

# 리니지2M 라이브 게임 분석

## - 매출 요인 분석

2020. 10. 07

정동준



---

# 목차

## I. 개요

- 게임 개요
- 리니지2M 지표 및 이용자 분석

## II. 콘텐츠 구조

- 핵심 콘텐츠
- 콘텐츠 구조

## III. BM 구조

- BM 목표
- 재화 소비
- 과금 시나리오
- 상품 구성

## IV. 결론

## V. APPENDIX

## I. 게임 개요

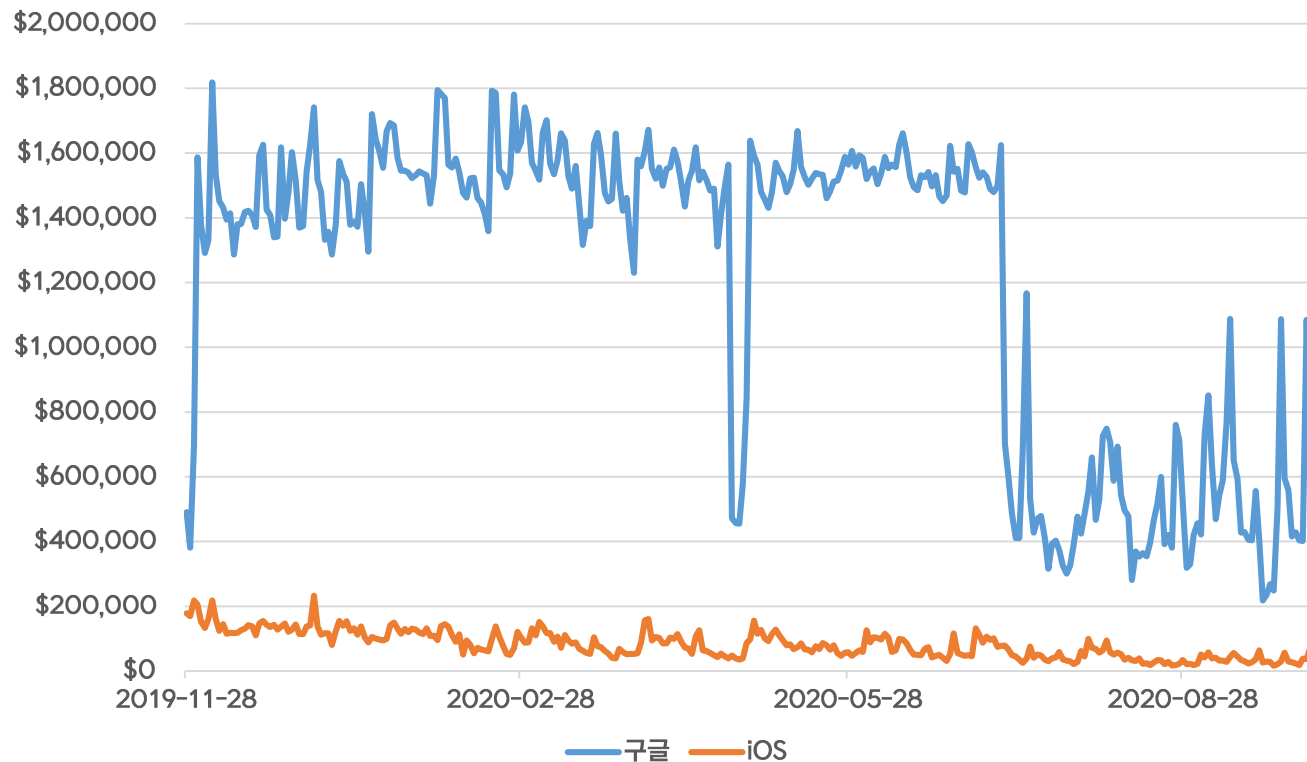


게임명	리니지2M
개발사	NC SOFT
퍼블리셔	NC SOFT
출시일	한국 : 19. 11. 27.
장르	MMORPG
커뮤니티	공식 웹사이트 커뮤니티 운영
특징	심리스 원 채널 오픈월드 최고사향 FULL 3D 그래픽

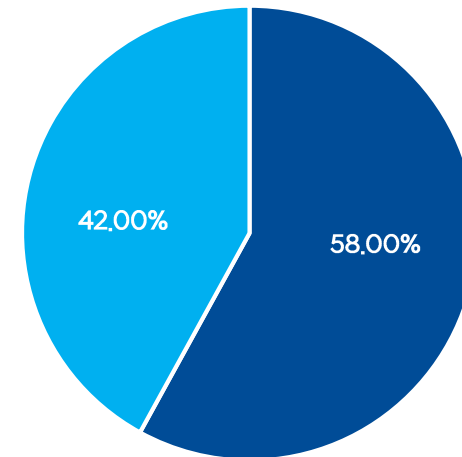
# I. 리니지2M 지표 및 이용자 분석

- 출시 후 단 4일 만에 구글 플레이 스토어 1위 달성 (12/1 기준 매출 1위)
- 출시 후 2020년 2Q까지 6823억 수익 추정 (NC SOFT IR자료)
- 구글플레이 리니지2M 이용자는 남성, '25~44세'가 가장 많이 사용하는 것으로 추정

