

중국의 온라인 게임 시장 - 시장 분석 및 산업 전망

iResearch Consulting Group
Square Yan

- 중국의 선도적인 인터넷 데이터 제품 공급자
- 중국의 선도적인 리서치 기업
인터넷 비즈니스에 중점
- 중국의 선도적인 리서치 기업
온라인 광고에 중점

iResearch 소개



리서치 & 컨설팅:
iResearch Inc.



데이터 & 정보:
iResearch Data+



컨설팅

미디어 & 이벤트

맞춤형
리서치

온라인 광고
조사

이용자
조사

iResearch Data+의 제품 군

광고조사

이용자 조사

온라인광고 모니터링
iAdTracker

브랜드 분석
iBrandTracker

네티즌
(가정/사무실)
이용 모니터링
iUserTracker

대규모
네티즌 모니터링
iUserTools

이미 서비스 중
또는 곧 서비스 예정

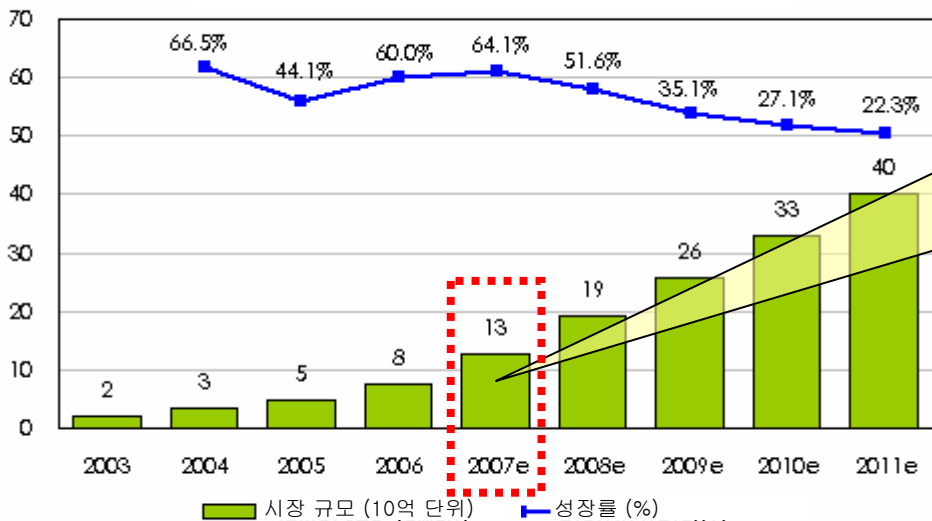
서비스 준비 중

- 2002.12 상해에서 4명의 직원으로 설립
- 2003.6 공식 웹사이트 론칭 www.iresearch.com.cn
- 2003.7 최초로 중국 인터넷 산업 보고서 발간
- 2003.7 독점 소프트웨어 iAdTracker2.0 온라인 광고 모니터 시스템 운용 개시
- 2003.8 iUserSurvey 온라인 서베이 사업 개시
- 2003.10 베이징 지부 설립
- 2004.2 2차 중국 인터넷 산업 보고서 발간
- 2005.3 iResearch 리서치 데이터 뱅크인 iDataCenter 출시
- 2005.6 온라인 서베이 사업의 패널 관리 향상을 위한 iClick club 출시
- 2005.10 중국 인터넷 경제에 관한 iResearch의 3차 전국 조사 및 서베이를 위한 정보 수집 시작
- 2006.3 iAdTracker 3.0 신규 버전 출시
- 2006.4 iResearch 신경제 연례 회의의 성공적 개최
- 2006.6 iClick 소프트웨어 출시로 공식적이고 지속적인 네티즌 행동 트래킹 프로그램 가동 시작
- 2006.12 중국 신경제의 정보센터인 iResearch.cn 출시
- 2007.1 개발 착수 1년 만에 iUserTracker 출시

- 중국 온라인 게임 시장 개요
- 중국 게이머에 관한 분석
- 중국과 한국 온라인 게임 시장의 연관성

중국 온라인 게임 시장 규모 예측

2003-2011 중국의 온라인 게임 산업 시장 규모



자료: 상장 기업과의 인터뷰 및 재무 정보에 근거

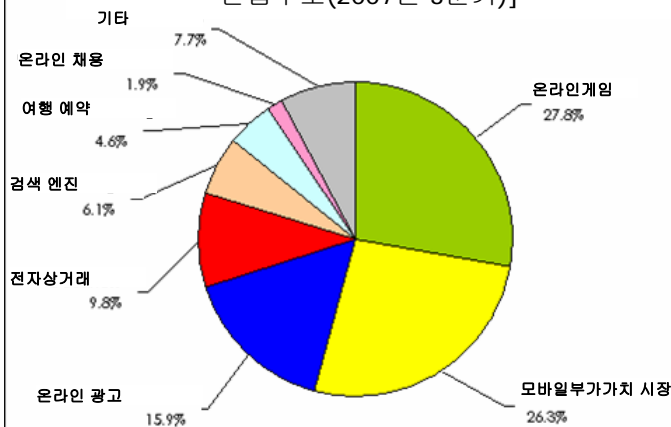
©2008.1 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

중국 온라인 게임 시장의 규모는 모바일 부가가치 시장을 능가하며 2007년 3분기 1위 차지.

DFC의 데이터에 의하면, 중국의 온라인 게임 시장 규모는 2010년까지 미화 17억불 규모에 달할 예정. 그러나 환율을 1:7.5로 계산하면 이미 미화 16억 8천만 불에 달하는 규모임.

