



## 중국 게임 시장 동향

### 급부상하는 中 포털 게임 사업

#### ● 中 포털사이트, 게임산업 안착

- ◆ 中 포털사이트 Sohu의 올 2/4분기 영업이익이 1억 달러를 돌파하면서, 게임사업 규모만으로 中 최대 캐주얼온라인게임 퍼블리셔인 나인유(9you)를 제치고 中 게임업계 5위로 떠오름. 포털사이트에서 이미 게임을 주력사업으로 전환한 'Netease'와 온라인게임에 대해 대대적인 투자를 하고 있는 'Tencent'(QQ.com)와 함께 게임업계 10위권에 3개의 대표적인 중국 포털사이트가 포진하면서, 앞으로 중국 게임 시장을 둘러싸고 게임 전문회사와 비전문 게임회사 간에 또 다른 경쟁이 시작될 것으로 예상됨

#### ● 주요 포털사이트 출신 게임사업자

- ◆ 중국에서 인터넷이 유행하기 시작하던 초기에 무료 메일을 서비스하던 넷이지(163.com)는 수억 명에 이르던 보유회원을 바탕으로 일찌감치 게임사업에 진출해 현재 게임업계 2위 자리를 차지하고 있음
- ◆ 또한 중국 메신저의 대명사격인 'QQ'로 대변되는 'Tencent'도 7억 명 이상의 가입회원, 활동회원 3억 1,000만 명이라는 방대한 인적자원을 바탕으로 게임사업에 뛰어듬
- ◆ 광고와 뉴스를 중심으로 운영하던 포털사이트 '소후'도 2004년부터 게임사업에 진출, 지난해 '천룡팔부'를 성공시켜 회사 수익의 절반을 게임사업에서 벌어들이는 성과를 올림

#### ● 포털사이트 출신 게임사업자들의 강점과 약점

- ◆ 업계 전문가들은 대형 포털사이트의 게임사업 진출에 대해 이미 확보된 기존 회원들을 자연스럽게 게임으로 유인할 수 있어, 초기 투자비용을 절감할 수 있다는 점을 최대 장점으로 꼽고 있음
- ◆ 그러나 넷이지를 제외한 포털사이트들은 온라인게임 분야에서 킬러타이틀의 부재와 게임기술력의 한계가 성장의 관건이 될 것으로 평가됨
  - 이는 기존 주력 사업과 게임사업에 대한 신규 투자로 인한 리소스 분산으로 인한 리스크가 전문 게임회사와의 경쟁에서 약점이 될 수 있기 때문임

\*주: PER(Price Earnig Ratio)이란, 주가를 1주당 당기순이익으로 나눈 것으로 주가가 1 주당 순이익의 몇 배인가를 나타내며, 주가수익비율이고 함. (PER=주가/1주당 연간 순이익) 일반적으로 PER의 비율이 높으면 주가가 높은 것이 고, 낮으면 주가가 낮은 것이라고 볼 수 있음  
[출처] 경향게임스

