

▶ 2007 중국 게임산업 통계 (요약)

(17173제7회중국온라인게임시장 조사보고2007년)

조사배경

2007년1월17일-18일에 개최된 제3회 중국게임산업년회에서 발표한 <2006년도중국게임산업보고>에 의하면 2006년 중국 온라인게임 고객수는 3112만명에 달해 2005년보다 18.5%증가되었다고 한다.

Iresearch자문이 발표한 <2006년중국온라인게임시장연구보고>에 따르면 2006년 중국 온라인게임 시장운영업체 수익규모는 76.8억위엔이며 년 증장율은 60%에 달해 지속적인 고성장을 유지하였다고 전했다. 중국 게임산업은 이미 현재 가장 발전 잠재력이 있는 창의산업 중의 하나로서 그 시장은 이미 가장 발전잠재력 있는 시장으로 국제상의 인정을 받고 있다.

게임사업위원회와 17173이 공동으로 전개한 <2006년중국온라인게임개발력조사보고>에 따르면 2006년도 전국 범위 내에서 온라인게임 자체개발 상품 수량이 218개로서 2005년의 192개보다 26개 증가하였으며 증장율은 13.5%에 달했다고 한다. 2006년 중국온라인게임 연구개발력 조사통계에 의한 개발 인력은 총 13908명으로서 2005년의 12455명보다 1453명이 증가하였으며 증장율은 11%증가하였다. 그 중에서 성도지역, 강소절강지역과 광둥지역이 각각 48.668%, 47.21%, 14.65%의 증장율로 저국 각지 산업 종사자 증장속도가 앞자리를 차지했다.

<2006년도중국온라인게임시장조사연구보고>에 따르면 중국 국내 온라인게임 고객중 학생 비중이 15.3%를 차지하고 수입이 없는 게이머수가6%, 기타 78.7%의 수입이 있는 들의 1인당 평균 월수입은 1683.7위안이며 국내 온라인게임 고객들의 평균 연령은 23.6세인데 그중에서 19-25세의 게이머수가 50%좌우를 차지했다고 한다. 온라인게임 고객들의 학력 수준 차이는 크지 않은데 대전 및 본과학력의 게이머수가 약간 많은 편이다.

3개 권위기구가 발표한 조사보고들 통해 중국 온라인게임 운영수단이 부단히 개선되고 온라인게이머 단체가 급속히 확장함에 따라 2007년의 중국 온라인게임산업도 계속 고속 발전하고 부단히 완벽화되는 추세를 유지할 것임을 예측할 수 있다. 세계 최대 온라인게임포털사이트인 www.17173.com은 iresearch자문과 공동으로 광범한 게이머들과 게임업체들의 지원과 주목 속에서 2007년도 제7회중국온라인게임시장조사를 완성하게 되었다. 이번 조사는 온라인 설문조사, 메시지투표 및 오프라인 조사연구 등 방식을 통해 mmorpg게임, 캐주얼게임, 바둑 포크류 게임 등을 포함한 각종 유형의 게임상품의 내용, 화면,

기술, 시장인지도 그리고 중국 온라인게임 운영업체와 대리업체의 현황 및 고객 서비스 상황, 중국 온라인게임 고객들의 인터넷행위 등에 대해 상세한 수치 조사와 분석을 진행했다.

