



특집

- 중국 게임시장 동향(1)

CHINA GAME NEWS

- 《미르의 전설》 73서버 게이머 정보 《환치스제(传奇世界)》로 이전 가능
- 중국의 24개 게임 소프트웨어 업체 연맹 결성
- 《창세기전3 파트2》 8월 7일 중국에 출시

GAME 관련 기관

- 텐지(天极)정보발전유한회사(2)

CHINA GAME 순위

- 2003년 7월 게임 평가순위

MOBILE NEWS

- 차이나유니콤, 새로운 무선 데이터업무 추가

IT NEWS

- 최근 중국 광대역 접속시장 소비자현황 조사 (3)

법률과 정책

- 중화인민공화국 상표법(3)



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 게임시장 동향(1)

[목 차]

1. 서론
2. 모바일게임 산업
 - 1) 모바일게임 산업의 시장구조
 - ① 모바일게임 개발업체
 - ② 모바일게임 콘텐츠 서비스업체
 - ③ 모바일 운영업체 및 휴대폰 제조업체
 - 2) 모바일게임 산업의 문제점
 - ① 통일된 표준의 부재
 - ② 값싼 단말기의 부재
 - ③ 모바일게임 산업 시장구조간의 연계 부족
3. 패키지게임
4. 온라인게임
5. 결론

1. 서론

현재 게임산업은 전 세계적으로 21세기의 새로운 문화산업으로 부상하고 있으며, 고부가가치를 창출하고 있는 것이 사실이다. 미국, 유럽, 한국, 일본, 중국 등 세계 게임산업의 시장규모는 점차 커지고 있으며, 특히 중국 게임시장의 비중도 증가 추세에 있다.

현재 중국 온라인게임 유저 수는 807.4만 명, 모바일게임 유저 수는 수천만 명에 이르고 있으며, 2002년 패키지게임 수익은 4억 위안, 온라인게임 수익은 9.1억 위안에 이르고 있다. 또한 모바일게임 수익은 아직 정확한 집계를 낼 수는 없으나, 중국 모바일 가입자 수 1억7천만 명을 생각한다면 그 수익도 상당할 것으로 예상된다.

따라서 본 편집부는 중국 게임시장을 구성하고 있는 모바일게임, 패키지게임, 온라인게임(비디오 및 아케이드게임 제외) 순으로 그 현황을 간략히 소개하고자 한다.

2. 모바일게임 산업

현재 중국의 모바일게임 유저 수는 이미 수천만 명에 달하며, 앞으로도 계속 증가할 것으로 전망된

다.

중국에서 25세 미만의 청소년층에서 모바일게임이 새로운 돌풍을 일으키면서 게임은 더 이상 장소의 제한을 받지 않게 되었고, 중국 무선업무의 부가가치도 상승세를 보이게 되었다.

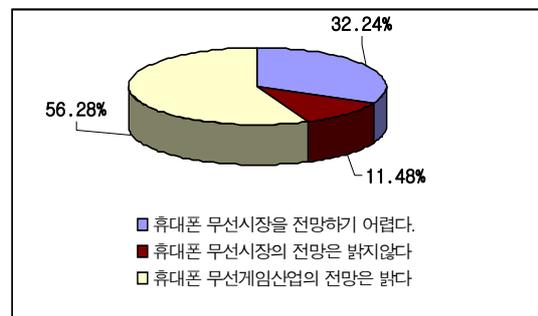
중국 모바일 가입자수는 현재 이미 1억7천만 명에 이르고 있으며, 올해에는 2억을 돌파할 것으로 예상된다.

모바일 운영업체와 메시지 콘텐츠 제공업체들의 의견에 따르면, 모바일 총 가입자 중 10%의 가입자만 메시지가임을 사용한다고 해도 그들이 가져다주는 수익은 상당하다고 전한다. 또한 무선 모바일게임은 날로 다양해지고 있으며, 가입자들도 늘어나고 있다.

광둥성의 메시지가임 시장만 보아도, 올 1월부터 5월까지 광둥유니콤 메시지가임 사용량이 지난해 동기기간에 비해 200% 가량 늘어났다. 광동모바일의 경우 “모바일 몬터넷(Monternet)” 수익 중 약 40%가 모바일게임에서 온 것이라고 한다.

인터넷 관련 조사기관의 데이터에 따르면, 현재 휴대폰 무선시장을 전망하기 어렵다는 네티즌이 32.24%, 또 그 전망이 밝지 못하다고 보는 네티즌이 각각 11.48%를 차지하고 있다. 반면에 여전히 56.28%에 달하는 네티즌들은 무선 게임시장의 전망에 대해서는 기대를 갖고 있다고 밝혀 전반적으로 중국 모바일 게임시장에 대해서는 긍정적인 입장을 가지고 있다.

