

뮤 오리진2

카이저

‘신작의 역습’... 요동치는 모바일 게임판

출시 초반부터 매출 상위권 순항

MMORPG 신홍강자 공세에
리니지M·검은사막 모바일
이벤트·업데이트로 방어전

모바일 게임 시장에 신홍강자가 등장해 지각변동이 일어나고 있다. 2000년대 초반 온라인 게임 시장에서 벌어졌던 ‘리니지’와 ‘뮤 오리진’이 모바일게임에서도 눈에 띄는 경쟁을 시작했다. 지난 4일 출시한 웹젠의 모바일 대규모다중접속역할수행게임(MMORPG)인 ‘뮤 오리진2’가 출시 하루 만에 구글 플레이스토어 기준 매출 16위로 진입한 것.

17일 게임업계에 따르면 뮤오리진2는 구글 플레이스토어 기준, 매출 3위를 기록해 1위인 ‘리니지M’의 턱밑까지 추격했다.

뮤 오리진2는 전작 ‘뮤 오리진’의 세계관을 구현한 후속작이다. 뮤 오리진은 출시와 동시에 국내 MMORPG 중 최초로 매출 및 인기순위 1위에 올라 국내 모바



‘뮤 오리진2’ 대표 이미지.



웹젠 검은사막모바일 대규모 업데이트 기념 이벤트 진행 이미지.

필어비스

일 MMORPG의 전성시대를 열었다는 평을 받는다. 뮤 오리진2는 전편보다 그래픽이 향상됐으며, 활동 서버 밖으로 게임 공간을 넓힌 ‘어비스’를 구현했다. 이용자는 어비스를 왕복해 다른 서버의 이용자와 협력하거나 대결하는 콘텐츠를 즐길 수 있다.

넥슨이 지난 7일 출시한 MMORPG ‘카이저’의 성적도 눈에 띈다. 3040세대 중년층을 노린 카이저는 현재 구글 플레이스토어 매출 순위 7위를 기록해 10위권 안에 진입했다.

업계 관계자는 “자체적인 지식재산권(IP)을 기반으로 한 게임이 선전한다는데

의의가 있다”고 설명했다.

카이저는 1대1거래, 장원쟁탈전 등 핵심요소를 담았다. ‘리니지’ 개발실장 출신의 패스파인더에이치 채기병 PD를 중심으로 3년간 70여 명을 투입해 제작한 넥슨의 기대작이다.

매출 상위권을 독식하고 있는 엔씨소프트의 ‘리니지M’과 필어비스의 ‘검은사막 모바일’은 신홍 강자들의 추격전에 업데이트를 통해 방어전에 나선다.

리니지M은 지난 12일 여러 명이 함께 공략하는 던전인 ‘파티 던전 오림’을 업데이트했다. 70레벨 이상 이용자는 매일 정해진 시간에 플레이할 수 있으며 총 4명

이 파티를 구성해 입장할 수 있다. 필어비스의 검은사막 모바일은 지난 14일 신규 클래스 ‘다크나이트’ 출시, 신규서버 ‘알티노바’ 오픈, 신규 월드보스 ‘누베르’ 추가 등 대규모 업데이트를 진행한 이후 애플 앱스토어에서 매출 1위, 구글 플레이스토어 2위를 다시 기록했다. 한때 구글 마켓에서 4위로 밀려났지만 업데이트 이후 하루 만에 다시 매출 2위를 탈환한 것.

검은사막 모바일은 국내뿐 아니라 해외도 공략한다. 올 3·4분기 대만을 시작으로 내년 전반기까지 전 세계에 선보일 계획이다.

뮤 오리진2와 카이저 외에도 대형 신작

들이 조만간 출시될 것으로 예상돼 하반기 모바일 게임 시장에 매출 기대감을 불어넣고 있다.

넷마블은 14일 애니메이션 역할수행게임(RPG) ‘나이츠크로니클’을 한국을 포함한 전세계 140여개국에 정식 출시했다. 나이츠크로니클은 애니메이션 풍의 전투 연출이 특징이며, 모든 스토리 음성에 유명 성우 목소리를 적용했다.

게임빌의 신작 히어로 육성형 RPG인 ‘자이언츠워’도 지난 12일 글로벌 구글 플레이와 애플 앱스토어에 동시 출시했다. 게임 내 모든 콘텐츠를 ‘탐사’를 통해 만날 수 있도록 구성해 게임의 성장 및 진행 등이 개방돼 있는 것이 특징이다.

