휴대형 게임 단말기 컨셉 비교 분석
(게임보이어드밴스 **vs** 지오 **vs** 닉소)

목차

- 컨셉 비교분석(**GBA vs** 지오 **vs** 닉소)
  1. 휴대형 게임기의 마켓 포지셔닝
  2. 게임보이 분석
  3. 닉소게임기 컨셉
  4. 비교 **(**원가,**H/W,S/W,**수익모델,**BEP)**
  5. 시장진입 전략
  6. 시스템사업
  7. 개발 그 이후...
  8. 시장환경의 불리함과 그 대책 **(19 Page)**

- 첨부 : 교육용 컨셉이 나올수 밖에 없는 **5**가지 이유
  (20 ~ 31 page)

1. 휴대형 게임단말기의 마켓 포지셔닝

1. 게임산업 흥행 우선순위

게임시나리오 | 게임 소프트웨어 | 게임 단말기

게임기획
스토리구성
캐릭터창조
게임방식

그래픽
사운드

1위. CD-PC게임
2위. 다운로드-PC게임
3위. 카트리지-P/S류 CD
게임보이류팩

하드웨어 사양

1위. 비디오게임기
2위. 미니게임기
(초저가형, 유행성)
3위. 휴대형게임기

2. 닉소게임기 vs 게임보이(어드밴스)

우위요소로 확보	위험요소	위험요소에 대한 대책
그래픽	LCD 크기	MP3->작게 MPEG->크게
사운드	게임시나리오	게임기 전용 게임 작가 포섭 교육
디자인	게임소프트웨어 양	다운로드로 무차별 인해전술(국내 100여개 업체)
다운로드(양)	게임소프트웨어 질	개발가능성? 여러업체에 경쟁시킴
실용성	게임 산업적 마케팅	영화나 극장애니메이션 스토리 창조
	게임문화	게릴라 전술로 부모인식을 바꿔야함

2. 게임보이 분석

세계 판매현황-1억대 이상

국내 매니아 형성(모임까지)

게임보이 사랑
다수의 게임보이 개인
홈페이지 형성
매니아끼리 게임교환
게임공략방법 교환

다양한 게임 소프트웨어

포켓몬
젤다의 전설
드래곤 퀘스트 몬스터
더킹 96
다마고치
로봇대전
.....

전세계적인 히트 캐릭터

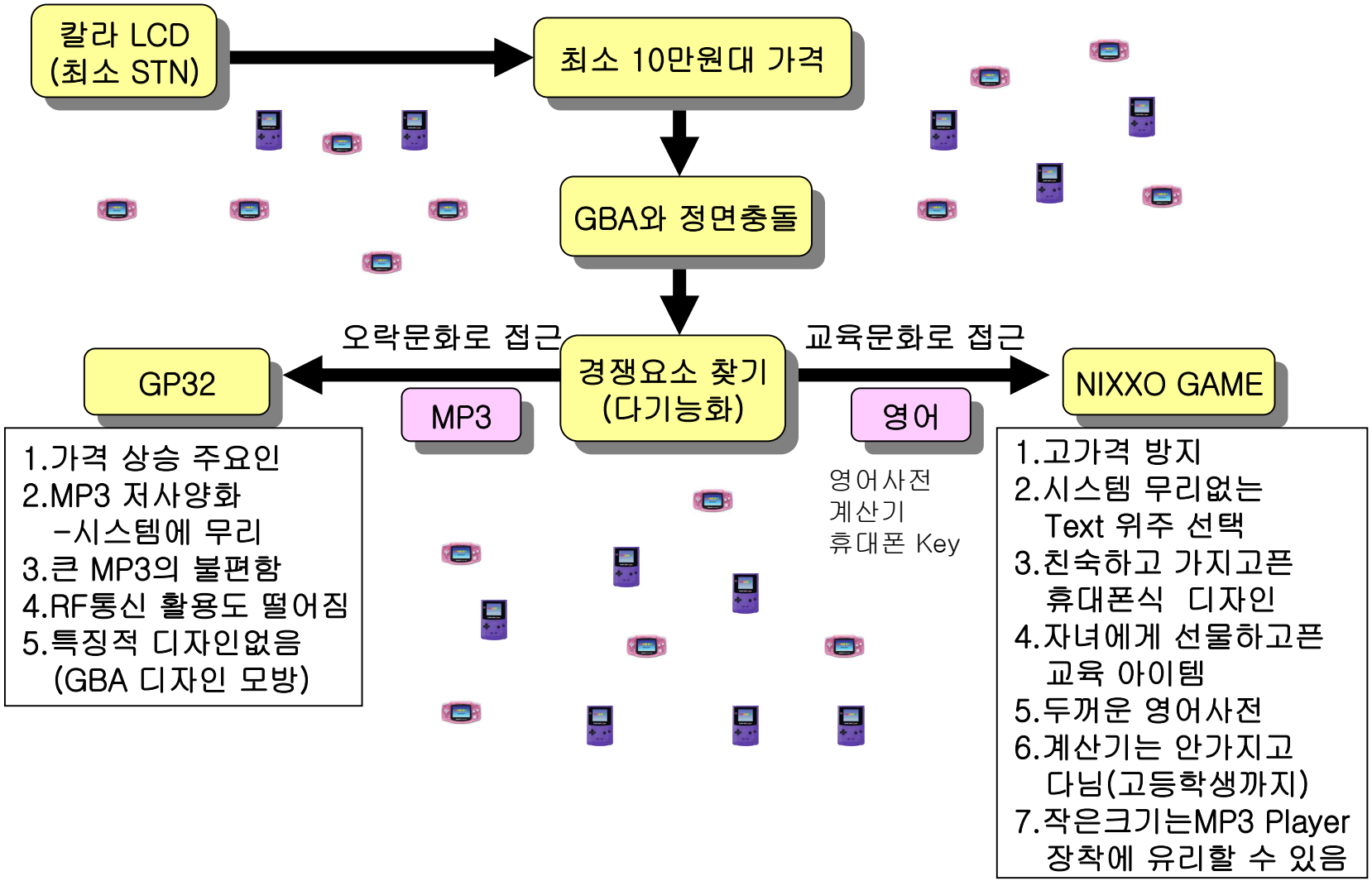
포켓몬스터
디지몽
.....