리니지2M Revenue

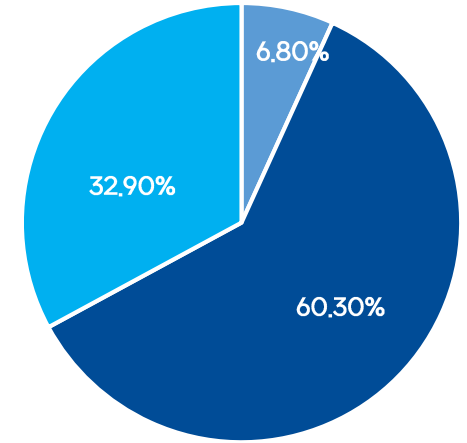


8월 리니지2M(19세)  
구글플레이 성별 비율



■ Gender - % Male ■ Gender - % Female

8월 리니지2M(19세)  
구글플레이 나이 비율



■ 16~24 ■ 25~44 ■ 45+

2019.11.28~2020.10.04. 데이터출처: App Annie

## II. 핵심 콘텐츠

“

메인 콘텐츠인 ‘성장’과 서브 콘텐츠인 ‘경쟁’이 맞물리며  
특유의 **확률 의존형 성장 구조** 극대화

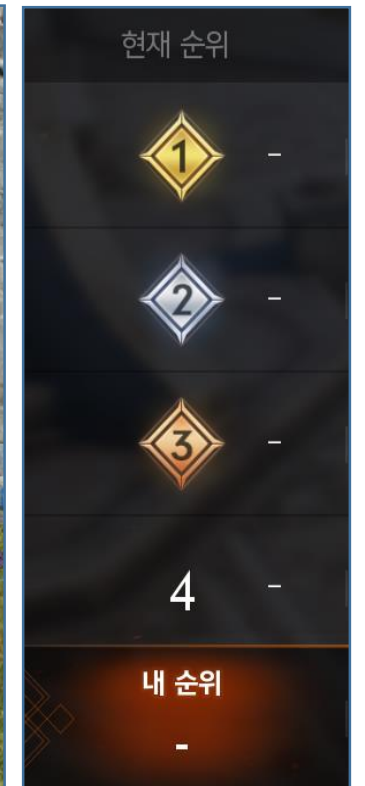
”

끝없이 성장 하는 메인 콘텐츠



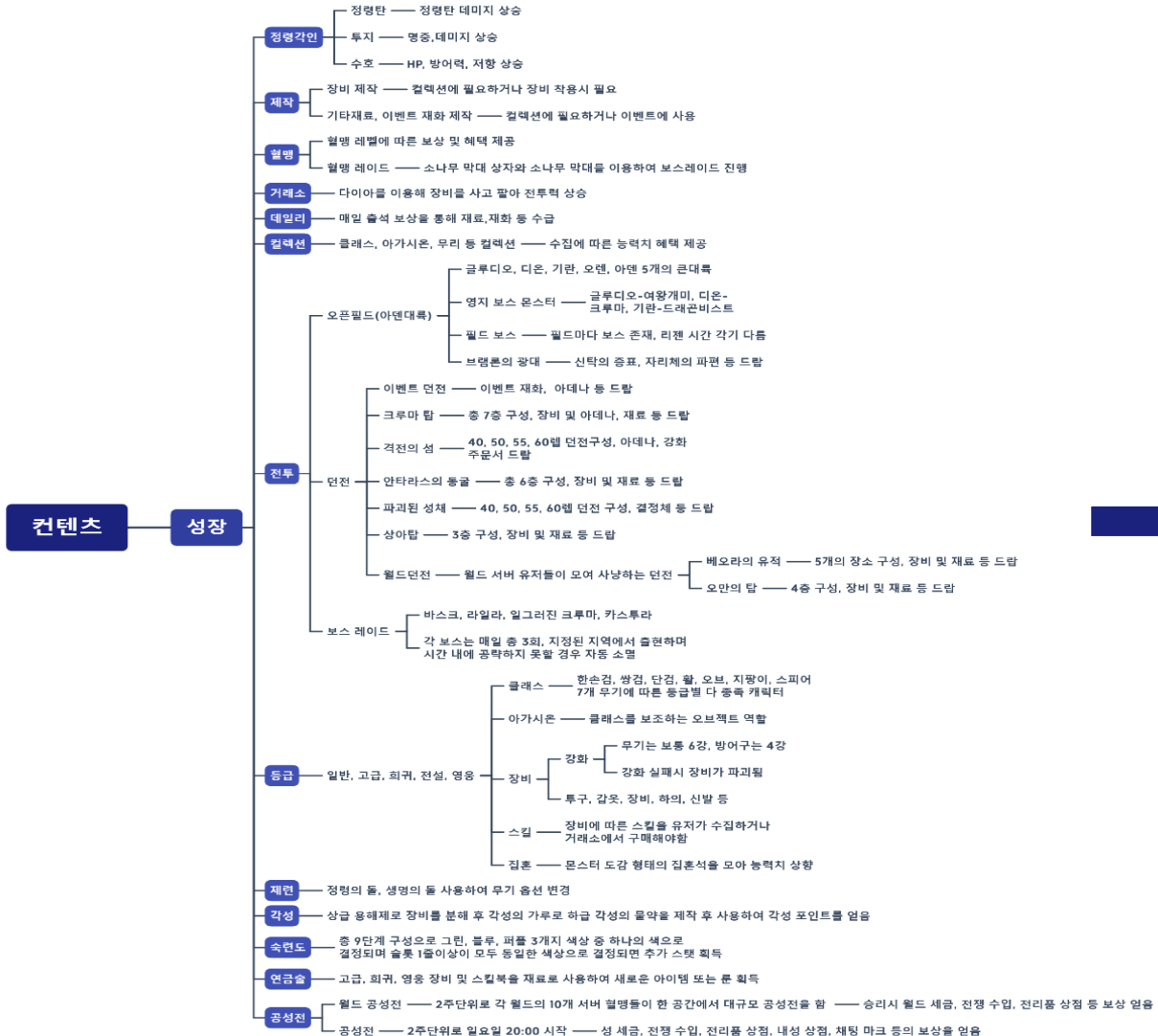
육성 캐릭터가 강해지기 위한 꾸준한 컬렉션,  
장비 파밍 및 강화 등 **성장이 메인 콘텐츠**

