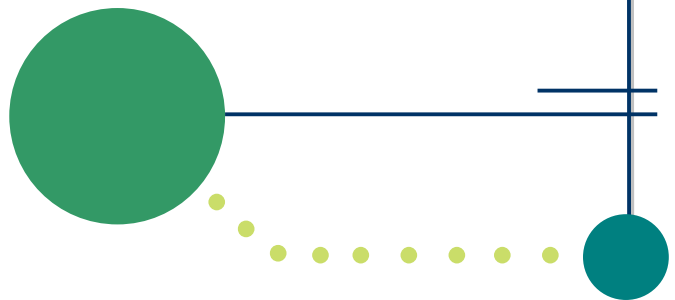




중남미 게임 시장 동향

- 멕시코, 신종플루 사태로 게임 이용 급증
- 브라질 MMO게임 'Taikodom', 올해 말까지 50만 이용자 목표
- 브라질 콘솔게임기 Zeebo, 인도 등 신흥시장 진출



멕시코, 신종플루 사태로 게임 이용 급증

● 게임 유통업체 Blockbuster, 신종 플루 발생 이후 게임 이용률 2~3배 증가

- ◆ 게임 유통업체인 Blockbuster에 따르면, 신종 플루 감염 첫 발생지로 알려진 멕시코에서, 추가 감염에 대한 우려로 일반 상점들이 폐쇄된 가운데, 게임 이용률은 오히려 증가한 것으로 알려짐
 - 멕시코의 San Luis Potosi州的 한 Blockbuster 매장의 매니저 Alfredo Zapata는 “게임 판매량이 평소에 비해 2~3배 가량 증가했다며, 현재 재고가 없는 상황”이라고 밝힘
 - 멕시코 정부는 수도인 Mexico City를 비롯한 북부의 San Luis Potosi州的 모든 학교에 대해 지난 5일까지 휴교령을 선포하고, 공공행사를 금지한 바 있음
- ◆ 게임 뿐만 아니라, 실내 레저 활동의 하나인 DVD 판매량도 증가한 것으로 알려짐

 www.blockbuster.com

브라질 MMO게임 ‘Taikodom’, 올해 말까지 50만 이용자 목표

● Hoplon Infotainment, 공격적인 해외 진출 통해 매출 20배 성장 달성할 것

- ◆ 브라질 게임 개발사 Hoplon Infotainment는 지난 2008년 10월 출시한 온라인게임 ‘Taikodom’을 비공개 글로벌 사업 파트너와 함께 올해 말 또는 늦어도 2010년 초까지 해외에 진출할 계획인 것으로 지난 4월 27일 알려짐
 - 해외 시장 진출시 온라인게임 서비스 외에도 SF 소설, 그래픽 노벨(코믹스), 단편 등의 관련 상품은 물론, 온라인 광고, 미국과 유럽, 아시아 등지의 TV 시리즈의 제작도 고려 중인 것으로 알려짐
 - 현재 ‘Taikodom’은 남미 지역 외에는 잘 알려지지 않았으며, 회원도 대부분 브라질 중심의 이용자 1만 5,000명에 불과한 상황
 - 그러나 Hoplon의 CEO Teles는 올해 말까지 회원 수를 50만 명으로 끌어올리고, 수익도 전년동기대비 20배까지 증가시킬 계획이라고 밝힘

● ‘Taikodom’ 소개 및 전망

- ◆ ‘Taikodom’은 현재 부분유료화 모델을 채택하고 있으며, 18세 이상 성인이 전체 이용자의 90% 이상을 차지 ARPU는 월평균 25달러로 매우 높은 것으로 나타남

- 'Taikodom'은 수천 명의 플레이어가 서로 협력하고 대치하며 하나의 우주 공간에서 플레이하는 MSG(Massive Social Game)로서, 마치 'Star Wars' 배경의 'Second Life'와 유사한 게임
- 'Taikodom'은 23세기를 배경으로, 그로부터 2세기 이전 출처 불명의 역장의 영향으로 행성 지구가 봉쇄되어 인간이 우주로 삶의 터전을 옮긴 세계를 묘사하고 있으며, 이 세계에서 우주 정거장 군집은 새로운 도시로 기능하며, 불멸의 기계신체나 인공지능 개체도 존재
- ◆ Hoplon Infotainment의 최대 주주는 1,000만 달러를 투자한 벤처캐피털 Idee Tecnologia이며, 유동성 확보를 위해 추가적인 투자 유치를 추진하고 있는 것으로 알려짐
- ◆ 기술전문 잡지 IEEE Spectrum에 따르면, 일부 브라질 게임 커뮤니티가 'Taikodom'을 '베이퍼웨어(vaporware, 공식적인 발표만 있을 뿐 실현 가능성이 없는 작품을 일컫는 말)'라고 혹평했다는 기사를 작성한 바 있고, 브라질 외 지역에서 'Taikodom'이 얼마나 인기를 끌 것인지도 아직 확인하기 어려운 실정이어서, 해외 진출이 쉽지만은 않을 전망

