

넥슨 ‘아크 레이드스’, 출시 2주 만에 400만장 판매

신규IP·유료패키지·장르 한계 넘어 글로벌 플랫폼 안착

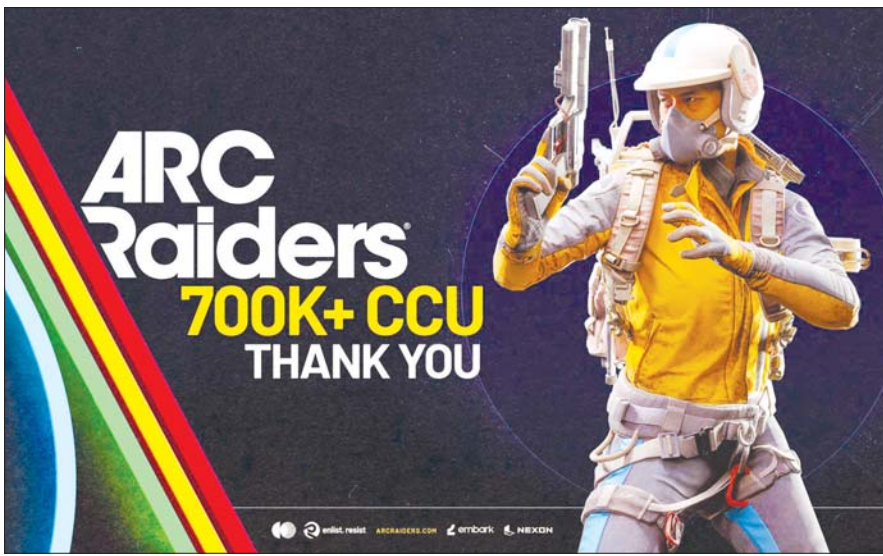
최고 동시 접속자 수 70만명 기록
스팀 리뷰 ‘매우 긍정적’ 등급 유지
출시後 빠른 업데이트·피드백 반영
신규·기존IP 병행 장기 투자전략 성과

넥슨의 ‘아크 레이드스(ARC Raider s)’가 신규 IP이자 유료 패키지 게임이라는 한계를 넘어 출시 12일 만에 400만 장을 판매하며 글로벌 시장에서 성공적인 안착을 알렸다.

9일 게임업계에 따르면 넥슨의 신작 ‘아크 레이드스’가 글로벌 게임 시장에서 이례적인 초반 성과를 내고 있다. ‘스팀’ 등 글로벌 플랫폼에서 기존 프랜차이즈 중심의 상위권 구조가 고착된 상황 속에서도, 신규 IP·유료 패키지·하드코어 장르라는 3중 허들을 넘어 의미 있는 성과를 기록했다.

‘아크 레이드스’는 PvPvE 기반 익스 트랙션 어드벤처 장르의 패키지 게임이다. 이미 인지도가 확고한 경쟁 타이틀 사이에서 존재감을 확보해야 하는 데다, 무료 플레이가 아닌 유료 구매 방식, 그리고 비교적 진입 장벽이 높은 장르 특성까지 겹쳐 흥행을 장담하기 어려운 조건이었다.

그럼에도 불구하고 이 게임은 2021년



아크레이더스 고 동시접속자 70만 명 달성 대표이미지.

/넥슨

더 게임 어워드에서 첫 공개된 이후 독창적인 아트 스타일과 세계관으로 주목을 받았다. 이후 수차례 테스트를 거치며 입소문을 탔고, 출시 직전 진행된 서버 슬램 테스트에서는 스팀 최고 동시접속자 19만 명, 최대 플레이 게임 4위를 기록하며 흥행 가능성을 입증했다.

정식 출시 이후 성과는 더욱 뚜렷해졌다. 출시 2주 만에 판매량 400만 장을 돌파했고, 최고 동시접속자 수는 70만 명을 기록했다. 스팀에서는 약 20만 건의 리뷰 중 89%가 긍정 평가를 남기며 ‘매우 긍정적’ 등급을 유지하고 있다. 글로벌

별 평점 사이트 오픈크리틱에서는 비평가 추천 지표 90%를 달성하며 최고 등급인 ‘마이트’ 배지를 획득했다.