‘공성전’, ‘랭킹시스템’, ‘PK콘텐츠’ 등 성장을 기반으로 타인과 경쟁하는 서브 콘텐츠



타인보다 강해져 보스 몬스터를 잡아 더 좋은 템을 구입하여 원활한 사냥을 지속하고  
레벨 업을 하여 랭킹 혜택을 받으며 공성전에 참전해 승리를 얻어 보상을 획득, **끝없이 성장 시키게 하는 ‘경쟁’이 서브 콘텐츠**

## II. 콘텐츠 구조



• 끝없는 ‘**성장**’을 위한 여러가지 콘텐츠 구성

• 더욱 강해지기 위해 ‘**성장**’하게 만드는 시스템

• 타인과의 ‘**경쟁에서 승리**’를 목표

### III. BM 목표

“ 기회 제한을 둔 이벤트 BM과 확률형 BM을 통해 **ARPU를 증가시키고**  
전투에 도움되는 부가적인 BM을 구매 유도 ”



전설 아가시온



기간제 이벤트 컬렉션



전설 클래스

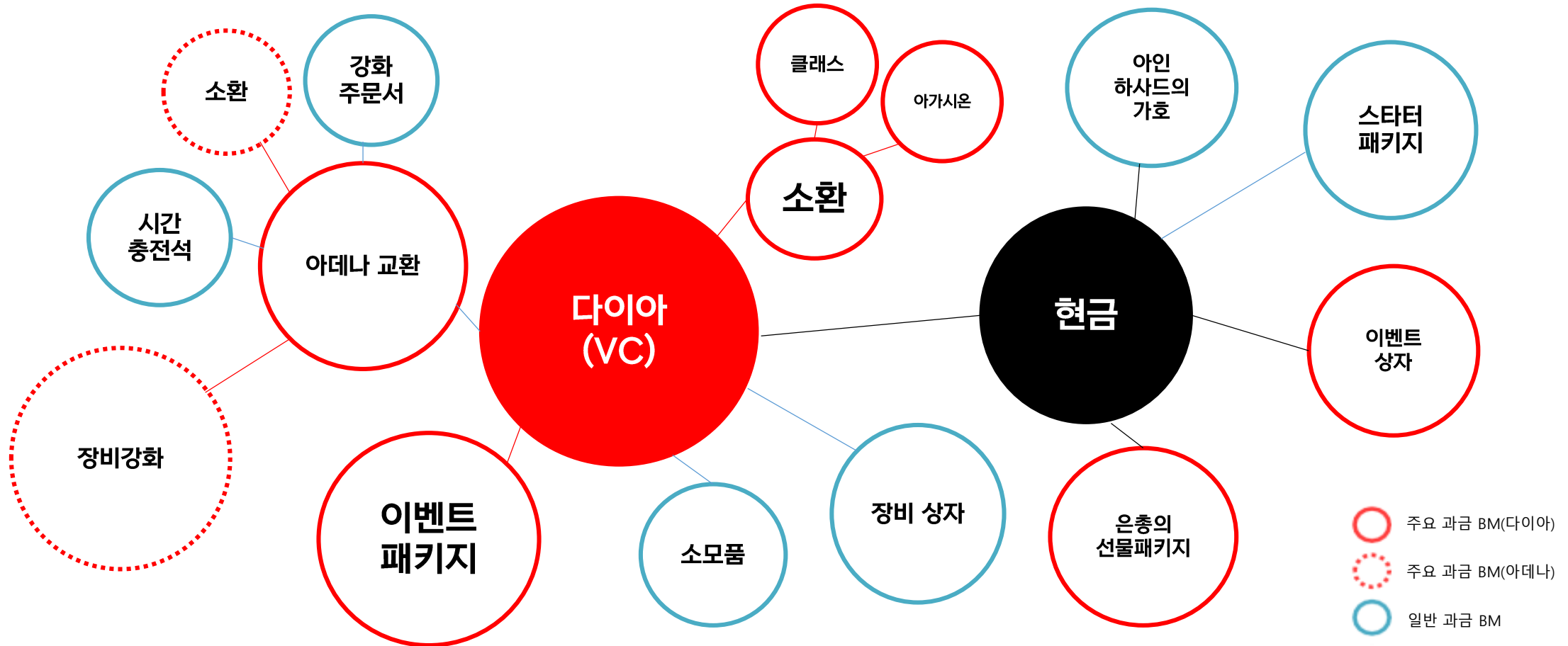


전설 무기, 방어구, 장신구



