

LINEAGE M

리니지M

게임 분석 포트폴리오

성장 체감 · 진입장벽 · BM 구조 중심 분석

 윤준호

전체본



Contents

리니지M 게임 분석 포트폴리오

01		게임 살펴보기
02		시장 흐름 살펴보기
03		게임의 강점·약점 분석
04		SWOT & STP 분석
05		전략 도출 및 핵심 인사이트

06		게임 콘텐츠 & 시스템 분석
07		운영 개선 제안
08		BM 분석 및 개선 제안
09		이벤트 분석 제안
10		마케팅 전략 제안

게임 살펴보기

리니지M의 기본 구조와 2026년 라이브 서비스 현황

01

SECTION

◆ PC 리니지의 핵심 경험을 모바일 환경에 재구성한 MMORPG

기본 정보

개발 · 서비스	NCSOFT
장르	모바일 MMORPG
출시	2017.06.21
플랫폼	iOS / Android
핵심 키워드	성장 · 혈맹 · PvP

플레이 관찰



성장 체험 구조

전투·성장이 반복 플레이를 이끈다



경쟁·커뮤니티 동기

혈맹·전쟁이 장기 플레이 동기를 만든다

◆ 성장 · 경쟁 · 모바일 최적화가 완성하는 장기 플레이



성장 누적

레벨·장비 성장이 지속적으로 쌓임.



경쟁 목표

PvP·혈맹·공성전이 성장 목적이 됨



접속 편의

자동 전투로 반복 플레이 부담 완화.



복귀 유도

업데이트·신서버가 재접속 계기 제공.

◆ 축적된 IP 경험이 초기 이해와 유입 경쟁력을 높인다



IP가 주는 강점



높은 인지도

게임명과 장르를 즉시 이해



익숙한 규칙

성장·경쟁 구조를 빠르게 예상



기존 팬층

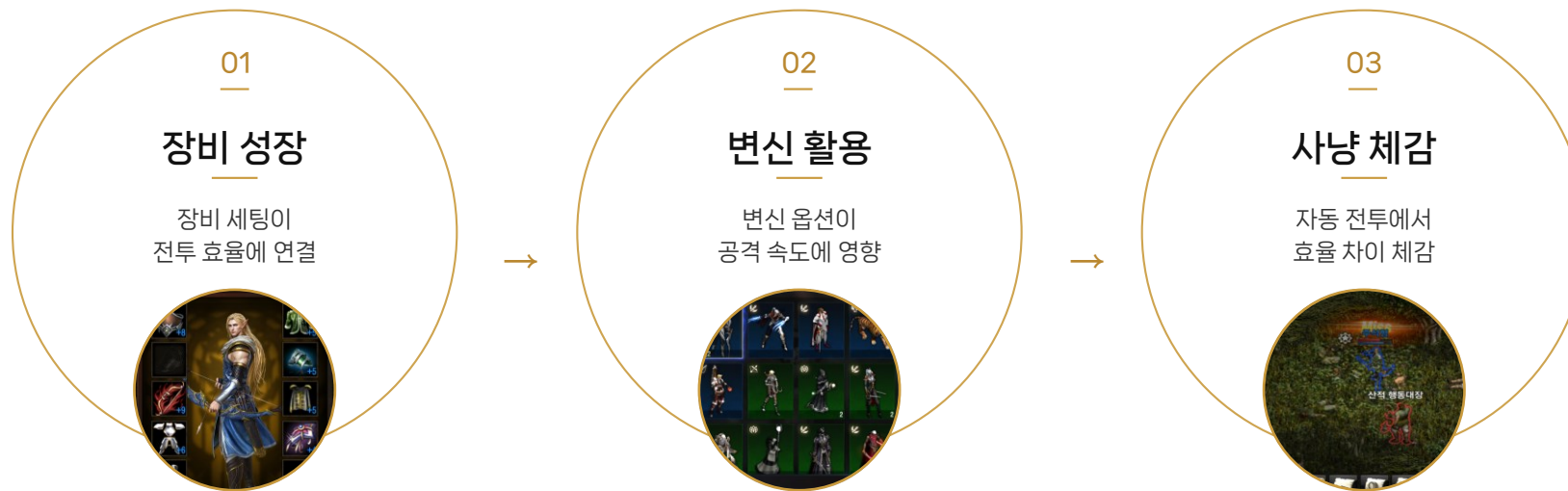
초기 유입과 복귀 기반 형성

◆ 사전예약부터 업데이트까지 접점을 이어 **재접속을 만든다**

지속적인 소통과 콘텐츠 노출로 이용자의 관심을 유지하고 복귀를 유도한다



출처: 리니지M 공식 ContiNew · PHOENIX · InsideM 페이지, 2026

◆ 장비·변신·자동 전투 차이가 **사냥 효율**로 이어진다

직접 플레이 결과, 성장 차이는 **사냥 속도와 유지력 차이**로 체감됐다

◆ 혈맹은 협동과 경쟁을 연결해 장기 플레이 동기를 만든다

함께하는 목표와 경쟁 구조가 리니지M의 지속적인 몰입을 이끈다



협동 성장

함께 성장하는 협동 콘텐츠



대규모 경쟁

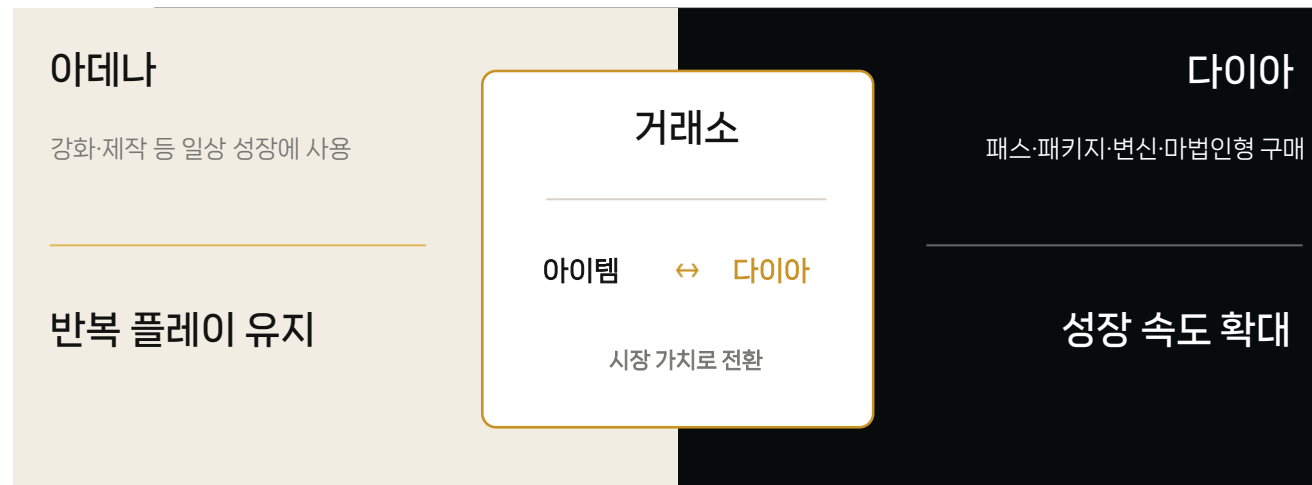
대규모 PvP 경쟁



커뮤니티

지속적인 소속감 형성

◆ 아데나와 다이아는 서로 다른 방식으로 성장을 지원한다



시장 흐름 살펴보기

MMORPG 시장 변화와 주요 경쟁작 분석

02

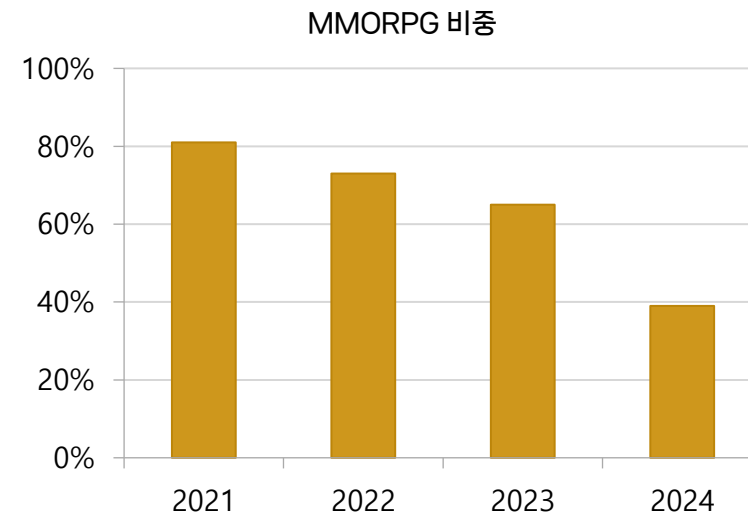
SECTION

◆ MMORPG 시장은 축소 중이지만, 상위권 매출력은 여전히 견조하다

✓ 국내 모바일게임 시장에서
MMORPG 비중은 축소되고 있다.

