



NPD: 숫자 뒤의 것들, 2011년 8월

작성자 : Matt Matthews
작성일 : 2011년 9월 12일

[가마수트라 애널리스트 매트 매슈스(Matt Matthews)는 미국 실제 비디오 게임 소매에 있어 여전히 재미를 보지 못한 달의 연구 및 플레이스테이션 3와 3DS의 가격 인하를 캐내면서 8월 하락의 요인이 단지 매든의 부재에 의한 것만이 아니라는 사실을 지적한다.]

비디오 게임 산업에서 실적 좋은 패키지 상품 판매를 자축하기 위해 한달 동안 두 개의 주요 하드웨어의 판매 가격의 인하를 고려한다 하더라도, 2011년 8월의 판매 부진에는 그와 같은 이유가 적용될 수 없다. NPD 그룹의 최신 소매 세일 평가에 따르면, 닌텐도 3DS는 250달러에서 170달러로 가격이 인하됐고, 소니의 플레이스테이션 3는 50달러에서 250달러까지 추가적으로 인하되었지만, 많은 소비자들이 여전히 그들의 지갑을 열지 않는 것으로 나타났다.

실제로, 가격 인하는 즉각적인 효과(3DS의 235,000 시스템 판매, 플레이스테이션 3를 215,000으로 이동)를 의도했다지만, 소프트웨어와 액세서리 판매는 즉각적으로 나타나지 않았다.

일부에서는, 이것은 8월 소프트웨어 리스트 상에 매든 NFL의 부재로 인해 기인되었다고 하지만, Wedbush 증권사 애널리스트인 마이클 파처(Michael Pachter)는 지난해 매든의 매출을 대리로 시연했을 경우에도 소프트웨어 매출은 올해에도 여전히 하락한 것에 주목했다.

이번 달 우리는 하드웨어 가격인하를 자세히 검토할 것이고, 가격 인하가 즉각적인 시장에서 의미하는 바와 2011년 말에는 어떤 식으로 작용할 것인가에 대해 질문할 것이다.

우리는 또한 8월의 실제 소프트웨어 시장이 얼마나 사면 초가의 상황인지, 그리고 패키지형 게임 시장이 단지 일시적 슬럼프에 빠졌다는 주장을 더 이상 하기에는 무리가 있다는 사실에 대해서 살펴볼 것이다.

이 부분에 대해 중점적으로 살펴보기 전, 2011년 현재까지의 상위 라인 수치를 통해 월간 운영을 확인하고, 업계의 수익의 자본 현황을 살펴보고 하겠다.

업계 한눈에 보기

7월에서 8월까지의 이행을 되돌아 보았을 때, 콘솔 소프트웨어 수익이 평평하게 유지되거나 1천만 달러에서 4천만 달러의 금액이 증가한 반면, 하드웨어 수익이 감소한 것은 흔치 않은 일이다. 이에 관계없이 여름철은 일반적으로 소매 판매가 느리다.

2011년 8월은 이러한 기대들을 완전히 뒤집어 놓았다. 강력해진 플레이스테이션 3 판매와 보다 향상된 닌텐도 3DS 판매 덕분에 7월보다 하드웨어 매출은 2천 6백만 달러가 상승했다. 그러나 콘솔 소프트웨어는 다른 방향으로 움직였고, 7월의 수치보다 6천 8백만 달러 가까이 하락했다.

우리가 예전에도 여러 번 보아왔듯이 이러한 소프트웨어 매출의 감소는 낮은 판매부수(7월 1천만 부수에서 8월 840만 부수 판매)와 소프트웨어 가격 하락(평균가격 34달러에서 32달러 이하)의 결합에서 기인한 것이다.

부분적으로, 액세서리 부문의 매출은 그 강도를 매년 비슷한 정도로 유지하고 있고 실제로 7월보다 약간 상승했다.

아래의 도표는 쉬운 이해를 돕기 위해 최근 몇 년 동안의 월별 매출 규모를 보여준다.