### III. 재화 소비\_구조

- 육성 캐릭터의 착용 장비 강화 및 컬렉션, 전투력 상승이 주된 과금 포인트
- 아데나와 다이아, 현금 상품을 지속적 구매를 유도하여 원활한 콘텐츠를 위한 설계 구조



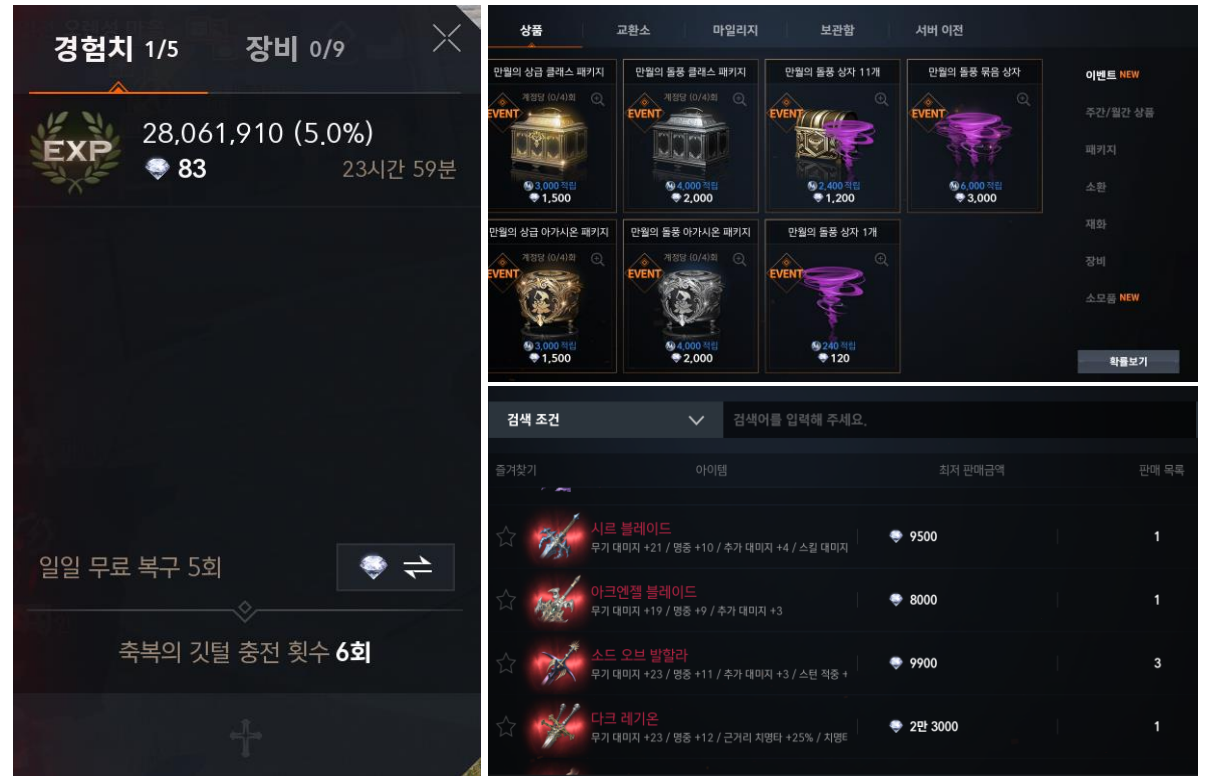


### III. 재화 소비\_다이아

- 리니지2M의 핵심 VC이며, 용도는 경매장, 상점 외에도 가방 확장, 복구 등 많은 곳에 쓰임
- iOS 리니지2M Top In-App Purchases 상위 5위

Top In-App Purchases	
2,000 다이아	\$44.99
4,000 다이아	\$94.99
400 다이아	\$8.99
1,200 다이아	\$26.99
120 다이아	\$2.99
레아의 영롱한 신탁 상자	\$44.99
레아의 영롱한 훈장 상자	\$44.99
은총의 성물 패키지	\$26.99
아데나 패키지	\$26.99
바이옴의 정착 패키지	\$26.99

