



## 한·중 DC 비즈니스상담회 · 차이나조이 잇따라 열려 국산 온라인게임, 중국시장 재도약 시도

지난해 말부터 중국수출에 어려움을 겪어왔던 국내 게임업체들이 중국시장을 향해 재도약에 나섰다. 네오위즈, 엔도어즈, 인디21, 미라엔터테인먼트 등 국내 게임업체들은 지난달 21일부터 24일까지 3일 동안 열린 중국 게임전시회 ‘차이나조이(China Joy)’에 참가, 국산 온라인게임의 최대고객인 중국 게이머들의 유혹에 나섰다. 이와 함께 한국소프트웨어진흥원은 베이징과 상하이에서 수출 상담회를 개최해 중국의 많은 업체들로부터 상담요청 및 계약을 성사시켰다.

글 권경희 기자

**N**HN, 엔씨소프트, 넥슨, 웹젠, 위메이드 등 국내 게임업체들이 지난달 21일부터 3일 동안 중국 게임전시회 ‘차이나조이(China Joy)’에 참가, 13억 중국 시장공략에 나섰다. 올해로 세 번째를 맞은 이번 전시회는 중국 온라인게임 관련 업무를 주관하는 정부 기관인 ‘신문출판총서’가 주최해 중국 상하이 국제박람센터에서 열렸다.

### 국내 게임업체 13억 중국 시장공략

국내업체들은 100평이 넘는 대형 부스를 설치하고, 국산 온라인게임의 최대 고객인 중국 게이머들을 사로잡았다. 지난해 중국의 해흥사와 손잡고 아워게임(중국명 련중)을 운영하는 NHN은 ‘련중(聯中)’을 통해 캐주얼 골프게임 ‘당신은 골프왕’을 출품했다. NHN은 120여평 넓이 2층짜리 대형 부스를 마련해 게임 시연과 게임대회, 실제 퍼팅대회 등 다

양한 행사를 펼치며 관심을 끌었다.

‘미르의 전설2’로 중국 다중접속온라인롤플레이게임(MMORPG)시장을 평정한 바 있는 위메이드도 모처럼 신작들을 선보이며 중국시장을 다시 한번 공략했다. 위메이드는 이번 전시회에 자연을 소재로 동화적인 판타지 세계를 보여 줄 ‘크림프’, ‘삼국지연의’를 소재로 한 MMORPG ‘창천(蒼天)’, 신과 인간의 관계를 재조명하는 동양 판타지 프로젝트 ‘산(山·가칭)’ 등을 선보였다. 넥슨은 중국내 최고 인기 연예인으로 자리매김한 장나라와 함께 마비노기(중국 명칭 ‘루오치(洛奇)’)를 출품했다. 이 게임은 지난 6월 말부터 중국 내 퍼블리셔인 ‘상하이요우통커지’를 통해 공개시범(오픈베타) 서비스를 시작했다.

웹젠은 중국시장을 타깃으로 한 야심작 ‘일기당천(一騎當千)’을 공개하며 ‘뮤’의 명성을 잇겠다는 전략을 내비쳤다. 이밖에도 웹젠은 131



▲중국 최대 게임전시회 지난달 21일부터 시작한 '차이나조이 2005' 가 사흘간의 일정을 끝으로 막을 내렸다

◀한국소프트웨어진흥원은 베이징과 상하이에서 수출 상담회를 개최해 디지털콘텐츠 관련 중소기업 개발사들의 수출 상담회를 잇따라 열었다

평의 부스를 마련하고, 중국 4,000만명의 회원 수를 자랑하는 인기게임류를 비롯, 지난 E3에서 첫 선을 보인 '썬'·'헉슬리'·'위키'·'파크 페스티벌'을 공개했다.

엔씨소프트는 신작 '길드워'를 출품, 미국과 유럽시장에서의 인기를 중화권으로 확대한다는 전략이다. 길드워 외에도 중국에서 인기가 여전한 '리니지'와 '리니지2'도 전시했다. '리니지'와 '리니지2'는 현지법인인 엔씨시나가 전시했고 '길드워'는 독자배급사 자격으로 선보였다.

특히 이번 차이나조이 행사에는 국내 게임업체 CEO들이 대거 몰려 최대의 비즈니스 장을 형성했다. 넥슨의 공동대표인 김정주·데이비드 리 사장 모두가 현지 참관했고, NHN도 최희영 대표와 렌종의 김정호 대표가 현지에서 합류했다. 박관호 위메이드 사장이 전시장 안팎에서 밀착 비즈니스를 전개해 향후 결과에 많은 관심이 쏠리고 있다.

### 상담회 개최 당일 1,500만달러 수출상담

이에 앞서 한국소프트웨어진흥원은 서울산업통상진흥원과 공동으로 중소기업 개발사들의 수출 상담회를 잇따라 열었다. 네오위즈, 엔도어즈, 인디21, 미리내엔터테인먼트 등 21개사가 상담회에 참가했다. 또한 중국의 메이저 게임퍼블리셔인 상해성대, 더나인, 소호, 넷이즈 등 현지의 주요업체들이 대거 참가함으로써 국산 온라인게임에 대한 식지 않은 열기를 보여줬다.

지난달 18일과 20일 중국 베이징 캐리 센터와 상하이 JW 메리어트호텔에서 양일간 열린 '한·중 디지털콘텐츠 비즈니스상담회'는 최근 중

국에서 펼쳐진 과당경쟁, 국내 기업의 견제, 법적 분쟁 및 인수합병 등 여러 악재로 인해 그동안 중국 진출에 어려움을 겪어왔던 국내 온라인 게임업체에게 청신호가 됐다. 이번 비즈니스 상담회는 개최 당일, 수출 상담규모가 1,500만달러 이상을 넘어섰다.

특히 그동안 국내와 현지기업의 수출상담 위주로 개최된 비즈니스 상담회와 달리 이번 디지털콘텐츠 상담회는 기업간의 비즈니스 상담회 외에도 양국 정부기관 및 협회가 참여하는 '네트워크 세션'을 마련함으로써 정보교류 및 정책협력을 시도했다는 점에서 주목을 받았다.

이날 참여한 한국소프트웨어협회 게임분과 유금화 부이사장 및 중국 게임공작자위원회 왕홍지 부이사장 등 중국의 게임관계자들은 네트워크 세션을 통해 양국 게임업체간의 상호이해를 증진하고 한·중 온라인 게임 산업의 공동발전을 모색하는 긍정적인 계기가 됐다는 평을 내렸다. 또한 이번 상담회에서는 프로그램심위조정위원회에서 중국현지 변호사를 상담 장소에 파견해 현장법률 지원서비스를 제공, 국내 온라인 게임업체들로부터 큰 호응을 얻었다.

한국소프트웨어진흥원 관계자는 "그간 산발적으로 진행돼 온 국내 기업의 중국진출을 한국소프트웨어진흥원과 서울산업통상진흥원, 프로그램심위조정위원회 등 유관기관들이 서로 협력한 좋은 사례"가 됐으며 "중국 온라인게임 시장의 진입장벽이 높아지는 시점에서 개최된 이번 비즈니스 상담회는 국내 온라인게임업체의 중국시장 진출에 촉매제 역할을 할 것으로 기대하며, 앞으로는 중국의 여러 정부기관에 다양한 협력모델을 제시하고 더욱 확대해 나갈 예정"이라고 밝혔다. ●