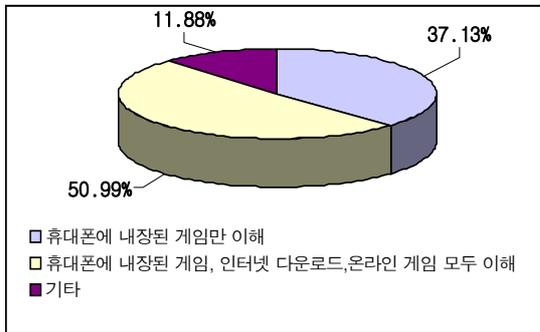
<그림 1> 휴대폰 무선시장 및 무선게임을 어떻게 생각하는가?



이 외에도 37.13%의 네티즌은 휴대폰 내장 게임만 이해하고 있다고 응답했으며, 50.99%에 달하는 네티즌은 휴대폰 내장 게임, 인터넷다운로드, 온라인게임 등에 모두 이해를 갖고 있다고 응답했

다.

<그림 2> 휴대폰 무선게임에 대해 얼마나 이해하고 있는가?



1) 모바일게임 산업의 시장구조

중국 모바일게임 시장은 게임 개발업체, 모바일 운영업체, 콘텐츠 제공업체 및 휴대폰 제조업체로 구성되어 있다.

현재 세계에서 가장 많은 휴대폰 가입자를 가지고 있는 중국에서, 모바일 게임이 앞으로 이 업체들에게 가져다 줄 경제적 수익 및 게임과 이동통신 산업의 시장구조에 끼칠 영향은 상당히 클 것으로 보인다.

① 모바일게임 개발업체

기존의 게임에 비해 메시지게임은 개발기술 및 자금수준이 비교적 낮은 편이다. 보통 3~5명의 개발팀이 몇 개월이 걸려야 정교한 메시지게임 하나를 제작·완성할 수 있다.

앞으로 신기술이 무선게임에 광범위하게 응용되면 많은 무선게임 개발업체들의 경쟁우기가 될 것으로 보인다.

② 모바일게임 콘텐츠 서비스업체

휴대폰 무선게임의 시장구조 중 콘텐츠 서비스업체들의 모바일 무선게임 시장에서의 역할은 매우 중요하다.

베이징 장중완위이통(掌中万维通)사의 “충우청런(宠物情人)”은 이미 만여 명의 등록가입자 수를 기록하고 있으며, 월 평균 메시지 발송량이 수십만 개에 달한다고 전했다.

상하이의 경우, 링통왕(灵通网)이 출시한 메시지

연동게임 “IQQ”는 1일 평균 10만 개 가량을 발송하고 있으며, 성장폭도 매주 41%에 이르고 있다.

광둥의 ”이동다부왕(移动大富翁)”은 월 평균 고객 규모가 기타 무선업무의 5개월 고객규모와 맞먹는 수준이다.

현재 차이나모바일과 제휴를 맺고 있는 콘텐츠 제공업체들은 약 300여 개이며, 그 가운데 상당한 규모를 갖춘 업체는 15개나 된다.

유니콤의 한 관계자에 따르면 유니콤과 제휴를 맺고 있는 일반 규모의 콘텐츠 서비스 제공업체들의 수입은 수백 만 위안에 달하며, 규모가 큰 포털 사이트의 경우 수익이 수천만 위안에 달한다고 전했다.

③ 모바일 운영업체 및 휴대폰 제조업체

현재 중국 휴대폰 무선게임 전체시장에서 핵심 위치에 놓여있는 것은 바로 모바일 운영업체들이다.

차이나모바일은 “모바일 몬터넷”을 운영하는 과정에서 프로젝트의 성숙화를 추진한 다음, 콘텐츠 서비스 제공업체들에게 통일성을 갖출 것을 요청하고 엄격한 심사절차를 거쳐 게임을 최종 선정하는 방식을 선택했다.

차이나모바일의 입장에서 보면, 모바일게임 시장에서 소규모 게임 개발업체는 영세하여 판매 경로와 로열티 지급문제가 존재하지 않기 때문에 이윤공간이 상당히 크다고 판단한 것이다.

또한 무엇보다 휴대폰 무선게임은 모바일 운영업체의 무선데이터 서비스를 이끌어 주는 작용을 한다.

차이나모바일의 경우 지난 2001년 8월에 출시한 GPRS는 실용가치가 떨어진 상황에서 시장반응이 없다가, 다운로드와 무선게임이 대량 투입되는 지금에 와서야 새로운 활력을 띠게 되었다.

