

제65호

CHINA GAME WEEKLY

CGW

특집

- 중국 게임시장 누가 관리하는가

CHINA GAME NEWS

- 《세피로스》, 11월 29일 상용화
- PS2 중국버전 1,400위안에 발매
- CDV대작 《American Conquest》 11월 중국 상륙

MOBILE NEWS

- 차이나 유니콤, 퀄컴사와 제휴로 CDMA1X 서비스 강화

IT NEWS

- 2003년 중국 세계통신설비 기술전시회

GAME 관련 기관

- 조우다밍타이(交大铭泰) 소프트웨어 유한회사

GAME 소개

- 《征服: Conquer》

CHINA GAME 순위

- 2003년 11월 게임 추천/기대 TOP 10

법률과 정책

- 문화산업 발전을 지원 및 추진에 관한 문화부의 견해(1)

중국 게임시장 누가 관리하는가

[차 례]

중국 게임시장 누가 관리하는가 (1)

1. 신문출판총서와 문화부의 연혁 및 직능

- 1) 신문출판총서
- 2) 문화부

중국 게임시장 누가 관리하는가 (2)

2-1. 신문출판총서와 문화부가 발부한 게임 관련 관리조례, 회의 및 기타

중국 게임시장 누가 관리하는가 (3)

2-2. 신문출판총서와 문화부가 발부한 게임 관련 관리조례, 회의 및 기타

8) 《인터넷 문화관리 임시규정(互联网文化管理暂行规定)》-문화부

인터넷 문화관리를 강화하고 인터넷 문화기구의 권익 보장과 중국 인터넷 문화를 건전하고 체계적으로 발전시키기 위하여 문화부는 《인터넷 문화관리 임시규정》을 제정하였다. 2003년 5월 10일, 문화부 부장인 순자정(孙家正)은 중화인민공화국 문화부 제27호 명령을 승인하고 《인터넷 문화관리 임시규정》을 공포, 2003년 7월 1일부터 시행하기로 하였다.

본 규정의 관리대상은 인터넷을 이용하여 음반, 게임, 공연 프로그램, 예술, 애니메이션 등의 인터넷 문화제품을 생산, 전파, 유통하는 회사 및 인터넷 문화제품 경영 서비스에 종사하는 인터넷 문화기구 등이다. 《인터넷 문화관리 임시규정》에서 말하는 “인터넷 문화제품”에는 게임이 포함되는데 경영성 인터넷 문화기구의 신청, 설립과 콘텐츠 심사 등 핵심절차가 규정에 명확하게 나타나 있다.

《인터넷 문화관리 임시규정》에서는 인터넷 문화활동에 대하여 경영성과 비경영성의 두 가지로 나누고 있다. 즉, 인터넷 문화활동의 경영성 여부에 근거하여 문화부 산하의 성, 자치구, 직할시 인민정부 문화행정 부서에서 급에 따라 관리하며, 경영성 인터넷 문화기구에 대해서는 영업 허가 제도를 실시하고 비경영성 인터넷 문화기구에 대해서는 기록, 보고제도를 실시한다. 본 규정은 인터넷 문화기구의 설립조건과 심사 비준과정에 대해 명확하게 밝히고 있으며, 수입된 인터넷 문화제품에 대한 콘텐츠 심사 제도를 제정하고, 인터넷 문화관리 규정을 위반하였을 경우 해당 벌칙(罰則)에 대해서도 명확히 밝히고 있다.

9) "베이징 지역 전자 및 네트워크 게임 출판정책 의사 소통회의"-베이징 신문출판국
(北京地区电子和网络游戏出版政策通气会)

2003년 6월 19일 오전, 베이징 신문출판국에서는 베이징 지역 전자 및 네트워크 게임 출판정책 의사 소통회의를 개최하고, 신문출판총서 음반 전자 및 네트워크 출판관리사 부사장 커우쇼우웨이(寇晓伟)가 상황을 통보하였다. 그 중 다음의 몇 가지는 게임산업과 직접적인 관계가 있는 부분이다.

