

베트남 콘텐츠 산업동향

베트남 게임 콘텐츠기업(VNG Corp.) 탐방

2022년 8호

KOCCA

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

베트남 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF VIETNAM

2022년 8호

구분(장르)	제 목	Key Word
베트남 게임 콘텐츠기업 탐방	VNG Corporation 기업 소개 기본 정보 요약 기업연혁 기업 조직과 경영 모형 VNG Corporation 게임 사업 출시/개발 게임 게임 관련 국제 협력 대표 행사와 토너먼트 2021년 주요 성과 VNG Corporation 대표 인터뷰 VNG Corporation 게임 출시 과정 VNG Corporation 게임 개발 방향과 국제 협력 전략	연혁 / 조직과 경영 모형 게임사업 / 국제협력 / 대표 행사 / 성과 대표 인터뷰

작성 | 한국콘텐츠진흥원 베트남비즈니스센터

배포 | 2022.07.19



베트남 게임 콘텐츠기업 탐방

작성순서

1. VNG Corporation 기업 소개
 - 1) 기업 정보 요약
 - 2) 기업연혁
 - 3) 기업 조직과 경영 모형
 - 4) 발전 전략
2. VNG Corporation 게임 사업
 - 1) 출시/개발 게임
 - 2) 게임 관련 국제 협력
 - 3) 대표 행사와 토너먼트
 - 4) 2021년 주요 성과

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 VNG Corporation 기업 소개



1. 기본 정보 요약



기업명 /

사업자등록 VNG Corporation / 0303490096

번호

대표자명 Le Hong Minh

설립일 2004년 9월 9일

자본금 358,442,620,000동

웹사이트 /

전화 <https://vng.com.vn/> / +84-283-866-4666

주소

베트남 호치민 시, Tan Thuan Dong 동, 도로 13, Z06

- App Annie 차트에 따르면, 2008년~2021년 VNG Corporation은 베트남의 선도적인 기술 회사이자 동남아시아의 선도적인 온라인 기술 제품 출시자 중 하나임

☑ 주요 사업

구분	상세 내용
온라인 게임	VNG Game 은 동남아시아에서 가장 큰 게임 퍼블리싱 업체 중 하나. VNG Game 은 베트남, 동남아시아, 남미, 라틴 아메리카 등에서 주로 IP 게임을 수입·유통해 왔음
네트워크 플랫폼	VNG 의 네트워크 플랫폼 생태계는 모바일 메시지(Zalo), 음악 스트리밍(ZingMp3), 인터넷 신문(Baomoi), 모바일 기기 탑재 기기들 전반에서 작동하는 인공지능 개인 베트남어 비서 응용 프로그램(Kiki) 등을 포함함
전자 결제 서비스	ZaloPay 는 개인과 기업을 위한 모든 결제 요구를 충족하기 위해 특별히 고안된 독특한 기능을 가진 모바일 결제 애플리케이션. 지금까지 ZaloPay 는 Tiki, Lazada, BigC, BABIN 등 대부분의 은행과 전국의 주요 파트너들과 협력함
클라우드 서비스	VNG Cloud 는 기업들에 디지털 트랜스포메이션을 지원하는 세계적인 수준의 클라우드 컴퓨팅 서비스와 솔루션을 제공하는 서비스. VNG Cloud 는 현재 vServer, vCDN, vStorage, vCloud Cam, vCloudStack, vMeeting, Digital Workspace 등 다양한 제품을 보유하고 있음

[표 1] VNG Corporation 주요 사업
※출처 : VIRAC 자체 조사

2. 기업연혁

- VNG 주식회사는 호치민시 기획 투자청에서 2004년 9월 9일 처음 발급, 2020년 1월 21일 38 번째로 변경한 사업자 등록증 번호 0303490096 에 따라 베트남에서 합법적으로 설립되어 운영되고 있음
- ☑ 2004년~2008년 : 인터넷 서비스 제공기업 중 선도적 기업
 - 2004년: 5 명의 젊은이에 의해 인터넷 카페에 설립되어 베트남 롤플레이밍 게임 시대를 개척함
 - 2005년
 - 킹소프트(Kingsoft)가 개발한 Sword Heroes 시리즈를 바탕으로 첫 온라인 게임 '보림전기(Swordsman)'를 출시, 한 달 만에 30만 CPU 돌파 성공
 - 베트남에서 로열티 게임 배급 및 국제 파트너와 성공적으로 협상한 첫 번째 회사가 됨
 - 2007년
 - 본사에서 사용되고 있는 데이터 저장을 관리하기 위해 베트남의 최신 데이터 센터인 VINADATA 를 개소함
 - Zing 브랜드 최초의 제품인 Zing MP3 를 출시하여 웹 사업을 시작함
- ☑ 2009년~2012년 : 글로벌 수준의 성장을 위한 방향 추진
 - 2009년: Zing 생태계 내 징플레이(ZingPlay) 출시
 - 2010년
 - 정식으로 회사 이름을 VNG 로 변경
 - 오픈베타(Open Beta) 테스트로 MMO 게임 'Phoenix Dynasty Online(Thuan Thien Kiem)' 베트남의 첫 번째 MMO 게임 출시
 - 2011년: 일본 시장에 접근하여 'Piggy(Un In)' 게임 수출 성공
 - 2012년: 중국 시장에 접근하여 '스카이가든(Sky Garden)' 수출 성공하며 무료 문자 및 전화 플랫폼인 Zalo 앱 출시

