



CHINA GAME WEEKLY

한국게임산업개발원
www.gameinfinity.or.kr

서울특별시 광진구 구의동 546-4 테크노마트빌딩 32층
TEL:02) 3424-4131 FAX:02) 3424-5039 nymph@gameinfinity.or.kr

목 차

특 집

G 특 집

■ 2002년 중국에 출시된 온라인 게임 (2)

G NEWS

■ 신 작

- 첫 온라인 파이팅게임 《Getamped:网络街霸》 중국 진입
- 《shikong》, 1월 10일 본격 유료화

■ 제 품

- 《헌원검 온라인》 1월 7일 본격 개통
- 《Prince of Qin》 패키지제품 최우수 창작상 수상

■ 업 계

- "환텐(幻天)회사", 불법사용자에 대한 경고 성명
- 시나와 엔씨소프트, 《리니지》 제품발표회 공동 주최

■ 종 합

- IDC 조사보고: 성년 남성, 온라인 게임의 주 고객
- "CS문화대전" 2003년 2월로 연기

G GAME 순위

■ 2003년 1월 게임 추천/기대 TOP 10

G GAME관련 기관소개

■ 『TOM.COM有限公司』

G 법률과 정책

■ 《중국 인터넷정보센터 도메인 네임 쟁의에 관한 해결방법》(1)

G IT NEWS

■ 인터넷

- "정보화 중국" 전망 밝음, 네티즌 수 증가 가능(1)

■ 모바일

- 2002년 중국 핸드폰시장 분석(1)

2002년 중국에 출시된 온라인 게임 (2)

- ① 공식사이트 ② 게임장르 ③ 제작업체
- ④ 중국대리업체 ⑤ 테스트시간 ⑥ 출시일

《War of Empires》

- ① <http://www.lele.com.cn/baye>
- ② 대형 전략 온라인
- ③ 베이징 러러(樂樂)과기유한회사
- ④ 베이징 러러(樂樂)과기유한회사
- ⑤ 무료 테스트 진행 중

《GOP》

- ① <http://gop.tom.com>
- ② 대형 전략 온라인
- ④ 러릉(樂陞)과기주식유한회사

《스톤에이지》

- ① <http://www.waei.com.cn>
- ② 카툰 온라인
- ④ 베이징 화의렌허(華義聯合)소프트웨어개발 유한회사

《크로스게이트》

- ① <http://www.crossgate.com.cn>
- ② 카툰 온라인
- ④ 왕싱아이니커스(网星艾尼克斯)네트워크과기(베이징)유한회사

《펑광웬스런(瘋狂原始人)》

- ① <http://www.waei.com.cn>
- ② pk 온라인
- ④ 베이징 화이렌허(華義聯合)소프트웨어개발 유한회사

제 23 호

⑥ 2002년 6월

《포트리스 2》

- ① <http://www.ft2.com.cn>
- ② 카툰 회합 전략 온라인
- ④ 상하이 성다(盛大)네트워크유한회사

《Battle Marine》

- ① <http://bm.online.sh.cn/index.htm>
- ② 온라인
- ④ 중자(中嘉)멀티미디어

《래드문》

- ① <http://www.redmoo.cn>
- ② 환타지 온라인
- ④ 아시안게임
- ⑤ 2001년 6월

《드로이안》

- ① <http://www.droiyan.com.cn>
- ② 대형 환타지 온라인
- ④ 베이징찬통(蟬童)소프트웨어과기유한회사

《mankind》

- ① <http://www.mankind.net.cn>
- ② MMORTS
- ④ 광저우 스부어광렌(世博广联)네트워크기술 유한회사

《혼란모험》

- ① <http://www.gamania.com.cn>
- ② 3D 다인접속
- ③ Nako
- ④ 여우시쥐즈(遊戲橘子)
- ⑤ 2002년 8월 7일

《샤이닝로어》

- ① <http://www.shininglore.com.cn>
- ② 환타지 PRG 온라인
- ③ 판타그램
- ④ 베이징 고우자(高嘉)과기
- ⑤ 2002년 7월 31일
- ⑥ 2002년 8월

《xhbb》

① <http://www.gameking.com.cn/company/xhbb/defaylt.htm>

- ② 대형 환타지 온라인
- ③ 선전진즈타(金子塔)소프트웨어과기유한회사 상하이 뮈제(魔戒)연구실

《The fourth land》

- ① <http://www.lele.com.cn/4th/>
- ② 카툰 환타지 RPG 온라인
- ③ 베이징 러러(樂樂)과기유한회사

《다화시여우(大話西遊) 온라인》

- ① <http://xy.163.com>
- ② 무협 RPG 온라인
- ④ 왕이(網易)

《Monster&Me》

- ① <http://hl.tqdigital.com>
- ② RPG 온라인
- ④ 텐칭수마(天晴數碼)

