

왕자영요 (王者榮耀) 게임에 관한 분석 연구

- 해동균 (배재대학교 게임공학과)
- 김수균 (배재대학교 게임공학과 교수)

I. Introduction

“왕자영요(王者榮耀)” 게임[1]은 중국의 텐센트(腾讯) 계열 회사인 티미(Timi, 天美)에서 제작한 모바일 AOS(Aeon Of Strife)게임으로 온라인 게임인 리그 오브 레전드(League of Legends)에서 많은 부분을 도입하였지만 조금 차별화된 포인트가 있는 모바일 AOS 게임이다. 중국 메신저 위챗(WeChat)과 QQ로도 로그인 가능한 장점을 가지고 있다. 영어권에서 본 게임을 지칭할 때는 “왕자영요”를 영어로 직역하면 “King of Glory” 혹은 “Honour of Kings”으로 부른다. 대만이나 동남아시아에서는 “Strike of Kings” 라는 제목으로 출시했다가 현재 유럽과 미국 등의 영어권 전체로 서비스 지역을 넓히며 “Arena of Valor”(그림 1참조) 라는 제목으로 이름을 통일시켜서 서비스하고 있다.

펜타스툼[2]은 왕자영요의 글로벌 버전인 전설대전을 넷마블[3]이 한국화를 하여 서비스하고 있는 게임이다. 게임 내용 및 시스템은 거의 동일하지만 등장 영웅들은 다소 차이가 있다.

“왕자영요” 게임[1]은 중국시장에서 엄청난 인기를 얻고 있으며, 하루 실사용자가 대략 5천만 명 가량이고 2017년 1 분기에 60억 위안 (한화 약 1조원)의 매출을 올렸다. 현재 총 사용자 합계로는 대략 2억 명 정도의 사람들이 플레이하고 있다. 앱 통계 회사인 앱 애니[4]에 따르면 2017년 5월 한 달 동안 전 세계에서 가장 많은 수익을 벌어들인 게임이며, 2017년 9월까지 구글 플레이와 애플 앱 스토어에서 통합 매출액으로 세계 1위를 유지하고 있다.

중국 현지에서 인기가 대단한 나머지 중국 인민해방군 측에서는 장병들이 시도 때도 없이 이 게임을 플레이하자. 이 현상을 게임중독 증상으로 판단하고, 본 게임을 인민군 전투

력 저하의 원인으로 판단했다고 한다. 중국 인민해방군의 기관지에서는 본 게임이 계속해서 인민군 장병들의 정신을 갇아먹는다는 식의 기사를 내고, 전자 아편으로 취급하기도 하였다.



Fig. 1. Game Scene of “Arena of Valor”

현재 중국의 청소년이 과도하게 게임에 몰입하는 경향이 높아지자 여론이 나빠지고 인민일보가 비판 기사를 내며, 한 때 텐센트 주가가 폭락해서 시가총액 중 17조원이 하루아침에 증발하는 바람에 텐센트에서는 자발적으로 청소년의 게임 시간을 제한을 하고 있다.

현재 첫 다운제를 채택했으며, 만 12세 이하의 어린이는 하루 2시간 이상 플레이가 불가능하도록 하였으며, 외국인의 경우에는 QQ 사용자에게 한해서 여권 등록번호와 중국 이름 등을 등록해야 성인이라도 첫 다운제를 당하지 않는다. 다만 위챗 사용자들은 첫 다운제에 해당되지 않는다. 그러나 성인 이더라도 10시간 이상 연속 플레이를 한다면 15분 동안 강제로 접근이 불가능하게 하였다. 현재도 비판은 끊이지 않고, 경제 불황까지 겹쳐 시가총액 중 200조원이 6개월에 걸쳐 증발되었다.

2017年9月收入排行榜 I China App Store

应用及发行商	
1 王者荣耀 腾讯	16 快手 一笑科技
2 梦幻西游 网易	17 爱奇艺 爱奇艺
3 九州天空城3D 祖龙游戏	18 寻仙 腾讯
4 仙剑奇侠传五 金钢游戏	19 仙剑情缘 腾讯
5 天龙八部手游 腾讯	20 热血江湖 龙图游戏
6 腾讯视频 腾讯	21 轩辕传奇 腾讯
7 倩女幽魂 网易	22 火影忍者 腾讯
8 命运/冠位指定 Aniplex	23 灵妖记 飞鱼科技
9 阴阳师 网易	24 QQ 腾讯
10 乱世王者 腾讯	25 欢乐斗地主 腾讯
11 大话西游 网易	26 开心消消乐 乐元素
12 胡莱三国2 胡莱游戏	27 穿越火线 腾讯
13 魂斗罗:归来 腾讯	28 圣斗士星矢 乐逗游戏
14 卧虎藏龙2 阿里游戏	29 悬空城 万达院线游戏
15 阿瓦隆之王 趣加	30 王国纪元 IGG

以上榜单来源于Sensor Tower 2017年9月App Store及Google Play收入估算, 不包含中国安卓商店收入。



Fig. 2. Ranking of App Store in September 2017

그림 2는 본 연구에서는 2017년 9월까지의 앱 스토어에서의 순위를 보여준다. 본 연구에서는 “왕자영요” 게임의 인기 에 관한 연구에 대해 모색에 보고자 한다.

