

The Biweekly

Taiwan Game News

2005. 9. 23. Vol.18

[CONTENTS]

기획특집

■ 2005년 대만 디지털 게임 콘텐츠 산업 (하)

뉴스 & 화제

- 1 【TGS 2005】 대만관 소식
- 2 난관에 부딪힌 대만의 자체 제작 게임
- 3 Chinese Gamer (中華網龍)의 신작 《飄流幻境 Online》

게임 순위

참고 자료 : 대만 아케이드 게임 산업

2005년 대만 디지털 게임 콘텐츠 산업 (하)

5. 캐주얼 게임 (Casual Game)

MMORPG 유형의 온라인 게임은 여러 게임 중에서 중요한 역할을 담당하고 있으며, 게임 시장에서도 눈이 부신 영업 수익을 창출해 내고 있다. 그러나 앞으로 과도한 신제품 경쟁으로 인해 새로운 게임 유형인 캐주얼 게임이 등장하게 되었다. 이는 MMORPG와는 다른 게임으로 구분되며, 여가 오락의 의미가 강하다. 이러한 유형의 게임은 빠른 속도로 게임 업자들의 선호를 얻게 되었으며, 소비자들 역시 다양한 게임을 즐길 수 있다.

현재 온라인 게임의 주류는 MMORPG게임으로, 게임 포인트 누적, 무공의 훈련, 레벨업, 아이템 획득 등을 위주로 게임을 설계하고 있다. 이러한 MMORPG게임을 즐기기 위해서 유저들은 비교적 많은 시간과 노력을 투자하여 퀘스트(임무)를 성공적으로 달성해야 하며, 커뮤니티 활동을 해야 한다. 그러나 캐주얼 게임은 짧은 시간 안에 즐길 수 있도록 하는 것이 그 설계의 포인트로 게임 내용이 비교적 단순하며 연속성이 없고, 한 단원 혹은 한 회의 형식으로 진행되므로 게임에 집중하는 시간도 비교적 짧다. 이러한 캐주얼 게임의 예로는 마작, 카드게임, 장기, 바둑, 테트리스 등이 있으며, 그 게임 화면이 간단하고 조작도 쉬워 유저들은 마음대로 게임을 시작, 중단할 수 있다.

이러한 캐주얼 게임의 특성으로 인해 게임의 유저 층을 회사원, 가정주부들에게까지 확대할 수 있으며, 심지어 MMORPG 게임을 하지 않는 다른 청소년층도 흡수할 수 있다. 그러나 캐주얼 게임은 그 내용이 단순하고 용이한 까닭으로 대부분 여러 가지 게임을 함께 준비하여 서비스를 제공해야 하는데 이는 캐주얼 게임의 특성 상 하나의 게임으로는 관철은 영업 수익과 유저 숫자를 기대하기 힘든 까닭이다. 특별한 시장을 대상으로 하는 것이 아니라면, 하나의 게임만을 제공했을 시에 만족할 만한 성과를 얻을 수 없기 때문이다. 이러한 이유로 개발 혹은 게임을 대리할 때는 그 원가를 반드시 복수로 계산해야 한다. 만약 Question Mark가 업자의 기대와 계획처럼 대만 시장에서 유저들의 인기를 얻고, 유료화 된 이후에도 그 유저수가 확보된다면 이는 진정한 이윤 획득 방정식을 완성한 것이라고 할 수 있을 것이다.

캐주얼 게임의 성공 요소는 다음과 같은 3가지로 분류된다.

A. 커뮤니티(Community) 운영을 출발점으로 함

커뮤니티는 캐주얼 게임 성공 여부의 관건 요소이다. 현재 많은 성공 범례는 채팅룸을 목적으로 하는 커뮤니티에서 생겨난 것으로, 온라인 커뮤니티의 인정과 접속도가 안정된 후에야 비로소 유료 서비스를 시작하는 것이다. 예를 들어 커뮤니티 안에서 아바타(Avatar)는 자아를 나타내는 것이며, 캐주얼 게임은 사회 오락의 선택인 것이다. 바꾸어 말하면 유저들의 접속도와 인정도가 안정적으로 다져진 커뮤니티에 부가 서비스의 관점에서 유료화를 진행하면, 비로소 유저들의 비용 지불 의지를 이끌어 낼 수 있으며, 또한 새로운 접속도와 커뮤니티의 안정성을 탄생시킬 수 있다. (그 예 : 한국의 캐주얼 게임 업체 neowiz)

B. 유량(流量)과 영업 수익을 바꾸어 가지는 방식

미국 Yahoo의 캐주얼 게임 부가 서비스와 한국 Nhn의 Hangame을 볼 때 업자들은 모두 포털 사이트를 운영 인터넷 서비스를 제공하는 한 편 캐주얼 게임 사업도 함께 진행하고 있다. 자체적으로 적당한 유량(流量)을 가지고 있거나 혹은 커뮤니티의 경영과 부가 서비스로 유량을 높이려 하는 경우 모두에서 캐주얼 게임은 그 유량을 증가시키는 온라인 오락의 일환을 담당하고 있으며, 게임의 유료화를 통해 영업 수익을 얻거나 나아가 광고를 통해서 이익을 얻게 된다.

