



특집

- 중국 게임시장 동향(3)

CHINA GAME NEWS

- 세계최초 Cell Shading 슈팅게임 《XIII》 베타버전 서비스 실시
- 유료 온라인게임의 주도층 청년네티즌

GAME 관련 기관

- 상하이 온라인(<http://www.online.sh.cn>)

CHINA GAME 순위

- 2003년 8월 게임 평가순위

MOBILE NEWS

- 신식산업부 3G테스트 실험네트워크 9월 17일 발표

IT NEWS

- 중국 - 아태 지역 네트워크 컨설팅 및 정비시장의 핵심



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(3)

[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 산업
 - 1) 패키지게임 산업의 시장 현황 및 추세
 - 2) 패키지게임 산업의 문제점
 - ① 전문 인력 부족
 - ② 해적판의 범람
 - ③ 현재 중국의 소매 판매 루트
 - ④ 과도한 가격 경쟁
 - ⑤ 정품 판매
 - ⑥ 중국산 게임 개발
4. 온라인게임 산업
 - 1) 온라인게임 시장 규모
 - ① 온라인게임 시장 현황
 - ② 온라인게임의 유저 현황
 - ③ 유저가 선호하는 온라인게임 유형
 - 2) 인재 양성의 필요성
 - 3) 게임에서 파생되어 나오는 직업
 - ① 소프트 개발 멤버
 - ② 프로 게이머
 - ③ 게임 서비스
 - ④ 게임 광고
 - ⑤ 프로 게이머 인재 양성 “벤치마킹”
 - 4) 2003~2005년 중국 온라인게임 시장 예측
5. 결론

4. 온라인게임

1) 온라인게임 시장 규모

① 온라인게임 시장 현황

최근 몇 년 동안 IT산업의 경기가 계속 좋지 않음에도 불구하고 게임소프트웨어 산업은 오히려 활기를 띄고 있다.

또한 온라인게임이 중국 게임 시장에 진출한 기간이 불과 2년 반 정도임에도 불구하고 정식 사업자가 운영하는 게임 수는 100개를 넘었으며, 현재 중국 시장에 유통되고 있는 게임이 몇 개인지도 정확히 헤아릴 수 없다.

CNNIC의 7월 최신 통계 자료에 따르면, 2003년 6월말 현재 중국 네티즌은 이미 6,000여 만 명에 이르고 있다. 이는 2002년 말보다 890만이나 증가한 것이다.

당시 중국 온라인 게이머 수는 이미 800만을 넘어섰고, 총 인터넷 사용자의 13%를 차지하고 있었다.

게다가 현재 중국 온라인게임 유저의 매주 평균 사용 시간은 반년전의 8.8시간에서 9.9시간으로 1.1시간이 증가하였다.

이것은 온라인 게임이 단기간내 얼마나 빨리 성장하였는가를 단적으로 보여주는 것이다. 또한 이러한 결과는 중국 온라인게임 산업이 현 시점에서 황금기인 것을 알 수 있다.

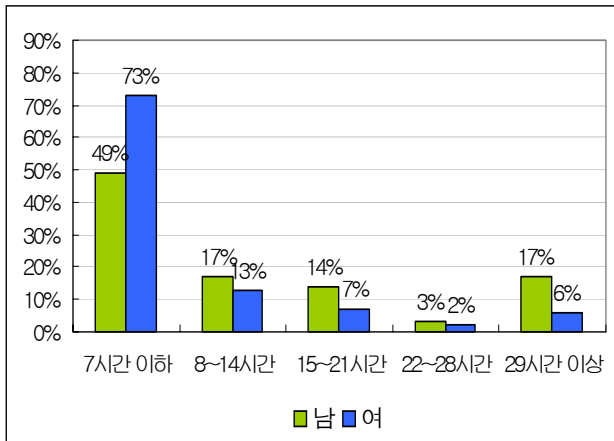
② 온라인게임의 유저 현황

CNNIC의 조사에 따르면, 최근 여성 게이머의 3/4이 주중에 이용하는 온라인게임 시간은 7시간 이내이며, 또한 1일 평균은 1시간이 되지 않는다고 한다.

그러나 남성의 경우는 여성보다 이용 시간이 길어서, 17%의 남성 게이머의 주중 사용 시간은 29시간을 초과하는데, 이것은 중국 남성 게이머의 온라인 사용시간 및 비용이 여성보다 훨씬 많다는 것을 충분히 입증한다.

