

INDIA'S EXPANDING DIGITAL FRONTIER: A SNAPSHOT OF THE BROADCAST AND BROADBAND LANDSCAPE

India's broadcast and digital media ecosystem continues to grow at an impressive pace, driven by deepening internet penetration, rising digital transactions, and surging content consumption. The country boasts 180 million TV households, nearly 953 million internet subscribers, and a rapidly diversifying OTT landscape. As technological access widens and user behavior evolves, India's media and entertainment sector is positioned for a transformative leap.

TRADITIONAL MEDIA STILL STANDING STRONG

- ◆ TV Households in India are estimated at 180 million, with 65.5 million active DTH subscribers.

भारत का बढ़ता डिजिटल सरहदः प्रसारण और ब्रॉडबैंड परिदृश्य का एक स्नेपशॉट

भारत का प्रसारण और डिजिटल मीडिया पारिस्थितिकी तंत्र इंटरनेट की बढ़ती पहुंच, बढ़ते डिजिटल लेन-देन और बढ़ती सामग्री खपत के कारण प्रभावशाली गति से बढ़ रहा है। देश में 180 मिलियन टीवी घर, लगभग 953 मिलियन इंटरनेट ग्राहक और तेजी से विविधतापूर्ण ओटीटी परिदृश्य है। जैसे-जैसे तकनीकी पहुंच व्यापक होती है और उपयोगकर्ता व्यवहार विकसित होता है, भारत का मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र एक परिवर्तनकारी छलांग के लिए तैयार है।

पारंपरिक मीडिया अभी भी मजबूती से खड़ा है

- ◆ भारत में टीवी घरों की संख्या 180 मिलियन होने का अनुमान है, जिसमें से 65.5 मिलियन सक्रिय डीटीएच ग्राहक हैं।





- ◆ The cable ecosystem remains relevant, supported by 1,755 registered Multi-System Operators (MSOs) and 9 million cable broadband subscribers.
- ◆ News & Current Affairs TV Channels and Private FM Radio Channels are tied at 388 each, indicating a resilient appetite for both visual and auditory news delivery.

RADIO & COMMUNITY MEDIA

- ◆ India's FM radio listenership (ages 13+) stands between 96–101 million, showing sustained engagement despite the digital surge.
- ◆ With 467 operational community radio stations, localised content continues to play a crucial social role in underserved regions.

CINEMA & OTT

- ◆ The film sector saw 1,557 releases (data likely for 2022), reaffirming India's position as one of the world's most prolific cinema producers.
- ◆ India now boasts 22 OTT video platforms, playing a pivotal role in content diversification and regional language growth.

DIGITAL CONNECTIVITY & CONSUMPTION

- ◆ The country has 953.3 million internet subscribers with a telecom penetration rate of 84.5%, making digital services widely accessible.

- ◆ केबल इकोसिस्टम प्रासंगिक बना हुआ है, जिसे 1755 पंजीकृत मल्टी सिस्टम ऑपरेटर (एमएसओ) और 9 मिलियन केबल ब्रॉडबैंड सब्सक्राइबर्स का समर्थन प्राप्त है।
- ◆ समाचार व समसामयिक मामले टीवी और निजी एफएम रेडियो दोनों की संख्या 388-388 है, जो विजुअल व सुनने दोनों तरह के समाचार वितरण के लिए एक मजबूत भूख को दर्शाता है।

रेडियो और सामुदायिक मीडिया

- ◆ भारत के एफएम रेडियो श्रोताओं (13 वर्ष से अधिक आयु के) की संख्या 96–101 मिलियन के बीच है, जो डिजिटल उछाल के बावजूद निरंतर जुड़ाव को दर्शाता है।
- ◆ 467 परिचालन सामुदायिक रेडियो स्टेशनों के साथ, स्थानीयकृत सामग्री वंचित क्षेत्रों में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं।

सिनेमा और ओटीटी

- ◆ फिल्म क्षेत्र में 1557 फिल्में रिलीज हुई (डेटा संभवतः 2022 का है), जिसने दुनिया के सबसे विपुल सिनेमा निर्माताओं में से एक के रूप में भारत की स्थिति की पुष्टि की है।
- ◆ भारत में अब 22 ओटीटी वीडियो प्लेटफॉर्म हैं, जो कंटेंट विविधकरण व क्षेत्रीय भाषा विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं।

डिजिटल कनेक्टिविटी और खपत

- ◆ देश में 953.3 मिलियन इंटरनेट ग्राहक हैं, जिनकी दूरसंचार पहुंच दर 84.5% है, जिससे डिजिटल सेवायें व्यापक रूप से सुलभ हैं।

- ◆ Broadband subscribers (wired + wireless) total 927.5 million, while narrowband subscribers stand at 25.8 million.
- ◆ The average annual data consumption per user reached 17.78 GB in 2023, underscoring the rise of video, gaming, and app-based platforms.