- (1) 《인터넷 출판관리 임시규정 실시세칙》을 공포하고 실시한다.
- (2) "제1차 중국 국제 디지털 연동 엔터테인먼트 제품 및 기술응용 엑스포"의 성공적 개최를 적극적으로 지원한다.
- (3) 효과적인 감독 관리체제를 제정하고 전자 및 온라인 게임 전문가 심사위원회를 구축하여 전자 및 온라인 게임 콘텐츠 심사관리 방법과 심사요금 표준을 제정한다. 신문출판총서에서는 이미 콘텐츠 심사 작업에 필요한 특수비용을 지급하였다.
- (4) 신문출판총서는 전국의 "음란서적, 비디오 소탕" 사무소, 신식산업부, 공안부 및 국가판권국 등 부서와 협력하여 온라인 게임 출판에 존재하는 "불법서버", "핵사용" 등의 불법출판 경영 행위를 단속한다.

커우쇼우위이 부사장은 온라인 게임 출판관리기능 문제에 대하여 다음과 같이 지적하였다.

"신문출판총서와 신식산업부에서 반포한 《인터넷 출판관리 임시규정》은 온라인 게임을 포함한 인터넷출판에 대해 총괄적인 관리를 한다. 이는 국무원에서 부여한 권한이므로 기타 부서가 국무원의 라이선스 및 신문출판총서의 동의 없이 사사로이 인터넷 출판관리 직책에 관련된 규정을 제정하는 등의 행위는 출판산업에 혼란을 일으킬 수 있다"

또한 6월 26일, 커우쇼우위이는 최근 국가 각 관련 부서에서 위에 열거한 4가지 조항을 채택하여 온라인 게임시장을 건전하게 발전시킬 것이라고 명확히 밝혔다. 그리고 신문출판총서에서는 중국판권협회 산하의 중국 게임출판 경영업무위원회를 설립할 계획이라고 하였다. 커우쇼우위이는 중국 게임출판 경영업무위원회는 중국에서 가장 권위 있는 게임산업 관리단체로 부각될 것이고, 향후 중국 게임업체들과 외국업체들 사이의 교류도 본 협회를 통해야 하므로 게임산업이 전반적으로 통일된 이미지를 갖게 될 것이라고 밝혔다.

10) "중국 국제 연동 엔터테인먼트 엑스포"

"중국 국제 연동 엔터테인먼트 엑스포(China Interactive Entertainment Expo)"가 2004년 1월 9일부터 11일까지 상하이에서 개최될 것이라고 알려졌다. 본 엑스포의 개최일은 국가신문출판총서 등 국가 정부 부서에서 지원하는 "제1차 중국 국제 디지털 연동 엔터테인먼트 제품 및 기술응용 전시회"보다 1주일 앞서서 열리게 된다.

11) 《온라인 게임 출판관리 규정》에 대한 국가신문출판총서 음반전자 및 인터넷출판사 부사장 커우쇼우위이(寇晓伟)의 설명

7월 3일, "국가는 게임산업 규범화를 위해 온라인게임 테스트도 반드시 심사를 거쳐야 한다."라고 한 커우쇼우위이의 언급에 대해 작가인 쇼우쇼우(萧肖)는 보도를 통해 국가신문출판총서 음반전자 및 인터넷출판사 부사장 커우쇼우위이가 《인터넷 게임 출판관리 규정》에 대하여 진일보적인 태도를 표시하였다고 하였다.

- (1) 신문출판총서에서는 게임의 수입총량, 분포 상태(구성, 배치, 안배), 구조에 근거하여 관리한다.
- (2) 신문출판총서의 허가를 받지 못한 게임은 온라인 상 테스트를 진행하지 못한다.
- (3) 온라인 게임의 특징에 근거하여 클라이언트는 지속적으로 수정하고 업그레이드해야 한다.

클라이언트 프로그램을 다시 편집해야 할 경우에는 반드시 신청과정을 다시 밟아야 한다. 신청 시 온라인 게임 출판물의 변경상황에 대해 설명해야 하고, 수정 및 업그레이드 한 후의 시나리오, 컬러 프린트 이미지 및 데모를 제공해야한다.

