

지루함을 날려 버릴 3차원 모바일게임

GXG vs GPANG

휴대전화를 꺼내 들고 게임을 실행한다. 지루한 시간을 건디는 데 모바일게임 만큼 괜찮은 솔루션도 없다. 그런데 서서히 이 게임도 지루하다. 느린 실행속도, 불편한 조작방식, 조금만 익숙해져도 금방 시시해지는 게임 구성. 다시 휴대전화를 닫아버린다. 3D 모바일게임 GPANG과 GXG는 지금까지의 모바일게임과는 차원이 다른 '리얼 액션 · 리얼 판타지' 를 보여준다. PC방 못지않게 재미있는 지하철에서의 게임 플레이를 약속한다.

글 김문영 객원기자

1984년 한국이동통신으로 창립된 SK텔레콤은 1988년 우리나라 최초로 이동전화 서비스를 시작하며 이동통신의 새 장을 열었다. 1997년 상호를 SK텔레콤으로 변경 후 2000년 세계 최초 CDMA 상용화에 성공하고 CDMA 2000 1x 서비스와 3세대 동기식 IMT 2000 상용화를 이루었다. 제 4세대, 제 5세대 미래 정보통신까지 발전해 온 SK텔레콤은 그 역사를 대한민국 정보통신의 역사와 함께 한다. 기술혁신과 함께 고객행복을 경영철학으로 내세우는 SK텔레콤은 T1L카드 · T1L존 등 차별화된 전략으로 이동통신 서비스 영역을 문화서비스로까지 확대시켰다. 디지털 컨버전스 시대에 SK텔레콤은 뮤직 포털 서비스 멜론 · 휴대폰 3D게임 GXG · 모바일 싸이월드 등 무선인터넷

넷 서비스를 강화하고, 금융 서비스인 모네타, 멀티미디어 방송을 수신할 수 있는 위성 DMB 등 새로운 서비스 제공에 주력하고 있다. 또한 무선 인터넷 기술력과 플랫폼 솔루션, 콘텐츠 등을 수출하며 세계적인 기업으로 성장하고 있다.

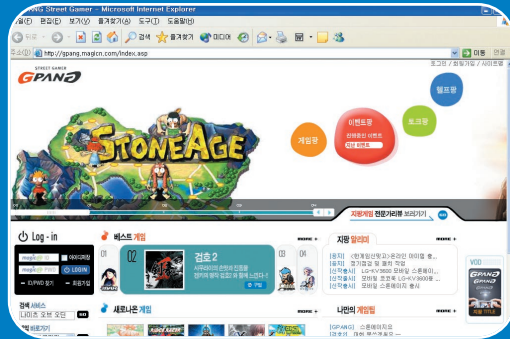
1996년 창립한 KTF는 1997년 PCS 사업을 시작한 이래 뛰어난 기술력과 고객을 최우선으로 하는 고객만족 경영으로 10여 년 만에 대한민국 이동통신 대표 업체로 성장했다. 설립 이래 매 6개월마다 100만 명씩 가입자가 늘어나는 초고속 성장을 거듭했으며, 2000년에는 세계 최단기간 최대 무선통신가입자 확보 기록으로 기네스북에 오르기도 했다. 2001년에는 매직엔(magic.n) 포털을 열고 본격적인 유선 무선 인터넷 서비스에 들어갔다. KTF는 아이콘 타입의 멀티미디어 다운로드 서비스인 멀

티팩, 세계최초로 휴대전화를 통해 초고속 1x EVDO 서비스를 제공하는 휴대전화 '핌(fimm)', 한국 최초로 IMT2000 방식 모바일 전자상거래 서비스 'K 머스' 실시 등 신기술을 선보이며 다양한 서비스를 진행해 왔다.

