



특집

- 2003년 중국 온라인게임 시장조사(2)

CHINA GAME NEWS

- 롤플레이게임 인기 1위 고수
- 《뤄마지정관(罗马执政官: Praetorians)》 중국에서 곧 출시
- 《공작왕》 중국운영 중지
- 《War Craft 3: The Frozen Throne》 중·영문 버전, 7월 1일 동시 출시

GAME 관련 기관

- 위완왕(我玩网: 5wan.com)

GAME 소개

- 《나이트온라인: 騎士 Online》

CHINA GAME 순위

- 6월 유료/테스트 온라인 게임 순위

MOBILE NEWS

- “제5차 중국 GSM 총회” 성공리 폐막

IT NEWS

- 국가판권국, 소프트웨어 불법복제 단속

법률과 정책

- 문화부, 인터넷 온라인서비스 영업장소 체인경영관리 강화



한국게임산업개발원
www.gameinfinity.or.kr

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

2003년 중국 온라인게임 시장조사(2)

[차 례]

제1장. 서론

1. 조사배경
2. 조사과정 및 내용

제2장. 2003년 중국 온라인게임 시장현황 및 조사결과

1. 중국 온라인게임 시장현황
2. 중국 온라인게임 시장조사 결과

제3장 2003년 중국 온라인게임 유저 현황 조사

제4장 결론

부록

- 2002년 우수 온라인게임 운영사 소개

4	EQ
5	다하이짠(大海战) II
6	명원(命運)
7	쥐에짠(法战)
8	크로스게이트
9	다화시유(大話西游)online
10	나이트온라인
11	포트리스2
12	미르의 전설
13	스톤에이지
14	프리스톤데일
15	바이짱즈충(百战之虫)

제3장 중국 온라인게임의 유저 현황 조사

1) 성별, 연령별, 직업별 비중

이번 조사에 의하면 중국 온라인게임 유저의 94.21%가 남성이며, 5.79%의 유저가 여성인 것으로 나타났다. 연령층별로 보면, 25세 미만이 전체의 83.17%로 가장 많으며, 40세 이상이 0.6%를 차지하였다.

5) 교제 및 매너

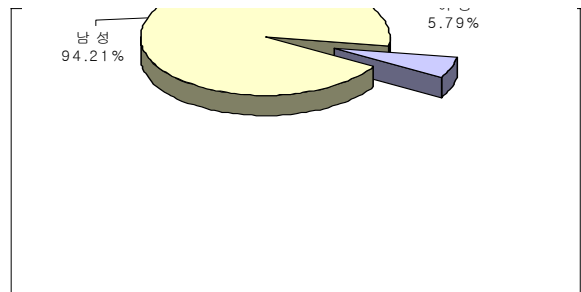
<표7> 친구를 가장 많이 사귀 온라인게임

순위	게임명칭
1	MU
2	진웅천사잔(金庸群侠传)Online
3	드래곤라자
4	환링유우사(幻灵游侠)
5	미르의 전설
6	RO
7	드로이안
8	파천일검
9	다화시유(大話西游)online
10	크로스게이트
11	스톤에이지
12	치스(骑士)online
13	천년
14	다하이짠(大海战) II
15	포트리스2

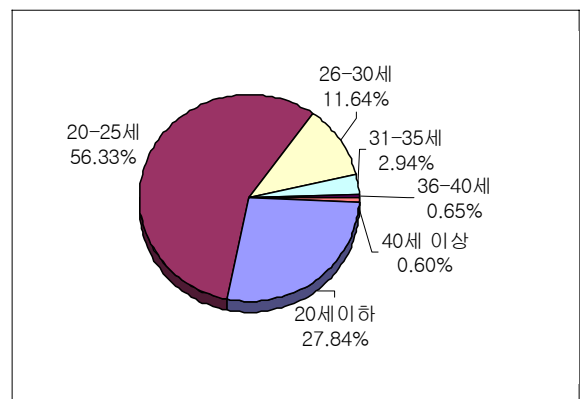
<표8> 게임 매너가 가장 좋은 온라인게임

순위	게임명칭
1	MU
2	RO
3	드래곤라자

<그림3> 유저 성별 비중



<그림4> 유저 연령별 분포



2) 유저들의 직업별 분포

유저들의 직업유형을 살펴보면 대부분이 학생들임을 알 수 있었다. 대학생이 18.15%로 가장 많은 비중을 차지했으며, 고등학교 이하 재학생이 17.7%, 전문대생이 16.60%를 차지해 전체 유저 중 학생의 비중이 52.45%였다.

지역	구성비	지역	구성비
산둥(山東)	4.06%	내이멍구(內蒙古)	0.72%
랴우닝(遼寧)	3.92%	하이난(海南)	0.64%
헤이룽장(黑龍江)	3.21%	닝샤(寧夏)	0.25%
베이징(北京)	2.90%	칭하이(青海)	0.13%
산시(山西)	2.82%	기타(其他)	0.06%
허베이(河北)	2.69%	시장(西藏)	0.05%

<표9> 유저들의 직업별 분포율

직업 유형	구성비
고등학교 이하 재학생	17.17%
전문대 재학생	16.60%
대학교 재학생	18.15%
대학원 재학생	0.44%
금융업	1.46%
IT업	5.39%
정부 공무원	1.65%
당정기관, 사업	3.04%
생산성 업체	3.04%
서비스성 산업	5.49%
비즈니스산업	2.55%
판매/광고/컨설팅	3.06%
전문인원(변호사, 의사, 회계 등)	2.54%
교육계통	1.67%
공정기술인원	4.54%
제조업	2.13%
비 취직상태	3.54%
기타	7.54%

3) 유저들의 지역별 구성비

중국에서 게임을 즐기는 유저들의 지역별 구성비를 살펴보면, 광둥 9.89%, 절강 7.53%, 호북 6.54%, 상해 5.60% 순으로 비교적 인터넷 이용자가 많은 지역에 유저가 집중되어 있었다.

