아시아 기타 게임 시장 동향

대만 게임업체 InterServ, Perfect World에 중국내 자회사 매각

중국 온라인게임 업체 Perfect World, InterServ 중국내 자회사 인수

- 대만 온라인게임 업체 InterServ International은 중국 내 자회사 Global InterServ(Caymans) Inc.를 中 온라인게임 업체 Perfect World에게 2,300만 달러에 매각한 것으로 지난 12월 8일 발표
  - Global InterServ의 지분을 소유한 InterServ International이 Perfect World에 보유주식 전량을 2,300만 달러(한화 약 331억6,600만원)에 매각하는 조건으로 계약이 성사되었으며, 이 계약으로 Global InterServ는 Perfect World의 자회사로 편입

인수 배경 및 전망

- Perfect World는 뛰어난 게임개발 능력을 보유한 Global InterServ 인수를 통해 자사 게임개발 능력을 강화할 계획
  - Perfect World는 Global InterServ의 자회사인 상하이 게임개발센터와 청두 게임 테스팅 및 지원 서비스 센터를 자사 R&D부문 강화에 활용할 방침이며, 이번 인수합병에 투입한 금액 중 1,500만 달러도 게임 개발에 투입할 예정
  - Perfect World는 이미 지난 10월 InterServ가 개발한 온라인 게임 '유성 온라인'에 관한 독점 퍼블리싱 및 판매 권한은 물론 개발엔진 사용권을 획득한 바 있음
- Perfect World는 향후 Global InterServ 인수와 같은 유사한 M&A를 통해 자사 경쟁력 강화에 나설 방침
  - 中 Perfect World 츠위펑 사장은 Goble InterServ 인수를 "Perfect World의 게임개발 능력이 진일보한 중요한 계기"라 평하며, 게임개발능력의 확대 및 급변하는 시장환경에 대한 대처능력 확보를 위해 앞으로도 이러한 전략적 인수합병을 추진해나갈 것"이라고 밝힘

www.is-games.com www.wanmei.com

홍콩 온라인게임 시장 현황 및 진출전략

시장규모

- 싱가포르 시장조사업체인 Giant GfK에 따르면, 2008년 홍콩 게임소프트웨어 시장규모는 7,200만 달러로 전년대비 15% 증가
  - 시장조사업체인 IDC에 따르면, 2008년 홍콩 온라인게임 시장규모는 4,135만 달러이며, 2010년에는 4,807만 달러에 달할 것으로 전망
  - 2008년 홍콩 온라인게임인구 수는 약 217만 명으로 아시아태평양 지역에서 한국, 싱가포르 다음으로 세 번째로 큰 규모이며, 전체 인구의 31%에 달해, 이미 포화 상태

업체현황

- 개발사, 퍼블리셔 등의 홍콩 게임업체는 모두 100여 개에 달하며, 이 중 퍼블리셔 기능을 수행하는 업체는 20%임
  - 대표적인 퍼블리셔는 Gameone, Runup, UR 등이 있으며, 개발사들은 주로 온라인게임과 모바일게임을 개발
  - 일본, 한국, 대만 게임업체들이 전체 홍콩 게임시장의 65%를 차지하고 있으며, 이 중 Capcom, Konami와 같은 일본 게임업체들이 74%를 차지

플랫폼별 현황

- 홍콩에서는 온라인게임, 모바일게임, 휴대용 콘솔게임이 인기를 얻고 있음
  - PC 온라인게임은 자체 개발 보다 중국, 한국, 일본에서 수입한 게임들이 인기를 끌고 있음
  - 모바일게임은 높은 이동통신 보급률을 기반으로 일본, 중국, 한국에서 수입된 게임뿐만 아니라 홍콩에서 자체 개발된 게임도 인기를 끌고 있음
  - 좁은 면적으로 특별한 야외활동이 부족한 홍콩의 지리적 특징과 포터블 제품에 대한 친밀도가 높은 홍콩인들의 성향으로 인해 10~30대를 중심으로 PSP, NDS와 같은 휴대용 콘솔게임기도 인기를 끌고 있으며, 홍콩 전체 게임 시장의 31%를 차지

인기 게임 현황

- GfK에 따르면, 홍콩 게임시장은 액션, 슈팅, 스포츠 게임이 주류를 이루고 있으며, 특히 MMORPG의 인기가 높음

[출처] KOTRA 2008.10

Table 홍콩 PC게임 판매순위 (2008년 10월 기준)

