베트남 대표 게임 퍼블리셔 VTC Intecom 부사장 인터뷰

VTC Intecom은 베트남 국영 기업 VTC의 계열사로, 정부 산하의 유일한 게임 퍼블리셔. 전 세계 50여 개 국가의 파트너와 협력하며 다양한 게임을 유통

베트남은 평균연령이 35세 이하일 정도로 젊은 층이 많고, 인터넷 이용률이 80%에 달해 게임시장이 급성장하고 있는 중임. 또한 e스포츠에 대한 관심도 높아지고 있는데, VTC Intecom은 이미 10년 전부터 e스포츠 관련 사업을 진행하고 관련 협회도 공동 설립했음

VTC Intecom의 Mr. Tung 부국장(vice director) 인터뷰를 통해 베트남 게임 산업과 VTC Intecom의 퍼블리싱 사업 현황에 대해 알아보고, 베트남에 진출하려는 한국 기업들을 위한 제언을 듣고자 함

기업 소개

Q. VTC Intecom과 부사장님에 대한 소개를 부탁드립니다.

2006년에 설립된 VTC Intecom(이하 VTC 인테콤)은 베트남 최고의 온라인 게임 퍼블리셔 중 하나이며, 온라인 결제 플랫폼과 e스포츠 사업도 진행하고 있습니다. 동사는 베트남 국영 기업인 VTC의 계열사로, 정부 산하 유일한 게임 퍼블리셔이기 때문에 베트남에서 독보적인 입지를 갖고 있습니다. 현재 VTC 인테콤은 한국, 중국, 미국, 유럽 등의 50여 개 파트너사와 협력해 왔습니다

〈VTC 인테콤의 Tung 부국장〉

저는 VTC Intecom의 부국장(vice director)인 Nguyen Thanh Tung 이며, 비즈니스, 마케팅 및 미디어 분야에서 19년의 경력을 갖고 있습니다. 업무 시간 외인 저녁 시간대에는 DJ 활동을 하고 있으며, 베트남 전문 DJ 20위 안에 들기도 했습니다.

VTC INTECOM

홈페이지: https://intecom.vtc.vn/

대표 전화: (+84) 24-4455-1530

대표 이메일: contact.intecom@vtc.vn

인터뷰이: Mr. Tùng / Vice Director

베트남 게임시장 현황

Q. 베트남 게임시장의 동향에 대해 알려 주십시오.

최근의 시장 보고서에 따르면 2022년 베트남 게임시장 매출은 약 5억 달러에 달했으며, 연간 성장률이 약 7.76% 이릅니다. 또한, 베트남은 전 세계에서 게임 다운로드가 가장 많은 상위 10개 시장에 속하는데, 성공적인 게임은 일일 다운로드 수가 5만~6만 회에 달하고 있습니다. 이는 베트남 국민의 80%가 인터넷에 연결될 정도로 게임에 대한 접근성이 좋아지고 있고, 베트남 인구의 평균연령이 35세 이하일 정도로 게임을 이용할 의향이 높은 젊은이들이 많기 때문입니다.

특히 베트남에서 e스포츠는 매우 빠르게 발전하고 있습니다. VTC 인테콤은 10여 년 전부터 e스포츠 관련 사업을 시작했으며, 베트남 오락전자스포츠협회(VIRESA)도 공동 설립했습니다. 일반적으로 게임은 스킬 게임과 유료 게임으로 구분할 수 있는데요, 유료 게임에서는 플레이어가 더 많은 돈을 지출할수록 경쟁에서 승리하기가 더 쉬워집니다. 반면, 스킬 게임은 기술과 전략을 사용하여 승리하는 게임으로, e스포츠에 적합합니다.

VTC 인테콤은 〈오디션(Auditon)〉이나 〈피파 온라인(FIFA Online)〉과 같은 e스포츠를 지원하고 있는데요, 특히 VTC 인테콤이 2006년부터 제공한 한국 게임 〈오디션〉은 아직도 많은 인기를 얻고 있어서 2023년 9월에는 역대 최대의 동시접속자 수를 기록하기도 했습니다. 〈오디션〉은 최신 패션 트렌드와 음악으로 업데이트되기 때문에 결코 시대에 뒤떨어지지 않으며, e스포츠가 되기 위한 모든 요소를 갖추고 있습니다. 사실 〈오디션〉은 VTC 인테콤이 퍼블리싱한 가장 성공적인 게임 중 하나입니다.

〈 VTC 인테콤이 퍼블리싱한 한국 게임 '오디션' 홈페이지 〉

VTC 인테콤은 다양한 국가의 게임업체들과 협력하고 있는데, 한국의 경우 위메이드(WeMade), 넥슨(Nexon), 넷마블(Netmarble), 그라비티(Gravity) 등이 대표적인 파트너사입니다.

