

## 온라인 게임산업 보고 - 온라인게이머 관심도 분석②

2007년 1월 ~ 6월

출처 : Baidu

### (3) 10대 다중접속역할수행(MMORPG) 온라인 게임



- 기존 게임의 관심도 및 게이머 층 모두 안정적



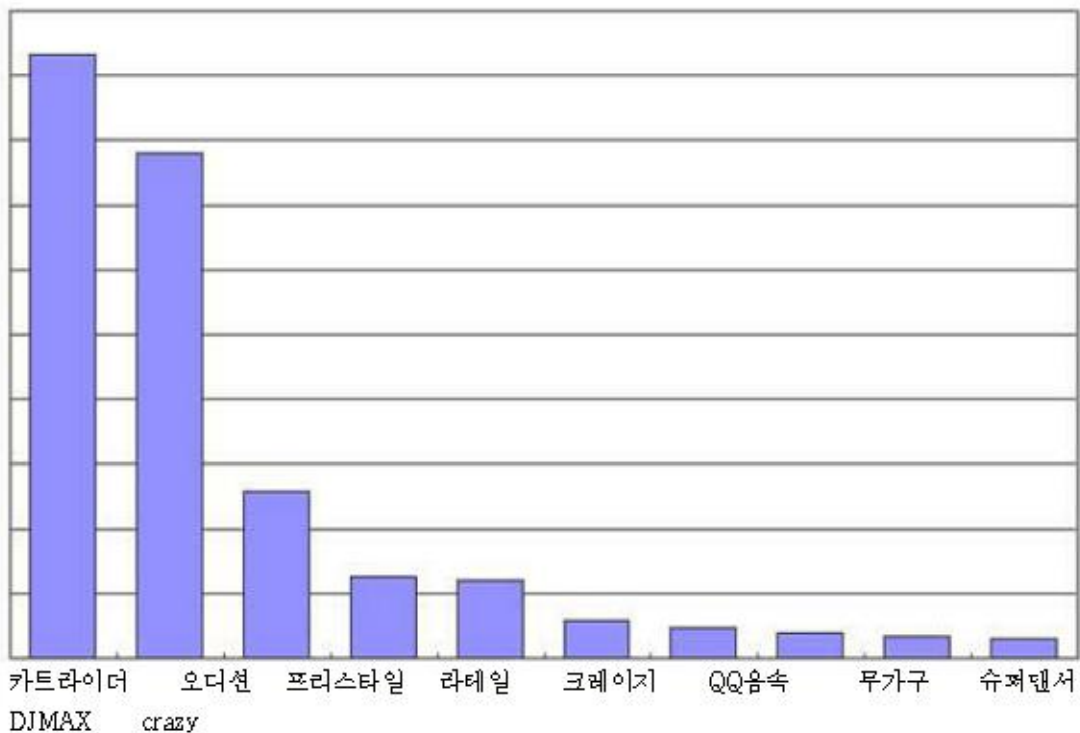
그림 1 : “워크래프트” 게이머 관심도 지수



그림 2 : “몽환서유” 게이머 관심도 지수

위의 두 표는 최근 2년간 온라인게임 운영 시간이 가장 길고, 가장 인기 있었던 온라인 게임으로 모두 대형 다중접속역할수행(MMORPG) 류의 온라인 게임이다. 2007년 하반기에 “워크래프트(WOW)”는 여전히 현 시장점유율을 유지하였으며, 관련 자료집을 발표함으로써 게임에 대한 관심도가 성장했을 것으로 예측된다. 또한 “몽환서유”는 2007년 하반기에도 2006년의 발전을 이어갈 것으로 보이나 발전 속도는 다소 느려질 전망이다.

#### (4) 10대 온라인 캐주얼 게임



- “리더급” 캐주얼 게임 출현, 캐주얼 게임 경쟁

2007년 상반기, 게이머들의 가장 많은 관심을 받은 온라인 게임은 “카트라이더”, “와우”, “오디션”이다. 그 중 “와우”만이 대형 MMORPG게임이고, “카트라이더”와 “오디션”은 모두 온라인 캐주얼 게임이다. 전체적 게이머 관심도를 보면 10위권 순위 중에는 이 두 개의 캐주얼 게임밖에 없다. 그러나 리더급의 캐주얼 게임은 기존의 MMORPG가 맡아온 선두 자리를 빼앗았다고 할 수 있다.

같은 소재의 온라인 캐주얼 게임이 너무 많아, 온라인 캐주얼 게임시장의 경쟁이 심해졌다. 레이스 종류의 온라인 캐주얼 게임만 해도 현재 “카트라이더”, “crazy kart”, “CTRacer”, “RAT CITY”, “CRAZY RIDER” 등이 있다.