휴대폰 제조업체의 경우 모바일 운영업체와 밀접한 관계를 가진다.

그리고 모바일게임 및 기타 엔터테인먼트 산업을 이용하여 단말기를 업그레이드시켜 판매 할 수 있기 때문에, 중국에서 모바일게임의 보급이 확대될수록 이들의 수익도 클 것으로 예상된다.

<표 1> 중국 모바일 게임 산업 관련 기관

분 야	기 업 명 및 사 이 트
개 발 사	선상통신(讯翔通信 : www.2590.com.cn/home/profile/dsj.htm)
	이차이커지(怡彩科技)
	워완왕(我玩网 : www.5wan.com)
	진즈타(金智塔 : www.gameking.net.cn)
	명여우왕(梦游网 : www.imy.cn)
	유이바이(优一百 : www.u100.com.cn)
	베이징장콘소프트웨어유한회사(北京掌坤软件有限公司 : www.msoft.com.cn)
	이동위이라이(移动未来 : www.move2008.com)
운 영 사	텐번커모우유한책임회사(天本科贸 : www.w8.com.cn)
	왕선(网讯 : www.netxun.com)
게임다운로드	Down Game, sms.265.com, www.joyes.com, nongli, 365g.net,
제공업체	상하이 온라인(www.online.sh.cn)

2) 중국 모바일게임 산업의 문제점

가격 경쟁은 휴대폰 하드웨어 제공 업체들에게 엄청난 압력을 가져다주었다.

생존을 위해 그들은 새로운 돌파를 시도해야 했으며 그 과정에서 게임 분야를 지목하게 되었다.

하지만 알아두어야 할 점이 있다면 이미 발전단계에 진입한 중국 모바일게임 산업은 여전히 많은 문제점을 가지고 있다는 사실이다.

① 통일된 표준의 부재

현재 중국에는 휴대폰 무선게임이 통일성이 없어 더욱 많은 가입자들을 유치하는데 문제가 있다.

지금까지 모바일게임은 무선게임 운영플랫폼과 무선게임형 휴대폰 표준이 통일되지 못했고, 각 게임 개발업체들이 출시한 게임은 오로지 특정된 플랫폼에서만 운영이 가능하다.

따라서 모바일게임의 시장을 확대시키기 위해서는 휴대폰 무선게임에 필요한 운영환경 및 관련 사항에 대한 기준을 마련하고 통일된 표준을 세워야 한다.

② 값싼 단말기의 부재

단말기의 지원 없이 오직 콘텐츠만으로는 휴대폰 무선게임을 작동시킬 수가 없다.

무선게임을 지원하는 컬러화면, 최강의 프로세스 및 축적능력은 휴대폰 하드웨어에서 반드시 필요한 조건들이다.

이런 조건들을 만족시키려면 휴대폰의 가격이 일반 휴대폰의 몇 배로 불어날 것이며, 고객이 기존의 휴대폰을 바꾸어야 하는 문제가 생긴다.

이런 이유로 무선게임 휴대폰의 전면보급은 단기간 내에 이루어질 가능성은 적으며, 이 역시 무선게임의 발전에서 피할 수 없는 문제이기도 하다.

③ 모바일게임 산업 시장구조간의 연계 부족

현재 휴대폰 무선게임은 좋은 영리모델을 갖추고 있지만, 산업구조간의 연계 및 협력에서 여전히 많은 문제점들이 존재한다.

무선게임 개발업체, 모바일 운영업체, 기술플랫폼 제공업체 등 관련 기관들은 모두 먼저 나서서 시장을 개척하려고 하지 않는다.

게임 개발업체는 무선게임의 휴대폰이 보급되고 운영업체들과의 결제플랫폼이 구축이 된 후 개발에 투입해도 늦지 않다고 생각하고 있으며, 무선 운영업체와 휴대폰 제조업체는 개발업체가 훌륭한 게임 콘텐츠를 제공해야만 발전이 가능하다고 판단하고 있다.

이들은 휴대폰 무선게임이 중국에서 새로 개척된 신규 시장인 만큼 이에 따르는 위험을 자금투입만으로 해결할 수 있다고 보지 않고 또한 좀 더 안정된 기반에서 시작하길 원하고 있다.

현재 세계 모바일게임 인구는 1억 2천만 명을 넘어섰다.

이보다 더 많은 휴대폰 가입자수를 유치하고 있

는 중국의 모바일게임 시장은 게임 개발업체, 모바일 운영업체, 콘텐츠 제공업체 및 휴대폰 제조업체들에게는 광활한 상상의 공간을 제공해주고 있으며, 동시에 많은 수익을 창출할 수 있는 기회를 제공해 주고 있는 것도 사실이다.