종합 엔터테인먼트

출판만화
극장용 애니메이션
TV애니메이션
악세사리류
.....

3. 닉소 게임기 컨셉

(더 자세한 사항은 첨부문서 참조)



3. 닉소 게임기 컨셉 - 고객 니즈 분석

닉소 게임기 컨셉

	주부(302명)		어린이(308명)		초등학생(300명)		중학생(300명)	
1위	책(도서상품권)	23%	8위	0%	디지몽	40%	디아블로 CD	25%
2위	장난감(블록)	19%	2위	26%	핸드폰	11%	컴퓨터	24%
3위	레저스포츠용품	11%	3위	13%	키보드	10%	MP3	13%
4위	로보트/인형	10%	1위	30%	캐릭터학용품	8%		
5위	학용품류	7%	6위	?	게임CD	6%		
6위	옷	6%	7위	0%	컴퓨터	5%		
7위	게임기	4%	4위	15%				
8위	컴퓨터	4%	5위	?				

* LG백화점 , 2001년

* e-현대백화점, 2000년

4. 비교- 벤치마킹 6가지

지오: 95,000원

ST: 150,000원

휴대용 게임기

비디오 게임기

포켓몬 미니

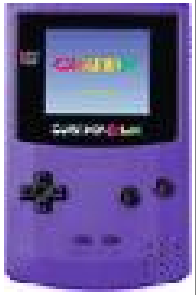
게임보이

게임보이 어드밴스

GP32

PS,닌텐도64

X-BOX



6센치정도의
초소형 게임기

3센치정도의
소프트팩

2.3인치
닌텐도 대표
다수의 게임팩
소프트웨어
60,000원
(용산가)

2,9인치
32bit CPU
향상된 그래픽
100,000원
(용산가)

3.8인치
32bit CPU
RF통신
네트웍게임
MP3Media Play
240,000원

32bit,64bit
3D 비디오게임
200,000원

128bit RISC
3D 비디오게임
예상가:40만원

가장 강력한 적
가격경쟁력(8만원미만) 관건
다양한 게임소프트웨어,게임팩
단말기외적 요소 불리(만화캐릭터...)

