

둔화되는 중국 온라인게임시장 성장세와 상하이시 소재 기업의 대응

KIEP 세계지역연구센터 중국 권역별 성별 연구단
노수연 초청연구원

제 8회 중국 국제 디지털 인터랙티브 엔터테인먼트 전람회(中國國際數碼互動娛樂展覽會, 일명 차이나조이(ChinaJoy))가 지난 7월 29일부터 8월 1일까지 4일간 상하이(上海)시에서 개최되었다. 전 세계 온라인게임 신제품 발표장으로 유명한 이번 전람회는 예년과 다름없이 성황을 이루었지만, 전람회에 참가한 중국 온라인업체들은 하나같이 최근 변화하고 있는 중국 온라인게임시장에 대한 우려를 표명하였다.



차이나조이 로고

차이나조이(ChinaJoy)는 2003년부터 매년 1회 상하이시에서 개최되는 중국의 대표적인 온라인 게임 신제품 및 기술 발표장이다. 신문출판총서(新聞出版總署), 과학기술부, 공업신식화부(工業和信息化部), 국가체육총국, 중국국제무역촉진위원회, 판권국(版權局)과 상하이시 인민정부가 공동으로 주관하는 대규모 행사이며, 우리나라에서는 한국게임산업진흥원(KDDI)과 한국게임제작협회(KAMMA)가 후원하고 있다.

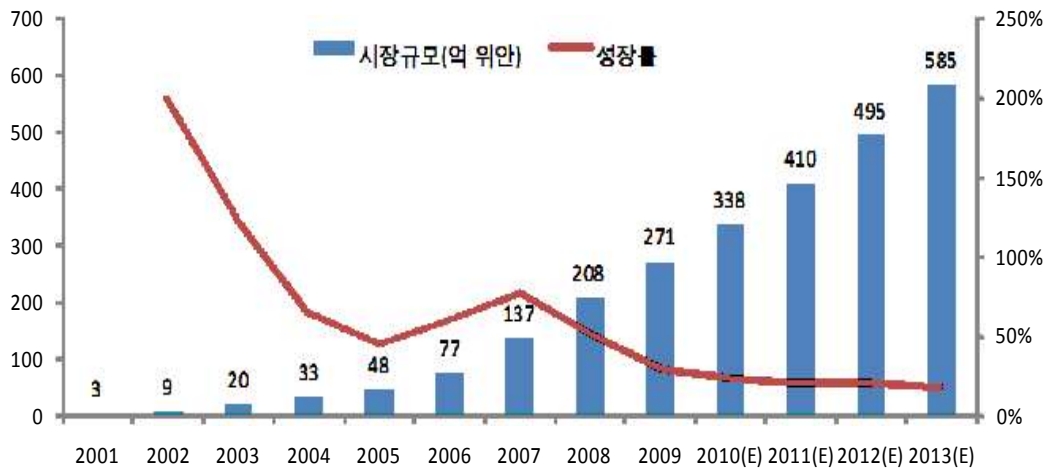
올해 개최된 차이나조이는 “상하이엑스포와 함께 멋진 생활을 연출하자(與世博同行, 共創美好生活)”는 주제로 나흘간 진행되었으며, 중국, 미국, 일본, 한국, 독일 등 국가 200여 개 업체가 참가했다.

중국 온라인게임시장 최신 동향

2000년부터 본격적으로 시작된 중국 온라인게임산업은 2000~2008년간 연평균 50% 이상의 성장률을 기록하며 가파른 성장을 거듭해왔다. 또한 산다(盛大), 넷이지(網易), 완메이스공(完美時空), 진산(金山), 위런(巨人), 왕룡(網龍), 텐센트(騰訊), 소호(搜狐) 등 국내 주요 온라인게임 업체 대부분이 미국 나스닥이나 홍콩에 상장했다.

그러나 2009년 하반기부터 성장속도가 현저히 둔화되면서 2009년 성장률이 처음으로 30%에 그쳤으며, 2010년에도 둔화 추세가 계속되면서 상반기 성장률이 16.3%에 불과했다. iResearch는 2010년 전체 성장률을 24.7%로 전망하고 있으며, 향후 중국 온라인게임시장은 2013년까지 20% 내외의 성장률을 유지함으로써 예전과 같은 고속성장은 더 이상 불가능할 것이라는 관측이다(그림 1 참고).

그림 1. 중국 온라인게임시장 규모 및 예측



주: 2010~2013년 규모는 추정치임.

자료: iResearch, 海通證券研究所 정리.

