

韓 정부규제·죽의 장막... '내우외환' 시달리는 韓 게임

경쟁환경 어려워... 넥슨 매각설 '3N'. 지난해 4·4분기 실적 부진 게임산업 혁신동력 약화 목소리

“중국 규제 때문에 게임 수출길도 막혔는데 문화콘텐츠 산업에서 비중이 가장 큰 게임 산업의 침체가 장기화되지 않을까 우려됩니다.”

국내 게임업계가 안에서 치이고 밖에서 밀리는 내우외환의 위기를 맞고 있다. 한 때 글로벌 시장을 호령했던 국내 게임 산업에 혁신 동력이 크게 떨어지고 있다는 분석이다.

7일 게임 업계에 따르면 넥슨 '매각설'로 수년 전부터 불거져 온 국내 게임 산업 위기가 표면화되고 있다는 분석이 나오고 있다. 이번 넥슨매각설을 시작으로 혁신 동력이 떨어진 한국 게임 산업이 도미노처럼 무너지는 것이 아니냐는 우려가 업계 안팎에서 일고 있는 것.

최근 김정주 NXC(넥슨 지주회사) 대표가 공식 입장 발표를 통해 넥슨의 '매각설'을 사실상 인정하며 국내 최대 게임사



넥슨코리아 본사 사옥 전경. /김나인 기자

가 중국 회사에 넘어가는 것이 아니냐는 위기감도 떠오르고 있다. 업계에서는 조만간 넥슨의 매각 절차가 진행될 것으로 보고 있다.

이날 넥슨 노조 '스타팅 포인트'는 공식 입장문을 통해 "넥슨을 여기까지 이끌어 온 수천명의 고용안정과 삶의 터전을

위협하지는 않아야 하며 국내 게임 산업의 위기를 불러오는 우를 범하지 않아야 할 것"이라며 "직원과 사회에 대해 책임감 있고 분명한 의지를 표현해 주길 바란다"며 김정주 대표에게 요구했다.

넥슨의 매각설은 사실상 국내 게임 산업의 위기가 수면 위로 표출된 것이라는 해석이 나온다.

게임·모바일 관련 조사업체 뉴주의 '2017 세계 게임시장 보고서'에 따르면 2017년 게임 산업 매출 최대국가는 중국(275억 달러)이며, 2위 미국(250억 달러), 3위 일본(125억 달러) 순을 기록하고 있다. 반면, 한국은 41억9000만 달러로 6위에 머물러 'IT 강국'이라는 말이 무색하게 됐다.

대형 게임사의 실적도 침체되는 분위기다. 국내 대형 게임사 '3N' 중 넷마블과 엔씨소프트의 지난해 4·4분기 예상 매출은 각각 2조1040억원, 1조7205억원, 영업이익은 2798억원, 6354억원일 것으로 추계돼 전년 대비 하락했다. 매각설이 불거진 넥슨은 매출과 영업이익이 성장할 것으로 전망된다. 그러나 눈에 띄는 신작의

영향이라기 보다는 중국에서 10년 넘게 인기를 구사하는 장기 흥행작 '던전앤파이터'가 매출을 견인할 것으로 예상된다. 새로운 성장동력이 부재한 상황 탓이다.

게임 업계는 게임 시장 전망이 침체되는 이유로 크게 세 가지를 든다. 우선 공급 당한 중국 게임 시장이다. 최근 중국 정부가 9개월 만에 판호(서비스 허가권) 발급을 재개했지만 국내 게임사는 아직까지 혜택 대상에서 빠져있다.

현재 넷마블, 웹젠, 펠어비스 등 국내 게임사가 중국 사업 출시를 기대하고 있지만, 아직까지 한국 신작 게임에 판호 발급을 한 건도 내주지 않고 있어 불공정 경쟁이라는 비판이 나온다.

반면, 중국 게임의 국내 시장 침투는 가속화되고 있다. 앱 스토어에 '소녀전선' 등 중국 게임이 상위권 줄 세우기를 하는 가하면, 중국 최대 게임회사 텐센트는 넷마블, 카카오, 블루홀 지분 등을 보유하며 자본 침투를 하고 있다. 넷마블이 엔씨소프트의 3대 주주이기 때문에 넥슨이 텐센트로 넘어가면, 중국 기업이 우리나라 대형 게임 3N의 지배력이 커질 것이라는 분

석도 나온다.

둘째는 눈에 띄는 흥행 신작이 없다는 점이다. 국내 대형 게임사의 매출은 엔씨소프트의 '리니지' 지식재산권(IP), 넥슨의 '던파' 등 장기 흥행작이 대부분 견인하고 있다. 연이은 신작들의 흥행 실패는 게임 업계에 침체를 불러오고 있다.