C. 특정 게임 유형으로 적합한 유저들을 모음

현재 성공한 온라인 캐주얼 게임의 예로는 바둑이나 마작 같은 게임, 두뇌 게임이 가장 많다. ‘제 삼의 물결(第三波)’의 ‘戲谷麻將館’을 예로 들면, 현재 이미 80만 명이 넘는 회원을 보유하고 있으며, 또한 빠른 속도로 ‘제 삼의 물결’의 주력 영업 항목이 되었다. 중국의 가장 성공적인 온라인 캐주얼 게임 사이트 ‘연중(聯眾)’과 ‘중국게임센터(中國遊戲中心)’ 역시 바둑이나 마작류의 게임, 두뇌게임으로 유저들의 인기를 얻고 있다. 단순하게 온라인상에서 혼자 즐기는 게임이나 다운로드를 하여 혼자 즐기는 게임은 성공 사례가 적다.

캐주얼 게임은 MMORPG의 『게임으로 유저들의 관심을 끌어 자연스럽게 게임 중에 커뮤니티가 형성』 되는 방식과 달라, 어떻게 커뮤니티를 만들고, 안정시키며, 커뮤니티 회원들의 친밀감을 증가시키는가 하는 것이 가장 큰 성공 열쇠인 것이다. 대만 온라인

MMORPG 게임 시장은 나날이 포화 상태가 되어가고 있어 게임 업자들은 새로운 시장을 찾아 수입의 출처를 넓혀 나가는 것을 비난할 수는 없다. 그러나 짧은 식견으로 ‘단기간의 이익’을 위해 시장에 진입한다면 인터넷에 수많은 무료 게임, 멀티미디어의 영향으로 성공을 거두기는 쉽지 않을 것이다. 강경한 진행으로 책략 계획하는데 악영향을 줄 필요가 없으며, 온라인상의 짧은 이익이 게임의 범위에만 국한되는 것이 아니라는 것을 주의하여 엄중히 사고하고, 회사 자체의 핵심 능력을 기르고, 커뮤니티 경영의 성공 요인을 장악해야지만 전면적인 성공을 거둘 수 있다.

6. 광고와 게임이 합작 관계를 맺게 될 것이다.

이전에 Yankee Group과 미국 Massive는 2009년 게임의 광고 시장은 약 8억 달러의 수준에 달할 것이며, 그 중의 3분의 1이 게임 형식의 광고이며 남은 3분의 2는 게임 중간에 삽입하는 광고로 이러한 광고는 게임 업자들에게 한 편당 1~2억 달러의 수익을 더해 줄 것이라고 전한 바 있다. 최근 소비자의 읽는 습관, 감상 습관이 변화하기 시작하면서 광고를 하는 방법도 이전처럼 인쇄물이나 텔레비전에 국한되는 것이 아니라 다양한 방법으로 변화되었다. 어떻게 하면 소비자의 이목을 확실하게 끌 수 있을까 하는 것이 광고주와 광고 회사의 중요 과제가 되었다. 현재의 15~34세의 남성들에게 텔레비전, 컴퓨터, 온라인, 모바일 등의 게임 관련 상품은 이미 중요한 취미(여가)의 하나로 자리 잡게 되었으며, 여성 유저들도 점점 증가하는 추세이다. 미래의 게임은 광고와 결합하여 새로운 이익 창출 방식과 합작 기회를 만들어 낼 것이다. 모든 게임 상품별 시장의 잠재 인구는 매우 광대하므로, 만약 게임을 또 다른 전달 매체로 보게 된다면 그 영향력은 실로 엄청난 것이라고 할 수 있다.

만약 광고와 게임의 조합을 두 가지 형태로 나눈다면, 그 첫 번째 형태는 광고 형식의 게임 형태이며 또 다른 형태는 게임에 삽입된 광고 형태이다.

광고 형식의 게임은 일반적으로 인터넷에서 흔히 볼 수 있는 Flash로 제작된 미니 게임으로 선전하려는 상품의 주제 혹은 관련 도안(이미지)을 바탕으로 게임을 제작하는 것이다. 예를 들어 2004년 인기를 끌었던 영화 주성치의 <쿵푸(功夫)>는 공식 홈페이지를 통해 쿵푸 유형의 미니게임을 즐길 수 있도록 제공하였다. 많은 은행, 식품 회사들 역시 이러한 홍보 방식을 취하고 있으며, 미니게임은 호환이 가능한 능동적인 선전 간판의 기능을 담당하고 있다.

게임에 삽입된 광고는 이전에 늘 토론되던 간접광고와 같은 의미이다. PC게임 혹은 인터넷 게임은 광고를 게임 배경 도안에 삽입하여 선전 효과를 전달한다. 이 때 광고주는 게임 중의 스폰서 역할을 맡아 자금을 제공하고 간단한 방식으로 게임 중의 적당한 위치에 배치되게 된다. 야구 게임을 예로 들어 게임 배경 중 외야에 위치한 간판 또는 야구 경기장 안의 자판기 혹은 컴퓨터 배치 상에 스폰서 상의 상표를 넣는 것이다. 코카콜라, 인텔 등이 자주 이러한 방법으로 합작하여 상표 선전 혹은 이미지 광고를 하고 있다.

