중국 게임 시장 동향

中 온라인게임, 오프라인 상품과 마케팅 제휴 활발

코카콜라, WoW 캐릭터 활용한 음료수 중국 출시

- 코카콜라는 World of Warcraft 게임 내 캐릭터를 음료수 캔에 부착, 중국 내에서 판매하기로 제휴
  - World of Warcraft의 캐릭터가 인쇄된 코카콜라를 구입한 게임 사용자는 WoW 게임 시간을 추가할 수 있어 WoW와 코카콜라 양사 모두에 긍정적인 마케팅 효과를 낼 것으로 기대됨

Kingsoft, 9월말 '검협세계' 음료수 출시

- 中 온라인 게임업체 Kingsoft는 광저우 음료수업체 왕라오지 파마슈티컬 주식유한공사와 자사 온라인게임 <검협세계> 브랜드를 활용한 음료수 1,000만 병을 9월 말에 출시
  - 이번에 출시할 음료수의 판로 개척에 공동으로 노력하기로 합의했으며, 앞으로 브랜드의 다양한 활용 방안에 관한 제휴를 추가적으로 진행할 계획

www.kingsoft.com

中 게임업체, 자사주 매입 잇따라

Netdragon, 17억 원 규모 주식 환매

- 中 게임업체 Netdragon은 9월 3일~8일까지 5일 동안 총 4회에 걸쳐 주식 환매를 진행, 총 232만 8천주(17억 원 규모)를 매입했다고 밝힘
  - 이번 환매시 평균가격은 5.07홍콩달러(한화 약 717원)로, 총 거래액은 1,181만 9,565홍콩달러(한화 약 17억 원)에 해당함
- Netdragon 측은 현재의 주가가 Netdragon의 잠재 가치를 모두 반영하지 못하고 있다고 지적하며 주주의 투자수익률을 높이기 위해 적당한 시기에 추가적인 주식환매를 진행할 수도 있다고 밝힘

Netease, 1억 달러 규모 주식 매입 계획 확정

- 中 게임업체 Netease는 이사회의 결의를 거쳐 1억 달러(한화 약 1,141억원) 규모의 미국예탁증권을 향후 1년 안에 매입하기로 했다고 지난 9월 13일 밝힘
  - 이번 주식환매 계획은 가용운영자본을 사용, 공개 시장에서 진행될 예정

Shanda, 2억 달러 규모 미국예탁증권 환매계획 발표

- 中 온라인 게임업체 Shanda는 이사회 동의를 걸쳐 주식환매 계획을 지난 9월 9일 발표
  - 계획에 따르면 Shanda는 향후 1년 내 시장여건과 주가, 그리고 미국예탁증권법의 유관 규정을 고려해 2억 달러(한화 약 2,202억 원) 규모의 회사 보통주를 대표하는 미국예탁증서를 환매하겠다고 밝힘
  - 이번 주식 환매 계획은 공개 거래 또는 기타 방식을 통해 실시될 예정

www.nd.com.cn www.snda.com www.163.com

온라인게임과 브라우저 게임 통합 트렌드

클라이언트 기반 온라인게임과 브라우저 게임 통합 추세

- 中 온라인 게임업체 라인콩(LINEKONG)의 CEO 왕펑은 <중국 100大 IT기업 CEO 조사>를 진행하면서, 향후 브라우저 게임과 클라이언트 기반 온라인게임이 융합된 형태의 새로운 게임이 등장할 것이라고 밝힘
  - 그러나 라인콩사의 브라우저 게임 시장 진출에 대한 구체적인 계획은 아직 없다고 밝힘
- 또 왕펑 CEO는 중국 게임업계의 장기적인 발전을 위해서는 게임 품질혁신이 필요하다고 지적하며, 게임업계의 모든 역량을 집중하여 완성도 높고 시장성을 갖춘 게임을 만들어야 글로벌 시대에 살아남을 수 있을 것이라고 강조

www.linekong.com

Nineyou, 해외 조직 개편 단행

Nineyou, 한국 사무소 폐지

- 中 온라인 게임업체 Nineyou는 내년에 한국 사무소를 폐지하고 일본 지사를 독립적으로 운영하는 내용의 해외 지사 구조조정을 실행할 계획
  - Nineyou는 한국산 온라인게임 시장의 중요성이 상대적으로 감소하고 있어 내년에 한국 지사를 폐지할 계획
  - Nineyou는 또 현재 중국 온라인게임 시장이 한국보다 크고, 중국 게임개발사들의 게임개발 능력이 꾸준히 발전하고 있어 중국 온라인게임 시장 내에서 한국 온라인게임 기업들의 중요성이 점차 낮아질 것으로 전망