제도적 변화도 감지되고 있다. 문화부는 지난 8월 1일부터 <온라인게임관리임시시행방법(網絡遊戲管理暫行辦法), 이하 방법>을 시행하고 있다. <방법>에 따르면 앞으로 온라인게임회원가입실명제를 실시하고, 미성년 게이머에게 사이버머니 거래서비스 제공을 금지한다. 또한 온라인게임운영, 사이버머니 발행 및 거래 서비스를 제공하는 업체들은 반드시 온라인문화경영허가증(網絡文化經營許可證)을 취득하고, 등록자본이 1,000만 위안 이상이어야 한다.¹⁾

이러한 규정들은 온라인게임시장의 질서를 유지하는 데에 도움이 될 수 있겠으나, 사용자들을 대상으로 한 규정의 시행은 현실적으로는 많은 어려움이 동반될 것으로 전망된다. 또한 이 규정이 시행되면 영세기업들이 잇달아 시장에서 퇴출되면서 전반적인 온라인게임업체의 규범화와 대형화가 진행될 것으로 보인다.

변화하는 환경 속 상하이(上海) 게임업체들의 대응

2009년 중국 온라인게임 실제매출수입은 183.8억 위안이며, 이 중 상하이시가 약 40%인 100.3억 위안을 차지하였다. 이는 2004년 매출수입 규모가 16억 위안이던 것이 5년 새에 6배 이상 증가한 셈이다.²⁾

2009년 말 현재 상하이시에서 온라인문화경영허가증을 취득하고 온라인게임사업 중인 기업은 총 96개이며, 등록자본은 16억 위안, 고용자 수는 1만 명을 넘어서고 있다. 또한 2009년 전국 10대 게임업체 중 산다(盛大), 쥘런(巨人), 더 나인(九城)은 상하이시 소재 기업이며, 시나(新浪) 등 타 지역에 등록된 기업도 게임사업부는 상

1) 『江苏经济报』(2010. 8. 10). 「온라인게임산업, 판도가 바뀔 기회 맞아」.

2) <http://edu.hxsd.com/blog/beijing/20100804-3/13473.html>.

하이시에 설립, 운영 중이다.

앞서 살펴보았듯이 중국 전체 온라인게임 시장환경이 2009년을 기점으로 변화함에 따라 상하이시 소재 온라인게임업체들도 기업의 발전방향을 빠르게 수정하고 있다.

(1) 더 나인(The9, 九城)



더 나인은 2009년 순적자액 4.1억 위안을 기록하면서 2008년 대비 마이너스(-) 526.2%의 성장률을 기록했다. 총 영업수입은 2008년의 18.026억 위안에서 2009년에는 약 8억 위안으로 무려 55.5%나 감소했고, 여기에는 온라인게임운영순수입의 급감이 결정적인 역할을 했다. 즉 온라인게임운영순수입은 2008년 18.003억 위안에서 2009년 7.96억 위안으로 55.8%가 감소했다.³⁾

더 나인의 위기는 월드 오브 워크래프트(魔獸世界, 이하 워크래프트) 퍼블리싱 대리권과 밀접한 관련이 있다.⁴⁾ 워크래프트는 미국 블리자드사의 대표적인 온라인 멀티플레이어게임으로서, 중국에만 500만 명의 이용자가 있다. 넷이지가 이 게임의 퍼블리싱 대리권을 2009년 4월부터 3년간 취득하게 되면서, 기존의 대리업체였던 더 나인은 회사 전체 이윤의 90%를 차지하던 워크래프트 대리권을 잃게 되었다. 이는 워크래프트 관련 영업수입과 직결되면서 2008년 16.5억 위안에서 2009년에는 7.1억 위안으로 급감하였다.

더 나인은 경영쇄신을 위해서 2010년 5월 창립자 주권(朱駿)이 다시 CEO로 복귀하고, 3대 전략을 발표하였다. 첫째, 중국 국내시장에서는 자주적인 R&D와 대리, 협력 등을 통해 온라인게임사업을 운영하기 위해 온라인게임사업부를 운영하고, 둘째, 해외 협력업체의 강점을 통합해 제품을 연구개발, 운영, 판매하기 위해 북미투자사업부를 운영하며, 셋째, 새로운 인터넷 애플리케이션 사업 개발을 위해 신규업무사업부를 설립 운영한다는 것이다.⁵⁾

(2) 산다(Shanda, 盛大)



산다는 1999년 창립 이래 오랫동안 온라인게임업계 부동의 1위를 고수하였으나, 최근 텐센트에게 밀리면서 2위로 하락했다. 초창기 해외 유명 온라인게임의 퍼블리싱 대행으로 시작한 산다는 현재 온라인게임 수익이 전체 영업수익의 90%를 차지하고 있으나, 최근에는 게임, 콘텐츠, 온라인서비스 분야로의 사업 다각화를 적극 시행하고 있다.