KTF는 '고객에게 유익한 정보통신 서비스를 언제, 어디서나, 원하는 모든 형태로 제공함으로써 인류의 삶을 자유롭게 한다' 는 기업 비전 "모바일 라이프 파트너(Mobile Life Partner)" 를 갖고 세계 10위 내의 이동통신기업이 되겠다는 목표로 기술혁신에 노력하고 있다.

휴대전화로 게임을 한다는 것

지루한 버스 안. 자리에 앉은 승객이 가방에서 이종격투기 선수를 연상시키는 두 사나이를 꺼낸다. 달리는 버스 안에서 격투를 벌이는



KTF의 GPANG



SKT의 GXG

두 남자, 사실은 SK텔레콤의 GXG 서비스 전용 단말기 스카이 게임폰으로 즐기는 실감액션이었다.

다시 무대가 바뀌어 많은 사람들이 거니는 광장. 조용하던 거리에서 갑자기 총격전이 벌어진다. 당황하며 몸을 숨기는 사람들 위로 게임폰을 들고 3D 모바일게임을 즐기는 이용자의 모습이 겹쳐진다. '스케일이 다르다'고 주장하는 KTF GPANG 서비스 광고다.

두 광고의 공통점은 게임을 즐기는 사람은 물론, 주위 사람들까지 혼동하게 만드는 '실감'이다. 작은 화면으로 게임을 즐기는 공간이 순식간에 격투장으로, 총격전장으로 바뀐다. 게이머는 현실을 잊고 3차원 게임의 세계로 빠져든다. 현실보다 더 현실감 있는 게임을 천명하는 3D 모바일 게임이란 무엇인가.

흑백 디스플레이를 사용하던 시절에도 모바일게임은 존재했고 26만 컬러 디스플레이를 쓰는 지금까지 계속 발전해왔다. 컬러 디스플레이로의 진화는 모바일콘텐츠의 발전 과정에 큰 전기를 마련했지만 여전히 '2% 부족한 상태'가 지속되고 있었다. 게임은 모바일 콘텐츠 중에서도 가장 큰 기대를 불러 모았지만, 기대만큼 크게 붐을 일으키지는 못했다.

기존 모바일게임의 한계는 명확했다. 작은 화면, 불편한 인터페이스, PC용 게임에 비해 현격히 떨어지는 그래픽, 네트워크 요금 등 여

러 가지 걸림돌을 갖고 있었다. 이러한 문제는 단말기 및 이동통신 네트워크의 한계와 밀접한 관계가 있다.

휴대전화는 본질적으로 통신서비스를 위한 기기다. 기능 중심의 휴대전화는 2인치 이상 디스플레이를 채택하고 단말기 자체도 큰 편이다. 하지만 아무리 기능에 중심을 둔다고 해도 휴대성을 무시할 수는 없다. 디스플레이나 편리한 인터페이스를 위해 단말기 크기를 마냥 키울 수는 없다. PC처럼 그래픽 전용 메모리를 사용하는 것이 아니어서, 획기적으로 개선된 디스플레이에도 불구하고 게임 자체의 그래픽은 썩 좋아지지 않았다.

이동통신 네트워크 사정과 단말기 저장용량을 고려해 게임 자체의 용량도 제한했다. 500KB 내외가 고작이었다. 그만큼 게임이 표현할 수 있는 시나리오와 그래픽, 기능에 한계가 따를 수밖에 없다. 이러한 한계는 사용자들의 불만으로 이어져 모바일게임의 성장에 걸림돌이 됐다. 이러한 배경 속에서 모바일게임 전용 서비스, 전용 단말기가 등장했다.

모바일게임을 위한 단말기로 팬택앤큐리텔의 '큐리어스폰(PH-S3500)'이 거론된다. 최초의 게임폰으로 기록될 이 모델은 생김새부터 독특해 시선을 끌었다. 마치 작은 휴대용 CD플레이어를 연상시키는 동그란 생김새가 휴대전화는 네모난 것이라는 고정관념을 깬

다. 하지만 SK텔레콤용으로 출시된 이 단말기는 GXG 서비스와 무관한 단말기로서 그리 많은 사용자를 확보하지는 못했다.

