

크로스 플레이로 글로벌 유저 접근성 확대

엔씨소프트

아이온2

원작 정통성 계승하면서 핵심콘텐츠 재해석

엔씨소프트는 하반기 대표작으로 ‘아이온2’를 출시할 계획이다. 원작 ‘아이온’의 정통성을 계승하면서도 비행 전투, 진영 전투, 농타깃팅 전투 방식 등 핵심 콘텐츠를 현대적으로 재해석한 점이 주목된다.

이 게임은 언리얼 엔진5 기반의 고품질 그래픽과 세분화된 커스터마이징, 광활한 필드 구성 등을 앞세워 완성도를 높였다. 전작과 달리 모바일과 PC를 넘나드는 크로스 플레이 환경을 제공하며, 글로벌 유저들의 접근성을 확대했다. 내부 포커스그룹 테스트에서는 캐릭터 조작감과 전투 템포, 비주얼에 대한 높은 평가가 이어졌다.

출시는 올해 9월 한국과 대만을 시작으로 예정돼 있으며, 내년 1분기 중 북미·유럽 지역까지 순차 확대를 계획 중이다. 현재 글로벌 서버 안정화와 CBT 후반 테스트를 병행 중이다. 특히 엔씨는 ‘TL’, ‘블레이드앤소울2’ 등에



엔씨소프트 아이온2.

/엔씨소프트

서 발생한 수익모델 과잉 논란을 반면교사 삼아, 아이온2에서는 유료화 정책과 콘텐츠 공급의 균형을 재조정하고 있다.

엔씨소프트 관계자는 “아이온2는 글로벌 시장을 고려해 설계된 작품”이라며 “단순 후속작을 넘어, MMORPG 장르의 기준을 다시 정립하겠다는 포부로 준비하고 있다”고 말했다.

콘솔 기반 MMORPG로 퍼블리싱 구조전환

카카오게임즈

크로노 오디세이

개발사 엔픽셀과 신규 IP 바탕으로 공동제작

카카오게임즈는 하반기 최대 기대작으로 ‘크로노 오디세이’를 내세운다. 개발사 엔픽셀과 공동 제작 중인 이 게임은 완전 신규 IP를 바탕으로 한 콘솔 기반 MMORPG다. ‘시간’이라는 테마를 축으로 전투와 공간 이동, 파티 구성 등을 다채롭게 구현해 차별화를 시도했다.

플랫폼은 PS5, 엑스박스 시리즈 X, PC를 아우르며 글로벌 콘솔 이용자까지 겨냥하는 멀티플랫폼 전략이 특징이다. 카카오게임즈는 지난 6월 글로벌 비공개 베타테스트(CBT)를 마쳤고, 북미 지역에서 특히 높은 관심을 받았다. CBT에서는 전투 시스템의 몰입감, 대형 보스전의 연출, 환경 시뮬레이션 효과 등이 호평을 받았다.

정식 출시 일정은 오는 11월 중순으로 예상되며, 카카오게임즈는 콘솔 유통 역량 강화를 위해 북미 현지법인을 통해 퍼블리싱 협력을 확대하고 있다. 동시에 크로노 오디세이를 통해 자사 포트폴리오를 모바일 중심에서 콘솔 중심



카카오게임즈 크로노오디세이.

/카카오게임즈

으로 전환하는 데 집중하고 있다.

회사는 이외에도 ‘에버소울’ 글로벌 버전 확장, ‘아키월드’ 대형 업데이트를 병행하며 플랫폼별 안정성과 수익성 확보에 나섰다.

카카오게임즈 관계자는 “콘솔 기반 MMORPG는 도전적인 프로젝트지만, 향후 퍼블리싱 구조 전환의 교두보가 될 것”이라고 말했다.

5년만의 신작... 글로벌 AAA시장 ‘정조준’