[중국 온라인 비즈니스의 부문별 산업구조(2007년 3분기)]



각주 1: 중국의 온라인 경제 시장 규모는 2007년 2분기 현재 133.1억 RMB에 달함
각주 2: 기타 사업 분야에는 이메일, 도메인 관리, 전자 잡지, 온라인 음악이 포함됨

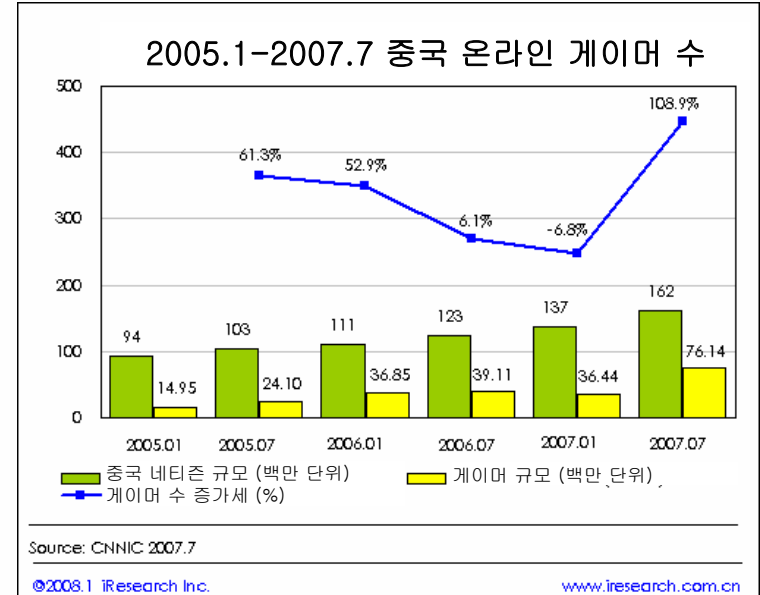
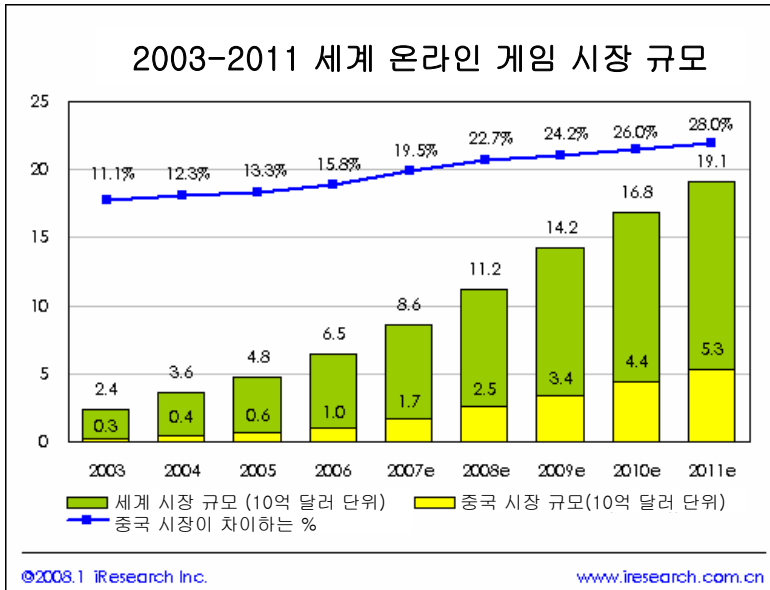
©2007.12 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

요점:

중국의 온라인 게임 시장 규모는 기대를 훨씬 뛰어 넘는 수준임

중국 온라인 게임 시장 규모



iResearch에 따르면, 중국의 온라인 게임 시장은 2007년 세계 시장의 20%를 차지할 것이며 연간 성장률 2%를 기록할 전망.

CNNIC의 데이터에 의하면, 2007년 현재 중국 네티즌의 수는 1억 6천 2백만명이며, 이 중 47%가 온라인 게임 이용자임. 이에 비해 미국은 총 2억 1천 1백만명의 네티즌 중 35%가 온라인 게임 이용자임. 중국 온라인 게임 이용자수는 PC방(인터넷 카페)의 수보다 더 빠른 추세로 증가 중이며 중국 온라인 게임 시장 성장의 관건은 이용자수의 규모에 달려있음.

요점 : 중국의 온라인 게임 인구는 미국을 능가하는 수준

중국 온라인 게임 시장 규모

2007년 최다 액티브 이용자 순
10대 글로벌 온라인 게임

순위	게임	유통사	액티브 이용자	지역
1	World of Warcraft	Vivendi	9000000	미국
2	Lineage	NCsoft	1143699	한국
3	Lineage2	NCsoft	931263	한국
4	Final FantasyXI	Square-Enix	500000	일본
5	Ever Quest	Sony Online	200000	미국
6	Ever Quest 2	Sony Online	175000	미국
7	Star Wars	Sony Online	170000	미국
8	COH/COV	NCsoft	139313	한국
9	Ultima Online	EA	135000	미국
10	Eve online	CCP	125000	유럽

Source: MMOGCHART.com 2007.9

©2008.1 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

MMOGCHART의 데이터에 따르면 이용자 백만 명을 넘는 게임은 Vivendi사의 워크래프트와 NCsoft사의 리니지 두 가지 뿐. 그러나 중국에서는 2007년 이용자 백만 명을 돌파한 게임이 최소 16개이며 그 중 10개는 중국, 5개는 한국 그리고 나머지 1개는 미국에서 개발한 것임.

iUserTracker-2007년 이용자 100만
이상의 중국 온라인 게임

게임	유통사	리서치
QQ Game	Tencent	중국
Crazy Racing	Tiancity	한국
Ourgame	Ourgame	중국
Audition	9you	한국
Fantasy Westward Journey	Netease	중국
World of Warcraft	the9	미국
wulin2	Perfect World	중국
Zhengtu	Giant	중국
BNB	Shanda	한국
Zero Online	NetDragon	중국
QQ Huaxia II	Tencent	중국
Westward Journey Online II	Netease	중국
QQ R2Beat	Tencent	한국
Free Style	T2CN	한국
QQ Sanguo	Tencent	중국
Asktao	Guangyuhuaxia	중국

