



중국 게임 시장 동향

Sohu의 '천룡팔부', CiB Net Station 통해 말레이시아 필리핀 진출

베트남, 홍콩, 대만에 이은 해외 진출

- ◆ 中 게임업체 Sohu는 말레이시아의 온라인게임 운영사인 CiB Net Station을 통해 올해 3월부터 말레이시아와 싱가포르에서 자사 게임 '천룡팔부'를 서비스 실시 예정
 - '천룡팔부 (Tian Long Ba Bu, 天龍八部)'는 지난 2007년 5월 정식서비스 이후 2008년 4/4분기에 동시접속자 수 74 만 명을 기록한 바 있는 무협 온라인게임
 - 2008년 Sohu의 매출은 전년대비 5.4 배 성장한 1억 8,990 만 달러(약 2,700억 원)를 기록
 - 한편 Sohu는 가입자 1 억 명, 일일 방문자 7 억 명에 이르는 중국 내 최대 포털 사이트로서, 2008년도 총 매출 4억 2,910 만 달러 (한화 약 6,000 억 원) 및 순이익 1억 5,860 만 달러 (한화 약 2,200 억 원)를 기록

 tl.sohu.com  www.sohu.com

Kingsoft, 사업별로 3개 자회사로 분리

1-2-3 모델로 사업 분리하여 게임 산업은 Zou Tao 인 책임 하에 운영

- ◆ '검협세계', '검협정연 온라인2' 등의 Kingsoft 그룹은, 1개 그룹, 2개 사업본부, 3개 자회사로 분리하여 독자적인 운영을 가능케 하되 그룹의 Corporate Image 와 핵심 가치는 동일하게 유지할 계획임
 - 2개 사업본부 - 백신 프로그램본부 및 해외 사업본부 및 3개 자회사 - 게임, 소프트웨어, 보안 프로그램으로 분리 예정
 - 본 구조조정을 통해 각 사업영역별로 체계적인 업무 추진이 가능할 것으로 기대하고 있으며, 성과에 대한 충분한 보상 체계를 수립할 계획이라고 밝힘
 - 한편 언론 일각에서는 구조조정을 통한 자회사 별로 개별 상장 의혹을 제기한 바 있으나, 킹소프트는 공식적으로 이를 부인함

 www.kingsoft.com

Chart

KINGSOFT의 123 모델 개요 (1 그룹, 2 사업본부, 3 자회사)



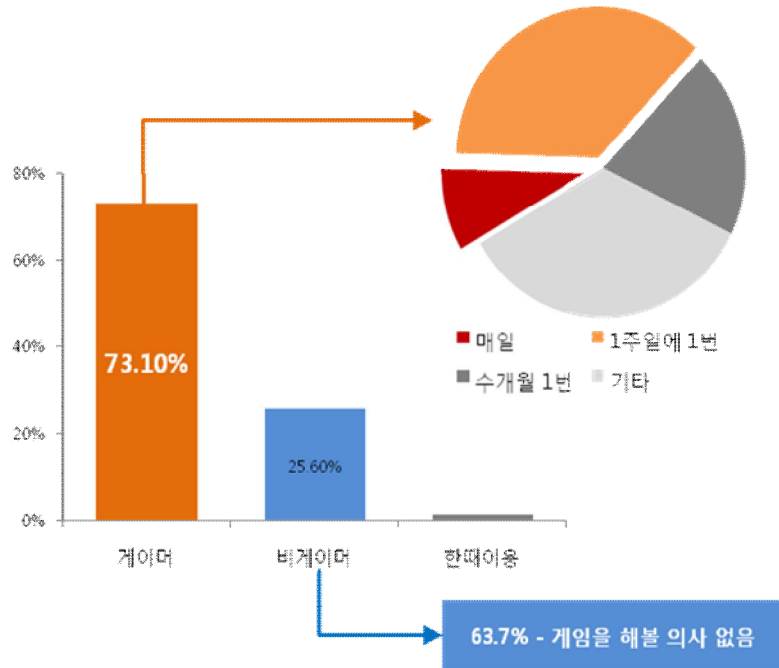
[출처] KINGSOFT, 2009; 스트라베이스 재구성

중국 청소년의 73%가 온라인게임 접해

🌐 주일에 1번 즐기는 청소년이 36.5%이며 매일 즐기는 게이머는 8.81%

- ◆ 중국 청소년 사회 서비스 센터(Chain Youth Social Service Center)의 ‘청소년 인터넷 운용상황 조사 기술 보고 (Internet use of minors survey technical report)’에 따르면, 9~16세의 중국 청소년 중 73.1%가 게임을 즐기는 것으로 나타남
 - 중국 10개 성의 청소년, 학부모, 교사 7,700 명을 대상으로 지난 2007년 11월 행해진 조사의 최근 발표에 따르면 73.1%는 게임을 즐기며, 25.6%는 게임을 해보지 않았다고 답하였으며, 비게이머의 63.7%는 게임 해보기를 원치 않는다고 응답
 - 1주일에 1번 즐기는 게이머가 36.51%로 가장 많았으며, 수개월에 1번이 20.25%, 매일이 8.81%로 나타났으며, 게임 시간은 2시간 이내가 72%였으며 4시간 이상이 9%를 차지