II. Preliminaries

1. Definition of Game

1.1 Introduction of Game

MOBA (Multi-player Online Battle Arena)는 팀 대항 온라인 게임을 말한다. 게임 플레이는 주로 사용자가 수행을 하게 된다. 티미 스튜디오에서 개발한 왕의 영광은 3차원 기반의 게임으로 유니티(Unity3D) 엔진[5]을 이용하여 개발하였다. 수정 후 공개된 베타버전은 2015년 11 월 26 일에 공식적으로 오픈 되었다. 킹 글로리(King Glory)는 대규모 사용자 기반과 다수의 신규 사용자가 있는 게임이다. 소개하는 게임은 MOBA 게임으로서 왕의 영광은 게임으로서의 재미 라는 능력을 가지고 있으며, 게임이 비교적 쉽기 때문에 사용자가 많이 접속하는 주요 원인 중 하나이다.

1.2 Product Operation Analysis

그림3은 출시 이후 "왕의 영광"에 대한 바이두[6] 지수 차트를 보여준다. 본 차트로 부터 "왕의 영광"의 인기가 계속

상승하고 있음을 분명히 알 수 있다. 특히 접속자는 명절 및 새해 휴일에 많이 즐기는 것을 알 수 있다.



Fig. 3. Download

2. History of the game

“왕의 영광”은 주로 빠르게 진행되는 경쟁을 기반으로 하며 지속성이 강하지 않다. 다만 사용자의 게임 내에서의 행동은 보통 단기 경쟁을 기반으로 하며, 사회적 특성에 따라 “왕의 영광”은 사용자의 경쟁적인 게임내의 요구를 만족시킬 수는 없다. 또한 소셜 네트워크[7] 등 다양한 시나리오에서 사용자의 사회적 요구를 충족시키고 있다. 특히 제품 기술, 사용자 시나리오, 채널 및 기타 리소스가 풍부한 사용자 시나리오를 갖춘 제품이다.

3. 텐센트 SNS 영향력

5월 발표된 중국 모바일 게임 랭킹 TOP 10에 따르면 “왕자영요”는 ‘중국판 애니팡 인 “카이신샤오샤오러(開心消消樂이하 “카이신)”’를 누르고 1위 자리에 올랐다.

텐센트 산하 티미 스튜디오가 개발한 “왕자영요”는 지난 2015년 11월 26일에 중국 대중 앞에 첫 선을 보였다. 이후 2016년 2분기 모바일게임 전체 2위에 안착했고, 1위와의 격차를 꾸준히 좁힌 끝에 결국 역전에 성공하였다. 2017년 1월 기준으로 “왕자영요”의 실 사용자수는 6,536,200명으로, 2016년 12월 3,399,000명에서 2배 가까이 증가했다.

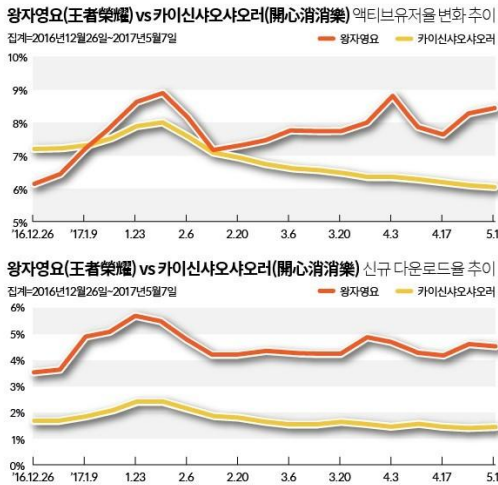


Fig. 4. Trends in Active User Rate of Two Games

1위였던 “카이산”은 과거 2년이 넘는 시간 동안 중국 모바일 게임 시장 정상 자리를 지켜왔다. 카이신의 경우 누구나 쉽게 할 수 있는 저난이도 게임으로 장기 집권할 수 있었던 것이다.