✓ 상위 MMORPG는 강한 IP와
라이브 운영을 기반으로
여전히 높은 매출을 유지한다.

국내 상위 모바일게임 매출 중 MMORPG 비중



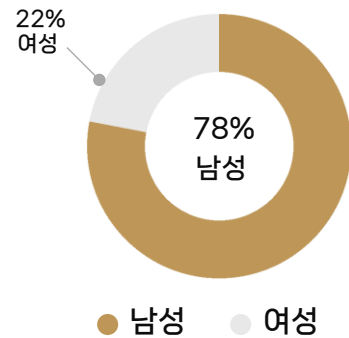
출처: 미래에셋증권 리서치센터 「AI, 도파민 시대의 투자법」 (2025.03.06), Sensor Tower 인용

◆ MMORPG의 플레이 부담은 커지고, **이용자 선택지는 넓어졌다.**

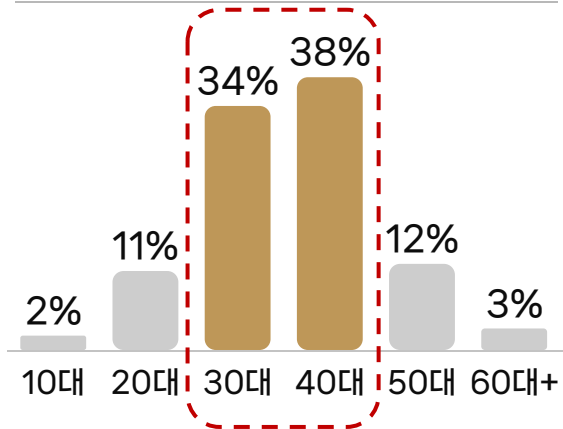


◆ 리니지M 이용자는 30~40대 남성 중심이다

01 성별 비중



02 연령대 분포



03 주요 이용자 특성



30~40대
중심



경쟁 콘텐츠
선호



장기 성장
지향



커뮤니티
중시

◆ 같은 MMORPG 시장에서도 유입·복귀를 만드는 메시지 방식은 서로 다르다.

구분	리니지M	오딘	나이트 크로우
이용자 구성	30·40대 중심, 남성 비중 높음	30대 중심, 남성 70%	30대 남성 비중 최고
핵심 메시지	IP · 신서버 · 클래스 리부트	북유럽 세계관 · 대규모 전투	전쟁 · 신규 클래스 · 신서버
유입 · 재활성	사전예약 · 쿠폰 · 복귀 혜택	대형 업데이트 · 영상 화제성	채널 쿠폰 → 재접속 유도

이용자 구성 출처: 리니지M-WiseApp/언론 보도(2017), Mobile Index 인용(2022) | 오딘-Mobile Index(2021) | 나이트 크로우-Mobile Index INSIGHT(2023)

◆ 오딘은 **시각적 경험**에서 리니지M과 차별화된다

01

세계관·비주얼

세계관을 시각적으로 각인

오딘의 강점

높은 시각 몰입

리니지M 적용

핵심 지역 연출 강화

02

전투 연출

스케일을 장면으로 전달

오딘의 강점

강한 스킬 연출

리니지M 적용

전투 타격감 강화

03

경험 전달

경험을 장면으로 먼저 전달

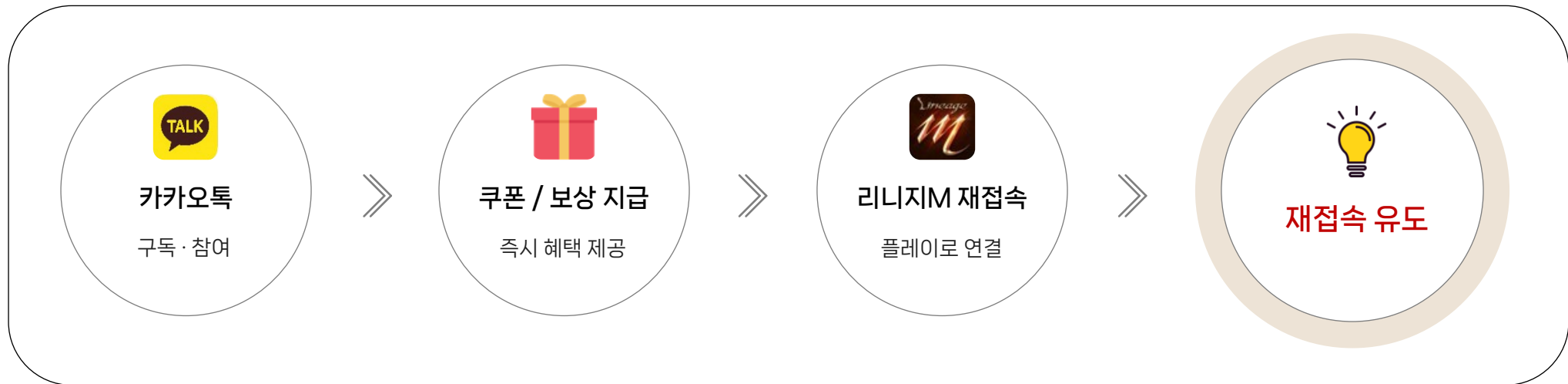
오딘의 강점

직관적인 화면 구성

리니지M 적용

성장 정보 전달 간소화

◆ 외부 채널 참여를 재접속으로 연결하는 보상 구조



게임의 강점 · 약점 분석

장기 흥행을 만든 강점과 구조적 약점

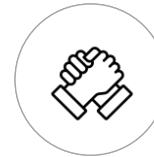
03

SECTION

◆ IP → 관계 → 경쟁 → 축적이 장기 잔존으로 이어진다

리니지 IP

오랜 시리즈 경험이
초기 진입과 복귀 기반으로 작용



혈맹 중심 관계

혈맹 · 동맹 · 적대 관계가
지속 플레이 동기로 연결

경쟁 중심 성장 구조

공성전 · 보스 · 랭킹 경쟁이
성장 목적을 계속 제공



축적 자산의 가치

장비 · 컬렉션 · 변신의 누적이
지속 플레이 동기로 작용

◆ 누적 성장과 경쟁 구조가 장기 플레이를 만든다



장기 성장

성장 요소가 지속적으로
축적됨



자산 가치

투자한 시간이 캐릭터
가치로 연결됨



경쟁 구조

PvP · 혈맹 · 공성전이
성장 동기가 됨



운영 지속성

업데이트가
복귀 계기를 만듦

◆ 성장 구조는 강하지만, 신규 이용자에게는 **이해와 판단의 부담**이 크다



◆ 강점은 유지하고, 신규 이용자의 진입 부담은 낮춘다



유지할 강점 (Strengths)

01	누적 성장 구조	누적 성장 만족감
02	자산 가치 유지	자산 가치와 안정성
03	경쟁과 목표 지향	경쟁 중심의 플레이 재미
04	라이브 운영 지속성	업데이트 기반 장기 신뢰



개선할 약점 (Weaknesses)

01	복잡한 시스템	초반 이해 부담
02	반복 성장 피로	반복 피로 누적
03	성장 격차 체감	기존 이용자와 격차 큼
04	성장 가시성 부족	효과 예측 어려움

◆ 강점 강화·약점 보완·지속 성장 기반 구축



SWOT & STP 분석

강점·약점 분석과 핵심 이용자층 선정

04

SECTION

◆ 강한 IP를 기반으로, 복잡성과 피로도를 개선해야 한다

S	강점	01 높은 IP 인지도	02 축적된 자산 가치	내부 요인
		01 복잡한 게임 구조	02 반복 성장 피로	
W	약점	01 복귀 이용자 수요	02 PC 플레이 확대	외부 요인
O	기회	01 리니지라이크 경쟁	02 MMORPG 장르 피로	
T	위협			