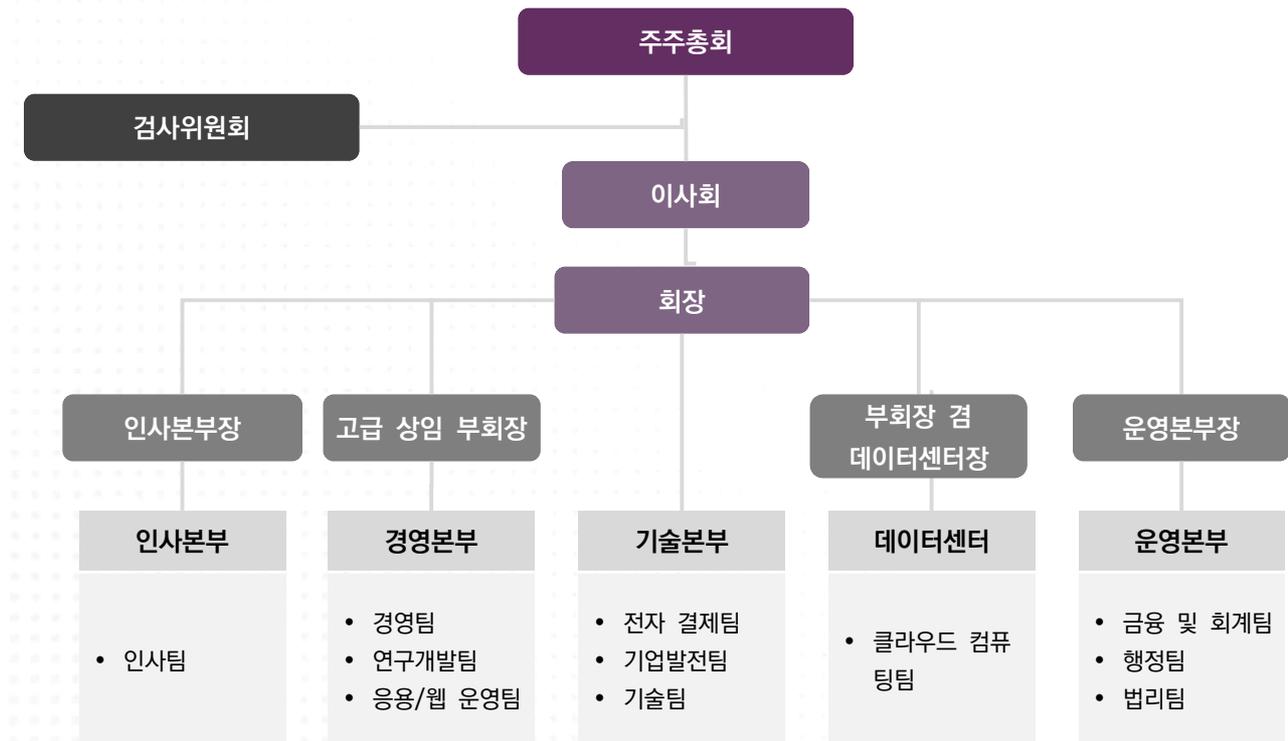
✔ 2013년~2016년 : 베트남 최초 테크놀로지 유니콘

- 2014년: VNG 는 World Start-up Report 에서 10억 달러 가치평가를 받아서 베트남 최초의 유니콘이 되었으며, Dead Target Zombie 게임 출시
- 2015년: 베트남에서 처음 개최된 VNG IRONMAN 70.3 대회의 전략적 스폰서가 되는 등 트라이애슬론 게임 트렌드 창시
- 2016년: 디지털 지갑 서비스인 ZaloPay 출시

✔ 2017년~현재 : 베트남에 한하지 않고 세계로 뻗어나가는 기업으로 성장

- 2017년: '나스닥1) 상장 양해각서' 체결
- 2018년
 - 태국과 미얀마에 새 사무실 개소하며 VinaData 이름을 VNG Cloud 로 변경
 - 베트남 최대 커뮤니티 러닝 프로젝트 UpRace 출시하며, Zalo 의 첫 베트남어 비서 응용 프로그램 KiKi 를 출시함
- 2019년: 호치민시 VNG Campus 본사 공식 개소
- 2020년: 베트남 기술자가 개발한 전자 고객 식별 솔루션 trueID 출시
- 2021년: VNG 가 개발한 PUBG Mobile VN, 리그 오브 레전드: 와일드 리프트와 모바일 레전드: 뱅뱅 게임이 공식적으로 SEA Games 31 에서 e 스포츠 종목으로 선정

3. 기업 조직과 경영 모형



1) 나스닥(NASDAQ, National Association of Securities Dealers Automated Quotations): 미국 증권딜러협회가 장외 주식 거래를 위해 만든 시장과 거래 정보시스템

인력구성

학력 수준	인원(명)	비율(%)
석사 / 박사	206	6%
학사	3,024	88%
전문대학 학위증	137	4%
기타	69	2%
계	3,436	100%

|표 2| VNG 인력 구성
※출처 : VIRAC 자체 조사

VNG 경영진

성명	경력
 Le Hong Minh 창업자 겸 회장	2007~2017년 기술 분야에서 베트남에서 가장 영향력 있는 10명 중 하나. VNG 설립하기 전(2004) PWC와 VinaCapital을 포함한 다국적 기업에서 근무하였음. 베트남과 해외 기술 분야에서 15년 경험, 세계 경제 포럼(WEF)과 베트남 M&A(Mergers&Acquisitions) 포럼 등 국제적 세미나에서 발표한 경험도 있음
 Vuong Quang Khai 공동 창업자	베트남 사람들의 삶을 더 좋게 만들기 위해 인터넷을 사용한다는 목표를 가진 컴퓨터 엔지니어. 2007년 VEF 장학금을 받고 교육을 마친 후 Zalo 문자 메시지 서비스와 Zing 포털을 구축함. 현재 인공지능, 베트남어 비서 응용 프로그램 Kiki, 음성 처리 시스템 등 기술에 초점을 맞추고 연구하고 있음
 Nguyen Le Thanh 부회장	블록체인 기술, 대규모 애플리케이션, 칩셋(chipset), 마이크로 아키텍처 등 26년 경력. 인텔(Intel)에서 리드 아키텍트 역할을 하며, 폴라리스 인포섹(Polaris Infosec), Verichains Lab, VNG Security 등 연구팀과 스타트업의 Co-Funder, Advisor 등이 됨
 Kelly Yin Hon Wong 경영본부장	베트남에서 17년 이상 근무하며 다양한 사업 분야에서 20년 이상의 경험을 쌓았음. KIDO 그룹의 부사장, HSC 이사 등 고위직을 역임함. 베트남 비영리 단체인 SEO Vietnam 이사회의 회원이기도 함
 Abhishek Mathur 인사본부장	인재 양성 및 개발, 변화 관리, 조직 문화 구축 등 특히 20년간의 관리 경험 보유. 또한 스페이스 매트릭스(Space Matrix) 인사본부장을 비롯한 Mercer HR Consulting, GE Capital, Johnson & Johnson 등 고위 인사 관리직을 역임한 경력이 있음. 인도, 폴란드, 베트남, 호주, 싱가포르와 같은 많은 나라에서 근무 경험도 보유

|표 3| VNG 경영진
※출처 : VIRAC 자체 조사

4. VNG 발전전략

✔ 핵심 가치

- VNG의 강점은 사람과 기업 중심문화라는 점. VNG와 공동체의 발전을 위해 다음의 3가지 핵심 가치를 제시하고 있음
 - ① **도전에 응한다** : VNG는 공부하고 발전시킬 수 있는 기회만큼 도전을 받아들이는 문화를 구축하려고 확고히 함
 - ② **파트너를 맺는다** : VNG에 있어 협력 관계는 단순히 이익만을 바탕으로 한 팀워크와 협력의 과정이 아니라 신뢰를 바탕으로 지속 가능한 관계를 구축하는 것임
 - ③ **정직함을 존중한다** : 사람들이 서로를 믿고, 정직과 신뢰를 바탕으로 행동할 수 있는 기업 구축이 목표