온라인 게임, 즉 예를 들어 MMORPG 게임의 경우에는 그 게임 서버가 게임업자에게 있기 때문에 신속하게 갱신할 수 있는 이점이 있다. 또한 온라인 게임을 즐기려면 게이머들이 비교적 많은 시간을 게임에 쏟게 되므로 게임 자체가 광고 전시의 훌륭한 플랫폼이 될 수 있다. 더욱이 유저들간의 이동성(호환성)이 높아 광고주를 위해 NPC(Non-Player Character)를 만들 수도 있으며, 심지어는 게임 중에 특수 임무(퀘스트)를 설계하여 상품 혹은 마케팅 관념과 결합해 광고주와 그 상품에 대한 이해와 인지도를 높이도록 도와 유저들에게 그 상품에 대해 호감을 갖도록 하고 있다. 이러한 광고는 온라인 게임의 요금 책정 방식에도 영향을 줄 수 있는데 현행되고 있는 부분 무료 요금이 그 예이다.

간단히 말해 이러한 광고 형식으로 인해 게임 업자들은 새로운 영업 수익의 출처 혹은 게임 제작 원가를 분담할 수 있는 자금을 얻게 되고, 광고주는 새로운 광고 홍보의 플랫폼과 장소를 얻게 되는 것이다. 이처럼 광고주가 게임 업자와의 합작하여 게임을 통해 상품 정보 혹은 회사의 이미지를 유저들에게 전달하게 되고, 게임 업자는 광고를 통해 이익을 얻게 되거나 혹은 게임 제작 원가를 분담할 수 있게 된다. 현재 Tiger에서 출시한 휴대용 게임기 ‘Gizmondo’는 그 안에 광고 내용을 삽입하여, 광고에서 얻어질 수익으로 인해 게임기 가격을 낮추어 경쟁력을 높였다.

비록 광고와 게임의 조합은 막 시작되었지만, 거기서 발휘되는 실제 효과가 절대적인 성공을 보장한다고는 할 수 없다. 그러나 게임과 인터넷의 결합으로 인해 PC의 온라인 게임이나, GPRS, 3G 모바일 게임, 또한 인터넷 커뮤니티와 교류를 필수 조건으로 하는 비디오 게임(예 : XBox live) 모두 호환(교류)라는 특성과 광대한 소비자 숫자를 가지고 있기 때문에 반드시 상당히 훌륭한 매체 혹은 광고 집행 채널이 될 것으로, 업자와 광고주는 이를 잘 이용하여 새로운 경영 방식을 발전 시킬만한 가치가 있다. 이러한 경영 방식이 자리를 잡게 되면 광고주를 위해 커뮤니티를 운영하는 것이 가능하게 되며, 나아가 현금과 결합된 게임 Payment 제도가 등장하여 시뮬레이션 상품과 실제 상품의 소비가 일어나, 새로운 소비 기회가 생겨나게 될 것이다.

(자료출처 : 2005년 정보 서비스 산업 연감)

News & issue

【TGS 2005】 대만관 소식

동 경게임쇼(TGS)가 오늘 정식으로 개막했다. 이곳에 설치된 대만관 내의 게임 업체들은 풍성한 성과를 거두었다고 전했다. 처음 TGS에 참가한 소프트스타의 주력 상품인 <비천력험(飛天歷險)>은 ‘4 Gamer’등의 일본 굴지의 매체의 인터뷰 요청을 받은 동시에 게임쇼에 참가한 대형 업체들의 대리 사업을 상담(타합)하여 빠른 시일 내에 좋은 소식을 발표하게 될 것이다. 또한 이미 여러 번 게임쇼에 참가한 EASYFUN Entertainment’s (億啟)는 이번 게임쇼 이후에 <서광(曙光) Online>의 중국, 일본, 동남아 지역의 파트너를 결정하게 될 것이라고 전했다.

◆ 처음으로 게임쇼 참가한 <비천력험(飛天歷險)> 직업의 특색을 더욱 강화하다!

<비천력험>은 이번에 처음으로 게임쇼에 참가했는데, 모든 스텝들과 인테리어 도구를 대만에서 운송해 오느라 무척 힘이 들었다. 또한 게임 제작자 유가원(劉家源)씨와 소프트스타의 유명 제작자 채명공(蔡明宏)씨도 여러 매체와 구매자들에게 게임에 대해 설명해 주기위해 함께 참여했다. 유가원씨는 온라인 게임이 발전하려면 경험이 필요하므로 <비천력험>은 아직까지 경험을 쌓고 있는 중이며, 그러나 개발팀이 열심히 진도를 맞추기 위해 노력하고 있어, 10월 혹은 연말쯤에는 새로운 자료 영상을 출시할 예정이며, 그 때에는 예전에 첨부하기로 약속했던 게임 내용의 요약 이외에도 직업의 특색 부분을 조정하여 각 직업의 구분과 특색을 더욱 명확히 할 것이므로, <비천력험>을 사랑하는 유저들이라면 기대해도 좋을 것이라고 전했다.

