



중국 게임 시장 동향

Shanda Games, 25일 美 나스닥 상장



Shanda, 게임부문 자회사 IPO 단행

- ◆ 중국 온라인게임 시장 최대 사업자인 Shanda Interactive Entertainment가 게임부문 자회사 SDG(Shanda Games)를 지난 9월 25일 나스닥에 상장, 10억 달러 규모의 신규 자금을 유치했음
 - Shanda는 자사 전체 매출의 90% 이상을 차지해온 SDG를 나스닥에 분리상장하기 위해 지난 5월 29일 IPO를 신청했음
 - 이번 IPO를 위해 제출된 공식자료에 따르면 SDK의 유료 사용자 수는 주력 타이틀인 '미르의 전설2'와 'Wool'을 중심으로 970만 명(4~6월 기준)에 이르고 있음

배경 및 기대효과

- ◆ SDG 분리상장은 기존 온라인게임 시장을 넘어 종합 엔터테인먼트 사업자로의 체질전환을 실현하려는 Shanda의 의지를 담고 있음
 - 나스닥 분리상장은 경영 투명성 확보 및 기업 공신력 강화로 직결된다는 점에서 SDG의 해외 시장 진출에도 유리한 요소
 - 중국 온라인게임 사업자들의 주가가 포털 등 여타 인터넷 서비스 기업들에 비해 상대적으로 저평가됐던 것을 감안할 때 Shanda의 이번 IPO는 기업가치 재평가를 유도하기 위한 포석으로서의 의미도 지님
 - 구작 온라인게임 2종에 아직도 크게 의존하고 있는 수익구조상의 약점이 SDG와 Shanda 모두에게 불안한 부분이나, '18기금' 등을 통한 게임라인업 다각화와 게임서비스 플랫폼 보유사로서의 이점을 감안하면 낙관론의 여지도 없지 않음
 - 한편, 경쟁사인 Sohu는 이미 지난 4월에 유사한 성격의 IPO(Changyou.com 분리상장)를 단행, 약 1억 2,000만 달러의 자금을 조달 받은 것으로 파악됨

www.snda.com

3G 시대 맞은 中 모바일게임 시장, 올해 38% 성장 예상

● 중국 모바일 게임 시장, 급성장 예상

- ◆ 中 시장조사기관 Analysys International이 발표한 자료에 따르면, 2009년 2분기 중국 모바일게임 시장 규모는 5억 2,000만 위안에 달한 것으로 집계됨
 - 또한 올해 중국의 모바일게임 시장 규모는 18억 위안을 기록하며 전년대비 38.5% 성장할 것으로 시장조사기관 iResearch가 전망했음
- ◆ 최근 중국에서는 정부의 3G 라이선스 발급(올해 1월)과 함께 휴대전화의 고급화에 따라 모바일게임에 대한 업계 및 유저들의 관심이 증폭되고 있음
 - 지난 7월 개최된 ChianJoy에서는 역대 최초로 모바일게임 전용 전시관이 마련돼 4일 동안 6만 명이 넘는 관람객이 다녀갔을 정도로 모바일게임에 대한 열기가 뜨거웠음
 - 2004년 Shanda가 모바일게임 개발사 슈웨이홍을 인수한 이래 2005년 콩중왕이 텐진명마를, 화요우스지가 엔장디지털을 인수하는 등 대형 업체의 모바일게임 시장 진출도 늘고 있음

● 문제점

- ◆ 그러나 느린 보급 속도, 값비싼 데이터 이용료, 불안정한 네트워크 연결 등의 문제점이 존재하고 있으며, 이를 해결하는 데 적지 않은 시간이 소요될 것이라는 의견이 다분함
 - 이용자 수가 증가하고 있는 추세이긴 하나 연령구조, 생활수준 문제, 해적판 등으로 인해 모바일게임 산업의 미래가 밝지만은 않을 것으로 보는 시각도 존재
 - 또한 캐주얼 게임이 주를 이루었던 모바일게임이 다양한 장르로 발전해가는 과정에서 '업계 표준이 없다는 점'은 네트워크 모바일게임의 발전에 걸림돌이 되고 있음
 - 현재의 부분유료화 과금방식을 탈피해 네트워크 모바일게임에 최적화된 수익모델을 개발해야 하는 것도 모바일게임 업계가 해결해야 할 과제임

中 온라인게임 시장, 공급자 중심에서 수요자 중심 구조로 이동 중

중국 게이머, 온라인게임에 대한 눈높이 급상승



- ◆ 중국 게임산업 관련 시장조사업체 Niko Partners의 Lisa Cosmas Hanson 대표가 지난 9월 중순 개최된 싱가포르에서 Game Convention Asia 박람회에 참석, “중국 온라인게임 시장의 전형적인 공급자 중심형 구조가 지난 여름을 기점으로 급격히 붕괴되고 있다” 고 피력했음
 - 최근까지만 해도 중국 시장은 ‘온라인게임이라는 신종 엔터테인먼트 자체에 목마른 소비자’가 많았기 때문에 철저하게 공급자 주도로 전개됐음
 - 그러나 지난 여름부터는 ‘가장 마음에 드는 게임을 선택한다’는 소비자가 급증하는 양상이며, 이는 곧 수요자 주도형 구조로의 시장 성숙을 의미한다는 것이 Hanson 대표의 진단