이러한 특징은 현재 시장의 온라인게임이 남성 게이머에게 더 구미가 맞다는 것을 시사하고 있으며, PK 허용이 게임 진출에 중요한 포인트가 되고 있다.

<그림 1> 성별로 본 온라인게임 사용 시간 차이



자료처 : 互联网实验室

그러나 CNNIC의 조사에 따르면, 중국 네티즌의 남녀 구조가 현재 변화하고 있다고 한다.

중국은 현재 남성 네티즌이 3,500만 명인데, 이는 5년전 55만 명의 64배이고, 반년전과 비교하면 25.6% 증가한 것이다.

여성 네티즌은 2,405.4만 명으로 5년전 7.6만 명의 317배이고, 반년전과 비교해서 34.3% 증가한 것이다.

이 수치는 여성 네티즌의 증가속도가 남성 네티즌 보다 점점 더 빨라지고 있다는 것을 의미한다.

이것에 근거하여 향후 5년을 예측해 볼 때, 인터넷을 사용하는 중요 응용의 하나인 온라인 게임은 그 사용자 구성원의 남녀 비례 또한 균형 있게 변화될 추세다.

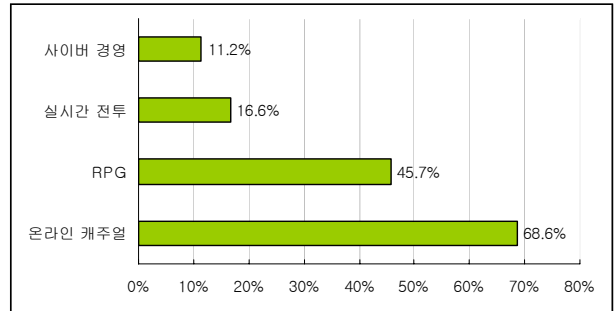
③ 유저가 선호하는 온라인게임의 유형

최신 CNNIC 조사에 따르면, 유저가 가장 좋아하는 온라인게임 유형은 캐주얼 게임(장기, 바둑, 지혜 게임 등 포함) 68.6%, RPG 45.7%, 실시간 전략 16.6%, 사이버 경영 11.2% 순이다.

그리고 제11차 조사의 결과와 서로 비교해 보면, 온라인 캐주얼 게임과 RPG 게임은 소폭 증가하였고, 실시간 전략과 사이버 경영은 하락하였다.

이 수치는 중국의 온라인게임의 단계별 성숙화와 특성화 발전 및 일본과 한국의 과거 온라인게임과 상관 조사에 영향을 미친다.

<그림 2> 유저가 선호하는 온라인게임의 유형



자료처 : CNNIC, 2003.7

2) 인재 양성의 필요성

북경시는 중국 IT산업 발전의 핵심중의 하나로, 중국대륙 게임 산업의 절대 우위에 있다.

통계를 보면 북경 게임 기업은 전국의 70% 이상을 차지하고 있다.

업계 인사들은 게임 인재를 양성하는 시스템을 만드는 것은 북경시 정부가 게임 산업에 대폭 지지하는 구체적인 조치이고, 장차 게임 산업에 새로운 활력을 불어넣는 일이 될 것이라고 인식하고 있다.

물론, 게임 인재를 양성하는 이유 중 가장 큰 것은 게임 전문 인력의 부족이다.

소프트웨어 협회와 관련 있는 책임자에 의하면 현재 북경 소프트웨어 산업의 종사원은 단지 2,000여명 정도라 한다.

그 중 대부분은 게임 소비자이고, 게임 소프트웨어 개발 인력은 매우 부족하다.

2001년 게임 사업에 종사하는 전국 총 인원은 2,969명이고, 그 중 게임 기술 개발원(디자이너 포함)은 겨우 1,169명이다.

이에 반해 2002년 중국 온라인게임 인구는 이미 800여만 명에 달한다.

업계에 의하면 현재 게임 시장은 한국, 일본, 미국 등이 대부분을 차지하고 있고, 중국산 게임의 대부분은 중국과 대만의 합작개발로 완성한 것으로 중국내륙의 자체 게임 제작 실력은 매우 미미하여, 게임 개발 수와 사용자 수 비율은 조화롭지 못하여, 중국 대륙 게임 산업 발전에 걸림돌이 된다.

1,300만 여명을 포함한 중국 대만 지역의 선례

에서 소프트웨어 게임 산업의 설계 디자인 인구는 3,000여명에 다다른다.

