

# ‘트리플A’ 흥행... K-게임, 서구권·대형 프로젝트로 전환

〈대규모 개발비·인력 투입한 초대형 게임〉

모바일·MMORPG 중심 벗어나  
글로벌 PC·콘솔 플랫폼 시장 겨냥  
붉은사막·스텔라 블레이드 흥행  
리스크에도 트리플A 경쟁 불가피



붉은사막 대표이미지. /메이비스

‘트리플A’ 게임들의 흥행이 이어지고 있어 대형 게임에 대한 향후 투자 확대 기대감도 커진다.

트리플A 게임이란 통상 수백억에서 수천억원 규모의 개발비와 대규모 인력을 투입해 제작하는 초대형 게임을 의미한다. 영화 산업의 ‘블록버스터’에 해당하는 개념으로, 높은 완성도와 글로벌 흥행을 전제로 기획하는 것이 특징이다. 개발 기간이 길고 초기 투자 부담이 크지만, 성공할 경우 장기간 매출을 창출하며 기업 가치까지 끌어올리는 구조를 가진다.

21일 게임업계에 따르면 국내 게임사들이 선보인 트리플A 게임이 연이어 흥행 성과를 내며 산업 구조 변화 조짐이 뚜렷해지고 있다.

특히 국내 게임업체들은 트리플A 게임들을 통해 모바일·MMORPG 중심 수익 구조에서 벗어나 글로벌 PC·콘솔 시장을 겨냥하고 있어 앞으로의 기대감도 커지고 있다.

대표 사례로 꼽히는 ‘붉은사막’은 출시 한달여 만인 20일 기준 PC·콘솔 통합 500만장 판매를 기록했다. 붉은사막은 출시 나올 만에 약 400만장을 판매하며

국내 트리플A 게임 가운데 최단 기간 손익분기점(BEP)을 넘어서는 기록을 세웠다. 업계에서는 해당 게임의 개발비를 약 1500억에서 2000억원 수준으로 추정한다.

이 같은 흐름은 단일 사례에 그치지 않는다. ‘스텔라 블레이드’는 PC와 콘솔 플랫폼 확장을 통해 누적 판매량 610만장을 넘어섰고, ‘아크 레이드스’ 역시 출시

4개월 만에 1400만장 판매를 기록했다. 복수의 흥행 사례가 이어지면서 트리플A 게임이 국내에서도 실질적인 수익 모델로 자리 잡고 있다는 분석이 나온다.

시장 환경도 변화를 뒷받침한다. 글로벌 게임 시장에서 콘솔과 PC 플랫폼 이용률이 확대되며 고사양 게임 수요가 꾸준히 증가하고 있다. 북미와 유럽을 중심으로 대형 게임이 장기간 매출을 창출하는 구조가 유지되면서, 국내 게임사들도 플랫폼 다변화 전략을 본격화하는 모습이다.

개발 환경 역시 달라졌다. 고성능 게임 엔진과 인공지능(AI) 기술 도입으로 개발 효율성이 개선되면서 과거 대비 대형 프로젝트 진입 장벽이 낮아졌다는 평가다. 글로벌 퍼블리싱 역량 강화도 초기 투자 부담을 분산하는 요인으로 작용한다.

주요 게임사들도 이에 맞춰 대형 프로젝트 준비에 속도를 낸다. 엔씨소프트는 오픈월드 3인칭 슈터 신작 ‘신더시티’ 개발을 진행하고 있으며, 크래프톤은 이영도 작가의 소설 ‘눈물을 마시는 새’를 기

반으로 한 게임 프로젝트를 추진 중이다. IP 확장과 플랫폼 다변화를 동시에 추진하는 전략이다.

다만 트리플A 게임은 높은 리스크를 동반한다. 수천억원 규모의 개발비와 장기간 제작 일정으로 인해 흥행 실패 시 손실 규모가 크다. 일부 프로젝트는 일정 지연이나 완성도 문제로 출시 전략을 조정하는 사례도 이어진다.

그럼에도 업계는 트리플A 중심 경쟁이 불가피하다고 본다. 한 대형 게임사 관계자는 “모바일 중심 구조로는 글로벌 시장에서 성장 한계가 명확하다”며 “트리플A 게임은 리스크가 크지만 성공 시 기업 가치와 브랜드를 동시에 끌어올리는 핵심 전략”이라고 말했다.