◆ **복귀 장벽은 낮게, 자산 가치는 높게**



◆ 연령보다 경험·자산으로 이용자를 구분한다





CORE POSITION

경쟁이 관계를 만들고, 관계가 장기 몰입을 강화

WHO

코어 MMORPG 유저

경쟁과 성장을 즐기며
장기 플레이를 선호WHAT

집단 경쟁 경험

혈맹 · 공성 · PK 기반의
관계 중심 플레이WHY

장기 잔존 구조

관계와 자산이 누적되며
지속적인 복귀 동기 형성

◆ 하드코어·집단 경쟁의 최상위 MMORPG



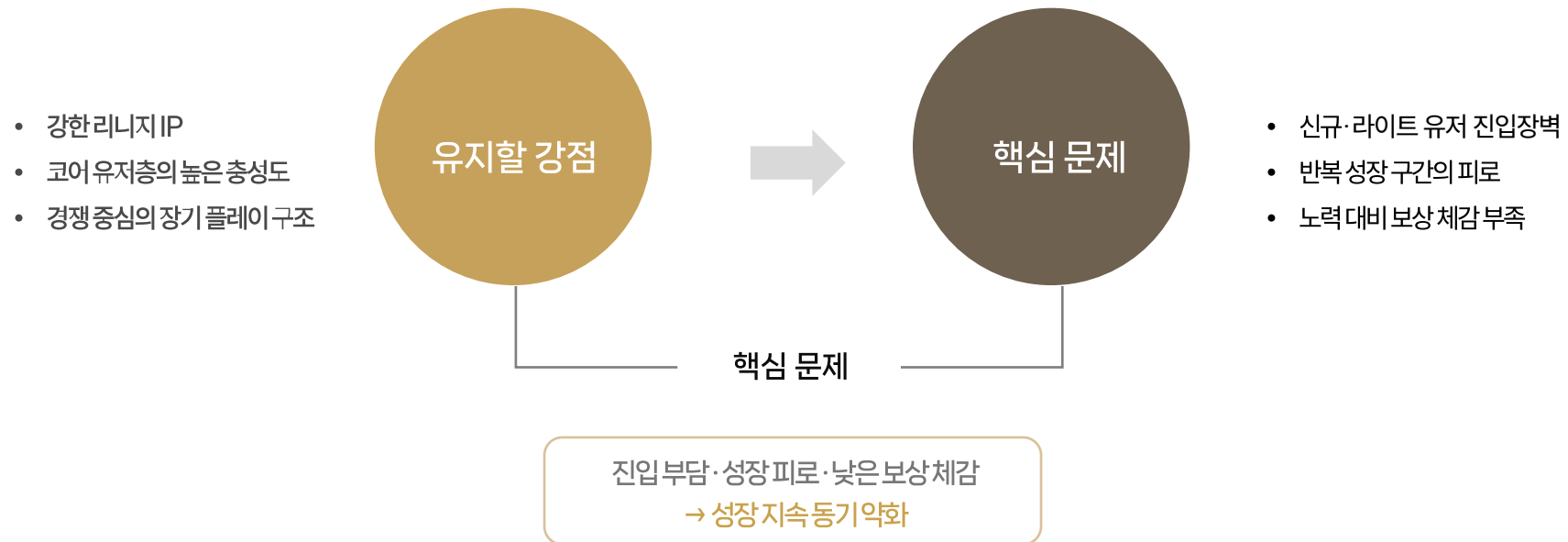
전략 도출 및 핵심 인사이트

성장·과금·운영 불만을 기반으로 핵심 과제와 전략 방향 도출

05

SECTION

◆ **강점은 유지**하되, **성장 구조 보완**이 필요하다



◆ 강점 유지, 진입 부담·성장 피로 완화



! 전략 초점: 코어 유지 + 진입 확대 + 피로 완화

◆ 코어는 유지하고, 유저층은 확장한다



◆ 부담 완화, 성장 체감·이용 지속성 강화



유저가 다시, 더 오래 머무는 리니지M



성장 가시성 개선

노력의 결과가 더 명확하게
체감되는 구조



과금 가치 명확화

지출 대비 효율과 만족도를
높이는 구조



운영 신뢰 강화

지속적인 소통과 개선으로
신뢰를 회복하는 구조

게임 콘텐츠 & 시스템 분석

직접 플레이 기반 콘텐츠·시스템 분석

06

SECTION

◆ 반복 성장을 통해 상위 콘텐츠로 확장

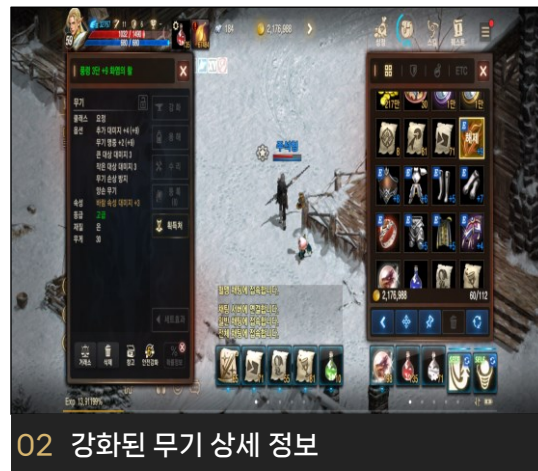
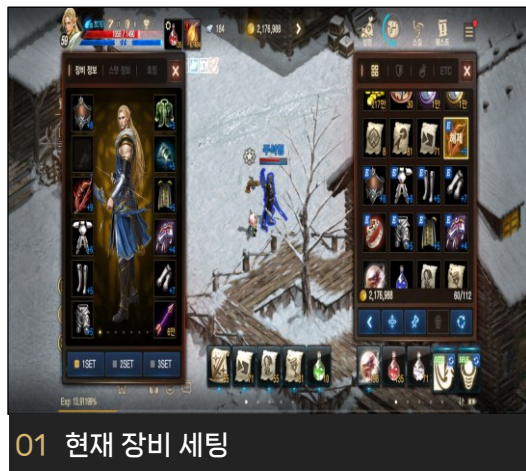


