



특집

- 중국 온라인게임 시장의 문제점

CHINA GAME NEWS

- 한국 온라인게임 《아웃포스트: Outpost》 중국시장 상륙
- 오우메이덴즈(奥美电子), 게임 《The Hulk》 중국대리권 체결
- 《신시여우지(新西游记)》, 7월 8일 본격 유료화
- 《시여우푸머루(西游伏魔录)》 오픈테스트일 공개

GAME 관련 기관

- 베이징 린방 소프트웨어(连邦软件) 주식유한회사

GAME 소개

- 《텐조우: 天骄》

CHINA GAME 순위

- 2003년 6월 게임 평가순위

MOBILE NEWS

- 운영업체들의 의견, 중국 3G허가증 발부시기 성숙

IT NEWS

- 중국 올 상반기 IT산업 현황분석

법률과 정책

- 소프트웨어 등록관리법(2)



한국게임산업개발원
www.gameinfinity.or.kr

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

중국 온라인게임 시장의 문제점

2002년 세계 온라인게임 판매량은 이미 온라인 영화를 추월하여 엔터테인먼트 산업에서 가장 전망이 밝은 산업분야로 부상하였다. 중국 온라인게임 또한 이와 같은 추세를 보였다.

현재 중국 온라인게임 시장은 자본이 뒤따르는 황금시장이다. 이미 성장률이 100%를 넘었으며, 매일 수천만 위안의 수익을 올리는 산업이 되었다.

지난해 시장 규모는 10억 위안 정도로 2001년~2002년까지 단 1년 사이에 시장규모가 3억 1,000만 위안에서 10억 위안으로 올라 약 200% 급성장하였다. 올해는 20억 위안을 돌파할 것으로 전망된다.

중국 온라인게임 시장의 급속한 성장은 성다(盛大)사의 4천만 달러 용자 및 4억 위안의 영업이익에서 시작되었다고 이야기할 수 있다. 이런 수치는 지난해 전반적으로 부진했던 IT산업에 새로운 돌파구를 제시해 주었다. 지난해 상하이 성다 네트워크 회사는 한국 온라인게임 《미르의 전설》 대리운영을 통해 중국 온라인게임 시장의 문을 열었으며 6,700만 명의 유저 및 총 수익이 4억 위안이라는 큰 성과를 보여주었다.

IDC의 연구에 의하면 2006년 중국 온라인게임 시장 규모는 83억 4천만 위안, 2001~2006년 사이 연(年) 복합 성장률은 92.6%에 이를 것으로 예측했다. 이 성장률은 온라인게임 유저 수 및 유료 유저 수의 성장률을 훨씬 앞지르는 수치이다.

고속 성장한 것은 단순히 수량의 변화뿐만이 아니었다. 올해 중국 온라인게임은 이미 양적 변화에서 질적 변화로 전환하는데 성공하여, 완벽한 시장 구조를 갖춘 신규산업을 형성했다.

온라인게임의 시장구조에는 일반적으로 게임개발업체-게임운영업체-게임유통업체-소비자가 포함된다. 소비자가 지불한 100%의 비용에서 일반적으로 개발업체가 20%정도, 유통업체가 10%~25%정도, 나머지는 운영업체의 소득 순으로 배분된다.

그러나 운영업체는 전신부문에 10%, 서버 등 하드제품 추가비용, 마케팅비용 등으로 지출이 비교

적 많이 나가는 편이다.

온라인게임 시장의 유혹적인 “금전(钱)”망은 중국 내외 IT기업들의 주목을 받게 되면서 대량의 자금이 이 분야로 모여들게 되었으며, 왕이(163.com), 시나닷컴, 수호 등 3개의 사이트가 나스닥시장에서 주가가 성장한 이유는 온라인게임의 수익이 크게 나타남으로써 그 혜택을 보았다고 말할 수 있다. 이처럼 온라인게임이 중국에서 기초적인 산업규모를 형성하여 현재 그 전망이 밝아 보이지만, 언제까지 지속될지는 미지수이다.

전문가들은 시장경기가 최고인 시기는 이미 지나갔다고 말하고 있으며, 앞으로는 결코 낙관적인 자세로 시장을 관망할 수는 없는 노릇이라고 전했다.

다음은 중국 온라인 게임산업 시장에 기본적으로 내재되어 있는 문제점들이다.

1) 게임 운영업체간의 산업적인 연계기반 마련 요구

중국 온라인 산업의 시장구조를 살펴보면, 게임 운영업체들 중 오직 20% 만이 수익을 내고 있으며, 겨우 생계를 유지하는 운영업체들은 30%~40%, 기타 나머지 업체들은 적자를 보고있는 실정이다.

현재, 중국에는 온라인게임에 종사하는 업체는 300개 가량으로, 이는 이미 시장이 수용할 수 있는 한도를 훨씬 초과하였다. 따라서 시장에서 장기적으로 생존할 수 있는 대형 온라인게임 운영업체는 최대 5~6개 가량밖에 되지 않는다.