국내 다수의 매니아층 확보
정부규제-일본게임기 수입 허영 안됨
정품소프트개발과 철저히 벤치마킹하면
가능성 충분

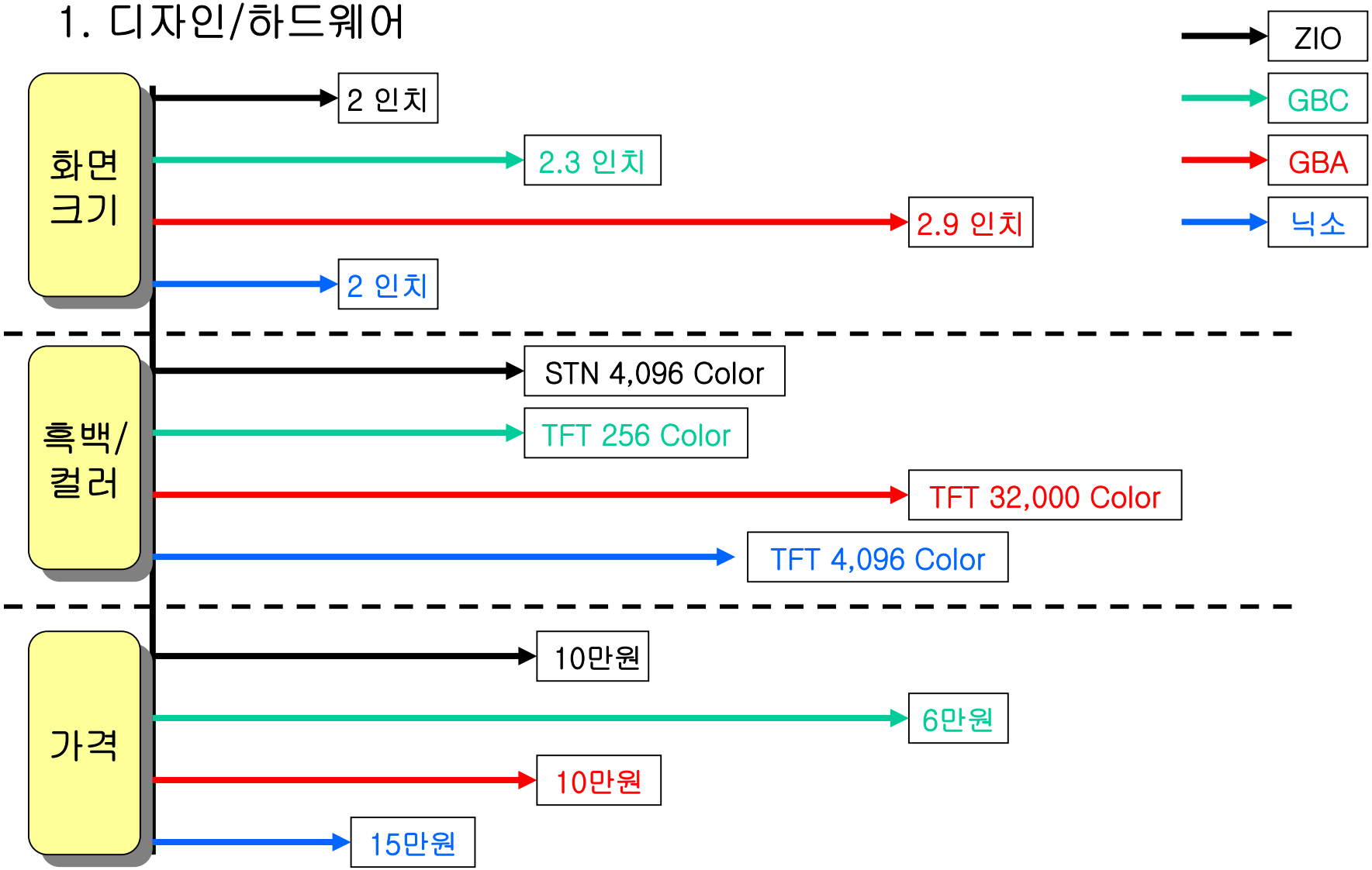
4. 비교- 사양별 원가 상승

지오: 95,000원 ⇔ 소비자가 ⇔ ST: 125,000원

	<기본기능>	기본-지오	Education	Download		고사양-ST
Design,기구	2" STN Color	O	O	O	Design, 기구	2" TFT Color
	Key 12 개	O	O	O		Key 16 개
회로부품	Pack Slot	O	O	O	회로,부품	Pack Slot
	32bit CPU	O	O	O		USB Slot
	256 Color	O	O	O		4,096 Color
	4 Poly MIDI	O	O	O		16 Poly MIDI
	RAM 16M	O	O	O		RAM 16M
Battery	AA DC 4v 2개	O	O	O		Flash 8M
Design,기구	Key 4개		O	O	내장 S/W	Dictionary
내장 S/W	Ditionary		O	O		Calculator
회로부품	USB slot			O		Time
추가시 M/C 변동		$55	$57	$61		$73
재료비율 75%=납품가		$73	$76	$81		$97
납품가-WON		₩95,333	₩98,800	₩105,733		₩126,533