◆ 성장 기반의 반복 플레이가 경쟁·성장 콘텐츠로 확장



◆ 장비 강화는 전투 효율을 가장 빠르게 높이는 성장 수단이다

핵심 분석 포인트



01

능력치 상승

+9 무기로 공격 성능 상승

02

사냥 효율 체감

처치 속도·유지력 차이 체감

03

성장 우선순위

초반 핵심 성장 수단

◆ 사냥 효율은 몬스터 밀도와 유지력에 따라 달라진다



01 전투 중 사냥 효율
연속 전투 구간의 실제 효율

02 몬스터 밀집 구간
밀집 구간에 따른 반복 사냥 효율 차이



몬스터 밀도 01
연속 사냥 구간 확보



유지력 체감 02
체력 소모 · 피격 부담 차이



동선 효율 03
밀집 구간일수록 반복 효율 상승

◆ 시련 던전은 짧은 시간 대비 보상 효율이 높다



01

명법단장의 은신처

다수 몬스터 처치 중심



02

클라우드리아 보물 정원

목표 수행 중심

01



시간 대비 효율

제한 시간 내 경험치와 보상 획득

02



보상 만족도

클리어 보상이 분명해 체감 가치가 높음

◆ 거래소는 다이아를 성장 속도로 전환하는 핵심 경로다

01

카테고리 탐색



원하는 장비군을 빠르게 확인

02

가격 비교



최저가·판매목록 기준 구매 판단

03

옵션 확인



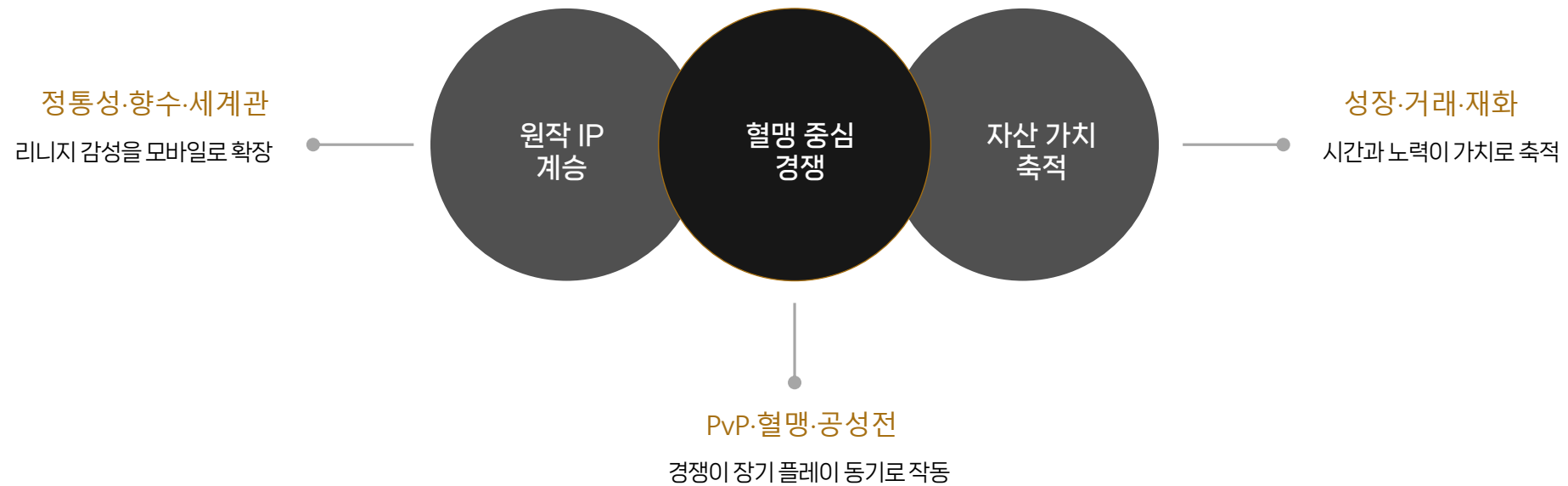
세부 능력치 확인 후 선택



거래소는 장비 접근성을 높여 성장 속도를 단축한다

◆ 리니지M의 장기 잔존은 **혈맹 중심 경쟁 구조**에서 강화된다

◆ 원작 IP·경쟁 구조·자산 가치가 결합된 장기 성장형 MMORPG



운영 개선 제안

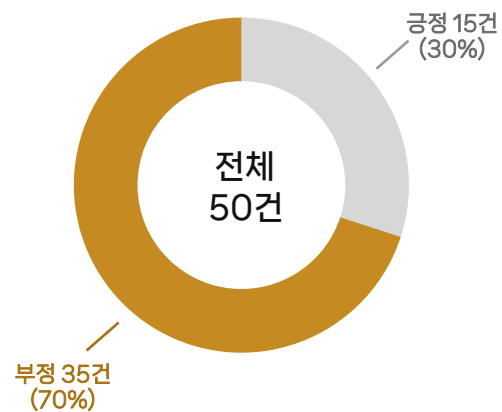
성장·과금·운영 문제를 개선하기 위한 실행 전략 제안

07

SECTION

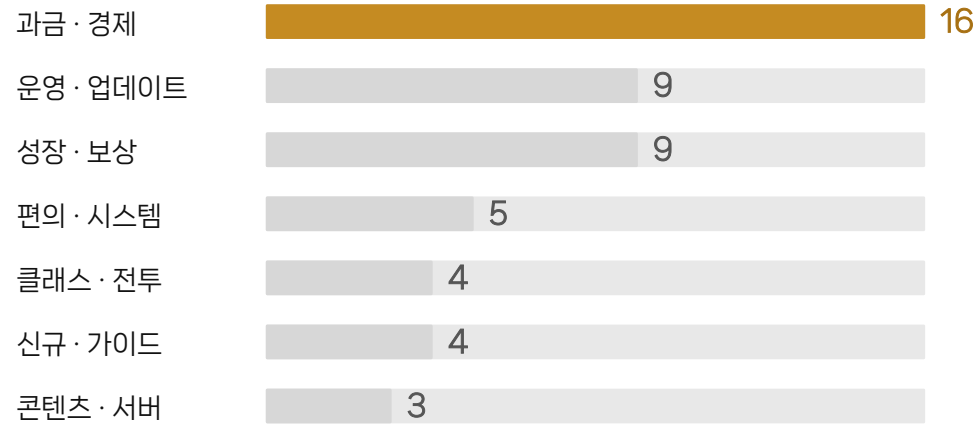
◆ 리니지M의 핵심 불만은 비용과 성장 가치의 불균형이다

VOC 긍정·부정 비율



주제별 VOC 분포

(단위 : 건, 중복 분류 포함)



출처: YouTube·인벤·앱마켓·공개 커뮤니티 VOC 50건 분석

◆ 과금·성장·운영 3개 영역에서 불만이 반복된다

주요 불만 요인별 VOC

(단위 : 건, 중복 분류 포함)

01 과금 · 경제 16건 32%



과금 부담과
지출 대비 낮은 효율

대표 VOC

"이 정도로 쓰고도 스펙이 안 오른다.
과금해도 의미가 없다."

- YouTube · kim****

"무과금은 게임이 어려운 구조다."

- 인벤 · L** -

02 성장 · 보상 9건 18%



성장 속도 저하와
보상 가치 하락

대표 VOC

"레벨은 오르는데 체감이 전혀 없다."

- YouTube · gae****

"보상은 그대로인데 요구 스펙만 올라간다."

- 인벤 · ro**** -

03 운영 · 업데이트 9건 18%



반복 업데이트와
운영 신뢰 약화

대표 VOC

"맨날 똑같은 패턴의 업데이트만 한다."

- YouTube · min****

"유저 의견은 안 듣고 돈만 본다."

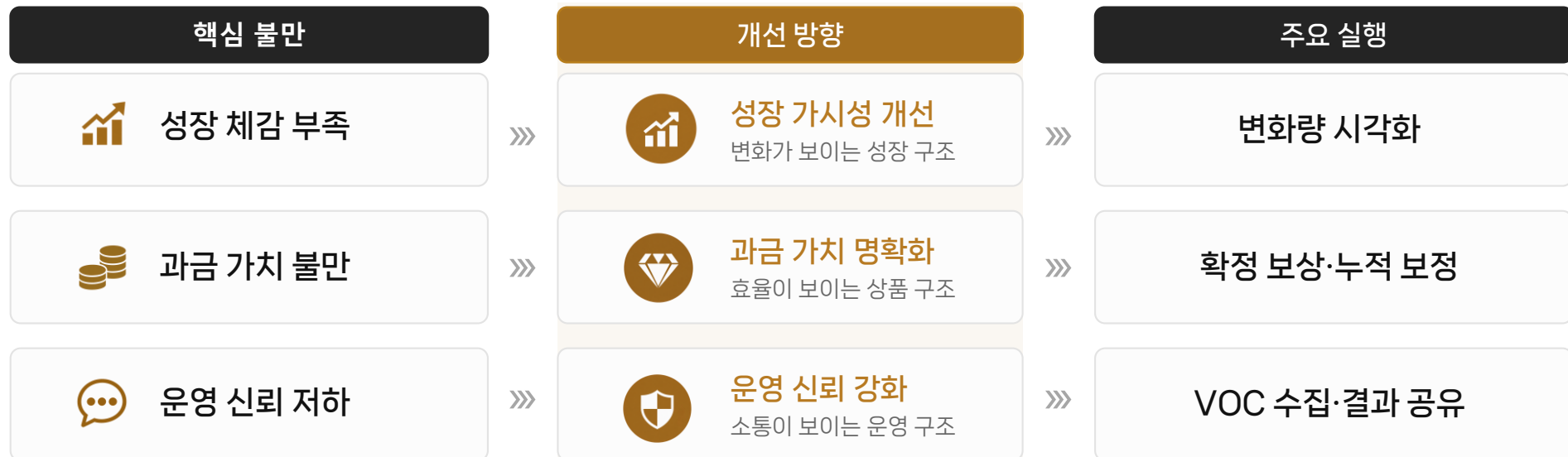
- 공개 커뮤니티 · boo****

출처: 주요 동영상 플랫폼·게임 커뮤니티 공개 VOC 분석

◆ 핵심 불만은 **이탈·과금 축소·진입 저해**로 이어진다



◆ 핵심 불만을 운영 액션으로 전환



◆ 실행 난이도와 기대 효과를 고려해, 단계적으로 적용한다



◆ 예측 가능한 과금 구조로 구매 만족도를 높인다

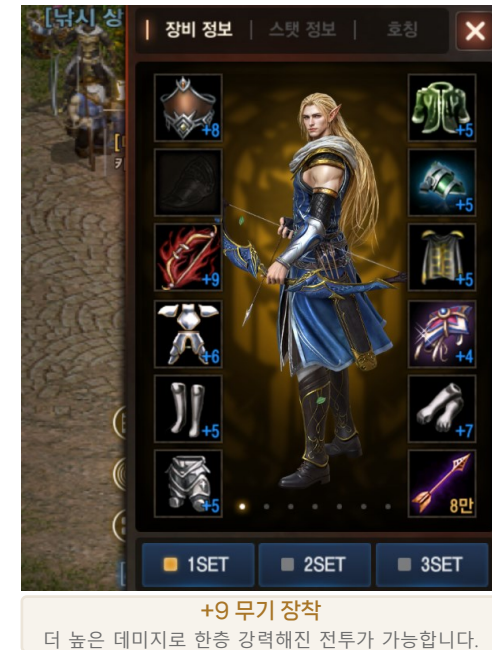


◆ 장비 변화량을 수치화해 성장·강화 참여를 유도한다

현재 장비



장착 후



장비 비교 (예상 능력치 변화)				
				
현재 장비		+9 무기		
능력치	현재 수치 (현재 장비)		변경 후 수치 (+9 무기)	변화량
원거리 데미지	30	》》》	41	▲ +11
원거리 명중	64	》》》	72	▲ +8
물리 방어력(AC)	-107	》》》	-107	-
원거리 회피력(ER)	29	》》》	29	-