세 번째는 국내의 게임 규제다. 김정주 대표 또한 국내 게임 산업의 높은 규제 장벽으로 지분을 내놨다는 분석이 가장 유력하다. 국내에서는 정치권을 중심으로 게임에 대한 부정적인 인식이 확산되고 있고 청소년의 심야시간 게임 이용을 금지하는 '셋다운제', 온라인게임 결제 한도 제한 등이 이어지고 있는 상황이다.

위정현중앙대학교교수(한국게임학회)는 "넥슨 매각설의 경우 국내 게임 산업의 위기를 감지해 정점을 찍을 때 정리를 하겠다는 판단을 내린 것으로 보인다"며 "위기에 빠진 게임 산업을 살리기 위해서는 장기적으로 펀딩을 조성해 새로운 스타트업을 발굴하고 중소기업을 끌어올리는 등 원점에서 시작해야 한다"고 말했다. /김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

위메프 "매출 1억 파트너사 2000곳" (2018년)

"파트너사와 함께 성장할 것"

위메프가 파트너사와 함께 큰 폭으로 성장하고 있다. 판매수의 대부분을 가격을 낮추는데 재투자함으로써 거래액을 키우고, 그 과실을 파트너사와 함께 나누는 선순환에 성공했다.

위메프는 지난 한 해 위메프 플랫폼에서 2083개의 딜(거래상품)이 일매출 1억 원 이상을 달성했다고 7일 밝혔다. 이 가운데 2억원 이상 매출을 올린 초대박 딜은 831개다.

전년도인 2017년 위메프에서 일매출 1억 원을 돌파한 딜(이하 1억딜)은 318개다. 2억원 이상 딜도 96개에 그쳤다. 1년 새 1억딜 개수는 6.6배, 2억딜은 8.7배 증가한 셈이다.

월간 1억딜 달성도 꾸준히 늘고 있다. 지난해 1월 44개였던 1억딜은 12월 235개로 증가했다. 일매출 1억 원을 달성한 파트너사도 1월 12곳에서 12월 110곳으로 크게 늘었다.

위메프에서 하루 1억원 이상의 매출을 올리는 파트너사는 더욱 늘어날 전망이다. 신년초인 1~3일, 3일만에 34개에 달하는 딜과 18곳의 파트너사가 1억원 이상 매출 달성에 성공했다. 이 추세라면 1월 300곳 이상의 파트너사가 위메프에서 일매출 1억원 이상을 기록할 전망이다.

이러한 성과를 낸 데는 다양한 특가 상품과 위메프에서 현금처럼 사용할 수 있는 포인트를 제공한 결과다. 비용부담을 덜 위메프 고객들이 지갑을 열었고, 이는 결국 위메프 파트너사들의 일매출 증가로 이어졌다. 포인트 제공 비용은 파트너사에 전이하지 않고 전액 위메프가 부담한다.

위메프 관계자는 "지난해 1억딜 뿐 아니라 전체 거래액도 시장 평균을 크게 웃도는 수준으로 증가했다"며 "올해도 지속적인 가격혜택 정책을 펼쳐 고객의 부담을 줄이고 이를 토대로 파트너사와 함께 성장하는 온라인 유통 플랫폼으로 자리 잡을 것"이라고 말했다. /신원선 기자 tree6834@

배송 서비스 '부릉', 월 매출 100억 돌파

메쉬코리아, 지난해 매출 143% ↑ 플랫폼 확장... 연 1000억원 도전

물류 스타트업인 메쉬코리아가 월 매출 100억원을 처음 돌파하며 '연 1000억 매출'에 도전장을 던졌다.

물류 브랜드 '부릉(VROONG)'을 운영하고 있는 메쉬코리아는 2018년 12월 매출을 잠정 집계한 결과 107억원을 달성했다고 7일 밝혔다.

지난해 누적 매출도 730억원으로 전년 대비 143% 증가한 것으로 집계됐다. 올해 처음으로 매출 1000억원을 넘보고 있는 것이다. 2013년 법인 설립 이후 7년만이다.

정보기술(IT) 기반의 물류 스타트업을 표방한 메쉬코리아는 2륜차로 배달 물류

분야의 혁신을 꾀하고 있다.

특히 '배송기사 섬김정책'을 지향하며 ▲국내 법인기업 최초 이륜차 종합보험 가입 ▲오토바이 구매시 12개월 무이자·무보증 할부지원 등을 도입·시행하고 있다.

또 도심내 물류거점이자 배송기사들의 쉼터인 '부릉 스테이션'을 현재 전국에 150곳 가량 운영하고 있다.

게다가 지난해엔 현대자동차, 미래에셋으로부터 275억원을 비롯해 SK네트웍스 등까지 포함해 총 375억원의 투자를 유치하는 등 경쟁력 강화와 사업 확장을 위한 전략적 발판도 마련했다.

현대차와는 고객 최접점인 '라스트 마일 딜리버리' 시장에 대한 분석을 토대로 한 시장 공략과 스마트 물류 시스템 개발, 자율주행·로보틱스 등 물류 산업 혁

신을 함께 모색해 나간다는 계획이다.