<표10> 유저의 지역별 구성비

지역	구성비	지역	구성비
광둥(廣東)	9.89%	충칭(重慶)	2.65%
저장(浙江)	7.53%	지린(吉林)	2.47%
허베이(湖北)	6.54%	장시(江西)	2.45%
장쑤우(江蘇)	6.52%	윈난(雲南)	2.36%
상하이(上海)	5.60%	안후이(安徽)	2.30%
푸젠(福建)	5.38%	궈저우(貴州)	1.58%
스촨(四川)	5.19%	톈진(天津)	1.13%
후난(湖南)	5.07%	간쑤우(甘肅)	1.07%
허난(河南)	4.50%	산시(山西)	1.05%
광시(廣西)	4.36%	신장(新疆)	0.91%

4) 온라인게임 이용 장소

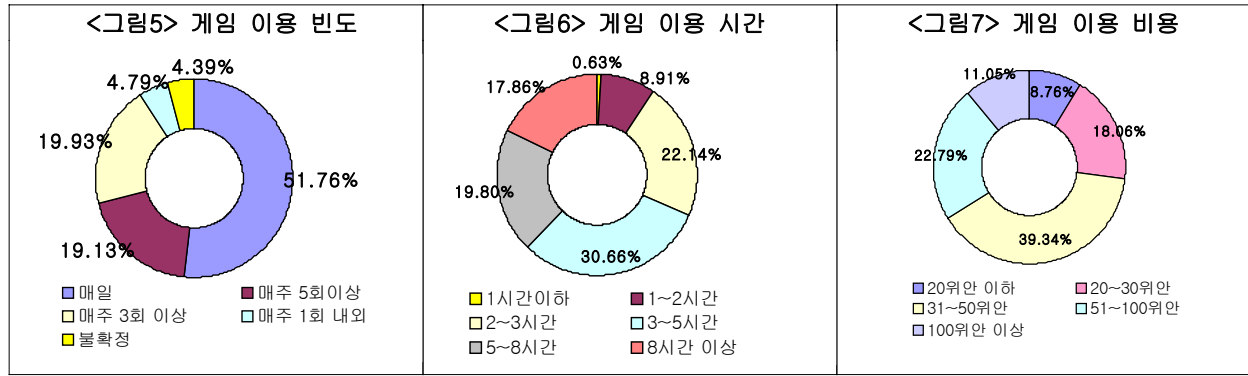
1/2이상의 유저가 PC방에서 접속하는 것으로 나타났다. 중국의 PC방 관련 규정이 엄격해지면서, 인터넷 접속 장소가 많이 줄어들어 가는 사실이지만, 저렴한 인터넷 접속비용, PC 방에서 제공해주는 편리한 지원 설비, 게임 관련 지원 서비스(이벤트, 경품행사)등의 이유로 여전히 PC방을 이용하는 유저가 절반을 차지하고 있었다.

<표11> 온라인게임 이용 장소율

게임장소	구성비
PC방	50.06%
집	41.46%
학교	6.01%
회사	1.85%
기타장소	0.62%

5) 게임 이용 빈도

게임 이용 빈도는 매일 게임을 즐기는 유저는 5.176%, 매주 3회 이상 이용하는 유저는 19.93%였다. 또한 게임을 즐기는 시간은 3~5시간이 30.66%로 가장 많았으며, 매월 온라인 게임에 소비하는 비용은 31~50위안이 39.34%로 가장 많은 비중을 차지했다. 게임 비용을 매달 51~100위안을 지불한다는 유저도 22.79%나 있었다.



결론

지난 2000년 말 처음으로 중국에 온라인게임이 등장했다. 이때 한국 온라인 게임 《왕중왕》의 중국 진출 성공을 계기로 2000년~2001년 사이 많은 한국 온라인 게임이 중국에 진출해 중국 전체 게임시장의 60~70%를 차지하였다. 이후 중국 온라인 게임 시장은 단숨에 전 산업계의 이슈로 떠오르게 되었다.

이처럼 초기의 중국 온라인 게임시장은 자국게임 보다 수입게임의 비중이 더 큰 기형적인 구조를 가졌다. 하지만, 현재 중국 전문가들은 향후 자국 온라인 게임산업에 대한 가능성을 밝게 보고 있다. 이들은 “2003년 말에는 한국게임의 비중이 40%까지 줄어들 것으로 예상하며, 앞으로는 중국에서 자체 개발한 게임의 비중이 더 높아질 것으로 본다.”고 전했다. 중국 네티즌의 증가와 인터넷 접속 비용의 하락, 중국 정부의 게임산업에 대한 인식 증가, 개발기술의 발달, 게임 전문 기업들의 역량강화, 중국 게임시장을 지원해줄 중국 IT산업의 빠른 발전 등등은 중국 온라인 게임시장이 지닌 잠재력을 확실히 보여주고 있다.

얼마 전 중국 정부는 “문화 경영 허가증 제도”를 도입하겠다는 의사를 비추었다. 공식적으로 시행하겠다는 발표는 아직 하지 않았지만, 자국의 게임산업을 보호하고 정리하기 위한 제도라는 추측이 일부에서 제기 되었다. 한국 게임산업 전문가들은 이 제도에 대해 상당한 우려를 표시하고 있다.

만약 “문화 경영 허가증 제도”가 시행된다면 중국 게임시장에서 상당수를 차지하고 있는 한국 게임들이 가장 많은 피해를 입을 것이며, 이는 향후 한국 게임이 중국에 진출하는데 있어 장애요인이

될 수도 있다고 했다.