- (4) 온라인 게임 출판기구가 온라인 게임 출판활동에 종사할 경우, 인터넷 장비보안 및 정보보안을 성실하게 수호하고 실행해야 하며 방화벽을 설치하여 불안전하고 불건전한 정보를 제거하여야 한다.
- (5) 온라인 게임 출판기구에서 온라인 게임 출판시 필요한 프로그램을 설치하여야 하고, 게임화면이 시작될 때 반드시 신문출판총서에서 제정한 건전한 게임 광고가 뜨게 하여, 소비자들이 온라인 게임 출판물을 합법적으로 건전하게 사용하게끔 유도해야 한다.
- (6) 불법 서버 및 핵 사용에 대한 처리에서 온라인 게임 출판기구는 인터넷 출판물 서버 프로그램, 클라이언트 프로그램, 각종 데이터, 게임점수 카드 등 권리를 독점적으로 향유하기 위해 그 어떤 기구나 개인의 권리를 침해해서는 안 된다. 국가출판 행정부서와 텔레콤 행정부서의 비준을 받지 않고 불법 서버, 핵 사용 등의 방식으로 합법적으로 출판한 온라인 게임 출판물의 기술보호 조치를 파괴하거나 데이터를 고치며, 사사로이 서버를 설치하고 게임 포인트 카드를 제작하는 등의 타인의 합법적 권리를 침해하는 불법 온라인 게임 출판 경영활동에 종사하는 것을 금지한다.
- (7) 온라인 게임 출판기구는 소비자들의 사이버 물품거래에 그 어떤 형식으로도 참여해서는 안 되며, 이런 거래를 위한 그 어떤 경로, 플랫폼, 장소도 제공해서는 안 된다.
- (8) 온라인 게임 출판관리 규정에서는 해외게임 출판이 언급된 전람회, 경기대회, 등급평가, 상품발급 등의 행사를 개최하려면 반드시 신문출판총서의 허가를 받아야 한다고 규정하였다.

12) "행정 법규의 중복으로 인한 인터넷 출판업체들 곤혹"-신화망 7월 2일 뉴스

7월 2일, 신화망에는 “행정 법규의 중복으로 인해 인터넷 출판업체들이 곤혹스러워 하고 있다.”는 뉴스가 실렸다. 뉴스에서는 《인터넷 출판관리 임시규정》과 《인터넷 문화관리 임시규정》의 세부사항이 중복 교차된 점이 많다고 지적하였다. 예를 들면 다음과 같다.

- (1) 기능범위가 너무 비슷하다. “만약 인터넷 정보서비스 경영업체가 동시에 2개 기구(신문출판총서와 문화부)에 신청해야 할 경우 어느 기구에 먼저 신청해야 하는가? 만약 한 기구에서 허가하고 다른 기구에서 허가하지 않을 경우에는 어떻게 처리해야 하는가? 인터넷 정보서비스 경영업체의 이름은 어떻게 지어야 하는가? XX네트워크 출판회사라고 지어야 하는가, 아니면 XX네트워크 문화회사라고 지어야 하는가? 현재까지의 출판은 하나의 특수 산업으로 국가신문출판총서의 허가를 받아야만 공상국에서 등록해주었는데, 문화도 이런 특수 산업에 속하는가? 그러면 "문화"란 단어만 포함된 산업은 모두 특수산업에 속하게 되지 않는가? 공상국에서는 신문출판총서와 문화부 두 기구의 허가가 있어야만 인터넷 정보서비스 경영업체 등록을 허락하는가?
- (2) 판권 문제: 인터넷 경영과정에는 판권문제가 많이 존재한다. 예를 들면 불법복제판 사용, 핵 사용, 불법 서버 등... 현재 실시하고 있는 관리체제에 의하면 이상의 문제는 국가 출판법규 및 저작권 법률, 법규 내용에 근거하여 신문출판관리부서 혹은 저작권 관리부서에서 처리한다. 만약 네트워크 문화제품에 이상의 문제가 있을 경우 신문출판총서를 찾아 해결해야 할 것인가 아니면 문화부를 찾아 해결해야 하는가? 물론 국가판권국을 떠나서는 안 된다. 여기서 어려운 것은 출판법을 따라야 하는가 아니면 국가에서 관련 문화법규를 새로 제정했는가

이다.