이용자 반응도 긍정적이다. “최근 몇 년간 플레이한 게임 중 가장 몰입감이 뛰어나다”는 평가가 이어졌고, 트위터 팔로워 1100만 명을 보유한 글로벌 스트리머 슈라우드스는 “올해 최고의 게임”이라고 찬사를 보냈다.

◆라이브 서비스 안착… TGA ‘최고의 멀티플레이어 게임’ 후보

넥슨과 엠브크 스튜디오는 출시 이후에도 빠른 업데이트와 적극적인 소통을

이어가며 라이브 서비스 안정화에 집중하고 있다. 출시 2주 만에 신규 맵 ‘스텔라 몬티스’를 포함한 대규모 업데이트 ‘노스 라인’을 선보였고, 기존과 전혀 다른 분위기의 콘텐츠 구성으로 호평을 받았다. 12월에는 신규 환경과 콘텐츠를 담은 ‘월드 스냅’ 업데이트도 예고돼 있다.

이용자 피드백 반영 속도도 주목받고 있다. 듀오 매치메이킹 도입, 상점 상품 가격 인하 등 주요 의견을 빠르게 서비스에 반영하며 이용자 이탈을 최소화했다. 그 결과 최고 동시접속자 수는 출시 직후가 아닌 10일 이후에 최고치를 기록했고, 스팀 기준 하루 평균 30만 명 이상의 동시접속자를 유지하고 있다. 트위터에서도 하루 최대 동시 시청자 수 약 10만 명을 꾸준히 기록 중이다.

이 같은 성과를 바탕으로 ‘아크 레이드스’는 출시 2주 만에 더 게임 어워드 2025 ‘최고의 멀티플레이어 게임’ 부문 후보에 이름을 올렸다. 한국 게임이 해당 부문 후보로 선정된 것은 약 8년 만이며, 신규 IP 패키지 게임이 출시 한 달도 되지 않아 후보에 오른 사례는 10년 만에 처음이다.

◆신규 IP 축적 전략… 글로벌 퍼블리셔 존재감 확대

업계에서는 이번 성과를 넥슨의 장기

IP 전략이 글로벌 시장에서도 유효함을 보여준 사례로 평가한다. 넥슨은 개발 스튜디오의 자율성과 완성도를 우선하는 퍼블리싱 기조를 유지해 왔다.

민트로켓의 ‘데이드 더 다이버’는 메타크리틱 평점 90점을 기록하며 ‘머스트 플레이’ 타이틀로 자리 잡았고, ‘아크 레이드스’ 역시 같은 기조 속에서 성과를 냈다.

넥슨은 현재도 좀비 콘셉트의 ‘낙원: 라스트 파라다이스’, 한국 전통 요소를 담은 ‘우치: 더 웨이퍼러’ 등 신규 IP 프로젝트를 다수 준비하고 있다. 동시에 기존 IP 재해석을 통한 포트폴리오 확장에도 힘을 쓰고 있다. 올해 선보인 ‘퍼스트 버서커: 카잔’, ‘메이플 키우기’, ‘마비노기 모바일’ 등이 대표적이다.

특히 ‘메이플 키우기’는 3주 이상 국내 모바일 양대 마켓 1위를 유지했고, 대만·싱가포르 앱스토어에서도 1위를 기록했으며 북미 시장에서도 성과를 내고 있다.