이제는 기존의 진출 방식을 가지고는 한국게임이 중국 시장에서 살아남기 힘들 것으로 보인다. 따라서 무엇보다도 중국 온라인 게임시장의 변화를 파악하여, 빠르게 바뀌어 나가는 그들의 변화에 잘 맞추어 나가야 한다.

중국 유저 중 대부분이 비교적 시간적 여유가 있는 학생들로 이들은 매일 접속하거나 아니면 1회 접속 시 적어도 3~5시간 이상 게임을 즐기며, 게임에 사용하는 비용도 많게는 100위안 이상을 지출한다. 또한 네티즌 수 및 유료 게임 유저의 꾸준한 증가, 중국 게임개발사의 역량 강화 및 유통사, 운영사 뿐만 아니라 중국 정부의 새로운 움직임 등을 볼 때, 중국 온라인 게임시장은 여전히 그 가치를 높게 평가받을 수 있다.

부 록

온라인게임의 시장보급은 매우 까다롭다. 패키지 게임의 경우 품질이 떨어지면 발행사의 수준을 의심할 수도 있다. 하지만 온라인게임의 경우는 보다 복잡하다. 이런 이유로 온라인게임 운영업체들의 선정에 어려운 점이 많았다. 우선 동시 접속인 수, 가입자 수, 결제방식과 가격표준, 서버 수, 게임의 업 데이트와 보수 및 제품의 시장비중 등의 객관적인 부분을 참고했을 뿐만 아니라, 게임의 화면 및 그래픽, 게임 조작, 배경내용, 서비스 품질, 고객의 반응 및 합작파트너의 반응 등등의 주관적인 부분도 조사대상으로 정했다. 이번에 선정된 업체들은 우선 시장에서 유저와 합작 파트너들에게 호평을 받은 곳으로, 운영실적이 높고, 판매 및 운영에 있어 모범적인 기업들이다.

<표12> 우수 온라인게임 운영회사

회사 명칭	제품명	서버수(대)	동시접속자 수 (만명)	가입자 수 (만명)	결제방식 (점/시간) 가격(元)	기타
즈관	《진용취인샤판 (金庸群侠传) Online》	73	9.56	250	500점(6점/시간 감점) 29元	매일 업데이트 진행
	《산귀어연이(三国演义)Online》	25	3	70		
쥬우청(九城)	《MU》	1,000(10군)	최고 25	1,200	450점(75시간) 30元	시장에서 25%차지
야랜(亚联)	《천년》		8	800	35元/월, 25元/66시간	시장에서 15%차지
	《레드문》		2	400	35元/월, 10元/30시간	
	《헬브레스》		1	180	35元/월, 45元/45시간	
왕싱아이니크스 (网星艾尼克斯)	《크로스게이트》	1,000	최고 15	800	0.5元/시간	
화이(华奥)	《스톤에이지》	1,200	최고 25, 평균 15	839	6점/시간, 0.3元/시간	시장에서 30.77%차지
성다네트웍 (盛大网络)	《미르의 전설》	3,000	최고 70, 평균 45-50	7,000	35元/월	

(자료:湖动软件 2002년 9월호)

즈관

즈관은 유우롱온라인(游龙在线)을 통해 온라인게임을 운영하고 있다. 2002년 유우롱온라인은 《진용취인샤판(金庸群侠传)Online》 및 《산귀어연이(三国演义)Online》의 온라인게임을 대리했다.

즈관이 대리한 《진용취인샤판 Online》과 《산귀어연이 Online》은 게임화면의 정교성 면에서는 여전히 초기 MUD형에 머물러 있어 타 온라인게임과 상당한 거리를 보이고 있다.

이런 약점에도 불구하고 게임 운영이 유지되는 이유는 무협 및 삼국을 소재로 하여 중국인의 취향에 맞아 떨어졌기 때문이다.

물론 《진용취인샤판 Online》의 기원인 《진용취인샤판》 패키지게임의 성공이 갖다 준 영향도 무시할 수 없으며, 이러한 전략이 즈관이 성공한 비결이라고 할 수 있다.

그 외 24시간 고객 전화문의 서비스와 온라인서비스 역시 즈관을 최상의 온라인게임 대리업체로 선정한 이유이다.

쥬우청(九城)

2002년 쥬우청은 많은 제품을 출시하지는 못했지만, 《MU》 하나로 중국 온라인 게임시장에서 상당히 많은 비중을 차지했다. 중국에서 《MU》는 유저들에게 많은 호평을 얻고 있다. 시장에 출시된 게임 중에서 최고의 화면효과를 자랑하는 《MU》

는 조작과 오락성에서 《미르의 전설》과 비교했을 때 큰 차이는 없지만, 화면 효과면에서 《미르의 전설》보다 더욱 경쟁력이 있다는 평가를 받고 있다. 《Diablo》를 방불케 하는 전투화면은 중국의 많은 유저들을 끌어들이고, 우수한 그래픽은 인물의 의상 변화와 외부효과를 업그레이드 시켰다. 이 외에 쥬우청은 고객 서비스에 상당한 노력을 기울였다.

야랜(亚联)

대규모 전략게임을 시종일관 고수해온 야랜은 선정된 회사들 중 대리한 게임수가 가장 많은 회사이다. 지난 한해에만 《천년》 《레드문》 《헬브레스》 등 3개의 대형 온라인게임을 유료화 했다.

야랜의 제품은 전체 온라인 게임시장의 주력이라고 할 수 있다. 그 중 《천년》은 최초의 무협형 온라인게임으로 PK가 난무하는 단점 외에는 유저들이 자유롭게 무예형식을 창조할 수 있다.

하지만 조선, 중국 및 일본 삼국간의 전쟁을 배경으로 전개되는 무협이야기 《천년》은 초기에 많은 관심을 모았지만, 복잡한 조작과정과 불명확한 게임 규칙으로 인해 점차 유저들로부터 외면되기 시작했다. 또한 느린 서버 등의 서비스 문제는 초기 게임 운영의 실패요인으로 지적되기도 했다.