## 중국 현지 게임업체들의 경쟁력과 전망

### ◆ 중국 업체들의 경쟁력 상승과 위기

- ◆ 2007년 중국 게임업체들이 직접 개발한 온라인게임의 매출액은 9천억 원으로, 중국 전체 게임시장규모의 65.1%를 차지하고 있으며, 중국 게임 시장 규모 또한 2008년에는 2억 명의 중국 온라인게임 유저를 바탕으로, 2조 1,000억 원에 달하는 한국 게임 시장규모(2007년)와 비슷한 규모를 형성할 것으로 전망됨
- ◆ 중국 아워게임에셋의 우귀량 대표는 “아직까지 해외 시장에 나가면 경쟁력이 떨어져, 2007년 중국 게임 수출 규모는 1억 달러(약 1천억 원)를 밑돈다”고 밝힘
  - 반면 수출에 매진해온 한국 온라인게임은 2006년 수출액이 6억7천만 달러(약 6천8백억 원), 2007년에는 7억9천만 달러(약 8천억 원)로 추산됩니다(게임백서 기준). 2007년을 기준으로 보면 해외 수출에서 한국은 중국에 비해 7배 정도 앞서 있음
- ◆ 그러나 ‘저렴한 가격’과 ‘적극적인 지원’, ‘중화권이라는 문화적 익숙함’ 등을 무기로 동남아시아, 남미, 러시아, 유럽 등 이른바 신흥 시장에서 중국 게임은 무서운 속도로 한국을 추격하고 있음
  - 엔트리브소프트 관계자는 “중국 게임은 한국 게임 대비 절반 수준의 저렴한 가격과 이른바 ‘헝그리 정신’으로 무장한 중국 게임업체들의 개발 서포트를 무기로 신흥 시장에서 큰 경쟁력으로 부각되고 있으며, 신흥시장은 아니지만 대만 같은 화교권 국가에서는 같은 문화권이라는 장점으로 시장을 잠식하고 있는 상황”이라며 중국 게임업체과의 경쟁을 “정말 무섭게 느껴질 정도”라고 표현
  - 네오위즈게임즈 관계자는 “동남아 시장의 경우 네트워크 인프라가 열악해 한국 온라인게임들이 진출하는데 큰 장벽이 되지만, 중국산 게임은 이미 드넓은 중국 전역을 커버할 수 있는 네트워크 기술을 확보하고 있는데다 컴퓨터 사양도 비슷하게 낮아 현지에 쉽게 뿌리를 내리고 있다”고 말함
- ◆ 이 같은 중국 업체들의 부상에 맞춰, 온라인게임 파트너로 한국을 먼저 찾았던 글로벌 퍼블리셔들이 중국으로 시선을 돌리고 있음
  - THQ는 Shanda와 ‘컴퍼니 오브 히어로즈 온라인’을 공동 개발기로 했으며, Take-Two, Ubisoft 등 글로벌 업체들이 중국 게임업체와 물밑 협상을 꾸준히 진행하고 있는 것으로

알려짐

### 중국 현지 게임업체 역량 분석 - 그래픽, 서버 기술면에서 한국과 대등

- ◆ 엠게임 권이형 대표는 “그래픽이나 프로그래밍은 벌써 따라 잡았고, 그래도 아직 기획력에서는 차이가 난다”며, “유저가 어떤 것을 원하고 어떤 점에 가려워하는지를 파악해 발 빠르게 대응하는 면에서는 아직 서툰 것 같다”고 말하며, “한국 업체들의 80% 정도의 개발력을 보유하고 있다”고 평가함
- ◆ 중국 개발팀과 합작 게임을 만들고 있는 한 국내 개발사의 대표는 “한국은 서버를 구성할 때 기껏해야 동점 20만 명을 최대치로 놓지만, 중국에서는 기본이 100만 명이다. 이런 환경에서 악전고투하며 배우다 보니 서버 기술면에서는 한국의 최고 개발자들과 동급으로 봐도 좋을 정도다”라고 언급

### 국내 업체들 대응전략과 문제점

- ◆ 얼마 전 중국 온라인게임 `산다`가 액토즈소프트를 인수하고, `더나인`은 티쓰리엔터테인먼트와 조인트벤처를 설립하는 등 중국 현지 업체들의 국내 게임업체들과의 제휴 및 인수합병이 늘어나고 있음
  - 그러나 이러한 추세가 장기화될 경우, 중국 업체들의 자체 개발력이 강화되고 국내 게임업체들의 수익배분 협상력은 저하되는 결과가 우려됨

## 완미시공, 英 퍼블리셔 Games-Masters 통해 유럽 라이선스 계약

### 완미시공, 英 퍼블리셔 Games-Masters 통해 40여 개 유럽 국가 진출

- ◆ 중국 온라인게임 개발사인 완미시공(Perfect World)은 英 퍼블리셔인 Games-Masters와 완미세계2(Perfect World II)의 40여 개 유럽 국가 진출을 위한 라이선스 계약을 체결했다고 지난 24일 발표함
  - 이번 계약에 따르면, 완미세계2는 Games-Masters를 통해 영어, 프랑스어, 독일어, 스페인어, 터키어 등의 언어로 유럽 40여 개국에 출시될 계획
  - 완미세계2는 2006년에 발매되어 혁신적 시스템과 놀라운 그래픽 효과로 많은 게이머의 호응을 받은 3D MMORPG로, 이미 중국의 온라인게임 시장의 호평 속에 10여 개국에 수출된 게임임
- ◆ Games-Masters.com의 Howard Lee CEO는 "우리의 목표는 유럽 MMORPG 시장의 리더가 되는 것"이라며, "완미세계2가 유럽에서 성공할 것을 확신하며, 이는 우리의