Q. 해외 게임의 퍼블리싱 방식에 대해 설명해 주십시오.

VTC 인테콤은 독점 퍼블리싱과 합작 퍼블리싱 방법을 모두 활용하고 있습니다. 독점 퍼블리싱의 경우 한국 파트너사가 게임을 제공하면 VTC 인테콤은 많은 베트남 사람들이 해당 게임을 플레이할 수 있도록 가장 적합한 마케팅, 운영 및 비즈니스 캠페인을 전개합니다. 파트너사는 게임 콘텐츠를 개발하고 업데이트하기만 하면 됩니다.

반면, 합작 퍼블리싱은 파트너사가 베트남에서 게임을 출시할 때 일부 작업은 직접 수행하고, 나머지는 VTC 인테콤이 수행하는 형태입니다. 예를 들어, 베트남에서 게임을 서비스하기 위해서는 라이선스 획득과 같은 법적 절차, 지불 프로세스 구축, 현지화, 게임 운영, 마케팅, 고객 관리, 커뮤니티 개발, 서버 구축 등과 같은 작업이 필요합니다. 이때 파트너사는 VTC 인테콤에 법적 절차 진행 지원을 맡기고 나머지 작업은 직접 수행할 수 있습니다.

한국 게임업체의 베트남 진출 시 유의 사항

Q. VTC 인테콤과 협력할 때 한국 기업이 유의해야 할 사항이 있으실까요?

게임에 특화된 내용보다는 베트남 기업과 협력할 때 유의해야 할 사항을 말씀드리겠습니다. 우선, 한국 파트너들은 문화적, 인간적 차이에 주의를 기울이는 것이 중요합니다. 베트남 사람들은 일과 삶의 균형을 추구하는 경우가 많지만, 한국 사람들은 워커홀릭이 많고 야근도 많이 합니다. 또한 게임 퍼블리싱에는 팀워크가 필요하기 때문에 베트남 사람들과 협력할 때 의사소통 조율이 필수입니다.

베트남은 지리적 위치가 동남아시아의 관문에 위치해 있어서 세계 각국의 많은 기업들이 베트남 기업과 협력하고 있습니다. 이로 인해 베트남 사람들은 다양한 국가의 제품과 서비스를 접할 수 있고 선택의 폭이 넓어서 특정 제품에 대한 충성도가 높지 않습니다. 물론, 베트남 사람들은 한국 제품을 굉장히 좋아합니다. 특히 현대, 삼성, 이니스프리 등의 브랜드와 같은 전자, 장비, 식품, 화장품 등 분야에서 더욱 그렇습니다. 일반적으로 대부분의 한국 제품은 가격에 비해 품질이 상당히 좋기 때문입니다.

그리고 베트남은 한국인들은 많이 이용하는 네이버와 카카오톡 이용자가 매우 적습니다. 따라서 베트남에서 효과적인 마케팅을 하고 베트남 소비자들에게 접근하기 위해 적합한 플랫폼이 무엇인지 연구해야 합니다.

이 외에도 베트남의 법률제도는 많은 부분이 새롭게 개편되고 수정되고 있습니다. 때문에, 한국 기업이 베트남에 와서 등록 절차 등을 완료하고자 할 때, 당초 생각했던 것과 다르고, 절차 과정이 지연되는 경우가 많다는 점도 알아두셔야 합니다.

Q. 마지막으로, 베트남에 진출하려는 한국 업체들에 몇 가지 조언을 부탁드립니다.

한국 기업은 베트남 시장에 진출하실 때, 무엇보다 베트남에서 관련 분야의 평판이 좋고 경험이 풍부한 업체와 협력하는 것이 좋습니다. 베트남의 법률과 인프라, 문화 등이 한국과 다르며, 베트남만의 특징이 있기 때문에 현지화를 하지 않으면 사업하기가 매우 어려울 것입니다.

무엇보다, 한국에서 성공한 제품과 콘텐츠가 베트남에 그대로 진출해도 성공한다고 보장할 수는 없습니다. 현지 인력의 참여를 통해 언어(번역)와 통용 가능한 문화 코드 등을 감안하여 현지화를 해야 하며, 이는 프로젝트에 대한 마케팅과 투자를 확대할 수 있는지 여부를 결정하는 가장 중요한 요소입니다.

※ 인터뷰는 2023년 11월 베트남 하노이에서 진행되었습니다. 인터뷰 내용은 콘텐츠 관련 해외 정보에 대한 국민들의 이해를 높이기 위한 참고사항일 뿐 한국콘텐츠진흥원의 공식 견해가 아니며, 어떠한 법적 효력도 부여되지 않음을 알려드립니다.