게임을 위해 태어난 폰 vs 폰

본격적인 게임폰의 등장은 역시 GPANG과 GXG가 시작되면서였다. KTF와 SK텔레콤의 정책과 서비스될 콘텐츠에 맞춰 게임폰의 특징, 플랫폼 등이 정해졌다. 게임폰은 새로운 모바일콘텐츠 시장을 찾는 이동통신사와 새로운 판매기회를 찾는 휴대전화 제조사의 기대가 적절히 맞아떨어진 경우다.

GPANG은 전용 단말기로 애니콜 SPH-G1000 · 싸이언 LG-KV3600을 출시했고 GXG는 스카이 IM-8300 · 애니콜 SCH-G100(GXG용) · 싸이언 LG-SV360 등을 출시했다.

이들 게임 전용 단말기의 특징은 게임에 최적화돼 있다는 점. 3D 가속칩을 장착해 게임 실행 속도를 높였다. 비디오게임기와 유사한 형태로 디자인하고 게임 전용키를 배열해 인터페이스 편의도 개선했다. 일반적으로 휴대전화는 세로로 긴 사각형태인데, 게임폰은 가로로 긴 형태로서 비디오게임기처럼 양손으로 잡고 게임을 즐길 수 있다.

또한 기존 휴대전화에 비해 한층 커진 메모리도 게임폰의 특징이다. 3D 모바일게임이 기

존 게임과 다른 점은 '대용량'의 모바일게임을 지원한다는 점. 게임 중에는 50MB 이상의 용량을 차지하는 것도 있다. 게임폰들은 대개 100MB 내외의 내장 메모리를 갖고 있으며 별도로 외장 메모리를 지원하기도 한다.

GXG와 GPANG의 차이점으로 이용자들이 가장 쉽게 알 수 있는 것은 바로 이 단말기에 있다. 두 서비스 모두 최적의 전용 단말기를 제공하지만 우선 출시된 모델 수가 다르다. GPANG은 삼성전자와 LG전자를 통해 두 종류의 전용 단말기를 선보이고 있다. GXG의 경우 GPANG과 같은 두 모델에 팬택앤큐리텔과 스카이 모델 두 종류를 더 갖고 있다. 사용자 입장에서 선택할 수 있는 여지가 좀더 많은 셈이다. 물론 이는 GXG의 힘이라기보다

초기 KTF의 선공은 이용자들에게 괜찮다는 반응을 이끌어내는 데 성공했다. 이스6나 <한게임 신맛고> 등은 초기 GPANG을 알리고 이용자를 끌어들이는 데 킬러 타이틀의 역할을 톡톡히 해냈다. 특히 이스6의 경우 온라인 외 다른 플랫폼에서 선보인 적이 없던 게임이어서 더욱 이용자들의 관심을 끌었다.

GPANG은 현재 30여종의 게임을 선보이고 있다. EZ 2DJ의 개발진이 만든 모바일 리듬비트 게임 <DJMAX>, 씨드나인의 육성 시뮬레이션 게임 <토막 메모리얼>, 60Mbyte 초 대용량 모바일게임 <바이오하자드> 등이 인기 수위를 달리고 있다. 지금까지 출시된 게임의 장르도 RPG·슈팅·대전액션·시뮬레이션 등 골고루 갖춰져 있다.

작 게임은 50~60MB의 대용량으로 만들어져 기존 모바일게임과 확실히 차별화됐다. 반면 GXG의 초기 게임들은 대개 5MB 이내로 기존 모바일게임을 GXG로 옮겨 놓을 수준이었다.

확실한 킬러 타이틀 부재 문제를 고민하던 GXG는 게임 퀄리티를 높이기 위해 온라인게임을 끌어들이었다. 마비노기, 라그나로크 등 인기 온라인게임을 GXG용으로 선보이며 관심을 끌었다. 하지만 대작게임으로 기대를 모았던 이 게임들 역시 15MB 정도의 용량으로 대작에 대한 기대감을 충족시키지는 못했다.

