게임업계 '부익부 빈익빈'

중소게임사 신작으로 대반격

게임업계 빅3 작년 매출 6.5조
'검은사막' 인기에도 영업익 ⬇
상반기부터 신작 내놓을 계획

컴투스가 올해 선보일 신작인 '서머너즈 워: 백년전쟁' 콘셉트 이미지. /컴투스

게임 업계 '빅3'로 불리는 넥슨·넷마블·엔씨소프트가 지난해 매출 약 6조5000억원을 벌어 중소형 게임사와의 '부익부 빈익빈' 격차를 더 벌렸다. 이런 상황에서 올해 중소형 게임사들이 그간 미뤄진 신작 발표를 통해 대형 게임사와 간극을 좁힐 수 있을지 주목되고 있다.

펄어비스가 '검은사막'으로 급성장한 뒤 해외 시장에서 눈에 띄는 성과를 보이고 있고, NHN도 종합 정보기술(IT)로 도약하는 등 일부 중견 게임사들이 성장에 박차를 가하고 있지만, 경쟁력 있는 신작이 절실하다는 지적이다.

17일 게임업계에 따르면 지난해 넥슨·넷마블·엔씨소프트 등 국내 대형 '빅3' 게임사들의 매출은 약 6조5000억원에 달한다. 영업이익은 전년보다 2100억원 감소했다고는 해도 여전히 존재감이 상당하다.

반면, 중견·중소 게임사들은 더 우울한 성적표를 받아들였다. 적자에서 벗어나지 못한 게임사도 있었다. 게임빌은 3년 연속 적자를 기록했고, 컴투스는 '서머너즈 워'의 성과에도 전년 대비 매출은 2.5%, 영업이익은 13.4% 감소했다.

'검은사막'의 해외 흥행을 등에 업은 펄어비스는 전년 대비 33.1% 늘어난 역대 최대 매출을 달성했지만, 영업이익은 8.5% 줄었다.

그나마 NHN이 같은 기간 영업이익이 26.6% 늘며 선방했지만, 게임 매출보다는 '페이코' 등 결제·광고 사업 부문 매출이 늘었다. 선데이토즈도 영업이익이 68.1% 줄어들었다.

중견·중소 게임사들의 이 같은 성적은 중국 게임들의 공격적인 국내 시장 진출로 인한 국내외 경쟁 심화와 신작 부재에 기인했다는 분석이다.

올해 중국 게임사들은 자극적인 마케팅과 다양한 콘텐츠로 앱스토어 최고 매출 상위권을 차지하고 있고, 하반기 엔씨소프트의 신작 모바일 다중접속역할수행게임(MMORPG) '리니지 2M'은 '리니지' IP의 힘입어 여전히 구글플레이 스토어 매출 1위를 기록하고 있다.

중견·중소 게임사들은 올 상반기부터 그간 연기됐던 주력 신작들을 내놓으며 반등을 꾀할 계획이다. 특히 각 사들은 자사의 대표 IP를 활용한 게임을 출시하며 기대감을 높이고 있다.

컴투스는 '서머너즈워: 백년전쟁'을 올해 출시한다. 자사의 핵심 IP인 '서머너즈워'를 활용한 것이 강점이다. 글로벌 시장에서 인지도를 높이고 있는 서머너즈워는 지난해 글로벌 누적 매출 2조원을 달성했다.

펄어비스는 최후의 1인을 가리는 '액션 배틀 로얄' 게임인 '섀도우 아레나'의 글로벌 테스트를 오는 27일부터 내달 8일까지 전 국가를 대상으로 진행한다.

선데이토즈는 올 상반기 자사의 꾸준한 인기작인 '애니팡4'를 출시할 계획이다. 스토리형 퍼즐게임인 애니팡은 선데이토즈의 대표작으로, 출시 이후 지속적으로 성과를 내왔다. 애니팡4는 '애니팡3' 이후 4년 만에 출시된다.

조이시티는 오는 20일 미디어간담회를 통해 모바일 MMORPG '블레스 모바일'의 윤곽을 밝히고 올 상반기 선보인다. 네오위즈는 지난달 출시한 모바일 역할수행게임(RPG) '위드 히어로즈'를 시작으로 RPG '위드 히어로즈'를 시작으로 PC패키지 게임 '메탈유닛' 등을 출시할 예정이다. 크래프톤은 올 상반기 '테라' IP를 활용한 모바일 게임 '테라 히어로'를 내세우며 시장 공략에 나선다.