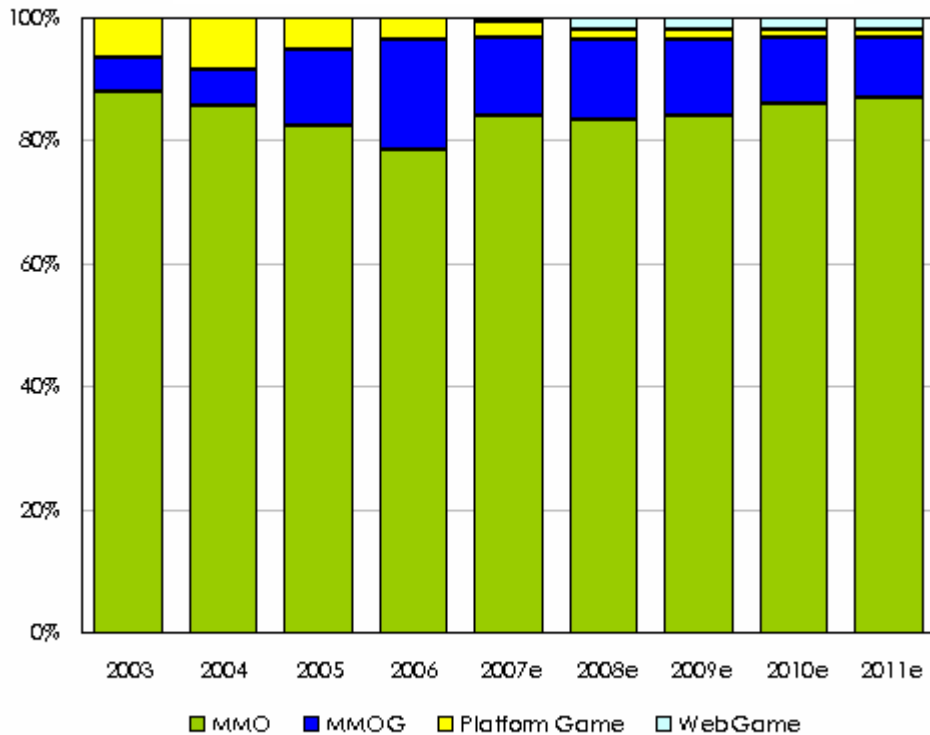
Source; iUserTracker, 2007.8, based on the long-term monitoring of over 100,000 samples; represents an overall behavioral situation of 120 million Chinese Internet users at home or at work, excluding the public online places, such as internet cafes

©2008.1 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

중국 온라인 게임 시장 규모 예측

2003-2011 중국 온라인게임의 수익 비중

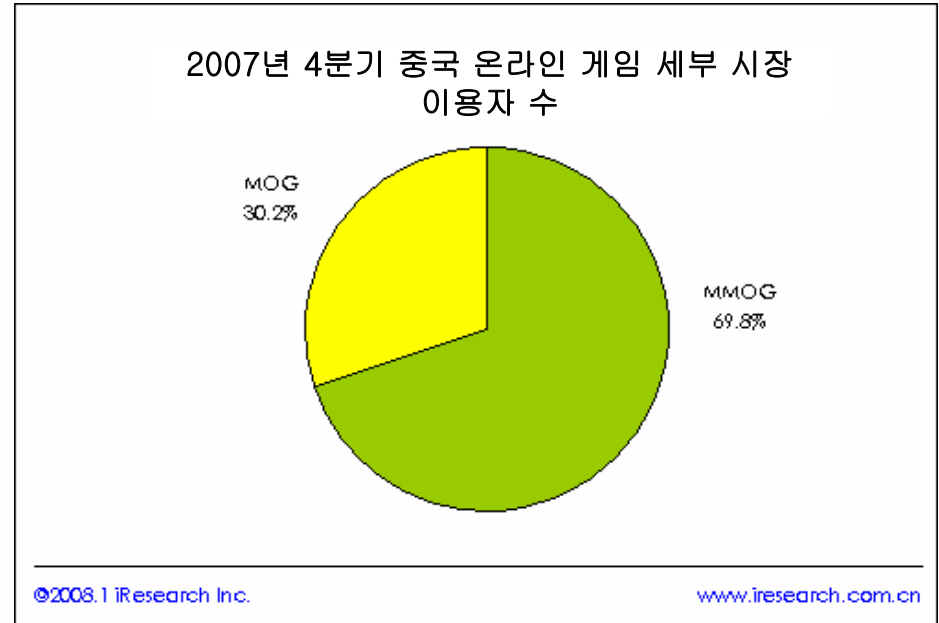
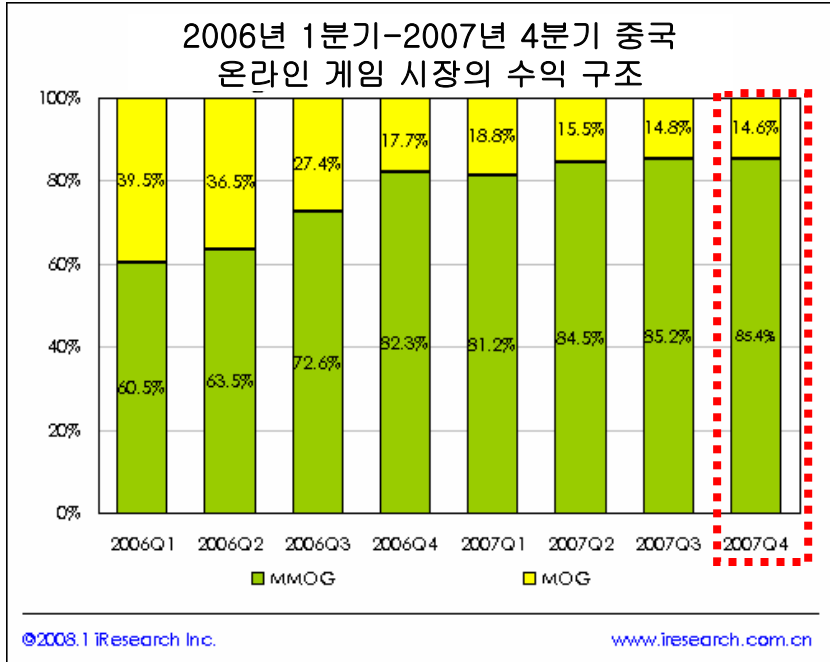


MMO 와 MMOG 는 여전히 중국 게임 산업의 주요 견인차 역할을 하고 있으며 이용자의 소비를 촉진할 수단의 부재로 플랫폼 게임의 수입은 증가하나 시장 점유율의 성장은 이에 미치지 못하고 있음.

웹 기반 게임은 새로이 뚜렷한 증가세로 밝은 전망을 보이고 있음.

요점: MMO 와 MMOG 는 2년 내 통합이 예상됨. WAP과의 통합은 게임이용자들을 휴대폰 이용자로 이동시킬 수 있는 웹 기반 게임을 위한 기회를 제공할 것임.

중국 온라인 게임 시장 규모 예측



iResearch에 따르면, MOG 게임은 2007년 4분기 현재 중국 게임 시장의 14.6%만을 차지하고 있는 반면, 금액으로는 30.2%에 달함. 2006년 1분기 이후 MOG게임 수입의 급격한 감소세는 없었지만 시장 점유율은 현저히 하락하는 추세. MOG게임의 높은 상호간 유사성으로 인해 중국의 MOG 게임시장은 포화상태.