✔ 경영 목표

- VNG는 향후 5년 동안 '2332'라는 새로운 포부를 세움. '2332'는 2023년을 기점으로 VNG는 전 세계 ZaloPay, VNG Cloud, AI 등 신제품의 이용자를 3억 2,000만 명, 기업 고객은 3,200만 명을 달성하는 것을 목표로 제시한 숫자

✔ 중·장기 발전 전략

• 온라인 게임

- 향후 3년 후 총 매출 10억 달러를 달성하는 것을 장기적인 목표로 하는 글로벌 게임사가 되는 것을 목표로 함
- 특히 태국, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 대만 등의 시장에서 게임 스튜디오에 투자
- 완전히 새로운(시규) 시장에 ZPS(ZingPlay Game Studios) 출시 추진
- 글로벌 제품을 만들기 위해 MPS, ZPS 등 스튜디오 투자를 유지, 발전

• 네트워크 플랫폼

- Zalo는 필수 제품이 되기 위해 멀티 서비스 통합 플랫폼이 될 것으로 전망
- 새로운 물결에 편승하여 인공지능, 빅데이터, 잘로 클라우드(Zalo Cloud) 서비스 등 기업 고객을 비롯한 외부 파트너의 이용을 위한 통신, 메시징 같은 핵심 서비스를 제공함
- Zing MP3, baomoi 등 ZA의 미디어 생태계를 강력한 조직으로 구축함으로써, 데이터, AI를 핵심으로 하는 콘텐츠 기술 기업이 될 것으로 기대함

• 전자 결제 서비스

- ZaloPay는 베트남 생활에 없어서는 안 될 전자 지갑이 될 것으로 전망
- 제품 제작 인력에 투자하고 VNG와 베트남 자체 인재를 양성함
- 비즈니스 성장을 지원하기 위한 기술 개발 지속화
- Circle K에서 ZaloPay 지갑에 입금, ZaloPay 보험 등 새로운 서비스 및 기능 시범

• 클라우드 서비스

- VNGCloud는 국제 표준 클라우드 서비스 수준에 맞추는 플랫폼이 되며, 기술 플랫폼과 제품뿐만 아니라 기술 솔루션 개발과 구축에 집중하여 디지털 전환 문제를 철저히 해결함

2 VNG Corporation 게임 사업



1. 출시/개발 게임

📌 개발 게임 리스트

게임	개발사	국가	출시 년도	장르
Soul Land VNG	CMGE	중국	2022	롤플레이 게임
신와룡(新臥龍)	Tencent	중국	2022	시뮬레이션 게임
Cloud Song VNG	Shivue Game	중국	2021	MMORPG
Swordman 1	KingSoft	중국	2021	MMORPG
One Punch Man	PlayCrab	중국	2021	전략 게임
A Dream of Jjanghu VNG	NetEase	중국	2021	MMORPG
리그 오브 레전드: 와일드 리프트 (League of Legends: Wild Rift)	Riot Games	미국	2020	MOBA
Perfect World VNG	Perfect World Co. Ltd	중국	2020	MMORPG
PUBG	PUBG Studio	한국	2018	배틀로얄
영주 : 백의 연대기 VNG	Tencent	중국	2021	MMORPG
KOF All Stars	Beijing Dragon Punch Storm Technology Co., Ltd	중국	2020	Turn Base ²⁾
Legends of Runeterra	Riot Games	미국	2020	Turn Base
소년명장(少年名將) 3Q	Yoozoo	중국	2020	Turn Base
신소오(新笑傲)	Perfect World Co. Ltd	중국	2020	MMORPG
Swordman Mobile	KingSoft	중국	2016	MMORPG
Valorant	Riot Games	미국	2021	FPS ³⁾ , MOBA
Mobile Legends : Bang Bang VNG	Shanghai Moonton Technology	중국	2018	MOBA
OMG3Q new	BabelTime	중국	2019	Turn Base

2) Turn Base : 플레이어가 다른 플레이어나 컴퓨터와 차례로 한 턱씩 움직이거나 공격하는 게임 장르

3) FPS, First-person shooter : 1인칭 슈팅게임. 자신이 총을 쓰는 사람이 되어 슈팅을 하는 컴퓨터 게임

게임	개발사	국가	출시 년도	장르
명장(名將) 3Q VNG	Hangzhou Yoka Network Technology	중국	2020	Turn Base
Call of Duty : Mobile VN	Tencent	중국	2020	FPS
뮤 Awaken VNG	Webzen	한국	2018	MMORPG
OMG 3Q	BabelTime	중국	2017	Turn Base
Forsaken world	Perfect World Co. Ltd	중국	2021	MMORPG
烈火如歌	Perfect World Co. Ltd	중국	2018	MMORPG
뮤 Strongest VNG	Shanghai Tairen Network Technology	중국	2018	MMORPG
사무라이 대전	Chao Fighters	-	2019	Turn Base
凌云诺	FriendTimes Technology	중국	2020	Turn Base
浮生为卿歌	FriendTimes Technology	중국	2016	Turn Base
선(善)녀 2	NetEase	중국	2020	MMORPG
Mobasaka	Hoolai Games	중국	2018	스포츠
Miracle Nikki	Suzhou DizhiNetwork Technology Co., Ltd	중국	2015	패션
Zingspeed Mobile	Tencent	중국	2018	스포츠
Gunny Mobile	7Road	중국	2014	Arcade
소년 3Q Mobile	Yoozoo	중국	2020	Turn Base
Royal Chaos-Enter A Dreamlike Kingdom of Romance	Suzhou GameFriend Network	중국	2018	롤플레이 게임
Gunpow	VNG Game Studios	베트남	2016	Arcade
天龙八部	Tencent	중국	2019	MMORPG
宫廷计	Suzhou Purple Blaze Network Technology Co., Ltd	중국	2019	Turn Base