 www.taikodom.com

브라질 콘솔게임기 Zeebo, 인도 등 신흥시장 진출

🌐 인도 게임전문 사이트, “Zeebo는 인도에서 성공하기 어려워”

- ◆ 인도 게임전문 사이트 GamingIndians.com에 따르면, 최근 브라질 콘솔게임 제조사 Tectoy가 Qualcomm의 지원을 받아 제작한 3G 기반 휴대용 콘솔게임기가 공격적으로 인도, 중국, 러시아, 브라질(BRICs)과 같은 신흥 시장을 공략하고자 하지만, 최소한 인도에서만은 성공하기 어렵다고 내용의 기사를 지난 3월 31일 발표하여 주목을 끌고 있음

🌐 장애요인 #1 - 가격

- ◆ Zeebo가 저렴한 가격을 강점으로 꼽고 있지만, 174 달러(브라질의 경우 199 달러)라는 가격은 인도 시장에서 가장 많이 판매되고 있는 PlayStation 2가 125 달러에 불과한 점을 감안하면, 가격에 민감한 인도 시장에서 Zeebo가 성공할 가능성은 낮을 것으로 추정됨

- 게임 타이틀 가격이 5~10달러 선으로 10~14 달러 선인 PS2에 비해 저렴하지만, PlayStation 2 게임은 한 번 구매하면 타이틀이 영속적으로 귀속되는 반면, Zeebo의 경우 1기가 플래시 메모리에서 지우면 타이틀에 대한 소유권이 사라져 상대적인 매력도가 떨어질 수 있음
- 그러나 Zeebo의 직접적인 경쟁대상이자, PS2와 비슷한 시장 점유율을 보유하고 있는 Sony의 휴대용 게임기 PSP는 9,490루피(약 198달러)로 Zeebo보다 비싸, 가격 경쟁력이 전무하지는 않다는 반론도 제기되고 있음

🌐 장애요인 #2 - 콘텐츠

- ◆ PS2가 보유한 풍부한 콘텐츠에 비해, Zeebo가 출시된 지 얼마 안된 플랫폼으로서 현재 제공하는 타이틀도 대부분 PlayStation2, PSP, Xbox, Wii, PC 등 다른 플랫폼에서 나왔던 게임들이어서 차별화된 콘텐츠가 부족하다는 지적도 제기되고 있음

🌐 장애요인 #3 - 디지털 판매

- ◆ 오프라인으로 게임 타이틀을 구매하는 것이 익숙한 인도 게이머들에게 소매점에 콘솔게임기는 있지만, 게임 타이틀은 판매하지 않는다는 사실을 이해시키기 쉽지 않을 것이라는 점도 문제로 제기되고 있음
- 게다가 인도 내에서 3G 네트워크 인프라 지원이 열악하여, 구매가 원활하게 제공될 수 있을지 또한 장애요인으로 작용할 전망

🌐 장애요인 #4 - 불법 복제

- ◆ 1달러 짜리 불법 복제판이 광범위하게 퍼져있는 인도 시장의 특성을 감안할 때, 콘솔게임기 구매시 이러한 불법 복제판 지원 여부는 중요한 구매 결정 요인인데, PS2에 비해 Zeebo는 그러한 여지가 없어, 초기에 시장에서 인기를 얻기 어려울 전망

🌐 장애요인 #5 - 브랜드

- ◆ 인도에서 콘솔게임기를 지칭하는 일반 명사로 쓰일 정도로 인지도가 높은 'PlayStation'에 비해 열악한 인지도는 Zeebo가 겨냥하고 있는 대중 게이머들을 공략하는 데 큰 난관으로 작용할 것으로 예상됨
- 특히 Microsoft가 Xbox360 판매를 위해 적극적인 투자를 단행했던 것에 비해, 성과가 좋지 않았던 점도 Zeebo의 인도 시장에서의 성공 전망을 어렵게 하는 요인

 www.tectoy.com.br