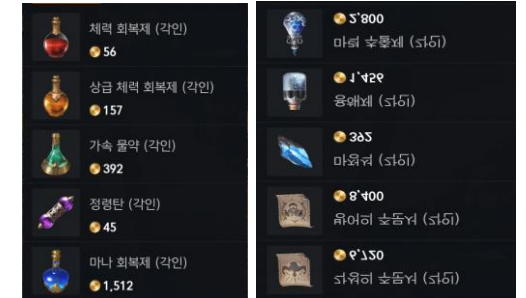
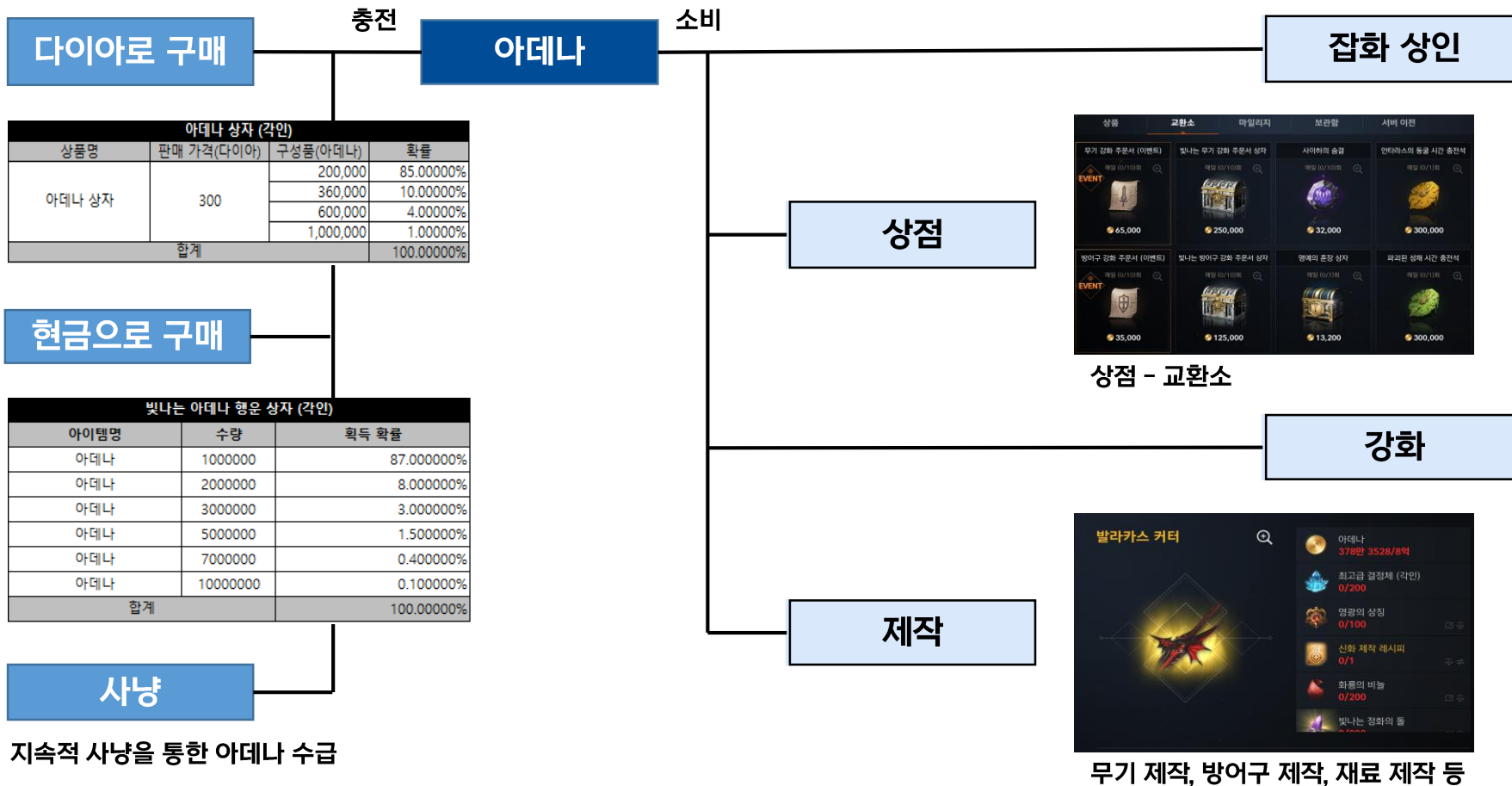
iOS 리니지2M Top In-App Purchases  
상위 5위 전부 다이아 상품



다이아를 사용하여 경매장 물건을 사고 팔 수 있고 상점 내 BM을 구매할 수 있으며  
인 게임 내의 가방 확장, 보관함 확장, 사망 시 복구 등에 쓰임

### III. 재화 소비\_아데나

- 강화 및 제작에 많은 아데나 소모, 추가적인 물약, 정령탄, 주문서 등의 아이템 구매에 소모
- 상점에 강화 주문서, 시간 충전석 등을 일일 제한 상품을 진열하여 아데나 소모 유도