August 2011 Retail Data – At a Glance				
	August 2010	August 2011	YTD 2010	YTD 2011
Overall	\$822.3	\$648.9 (-21%)	\$8,367.7	\$7,911.8 (-6.6%)
Hardware	\$282.9	\$249.4 (-12%)	\$2,710.0	\$2,633.2 (-2.8%)
Software	\$403.6	\$264.8 (-34%)	\$4,319.1	\$3,862.3 (-11%)
Accessories	\$135.8	\$134.7 (-0.8%)	\$1,338.6	\$1,413.3 (+5.6%)
All dollar amounts in millions.			Source: NPD Group	

NPD 그룹은 위의 소매 매출 규모를 나타내는 데이터 미디어를 강조하고, 다른 수단을 통해 판매된 비디오 게임 콘텐츠에 대한 별도의 추정치들이 있다. 그들은 다른 부문들과 함께 모바일 게임, 다운로드 콘텐츠 및 캐주얼 게임을 포함하여 그 외의 소매 판매의 분기별 추정치를 제공하고 있다.

올해 초, 우리는 업계의 소매 매출이 2010년과 비슷한 수준인 약 186억 달러를 이끌어 낼 수 있을 것이라는 희망을 가졌었다. 그러나 위의 도표에서 명백하게 볼 수 있듯이, 2011년의 매출 그림은 작년 대비 상당히 암울해 보인다. 만약 남은 기간 동안 소매 매출이 비슷하게 유지된다면, 2011년의 총 소매 매출은 181억 달러 선으로 예측된다.

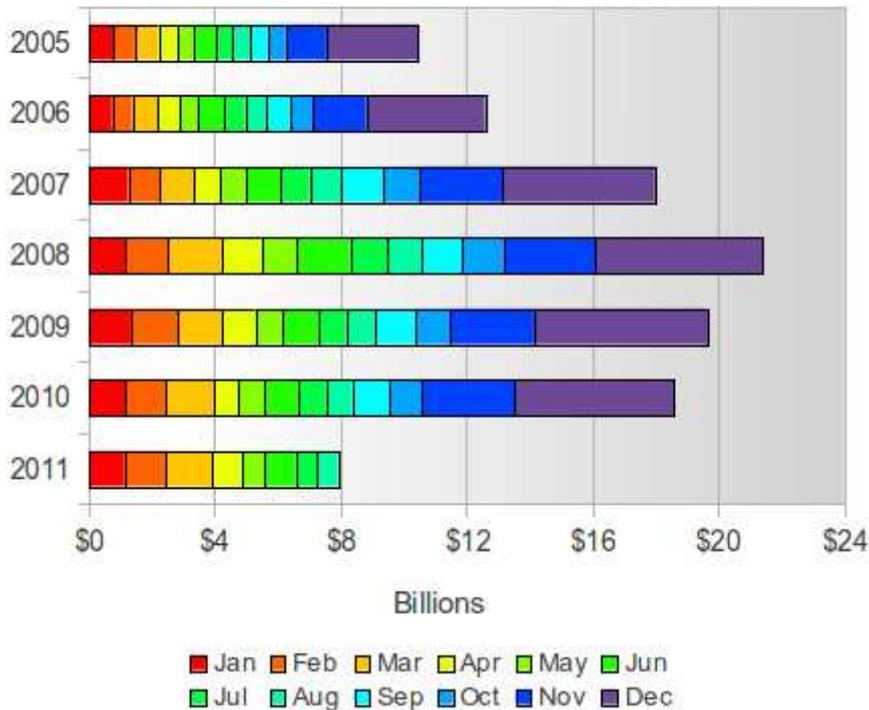
우리는 그것이 비이성적으로 낙천적인 것이라고 생각한다. 모든 위대한 소프트웨어 판매는 9월부터 크리스마스에 이르기까지 진행되어 왔고, 지난 몇 개월 동안 미국 소비자가 완전히 자유롭게 게임을 구매하려는 희망을 전혀 보여주지 못했다. 대신에, 우리는 Call of Duty와 Just Dance와 같은 가장 큰 이름들이 소비자가 지출할 수 있는 돈을 흡수하는 동안 많은 주목할 만한 게임들은 소매에서 소비자들에게 외면될 것이다.