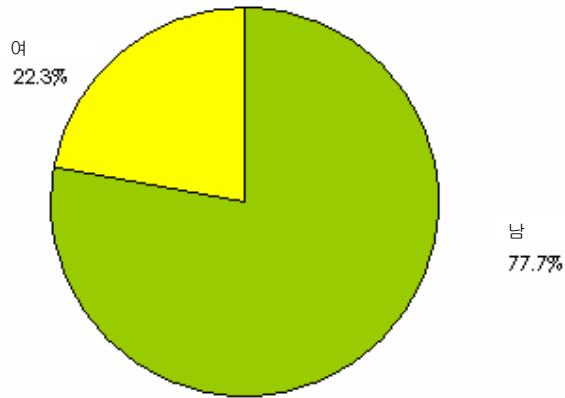
요점 : 권섭의 통합과 기획력의 약세로 인해 MOG게임에서 "series"와 "overall"이 특히 중요해지고 있음. MMO 게임은 품질에 의존할 수 있으나 MOG게임은 팀워크에 의존해야만 함.

- 중국 온라인 게임 시장 개요
- 중국 게이머에 관한 분석
- 중국과 한국 온라인 게임 시장의 연관성

중국 온라인 게임 이용자에 관한 분석

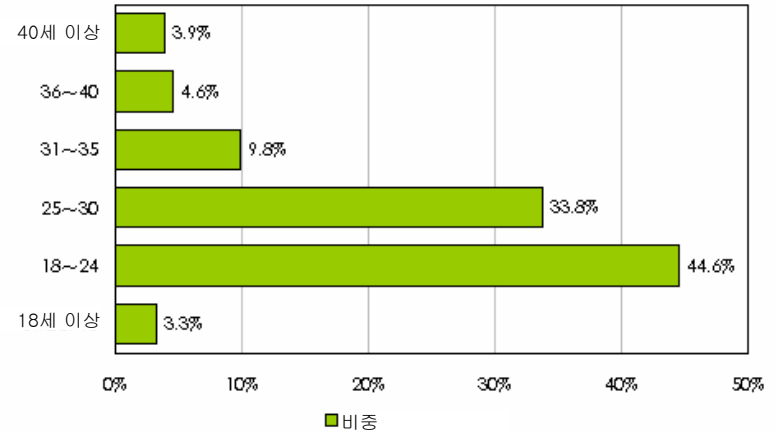
2007 중국 온라인 게임 이용자

성별 구분



자료: 2008년 1월 중국의 주요 웹사이트에서 시행된 자료를 근거.

2007 중국 온라인 게임 이용자 연령
구분

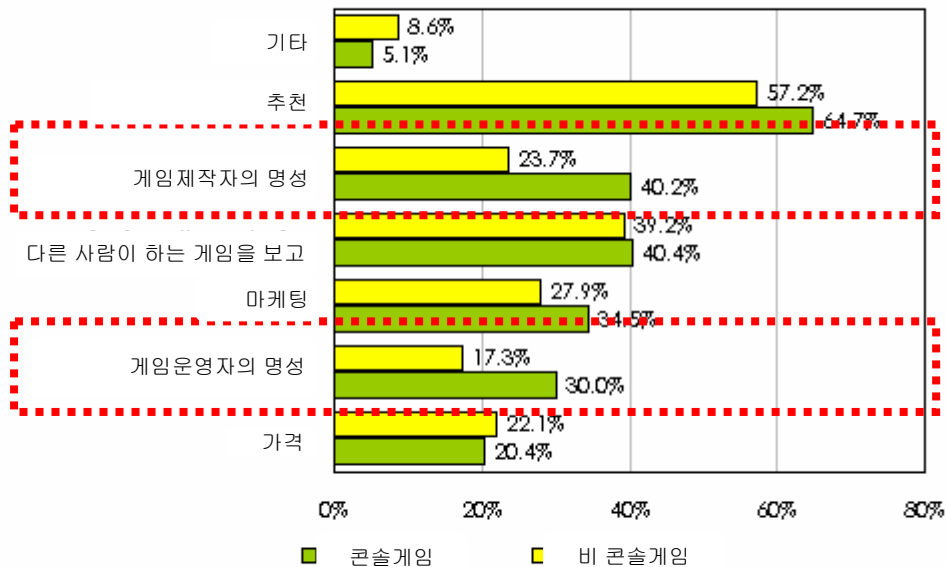


자료: 2008년 1월 중국의 주요 웹사이트에서 시행된 자료를 근거.

중국 정부는 18세 이하는 TV 또는 PC 게임을 제한하고 있으며, 중국의 콘솔 시장은 유럽이나 미국, 일본, 한국만큼 발달하지 못함. 이에 따라 PC의 대중화, PC방, 브로드밴드의 인기에 힘입은 온라인 게임이 게임 이용자들의 니즈에 부합함. 데이터에 따르면 게임의 주 이용층은 18-24세로 나타남.

중국 온라인 게임 사용자에게 관한 분석

2007 게임 이용자의 선택에 영향을 미치는 요소



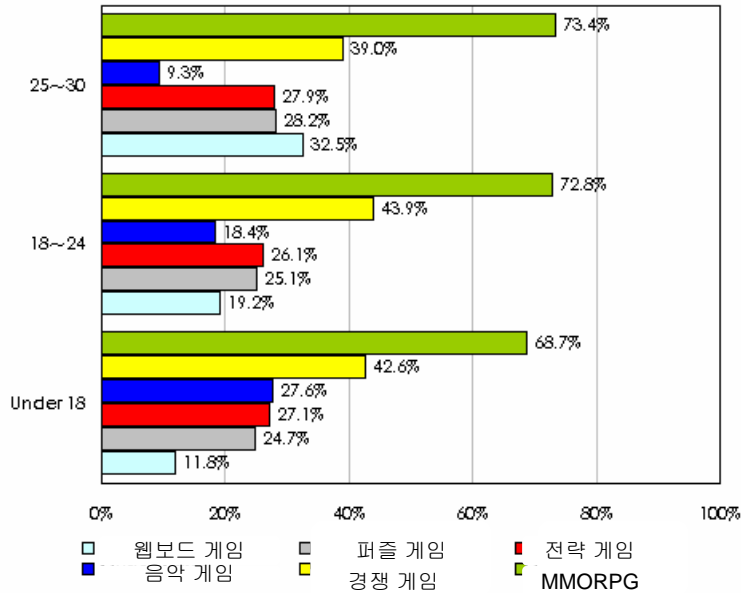
자료: 2008년 1월 중국 주요 웹사이트를 통한 온라인 서베이 결과

50% 이상의 중국 게임 이용자들은 기타 게임 플랫폼에 대한 경험이 전무하며 대개 온라인 게임에 경험이 치중되어 있음. 게임 선택 시 경험이 적은 이용자들은 외부인이나 경험이 많은 사람의 조언에 의존하게 되며 게임 운영자나 제작자의 능력을 고려함.