[표 4] VNG Corporation 개발 게임
※출처 : VIRAC 자체 조사

✓ VNG의 대표적인 인기게임

No	디지털 음원 플랫폼	출시년도	소개	성과
1	 Swordman	2005	<ul style="list-style-type: none"> 중국에서 온 킹소프트(Kingsoft)가 개발한 온라인 연애킴술게임이 베트남화된 보림전기(Swordman) 게임으로 유통되고 있는 MMORPG 	<ul style="list-style-type: none"> 데뷔 6개월 만에 보림전기(Vo Lam Truyen Ky, Swordman)는 약 470만 개의 활동 계정(약 게이머 커뮤니티의 85%에 해당)을 보유하고 있으며, 동시 게임 접속자 수는 20만 명에 이릅니다. 보림전기는 가장 크고 유명한 이벤트 중 하나로, 4만 명 이상이 참가한 2005년 베트남 호치민시 7군 체육관에서 개최한 보리대회
2	 Gunny	2009	<ul style="list-style-type: none"> 2019년 4월부터 VNG가 베트남에서 출판한 캐주얼과 MMORPG가 결합된 2D 아케이드 계열인 웹 게임 	<ul style="list-style-type: none"> 2010년 베트남에서 200만 명의 플레이어를 달성함 2011년, 건니는 한 번에 20만 게이머 접속한다는 기록을 보유 2015년 1월 18일 VNG는 Gunny Mobi라는 스마트폰 버전을 출시함. 건니모비는 2020년까지 2,000만 다운로드를 기록했는데, 이는 까다로운 좌표 사격 장르의 게임을 보면 상당한 수치임
3	 Sky Garden	2010	<ul style="list-style-type: none"> 캐주얼 게임인데 VNG가 2010년 웹 게임, 2014년 모바일 버전으로 출시하였음 	<ul style="list-style-type: none"> 출시한 지 한 달 만에 2014년 4월 모바일 클라우드 정원은 'Top 1 Trending' 게임이 되었으며, 윈도우폰 출시 일주일 만에 10만 다운로드를 기록함 2016년 동남아시아에서 가장 인기 있는 게임(IMGAs SEA), 2017년 게임 커넥션 아메리카에서 최우수 커뮤니티 게임상을 수상함
4	 Mobile Legends : Bang Bang	2018	<ul style="list-style-type: none"> 상하이 문턴 테크놀로지가 개발하고 배급한 모바일 기반 다중 사용자 온라인 필드 게임. 이 게임은 동남아시아에서 인기를 끌었으며, 2019년 동남아시아 경기 대회(SeaGame)에서 정식 종목으로 선정됨 	<ul style="list-style-type: none"> 2019년 모바일 레전드: 뱅뱅 게임의 베트남 선발팀은 모바일 레전드: 뱅뱅 SEA MSC에서 4위 안에 들었으며, 제 30회 SeaGame에서 베트남 대표팀으로 선발되었음
5	 PUBG Mobile	2018	<ul style="list-style-type: none"> 텐센트 게임스 속한 라이트스피드 & 쿼텀 스튜디오가 개발한 배틀로얄 비디오 게임. 'PUBG: 배틀그라운드'는 2018년 3월 19일 안드로이드와 iOS용으로 출시된 모바일 게임 	<ul style="list-style-type: none"> 2019년, PUBGM은 베트남에서 발매된 지 1년 만에 1,300만 건 이상의 다운로드 횟수를 기록하였으며, 등록자는 1,500만 명에 달함

No	디지털 음원 플랫폼	출시 년도	소개	성과
6	CALL OF DUTY MOBILE Call of Duty Mobile	2020	<ul style="list-style-type: none"> '콜 오브 듀티(Call of Duty)'는 1 인칭 슈팅 게임. 2019년 10월 1일 안드로이드 & IOS에서 출시되었으며, 2020년 4월 베트남에서 VNG가 출시하였음 	<ul style="list-style-type: none"> 출시 첫날, 70만 명의 플레이어를 기록했고, 출시 일주일 안 되어서 안드로이드와 iOS 플랫폼에서 콜 오브 듀티: 모바일은 200만 명 이상의 게이머를 달성함 베트남 앱 스토어와 구글 플레이 앱 스토어에서 최고의 무료 모바일 게임 목록에 계속 올랐음

[표 5] VNG 개발한 대표 인기 게임

※출처 : VIRAC 자체 조사

2. 게임 관련 국제 협력

④ VNG와 Riot Games 간의 협력

- 2020년 2월 VNG는 베트남 시장에서 이 회사의 게임을 출시하기 위하여 라이엇게임즈(Riot Games)의 전략적 파트너가 되었음. 라이엇게임즈(Riot Games)는 캘리포니아(California), 웨스트 로스앤젤레스(West Los Angeles)에 위치하는 비디오 게임 대회의 미국 개발사이자 배급자와 주최자임. 라이엇게임즈(Riot Games)의 주요 게임 중 하나인 리그 오브 레전드(League of Legends)의 2017년 매출액은 21억 달러 이상 도달함
- VNG와 라이엇게임즈(Riot Games) 간의 협력 첫 프로젝트는 컬렉터블 카드 게임인 레전드 오브 룬테라 (Legends of Runeterra)임



[그림 1] VNG와 Riot Games 협력 개발 게임

※출처 : VIRAC 자체 조사

④ VIRESA와 VNG 협력 동남아시아 e스포츠 챔피언십 SEA EC 2021 개최

- 2021년 10월 베트남 e스포츠협회(VIRESA)는 VNG 주식회사와 협력하여 2021년 동남아시아 e스포츠 챔피언십(SEA EC 2021)을 개최한다고 발표함
- 2021년 동남아시아 e스포츠 챔피언십(SEA EC 2021)은 배틀그라운드 모바일(PUBG Mobile), 리그 오브 레전드: 와일드 리프트(League of Legends: Wild Rift)와 발로란트(VALORANT)의 3가지 종목으로 온라인 형태로 개최됨. 이번 대회 3개 종목 중 2개는 제 31회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 31)의 메달을 따는 종목임. 따라서 SEA EC 2021은 큰 연례행사의 첫 대회일 뿐만 아니라 제 31회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 31)를 앞두고 e스포츠 선수들에게도 경험, 경쟁 기회가 될 것임



[그림 2] 동남아시아 e스포츠 챔피언십

※출처 : VIRAC 자체 조사

☑ VNG 는 해긴(HAEGIN)에 투자 추진

- 2022년 3월 VNG는 플레이투게더(Play Together) 게임의 '친아버지'이자 한국의 코스닥에 상장된 최초 모바일 게임 회사 해긴(Haegin)에 투자하기로 함. 이 정보는 VNG 유니콘이 공식적으로 메타버스 부문에 진출한다는 점에서 게임 기술계에 큰 파문을 일으켰을 뿐만 아니라 당시 플레이투게더(Play Together)가 매우 인기 있는 게임이어서 게임 커뮤니티의 관심도 큼
- 2022년 5월 16일까지 플레이투게더(Play Together)의 공식 팬 페이지는 이 게임이 VNG를 통하여 베트남 시장에 출시될 것이라고 발표함



