

‘NEW 엔씨’ 재탄생... 도전·혁신의 새 장 열다

창사 이래 첫 공동대표 체제 구축 장르 다변화·퍼블리싱 역량 강화 내부 혁신·신뢰 회복... 체질 개선 ‘벤처 정신’과 구성원 노력 강조

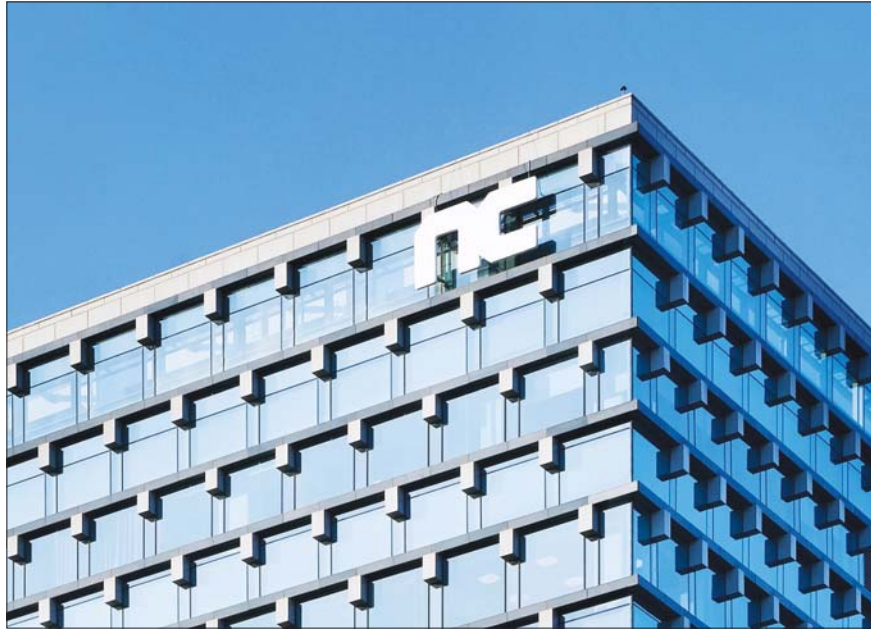
엔씨소프트에게 올해는 완전히 새로운 모습으로 거듭나는 ‘도전의 해’가 될 전망이다. 바빴던 지난해를 보내며 체질 개선과 라인업 확보를 이어간 결과, 엔씨는 1년 전과 비교해 괄목할 만한 변화를 겪었다. 다사다난했던 게임업계도 ‘뉴 엔씨(New NC)’의 2025년 행보를 주목하고 있다.

7일 <메트로경제신문> 취재를 종합해보면, 엔씨소프트는 지난해 초 창사 27년 만에 최초로 ‘공동대표’ 체제를 도입하면서 본격적인 변화에 착수했다.

본사에서 직접 게임을 만들고 배급해온 기존 개발 방식을 탈피해 다수의 ‘독립 스튜디오 체제’를 도입한 것이 대표적이다. 본사에 과도하게 집중된 인력을 분산 배치해 빠르게 변화하는 게임 시장에 대응하고, 개발 전문성과 경쟁력을 높이려는 의도다.

올 2월 설립될 개발 스튜디오 3곳은 각각 ▲TL ▲LLL ▲TACTAN(택탄)의 신규 IP를 담당하게 된다. 엔씨는 향후 선보일 신규 IP도 모두 스튜디오 체제를 통해 개발하겠다고 밝혔다.

내부 정리를 마친 엔씨는 올해 ‘MM



엔씨소프트 판교 R&D센터 전경.

/엔씨소프트

ORPG, 슈팅, 전략, 서브컬처’ 등 다양한 장르의 신작 라인업으로 글로벌 시장 공략에 나선다. ▲아이온2 ▲LLL ▲택탄 등 엔씨가 직접 제작 중인 대작을 포함해 ▲빅게임스튜디오와 협업해 선보일 서브컬처 신작 ‘브레이커스’ ▲미스틸게임즈와 협업해 선보일 ‘타임 테이커즈’ 등 외부 스튜디오 투자를 통해 확보한 IP의 퍼블리싱도 예정돼 있다.

올해 주목할 점은 엔씨의 퍼블리싱 부문 도전이다. MMO 중심의 대작을 개발해 직접 서비스해온 엔씨는 많은 인력과 여러 방면의 전문성을 지닌 것에 비해 개발사로서의 이미지가 강했

다. 내부적으로는 스튜디오 체제로 전환해 다양한 장르의 게임을 개발하면서, 투자를 통한 외부 IP 확보로 퍼블리싱 역량까지 증명하겠다는 계획이다.

중국 텐센트, 북미·유럽 아마존게임즈, 동남아 VNG 등 유수의 기업과 파트너십을 구축한 것도 긍정적이다. 각 지역별 서비스 노하우를 지닌 현지 파트너사와 협력해 시장 특성에 맞는 게임을 선보이는 전략이다. 성장 가능성이 높은 유럽은 북유럽 스웨덴 소재 ‘문로버 게임즈’, 동유럽 폴란드 소재 ‘버추얼 알케미’ 등의 게임 스튜디오에 투자하며 엔씨가 직접 진출할 수 있는 교두보를 마련했다.

