

BIWEEKLY

Taiwan Game News

01-02호 2004. 12. 13

[포럼] 대만 컴퓨터 게임 시장 올해 2% 성장 (2004.11.17.)

[행사] 타이베이 국제 게임 쇼 (Taipei Game Show)

2005 Game Star 소식 (2005.2.17.)

[심층 분석] 귀여운 캐릭터의 마력(魔力)

Q게임 발전사 (發展史)

아시아 시장의 발전 공간

크레이지아케이드 대만 남녀노소의 마음을 잡다!!

(今周刊 2004.12.7.)

[NEWS] 중국 게임의 대만 내 첫 성공 《검협정연(劍俠情緣)》

[게임] Game Star 분야별 실시간 순위

[포럼] 《디지털 게임의 발전과 보고서에 관한 포럼》 (2004.11.17.)
대만 컴퓨터 게임 시장 올해 2% 성장

타이베이 보도 자책 회 시장 정보 센터(台北報導資策會市場情報中心)(MIC)는 11월17일 게임 시장 관찰 보고 내용을 발표했다. 분석사 임우승(林于勝)씨는 비디오 게임 시장에서 대만의 게임 업자들이 가치사슬의 후반부에 위치한 상태이며, 국내 게임의 주류인 컴퓨터 게임 부분에서는 올해 미소한 성장밖에 이루지 못했고, 업자들도 소극적인 상황이라고 전했다.

자책 회 시장 정보 센터는 "금년 상반기 국내 게임 업자들의 시장에 대해 관망하는 분위기로 인해 신상품 및 시장에 새롭게 진입하는 업자들이 예년과 같지 않아, 게임 시장이 기존에 있던 업자와 소수의 상품에 집중되었다"고 밝혔다.

자책 회(資策會)는 올해 초, 대만 게임 시장 수익이 140억에 달할 것이라고 예상, 작년 성장률의 26%를 이룰 것이라고 전망했으나, 올해 상반기에 게임 시장에 출현한 관망하는 분위기로 인해, 자책 회에서는 8월 달에 대만 컴퓨터 게임 시장의 가치를 조정, 상반기에 단지12% 정도의 성장을 이루었으나, 수익은 여전히 백억 규모에 달할 것이라고 보았다.

그러나 자책 회 시장 정보 센터는 지난 11월 17일 「디지털 게임 발전과 보고 연구회」의 정식 보고 발표 내용 중 금년 게임 시장의 규모를 다시 한번 조정하고, 금년 시장이 작년에 비교해 2%의 성장밖에 이루지 못했고, 수익도 단지 90억3천4백만 원에 달한다고 전했다.

전 세계의 게임 시장에 비해 온라인 게임(신문, 웹사이트)은 성장을 지속하고 있고, 온라인 게임은 亞太 지역을 중심으로 한국, 중국, 대만이 시장의 주류를 이루고 있으며, 일본 업자들도 뒤늦게 여세를 몰아, 적지 않은 유명 게임 업체가 자체 제작한 온라인 게임 대작을 발표해 시장을 공략하고 있다.

한편 자책 회는 전 세계 비디오 게임기 시장에 대해 128메가 세대 게임기의 경쟁은 잠시 일단락이 났다고 할 수 있는데, 일본 소니의 PS2 가 요지부동의 일위를 차지하고 있으며, 금년6월말까지 전 세계에 7천4백만 대가 출고되었고, 마이크로소프트의 XBOX도 PS2 보다1년 늦게 출시되었지만 전 세계 소비량이 1천5백5십만 대에 달한다고 전했다.

[행사]

타이베이 국제 게임 쇼 (Taipei Game Show)

《2005년 타이베이 국제 게임 쇼》가 2005년2월 24일부터 28일까지 타이베이 세계 무역 전람 센터에서 23,500 평방킬로미터에 달하는 규모로 열리게 되며, 5일 동안 십만 명 이상의 국내외 인사들이 참가할 것으로 예상된다. 온라인 게임, TV Game, PC Game 및 무선 게임을 위주로 전시되며 디지털 애니메이션 및 대형 게임기 등도 이번 쇼의 클라이맥스 중 하나이다.