이후 야랜은 초기의 실패를 거울삼아, 《레드문》

과 《헬브레스》를 운영할 때 전반적인 체계의 재구성 등으로 고객 서비스 분야를 개선하기 시작했다.

왕싱아이닉스(网星艾尼克斯)

《크로스게이트》는 Enix가 다년간 제작해 온 《용자더우어룡(勇者斗惡龍)》의 노하우를 바탕으로 《스톤에이지》에서 그 방향을 잡아 제작되었다.

왕싱은 서버 및 소프트웨어에서도 큰 개선을 하였다. 《크로스게이트》는 첫 시작부터 서버품질의 향상 및 안정에 노력했고, 24시간 온라인 상담과 E-mail 응답 서비스로 유저들로부터 호평을 받았다. 그 외 온라인게임에서 발생했던 많은 문제점들을 줄일 수 있었다.

카톤형의 《크로스게이트》가 폭 넓게 보급되면서, 30대 남성 유저들을 끌어들이 수 있었던 이유는 게임참여 방식과 초기설정이 간단하고 편리한 데 있었다.

화이(华义)

화이(华义)의 영업수익은 2억 8,000만으로, “텐푸 핫 라인컵” 2002년 중국 온라인 게임산업 조사 보고에 따르면, 중국 전체 온라인 시장수익 9억 1,000만위안 중에서 약 30.77%를 차지하고 있다.

《스톤에이지》는 유저들을 대상으로 화면 디자인에서 256컬러를 고수하면서 투자를 아꼈다. 디자인뿐만 아니라 화면을 포함한 전체 조작이 간단하여 많은 매니아들이 형성되었다. 또한 업데이트 판, 각 종 패치를 제공하고 있어 전체적으로는 성공을 거두었다고 말 할 수 있다.

하지만 제품의 품질 및 고객서비스 분야에서 미흡한 점을 가지고 있어 최고로 평가하기는 어렵다.

성다네트워크(盛大网絡)

《미르의 전설》 및 그 대리업체는 평가의 좋고 나쁨을 떠나 인지도가 매우 높다.

《미르의 전설》은 제1대 온라인게임으로 게임기술 및 화면에 대한 유저들의 요구가 게임 자체 발

전에 대한 요구만큼 크지 않았기 때문에 2D게임이 상당한 비중을 차지하고 있다.

향후 장기적인 개발과 운영으로 《미르의 전설》은 풍부한 내용으로 화면 및 서버의 약점을 극복할 수 있다는 장점을 가지고 있다.

왜냐하면 《미르의 전설》은 부분 동작이 어색하고 시각효과가 정교하지 못한 점에서 중등작품 수준이라고 볼 수 있지만, 오락성 및 시나리오, 특히 중국 유저의 취향에 맞는 무협배경은 여전히 충분한 잠재력을 가지고 있다.

또한 고객 서비스 분야에서 성다가 최고라고 말할 수 있다. 성다는 서비스를 회사의 중심으로 잡아 계정도용방지 시스템을 설치하여 고객의 손해를 최소화하는데 노력했다.

(자료: <http://china.17173.com>)

(자료: 大众软件 제6기)

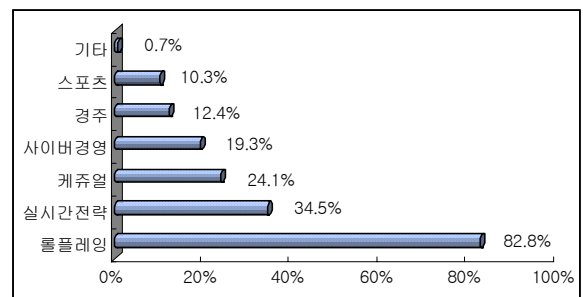
(자료: china game weekly 제9호 특집-“중국온라인게임시장”)

CGW CHINA GAME NEWS

롤플레이밍 게임 인기 1위 고수

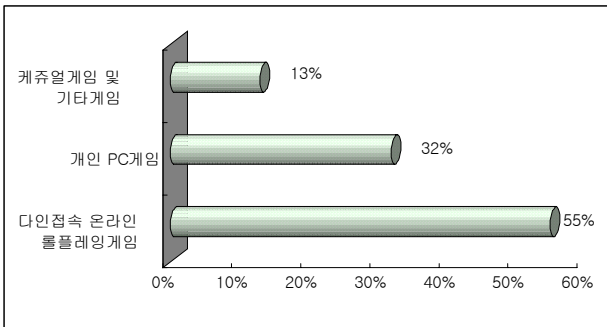
최근, iResearch가 진행한 “상하이 지역 200명 온라인게임 유료 사용자에게 대한 조사” 결과, 상하이지역 온라인게임 유료사용자 중 82.8%가 롤플레이밍 게임을 선호하며, 34.5%의 유저들이 실시간 전략게임을 즐긴다고 한다.

<그림 8> 상하이 유저의 온라인게임 선호경향



(자료 : iResearch)

<그림 9> 아시아태평양지역 유저의 온라인게임 선호경향



(자료 : IDC)

IDC조사에 의하면 아시아태평양지역 유저들 중 55%가 대형 온라인 롤플레이링 게임(MMORPG, Massively Multiplayer Online Role Playing Game)을 선호하고, 32%가 실시간 전략게임(RTS) 및 3D사격 액션게임(3D Shooter) 등 개인 PC게임을 즐기며, 13%가 아케이드, 캐주얼 게임 및 기타 게임을 좋아한다고 한다.

이러한 데이터를 볼 때, 롤플레이링 게임은 상하이 및 아시아태평양지역에서 가장 인기 있고, 발전 전망이 밝은 것을 알 수 있다. 또한 2위를 차지한 실시간 전략게임도 발전 잠재력이 큰 게임으로 업계의 많은 주목을 받고 있다.

