

SATELLITE & CABLE TV

MAY 2025



The auction's 26 winning channels reflect the evolving strategies of broadcasters:

- ◆ **Devotional dominance:** Aastha Group alone placed four successful bids (Aastha Telugu, Bhajan, Kannada, Gujarati), highlighting the genre's pull among rural and elderly audiences.
- ◆ **Regional reach:** Channels like Jai Maharashtra, TV9 Gujarati, Rengoni (Assamese), and Zee 24 Kalak continue to leverage DD Free Dish to tap into regional advertising and local language demand.
- ◆ **News and youth programming:** Channels such as Bharat 24 Vision of New India, Bansal News, MH ONE NEWS, and Raapchik signal a desire to create presence in highly penetrated yet under-monetised rural news and youth segments.

While MPEG-2 slots on DD Free Dish are considered premium (with higher reach and visibility), MPEG-4 offers a more cost-effective entry point—ideal for new entrants or niche broadcasters. MPEG-4-compatible set-top boxes are growing, though MPEG-2 still dominates. However, MPEG-4 offers higher compression efficiency, enabling broadcasters to deliver better picture quality and use fewer bandwidth resources.

ECONOMICS OF SCALE FOR SMALLER PLAYERS

With carriage costs for private DTH operators ranging between Rs. 3–5 crore annually, smaller channels often struggle to maintain distribution. DD Free Dish's relatively lower auction fees and national reach offer an economical solution to stay on air, sustain viewership, and attract advertisers.

Industry analysts suggest that DD Free Dish could evolve into a hybrid model—combining linear TV and digital distribution—especially with India's smart TV penetration surpassing 45 million households and increasing convergence of broadcast and broadband.

The strong participation in the MPEG-4 auction demonstrates that the FTA segment—often overlooked amid the glamor of OTT—is not only surviving but adapting. For broadcasters, especially regional and niche players, DD Free Dish remains a strategic vehicle for mass reach and sustained engagement, especially as digital fatigue, pricing pressures, and platform saturation affect urban pay-TV and streaming models. ■

नीलामी के 26 विजेता चैनल प्रसारकों की विकसित होती रणनीतियों को दर्शाते हैं:

- ◆ **भक्ति प्रधानता:** आस्था समूह ने 4 सफल बोलियां लगायी (आस्था तेलुगू, भजन, कन्नड, गुजराती), जो ग्रामीण और बुजुर्ग दर्शकों के बीच इस शैली के आकर्षण को उजागर करता है।
- ◆ **क्षेत्रीय पहुंच:** जय महाराष्ट्र, टीवी9 गुजराती, रेंगोनी (असमिया) और जी 24 कलाकार जैसे क्षेत्रीय विज्ञापन और स्थानीय भाषा की मांग को पूरा करने के लिए डीडी फ्री डिश का लाभ उठाना जारी रखते हैं।
- ◆ **समाचार और युवा कार्यक्रम:** भारत 24 विजन ऑफ न्यू इंडिया, वंसल न्यूज, एमएच वन न्यूज और रापचिक जैसे चैनल ग्रामीण समाचार और युव क्षेत्रों में अत्यधिक पैठ वाले लेकिन कम मौद्रिकीकृत क्षेत्रों में उपस्थिति बनाने की इच्छा का संकेत देते हैं।

हालांकि डीडी फ्री डिश पर एमपीईजी-2 स्लॉट प्रीमियम (उच्च पहुंच और दृश्यता के साथ) माने जाते हैं, एमपीईजी 4 अधिक लागत प्रभावी प्रवेश बिंदु प्रदान करता है—नये प्रवेशकों या विशिष्ट प्रसारकों के लिए आदर्श। एमपीईजी-4 संगत सेट टॉप बॉक्स बढ़ रहे हैं। हालांकि एमपीईजी-2 अभी भी हावी है। हालांकि एमपीईजी-4 उच्च कंप्रेसन दक्षता प्रदान करता है, जिससे प्रसारकों को बेहतर वीडियो गुणवत्ता प्रदान करने और कम बैंडविड्थ साधनों का उपयोग करने में सक्षम बनाता है।

छोटे खिलाड़ियों के लिए पैमो का अर्थव्यवस्था

निजी डीटीएच ऑपरेटरों के लिए सालाना 3–5 करोड़ रुपये के बीच लागत के साथ, छोटे चैनल अक्सर वितरण बनाये रखने के लिए संघर्ष करते हैं। डीडी फ्री डिश की अपेक्षाकृत कम नीलामी फीस और राष्ट्रीय पहुंच ऑन एयर रहने, दर्शकों की संख्या बनाये रखने और विज्ञापनदाताओं को आकर्षित करने के लिए एक किफायती समाधान प्रदान करता है।

उद्योग विश्लेषकों का सुझाव है कि डीडी फ्री डिश एक हाइब्रिड मॉडल में विकसित हो सकता है—लीनियर टीवी और डिजिटल वितरण को मिलाकर—खासकर भारत के स्मार्ट टीवी की पहुंच 45 मिलियन घरों को पार करने और प्रसारण और ब्रॉडबैंड के बढ़ते कन्वर्जन के साथ।

एमपीईजी-4 नीलामी में मजबूत भागेदारी दर्शाती है कि एफटीए सेगमेंट—जिसे अक्सर ओटीटी चकाचौंध के बीच अनदेखा कर दिया जाता है, न केवल जीवित है, बल्कि अनुकूल भी हो रहा है। प्रसारकों, विशेष रूप से क्षेत्रीय और विशिष्ट खिलाड़ियों के लिए, डीडी फ्री डिश बड़े पैमाने पर पहुंच और निरंतर जुड़ाव के लिए एक रणनीतिक वाहन बना हुआ है, खासकर जब डिजिटल थकान, मूल्य निर्धारण दबाव और प्लेटफॉर्म संतृप्ति शहरी पे टीवी और स्ट्रीमिंग मॉडल को प्रभावित करती है। ■