그러나 중국 모바일게임 산업이 더욱 발전하기 위해서는 여전히 해결해야 할 많은 문제점이 존재하고 있다.

(자료 : http://www.ccw.com.cn/news2/it/htm2003/20030701_139WA_2.asp)

CGW CHINA GAME NEWS

《미르의 전설》 73서버 게이머 정보 《환치스제(传奇世界)》로 이전 가능

《열혈전기(热血传奇)》의 73서버 “소오강호”가 오픈한지 1주일이 지난 이후, 성다는 8월 4일부터 73서버의 유저들은 필요에 따라 《환치스제(传奇世界)》로 자유로이 게이머 정보를 이전할 수 있다고 알렸다.

성다는 《미르의 전설》에서 《환치스제》로 직접 이전하는 것은 복잡한 일이 아니며, 1일 이내에 이전이 가능하다고 밝혔다. 또한 게이머 정보를 이전하는 유저들에게는 상품도 마련했다고 홍보했다.

8월 4일 서버단말의 이전이 결속된 후 유저들은 최신 《환치스제》 클라이언트만 사용하면 기존의 ID와 패스워드로 직접 《환치스제》 게임의 대응서버에 진입할 수 있으며, 《환치스제》 제5서버 “소오강호”는 이미 이전에 관련된 모든 준비를 끝내고 유저들의 등록을 기다리고 있다고 한다.

또한 《미르의 전설》 73서버 유저들이 정보이전 후 처음으로 《환치스제》에 접속할 경우, 선물을 받을 수 있다고 전했다.

(자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/08/08014149.shtml>)

중국의 24개 게임 소프트웨어 업체 연맹 결성

중국의 련중(联众), 진산(金山), 무비오우(目标) 등 24개의 게임 소프트웨어 업체들이 지난달 7월 25일 연맹을 결성하고 “지혜 육성 및 엔터테인먼트 소프트웨어협회”를 구축했다.

게임 소프트웨어는 지혜 육성과 엔터테인먼트가 결합된 산업으로 시장 잠재력이 점차 커가고 있으며, 시장규모는 방송, 음반사업을 넘어 영화산업과 맞먹는 추세이다.

온라인게임산업 하나만 해도 지난해 중국 시장 규모는 약 10억 위안에 이르며 관련 전신, 하드웨어, 소프트웨어, 미디어 등의 산업에 끼친 영향으로 가져온 경제 총수익이 100억 위안에 이르는 것으로 통계되었다.

현재 중국의 네티즌 수는 이미 6,800만 명에 이르며, 온라인게임 게이머 수가 1,500만 명 이상, 그중 유료 게이머가 50%에 육박한다.

현재 중국 온라인게임 시장에서 여전히 한국, 일본이 90%정도를 차지하고 있다.

중국 국내 게임 소프트웨어 기업들은 핵심기술 부재와 산업구조 체계 미비 등을 원인으로 중국게임시장에서 많은 기회를 상실했다. 따라서 새로 구축된 “지혜 육성 및 엔터테인먼트 소프트웨어협회”는 산업자원을 모아서 독자적으로 지적재산권을 보유한 핵심기술을 중점으로 지원하며 호혜상통을 원칙으로 공동발전의 길로 나아가는 준비 단계라고 볼 수 있다.

(자료 : http://news.17173.com/content/2003-7-27/n870_786965.html)

(자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/07/07253860.shtml>)

《창세기전3 파트2》 8월 7일 중국에 출시

많은 게이머들의 관심사였던 컴퓨터게임 《창세기전3 파트2》가 지난 8월 7일부터 중국 게이머들과 만나게 되었다.

《창세기전3 파트2》는 한국 소프트맥스사가 3년

동안의 개발을 걸쳐 제작한 S.RPG거작으로 많은 중국 게이머들의 각광을 받았으며 중국의 유명 게임 업체인 유비아 소프트웨어를 통해 중국시장에 출시하게 되었다.

본 게임은 파트1과 비교해 게임의 시나리오가 더욱 광범위하고 참신하며 인물들의 관계 및 게임의 마법효과가 한층 더 복잡하고 화려하여 게이머들에게 참신함을 줄 것으로 예상된다.