 **장비 비교 정보 제공**
변경 전후 수치를 한눈에 비교

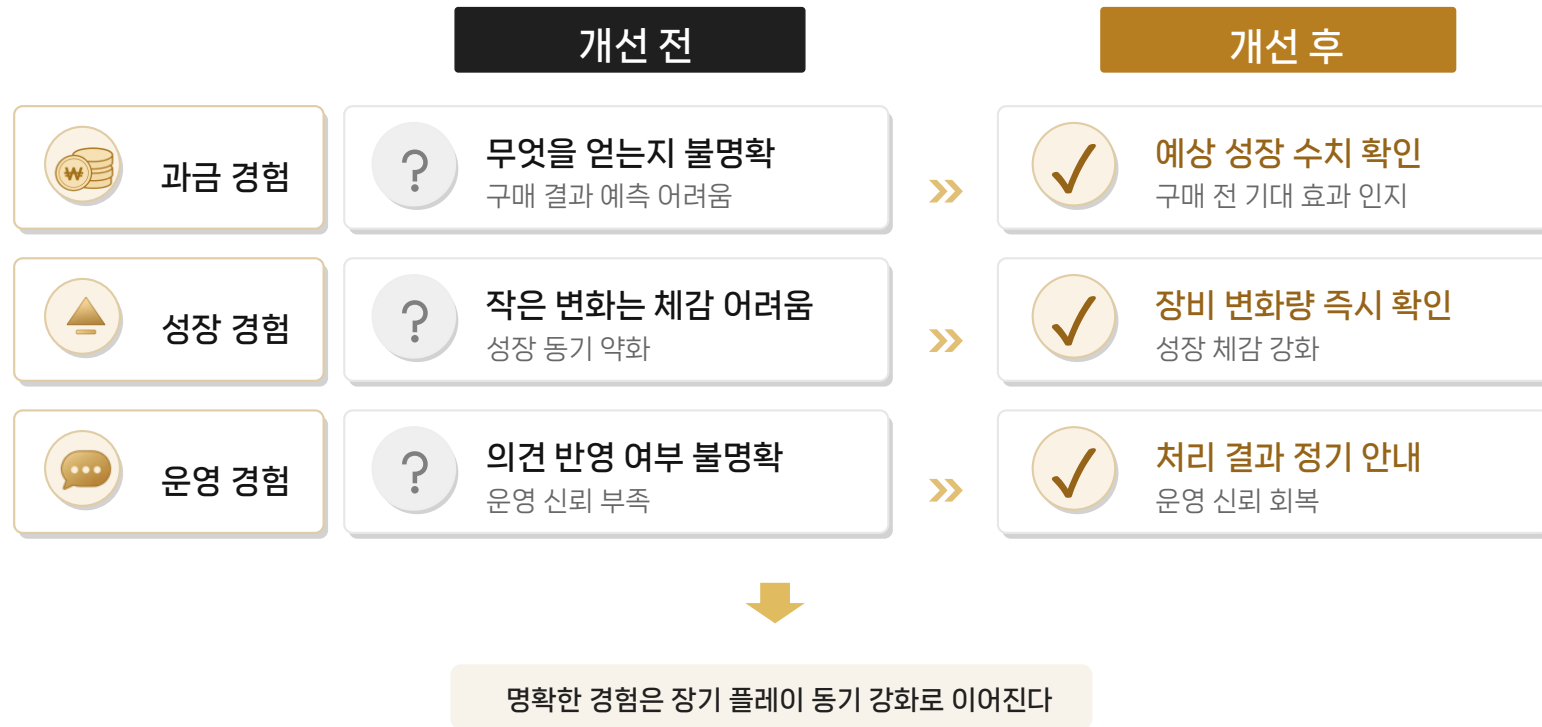
 **예상 능력치 변화 표기**
핵심 능력치 변화를 명확히 표시

 **성장 효과 시각화**
향상되는 능력치를 강조해 성장 체감 강화

◆ 작은 불편도 반복되면 운영 신뢰를 깎는다



◆ 개선안 적용으로 구매·성장·소통 경험이 더 명확해진다



◆ 핵심 지표를 통해 개선안의 효과를 지속적으로 점검한다



BM 분석 및 개선 제안

재화 가치 분석을 바탕으로 결제 단계별 BM 개선안을 제안

08

SECTION

◆ 진입 부담 완화, 결제 지속성 강화



◆ 경쟁작 대비 높은 재화 단가

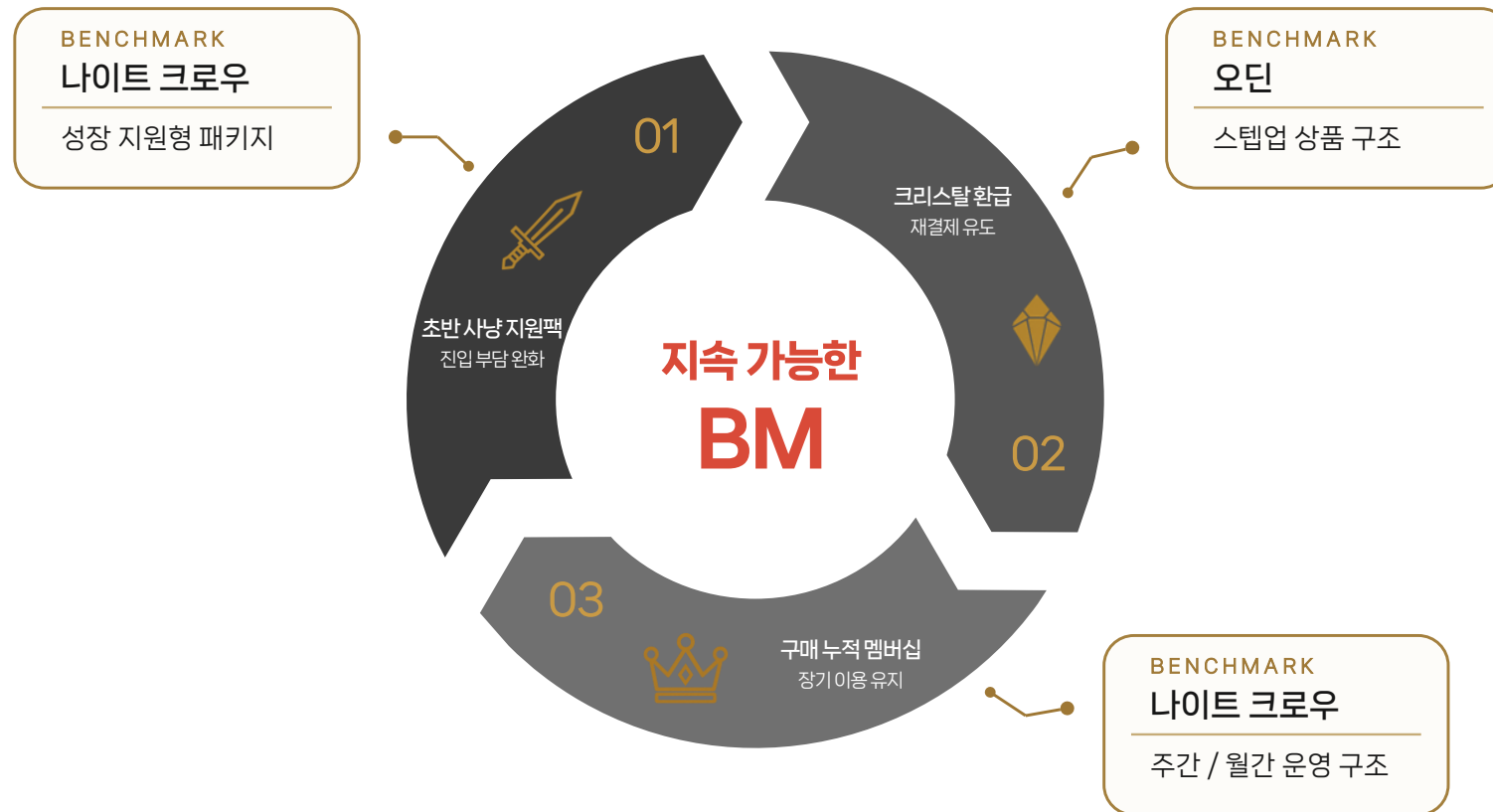
Lineage M 리니지M	ODIN 오딘: 발할라 라이징	NIGHT CROWS 나이트 크로우
최저 재화 단가 27.5원	최저 재화 단가 13.625원	최저 재화 단가 13.75원
1만원당 획득 재화 약 364	1만원당 획득 재화 약 734	1만원당 획득 재화 약 727
상품 특징 고가 · 기간형	상품 특징 단계형 · 주기형	상품 특징 할인 · 성장 지원



리니지M은 경쟁작 대비 재화 단가가 **약 2배 수준**

출처 | 나이트 크로우 공식 홈페이지 웹 상점 재화 상품 안내

◆ 진입 부담 완화 → 재결제 유도 → 장기 이용 유지



◆ 필수 소모품 지원으로 초반 성장 부담을 낮추고 플레이 지속을 유도

◎ 기획 의도

- 초반 사냥 부담 완화
- 안정적인 성장 경험 제공

◎ 주요 타겟

신규
초반 진입

복귀
재정착

라이트
부담 완화

■ 상품 구성 (예시) ※ 구성·수량은 내부 검토 후 조정


 체력 회복제
x 300


 마나 회복제
x 200


 아데나
x 300만


 강화 지원 세트
x 5

판매가격

₩ 9,900

주 1회 · Lv.60 이하
초반 구간 한정

◎ 기대 효과



초반 이탈률 감소
사냥 유지 부담 완화



성장 체감 강화
빠른 초반 성장 경험



후속 상품 전환
코인·멤버십으로 연결

벤치마킹 사례



나이트 크로우
성장 지원형 패키지 구성 참고
초반 정착 지원



오딘
성장 지원 패키지의 초반 보조 구조 참고
성장 구간 보조

출처 | 나이트 크로우 공식 상품 안내 · 오딘 공식 서비스 자료

◆ 유료 재화 소비 후 일부를 환급해 다음 소비로 연결하는 순환형 보상



◆ 구매 금액별 환급 기회로 재소비를 유도하는 구조

01. 지급 구조

 110,000원 이상 구매	크리백 상자 10회
 330,000원 이상 구매	크리백 상자 30회
 550,000원 이상 구매	크리백 상자 50회
 1,100,000원 이상 구매	크리백 상자 100회