DIGITAL ECONOMY ON THE RISE

- ◆ India processed a staggering \$1 trillion in digital transactions, powered by UPI, fintech innovation, and increased smartphone penetration.
- ◆ The country has 223 million e-commerce shoppers, making it one of the fastest-growing consumer markets globally.
- ◆ Gaming & Youth Engagement
- ◆ With 568 million gaming users, India is cementing its place as one of the largest gaming markets in the world.

PRINT REMAINS A PILLAR

- ◆ Despite digital acceleration, 1,48,277 print titles were registered in 2022, highlighting the continued importance of print in regional and local news ecosystems.

CONCLUSION: A HYBRID FUTURE OF SCALE AND DIVERSITY

India's media and entertainment ecosystem is no longer bifurcated between digital and traditional—it's blended. With broadband and mobile growth underpinning a digital-first future, the country is witnessing convergence across platforms, formats, and languages. The interplay between robust TV and radio infrastructure, a booming OTT sector, and digitally empowered consumers positions India as not only the largest but also one of the most dynamic media markets globally. ■

- ◆ ब्रॉडबैंड ग्राहक (वायर्ड व वायरलेस) कुल 927.5 मिलियन हैं जबकि नैरोबैंड ग्राहक 25.8 मिलियन हैं।
- ◆ 2023 में प्रति उपयोगकर्ता औसत वार्षिक डेटा खपत 17.78 जीबी तक पहुंच गयी, जो वीडियो, गेमिंग और ऐप-आधारित प्लेटफॉर्म के उदय को रेखांकित करती है।

डिजिटल अर्थव्यवस्था में उछाल

- ◆ भारत ने यूपीआई, फिनटेक इनोवेशन और स्मार्टफोन की बढ़ती पहुंच के दम पर 1 ट्रिलियन डॉलर का डिजिटल लेन देन किया है।
- ◆ देश में 223 मिलियन ई-कॉमर्स शॉपर्स हैं, जो इसे वैश्विकस्तर पर सबसे तेजी से बढ़ते उपभोक्ता बाजारों में से एक बनाता है।
- ◆ गेमिंग और युवा जुड़ाव
- ◆ 568 मिलियन गेमिंग उपयोगकर्ताओं के साथ भारत दुनिया के सबसे बड़े गेमिंग बाजारों में से एक के रूप में अपनी जगह पक्की कर रहा है।

प्रिंट एक स्तंभ बना हुआ है

- ◆ डिजिटल के गति पकड़ने के बावजूद 2022 में 1,48,277 प्रिंट शीर्षक पंजीकृत किये गये, जो क्षेत्रीय और स्थानीय समाचार पारिस्थितिकी तंत्र में प्रिंट के निरंतर महत्व को उजागर करता है।

निष्कर्ष: पैमाने और विविधता का एक संकर भविष्य

भारत का मीडिया और मनोरंजन पारिस्थितिकी तंत्र अब डिजिटल और पारंपरिक के बीच विभाजित नहीं है—यह मिश्रित है। ब्रॉडबैंड और मोबाइल विकास के साथ डिजिटल प्रथम भविष्य को रेखांकित करते हुए, देश विभिन्न प्लेटफॉर्म, प्रारूपों और भाषाओं में कन्वर्जन देख रहा है। मजबूत टीवी और रेडियो बुनियादी ढांचे, तेजी से बढ़ते ओटीटी क्षेत्र और डिजिटल रूप से सशक्त उपभोक्ताओं के बीच परस्पर क्रिया भारत को न केवल सबसे बड़ा बल्कि वैश्विकस्तर पर सबसे गतिशील मीडिया बाजारों में से एक बनाती है। ■

