

▶ 중국 모바일온라인게임 산업 발전에 대한 종합서술

가. 산업현황 개요

(1) 산업개요

모바일온라인게임은 차이나 모바일 GPRS망과 차이나 유니콤 CDMX1X네트웍을 기반으로하고 단말기에서 JAVA, BREW, SYMBIAN기술을 적용하여 핸드폰 단말기로 인터넷 인터랙티브 게임을 한다. 현 단계는 JAVA게임을 위주로 하는데 시장 점유율은 약 80%다. SMS와 WAP형식의 모바일온라인게임은 아직도 수입 주체로 되고 있지만 핸드폰 온라인 게임의 미래 행보를 대표하고 있는 것은 아니다.

운영 체제에서 제품 업그레이드 속도가 빠르고 온라인 게임 제품의 리스폰스 속도가 빠른 특징에 적응할 수 없어 이통사를 이탈해 게임은 무료로 하나 부가가치 서비스를 유료로 하는 운영 모델이 모바일온라인게임의 주류를 이루고 있다.

중국의 모바일온라인게임은 2004년에 시작되었다. 2004년, 2005년도 시장 육성기를 거쳐 2006년 이후 시장은 발빠른 발전시기에 들어섰다. 런칭된 제품은 2006년, 연초의 20가지 제품으로부터 2007년 초에는 50여가지로증가되었으며 2006년 초의 200만 유저는 2007년에 600만 명에 이르러 시장규모가 초보적으로 형성되었으나 전반적으로 산업이 아직도 투입단계에 머물러 있고 전체적인 영리발생 단계에는 들어서지 못한 상황이다.

(2) 업체분석

모바일온라인게임 업체는 온라인게임 개발업체와 온라인게임 운영회사가 포함된다.

현재 시중의 모바일온라인게임 개발업체는 대부분이 JAVA기술을 적용하고 있으며 주요한 시장비율을 차지하고 있다. 그러나 JAVA기술을 제외하고 특색이 있는 업체가 있는데 예를들어 BREW 온라인게임에 촉통안등(troodo)과 Symbian 온라인게임 개발을 추진하고 있는 빙정석(icespar)이 있다.

(3) 제품분석

모바일온라인게임 시장의 제품은 두가지 부류로 나뉘어 진다.

MMORPG, 레이저 온라인게임이다. MMORPG류의 제품수량은 35가지로, 공중망(kongzhong)의 <이삼국 온라인>, 장상명주(pearlinpalm)의 <무림뢰>등이 있다. 이 부류의 온라인게임은 최고 동접자 수가 1000명 이하이다. MMORPG제품은 수익이 높고 진출시기에 제한을 받지 않으며 시장 수용공간이 크다. 많은 업체들이 이 분야에 투신했지만 이 부류의 제품은 생명주기가 짧고 시장 리스크가 큰 편이다. MMORPG에서 일부 온라인게임은 PC 온라인게임이 모바일게임으로 발전된 것으로

산다사의 <전기세계>가 있다. 그러나 순수한 PC온라인게임으로부터 발전된 경우 핸드폰과 PC 사용자 중첩율이 낮으며 사용습관에 차이가 있는 큰 문제가 존재한다. 이와 같은 제품은 시장에서 팔목할 만한 성공을 거두지 못했다.

레이저 온라인게임류로는 현재 15가지 정도가 있는데 카드류 레이저 온라인게임이 워주가 된다. 이와 같은 게임은 조작성이 간단하고 엔터테인먼트 특성이 뚜렷하며 유저 기수가 높고 라이프 사이클이 길고 선발적 우세가 뚜렷한 특징을 갖고 있으며 동접자 수가 MMORPG제품을 초과한다. 아이모드의 <PVP 모바일 동산>의 동접자 수는 이미 3,000명을 초과했다. 카드류 레이저 온라인게임과 MMORPG제품의 차이점이려면 시장에서 여러 개의 업체가 생존할 수 없다는 점이다. 향후 2-3개소의 업체가 두각을 드러내면서 시장을 분할하게 될 것이다. 카드류 레이저게임을 제외하고 뮤직류, 슈팅류 등 레이저 온라인 게임이 있는데 icespar의 <댄싱핸드(手舞王)>등이다.

(4) 유저분석

모바일온라인게임 유저는 18-22세의 학생, 근로자, 군인이 있는데 이중 대부분의 유저는 광동성에 집중되어 있다.

기존의 시장 상황을 보면 유저가 모바일온라인게임에 대한 관심도가 매우 높다. 인터넷, 단말기 등 요소의 제한으로 말미암아 모바일온라인게임의 사용자 체험이 PC온라인게임에 미치지 못하지만 사용자는 이미 수용이 가능하며 업체가 기술적인 돌파를 이루어 보다 훌륭한 제품을 출시할 수 있으면 보다 쉽게 유저의 인정을 받을 것이다.