신규 IP와 기존 IP를 병행하는 장기 투자 전략을 통해 넥슨은 글로벌 퍼블리셔로서의 존재감을 확대하고 있으며, 이는 K게임의 글로벌 경쟁력 강화로 이어질 것이라는 평가가 나온다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

SaaS, AI 탑재에 가격 오르고 존재감은 추락

AI 고도화로 소프트웨어 개발 쉬워져
AI 에이전트 등으로 돌파구 마련해야

서비스형 소프트웨어(SaaS) 업계가 인공지능(AI) 파도 속에서 이종고를 겪고 있다. 한편에서는 AI 기능 탑재를 명분으로 구독료를 대폭 인상하며 ‘AI 인플레이션’을 주도하고 있지만, 다른 한편에서는 AI 기술의 발전으로 SaaS 자체의 존립 기반이 흔들리는 ‘사면초가’의 위기에 직면했다.

8일 <메트로경제신문> 취재 결과, 로이터 등 외신 및 업계에 따르면 마이크로소프트(MS)·구글·어도비 등 글로벌 빅테크 기업들이 AI 기능 도입을 이유로 잇따라 기업용 소프트웨어 구독료를 인상하고 있다.

MS는 내년 7월부터 기업 및 정부 고객 대상 ‘마이크로소프트 365’ 구독료를 인상한다. ‘비즈니스 베이직’ 제품의 경우 월 6달러에서 7달러로 16.7% 오르며, 일부 제품은 최대 30% 이상 인상될 전망이다. MS는 1100개 이상의 새로운

기능과 AI 기반 도구 추가를 이유로 들고 있다. 구글 역시 ‘워크스페이스’에 생성형 AI ‘제미니’를 탑재하며 17~22% 가격을 올렸고, 어도비도 ‘크리에이티브 클라우드’ 요금을 약 40% 인상했다.

SaaS 플랫폼 사스트(SaaS Str)에 따르면 올해 SaaS 가격은 전년 대비 11.4% 상승해 G7 국가 평균 물가상승률(2.7%)을 크게 웃돌았다. 시장조사 업체 가트너는 “AI 기능 탑재와 강제 끼워팔기로 인해 기업들이 비용 통제력을 잃고 있으며, AI 도입 기업의 60%가 비용 초과를 경험하고 있다”고 경고했다.

그러나 역설적으로 SaaS 업계 내부에서는 ‘SaaS의 종말’을 우려하는 목소리가 커지고 있다. 생성형 AI 기술이 고도화되면서 누구나 쉽게 맞춤형 소프트웨어를 개발할 수 있게 되었기 때문이다.

조나단 싯다르트 튜링 CEO는 최근 “우리가 아는 SaaS는 끝났다”며 “거대언어모델(LLM)을 통해 대부분의 기업이 맞춤형 소프트웨어를 쉽게 자체 제작하게 될 것”이라고 전망했다. 실제로 세일

즈포스, 워크데이 등 대표적인 SaaS 기업들의 주가는 최근 1년 새 큰 폭으로 하락하거나 정체된 상태다. 과거 수십 명의 개발자가 필요했던 작업이 AI로 대체되면서 범용 SaaS 대신 금융, 의료 등 각 분야에 특화된 자체 소프트웨어 구축이 용이해진 탓이다.

SaaS 기업들은 ‘AI 에이전트’를 돌파구로 내세우고 있다. 상담, 채용 등 특정 업무를 수행하는 ‘AI 직원’ 개념을 도입해 차별화를 시도하는 것이다. 하지만 이마저도 오픈AI, 구글 등 빅테크의 모델을 기반으로 해 차별성이 부족하다는 비판을 받는다. 디인포메이션은 “SaaS 기업들이 판매하는 AI 에이전트들이 서로 중복되어 기업들이 구매를 미루고 있다”고 지적했다.

SaaS 기업들이 방대한 사용자 데이터를 무기로 시장 지배력을 유지할 것이라는 반론도 존재한다. 베세머벤처파트너스는 “사용자 데이터에 대한 맥락과 기억은 AI 시대에도 강력한 해자가 될 것”이라고 분석했다.