엔씨는 지난해 변화와 도전을 강조했다. 약속했던 변화는 잘 지켜지는 중이란 평가다. 2024년 출시된 신작들은 모두 다른 장르로 선보였고, 이용자 친화적 과금 모델을 채택하는 등 변화의지를 보여줬다는 평가를 받았다. 기존 서비스 중인 IP도 생방송을 통한 꾸준한 소통, 이용자 피드백을 반영한 업데이트로 안정적인 서비스를 이어가고 있다.

시장에서 한계로 지적했던 높은 고정비용 인건비를 타개하기 위해 조직 개편과 ‘선택과 집중’에 따른 일부 프로젝트 종료를 진행하기도 했다. 삼성동에 있는 엔씨타워 매각으로 부동산 자산의 유동화에 나섰고, 자사주 매입을 통한 주주 가치 제고 등 신뢰를 회복하기 위한 활동도 쉬지 않았다.

엔씨는 2025년 신년 경영 키워드로 ‘벤처 정신으로의 재무장’을 뽑았다. 김택진·박병무 공동대표는 신년사를 통해 “성장을 위한 변곡점을 마련하기 위해서는 모든 구성원이 뼈를 깎는 노력을 다해야 한다”며 “엔씨가 처음 출발했던 벤처 정신으로 재무장해야 한다”고 강조했다.

다채로운 포트폴리오와 가벼워진 경영체계, 글로벌 투자와 신시장 개척까지 변화의 선봉장에 선 엔씨가 또 한번 벤처 정신으로 혁신을 이뤄낼 수 있을지 귀추가 주목된다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr



‘2024-2025 KBL 올스타 스페셜 패키지’ 상품. /무신사

무신사

‘KBL 올스타전’

유니폼 한정 발매

무신사가 한국농구연맹(KBL)이 개최하는 올스타전 공식 유니폼을 단독 판매한다고 7일 밝혔다.

무신사에 따르면, 이달 8일부터 ‘2024-2025 KBL 올스타 스페셜 패키지’를 공식 발매한다. 공식 패키지는 무신사의 한정판 및 신상품 출시 전문 플랫폼 ‘무신사 드롭’을 통해 선착순 방식으로 제공될 예정이다.

패키지는 ▲선수들이 경기에서 착용하는 유니폼과 동일한 어센틱 유니폼 ▲자수 와펜 6종 ▲유니폼을 본떠 만든 운동용 가방으로 구성됐다. 유니폼 전면에는 각 선수의 올스타전 출전 횟수가 들어간 별을 추가했으며, 패키지는 홈팀과 원정팀의 유니폼 디자인을 각각 본뜬 두 가지 버전으로 출시된다는 게 무신사 측 설명이다.

무신사는 공식 패키지 발매를 기념해 이벤트도 진행한다. 무신사 쇼케이스를 감상하고 이달 21일까지 댓글을 남긴 고객을 대상으로 3명을 추첨해 올스타전 출전 선수의 사인이 들어간 농구공을 증정한다.

무신사 관계자는 “스포츠에 관심이 많은 젊은 층을 공략하고자 하는 구단과의 협업 사례가 늘어나고 있다”라며 “올해도 다양한 종목과의 협업을 확대해 스포츠 팬들에게 즐거움을 선사할 계획”이라고 말했다.

/안재선 기자

벨먼, 설 선물세트로 향기의 품격 선사

LG생활건강 한정판 설 선물세트 프리미엄 퍼스널 케어 경험 제공

LG생활건강은 프리미엄 퍼스널 케어 브랜드 ‘벨먼’에서 ‘센티드 모먼트’ 제품군으로 구성된 한정판 설 선물세트 2종을 출시했다고 7일 밝혔다.

LG생활건강에 따르면 벨먼 ‘센티드 모먼트’ 제품군은 전문 조향사가 조합해 낸 특별한 향을 구현한 것이 특징이다.

우선 ‘센티드 모먼트 ‘플로럴 세트’는 샴푸 415ml와 컨디셔너 415ml, 바디워시 415ml로 구성됐다. 모두 LG생활건강 센베리 퍼퓸하우스의 전문 조향사의 손에서 탄생한 꽃 향기를 담고 있다. 샴푸와 컨디셔너는 그린 애플과 아이리스, 바닐라 향을 전달하고, 바디워시는 은은한 머스크 향을 선사한다.

‘센티드 모먼트 ‘바디케어 세트’는 170년 전통의 세계적인 프랑스 향료 회

사인 로베르테와 공동 개발한 니치 퍼퓸 가운데 ‘우디 바닐라’ 향의 샤워젤 415ml와 바디로션 415ml를 포함하고 있다. 바디로션은 히알루론산, 나이아신아마이드, 세라마이드, 레티놀, 판테놀 등 피부를 관리할 수 있는 스킨케어 성분을 함유한다.

