स उद्योग के बदलते डायनामिक्स को दिखाते हैं। केबल टीवी ऑपरेटरों के लिए, ब्रॉडबैंड का बढ़ता इस्तेमाल एक प्रतिस्पर्धी चुनौती और पारंपरिक टेलीविजन वितरण से आगे बढ़कर अलग-अलग तरह से काम करने का मौका, दोनों देता है। भरोसेमंद टीवी सेवा को ब्रॉडबैंड और डिजिटल ऑफरिंग के साथ मिलाना इस क्षेत्र की भविष्य की विकास के लिए बहुत जरूरी होगा।■