대만은 중화문화의 중심위치에 놓여 있는 관계로 대만 사람들의 생활 형태가 중화 세계의 유행을 이끌어어나가고 있다. 대만의 게임 시장은 중화 문화 소재의 게임 발전 외에 유럽이나 미국 및 기타 아시아 국가의 소프트웨어(예: 일본, 한국...)에 대한 용납도가 매우 높다. 여기에 대만 게임이 대륙 온라인 게임의 시장 점유율이 40~50%에 달해, 대만이 중화권의 게임 시장 발전에 중요한 전략적 위치를 차지할 수 있도록 했다. 벌써 14회를 맞게 된 타이베이 국제 게임 쇼는 대만 게임 계에서 중요한 역할을 맡아 대만 게임업자가 신상품을 발표하는 중요한 장소를 제공할 뿐만 아니라, 아시아 지역의 게임 시장이 중국 시장 진출의 상륙 거점이 되고 있다.

또한 타이베이 국제게임 쇼에 앞서 2005년 2월 17일에 있을 《2005 Game Star》를 위해 12월1일부터 30일까지 게이머들의 실시간 인터넷 투표가 진행되고 있다. 웹사이트를 통해 게이머들에 의해 각 분야별 게임의 순위가 정해진다. 본지의 마지막 게임 순위 부분에 현재(12월10일) 투표 결과를 기재하였다.

귀여운 캐릭터, 그들의 마력(魔力)

대만에서는 ‘2005년 Game Start’ 투표가 진행 중 이다(12/1~12/30). 현재 각 분야별 일위를 높은 편차로 고수하고 있는 《Flyff》와 《크레이지아케이드(crazy arcade, 單水阿給)》. 왜 《Flyff》와 《크레이지아케이드》인가? 현재 대만에서 관심 대상이 되고 있는 귀여운 캐릭터들의 게임을 중심으로 대만 게임 시장의 과거, 현재, 미래를 조명해 본다.

대만 인터넷 관련, 전문 리서치 연맹인 ‘창시제(創市際)’는 지난 2003년 10월 게임 사이트 방문인 자료를 기초로 게이머들의 남녀 구성비를 분석했다. 이에 따르면, 남녀 게이머의 비율이 52:48로 기존 남성의 전유물로 여겨졌던 인터넷 게임 시장이 이미 남녀 공존의 공간으로 확대되었음을 볼 수 있다. 여성 게이머의 증가는 ‘귀여운 캐릭터로 구성된 게임류’(cute character game: 이하 ‘Q게임’)일 경우 더욱 두드러진 증가 추세를 보인다.

그렇다면 중고세기(中古世紀), 중국무협(中國武俠) 등 어두운 배경이 주류가 되었던 대만 게임 시장에서 Q게임이 어떻게 현재와 같은 위치를 점할 수 있었는가? 우선 대만의 Q게임 발전사를 통해 살펴보자.

Q게임 발전사 (發展史)

시작 기

2000년대만 첫 온라인 게임인 《석기시대(石器時代)》가 PC 게임시장에 첫 돌을 던졌다. 당시 인터넷 환경, 게이머의 취향, 게임 동향 등에 큰 전환은 없었지만, 이것은 Q게임의 시작을 알리는 중요한 시점이 된다. 이로부터 2년에 걸쳐 중고세기, 중국무협의 양대 게임은 서로를 공략하기에 여념이 없었던 반면, Q게임은 자신의



생존 공간을 찾아나가기 시작했다.

번창 기



2002년 6월 《라그나로크(仙境傳說, Ragnarok)》의 출시는 대만게임 시장을 새로운 국면으로 이끌었다. 이것은 많은 게임 회사들의 상업적 이목을 끌었고, 게이머의 선택의 폭을 넓혔다. 이 시기의 성과를 크게 두 가지로 볼 수 있는데, 첫째 대만자체 제작 Q게임의 출시로 게이머들이 《동화(童話之天方夜譚, Fairyland)》 《The King Of Pet Online Petrealm(寵物王online)》 등의 대만 게임을 접하면서 대만 게임에 대한 새로운 시각을 갖게 되었다. 이미 PC게임으로 잘 알려져 있는 《간원검(幹轅劍)》의 온라인 게임 진입도 이에 포함된다. 둘째 DigiCell社 수입의 《아스가르드(神之領域, Asgard)》, 《테일즈위버(天翼之鍊, Tales Weaver)》의 제2전성기를 꼽을 수 있다. 이로서 DigiCell은 업계의 주목을 받는 기업으로 자리매김을 하게 된다.