(자료: http://news.17173.com/content/2003-6-19/n455_371285.html)

《공작왕》 중국운영 중지

중국에서 이미 유료화 된 온라인게임 《공작왕》의 운영을 오우메이덴즈는 지난 5월 26일부터 중지하였다.

《공작왕》의 중국 대리운영사인 오우메이덴즈는 이로 인한 경제적 손실에 대해 유저들에게 공식적으로 사과했다. 오우메이덴즈는 중국에 《공작왕》을 운영하는 과정에서 한국 측의 기술력 및 후속 제품에 대한 업 데이트 지원을 받지 못하여 운영 서비스가 어려운 상황이라고 밝혔다.

이에 대해 적절한 해결방안을 찾지 못한 오우메이덴즈는 지난달 5월 26일 PM 5:30부터 《공작왕》 운영을 중지하겠다고 발표하였다.

오우메이덴즈는 《공작왕》을 성원해온 많은 중국 유저에게 사과의 인사와 함께 이미 게임비용(게

임정액카드 구매)을 지불한 고객에게는 카드판매점에서 환불받을 수 있다고 전했다.

(자료: http://news.17173.com/content/2003-6-1/n221_137779.html)

《War Craft 3: The Frozen Throne》 중·영문 버전, 7월 1일 동시 출시

최신 뉴스에 의하면 《War Craft 3: The Frozen Throne》이 오는 7월 1일, 전 세계의 동시 출시가 확정되었다. 이는 아일랜드 테스트 전문구역에서 사전에 중문 버전 작업을 완성하였기 때문에 영문판과 동시에 출시할 수 있게 된 것이다.

일반적으로 게임의 자료편이라면 일부 새로운 아이템, 맵 혹은 시나리오가 포함된다. 그러나 곧 출시하게될 《War Craft 3》의 자료편 《The Frozen Throne》은 원작을 기반으로 한 전투 시나리오를 추가했을 뿐만 아니라 그 외 새로운 요소와 기능들이 많이 추가되었다.

《War Craft 3: The Frozen Throne》의 온라인 예약 이벤트는 이미 시작했으며, 6월 30일 이전에 예약하면 컴퓨터 모니터, MP3 혹은 음향기기 등을 받을 수 있다. 이외 7월 1일, 상하이 및 베이징 등 대도시에서 《War Craft 3: The Frozen Throne》 현장판매 이벤트가 있으며 다양한 경품도 증정될 예정이다. 이 게임은 올해 세계 패키지 게임 랭킹 1위가 될 것으로 전망된다.

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/06/06162475.shtml>)



[모바일 게임회사]

워완왕(我玩网: 5wan.com)

2000년 북경에서 설립된 워완왕(5wan.com)은 모바일 엔터테인먼트 응용 개발에 주력해왔다. 또

한 기술, 기획, 마케팅, 디자인에 이르기까지 모바일 엔터테인먼트 응용분야에 풍부한 노하우를 가진 인력들로 구성되었으며, 3년 동안 모바일게임 개발에 많은 노하우를 쌓아왔다.

※ 다음 호에 《텐런후동(天人互动)소프트웨어기술유한회사》편이 게재될 예정입니다.

회사연혁

1. 2002년 모토로라 388배 모바일 Java 응용프로그램 대회에서 게임부문 1등상 수상
2. 에릭슨 2002년 2월 전국적 조사에서 5wan게임 사용자 최우선선택 영예 수상
3. 중국 최초 SMS게임 《거더우즈왕(格斗之王)》 출시
4. 중국 최초의 영화 개편 WAP게임 《저우도우디(走到底)》 출시
5. 중국 최초로 탤런트를 주인공으로 하는 SMS 게임 《싱싱즈워신(星星知我心)》, 《아이칭선옌(愛情宣言)》 출시
6. 중국 최초의 GPRS게임 《Ericsson Start Package》 출시
7. 중국 최초로 일본 모바일 게임시장에 진입
8. 2002년 Ericsson 용상 수상
9. 아세아 모바일 응용대회(Wireless Asia M-Ap ps Competition)에서 동시에 2개 부분에 수상한 유일한 회사

지원 기술플랫폼

- SMS, EMS, MMS, WAP, GPRS, KJAVA, MPEG 4, BREW, CDMA.

협력 파트너

Ericsson, Intel, Mitshubishi, Motorola, NEC, Nokia, Packet Video, Siemens, Sms.enet.com.cn, www.17173.com/sms, wap.monternet.com, 차이나모바일, 차이나유니콤, 차이나텔레콤, 야후 등.

회사 사이트 : www.enorbus.com/ www.5wan.com
 Tel : 86-10-65618788
 Email : huafei.zhang@enorbus.com.cn

(자료: http://www.5wan.com)

CGW GAME 소개

《나이트온라인: 騎士 Online》

개발업체 : Wizgate
 중국 대리업체 : 수호닷컴(Sohu.com)
 공식 사이트 : http://www.knight-online.com.cn
 게임 장르 : MMORPG
 테스트시기 : 2003년 1월 30일
 클로즈/오픈 : 2003년 2월 22일()
 유료화시기 : 2003년 6월 7일

게임 특징

《나이트 온라인》은 3D그래픽 기술로 인물의 세세한 부분, 정교한 자연환경, 현란한 마법효과 등을 생생하게 살려냈다.

마우스로 화면을 움직일 수 있어 조작이 더욱 간편해졌을 뿐만 아니라, 1인칭과 3인칭 시각의 신속한 교환으로 유저들이 다각적으로 볼 수 있는 환경을 제공하고 있다.

게임 속에서 유저들은 높은 산봉우리에서 떠오르는 태양을 감상할 수도 있고, 고요한 밤하늘 아래에서 유난히 빛나는 별들을 지켜볼 수도 있다. 그리고 낮에 걸려있는 명월을 발견할 수도 있다.