요점: 중국 게임 이용자들은 객관적인 판단 능력이 결여되었으나, 게임산업의 발전과 더불어 점차적으로 게임 선택 능력이 향상될 것임.

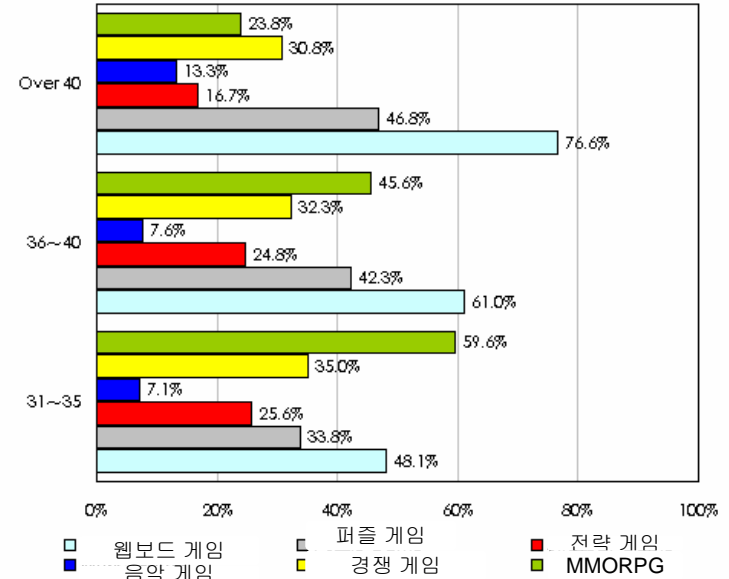
중국 온라인 게임 이용자에 관한 분석

2007년 연령별 선호게임-1



자료: 2008년 1월 중국 주요 웹사이트를 통한 온라인 서베이 결과

2007년 연령별 선호게임-2

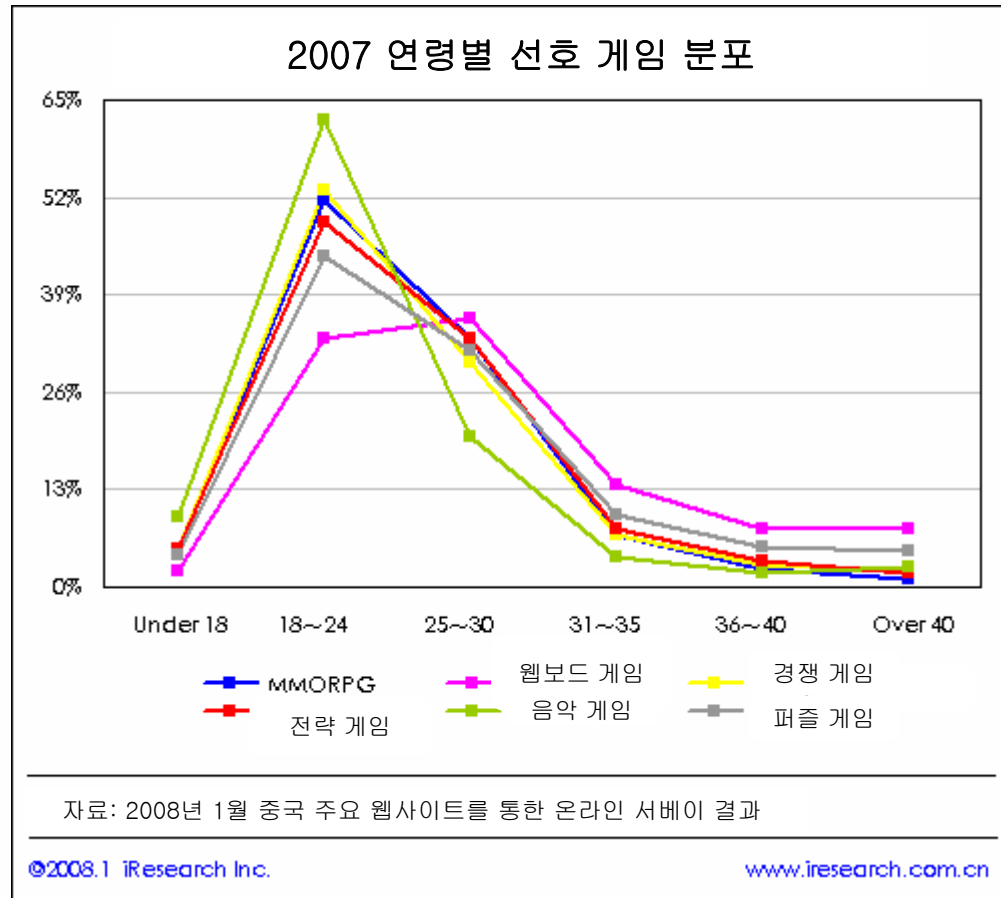


자료: 2008년 1월 중국 주요 웹사이트를 통한 온라인 서베이 결과

중국 게임 이용자들(특히 18세-30세 사이의 연령층)에게 가장 인기있는 게임은 MMORPG이며 70%의 이용자가 이에 대한 선호도를 밝힘. 그러나 고연령층일수록 운영 요구사항이 적은 웹보드 게임과 퍼즐 게임에 관심을 보임. 40세 이상 연령층 중 24.8%의 이용자만이 MMORPG 게임을 선호하는 것으로 조사됨.