GXG의 게임 퀄리티 문제는 외부 메모리 지원 여부와 밀접한 관계가 있다. 게임폰도 대부분 카메라, MP3 등을 지원하기 때문에 내부 메모리는 게임뿐 아니라 MP3 파일이나 사진, 동영상 파일도 함께 저장해야 한다. 그런데 게임폰 내부 메모리가 100MB 이내라는 점을 생각하면 50MB에 달하는 대용량 게임을 사용하기 위해서는 외부 메모리 지원이 필수라는 얘기가 된다.

GPANG이 초기부터 대용량 게임을 선보일 수 있었던 것은 외부 메모리를 활용해 게임을 저장할 수 있는 환경이 마련돼 있었기 때문이다. GPANG은 게임폰으로 다운로드한 게임을 외부 메모리에 옮겨도 이용자들이 공유할 수 없도록 DRM(Digital Rights Management 디지털저작권관리)을 적용했다. 반면 GXG는 DRM 지원이 늦어지면서 외부 메모리 사용을 허용할 수 없었다. 따라서 GPANG 만큼 대용량 게임을 선보일 수가 없었다.

물론 기존 모바일게임의 인기를 3D에서 이어간다는 전략은 어느 정도 주효했다. <길티기어>의 경우 전작의 인기에 힘입어 GXG에서도 상당히 호응을 이끌어냈다. 하지만 차원이 다른 모바일게임을 표방하는 서비스로서 기존 서비스보다 '조금 나은' 정도로 충분한가는 재고해볼 여지가 있다. 이후 SK텔레콤은 게임 퀄리티를 높이기 위해 외부 메모리 지원을 검토하고 인기 온라인 게임 업체들과 제휴해 나서기 시작했다.

PC에서 폰으로 직접 싱크

GXG와 GPANG 게임 콘텐츠를 게임폰으

<표 1> SK텔레콤 vs KTF 주요 현황

구분	SK텔레콤	KTF
설립일	1984년 3월	1996년 12월
3D 모바일게임 서비스 시작일	2005년 4월	2005년 4월
대표이사	김신배, 조정남	조영주
사업 내용	이동통신 서비스	이동통신 서비스
홈페이지	www.sktelecom.com / www.gxg.com	www.ktf.com / www.gpang.com

제조사들에 대해 더 큰 구매력을 갖고 있는 SK텔레콤의 힘이다.

GPANG 효자 상품 이스6

GPANG은 게임의 첫 글자인 'G'와 '팡 터진다'고 할 때의 팡(PANG)을 합쳐 만든 말이다. '지팡이'를 연상시키는 이 단어는 마법의 지팡이(The Magic Rod)라는 의미도 갖고 있다.

이미 고객으로 확보하고 있는 이동통신 사용자 규모를 보면 SK텔레콤의 GXG가 절대적으로 유리할 것 같지만 3D 모바일게임 분야에 있어서는 KTF도 만만찮은 모습을 보여주고 있다. 우선 KTF는 2005년 4월 SK텔레콤에 근소한 차이로 앞서 GPANG 서비스를 시작했다. 특히 서비스 시작과 동시에 액션 RPG의 명작 <이스(YS)6>를 모바일 버전으로 선보이면서 게임 마니아들의 이목을 집중시켰다.

하지만 아직 게임 타이틀이 다양하지 못하다는 것은 GPANG의 한계로 지적된다. GXG보다 타이틀수가 적어 선택의 여지가 많지 않다는 불평도 나오고 있다. 그럼에도 이용자들은 대체로 지금까지 출시된 게임의 질적 측면에 만족하고 있다. 그래서 게임 타이틀수는 GXG가, 게임 퀄리티는 GPANG이 낫다는 평가가 지배적이다.