낮은 전체 매출에 큰 의미를 둘 필요는 없지만, 이 경우에 있어서 우리는 그 경우가 될 것으로 생각한다. Call of Duty: Modern Warfare 3는 작년 Black Ops보다 판매가 좋을 것이지만 판매대에서 사라진 게임들을 만회할 만큼 충분하지는 않을 것으로 보인다.

여기에 우리가 연간 매출 수준을 확인하기 위해 자주 사용하는 최근 일년에 대한 "무지개 그래프"가 있다. 우리는 현재 매출에 있어 동일하고, 올해 업계는 그 매출을 유지하기 위해 대단한 Wii 하드웨어와 소프트웨어를 판매하지는 않을 것이다.

Industry Revenue, 2005 - 2011

Subdivided by Monthly Revenue



소니의 가격 인하

2011년 8월 16일 독일 쾰른에서 열린 Gamescom 2011에서 우리가 지난달 제안한 바와 거의 동일하게, 소니는 플레이스테이션 3 시스템의 세계가격을 미국에서는 50달러 인하한 가격을 포함하여 가격 인하를 발표했다. 160기가 바이트 플레이스테이션 3 시스템의 현재 가격 250달러로 이 시스템의 8월 전반의 판매에 있어 재기할 수 있을 것이고, 이 급등은 2011년 남은 기간 전반에 걸쳐 유지될 것이라는 많은 전망들이 있었다.

소니가 주력 콘솔상품의 실제 가격을 인하한 이후로 2년이 지났다. 2009년 8월 PSC 슬림 모델의 소개와 함께, 이 시스템 가격은 400달러에서 300달러로 인하되었다. 이 회사는 수익성에 초점을 맞추고 있기 때문에, 가격에 관해 완강하게 일관성 있는 정책으로 유지해왔고, 50달러의 가격 인하는 마지못해 주어진 것이라는 인상을 주었다.

현실은 PS3는 미국에서 이 세대를 위한 3위 콘솔이며, 이 하드웨어 사이클의 나머지를 위해 남아있을 것이라는 거다.

마이크로소프트가 오늘날 엑스박스 360 판매를 중단했다면, 플레이스테이션 3는 2년 동안 그들의 현재 연간 속도를 유지(어떠한 경우에도 발생할 수 없음)할 수 있을 것이다. 소니는 여전히 따라잡지 못하고 있다.

소니에게 다행한 것은, 우리의 추정치에 의하면 미국에서 설치 기반은 1만7천5백만 달러의 판매에 이르렀고, 출판자들은 이것을 무시할 수는 없을 것이다. 전체적으로 볼 때, 미국의 고화질 콘솔 공간을 소니와 마이크로소프트가 40대 60의 비율로 차지하고 있다.

아래의 수치는 설치기반 엑스박스 360과 관련한 설치 기반 플레이스테이션 3과 Wii의 규모를 보여준다.

Wii and PS3 Installed Bases Relative to Xbox 360



이것은 소니가 자사의 두 라이벌에게 얼마나 멀리 뒤쳐져 있는지, Wii의 급격한 성장과 침체, 그리고 여러 핵심 하드웨어 모델들의 출시를 보여준다. 이것은 소니의 가격 인하의 기본적인 효과를 보여준다. 소니는 강력해지기는커녕, 그 판매율이 둔화되고 있으며, PS3의 기반은 뒤쳐지고 있다.

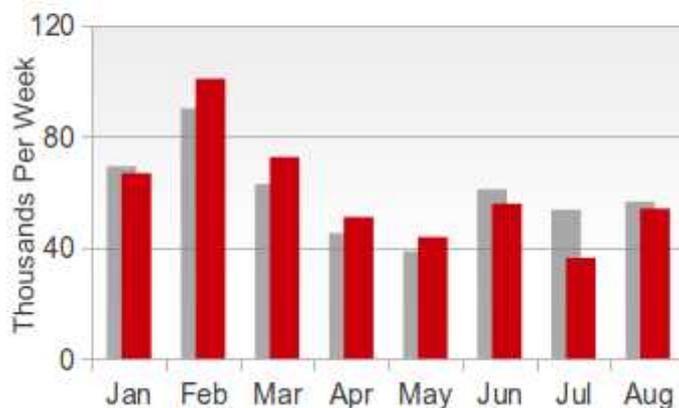
지난달 소니가 자사의 가격을 인하했을 때, 가격을 얼마나 인하할 것인지에 대한 핵심 질문을 했었다. 그에 대한 만족스러운 대답으로, 우리는 지금 가격 인하가 판매를 어떻게 가속화 시킬 것인지 얼마나 오랫동안 지속시킬 것인지에 대해 논의하려고 한다.