진산(金山)회사 디지털 엔터테인먼트 사업부 총경리 장즈홍(张志宏)은 올해 진산은 2,000만 위안의 자금을 전부 게임운영에 투입할 것이라고 말했다. 그는 중국에서 처음으로 유료화 한 《왕중왕》의 마케팅 자금은 겨우 100만 위안이었지만, 현재 온라인게임의 마케팅비용은 최저 수백만 위안을 투자해야만 홍보 효과를 볼 수 있다고 전했다. 이는 온라인 게임 및 경쟁업체의 수가 많아 졌기 때문이다.

한국 게임 개발업체들의 경우 이미 전문적인 조직을 구축, 내부적으로 게임 가격을 올려 판매하는 등 게임 운영업체들의 단합이 잘 이루어지고 있는데 반해 중국은 자국의 게임시장 경쟁이 치열해지

면서 게임 운영업체들간의 협력이 잘 이루어지지 않고, 서로 비방하는 사례가 증가하고 있다. 이 때문에 외국업체와의 협력관계에서도 합당한 권리를 누리지 못하고 손해를 보는 경우가 많으며, 오히려 외국 게임 개발업체에 더 좋은 기회를 마련해주고 있다. 이처럼 중국 게임 운영업체들의 비효율적인 경쟁 구조 및 현재 시장에 나타난 온라인게임 다양하게 나뉘어진 유저 그룹으로 인해 한번에 많은 수익을 올리기 힘든 시장환경에서 운영업체들은 더욱 생계를 이어나가기가 힘들어졌다.

현재 많은 운영업체들은 끊임없는 적자 난에 허덕이고 있으며, 그들이 생각했던 것 이상의 대가를 치르고 있는 실정이다.

그래서 중국 내에서도 몇몇 온라인게임 운영업체들이 협력하여 산업연맹과 비슷한 “중국 온라인 게임 부화기”를 구축하기에 힘을 모으고 있다. 이 조직의 구축으로 혼란한 중국의 온라인게임 시장을 규범화하고, 외국업체와의 협력과정 중 나타났던 내부모순을 해결하려는 움직임을 보이고 있다.

시장이 점차 성숙해짐에 따라 온라인게임 시장은 결국 자금, 게임산업의 시장구조 구축, 마케팅, 운영업체 및 판매업체 사이의 합작능력 등을 포함한 운영관리 및 종합실력의 경쟁으로 변화하게 된다. 그러나 중국의 운영업체들 중 이상의 모든 업무를 수행할 수 있는 업체는 몇 개 되지 않는다.

2) 게임의 독자개발 요구

한국 게임 업체들은 이미 오랫동안 중국 게임시장을 주시해왔다. 한국의 한 유명 게임업체 관계자는 “중국 게임 시장의 잠재력은 거대하여 2, 3년이 지나면 중국대륙은 대만, 일본, 한국 3개 시장을 합한 것보다도 더 큰 시장이 될 것이다”고 말했다.

당시 중국에는 독자적으로 개발한 게임이 거의 없었으므로 많은 중국 게이머들은 외국게임을 할 수밖에 없었다. 한국 게임이 중국 시장에서 거의 90%를 차지할 당시 중국 운영업체들은 한국개발사를 위해 단지 게임을 판매만 해주는 처지였다.

하지만 성다(盛大)회사와 한국개발사의 분쟁사건은 모든 중국 업체들에게 많은 교훈을 남겼으며, 그들은 모두 자체 개발을 고려하게 되었다.

현재 중국 게임 운영업체들이 외국 게임을 대리

할 경우 대리비용만 50만~100만 달러에 이르며, 경영수익의 25%~35%의 로열티를 외국 개발사에 주어야 한다.

진산의 장즈훙은 “외국 게임 대리운영은 지팡이를 짚고 길을 가는 것과 같다. 게임 운영업체는 자주권이 없으며, 애매한 위치에 있어 매우 힘들다”고 말했다. 또한 유저들의 취향에 맞추기 위한 대리업체들의 서비스 및 수정 관련 사항은 모두 외국 개발업체의 동의를 거쳐야 하는데, 이 사이에 놓쳐버린 시장기회가 많았다면서, 이는 날로 심각해지는 현재의 경쟁환경에서는 적절하지 않다”고 전했다.

게임 운영업체들은 당연히 외국 개발업체에 전적으로 의존하는 상황을 원치 않을 것이다. 독자개발이 좋은 점이 있지만 개발비용이 비싸고 또한 개발 인력이 부족한 것도 사실이다.

현재 대형게임 1개를 개발하는데 일반적으로 80만~150만 위안의 비용이 들며, 개발기간 또한 최저 1년 이상이 걸린다.

중국 온라인게임의 활성화 기간이 겨우 1, 2년 밖에 되지 않음을 감안한다면 이것은 매우 힘든 일이다.

예를 들어 진산사가 독자 개발한 온라인게임 《젠샤칭웬(劍俠情緣) 온라인》의 경우 개발비용이 1,500만 위안이며 개발기간은 3년이 소요되었다.

