

블소 레볼루션·세나2... 기대작 미리보고 '인싸' 되자

〈블레이드&소울〉

〈세븐나이츠2〉

〈insider, 무리에 잘 섞여 노는 사람들〉

netmarble

넷마블이 15일 개막하는 국내 최대 게임 전시회 '지스타2018'에서 자사 지식재산권(IP)을 활용한 모바일 신작을 내놓는다. 현장에 오지 못한 이용자들이 다양한 소통 창구로 넷마블 게임을 즐길 수 있도록 만전을 기하겠다는 방침이다.

넷마블관은 100부스 규모로, 모바일 게임에 특화된

100부스, 260여 시연대 등 마련 SNS·코스프레 방문 이벤트 열려 공식 유튜브·페이스북서 생중계

260여대의 시연대와 대형 LED 스크린, 오픈형 무대가 마련됐다.

넷마블 부스에서 주목할 게임은 올 하반기 기대작인 '블레이드&소울 레볼루션'이다. 블레이드&소울 레볼루션은 PC 온라인 게임 '블레이드&소울'의 IP를 활용했다. 내달 6일 출시 예정인 블레이드 &소울 레볼루션은 4차로 신규 서버 10개를 증설하는 등 이용자들의 참여 열기가 뜨겁다.

넷마블 부스에서는 블레이드&소울 레볼루션의 신규 캐릭터를 선보이고 광고모델로 선정된 모델 문기비가 방문해 게임과 관련된 퀴즈와 사진 촬영을 진행한다.

지스타를 통해 최초로 공개하는 'A3: Still Alive(이하 A3)'는 모바일 최초 배틀로얄 MMORPG다. 전략과 컨트롤로 최후의 1인을 가리는 배틀로얄 방식의 '전략 데스매치'와 동시간 전체 서버 이용자와 무차별 PK(Player Killing)를 즐길 수 있는 '전지역 프리 PK' 등 기존 모바일 다중접속역할수행게임(MMORPG)에서 볼 수 없었던 콘텐츠를 경험할 수 있다.



넷마블 '지스타2018' 출품작 이미지.

/넷마블

넷마블 '지스타2018' 부스 조감도.

/넷마블

A3시연 부스에서 직접 플레이해 볼 수 있다. 또 인기 BJ·개발자와 진행하는 현장 이벤트를 즐길 수 있다.

넷마블의 '세븐나이츠' IP를 활용한 모바일 MMORPG인 '세븐나이츠2'는 지난 지스타에 이어 이번 지스타에서 게임 스토리를 일부 공개한다. 이용자는 시연빌드에서 스토리를 따라 퀘스트를 수행하며, 그룹전투와 화려한 액션 연출 등을 직접 확인할 수 있다.

지스타 기간 동안 매일 1회 세븐나이츠 2 버추얼 캐릭터 '렌'의 라이브 토크쇼도 열린다. 렌은 넷마블 부스에 설치된 대형 스크린을 통해 등장해 게임을 소개하고 관람객들과 퀴즈와 미니게임을 진행할 예정이다.

관람객은 넷마블의 지스타 특별페이지에서 출품작 소개와 프로모션 영상, 부스 위치 정보 등을 확인할 수 있다.

지스타 현장에서는 11월 15일, 16일 양일간 넷마블 부스에 방문한 인증샷을 소셜네트워크서비스(SNS)에 올리면 스페

셜 쿠폰북, 넷마블프렌즈 자이언트 인형 등 선물을 증정하는 '얼리버드 이벤트'와 넷마블 부스에서 라이브 방송 진행 시 넷마블프렌즈 무릎담요를 증정하는 '인플루언서 이벤트', 넷마블 게임 캐릭터 코스프레 복장으로 넷마블 부스 방문 시 패스트 패스권, 럭키박스 등을 제공하는 '코스프레 이벤트' 등이 열린다.

넷마블은 부스내 현장 소식을 실시간으로 전하기 위해 넷마블 공식 유튜브 채널과 페이스북을 통해 생중계할 예정이다. /김나인 기자

지스타 대장, 한국서 '포트나이트' 띄우기 출격



PC·플레이스테이션·모바일 등 다양한 플랫폼으로 시연 준비



'지스타 2018' 메인 스폰서로 참가하는 에픽게임즈는 지스타를 통해 국내 시장에 '포트나이트' 띄우기를 본격적으로 나설 전망이다. 총 100부스 규모로 운영되는 에픽게임즈 부스에서 관람객들은 PC와 플레이스테이션4, 안드로이드와 iOS 모바일 기기 등 총 4개의 디바이스로 포트나이트를 즐길 수 있다.

포트나이트는 출시 132일 만에 글로벌 동시접속자 340만명을 넘긴 흥행작이지만, 국내 이용자에게는 다소 생소하다. 에픽게임즈가 지스타 메인 스폰서를 맡은 이유도 국내 이용자에게 포트나이트를 알리기 위해서다.

에픽게임즈 지스타 부스에서는 이벤트도 진행한다. 악어, 풍월랑, 다주, 우정영, 서녕, 잉여맨 등 게임 크리에이터 총 20여명과 C9, 콩두 허스크, OP 게이밍, WGS 등 프로젝트임단 소속의 선수가 참여하는 '스트리머 브라더스 대난투'가 예정돼 있다.