《Derby's Tycoon온라인》

- ① <http://cn.forenew.com>
- ② 사이버 전략 RPG 온라인
- ③ forenew
- ④ 렌방(連邦)온라인

《pengpengi》

- ① <http://www.pengpengi.com/def.asp>
- ② 카툰 사이버 온라인
- ③ 타이더스다이(泰德時代)그룹

《warbible》

- ① <http://warbible.the9.com/warbible/main.htm>
- ② 카툰 전투 온라인
- => 서비스 중단

《joycity》

- ① <http://joycity.the9.com/joycity/intro/index.htm>
- ② 사이버 온라인
- ④ 제9도시(第九城市)컴퓨터기술 자문(상하이) 유한회사

《bangbangbang》

- ① <http://www.bangbangbang.com.cn>
- ② 카툰 캐주얼 온라인
- ④ 상하이 환텐(幻天)정보기술서비스유한회사

《ourgame》

- ① <http://www.ourgame.com>
- ② 종합 보드류 캐주얼 온라인

《kele8》

- ① <http://www.kele8.com>
- ② 캐주얼 온라인

《qf바둑》

- ① <http://www.qf.com.cn>
- ② 바둑 등 보드게임

《9th》

- ① <http://www.9th.com>
- ② 온라인 사이버 커뮤니티

《qlsh》

- ① <http://www.qlsh.net/bf/>

《sina바둑》

- ① <http://game.sina.com.cn/weiqi/>

《차이나 게임 센터》

- ① <http://www.chinagames.net/MyGanes/>

(자료: <http://www.gnnic.net/gnnic/introbuce.php>)

NEWS

신 작

NEWS 첫 온라인 파이팅게임 《Getamped:网络街霸》 중국 진입

2003년 1월 1일 새해를 맞이하여 "성다(盛大) 네트워크"는 일본 게임 개발업체인 "CYBERSTEP 주식유한회사"와 협력계약을 체결하고 "CYBERSTEP 주식유한회사"에서 개발한 온라인 파이팅 게임 《Getamped:网络街霸》의 중국 대리운영을 담당한다고 약정하였다.

《Getamped:网络街霸》는 카툰형식의 파이팅 게임으로 유저들은 다양한 Q버전의 캐릭터 조종을 통하여 조직을 결성하고 대결에 참여할 수 있다. 게임은 진행 속도가 빠르고 대결장면이 실감나며 오락성이 강하다. 이는 "성다네트워크"에서 대리한 첫 번째 일본 온라인 게임제품이며 장르나 형식면에서 한국 게임과는 완전히 다른 게임으로 일본풍의 게임을 즐기는 유저들에게는 매우 좋은 선물이다.

(자료: http://news.17173.com/content/2003-1-6/n930_846474.html)

NEWS 《shikong》, 1월 10일부터 본격 유료화

"베이징 화이(華義)"에서 출품한 중량급 환타지 온라인 게임 《shikong》은 2002년 12월 5일부터 오픈 테스트를 진행하여 유저들에게 호평을 받았다.

《shikong》의 정품 클라이언트는 1월 5일부터 출시하게 된다. 정품 클라이언트에는 《shikong》 게임 CD 한 장, WGS300점 카드 한 장, 설명서 한권 및 답장카드 한 장이 포함된다. 《shikong》 게임은 1월 9일에 테스트를 중지하고 1월 10일부터 본격 유료화를 실시한다.

《shikong》 게임에는 완벽한 정치구조, 다양한 사회구조와 무한한 발전공간이 갖추어져 있다. 《shikong》 게임 중 유저들은 전사, 특수 기능자 및 기사 중의 어느 한 인물을 배역할 수 있고 각자의 지혜, 책략, 기교를 이용하여 탄탄한 정권

을 구축하고 무한한 영예를 누릴 수 있다. 공회 설립도 가능하므로 뜻을 같이하는 동지를 모아 도시 공략을 위한 전쟁을 할 수도 있다.

《shikong》의 기반 시스템 요구:

- 조작시스템: Windoes95/98
- CPU: Pentium MMX이상 (PentiumIII 450 이상)
- 하드디스크: 600MB이상
- 메모리: 64MB이상
- 디스플레이카드: DirectX8.0이상 지원 가능
- 사운드 카드: DirectX8.0이상 지원 가능
- 인터넷: 56Kbps이상의 모뎀

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/0301/010416564.shtml>)

제 품

NEWS 《헌원검 온라인》 1월 7일 본격 개통

《헌원검》 온라인 제품은 2002년 12월 19일 공정테스트를 진행하고 초기에 일부 원인으로 불안정한 상황이 나타났지만, "왕싱(网星)"사의 기술인원들의 노력으로 인하여 현재 모든 문제가 해결되어 유저들에게 보다 나은 게임 환경을 제공하게 되었다. 문제해결 상황과 게임 테스트 진행 상황에 맞추어 1월 5일 중문 간체버전 서버에서 패치파일 다운로드를 제공한다.

