

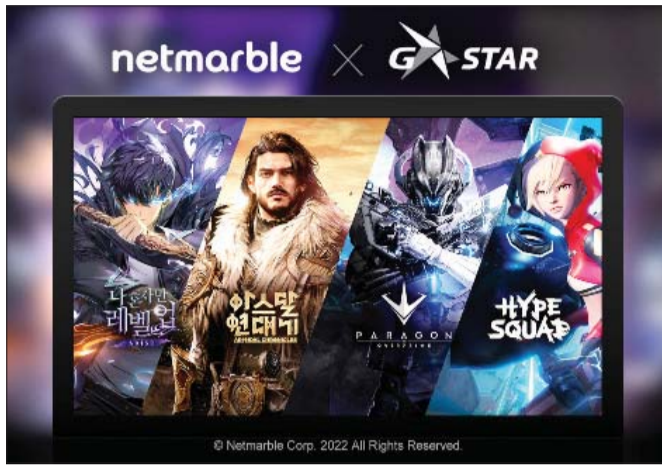
침체 빠진 게임업계, 신작 대거 풀어 성장동력 살린다

지스타 D-2

부산 벡스코 17일부터 나흘간 개최 올해 신청된 부스 총 2521개 달해 위메이드 '레전드 오브 이미르' 등 국내 주요게임사들 신작공개 예고



2021 지스타 현장



넷마블의 지스타2022 출품작 4종 이미지

/넷마블

물가 상승, 환율 등 각종 사회문제로 부진한 성적표를 받은 게임사들이 지스타2022에서 새로운 도약을 준비할 예정이다. 대부분의 게임사들이 신작, 신기술을 포함한 PC, 콘솔 등을 대거 공개할 예정이다. 이에 글로벌로 도약하기 위한 한국 게임 시장의 변화를 현장에서 직접 볼 수 있어 유저들의 기대가 크다. 지스타 사무국은 올해 약 20만명이 방문할 것으로 추산하고 있다.

지스타는 오는 17일부터 20일까지 나흘 동안 부산 벡스코(BEXCO)에서 열린다. 올해는 특히 지난해에 비해 두 배 이상 확장됐다.

올해 신청된 부스만 2521개(기업과 소비자 간 거래(BTC)관 1957개, 기업 간 거래(BTB)관 564개)에 달한다. 지난해(1393개부스·BTC관 1080개, BTB관

313개)에 비하면 2배 늘어난 수치다.

BTC관에는 ▲위메이드 ▲넷마블 ▲넥스코리아 ▲크래프톤 ▲네오위즈 ▲카카오게임즈 ▲그라비티 등이 부스를 조성했다. BTB관에는 ▲위메이드 ▲위메이드플레이(위메이드커넥트) ▲넥슨 등이 홍보 공간을 마련했다.

게임사들은 이번 지스타2022를 통해 성장동력을 다시 살리겠다는 전략이다. 신작 부재, 물가 상승, 인건비 등 다양한 사회문제로 게임 시장 전반이 침체된 상황을 지스타에서 반전을 엿보겠다는 판단이다. 이에 각 사마다 지스타

준비에 박차를 가하고 있는 것으로 알려졌다. 특히 신작 출시가 눈에 띈다. 메인 스폰서인 위메이드와 넥슨, 넷마블, 크래프톤 등 국내 주요 게임사들이 신작 공개를 예고 하고 나섰다.

위메이드는 200부스를 마련해 다중접속역할수행게임(MMORPG) 신작 '레전드 오브 이미르'와 '나이트 크로우'를 공개한다.

넥슨은 단일 최대 규모인 300부스를 마련하고 '마비노키 모바일', '퍼스트 디센던트', '카트라이더: 드리프트', '데이브 더 다이버' 등 출품작 4종을 선보

인다. 아울러 게임 시연도 할 수 있다.

넷마블은 총 160여대 시연대와 100부스를 통해 신작을 선보인다. 액션 역할수행게임(RPG) '나 혼자만 레벨업: 어라이즈'를 비롯해 MMORPG '아스달 연대기', PC 게임 '파라곤: 디오버프라이', 실시간 배틀로얄 게임 '하이프스쿼드' 등 신작 4종을 선보인다.