즉시 지급

02. 보상 구성

크리백 상자 보상 확률

등급	지급 크리스탈	확률
 일반	10 크리스탈	55%
 고급	30 크리스탈	25%
 희귀	50 크리스탈	12%
 영웅	100 크리스탈	6%
 전설	300 크리스탈	2%

 평균 환급
31 크리스탈

 11만원 평균
310 크리스탈

기대감 강화 + 재소비 유도

03. 기대 효과



재결제 유도

보상 경험이 다음 구매로 연결



구매 빈도 증가

지속적인 접속과 소비를 유도

벤치마킹 | 오딘 스텝업 상품 구조 참고

◆ 누적 구매액에 따라 혜택이 확장되는 장기형 멤버십 구조

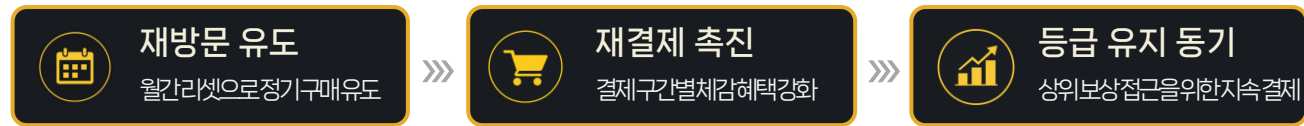
01. 멤버십 등급 구조

— 최근 90일 누적 결제 기준 / 유지 미달 시 하락



벤치마킹 | 오딘 멤버십 구조 참고

◆ 누적 구매금액에 따라 보상 수준·선택권을 단계적으로 확대



◆ 결제 전환부터 장기 유지까지 이어지는 BM 구조



◇ 기대 효과 ◇

첫 결제율 ↑
유입 후 초기 결제 전환 강화

재결제율 ↑
환급 기반 반복 구매 유도

구매 유지율 ↑
멤버십을 통한 장기 과금 안정화

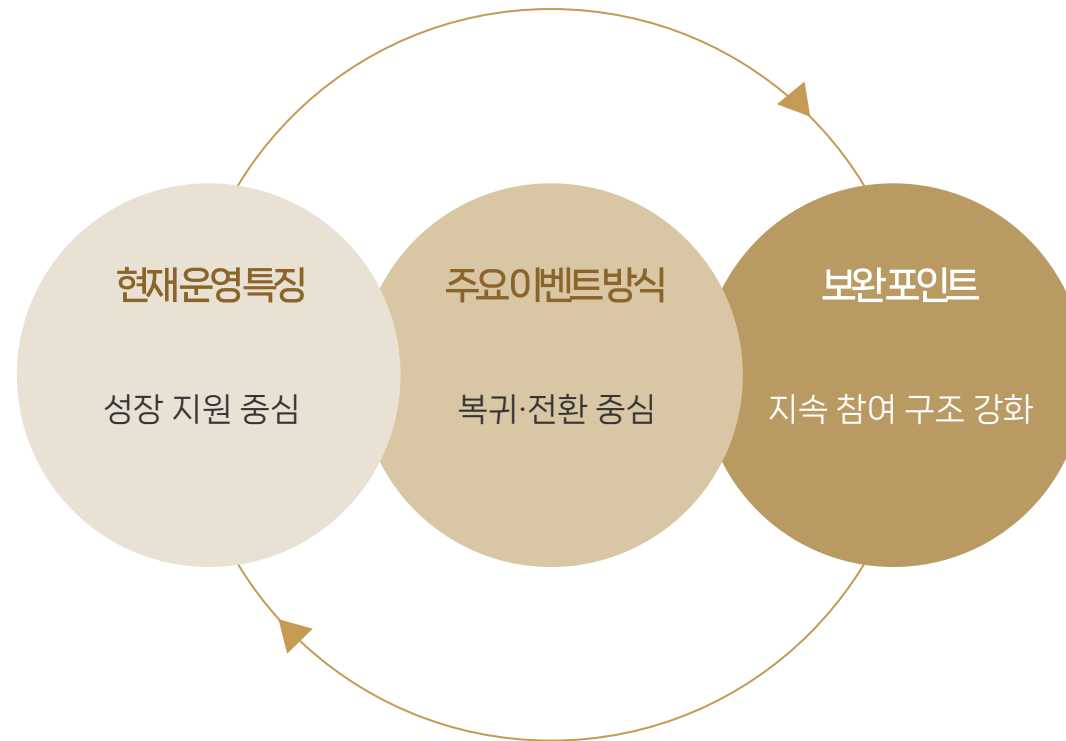
이벤트 개선 제안

경쟁작 분석을 바탕으로 이벤트 참여·정착 구조를 개선

09

SECTION

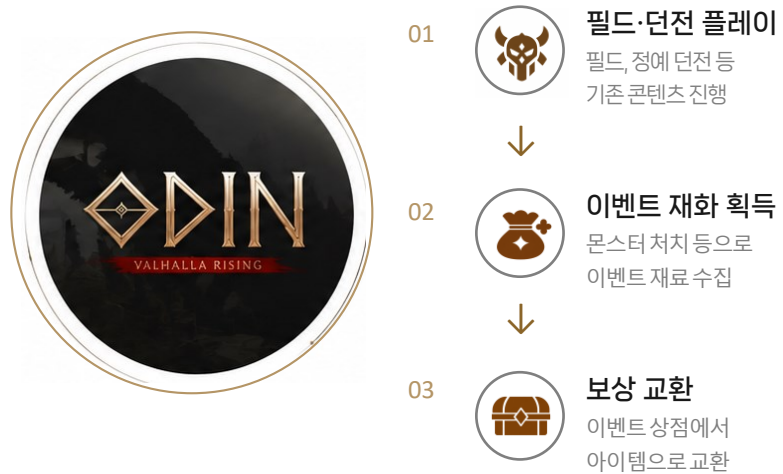
◆ 성장 지원에서 **지속 참여·정착**으로 확장



◆ 경쟁작은 플레이 과정을 이벤트 진행 구조로 활용

오딘 | 콘텐츠 연계형 이벤트

필드·던전 등 기존 콘텐츠와 연계하여 이벤트 재화를 획득하고, 보상으로 교환



나이트 크로우 | 누적 달성형 이벤트

특정 행동을 반복 수행하여 단계별 누적 목표를 달성하고, 구간별 보상을 획득



출처 | 오딘·나이트 크로우 공식 이벤트 페이지 (2026)

