



『 10-23호 주간 심층이슈 』

- 중국 아케이드게임 제품시장 발전현황
 - 전자오락산업이 날로 번창하고 있는 것은 사실이지만, 각종 가정용 게임기의 보급과 컴퓨터게임의 발전 그리고 특히 온라인게임의 유행으로 베이징(北京), 상하이(上海) 등 대도시에서는 일부 대형 백화점에나 가야 대형 전자오락실을 찾을 수 있는 상황이다. 아케이드게임은 1980년대부터 중국에 보급되기 시작했으며, 홍콩에서 대륙으로 수입되어 점차 중국 연해지역을 따라 내지로 보급되었고, 1990년대 초에는 아케이드게임 게이머들이 폭발적으로 증가했다.
 - 상하이의 경우, 1980년대를 시작으로 각종 오락기기들이 상하이 각지에 설치되었으며 자영 오락실도 곳곳에 생겨났다. 게이머들의 대다수는 학생, 블루칼라(육체노동자)계층의 청년들, 무직자들 위주였다. 이 시기의 상하이 아케이드게임산업 발전은 곧 중국 아케이드게임산업 발전을 대표한다고 말할 수 있다.
 - 그 후에, 많은 정규오락센터들이 중국에 입주하면서 전체 아케이드게임산업을 규범화시켰다. 오락센터 소유자 대부분은 아케이드게임 개발업체들이었고, 외자 오락실의 출현은 중국 아케이드게임시장에 새로운 경영이념을 불어 넣었다. 구오

(久娛)는 중국 최초의 대형 아케이드게임 독자 R&D기업으로 2008년에 설립됐으며 90여 명의 직원들이 근무하고 있고 이들의 대다수가 연구개발 직으로 이루어져 있다.

□ 아케이드게임 시장발전상의 문제점

가. 대체상품의 출현

- 가정용 게임기기의 탄생은 오락실업계의 발전에 직접적인 타격을 가했다. 과거 가정용 게임기 보급의 목적은 대중들이 아케이드게임을 즐기도록 유도하고 보급하는 것이었다. 그러나 지금은 반대로 대부분 게임의 아케이드 버전은 가정용 게임 보급을 위해서 출시되고 있는 상황이다. 가정용 게임은 아케이드게임의 대체상품으로 아케이드게임 시장점유율을 잠식해 가고 있다.

나. 아케이드게임의 콘텐츠 문제

- 아케이드게임 콘텐츠는 대부분 폭력 등의 부정적인 요소들을 포함하고 있어 정부의 규제대상이 되고 있다. 또한 구조적으로 콘텐츠개발을 제한하는 요소가 많아 새로운 창의적 제품이 나오지 않고 있다. 이런 요소들이 아케이드게임 발전의 발목을 잡고 있다.

다. 정책요인

- 아케이드게임은 새로운 산업의 도래를 가져왔으나, 이와 동시에 새로운 폐단도 가져왔다. 정부는 이 폐단이 가져오는 부정적 영향을 막기 위해 아케이드게임 및 오락실 정돈과 관련된 여러 가지 정책을 발표했다. 또 설상가상으로 가정용 게임의 발전으로 오락실시장이 크게 위축되기 시작했다. 각국 게임산업발전을 뒤돌아보면 국가마다 아케이드게임에

대한 엄격한 관리정책들을 내놓았었다. 2000년부터 중국은 게임기 중국 내 판매금지정책을 장기간 시행하고 있다.

라. 종사자 부족

- 중국 노동사회보장부 조사에 따르면, 중국 게임산업 종사자 수는 1만 명 미만이며, 그 중 고급인력은 1000명 미만이다. 게임업계의 심각한 인재부족현상은 산업발전을 가로막는 직접적인 장애가 되고 있다.

□ 중국 아케이드게임 제품시장분석

- 불경기가 지속되자 소비자들은 저렴한 가격으로 오락과 문화생활을 즐길 수 있는 방법을 찾게 된 것이다. 반면 주택 구매 등의 대규모 소비는 직접적 타격을 받았다.
- 이와 동시에, 지각 있는 여러 중국기업들이 아케이드게임 독자개발에 들어갔다. 금융위기 전 이미 충분한 준비 작업을 마친 기업들은 기꺼이 이 시기를 골라 시장진입을 시도했는데, 그 원인은 고급 기술인력 유치가 용이하고 시장진입비용이 상대적으로 낮았기 때문이다. 그리하여 중국 아케이드게임시장에 있어 2008년은 쇠퇴보다는 기회의 해였다고 할 수 있다.
- 중국 아케이드게임 산업총생산은 15억 8,300만 위안을 기록하고 있으며, 매출 15억 7,400만 위안, 총이윤 1억 5,500만 위안을 달성하고 있다. 그 중 대 기업 이윤은 2,355만 위안, 중형기업 이윤은 6,000만 위안, 소형기업 이윤은 7,184만 위안을 차지했다.