장지훙은 《젠샤칭웬 온라인》에 대해 “올 하반기 중국에서 가장 인기 있는 온라인게임으로 부상할 것이며, WPS(진산사가 독자 개발한 워드 프로세스의 일종)보다 더 높은 수익을 창출할 것”이라고 전망했다. 하지만 중국 내에서 이처럼 독자 개발하여 성공한 게임은 보기 드물 것이다.

3) 인재 배양

인력부족은 중국 온라인 게임시장이 현재와 같은 구조로 나타나게된 가장 핵심적 원인으로 손꼽힌다.

성공한 게임은 모두 탄탄한 게임 기획력과 밀접한 관계가 있으며, 좋은 게임 시나리오의 창작은 영화 극본보다도 어려운 것이다.

현재 중국은 종합지식을 갖춘 인재가 부족하다. 게임제작 과정에 게임 기획인은 시나리오 외에도

음악, 미술, 이미지 등의 요소를 종합하여 기술적으로 완성해야 한다. 그러므로 훌륭한 기획인 이라면 반드시 풍부한 상상력과 문학적 지식을 구비하여야 할 뿐 아니라, 프로그래밍도 알아야 하고 미술 감각도 갖추어야 한다. 또한 시장 수요 및 유저들의 심리를 충분히 이해하고 게임자체의 구성 및 실제운영 중 나타날 수 있는 상황에 대처할 수 있는 능력도 구비해야 한다.

거의 백지라고 말할 수 있는 중국의 온라인게임 개발산업에 이와 같은 노하우를 가진 게임 기획인이 나타나려면 아직도 오랜 시간이 필요하다.

따라서 중국게임시장에 존재하고 있는 이런 문제점들을 해결하지 않는 이상은 중국게임시장의 발전에는 무리가 있으며, 경기가 지속적으로 호전세를 보이기도 힘들 것이다.

(자료: 互联网周刊 2003년 제17기)

※ 48호에는 《九城》 관련 담당자 인터뷰가 게재될 예정입니다.

금 30만 달러 및 정기적으로 수익의 50%를 지불해야 한다.

상하이 룬성은 상하이에 본부를 설치하고 베이징, 칭도우, 선전 등 중국의 각 대도시에서 핵심 네트워크 통신망을 보유하고 있는 중국 정부 부속 연구소 소속의 기업 중 하나이다. 이 회사는 넓은 통신망을 기반으로 RGN(Runsun Game Network) 게임사이트를 구축하고, 본격적으로 게임시장에 진출할 계획이다. 특히 온라인게임 산업을 중점으로 하여 중국 10대 도시의 원활한 전화 및 이동통신 서비스 등을 충분히 활용해 시장을 개척할 예정이다.

한얼소프트 대표이사 두현우는 “상하이 룬성과 50%의 유리한 로열티 방식으로 합의를 할 수 있었던 가장 주요 원인을 《아웃포스트》가 가진 높은 잠재력 때문이라고” 전했다.

양 사는 단시일 내 《아웃포스트》의 중국 시장 운영 및 현지화를 실현하고, 클로즈/오픈 테스트를 통해 올 가을쯤 유료화 할 계획이라고 밝혔다.

(자료: http://news.17173.com/content/2003-7-2/n272_188408.html)

CGW CHINA GAME NEWS

오우메이덴즈(奥美电子)

게임 《The Hulk》 중국대리권 체결

《아웃포스트: Outpost》

중국시장 상륙

최근, 한국 FPS(First Person Shooter)+RPG 온라인게임인 《아웃포스트》가 중국시장에 출시될 예정이다.

한국의 한얼소프트사가 개발·제작한 온라인게임 《아웃포스트》는 현대전쟁을 배경으로 하는 신행군사액션 RPG게임으로 클로즈 테스트 기간에 이미 일본시장에 진출한 바 있다.

지난 6월 30일, 한얼소프트사는 중국 포털 통신매체인 '상하이 룬성(润声) 정보산업 유한회사'와 계약을 맺고, 상하이 룬성을 《아웃포스트》의 중국 대륙지역 운영 담당 업체로 결정했다.

계약에 의하면 향후 5년 동안 상하이 룬성이 《아웃포스트》의 중국 대륙지역 운영권을 독점하며, 이를 대가로 상하이 룬성은 한얼소프트에 계약

리안(李安)이 감독한 판타지영화 《The Hulk》가 지난 6월 20일 미국 내 3,660개 영화관에서 동시 상영되었다. 《The Hulk》은 상영 첫날 2,380만 달러, 3일 동안 총 6,260만 달러의 놀라운 수익을 올려 주간 매출액 1위를 기록한 영화이다.

현재 오우메이덴즈는 이를 만화 및 영화로 개편한 동명 PC게임의 중국 대륙지역 대리권을 체결했다고 전했다.

