

게임 플레이어 팬들의 급부상 : 아시아에서 확대되는 모바일 e스포츠 기회를 잡는 방법

자격을 갖춘 프로 팀이나 아마추어 선수들 사이의 조직적인 비디오 게임 대회인 e스포츠는 관중들에게 참가 자격을 부여함으로써 세계적인 규모의 게임으로 변모했습니다. 그러나 모바일 기술이 PC와 콘솔을 따라잡으면서 모바일 e스포츠가 빠르게 주목받게 되었고, 아시아의 게이머들이 급부상하고 있습니다.

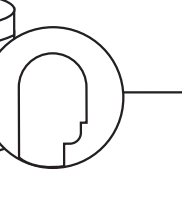
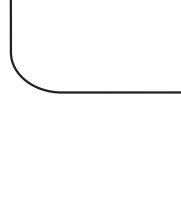
Google이 시장조사 전문 기업 니코 파트너스(Niko Partners)와의 제휴를 통해 제공하는 아시아의 게임 시장에 관한 인사이트 두 번째 시리즈에서는 모바일 e스포츠의 성장, 코로나19가 가정에서의 게임과 스트리밍에 미치는 영향과 게임 업계의 개발자와 경영진들이 게이머들의 연결, 경쟁, 공동체, 완성에 대한 욕구를 활용할 수 있는 방법에 대해 탐색해봅니다.



아시아 : e스포츠 팬덤의 중심지

첫 번째로 개최되었던 e스포츠 행사를 되돌아보면, 언젠가 선수들이 백만 달러의 상금을 놓고 경쟁하게 될 것이라는 걸 믿기 어렵습니다. 그러나 더 많은 사람들이 인터넷과 e스포츠 세계에 접속할 수 있게 되면서 광고주와 리테일 업체들의 투자는 급증하고 있습니다.

지난 몇 년 간의 글로벌 e스포츠



아시아보다 더 e스포츠가 인기를 얻고 있는 곳은 없습니다. 아시아에는 15억 명 이상의 게이머가 살고 있으며, **대한민국, 중국, 일본, 동남아시아**를 포함한 주요 시장이 오랜 기간 동안 게임 업계의 선두를 달리고 있습니다.

대한민국

- 프로페셔널 e스포츠의 탄생지
- 2000년 이후 선수들이 전문 자격을 갖춘

중국

- 여러 플랫폼에 걸쳐 e스포츠 팬들이 35억에 달함
- 2019년 전 세계적으로 가장 높은 수익을 거둠

일본

- 2018년 일본 e스포츠 연합(JESU) 설립
- 2018년 상금 풀 규정 변경 후 e스포츠 수익 전년 대비 13배 증가

동남아시아

- 2019년 SEA 올림픽이 e스포츠를 메달 행사로 규정하며 올림픽 위원회에서 승인한 첫 번째 행사였음

커뮤니티 양성하기

아시아에 확실하게 자리 잡은 게임 인프라와 e스포츠에 대한 열정은 게임 자체를 넘어 수백만 명의 사람들과 연결될 수 있는 기회를 제공합니다. "포트나이트" 및 "모바일 레전드 방방"과 같은 인기 타이틀은 열렬한 플레이어 팬인 소비자의 욕성이 의미 있는 사용자 참여를 위한 지름길임을 보여줍니다.



모바일 e스포츠 혁명 속으로

e스포츠의 세계적인 폭발에 이어 콘솔과 PC의 성공을 추구하는 모바일 게임 개발자들은 멀티플레이어 온라인 전투 경기장(MOBA), 슈터/배틀 로얄 게임, 전략/자동차 전투 선수 등 가장 인기 있는 e스포츠 장르로 초점을 옮겼습니다.

Tencent 腾讯
"Honor of Kings/펜타 스톤(Arena of Valor)"

MOONTON
"모바일 레전드 : 방방"

2016년 이후 아시아에서 가장 높은 수익성과 높은 다운로드 수치를 보인 모바일 e스포츠 타이틀

몇 년 만에 아시아 전역의 수백만 명의 게이머들이 그 대열에 합류했고, 점점 늘어나는 커뮤니티와 대결하고 싶어했습니다.

2019년, 배틀 로얄 게임은 아시아(중국 제외)에서 가장 인기 있고 수익성이 높은 모바일 e스포츠 타이틀이었습니다.

커뮤니티 육성하기

PC 및 콘솔 e스포츠의 성장은 하드웨어에 접근 가능한 플레이어의 수가 적다는 점 때문에 제한적이었습니다. 이러한 장벽을 허물고 더 많은 관중들에게 다가갈 자유로운 플레이를 가능하게 하는 모바일 게임은 전통적인 e스포츠 게임을 능가할 잠재력을 가지고 있습니다. 모바일 e스포츠 제작 및 게임 소비자 수치는 이미 전 세계적으로 PC e스포츠를 능가할 기세를 보이고 있습니다.