4. 비교 – 하드웨어 경쟁력

1. 디자인/하드웨어



4. 비교- 소프트웨어 경쟁력

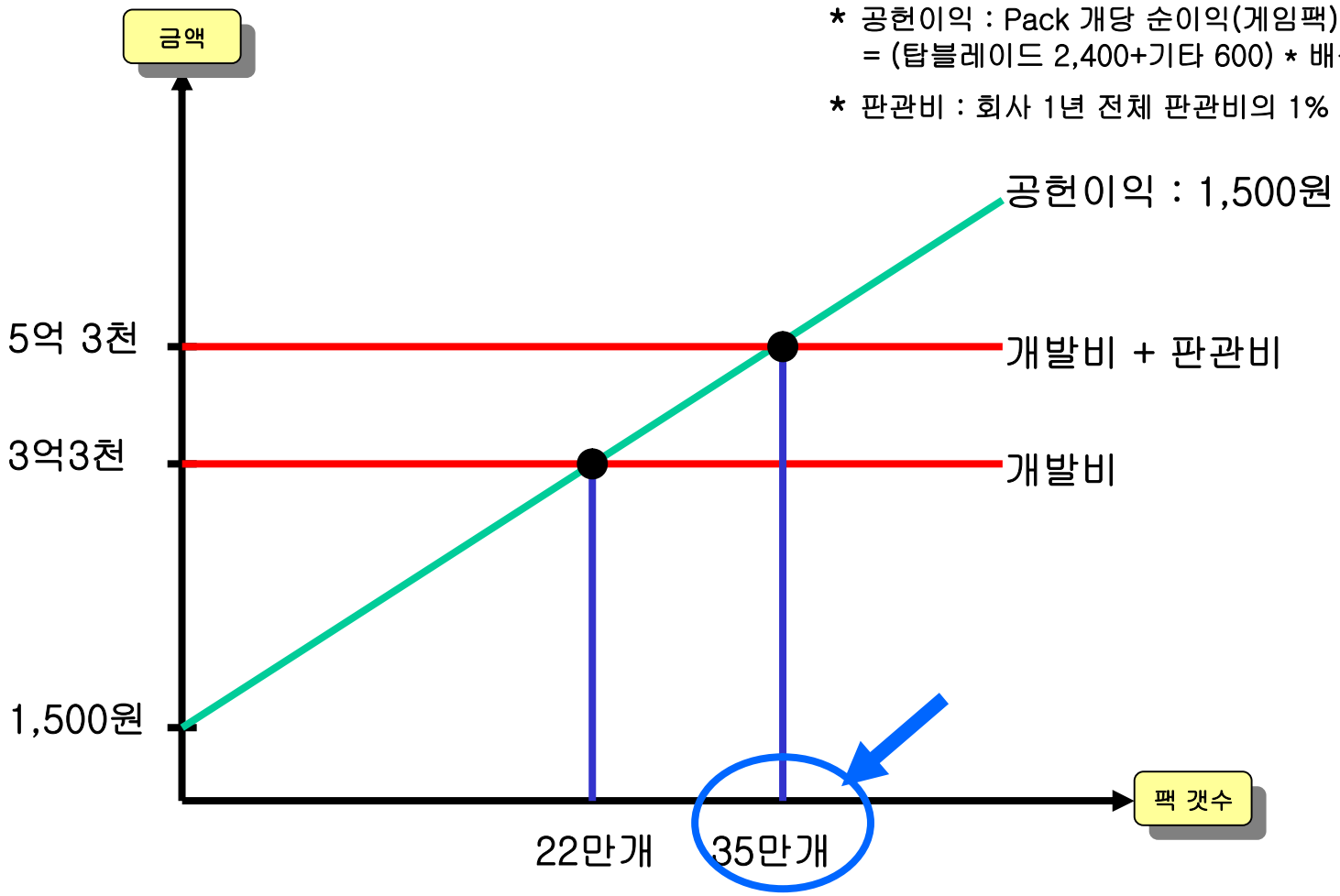
2. 소프트웨어

4. 비교 - 수익모델

<단말기>	지오모델	닉소모델	예상수량
소비자가	₩80,000	₩150,000	
납품가	₩80,000	₩150,000	
제품원가	₩95,000	₩130,000	
이익(손실)	(₩15,000)	₩20,000	
예상판매량	100000	₩100,000	
순이익(손실)	(₩1,500,000,000)	₩2,000,000,000	100,000
<S/W & 악세사리>			
분류	1대당 순이익(손실)		1대당
1.팩본체	No	₩7,000	7
2.게임S/W	₩18,000	₩18,000	20
3.다운로드	No	₩39,200	40
4.교육S/W	No	₩2,000	2
5.케이블	No	₩1,200	0.3
6.아답터	No	₩1,500	0.3
7.건전지	No	₩100	2
8.가방	No	₩3,000	1
9.필터	No	₩3,000	1
10.커버	No	₩3,000	1
11.확대경	No	₩3,000	1