성숙 기

2004년, 올해는 Q게임에 중요한 일획을 긋는 한 해이다. 《희망(希望Online)》이 출시되면서 상반기 대만게임시장은 《라그나로크(仙境傳說, Ragnarok)》 vs. 《희망(希望Online)》의 경쟁 국면에 들어섰다. 하반기는 여름 방학을 기점으로 출시된 《Flyff》, 《루넨시아(月光 LuLu, Lunentia)》, 《희망(希望 Online)》이 주류를 이루며 게임시장을 점유하고 있다. 이러한 Q게임들의 경쟁은 상당기간 큰 변동 없이 계속 될 것으로 전망된다.



아시아 시장의 발전 공간

올해 5월 IDC가 조사한 자료에 의하면, 내년 아시아지역의 온라인 게임 산업은 10억 달러에 이를 것이라고 전망했다. 이것은 게임 산업의 성장 공간이 매우 넓음을 시사한다. 대만 시장만을 보더라도, Q게임이 여성 게이머들의 참여 비율을 증가시킬 경우, 상당한 수익 창출을 예상 할 수 있다.

크레이지아케이드가 남녀노소의 마음을 잡다~!!



회원 수가 이미 650만을 초과하고 최고62만 명의 게이머가 동시에 접속, 초등학교 5,6학년 학생 둘 중의 하나는 크레이지아케이드를 해봤을 정도로 크레이지아케이드의 매력은 예전에는 볼 수 없었던 둘 둘의 게임 족(Game族)을 만들고, 심지어는 부모님이 주동적으로 게임을 사서 아이들에게 선물해주는 진풍경을 낳고 있다.

공짜 - 7살부터 15살까지의 게이머를 탄생케 하다~!!

크레이지아케이드는 어린이들의 열렬한 환영을 받는 게임이 되었다. 요즘 어린이들 사이에 "저녁에 크레이지아케이드에서 보자~!"라는 유행어까지 번지게 되었다. DigiCell(數碼戲胞)회사의 통계 자료에 따르면 지금까지 크레이지아케이드의 회원은 이마 650만 명에 달하고, 동시 접속 최고 인원도 62만에 달한다. 회원의 4분의 1이 학생이며, 심지어는 초등학교 5,6학년 학생들 들 중 한 명은 크레이지아케이드를 해 봤을 정도이다.

DigiCell의 마케팅 책임자(協理) 옹옥평(熊玉平)은 "크레이지아케이드는 일반 캐주얼 게임(Casual Game)과 다른 점이 세 가지 있는데, 첫째로는 공짜인 점, 둘째로 게임 방법이 쉽다는 점, 셋째로는 게임 캐릭터들이 귀엽다는 점 등이 어린이들에게 쉽게 각인되는 것 같다."라고 분석했다. 크레이지아케이드는 이 세 가지 특색으로 어린 게이머들의 마음을 사로잡았고, 과거의 온라인 게임에서는 볼 수 없었던 두 부류의 게이머(7세~15세 게이머, 30~35세 게이머)를 이끌어 내는데 성공을 거두었다.

과거의 MMORPG(많은 사람들이 온라인상으로 여러 가지 게임 캐릭터들을 맡아 진행되는 게임)은 20~30세까지의 게이머들 위주였으나, 크레이지아케이드가 출시되고부터는 7~15세 및 30~35세의 게이머들이 크게 증가했다. 현재 크레이지아케이드의 회원 중 7세~15세 회원이 30.9%, 30~31세의 회원이 25.1%로, 이 두 부류의 회원이 반 이상을 차지하고 있다.

2년 동안 시장이 잠잠하길 기다림

2년 전을 돌아보면, DigiCell(數碼戲胞)은 회사 설립 이후에 곧 한국 Nexon과 합작, Nexon와 《아스가르드(神之領域, Asgard)》 라는 게임을 수입하고, 한 달의 준비 기간을 거쳐 출시했으며, 그 성과가 예상했던 것 보다 훨씬 좋았다. 그리고 또 다시 Nexon과 《크레이지아케이드》의 게임 플랫폼을 들여왔다. 그러나 DigiCell은 이 게임을 바로 출시하지 않았다. DigiCell의 대표이사 임형진(林煜晉)은 대만 게임 시장이 2002년~2003년 동안 많은 게임 업체가 나날이 높아지는 게임 커미션으로 인해 곤란을 겪고 있었으며, 크레이지아케이드의 커미션(권리를 이양하고 지불한)이 백만 달러에 미치지 못하는 못했고, 권리를 이양 받은 시기도 일렸지만, 이 게임이 게임시장에 신기록을 세우기를 원하는 마음으로 계속해서 기회를 기다리고 있었다고 그 시절을 회상했다.