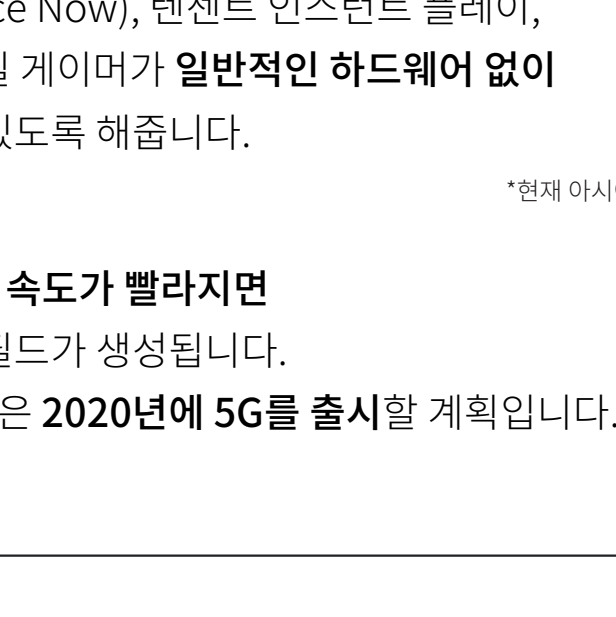
아시아에서 모바일 e스포츠가 번창하는 이유

아시아가 e스포츠 분야의 초기 리더로 자리매김한 데는 몇 가지 요인이 있습니다. e스포츠 플레이어인 팬들의 확대와 강력한 인터넷 카페(icafe) 인프라, 주요 시장의 모바일 중심 소비자 등이 e스포츠의 발달을 뒷받침했습니다.

성장 중인 막대한 모바일 인구

모바일 사용률의 가파른 증가 속도는 모바일 e스포츠의 성장을 위한 강력한 촉매제가 되었습니다. 중국, 인도, 동남아시아와 같은 시장들은 이미 모바일 게임에 지대한 영향을 미치고 있습니다.

2019년의 중국+동남아시아



세계적인 모바일 기술과 인프라

PC와 콘솔 게임은 역사적으로 모바일보다 더 빠른 연결과 더 세밀한 그래픽을 자랑해 왔습니다. 그러나 더 나은 스마트폰 하드웨어, 클라우드 게임, 5G 네트워크를 포함한 새로운 기술의 발전은 모바일 게임의 이용률을 가속화시키고 있습니다.

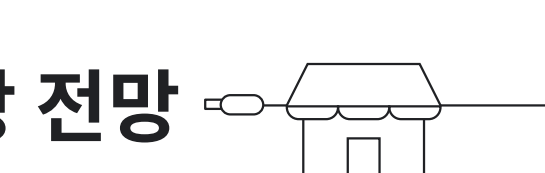
초고속 디스플레이, 고속 프로세서 및 콘솔에서 영감을 받은 디자인과 같은 향상된 기능을 갖춘 게임 전용 휴대폰이 모바일 게이머에게 경쟁력을 부여합니다.

클라우드 게임(예: 플레이스테이션 나우, 마이크로소프트의 프로젝트 xCloud, 지포스나우(GeForce Now), 텐센트 인스턴트 플레이, 스타디아(Stadia))은 모바일 게이머가 일반적으로 하드웨어 없이 고성능 타이틀을 재생할 수 있도록 해줍니다.

대역폭이 넓어지고 다운로드 속도가 빨라지면 플랫폼 전체에 레벨 플레이 필드가 생성됩니다. 대부분의 동남아시아 국가들은 2020년에 5G를 출시할 계획입니다.

광범위한 인터넷 카페, 이벤트 및 스폰서십

기존 인터넷 카페는 주요 시장에서 모바일 e스포츠 행사를 주최하는 데 활용되어 왔으며, 그들의 인기는 새로운 개발에 영감을 주었고, 시장의 경쟁을 강화시켰습니다.



2019년의 글로벌 모바일 e스포츠 게임 매출의 68%가 아시아 내에서 발생했습니다. (133억 달러)

2019년의 모바일 e스포츠 대회로 인해 동남아시아의 e스포츠 토너먼트의 상금 풀 가치는 전년대비 244% 증가했습니다.

지역별 라이브 스트리밍 플랫폼

스트리밍 플랫폼 사용의 확대는 전 세계 e스포츠 팬과 플레이어들을 연결하는 데 도움이 되었고, 아시아 지역의 스트리밍 서비스 확장은 지역 내 게임에 열기를 더하고 있습니다.

중국



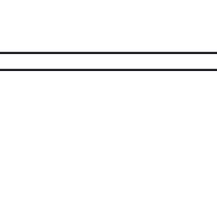
대한민국



동남아시아



일본



아시아 모바일 e스포츠 시장 전망

동남아시아

2019년 모바일 e스포츠에서 19억 달러 이상의 수익을 창출했고, 베트남은 5년 동안 연평균 성장률 ~28%로 동남아시아 지역의 선두를 달리고 있습니다.

중국

전 세계에서 가장 큰 모바일 및 PC e스포츠 시장으로 e스포츠 토너먼트를 위한 인프라가 가장 발달되어 있습니다. 중국은 2019년에 연간 성장률 +28%를 기록하며 72억 달러의 모바일 e스포츠 수익을 거뒀습니다.