(5) 채널 확대

현재 모바일온라인게임의 주요한 프로모션 방식은 독립적인 WAP사이트 링크, 핸드폰 내장, 그룹 발송, 전통 매체에서의 홍보, 지면프로모션 등이 있다.

(6) 결제 방식

현재의 결제방식은 아래 몇가지 방식으로 이루어 진다. SP의 SMS/WAP대리 수금, 인터넷 기반의 은행카드 결제, 리얼카드 등 여러 가지 결제 수단이 있다.

나. 모바일온라인게임의 산업 추진 요소 분석

ANALYSIS는 모바일온라인게임 산업발전의 추진 요소를 다음과 같이 분석하고 있다.

(1) 성숙된 영리모델

PC온라인게임과 마찬가지로 모바일온라인게임도 접속시간을 기준으로 수금하든지 아니면 아이템을 기준으로 수금하던지를 막론하고 영리모델이 성숙되었고 다양한

수금방식을 갖고 있다. 무선 환경에서monternet의 모델로 이통사와 협력하여 백보상/신기보전 플랫폼에서 수금하거나 무료로 운영하거나 혹은 양자를 결합한 방식을 취할 수 있다.

(2) 업무접착도가 높고 유저기반이 넓으며 유저ARPU값이 높다.

모바일온라인게임의 서비스 접착도가 높고 유저의 ARPU값이 기타 어플리케이션에 비해 높아 유저 기반이 넓다. 모바일온라인게임은 밝은 발전 전망을 가지고 있다.

(3) 이통사의 개입 리스크가 낮다.

차이나 모바일, 차이나유니콤 등 이통사가 모바일 뮤직, 모바일 IM, 모바일 검색, 모바일 TV등 부가가치 서비스 영역에 진출하기 시작하여 부가가치 서비스 제공업체는 이통사로부터 경쟁압력을 받고 있다. 그러나 모바일온라인게임은 개발로부터 운영서비스에 이르기까지 절차가 복잡하여 이통사가 직접 개입하기 어려워 이통사 정책의 영향을 적게 받는다.

(4) 이통사와의 서비스 상호보완성이 강하고 이통사의 지원을 받기가 쉽다.

마케팅 채널이 단순하고 부족하고 관리가 미흡하며 자체 소비가 범람하고 제품 품질이 낮고 산업 체인에서 SP/CP 협력 신뢰도가 낮거나 해적판 출현 등의 원인으로 말미암아 PC버전JAVA 모바일온라인게임을 위주로 하는 백보상 서비스는 만족스러운 실적을 거두지 못했다. 2006년 7월 부터 신규서비스의 출원을 정지했다.

특히 짙고 넘어가야 할 점은 현재 핸드폰 유저들이 사용하는 것은 백보상 게임의 해적판이 아니라 외국게임의 중문 해적판 제품이다. 백보상 게임의 품질과 외국 게임 제품간의 격차가 뚜렷하여 설사 앞의 5개 문제가 모두 존재하지 않더라도 마지막 단계까지 발전된 이후 백보상도 해적판의 질곡을 벗어나기 어렵다. 이 점에서 핸드폰 로컬버전 게임도 PC의 로컬기 버전 게임의 운명을 벗어나기 어렵다.

현재 백보상의 로컬 버전게임운영이 부진한 현실에서 이통사는 전망이 밝고 해적판의 충격이 적은 모바일온라인게임 서비스에 관심이 높다. 이통사가 제공하는 대리수금 채널은 아직도 걸음마 단계에 있는 모바일온라인게임 이통사가 절박하게 요구하고 있으며 이미 성숙된 수금 체제를 갖고 있는 (유선)온라인 게임 서비스 거두들의 경쟁에서 더욱 그러하다. 그러므로 양자가 손을 잡는 것은 매우 밝은 전망을 가지고 있다.

다, 모바일온라인게임 산업의 저해요소 분석

ANALYSIS는 모바일온라인게임산업의 저해요소를 다음과 같이 분석하고 있다.

(1)인터넷

인터넷속도: 2.5G의 인터넷 상황에서 무선접속은 아직도 협대역으로 되고 있으며

다이얼링 접속수준에 지나지 않아 사용자가 훌륭한 체험을 받을 수 없게 된다.

인터넷 안정성: 2.5G의 안정성도 사용자의 체험에 일정한 영향을 미치게 되나 이통사의 노력하에 인터넷의 안정성도 점차 개선되고 있다.

(2) 단말기

모바일온라인게임은 수백 가지의 다양한 단말기와 관련되는데 단말기는 스크린 사이즈, 해상도, 핸드폰 메모리, 조작 시스템, 인터넷 환경이 다양하며 PC 표준화 환경과도 전혀 같지 않다. 이는 온라인게임 이통사의 개발과 운영 원가를 증가시켰고 모바일온라인게임의 발전을 저해하는 중요한 요소가 되었다.

