



중국 게임 시장 동향

중국 문화부, 채널링 서비스도 허가 대상

● 中 문화부, 채널링 서비스하려면 허가증 받아야

- ◆ 중국 문화부는 최근 중국 온라인게임 시장에서 활성화되고 있는 채널링 서비스에 대해서도 해당 업체가 ‘네트워크문화경영허가증’을 반드시 발급받아야 한다고 지난 4월 2일 밝힘
 - 문화부는 이번 결정의 근거로서 “채널링 서비스도 온라인게임 운영행위에 속하고, 수익달성을 목적으로 하기 때문에, 온라인게임 등 인터넷문화상품을 운영하는 업체는 반드시 ‘인터넷문화관리집행규정’을 준수해야 한다”고 강조
 - 허가증을 받기 위해서는 8명 이상의 업무관리자와 전문기술인원을 갖추고, 100만 위안 이상의 자본금을 갖춰야 함

● 중국 온라인게임 업체들의 채널링 서비스 현황과 피급효과

- ◆ 中 온라인게임 업체 Kingsoft가 자사 인기 게임 ‘검협세계’와 ‘검협정연 온라인2’를 Shanda를 통해서도 제공하는 채널링 서비스를 지난 1월 개시한 바 있음
 - 이 외에도 Shanda를 통해 채널링 서비스를 제공하는 업체는 지난 3월 24일 ‘신의천검과도룡도’의 채널링 서비스 계약을 체결한 라인콩을 비롯해, 폭우엔터테인먼트 등이 있음
 - 中 게임업체 Perfect World도 올 2분기에 채널링 서비스를 계획하고 있는 것으로 알려짐
 - ◆ 최근 중국 내 웹게임 업체들의 채널링서비스가 활성화되고 있는 가운데, 이번 규정으로 인해 많은 웹게임 채널링 업체들이 부정적인 영향을 받을 것으로 전망됨
- * 채널링 서비스: 보통 개발사와 퍼블리셔가 일대일로 계약을 맺어, 한 게임이 한 퍼블리셔를 통해서 서비스되는 경우가 많은데, 채널링은 서로 다른 고객군을 가진 복수의 퍼블리셔를 통해 게임을 서비스하는 것을 의미함. 국내에서는 많은 유저풀을 확보한 게임포털이 대표적인 채널링 수단으로 꼽히고 있음

中 200여개 웹게임에서 수익창출하는 게임은 5종에 불과

● 中 웹게임업체 광주동망, 웹게임에 대한 장미빛 전망 경계

- ◆ 中 웹게임업체 광주동망의 오몽 대표는 지난 3월 9일 광주에서 개최된 웹게임업체 관련 회의에서 "현재 중국 웹게임시장에는 200여종의 게임이 있지만, 실제로 수익을 창출하고 있는 게임은 5종이 넘지 않는다"고 지적해, 웹게임에 대한 막연한 장미빛 낙관론을 경계
 - 실제로 中 시장조사업체인 iResearch는 중국 웹게임 시장은 지난 2년간 급속도로 성장, 2008년 시장 규모는 3억 5,000만 위안(744억 원)에 달했으며, 2011년에는 14억 4,000만 위안(3,061억 원)으로 성장할 것으로 전망한 바 있음
 - 이 같은 긍정적인 전망에 힘입어, 다수의 중소기업뿐만 아니라 개인 개발자들도 잇따라 웹게임 서비스에 뛰어들었지만, 실제로 수익을 거두고 있는 웹게임 업체는 구위호동, 낙관과기, 동망, 오크퍼시픽인터랙티브 등 소수 업체에 불과한 것으로 알려짐

● 웹게임 시장 성장의 장애요인과 전망

- ◆ 웹게임 시장의 진입장벽이 낮아 많은 업체들이 진출하고 있지만, 오몽 대표는 "웹게임도 다른 온라인게임과 마찬가지로 서버와 네트워크 설비 등의 기본적인 설비투자자 마케팅 비용이 적지 않게 투입된다"고 밝히며, 이를 상쇄할만한 매출확보가 기존의 온라인게임 만큼이나 쉽지 않은 만큼 신중할 필요가 있음을 시사
 - 뿐만 아니라, 웹게임 이용자들의 낮은 충성도도 웹게임 시장에서의 성공의 장애요인으로 지목되고 있음
 - iResearch에 따르면, 지난 2008년 4/4분기의 웹게임 가입자수가 전분기대비 345.9% 증가한 반면, 방문자수는 전분기대비 104.2% 증가하는 데 그쳐, 신규 유저 증가율이 높은 만큼, 이탈률 또한 높다는 점을 나타냄
 - 마지막으로 삼국지 소재의 게임이 흔하게 등장하는 등 웹게임 콘텐츠의 동질화 문제도 심각해, 콘텐츠 차별화도 성공의 관건
- ◆ 이처럼 웹게임 시장의 거품론은 투자에도 영향을 미치고 있는데, 지난 2007년~2008년 사이에 온라인게임 산업에서 이루어진 총 45건의 투자 중 웹게임 관련 투자는 2건에 불과했으며, 그마저도 상대적으로 규모가 작음
- ◆ 그러나 NetEase가 지난 5월 첫 웹게임 'Fujia Xiyou'을 출시했고, Perfect World는 올해에만 10개의 웹게임을 출시하겠다고 지난 3월 발표하는 등 주요 업체들의 웹게임 시장 진출도 잇따르고 있어, 콘텐츠, 운영 노하우에 따른 웹게임 시장에서의 부익부 빈익빈 현상은 가속화될 전망