수적 우세, 질적 열세의 GXG

GXG는 현재 40여종의 게임을 제공하고 있다. 초기 GXG 콘텐츠에 대해 이용자들은 3D 모바일게임이라고 하기에는 부족한 게임 퀄리티를 지적했다. 게임 타이틀수에 있어서, 즉 이용자들이 선택할 수 있는 여지는 GXG에 더 많지만 게임 퀄리티로는 GPANG이 우세하다는 평가가 지배적이었다. GPANG의 게임들은 대개 10MB 이상으로 3D 모바일게임이라는 이름에 걸맞는 퀄리티를 보여줬다. 몇몇 대

로 가져오는 방법은 두 가지다. 하나는 기존 모바일게임처럼 무선인터넷을 통해 직접 다운로드하는 방법이다. 그런데 적게는 5MB 안팎에서 많게는 50MB에 이르는 게임을 무선인터넷으로 다운로드한다면 엄청난 데이터통신요금이 발생할 것이다. GPANG의 경우 0.5KB 당 2.5원의 데이터통신료를 부과한다.

SK텔레콤과 KTF는 이 데이터통신요금 부담을 줄이기 위해 각각 네이트 프리요금제와 지팡 프리요금제를 운영하고 있다. 월정액을 내면 무선인터넷 통신요금을 아예 부과하지 않는 방식이다. KTF는 월 9,800원에 GPANG 데이터통신료를 모두 무료로 사용할 수 있는 GPANG프리요금제, 월 1만4,000원에 매직엔·멀티팩을 모두 자유롭게 이용할 수 있는 매직엔 프리요금제를 운영하고 있다. SK텔레콤은 GXG게임, 일반 네이트게임 등의 데이터통신료를 월 1만4,000원으로 묶어 제공하는 네이트 프리요금제와 GXG·네이트·준 등의 데이터통신을 월 2만6,000원에 자유롭게 이용할 수 있는 데이터 프리요금제를 운영하고 있다.

3D 모바일게임이 기존 모바일게임과 다른 점은 PC에서 휴대폰으로 직접 다운로드할 수 있다는 것이다. GXG와 GPANG 웹 사이트에서 게임을 고르고 PC로 다운로드하기를 선택한다. 데이터케이블을 이용해 PC에 저장한 게임을 다시 휴대폰으로 옮긴다. 데이터케이블을 이용해 사진·MP3 파일·주소록 등의 데이터를 싱크하는 것과 같은 방식이다. 이 방식은 무선인터넷 통신요금이 전혀 들지 않는다.

게임을 다운로드하기 위해서는 데이터통신료 외에 정보이용료가 든다. GPANG과 GXG의 프리요금제를 이용하더라도 게임을 사는 비용은 별도로 발생한다. 게임 가격은 게임 종류에 따라 다르다. GXG의 경우 초기에 선보인 5MB 내외의 게임들은 대개 4,500원 안팎이다. 10MB 이상의 대작 게임들은 좀더 비싸다. 라그나로크2 베라인, 뮤 쿤둔의 성은 7,000원 수준이다. GPANG의 경우 이스6, 건그레이브 등 대작게임은 7,000원, 좀더 작은 규모의 게임은 3,000~4,000원선이다.