《창세기전3 파트2》의 생산은 이미 마감단계이며, 게임포장 및 디자인은 완전히 한국 원작을 그대로 도입하였으며, 모두 4개의 CD로 제작하였다. (자료: <http://game.dayoo.com/content.php?id=14640>)

- 2000년 7월 : -6대도시(상하이, 베이징, 지난(濟南), 광저우, 청두) 넷친구 교류회 개최
-제5차 “중국 10대 사이트”로 선정 & IT사이트 제1위 획득
-중국 최대의 전문 사이트로 부각
-일 액세스 차수(User Session) 60만 이상, 일 조회량(Page View) 460만 이상
- 2000년 9월 : 베이징에서 중국 제1차 네트워크보안대회 주최-국내 유명한 인터넷 보안전문가들이 토론에 참여
- 2000년 11월 : 회사설립 1주년- IT여행 등 다양한 이벤트 마련
- 2000년 12월 : 제4차 수정에 성공- 일 액세스 차수(User Session) 70만 이상, 일 조회량(Page View) 450만 이상
- 2001년 2월 : ChinaByte와 제휴하여 전면적인 전략합작을 전개
- 2001년 4월 : ChinaByte와 합병, 새로운 “텐지정보발전유한회사”를 편성
- 2001년 7월 : 텐지 소속 2대 사이트 www.yesky.com과 www.chinabyte.com 합병 후의 수정사업 순리적으로 완성

CGW GAME 관련 기관

텐지(天极)정보발전유한회사(2)

사이트연혁 :

yesky 연혁

- 1997년 2월 : www.yesky.com의 전신인 《댄노우보우(天极网)》 전자판 www.cpcw.com 구축
- 1998년 7월 : CNNIC평가에서 최초 “중문 최우수 사이트”로 선정
- 1999년 1월 : CNNIC평가에서 제2차 “중문 최우수 사이트”로 선정
- 1999년 3월 : 첫 번째 정식 수정을 거쳐 《댄노우보우》 사이트를 다각적인 IT정보를 제공하는 사이트로 전환
- 1999년 7월 : CNNIC평가에서 제3차 “중문 최우수 사이트”로 선정
- 1999년 11월 : 벤처캐피탈에 성공하여 텐지정보발전유한회사 설립
- 2000년 1월 : -사이트 제2차 수정
-국가정보화판공실의 “중국 우수사이트 선정”이벤트에서 “중국 우수사이트”로 선정
-제4차 CNNIC “중국 인터넷 최우수 사이트”로 선정 되었으며 또한 선정된 유일한 IT전문사이트
-일 액세스 차수(User Session)가 30만 이상, 일 조회량(Page View) 300만 돌파
- 2000년 3월 : 사이트 도메인 네임을 www.yesky.com로 변경
- 2000년 4월 : 일 액세스 차수(User Session) 40만 이상, 일 조회 수(Page View) 300만 이상
- 2000년 5월 : -컨텐츠 오픈시스템으로 컨텐츠 업데이트가 빨라짐
-상하이판사처 설립, 화동지역 업무 전면가동
- 2000년 6월 : 중영문 무료 메일 서비스 오픈

ChineByte 연혁

- 1997년 1월 : www.chinabyte.com 오픈 -이튿날 사이트 조회량 (Hits) 8만차 기록
- 1997년 2월 : -ChinaByte 무료 뉴스 메일 서비스 정식 오픈
-최초 메일 서비스를 제공한 중문 사이트중의 하나
- 1997년 3월 : -Intel, IBM가 ChinaByte에 온라인광고 반포-
IBM은 AS400 홍보를 위해 3,000달러 지불
- 1997년 4월 : -ChinaByte는 국제적 권위의 매체 감독 테스트기구 (전문적으로 각 사이트들의 브라우저 량, 조회 수 등을 감독 해주는) ACNielsen 산하의 전문회사를 사이트 조회 량 회계감사(audit)로 하는 계약 체결.
-www.chinabyte.com 사이트 클릭 수(Hits) 10만 돌파
- ChinaByte는 IE 4.0 중문판의 소수 예정 중문채널 중의 하나로 되었다.
-1997년 11월, www.chinabyte.com 제1차 수정 및 업그레이드를 통해 게임천당과 온라인학원 2개 채널 및 중문검색엔진 www.cseek.com 증설
- 1997년 12월 : -www.chinabyte.com 사이트 클릭 수 20만 돌파
-뉴스메일 주문고객이 3만 여명
- 1998년 3월 : -영화 《타이타닉》 중문사이트 foxfilms.chinabyte.com 이 반포
- 1998년 5월 : -프랑스월드컵 중문사이트 www.worldcup.com.cn 오픈, 중국 3대 우수월드컵사이트 중의 하나로 부상
-월드컵 사이트 디자인대회에서 제1위 차지
-ChinaByte는 유명한 온라인광고 통계시스템을 사용하여 온라인상의 광고에 대한 통계분석을 진행
-ChinaByte는 중국에서 최초로 CPM을 사용해 광고가격을 결제한 중문 사이트이다