게임산업에 대한 관리 중복으로 인해, 업체는 반드시 신문출판총서와 문화부의 비준을 동시에 받아야 하므로 운영 원가가 증가되는 한편 상업기회도 놓치게 될 우려가 크다. 프로젝트들이 각 행정부서에서 탁상공론으로 그치고 말 것이다. 그리고 여러 부서의 심사, 비준 절차는 무질서한 경쟁, 불법 복제품 및 불건전한 제품의 범람 등으로 시장혼란을 초래하므로 최종적으로 손해를 보는 대상은 인터넷 출판 경영업체와 광범위한 소비자들이다.

13) "제1차 규범과 발전 온라인 게임 정책세미나" -중국 청소년 네트워크 협회

2003년 7월 5일~6일까지 중국 청소년 네트워크 협회(온라인 게임 전문위원회)와 중국문화보가 공동으로 "제1차 규범과 발전 온라인 게임 정책세미나"를 개최하였다. 문화부 등 관련 부서의 관계자들이 본 세미나에 참석하였다.

회의는 주로 온라인 게임에 존재하는 핵 사용과 불법 서버 문제의 해결, 유저 서비스 협의 및 게이머의 권익보호 등 두 가지를 주제로 진행되었다. 온라인 게임업체와 게이머들은 회의에서 연합선언을 발표하였다.

14) 중국출판협회 게임산업위원회 설립

2003년 7월 23일, 국가신문출판총서의 비준으로 중국의 유일한 전국적 게임출판 산업조직인 중국출판협회 게임산업 위원회가 베이징에 설립되었다. 중앙선전부, 신문출판총서, 국가판권국, 신식산업부,公安부, 교육부, 차이나 텔레콤, 중국 인터넷 협회, 중국 소프트웨어 산업협회 등의 기구 및 100여 개 게임 출판경영 업체 관계자들이 이번 대회에 참석하였다. 산업질서를 규범화하고 산업의 건전한 발전을 추진시키자는 공동 목표로, 이 대회에서는 장정(章程)과 산업 자율 공약을 통과시켰으며 제1기 이사회 선거와 중국의 게임출판산업 발전을 추진시킬 계획이다.

(자료: <http://www.pconline.com.cn/games/tvgames/zt/game/10307/197016.html>)



《세피로스》, 11월 29일 상용화

《세피로스》는 지난 5월 23일 클로즈 테스트를 시작하여 8월 1일 오픈 테스트를 거쳐 현재에 이르렀다. 그 동안 《세피로스》는 많은 유저들의 관심과 성원으로 오랜 시간의 준비를 거쳐, 오는 11월 29일 본격적으로 상용화된다. 그러나 유저들의 데이터는 유료화 후에도 여전히 보류한다.

《세피로스》는 유료화 이후 유저들을 대상으로 6시간의 무료 게임 시간을 제공하여 세피로스 유저들에게 게임 특유의 매력을 충분히 실감케 한다. 이외에도 세피로스 계정과 100점의 게임시간을 포함한 3위안의 계정 오픈 카드 등등의 다양한 특혜가 준비되어 있다.

운영사인 선전팅션(深圳腾讯)은 게임 유료화 후 서비스 품질을 한층 더 강화할 것을 약속하며 GM과 유저들 사이의 감정을 가깝게 하기 위해 스타 GM 선정 이벤트를 출시하고 더 좋은 서비스

를 제공하기 위해 노력하고 있다.

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/11/11258821.shtml>)

PS2 중국버전 1,400위안 발매

소니사는 자사의 PS2 게임기기를 중국시장에서 판매할 계획이라고 Interfax 뉴스에서 보도했다. 오는 12월부터 이 게임기는 베이징, 상하이, 광저우, 선전 등 4개 도시의 10개 공식 대리점에서 판매를 시작하여 중국의 가장 큰 휴대폰 회사인 CellStar가 PS2 게임기기 판매를 담당한다. 이번에 출시하는 중국버전 PS2 게임기기 가격은 1,400위안에서 1,500위안 정도로 결정하였으며, 게임 3개를 동시에 탑재하여 판매한다.