Chart 중국 청소년 게임 이용 조사 (2007)



[출처] Chain Youth Social Service Center; 스트라베이스 재구성

STAT 中 모바일게임 시장, 2011년에 8,500억 원에 달할 전망

2008년 중국 모바일게임 시장, 약 2500 억 원으로 전년대비 63% 성장

- ◆ 중국 IT시장 연구기관인 어널리시스 인터내셔널(易观国际, Analysys International)에 따르면 2008년도 중국 모바일게임 시장은 13억 6,500 만 위안(약 2,573 억원)에 달해 전년 대비 63% 성장한 것으로 나타남
 - 특히 2008년도 JAVA 모바일게임 수입이 138% 급성장한 1억 4,280 만 위안 (약 270 억 원)에 달했으며 그 중에서도 장중미그(掌中米格)와 신나닷컴(新浪) 이 각각 16%, 15%의 점유율을 차지하였음
 - 상위 5개 업체의 시장 집중도가 더욱 심화되어 2007년도에는 28.63% 의 비중이었으나 2008년도에는 장중미그, 신나닷컴 이외 상위 3개 업체의 점유율이 41.19%로 증대

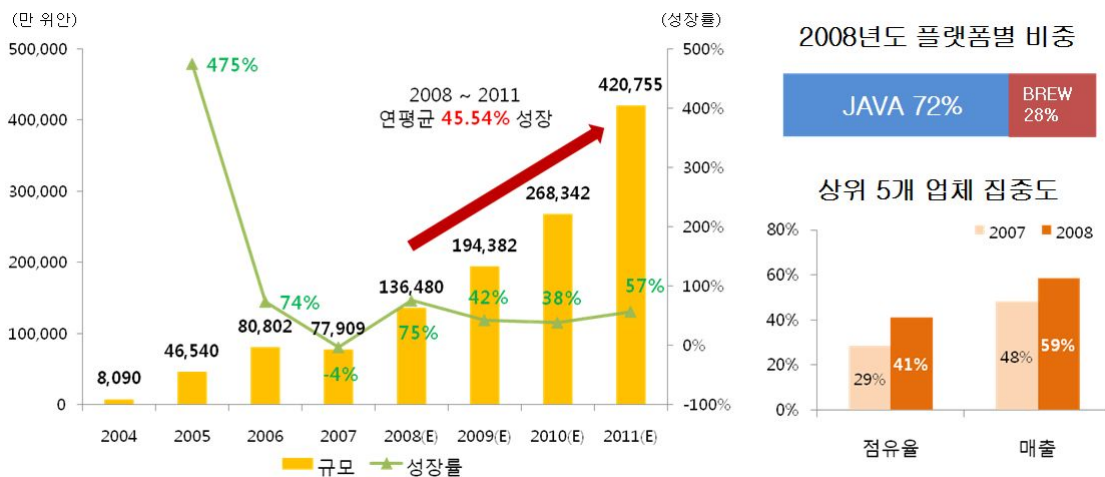
www.analysys.com.cn

글로벌 게임산업 Trend

Table 중국 모바일게임 시장 전망

| 시장 활성화 요소 | 시장 저해 요소 |
|--|--|
| 게임 운영 능력 향상 JAVA, BREW 지원 휴대폰 보급율 증대 3G 네트워크 활성화 캐주얼 엔터테인먼트 수요 증가 | 작품성 있는 게임 부족 기존 단말기 처리 능력의 한계 네트워크 불안정 높은 이용 비용 |

Table 중국 모바일게임 시장규모 및 플랫폼별 비중



[출처] Analysys International, 2009; 스트라베이스 재구성

STAT 중국 온라인게임 순위

Table 중국 PC방 온라인게임 순위(2월 6일 기준)

| 순위 | 게임명 | 퍼블리셔 | 순위변동 |
|----|------------------|------------------|------|
| 1 | 던전앤파이터(地下城与勇士) | Tencent | - |
| 2 | 크로스파이어(穿越火线) | Tencent | - |
| 3 | 오디션(劲舞团) | Nineyou | - |
| 4 | QQ 댄서(QQ炫舞) | Tencent | - |
| 5 | QQ 스피드(QQ飞车) | Tencent | - |
| 6 | 문도(问道) | Guang Yu Hua Xia | - |
| 7 | 몽환서유(梦幻西游) | NetEase | - |
| 8 | 카트라이더(跑跑卡丁车) | TianCity | - |
| 9 | 카운터 스트라이크 (反恐精英) | TianCity | ▲ |
| 10 | 프리스타일(街头篮球) | T2CN | ▼ |

[출처] ICM Data