반면 “왕자영요”는 모바일 실시간 대전 게임으로, 평균 플레이 타임이 15~20분에 달한다. 게임을 하는 도중에 이탈하면 패널티를 받게 되고, 정확하고 세심한 플레이가 승부를 가르기 때문에 언제든지 바로 실행시켜서 간단하게 끝내버리는 기존 게임과는 다소 차이가 있다. “왕자영요”가 1위로써 높은 평가를 받는 것이 바로 이 때문이다.

4. 성공 요인

다음은 “왕자영요”의 성공 요인에 대한 분석 내용이다.

① 모바일에서 MOBA 게임에 대한 수요를 찾았고, 게임 자체의 품질과 균형감이 매우 좋아서 MOBA 플레이어는 “리그 오브 레전드”와 같은 고품질 게임에 익숙해 진 사용자들에게 인기를 얻었다.

② 텐센트의 강력한 프로모션 채널을 사용하고 모바일 버전의 “리그 오브 레전드”를 프로모션 포인트로 사용하여 “리그 오브 레전드”와 같은 MOBA 최종 게임 사용자에게 끌릴 수 있도록 대상 사용자를 설정했다.

③ 게임의 캐릭터 및 문화적 배경은 중국의 역사 및 신화를 모티브로 하였다.

④ 적은 비용으로 게임을 즐길 수 있게 한 것이 특징이다.

⑤ 초반 사용자를 유치하기 위해, 게임 시작 부분은 과감하게 어려운 부분을 줄였고, 게임 시간도 줄인 것이 특징이다.

⑥ 위챗과 QQ 듀얼 플랫폼을 통해 모바일 게임 + 소셜의 양식으로 팀을 짜서 친구와 게임을 하고 혹은 팀끼리 경쟁하도록 하였다. 또한 쉽게 로그인 할 수 있게 하였고, 오프라인 친구를 쉽게 찾을 수 있으며 여러 지역의 친구를 초대 할 수도 있습니다.

III. Conclusions

티미는 텐센트의 자회사로 “왕자영요”를 개발한 회사이다. 본 게임은 많은 의미를 남긴 게임으로서 성공적으로 인기를 얻고 있다. 특히 본 게임은 “리그오브레전드”를 기반으로 하지만 게임 디자인도 특화 되어 있으며, 캐릭터 설정에는 고유한 특성도 가지고 있다. 다만, 다양한 게임 이벤트를 플레이 할 수 있도록 새로운 방법을 소개하여 기존 사용자를 계속 유지하게 될 것이고, 또한 새로운 사용자를 추가하는 방법에 대해서도 고려해야 한다.

컴퓨터 게임의 매력은 혼자서도 컴퓨터가 만들어내는 가상의 상대와 함께 게임을 즐길 수 있다는 점인데 이는 바로 컴퓨터에서 구현되는 인공지능의 결과물인 것이다. 실제로 어떻게 하면 게이머의 우주선이 발사하는 미사일을 좀 더 잘 피해내는 적 비행기를 구현할 것인가, 어떻게 하면 더욱 다양한 전술을 구사하는 군대를 만들어 낼 것인가 하는 과제가 인공지능 분야를 발전시키는데 큰 공헌을 하였다.

REFERENCES

[1] Jang Young Beom. (<http://www.techleader.net>)
 [2] 펜타스톱, (<http://www.netmarble.net/mobile/penta>)
 [3] 넷마블, (<http://www.netmarble.net/>)

- [4] King of Glory Statistics Company, [https://www.appannie.com/apps/ios/app/wang-zhe-rong-yao-quan-qiu-shou-kuan-5v5ying-xiong-gong-ping-dui-zhan-shou-you/details/?queries=\(__common__:\(filters:\(country_code:\(equal:US\)\),date:\(between:\(!\(%272019-08-28%27,%272019-11-25%27\)\)\)\)\)\)](https://www.appannie.com/apps/ios/app/wang-zhe-rong-yao-quan-qiu-shou-kuan-5v5ying-xiong-gong-ping-dui-zhan-shou-you/details/?queries=(__common__:(filters:(country_code:(equal:US)),date:(between:(!(%272019-08-28%27,%272019-11-25%27)))))))
- [5] 유니티 엔진, (<https://unity.com/kr>)
- [6] 바이두, (<https://www.baidu.com/>)
- [7] Yang, P., Harrison, B. E., & Roberts, D. L., “Identifying patterns in combat that are predictive of success in MOBA games”, Proceedings of the Foundations of Digital Games 2014 Conference (FDG 14), 2014

저 자 소 개



Xie DongJun is interested in game programming, and VR/AR applications.



Soo Kyun Kim received Ph.D in CS, Korea University in 2006. He was an advanced researcher in Samsung Electronics from 2006 to 2008. He is a professor in the department of game engineering in Paichai

University. His research interests include geometric modeling.