2000년도에 《리니지》가 출시된 이후에 온라인 게임 열기가 불기 시작했고, 당시 게이머들이 대부분이 초등학교 6학년 학생이었기 때문에 많은 부모님들이 온라인 게임에 반감을 가지고, 언론 매체들도 부정적인 보도를 과장하여 보도했다. 이런 부정적인 환경을 피하기 위해 크레이지아케이드는 2년 동안 출시를 미뤘고, 작년 12월이 되어서야 세상에 빛을 보게 되었다. 당시 DigiCell (數碼戲胞)은 '무료'라는 구호를 걸고 다른 온라인 게임을 통해서나 로그인시 공지를 통해서만 홍보를 진행했는데, 뜻밖에 출시 2~3일도 안돼서 2만 명이 넘는 회원이 생겨났다. 옹옥평(熊玉平)은 "돈을 받지 않기 때문에 투자 자본이 언제 회수될 지 알 수 없었고, 큰 모험을 하는 심정으로 크레이지아케이드를 출시한 결과, 게이머들이 뜻밖에 좋은 반응을 보였다."라고 전했다.

작년부터 크레이지아케이드를 하고 있는 게이머들은 이미 많은 Lucci 금화(사이버 머니)를 누적해, 많은 완구를 살 수 있다. 이처럼 DigiCell(數碼戲胞)은 캐릭터 가방이나 점수 누적 카드를 출시, 많은 게이머들에게 현금으로 게

임에 필요한 도구들을 구입하게 하고, 유행에 맞춰 관련된 도구 시리즈(대장금, 올림픽 도구 등)를 개발해 게이머들의 요구를 만족시키고 있다. DigiCell은 또한 기타 업자들과 합작, 게임과 관련 많은 캐릭터 상품을 제작, 눈부신 경영을 이루어 냈다.

분석가 임우승(林于勝)은 크레이지아케이드가 다른 Casual Game과 같이 좋은 게이머들을 경영하고, 회원들로 하여금 지속적으로 게임을 할 수 있도록 하는 것이 생존의 길이라고 강조했다. 또한 크레이지아케이드가 이미 발전과정의 두 번째 단계에 들어섰으며, DigiCell (數碼戲胞)이 내년에 6종류의 자체 제작 게임을 선보일 예정이므로, 크레이지아케이드가 차지하는 영업 비중도 낮아질 것이라고 자신의 의견을 표명했다.

[NEWS]

중국 게임, 대만 내 첫 성공~!! 중국&대만의 게이머 취향

게임 업자가 처음으로 들여온 중국연구 개발한 온라인 게임이 서비스는 시작한 후 2개월 동안 동시 접속인수가 원래 계획 했던 목표의 배가 넘는 수를 기록했다. 게임 회사는 이전에 중국에서 인기를 끈 게임이 대만에서 인기를 끈다는 보장이 없으며, 이번 게임들의 초보적인 성공이 중국과 대만 양안 게이머들의 입맛이 크게 다르지 않다는 것을 의미한다고 평가했다.



게임 회사는 《검협정연 online (劍俠情緣 online)》이 9월 하순 정식으로 서비스를 시작한 이후 지금까지 37만 명의 회원을 보유하고 있으며, 최고 동시 접속 인원수도 4만 1천명을 돌파하여, 원래 설정했던 최고 동시 접속 인원 2만 명의 목표를 크게 초과했다고 전했다.

게임 회사의 마케팅과 사명연(謝明娟) 과장은 과거 대만 업체가 자체 연구 개발한 게임이 대륙에서 시장을 개척할 때 몇몇의 게임이 대륙시장에서 상당히 좋은 결과를 보였으나 대만 게이머들의 중국 대륙에서 연구, 개발한 게임의 수용도에 대해서는 알 수 없다고 밝혔다. 게임회사는 예전에 중국 대륙에서 인기를 끈 게임이 대만에서 반드시 성공하리라는 보장도 없었으나, 이번 수입 게임의 초보적인 성공이 양안 게이머들의 수용도의 차이가 크지 않다는 것을 의미한다고 지적했었다.