이 게임은 구미 카툰 스타일의 3D화면으로 디자인되었으며, 주인공인 녹색거인의 공격방식 또한 매우 다양하다. 그는 맨주먹으로 목표물을 공격하거나, 감마선을 이용하여 원거리의 적을 사격하기도 하며, 공중에 높이 뛰어올라 빠른 속도로 아래에 있는 적에게 치명적인 손상을 입히기도 한다.

이외 별도의 맵에서는 변신전의 “부루스 배너”를 볼 수 있으며, 과학자인 그는 아무런 전투능력이

없이 지혜와 잠입액션만을 사용하여 적으로부터 자신을 보호하여 탈출 할 수밖에 없다.

이 게임은 곧 출시될 예정이며, 오우메이덴즈 사이트에서 상세한 정보를 얻을 수 있다.

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/07/07093301.shtml>)

《신시여우지(新西游記)》 7월 8일 본격 유료화

게임 《신시여우지》가 오픈테스트 이후 현재까지 많은 유저 및 업계의 주목과 호평을 받고 있다.

이 게임의 중국 대륙지역 대리운명을 담당한 21cn.com은 유저들이 편리하게 카드를 구매할 수 있는 시스템을 구축하기 위해 유료화 기간을 여러 번 미루어 왔으나 지난 7월 8일 오전 12:00시부터 유료화하기로 결정했다.

신규 가입자에게는 자동적으로 6시간정도 게임을 할 수 있는 점수가 추가된다.

유료화 후 유저들이 카드를 편리하게 구매하게 하기 위해 아래의 6가지 구매방식을 제공한다.

No	구매 방식	내 용
1	온라인구매	유저들은 은행카드를 이용하여 빠르고 편리하게 온라인구매를 할 수 있다
2	오프라인구매	소프트웨어 판매점, 서점, PC방 등 카드 판매지점에서 카드를 직접 구매할 수 있다
3	사이버 카드구매	PC방 주인 또는 PC방 고객인 경우 천왕(擎天) 또는 공동 구매사이트의 판매업체 플랫폼에서 사이버 카드를 구매할 수 있다.
4	전화구매	168음성전화를 이용해 카드 구매를 할 수 있으며, 매번 5위안으로 75점 카드를 구매할 수 있다.
5	우편구매	우편 방식을 선택하여 카드를 구매할 경우 운영사에서 직접 유저의 ID에 450점을 충전시켜 준다.
6	문자메시지구매	문자메시지구매는 곧 오픈 할 예정이며, 이에 관한 정보는 《신시여우지》 공식사이트 구매센터에서 알 수 있다

(자료: http://news.17173.com/content/2003-7-8/n675_591866.html)

《시여우푸머루(西遊伏魔錄)》 오픈테스트 일 공개

《시여우푸머루》의 오픈테스트가 지난 7월 8일부터 시작되었다. 이 게임은 워팡궁취스(魔方工作室)사가 개발하고, 중지덴(中机电)캐피탈유한회사가 대리한다.

클로즈테스트 이후 현재까지 많은 유저들의 관심과 성원을 받았으며, 유저들의 의견을 반영하여 게임 중에 나타난 문제들을 수정하여 오픈테스트를 무리 없이 진행하였다.

클로즈테스트 클라이언트 다운로드 제공은 이미 지난 1일부터 중지 시켰으며, 클로즈테스트 계정 배포도 중단하였다.

유저들은 7월 4일부터 공식사이트(<http://www.xyfml.com>)를 통해 오픈테스트 클라이언트를 다운받을 수 있다. 또한 중지덴(中机电)캐피탈유한회사는 최적의 오픈테스트 환경을 위해 많은 유저들이 예전과 같이 많은 의견들을 제시해 줄 것을 요청했다.

(자료: http://news.17173.com/content/2003-7-1/n62_978951.html)

CGW GAME 관련 기관

[게임 유통사]

베이징 렌방 소프트웨어(连邦软件) 주식유한회사

2001년 1월 9일, 베이징 렌방 소프트웨어 유한회사는 베이징시 정부의 허가 아래 베이징 렌방 소프트웨어 주식유한회사(이하 “렌방 소프트”로 약칭)로 명칭을 변경했다. 렌방 소프트의 전신이었던 베이징 렌방 소프트웨어 산업발전회사는 1994년 1월 27일 베이징 해정구 공상행정관리국(北京市海澱區工商行政管理局)에 등록하고 설립되었으며, 총 등록자금은 5,517만 6,177위안으로 소프트웨어,

주변제품의 유통 및 서비스가 주 업무이다.

렌방 소프트는 중국에서 처음으로 전국적으로 전문화 정품 소프트웨어 유통시스템을 구축했다.

8년 간의 발전기간 동안 렌방 소프트는 줄곧 브랜드 경영을 중심으로 소프트웨어 유통시스템에 의존하여, 소프트웨어기술과 시장을 결합시켜 렌방 소프트를 중국 정품 소프트웨어 유통의 주 통로로 구축했다.

이미 전국 170여 개 도시에 302개 특별허가경영전문점을 설치했으며, 현재는 중국 최대의 소프트웨어판매 체인망을 갖춘 기업으로 부상했다.