그러므로 중국 내 소프트웨어 게임 분야의 전문인력이 매우 부족하다는 것을 알 수 있다.

속담에 “하고자 하는 자는 그것을 즐기는 자에 미치지 못한다.”라는 말이 있다. 이 말은 게임산업에 있어 진리라 할 수 있다.

게임에 종사하는 사람은 대부분이 모두 게임을 먼저 시작하여 이 업종에 관심을 가져 종사하는 경우가 많다.

현재, 게임에서 파생되어 나오는 직업은 소프트웨어 개발을 포함하여, 게임 포장, 광고, 배급, 게임산업 뉴스 보도, 공략지침, 온라인 게임 관리원 및 프로 게이머 등이 있다.

3) 게임에서 파생되어 나오는 직업

① 소프트웨어 개발 인구

게임은 시나리오, 디자인(미술), 음악, 애니메이션, 프로그램 등의 기술을 결합한 것으로 각 사업의 지식 영역에 발을 걸쳐놓은 것으로 더 많은 지식축적이 필요하다.

그러므로 게임개발원의 요구는 매우 높고, 게임 종사원은 최소한 아래의 5가지 기본 소양을 갖춰야 한다.

1. 협동심
2. 하나 이상의 게임 제작 전문 능력
3. 시장 동향 파악 및 유저 요구 파악
4. 좋은 게임 여부의 통찰력 및 부단한 창조 열정
5. 예술가의 변치 않는 마음과 끈기.

② 프로 게이머

프로 게이머의 생존은 각 종류의 대회에 참가하여 상금을 취득하거나, 혹은 모 기업에 고용되는 것이다.

그러므로 이 직업은 최고의 손 기술이 요구되는 직업이고, 많은 시간과 정력을 투자해야 하고, 게임을 많이 좋아해야 하는데, 그렇지 않으면 아무리 좋은 게임이라고 해도 무미건조해 질 것이다.

중국 대륙의 한 프로 게이머는 작년 WCG대회에서 2위를 차지하여 9,600 위엔의 상금을 획득

했다.

그러나 그 수입 및 지위는 한국 프로 게이머와 비교해서 여전히 많은 차이를 나타내고 있다.

③ 게임 서비스

GM이라고도 불리는데 게임 산업에서 인내력과 미소 서비스가 가장 필요한 곳이고, 그 주요 업무는 소비자에 대한 서비스이다.

GM은 책임자 관리와 게임 프로그램 보호 그리고 게이머가 요청하는 많은 문제를 해결하고, 게이머의 의견을 접수한다.

그러므로 서비스 태도는 그 서비스 환경의 좋고 나쁨을 결정하는 중요한 기준이 된다.

월수입은 1,000위엔 에서 3,000위엔 정도이다.

④ 게임 광고

제품 광고는 더욱 중요한 커뮤니케이션 방법이다. 그 수입 또한 다양해서 수입이 많은 사람은 만 위엔에 달한다.

게임 전시 혹은 잡지 편집 기자는 오직 보도 게임 업계의 전문 미디어인 이지만, 게임 인구 중 가장 필요한 문장력과 뉴스 후각을 가진 사람이라 할 수 있다.

수입은 천 위엔 에서 5만 위엔 사이이다.

⑤ 프로 게이머 인재 양성 “벤치마킹”

북경시 소프트웨어 협회에 의하면, 프로 게이머 양성 시스템은 유럽과 미국의 선진 게임 개발 기술을 모델로 삼을 뿐 아니라, 대만의 게임 제작 인재 양성 모형 및 모든 훈련 과정의 실제 교육을 담당한다.

뿐만 아니라, 게임 개발의 전문적인 테마 강좌를 진행 할 뿐 아니라 성적합격자에게 기업에서 실습할 수 있는 기회도 제공하고 있다.

훈련과정은 게임 개발의 분업에 근거하고 게임 소프트웨어 프로그램 설계 과정과 게임 소프트웨어 디자인 설계 과정의 2개의 다른 발전방안을 제시하고 있다.

북경시 관련 기구에 의하면 북경시의 몇몇 비교적 큰 규모의 게임 기업을 조사한 결과, 게임 개

발 인구 대부분은 아래 몇 종류에 속한다.

- 기획 : 제작자(Producer), 기획(Designer), 극본(Writer)
- 프로그램 : 프로그래머(Programmer), 테스터(Tester)
- 디자인 : 아티스트(Artist), 애니메이터(Animator), 뮤지션(Musician)

그 외 온라인게임의 기획인재는 가장 부족한 인력이며 이러한 인력은 전문학습으로 배양해내기가 힘들다.