카카오게임즈 역시 100부스를 준비하고 ▲1인칭 슈팅 게임(FPS) '디스테리' ▲모바일 수집형 RPG '에버소울' ▲크로스 플랫폼 MMORPG '아레스: 라이즈 오브 가디언즈'와 '아키에이지

위' ▲모바일 액션 RPG 가디언즈 등 신작 5종을 소개한다.

크래프톤도 내달 2일 글로벌 출시를 앞둔 서바이벌 호러 게임 '칼리스토 프로토크'를 플레이할 수 있는 체험존도 마련했다.

네오위즈는 액션 RPG 'P의 거짓'에 집중한다.

그라비티는 'HelloHell', 'Shiba Knight', 'With Cuppa', 'KAMiBAKO - Mythology of Cube', '라그몬 워즈', '라그몬 마블' 등 그라비티와 자회사 그라비티 네오씨어에서 개발한 다양한 장르의 타이틀을 공개한다. 그라비티의 일본 지사인 그라비티 게임 어라이즈(GGA)에서 Gravity Indie Games 프로젝트를 통해 발굴한 인디 게임 5종도 함께 선보일 예정이다.

게임업계 한 관계자는 "이번 지스타2022에서 많은 게임사들이 신작을 대거 선보이고 나섰다. 이는 침체된 게임시장에 활력을 불어 넣어줄 매개체"라며 "이용자들도 많은 기대를 하고 있다. 가장 유념할 것은 안전문제. 안전이 동반된 질 좋은 전시회가 되길 바란다"고 말했다. /최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

가스공, '코랄 사우스' 사업 첫 LNG 생산

35억 달러 규모 경제적 효과 창출 수익성 개선 통해 재무건전성 강화

한국가스공사는 모잠비크 4구역(Area 4) 광구의 첫 상업화 프로젝트인 '코랄 사우스'(Coral South) 사업에서 첫 액화천연가스(LNG) 생산과 선적을 완료했다고 14일 밝혔다.

코랄 사우스는 해상 부유식 액화 플랜트(FLNG)를 통해 해저에서 직접 가스를 채굴해 LNG를 생산하는 사업이다. 이번 출하를 시작으로 2047년까지

25년간 연간 337만톤(t) 규모의 LNG를 생산·판매할 계획이다.

코랄 사우스는 가스공사가 탐사단계부터 가스전 개발과 FLNG 건조를 거쳐 LNG 생산에 이르는 LNG 가치사슬(벨류체인) 전 과정에 참여한 첫 프로젝트이기도 하다.

지난해 삼성중공업은 거제조선소에서 FLNG 건조를 완료했으며, 올해 1월 해상 현장에 도착 후 시운전을 거쳐 이번엔 첫 출하를 하게 됐다.

한편, 모잠비크 Area 4 해상광구는

국내 자원개발 역사상 최대 규모의 자원을 확보한 프로젝트로, 가스공사는 2007년 10% 지분으로 사업에 참여해 국내 수요량의 3년 치에 해당하는 가스를 얻는 데 성공했다.

가스공사 관계자는 "이번 사업은 삼성중공업 등 국내 기업의 동반 진출로 35억 달러 규모의 경제적 효과를 창출해냈다"며 "이번 첫 카고 출하를 기점으로 해외 사업 수익성 개선을 통해 재무건전성 강화에 더욱 박차를 가하겠다"고 말했다. /허정윤 기자 zelkova@



쉐보레, '폴 인 러브 위드 쉐비' 캠페인 성료

한국지엠 쉐보레는 아웃도어 활동에 최적화된 트레일블레이저, 트레버스, 타호, 콜로라도와 함께 고객들이 정통 아메리칸 감성의 오토캠핑을 즐길 수 있는 캠페인 '폴 인 러브 위드 쉐비'를 성공리에 마쳤다고 14일 밝혔다. 총 27일간 진행된 캠페인기간에는 약 170여 개 팀, 약 700여 명이 방문하는 등 성황을 이뤘다. /쉐보레

아시아나항공, 3분기 영업이익 43% ↑... 6분기 연속 흑자

국제선 운항확대·여객회복 영향 환율 급등에 당기순이익은 적자

아시아나항공이 지난해 2분기 이후 6분기 연속 영업이익 흑자를 지속했다.