이번 게임의 대리상인 Soft-world(지관과학: 智冠科技)는 내년의 생산 라인의 중심을 유럽과 미국, 일본 한국 및 본토 제작 부분에 둘 것이며, 현재까지는 또 다시 중국 대륙에서 제작한 기타 게임 상품을 대리할 계획이 없다고 밝혔다. 그 밖에 해외에서 상표를 등록하는 목표를 가진 게임 회사는 나스닥이나 홍콩에 할 것이다.

《Game Star》 분야별 실시간 게임 순위
 (2004. 12. 10. 17:01 현재, 총 투표수: 25,705)

【대만 제작 - PC 게임】

순위	게임명	득표수
1	대부옹칠 (大富翁七)	5383
2	선검기선전삼외전: 문정편 (仙劍奇俠傳三外傳)	4366
3	간원검외전: 창지파 (軒轅劍外傳: 蒼之濤)	3747
4	풍색환상3 (風色幻想3)	1999
5	The Millionaire of 3 KingdomsIV (富甲天下4)	864

【대만 제작 - 온라인 게임】

순위	게임명	득표수
1	신 절대쌍교 Online (新絕代雙驕online)	5007
2	간원검 인터넷판: 각성 편 (軒轅劍網路版: 覺醒篇)	2314
3	Mystina Online (天外online)	2070
4	동화online: 국왕의 새 옷 (童話online: 國王的新衣)	1566
5	Stone Age (SA) (石器時代: 精靈的召喚)	1396

【대만 제작 - 네트워크 게임】

순위	게임명	득표수
1	Mahjon Club (戲谷麻將館)	9179
2	명성 3결1 Online (明星3缺1online)	4649
3	왕래 Online2.5판: 풍광접용 (旺來online2.5版: 瘋狂接龍)	2056
4	Wayi Zone: 화이준합왕 (Wayi Zone: 華義梭哈王)	760

【수입 - PC 게임】

순위	게임명	득표수
1	삼국지X (三國志X)	6004
2	The Sims 2 (模擬市民2)	2279
3	Doom 3 (毀滅戰士3)	1516
4	Leisure Suit Larry: Magna Cum Laude (幻想空間)	1260
5	RPG Maker (RPG製作大師)	1141

【수입 - 온라인 게임】

순위	게임명	득표수
1	Flyff	6018
2	리니지 2 (天堂II 初章: 勝者呼喚 攻城宣戰)	2945
3	신천상비 (新天上碑2.80版: 天上奇人)	2478
4	라그나로크 (仙境傳說online: 黑色派對)	2336
5	Cross Gate (魔力寶貝3.0: 樂園之卵)	2316

【수입 - 네트워크 게임】

순위	게임명	득표수
1	크레이지 아케이트 (彈水阿給)	9956
2	Counter Strike: Condition Zero (絕對武力一觸即發)	4457
3	02 JAM (02勁樂團)	1251
4	팡야 (PangYa: 魔法飛球)	1006
5	Unreal Tournament 2004 (浴血戰場2004)	326

【XBOX】

순위	게임명	득표수
1	Sengoku Musou (戰國無雙)	4675
2	Silent Hill 4 (寂靜之丘4)	2414
3	NCAA March Madness 2004 (勁爆美國職籃2005)	2009
4	Kingdom Under Fire The Crusaders (熾焰帝國: 十字軍東征)	1818
5	Burnout 3 (橫衝直撞3)	1121

【PS2】

순위	게임명	득표수
1	Shin Sangoku Musou3 (真. 三國無雙3 Empires)	9715
2	Sengoku Musou (戰國無雙. 猛將傳)	3336
3	Genso Suikoden IV (幻想水滸傳IV)	3234
4	Crimson Sea 2 (紅之海2)	740

【게임 서비스 부문】

순위	게임명	득표수
1	Flyff	6840
2	Mahjon Club V1.0 (戲谷麻將館)	4991
3	Cross Gate (魔力寶貝3.0: 樂園之卵)	2914
4	신 천상비 (新天上碑2.80版: 天上奇人)	2574
5	라그나로크 (仙境傳說online: 黑色派對)	1262

【핸드폰 게임】

순위	게임명	득표수
1	천당모험 (天堂冒險)	1200
2	장기마작 (象棋麻將)	1179
3	천하무쌍 (天下無雙)	1025
4	선검비선 (仙劍飛仙)	995
5	열혈야구 2004 (熱血棒球2004)	978