4) 2003~2005년 중국 온라인게임 시장 예측

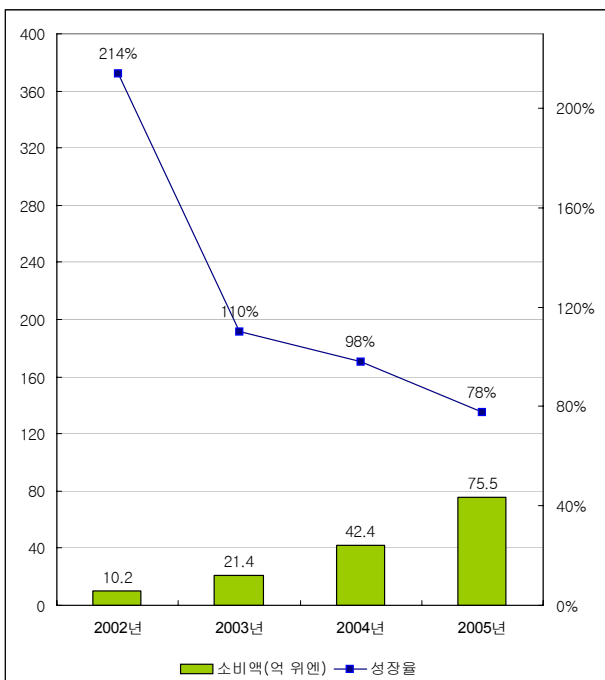
CCID의 자료에 의하면, 2002년 중국 온라인 게임 시장 규모는 213.8%의 증가율에 10.2억 위엔에 달한다고 한다.

2003년 중국 온라인 게임 시장 규모는 110%로 증가, 시장 소비액은 21.4억 위엔에 달할 것으로 예상되며, 2005년에는 중국 온라인 게임 시장 규모가 여전히 78%의 증가폭이 유지되어 75.5억 원의 소비액에 달할 것이라고 예측했다.

중국의 온라인게임 시장은 여전히 초보단계이지만, 일정 성장기간이 흐름에 따라 일정한 규모에 이르고 있다.

그리고, 발전 잠재력도 매우 크며, 시장의 전망 또한 여전히 밝다.

<그림 3> 2003~2005년 중국 온라인게임 시장 예측



자료처 : CNNIC, 2003.2

5. 결론

전반적으로 중국 게임 관련 산업이 현재 급부상하고 있지만 게임 산업이 발전할 수 있는 산업 전반적인 여건이 부족하여 게임 산업 발전에 많은 지장을 주고 있다.

모바일게임 시장은 현재 세계에서 가장 많은 휴대폰 가입자를 가진 중국은 모바일 게임산업의 미래가 매우 밝지만 모바일 게임의 무선게임 운영 플랫폼과 무선게임형 휴대폰 표준이 통일되지 못해 모바일 게임시장을 확장하는데 어려움이 있으며, 또한 무선 게임을 지원하는 컬러화면, 고사양 휴대폰 단말기 가격이 비싸기 때문에 단시일 내에 모바일 게임산업 시장을 확장할 수 없는 요인이 된다.

그러므로, 무선게임 개발업체, 모바일 운영업체, 기술 플랫폼 제공업체 등 관련 기관들이 먼저 나서서 시장을 개척하지 않기 때문에 단시일 내에 시장을 확보하는 것은 무리가 있다.

패키지게임 시장은 온라인 게임에 밀려 2002년 총 가치가 4억 여 위엔으로 발전이 주춤한 듯 하지만, 점점 집약되어 발전하는 추세이며, 투자수익 비율이 높아 점차 활성화 될 전망이다.

그러나, 해적판의 범람, 과도한 가격 경쟁, 중국산 게임의 빈곤, 게임 개발 전문인력 부족 등의 많은 개선점을 가지고 있다.

온라인게임 시장은 근래에 가장 활성화 된 게임 분야로 인터넷 인구가 증가함에 따라 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 유료 게이머도 늘어날 전망이다.

유저의 남녀 성비 또한 남성 주도에서 남녀 균형적으로 바뀌고 있는 추세이다.

올해는 온라인 게임의 황금기로 많은 업체들이 온라인 게임 산업으로 전환하였는데 가장 큰 원인은 성대(盛大)의 획기적인 성공에 있다고 할 수 있다.