카카오게임즈는 모바일 액션 RPG ‘블레이드2 포 카카오’를 오는 28일 정식 출시한다. 현재 사전 예약자 수는 170만명을 넘었고, 전작 ‘블레이드’와 프로모션도 진행하는 등 공격적인 마케팅으로 승부수를 던진다.

위메이드 엔터테인먼트 또한 MMORPG ‘이카루스M’ 정식 서비스를 조만간 출시하며 반전을 노린다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr



현대 어코드 2.0 터보 스포츠 주행모습.

‘역시 어코드, 역시 현대’ 질주본능 자극하는 ‘2.0터보’



현대 ‘어코드’

주행성능·디자인 한층 젊어져
소음 아쉬워... 4920만원 부터

1976년 첫 출시 이후 줄곧 ‘월드 베스트셀링카’로 자리잡은 현대 어코드가 지속적인 혁신을 통해 10세대로 돌아왔다.

현대 어코드는 세계 160개국에서 2000만대 이상 판매된 모델이다. 우리나라에서는 2004년 첫 출시 이후 현재까지 4만여대의 판매고를 올렸다.

이번에 국내 시장에 출시한 10세대 어코드는 사상 최초로 선보이는 고성능 고효율 파워트레인, 현대만의 첨단 기술이 집약된 모델이다.

현대 어코드 2.0 터보 스포츠 모델을 경기 양평과 이천을 오가는 약 90km, 와이딩 코스와 직선 구간 등을 주행하며 차량의 성능을 알아봤다.

디자인은 한층 젊어졌지만 호불호가

갈릴 것으로 보인다. 현대 어코드는 9세대 들어서 세련미를 가미했지만 여전히 딱딱함이 묻어났다. 그러나 이번에 출시된 10세대는 완전히 달라졌다. 쿨페를 연상시키는 다이내믹한 디자인을 채택하는 과정을 통해 한층 젊어졌다.

이전 모델 대비 전고가 15mm 낮아졌고, 전폭과 휠베이스는 각각 10mm, 55mm 늘어난 덕분이다. 이를 통해 매끈한 외관 스타일링을 완성하면서 넓고 쾌적한 실내공간과 적재공간을 실현했다.

실내 디자인은 탑승의 쾌적함, 뛰어난 사용성, 만족을 주는 고품질의 3가지 콘셉트를 바탕으로 넓고 상쾌한 스타일링을 구현하면서도 탑승자의 사용 편의성과 고급감을 극대화한 인테리어를 실현했다. 또 문 안쪽 손잡이 부분 등을 부드러운 소재로 마감해 고급스러운 느낌을 줬다. 뒷좌석의 무릎 앞 공간도 충분히 불편하지 않았다.

주행성능은 ‘역시 어코드’라는 말이 나올정도였다. 특히 2.0터보 모델에는 10단 자동 변속기가 적용됐다. 최고출력은 256마력, 최대토크는 37.7kg·m로 파워풀한 주행성능을 실현했다. 복합 연비는 1L당 10.8km를 기록했다.

고속도로 시승 구간에서 어코드는 막힘없이 달렸다. 10단 변속기는 부드럽게 속도를 올려줬고, 변속감도 크지 않았다. 특히 고속에서 순식간에 시속 100km를 넘어섰지만 속도감은 크지 않았다.

무엇보다 10세대 어코드의 장점은 주행성능이 젊어졌다는 것이다. 물론 스포츠 세단이라고 하기에는 다소 부족하지만 스포츠 모드로 주행할 때의 폭발적인 가속성과 안정감을 잃지 않는 점은 칭찬할 만하다. 다만 노면에서 올라오는 소음은 아쉬움으로 남았다.

2.0 모델에는 ‘현대 센싱’이 탑재돼 있다. 차선유지보조시스템(LKAS), 어댑티브크루즈컨트롤(ACC) 등의 기능을 돕는다. 시속 30km 이하에서는 앞차 속도에 따라가는 저속 추종 장치도 탑재돼 있다.

현대 ‘어코드’ 2.0 터보 모델의 가격은 4290만원(1.5모델은 3640만원)이다. 7월 출시를 앞둔 하이브리드 모델의 경우 ▲하이브리드 EX-L 4240만원 ▲하이브리드 투어링 4540만원이다.