게임 줄거리

아모니스 대륙에서 생활하는 인류는 북방에 자리 잡은 카루스(卡魯斯)족과 남방에 자리 잡은 멜모라드(艾莫尔)족 2종족으로 나뉜다.

2개 명월의 수호가 있음에 불구하고, 북방의 카루스족은 겨울의 흑한을 이겨내야 했고, 환경에 적응하여 일반인과 달리 거칠지만, 전투에 능숙하다.

이런 이유로 남방의 멜모라드족에게 마족으로 불리면서, 멸시를 받으며 살아야만 했다. 2개 종족 사이의 전쟁은 끝이 보이지 않는다.

시간이 흐르면서 두 종족간의 사이는 더욱 악화되
기만 하는데...

《나이트 온라인》에서 유저는 멜모라드족 또는
카루스족 중에서 기사를 선택할 수 있는데, 두 종
족 사이에 맺힌 갈등을 해결할 수 있는 진정한 영
웅이 될 수 있을지.....

국가와 전쟁

《나이트 온라인》의 세계는 인류왕국인 멜모라
드와 마족왕국인 카루스 2개 부분으로 나뉜다. 양
국의 전쟁은 수천 년 동안 계속되었으며, 또 끝이
어딘지 누구도 예측할 수 없는 전쟁이다.

게이머의 재미를 위해 《나이트온라인》은 수렵
장, 전쟁터, 지하미궁, 도시공략 등 4개의 게임모
델을 제시하여 PVP의 즐거움을 한층 더 하였다.

최신 뉴스

《나이트온라인》 전용 월 정액 사이버카드 출시

지난 6월 7일 《나이트온라인》이 본격적으로 유
료화 되었다. 유료화 첫날부터 유저들이 가장 기대
했던 월 정액 카드 중 사이버 카드는 6월 22일 이
전에 출시되었으며, 온라인 사이버카드 구매 사이
트 혹은 PC방 판매시스템을 통해 구매할 수 있다.
월 정액 실물카드도 곧 출시할 예정이며, 가격은
40위안이다. 이외 SDE 충전사이트도 동시에 오픈
한다.

《나이트온라인》의 중국 대리운영사인 수호닷컴
(sohu.com)은 사전에 유저들의 의견을 적극적으로
수용하여 게임의 공정성과 형평성을 위해 많은
노력을 해왔다. 또한 《나이트온라인》에 대한 유저
들의 장기적인 성원에 보답하기 위해 월 카드 가
격을 기존에 계획했던 45위안에서 40위안으로 인
하하였다.

(자료: <http://www.knight-onlien.com.cn/18/40/article210054018.shtml>)

CHINA GAME 순위

6월 유료/테스트 온라인 게임 순위

1. 유료화 온라인 게임

순위	게임 명칭	장르	대리사
1	RO	RPG	여우시신간선 (游戏新干线)
2	크로스게이트	RPG	왕싱아이니커스 (网星艾尼克斯)
3	스톤에이지	RPG	베이징화이(北京华义)
4	미르의 전설	RPG	성다(盛大)네트워크
5	MU	RPG	디주우청스(第九城市)
6	진용군협전 online	RPG	여우롱자이센 (游龙在线)
7	삼국연의 online	RPG	여우롱자이센 (游龙在线)
8	다화시여우 (大话西游)2	RPG	왕이(网易)
9	드로이안	RPG	야싱(亚星)
10	몬스트	RPG	푸저우왕룽(福州网龙)
11	샤이닝로어	RPG	고우자(高嘉)과기
12	크로노스	RPG	귀옌(国研)
13	라그하임 2003	RPG	여우시취즈(游戏橘子)
14	드래곤라자	RPG	디산파(第三波)
15	엔에이지	RPG	칭화통팡(清华同方)

2. 테스트 온라인 게임

순위	게임 명칭	장르	대리사
1	나이트 온라인	RPG	수호닷컴
2	W.Y.D	RPG	환러수마(欢乐数码)
3	Shadow Bane	RPG	텐런후둥(天人互动)
4	대해전	SS	완상통신(万向通信)
5	텐조우(天娇)	RPG	무비오(目标)소프트
6	쉬엔웬젠(轩辕剑) online	RPG	왕싱아이니커스 (网星艾尼克斯)
7	파천일검	RPG	중광야(中广亚)
8	포트리스	SS	성다(盛大)네트워크
9	EVER QUEST	RPG	유비아
10	Arcane	RPG	안제(安捷)디지털
11	Conquer	RPG	푸저우왕룽(福州网龙)
12	신루	RPG	황츠(皇德)
13	리니지	RPG	시나닷컴
14	Pet520	RPG	위천(昱泉)국제
15	무흔	RPG	중공왕(中公网)

(자료: 电脑游戏新干线 2003년 6월 호)

CGW MOBILE NEWS

“제5차 중국 GSM 총회” 성공리 폐막

지난 5월 29일, 차이나 모바일 통신그룹회사는 “제5차 중국 GSM(Global System for Mobile Communications : 범유럽 디지털 셀룰러 통일 규격 총회)”를 성공적으로 마쳤다 .

차이나 모바일 통신그룹회사가 주최한 이번 대회는 GSM MOU(양해각서:Memorandum of Understanding)조직, 중국 내외 많은 모바일 통신 운영업체 및 제조업체, 과학연구 지원기구의 지지와 호응 속에서 많은 성과를 거두었다.

차이나 모바일은 세계적으로 가장 큰 GSM운영업체 중의 하나로, 이미 중국 GSM 총회를 성공적으로 주최한 경력을 가지고 있으며, 이번 대회도 적극적으로 지원하여 주최기구로서의 면모를 충분히 보여주었다.

기술이 발전함에 따라 모바일 통신도 전화, 데이터, 멀티미디어 정보통신을 일체화시킨 제3세대 네트워크로 발전하고 있다.