마을 내 잡화 상인



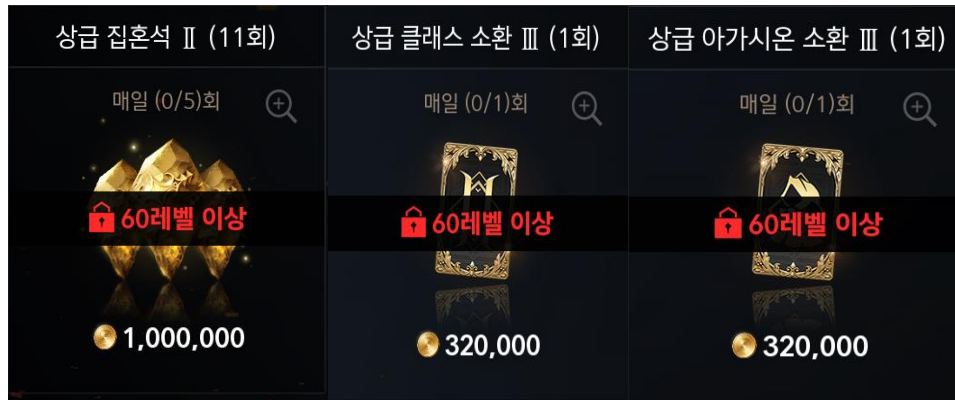
단일 성장, 다중강화



무기 제작, 방어구 제작, 재료 제작 등

### III. 재화 소비\_소환

- 아데나/다이아 두 재화를 소모하는 상품 구성, 아데나 소환과 다이아 소환은 각각 3종류, 2종류로 나뉨
- 아데나 소환은 '상급 집혼석', '클래스 소환', '아가시온 소환' 3종류이며 레벨과 구매 횟수에 제한을 둠
- 다이아 소환은 '클래스 소환', '아가시온 소환' 2종류이며 클래스 소환은 '20 다이아' 할인된 가격 구성



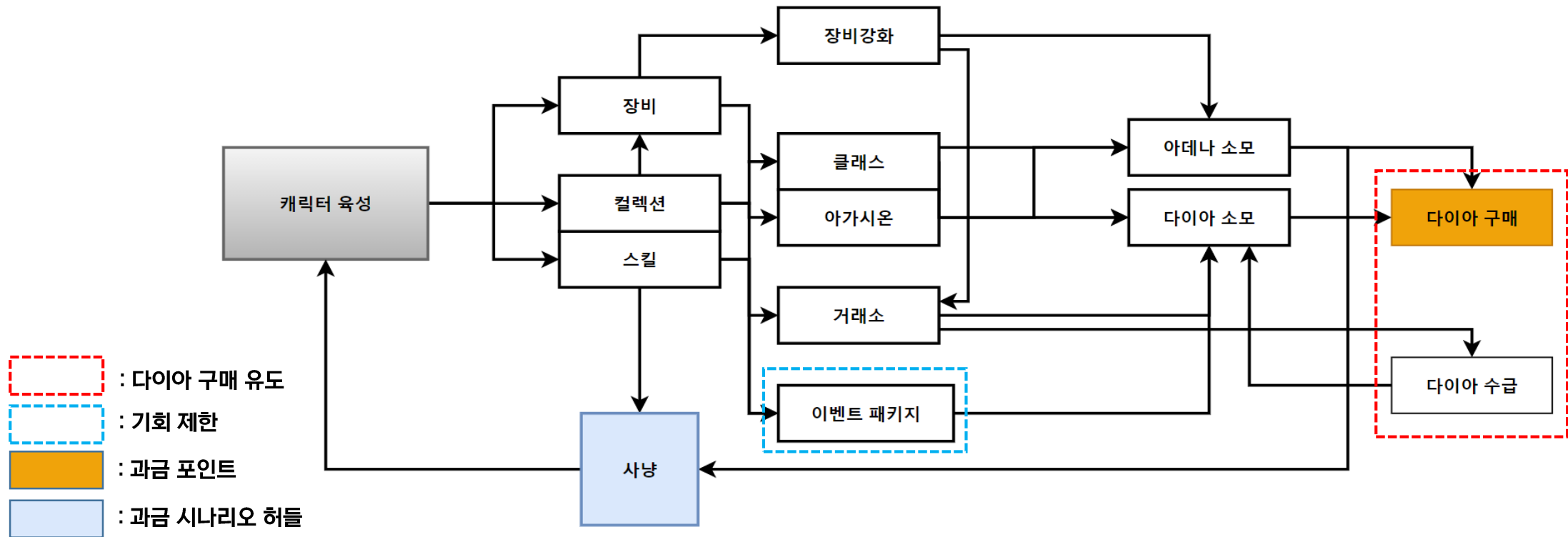
소환	아데나	다이아	제한 횟수	종류
집혼석	1,000,000	-	매일 5회	상급 집혼석 I, II
클래스(아데나)	40,000 ~ 320,000	-	매일 1회	일반 클래스 소환, 상급 클래스 소환 I, II, III
아가시온(아데나)	40,000 ~ 320,000	-	매일 1회	일반 아가시온 소환, 상급 아가시온 소환 I, II, III
클래스(다이아)	-	100(1회), 1000(11회)	무제한	상급 클래스 소환 1, 11회, 파이터, 로그, 메이지 확률업 소환 II 1, 11회
아가시온(아데나)	-	120(1회), 1200(11회)	무제한	상급 아가시온 소환 1, 11회