김정태 동양대 게임학부 교수는 “대작 게임 성공 사례가 축적될수록 투자자 평가 기준이 빠르게 바뀐다”며 “국내는 서구권 대비 개발비 경쟁력이 있어 해외 자본 유입 가능성도 높다”고 말했다. /최빛나 기자



vitna@metroseoul.co.kr



## 통신3사, ‘월드 IT쇼’서 피지컬AI 기술 공개

SKT 통신 인프라, 지능형 서비스로  
KT, AX 플랫폼 컴퍼니 비전 제시  
LG U+, ‘익시오 프로’ 음성 AI 서비스



월드IT쇼 2026 KT 전시부스. /KT

이동통신3사가 피지컬 인공지능(AI)을 활용한 신기술 등을 대거 일반에 공개한다. 이들은 통신기업의 운영 노하우를 집약한 AI 인프라를 공개하며 개인·기업 고객 접점을 전방위로 확장하고 있다.

21일 업계에 따르면, SK텔레콤·KT·LG유플러스는 오는 22일부터 24일까지 서울 코엑스에서 열리는 국내 최대 정보통신기술(ICT) 전시회 ‘2026 월드 IT쇼’에 참가한다.

SK텔레콤은 폴스택 AI 역량을 앞세운 차세대 인프라를 약 260평 대규모 공간에 구현한다. 통신 인프라가 지능형 서비스로 진화하는 과정을 네트워크 AI 존에서 체험할 수 있다. 대규모 언어모델(LLM) ‘에이닷 엑스(A.X)’와 함께 정부 주도의 AI 파운데이션 모델 프로젝트에 진출한 ‘A.X K1’을 공개하는 등 AI 밸류 체인 전반을 선보일 계획이다.

KT는 ‘이음’을 주제로 인공지능전환

(AX) 플랫폼 컴퍼니 비전을 제시한다. 한글 디자인에서 차용한 전시 구성으로 AX플랫폼과 6G 등 혁신 기술 아이템 27개를 선보인다. AI 모델 ‘믿음 K 프로’, 보안·안전 분야 AX 서비스, 기업에 제공하는 맞춤형 AX 컨설팅 등을 소개한다. 6G 공간에서는 네트워크가 스스로 판단하고 소통하는 지능형 인프라를 제공하고, 서비스제공형 로봇(K RaaS)을 통해 기존 시스템을 AI 에이전트로 연계한 산업 현장 사례도 볼 수 있다.

올해 처음 참가하는 LG유플러스는 ‘사람중심 AI’를 주제로 음성 AI 서비스를 공개한다. AI 에이전트 ‘익시오(ixi-

o)’의 진화형 모델 ‘익시오 프로’를 선보인다. 익시오 프로는 음성 인식에서 나아가 발화 내용과 맥락을 분석해 행동을 제안하는 기술이다. 이 밖에 기업 고객들을 대상으로 차세대 AI 상담 솔루션 ‘에이전틱 AICC’와 기업 내부 데이터를 활용하는 온프레미스형 ‘소버린 AI 어플라이언스’도 만나볼 수 있다.

한편, 과학기술정보통신부가 올해로 18번째 개최하는 이번 행사는 ‘생각을 넘어 행동으로 : AI, 현실을 움직인다’란 주제로 열린다. 17개국 460여개 기업이 참가해 피지컬 AI를 중심으로 최신 기술을 선보일 예정이다. /조민선 기자 msjo@

## 일레븐랩스-케어링, ‘AI마음돌봄’ 확대

돌봄 공백 시간에도 정기적 대화  
다국어 서비스로 글로벌 진출 도모

일레븐랩스는 자사 에이전트 플랫폼을 통해 시니어케어 전문기업 케어링과 ‘AI 마음돌봄’ 서비스를 확대한다고 21일 밝혔다.

어르신 돌봄 전문 기업 케어링은 방문 요양과 주간보호센터 모델을 통해 약 1만2000여명의 어르신에게 서비스를 제공하고 있다. 전국 60개 센터에서 약 900명의 임직원과 6만명 이상의 요양보호사가 활동 중이다.

일레븐랩스가 케어링에 제공하는 ‘AI 마음돌봄’ 서비스는 요양보호사의 방문 외 시간에 전화를 걸어 돌봄 공백이 생기는 시간에도 정기적인 대화가 가능하다. 일레븐랩스는 돌봄을 제공받는 어르신들의 자존감을 높이고 요양 보호사들의 부담을 줄여 인격적인 관리를 정착시키는 데 기여하고 있다는 평가를 받는다.