[그림 3] VNG와 HAEGIN 투자

※출처 : VIRAC 자체 조사

3. 대표적인 게임 행사와 토너먼트

☑ 게임 커뮤니티에 대한 선입견을 변화시킨 배틀그라운드 모바일 스프린트(PUBG MOBILE SPRINT) 이벤트

- 공동체를 위한 달리는 '배틀그라운드 모바일 스프린트(PUBG MOBILE SPRINT)'는 배틀그라운드 모바일 커뮤니티와 VNG 회사가 공동 주최하는 베트남 최초의 자선 모금 행사임. 이는 불행히도 선천이나 사고로 인해 생식기 결함이 있는 베트남 어린이들에게 생식기 재건 수술 기회를 제공하는 목적으로 Tran Mai Anh 기자가 설립한 'Thien Nhan & Friends' 자선 기금에게 기금을 마련하는 운동임
- 이벤트는 2019년 11월 16일부터 11월 24일까지 배틀그라운드 모바일(PUBG Mobile) 게임과 호안끼엠 호수 보행자 거리의 오프라인 행사에서 진행하게 됨. 이 행사를 통하여 'Thien Nhan & Friends' 기금에 3억 5천만 동 이상을 모금되었음



[그림 4] PUBG Mobile Sprint

※출처 : VIRAC 자체 조사

❖ 360MOBI 챔피언십 시리즈 대회

- 2018년 Mobile Legends: Bang Bang VNG는 전국적인 규모의 프로 대회 360MOBI 챔피언십 시리즈 시즌 1를 통하여 베트남에서 출시함. 이는 이 게임을 베트남에서 가장 인기 있는 e스포츠 게임으로 되는 첫 번째 전환점으로 여김
- 베트남에서 새로 출시된 게임이라는 상황에서 개최되는 것은 처음이지만 통계에 따르면, 360MOBI 챔피언십 시리즈 시즌 1가 수백만 명의 온라인 시청자와 결승전에서 직접 오고 응원하는 수만 명의 게이머를 유치하고 게임 산업의 미디어 채널에 높이 평가를 받게 됨. 이는 Mobile Legends: Bang Bang VNG가 360MOBI 챔피언십 시리즈 시즌 2를 지속적으로 개최하는 원동력이 됨



[그림 5] 360MOBI 챔피언십 시리즈

※출처 : VIRAC 자체 조사

❖ 오토체스 베트남 챔피언십 2019(ACVC)

- 베트남에서 VNG가 공식 출시한 후 오토체스 베트남은 베트남 게이머를 위한 총 상금이 최대 1억 3,000만 동이며, 상하이 인비테이셔널 결승전 티켓을 받은 기회로 첫 번째 대회가 개최되었음
- 결국 GG.Eirat Nguyen Hoang Giang 선수가 5경기 만에 승점 28점으로 우승을 차지함. 이 결과로 Hoang Giang은 베트남을 대표하여 상하이에서 개최되는 국제 오토체스 대회에 출전하는 선수가 됨



[그림 6] Autochess Vietnam Championship
※출처 : VIRAC 자체 조사

✔ Zingspeed National Cup Season 1

- ZingSpeed Mobile 이 베트남에서 1 주년을 맞이하는 이벤트 중 하나로 개최하는 ZingSpeed National Cup 시즌 1 대회는 기간 한정 놀이터 역할이외에 미래의 제품개발 방향모색의 기회
- 대회 총상금은 현금, 기념품, 트로피와 게임 내 아이템을 포함하여 최대 5억 동에 달함. 특히 챔피언은 2,500 만동과 ZingSpeed 모바일의 특별판 티셔츠를 받게 됨



[그림 7] Zingspeed National Cup Season 1
※출처 : VIRAC 자체 조사

✔ 2021 년 발로란트 챌린저스

- 발로란트 챌린저스(VALORANT Challengers)는 VNG 배급자가 개최한 베트남 발로란트(VALORANT) 게임의 공식 프로 대회. 이는 북미, 유럽, 일본, 라틴 아메리카, 독립국가연합(CIS), 터키, 브라질, 한국과 동남아 등을 포함하여 가장 강력한 대표자를 선발한 후 2021년 말에 열리는 발로란트 세계 결승에서 서로 경쟁하기 위하여 전 세계 지역에서 개최되는 발로란트 챌린저스 투어(VALORANT Champions Tour) 시스템에 속한 대회임



[그림 8] Valorant Challengers 2021
※출처 : VIRAC 자체 조사

☑ 베트남 배틀그라운드 모바일 프로 리그

- 베트남 배틀그라운드 모바일 프로 리그 시즌 4(PMPL VN S4)는 2021 배틀그라운드 모바일 전국 챔피언십(PMNC 2021)에서 등장한 새로운 얼굴들로 극도로 치열하고 놀라움이 가득한 시즌이 될 것으로 예상됨
- PMPL S3의 상위 8개 팀 특히 PMPL S3 현역 챔피언인 D'Xavier와 PMPL S1 전 챔피언인 BOX Gaming의 참여 외에 e스포츠의 가장 권위 있는 경기장인 2021년 베트남 배틀그라운드 모바일(PUBG Mobile VN) 시즌 4에서 PMNC의 12개의 젊고 재능 있는 팀을 맞이함. 이는 젊은 얼굴이 돌파하고 '다른 승리의 세대'를 만들 수 있는 기회임. 총 상금은 최대 18억 동으로 PMPL S4 대회는 베트남에서 전문적이며 가장 큰 상금을 보유한 배틀그라운드 모바일(PUBG Mobile) 대회임
- 챔피언십 타이틀과 거대한 상금 외에 프로 리그(Pro League)강 탑 1와 베트남 결승전(VN Finals)강 탑 3는 SEA 챔피언십에 참여하는 티켓을 얻을 수 있음



|그림 9| PUBG Mobile Pro League Vietnam
※출처 : VIRAC 자체 조사

4. VNG의 2021년 주요 성과

☑ 온라인 게임

17개의 신규 출시 게임
2천만 명의 월간 사용자
2020년 대비 매출 성장 29%



|그림 10| VNG의 진입 시장
※출처 : VIRAC 자체 조사

- 2021년 VNG는 17개의 새로운 게임을 출시하며 전년 대비 매출 성장이 최대 29%를 도달하고, 2천만 명의 월간 실 사용자를 보유하고 있음. 풍부한 데이터 자원과 숙련된 운영팀의 강점을 바탕으로 VNG의 이러한 온라인 게임은 베트남, 대만, 태국, 인도네시아, 필리핀, 싱가포르, 말레이시아 등 7개국에 출시하게 되었음
- 주요 성과를 요약하면 다음과 같음
 - **리그 오브 레전드**: 와일드 리프트(League of Legends: Wild Rift) 게임은 애플 스토어 어워드(Apple Store Award)에서 '2021년 올해의 게임(Game of year 2021)'으로 선정됨
 - App Annie 주관 'Top Publisher Award'를 수상함
 - 2021년 MMA SMARTIES Awards 내 이노베이션(Innovation) 항목과 크로스 모바일 인테그레이션(Cross Mobile Integration)의 금상을 수상함
 - 클라우드 송(Cloud Song)은 6개국에서 같은 날 출시하여 이용자수 170만명으로 돌파하였음