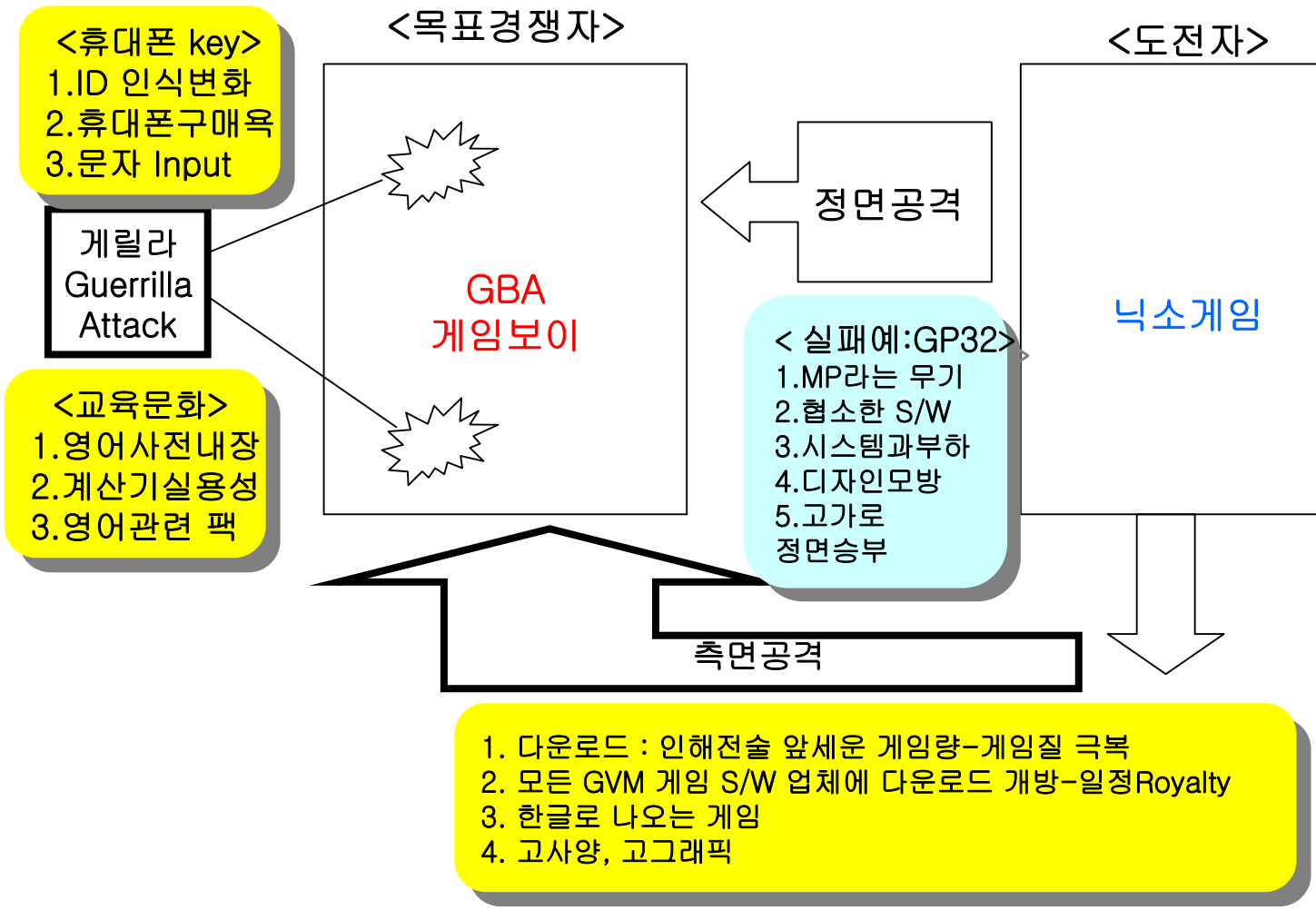
4. 비교 – BEP분석(Pack S/W만)-공헌이익

* 공헌이익 : Pack 개당 순이익(게임팩)
  = (탑블레이드 2,400+기타 600) * 배분율 0.4
* 판관비 : 회사 1년 전체 판관비의 1%



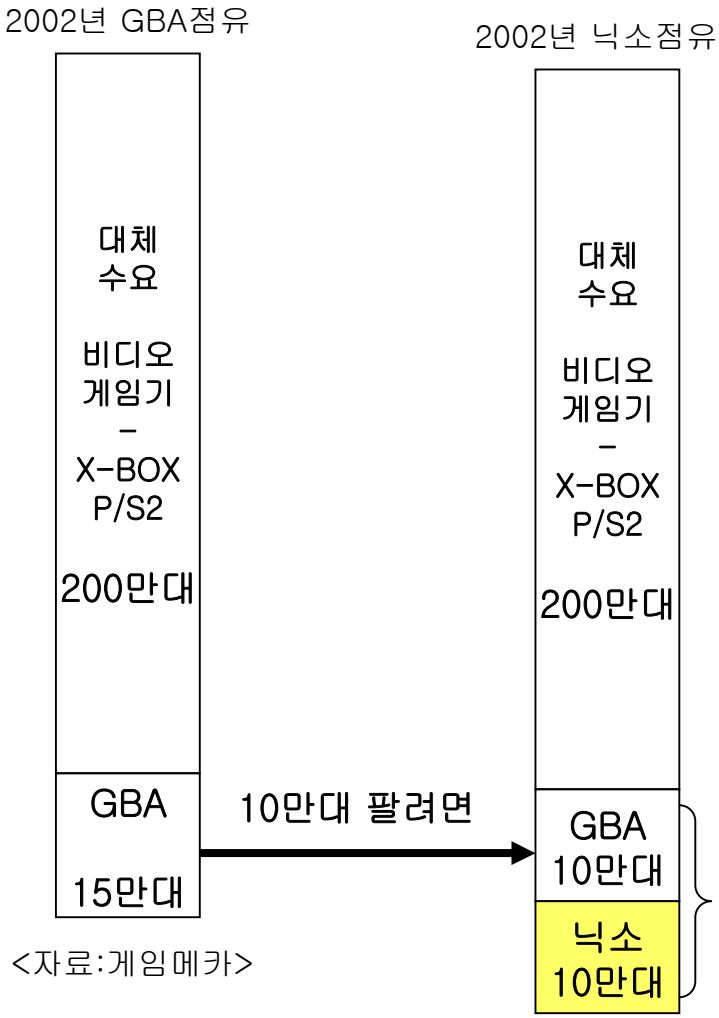
* 생산설비와 유통경비에 대한 부분 상정하지않음
* 팩 순이익은 지오자료중 탑블레이드에 600원 플러스
* H/W 는 순수재료비에 “0”마진 으로...