보고 개요

- 중국 온라인게임 고객 중 학생과 IT업 종사자가 가장 많은데 각각 19%와 10%를 차지하였다.
- 온라인게임 고객층은 19-35세 사이 젊은이들이 대부분을 차지하는데 그 중에서 20-29세 연령층의 고객이 고객총수의 60%를 차지한다.
- 대학을 졸업한 고객수가 총 고객수의 59%를 차지한다.
- 여성게이머가 약 45%를 차지한다.
- 연해지역의 온라인게임 고객수가 중서부 지역을 훨씬 초과하였는데 광둥, 절강 감소와 상해 지역이 각각 1,2,3위를 차지하였다.
- 온라인게임 고객 중 텔레콤 서비스들 이용하는 고객이 38%로서 제일 많으며 그다음으로 CNC가 23%, 티에통(铁通)16%
- 게이머들의 게임시간은 주로 18시~24시 사이에 집중되며 대부분 게이머들이 게임시간을 6시간을 넘지 않는다.
- 게이머들이 한 개 게임에 대한 관심이 일반적으로 1~2년 좌우 유지되는데 2년이상 한 개 게임을 이용하는 고객수가 겨우 12%밖에 안된다.
- 집은 온라인게임 고객들이 게임하는 주요 장소이며 PC방 고객은 겨우 12%밖에 안된다.
- 서버 선택 요소는 비교적 균일한데 지역, 속도 등 각종 요소는 모두 고객들의 선택에 영향을 준다.
- 온라인게임고객들이 게임하는 주요 목적은 오락으로 30%를 차지하며 그다음으로 친구 사귀기, 지력 단련과 수익창조 등이다.
- 게임 조작 난이도는 고객이 게임을 선택함에 있어서 가장 많이 고려하는 부분인데 23%를 차지한다.
- 게이머들이 한 개 게임을 포기하는 주요 원인은 대부분 개인요소들인데 예를 들면 시간소모가 너무 많거나, 가족의 반대 등이 있다. 하지만 주위 친구들이 게임을 하지 않는 원인은 비교적 다양한 것으로 나타났다.
- 전문 게임사이트는 고객들이 게임정보를 접하는 직접적인 경로인데 전체 경로의 48%를 차지하며 포럼, 잡지, PC방 등이 겨우 10%좌우를 차지한다.
- 캐주얼게임과 스포츠게임은 온라인게임 고객들이 가장 많이 다운받는 모바일 게임 유형이며 모바일 게임 다운 경험이 전혀 없는 고객이 약 전체 고객의 12%를 차지한다.
- 온라인게임 고객이 사용하는 모바일 브랜드들 보면 삼성이 22%, sony ericsson

21%, Motorola와 nokia 15%를 차지한다.

- 52%의 고객이 자신의 DIY컴퓨터를 사용한다.

65%의 고객이 Intel 칩을 사용하며 32%의 고객은 CPU의 성능이 게임에 대한 영향이 아주 중요하다고 생각한다.

- 컴퓨터가 자주 바이러스를 먹는 고객이 40%, 바이러스 방지 시스템을 전혀 사용하지 않는 고객이 겨우 10%

- 온라인게임이 때문에 일정한 정도 손해가 있다고 생각하는 고객 72%, 아무런 보호 조치들 취하지 않는 고객이 24%

- 현재 대부분 온라인게임 고객들의 월 평균 소비가 100위엔 좌우인데 이들이 실제로 원하는 월 소비 수준은 이 수치보다 작다.

- 사이버 아이템 거래 경험이 있는 고객이 85%, 이러한 거래 방식을 반대하는 고객 9%

- 게이머들이 게임소비는 대부분 자체부담 또는 부모로부터 얻게 되는데 총 게이머수의 74%를 차지한다.

- 게이머들이 구매하는 게임 주변상품이 비교적 분산되어 있는데 각종 물품이 모두 10%이상의 고객시장을 가지고 있다.

- 시간에 따른 비용 계산은 여전히 게이머들이 가장 선호하는 수금모델이며 아이템 모델을 선호하는 고객은 겨우 7%이다.

- 게이머들이 가장 선호하는 게임 유형은 MMORPG31%, 격투/사격24%, 전략류17%, 스포츠/음악9%, 모험/육성/지력5%

- 게이머들이 가장 즐기는 게임활동은 자체로 임무와 경험을 설계하는 것이다.

- 게임과 기타 산업 사이의 협업을 지원하는 게이머가78%를 차지하는데 그 중에서 42%는 아주 찬성한다고 한다.

- 투더우, 17173, 56는 온라인게임 고객들이 가장 많이 사용하는 동영상 사이트이다.

- 코미디류 온라인게임은 고객들이 가장 선호하는 동영상유형으로서 전체 게임종류의 32%를 차지하며 그 다음으로 음악 MV가 28%, 액션기술 25%, 스토리류15%.

- 동영상에 출현하는 광고방식을 접수하는 고객이 52%, 상관없다 25%, 반대자수 23%.

- 자신을 홍보하기 위해 게임 동영상을 제작하는 고객이 43%, 기념으로 남기거나 경험교류가 각각 22%와 20%를 차지하며 위박 제작이 15%를 차지한다.