◆ 기존 성장·보상 강점을 유지하고, 참여 과정의 경험을 확장

오딘: 발할라 라이징



보상 중심 이벤트

출석, 패키지 등
직접 보상 지급 중심

리니지M



성장·보상 중심 이벤트

필드·던전 등 콘텐츠와 연계한
이벤트 재화 획득

나이트 크로우



누적 달성형 이벤트

반복 수행을 통한
단계별 누적 목표 달성

◆ 원하는 콘텐츠를 선택하고, 누적 참여로 원정대를 성장



기존 이벤트

고정된 미션을 수행해야만 보상 획득



아덴 성장 원정대

원하는 콘텐츠 선택 → 누적 참여로 원정대 성장

플레이 성향에 따른 선택형 누적 이벤트

01

콘텐츠 선택

다양한 콘텐츠 중 원하는 미션 선택

사냥

일반·특수 필드

던전

일일·특수 던전

보스

월드·필드 보스

혈맹

혈맹 활동

02

원정대 포인트 획득

선택한 미션을 완료해 포인트 누적



원정대 포인트

✓ 선택한 콘텐츠 미션 완료

✓ 원정대 포인트 획득

✓ 일일 / 주간 누적 진행

누적 포인트로 원정대를 성장

03

원정대 등급 성장

누적 포인트로 등급 성장 및 보상 획득



견습

일반

정예

베테랑

원정대장

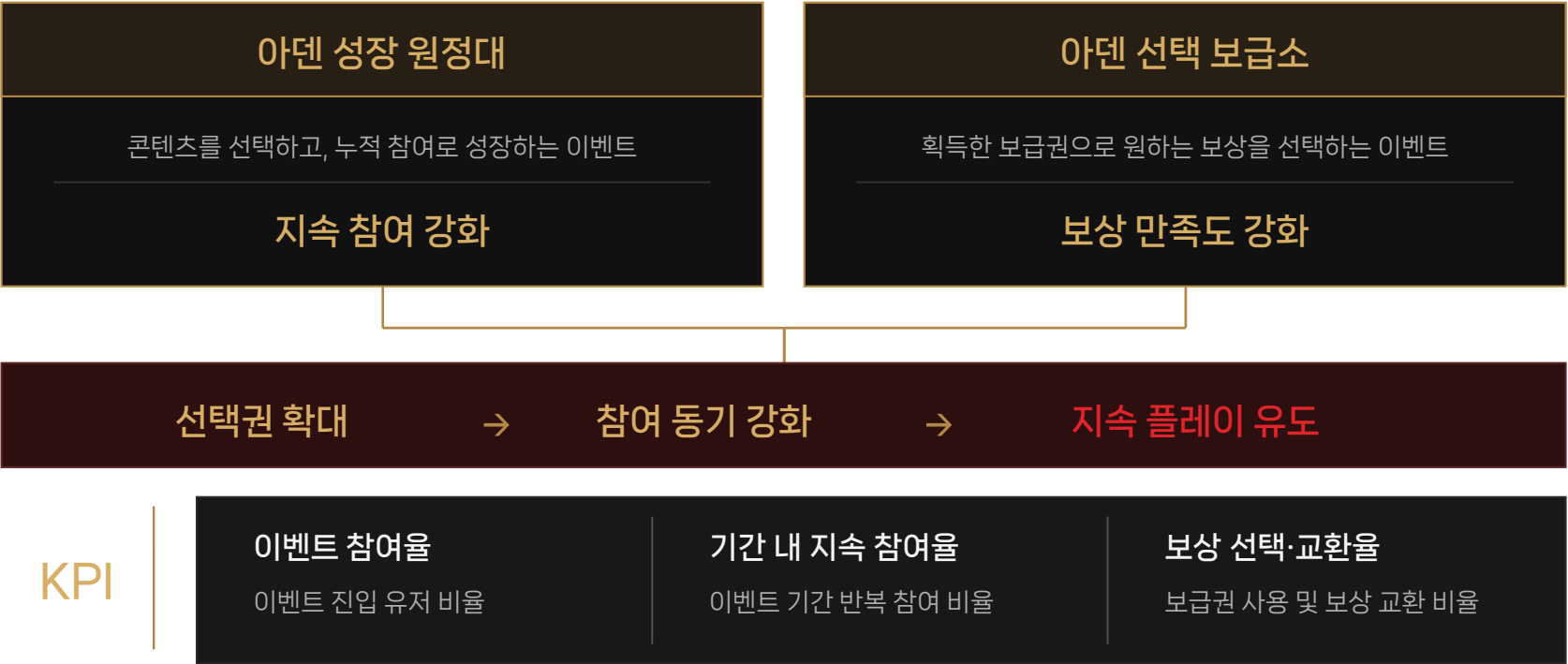
등급 달성 시, 단계별 보상 지급



◆ 보상 선택권을 제공해 유저별 성장 니즈 충족



◆ 이벤트의 선택권을 확대해 지속적인 참여 유도



마케팅 전략 제안

게임 외부 접점을 확장해 신규 유입과 재참여 기회를 확대

10

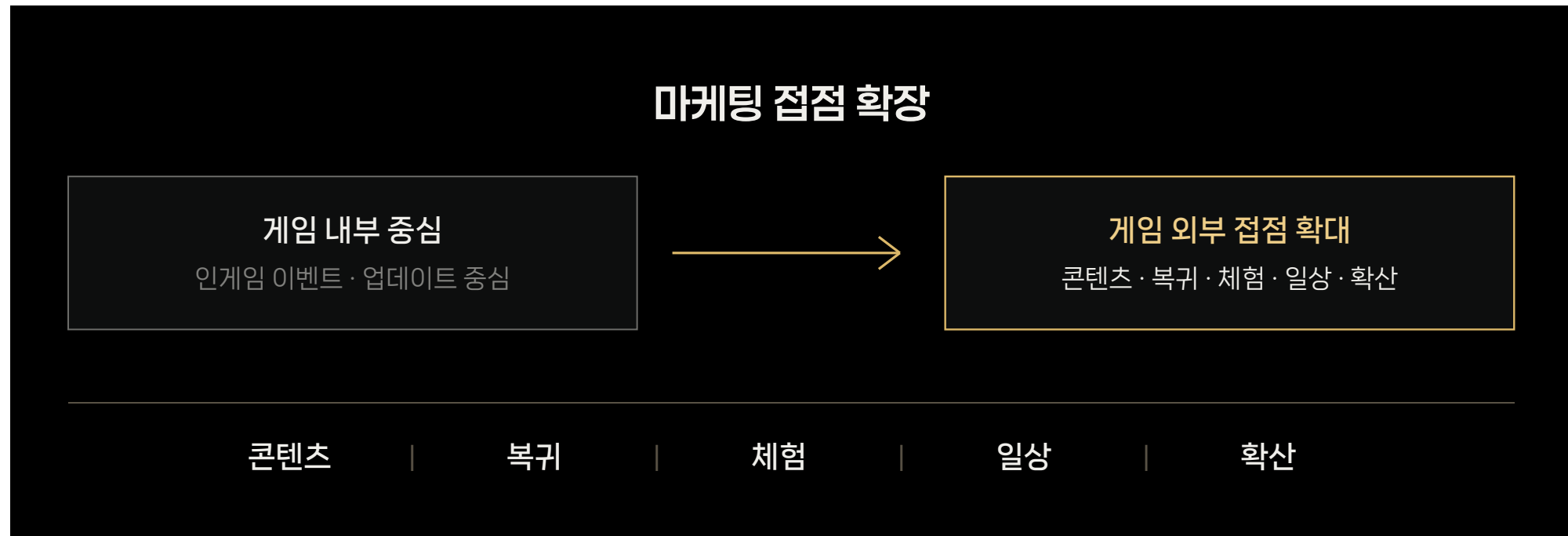
SECTION

◆ 신규·복귀 유입과 외부 점점 확대

			
타겟	30~50대 남성, 기존 IP 충성 유저	30~40대 남성, 고품질 그래픽 선호 유저	30~40대 남성, PvP·성장 지향 유저
주요 마케팅 방향	신서버·업데이트, IP 확장, 콜라보	브랜드 제휴, 유저 경험 콘텐츠	신규 서버, 점핑, 대규모 업데이트
대표 사례	PXG 브랜드 협업 팝업, 한정 상품, 인게임 연계	오딘 기록 현상소 플레이 기록 기반 개인화 캠페인	점핑 서버 제네시아 Lv.50 시작, 신규·복귀 진입 지원
채널	공식 커뮤니티, 유튜브, 인플루언서	공식 사이트, 유튜브, 카카오 채널	공식 커뮤니티, 카카오톡 채널, 유튜브

출처 | 리니지M·오딘·나이트 크로우 공식 홈페이지 및 이벤트 페이지

◆ 게임 내부 중심에서 외부 접점으로 마케팅 확장



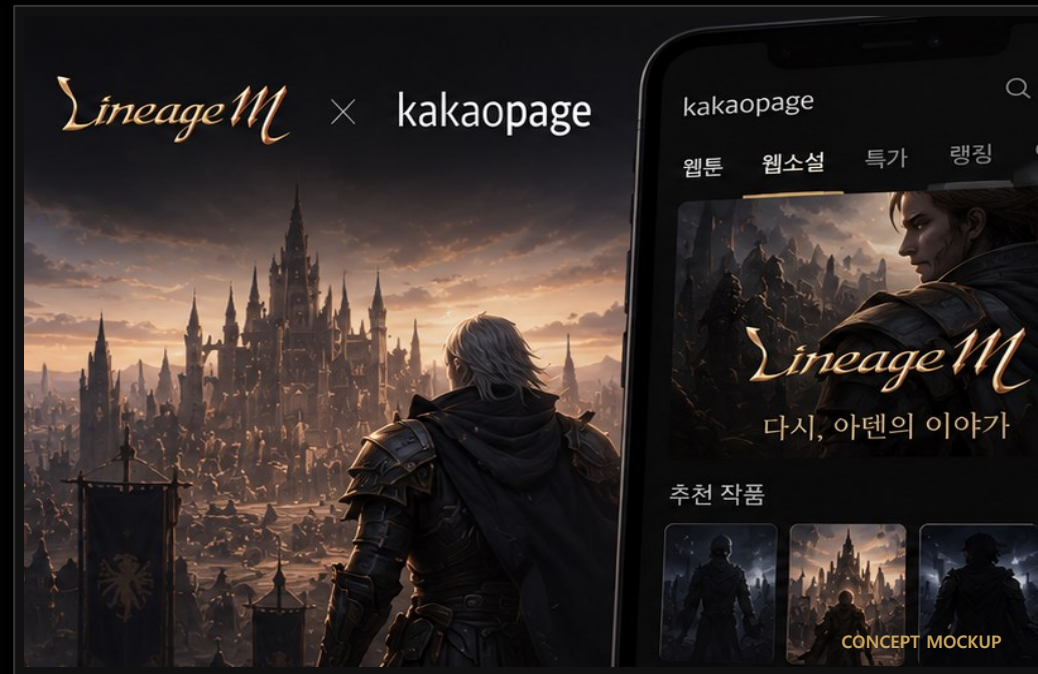
◆ 외부 콘텐츠 접점을 통해 신규 유저 유입 확대

웹툰·웹소설 IP 연계를 통한

콘텐츠 접점 확대

카카오페이지의 인기 IP와 연계하여
신규 유저 유입을 유도한다.