공정테스트 때 지정한 배치는 1월 6일 테스트 결속 후 서버의 모든 정보는 취소되고 그 후 무료게임기간을 포함한 기간의 모든 정보는 저장된다. 1월 7일 《헌원검 온라인》이 본격 개통된 후 유저들에게 일정 기간 무료로 게임이 제공된다. "왕싱(网星)"은 폭넓은 유저들의 수요를 충족시키고 유저들에게 보다 나은 게임 환경을 제공하기 위하여 기존의 "베이징 왕싱" 4개 서버군을 기반으로 광저우 및 상하이에 각각 4개의 서버군을 추가하였다. 유저들은 각자의 인터넷 속도에 따라 적절한 서버를 선택하여 게임을 진행할 수 있다.

(자료: <http://gaems.sina.com.cn/newgames/0301/010416555.shtml>)

NEWS 《Prince of Qin》 패키지 제품 최우수 창작상 수상

《Prince of Qin》 패키지 제품은 중국에서 발행부수가 가장 많은 컴퓨터 전문 간행물 "다중판젠(大眾軟件)"의 2003년 첫 호(제1기)에서 우수한 기획으로 2002년도 최우수 창작상을 수상하였다.

"다중판젠" 편집부 평가 중 《Prince of Qin》이 수상된 이유는 《Prince of Qin》은 중국 제작업체에서 독자적으로 개발하였고 2002년 E3대회에 전시된 제품으로 국제적 작품이 될 수준을 갖추고 있다고 언급하였다.

《Prince of Qin》 패키지에 대한 언론의 평가:

- "궈이구동리(硅谷動力)게임채널"의 carman: 이 게임은 내가 지난해에 유일하게 성공한 PC게임이다.

- "gamespot"의 편집총장 장란(張然): 이 게임은 유일하게 미국 사이트에서 홍보를 진행한 중국 게임이다.

- 주이텐(隆天): E3대회에서 외국의 여러 게임 전문매체들의 호평을 받은 이 게임의 발전방향과 운영모델은 중국 게임의 향후 발전에 초석을 제공하였다.

《Prince of Qin》 패키지 게임은 사회 각 계층으로부터 호평을 받았을 뿐만 아니라 이미 여러 언어로 번역되어 미국, 캐나다, 일본, 한국 등에서 판매되고 있으며 2002년 유일하게 세계시장에 진입한 중국산 게임이다.

(자료: <http://game.dayoo.com/content.php?id=9997>)

업 계

NEWS "환텐(幻天)회사", 불법 사용자에게 대한 경고 성명

《嘵嘵帮:bangbangbang》은 많은 중국 사용자들의 호평을 받고 있는 게임이지만 최근 《嘵嘵帮:bangbangbang》 1버전(Shake 2.0)이 잠시 운영 정지되었다. 그런데 이 기회를 틈타 일부 사용자들이 불법적으로 《嘵嘵帮:bangbangbang》 1버전 시스템을 도용하여 서버를 구축하려 한다는 소문이 전해지고 있다.

이에 대하여 《嘭嘭帮:bangbangbang》 게임의 운영업체인 "환텐(幻天)회사"는 아래의 특별 성명을 발표하였다.

"환텐(幻天)회사"는 한국 "아오조라(Aozora)"사의 《嘭嘭帮:bangbangbang》 계열 제품(《嘭嘭帮:bangbangbang》 1버전(Shake 2.0) 및 2버전(Bang Bang Fighter) 포함)의 중국 지역 독자 대리권을 가지고 있다. 범법자들의 불법 도용 행위에 대하여 "환텐"사는 법적으로 책임을 추궁할 방침이다.

동시에 "환텐"사는 《嘭嘭帮:bangbangbang》 1버전 제품(Shake 2.0)의 운영서비스를 회복하며 2버전(Bang Bang Fighter)제품과 함께 "하나로 카드"의 형식으로 유저들이 한 개 카드로 두 게임을 동시에 진행할 수 있도록 제공한다고 발표하였다.

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/0301/010616623.shtml>)

NEWS 시나와 엔씨소프트, 《리니지》 제품발표회 공동 주최

지난 1월 8일 중문미디어·네트워크서비스회사인 "시나"는 한국의 최대 온라인 게임 제공업체인 "엔씨소프트"사와 협력하여 온라인 게임산업에 진출한다고 베이징에서 선포하고 이번 온라인 게임산업 진출의 첫 제품으로 《리니지》를 본격 출시하였다.

"시나"의 CEO 모우도우린(茅道臨)은 이번 "시나"와 "엔씨소프트"의 협력은 인터넷 경제 중 성장률이 가장 빠른 온라인 게임 시장을 목표로 하고 있다. "시나"는 막강한 브랜드 파워와 사용자 우위를 충분히 활용하여 폭넓은 시장과 운영자원을 제공하고 "엔씨소프트"는 더욱 많은 게임제품 제공과 차후 개발을 지원한다고 밝혔다. "엔씨소프트"와 같이 업계의 실력 있는 선두와의 협력은 우리들에게 밝은 전망을 제시하며 상호 우위자원을 협력하여 중국 온라인 게임 산업 발전을 추진하고 중국 유저들에게 더욱 풍부하고 훌륭한 온라인 게임제품을 제공할 것이라고 덧붙였다.