채명공씨는 대만 게임계에 대해 대만의 자체 연구, 개발 게임이 이미 위기상황에 맞닥뜨리게 되었다고 설명했다. 과거 해외 게임 업체는 대만을 동남아 혹은 중국 시장에 진출하기 위한 하나의 발판으로 이용하였지만 현재는 이러한 지위가 나날이 약해지고 있어, 많은 대형 업체들이 직접적으로 동남아, 중국 시장에 진출하고 있다. 만약 대만의 자체 제작 게임이 이러한 국면을 돌파할 수 없다면, 본토의 게임 상품이 사라지는 것은 물론 심지어 홍콩과 같이 자체적인 서버가 없어 중국을 통해 게임을 즐겨야 하는 상황이 발생할 수도 있으며, 온라인 게임의 하위 등급으로 전락하는 것이 때문에 자체 제작 게임의 경쟁력을 높이는 것 많이 유일한 해결책이라고 그는 설명하였다. 그는 또 대만의 유저들이 자체 제작 게임(국산 게임)을 지지해 주어 연구, 개발자들에게 더욱 많은 시간을 가지고 모색과 수정을 진행 할 수 있도록 해주길 희망한다고 전했다.

이번에 소프트스타는 <비천력형>의 게임쇼 참가를 축하하기 위해 특별히 이벤트 벌이고, 최신 상품 세트인 「寵愛戀戀」을 구입하면 愛心護符(부적) 2장을 선물로 주며, 유저들은 손쉽게 게임의 최신 애완동물인 「擘啾」, 「阿尼」, 「克隆蛙」를 얻을 수 있다.

◆ 신형 광선총 출시, 영사기로도 사용 가능

게임 주변 상품의 연구 전문 업체인 Zeroplus(孕龍科技)는 「Light Gun 광선총」 및 「Motion Gun」 두 가지 신상품을 전시하고 있다. 「Light Gun」은 모니터 하단의 적외선 탐지기를 통해 광선총의 위치를 확인하는 것으로 각종 모니터는 물론 영사기에서도 사용할 수 있어 그 응용이 편리하고 광범위하다는 것이 그 특징이다. 또한 「Motion Gun」은 FPS게임을 위해 개발해 낸 것으로 광선총의 원리와 같지만, 능동적인 위치 확인 기능을 가지고 있어 게이머들이 총을 전후좌우로 이동하면 게임 화면상의 인물도 전후좌우로 움직이게 되어있으며, 모두 8개 방향으로 이동이 가능하여 매우 흥미롭다.

Zeroplus는 이 두 가지 제품은 각기 다른 플랫폼을 대상으로 하여 각각의 플랫폼의 조정장치의 기능과 융합 되어 유저들에게 한 손으로 주요 버튼을 조정하여 편리하게 게임을 즐길 수 있도록 하겠다고 전했다. 현재 이러한 칩은 이미 유럽과 미국 지역에 판매하고 있으며, 성탄절 전에는 완성품이 출시될 예정이며, 대만은 시장 규모의 한계로 인해 일정기간이 지난 후에야 제품을 들여오려는 업체가 나타날 것이라고 전했다.

◆ 귀여운 풍의 게임이 주를 이룸

소프트스타의 주력 상품인 온라인 게임 <비천력형>은 물론, '億啟數位'사에서 전시중인 <서광 Online>은 모두 귀여운 버전과 선명한 배색의 게임 화면으로 여성 게이머들의 주목을 받고 있다. 데모 게임을 즐기고 게임의 줄거리를 소개한 애니메이션을 보는 사람들도 많은 편이다. 그 중 <비천력형>은 동방의 이미지를 가진 작품으로 완상적인 배경을 가진 게임 중에서 상당히 독특한 존재라고 할 수 있다. 이러한 특색이 눈에 띄는 곳에 위치한 소프트스타의 부스에 게이머들의 발길이 끊이지 않게 하고 있다.

EASYFUN Entertainment's의 <서광 Online>은 모두가 보편적으로 받아들일 수 있는 판타지 소재의 게임으로 비록 (중문 버전이므로) 언어가 통하지 않는 어려움이 있었지만 여전히 많은 게이머들이 데모 게임을 하기위해 발걸음을 멈추었다. 그 밖에 Zeroplus가 전시한 사격 유형 게임의 대응 총형 컨트롤 기기(對應槍型控制)와 스타일이 다른 업체와 확연히 구분되고, 온라인 게임이 아니라는 점에서 게임을 더욱 손쉽게 진행 할 수 있으며, 그 게임 내용도 일반 게임에 비해 비교적 찾아보기 힘든 이유로 데모 게임을 하는 게이머들의 발길이 끊이지 않았다.

◆ 만족스러운 대외 노출도

매년 같은 위치인 대만관은 올해도 변함없이 인적이 비교적 드문 1, 2, 3관에 자리하고 있다. 기본 관객이 다른 곳에 비해 비교적 적고, 거기에 ‘그라비티’와 ‘건호’ 양대 온라인 게임 업체가 무대의 화려한 조명, 음악 효과, 신작의 매력으로 관객을 모두 끌어들이고 있어, 이것이 대만관의 인기를 절감하게 하는 원인으로 작용하고 있는 것일 지도 모른다. 그러나 대만관 정면의 빈 공간에 관객과 게이머들의 이목을 끌만한 애니메이션이나 다른 효과를 설치하지 않은 것 역시 다량의 인기를 끌지 못한 원인 중의 하나일 것이다.

그러나 전체적으로 볼 때, 게임의 대외 노출도는 관찮은 편으로, 지속적으로 관련 대리 업체의 관심을 받고 있다. 또한 현장에서 데모 게임을 즐기는 게임군 역시 기타 구역과는 달리 여성이 많은데 이는 비록 남성 게이머들의 수가 더 많지만 귀여운 이미지의 게임이 여전히 여성 게이머들의 이목을 끌 수 있다는 것을 보여준다.