렌방 소프트는 소프트웨어, ADOBE, CA, 용어우(用友), 진산(金山) 등 중국 내외의 유명 소프트웨어 개발업체들과 합작관계를 맺고, 1만 여종의 제품을 판매했다.

1996년 초에 구축한 “렌방 소프트웨어 판매 랭킹”은 이미 중국 소프트웨어 판매시장의 전반 현황을 반영할 수 있는 수준이며, 또한 “렌방 소프트웨어 판매 랭킹”과 고객들의 투표결과에 근거하여 발표한 “10대 국산 소프트웨어”도 업계에서 최고의 영향력을 가진 대상으로 자리 잡았다.

렌방사는 중국 최초로 컴퓨터교육 체인망을 조직하여 보급한 업체 중 하나이다. 렌방 컴퓨터 교육 체인조직은 풍부한 교사자원 및 과학적인 연구 개발시스템으로 교수연구, 수강학습, 인증수능 등 교육업무들을 전개하였으며, 렌방 특유의 컴퓨터교육 체인시스템을 구축했다.

현재 베이징, 톈진, 광저우, 청두, 하얼빈, 쿤밍, 양저우, 하이커우 등 지역에 30여 개 교육체인업체가 설립되었다.

렌방은 중국 최초로 전자상거래업무를 개척한 업체 중의 하나로, 중국 최대의 전자상거래사이트 8848을 구축했던 만큼 풍부한 전자상거래 운영 노하우를 가지고 있다.

지난 2000년 1월 15일, 렌방은 중국에서 처음으로 인터넷 소프트웨어 판매점인 “온라인 렌방”(www.federal.com.cn)을 오픈 했으며, 현재 렌방 소프트웨어 전문점 80% 이상이 “온라인 렌방”을 통해 주문하는 등 운영효율을 대폭 향상시켰다.

1995년 렌방 소프트 등이 발기한 중국 소프트웨어 보호연맹(CSA)이 신식산업부, 중국 소프트웨어

산업협회 및 업계의 지원 하에 베이징에 설립됐다.

이 연맹은 중국 지적재산권의 홍보사업을 추진하고 불법복제를 단속하며, 지적재산권 소지인의 합법적인 권익을 보호하는 데 취지를 두고 있다.

렌방 소프트는 현재 중국 소프트웨어 산업협회 이사 업체이자 베이징 소프트웨어 산업협회 상무 이사 업체 및 중국 소프트웨어 산업협회 출판분회 부 회장업체로 베이징시 정부, 신식산업부 및 국가판권국 등 정부기관의 지원을 받고 있다.

(자료: <http://www.lianbang.com.cn>)

※ 다음 호에는 《정허스다이(鼎盛时代)소프트웨어기술유한회사》편이 게재될 예정입니다.

CGW GAME 소개

《텐조우: 天驕》

- 개발업체 : 무비오우(目标)소프트웨어
- 중국 대리업체 : 환러스다이(欢乐时代)
- 공식 사이트 : <http://www.tjnet.com.cn>
- 게임 장르 : MMORPG
- 테스트시간 : 2002년 12월 9일(클로즈) 1월 15일(오픈)
- 유료화시간 : 2003년 4월 3일

B.C.210년, 중국 역사상 첫 제왕, 즉 6국을 통일했던 거인 진시황이 동부시찰 중 죽고, 그의 막내아들 호해(胡亥)가 암흑세력의 부추김을 받고 왕위를 찬탈했다.

제위에 오른 호해는 6국을 정비 통합했던 진시황의 정치·군사전략은 하나도 이어받지 못하고 폭정만 일삼았다. 기아와 고통 속에서 신음하던 백성들은 더 이상 참을 수 없어 저항하기 시작했으며, 그 가운데 진승, 오광, 유방, 항우 등 난세의 영웅들이 나타나기 시작했다.

《텐조우》는 진말 한초 풍문변화의 난세시대를 배경으로 많은 영웅들을 등장시켰다.

유저들은 2천여년 전의 분위기를 그대로 경험할

수 있을 뿐만 아니라, 도도한 기백으로 전쟁터에서 재능을 힘껏 과시하는 한 영웅의 일생을 통해 중국 역사에 얽은 한 획을 그을 수 있다.

이는 또한 기회가 충만한 시대로 이런저런 영웅담을 창조할 수 있으며, 한왕 유방, 패왕 항우, 모사 장량, 신선장군 한신 등 난세는 천지개벽의 시대이기도 하다. 유저들은 6국을 통일하는 일대 패왕을 선택할 수도 있고 검을 휘두르고 인생을 즐기는 협객을 선택할 수도 있다.

최신뉴스

《텐조우》, 6월 1일 북미시장에 본격 진출

중국이 독자개발 및 제작한 온라인게임이 최근에 많이 나타나고 있다. 그러나 중국의 대부분 온라인게임은 모두 제품 품질, 마케팅 수단, 자체 실력 등 방면에서 3류 수준으로 치열한 경쟁 속에서 겨우 생존해 나가는 처지였다.