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/11/11248807.shtml>)

CDV 대작 《American Conquest》 11월 중국 상륙

《Cossacks》 시리즈 게임의 개발업체인 GSC사가 출시한 《American Conquest》 게임은 《제국시대》와 매우 유사한 실시간 전략게임이다. 본 게임에서도 《Cossacks》와 동일한 게임 엔진을 채택하였으며, 전쟁터의 웅대한 기세를 살리기 위해 GSC사는 게임에 영향주지 않은 동시에 맵에 나타날 수 있는 병사를 최대한 16,000명으로 설정할 것이라고 밝혔다.

본 게임의 중국 대행업체인 조우다밍타이(交大韬泰)사는 비록 올 6월에 《American Conquest》의 중문 간체 버전을 출시할 것이라고 했지만, 많은 중문화 양과 기술적 문제로 인해 5개월 후인 오늘에 이르러서야 뒤늦게 출시를 약속했다. 조우다밍타이는 최종적으로 11월에 전국으로 《American Conquest》의 중문 간체 버전을 출시하기로 결정하였다.

(자료: <http://www.16316.com/news/ReadNews.asp?NewsID=7711>)



차이나 유니콤, 퀄컴사와 제휴로 CDMA1X 서비스 강화

CDMA1X 통신망의 오픈 운영과 “랜통우셴(联通无限)” 모바일 데이터 업무의 출시와 더불어 차이나 유니콤은 산업사슬간의 교류를 전면적으로 진행했다. 유니콤의 관계자는 관련 업체와의 협력을 한층 더 강화하여 더욱 성숙되고 완벽한 산업사슬을 구축하고, 공동으로 CDMA 산업의 빠르고 건전한 발전을 추진할 것이라고 명확히 밝혔다.

CDMA1X 망 구축이 완성된 현재, 풍부한 데이터 업무의 제공여부가 전반적인 CDMA1X 망에 대한 발전 관건으로 보인다. 이런 점을 감안하여, 차이나 유니콤은 먼저 퀄컴, SUN, 마이크로소프트, SK 등 업체들과 전략제휴를 체결하고 WAP, 전자메일, GPRS, 다운로드 및 무선 인터넷 접속 등 다양한 업무기능을 겸비한 CD-MA1X 통신망 기반의 데이터업무 플랫폼을 구축했다.

차이나 유니콤은 CDMA 기술 제공업체인 퀄컴사와 공동 출자하여 랜통부어루(联通博路) 합자회사를 설립하였다. “선치보우뎨(神奇宝典)”이 바로 유니콤 부어루(博路)사가 CDMA1X 망에 기반하여 개발한 부가가치업무 중의 하나이다. “선치보우뎨” 업무에서 차이나 유니콤은 퀄컴사의 BREW

기술을 CDMA 칩에 채용하여 그 절차가 더욱 편리해졌다. 향후 상거래 업체 또는 개인 응용에서 BREW 기술로 개발한 소프트웨어가 크게 쓰일 것이며, BREW 기술은 그 사용의 폭이 넓어 더욱 많은 고객에서 풍부하고 다채로운 콘텐츠를 제공해줄 것으로 전망된다.

고객들은 BREW 플랫폼에서 운영되는 “선치보우맨” 업무를 이용하여 CDMA1X 휴대폰에 다양한 응용 소프트웨어를 다운받을 수 있다. 현재 BREW 플랫폼은 이동 오피스, 증권거래, 원격교육 등 정보 서비스를 제공하는 것 외에도 게임, Flash, 동영상 등도 다운로드 가능하여 CDMA1X 휴대폰의 완벽한 무선망 접속을 실현하였다.