일본 지사는 독립 운영키로

- Nineyou는 독립 운영될 일본 지사에 새로운 투자를 유치, 일본 주식시장에 상장을 추진할 계획
  - 또 일본 지사의 이름을 '오성오락'으로 개명하고, 나인유가 100% 지분을 소유하기보다 제 3자의 투자를 유치할 수 있도록 상장할 방침
  - 현지화된 회사명과 현지 시장의 투자를 유치하여 일본 시장 내 대응력을 높일 수 있을 것으로 기대한다고 밝힘

中 브라우저 게임 시장 급성장, 2011년 3,480만 명 이용 전망

中 브라우저 게임 시장 급성장, 2011년 사용자수 3,480만 명 전망

- 中 시장조사업체인 Analysys International은 최근 발간한 <2008년 중국 브라우저 게임 시장 보고서>를 통해, 2007년 중국 브라우저 게임 사용자 수가 약 300만 명이며, 2011년까지 연간 84.6%의 성장률을 유지, 2011년 중국 브라우저 게임 사용자수는 3,480만 명에 달할 것으로 예측

中 브라우저 게임 시장 트렌드

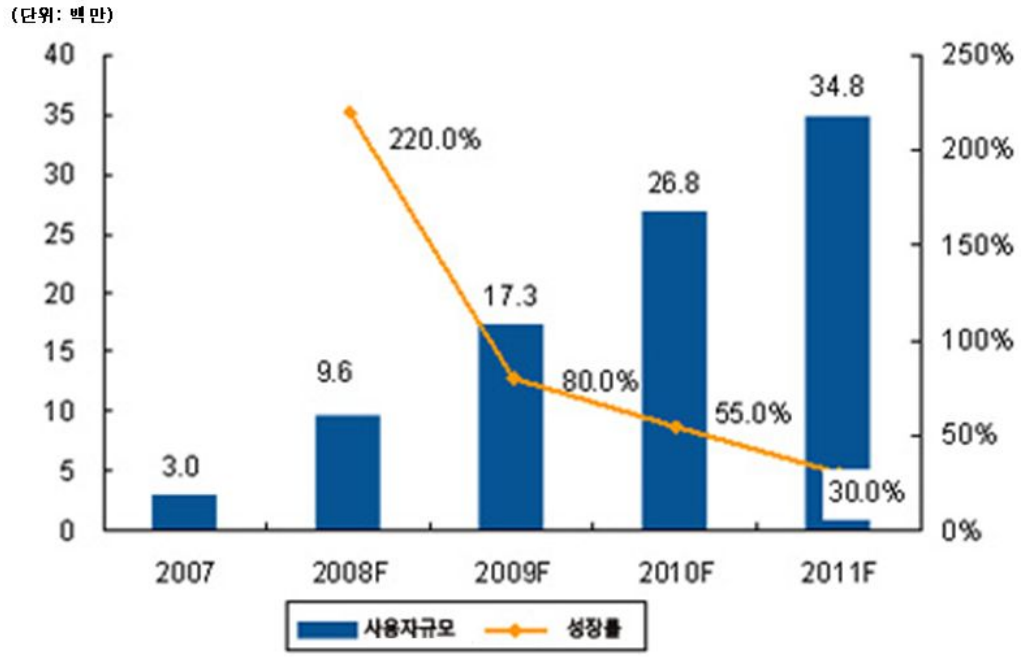
- [산업환경] 브로드밴드 보급률이 아직 낮고, 진입장벽이 낮아 브라우저 게임 시장에 개발업체 뿐만 아니라 퍼블리셔들도 뛰어들고 있음
- [비즈니스모델] 최근 중국의 브라우저 게임 시장은 개별 결제, 해외 라이센스 또는 직접 진출뿐만 아니라, 게임내 광고에 이르는 다양한 비즈니스 모델을 시도하면서 향후 2년 간 비약적인 발전을 이룰 것으로 전망