WoW 중국 서비스업체, The9에서 NetEase로 전격 교체

● NetEase, 'Starcraft II'에 이어 'WoW' 서비스권도 획득

- ◆ 글로벌 온라인게임 업체 Blizzard는 中 온라인게임 퍼블리셔 The9과의 계약기간이 만료되는 올 6월부터 'World of Warcraft' 서비스업체를 NetEase로 교체한다고 지난 4월 16일 밝혔
- 이로써 NetEase는 지난 8월 13일 'Starcraft II'와 Battlenet 2.0에 대한 3년간의 중국내 서비스권을 확보한 데 이어, 'WoW'의 판권까지 확보함으로써, 진정한 Blizzard의 중국 서비스 파트너로 등극함
- NetEase는 2008년 중국 온라인게임 시장에서 매출 기준으로 Shanda에 이어 2위를 차지한 업체
- 반면, 'WoW'가 수익의 90%를 차지했던 The9의 경우, 이번 계약 연장 실패에 따라 NASDAQ 주가가 발표 하루 만에 25% 가까이 폭락하는 등 고전을 면치 못하고 있음

● 교체 배경

- ◆ 이번 교체 배경으로는 크게 대정부 협상력 저하, 경쟁사인 EA의 투자 유치, NetEase의 파격적인 수익분배 제안이 지목되고 있음
- 최근 중국 정부가 지난 해 10월 발매된 WoW의 두 번째 확장팩인 'Wrath of the King'에 대해 폭력적인 표현과 반사회적인 퀘스트 내용을 문제삼아 서비스허가를 계속 거절하면서, 'Wrath of the King'의 서비스에 차질을 빚게 되었고, 이로 인해 대정부 협상력에 대한 신뢰도가 낮은 The9보다는 NetEase와 같은 대규모 업체에 대한 선호가 높았다는 분석이 제기됨
- 한편 지난 2007년 5월 Blizzard의 경쟁사인 EA에게 1억 6,700만 달러 규모의 지분 15%를 매각하면서, 자사의 경쟁 정보가 주요 투자자인 EA에게 노출될 것을 우려한 것도 교체 배경으로 거론됨
- 마지막으로 The9은 Blizzard에게 수익의 22%를 라이선스 비용으로 지불한 반면, NetEase의 경우 55%를 지불하기로 한 것으로 알려져, 이에 따르면 Blizzard는 매년 9,000만 달러 규모의 추가 수익을 얻게 됨

● 향후 전망

- ◆ NetEase의 이일강 퍼블리싱 팀장은 교체 이후 The9의 기존 서버가 아닌 신규 서버를 이용할 것이라고 밝혀, 기존 WoW 유저의 DB가 이전될 것인지가 논란이 되고 있음

- 중국 유명 게임웹진 17173.com의 설문조사에 따르면, WoW의 DB 이전이 안될 경우 62.91%의 이용자들이 다시 시작하지 않겠다고 밝혀 파장이 클 것이라는 일각의 우려가 제기된 바 있음
- 그러나 NetEase에 따르면, WoW 유저 데이터의 소유권이 Blizzard에 있어, 유저 데이터를 인수인계받아 서비스를 재개하는 데에는 큰 무리가 없을 것으로 전망
- The9은 이번 사태에 대응하여, WoW와 유사한 ‘World of fight’라는 게임의 티저 사이트를 오픈하고 있어, 과거 Shanda가 ‘미르의 전설’ 재계약 실패시 ‘전기세계’를 출시했던 전략과 같은 행보를 보일 것이라는 추측이 제기되고 있음

 www.wowchina.com

오토프로그램 탑재한 중국산 게임 등장

국내 최초로 오토프로그램 지원 게임 출시

- ◆ 국내 게임 퍼블리셔인 이야인터랙티브가 지난 4월 14일~30일까지 사전 공개 테스트를 진행한 중국 Perfect World의 MMORPG 게임 ‘무림외전’이 자동사냥프로그램(일명 오토)을 지원하는 현금 아이템 ‘청신부’를 포함하고 있어 논란이 일고 있음
- ‘무림외전’은 Perfect World가 중국 내에서 4년 동안 운영해 왔으며, 자동사냥프로그램 지원 시스템은 다수의 중국 및 대만 온라인게임이 지원하고 있음
- 국내에서 ‘체력 보충’, ‘매크로’ 등 자동사냥을 일부 지원하는 시스템을 제공하고 있지만, 기존의 오토 프로그램에 준하는 시스템을 제공한 경우는 ‘무림외전’이 처음이며, 최근 국내 게임업체들의 오토 프로그램 척결 운동이 오토프로그램을 규제 중심으로 접근했던 점을 감안하면, 출시 후 이용자들의 반응에 관심이 쏠리고 있음