전자에 관해서는, 우리는 실제 판매수치로 시작하겠다. 닌텐도와 마이크로소프트 보도 자료에서 만들어진 의견들을 근거로, 우리는 2011년 8월 미국에서 소니 플레이스테이션 3의 판매 부수를 215,000 ~222,000 사이로 추정한다. NPD 그룹에서는 4주 판매 기간은 PS3가 인하된 가격으로 판매된 12일을 포함한다.

아래의 수치는 올해 매 월의 PS3의 주간 판매 추정치를 보여준다. 그림자 막대들은 2010년의 판매 수치들이다.

Sony PS3, Jan - Aug 2011

Est. Average Weekly Sales, Shadows are 2010 Sales



가격 인하로 그 달의 판매가 50%까지 증가되었다. 하지만, 가격 인하가 단지 12일 동안만 효과가 있었다는 사실은 주간 판매율에서의 효과는 틀림없이 조금 더 확연하다는 것을 의미한다.

7월의 판매율(주간 판매 36,000부)이 8월 초까지 지속된다고 가정할 때, 소니는 가격 인하 후 약 130,000부의 PS3를 판매할 것이다. 주간 판매가 약 78,000부가 되거나 7월에 판매된 2배 이상이 될 것이다.

실제 변화는 이러한 양극단 사이 어딘가에서 나타날 공산이 있고, 휴일 이외에 주간 판매 부수가 60,000~70,000로 매우 견고한 비율로 판매되었기 때문에 현재에 있어 이것은 좋은 소식이다. 사실상, PS3는 올해 초에 보여준 것과는 상대적으로 강한 판매로 복귀되었다.

휴일이 되었을 때, 이것의 가격 인하가 어떻게 작용하는지는 또 다른 문제이다.

2009년 말 300달러의 PS3 슬림의 가격은 소비자들에 의해 좋은 가격으로 생각됐지만, 마이크로소프트는 그들의 호의적인 가격제안에 있어 아주 많은 진척 정보를 보여주었다. 소비자들에게 매우 인기 있는 300달러의 엔트리 레벨 가격을 맞추기 위해 엑스박스 360 S 모델과 강력한 키넥트 프로모션은 플랫폼의 기존 강점들(Halo 와 엑스박스 라이브의 기능 세트)과 결합되었다.

7월에는, 엑스박스 360이 280달러로 판매되는 동안 플레이스테이션 3는 평균 가격 310달러로 판매되었다. 소비자들이 엑스박스 360이 더 나은 가치를 제공한다고 생각한다면, 50달러의 PS3의 가격 인하는 엑스박스 보다 판매율이 높은 평균 가격 아래가 될 것이다.

블루레이 재생과 소니 독점 소프트웨어를 제외하고, 엑스박스 360은 이 연휴 시즌에 있어 PS3의 좋은 대안이 될 공산이 크다. 이것은 2009년 마지막 4달 동안 우리가 보았던 PS3의 낮은 가격을 덮을 것으로 보여지고(PS3가 유난히 잘 판매된 시기), 그 해 PS3는 5백만 시스템 이하로 유지될 것이다. (전 세계적으로, 소니는 2011년 4월 1일과 2012년 3월 31일 사이에 전 회계연도에 판매된 것과 동등한 물량인 1,500만 PS3 시스템이 판매될 것으로 예측한다.)

실제로 미국에서 판매된 것 중 500만 시스템이 판매가 최고의 해이지만, 여전히 엑스박스 360과 Wii의 2011년 판매된 것보다 뒤져있다.

3DS 가격 인하

NPD 그룹에 의해 발표된 2011년 7월 판매 추정치에 대해 우리가 논의했을 때, 닌텐도는 8월 12일자로 닌텐도 3DS의 가격을 170달러로 인하할 것으로 이미 공표하였었다. 가격 인하 계획은 7월 판매 기간의 거의 막바지에 공표되었기 때문에, 단지 3일간의 판매에만 영향을 미쳤다.