그러나 무비오우 소프트사에서 개발한 온라인게임 《텐조우》는 중국 유저들의 기대를 저버리지 않고 자체의 강대한 기능 및 화려한 마법으로 많은 주목과 호평을 받았다. 《텐조우》는 이미 지난 지난 4월 3일에 본격적으로 유료화를 했으며, 점차 우위를 나타내고 있다.

미국의 유명 게임사이트인 GAMESPOT에 의하면 중국산 온라인게임 《텐조우》가 6월 1일 북미시장에 진출했다고 한다. 이는 《텐조우》가 싱가포르시장에 출시된 후 두 번째로 외국시장에 선보이게 되었으며, 또한 최근에 브라질, 태국시장에도 진출을 준비중이라고 한다.

(자료: http://news.17173.com/content/2003-6-24/n16_6_82619.html)

(자료: http://news.17173.com/content/2003-6-20/n45_0_366493.html)

※ 다음 호에는 《파천일검》편이 게재될 예정입니다.

CHINA GAME 순위

2003년 6월 게임 종합 평가순위

순위	게임명칭	출품/중국대리사	변동
1	Half-Life:Counter Strike	Siera/오메이(奧美)전자	→ 0
2	검협의 전설(仙劍奇俠傳)2	다위(大宇)/ 환위즈싱(寰宇之星)	→ 0
3	검협의 전설(仙劍奇俠傳)	다위(大宇)/쌍위(雙語)	↑ 3
4	Diablo2:Lord Of Destruction	Blizzard/오메이(奧美)전자	↓ 1
5	Warcraft 3: Reign of Destruction	Blizzard/오메이(奧美)전자	↓ 2
6	미르의 전설	Actoz/성다네트웍	↑ 5
7	Starcraft: Brood War	Blizzard/오메이(奧美)전자	↓ 1
8	크로스게이트	ENIX/网星艾尼克斯	↑ 7
9	검협의 인연	시산취(西山居)/ 진산소프트웨어	↑ 진입
10	현원검(軒轅劍)3 외전: 천지현(天之痕)	다위/유비아소프트	↓ 6
11	Mu	Webzen/제9도시	↑ 1
12	RO	Gravity/즈관(智冠)	→ 진입
13	Need For Speed: Hot Pursuit2	EA/메이커이텐(美国艺电)	↑ 진입
14	FIFA 2003	EA Sports/전자예계	↓ 1
15	삼국군영전 4	오우딩커지/환위즈싱	↑ 2
16	현원검IV	다위관성(大宇觀星)/ 환위즈싱(寰宇之星)	↓ 11
17	Commandos2: Men Of Courage	Eidos/신텐디	↑ 진입
18	Neverwiter Nights	BioWare/텐런후동	↑ 진입
19	Heroes Of Might And Magic4	3DO/제3파	↑ 1
20	엔에이지	eSofnet/칭화통팡	↑ 진입
21	스톤에이지	JSS/베이징 화이	↑ 진입
22	포르리스2	GV/성다네트웍	↓ 8

(자료: 家用电脑与游戏 2003년 6월호)

CGW MOBILE NEWS

운영업체들의 의견 중국 3G허가증 발부시기 성숙

제3세대 모바일 통신기술(3G)이 중국에서 발전하기 시작하면서 3G산업의 핵심 고리인 통신운영업체들은 중국은 이미 3G허가증 발부조건이 성숙되었다고 지적하면서, 모든 모바일통신 운영업체들이 TD-SCDMA를 통용할 것을 관련 정부기관에 건의했다.

차이나텔레콤의 총 엔지니어 위이러핑(韦乐平)은 최근 중국 통신시장 유선전화망의 독점이 이미 파괴되었고, 중국 이동통신 가입자 수는 향후 2-3억으로 증가하고 있다고 했다. 특히 3G 교환식 모바일 통신기술의 성숙 및 상용화는 중국 교환식 모바일 통신의 업그레이드와 운영업체, 제조업체의 획기적인 발전에 좋은 기회를 마련해줄 것이라고 강조했다.

현재 세계적으로 유럽의 WCDMA, 미국의 CDMA2000, 중국의 TD-SCDMA 3가지를 주류로 하는 3G 기술표준이 존재하는데, 그 중 WCDMA와 CDMA2000은 FDD형식에 속한다.

유럽과 미국의 WCDMA와 CDMA2000 두 가지 기술표준은 에릭슨, 노키아, 모토로라 등 세계 통신제조업 거두들의 장기적 지원으로 개발에 투입한 인력 및 물자가 거대하고 발전이 비교적 빠르며, 일부 선진국가에서는 이미 규모화 상용단계에 진입했다.

중국을 세계 최대 규모의 모바일 통신시장으로 3G 기술표준의 선택이 사뭇 중요하며 세계 각 업계의 한결같은 주목을 받고있다.