LG생활건강은 소비자들이 반복되는 일상 속 샤워 시간에 풍부한 향기를 즐길 수 있을 것으로 기대하고 있다. 벨



벨먼 ‘센티드 모먼트’ 플로럴 세트. /LG생활건강

먼 ‘센티드 모먼트’ 선물세트는 쿠팡, 카카오 선물하기 등에서 구매 가능하다.

/이청하 기자 mlee236@

스타필드 수원

‘흑백요리사’ 팝업

바이츠 플레이스 시즌4 선배

신세계프라퍼티는 스타필드 수원에서 인기 요리 경연 프로그램 ‘흑백요리사’에 출연한 셰프 4인과 함께하는 ‘바이츠 플레이스 시즌4’ 팝업스토어를 선보인다고 7일 밝혔다.

‘바이츠 플레이스’는 최신 미식 트렌드를 반영한 푸드 편집숍으로, 스타필드 수원에서 3~4개월마다 새로운 브랜드와 요리를 선보이는 공간이다.

‘바이츠 플레이스 시즌4’에서는 요리 경연 프로그램에서 화제가 된 셰프들의 팝업스토어를 기획해 특별한 미식 경험을 제공할 예정이라는 게 신세계프라퍼티 측 설명이다.

특히, 이번 팝업에서는 ▲장작 구이 통닭으로 주목받은 오준탁 셰프의 ‘닭강정’ ▲일식 명장 장호준 셰프의 ‘호쿠네’ ▲데이비드 리 셰프의 수제 버거 음식점 ‘보어드맨헝그리’ ▲이복요리 전문가 최지형 셰프의 ‘리복방’이 참여한다.

이 외에도, 간식 팝업스토어도 오는 3월 31일까지 운영된다.

/안재선 기자

헤라, 새로운 하이브리드 쿠션 선배

리플렉션 스킨 글로우 쿠션 파운데이션 출시

아모레퍼시픽이 뷰티 브랜드 헤라에서 ‘리플렉션 스킨 글로우 쿠션 파운데이션’을 출시한다고 7일 밝혔다.

아모레퍼시픽에 따르면 리플렉션 스킨 글로우 쿠션 파운데이션은 헤라만의 노하우와 기술력을 적용한 새로운 유형의 쿠션이다.

이번 신제품은 아모레퍼시픽 최초로 선보이는 ‘하이브리드 메쉬’ 소재를 활용했고, 내용물이 담긴 담지체를 메쉬 망이 한 번 더 감싸는 이중 구조를 갖췄다.

그 결과, 해당 제품은 어려운 양 조절, 내용물 뭉침 등 기존 단일 구조의 한계점을 개선해 별도의 양 조절 없이

얇고 고르게 피부에 밀착되는 것이 특징이다.

또 ‘글로우 리플렉서’ 성분이 일반 글로우 오일 대비 더욱 맑고 투명한 광채 메이크업을 완성해 준다.

이와 함께 스킨케어 효능까지 더해져 속피부도 관리할 수 있다. 성인 여성 30명 대상 기기측정 평가에서 이 제품 사용 후 2주 만에 안색 투명도 개선 효과가 입증됐다는 것이 아모레퍼시픽 측의 설명이다.

리플렉션 스킨 글로우 쿠션 파운데이션은 총 7가지 색상으로 선보여지며 ‘00N1호 다이아’ 색상의 경우 원하는 부위의 입체감을 강조하는 하이라이터로도 활용 가능하다.

/이청하 기자

연세대서 연구노트 경진대회 시상식 개최

삼성바이오에피스 “산학협력 확대”

삼성바이오에피스는 지난 6일 연세대학교 신촌캠퍼스에서 ‘연구노트 경진대회’ 시상식을 개최하고 생명시스템대학 학부 및 대학원생에게 우수 상패와 함께 총 1000만원의 장학금을 전달했다고 7일 밝혔다.

삼성바이오에피스에 따르면 연구노트는 연구 시작부터 결과물 보고, 발표 및 지적재산권 확보 등에 이르기까지 전 과정에서 연구 성과를 기록한 자료다. 연구노트는 연구의 지속성 유지 및 결과 보호, 논문 발표, 특허 출원 시의 기초 자료로 활용된다.

삼성바이오에피스는 국내 주요대학교와의 협약을 통해 연구노트 작성법

을 교육하고, 별도의 시상식을 통해 우수 학생에게 장학금을 지급하고 있다.

삼성바이오에피스는 앞서 지난 2015년부터 국내 총 8개 대학교와 산학협력 협약을 맺어 왔고 글로벌 의약품 시장에서 쌓아 온 바이오의약품 연구 개발 역량을 대학에서 적극 전파해 왔다. 또 바이오의약품 및 임상의학 프로그램을 운영하는 등 업계 전문성을 살린 다양한 산학협력 활동을 펼친다.

삼성바이오에피스의 인사팀장인 강대성 상무는 “글로벌 기업과 대학 간의 폭넓은 학술 교류가 상호 지속가능한 발전으로 나아가길 수 있도록 바이오 제약 업계의 특성을 살린 산학협력 활동을 올해도 꾸준히 확대할 계획”이라고 말했다.

/이청하 기자