이에 따라 온라인게임과 관련하여 파생된 직업은 소프트웨어 개발자를 포함하여 광고, 배급, 온라인 게임 관리원, 프로 게이머 등 다양하다.

중국 온라인 게임 시장은 아직 초보단계이지만, 일정 기간이 지남에 따라 일정 규모에 이르고 있으므로 발전 잠재력이 매우 크다고 볼 수 있다.

전반적으로 현재 IT 산업은 주춤한 중국이지만, 게임산업의 제반적인 여건이 미흡함에도 불구하고 게임시장은 빠른 속도로 성장세를 보이고 있으므로, 중국 게임 시장의 전망은 매우 밝다고 하겠다.

(자료 : http://www.iresearch.com.cn/online_game/detail_views.asp?id=1063)

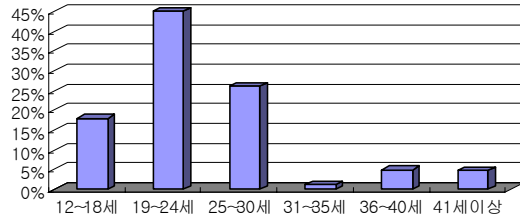
(자료 : http://www.iresearch.com.cn/online_game/detail_views.asp?id=1379)

(자료 : <http://www.chinabyte.com/homepage/219001842711920640/20030623/1709653.shtml>)

(자료 : http://www.iresearch.com.cn/online_game/detail_views.asp?id=874)

(자료 : <http://www.chinabyte.com/busnews/216482844392816640/20030821/1723154.shtml>)

유료 온라인게임의 주도층 청년네티즌



데이터원: 인터넷실험실

인터넷실험실(chinalabs)의 최근 조사에 의하면 유료 온라인게임 게이머 중 19~24세 네티즌 비율이 45%로 각 연령층에서 1위로 통계됐다. 다음으로 25~30세, 12~18세 네티즌 순으로 각각 26%와 18%를 차지했다.

전반적으로 청년네티즌이 유료 온라인게임의 주된 사용자임을 알 수 있다.

이런 현상이 나타나게 된 원인은 주로 두 가지가 있다.

그중 하나는 업체의 시각에서 온라인게임의 콘텐츠 수입 및 개발 시 청년네티즌 단체를 서비스 대상으로 목표를 잡았으며, 비교적 섬세한 온라인 게임이라 해도 성별만 구분하였을 뿐이므로 콘텐츠 목표가 상대적으로 좁다는 것이다.

다른 하나는 사용자 시각에서 온라인게임의 조작은 상대적으로 복잡한데 신사물, 신기술에 대한 적응능력이 청년들이 가장 강하고 또한 짧은 시간 내 그 조작방식을 습득할 수 있지만 중·노년들은 청년들에 비해 많이 떨어진다.

중국 유료 온라인게임의 빠른 발전에도 불구하고 심각한 분석을 통해 사용자그룹이 아직은 두텁지 못함을 알려주고 있다. 어떻게 하면 무료 게이머들을 유료로 이끌 수 있으며, 중·노년시장도 충분히 개척할 수 있는가는 현재 중국 온라인게임 산업이 직면한 문제가 되고 있다.

(자료 : http://news.17173.com/content/2003-8-13/n531_447624.html)

CGW CHINA GAME NEWS

세계최초 Cell Shading 슈팅게임 《XIII》 베타버전 서비스 실시

유비소프트는 올 E3전시회에서 많은 호평을 받았던 《XIII》의 베타서비스를 실시한다.

세계에서 최초로 Cell Shading 기술을 채택하여 제작한 1인칭 슈팅게임으로 첫 서비스부터 많은 관심을 모으고 있다.

만화를 원작으로 한 'XIII'은 셀 셰이딩 기법을 사용해 애니메이션 효과를 잘 살린 점이 특징으로 참신한 느낌을 줄 것으로 예상된다.

또한 내용상으로도 모험장입 게임의 특징을 잘 살려서 유저들은 유능한 스파이로의 변신도 가능하며 사격 외의 다양한 스파이활동도 체험할 수 있다.

유비소프트는 게임 제작이 이미 70%가 개발 완성되었으며 올 연말 안으로 출시할 것이라고 전했다.