또 SK네트웍스와 손잡고 주유소 인프라를 활용, 부릉 스테이션 입점 등 도심내 복합 물류 플랫폼 확장을 위해 협력해 나가기로 했다.

유정범 메쉬코리아 대표는 "월 매출 100억원을 처음 돌파한 것은 지속적인 IT 물류 플랫폼에 대한 투자와 배송 카테고리 확장, 부릉 배송 서비스 품질 향상을 위해 끊임없이 노력한 결과"라면서 "지난해 이룬 성과를 바탕으로 올해는 2륜차뿐 아니라 4륜차까지 범위를 확대해 고객 편의를 증대할 수 있는 다양한 물류 서비스를 제공해 나가는 등 2019년엔 메쉬코리아가 기술력과 데이터를 기반한 종합 물류 회사로 거듭날 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다. /김승호 기자 bada@

바디프랜드, 어린이·청소년시장 본격 공략

브레인마사지 신제품 '하이키' 출시

바디프랜드가 어린이와 청소년을 위한 안마의자를 새로 출시하고 시장 추가 공략에 들어갔다.

바디프랜드는 '성장판 자극 마사지'와 인지능력 향상에 도움을 주는 '브레인 마사지'를 제공하는 안마의자 신제품 '하이키(Highkey)'를 7일 공개했다.

국내의 헬스케어 시장에서 성장기 어린이와 청소년들을 위한 안마의자는 처음이다.

'높은(High)'과 '키(Key)'의 합성어인 하이키에는 누르고 문지르고 잡아당기는 마사지로 무릎과 척추 성장판 주위를 효과적으로 자극하는 '쑥쑥 프로그램'이 적용됐다. 쑥쑥 프로그램은 다리 성장판 주위를 자극하는 '하체 쑥쑥'과 척추 성장판



주위를 자극하는 '상체 쑥쑥', 상체와 하체를 동시에 마사지는 '전신 쑥쑥'으로 구성됐다.

이 프로그램 개발에 정형외과와 한방 재활의학과 등 바디프랜드 메디컬R&D 센터 전문가들이 참여했다. 가격은 일시불 기준으로 398만원이다. /김승호 기자

전병곤 서울대 교수팀 '딥러닝 모델 분산 학습 시스템' 개발

'패럴랙스'... 빠른 분산학습 가능

서울대 공대는 컴퓨터공학부 전병곤 교수팀이 딥러닝 모델을 자동으로 빠르게 분산 학습하는 시스템 '패럴랙스(Parallax)'를 개발했다고 7일 밝혔다.

딥러닝 기술은 이미지 처리, 음성 인식, 자율주행 등 다양한 분야에서 활용되고 있다. 최근에는 딥러닝 모델의 학습시간을 단축하기 위해 많은 GPU(Graphic Processing Unit)를 사용하는 분산 학습에 관한 연구가 활발하다.

기존의 연구는 희소 텐서(tensor·벡터 개념을 확장한 기하학적인 양) 보다는 대부분 밀집 텐서를 사용하는 이미지 처리를 위한 모델에 대한 연구에 치중됐다. 자연어 처리를 위한 모델은 이미지 처리를 위한 모델과는 다르게 사용되는 파라미터(parameter)의 희소성이 크다. 하지만 기존 분산 학습 시스템들은 이런 파라미



서울대 컴퓨터공학부 전병곤 교수팀. (아래 왼쪽부터)김수정 박사과정, 전병곤 컴퓨터공학부 교수, 유경인 박사과정. (윗줄 왼쪽부터)정주성 박사과정, 박호진 학사과정, 하현민 박사과정, 정은지 박사과정, 이산하 석사과정, 조성우 석사과정 /서울대 공대

터의 희소성을 잘 활용하지 않아 희소 파라미터가 포함된 모델의 분산 학습 성능이 밀집 파라미터만 사용하는 모델에 비해 상대적으로 낮은 편이었다.

연구팀이 제안한 패럴랙스는 파라미터 희소성을 고려한 최적화 기술을 통해 빠르게 분산학습이 가능한 시스템이다. 패럴랙스 시스템에서는 파라미터의 희소성에 따라 밀집 파라미터와 희소 파라미터에 각각 다른 학습 아키텍처 방식을 혼용한 하이브리드 분산 학습 아키텍처를 사용한다.

전병곤 교수는 "머신별로 미리 데이터를 처리하고 크기를 줄인 뒤 다른 머신에 전송함으로써 머신 간 통신량을 줄이고 크기가 큰 희소 파라미터를 효율적으로 처리하기 위한 파티셔닝을 사용한다"며 "그 결과 이미지 처리 모델의 성능은 유지하면서 자연어 처리 모델의 성능은 기존 시스템 대비 최대 6배 향상시켰고, 이와 함께 하나의 GPU에서 개발한 모델을 많은 GPU에서 학습할 수 있도록 자동으로 변환해 사용성을 크게 증가시켰다"고 설명했다. /한용수 기자 hys@r