클래스 소환이 '20 다이아' 할인 된 가격으로 판매하여  
 유저에게 안사면 손해라는 인식을 심어 구매 유도

아데나 소환에 레벨과 구매 횟수 제한을 두어  
 유저가 매일 구매를 하러 들어오게 리텐션을 높이는 상품

### III. 과금 시나리오

- 비과금 유저도 과금 유저와 같은 콘텐츠를 즐길 수 있도록 디자인 하였으나 '사냥' 허들 폭이 큼
- BM은 성장에 초점을 두어, '다량의 아데나가 소모되는 장비 강화'+ '컬렉션' 등 전투력 상승에 핵심 과금 유도 설계
- 기회 제한적 이벤트 BM과 확률형 BM을 통한 **ARPU 증가에 초점**을 두고 있음



### III. 상품 구성\_다이아

- 상점 내 BM 대부분 다이아로 구성
- 모든 상품에 소모되는 다이아는 27.5₩/1다이아 비율로 판매
- 다이아로 구입하는 상품에 '마일리지'를 적용하여 마일리지 상점을 운영

120 다이아  ₩ 3,300	1200 다이아  ₩ 33,000	4000 다이아  ₩ 110,000
400 다이아  ₩ 11,000	2000 다이아  ₩ 55,000	아데나 상자 매일 (0/20)회  600 적립 300

다이아는 27.5₩/1 다이아 비율로 판매하며  
다이아상품과 '아데나 상자'를 같이 두어 상품 구매 유도








용의 귀걸이 보관함  360,000	레아의 무기 상자  420,000	상급 클래스 소환 1회  12,000
영웅 아가시온 소환  864,000	권능의 팔찌 보관함  540,000	영웅 클래스 소환  720,000

다이아로 구입하는 상품에 '마일리지'를 부여하고  
마일리지 상점에서 유니크 한 상품을 판매하여 마일리지를 모으게 유도



### III. 상품 구성\_이벤트, 주간/월간 상품

- 패키지 상품은 PU 전환 유도, ARPU 상승 목적인 1~4회 구매 제한 상품으로 구성됨

<p>만월의 돌풍 클래스 패키지</p> <p>계정당 (0/4)회</p> <p>EVENT</p>  <p>M 4,000 적립 2,000</p>	<p>만월의 돌풍 아가시온 패키지</p> <p>계정당 (0/4)회</p> <p>EVENT</p>  <p>M 4,000 적립 2,000</p>	<p>한가위 패키지</p> <p>계정당 (0/2)회</p> <p>EVENT</p>  <p>14시간 2분 46초</p> <p>M 2,002 적립 1,001</p>	<p>레아의 만월 상자</p> <p>매월 (0/1)회</p> <p>EVENT</p>  <p>₩ 110,000</p>	<p>레아의 영롱한 훈장 상자</p> <p>매주 (0/4)회</p> <p>EVENT</p>  <p>₩ 55,000</p>
<p>레아의 화려한 용해 상자</p> <p>매주 (0/4)회</p> <p>EVENT</p>  <p>₩ 33,000</p>	<p>레아의 영롱한 신탁 상자</p> <p>매주 (0/4)회</p> <p>EVENT</p>  <p>₩ 55,000</p>	<p>아데나 패키지 II</p> <p>매월 (0/1)회</p> <p>EVENT</p>  <p>₩ 33,000</p>	<p>은총의 성물 패키지 II</p> <p>매월 (0/1)회</p> <p>EVENT</p>  <p>₩ 33,000</p>	<p>전투 성장 지원 패키지</p> <p>매월 (0/30)회</p> <p>EVENT</p>  <p>M 1,600 적립 800</p>

## IV. 결론

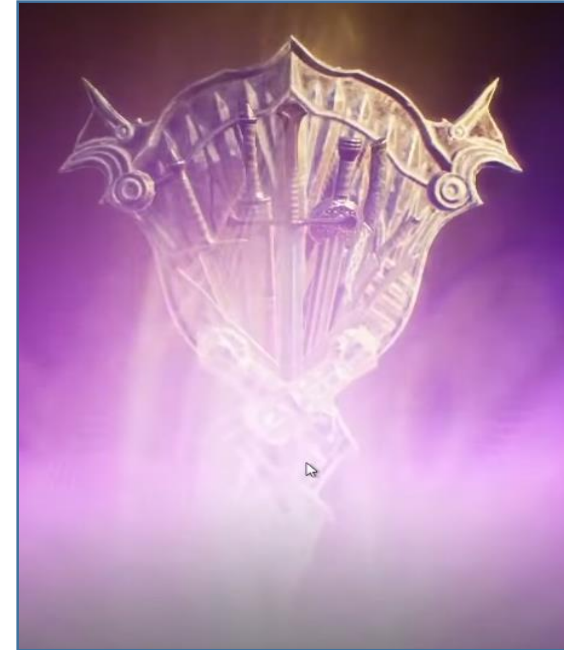
Core Target 설정이 완벽한 게임



기회 제한을 둔 이벤트 BM



Gambling mentally 확률형 BM



- ✓ 리니지IP를 사랑하는 최상위 구매층 코어 타겟의 **압도적인 구매 메리트**로 인해 **압도적인 매출**을 발생시키는 게임
- ✓ 안 사면 남들보다 뒤쳐지는 구조를 이용한 기회 제한적 이벤트 BM을 꾸준히 업데이트 시켜 **ARPU를 증가**시킴
- ✓ **도박심리**를 이용하여 콘텐츠마다 확률적 요소를 넣고 성장에 도움되는 확률형 BM을 구성하여 강력한 매출을 발생시키는 게임

