

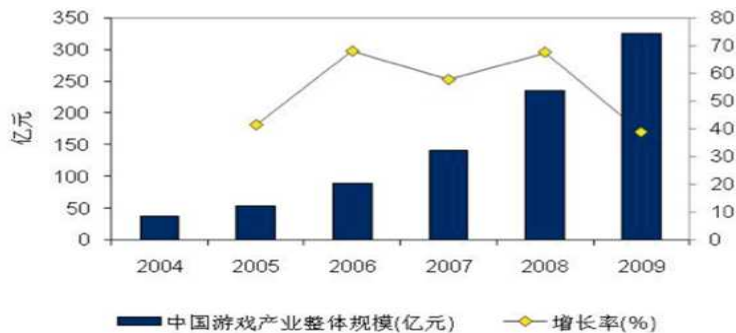


『 11-04호 주간 심층이슈 』

2010년 중국 게임 산업 개황 및 추세

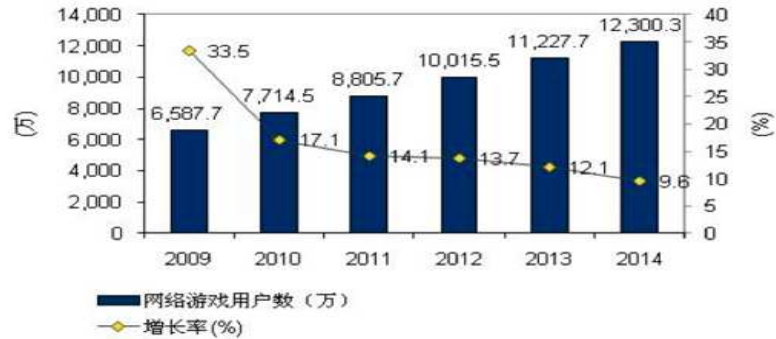
□ 2010년 중국 게임 산업 개황

- 2010년 중국 게임 산업의 다이렉트 마케팅 금액은 323.7억 위안으로 2009년 대비 26.3%성장. 8년 동안 두 자리 수 성장을 유지하고 있음.
- 2010년 중국 시장에 매 달 50개 이상의 상품이 출시됨. 중국 자체 연구개발 상품은 300개 이상.



<중국 게임 산업 규모(억 위안) 및 성장률>

中国网络游戏用户数及增长率，2009-2014



来源: GPC 和 IDC, 2010

<중국 온라인 게임 유저수(만) 및 성장률>

- 상품종류는 MMO, 캐주얼게임, 웹게임, FPS, social Game, 보드게임 등 다양.
- 2010년 중국 온라인 게임 산업은 전신, IT, 매체 광고 등 관련 산업의 생산액 631.2억 위안 달성을 이끔.
- 중국 내 정책 및 여론의 게임 산업에 대한 긍정적 평가와 호응을 받기 위한 일환으로 중국에 자연재해가 발생했을 때, 자발적으로 게임을 중단하고 기부활동 참여함.
- 저연령층과 노년층이 사용할 수 있는 상품을 개발하여 사용자층 확대 전략을 진행하고 있으며 대중들의 게임에 대한 인식 개선을 위해 많은 활동과 마케팅을 진행하고 있음.
- 2010년 중국의 게임회사의 총 수는 300개 이상으로 집계되었고, 그 중 12개 회사가 국내외 자본시장에 상장되어 거래되고 있음.



<GIANT 등 중국 상장 게임회사 >

- 중국의 연구개발 기업은 총 154개로, 그 중 설립된 지 4년 이상 된 기업이 51.94%를 차지하고 있음.
- 2010년 연구개발 인력은 30,533명에 달하며 연구 개발된 상품은 356게임.

中国网络游戏市场销售收入，2005-2009



来源: GPC 和 IDC, 2010

<자체개발 온라인게임 판매수익(억 위안) 및 수입 온라인게임

판매수입(억 위안) 대조>

※ 2009년 기준 자체개발(165.3억 위안), 수입(90.9억 위안)기록

- 2010년 총 34개의 중국기업이 자체 연구개발한 82개의 온라인게임이 해외 40여 개의 국가 및 지역에 수출되어 2.3억 달러의 판매수익을 거둬. 2009년 대비 111%성장.
- 2010년 중국 게임 산업은 관련 산업의 발전시키는데 견인적 역할을 담당하였으며 특히, IT, 통신, 미디어 방면에서 두드러지게 나타났다. 게임 산업 관련 파급효과를 통한 창출액은 631억 위안을 기록하였다.