2011년 판매 추정치가 발표된 이후의 닌텐도 보도 자료에 의하면, 7월 유사 기간에 비해 가격이 인하된 이후 19일 동안의 판매에 있어 260%의 높은 매출이 있었음을 알 수 있다. (그 기간동안 NPD 그룹의 추정치가 보여준 것 이상을 넘어섰기 때문에, 이것은 닌텐도가 자사의 판매 추적 시스템에 의존할 것을 시사한다.)

가격 인하의 결과로, 닌텐도 3DS는 7월 주당 약 22,500부에서 8월 주당 약 59,000부까지 판매 증가를 보여주었다.

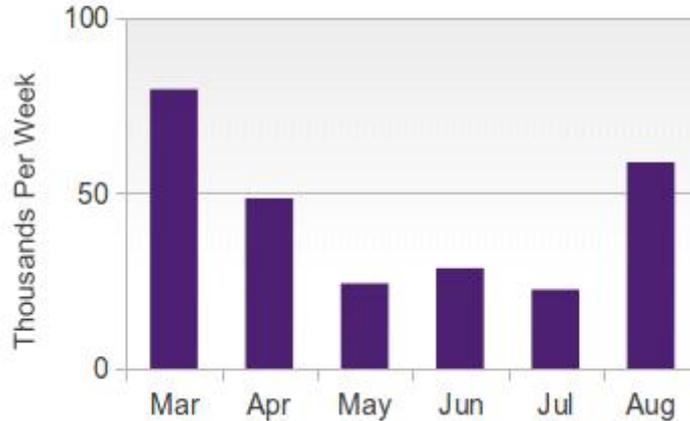
닌텐도 휴대 시스템들(3DS 플러스 DS)의 총 판매가 7월에서 8월까지 평평하게 유지된 반면, 닌텐도 DS 시스템들(Lite, DSi, DSi XL)의 판매는 한달 사이 45% 감소했다.

이러한 사실들은 닌텐도 휴대용 제품들에 대한 소비자의 수요가 상대적으로 보합세로 유지되고 있고, 쇼핑객들은 주로 구형 모델들 중 하나 보다 3DS를 선택했다는 것을 시사한다.

아래의 수치가 보여주는 것과 같이, 매출액 2011년 3월(시스템 출시)을 제외하고 매출액이 매월 위에 나타난다. 더욱이, 우리는 새로운 시스템 가격 170달러에 대한 한 달 동안의 판매 수치를 보지 못하고 있다, 따라서 주간 주간 매출액은 9월에는 다시 상승할 가능성이 있다.

Nintendo 3DS, Mar - Aug 2011

Est. Average Weekly Sales



예비 측정값을 감안할 때, 닌텐도 3DS의 9월 판매는 30만부(NPD 목표를 위해 월 5주 근무), 이것은 확실히 휴일까지 강력하게 그 여세를 몰아갈 것이다.

현재 170달러의 가격으로 오랫동안 입지를 굳혀 머물 가능성이 있으므로, 3DS가 지금부터 진행될 곳으로 시야를 돌려보도록 하겠다.

100달러의 닌텐도 DS Lite의 공급은 소매에서 줄어들고 있고, 170달러의 닌텐도 3DS의 두 대안 제품으로써 150달러의 닌텐도 DSi와 170달러의 닌텐도 DSi XL을 남겨두고 있다. 우리는 내달 닌텐도가 구형 모델의 새로운 가격을 발표할 것으로 예측하고 있으며, 아마도 그 가격은 DSi는 130달러, DSi XL은 150달러 선으로 전망하고 있다.

닌텐도는 3DS 소프트웨어는 장치 휴대용에 주요 포커스를 맞출 것으로 확실히 선언했기 때문에, 심지어 닌텐도의 구형 제품들과도 낮은 가격으로 경쟁할 것이다. 닌텐도는 슈퍼 마리오 3D Land와 마리오 카트 7이 충분한 팬들이 내년 타사 소프트웨어들이 새롭게 출시될 때에도 자신들의 판매를 유지하도록 부채질 할 것이라고 희망적으로 확신하고 있다.