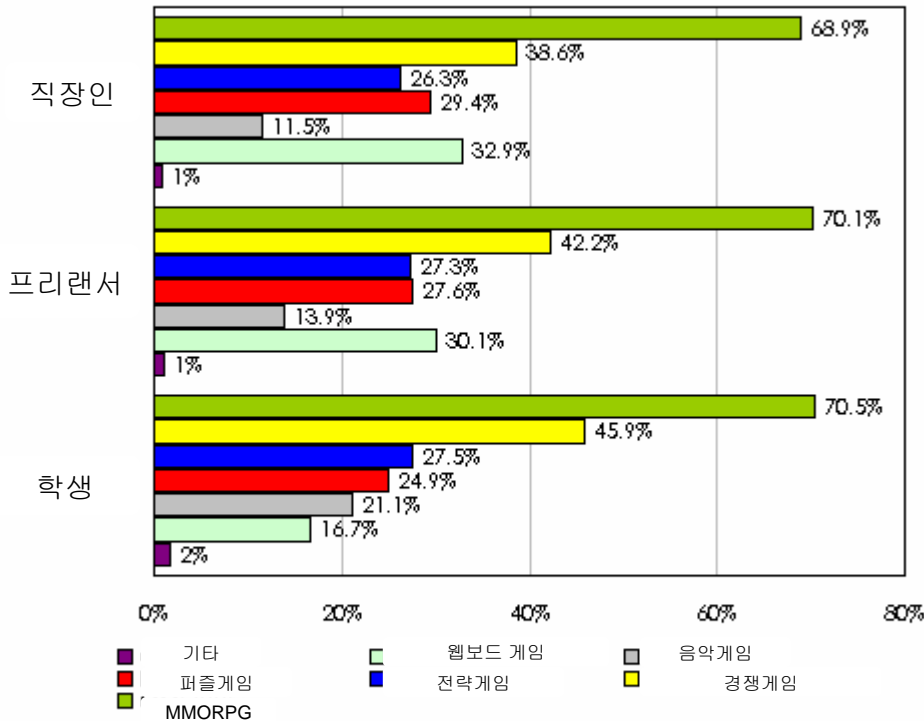
중국 온라인 게임 이용자에 관한 분석

18-24세 연령층 중 60% 이상의 이용자가 음악 게임을 선호하고 있으나 25-30세 사이의 연령층에서는 20%로 그 비중이 낮음.



중국 온라인 게임 이용자에 관한 분석

게임 이용자의 직업별 선호 게임



일반적으로 높은 수준의 이용자 반응이 요구되는 RPG 및 경쟁적인 게임이 중국에서 인기를 누리고 있음. 그러나 연령 및 직업의 변화에 따라 카드나 보드게임, 퍼즐과 같은 쉬운 게임에 대한 이용자의 관심이 증대될 전망.

요점: 연령에 따라 이용자의 관심은 변화하므로 모든 이용자에게 맞는 게임을 개발하는 것은 불가능하며 게임의 개발은 잠재적 이용자의 요구를 기초로 이뤄져야 함.

자료: 2008년 1월 중국 주요 웹사이트를 통한 온라인 서베이 결과

중국 온라인 게임 이용자에 관한 분석

iUserTracker-2007년 3분기 중국 PC방 최고 인기 게임

순위	게임	타입	지역
1	Crazy Racing	MOG	한국
2	Audition	MOG	한국
3	World of War craft	MMOG	미국
4	Fantasy Westward Journey	MMOG	중국
5	Westward Journey Online2	MMOG	중국
6	QQ R2Beat	MOG	한국
7	Perfect World	MMOG	중국
8	Zero Online	MMOG	중국
9	Zhengtu	MMOG	중국
10	Free Style	MOG	한국

자료: iUserTrackernetcafe. 2007년 10월. 중국 전역의 PC방에서 1만대 이상의 컴퓨터를 지속적으로 트래킹하여 수집.

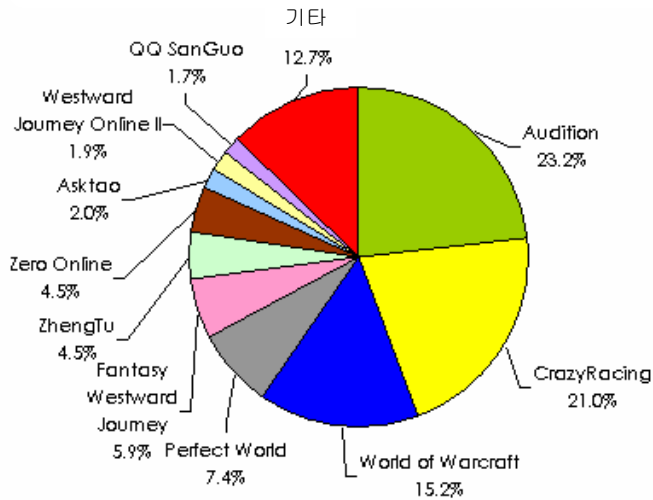
©2008.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

게임 이용자들이 가장 밀집하는 PC방을 통한 iResearch의 트래킹 데이터에 따르면 Top 10에 들어간 한국 게임은 모두 MOG임. 워크래프트를 제외하면 Top 10에 들어간 상위 6대 MMOG는 중국 업체에 의해 개발된 것. 한국의 MOG는 인기가 많지만, MMOG게임은 인기가 없음.

요점: 한국 음악과 패션의 유행과 더불어 중국 내 음악 및 패션 관련 **MOG** 게임은 인기 상승세인 반면, **MMOG** 게임은 보다 문화에 대한 고려가 요구됨. **EQ** 및 **Dungeons and Dragons**의 실패는 문화적 차이에서 기인.

중국 온라인 게임 이용자에 관한 분석

iUserTracker-2007년 3분기 중국 PC방에서의 총 이용 시간

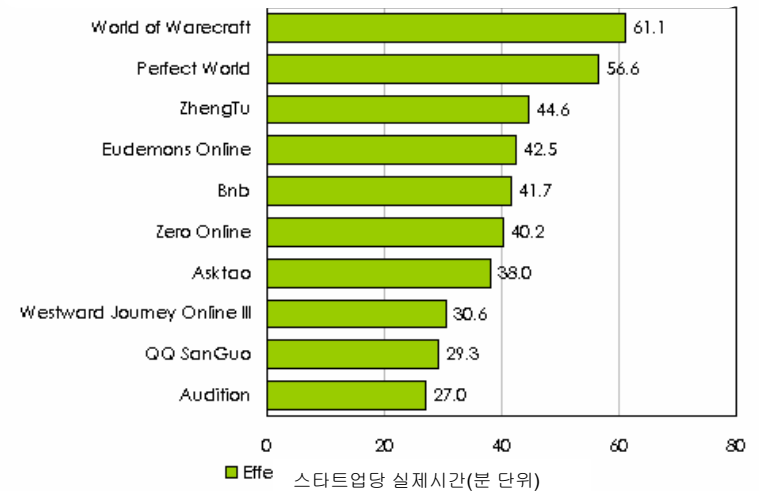


자료: iUserTrackernetcafe. 2007년 10월. 중국 전역의 PC방 내 1만대 이상의 컴퓨터를 지속적으로 트래킹하여 수집.