순위	게임명	장르
1	소문사대모험(사탄 강림 편)	액션
2	족(跑) 온라인	스포츠
3	탄식천지(吞食天地) 2	MMORPG
4	명성삼결일(明星三缺一) 온라인	기타
5	모의시민(模拟市民) 온라인	MMORPG
6	LUNA 온라인	MMORPG
7	십이지천이(十二之天貳)	MMORPG
8	Heat Project	슈팅
9	명성문지주(明星门地主)	기타
10	성몽(星夢)	MMORPG

[출처] hk.games.yahoo.com

India Gaming Summit 2008 개최

India Gaming Summit 2008 개요

- 인도 게임시장 컨퍼런스인 India Gaming Summit 2008이 인도 Reliance Group의 자회사인 Zapak Digital Entertainment의 주최로 지난 11월 21일 인도 Mumbai의 Nehru Center에서 개최
  - 지난해 해외 게임업체들을 초대했던 것과 달리 올해에는 인도 내 게임업체들을 중심으로 인도 시장에 중점을 두고 컨퍼런스를 진행
- Zapak의 COO인 Rohit Sharma의 환영사와 Intel 인도 지사장 Prakash Bagri의 키노트 연설로 시작한 컨퍼런스는 총 4개의 세션이 순차적으로 진행
  - Session 1 – 미래의 인도 게임시장을 발전시키기 위한 생태계 조성 전략
  - Session 2 – 게임의 온/오프라인 유통 인프라
  - Session 3 – 인도 시장 내의 PC, 온라인, 콘솔, 모바일 간의 플랫폼 경쟁
  - Session 4 – 게임 마케팅 및 광고 전략

주요 트렌드

- 원천 IP의 중요성 강조
  - Reliance Entertainment의 대표 Amit Khanna는 미국 게임산업의 성장에는 풍부한 SF공상과학 소설이 기여를 했고, 일본 게임산업에서는 만화와 애니메이션 산업의 기여가 컸던 것처럼, 인도 게임시장에서는 Bollywood가 큰 기여를 할 것으로 기대하며, 게임산업 발전에서 원천 IP의 중요성을 강조

- 인도 게임 시장에서 플랫폼 별 현황
  - 콘솔게임, PC패키지 게임의 경우 제작비가 대규모로 소요되며, 인도의 낮은 소득수준을 감안할 경우 성공할 가능성이 낮으며, 모바일게임의 경우 이동통신사업자와의 영업관리 및 마케팅관리가 중요
  - 반면 플래시게임 등 온라인게임의 경우 모바일게임과 달리 특정 사업자에 대한 관리가 필요하지 않고, 콘솔이나 PC패키지 게임처럼 대규모 제작비가 투입되지 않아 손쉽게 게임개발이 가능하며, 성공할 경우 광고 등을 통해 수익모델 창출이 가능해 많은 인도 게임업체들이 관심을 갖고 뛰어들고 있음
  - 콘솔게임의 경우, 차세대 콘솔게임기보다는 일반 휴대폰 가격 수준의 PS2가 인기를 끌고 있으며, 온라인게임의 경우 부분유료화 모델을 채택한 MMORPG 게임들이 조금씩 인기를 얻고 있는 상황

인도 게임시장 전망 및 성장을 위한 장애요인

- Intel의 남부 아시아 마케팅 담당인 Prakash Bagri은 브로드밴드 인프라 보급률, 높은 국제화 비율, 게임 아웃소싱을 통한 혁신 역량 등을 거론하며, 인도 게임 시장의 향후 성장 가능성을 높이 평가
- 동시에 일부 도시를 제외한 주변 지역의 브로드밴드 인프라가 열악하며, 불법 복제가 만연하다는 점은 인도 게임산업 성장의 장애요인으로 작용
  - 그러나 EA India의 이사 Ajay Khanna는 불법복제에 대해 “80%의 해적판 사용자들을 규제하는 데 힘쓰기보다, 20%의 게임 구매자를 만족시키는 방법이 훨씬 낫다”며, 정품 게임 구매자들의 구매욕구를 높일 방법을 찾는 것이 관건이라고 강조

www.zapak.com/igs08