- 1998년 8월 : -중문 무료 전자사이트 www.chinabyte.com
오픈
- 1998년 9월, : -뉴스메일 주문고객이 8만 명 돌파
- 1998년 10월 : -www.chinabyte.com의 일 평균 클릭수(Hits)가 10
0만 이상, 홈페이지 액세스 차수(Impressions)가 12
만 이상
--ChinaByte 광고고객이 IT분야에서 기타 산업으로
확장
- 1998년 11월 : -www.cseek.com을 중문 네트워크 포털사이트로
수정 업그레이드
- 1998년 12월 : -ChinaByte는 세계 최고 광고통계시스템 Netgravity
를 구매하고 광고 통계분석을 진행
- 1999년 1월 : -ChinaByte는 단순한 중문 IT사이트로에서 하나의
브랜드로 부상하여 산하에 chinabytel, cseek 등
독립된 사이트를 구축
-MyCessk 구축 완성, 중국에서 최초로 개성화 정
제서비스를 출시한 중문사이트로 되었다
-www.chinabyte.com은 CNNIC로부터 10대 중문사
이트로 선정
- 2000년 1월 : -중국 최초의 전문화 엔터테인먼트 중문 사이트 텐
텐(天天)엔터테인먼트사이트 출시
- 2000년 4월 : -ChinaByte는 미국 아이크(艾克)사와 전자상거래
전략 제휴를 하고 "전자상거래 서비스플랫폼"을 출시
- 2000년 6월 : -한국 국민대학에 "중국 Webmaster 학습반" 개설.
- 2000년 10월 : -화남(华南)조간지와 HK ChinaByte채널 공동 구축
-세계 자연기금 중문사이트 www.wwf.com.cn 구축
- 2000년 11월 : -LYCOS와 공동으로 IT채널 구축
-산둥(山东)공공정보업무국과 전략 제휴관계 결성
- 2001년 4월 : -ChinaByte는 텐지 사이트와 인터넷분야 합병으로
중국 IT시장에서의 양대 산맥으로 입지 구축
- 2002년 3월 : -텐지ChinaByte는 2001년 10대 우수 온라인광고
매체 중 광고수익 제7위를 차지했다
- 2002년 9월 : -텐지ChinaByte는 2002년 상반기 10대 우수 온라인
광고매체 중 광고수익 제6위 차지

(자료: <http://www.yesky.com>)

※ 다음 호에는 《디주우청스(第九城市)컴퓨터컨설팅유
한회사》편이 게재될 예정입니다.

CGW GAME 소개

※ 《세피로스:凱旋》는 다음주에 소개합니다.

CGW CHINA GAME 순위

2003년 7월 게임 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)	다위(大宇)/쌍위(双卫)	↑ 1
3	Warcraft 3: Reign of Destruction	Blizzard/오메이(奧美)전자	↑ 2
4	크로스게이트	ENIX/网星艾尼克斯	↑ 4
5	미르의 전설	Actoz/성다네트웍	↑ 1
6	검협의 전설(仙劍奇俠傳)2	다위(大宇)/ 환위즈싱(寰宇之星)	↓ 4
7	Diablo2:Lord Of Destruction	Blizzard/오메이(奧美)전자	↓ 3
8	현원검(軒轅劍)3 외전: 천지현(天之痕)	다위/유비아소프트	↑ 2
9	Starcraft: Brood War	Blizzard/오메이(奧美)전자	↓ 2
10	Mu	Webzen/제9도시	↑ 1
11	Commandos2: Men Of Courage	Eidos/신텐디	↑ 6
12	Heroes Of Might And Magic4	3DO/제3파	↑ 7
13	현원검IV	다위관성(大宇觀星)/ 환위즈싱(寰宇之星)	↑ 3
14	FIFA 2003	EA Sports/전자에게	→ 0
15	Need For Speed: Hot Pursuit2	EA/메이귀이텐(美国艺电)	↓ 2
16	Baldyr's Gate2: Shadows of Amn	Interplay/제3파	↑ 진입
17	포트리스2	GV/성다네트웍	↑ 5
18	RO	Gravity/즈관(智冠)	↓ 6
19	스톤에이지	JSS/베이징 화이	↑ 2
20	삼국 조운전	주해 제3파/제3파	↑ 진입
21	Neverwiter Nights	BioWare/텐런후동	↓ 3
22	Civilization 3	Firaxis/텐런후동	↑ 진입
23	Resident Evil 3	Capcom/유비아소프트	↑ 진입
24	삼국군영전 4	오우딩커지/환위즈싱	↓ 9
25	검협의 인연	시산취(西产居)/ 진산소프트웨어	↓ 16
26	Battle Field 1942	Digital Illsions/EA	↑ 진입
27	Max Payne	Remedy Entertainment /신텐디	↑ 진입
28	대 항해시대 5	영광/제3파	↑ 진입
29	worms online	Wizgate/베이징빙	↑ 진입