3G의 도래는 모바일온라인게임의 어플리케이션 환경을 크게 개선하게 될 것이다. 다른 입장에서 바라보면 기존의 인터넷과 단말기 조건이 열악한 것도 역시 온라인게임이 잠재력을 갖고 있는 것으로 볼 수 있다.

(3) 이통사 태도의 불확정성

무선 인터넷 산업 체인과 유선 인터넷산업 체인의 가장 큰 차이점은 주요 제어역할을 하고 있는 중심절차인 이통사에 있다. 이통사가 모바일온라인게임 서비스에 대한 지원, 예를들면 결제수단, 프로모션방식, 인터넷 접속비용 등, 특히 이통사의 핸드폰 단말기 제식에 대한 규범화와 통일은 모바일온라인게임의 시장규모와 발전속도에 불가피하게 영향을 미치게 될 것이다. 이통사는 핸드폰 온라인 게임의 가치체인에서 어떤 역할을 하고 있는가, 얼마나 큰 이익을 배당받는가, 어떤 배치를 할 것인가, 얼마만한 시간이 필요한가, 등의 이통사 태도의 불확정성은 모바일온라인게임의 발전 전망에 직접적인 영향을 미칠 것이다.

(4) 사회여론과 시장감독

PC온라인 게임과 마찬가지로 모바일온라인게임도 정부감독 문제에 직면하고 있다. 이를테면 게임중독 방지 시스템을 구축하는 것 등인데 아직 업계형태가 이 단계까지 발전되지 못한 상황이다.

다. 모바일온라인게임 산업의 핵심 경쟁요소 분석

ANALYSIS는 모바일온라인게임 업체간 경쟁의 핵심요소를 다음과 같이 정리했다.

(1) 기술능력과 클라이언트 표현형식

모바일온라인게임은 현재 말을 달리면서 땅을 차지하는 시대 상황에 처해 있다. 현 단계에서 여전히 2.5G네트워크에 의탁하고 있으며 인터넷 속도와 안정성이 부족하며 유저 체험이 만족스럽지 못하다, 인터넷기술을 개선하여 제품 접속이 보다 신속하고 안정하게 하고 클라이언트 표현형식을 개선하여 작은 사이즈의 단말기에서 유저를 위해 보다 훌륭한 도입 느낌과 체험을 주는 것은 모바일온라인게임 업체가 노력

해야 할 방향이다. 3G가 시작된 후에도 중국의 3G발전과정은 점진적으로 2.5G, 2.75G, 3G네트워크가 장기적으로 혼재할 것이다. 그러므로 기술능력과 클라이언트 표현 형식의 중요성은 상당 시간동안 낮아지지 않을 것이다.

(2) 제품의 연구개발능력

유저들의 검사에 통과할 수 있는 우수한 게임만이 시장에서 오랫동안 생존할 수 있다. 모바일온라인게임 분야에서 본토의 게임업체와 국제 게임업체의 격차는 로컬 버전 게임처럼 크지 않고 기회가 보다 더 많다.

(3) 자금능력

온라인게임은 자금이 밀집, 투입되는 업종이다. 자금력이 튼튼한 회사는 치열한 경쟁에서 두각을 나타낼 수 있다.

(4) 이통사와의 협력관계

산업체인의 중심 절차와 훌륭한 협력 관계를 유지하는 것은 모바일온라인게임의 성공에 매우 중요한 역할을 하고 있다. 특히 기술, 제품연구 개발력이 뛰어나지만 규모가 작고 기초가 탄탄하지 못하고 체계적인 수금 채널을 구축하지 못한 혁신형 중소기업을 놓고 볼 때 이통사의 든든한 지원은 중소기업의 빠른 성장을 가져올 수 있는 중요한 보장이 된다.

ANALYSIS는 마케팅 프로모션은 모바일온라인게임의 성공에 매우 중요하지만 온라인 게임은 뛰어난 구전효과를 갖고 있어 그 중요성이 상술한 네가지에 미치지 못하고 있다. 동시에 (유선)인터넷 온라인게임 운영경험이 모바일온라인게임 운영에 대한 도움에는 한정적이다. 기 진출한 자와 혁신자가 보다 많은 기회를 갖게 될 것이다.

2004년-2006년, 3년간 모바일온라인게임 시장의 교육과 발전을 거쳐 모바일온라인게임의 충실한 유저 개발 및 운영능력을 가진 업체를 키워냈고 시장은 초기 규모를 갖추었다. 2007년, 3G의 발전과 더불어 해당 업종은 빠른 발전시기로 들어섰다. 모바일온라인게임 서비스와 스트리밍 미디어 서비스는 중국이 3G를 발전시킨 이후 가장 큰 수익자가 될 것이다.

ANALYSIS는 다음과 같이 인정한다: 인터넷기술 및 클라이언트 표현형식에서 돌파를 이룬 제품, 자금력이 탄탄하고 훌륭한 이통사 협력관계를 가진 업체는 치열한 시장각축 속에서도 두각을 나타낼 수 있고 중국의 미래 3G발전의 WINNER가 될 것이다.