이외에도 춤추는 곰돌이 크루가 댄스 챌린지 공연을 진행하며, 유명 스트리머들이 미션에 도전하는 예능 교육방송인 '포나스쿨 라이브'도 현장에서 시청할 수 있다.

'레드로버', '텍스터스튜디오', '나인엔 인터랙티브' 등 언리얼 엔진을 이용한 작품을 만날 수 있는 파트너사 공간에서는 가상현실(VR), 축구 게임 등을 즐길 수 있다. 부스 2층 공간에는 파트너사 미팅이나 언리얼 엔진 개발자들의 컨설팅을 진행할 수 있는 별도의 미팅룸이 마련돼 있으며, 쉴 수 있는 라운지 등이 운영된다. /김나인 기자

"배그 멸망전 볼까? 레이싱 해볼까?"



아프리카 유명BJ·방송인 등 경쟁

카카오게임즈는 이번 지스타에서 B2C 관에 100부스 규모의 전시관과 벅스코 야외 광장에 부스를 마련한다. 카카오게임즈의 대표 PC게임인 '카카오 배틀그라운드'와 신작 모바일 레이싱 게임 '프렌즈레이싱'을 부스에서 만날 수 있다.

개방형 구조로 제작된 카카오 배틀그라운드 부스에서는 40인 대전 체험존과 상시 체험존을 운영한다. 키오스크를 통해 사전 예약하면 기다림 없이 참여할 수 있다. 또 증강현실(AR) 포토존과 '배틀그라운드x 카카오프렌즈' 콜라베이션 상품을 판매하는 MD숍, 신작 게임을 소개하는 영상존도 구성한다.

15일과 16일 오후 2시부터 5시에는 아프리카TV 유명 BJ 64인이 참가하는 멸망전 시즌5가 열린다. 17, 18일에는 인

기 BJ 주안코리아, 파이, 맛종육, 블랙워크, 방송인 유병재, 유규선, 정명훈, 문상훈이 출연하는 스포츠 매치가 개최된다. 이 매치는 유명인사가 조장이 돼 9명의 조원을 이끌고 생존 경쟁을 펼친다.

야외광장에서는 익숙한 카카오프렌즈의 지식재산권(IP)을 활용한 프렌즈레이싱 대전 체험을 즐길 수 있다. 프렌즈레이싱 부스는 레이싱카에 탑승한 라이언이 디자인 콘셉트다. /김나인 기자



블루홀, 게임 연합 '크라프트'와 만드는 게임의 미래



블루홀은 '지스타 2018'에서 게임 연합의 새 브랜드를 선보이고, 미공개 작품 일부를 공개한다.

블루홀에 지스타에서 선보일 새 브랜드 크라프트는 글로벌 시장에서 브랜드 경쟁력을 강화하기 위해 출범했다. 크라프트는 '동서양에서 인정 받는 명작 게임을 만들고자 끊임 없이 도전하는 장인 정신의 가치'라는 의미를 담았다.

블루홀은 지스타에서 '크라프트 연합'이 도전한 과거와 현재 그리고 미래'를 전시한다. 크라프트 연합이 과거에 선보인

게임, 현재 서비스 중인 게임, 개발 중인 게임 30여 종을 구역 별로 선보인다. '크라프트 연합의 미래'에서 미공개 작

품 5종도 볼 수 있다. 블루홀은 이 중 개발 진척도가 가장 앞선 '프로젝트 BB'의 티저 영상을 최초로 공개한다. 프로젝트 BB는 유전을 소재로 한 모바일 다중접속 역할수행게임(MMORPG)이다. 캐릭터 간의 결혼을 통해 외모와 능력이 유전된 캐릭터를 낳고 성장시키는 게임이다.

이와 함께 블루홀은 B2B관에도 부스를 마련한다. 공간 일부를 오픈형 라운지로 구성해 관람객 누구나 사용할 수 있으며 업계 관계자들이 자유롭게 회의를 진행할 수 있다. /김나인 기자

위메이드, 이카루스·미르로 날개 펼친다

위메이드엔터테인먼트가 '지스타 2018'에서 자사 '미르' 지식재산권(IP) 사업 확장에 나선다.

위메이드는 이번 지스타에서 '무한한 상상'을 슬로건을 삼고, B2B 전시관에 40부스 규모로 참가한다. 이번 전시를 통해 미르 IP를 국내 시장에 적극적으로 알릴 계획이다.

전체 부스는 '피비우스피'를 형상화했다. 위메이드엔터테인먼트와 위메이드서비스 각 20부스로 분리돼 있는 공간을 하나로 보이도록 통일성을 높였다.

양 부스는 위메이드의 기업 브랜드를

보여주는 '브랜드관'과 '이카루스M'을 비롯해 미르 IP로 개발하고 있는 게임을 볼 수 있는 '콘텐츠관'으로 구성했다.

위메이드는 지난 7월 출시된 신작 모바일 게임 '이카루스M'에 대해 내년 글로벌 출시 기회를 모색하겠다는 입장을 견지한 바 있다. 현재 대만과 일본 출시를 준비하고 있으며 중국 협상도 진행하고 있다.

이와 함께 '미르4', '미르M(열혈전기 HD)' 등 미르 기반의 신작 모바일 게임 출시를 준비하고 있다. 이를 통해 내년에는 '미르' 기반 IP 공략을 가속화한다. /김나인 기자