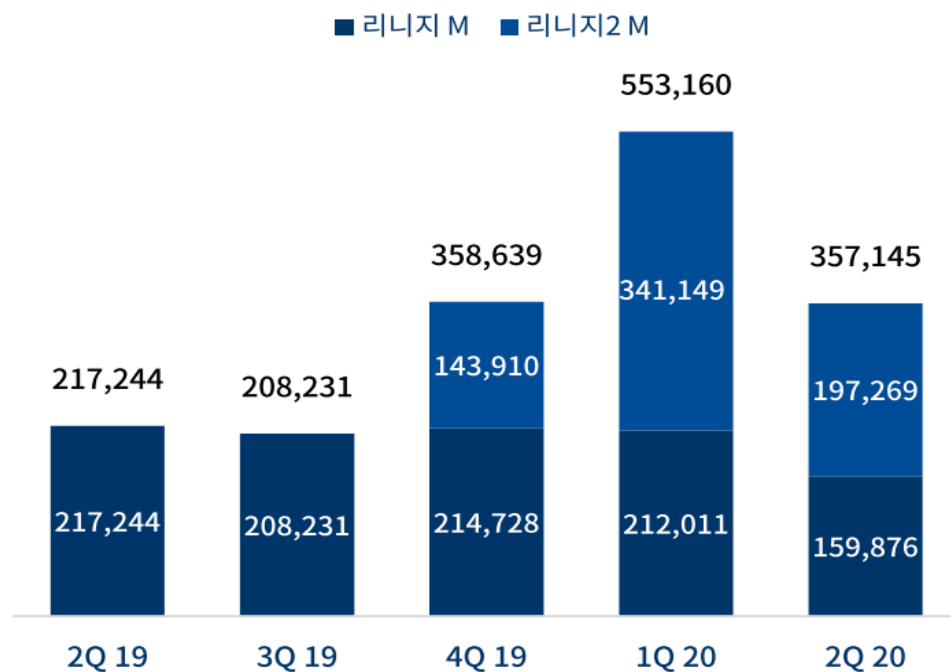


## V. APPENDIX

- 모바일 게임 매출은 리니지2M의 하향 안정화로 전분기 대비 35% 감소한 3,571억 원
- 리니지M 및 PC 온라인 게임 매출은 하반기 대규모 업데이트를 앞두고 아이템 프로모션 강도를 조절하면서 전분기 대비 감소

### 모바일 게임

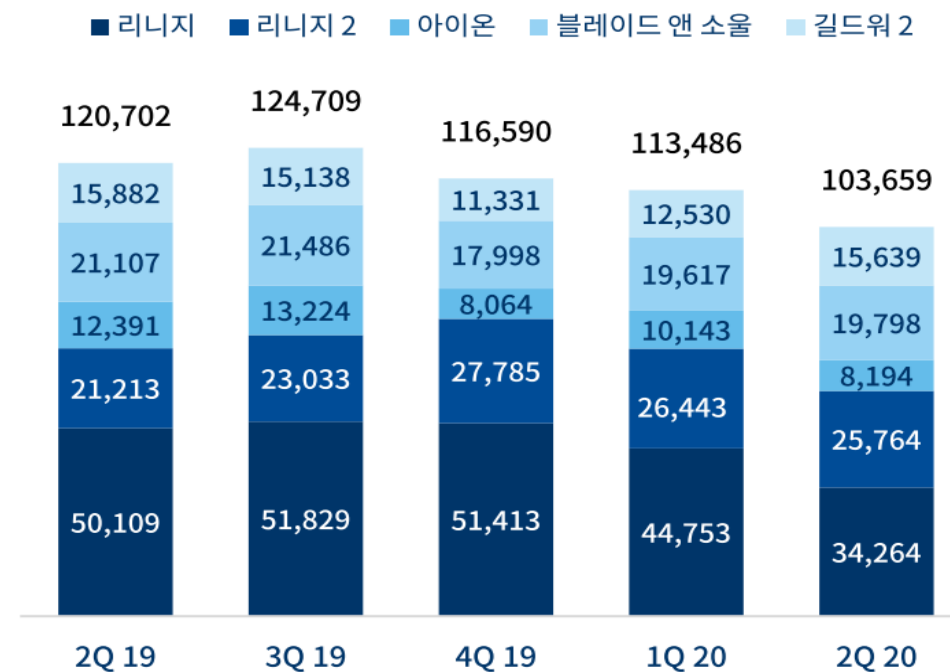
(단위 : 백만원)



\* 기타 모바일 게임 매출 제외

### PC 온라인 게임

(단위 : 백만원)



\* 기타 PC 온라인 게임 매출 제외

---

**E.O.D**  
감사합니다

---