단위 : 만 위안(万 元)

지표	전체	대형	중형	소형
산업총생산	158250	25201	61137	71912
자산총계	105035	15760	40584	48691
부채총계	45659	6888	17619	21152
매출	157380	23808	60776	72796
총이윤	15533	2355	6000	7178

데이터 출처: 중국시장조사연구센터(中國市場調查研究中心)

- 현재 중국 아케이드게임은 주로 격투류, 사격류, 액션류, 스포츠류, 지능개발류 등으로 분류되며, 그 중 격투와 액션게임에 게이머들이 많이 몰리고 있다. 대표적 격투게임에는 킹 오브 파이터즈(KOF), DNF(던전앤파이터) 시리즈가 있고, 대표적 액션게임에는 혼두라(Contra), 슈퍼 마리오 브라더스(Super Mario Bros), 더블 드래곤(Double Dragon) 등이 있다. 아케이드게임은 주로 게임팩 판매를 통해 이윤을 창출하고 있으며, 재미있고 스킬 넘치고 자극적인 싸움과 전투장면이 게이머들을 끌어들이는 요소로 작용하고 있다.

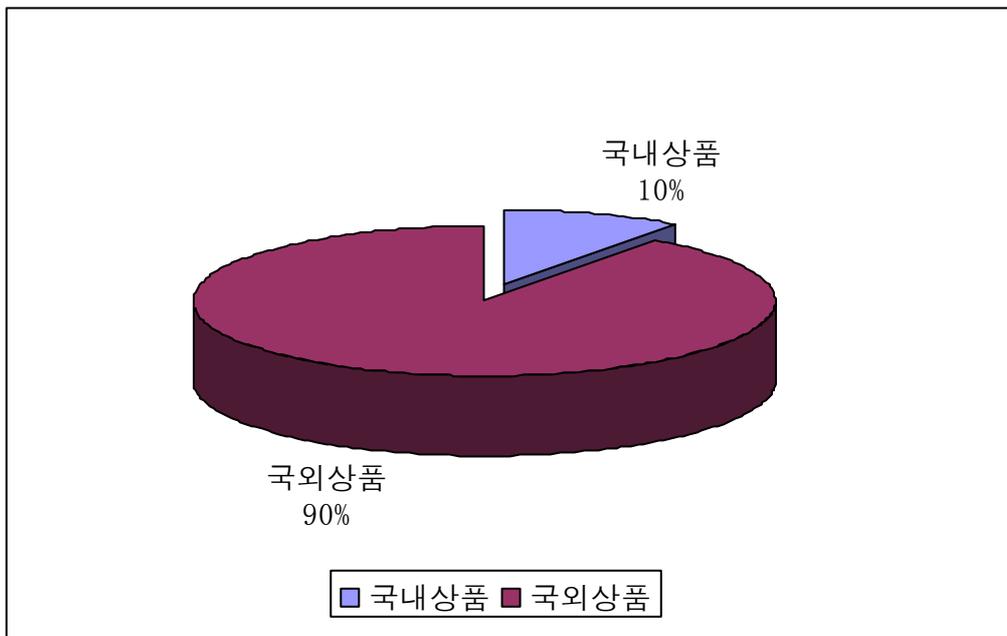
<중국 시장에서 판매되는 주요 아케이드게임>

순위	아케이드게임
1	스트리트 파이터(Street Fighter)
2	킹 오브 파이터즈 97로 대표되는 킹 오브 파이터즈 시리즈
3	캡틴 코만도(Captain Commando)
4	캐딜락 앤 다이노소어즈(Cadillacs and Dinosaurs)
5	삼국지
6	메탈슬러그(Metal Slug) 시리즈

7	원탁의 기사(Knights of the Round)
8	사무라이 쇼다운(Samurai Shodown)
9	월드컵(World Cup)
10	비행기 시리즈

- 중국 아케이드게임 개발업체들이 생산하는 제품 시장점유율은 부단히 상승하고 있다. 현재 시장점유율은 중국게임이 약 10%, 해외게임이 약 90%를 차지하고 있다. 그러나 제품수준 측면에서 중국게임은 저가제품 위주이고 고가시장은 여전히 해외기업들이 독점하고 있다.

<중국 아케이드게임시장의 국내외 제품 시장점유율>



데이터 출처: 중국시장조사연구센터