📌 게임 개발 부문

- 2021년 VNG에서 11개의 신제품을 출시하였으며, 베트남 시장에서 매출액은 20%, 이용자는 10% 성장함. 또한, 20개의 해외 시장으로 진출해 왔으며, 향후 러시아, 인도, 인도네시아, 아르헨티나 등으로 진출할 계획을 갖고 있음
- VNG의 게임 개발 부서인 징 플레이 스튜디오(ZingPlay Studio)는 SEA, LATAM, MENA 등 전 세계 15개국에서 약 100개의 게임을 운영하고 2021년 2천만 명 이상의 글로벌 월간 사용자를 도달하였음. 베트남 시장에서만 징 플레이 스튜디오(ZingPlay Studio)는 2020년 대비 사용자의 10%이고 매출액의 20%로 증가하는 것을 기록함
- VNG에서 데드 타겟(Dead Target) 게임을 개발한 MadPoly Studio는 총 매출액 성장률의 최대 46%를 기록하였으며, 특히 중앙아프리카, 서아프리카, 남아프리카, 카리브해, 중앙아메리카, 호주 및 뉴질랜드 등과 같은 시장에서 활발하게 발전해 왔음



VNG Corporation을 만나보다



VNG Corporation Vo Nhu Y(버 느으 이) 게임본부장

INTERVIEW NOTE

인터뷰 취지

이 인터뷰는 베트남에서 VNG 게임을 출시하는 현황과 VNG 전문가의 시각을 통해 베트남에서 한국 게임에 대한 실제 평가와 개발 전망에 대해 심층 논평을 하는 목적으로 진행함

인터뷰는 Vo Nhu Y 게임 스튜디오 팀의 사업 개발 겸 게임 출판 본부장에게 의뢰함. Vo Nhu Y 본부장은 VNG Corp 에서의 13년 근무경력을 포함하여 베트남 게임 산업분야에서 15년 동안 종사함

인터뷰 내용은 (1) VNG Corp 의 게임 출시 현황과 (2) VNG 의 게임 개발 방향 및 국제 협력 특히 한국 기업과의 협력 두 가지 주제로 구성됨

대상자 소개

- | | |
|-----|---|
| 성 명 | Vo Nhu Y |
| 소 속 | VNG Corporation |
| 업 무 | <ul style="list-style-type: none"> • 2018.2~현재: 사업개발본부장 • 2013.1~현재: 게임 스튜디오 팀장 • 2009.1~2012.12: 게임제작팀 과장 |

INTERVIEW Q & A



《VNG Corporation 게임 출시 과정》에 대하여!

Q 게임을 출시하기 위한 단계는 무엇인가?

- A 첫 번째는 **시장 조사**. 이 단계에서 VNG는 베트남 시장에 적합한 고품질 게임을 찾기 위해 시장 조사를 진행함. 사업 개발 부서의 연락을 기반으로 다른 국가의 게임 스튜디오나 게임 제작업체에 연락하고 새로운 제품에 대한 정보를 수집하거나 잠재적인 게임 소스를 구축하기 위해 수행하는 선행단계
- A 두 번째는 **테스트 게임**. 소스에서 만족스러운 게임을 선택한 후 보고서를 제출하기 위하여 게임 장르에 적합한 사업 부서에게 게임 테스트를 요청함
- A 세 번째는 **보고서**. 제품에 대해 미리 정의된 기준에 따라 테스트된 제품에 대한 전반적인 평가를 내림. 어느 정도의 시장을 위해 돈을 번 능력뿐만 아니라 품질, 적합성 등에 대해 채점하며 결론을 내림
- A 네 번째는 **입찰**. 베트남 시장에 도입하여 출시하고자 하는 게임은 많은 당사자가 접근하면 구매할 수 있기 위하여 입찰 과정을 진행함. 경쟁이 없는 경우 계약서와 허가서 비용에 대한 상의를 시작할 수 있음
- A 다섯 번째는 게임 전체를 배급자에게 판매하지 않고 **배급 프랜차이즈 형태로** 베트남에서 게임을 출시하는 **계약을 체결함**. 일반적으로 계약서 기간은 1~2 년이고, 계약 종료 시 제작 업체는 원하는 경우 계속 서명하지 않고 베트남의 다른 배급자에게 양도할 수 있는 권리가 있음
- A 여섯 번째는 **현지화**. 계약 체결 후 제작 업체는 베트남에 게임 소스를 제공하며 환경과 서버를 설치한 후 배급자는 게임을 현지화하며 베트남어로 번역하고 일치된 범위 내 게임 콘텐츠를 조정함
- A 일곱 번째는 **시스템 통합**. 현지화와 병행하여 기술, 서버, 결제 시스템, 로그인 등을 통합함
- A 여덟 번째는 **G1 허가증**을 신청하는 것. 현지화와 시스템 통합 단계를 완료한 후 배급자는 베트남 시장에서 게임을 출시하기 위해 정보통신부에 G1 허가증을 신청하게 됨
- A 아홉 번째는 **온라인 마케팅과 홍보(PR)**. 허가증을 취득한 후 게임에 대한 정보를 시장에 게시하고 홍보와 이벤트 등을 촉진함. 허가증이 없는 기간에도 새로운 플레이어를 유치하기 위하여 광고, KOLs(Key Opinion Leaders) 예약, 소재 등에 대한 내용을 준비함
- A 열 번째는 **정식 발매(런칭)**. 보통 오픈 베타(Open Beta)라고 하며, 많은 플레이어가 체험할 수 있도록 게임을 공식적으로 오픈. 플레이어를 유치하기 위하여 게임 기능과 이벤트도 충분히 개최함
- A 열한 번째는 **고객 유치**. 마케팅과 소셜 이벤트를 통해 새로운 플레이어를 계속 유치함. 이의 주요 목적은 오픈 베타 이후 적합하지 않거나 기타 여러 이유로 게임을 종료하는 기존 사용자가 있기 때문에 대규모 게임 커뮤니티를 유지하면서 게임에 들어온 사용자 수를 확보되도록 하는 것임
- A 열두 번째는 **화폐화임**. 런칭 기간 1~2 개월 지난 후 게임 내에 카드를 충전하는 이벤트로 "흡혈"을 촉진함. 출시 때 이러한 이벤트가 있었지만 이 단계만큼 인기 있지 않고 촉진하지 않았음

Q VNG는 게임 출시를 선택할 때 어떤 요소를 고려하나?