□ 중국 게임 산업 발전과정 및 특징

- 에이전트 방식에서 자체개발, 운영과 연구개발의 일체화
- 모방에서 창작, 연구개발 방향의 명확화
- 유료와 무료모델이 온라인게임사회에서 평행을 이룸

中国网络游戏产业发展阶段



来源: GPC 和 IDC, 2010

- ※ 2002년~2003년(배양기) : 중국 내 라이선스 대리권 경쟁
- 2004년~2006년(도입기) : 자체개발 등 상품경쟁
- 2006년~2010년(발전기) : 영업이익 모델 경쟁

2010년~2014년(성숙기) : 시장 세분화 경쟁

□ 2011년 중국게임산업 추세



<2010년 중국 게임산업 토론회>

- 향후 5년간 중국의 게임 산업 규모는 500억 위안을 돌파할 것으로 예상되며, 매년 10%이상의 성장률을 보일 것으로 전망 됨.
- 현재 네티즌 수는 4억 5천만이며 온라인 게임 이용자 수는 1억 명으로 통계되고 있어 향후 중국 내 인구대비 유저 수의 증가 가능성이 매우 큼.
- 온라인게임 이용자 연령층을 살펴보면 20~30세 사이로 집중되어 있으며 지나치게 단일화된 사용자 연령분포를 보이고 있다. 이는 곧 게임의 다양화를 통하여 20세 이전, 30세 이후의 잠재유저를 공략하는 전략이 필요하다고 판단됨.
- 대부분 PC게임 위주의 지나치게 단일화된 게임업계의 플랫폼으로 형성되어 있음.
- 현재까지 무협, 공상세계 등 지나치게 단일화된 게임내용 위주의 편성이었음. 향후 북유럽 신화, 전설 등의 소재로 확대하려는 의견들이 나오고 있음.

- 80% 이상의 게임이 MMORPG이며 게임상품의 모델이 비교적 간단함. MMORPG 게임은 일반적으로 시간소요가 많이 필요되고 있으며 이는 향후 모바일, TV 모니터를 이용한 게임으로 발전될 가능성이 보임.
- 중국 남부(상해 등)로부터 점차적으로 네트워크 광대역 등 기초설비 성장하고 있음.

□ 중국 게임 산업의 문제점

- 발전기를 거쳐 성숙기에 접어들면서 집단적으로 창작에 대한 열정 부재 및 대작(大作)이 없음. 연구개발기업의 집단 불경기, 업계 난관봉착.
- 비주얼만 바뀐 상태에서 내용은 대동소이한 심각한 동질화, 창작력 부족문제가 심각하게 제기됨. 사용자들의 평판이 하락됨.
- 새로운 오락상품의 등장으로 사용자가 분산되는 결과를 초래함.
- 현재 중국 내 18세에 진입하는 인구수가 1,000만 명에서 600만 명으로 줄어들어 온라인게임 유저수의 감소를 가져옴. 그러므로 인구 배당에 따른 성장효과 감소, 새로운 사용자의 증가원을 찾을 필요가 있음.
- 월스트리트의 중국 게임 산업에 대한 PE지수는 4~5로 일반 포털사이트의 PE지수 30~60에 비하여 상당히 저 평가 되고 있어 신규 시장진입 업체에게 자본조달 등에 어려움을 겪고 있으며 이는 창조 공포증을 유발하고 있음. 즉, 투자를 꺼리는 현상이 나타남.
- 부족한 우수 인재를 배양하는 방식이 아닌 업계 간 스카우트 경쟁으로 고급인력부족 현상이 지속되고 있음.
- 마케팅 원가의 증가로 인한 수익률 하락, 마케팅 루트의 부족, 경쟁증가 이익감소 등의 현상이 나타나고 있음.

□ 2011년 중국 게임산업 전망

- 업계의 대규모 재조정이 있을 전망. 인수합병 안이 지속적으로 증가할 것으로 예상됨.
- 13개 상장 업체들을 중심으로 대작의 출현. 대기업의 작품들이 대거 출시될 예정.
- 마케팅 및 광고비용은 지속적으로 증가함으로 마케팅 방식의 개선이 요구되고 있음.
- 기업의 다원화 운영책략을 광범위하게 실시할 예정.
- 상품과 플랫폼의 다원화의 추진 강화하는 전략 구축.
- 동남아 시장에서의 성공을 기초로 하여 많은 중국기업들이 북미, 유럽 시장 등을 개척하는 국제화를 지향할 것으로 예상됨.