14일 아시아나항공은 '2022년 3분기 실적'을 통해 매출액 1조 5249억원, 영업이익 2293억원, 당기순손실 1723억원을 기록했다고 공시했다.

국내·외 출입국 규정 완화 및 국제선 운항 확대에 따른 여객 사업의 회복으로 전분기 보다는 영업이익이 증가했다. 3분기 매출액(별도 기준)은 전년 동기 대비 47.2% 늘어났고, 영업이익은 43.1% 늘었다. 다만, 원·달러 환율 급등에 따른 외화환산손실로 당기순이익은 적자를 이어갔다.

여객 사업 매출은 전년 동기 대비 326% 늘어난 7422억원을 기록했다. 아시아나항공은 "3분기 호실적을 이끈 여객사업 호조는 아시아나항공이 국내·



아시아나항공

외 출입국 규정 완화 및 해외 여행 수요 회복 등 대외 환경 변화에 발빠르게 대응한 결과로 풀이된다"고 설명했다.

아시아나항공은 달라지는 대외 환경에 대응해 베이징·이스탄불·바르셀로나 노선 운항 재개 등 국제선 운항을 확대했고, 화물 전용 여객기로 개조했던 A350·A330 항공기를 여객기로 복원해 여객 좌석 공급을 늘렸다. 또한 초대형 여객기인 A380 항공기의 운항을 재개했다. 그 결과 ▲유럽 ▲동남아 ▲미주 노선의 매출이 전년 동기 대비 각각 1353%, 695%, 261% 증가하는 등 전체

국제선 매출이 423% 상승했다.

화물 사업 매출은 6802억원을 기록했다. 글로벌 경기 둔화·해상운송 운임 급락 등에 따른 항공화물 수요 감소와 벨리 카고(Belly Cargo) 공급 증가에 따른 경쟁 심화 등의 영향으로 화물 사업 매출은 전년 동기 대비 9.8% 줄어들었다. 아시아나항공은 "비우호적인 대외 환경에 ▲화물기 가동률 조정 ▲지역별 시장가에 기반한 판매 비중 조정을 통한 포트폴리오 최적화 등으로 대응해 화물 사업 수익을 방어했다"고 분석했다.

아시아나항공 관계자는 "대외 환경 변화에 대응해 화물 사업 수익을 방어하며 국제선 여객 회복에 집중할 결과, 6분기 연속 영업이익 흑자를 이어갈 수 있었다"며 "앞으로도 대외 환경과 수요 변화에 국제선 여객 노선 확대, 탄력적 항공기 운영 등으로 대응해 수익성을 높이도록 노력할 것"이라고 말했다. /허정윤 기자

/허정윤 기자

효성티앤씨 고스피어 골프웨어에 '리젠' 적용

효성티앤씨 리젠이 골프웨어로 만들어진다.

효성티앤씨는 고스피어 골프웨어에 리젠과 마이판 리젠을 적용했다고 14일 밝혔다.

고스피어는 하이엔드 골프웨어 브랜드로, 환경과 지속 가능성을 중시한다. 지난 3월 브랜드 론칭부터 리젠을 적용해 친환경 라이프스타일을 충족해왔다. 리젠은 효성티앤씨가 만든 친환경 리사이클 섬유 브랜드다. 페트병을 재활용한 폴리에스터와 리사이클 나일론 마이판 리젠 등이 있다.

효성티앤씨는 고스피어와의 협업으로 최근 MZ 세대들을 중심으로 빠르게 성장하고 있는 골프패션 시장에서도 본격적인 친환경 바람을 일으킬 것으로 기대하고 있다. 다운과 자켓 제품에 적용돼 쌀쌀한 날씨에 인기를 끌 것으로 예상된다.

효성티앤씨는 최근 서울 강남 압구



효성티앤씨는 고스피어 골프웨어에 리젠과 마이판 리젠을 적용했다.

정에 오픈한 고스피어 플래그십 스토어에서 제품을 직접 확인할 수 있다고 소개했다. 리젠의 제조과정 등을 알기 쉽게 설명하는 조형물도 함께 전시할 예정이다.

효성과 고스피어는 올해 자켓, 다운, 티셔츠, 모자 등 다양한 의류 제작에 함께했으며 2023년에 협업을 확대해 바지, 원피스 등 리젠 적용 아이템을 늘려 나갈 계획이다. /김재용 기자 juk@