일레븐랩스는 케어링과의 파트너십

을 통해 ▲한국어 품질 구현 ▲저지연 능력 등의 효과를 제공하고 있다. 자연스러운 발음과 존댓말, 정서적 따뜻함 등을 제공하고, 천천히 말하는 어르신과 대화가 끊기지 않는 흐름을 유지한다. 이 밖에 헬스케어 환경 내 일관된 성능과 다국어 기반의 장기 확장 가능성도 기대된다.

앞서 케어링은 파일럿 프로젝트 진행을 통해 ‘AI 마음돌봄’ 서비스 현장 검증 단계를 마쳤다. 지난해 11월 진행된 1차 파일럿 프로젝트에서는 통화 완료율 100%, 통화 거부율 0%, 평균 4분 22초(최장 10분) 결과를 기록했다. 이어 올해 초 진행된 프로젝트에서는 재참여율 100%를 기록하는 등 가능성을 확인했다.

일레븐랩스는 올해 솔루션 제공을 통해 케어링 스테이 입주자 2000여 명을 대상으로 AI 마음돌봄 서비스를 제공한다. 다국어 서비스를 기반으로 2027년까지 글로벌 진출도 추진할 계획이다. /조민선 기자

## 네이버, 풍력 PPA·발전소 지분 인수 병행

발전법인에 직접 투자

네이버가 GS풍력발전과 재생에너지 직접 전력거래 계약(PPA)을 체결하고 발전소 지분을 확보하며 에너지 전환 전략을 강화한다.

네이버는 21일 GS풍력발전과 PPA를 체결하고 해당 발전소 지분 30%를 인수한다고 밝혔다. 이는 RE100 가입 기업이 재생에너지 발전법인에 직접 투자해 전력을 확보한 국내 첫 사례다.

이번 계약 대상인 경상북도 영양군 풍

력발전소는 연간 약 180GWh 규모 전력 생산이 가능하다. 2028년 상반기 상업운전 이후 네이버 데이터센터 각 세종, 각 춘천 등에 전력을 공급할 예정이며, 이를 통해 2029년 기준 전체 전력 사용량의 약 46%를 재생에너지로 전환할 수 있을 것으로 전망된다.

네이버는 단순 전력 구매를 넘어 발전법인에 직접 투자하는 방식으로 장기적이고 안정적인 전력 공급 기반을 확보했다. 국내 재생에너지 공급이 수요를 따라가지 못하는 상황에서 직접 투자 모델



네이버 데이터센터 각세종 전경. /네이버

을 통해 에너지 조달 리스크를 줄이고 추가 투자 여력을 확보했다는 평가다.

또한 비수도권 데이터센터에 재생에너지를 직접 공급함으로써 전력 공급 불균형 완화에도 기여할 것으로 기대된다. /최빛나 기자

## 카카오메이커스 10년... 34억 기부 성과

오는 28일까지 캠페인 진행

카카오의 임팩트 커머스 플랫폼 카카오메이커스가 서비스 출시 10주년을 맞아 ‘덕분에, 메이커스’ 캠페인을 진행한다.

카카오메이커스는 21일 이번 캠페인을 통해 지난 10년간 이용자와 파트너사와 함께 만들어진 사회적 가치 창출 성과를 공유하고 감사의 메시지를 전한다고 밝혔다. 캠페인은 오는 28일까지 진행된다.

카카오메이커스는 2016년 출범 이후 주된 기반 생산과 가치 소비를 결합한 임팩트 커머스 모델을 운영해왔다. ‘제가버치’, ‘새가버치’, ‘에코씨드’, ‘굿즈포굿’

등 프로젝트를 통해 소비가 사회적 가치로 이어지는 구조를 구축했다.

누적 성과도 공개했다. 올해 3월 기준 누적 주문 고객 수는 약 311만 명, 함께한 제조사 및 창작자 파트너는 8987곳으로 집계됐다. 누적 상품 수는 약 4만2000개, 기부금은 약 34억6000만원에 달한다. ‘새가버치’를 통한 재활용 제품은 약 1598만 개, ‘제가버치’를 통한 농축수산물 판매량은 총 8381톤을 기록했다.

캠페인 기간 동안 카카오메이커스 담당자 36명이 고객과 파트너에게 전하는 메시지를 공개하고, MD 추천 상품과 스테디셀러, 인기 아이템을 중심으로 한 큐레이션도 선보인다. /최빛나 기자