올해 동경게임쇼에 참가한 업체는 소프트스타(大宇資訊), EASYFUN Entertainment’s (億啟), Zeroplus(孕龍科技)로, 대만관의 규모와 인기는 위축된 상황이다. 그러나 소프트스타는 자체 제작 온라인 게임과 모바일 게임을 열심히 홍보하고 있으며, 또한 일본 현지의 전문 매체와 업체의 상당한 호응을 얻고 있다. 다가올 1년 동안 대만 자체 제작 게임이 자신의 특색을 찾아 한국 게임에 대해 경쟁력을 가지게 될 수 있느냐 하는 문제가 내년 게임쇼의 대만관 규모를 결정지을 것이다.

GNN 신문 사이트 9. 18

<http://gnn.gamer.com.tw/4/21254.html>

GameBase 신문 사이트 9. 18

http://news.gamebase.com.tw/news/count.jsp?news_no=20685&category=news

난관에 부딪힌 대만의 자체 제작 게임

대만 게임 업자들의 최대 곤경은 경쟁 장소가 대만에 국한되어 있는 것이다. 비록 모두들 중화권 시장이 잠재력이 있다고 얘기하지만 현실에서는 대만 자체 제작 게임을 중화권에 수출할 수 있는 경우는 많지 않다. 자체 제작 게임의 부족으로 지관(智冠), 소프트스타 및 와이 등의 업체들은 모두 대리하고 있는 외국 게임으로 해외 시장에 진출하고 있다.

17년 동안 게임 업계를 경험해온 소프트스타는 자체 제작 게임이 성공하기 위해서는 많은 여건이 필요하며, 그 중 하나라도 부족해선 안 된다고 전했다. 한 팀의 연구, 개발팀을 조직하고, 입소문을 만들고, 인기가 높은 상품이 탄생하기까지는 4년 이상의 시간이 필요하다. 첫 해에는 연구, 개발팀의 의기를 투합하고, 친밀감을 배양하는 시기이며, 두 번째로 개발팀을 확실하게 조직하여, 세 번째로 게임의 개발이 성숙한 단계에 이르러 마지막으로 좋은 게임이 탄생하게 되는 것이다. 소프트스타의 황문상 대변인은 ‘대만의 게임 회사는 아직까지 두 번째 단계에 머물러 있다’고 지적했다.

문제는 많은 투자자들이 회사의 이익을 위해서 하나의 연구, 개발팀이 튼튼히 서 갈 때까지 기다리지 못한다는 것이다. 적지 않은 투자자들이 중도에 연구, 개발 계획을 중지시키고, 또는 주식에 상장된 회사는 이익을 취하려는 압력으로 급하게 신작을 출시하기도 한다.

대만 업자의 자체 제작 게임을 논하기 위해서는 이전에 대만과 중국을 뒤흔든 2D온라인 게임 <김용군협전>을 얘기하지 않을 수 없다. 이 게임은 대만과 중국에서 동시 접속자 10만 명의 기록을 세운바 있다. 이 개발팀은 ‘China Gamer(中華網龍)’을 설립하여 매년 한 주당 10여 원의 이익을 남겨, 모 기업인 지관에게 ‘황금알을 낳는 거위’로 불리고 있다.

그러나 ‘China Gamer’는 2년 전의 빛나는 성과를 거둔 이후 별다른 발전을 거두지 못하고 있다. 비록 힘겹게 자체 제작 게임의 노선을 걸어가고 있지만, 3D게임 <동방전설(東方傳說)>과 시장의 기대가 높았던 <김용군협전2> 역시 이상적인 성과를 거두지 못하고 있다.

China Gamer를 제외한 와이, 감마니아 역시 자체 제작 게임을 매우 중요시 하고 있다. 게다가 와이는 대만, 사천, 북경에 연구, 개발팀을 가지고 있다. 와이의 자체 제작 게임인 <철혈삼국지(鐵血三國志)>의 개발 과정에서 겹겹의 고난을 겪었으며, 감마니아의 자체 제작 게임의 대표작은 <선모도(仙魔道)>로 이 역시 류백원 CEO의 요구가 너무 높아 벌써 여러 번에 걸쳐 처음부터 다시 제작할 것을 요구했으며, 연구, 개발 주임을 교체했다. 이런 과정 가운데 원래 시장에서 전도가 좋은 조짐이 있던 게임이 오히려 다른 업체들의 3D대작에게 그 기회를 추월당하게 되는 일이 발생하였다. 대만 업자들의 빨리 일을 완성시키려는 조금한 상황에 빠져들게 되어, 게임의 출시일을 계속 연기해 게임 내용을 강화하여 미래의 경쟁에 대비하길 희망하고 있다. 또 다른 방면으로 일단 신작 게임이 출시되면 막대한 마케팅 예산이 들어가야 하기 때문에 업자들은 확실한 보장이 없는 무모하게 진행하지 않으려 하고 있다. 이러한 결책으로 인해 만약 성공하지 못하면 회사의 근본이 흔들리게 되므로 신중을 기하지 않을 수 없는 것이다.