느린 시작 후, 2011년의 마지막 4개월은 닌텐도 3DS가 주요 플랫폼으로써 자리매김 하기 위해 제 2의 기회를 만드는 동안 그 창이 된다. 이전 DS 라인은 중요성에서 멀어지고, 소니의 PSP는 서서히 하락하고 있고, 플레이스테이션 Vita는 미국에서 판매되지 않고 있으며, 닌텐도는 자사의 제품을 휴대용 시장에 완전히 전념하고 있다.

이것이 잘 실행될 경우, 회사와 현재 경영진은 큰 호전의 혜택을 수확할 수 있을 것이고, 2006년 중반 DS Lite의 출시로 누렸던 판매의 영광을 닌텐도 DS의 부활을 경험할 수 있을 것이다.

만약 실패하더라도 그 가능성은 여전히 배제되지 않을 것이고, 그 결과는 닌텐도에 있어 그리 비참하지만은 않을 것이다. 업계는 전제적으로 지속되는 약세의 이미지로 인해 애를 먹고 있다. 또한 아이폰과 아이패드 애플리케이션 시장이 게임의 경제 판도를 변경 불가능하도록 변화시키고 있다고 내부 및 외부의 비디오 게임에 관한 언론의 헤드라인으로 인해 닌텐도가 어려움을 겪고 있다. 특히, 우리는 이것이 사실이든 아니든 간에 그 줄거리는 될 것이라고 생각한다.

시장 위축에 관해...

8월의 소매 소프트웨어 판매 수치는 아무리 따져보아도 걱정스럽다. 판매 부수 또는 판매 금액 또는 판매 가격의 관점에서 볼 때, 우리는 아주 오랜 기간 동안 이런 수치를 본 적이 없었다.

분명히, EA 스포츠의 매든 NFL 의 지연은 8월 판매에 있어 큰 구멍을 남겼다, 하지만 그 하락의 모든 것을 설명해 줄만큼 충분하지는 않다. NPD그룹은 2010년 8월의 소프트웨어

매출은 43,050만 달러였고, 이 매출은 올해 8월에는 13,800만 달러(또는 34%) 감소한 26,450만 달러였다고 발표했다.

Wedbush 애널리스트 Michael Pachter에 의하면, EA의 매트는 지난 8월 소프트웨어 매출에 있어 1억달러 이상을 차지했고, 올해 역시 꽤 잘해왔고, 이로 인해 소프트웨어의 감소율은 6%(또는 2,400만 달러)에 불과했다.

하지만, Cowen & Company 애널리스트 Doug Creuz는 지난해 매트 NFL 11이 출시한 달에 197만 부수가 판매된 것과, 그것은 거의 정확하게 2010년 8월에서 2011년 8월까지의 소프트웨어의 부수의 하락이었음에 주목했다.

매트 NFL 12는 실제로 작년에 평소처럼 출시되어 판매되었다. 소프트웨어 부수 판매는 평평(3% 떨어짐)하게 유지되었지만, 실제로 소프트웨어 매출 금액은 두 배 이상 감소할 것이다.

평소처럼, 이 상황은 소프트웨어의 평균 가격의 극적인 하락을 알리고, 사실상 8월에 일어난 일이다. 7월, 여러분은 우리가 그 달 소프트웨어의 평균 가격이 34달러 이하로 떨어진 것에 주목 했고, 그 가격은 우리가 몇 년 동안 가지고 있는 기록 중 가장 낮은 가격이었음을 기억해낼 지 모른다.

8월의 평균 가격은 우리가 한달 전에 발견한 걱정스러운 가격보다 2달러나 더 낮은 32달러 아래로 떨어졌다. Pachter가 이메일로 우리에게 알려준 바와 같이, 매우 낮은 ASP는 우리에게 8월의 소프트웨어 판매는 "모든 카달로그" 즉 오래전 출시되고 허가 받은 게임들이었다는 것을 우리에게 말해준다.