이번 대회에서 “3G 및 GSM네트워크 3G로의 발전”을 주제로 대회 참여업체 및 기구들이 각각 “모바일 시스템 네트워크 기술”, “모바일 서비스 기회와 응용”, “GPRS의 발전 및 응용”, “휴대폰의 개발” 등 모바일 통신의 전망과 모바일 인터넷의 발전에 대해 토론했으며, 다양한 솔루션 및 연구 계획들을 교류했다.

“제 5차 중국 GSM총회”는 모바일 통신업계에 중요한 노하우 및 자료를 제공했으며, 모바일 통신의 향후 발전에 있어서 중대한 의의를 가진다.

(자료: http://www.chinamobile.com/xwzx/xwtj_1.htm)

동 강령(2002년~2005년)》의 사업 배정에 따라 국가판권국은 신식산업부,公安부, 국가공상총국 등의 기구와 공동으로 《“소프트웨어 산업 진흥에 관한 행동 강령(2002년~2005년)”의 요구에 따른 소프트웨어 불법 복제 단속사업 배치 관련 실시방안》을 발표했다.

《실시방안》은 각급 판권, 신식산업,公安, 공상행정관리 부서에서 서로 협력하여 불법제조와 판매분야, 불법 복제행위를 제어하는 한편, 하드웨어 판매업체와 시스템 통합서비스 제공업체를 중심으로 소프트웨어 설치분야를 집중적으로 단속할 것을 강조했다.

이 방안은 인터넷상으로 실시되는 소프트웨어 불법 전파행위에 대한 엄격한 조사를 요구했으며, 또한 소프트웨어 정품사업을 확대시키는 동시에 컴퓨터 소프트웨어 등록제도를 재정비 할 것을 호소했다.

따라서 국가판권국, 신식산업부,公安부, 국가공상총국은 연합조사팀을 조직하여, 매년 각 지역을 종합적으로 조사하고, 관련 각 부서가 협력하여 소프트웨어 침범 및 불법 복제행위를 효율적으로 단속할 수 있는 장기적인 사업기구를 구축할 예정이다.

이를 통해 산업전반의 발전을 추진하는 한편, 불법 복제행위를 엄격하게 단속하여, 공정한 소프트웨어 시장경제질서를 구축하고, 최종적으로는 중국 소프트웨어 산업의 건전한 발전을 추진하는데 목적을 두고 있다.

(자료: 计算机世界 2003년 6월 9일)

CGW 법률 뉴스

문화부, 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영관리 강화

문화부는 《인터넷 온라인 서비스 영업장소 관리조례》를 관철하고 네트워크 문화시장을 정돈·규범화하기 위해 《국무원 판공청 발급 국무원 체제개

CGW IT NEWS

국가판권국 소프트웨어 불법복제 단속

최근 국무원 《소프트웨어 산업 진흥에 관한 행

혁판 국가경제무역위원회 체인경영발전추진에 관한 의견 통지(국무원 판공실 발부[2002] 49호)》에 근거하여, 지난 4월 22일 《인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인경영관리 강화 관련 통지(문화부 마케팅부 발부[2003] 15호)》를 발표하고 규정을 제정했다.

인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인화 및 규범화 추진은 PC방 등 인터넷 온라인 서비스 영업장소 관리를 강화하고, 인터넷 온라인 서비스 활동을 재정립하여 산업이미지를 개선하는 중요한 조치이다.

각 지역 문화행정부서는 엄격한 허가, 관리, 업소 총수 제한, 불법경영 단속 등의 원칙 하에 합리적인 배치 및 완벽한 구조조정을 시행하고, PC방 등 인터넷 온라인 서비스 영업장소 통제 및 행정법 집행을 강화하여 장기적인 측면에서 효율적인 관리제도를 모색하여 경영관리기술을 구축할 방침이다.

또한 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인경영을 추진하여 기존 PC방을 개선, 규범화, 체인화, 주제화, 브랜드화 된 PC방을 시장의 주류로 이끌어 사회적으로 건전한 인터넷 온라인 영업장소 문화와 브랜드 이미지를 구축할 예정이다.

오는 2005년까지 각 성(자치구, 직할시)내에 2~3개의 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체를 설립하고, PC방의 서비스 기능을 확대하는 한편, 문화건설과 하이테크의 결합을 추진하여 PC방 등 인터넷 온라인 서비스 영업장소를 다채롭고 건전한 디지털 문화단지로 부각시킬 예정이다.

인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인경영이란 여러 개의 인터넷 온라인 서비스 영업장소가 체인 경영업체 본부의 통일적인 관리 하에 체인경영조직의 규범을 엄격히 준수하고 영업방침, 서비스 규범, 이미지, 영업장소 규정 및 홈페이지, 컴퓨터 원격관리 등을 통일하는 시스템을 가리킨다. 주로 직영체인과 특별허가(또는 제휴)체인 2가지 방식이 있으며, 체인 경영업체는 반드시 직영 체인점의 51%이상 지분을 점유해야 한다. 위에서 언급한 조건에 어긋나는 경우에는 체인명의로 영업을 할 수 없다.

문화부가 전국적으로 체인경영 인터넷 온라인

서비스영업장소 체인 경영업체의 심사허가를 담당하고, 성(자치주, 직할시)문화행정부문은 본 행정구역 내 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체의 심사허가를 담당하여 문화부에 등기한다.

각 성, 자치주, 직할시 문화행정부문은 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체 및 체인점의 수량과 배치를 합리적으로 기획한다.

매 성(자치주, 직할시)당 심사허가 아래 설립된 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체는 3개를 넘지 않으며, 전국적으로 원칙상 10개를 넘지 않는다.