©2007.11 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

iUserTracker-2007년 2분기 중국 PC방의 스타트업 당 실제 이용시간



자료: iUserTrackernetcafe. 2007년 10월. 중국 전역의 PC방 내 1만대 이상의 컴퓨터를 지속적으로 트래킹하여 수집.

©2007.11 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

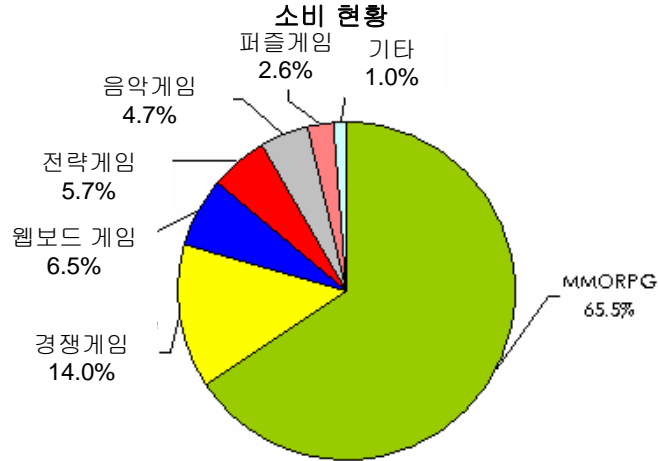
iUserTracker(netcafe)의 정보에 의하면, PC방의 게임 이용자들은 한국 게임인 Audition 과 Crazy Racing에 가장 많은 시간을 할애하는 것으로 나타남. 그러나 두 게임의 스타트업 당 실제 시간은 여타 MMOG 게임보다 낮았는데, 워크래프트의 경우 61.6분이었음.

요점 1 : 한국의 MOG 게임은 간결성이 부족.

요점 2 : PC방 이용자들은 타인에 의해 쉽게 영향을 받음. 높은 클릭 횟수와 총 이용시간은 MOG게임이 이용자의 요구를 반영하고 있다는 증거임.

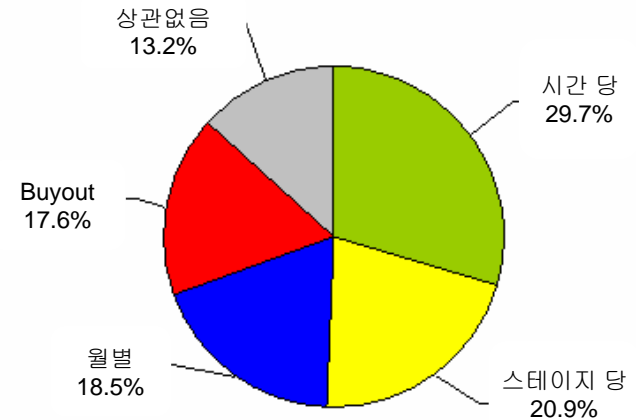
중국 온라인 게임 이용자에 관한 분석

2007년 중국 온라인 게임 이용자의



자료: 2008년 1월 중국 주요 웹사이트를 통한 온라인 서베이 결과

2007년 이용자가 가장 싫어하는 과금 방식



자료: 2008년 1월 중국 주요 웹사이트를 통한 온라인 서베이 결과

중국 게임 이용자들은 RPG게임에 가장 많은 비용을 소비하는데, 전체 게임 소비의 65.5%를 차지. 이용자들은 시간 및 스테이지 당 과금 형식을 가장 싫어하며 이 두 방식은 중국에서의 주요 과금 방식임. CNNIC의 데이터에 의하면, 중국의 게임 이용자들은 한달 평균 84RMB를 소비하는데 이는 중소도시민들의 수입의 10%에 해당하는 금액.

요점: 중국에서의 온라인 게임은 비용 부담이 적지 않기 때문에 이용자들은 월별 혹은 바이아웃 형태의 과금 모델을 보다 선호하는 경향이 있음.