대한민국

PC e스포츠가 잘 구축된 가운데 2018년에 중국 e스포츠 기업인 Fighting e스포츠 그룹과 한국 e스포츠 업체 온게임넷이 '왕자영요(Honor of Kings)' 모바일 e스포츠를 한국 KING 프로 리그에 진출시켰습니다.

일본

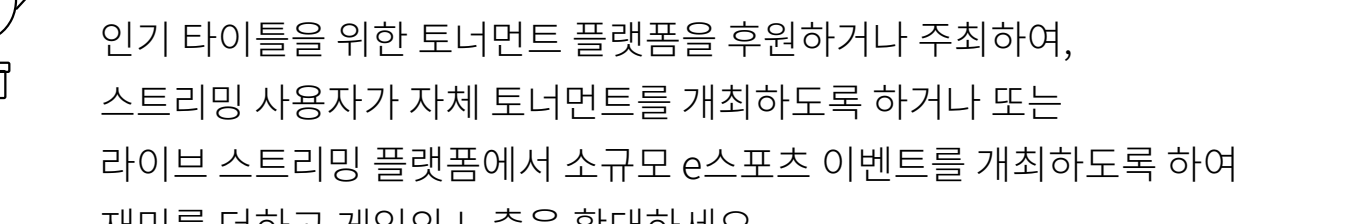
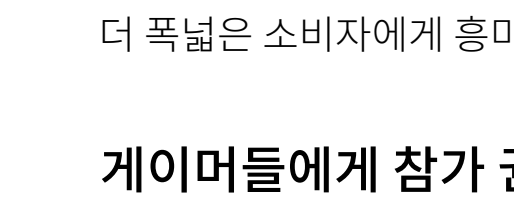
콘솔 게임 제작사가 여전히 e스포츠의 가장 큰 부분으로 남아있지만, 일본의 막대한 모바일 게임 인구 (2019년 3천8백만)는 모바일 e스포츠 성장의 강력한 잠재력을 지니고 있습니다.

인도

인도의 모바일 e스포츠는 동남아시아의 국가들과 비슷하게 성장할 가능성이 높습니다. 인도 역시 동남아시아 국가들처럼 PC나 콘솔 게임 사용자가 많지 않으며, 1인당 GDP와 인터넷 보급률은 유사하기 때문입니다.

코로나19가 아시아 모바일 e스포츠에 미치는 영향

팬데믹으로 인해 일시적으로 지역 내 인터넷 카페, 리테일 매장, 소포몰에서 열리는 e스포츠 토너먼트의 수가 제한되었지만, 아시아에서의 가장 내 게임과 스트리밍은 큰 폭으로 상승했습니다.



모바일 게임은 사회적 거리 두기 기간 동안 e스포츠 팬들의 연결을 지속시키는 데 결정적인 역할을 해왔습니다. 외출금지 조치가 지속적으로 완화되면서 아시아 전역의 게이머들은 수년 동안 e스포츠 팬덤을 쌓아온 장소에 접근할 수 있게 될 것입니다.

모바일 e스포츠의 기회를 잡는 방법

아시아의 게이머들은 경쟁, 공동체, 완성, 도전을 열망하고 있으며, 모바일 e스포츠는 그러한 경험이 가능한 세계적인 포털입니다. 개발자들이 아시아에서 성장 중인 모바일 e스포츠 팬들의 커뮤니티를 이용할 수 있는 세 가지 방법은 다음과 같습니다.

가장 큰 규모의 소비자와 인게이지하기 위한 모바일 계획 세우기

동남아시아의 모바일 게이머는 PC보다 50% 더 많습니다. 중국에서도 모바일 게이머가 PC 게이머 대비 2대1의 비율로 더 많습니다. 모바일 게임 플레이를 적용하거나 제작하여 전 세계의 열정적인 e스포츠 커뮤니티를 활용할 수 있습니다.

게임 다각화로 새로운 흥미 유발하기

아시아 최고의 모바일 e스포츠 장르는 PC와 콘솔보다 다양하며, "포켓몬 GO"와 같은 캐주얼 게임에서부터 "왕자영요"와 같은 하드코어 타이틀에 이르기까지 다양합니다. 비정형 장르나 게임 플레이 옵션 및 게임 내 기능을 통한 시도로 더 폭넓은 소비자에게 흥미를 유발할 수 있습니다.

게이머들에게 참가 권한 부여하기

중국과 동남아시아의 게이머 중 60%가 e스포츠에 강하게 끌린다고 답한 반면 모바일 e스포츠 대회 참여율은 10%에 불과합니다. 인기 타이틀을 위한 토너먼트 플랫폼을 후원하거나 주최하여, 스트리밍 사용자가 자체 토너먼트를 개최하도록 하거나 또는 라이브 스트리밍 플랫폼에서 소규모 e스포츠 이벤트를 개최하도록 하여 재미를 더하고 게임의 노출을 확대하세요.