(자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/08/08114416.shtml>)

상하이 온라인

<http://www.online.sh.cn>

차이나(상하이)텔레콤 소속인 “상하이 온라인”은 상하이 정보산업회사에서 설립하였으며, 현재 중국의 가장 우수한 ISP(인터넷 서비스업체) 및 ICP(인터넷 정보 콘텐츠 서비스업체)중의 하나이다.

“상하이 온라인”은 1996년에 개통된 이래 현재 이미 176개의 정보 자원항목과 300여 개의 각종 응용서비스를 갖추었고, 홈페이지 누계 방문자수는 1억 명을 기록하였다.

현재 하루 평균 방문자수는 약 50만 명, 고정 방문자 수 80여만 명을 확보하고 있다. 기간 대역 155MB/S, VIP를 통하여 “상하이 온라인”을 접속할 경우 정보를 무료로 제공한다.

수년간의 발전을 통해 “상하이 온라인”은 총 투자액이 5억 위안에 이르며, 전국에서 가장 큰 권역 정보망으로 부상되었다.

“상하이 온라인”은 유명 인터넷 브랜드로 중국 인터넷정보센터(CNNIC)에서 진행한 중국 인터넷 발전상황 조사에서 연속 5회 10대 사이트로 평가 받았다.

“상하이 온라인”상의 정보는 10가지 분류로 크게 나누어지고 하위 20여개 항목으로 발전하였으며, “상하이 온라인” 네트워크 플랫폼 우위를 충분히 발휘하였다.

“상하이 온라인”은 무료 중문 정보 제공 및 확장 에 전격하고 있으며, 현재 9가지 유형의 정보를 보유하고 동시에 “시테스(吸铁石)” 무료메일, 핫라인 전자카드, 검색엔진, BBS, CHAT 등 다양한 기능의 서비스를 제공하고 있다.

“상하이 온라인”은 “정첸즈싱(證券之星)”, “시나”, “메이야(美亚)온라인”등 우수 인터넷 콘텐츠 제공 업체와 제휴하였으며, 종합실력과 자원우세로 상하이 뿐 아니라 나아가 중국의 대외 홍보창구로 활약하고 있다.

이외 “상하이 온라인”의 온라인 서비스 기능은 초기 단순한 정보제공에서 온라인쇼핑, 원격교육,

온라인의료 등의 정보서비스로 발전하였다.

중국의 전자 상거래 방면은 이미 온라인 상 주식거래, 티켓예약, 꽃 배달 예약, 약 구매 등 프로젝트를 앞서 개발하였으며 부동산 교환, 호텔예약 등의 서비스도 제공한다.

상하이 온라인 2 :

“상하이 온라인 2” 멀티미디어 광대역 정보서비스는 현재 시운영 단계에 있다.

“상하이 온라인 2”는 상하이 텔레콤에서 상하이 전체를 포함한 각종 정보인터넷과 상호 연결된 대형 광대역 멀티미디어 통신망으로 일반적인 광대역 접속 및 인터넷업무와 멀티미디어 정보업무를 제공하게 된다.

정보제공서비스 :

① 원격교육

실시간, 원거리, 양방향인 원격교육은 멀티미디어 쌍방향성의 전자교실과 광대역 플랫폼 두 가지 방식으로 사제간의 교류, 의문점 해답, 원격 작업을 실현할 수 있다. 교육내용에는 대학교육(학력교육), 전업/직업배양(학력교육), 취학전 교육, 기초교육 등이 있다.

상하이교통대학, 복단대학, 전자대학 등 유명 대학에서 상하이 텔레콤과 협력하여 상하이 공중원격 교육사이트를 구축하고 MBA 학습반, 대학원생 시험 준비반, 컴퓨터 네트워크와 기술, 금융·컴퓨터·영어·현대비서·컴퓨터 실용기술 5개 전문과목의 온라인 강좌를 개설할 계획이며, 상하이 34개 강좌 사이트의 10,000여명 학생들의 수업이 곧 시작될 예정이다.

② 쌍방향 시청 리퀘스트 (VOD)

VOD 시청 리퀘스트란 사용자가 집에서 STB(셋톱박스)와 TV를 통하여 시청 리퀘스트를 진행할 수 있는 방식을 가리킨다.

STB는 양호한 조작 화면을 제공하여 원격 조종을 할 수 있는데, 사용자는 집에서 자기가 좋아하는 영화와 음악을 자유로이 감상할 수 있다.

③ 사이버 공간

사이버 쇼핑몰, 사이버 부동산을 포함하여 사용자들은 화면을 통해 온라인 쇼핑, 아파트 선택의 즐거움을 누릴 수 있다.