- A** 출시할 게임 콘텐츠를 선택할 때 VNG 는 주로 시장 동향과 당시 플레이어의 수요를 바탕으로 결정을 내림. 또한 베트남인과 중국인의 게임 습관이 비슷하기 때문에 VNG 는 중국 게임 시장을 주목하며 지속적으로 업데이트하여 새로운 게임을 베트남 시장에 도입하는 데에 주력함
- Q** 게임 출시 중 흔히 발생할 문제는 무엇인가?
- A** VNG 의 게임을 포함하여 베트남에서 출시되는 온라인 게임은 대부분 수입산으로, 이는 배급자가 비용과 시간을 절약하며 많은 사업 기회를 창출하는 데 도움이 되지만 배급자에게 많은 부담을 주기도 함. 예를 들면 사람들에게 게임의 접근 가능성을 증가시키기 위한 콘텐츠 검열, 운영과 게임 홍보 및 마케팅 등과 같은 것. 게임을 구매하거나 수입하기 위하여 개발자와 협상하는 것은 배급자 특히 VNG 의 애로사항 중 하나임. 그다지 유명하지 않은 게임의 경우 주목할 만한 요소는 가격과 개발자와 접촉하는 시간
- A** 텐센트(Tencent), 킹소프트(Kingsoft), 라이엇게임즈(Riot Games), 슈퍼셀(Supercell), 블리자드(Blizzard) 등과 같은 세계적인 기업이 개발하며 성공적인 역사를 가진 줄거리와 캐릭터 라인을 바탕으로 장수할 것으로 예상되는 게임의 경우 개발자가 가격에 대해 고려하지 않고 주재국에 배급자의 명성, 경험과 게임 출시계획 등 3 가지 요소를 고려함
- A** 정보통신부의 규정에 따르면, 온라인 게임은 인터넷 플랫폼에서만 배포할 수 있지만 이는 점차 접근하기 어렵고 비용이 많이 드는 환경. 게임 산업의 타겟 고객층은 젊은 세대이며 그들은 새로운 트렌드를 빠르게 파악하고 업데이트하므로 항상 변화하고 충성도가 낮고 새로운 게임을 지속적으로 체험하는 경향이 있음. 따라서 많은 게임 사업의 마케팅 캠페인은 몇 주, 심지어 며칠 또는 몇 시간 동안만 형성됨. 뿐만 아니라 마케팅 팀은 잠재 고객의 화면에 제품이 표시되는 빈도를 유지하기 위하여 노력해야 함. 위에 언급한 부담과 광고 캠페인을 신속하고 지속적으로 진행하는 것은 게임을 출시하기 위한 총 비용 증가로 이어질 것임
- Q** 게임이 서명된 후 출시되기까지 시간이 얼마나 걸리는가? 그리고 가장 시간이 걸린 단계는 무엇인가?
- A** 게임 현지화(Game Localization)와 게임 정식 출시를 위한 VNG 의 평균 시간은 약 3 개월임. 그 중 가장 시간이 많이 걸리는 단계는 번역 작업, 텍스트 편집, 각 나라의 문화적 특성에 맞는 역양 등을 포함하여 현지화임. 실제로 게임 현지화(Game Localization)라는 용어는 종종 번역(Translation)으로 착각됨. 그러나 이는 번역보다 훨씬 더 큰 업무에 대한 책임을 담아내는 개념임. 게임 현지화는 게임의 모든 요소를 계층화하는 것으로 향하여 각 타겟 시장의 문화를 탐구하고 이해하기 쉽고 매력적이며 플레이어의 감정과 사업 측면의 가능성 조화를 이룬 게임을 만들기 위하여 노력해야 함. 이는 플레이어의 체험을 향상시키면서 게임 개발자가 사용자와 좋은 관계를 세우고 유지하는 효과적인 방법이 됨
- Q** 게임 출시 과정에 참여하는 부서가 어디이고, 실제 인원수는 어느 정도인가?
- A** VNG 는 각 제품의 규모에 따라 프로젝트에 참여할 인력 수를 결정하며 보통 담당자가 약 15~20 명이 있음. 기본적으로 각 제품에는 프로젝트 관리(Project Management), 마케팅, 제품 운영(Product Operation), 커뮤니티 등의 기본 부서가 참여하게 됨. 고객 서비스(Customer Service), 서버와 시스템 등의 기술 운영(Technical Operation), 그래픽 디자인과 웹 서비스 등의 웹 운영(Web Operation) 등의 지원부서도 있음. 게임이 출시된 후 게임의 유지 담당자는 약 5 명만 있으며 그 외에 추가로 협력자가 있거나 2-3 개의 다른 게임을 동시에 출시할 것임
- Q** 게임은 어떤 결과를 얻었을 때 성공적인 것으로 간주되나?
- A** 성공이란 설정된 당초 목표와 목적을 달성하거나 넘기는 것을 뜻함. 각 장르, 제품, 단계 또는 기업에 대한

목표와 목적은 다름. 매출액, 일간 또는 월간 활성 사용자 수, 고객 유지율 등이기도 함. 또한 성공적인 게임 제품은 건강성 보장, 즐겁고 연계하며 지속 가능한 커뮤니티 플랫폼에 정기적이고 많은 플레이어를 보유하는 등과 같은 요소를 갖추어야 함. 이를 위해서는 제품의 현재 상태와 향후 개발 상황을 평가하는 것이 매우 중요함. 그 제품이 현재 베트남 사용자에게 적합할 수 있지만 미래에는 어떻게 변화되는지 배급자의 사업 지향과 운영 방향과 일치될 수 있는지, 게임 개발자의 능력은 기술이나 그래픽의 급격한 변화를 충족할 수 있는지 등과 같은 것은 베트남에서 게임을 출시하기로 최종 결정하기 전에 신중하게 고려해야 할 요소임

Q VNG의 게임이 현재의 성공을 달성하는 데 어떤 유리한 조건이 도움이 되나?

A 게임의 성공은 주로 '게임 커뮤니티'에서 VNG 명성에 기인한다는 것을 부인할 수 없음. VNG의 강점은 다음과 같음. VNG는 시장에서 출시된 게임의 수가 가장 많음. VNG는 강력한 게이머 커뮤니티를 구축함. 파트너와 긴밀하고 장기적인 관계를 활용하고 유지함. 신뢰가 높고 새롭고 고품질의 게임에 접촉하는 데 일정한 우선 순위가 있음

Q 게임 출시 후 어떤 어려움과 애로사항을 겪을 수 있는가?

A VNG뿐만 아니라 어떤 배급자라도 런칭 단계 이후 기존 고객을 유지하고 새로운 고객을 발굴하는 데에 직면해야 함. 이를 위하여 배급자는 게임 콘텐츠가 재미있는지, 이벤트가 매력적이고 균형 잡혀 있는지, 고객 서비스가 좋은지 등과 같은 문제를 해결해야 함

《VNG Corporation 게임 개발 방향과 국제 협력 전략》에 대하여!

Q VNG의 게임 개발 방향은 어떻게 진행되고 있나?