5. 시장진입 전략- Guerrilla Attack



1. 다운로드 : 인해전술 앞세운 게임량-게임질 극복
2. 모든 GVM 게임 S/W 업체에 다운로드 개방-일정Royalty
3. 한글로 나오는 게임
4. 고사양, 고그래픽

5. 시장진입 전략- New Market 생성



<자료:게임메카>

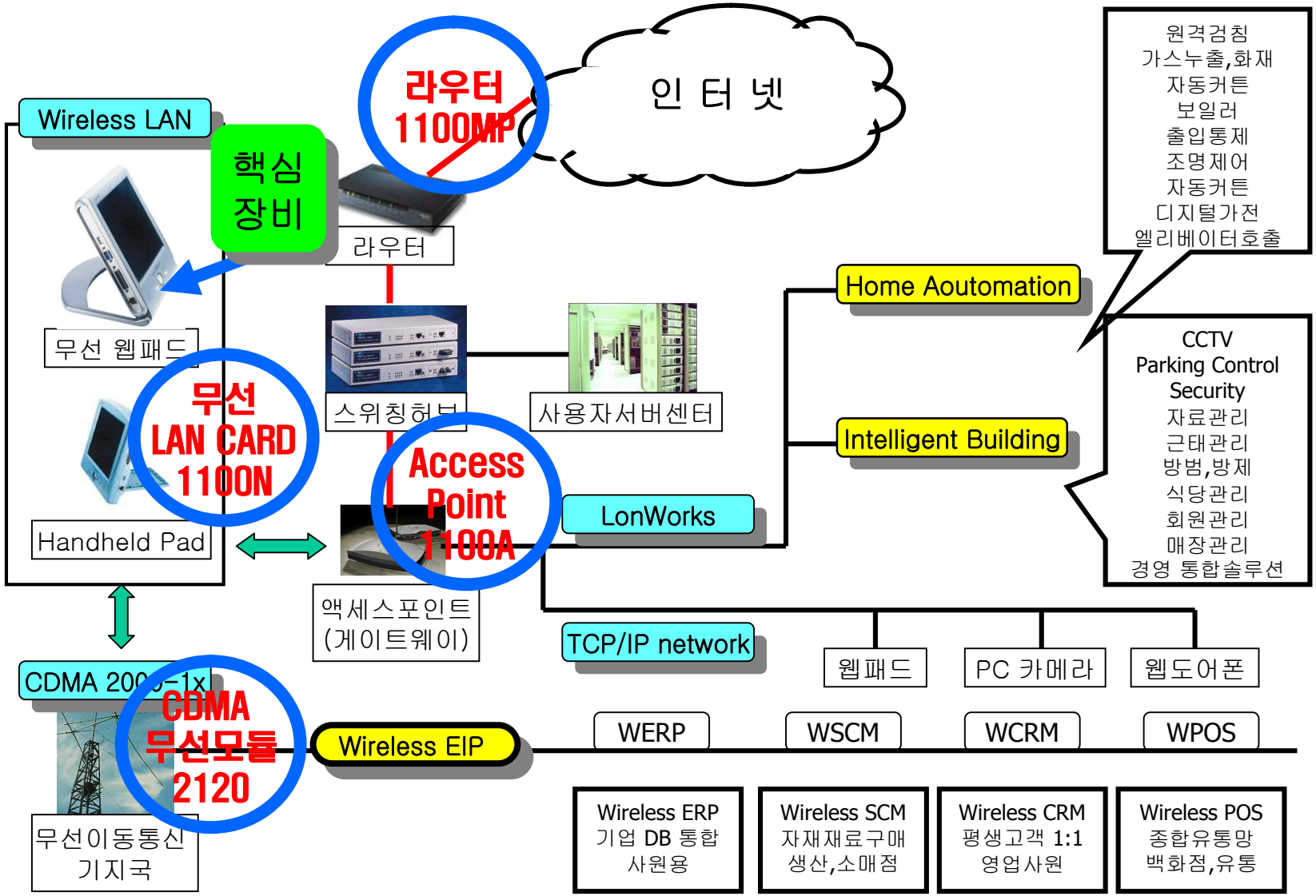
< 자료제공: 게임메카(용산도매상)