야후 신문 사이트 9. 16

<http://tw.news.yahoo.com/050916/19/2b0ew.html>

News & issue

Chinese Gamer (中華網龍)의 신작 《飄流幻境 Online》

중 화왕롱(China Gamer)의 최신작<표류환경(飄流幻境) Online>의 공식 사이트가 오늘 정식으로 오픈하였다. 이 게임은 2D 귀여운 버전 MMORPG 게임으로, 고대문명을 배경으로 하고 있어, 신비한 마야 문화, 이스터섬의 인면석상 및 각종 흥미진진한 미스터리 사건 등이 게임 안에 포함되어 있다.

<표류환경 Online>의 클로즈 베타 서비스는 10월 하순부터 시작될 예정이며, 오늘부터 9월 26일까지 공식 홈페이지에서 회원 모집 활동을 진행할 예정이다. 중화 게임 사이트의 회원이라면 이벤트 페이지의 문답을 거쳐 디지털 카메라, 핸드폰 액세서리와 액세서리 세트, USB 드라이브 등의 경품을 받을 수 있는 기회를 얻게 된다.

◆ 무인도로의 조난, 스스로 의식주를 해결하라!

게임은 한 척의 배가 조난을 당하면서 시작된다. 의외의 사고를 당한 사람들은 이름도 알 수 없는 무인도로 표류해 온다. 순식간에 다른 공간으로 오게 된 유저들은 아무것도 없이 스스로 의식주와 교통수단 등을 무인도 곳곳에 있는 자원을 수집하여 ‘합성’과 ‘제작’의 두 가지 방식으로 스스로 만들어야 한다.

<표류환경 Online>중 교통수단의 제작은 상당히 중요하다. 유저들은 반드시 무인도에서 취득한 물자를 이용하여 연구, 제작 작업을 진행해야지만 먼 곳으로의 탐색작업이 가능해 진다. 또한 탐색 영역이 넓어지면서 더욱 많은 새로운 퀘스트가 나타나게 된다.

◆ 여러 종류의 캐릭터 의상.

이 게임에는 12 종류의 다른 직업을 가진 캐릭터가 있는데 그 중에는 곳곳으로 유랑하는 여행자 ‘다니엘(丹尼爾)’, 성격이 온유하고 우아한 부잣집 딸 ‘니나(妮娜)’, 일본 전통 가정 출신의 ‘紺野鶴子’ 및 열심히 사람을 돕는 우편배달부 ‘엘리스(愛麗絲)’등이 있다. 성격이 각각 다른 캐릭터 외에도 여러 종류의 의상을 준비하여 유저들이 자신의 취향에 따라 의상을 바꿀 수 있도록 하였다. 동물 가죽 의상, 닌자 의상, 마법사 의상, 로마 전사 의상 등이 있으며, 또한 자신이 좋아하는 특성과 능력을 골라 주인공에게 분배 할 수 있다.

<이미지 자료>



GNN 신문 사이트 9. 14

<http://gnn.gamer.com.tw/9/21229.html>

게임 순위

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	真・三國無雙 4 猛將傳	PS2	KOEI
2	NARUTO うすまき忍伝	PS2	BANDAI
3	Super Robot Wars α 3	PS2	BANPRESTO
4	Super Robot Wars 大戦 J	GBA	BANPRESTO
5	戰國 BASARA	PS2	CAPCOM
6	FREESTYLE	PC	Joy City Entertainment
7	Tales of Legendia	PS2	NAMCO
8	零 ~ 刺青の聲 ~	PS2	TECMO
9	GRANDIA III	PS2	GAME ARTS
10	환상삼국지2	PC	宇峻奥汀
11	Cross Gate Ver4.0	PC	SQUARE ENIX
12	진.삼국무쌍4	XBOX	KOEI
13	BLEACH 死神 ~ 獲選之魂 ~	PS2	SCE
14	Dungeon Siege II	PC	Gas Powered Games (GPG) Corp.
15	기동전사 건담 SEED DESTINY ~ GENERATION of C.E. ~	PS2	BANDAI
16	Castlevania : Dawn of Sorrow	NDS	KONAMI
17	The Sims 2 Nightlife	PC	Maxis
18	Jump Super Stars	NDS	任天堂 / 集英社
19	봉신(封神) 2 : 선계전(仙界傳)	PC	
20	MotoGP4	PS2	NAMCO



▲ 열혈강호



▲封神2 : 仙界傳



▲ 信長の野望 Online

【 온라인 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	FREESTYLE	PC	Joy City Entertainment
2	Cross Gate Ver4.0	PC	SQUARE ENIX
3	封神2 : 仙界傳	PC	
4	EverQuest II	PC	Sony Online Entertainment
5	Lastworld	PC	NAKO
6	열혈강호 온라인	PC	Mgame / KRGsoft
7	天方夜譚Online	PC	唯晶科技
8	Battleground Europe	PC	Cornered Rat Software/Playnet Inc.
9	KING of KINGS 2	PC	雷爵
10	Maplestory	PC	Wizet
11	Yogurting	PC	Neowiz / NTix Soft
12	Trickster	PC	Sonori
13	난무삼국(亂舞三國)Online	PC	松崗
14	소림기전(少林傳奇) Online	PC	玩酷
15	PangYa	PC	NTREEV SOFT
16	Elysium Online Ver. 4.0	PC	와이
17	Seal Online	PC	Sunny YNK / GRIGON
18	信長の野望 Online	PC	KOEI
19	TANTRA Online	PC	한빛 소프트
20	김용군협전 온라인 2.0	PC	中華網龍



▲ 亂舞三國
Online



▲ 삼국영웅전
군웅쟁패



▲ 神武Online

출처 : 게임 전문 사이트 바하무트 <http://www.gamer.com.tw>

<참고자료 : 대만 아케이드 게임>

대만 정부는 최근 국내 디지털 오락 산업을 중요시하여, 산업계, 정부, 학계의 공동 노력을 유도하여 이러한 산업의 시장 경쟁력을 높이는데 노력하고 있으며, ‘산업의 규모화, 인력의 국제화, 제품의 정밀화’ 목표를 실현해가고 있다.