〈표 2〉 SK텔레콤 vs KTF 주요 연혁

SK텔레콤	
1984년 03월	한국이동통신서비스주식회사 설립
1984년 05월	차량전화 서비스 개시
1988년 07월	휴대전화 서비스 개시
1995년 01월	이동전화 가입자 100만 돌파, 무선호출 가입자 400만 돌파
1996년 01월	세계 최초 CDMA 이동전화 상용서비스 개시(인천, 부천 지역)
1997년 03월	SK텔레콤으로 사명 변경
1997년 10월	인터넷 멀티미디어 온라인서비스 'NETSGO' 상용서비스 개시
1998년 06월	SK텔링크, '00700 국제전화' 상용서비스 개시
1998년 12월	SK텔레텍, 이동전화 단말기 'SKY' 출시
1999년 07월	신세대를 위한 이동전화 브랜드 'TTL' 출시
1999년 08월	이동전화 IS-95B 세계최초 상용화
2000년 09월	CDMA2000 1x 상용서비스 제공
2001년 08월	세계 최초 패킷 이동 화상전화 서비스 개발
2001년 10월	SK텔레콤 유무선 통합 포털 'NATE' 오픈
2002년 07월	NATE GPS 서비스 개시
2002년 11월	모바일 멀티미디어 서비스 '준(June)' 출시
2003년 09월	세계 최초 중국과 국가간 무선데이터 로밍 테스트 성공
2004년 03월	세계 최초 DMB용 위성 발사 성공
2004년 09월	국민은행과 M뱅크 서비스 개시
2004년 11월	유무선 통합 뮤직 포털 서비스 '멜론' 출시
2005년 04월	휴대폰 3D게임 'GXG' 출시
2005년 10월	SK텔레콤 세계최초 PMP폰 출시
KTF	
1996년 12월	한국통신프리텔 주식회사 창립총회 개최
1997년 03월	식별 번호 016 획득
1997년 06월	국내 최초 PCS 시범서비스, 고속 주행 시험 통화 성공
1998년 03월	국내 최초 양방향 문자정보서비스 개시
1998년 10월	국내 이동통신업계 2위 도약 (가입자 200만 돌파)
1998년 11월	98 뉴미디어대상 전문기업부분 기업대상
1999년 08월	신규 브랜드 'n016' 발표
1999년 12월	코스닥 등록, 거래 개시
2000년 04월	최단기간 최대 무선 통신자 가입 확보 (1999년 말 기준 427만명) 기네스북 등재
2000년 10월	KT-FIFA간 월드컵 공식 파트너 협정 체결
2001년 01월	유무선 인터넷 포털 'magicN' 오픈
2001년 03월	인도네시아 CDMA 사업 진출
2002년 04월	중국 차이나 모바일과 국내 최초 국제 자동 로밍 서비스 개시
2002년 05월	IMT2000 서비스 'fimm(핼)' 개시
2003년 01월	KTF, KT아이컴 양사 합병 계약 승인
2003년 08월	'Have a good time! KTF' 캠페인 런칭
2004년 02월	KTF-국민은행 모바일뱅킹 서비스 출범
2004년 05월	국제정보보안 표준규격 BS7799 획득
2005년 04월	모바일 게임 서비스 'GPANG' 출시
2005년 05월	음악전문 포털 서비스 '도시락' 출시
2005년 11월	2005 CRM 대상 '종합대상' 수상

단순히 가격만 비교하면 GPANG과 GXG 이 우세하기 때문에 사용자 만족도도의 게임 가격은 비슷한 수준. 하지만 게임의 GPANG 쪽이 높은 편이다. 또한 KTF는 기본 용량으로 대표되는 질적 측면에서는 GPANG 게임 구성에 추가된 사항을 모아 만든 확장팩

개념을 도입했다. 예를 들어 게임 한 편을 7,000원에 구입했다면 이후 확장팩은 1,000~2,000원에 다운로드 할 수 있다.

휴대전화 속으로 들어온 온라인게임

KTF는 이용자들의 게임 선택 폭을 넓히기 위해, SK텔레콤은 질적 열세를 만회하기 위해 우수한 게임 콘텐츠를 확보하기 위한 전쟁을 치르고 있다. 우선 KTF는 올 연말까지 GPANG용 게임 타이틀을 100여개로 확대해나갈 계획이다. 무엇보다 인기 온라인게임을 모바일화해 아직 GPANG을 체험하지 않은 이용자들을 새로 끌어들이는 전략이다.

인기 온라인게임을 모바일화하는 시도는 3D 게임 이전에도 있었고 지금은 3D 모바일게임의 진가를 확실히 하기 위한 전략으로서 양사 모두 추진하고 있다.