펄어비스

붉은사막

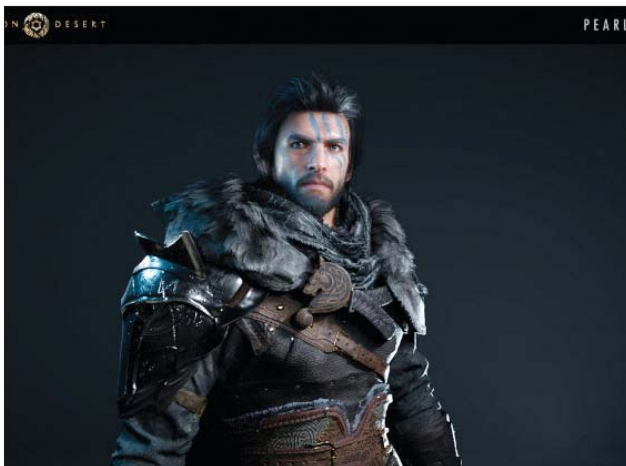
다양한 유저 확보... 차별화된 시장 포지셔닝

펄어비스는 장기 개발 프로젝트였던 ‘붉은사막’은 올해 12월 글로벌 출시를 목표로 개발 마무리 단계에 돌입했다. ‘검은사막’ 이후 약 5년 만에 선보이는 신작으로, 오픈월드 액션 어드벤처 장르를 표방하며 콘솔·PC 기반의 AAA(트리플A, 다른 게임 계층보다 개발 및 마케팅 예산이 더 높은 중형 또는 대형 퍼블리셔가 제작하거나 배포하는 게임) 게임 시장을 직접 겨냥하고 있다.

붉은사막은 시네마틱한 연출과 몰입도 높은 내러티브, 캐릭터 중심 전투, 탐험 요소가 복합된 하이브리드 구조를 택했다. 특히 언리얼 엔진4의 커스터마이징 버전을 통해 물리 기반 타격감, 환경 상호작용, 반응형 퀘스트 등 기술적 완성도를 끌어올렸다.

주요 캐릭터는 각각 독립된 배경과 목적을 가지고 있어, 유저가 하나의 ‘전사’가 아닌 ‘서사’ 속 주체로 몰입할 수 있게 했다.

붉은사막은 지난해 게임스컴, TGA, 올해 GDC 등을 통해 데모 버전을 선공개했으며, 현재는 퍼스트파티 플랫폼 사들과의 출시 일정 협의를 마무리한 상태다. 특히 미국과



펄어비스 붉은사막.

/펄어비스

유럽 현지 리뷰어 대상 체험 세션을 별도로 진행하는 등 북미 중심 마케팅 전략도 전개 중이다.

펄어비스는 검은사막으로 구축한 ‘하드코어 유저층’ 외에도 액션 어드벤처 장르에 익숙한 콘솔 중심 유저까지 확보함으로써, 타사와의 차별화된 시장 포지셔닝을 예고하고 있다.

회사 관계자는 “붉은사막은 단순히 MMORPG 팬을 위한 작품이 아니라, 글로벌 AAA 시장을 겨냥한 프리미엄 콘텐츠”라며 “기술력과 내러티브를 동시에 담은 펄어비스의 대표작이 될 것”이라고 말했다.

본업 중심 재정비 하반기부터 대형

블록체인·메타버스 대신 정통 게임에 집중하는 국내 게임사들(이하 ‘본업 중심’)은 하반기부터 실적 반등에 나섰다. 3일 업계에 따르면, 본업 중심 게임사들은 하반기에 집중 투입하며 실적 반등과 본업 회귀에 본격 나서고 있다. 확장 전략에 주력했던 흐름에서 벗어나, 다시 게임 본연의 재미와 수익 창출에 집중하는 분위기다. 특히 MMORPG 장르가 다시 주요 캐시카우로 주목받고 있다. 다수의 작품이 사전 테스트, 예약 판매 등 플랫폼 다변화를 통해 시장 주도권 확보를 노리고 있지만, 일단 성공하면 수년간 안정적인 수익 구조를 구축할 수 있는 회복의 전환점을 만들려는 시점”이라고 설명했다.

장르 다양성·글로벌 확장성으로

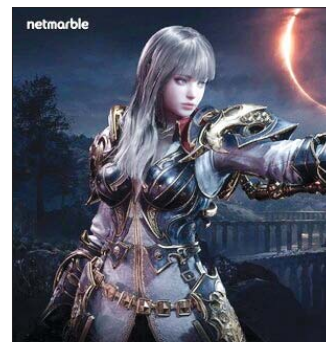
넷마블

‘나 혼자만 레벨업’ 등 6종

게임별로 지역 타깃 유저군 정밀분석해 마케팅

넷마블은 올해 하반기 총 6종의 신작을 잇따라 출시하며 대규모 라인업 공세를 펼친다. 주요 타이틀로는 ‘킹 오브 파이터 AFK’, ‘뱀피르’, ‘몬스터 길들이기: 스타 다이브’, ‘일곱 개의 대죄: 오리진’, ‘프로젝트 SOL’, ‘나 혼자만 레벨업: 오버드라이브’가 포함된다.

이 가운데 ‘나 혼자만 레벨업: 오버드라이브’는 글로벌에서 높은 인지도를 보유한 웹툰 IP 기반 액션 RPG로, 북미와 유럽 등 서구권 타깃 시장에서 특히 높은 기대감을 형



넷마블 뱀피르.

성하고 있다. 언리얼 엔진을 활용한 고품질 그래픽과 템포의 액션 시스템을 통해 플레이어의 전투 경험을 구현한다는 거