(1) 산업 현황과 발전

사실상 상용 게임기 산업(아케이드 게임기 산업)은 일찍이 1980년대 초에 발전을 시작하여 오늘에 이르렀는데, 그 동안 사람들의 여가, 오락 방식을 크게 변화 시킨 것은 물론, 새로운 소비 요구를 창조해 내고 나아가서는 산업 발전의 초석을 다져 최근 게임 산업의 쾌속 혁명에 이르게 된 것이다.

비록 정부의 제한과 불경기의 영향을 받았지만 국내 전자 게임 시장은 여전히 매년 NT\$85~110억의 시장 규모를 유지하고 있다. 이는 국민의 여가(오락)시간이 증가하고, 생활 가치관의 변화로 여가(오락)의 필요성이 점점 높아지고 있음을 보여준다. 또한 연구 자료에 의하면 미국 가정은 여가(오락)에 5,000억 달러를 지출하고 있는 것으로 나타났다. 이는 GNP의 5.4%를 차지하는 것으로 심지어는 의료비 및 의복 구입비용을 초과하여 여가(오락) 산업의 전도가 매우 낙관적임을 보여주고 있다.

현재 대만 내에는 공신력을 가진 업체나 학술 기관에서 아케이드 시장 규모에 대해 조사한 통계자료가 없는 실정이다. 이러한 연고로 Global-DFC Intelligence 연구기관이 전 세계 게임 시장 규모에 대해 진행한 통계자료를 참고하여 2003년~2008년 전 세계 아케이드 시장 규모 추세 변화를 관찰한 결과 아케이드 시장은 해마다 안정된 성장을 거듭하고 있으며, 2004년 시장 규모는 258억 달러에 달할 것으로 예상되며, 그 성장률은 약 11.21%로 예상된다.

대만 전자 산업은 전 세계 대리 가공의 요지로 관련된 게임 업체 시스템이 완전하여, 충분한 물자와 우수한 소프트웨어 인재를 제공할 수 있어, 상용 전자 게임기 상품은 가격에서는 물론 그 품질 또한 상당한 국제 경쟁력을 갖추고 있다. 전자 산업 공회의 평가에 의하면 대만 상용 전자 게임기의 업체 수는 모두 660여 개이지만, 시장 경쟁이 치열하고 또 온라인 게임의 분할 아래 대다수의 업체들이 지속적으로 경쟁력을 유지하기 위해 해외 시장 개척과 다른 플랫폼의 게임 개발에 그다지 공을 들이지 않고 있는 실정이다. 그러나 이러한 치열한 경쟁 속에서 국제적인 마케팅 능력과 게임 상품을 연구, 개발 할 수 있는 능력, 플랫폼을 초월 할 수 있는 능력을 가진 업체만이 진정한 승자가 될 수 있다.

상용 전자 게임기는 총칭식의 산업으로 그 안에는 시뮬레이션 유형, 익지류(두뇌게임) 유형 및 오락 유형의 게임기를 포함한다. 비록 사용되는 소프트웨어의 기술은 비슷하지만 전자 게임장에서만 이 같은 게임기를 설치할 수 있도록 법으로 정해놓고 있다. 그러나 세 가지 소비자층은 서로 다르고, 법률 규정도 달라 그 제공하는 오락 효과도 다르다. 때문에 게임 설계 개념과 시청각 효과를 전달해주는 주변 기기 역시 큰 차이를 보이게 된다. 또한 세 가지 업종의 경기 흐름과 보조도 달라 동일한 업종에 있는 업체도 단일 기종만을 개발하는 업체가 있는 한 편 여러 종류를 개발하는 업체도 있다. 정부의 위험과 시장 경기가 당시의 시장 규모를 결정짓지만, 게임기(상품)의 시장 경쟁력이 시장 점유율을 결정하는 주요 요인이다. 정부가 담당하게 될 강력한 위험 부담을 완화하기 위해 영역을 초월 할 수 있는 연구, 개발상이 비로소 장기적인 경쟁력을 가지게 된다.

현재 경제부 공업국, 자책회, 디지털 콘텐츠 사무실은 이미 시뮬레이션 게임기 및 익지류(두뇌게임) 게임기의 방대한 시장 잠재력 및 오락적인 매력을 인식하여 업자들을 결함하여 산업 전반에 걸친 장기 건전 발전 계획을 세웠으며, 또한 디지털 여가 오락 산업으로 독립 발전시켜 협회의 성립과 법령의 개정을 통해 앞으로 독립적으로 디지털 여가 오락관을 경영하는 것은 물론 관련 상품의 경영을 점차 공개화, 제도화하여 대만 내의 수요 시장에 새로운 국면을 열고, 또 산업 이미지 상승 및 산업 가치의 약진에 도움을 주려 한다.