KTF는 이미 팔콤의 명작 이스6를 모바일 버전으로 출시해 재미를 봤다. PS2용 슈팅액션게임 건그레이브로 인기를 이어가고 NHN과 전략적 제휴를 맺으면서 한게임 신맛고 등 인기 콘텐츠를 GPANG으로 가져왔다. 팔콤사의 또 다른 대작게임 <영웅전설6>, 온라인에서 크게 인기를 끈 골프 게임 <광야> 등도 출시예정작 리스트에 올라 있는 기대주들이다.

SK텔레콤은 넥슨의 마비노기, 그라비티의 라그나로크, 웹젠의 뮤 등 온라인의 히트 게임들을 모바일로 옮겨왔다. 각각 <마비노기 M-라이브>, <라그나로크 택틱스>, <뮤 쿤둔의 성> 등으로 새롭게 태어난 이 게임들은 온라인게임 마니아들의 눈길을 휴대폰으로 옮겨가게 하는 데 앞장서고 있다.

인기 온라인 게임을 휴대폰으로 가져오려

는 양사의 전략에 대응해 가장 활발히 움직이는 곳은 넥슨이다. 넥슨은 SK텔레콤, KTF 양사와 차세대 모바일게임 콘텐츠 제공에 대한 전략적 제휴를 체결했다. 우선 SK텔레콤이 앞서 넥슨의 게임을 GXG용으로 선보였다. 마비노기의 모바일 버전을 출시했고 이어 메이플스토리의 GXG용도 출시할 계획이다. KTF

을 확보하는 데 심혈을 기울일 수밖에 없다. 온라인게임 강국인 우리나라 실정에서는 대작 온라인게임을 모바일로 이식하는 것만큼 빠르고 실패 확률이 적은 방법도 찾기 힘들다. 이동통신사들이 온라인게임 개발업체와 제휴를 늘려가는 것은 당연한 일이다.

창작게임 탄생 토대 필요

이용자 입장에서는, 특히 온라인게임을 즐기는 사람들 입장에서는 좋아하는 게임을 휴대전화로도 이용할 수 있다는 것이 무척 반가운 일이다. PC보다 불편하고 실망스러운 부분은 있지만, 이동 중에도 게임을 즐길 수 있다는 것 자체가 매력적이다. 하지만 인기 온라인게임에 기대는 지금의 방식이 차세대 이동통신 서비스로 주목 받고 있는 3D 모바일게임의 성장에 반드시 긍정적 영향만을 미친다고 하기는 어렵다. 특히 모바일게임으로 시작했고 모바일 분야에 강점을 갖고 있는 전문 업체들은 3D 모바일게임 시장이 거대 온라인게임업체 위주로 형성되는 것은 아닐지 촉각을 곤두세우고 있다.

시장이 고루 커나가기 위해서는 기존 모바일게임 업체가 참여해 건강하게 경쟁해야 한다. 이 업체들이 새로운 창작 게임을 선보일 기회가 마련돼야 한다는 지적이 나오고 있다. 물론 아직은 시간이 필요

하다. 이제 막 새로운 서비스를 시작한 이동통신사들이 시장의 구조를 살피고 새로운 가능성을 내다보기까지는 사용자를 우선 확보해야 한다. 시장을 형성하기 위해 3D 모바일게임이 유명 게임, 온라인 히트작 위주로 나아가는 현재 상황이 어떻게 변해갈 지 좀더 지켜볼 필요가 있다. ☎



역시 넥슨의 대표 게임들을 GPANG용으로 내놓을 계획이다.

게임 콘솔로 일전을 벌였던 PS2와 X박스의 사례를 떠올려 본다면, 새로운 게임 플랫폼의 등장에 있어 승부의 관건은 킬러 타이틀의 개발 여하에 달려있다는 것을 알 수 있다. GPANG과 GXG는 그만큼 좋은 게임 타이틀