"엔씨소프트"의 수석 집행관 김택진은 "'시나'는 나스닥에 상장한 네트워크서비스회사로 업계의 우위를 차지하고 있으며 또한 중국 온라인 게임산업의 지도자 역할을 할 큰 잠재력을 가지고

있어 엔씨소프트가 중국시장에 진출하는 가장 적절한 협력 파트너이다"고 말했다.

- 제품발표회 일정:

16:00 《리니지》 중국 운영회사인 "시나러구(樂谷)" 부총경리 왕량(王亮)의 《리니지》 게임 특징 소개

16:30 질의 응답

17:00 《리니지》 오픈 테스트 발표회 마감

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/0301/010816801.shtml>)

종합

NEWS IDC 조사보고: 성인 남성, 온라인 게임의 주 고객

"국제데이터회사(IDC)"가 중국 온라인 게임 사용자 구조에 대한 조사연구에 의하면 남성 유저가 중국 온라인 게임 사용자 총수의 93.2%를 차지하였으며, 그 중 16-25세가 전체 사용자수의 74.6%, 16-30세가 전체 사용자수의 90.4%를 차지한 것으로 알려졌다.

IDC는 최종 사용자에 대한 조사 연구에서 현재 72.4%의 유저가 PC방에서 온라인 게임을 즐기고 48.7%의 유저가 집에서 온라인 게임을 한다고 발표했다. 일부 유저들은 집과 PC방에서 온라인 게임을 함으로 두 경우의 합은 100%를 넘게 된다.

IDC의 조사연구에 의하면 온라인 게임은 현재 중국에서 4년 간 발전해 왔고 아직은 발전단계에 있다. 중국 내 온라인 게임 운영업체는 총 90개, 온라인 게임 제품이 110가지에 이른다. 온라인 게임제품은 외국제품이 절대적인 비율을 차지하고 있으며 대부분이 한국, 일본 제품에 집중되어 있다. 중국 온라인 게임시장은 성장속도는 매우 빠르지만 아직은 미성숙단계로 상하이 생산업체의 경우 여전히 외국생산업체들로 독점되어 있는 상태이다.

향후 온라인 게임 사용자수는 증가하지만 온라인 게임 사용자의 연령 및 직업 특징에는 큰 변화가 없게 될 것으로 이는 중국 온라인 게임 사용자 폭의 성장률은 낮아질 것을 말하고 있다. 인터넷의 발전과 컴퓨터의 보급 및 사람들이 온라인 캐주얼방식에 대한 경향이 두드러짐에 따라

온라인 게임 사용자 연령은 양극화될 것으로 예상된다.

(자료: http://news.17173.com/content/2003-1-6/n592_508446.html)

NEWS "CS문화대전" 2003년 2월로 연기

《CS》는 수년간 가장 많은 인기를 받고 있는 PC게임이라고 말할 수 있다. 특히 2002년에는 그 인기의 절정을 이뤘다. 각 매체의 정품순위나 인기 순위에서 1위를 고수했으며 대중화 보급율도 매우 높아 《CS》 게임 사용자수는 이미 1,000만 명이 넘는 것으로 추정되고 있다. 《CS》 게임 붐과 함께 《CS》 문화 분위기도 확산되어 많은 훌륭한 문장 및 작품들이 여기저기서 발표되고 있다.

"CS문화대전작품"공모전은 10월 초에 시작되어 2개월 동안 많은 유저들이 참가하는 가운데 순조롭게 진행되었다. 그러나 공모전에 참가한 작품들은 주최측의 기대보다 높은 수준이었지만 한 가지 아쉬운 점은 애니메이션과 Flash 부문의 작품이 상대적으로 적다는 것이다. 주최측은 중국 애니메이션과 Flash에 재능을 가진 팬들의 많은 참가를 희망했다.

당초 공모 마감일을 12월 말로 계획하였으나 문의전화가 계속되고 온라인으로 공모전에 참가 기회를 요구하는 유저들이 많은 점을 고려하여 주최측은 공모 마감일을 2003년 2월 15일로 연기했다.