/양성운 기자 ysw@

정수기처럼... 스마트폰도 빌려쓰는 시대

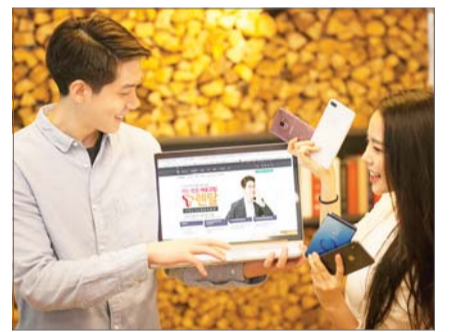
SKT 갤럭시S9·아이폰X 25% ‘렌탈’

스마트폰을 빌려서 쓰는 SK텔레콤의 ‘T렌탈’ 서비스가 자리잡고 있다. SK텔레콤은 프리미엄 스마트폰을 대상으로 지난 1일 스마트폰 렌탈 서비스를 출시한 바 있다.

SK텔레콤은 1일부터 15일까지 공식 온라인몰 T월드다이렉트에서 ‘갤럭시S9’, ‘아이폰8’, ‘아이폰X’ 등 3개 기종을 개통한 고객 가운데 25%가 할부구매 대신 렌탈을 선택했다고 17일 밝혔다.

T렌탈 고객 분석 결과 ▲20대(28%) ▲30대(26%) ▲40대(24%) ▲50대(15%) 등으로 전 연령층에서 고른 가입 비중을 보였다. 성별로는 남성(64%)이 많았다.

주요 고객층은 54%의 비중을 차지한 20·30대였다. 40·50대 비중 또한 39%로, 할부구매 시 비중 대비 20% 포인트가 늘었다. 40·50대 다수 고객은 스마트폰을 할부로 구매할 때보다 월 부담금이 7500원에서 1만2500원까지 줄어들고 중고폰 처분이 간편해 렌탈을 선택했다고 답했다.



SK텔레콤 홍보 모델들이 스마트폰 렌탈 서비스 ‘T렌탈’을 이용하고 있다. /SK텔레콤

T렌탈 고객 100%가 선택약정할인으로 개통했고, 가장 많이 선택한 요금제는 밴드데이퍼펙트(6만5890원, 부가세 포함)였다. 상대적으로 높은 요금제를 이용하는 고객들이 선택약정할인으로 통신요금을, T렌탈로 스마트폰 할부금 부담을 낮추려고 한 것으로 분석된다.

또 T렌탈 고객의 절반 가량이 렌탈 기간 내 분실·파손을 대비하고, 24시간 내내 스마트폰 기능을 문의할 수 있는 ‘폰기능상담24’를 이용하기 위해 T올케어 등 보험상품에 가입했다.

/김나인 기자

SKB 타사 통신사 고객도 실시간 월드컵 시청

‘옥수수’서 중계·VOD 제공

SK브로드밴드는 가입통신사에 관계없이 자사 동영상 OTT 서비스인 ‘옥수수(oksusu)’에서 2018 러시아월드컵 전 경기를 실시간과 주문형비디오(VOD)로 시청할 수 있다고 17일 밝혔다.

대한민국은 18일 오후9시(한국시간) 스웨덴과 조별리그 첫 경기를 치른다. 옥수수는 ‘oksusu와 함께 B The One’ 캠페인과 함께 진행한다.

가입 통신사에 상관없이 회원 가입을 하지 않아도 누구나 옥수수에서 월드컵 경기를 시청할 수 있다. KT, LG유플러스 가입자라도 옥수수 애플리케이션(앱)만 설치하면 회원가입 없이도 월드컵을

볼 수 있는 셈이다.

옥수수는 지상파 방송사(KBS, MBC, SBS)와 러시아월드컵 중계권 계약을 맺고 월드컵 전 경기를 최신 고화질로 실시간 중계하며, 실시간 방송이 끝난 뒤에는 다시보기 영상(하이라이트 및 클립)을 서비스할 예정이다.

또 매일 ‘오늘의 경기(Match of the Day)’를 선정, 해당 경기를 시청하는 관전 포인트를 제공하고 고객의 의견을 문자 메시지로 받을 예정이다. 예를 들면 ‘대한민국과 스웨덴의 첫 경기에서 손흥민 선수가 공격포인트를 기록할 수 있을까’라는 관전 포인트에 고객들이 ‘그렇다’ 또는 ‘아닐 것이다’의 답변을 문자메시지로 발송하는 식이다.

/김나인 기자