전망

- ◆ Niko Partners에 따르면 중국의 온라인게임 시장 규모는 올해 36억 5,000만 달러에서 2013년 88억 달러로 향후 4년간 두 배 이상의 성장세를 나타낼 전망
- ◆ 단, ‘판호 발급은 신문출판총서가 맡고 실제 운영 허가는 문화부가 담당하는 식의 현행 규제체계는 이들 정부기관 사이의 알력과 각종 행정적 변수를 유발하게 마련이어서 게임시장의 성숙에 오히려 걸림돌로 작용하기 쉽다’고 Hanson 대표는 지적
 - 또 중국에서는 로컬 퍼블리셔와 해외 개발사간의 법적분쟁이 발생했을 경우 해당 게임에 대한 판호 발급 자체가 불허되며 판호를 받지 못한 상태에서는 CBT 형식의 제한적인 홍보조차 불가능함

NetEase, 'WoW' 중국 내 정식서비스 개시



NetEase, 'WoW' 서비스 재개

- ◆ NetEase가 지난 19일 자사 홈페이지를 통해 'World of Warcraft'의 중국 내 정식 서비스 재개를 공식 발표했음
 - 이에 따라 기존 유저는 'WoW' 서비스 중단 이전에 남아있던 플레이 시간을 사용할 수 있게 됐으며, 신규 유저의 경우 새로운 Battle.net 통합계정을 만들어야 계정을 생성할 수 있음
 - 중국 서비스 재개에 맞춰 회사측은 히포그리프(hippogriff) Special pet과 마우스 등을 경품으로 내건 기념행사 진행



진행 과정과 향후 일정

- ◆ 'WoW'의 중국 내 서비스는 지난 6월 7일 The9에서 NetEase로 판권이 넘어가면서 중단됐고, 이에 따른 당사자간 법적 소송과 정부의 게임 재심의로 인한 일정 지연이 겹쳐 이후 3개월 가량 서비스 정상화가 이루어지지 못했음
- ◆ 한편 NetEase는 지난 7월 30일부터 9월 14일까지 기존 유저를 대상으로 비공개 무료 테스트를 진행해왔으나, 정식서비스 재개 지연으로 인해 막대한 손실을 입은 것으로 알려짐
 - NetEase가 46일의 테스트 기간 동안 서버 운영비로 입은 손실은 매일 100만 위안(약 14만 6,500 달러)에 달하는 것으로 추정됨
- ◆ 정식서비스 재개에 따라 회사측은 내년까지 자사 게임 매출에서 'WoW'의 비중을 30%까지 늘리고 중국 게임시장에서 'WoW' 점유율을 4%로 올린다는 방침임
 - 전세계 'WoW' 유료 유저는 총 1,150만 명으로, 이 중 40% 이상이 중국 유저인 것으로 전해짐

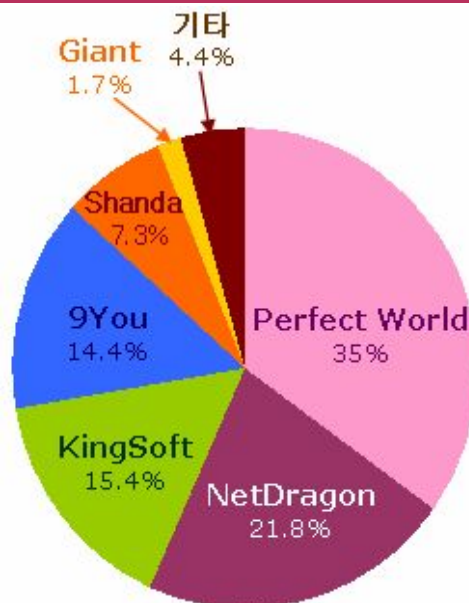
www.163.com www.warcraftchina.com

STAT 2008년 한 해 중국 온라인게임 수출 현황 및 업체별 점유율

● '08 중국 온라인게임 수출액 전년대비 30.5% 증가

- ◆ 시장조사업체 WinResearch에서 발표한 '05~'08 중국게임업체 해외수출통계자료에 따르면 2008년 게임 수출액은 7,178만 달러로 전년의 5,500만 달러 대비 30.5% 증가했음
- 업체별로는 Perfect World가 전체의 35%인 2,153만 달러로 1위를 차지했고 NetDragon(21.8%), KingSoft(15.4%), 9You(14.4%) 등이 그 뒤를 잇고 있음
- 지역별로는 동남아 시장이 전체의 50% 이상을, 다음으로 유럽과 미국이 28.3%, 한국과 일본이 14.4%를 차지했음
- 장르별로는 '정복(征服)', 'Perfect World', '검협정연(劍俠情緣)' 등의 MMORPG가 전체의 80% 이상으로 주를 이루지만, '슈퍼댄서'(9You), '크레이지카트'(Shanda) 등의 캐주얼게임 수출량도 점차 증가하고 있는 추세임
- 해외서비스 방법으로는 판권을 판매하는 '판권무역'이 대부분이지만 개발사가 직접 서비스에 관여하는 '연합(공동)운영'이나 해외 현지에 자회사를 설립하는 '직접서비스' 등 다양한 방법도 시도되고 있음

Chart 2008년 중국 온라인게임업체 해외 수출액 점유율



[출처] WinResearch, 경향게임스 재인용

STAT 중국 온라인게임 순위 (8월 다섯째 주)

순위	게임명	퍼블리셔	순위변동
1	던전앤 파이터(地下城与勇士)	Tencent	-
2	크로스파이어(穿越火线)	Tencent	-
3	QQ 댄서(QQ炫舞)	Tencent	-
4	오디션(劲舞团)	Nineyou	-
5	QQ 스피드(QQ飞车)	Tencent	-
6	카운터 스트라이크(反恐精英)	TianCity	-
7	문도(问道)	Guang Yu Hua Xia	-
8	몽환서유(夢幻西遊)	NetEase	-
9	천룡팔부(天龍八部)	Changyou	-
10	서유기2(大西游 II)	NetEase	-

[출처] ICM Data