(자료: 家用电脑与游戏 2003년 7월호)

CGW MOBILE NEWS

차이나유니콤

새로운 무선데이터 서비스 추가

지난 7월 22일 차이나유니콤 유한회사는 전국에 “선치보우덴(神奇宝典)” 서비스를 출시하고 베이징, 상하이, 광저우 3개 도시에서 “딩위이즈싱(定位之星:위치추정)” 서비스를 출시한다고 밝혔다.

차이나유니콤은 지난 3월 28일 전국에 CDMA 1X 네트워크 구축 및 개통을 알린 후, CDMA 무선 데이터업무 브랜드인 “롄통우셴(联通无限:U-max)” 및 기타 다양한 업무 브랜드를 출시했다.

현재 유니콤의 CDMA 1X네트워크는 안정적으로 운행되고 있으며 가입자수 또한 끊임없이 증가하고 있다.

이번에 출시된 무선데이터서비스 “선치보우덴” 및 “딩위이즈싱”은 차이나유니콤의 무선데이터분야에서 한 단계 더 업그레이드된 발전이라 할 수 있다.

“선치보우덴” 서비스는 BREW 혹은 JAVA기술기반의 다운로드 서비스로 사용자들은 CDMA 1X네트워크를 통해 유니콤의 다운로드서버에 연결하여 다양한 온라인/오프라인 게임 등 응용 프로그램을 제공받을 수 있다. “딩위이즈싱” 서비스는 선진적인 Gps One위치추정기술을 채택하여 정확한 위치추정을 제공하는 서비스이며 제공되는 가이드서비스의 정확도는 5-50미터정도로 높다.

(자료: 通信产业报 2003년 7월 23일)

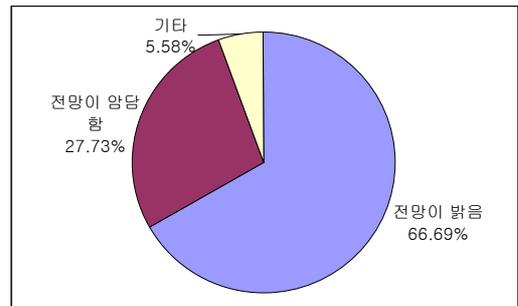
CGW IT NEWS

최근 중국 광대역 접속시장 소비자현황 조사 (3)

【지난호 내용】

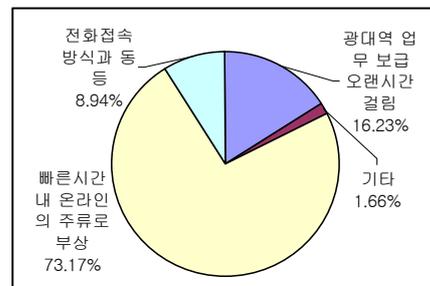
- 인터넷 접속방식 현황
- 광대역을 설치하지 않은 네티즌들의 광대역 설치 성향
- 광대역 설치 욕망을 가지게 된 이유
- 광대역 접속 선택시 네티즌의 선호 요소
- 광대역 비용 지불방식 선호도
- 광대역 접속방식 중 네티즌의 선호도

<그림 7> 무선 온라인 발전전망에 대한 네티즌들의 견해



무선 온라인의 발전전망에 대한 네티즌의 의견조사 중 66.69%의 네티즌은 무선 온라인은 온라인방식에서의 중요한 구성부분으로 부상할 것이라고 밝게 보고 있다. 다만 27.73%의 네티즌이 무선 온라인 소비는 현재 중국 실정에 앞선 소비형식이므로 시장 전망이 암담하다고 표시했으며, 5.58%는 기타 의견을 나타냈다.

<그림 8> 중국 광대역 업무 발전전망에 대한 네티즌의 견해



중국 광대역 업무의 향후 발전전망에 대한 네티즌의 의견조사에서 73.18%의 네티즌은 광대역은

비교적 짧은 시간 내 중국 향후 인터넷 접속의 주류로 부상할 것이라고 생각하고 있으며, 16.23%는 광대역 업무의 보급은 아직 비교적 오랜 시간을 걸쳐야 한다고 생각했다. 8.94%는 광대역 접속 방식과 전화선 접속방식이 시장을 반반 점유할 것이라고 의견을 나타냈고, 1.66%의 네티즌은 기타 의견을 밝혔다.

