

중국 모바일게임 시장의 현황

정보통신산업연구실 책임연구원 정부연
(T. 570-4112, byjung@kisdi.re.kr)

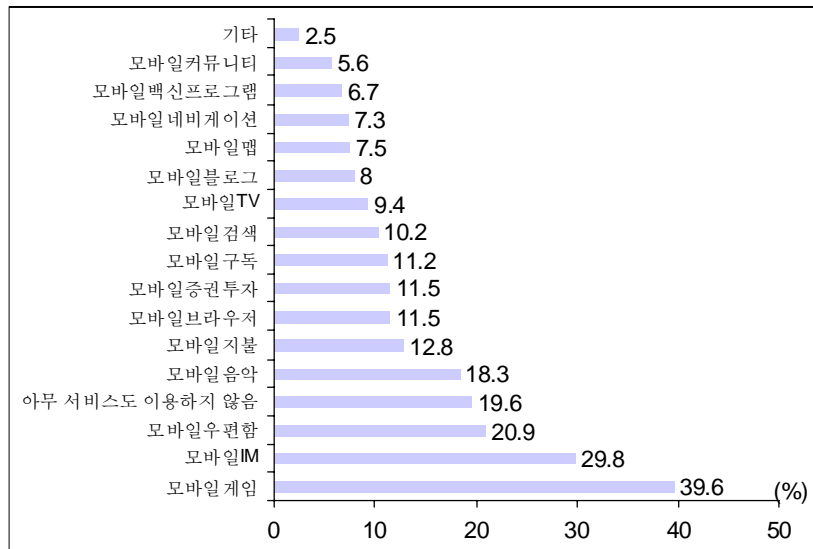
1. 개요

중국의 이동통신 시장 규모가 확대되고 모바일 응용서비스 사용자가 증가하면서 중국의 모바일게임 시장은 모바일 서비스내 핵심 콘텐츠로 성장하고 있다. 중국 모바일 게임은 2002년 WAP게임으로 시작되었으나 2003년에 차이나모바일과 차이나유니콤이 JAVA와 BREW 기반 서비스를 출시한 후 모바일게임이 본격적으로 급성장하였다. 하지만 2005년말부터 중국 모바일게임 시장내 거품론이 확산되면서 2007년 성장률이 다소 주춤하기도 했으나 꾸준한 사용자 증가로 향후 전망은 매우 밝다. Analysys에 따르면 중국 모바일게임 시장은 2007년 7억 8천만 위안에서 2011년 37억 위안에 이를 것으로 전망하고 있다. 또한 공업및정보화부에 따르면 3G 사업권이 2008년 말 또는 2009년 초에 발급될 전망이다. 3G시대의 도래와 더불어 모바일게임의 운영환경이 한층 개선되면서 시장 규모가 더욱 확대되고 수익 구조도 개선될 것으로 전망되고 있다. 그러므로 본고에서는 중국의 모바일게임 시장 현황을 살펴보고 향후 전망 및 시사점에 대해 서술하고자 한다.

2. 중국 모바일 게임 현황

신식사업부에 따르면 중국의 이동통신서비스 가입자 규모는 2007년말 기준으로 5억 4,728만 명을 기록해 모바일 콘텐츠 시장이 성장할 수 있는 잠재 시장은 매우 큰 것으로 파악된다. 중국내 다수의 모바일 콘텐츠 중 모바일게임은 가장 성장 가능성이 높은 시장 중 하나이다. 중국 Analysys가 7월에 발표한 “2008년 중국 모바일 응용시장 가입자 조사연구 보고”에 따르면 모바일 유료서비스 중 모바일게임, 모바일IM, 모바일우편함의 비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 특히 모바일응용 가입자의 39.6%가 유료 모바일게임을 경험한 것으로 나타났다.