목표를 위한 커다란 첫걸음이 될 것"이라고 포부를 밝힘

- ◆ 완미시공 CEO인 Michael Chi 역시 완미세계2의 성공을 자신하며 "앞으로 Games-Masters.com와 함께 일하며 자국의 3D MMORPG를 유럽 게이머의 취향에 맞게 수정하는 작업을 진행할 것"이라고 덧붙임

### Games-Masters.com Ltd.

- ◆ Games-Masters.com는 2005년 설립된 유럽 온라인게임사 중 하나로, 한국의 MMORPG인 카발 온라인의 유럽 퍼블리싱사로 유명함
- ◆ Games-Masters.com은 英 South Yorkshier 지방의 Sheffield 법인으로 스페인과 터키에도 지사를 두고 있으며, 유럽과 극동아시아의 게임 산업 전문가를 보유, 판타지와 스포츠, RTS뿐 아니라 캐주얼 게임에 이르는 다양한 장르의 게임의 퍼블리싱을 맡고 있으며, 나아가 의 선두주자로 나설 원대한 목표를 세우고 있음

### 완미시공(Perfect World Co., Ltd.)

- ◆ 완미시공(Perfect World)은 중국의 유명 온라인게임 개발사로, 자체 개발한 3D 온라인게임 기반의 안젤리카 엔진과 게임 개발 플랫폼을 보유하고 있으며, 강력한 기술력과 창의성, 거기에 방대한 현지 지식과 경험을 조합하여 매 순간 바뀌는 중국 고객의 취향에 맞춰 발 빠르게 대중적인 게임을 선보이고 있음
- ◆ 주요 게임으로는 3D MMORPG인 완미세계(Perfect World), 무술의 전설(Legend of Martial Arts), 완미세계2, 주시엔(Zhu Xian), 적벽(Chi bi), 그리고 3D 캐주얼 게임으로 열무파티(Hot Dance Party)가 있음
- ◆ 현재 대부분의 매출을 중국 현지에서 올리고 있으며, 아시아, 유럽, 남미의 각국에서 완미시공 게임 출시를 통해 글로벌 시장 진출을 꾀하고 있음

## 中 게이머 거주지에 따라, PC방 이용목적 달라

- ◆ 中 시장조사업체인 Niko Partners에 따르면, 게이머의 거주 지역에 따라 PC방 이용 목적이 다른 것으로 나타남
  - 상하이, 베이징 같은 대도시에 거주하는 게이머들은 PC를 소유하고 있지만, 친구들과의 교류나 경쟁을 목적으로 PC방을 이용하는 것으로 나타난 반면, 다소 외곽 지역에 위치한 소규모 도시의 게이머는 인터넷 이용이나 게임 플레이를 거의 PC방에 의존하는 것으로 드러남
- ◆ 현재 중국에는 18만 5,000개의 PC방이 영업 중이며, 이 중 7만 1,000개가 무허가 영업장인 것으로 조사됨

- ◆ 2008년 온라인게임 사업자의 전체 매출 중 40%에 달하는 25억 달러가 PC방을 통해서 발생할 것으로 전망됨

### STAT 中 온라인게임 순위

Table 中 온라인게임 순위

순위	게임명	장르	개발사
1	선검기협전 온라인	MMORPG	소프트스타
2	검협정연 온라인	MMORPG	킹소프트
3	구대서유	MMORPG	완미시공
4	창천 온라인	MMORPG	위메이드
5	아이온	MMORPG	NC Soft
6	드래곤 볼 온라인	MMORPG	Ntl-inc
7	녹정기	MMORPG	소호
8	순선 온라인	MMORPG	픽셀 소프트
9	라그나로크2	MMORPG	그라비티
10	크레이지 스피드	캐주얼 레이싱	나인유

[출처] Mud4u.com