그러나 중국 자체 개발 및 독자 지적재산권을 소지한 TD-SCDMA제품의 성숙도는 WCDMA와 CDMA2000 기술표준에 비해 많이 뒤떨어져 있는 것도 부정할 수 없는 사실이다.

이는 TD-SCDMA 표준이 세계 각 층의 광범위한 지원을 받지 못해, 자금 및 개발인력 투입이 부족하다는 사실이 가장 중요한 원인이 되고 있다. 또한 TD-SCDMA 독자 망 구축은 원가가 높는데

다 위험부담도 크다.

하지만 위이러핑은 “TD-SCDMA방식은 주파수 효율과 주파수 원활성의 우위를 활용해 FDD방식과 결합할 수 있으며, 상호 단점을 보완하고 필요한 지역에서는 핵심적으로 데이터업무를 지원할 수도 있어 장기적인 발전에 유리하다고 분석했다.

또한 중국 통신제조업을 지원하고 TD-SCDMA방식을 세계로 밀고 나가기 위해서 정부는 부양책 외에 운영업체의 발전으로 제조업체의 발전을 끌어내야 한다”고 주장했다.

동시에 “중국의 모든 모바일 운영업체를 대상으로 3G네트워크 및 업무발전에서 FDD와 TD-SCDMA의 통합방식을 채용할 것을 권장해야 한다고 지적했다. 또한 최종적으로 어떠한 3G방식이 가장 효율적으로 발전할 수 있을 것인가는 시장의 흐름에 따라 결정된다”고 말했다.

현재, 중국 2대 모바일 운영업체인 차이나모바일과 차이나유니콤은 각각 WCDMA와 CDMA2000을 자체 3G발전의 기본방향으로 잡고 있다.

신식산업부의 목표에 의하면 차이나텔레콤과 차이나왕통(CNC)은 다음으로 모바일 운영허가증을 취득하게 될 운영업체로 짐작된다.

주관기관은 3G허가증 발부의 형식으로 차이나텔레콤과 차이나왕통의 모바일통신 운영 라이선스를 승인할 것이라고 업계 인사들은 분석했다.

(자료: http://www.mc21st.com/information/news/show_news.asp?id=5075)

CGW IT NEWS

중국 올 상반기 IT산업 현황분석

신식산업부는 최근 중국의 올 상반기 전자정보산업 경제현황 분석보고를 발표했다. 보고서에서는 정보화 구축을 가속화하고 새로운 무역 방식을 대거 추진하며 중국내외 시장 확장 및 “사스 바이러스”의 영향을 최저로 감소시켜야 한다고 지적했다.

보고서에서는 상반기 중국의 정보 네트워크 공적구축은 한층 더 발전을 가져왔으며, 전자정보산

업의 발전을 위해 많은 지원을 했다고 밝혔다. 올해 '미국-이라크전쟁'과 '사스 바이러스'로 인해 중국의 오피스 네트워크화 발전속도를 가속화시켰으며, 온라인 업무미팅, 온라인교육, 전자정부 등은 중국의 각 산업, 각 분야에서 광범하게 응용될 것으로 전망된다.

동시에 《중국 전자정부 구축에 대한 국가 정보화 지도 소조의 지도의견》의 관철은 전자정부 구축으로 향후 일정한 시기 중국 정보화업무에서의 핵심으로 부상되었으며, 중국 오피스 네트워크화를 위해 거대한 소프트웨어 및 하드웨어제품시장을 제공했다.

보고서에서는 전신운영산업의 급속한 발전은 중국 통신제조업의 발전에 큰 지원을 제공했으며, 올해 전신 인프라 구축에 대한 투자가 한층 더 늘어나 시장규모가 10%~15%의 성장속도를 유지할 것이라고 밝혔다.

전자컴퓨터산업은 급속하게 발전하는 네트워크 공정으로 비교적 큰 폭으로 성장할 것이며, 통신제품은 통신운영산업 투자력 확장에 힘입어 지속적으로 안정된 성장을 할 것이라고 표시했다.

보고서에서는 정보화 구축의 속도를 한층 더 강화하고 새로운 무역방식을 대거 추진하며, 중국 내외 시장공간을 한층 더 확장할 것을 강조했다.

전반 산업은 정보 네트워크 구축공정을 강화하고, 네트워크 오피스 추진보조를 가속화하며 다양한 다차원의 정보확보 및 응용사업을 전개하여 기업들의 온라인 무역거래를 고무하고 이끌어주면서 중국 내외 시장공간을 확장시켜야 한다고 지적했다.

그리고 국가 기존의 네트워크 플랫폼 자원을 충분히 이용하는 기반에서 정보시스템의 인프라 구축을 한층 더 강화하고 정보자원에 대한 개발을 확대하며 정보자원 이용효율을 제고하여 국민경제와 사회정보화의 발전을 추진하여야 한다고 밝혔다.