(자료: <http://game.dayoo.com/contnet.php?id=9988>)

GAME 순위

2003년 1월 게임 추천/기대 TOP 10

- 추천 순위

순위	게임 명칭	장르	발행사
1	신화시대	실시간 전략	마이크로소프트
2	텐룡바부(天龍八部)	RPG	즈관덴즈(智冠電子)
3	FIFA 2003	스포츠	미국 이덴(藝電)
4	Sala Saga3	전략	환위즈싱(寰宇之星)
5	선제(神界)	RPG	이차이커지(怡彩科技)
6	Harry Potter & The Chamber of Secret	액션 RPG	미국 이덴(藝電)
7	Rollercoaster Tycoo	사이버 경영	텐런후둥(天人互動)
8	Traffic	사이버 경영	광푸버수어(光譜博碩)
9	Aqua Fantas	사이버 경영	환위즈싱(寰宇之星)
10	Wind FantasyII ~aLIVE~	RPG	환위즈싱(寰宇之星)

- 기대 순위

순위	게임 명칭	장르	발행사
1	선검치사관 2 (仙劍奇俠傳 2)	RPG	환위즈싱(寰宇之星)
2	寶神結	RPG	즈관덴즈(智冠電子)
3	Robin hood	실시간 전략	이차이커지(怡彩科技)
4	Farland Symphony	RPG	즈관덴즈(智冠電子)
5	삼국 군영전 4	전략	환위즈싱(寰宇之星)
6	Super 4	전략	환위즈싱(寰宇之星)
7	축구경리 생방송	사이버 경영	스지러이션(世紀雷神)
8	Heroine Anthem 2	RPG	환위즈싱(寰宇之星)
9	파밍공팡(發明工場)	전략 경영	광푸버수어(光譜博碩)
10	Electronic Arts for Multiple Platform	사이클	미국 이덴(藝電)

(자료: 游戲攻略 2003년 1월호)

GAME 관련기관

TOM.COM有限公司

TOM.COM有限公司

“TOM.COM유한회사”는 “허지황푸(和記黃埔)유한회사”, “창장스예(長江實業)그룹유한회사” 및 기타 전략 투자업체들과 협력으로 구성된 공동 경영 회사이다. 2000년 3월 홍콩 렌허(聯合) 거래소에 상장하였다. (주식 코드:8001)

TOM은 매체와 독립적인 전략을 추진한 선구자로서 합병 및 내부 강화를 통하여 실력이 강대한 매체산업을 구축하고 스포츠 추진, 옥외 미디어, 인쇄 미디어 및 온라인 미디어 등을 주력으로 업계의 거목이 되기 위한 노력을 아끼지 않고 있다. TOM은 양청(羊城)신문업 광고를 대표로 이미 중국 스포츠 시장 추진의 선두역할을 하고 있다. 또한 산하 7개 옥외 미디어 기구(상하이 메이야(美亞)문화, 펑츠(鳳馳)스타, 베이징 안황(炎黃), 톈밍(天明), 텡룽(騰龍), 치루(齊魯), 춘위(春雨))를 통하여 중국에서 대규모 옥외 미디어 네트워크를 구축하였으며 그 영향력이 중국 내 각 도시에 퍼졌다. TOM의 온라인 업무에는 TOM.COM 베이징 사이트, 상하이 사이트, 광저우 사이트, 홍콩 사이트, 국제 사이트, 163.net 및 싸위이(鯊威) 스포츠 포럼 등을 포함하였으며 온라인 광고 수익 또한 업계 2위 자리를 차지하였다. 인쇄미디어 업무에서 TOM은 선후로 아시아 위클리 및 대만의 2대 잡지 출판 그룹인-PC HOME과 청방(城邦)을 합병하고 중화 지구의 인쇄사업 발전을 강화하고 있다. 전신(電訊) 부가 서비스 면에서 TOM은 중국 대륙의 여러 전신 업체와 협력으로 사이버 인터넷 접속 서비스 “TOM 왕유우선(网游神)”을 출시하였다. 이외 TOM은 또 광대역 부가 서비스(창통(長通) 광대역) 및 정합판매 업무(타이완 중스(中時)그룹과 합자하여 China-Plus를 성립) 개발을 적극적으로 진행하고 있다.

TOM 의 주요업무 및 주력 지사

(1)옥외 미디어:

펑츠(風馳)스타

상하이 메이야(美亞)문화

베이징 안황(炎黃)

텡룽(騰龍)

톈밍(天明)

치루(齊魯)

춘위(春雨)

(2)스포츠 미디어:

양청(羊城)회사

(3)인쇄 미디어:

아시아 주간

PC Home 및 청방(城邦)

(4)온라인 미디어:

CNTOM(cn.tom.com)

HKTOM(hk.tom.com)

163.net(www.163.net)

싸위이(鯊威)스포츠 포럼

기타 입문 사이트 업무: 온라인 상하이 메이야(www.cnmaya.com), 인터넷 재무 경제 정보 및 분석 제공 사이트 AAStock.com(www.aastocks.com), 유람 관련 내용 및 온라인 여행사 서비스 제공 사이트 GoChinaGo.com(www.gochinago.com), 여성 입문 사이트 she.com(www.she.com)

(자료: 북경고화위업정보과기유한회사)

법률 및 정책

LAW 중국 인터넷정보센터 도메인 네임
쟁의에 관한 해결방법(1)

제1조 인터넷 도메인 네임 쟁의를 해결하기 위하여 관련 법률, 행정법규 및 《중국 인터넷 도메인 네임 관리방법》의 규정에 근거하여 본 방법을 제정한다.

