



## PRIME VIDEO LAUNCHES APPLE TV+

Amazon's Prime Video has officially launched Apple TV+ as an add-on subscription in India, available for just ₹99 per month. Prime members can now access Apple's exclusive library of acclaimed shows and films—including Ted Lasso, Shrinking, Severance, The Morning Show, Silo, and Wolfs—directly within the Prime Video app.

This rollout is part of a global expansion, with Apple TV+ also available via Prime Video in the US, Canada, Australia, New Zealand, and parts of Europe and Latin America.

"We're delighted to bring Apple TV+ to Prime Video customers in India," said Kelly Day, VP of International, Prime Video. Gaurav Bhasin, head of marketplace for Prime Video India, added that this move enhances the platform's offering of over 75,000 hours of additional content via more than 25 partner channels. Eddy Cue, Apple's SVP of Services, emphasized Apple's mission to bring award-winning storytelling to global audiences.

## NETFLIX POSTS \$3.3 BILLION OPERATING INCOME IN Q1 2025

Netflix has reported strong financial results for Q1 2025, with operating income rising 27% year-over-year to \$3.3 billion. Revenue climbed 13% YoY (16% on an FX-neutral basis), driven by growth in memberships and pricing adjustments. EPS increased 25% to \$6.61.

The company's U.S. and Canada (UCAN) region saw revenue grow 9% YoY, although this was a slowdown from Q4's 15% growth, impacted by fewer ad revenues from NFL games. Netflix says UCAN growth will reaccelerate in Q2.

Netflix also announced the launch of its proprietary ad tech platform in the U.S., reinforcing its strategic focus

## प्राइम वीडियो ने एप्पल टीवी प्लस लॉन्च किया

अमेजन के प्राइम वीडियो ने आधिकारिक तौर पर भारत में ऐड-ऑन-सब्सक्रिप्शन के तौर पर एप्पल टीवी प्लस लॉन्च किया है, जो सिर्फ 99 रुपये प्रतिमाह पर उपलब्ध है। प्राइम मेंबर्स अब एप्पल के प्रशंसित शो और फिल्मों की एक्सक्लूसिव लाइब्रेरी तक पहुंच सकते हैं—



जिसमें टेड लसो, श्रिंकिंग, सेवरेंस, द मॉर्निंग शो, साइलो और वुल्फ्स शामिल हैं—सीधे प्राइम वीडियो ऐप के अंदर।

यह रोलआउट वैश्विक विस्तार का हिस्सा है, जिसमें एप्पल टीवी प्लस अमेरिका, कनाडा, ऑस्ट्रेलिया, न्यूजीलैंड और यूरोप और लैटिन अमेरिका के कुछ हिस्सों में प्राइम वीडियो पर उपलब्ध हैं।

प्राइम वीडियो के अंतरराष्ट्रीय उपाध्यक्ष केली डे ने कहा 'हम भारत में प्राइम

वीडियो ग्राहकों के लिए एप्पल टीवी प्लस लाकार बहुत खुश हैं। 'प्राइमवीडियो इंडिया के मार्केटप्लेस प्रमुख गौरव भसीन ने कहा कि इस कदम से प्लेटफॉर्म पर 25 से ज्यादा पार्टनर चैनलों के जरिए 75000 घंटे से ज्यादा अतिरिक्त कंटेंट की पेशकश बढ़ गयी है। एप्पल के सेवाओं के वरिष्ठ उपाध्यक्ष एडी क्यू ने वैश्विक दर्शकों तक पुरस्कार विजेता कहानी सुनाने के एप्पल के मिशन पर जोर दिया।

## नेटफ्लिस्क ने क्यू1 2025 में 3.3 बिलियन डॉलर की संचालन आय दर्ज की

नेटफ्लिस्क ने क्यू1 2025 के लिए मजबूत वित्तीय परिणाम घोषित किये हैं, जिसमें संचालन आय साल दर साल 27% बढ़कर 3.3 \$ बिलियन हो गयी है। सदस्यता और मूल्य निर्धारण समायोजन में वृद्धि के कारण राजस्व 13% बढ़ा (एफएक्स तटस्थ आधार पर 16%)। ईपीएस 25% से 6.61\$ हो गया।

कंपनी के यूएसए व कनाडा (यूसीएएन) क्षेत्र में राजस्व में 9% की वृद्धि देखी गयी, यह चौथी तिमाही के 15% की वृद्धि से धीमी थी, जो एनएफएल खेलों से कम विज्ञापन राजस्व से प्रभावित थी। नेटफ्लिस्क का कहना है कि दूसरी तिमाही में यूसीएएन की वृद्धि फिर से तेज होगी।

नेटफ्लिस्क ने अमेरिका में अपने मालिकाना विज्ञापन तकनीक





on advertising. Content highlights in Q1 included Adolescence, Back in Action, and Ad Vitam, which broke into Netflix's most popular titles.