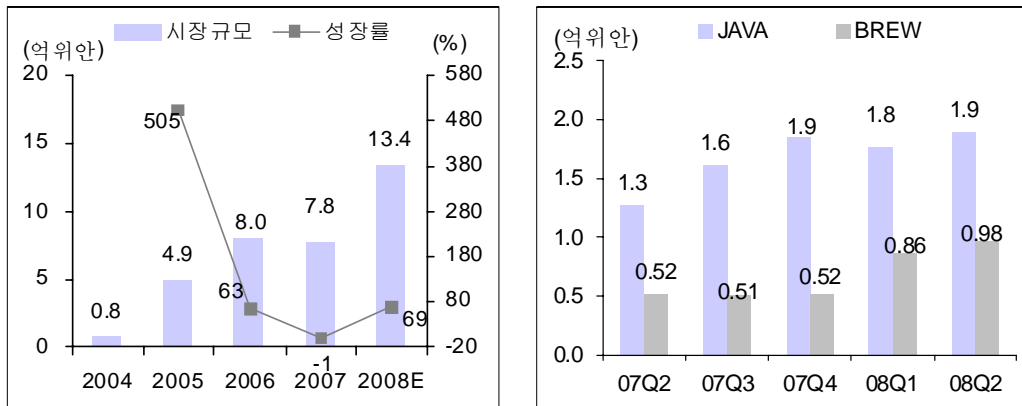
〔그림 1〕 중국의 모바일 서비스 및 제품 유료사용자 비중



출처: Analysys(2008. 7)

이와 같이 중국내 모바일게임 시장의 높은 성장 가능성에도 불구하고 최근 모바일 시장의 SP(Service Provider) 난립에 따른 거품이 붕괴되면서 모바일 게임관련 업체들도 수익성 악화에 따른 도산 및 M&A가 발생해 시장 성장률이 다소 주춤하고 있다. Analysys의 데이터에 따르면 2005~2006년 급성장했던 중국 모바일게임 시장규모가 2007년에는 전년대비 -1% 하락한 7억 8천만위안에 그친 것으로 나타났다. 그러나 2008년에는 인터넷 환경, 기술발전, 단말기 보급 및 모바일게임의 시장구도 변화로 인해 모바일게임 시장이 13억 4천만 위안을 기록해 새로운 도약기를 맞이할 것으로 전망되고 있다. 특히, 이미지와 문자를 통한 인터랙티브 방식의 WAP게임은 줄어들고 점차 업체들의 새로운 요금계산 플랫폼의 런칭과 다양한 보급 활동에 의해 JAVA나 BREW플랫폼 게임이 크게 성장하고 있다. 2008년 2분기 중국 모바일게임 시장 중 차이나모바일의 JAVA 게임시장 규모가 1억 8,900만위안에 이르러 전년 동기대비 약 46% 증가했고 차이나유니콤의 BREW플랫폼 게임 시장 규모는 9,800만위안으로 전년 동기대비 약 88%나 증가했다. 향후 3G시대의 도래와 더불어 모바일게임의 운영 환경이 한층 개선되면서 수익모델도 점차 성숙될 것으로 예상되면서 2011년에는 중국 모바일게임 시장규모가 37억 위안에 이를 것으로 전망하고 있다.

(그림 2) 중국 모바일게임 시장규모



자료: Analysys(2008. 7), 건홍리서치 재인용

3. 결 어

2008년 5월 24일 중국의 공업신시화부, 국가발전개혁위원회, 재정부가 통신업계 구조개편을 공식발표하면서 차이나모바일은 4월부터 시범서비스에 들어간 TD-SCDMA, CDMA 망을 인수한 차이나텔레콤은 CDMA2000, 차이나유니콤은 WCDMA의 3G 라이선스를 획득할 것으로 예상되고 있다. 이처럼 중국내 통신시장 재편으로 중국내 3G 시대가 본격화되면서 대역폭의 증가와 다운로드 속도의 향상으로 이동통신 트래픽 비용을 절감하면서도 보다 다양하고 우수한 성능의 모바일 게임을 제공할 수 있게 된다. 이에 따라 현재 중국내 다수의 SP들은 휴대폰 연구개발 영역에 진출하고 있으며, CP들은 게임 상품 보급을 위한 운영시장에 진출하는 등 모바일 게임관련 업체들은 본래의 가치사슬 영역을 파괴하면서 사업영역을 확장하고 있다. 이에 따라 국내업체들은 중국내 온라인 게임 시장에서 선전했던 게임 개발 기술력과 인지도를 바탕으로 중국의 다양한 3G 환경에 적합한 새로운 모바일 게임 상품을 개발·유통하여 국내 게임 콘텐츠의 위상을 지속시켜 나아가야 하겠다.

참고자료:

- [1] Analysys, “2008년 중국 모바일 응용시장 가입자 조사연구 보고”, 2008. 7.
- [2] 건홍리서치, “모바일콘텐츠산업의 Value Chain 분석”, 2008. 7.