오락류의 게임기는 현재 전 세계 정부 관리 정책은 진보되어가는 추세로, 대다수의 국가들이 이에 대해 명확한 법령을 제정해 놓았거나 입법 규범을 시범적으로 시행하고 있다. 미국, 일본 등의 선진 국가는 이미 오락 게임 산업을 AWP(Amusement With Prize, 일본의 동전(모형) 주입식 게임기 Medal Game) 상품 및 Casino 상품으로 분류하였다. 전자는 상품 교환권 형식으로 오락적인 성질이 높고, 개발 및 경영상의 위험도가 낮으며 시장 범위도 넓어 점차 많은 업체들이 시장에 진입하여 양질의 제품을 제공하고 있다. 세계 적으로 지명도가 높은 업체인 SEGA사와 NAMCO사는 아케이드 게임 시장에서 중요한 위치를 차지하고 있다.

카지노 상품은 박혁류(博奕類 : 바둑이나 장기, 포커 같은 게임)에 속하는 것으로 상품 설계 및 경영에 현지 특수 법령 혹은 규범의 엄격한 제재를 받으며, 대다수는 특수 사업으로 구분되어 자격증 (허가증)을 받아야 한다. 국내의 「樂彩」 회사에서 경영하고 있는 로또 상품이 이러한 종류에 속한다. 이러한 상품을 경영하기 위해서는 현재의 좋은 정책과 방대한 자금이 필요하며, 높은 위험성을 감당할 수 있어야만 하므로 중소기업에게는 적합하지 않다. 합법적으로 경영하고 있는 AWP상품 시장이 생기고, 대만 업자들이 민첩하게 반응하여 현지의 법령 구조와 변화추세를 살펴, 임기응변능력과 개발능력을 기른다면 현지 시장 수요에 맞는 게임을 개발해 낼 수 있으며, 막대한 이익과

외환을 얻게 된다. 또한 오락류의 게임기는 전 세계의 방대한 AWP시장을 가지고 있으므로, 업자들은 강대국 사이에서 국제 경쟁력을 자랑할 수 있는 기회를 얻게 된다.

현재 대만에 상용 아케이드 게임기를 개발, 생산하는 업체는 약 10여 개로, 이 중에 해외 시장의 마케팅 능력을 가진 업체는 3개 업체에 불과하다. 상업용 아케이드 게임기를 제조, 조립하는 업체는 약 100여 개로, 그 중에 대부분이 국내, 중국, 홍콩 등 중화권 시장을 대상으로 경영되고 있으며, 전 세계 시장의 경쟁에서는 대다수의 업체가 전향 혹은 경쟁력을 유지하지 못해 점차 그 점유율을 잃어 다른 업체에게 기회를 빼앗기는 것이 대부분이다.

그 밖에 대만 상용 게임기 산업의 경쟁력에 영향을 주는 요인으로서는 복제 예방 기술을 꼽을 수 있다. 하나의 게임이 세계 시장에서 성공적으로 판매되려면 우수한 복제 예방(방지) 기술로 보호를 해주어야 한다. 만약 그렇지 않으면 상품의 시장 점유율에 영향을 주게 된다. 이러한 이유로 가장 좋은 것은 역시 스스로 게임 소프트웨어를 개발하고, 하드웨어의 복제 예방 기술을 강화하는 것이며, 특별히 전속 칩을 설계하여 복제를 막도록 해야 한다.

(2) 아케이드 게임기의 발전 추세

대만 업체는 조기에 외국 게임기를 수입하여 제조 기술을 연구하였고, 부분 업자들은 외국 업체들과 합작의 기회를 통해 자체 개발 능력을 습득하여 스스로 게임기를 개발해 국제 시장에 판매하기 시작하였다. 국내 업자들의 게임기 제품 품질과 창의력, 수준은 끊임없는 시험과 경쟁을 통해 상당히 높은 수준으로 발전되었다.

대만은 지형적인 특징으로 인해 환경의 제한을 받고 있어, 산업 구조도 수출이 주가 되어왔다. 최근에는 온라인 게임의 발전으로 인해, 게임 산업도 천천히 다중 온라인 게임기, 고해상도 게임 플랫폼, 3D 애니메이션 플랫폼, 터치스크린과 PC Base 플랫폼 등 고수준의 상품을 개발하는 쪽으로 그 포커스를 맞추고 있다. 이러한 것은 게임 상품의 기술을 높여줄 뿐만 아니라 기술 발전에서부터 다른 주변 효과를 파생시킨다. 예를 들어 '스티커 사진기'나 'DDR'은 아케이드 게임 업자들이 기술을 높인 후에 개발해 낸 제품으로, 대만의 아케이드 업체들 역시 적극적으로 점을 봐주는 기계, 바둑 훈련기 등의 신기종 개발에 힘쓰며, 시뮬레이션 시장의 마케팅 모델을 계획하고 있다. 이러한 계획들이 실행에 옮겨지게 되면 아케이드 게임 시장의 새로운 성장을 가져올 것이다.

(자료 출처 : 'ASTRO'사 2004, 5월분 공개설명서,
'INTERNATIONAL GAMES SYSTEM' 6월분 공개설명서)