차이나 유니콤은 또 600만 명 GSM 가입자들의 CDMA1X 무선 데이터 업무를 확보하기 위해 퀄컴사와 협력하여 GSM1X망에 대한 테스트를 완료하였다. 차이나 유니콤의 이러한 움직임은 CDMA망 및 업체의 핵심 경쟁력을 향상시키려는 데서 비롯된 것이다. 유니콤의 양 모델 단말을 통해 GSM 가입자들도 CD-MA1X 고속 데이터 업무를 제공받을 수 있게 되었고, 퀄컴사는 이미 양 모델 단말 샘플을 장악한 상태로 20여 가지 프로그램의 테스트를 완성했다. 테스트 제 2단계에서 CDMA 가입자들의 외국 GSM 운영 업체망 로밍을 실현하는 등 밝은 전망이 보인다는 판단이다.

기술력 우수에서 산업시장 확보로 나아가 시장 확보로 전환하는 과정은 꾸준한 조사가 필요하다. 차이나 유니콤은 향후 부가가치 업무를 발전시키고 새로운 응용과 시장을 개척하기 위해 퀄컴 등의 업체들과 제휴관계를 지속할 것이며 막강한 산업사슬을 구축하여 자원력 확보를 원활하게 하기 위해 최선을 다할 것이다.

(자료: <http://www.mc21st.com/information/news/shownews.asp?id=6466>)



2003년 중국 세계통신설비 기술전시회

기 간 : 2003년 11월 11일~15일

장 소 : 베이징 중국국제전람센터

주최기구: 중국 우편기기 그룹회사 국제전람부, 중유우(中邮) 국제전람 광고유한회사

신식산업부와 중국세계무역촉진위원회(中国国际贸易促进委员会)가 공동 주최, 중국 우편기기그룹회사(中国邮电器材集团公司)와 중국 국제전람센터그룹(中国国际展览中心集团公司)이 공동 주관한 “2003년 중국 세계통신설비 기술전시회(2003年中国国际通信设备技术展览会)”(원 베이징 세계무선통신설비전시회(北京国际无线通信设备展览会)), PT/WIRELESS&NETWORKS COMM CHINA 2003 이 2003년 11월 11일부터 15일까지 베이징 국제전람센터에서 개최되었다.

차이나 텔레콤(中国电信集团公司), CNC(中国网络通信集团公司), 차이나 유니콤(中国联合通信有限公司), 차이나 모바일(中国移动通信集团公司), 차이나 위성통신 그룹회사(中国卫星通信集团公司) 등 업체들의 협조 하에 개최된 이번 전람회는 중국 및 아시아에서 최대 규모의 세계 정보통신전람회로 인정된다. 1995년 제1회 베이징 세계무선통신설비 전시회(首届北京国际无线通信设备展览会)부터 중국 우편기기그룹회사(中国邮电器材集团公司)는 2년에 한번씩 세계통신전시회를 구성하

기도 했다.

【 참여 업체 및 범위 】

참여 업체	참여 범위
정보통신 운영업체, 시설생산 및 판매 업체, 과학연구 기구, 일반대학과 전문대학, 통신 매체 등	정보통신 서비스 정보통신교환, 기술 및 설비 수송 통신단말기 시설 컴퓨터 하드웨어 장비 및 소프트웨어 제품 데이터통신, 네트워크 기술 및 관련 제품 통신전원, 기기, 통신기계실, 사무자동화 시설 및 기타 정보통신 주변 시설 등

(자료: <http://www.mc21st.com/exhibition/china/2003/e11-1115.htm>)



조우다밍타이(交大銘泰) 소프트웨어 유한회사

1997년, 조우다밍타이사는 “실사구시, 합작공진, 가치공유”의 사훈아래 그 동안 “제품, 시장, 관리, 자본”을 기반으로 기술향상과 인력양성을 병행한 결과, 현재 정보 현지화, PC 보안, 엔터테인먼트 및 교육, 인터넷 응용 등 4대 시리즈 제품라인을 형성했고 《동팡과이차(东方快车)》, 《동팡잉두(东方影都)》, 《동팡위이스(东方卫士)》, 《동팡왕선(东方网神)》 등 20여 가지 대표제품과 천만에 달하는 업체 및 개인 소비자 그룹을 보유하고 있다. 특히 정보 현지화 분야에서는 이미 “번역 툴”과 “번역 서비스”의 2대 발전방향에 잡혔고 그 분야의 시장 주도자로 제품라인의 주력제품마다 상위 3위권에 들고 있다.