(자료: <http://www.chinabyte.com/NetCom/218426780950724608/20030624/1710010.shtml>)

먼저 신청한 신청인에 대해 1차 심사를 통과한 후 공고를 내린다. 한 날에 신청했을 경우 사용이 앞선 상표에 대해 1차 심사를 통과하고 공고를 내리며 기타 신청인의 신청은 거부한다.

제30조 1차 심사를 통과한 상표에 대해서 공고를 내린 당일부터 3개월 내 누구든 이의(異意)를 제출할 수 있으며, 공고기한 내 이의가 없을 경우 등록을 허가비준하며 상표등록증을 발부하고 공고를 내린다.

제31조 상표등록 신청 시 타인의 기존 우선권을 침해해서는 안되며 타인이 이미 사용한지 오래 됐고 사회적으로 일정한 인지도를 갖춘 상표를 비정당 수단으로 점유해서는 안 된다.

제32조 신청이 거부된 상표에 대해서 상표국은 상표등록 신청인에게 서면통지를 해야 한다. 거부된 신청에 불복할 경우 신청인은 서면통지를 받은 그 날부터 15일 내 상표평가심사위원회에 재검사를 청구할 수 있으며, 상표평가심사위원회에서 판결을 내린 후 서면으로 신청인에게 통지한다.

상표평가심사위원회의 판결에 불복한 신청인은 서면통지를 받은 당일로부터 30일 내 인민법원에 고소장을 제출할 수 있다.

제33조 1차 심사를 통과하고 공고 난 상표에 이의가 제기되었을 경우 상표국은 이의 제기인과 신청인의 이유를 청취하고 조사를 거친 뒤 판결을 내린다. 판결에 불복할 경우 통지 그 날로부터 15일 내 상표평가심사위원회에 재검사를 청구할 수 있으며 상표평가심사위원회가 판결한 후 이의제기인과 신청인에게 서면 통지한다.

상표평가심사위원회의 판결에 불복한 경우 당사자는 통지 받은 당일로부터 30일 내 인민법원에 고소장을 제출할 수 있으며 인민법원은 상표 재검사 절차 상대방 당사자에게 제3자 신분으로 소송에 참여할 것을 통지한다.

제34조 당사자가 법정기한 내 상표국의 결제에 재검사를 청구하지 않거나 또는 상표평가심사위원

CGW 법률과 정책

중화인민공화국 상표법 (3)

[목 차]

- 제1장 총칙
- 제2장 상표등록 신청
- 제3장 상표등록 심사 및 비준**
- 제4장 등록상표의 연기, 양도 및 사용허가
- 제5장 등록상표 쟁의 조정
- 제6장 상표사용관리
- 제7장 등록상표 전용권 보호
- 제8장 부칙

제3장 상표등록 심사 및 비준

제27조 본 법규의 규정에 부합되는 상표등록 신청에 대해 상표국은 1차 심사를 걸친 후 공고를 내린다.

제28조 등록을 신청한 상표가 본 법규의 규정과 어긋나거나 타인이 동류상품 혹은 유사상품에 이미 등록을 했으며, 또는 초보심사를 걸친 상표와 같거나 유사할 경우 상표국은 신청을 거부하고 공고를 내리지 않는다.

제29조 2명 또는 2명 이상의 상표등록 신청인이 동류 상품 혹은 유사한 상품에서 동일 혹은 유사한 상표로 등록을 신청할 경우 신청순서에 따라

회의 결재에 대해 인민법원에 고소장을 제출하지 않았을 경우 판결은 법정효력을 발생한다.

판결을 거쳐 이의가 성립되지 않을 경우 허가 기준을 하달하고 상표등록증을 발급하며 공고를 내린다. 이의가 성립되는 경우 등록을 불허한다.

판결을 거쳐 이의가 성립되지 않아 등록허가를 받은 경우 상표등록 신청인의 상표전용권 획득시 간은 1차 심사 공고 3개월 후부터 계산한다.

제35조 상표등록신청 및 상표 재심사신청은 빠른 시일 내에 처리되어야 한다.

제36조 상표등록 신청인 또는 등록자가 상표등록 신청문서 혹은 등록문서에 존재하는 오류를 발견했을 경우 수정을 신청할 수 있으며 상표국은 법에 따라 직권범위 내 수정을 진행하고 당사자에게 통지한다.

위에서 제기된 오차 수정은 상표 신청문서 또는 등록문서의 실질적 내용이 언급되지 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