게다가, NPD 그룹에 의해 출시된 2011년 8월 Top 10 리스트는 단지 두 개의 새롭게 출시(파란색으로 표시된)된 게임들(Deus Ex: Human Revolution 과 Phineas & Ferb: 2nd Dimension)만이 가격을 인하하였음을 보여준다.

Top 10 Games at U.S. Retail August 2011		
Rank	Title	Release
1	<i>Deus Ex: Human Revolution</i>	Aug 2011
2	<i>NCAA Football 12</i>	Jul 2011
3	<i>Call of Duty: Black Ops</i>	Nov 2010
4	<i>Phineas & Ferb: 2nd Dimension</i>	Aug 2011
5	<i>Cars 2</i>	Jun 2011
6	<i>Just Dance Summer Party</i>	Jul 2011
7	<i>Just Dance 2</i>	Oct 2010
8	<i>LEGO Pirates of the Caribbean</i>	May 2011
9	<i>Legend of Zelda: Ocarina of Time</i>	Jun 2011
10	<i>Zumba Fitness: Join the Party</i>	Nov 2010

Source: The NPD Group

붉은 색으로 표시된 3개의 타이틀은 2010년 출시된 것들이다. 나머지 타이틀들은 올해 5월, 6월, 7월에 출시된 것들이다. 또한 타이틀 자체가 업계가 최근에 기대해 온 것 보다 더욱 캐주얼하고, 판매 허가된 가족 지향적인 것들이다. 8월의 리스트는 한 개의 대학 스포츠 게임 라이선스와 두 개의 애니메이션 라이선스, 그리고 한 개의 피트니스 게임을 포함한다.

폭풍 전까지 여름은 단지 잠잠해져 소강상태가 유지하다가, 이 업계는 자체의 핵심과 캐주얼 타이틀로서 올해 남아있는 기간 동안 강한 마무리를 이끌어 낼 수 있을 것이라고 희망한다. 포커스는 닌텐도 Wii에서 멀리 옮겨졌고, 닌텐도 3DS는 여전히 비교적 작은 설치 기반(겨우 1,100만 시스템)을 갖고 있고, 매출의 대부분은 마이크로소프트의 엑스박스 360과 소니의 플레이스테이션 3에서 기인했기 때문이다.

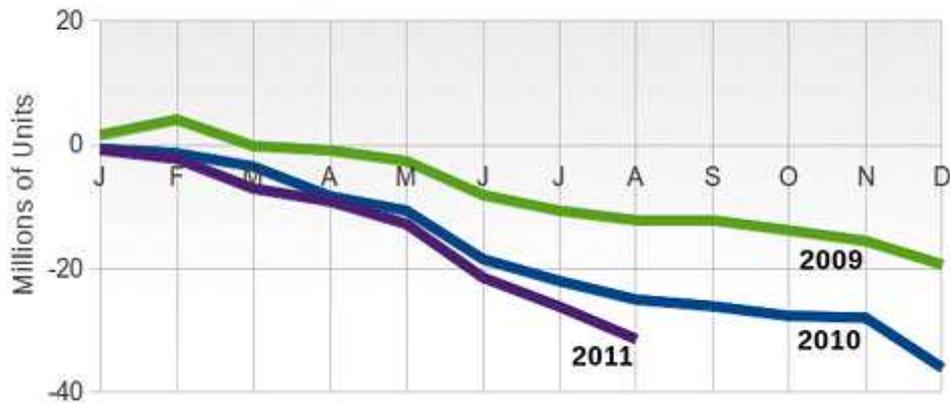
9월에만 빅 크로스 플랫폼 타이틀인 매트 NFL 12, 플랫폼 전용 Gear of War 3(Xbox 360)와 Resistance 3(PS3)을 만나볼 수 있다. Just Dace 3이 핫 캐주얼 프랜차이즈를 멀티 플랫폼

영역으로 처음으로 인도하는 동안 10월에는 또 다른 게임 웨이브가 RAGE, Batman: Arkham City와 액션게임 달라스용 Battlefield 3과 더불어 약화될 될 것이다.

결국, 올해는 11월에는 Call of Duty: Modern Warfare 3로, 모든 주요 플랫폼에 있어서, 플레이스테이션 3에는 Uncharted 3: Drake's Deception이 Xbox 360에는 Halo: Combat Evolved Anniversary로 끝날 것이다.