1. P/S2와 X-BOX 의 유입으로 휴대형 게임기 수요는 부정적
2. 휴대형게임기는 게임보이칼라 외는 없음
3. 게임보이 칼라(6만원)의 재고분이 올해안에 소모되지않을 것으로 봄

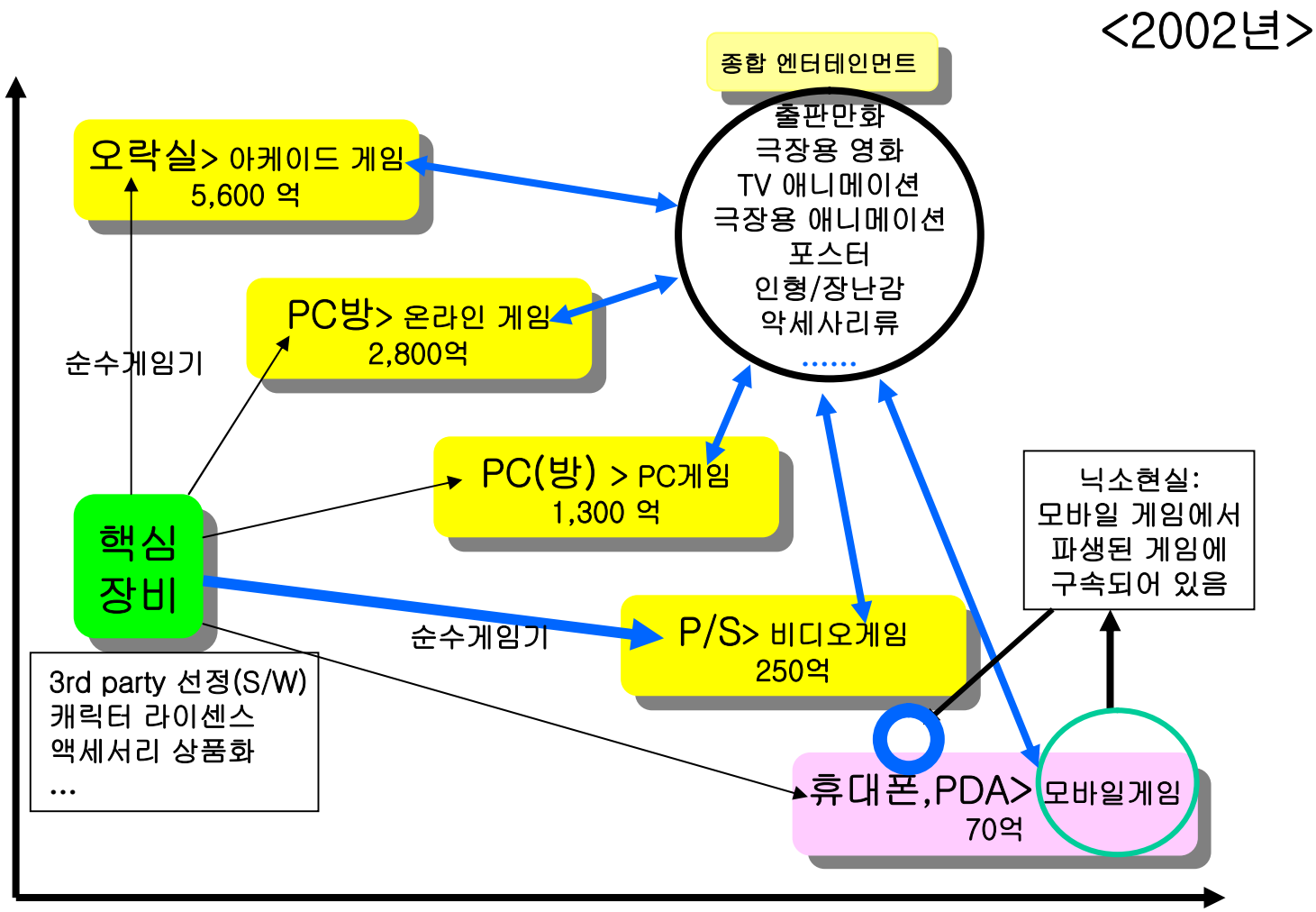
* 참고 :	<GBA> (게임메카 자료)		
	년도	2001년	2002년
	수량	100000	150000
* P/S2 나 X-BOX 등의 대체수요 영향			
* P/S2 + X-BOX ==> 200만대 예상			