제2조 본 방법은 인터넷 도메인 네임 등록 및 사용과정에서 나타난 쟁의에 적용된다. 쟁의 도메인 네임은 중국 인터넷정보센터에서 담당관리를 하는 CN 도메인 네임 및 중문 도메인 네임에 제한된다.

제3조 도메인 네임 쟁의는 중국 인터넷정보센터가 인정하는 기구에서 수리하고 해결한다.

쟁의 해결기구는 마땅히 본 방법 및 《중국 인터넷정보센터 도메인 네임 쟁의 해결방법 절차규칙》에 근거하여 상응 보완규칙을 제정해야 한다.

제4조 쟁의 해결기구는 전문가그룹 쟁의 해결 담당제도를 실시한다. 전문가그룹은 인터넷 및 관련 법률지식을 장악하고 높은 직업도덕 및 도메인 네임 쟁의에 대하여 독립적인 결단을 내릴 수 있는 능력을 구비한 1명 혹은 3명의 전문가들로 구성되었다. 도메인 네임 쟁의 해결기구는 인터넷상에 고소인 및 피고인이 선택할 수 있는 전문가명단을 발표한다.

제5조 임의의 기구 혹은 개인은 자체의 이미 등록된 도메인 네임이 해당 기구 혹은 개인의 합법적인 권익과 갈등이 생겼다고 느껴질 경우 쟁의 해결기구에 고소를 제출할 수 있다.

쟁의 해결기구는 고소를 접수한 후 절차규칙의 규정에 따라 전문가그룹을 구축하고 전문가그룹에서 본 방법 및 절차규칙에 근거하여 “독립, 중립, 민첩”의 원칙으로 전문가그룹이 구축된 그날로부터 14일 내로 쟁의에 대하여 결재를 내려야 한다.

제6조 도메인 네임 쟁의 해결절차에서 사용하

는 언어는 중문이다. 그러나 단 고소인과 피고인 사이 다른 약정이 있는 경우 혹은 전문가그룹에서 기타 언어를 채택하기로 결정한 상황에서 타 언어를 사용할 수 있다.

제7조 고소인 및 피고인은 자신이 제출한 증거에 대해 책임을 져야 한다.

제8조 고소가 아래의 조건에 부합될 경우 지지를 받아야 한다.

- (1) 피고인의 도메인 네임이 고소인의 민사권익을 소지한 명칭 혹은 표지와 동일하여 헛갈릴 정도의 유사성을 있을 경우
- (2) 피고인이 도메인네임 혹은 그 도메인 네임의 주요부분에 대하여 합법적 권익을 소유하지 않을 경우
- (3) 피고인이 도메인 네임의 등록 혹은 사용에 악의적인 의도가 있을 경우

제9조 도메인 네임을 소지한 피고인이 아래의 한 가지 상황이 있을 경우 그 행위는 악의적인 도메인 네임 등록 혹은 사용으로 판결한다.

- (1) 도메인 네임을 등록 혹은 양도를 받는 목적이 판매, 임대 혹은 기타방식으로 부당한 이익을 획득하기 위한 경우
- (2) 타인의 합법적 권익을 보유한 명칭 혹은 표지를 여러 차례나 자체의 도메인 네임으로 등록하여 타인의 도메인 네임의 형식으로 합법적 권익을 보유한 명칭 혹은 표지 사용에 방해를 하였을 경우
- (3) 도메인 네임 등록 혹은 양도를 받는 목적이 고소인의 명예를 상해하고 고소인의 정상적인 업무활동을 파괴하거나 고소인과의 구별을 혼동되게 하여 대중을 오해시키는데 있는 경우
- (4) 기타 악의 상황

제10조 고소인이 동일 피고인의 여러 개 도메인 네임에 대하여 쟁의를 제출했을 경우 고소인 혹은 피고인은 쟁의 해결기구에 여러 개 쟁의를 하나로 합병하여 동일 전문가그룹에서 처리할 요구를 제출할 수 있다. 합병처리 여부는 전문가그룹에서 결정한다.

(2) 계속..

(자료: 북경고화위업정보과기유한회사)

IT NEWS

인 터 넷

IT "정보화 중국" 전망 밝음, 네티즌 증가
가능(1)

네트워크 경제의 기초가 되는 인터넷은 최근 급속 발전 및 보급화의 추진으로 중국 네티즌 수는 새로운 물 법칙으로 고속 성장해왔다. 최근 개최된 유엔 무역발전회의의 예측에 의하면 2002년 말 세계 인터넷 가입자 수는 6억 5,500만 명에 이르며 그 중 중국이 세계 제2위를 차지할 것으로 전망된다. 신식산업부의 최근 공식 통계에 의하면 2002년 10월 현재 중국 네티즌 수는 이미 4,587만 가구에 이르렀으며 2001년 연말 대비 930만 8,000가구가 증가되었다. 또한 인터넷 사용자는 월 평균 5%~6%의 성장률로 빠른 성장세를 보유했으며 세계적으로 성장속도가 가장 빠른 국가로 나타났다. 이런 발전추이가 언제까지 지속될 것인가? 2003년 인터넷사용자는 얼마만큼 증가되었는가?