/김서현 기자 seoh@

SKT, ‘ZEM폰 포켓피스’ 사전예약 개시

출고가 34만9800원

SK텔레콤이 9일부터 11일까지 T다이렉트샵에서 키즈폰 신제품 ‘ZEM폰 포켓피스’의 온라인 사전예약을 진행한다. 키즈용 LTE 스마트폰인 이번 신제품은 12일부터 온·오프라인 채널을 통해 정식 출시된다.

이번 신제품은 삼성전자 갤럭시 A17 단말을 기반으로 제작됐으며, 라이트 블루 색상으로 출시된다. 출고가는 34만9800원으로 책정됐다.

ZEM폰 포켓피스를 구매하면 포켓피스 크로스백, 파우치 키링, 폰 케이스, 폰 스트랩, 액정 보호 필름 등 다양한 액세서리가 함께 제공된다. 모든 구성품은 KC 인증을 받아 어린이 안전성을 강화했다. 또한 포켓폰 IP를 활용한 전용 테마가 처음 적용돼 포켓피스 잠금화면과



SK텔레콤이 키즈용 LTE 스마트폰 ‘ZEM폰 포켓피스’의 온라인 사전예약을 9일부터 11일까지 T다이렉트샵에서 진행한다.

/SKT

홈 화면 등 전용 UI가 제공된다.

교육 관련 혜택도 강화됐다. ZEM 앱을 통해 부모와 자녀 계정을 연동하면 실시간 위치 조회, 사용 시간 관리, 안심 설정, 이용 리포트 등 다양한 보호 기능을 이용할 수 있다.

12월 9일부터 22일까지 구매 접수 후 12월 29일까지 개봉한 선착순 500명에게 10만원 상당의 T다이렉트샵 이용권이 제공된다.

/김서현 기자

팀네이버, AI학회 ‘뉴립스’서 논문 10편 채택

AI 풀스택 전략 공유

팀네이버가 2일부터 7일(현지시간)까지 미국 캘리포니아 샌디에이고에서 개최된 인공지능학회 ‘뉴립스 2025’에서 논문 10편이 채택되는 성과를 거뒀다고 9일 밝혔다.

팀네이버는 이번 학회에서 ‘연구에서 현실로(From Research to Reality)’를 주제로, 리서치에서부터 자체 초거대 인공지능(AI) 모델인 하이퍼클로바X, 네

이버의 온서비스 AI 및 산업특화 버티컬 서비스로 이어지는 AI 풀스택 전략을 세계 우수 연구 인재들과 공유했다.

올해 채택된 논문 10편은 AI 풀스택 기술을 실제 서비스와 산업현장에서 효율적이고 안전하게 적용하기 위한 실용적인 내용들로 ▲초거대 AI의 효율적 운용 ▲생성형 AI의 안전성 강화 ▲물리 세계와 로보틱스로의 확장 등 크게 3가지 기술 분야의 혁신을 담았다.

/김보민 인턴기자

카카오, ‘프로젝트 단골’ 운영성과 공개

누적 286개 상권서 4112명 상인 참여

카카오가 9일 소상공인의 디지털 전환을 지원하는 ‘프로젝트 단골’의 2025년 운영 성과를 공개했다.

2022년부터 진행된 ‘프로젝트 단골’

은 전통시장과 지역상점가에 직접 찾아가 디지털 전환 교육과 온·오프라인 홍보를 지원하는 카카오의 대표 상생 프로그램이다. 지금까지 누적 286개 상권에서 4112명의 상인이 교육에 참여했으며, 4000여 개의 카카오톡 채널이 개설

됐다. 이를 통해 약 99만 명의 고객이 채널 친구로 등록하는 등 고객과 소상공인 간의 온라인 소통 기반이 마련됐다.

카카오는 소상공인의 고객 소통을 지원하기 위해 ‘특채널 메시지 발송 지원’ 프로그램도 운영하고 있다. 연 매출 10억 원 이하 소상공인이라면 ‘카카오 프로젝트 단골’ 공식 특채널을 통해 상시 신청 가능하다.

/김보민 인턴기자 kbm@