1. GBA 의 1/3 시장을 공략해야함
2. 신규시장 5만대를 만들어야함
3. 전체 휴대게임시장에서 50 % 이상을 장악해야함
4. 게임보이칼라 재고시장 무시못함

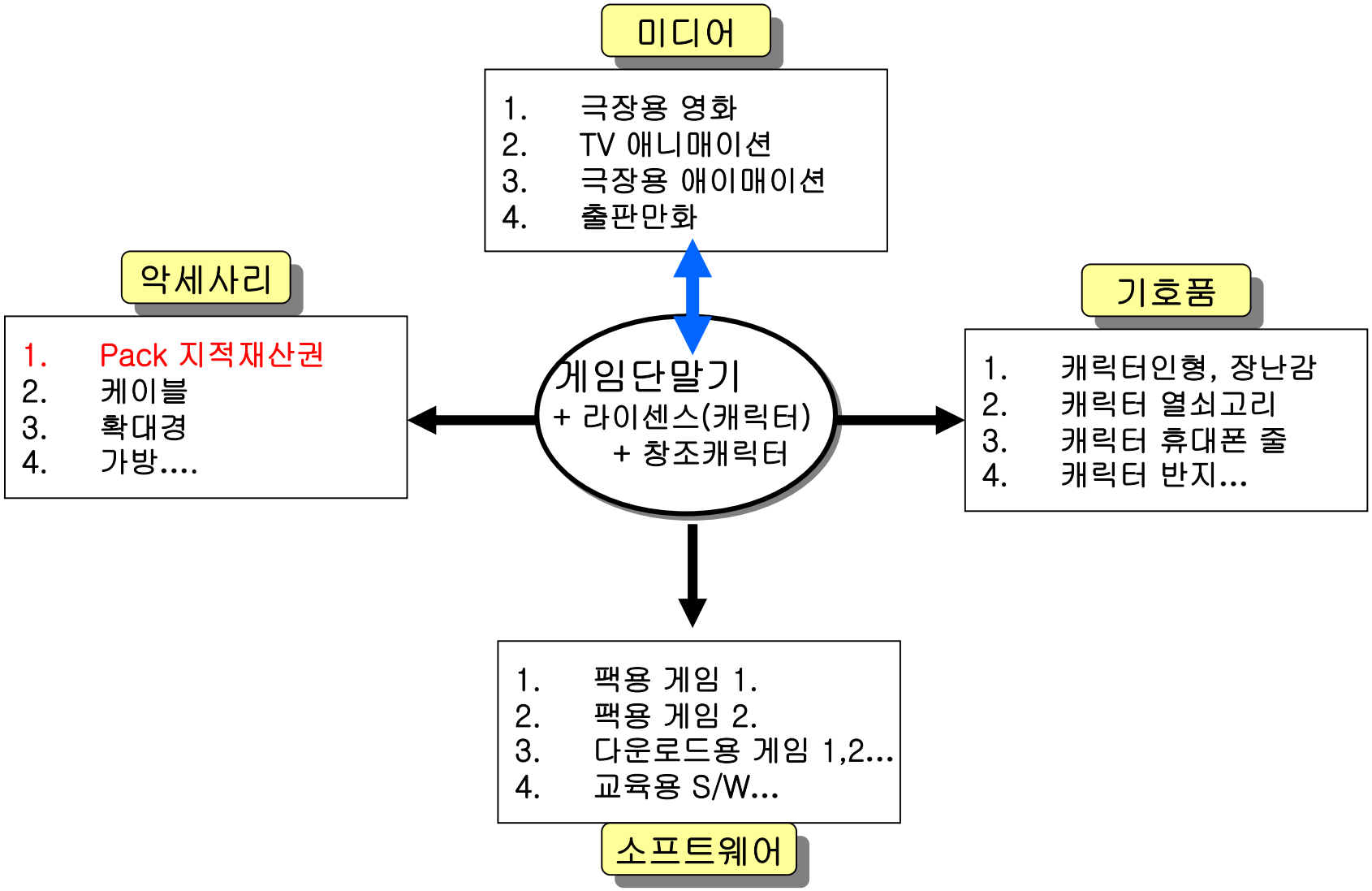
6. 시스템 사업 – 예) 홈오토메이션



6. 시스템 사업- 하드웨어 주도 게임산업



6. 시스템사업-H/W 중심 수익모델, 마케팅 다양화



7. 개발 그 이후

ZIO	위험요소	닉소
S/W 로 주도	Biz 현황	S/W 에 예속
S/W 개발, 모으기	임무	H/W 개발
“ 0 “	초기투자	초기개발비 3억3천
게임 S/W 개발기술/ 아이템 증가 및 향상	내부기술 기여도	회사기술발전도 “ 0 “ * 첨단제품 아님/외주
GVM게임 인프라 구축에 유리한 고지선점	마케팅	게임유통 채널 노하우 습득 없음 “ 0 “
휴대폰 및 PDA에 응용성 뛰어남-GVM	개발된제품 응용가능성	H/W에 응용할 것이 없음-전략통합적이 아니면...

8. 시장환경의 불리함과 그 대책

- **2002년 시장환경의 불리함**
  - 대체수요품 **X-Box, P/S 2**의 유입**(200**만대 판매량 예측**)**
  - **GBA** 판매량도 **15**만대 밑돌듯
  - 지오 컨셉이든 닉소 컨셉이든 물량확보,수익창출이 어려움

- **시간필요 : 최적 MP- 5월 5일, 12월 25일**
  - 전략사업 측면에서 단말기 접근 재검토
  - 다양한 수익모델 창출에 대한 자료와 아이디어 모집
  - 지적 재산권 확보에 최대 주안점**(**기존캐릭터와 창작물**)**
  - **2003**년 **55/1225** 전략**- GBC**재고량**,P/S2** 초반투입량 소모

- **H/W 중심**
  - **S/W** 선정권**(3rd Party)-S/W**는 하청업체
  - **Pack** 지적재산권 **-** 사용방법은 우리 회사 맘
  - 고부가가치 사업에 집중 **–** 캐릭터,액세서리,미디어판권