세계화 발전전략의 수요에 따라 조우다밍타이사는 전략관리 발전부, 제품계통, 판매계통, 관리 플랫폼 등의 조직기구를 구축하고 광저우(广州), 청두(成都), 상하이, 홍콩 등 지역에 사무처를 설립하였으며, 전국 각지에 수천 개의 대리판매점을 보유하고 있다. 중국 최대의 응용 소프트웨어 및 서비스 제공업체의 하나로 조우다밍타이는 소프트웨어, OEM, 업계합작 및 기술제휴 등을 통해 IBM, HP, 토시바, 렐상(联想), 스다(实达), 팡정(方正), 하이얼(海尔), 하이신(海信) 등 중국내외의 유명 업체들과 파트너 관계를 맺었으며 제품판매를 미국, 싱가포르, 일본, 한국, 대만 등 국가에까지 넓혀 세계 소프트웨어 무대에 중국업체 이미지를 심어주었고 그들로부터 “소프트웨어 산업의 동방전차”라고 불리기도 한다.

세계경제의 융합과 정보기술의 고속발전을 배경으로 조우다밍타이사는 꾸준한 기술창조와 인력 가치를 핵심으로 하는 한편 고객의 수요를 방향으로 잡고 새로운 분야를 개척하여 중국 응용소프트웨어의 제 1브랜드를 수립하기 위해 전사적인 힘을 모으고 있다.

【 제품 】

4년 동안의 꾸준한 발전으로 조우다밍타이사는 현재 많은 고객들의 사랑을 받는 “동팡계열 소프트웨어”, 정보 현지화, 정보 보안, 교육 엔터테인먼트, 인터넷 응용 등 4대 제품 라인선을 보유

하고 있으며 그 가운데 《동팡과이처》, 《동팡위이스》, 《동팡잉두》, 《동팡왕선》 등을 중심으로 한 20여 종류의 소프트웨어는 “실용, 고품질, 편리한 사용”을 장점으로 중국 인기 소프트 정품으로 인정되고 있다.

【 정보 현지화 시리즈 】

《동팡과이처》: 지능 다 어종 번역 플랫폼으로 국내 중문화 번역 소프트웨어의 제 1브랜드로 부각.

《야신(雅信)CAT》: 번역업무가 있는 업체 또는 개인에게 제공되는 전문 번역도구 소프트웨어.

기타 제품 : 《동팡다댄(东方大典)》, 《동팡왕이(东方罔译)》

【 정보 보안 시리즈 】

《동팡위이스》: 신세대 PC보안소프트웨어로, 선진적인 자동 면역 방독 시스템을 보유하고 있으며, “3겹 안티 바이러스, 방어 위주”를 장점으로 한다.

【 엔터테인먼트와 교육 시리즈 】

《동팡잉두》: 신세대 영상 미디어플레이 소프트웨어, 독창적인 3대 기술과 DVD성능 지원으로 새로운 미디어플레이 분야를 개척했다.

《동팡요우쿵잔자(东方遥控专家)》: 최초로 소프트웨어, 하드웨어 일체화 제품을 창조했다.

【 인터넷 응용 시리즈 】

《동팡왕선》: 국내 최초의 인터넷 전능도구 소프트웨어, I소프트웨어의 대표작이다.