(http://www.ithard.com/info_detail.asp?inford=19103)

CGW 법률과 정책

소프트웨어 등록관리법(2)

[차 례]

소프트웨어 등록관리법(1)
제1장 총칙
제2장 소프트웨어제품의 등록 및 기록

소프트웨어등록관리법(2)
제3장 소프트웨어제품의 생산
제4장 소프트웨어제품의 판매

소프트웨어등록관리법(3)
제5장 관리감독
제6장 부칙

제3장 소프트웨어제품의 생산

제13조 중국에서 소프트웨어제품을 제조·생산할 경우 반드시 중국의 관련 법률 규정을 준수해야 하며, 중국의 기술표준, 규범 및 본 방법의 규정에 부합되어야 한다.

제14조 소프트웨어제품 생산업체는 아래와 같은 조건에 부합되어야 한다.

- (1) 기업 법인자격을 소지하고 회사경영 범위에 컴퓨터 소프트웨어 업무(소프트웨어 기술개발 및 소프트웨어 제품 제작 포함)가 포함되어야 한다.
- (2) 소프트웨어를 생산할 수 있는 조건과 기술력을 갖고 있어야 한다.
- (3) 고정된 생산 장소가 있어야 한다.
- (4) 소프트웨어 제품의 품질보장수단과 능력을 소지해야 한다.

제15조 소프트웨어 제품 생산업체가 생산한 소프트웨어 제품은 본 업체가 저작권을 소지하거나 또는 저작권인 혹은 기타 권리인의 허가를 통과한 후 생산된 제품이어야만 한다.

제16조 소프트웨어 생산업체는 자체 생산한 제품의 콘텐츠 검사를 해야 한다.

제17조 소프트웨어 제품의 개발·생산은 국가 법률, 법규 및 국가 관련 기술, 안전 표준에 부합되어야 한다.

제18조 고객에게 제공되는 소프트웨어 제품은 외부 포장에 소프트웨어의 명칭, 판권번호, 저작권 소지자, 등록번호, 생산업체(또는 수입회사) 및 회사 주소와 생산기일을 표기해야 한다.

제19조 고객에게 제공되는 소프트제품(수입 또는 중국에서 제조한 외국 소프트웨어 제품 포함)은 중문설명서, 사용안내 등 설명서를 첨부해야 하며, 동시에 제품 및 설명서 혹은 서면형식의 기타 문서에 기술서비스 제공업체, 서비스내용 및 방식을 명시해야 한다.

제20조 소프트웨어 제품의 매체(CD, 자기디스크 칩) 제조업체를 포함한 소프트웨어 제품 생산업체는 등록하지 않은 제품을 생산하지 못한다.

제21조 임의 회사와 개인은 본 방법 제4조에 규정된 제품을 제작 또는 생산할 수 없으며, 불법 복제품 또는 암호해독(decode) 소프트웨어를 개발 생산하지 못한다.

제4장 소프트웨어 제품의 판매

제22조 소프트웨어 제품의 개발자와 생산자는 자체 제품을 직접 운영 판매할 수 있다.

제23조 대리방식으로 소프트웨어 제품을 판매할 경우 대리측(소프트웨어 제품 판매업체)과 피대리측(소프트웨어 개발자 혹은 생산자) 사이 그리고 총대리와 자대리 사이는 서면 대리 계약서를 체결해야 하며, 대리 계약서에는 대리권한, 지역, 기한, 기술서비스 및 신식산업부가 규정한 기타 필수내용을 명확하게 규정해야 한다.

대리업체는 영업장소의 잘 보이는 곳에 대리권

한, 대리기한, 지역, 대리급 등 내용을 포함한 대리자격증서를 걸어야 하며 대외홍보 및 광고에서 이상 내용을 사실대로 표현해야 한다.

제24조 허가증 무역형식으로 소프트웨어 제품을 운영하는 업체는 생산업체와 서면 허가 계약서를 체결해야 하며, 제품 판매 시 사용자에게 허가증 협의를 읽어볼 것을 알리며, 읽은 후 동의여부를 선택하게 해야 한다.

제25조 운영업체가 판매하는 소프트웨어 제품은 본 방법 제21조 규정에 부합되어야 하며, 서면 또는 문서형식으로 사용자들에게 기술서비스 제공업체, 서비스내용, 서비스방식 및 비용을 명확히 밝혀줘야 한다. 특별 명시된 서비스 제공업체가 없을 경우 관련 기술서비스는 제품 판매업체가 제공하는 것으로 취급한다. 그리고 서비스 비용을 별도로 계산한다거나 서비스비용 액수가 명시되지 않은 경우 관련 서비스비용은 소프트웨어 제품의 가격 내에 포함된 것으로 취급한다.

제26조 임의 회사와 개인은 등록 및 기록을 하지 않은 소프트웨어 및 본 방법 제4조에서 규정된 소프트웨어 제품을 판매할 수 없다. 그리고 소프트웨어 불법 복제품, 암호해독 소프트웨어 제품도 판매하거나 무료제공하지 못한다.

제27조 소프트웨어 제품의 테스트 버전은 반드시 명시해야 하며 또한 무료로 제공해야 한다. 어떠한 수익성 판매도 허락되지 않는다.

계속...

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