목표	신규 유저 유입
핵심 방식	카카오페이지 IP × 리니지M 연계
주요 내용	웹툰·웹소설 연재 게임 보상 연동 이벤트



IP 콘텐츠 연재
웹툰·웹소설



게임 보상 연계
쿠폰 제공

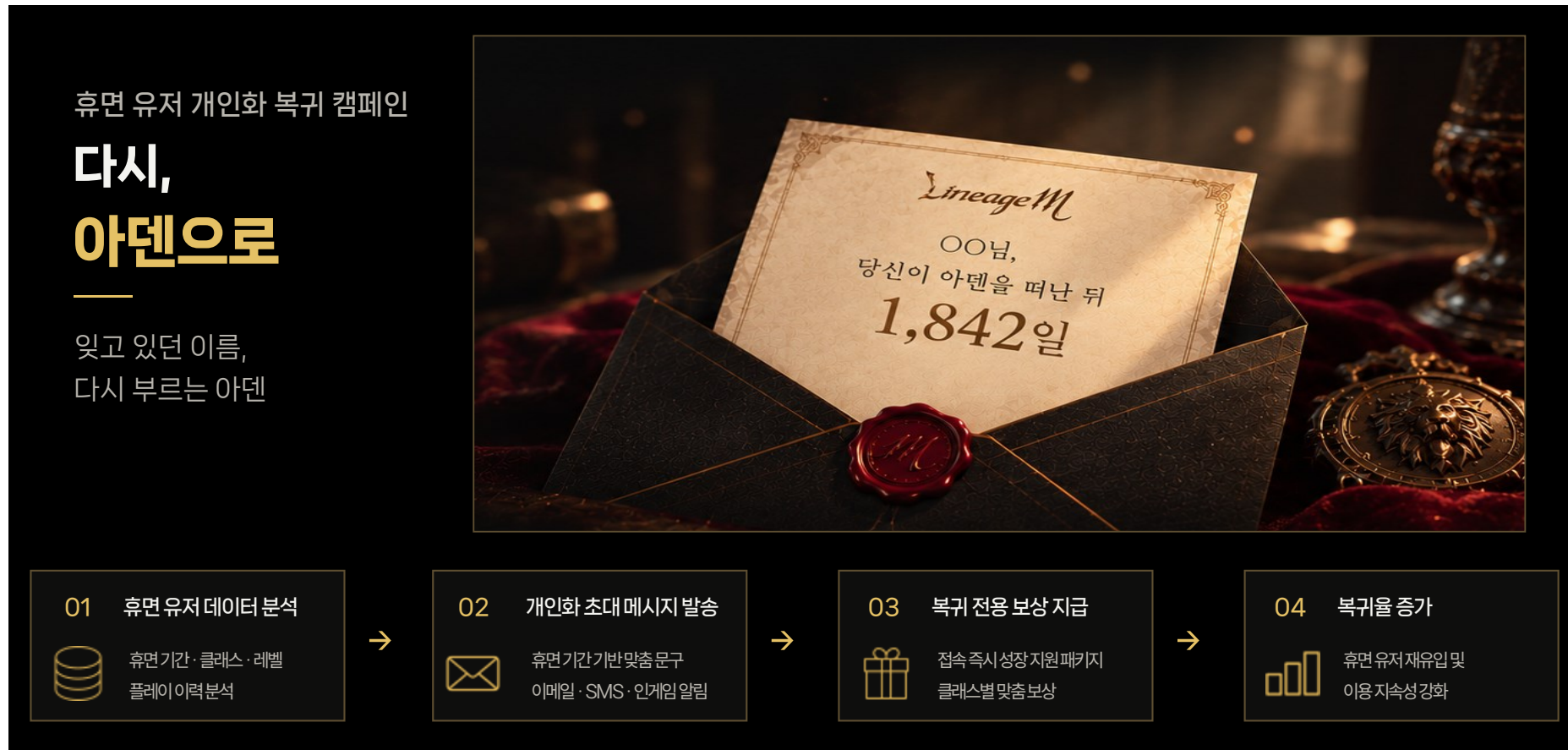


이벤트 진행
캐릭터·스토리 연계



신규 유저 유입
브랜드 관심도 확대

◆ 개인화된 복귀 메시지로 휴면 유저 재접속 유도



◆ 프로야구 팬 접점을 통해 브랜드 경험과 게임 유입 확대



LineageM × NC Dinos
야구의 열기, 다시 아텐으로.
ADEN SERIES

CHANGWON D.C. PARK

01  **ADEN DAY 개최**
NC 다이노스 홈경기 >

02  **한정 굿즈 & 이벤트**
콜라보 유니폼 · 포토존 >

03  **티켓 QR 참여**
경기장 QR로 참여 >

04  **인게임 보상**
한정 변신 · 아이템

왜 프로야구인가?

- 01 **역대급 관중**
1,231만 명 (2025)
- 02 **확장된 팬층**
2030 · 여성 비중 증가
- 03 **높은 타겟 접점**
30~40대 + 대중 스포츠

◆ 게임과 일상 소비를 연결해 지속적인 결제 접점 확대



Lineage M × Hyundai Card

게임에서 쓰고, 일상에서도 쌓고, 다시 아덴에서 쓴다.



리니지M 결제 적립
리니지M·NCPAY 결제 시

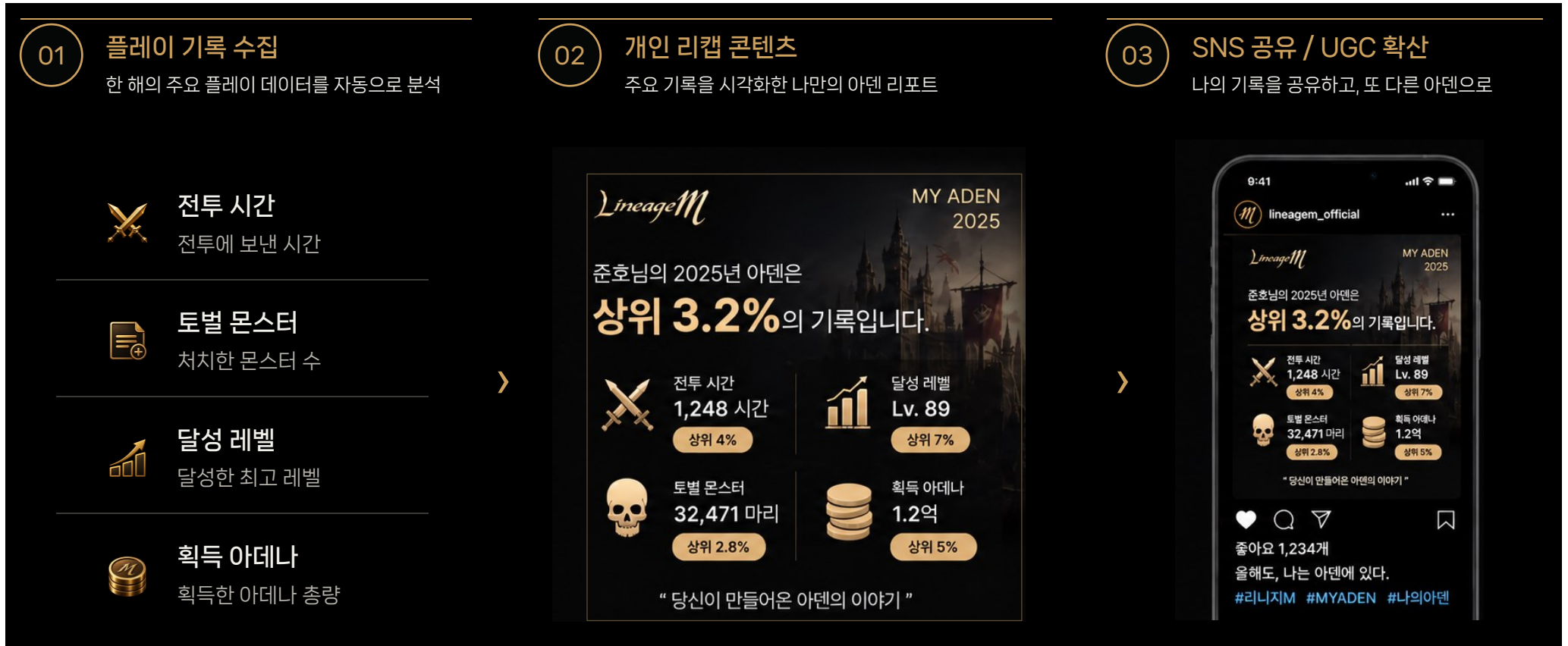


일상 소비도 적립
편의점 · 주유 · 온라인몰 등



게임으로 다시 사용
리니지M 상품 · 게임 재화

◆ 플레이 기록을 콘텐츠화해 자발적인 공유 확산



감사합니다.