총수를 엄격히 제한한다는 전제하에서 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체의 직영 체인점을 우선 심사 허가하고, 신규 특별 허가 체인점에 대한 심사허가는 엄격히 통제한다.

인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체에는 기존의 인터넷 온라인 서비스 영업장소 경영업체에 대한 수매, 합병, 제휴, 재정비, 지분점유, 지분공제 등의 행위를 지원한다.

또한 향후 도시 및 조건이 우월한 농촌지역의 비 체인경영 PC방의 설립을 엄격히 단속한다.

인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체 설립 신청 시 반드시 《인터넷 온라인 서비스 영업장소 관리조례》 및 국가 관련 규정에 부합되어야 하는 동시에 아래의 조건도 경비해야 한다.

1. 한 성(자치주, 직할시)내에서 체인영업에 종사할 경우 등록자금 또는 출자가 반드시 1,000만 위안 이상이어야 하고, 10개 이상의 직영 체인점을 보유해야 한다.
2. 전국적으로 체인경영에 종사할 경우 등록자금 또는 출자가 5,000만 위안 이상이어야 하고, 최저 2개 성(자치주, 직할시)에 20개 이상의 직영체인점을 보유해야 하며, 직영 체인점의 수량이 체인점 총수의 10% 이상이어야 한다.
3. 자체의 체인 경영활동과 적합하며 동시 체인 경영규범에 부합되는 경영관리 시스템 및 체인점에 장기적인 경영지도를 제공할 수 있는 능력을 구비해야 한다.
4. 통일된 홈페이지와 통일적으로 실시하는 컴퓨터 원격관리 시스템을 보유해야 한다.

문화부 또는 성, 자치주, 직할시 문화행정부문은 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체 설립 신청을 접수한 후, 조건에 부합되는 대상에게 허가증을 발급한다.

신청인은 구축 완료 후 규정 수량에 부합되는 체인점의 네트워크 문화 경영 허가증 복사본, 직영 체인점의 직영 증명서류 및 특별 허가 체인점의 특별허가 영업계약서 등 증명자료들을 문화행정부문에 제출하여 최종 심사를 신청해야 한다.

문화행정부문은 현지검사를 통해 합격한 대상에게 네트워크문화 영업허가증을 발급한다.

인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체가 체인점 설립 시 반드시 소재 현(구)급 이상 문화행정부문의 서면동의를 통과한 후 《인터넷 온라인 서비스 영업장소 관리조례》의 관련 규정에 따라 단독으로 네트워크 문화경영허가증 수속을 밟는다.

이미 법적으로 네트워크 문화경영허가증을 획득한 체인점은 변경등록 수속을 밟아야 한다.

인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영업체 및 소속 체인점은 현지 문화행정부문의 일상 감독 관리를 받아야 한다. 경영범위를 확장하거나 기타 법률·법규가 규정한 심사허가를 걸쳐야 하는 경영 프로젝트에 종사할 경우 반드시 법에 따라 관련수속을 거쳐야 한다.

영업정지 이상 행정처분을 받은 체인점에 대하여 현지 문화행정부문은 처벌규정을 상급 체인경영업체 허가증 발급부문에 보고하여 등록해야 한다.

체인영업 업체는 1년에 2번 이상 영업정지 이상의 행정처분을 받은 특별허가 체인점과 특별허가 경영관계를 중지해야 하며 1년내 3% 이상의 체인점이 영업정지 이상 행정처분을 받았을 경우 허가증 발급부문에서 체인 경영업체에 대해 폐업을 명령하며, 1년 내 3% 이상의 체인점이 네트워크 문화 경영 라이선스를 취소 당했을 경우, 체인경영업체의 체인 경영자격을 취소한다.

문화행정부문은 PC방 등 인터넷 온라인 서비스 영업장소, 체인 경영업체 및 지사에 대해 연도심사 제도를 실시하고 그들의 동향을 파악한다.

또한 인터넷 온라인 서비스 영업장소 체인 경영

업체에 대한 지도를 강화하고, 체인 경영업체의 경영관리수준을 높여야 한다.

체인 경영표준화, 전업화의 요구에 따라 점차적으로 완벽한 경영관리시스템 및 서비스표준을 수립하며 거짓 체인 현상을 두절해야 한다. 그리고 체인 경영업체를 유도하여 인터넷 문화구축을 강화하고 부가서비스 항목을 발굴하여, 독특한 인터넷문화컨텐츠 및 부가서비스 기능을 개발하여 온라인소비자들에게 다양하고 건전한 문화제품과 부가서비스항목을 마련해야 한다.

이러한 방침에 따라 문화부는 지난 6월 8일 10개의 업체를 온라인 접속 서비스 영업장소 체인 경영업체로 승인하고, 기타 업체의 체인 경영 신청 서비스는 잠시 중지한다고 밝혔다. 이들 업체는 현재 전국 각지에서 PC방 체인점을 설립 중이다.

〈표 13〉 인터넷 접속 서비스 영업장소 체인경영 승인 업체

- 공청네트워크가원유한공사
- 베이징중록시공(中录时空)문화발전유한공사
- 중국디진털도서관유한책임공사
- 아연(亚联)전신네트워크유한공사
- 중국문물정보문화센터
- 수창(首创)네트워크유한공사
- 장성광대역네트워크유한공사
- 중국연합통신유한공사
- 중전화통(中电华通)통신유한공사
- 서득(瑞得)투자지주회사

(자료: <http://www.ccnt.com.cn/chinaculturedaily/view.php3?id=1051685728&kind=社会文化>)

※ 다음 호에 《소프트웨어제품 등록관리법》 편이 게재될 예정입니다.

※ CHINA GAME WEEKLY 자료제공	
 DONGGUK UNIVERSITY	동국대학교 중국산업경제연구소 http://wwwk.dongguk.ac.kr/~icie TEL: 054-770-2475 / FAX: 054-773-6002
	 高华伟业