### (5) 10대 온라인게임 다운로드 순위



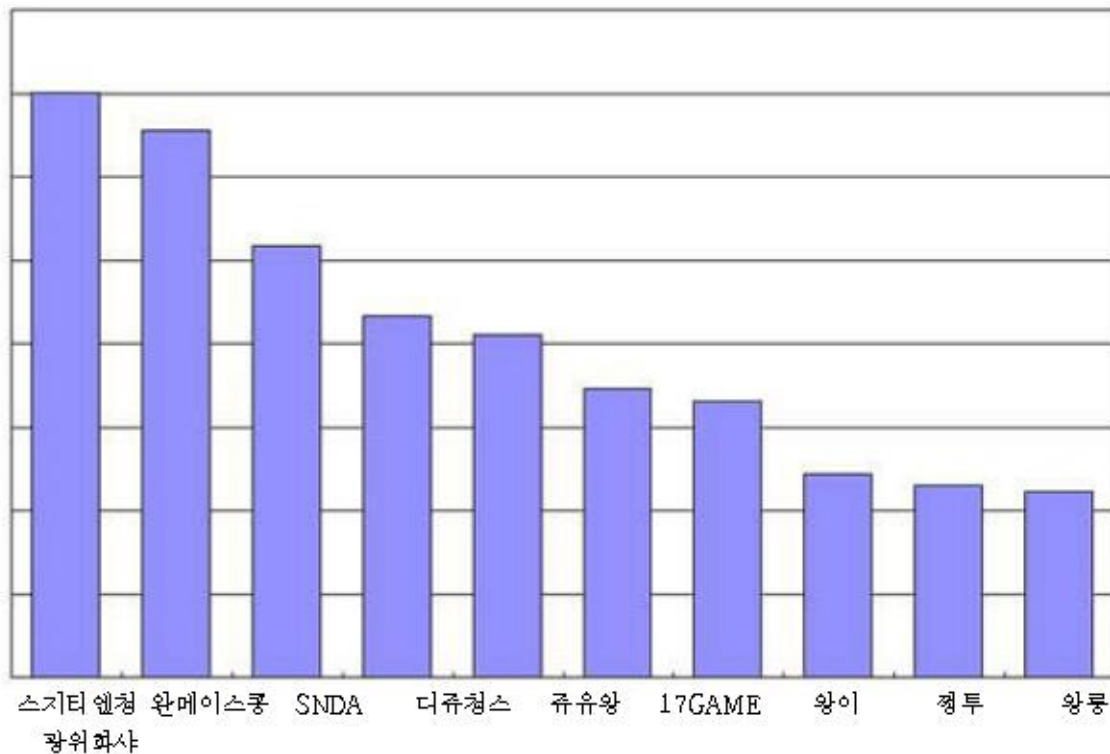
#### ● 게임 클라이언트 용량이 적고, 새로 출시된 온라인 게임 인기

온라인게임 다운로드 량이 가장 많은 10개의 게임 중, “카트라이더”와 “오디션”은 각각 캐주얼류 게임 다운로드 총량의 23%, 22%를 차지하였다. 또한 후반 순위를 차지한 온라인 게임도 모두 게임 클라이언트 용량이 적은 게임 위주이다. 따라서 게임을 출시 할 때, 클라이언트 용량 또한 매우 중요하게 고려해야 할 사항이라고 할 수 있다. 게임 다운로드 순위 TOP10 게임의 클라이언트 용량은 평균 539MB이고, 클라이언트 용량이 최소인 게임은 “크레이지 아케이드”로 45.84MB이

다.

순위에서 “천룡팔부”, “주선”도 많은 사람들의 관심을 받고 있음을 알 수 있다. “천룡팔부”는 2007년 1월 테스트를 시작하여, 2007년 4월 공개 테스트를 거쳤다. 또한 “주선”은 2007년 4월 내부 테스트, 2007년 5월 공개 테스트를 거쳤다. 온라인게임 다운로드에 있어 이 두 게임의 출현은, 한 측면으로 새로운 온라인게임에 대한 게이머의 다운로드 요구조건을 보여주고 있다.

#### (6) 게이머의 관심을 가장 많이 받는 온라인 게임 회사



#### ● 게이머 각도: 게임 브랜드 = 기업 브랜드

2007년 상반기, 가장 관심을 모은 온라인 게임 회사 중 스티디엔칭은 인기 온라인 캐주얼 게임 “카트라이더”를 기반으로 1위를 차지했으며, “정도”의 운영 업체인 쟁투 온라인도 게임 한 개를 기반으로 순위를 차지했다. 게임회사에 대한 게이머들의 관심은 여전히 주로 게임에 의해 생겨난다고 볼 수 있다. 쟁투 온라인 회사는 최근 두 번째 신작 온라인 게임 “거인”의 공개 테스트를 진행할 것이라는 소식을 발표하였다.

#### (7) 온라인 게이머 분포 분석

Baidu가 조사한 297개의 온라인 게임 중, 게임 종류에 따른 게이머 분포는 다중 접속역할수행(MMORPG) 게임류가 전체 게이머의 56%, 캐주얼 게임류가 40%, 온라인 보드 게임류가 4%를 차지하고 있다. 온라인 보드 게임은 필요로 하는 지식 범위가 좁고, 요구사항이 적으며 간단한 게임이기 때문에 사용하는 게이머가 비교적 적은 편이다.

게이지불방식에 따른 게이머 분포를 보면, 무료게임이 84%(그 중 클로즈테스트 게임, 오픈테스트 게임이 전체 무료게임의 7%와 15%를 차지), 유료게임이 13%, 부분 무료게임이 1%를 차지하고 있다. 2006년은 온라인 게임 무료운영이 점점 안정적으로 운영된 한 해였으며 2007년 상반기 온라인게임은 유료운영(시간에 따라 카드 사용으로 요금 지불) 발전에 중점을 두던 것에서 이미 무료운영(사이버 상에서의 아이템과 부가서비스 판매)에게 많은 자리를 내어주었다. 모건파트의 연구 보고에 따르면, 게임 산업은 현재 점차 pay-to-pay에서 free-to-pay방식으로 바뀌고 있다고 한다. 또한 경쟁이 심한 중국 온라인게임 시장에서 무료 게임은 더 큰 시장 운영의 충격을 받게 될 것이며 게임 업체들은 게임 아이템 판매로 영리를 얻는 운영전략을 세워야 한다.

그밖에 오픈테스트 게임과 클로즈테스트 게임의 비중이 무료게임의 22%를 차지하여 현재 온라인게임 환경이 치열한 경쟁을 치르고 있으며 게이머의 유동성이 큼을 알 수 있다. 약 1/5의 게이머가 장기간 테스트기간 중인 게임만 사용하는 것으로 볼 수 있다.