유선전화 사용자 및 모바일 전화 사용자와 마찬가지로 네티즌 역시 초보단계, 발전단계, 급속발전단계, 포화단계 등 4개 단계를 거쳐야 한다. 최근 수년 정보네트워크의 급속 발전과 함께 중국 국민들의 정보의식도 점차적으로 강화되어 네티즌수가 1997년의 62만 명으로부터 현재의 4,587만 명으로 늘어나 5년 사이에 74배 증가하였다. 상하이 지역의 경우 인터넷을 사용하는 사람은 전체 시민의 25%이다. 네티즌 성장 그래프를 살펴보면 중국은 이미 초고속 발전단계에 진입하였다는 것을 알 수 있다.

네티즌의 급속 발전에서 정보화의 추진 작용이 큰 역할을 하였다. 현재 중국은 "상용 인터넷 접속"의 성장속도가 둔화되고 가정 인터넷 접속 성장속도가 가속화되고 있는 추세를 보이고 있다. 네티즌 구조의 합리화로 인터넷상의 내용, 서비스도 점차 다양하게 발전되고 있으며 인터넷 사용도 점차적으로 간단해지면서 네트워크와 대중 사이의 거리가 더욱 줄어들었다. 인터넷의 보급률이 높아짐에 따라 인터넷과 사람들의 일상생활 사이의 관계가 점차적으로 밀접해졌으며 향후 더

욱 많은 국민들이 인터넷이 가져다준 편리와 즐거움을 느끼게 된다.

정보화의 추진은 생활에 질적 변화를 가져다주었으며 다양한 정보기술 응용의 강화는 중국 인터넷 사용자들이 급속 성장할 수 있는 기반을 가져다주었다.

첫째, 전화보급률의 상승은 인터넷 전화접속 사용자들의 발전을 촉진시킨다. 비록 현재 광대역 사용 붐이 일어나고 있지만 중국 인구가 12억임을 감안해 볼 때 광대역 사용자 비율은 매우 낮다. 신식산업부의 최신 통계에 의하면 2002년 현재 중국 유선전화 사용자는 이미 2억 906만 2,000가구에 이르렀으며 2001년 대비 2,869만 3,000가구가 증가되었다. 중국의 유선전화 발전을 보면 1992년에는 1,000만 가구, 1999년에 1억 가구, 현재 2억 가구 이상으로 발전하였는데 3년 사이에 1억이라는 놀라운 성장을 보였다. 그러나 유선전화 보급률은 아직 35.6%밖에 되지 못하고 있지만, 반면 인터넷 잠재력이 무궁하다는 것을 말해주고 있다.

둘째, "광대역 중국"의 전망이 밝다. 많은 사용자들은 광대역에 대한 기대를 가지고 있으며 지난 몇 년간 광대역 구축이 붐을 이루었지만 시장 효과는 당초 기대만큼 이상적이지 못하였다. 그러나 최근 차이나 텔레콤의 "광대역 극속여행"이 출시되면서 광대역 업무의 발전 서막이 진정으로 열렸다. 통계에 의하면 2002년 차이나 텔레콤의 광대역 접속 업무는 급성장세를 유지하고 있으며 1-7월 광대역 신규 사용자수가 80만 가구로 전체 사용자 수는 이미 150만 가구를 기록했다.

셋째, 무선 인터넷 기술의 응용 보급 또한 네티즌의 성장에 촉매작용을 하였다. 통신기술이 발전함에 따라 협대역이 광대역으로, 유선광대역이 무선 광대역으로 전이하는 것은 대세이다.

이외 네트워크 응용의 발전도 네티즌 성장을 적극적으로 추진하고 있다. 네트워크 응용은 인터넷산업사슬 중 하나의 중요한 구성부로서 네티즌 성장에 촉진작용하고 있다. 2002년에 들어서 인터넷 특히 광대역 산업은 점차적으로 활용 방향으로 발전하고 있다. 사실 다채로운 인터넷 활용은 많은 네티즌들을 유치하는 동시에 다양한 네티즌은 또한 인터넷 활용 면에서 양적 증가와 다양화에 이끈다.

한 기관의 예측에 의하면 2005년 중국 데이터 사용자는 5,000만 가구, 2010년에는 2억 8,000

만 가구를 초월할 것이라고 하였다.

(2) 계속..