키움증권 김학준 연구원은 "올해 중소형 업체들의 신작은 대부분 상반기에 집중적으로 배치돼 있고 장르도 MMORPG부터 전략, 퍼즐, RPG 등으로 다양하게 출시될 것으로 보여 성과를 나타낼 경우 높은 이익률을 달성할 수 있을 것"이라고 말했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

한진 노동조합 '조현아 3자연합' 강력비판

한진그룹 경영권을 놓고 남매간 경쟁이 치열해지고 있는 가운데 한진그룹 3개 노동조합이 '조현아 3자 연합'을 강하게 비판하고 나섰다. 사실상 노조도 조원태 한진그룹 회장 체제에 손을 내민 것이다.

한진그룹 3개노조는 17일 공동입장문을 통해 "최근 조원태 회장을 몰아내고 한진그룹을 차지하려는 조현아 전 왕산레저개발 대표와 반도건설, KCGI(일명 강성부 펀드)의 한진칼 장악 시도를 지켜보며 한진그룹 소속 노동조합은 깊은 우려를 한다"고 지적했다.

이들은 KCGI에 대해 "투기 펀드에 몰려든 돈을 불려 가진 자들의 배를 불리고자 혈안이 돼 있는 KCGI의 한진그룹 공중 분할 계획을 절대 용납할 수 없다"며 "그들의 안중엔 노동자의 삶이 눈꼽 만큼도 없다"고 주장했다. 이어 조 전 부사장에 대해선 "조현아 전 대표는 한진 노동자들을 길거리로 내모는 복수심과 탐욕을 버리고 자중하라"며 "조 전 대표는 안하무인의 위세로 노동자들을 핍박했고 그 결과로 한진그룹은 세상의 조롱거리로 전락했다. 이제 와서 또 무슨 염치로 그룹을 탐내는가"라고 목소리를 높였다.

/양성운 기자 ysw@

SKC 신소재 기술 공모전 '스타트업 플러스'

오픈 플랫폼 올해 확대 운영

SKC가 여러 협력기관과 함께 소재산업 생태계 활성화에 나선다. SKC는 소재산업의 경쟁력을 강화하고 사회적 가치를 확산하기 위해 추진하는 신소재 기술 기반 오픈 플랫폼을 올해 확대 운영한다고 17일 밝혔다. 선발기업을 2배로 늘리고 각 분야 전문가가 참여하는 컨설팅 서비스를 새롭게 시작한다.

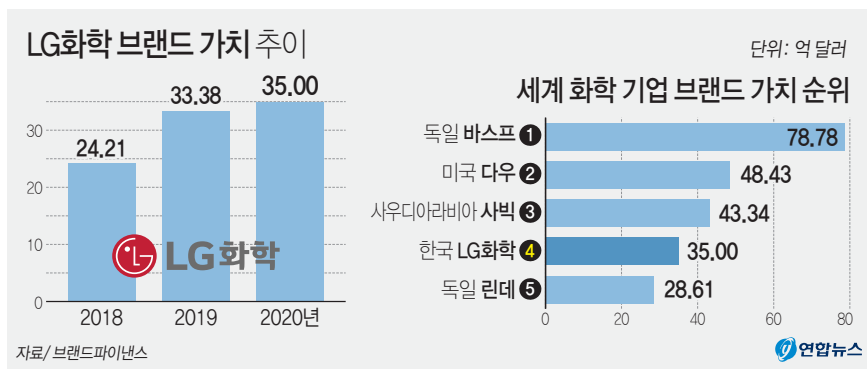
SKC는 17일부터 'SKC 스타트업 플러스' 3기 참여기업을 모집한다. 모빌리티, 친환경, 에너지 절약 등 고기능·고부가 산업소재에 대한 창의적인 아이디어나 기술을 가진 예비창업자·스타트업·중소기업이 대상이다. 내달 13일까지 '아이디어마루' 홈페이지에서 신청받는다. 서류 및 발표심사를 거쳐 3월 31일 발표한다.