이를 위해 산다는 최근 산다게임(盛大遊戲), 산다문학(盛大文學), 산다온라인(盛大在線)등 3개 독립계열사로 회사를 재편하였다. 첫째, 산다게임은 온라인게임을 운영

3) 『PConline』 (2010. 4. 20). 「더 나인 2009년 순이익 526.2% 감소」.

4) 左霞. 「온라인게임, 10년 전쟁」. 『新經濟雜誌』. 2009年 10期.

5) 『騰訊科技』 (2010. 4. 16). 「더 나인 구조조정 단행, 주권 CEO 3대 분야에서 영리 도모」.

하고, 둘째, 산다문학에서는 산다게임에 문학콘텐츠를 지원하고 영화, 도서 등 관련 콘텐츠를 판매하며, 셋째, 산다온라인에서는 온라인결제, 기술지원, 온라인마케팅, 사용자 관리 등 업무와 관련된 인터넷서비스를 제공할 계획이다.

신속한 다각화를 위해 산다가 사용하는 방법은 적극적인 M&A로서, 2010년에만 중국 국내·외 4개사를 인수하는 등 빠른 행보를 보이고 있다. 또한 2010년 말에는 장쑤(江蘇)성 우시(無錫)시에 산다테마공원을 착공할 예정인데, 이로써 천텐차오(陳天橋)가 꿈꾸는 '엔터테인먼트제국' 건설 실현을 위한 준비가 한 단계 더 나아간 셈이다.

전반적인 평가 및 전망

상하이시는 인적자원이나 자본 확보가 상대적으로 용이하고, 이미 규모를 갖춘 온라인게임업체들이 많기 때문에 중국 온라인게임시장 환경 변화에 따른 타격이 다른 지역의 영세업체들에 비해 상대적으로 작을 전망이다. 그러나 과거 해외 온라인게임의 퍼블리싱 대행에만 의존하던 사업형태로는 더 이상 경쟁력을 유지할 수 없다는 게 업계의 전반적인 주장이다.

실제로 표 1에서 보는 것처럼 2010년 9월 8일 기준 중국에서 가장 높은 인기를 얻고 있는 10대 온라인게임을 살펴보면, 지난 8월 동시접속자 수 200만 명을 돌파하면서 선풍적인 인기를 끌고 있는 크로스파이어를 위시한 4개가 한국업체에서 개발한 게임이며, 나머지 중국 게임들은 모두 텐센트나 넷이지처럼 상하이시가 아닌 다른 지역 업체들이 개발한 게임이다. 따라서 상하이시 소재 온라인게임업체들의 개혁이 필요한 시점으로 평가된다.

표 1. 중국 온라인게임 종합지수 순위(2010. 9. 8)

순위	게임명(중문명)	개발업체(국가)	종합지수
1	크로스파이어(穿越火線)	스마일게이트(한국)	90
2	QQ게임(QQ遊戲)	텐센트(중국)	57.55
3	던전앤파이터(地下城與勇士)	네오플(넥슨)(한국)	53.8
4	QQ현무(QQ炫舞)	텐센트(중국)	42.6
5	사국군기(四國軍旗)	텐센트(중국)	15.45
6	오디션(勁舞團)	티쓰리 엔터테인먼트(한국)	15.25
7	몽환서유(夢幻西遊)	넷이지(중국)	12.65
8	카트라이더(跑跑卡丁車)	넥슨(한국)	12.5
9	문도(問道)	샤먼 지비트 네트워크(중국)	11.7

10	대화서유2(大話西遊II)	넷이지(중국)	11.5
----	---------------	---------	------

주: 중국의 웹사이트 순위 조사 사이트인 쉐스(訊實)네트워크는 인터넷 PC방과 일반가정에서 온라인게임을 즐기는 이용자 수를 비롯해, 게임을 이용·열람한 횟수, 1회 평균 게임 이용 시간, 온라인 상태인 이용자의 평균 수 등 4가지 지수를 바탕으로 온라인게임 종합지수를 산출하고 있음.

자료: www.xunshi360.com

이에 따라 최근 들어 더 나인처럼 온라인게임 자체 개발이나 해외시장개척에 전력을 기울이거나 산다처럼 온라인게임 이외 영역으로의 사업 다각화를 꾀하는 등 상하이시 소재 온라인게임업체들도 다양한 사업방식을 시도하고 있다. 이들의 시도는 또한 향후 중국 온라인게임업체들이 나아가야 할 발전모델 또는 전략을 제시하는 선구자 역할을 할 가능성이 있으므로 향후 추이를 지켜볼 필요가 있다.