다음의 수치는 소매업계 분야가 2010년과 비교해 올해를 평평하게 유지 또는 심지어 감소액을 적게 마감하기 위해 얼마나 메워야 하는 지를 보여준다. 이것은 비교를 위해 2008년의 높은 소프트웨어 판매 기록을 이용해 지난 3년 동안의 소프트웨어 부수 판매를 보여준다. (아래의 각 곡선은 2008년부터 매년 일년 동안의 떨어져온 수치들을 보여준다. 매년 2008년보다 그 수치가 낮았고, 그 곡선들은 매우 마이너스 값들이다.)

Estimated Year-to-Date Software Sales
Relative to Peak Sales in 2008



2009년 처음 두 달을 제외하고, 소매 업계는 2008년 전성기에서 아주 멀리 뒤쳐져 있었고, 지금은 또 다른 하락의 길로 향하고 있는 것으로 나타난다

지난 몇 년 동안, 소매 업계는 8월 말 전에 연간 소프트웨어 부수의 약 절반을 판매해왔고, 9월부터 12월까지 그 나머지 절반을 판매해 왔다. 우리가 이와 같은 대략적인 방법을 올해에 적용한다면, 2011년 전체로 볼 때, 소프트웨어 판매 부수는 21,500 ~22,000만부로 추정할 수 있겠다. 그것은 2011년 판매 부수는 2010년 총 부수보다 1,000-1,500만 부수가 낮을 것을 의미한다.

2011년이 그냥 우연이라 할지라도 - 이런 둔화된 판매 현상은 매 10년마다 한번씩은 온다 - 2011년은 소매점에서 약세를 거둔 한 해라는 사실은 변함이 없다. 어느 시점에서 이 업계는 "세속적인 하락"이 진행되지 않도록 해야만 할 것이고, "세속적인 하락" Michael Pachter가 비이도 게임 비즈니스에 대한 투자자들의 비관론을 특징화하기 위해 사용했던 유명한 단어이다.

Electronic Arts와 더욱 최근에는 Activision Blizzard같은 큰 출판사들은 온라인 디지털 배송과 소매 제품 및 서비스들을 통합하는 미래를 수용하기 시작했다. 중소 기업들은 오랫동안 그들의 제품을 온라인 상에 판매하는 것에 열성적이었다. 직접 판매하고, 서비스하고, 가상 제품을 무료로 재생하는 공간으로서 이용하면서 말이다. 불행히도, 이러한 온라인 영역에서 사용되는 매트릭스는 여전히 불분명하고, 기존 매트릭스와는 매우 다르고, 비디오 게임 산업의 전반적인 건강을 분별하기 어려운 상태로 남는다.

NPD 그룹과 협력하여, 발행인과 플랫폼 소유주들은 거래 유형에 대한 몇 가지 정의에 대해 동의해왔다. 다음 단계는 발행인과 NPD 그룹이 그러한 정의를 이용해 정기적으로 매출에 관한 투명한 보도를 하는 것이다. 그렇게 되면 우리는 소매 추정치 제안으로써 소프트웨어 판매가 성장했는지 또는 유지됐는지, 실제로 감소 했는지를 말할 수 있을 것이다.

[늘 그랬듯이, NPD그룹의 비디오 게임 산업 데이터에 대해 많이 감사 드리고, David Riley에게 특별한 감사를 전한다. 특히, NPD 그룹 애널리스트 Anita Frazier에게 그녀의

월간 분석 자료에 대해 감사 드리고, 또한 Liam Callahan에게 그의 통찰력과 협조에 감사 드린다.

추가로 칭찬하고 싶은 것은 Wedbush 증권사의 Michael Pachter에 관한 것인데 그의 관점, 유익한 대화들, 그리고 즐거움을 주는 일화들이다. 우리는 또한 Cowen and Company사의 Doug Creutz의 조언들을 의지했고, 그의 관점에 깊은 감사를 표하는 바이다.

마지막으로 가마수트라 동료들에게 감사의 말을 전하고, 특히 유익한 토의를 위한 NeoGAF상의 많은 의견들에 감사 드린다.]