SKC는 사업화 지원금을 지원하고 경영 노하우·R&D 인프라 등 40년 소재전문 기업 역량을 공유한다. 특히 자동차·디스플레이·ICT·AI 등 각 분야 전문가 30명이 온·오프라인으로 전문적인 컨설팅 서비스를 제공하는 프로그램을 새롭게 운영한다. /김수지 기자

코로나19 여파, 트레일블레이저 생산 차질 한국지엠(GM)의 신차 트레일블레이저가 17일 오전 인천시 부평구 한국지엠 부평공장에서 이동하고 있다. 트레일블레이저를 생산하는 부평1공장은 중국 내 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 중국 등지에서 들여오던 자동차 부품 수급에 차질이 빚어지면서 이날 휴업에 들어갔다. /연합뉴스

LG화학 브랜드가치 전세계 4위… 35억달러

브랜드파이낸스 화학기업25 보고서
작년 석유·화학 부문 수익성 유지



전 세계 주요 화학 기업들의 브랜드 가치가 하락한 가운데 LG화학 브랜드 가치는 계속 성장해 올해 4조원에 달한다는 평가가 나왔다.

17일 업계에 따르면 영국 글로벌 브랜드 평가 전문 컨설팅 업체 브랜드파이낸스가 최근 발표한 '2020년 화학기업 25' 보고서에서 LG화학 브랜드 가치는 35억달러(약 4조1390억원)로 평가됐다.

LG화학 브랜드 가치가 전년 33억3800만달러(약 3조9470억원)였는데, 1년 사이 4.8% 성장하며 4조원을 돌파한 것이다. 2018년 24억2100만달러에서 지난해 33억3800만달러로 37.9% 크게 성장한 데 이어 올해도 성장세를 이어갔다.

순위는 전년과 같은 4위였다. 화학 시장 업황 불황 속에서도 LG화학은 지난해 석유·화학 부문 수익성을 유지했고, 배터리 사업도 계속 성장해 지난해 역대 최고 매출을 기록한 바 있다.

반면 다른 주요 글로벌 화학사들의 브랜드 가치는 하락했다. 1위인 독일 바스프, 2위 미국 다우 모두 순위는 전년과 같았지만 브랜드 가치가 떨어졌다. 바스프 브랜드 가치는 4.5% 하락한 78억7800만달러(약 9조3200억원), 다우 브랜드 가치는 29% 하락한 48억4300만달러(약 5조7290억원)로 평가됐다.

화학 브랜드의 대명사격인 미국 듀폰은 지난해 5위에서 올해 9위까지 밀려났다. 듀폰 브랜드 가치는 32.6% 하락한 22억달러(약 2조6020억원)로 가장 큰 하락 폭을 보였다.

지난해 7위였던 프랑스 에어리퀴드는 브랜드 가치자 23.6% 떨어진 19억8200만달러(약 2조3450억원)로, 순위가 10위로 내려갔다. 독일 산업용 가스 기업인 린데가 글로벌 화학 기업 10위 안에 처음 진입해 단숨에 5위까지 올랐다.

/김수지 기자 sjkim2935@

"방문없이 안심구매" KT, 온라인몰 홍보 강화

KT는 공식 온라인 쇼핑몰 KT샵을 이용하면 추첨을 통해 사은품을 증정하는 프로모션을 연다고 17일 밝혔다.

최근 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산 우려로 매장 방문 대신 온라인 구매를 이용하는 소비자들이 늘어난 만큼, 신규 스마트폰을 구입하는 부담을 줄이고자 준비한 것이다.

28일까지 KT샵에서 진행하는 이번 행사는 '매장 방문없이 안심구매 우리가족 찐사랑 실천'이란 이름으로, 앞서 14일 출시한 삼성전자 '갤럭시 Z 플립' 등 스마트폰을 구입하는 고객에게 애플 에어팟2 무선이어폰, 공기청정기 등을 추첨을 통해 증정한다.

KT 모델이 KT샵 '매장 방문없이 안심구매 우리가족 찐사랑 실천' 행사 혜택을 소개하고 있다. / KT

행사기간 내 KT샵에서 스마트폰을 구매하고, 유무선 결합 상품인 '프리미엄 가족 결합(2회선부터 5회선까지 최대 50%할인 제공)'에 가입하면 1500명을 추첨해 카카오프렌즈 공기청정기를 제공한다. /김나인 기자