- [운영방식] 기존의 여러 업체가 함께 운영하는 연합운영 중심에서 개별 업체가 직접 운영하는 독립운영 중심으로 변화될 것으로 예상
- [커뮤니티와의 융합] 온라인게임과 커뮤니티 서비스간 융합이 활발해 질 것
- [장르] 기존의 대전·전략 장르 중심에서 RPG, 가상경영, 육성 시뮬레이션 등으로 다양화될 것으로 전망
- [게임기획] 최근 게임간 표절 현상이 심화되면서, 게임의 동질화 문제가 대두되고 있으나 아직까지는 관련 정책 및 규제가 미비해, 업계의 자율적인 내부 규율이 필요
- [사용자 특징] 브라우저 게임 이용자의 65%가 게임 지속 기간이 1년 이하이며, 90%가 남성인 것으로 조사됨
  - 또 직장인과 학생이 각각 60%, 30%를 차지하고 있으며, 33%만이 게임 충전을 하는 것으로 나타남
  - 이는 브라우저 게임 이용자들이 비용지불의사가 낮고, 시간이 많지 않은 사람들이 주로 이용하는 게임임을 시사
- [규제 환경] 향후 정부의 온라인게임 업종의 감독관리 정책에 따라, 규제가 강화될 것으로 전망

*주: 브라우저 게임은 별도의 클라이언트를 다운로드하지 않고, 웹브라우저 상에서 진행하는 게임

www.analysys.com.cn

Chart 중국 브라우저 게임 사용자 규모 (2007-2011)



STAT 중국 온라인게임 순위

Table 중국 온라인게임 순위(10월 8일 기준)

순위	게임명	장르	퍼블리셔	PV
1	몽환서유 (梦幻西游)	MMORPG	Netease	12.66%
2	World of Warcraft (魔兽世界)	MMORPG	The9	10.42%
3	오디션 (劲舞团)	casual	9you	3.51%
4	천룡팔부 (天龙八部)	MMORPG	게임온	3.26%
5	주선(诛仙)	MMORPG	완미시공	2.01%
6	카트라이더(跑跑卡丁车)	casual	세기천성	1.42%
7	미르의 전설(传奇)	MMORPG	Shanda	1.28%
8	진삼국무쌍온라인(真三国无双OL)	MMORPG	천희	1.08%
9	적벽온라인(赤壁)	MMORPG	완미시공	0.86%
10	삼국군영전(三国群英传)	MMORPG	유유망	0.77%

[출처] 17173.com

일본 게임 시장 동향

Sony 경영진, 일본 게임기술력 북미, 유럽에 뒤져

Sony 경영진, 일본 게임기술력 북미, 유럽에 뒤진다고 자체 평가

- Sony Worldwide Studios의 Shuhei Yoshida CEO는 최근 일본 게임업계의 정체된 행보에 대해 “콘솔 세대교체로 인해 기술력의 무게중심이 서구 쪽으로 옮겨간 탓”이라고 진단
  - 그는 일본 자체의 지리적 한계와 그래픽이 중요할 수밖에 없는 최신 게임의 성격으로 인해 일본 게임업계가 이중고를 겪고 있다고 지적
  - PS2 출시 이후 게임 기술과 그래픽 부문이 더욱 치밀하고 복잡해지는 양상을 띄고 있어 고품질 컴퓨터 그래픽에 필요한 유능한 인재들을 풍부하게 보유하고 있는 미국과 유럽은 일본에 비해 게임 제작에 필요한 대규모 팀을 구성하기가 비교적 용이해 발전 속도 역시 일본보다 빠르다고 지적
- 그는 ‘Metal Gear’와 ‘Gran Turismo’ 등의 성공 사례에 대해서 일본 게임업계에서 다분히 이례적인 사례임을 강조
  - Kojima-san 팀과 Polyphony Digital 등이 여전히 대작 게임을 제작하고 있는 것에 대해 ‘대단하다’고 평가하면서도, 이를 일본 게임 소프트웨어 업계 전반의 분위기는 아니라고 지적