### WAVES OTT FACES TURBULENT PHASE

Four months after its debut, Prasar Bharati's free OTT platform WAVES has crossed 30 lakh downloads and garners about 1 lakh daily viewers. However, industry experts argue that the platform's current engagement falls short given India's 80 crore-strong digital population.

Comscore's 2024 report reveals YouTube as the OTT leader with 41 crore unique visitors, followed by MX Player, Spotify, Hotstar, and JioCinema. In contrast, WAVES must significantly bolster its content strategy to remain viable.

As a free platform in a competitive, content-rich environment, WAVES faces the challenge of scaling both quality and audience engagement.

### OTT AGGREGATORS CREATING NEW FRICTION

With over 130 million OTT subscriptions in India as of end-2024, content aggregators are positioning themselves as the antidote to platform fatigue. These services promise to unify fragmented OTT libraries into a single interface, but still struggle with user experience, discovery challenges, and dominance battles.

As users face subscription overload and rising costs, aggregators aim to offer bundled solutions. However, technical limitations, inconsistent content access, and lack of control over user data continue to create friction.

While the aggregator model holds promise, its path to mainstream relevance requires solving core UX and distribution conflicts in India's crowded OTT space. ■

प्लेटफॉर्म के लॉन्च की भी घोषणा की, जिससे विज्ञापन पर इसके रणनीतिक फोकस को बल मिला। क्यू1 में एडोलसेंस, बैक इन एक्शन और एड विटम शामिल थे, जो नेटफ्लिक्स के लोकप्रिय टाइटिलों में से एक हैं।

### उथल-पुथल भरे दौर से गुजर रहा है वेक्स ओटीटी

प्रसार भारती के ओटीटी प्लेटफॉर्म वेक्स ने लॉन्च के चार महीने में

ही 30 लाख डाउनलोड पार कर लिया और प्रतिदिन लगभग 1 लाख दर्शक प्राप्त कर रहा है। विशेषज्ञों का तर्क है कि भारत की 80 करोड़ की डिजिटल आबादी को देखते हुए प्लेटफॉर्म की मौजूदा भागीदारी कम है।

कॉमस्कोर की 2024 की रिपोर्ट बताती है कि यूट्यूब 41 करोड़ अद्वितीय विजिटर के साथ ओटीटी लीडर है, फिर एमएक्स प्लेयर, स्पॉटिफाई, हॉटस्टार और जियोसिनेमा

है। इसके विपरीत वेक्स को व्यवहार्य बने रहने के लिए अपनी सामग्री रणनीति को महत्वपूर्ण रूप से मजबूत करना होगा।

प्रतिस्पर्धी, सामग्री समृद्ध वातावरण में एक मुफ्त प्लेटफॉर्म के रूप में वेक्स को गुणवत्ता और दर्शकों की सहभागिता दोनों को बढ़ाने की चुनौती का सामना करना पड़ता है।

### नयी टकराव पैदा कर रहे हैं ओटीटी एग्रीगेटर

भारत में 2024 के अंत तक 130 मिलियन से अधिक ओटीटी सब्सक्रिप्शन के साथ कंटेंट एग्रीगेटर खुद को प्लेटफॉर्म थकान के लिए मार्क के रूप में पेश कर रहे हैं। ये सेवाएँ खंडित ओटीटी लाइब्रेरी को एक ही इंटरफेस में एकीकृत करने का वादा करती हैं, लेकिन फिर भी उपयोगकर्ता अनुभव, खोज चुनौतियों और प्रभुत्व की लड़ाई से जूझती हैं।

चूंकि उपयोगकर्ताओं को सब्सक्रिप्शन ओवरलोड और बढ़ती लागतों का सामना करना पड़ता है इसलिए एग्रीगेटर बंडल समाधान प्रदान करने का लक्ष्य रखते हैं। हालांकि तकनीकी सीमाएँ, असंगत सामग्री तक पहुंच और

उपयोगकर्ता डेटा पर नियंत्रण की कमी के कारण टकराव जारी हैं।

हालांकि एग्रीगेटर मॉडल आशाजनक है, लेकिन मुख्यधारा में प्रासंगिकता के लिए इसके मार्ग को भारत के भीड़-भाड़ वाले ओटीटी क्षेत्र में कोर यूएक्स और वितरण संघर्षों को हल करने की आवश्यकता है। ■