④ 쌍방향 게임

다인 접속을 지원하므로 온라인게임 서비스를 실현하였다.

“상하이 온라인 2”는 고객들에게 금융정보, 뉴스, 교통정보, 상업서비스 등을 제공하고 사용자 주택관련 뉴스, 엔터테인먼트 정보, 게임, 온라인 채팅, 개인 홈페이지, 인터넷쇼핑 등 응용 정보 서비스를 제공하여 고객들의 수요를 충족시키고 있다.

상하이 신식산업회사 개요 :

상하이 신식산업은 1995년 1월에 설립되었으며, 차이나 텔레콤과 상하이 텔레콤을 직접 관리하게 되는 법인지위를 보유한 전문 통신회사이다.

주요 업무 :

- “상하이 온라인” 1, 2 정보플랫폼 및 정보 부가가치 업무
- 160 인공 컨설팅 서비스
- 166 음성 우편함 서비스
- 168 자동 음성채널 서비스
- 상용 콜 센터(call center)
- 응용업무통합(ASP)
- 전자상거래
- 원격교육업무
- 멀티미디어 제작센터
- 상하이 온라인 데이터센터
- 인터넷 광고
- 정보 유대 빌딩구축 등 음성, 그래픽, 멀티미디어 포탈 정보 서비스 업무

(자료: <http://www.online.sh.cn>)

CGW CHINA GAME 순위

2003년 8월 게임 평가순위

순위	게임명칭	출품/중국 대리사	변동
1	Half-Life:Counter Strike	Siera/오메이(奧美)전자	→ 0
2	검협의 전설(仙劍奇俠傳)	다위(大宇)/쌍위(雙鴻)	→ 0
3	Commandos2: Men Of Courage	Edios/신텐디	↑ 8
4	Warcraft 3: Reign of Destruction	Blizzard/오메이(奧美)전자	↓ 1
5	Diablo2:Lord Of Destruction	Blizzard/오메이(奧美)전자	↑ 2
6	크로스게이트	ENIX/망위(網星)艾尼克斯	↓ 2
7	검협의 전설 2 (仙劍奇俠傳 2)	다위(大宇)/ 환위즈싱(寰宇之星)	↓ 1
8	현원경(軒轅劍)3 외전: 천지현(天之痕)	다위/유비아소프트	→ 0
9	미르의 전설	Actoz/성다네트워크	↓ 4
10	현원경IV	다위관성(大宇觀星)/ 환위즈싱(寰宇之星)	↑ 3
11	Heroes Of Might And Magic4	3DO/제3파	↑ 1
12	Mu	Webzen/제9도시	↓ 2
13	Starcraft: Brood War	Blizzard/오메이(奧美)전자	↓ 4
14	RO	Gravity/즈관(智冠)	↑ 4
15	Neverwiter Nights	BioWare/텐런후동	↑ 6
16	Warcraft 3: Frozen Throne	Blizzard/오메이(奧美)전자	↑ 진 입
17	Need For Speed: Hot Pursuit2	EA/메이콰이텐(美國藝電)	↓ 2
18	검협의 인연	시산취(西廂居)/ 진산소프트웨어	↑ 7
19	스튼에이지	JSS/베이징 화이	→ 0
20	Civilization 3	Firaxis/텐런후동	↑ 2
21	포트리스2	GV/성다네트워크	↓ 4
22	Champion Manager 4	Edios/스지러이션 (世紀雷神)	↑ 진 입
23	대 황해시대 5	영광/제3파	↑ 5
24	Max Payne	Remedy Entertainment /신텐디	↑ 3
25	Resident Evil 3	Capcom/유비아소프트	↓ 2
26	Baldyr's Gate2: Shadows of Amn	Interplay/제3파	↓ 10
27	삼국 조운전	주해 제3파/제3파	↓ 7
28	삼국군영전 4	오우딩커지/환위즈싱	↓ 4
29	신죄다이쌍조우 (新絕代雙驕) 3	위천(宇峻)과기/ 환위즈싱(寰宇之星)	↑ 진 입
30	Battle Field 1942	Digital Illsions/EA	↓ 4

(자료: 家用電腦與遊戲 2003년 8월호)

CGW MOBILE NEWS

신식산업부

3G테스트 실험네트워크 9월 17일 발표

중국 신식산업부 전신연구원은 3G 모바일 통신 기술에 대한 2년 동안의 연구, 시험 및 테스트 결과를 오는 9월 17일 베이징에서 중국 3G테스트 실험네트워크 발표회를 개최한다고 최근 알렸다.

