



아시아 기타 게임 시장 동향

인도 게임업체 FXLabs, 콘솔보다 온라인게임이 대세

● 높은 가격과 낮은 플랫폼 보급률이 콘솔게임 시장 성장의 걸림돌

- ◆ FXLabs의 Sashi Reddi CEO는 게임전문 사이트 Gameindustry와의 인터뷰를 통해, 인도 게임시장 내에서 높은 가격과 이로 인한 대중성의 결여로 인해, 콘솔게임 시장보다는 PC기반 온라인게임 시장이 대세를 이룰 것으로 전망
 - EA, Microsoft, Sony 등 글로벌 업체들의 인도 시장 진출에도 불구하고, 인도 게임시장에서 게임 콘솔의 매출이 차지하는 매출은 상당히 적는데, 이는 게임에 매겨진 관세로 인한 높은 가격 때문
 - 현재 인도 콘솔게임기 수는 40만 대 규모의 PS2를 포함하여 100만 대를 넘지 않을 것으로 추정되며, 이는 2,000만 대 이상 보급된 PC의 1/20 수준에 불과

● PC기반 게임 시장의 성장성과 발전 과제

- ◆ PC기반 게임 시장 또한 아직까지는 상황이 획기적으로 개선되지 않은 상황이나, 3년 안에 본격적인 인도 내수 게임 시장이 형성될 전망
 - 최근 인도에서 가장 큰 캐주얼게임 포털 사이트의 가입자 수가 500만을 돌파한 것은 온라인게임이 사회적으로 큰 반향을 일으키고 있다는 신호
- ◆ [낮은 구매력으로 인한 열악한 내수 시장] 인도 시장에서 손익분기점을 달성하기 위해서는 최소 8만 장 이상의 판매량을 올려야 하지만, 현재까지 1만 장 이상 판매한 타이틀은 거의 없는 상황
 - 이는 매스마켓의 낮은 구매력을 고려하지 않고, 소수 상류층을 겨냥해 기존 콘솔 타이틀 수준의 가격 책정을 그대로 적용했기 때문이며, 인도와 어울리지 않는 콘텐츠가 장애요인으로 작용한 것임
 - 인도 현지인들이 구매하기에 부담스럽지 않은 PC게임 패키지의 적정 가격은 6달러인 것으로 추정되며, 이 경우 48만 달러의 개발비가 소요되며, 현재로서는 인도 내수 시장에서 이를 충당하기는 어려운 상황
 - 이 때문에 FXlabs를 비롯한 인도 게임업체들은 인도 뿐만 아니라, 북미, 유럽 등 해외 시장 진출을 공격적으로 추진 중
- ◆ [상류층 중심 마케팅] 지금까지는 구매력이 높은 상류층을 대상으로 마케팅을

했는데, 이로서는 한계가 많아, Bollywood 소재 등을 활용한 매스마켓 공략 전략이 요구되는 상황

- 이 외에도 아케이드 게임기 등을 오락실, 상점 등에 보급함으로써 게임 이용자 층을 넓히는 작업이 선행되어야 함
- ◆ [열악한 브로드밴드 인프라] 현재 인도의 브로드밴드 인프라 이용 요금은 일반인들에게 보급되기에는 너무 비싸며, 인도 내부에서는 56.6kbps 정도를 브로드밴드로 볼 정도로 속도 또한 열악해, 몇몇 가벼운 캐주얼게임 외에 MMOG를 구현하기는 어려운 상황
- 그러나 향후 인도 게임시장은 PC 패키지 게임에서 인터넷 기반 온라인게임으로 전환해 갈 전망

 www.fxlabs.com

2009년 대만 게임시장, 전년대비 8.4% 성장 전망

2009년 대만 게임시장 규모, 4,547억 원에 달할 전망

- ◆ 대만 시장조사업체인 Market Intelligence Center에 따르면, 2009년 대만 게임시장 규모는 전년대비 8.4% 성장한 113억 NTD(대만 달러)(약 4,547억 원)에 달할 전망
- MIC는 2006년에서 2010년까지 대만 게임시장의 연평균 성장률이 8.77%로 안정기에 접어든 것으로 판단

주요 이슈

- ◆ [캐주얼게임의 부상] 최근 대만 게임시장은 MMORPG에서 캐주얼게임으로 중심을 이동하고 있으며, 2009년에는 캐주얼게임이 차지하는 비중이 46%에 달할 전망이며, 이는 2010년에 49%로 증가, MMORPG와 비슷한 시장점유율을 나타낼 전망
- ◆ [경쟁 심화] 중국 등 해외 게임의 대만 시장 진출이 활발해 지면서, 한국산 게임이 60%를 차지하고 있는 대만 시장에서의 경쟁 심화가 예상되며, 이에 따라 시장 구도가 어떤 식으로 바뀔지 귀추가 주목되고 있음

 mic.iii.org.tw

대만 게임업체 Softstar, 온라인게임 개발 위해 투자 유치

● Softstar, 사모발행 통해 300~450억 달러 자금 조달

- ◆ 대만 게임 개발사 Softstar Entertainment는 사모발행(Private Placement)* 방식으로 약 1억에서 1억 5,000만 NTD(대만 달러)(300~450만 달러) 규모의 자금을 조달할 계획
 - Softstar의 이사회는 지난 2008년 중반기에 이 같은 사모발행 계획을 승인했으며, 이번 자금조달이 성사될 경우 지난 2007년 KBTelcom의 자금을 지원받은 이후 두 번째 사모발행
- ◆ 사모발행 대상으로는 中 온라인게임 업체인 9you 등이 거론되고 있는데, 이는 지난해 Softstar가 현재 개발하고 있는 온라인게임 'Chinese Paladin Online'의 퍼블리싱 권한을 1억 NTD(대만 달러)에 매입한 바 있기 때문
 - Softstar의 대변인은 “이번 사모발행의 대상이 2~3 업체에 한정될 것이며, 해당 투자업체가 Softstar의 중국 본토 및 해외 시장을 노린 향후 개발 사업에 적극적으로 지원하길 바란다”고 기대

● 사모발행 배경

- ◆ Softstar는 대만의 중견 게임업체로서, 'Rich', 'Chinese Paladin', 'Xuanyuan Sword' 등의 인기 패키지게임의 개발사로 유명했으나, 최근 부상한 온라인게임에서는 개발경험이 부족해 어려움을 겪고 있는 상황
 - Softstar는 이러한 위기를 타개하기 위해 신규 온라인게임인 'Chinese Paladin Online' 출시를 준비하고 있으며, 이를 위해 필요한 자금 확보를 위해 사모발행에 나선 것임
 - 'Chinese Paladin Online'은 중국 본토와 대만에서 2009년 1/4분기에 동시 출시될 예정

* 주: '사모발행(Private Placement)'이란, 주식을 취득하는 방법의 하나로, 공개적으로 불특정 다수를 대상으로 주식을 판매하여 자금을 확보하는 공모(Public Offering)와 대조되는 개념이며, 특정 투자자 또는 소수의 투자자를 대상으로 주식을 판매하여 자금을 확보하는 방식

 www.softstar.com.tw