A 최근 몇 년 동안 VNG는 모바일 레전드 : Bang Bang(Mobile Legends:Bang bang), 은 배틀그라운드 모바일(PUBG Mobile), 콜 오브 듀티(Call of Duty) 등과 같은 e 스포츠 트렌드 게임에 많은 투자를 하였음. 그 전에는 VNG가 3Q Onion 또는 CrossFire Legend와 같은 많은 e 스포츠 게임을 성공적으로 출시하였는데, 이는 베트남뿐만 아니라 전 세계 게임 배급자의 공통 추세임

A 실제로 VNG의 강점 게임인 온라인 롤플레이 게임에 비해 e 스포츠는 많은 시간과 카드 충전이 필요하지 않음. 롤플레이 게임 장르의 경우 아이템이 캐릭터의 명성과 힘이 되므로 플레이어는 시간이나 돈을 투자해야 함. 반면 e 스포츠의 경우는 스킬 요소가 강조되어 e 스포츠의 아이템은 보통 외형적이며 캐릭터의 힘에 영향을 미치지 않음

A 따라서 VNG는 매출액이 높은 롤플레이, 카드와 전술 게임을 개발하는 것 외에도 VNG가 출시한 게임 플레이어 커뮤니티를 확장하기 위하여 e 스포츠 게임도 확장할 예정임

A 그러나 e 스포츠 시장은 성공적인 게임으로 점유하고 있기 때문에 새로운 e 스포츠 게임 출시는 플레이어 유치에 어려움을 겪을 수도 있음. 게임 출시와 병행하여 VNG의 강점은 게임 개발이지만 VNG의 성하는 게임은 대부분 해외 시장에 알려져 있음

Q 한국 게임 작품에 대해 평가하신다면?

A 베트남에 온라인 게임을 도입한 첫날부터 한국 게임은 항상 높은 평가와 인기 얻어왔음. 당시 중국에는 양질의 게임이 많지 않고 기술도 많이 뒤져 있지만 불과 몇 년 후 베트남에서 한국 게임은 중국 게임보다 점차 열등하게 되었는데, 그 이유는 플레이어와 배급자 모두의 이유 때문

A 플레이어의 관점에서 볼 때 다음과 같은 몇 가지 이유가 있을 수 있음. 한국 게임은 높은 구성이 필요하고

게임 플레이의 콘텐츠가 복잡하여 플레이어가 게임을 자세히 연구해야 함. 또한 사용자 추세는 보통 무협 게임이나 전투 게임을 더 선호함

- A** 배급자 입장에서 보면 가장 큰 이유 중 하나는 한국 게임 개발자에 따라 제품을 조정하는 데 어려움을 겪은 것임. 한국 게임 개발자는 제품을 보호하고 변화를 받아들이지 않는 반면에 중국 개발자는 이를 잘 수행함. 또한 세계에서 가장 인구가 많은 국가로서 중국 게임 제품은 서버 설정 및 관리가 간단하고 훨씬 더 나은 성능을 제공함. 중국 게임 개발자는 많은 플레이어가 참여할 때 게임의 품질을 보장하기 위하여 항상 게임 성능을 최적화해야 하는 사고가 있음. 반면에 한국 게임은 세계 3 위의 인터넷 시스템을 바탕으로 구축되어 있기 때문에 낮은 인터넷 환경을 보유하는 베트남 시장에 도입되면 애로사항이 발생할 것임
- A** 따라서 지난 5년 동안 베트남에 한국 게임의 수는 점차 줄어들었고 기본적으로 몇 가지 캐주얼 게임 장르만 시장 점유율을 유지하고 있지만 플레이어나 매출액에 대해 두드러지지 않음
- Q** 한국 게임과의 협력과 발전 전망은 무엇인가?
- A** VNG 과 베트남의 배급자는 한국의 게임 개발자와 협력해 왔으며 앞으로도 계속 협력할 것임. VNG 는 2022년 초 한국 '유니콘' 게임업체인 해긴(HAEGIN)의 시리즈 B 펀딩 라운드에 참여하였음. 지난 2022년 6월 초 VNG 는 베트남 시장에서 해긴의 플레이투게더(Play Together) 게임의 배급자로 확인되었음
- A** 게다가 현재 한국 게임업체는 베트남 시장에서 일정한 협력 관계를 유지하고 있지만 베트남 게임에 더 집중하고 있음. 실제로 베트남 게임은 한국 업체로부터 투자를 얻고 있으며 많은 한국 업체는 게임 그래픽과 디자인을 진행하기 위하여 베트남 조직이나 개인을 외부에 위탁(outsource)하고 있음
- Q** 베트남 게임 시장으로 진출하기 위해 한국 게임 개발사에 줄 조언은 무엇인가?
- A** 베트남 게임 시장은 너무 높은 경쟁 수준에 있으며 이러한 상황의 원인은 다음과 같음

 - 베트남 게임 시장은 매년 10% 이상의 성장률로 빠른 성장하고 있는 것으로 평가
 - 베트남의 1인당 게임 지출은 높은 편이고 동남아시아에서 가장 큰 모바일 게임 시장인 태국과 비슷함
 - 중국은 국내 시장에서의 게임 인가를 강화하고 있어 중국 게임 개발업체들이 주로 태국과 베트남 등 해외 시장을 잠식하고 있음. 따라서 베트남 게임 시장은 더욱 치열한 경쟁이 예상됨
- A** 따라서 한국 기업들은 베트남에 적합한 게임 제품보다 현지화 외에도 베트남 시장에 대한 접근 방식을 바꿀 필요가 있음
- A** 한국 기업들은 한 무리의 베트남인이나 기업에 대한 투자를 통해 중국 같은 베트남 게임 시장에 접근하는 방법을 배울 수 있음. 회사는 베트남에서 게임을 출시하기 위해 게임을 출시하는데, 이는 성공하기 쉽고 더 높은 효과를 가져올 것임. 중국이 베트남에 자체 투자한 중국 게임 퍼블리싱에 베트남에서 유명한 성공한 기업 중 하나가 100도 주식회사. 실제로 중국은 수년간 국내 시장에서의 게임 인가를 강화하고 있어 중국 게임 개발업체들이 태국과 베트남을 중심으로 해외 시장을 잠식하고 있음. 따라서 베트남 게임 시장은 더욱 치열한 경쟁이 예상됨
- A** 한국 게임 제품은 베트남에서 플레이어들의 트렌드와 취향에 맞게 더 유연하게 구축하고 변경해야 함. 게임 방법 간소화 게임을 더 빠르고 쉽게 즐길 수 있는 게임임

베트남 비즈니스센터 담당자 연락처

홍정용 센터장	+84-39-226-4093	hongjy84@kocca.kr
도투응언 대리	+84-24-3202-2488	dothungan1004@kocca.kr

베트남 콘텐츠 산업동향

2022년 8호

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	홍정용 센터장 (베트남 비즈니스센터)
집필자	Vu Duc Minh Hieu / VIRAC
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2022년 7월 19일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”