- 중국 온라인 게임 시장 개요
- 중국 게이머에 관한 분석
- 중국과 한국 온라인 게임 시장의 연관성



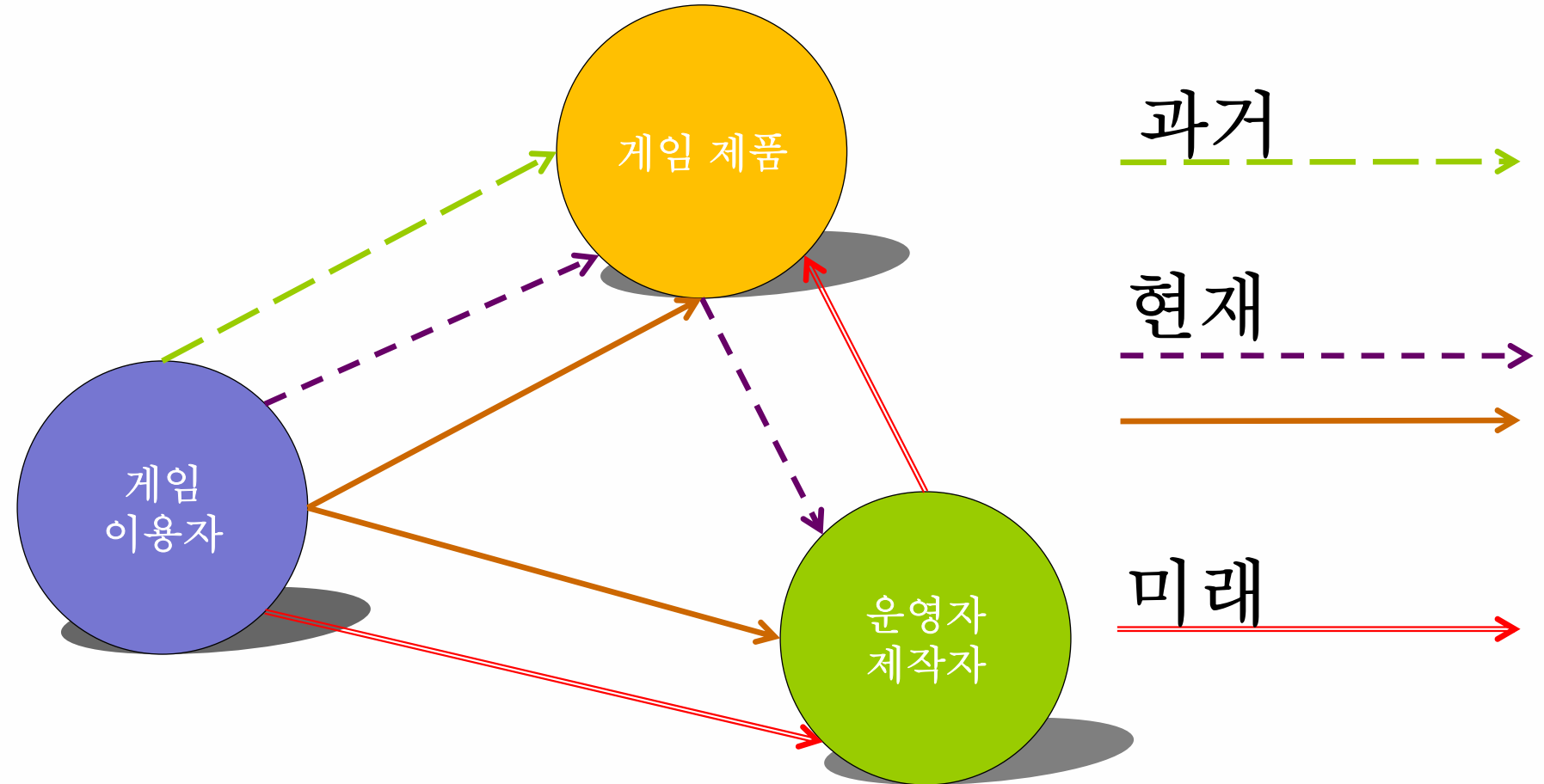
미래

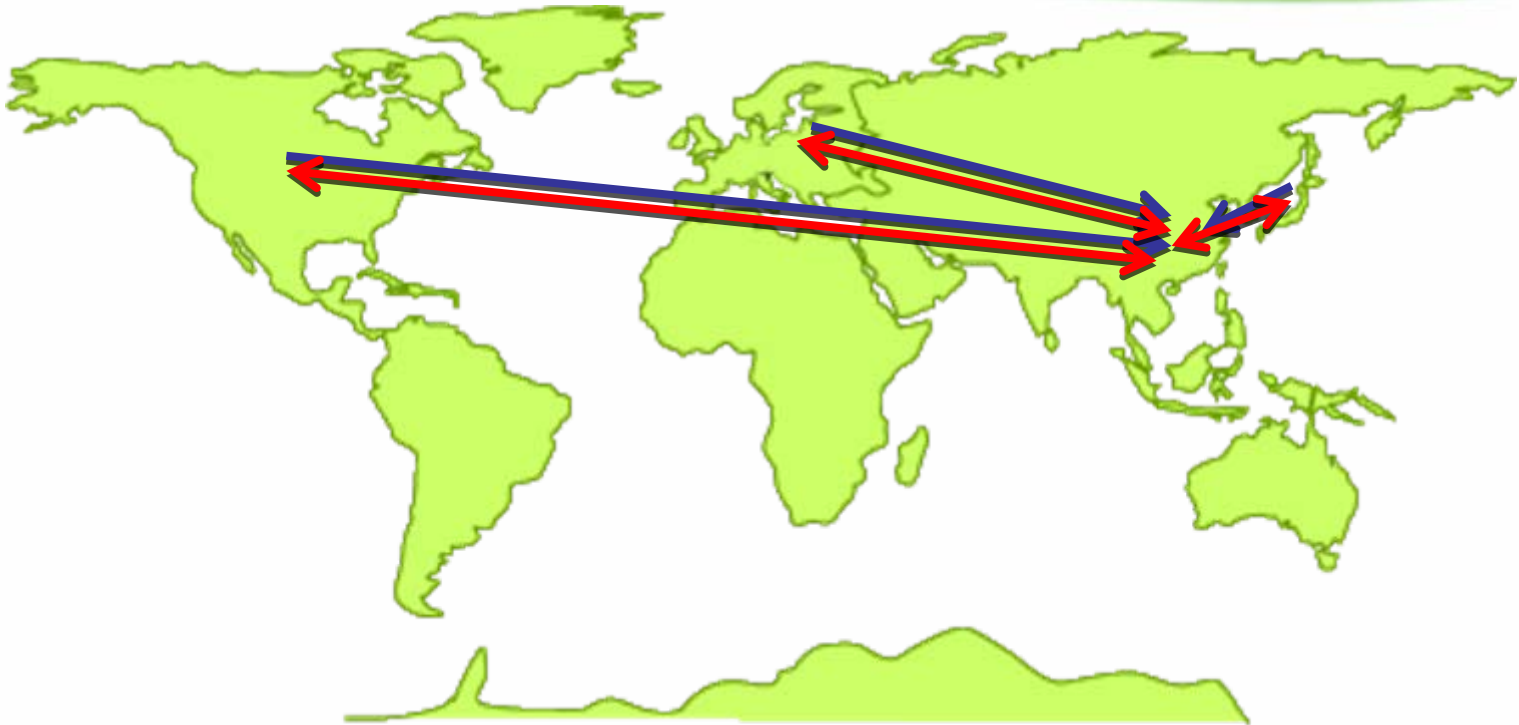
게임과 함께 문화를 수출하며 게임과 문화, 국내와 해외 문화간의 통합을 강조



과거

단순히 게임 제품을 수출, 게임의 "질과 특징"을 강조하는 데 그침





리서치 능력의 진전과 열정을 통해 중국의 게임시장은 단순한 게임의 수입에 의존하던 과거에서 벗어나 외국과의 커뮤니케이션을 증대하고 협력을 통한 혁신을 이룩하는 방향으로 변모 중.

감사합니다!

艾瑞咨询集团 iResearch Consulting Group

Square
Associate Business Director

iResearch Consulting Group Shanghai | Beijing | Guangzhou
Rm.1008, No.9,Lane300,Nandan East Rd. Shanghai, 200030
Tel: 86-21-51082699 Ext:83
E-mail: square@iresearch.com.cn
MSN: y_ysquare@msn.com

<http://www.iresearchgroup.com.cn>
<http://www.iresearch.cn>
China Internet Research Center