자동사냥 지원 현금 아이템 ‘청신부’는

- ◆ 이야인터랙티브에 따르면, ‘청신부’라는 자동사냥지원 아이템은 7일간 비선공 몬스터 지역에서 사냥을 지원하는 부적 아이템으로 레벨업에는 도움이 되지만, 직접 사냥에 비해 희귀 아이템 획득이나 유저들로부터의 커뮤니티 형성에는 한계가 있다고 밝힘

- 청신부는 체력보충, 전투, 아이템 획득, 획득 아이템의 세부 설정까지도 지원해 오토프로그램과 거의 동급이라는 평을 받고 있음
- 일부 오토 프로그램이 작동 중에 다른 컴퓨터 작업을 할 수 없는 것과 달리 '청신부'는 게임만 켜둔 채 인터넷 검색을 하거나 다른 게임까지도 할 수 있도록 지원
- ◆ 일각에서는 이 같은 기능이 온라인게임의 밸런스에 치명적인 타격을 줄 것이라는 우려가 제기되고 있으나, 이야인터랙티브는 중국 내에서 지난 4년간 별 문제 없이 제공되어 밸런스에 문제가 없다는 입장
- 청신부 아이템의 공개 여부는 게임물등급위원회의 심의를 통과할 경우, 게임내에 적용시킬 계획이나, 현재로서는 구체적인 적용 시기는 정해지지 않음

 www.murimstory.co.kr  www.eyainteractive.com

STAT 중국 온라인게임 이용자 수 5,500만 명 돌파...CNNIC

중국 온라인게임 이용자의 유료결제율은 76.5%

- ◆ 중국인터넷정보센터(CNNIC)가 발표한 '중국 온라인게임 사용자 조사보고서'에 따르면, 2008년 중국 온라인게임 이용자 수는 5,550만 명에 달하며, 이들의 유료 결제비율은 76.5%에 달하는 것으로 나타남
- 온라인게임 이용을 위해 유료 결제를 하는 유저는 76.5%에 달하는 것으로 나타났으며, 특히 19.6%의 유저가 이용하는 아이템 거래 전문 사이트의 시장 규모는 100억~130억 위안(약 2조원~2조 7천억원) 규모인 것으로 분석됨

저연령, 저소득층 중심의 온라인게임 이용자

- ◆ 22세 이하 유저가 52.5%를 차지해, 온라인게임 이용자가 전반적으로 저연령, 저소득의 특징을 가지는 것으로 나타남
- 22세 이상 유저들 중 대다수가 월 수입 1천~2천 위안 수준에 그치는 것으로 나타났으며, 특별한 소득이 없으면서 온라인게임을 꾸준히 즐기는 유저도 전체의 30%를 차지함
- CNNIC는 세계적 금융위기로 인해 경제상황이 나빠지자, 문화 콘텐츠 사업 중 비교적 저렴한 온라인 게임으로 저소득층이 몰린 것으로 분석

농촌 지역의 성장 가능성이 높아

- ◆ 농촌지역 유저가 1,210만 명으로 전체의 21.8%를 차지하며, 상대적으로 온라인게임 이용자가 포화상태인 도시지역과 달리 높은 성장 가능성을 보이고 있음
 - 중국 도시인구와 농촌인구의 비율은 각각 44.9%와 55.1%로 농촌의 인구가 더 많은 반면 인터넷 사용자 비율은 각각 71.6%와 28.4%로, 중국의 인터넷 발전 가능성이 더 높은 것으로 나타남
 - 도시 유저들은 가정에서 주로 온라인게임을 즐기는 반면 농촌 유저들은 PC방을 주로 이용하는 것으로 나타남

 www.cnnic.net.cn

STAT 중국 온라인게임 순위 (4월 넷째 주)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동
1	던전앤 파이터(地下城与勇士)	Tencent	-
2	크로스 파이어(穿越火线)	Tencent	-
3	오디션(劲舞团)	Nineyou	-
4	QQ 댄서(QQ炫舞)	Tencent	-
5	카운터 스트라이크(反恐精英)	TianCity	-
6	QQ 스피드(QQ飞车)	Tencent	-
7	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	
8	몽환서유(梦幻西游)	NetEase	-
9	천룡팔부(天龍八部)	Sohu	-
10	카트라이더(跑跑卡丁车)	TianCity	-

[출처] ICM Data