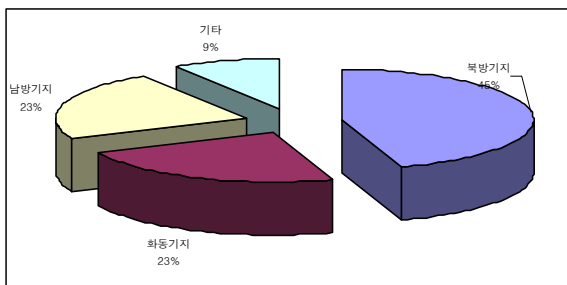
(자료: http://www.ciweekly.com/article/20021203/20021203225213_1.xml)

모 바 일

□□ 2002년 중국 핸드폰시장 분석(1)

정보통신기술의 진보와 함께 수요가 늘어남에 따라 중국의 핸드폰 제조업이 급부상하고 있다. 현재 중국에는 30개 브랜드의 핸드폰제품이 있으며 40개 제조업체가 선두다툼을 벌이고 있다. 이들 가운데 외국업체는 22개, 중국업체는 18개로서 기존의 통신업체 외에도 가전업체와 컴퓨터 제조업체들도 핸드폰 시장에 진입하고 있다. 기술개발 측면에서 토종 핸드폰제조업체들의 기술수준이 세계 수준에 근접하고 있어 낮은 이윤의 저급 핸드폰 생산단계를 벗어나 브랜드 제품들을 속속 출시하고 있으며, 시장 점유율은 2002년 9월 현재 20%를 기록하고 있다.

올 1-9월 기간 중국에서는 8,085만대의 핸드폰을 생산하고 7,978만대를 판매했다. 권역별로 핸드폰 생산업체를 살펴보면 베이징, 톈진 등의 9개 생산업체를 축으로 북방생산기지, 광둥 권역의 9개 업체를 축으로 남방기지, 양자강삼각주의 6개 업체를 축으로 화동생산기지가 구축되어 있다.



[그림] 지난해 중국 핸드폰생산기지별 생산규모

그러나 중국의 핸드폰 시장은 여전히 모토로라, 노키아, 삼성전자, 알카텔 등의 주요 외국 핸드폰 생산업체들이 주도하고 있다. 중국 권위조사업체인 CCID의 보고서에 따르면 올 3분기 핸드폰시장 점유율 순위에서 모토로라는 505만 3,000대 판매로 28.9%, 노키아는 판매량 449만

4,000대로 25.7%를 기록하면서 1,2위를 차지하고 다음은 삼성전자가 129만 4,000대 판매로 3위, 중국업체인 TCL이 판매량 118만 9,000대로 4위를 차지했다.

특히 중국업체들의 기술이 비약적으로 발전하면서 3G 이통표준에 대한 외국업체들의 연구·개발을 2-3년 기간에 완성할 수 있었다. 중국의 이통 제조업체들은 시장 수요에 부응하여 국제 제3세대 이통 표준의 연구 개발에 역점을 두고 투자를 강화하고 있다. 화웨이, 중싱, 다탕, 동팡통신 등의 중국 우수 통신제조업체들은 시장 및 기술 발전 추이에 근거하여 WCDMA, CDMA2000, TD-SCDMA 표준 관련기술 연구·개발 및 상용화에 대해 박차를 가하여 큰 진전을 이룩하였다. 최근 8개 통신업체들의 TD-SCDMA 산업 컨소시엄 결성은 중국이 연구·개발 단계로부터 상용화단계로 진입하고 있다는 것을 설명한다. 하지만 전체적으로 보면 중국업체들이 연구 개발에 투입한 자금은 선진국들에 비해 비교가 안 된다. 올해 중국 100대 전자정보기업에서 앞 5위권 이통 업체들의 투자총액은 노키아의 1/3 밖에 안 된다. 외국 이통 글로벌업체들의 축적된 시장개척 노하우와 막강한 재력, 인력에 비교해 중국업체들은 아직 걸음마단계로서 핵심적인 칩을 독자적으로 개발할 수 없고 신 부품의 공급이 부족하며 캐피탈 지원 또한 없어 전체적으로 보면 선진국과 상당한 격차를 보이고 있다.

(2) 계속..

(자료: 中国电子报 12월 2일)

CHINA GAME SITE

사이트명 : TOM.COM有限公司

URL : http://www.tom.com

(1) URL	(6) 로그인
(2) 회사로고	(7) 메인메뉴
(3) 뉴스	(8) 추천정보
(4) 사회토픽	(9) 검색
(5) 분야별 뉴스	(10) 모바일 서비스
	(11) 친구찾기
	(12) 커뮤니티
	(13) 인터뷰
	(14) 설문조사
	(15) 게시판
	(16) 서비스
	(17) 분류검색
	(18) 쇼핑
	(19) 특정채널
	(20) 회사동향

자료 제공	北京高華偉業信息科技有限公司
	中國 北京市 海澱區 太陽園 6B 2412호
	TEL:86-10-8213-8792 FAX:86-10-8213-8793