이를 동안 진행되는 중국 3G개발 및 테스트 업무보고 전시회는 “중국 3G, 전 세계 통신산업의 발전을 위해 힘을 내자”를 주제로 중국 전신산업의 최대 연구 기구인 신식산업부 전신연구원에서 개발한 최신 3G 권위과학 연구성과 및 업계에서 주목하는 문제들에 대해 상세하게 소개하고 전시한다.

그리고, 향후 중국 3G업무 응용분석 예측, 3G기술표준실험테스트 현황 및 전망도 함께 전시한다.

최근 수 년 동안, 신식산업부는 중국 3G의 발전에 대해 대량으로 논거, 조사, 기술테스트를 진행해 왔다.

이미 지난 2001년에 전신연구원은 아날로그형 모바일통신 검증센터(MTNet)를 구축하고 3G 모바일 통신기술 테스트를 시작했다.

현재까지 이미 수십 여 개의 중국 내외 유명 모바일 통신시스템 및 단말장비 제조업체, 계량기 제조업체들이 2년간의 테스트에 참여하였으며, WCDMA, CDMA2000, TD-SCDMA 등 3가지 3G국제표준에 대한 테스트를 각각 진행하였다.

이는 세계적으로 규모가 가장 크고 참여한 업체가 가장 많은 테스트로 알려졌다.

이와 동시에 전신연구원은 산업정책, 3G계획, 기술방안, 시스템 개발, 네트워크 구축, 시스템 테스트, 장비 테스트, 3G운영, 업무모델 등에 대해 대량으로 세밀한 조사연구 및 개발테스트를 진행했다.

이를 바탕으로 시리즈 과학적인 의견과 관점을 밝혔고, 업계에도 여러 차례 관련 중요 테스트정보 및 연구보고를 제출했다.

《3GTEG 기술실험상황》

《WCDMA, TD-SCDMA 표준 및 테스트기술》

《중국 3G정책, 표준, 최신테스트 및 가동일정》

《중국과 국제 3G시장 분석 예측》

《2G→3G: 운영업체 네트워크시스템 계획전략》

《3G산업발전 타당성 문제분석》

《3G네트워크 및 단말기의 기술과 장비 성숙도》

등 통신업계에서 공동으로 관심 있는 문제에 대해 이번 전시회에서 최초로 공개하게 된다.

(자료: http://www.mc21st.com/intormation/news/show_news.asp?id=5462)

CGW IT NEWS

중국 - 아태 지역 네트워크 컨설팅 및 정비시장의 핵심

IDC는 최근 조사 연구에서 2003년 일본을 제외한 아시아-태평양 지역의 네트워크 컨설팅 및 정비시장의 총 규모는 12억 8,000만 달러에 이르며 또한 매년 16%의 복합 성장률로, 2007년에는 23억 달러에 이를 것이라고 예측했다.

그중 2003년 중국의 네트워크 컨설팅 및 정비시장이 차지하는 비율은 약 33%이며, 매년 26%의 복합성장속도를 유지하여 2007년에는 10억 8,000만 달러에 이를 것이라고 예상하였다.

IDC 아세아-태평양지역 마케팅분석가 Nicholas Yong은 중국의 지속적인 경제성장은 중국의 네트워크 컨설팅 및 정비시장을 강력하게 성장시켰다고 말했다.

또한, 그는 중국에 진출한 외국계 기업들은 네트워크 인프라 구축 서비스 수요의 견인차 역할을 하고 있으며, 중국 현지 기업들 또한 성숙된 시장에서의 치열한 경쟁으로 네트워크 업그레이드에 대한 수요도 점차 높아지고 있다고 덧붙였다.

이외에 전신시장의 규제가 풀어지면 더욱 많은 통신회사들이 나타날 것으로 전망되는데, 이는 한 단계 발전된 네트워크 컨설팅 및 정비서비스의 수요가 촉진될 것이라고 Nicholas Yong은 밝혔다.

IDC는 “사스 바이러스”의 악영향은 일시적 현상으로 중국시장은 빨리 회복될 것이라고 예측하고, 네트워크 정비업체들에게 중국을 소홀히 하지 말 것을 당부했다.

(자료: <http://www.chinabyte.com/homepage/219001851301855232/20030802/1718645.shtml>)

※ 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