기타 제품: 《동팡(东方)홈페이지왕》, 《동팡홍(东方虹)》, 《동팡쇼핑왕》, 《동팡경매왕》

【 회사 연혁 】

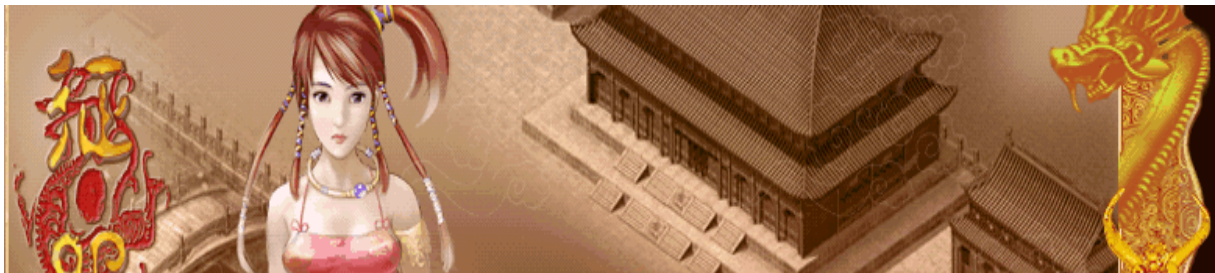
2002년 9월	조우다밍타이사 “동팡위이스2003” 제품발표회 개최, 이를 계기로 안티 바이러스시장 진출을 계획.
2001년 12월	상하이 교통대학 주식 매입, 회사명을 조우다밍타이 소프트웨어회사라고 개칭, 중국 소프트웨어 업체와 저명한 고등학교 연합의 발전모델을 개척.
2001년 11월	“전국민 정품사용, 불법복제 소각”의 대형 사회공익활동을 전개로 전국적인 불법복제 통제력 고조 시킴.
2001년 10월	《동팡위이스》 출시, 정식 안티 바이러스분야에 진출. 《동팡위이스》는 기존의 바이러스 특징코드검색방식을 돌파하고 선진의 “H-SOFT” 소프트웨어 및 하드웨어일체화 발전전략을 개척했으며, 더불어 독자적으로 연구 개발해 낸 소프트 및 하드 일체화 제품- 《동팡광취이무어수스(东方光驱魔术师)》, 《동팡리티잔자(东方立体专家)》, 《동팡요우쿵잔자(东方遥控专家)》를 출시.
2001년 1월	“입체연동 영거리(立体互动零距离)” 서비스 이념을 선전하고 중국 소프트웨어 산업의 첫 브랜드 서비스프로젝트-춘초우(春潮) 프로젝트를 시행. 또한 전국 대형 서비스 이벤트 “동팡과이처 만리행, 밉타이서비스 영거리(东方快车万里行, 帽泰服务零距离)” 전개.
2000년 10월	《동팡잉두》 출시, 출시 1주만에 란방 소프트웨어 판매순위 제1위 석권.

2000년 8월	홍콩스다(实达) 과기 주식 매입, 최초로 “1소프트웨어”이념을 제출, “1소프트웨어-제조자인터넷 신세계” 신문발표회 개최 1999년 6월, 베이징 야신청 소프트웨어회사 수매, 10월 신식산업부의 기술검정을 통해 야신 CAT 번역수준이 국내 수위를 달리고 있음을 증명
1999년 1월	“썬펑(旋风)29” 소프트웨어 판매돌풍을 일으켰고 1개월 내 《동팡콰이차스지호우(东方快车世纪号)》와 《동팡왕선스지호우》가 전국으로 인기절정을 맞이했다.
1998년 6월	스다그룹이 타이밍에 자금 투입, 스다밍타이 설립
1998년 1월	번역 소프트웨어 《동팡콰이차》가 출시, 1개월 내 랭방 소프트웨어순위 제1위를 석권.
1997년 10월 18일	베이징밍타이과기유한회사 설립.

(자료: <http://www1.sunv.com/jtindex.html>)

CGW GAME 소개

《征服: Conquer》



- * 개발 업체 : 텐칭 디지털 엔터테인먼트 회사(天晴数码娱乐公司(TQdigital.com))
- * 대리 업체 : 텐칭 디지털 엔터테인먼트 회사
- * 공식 사이트 : <http://www.tqzf.com>
- * 게임 장르 : 무협 온라인
- * 클로즈 테스트 : 2003년 2월 3일
- * 오픈 테스트 : 2003년 4월 27일
- * 유료화 : 유료화 운영 중

게임소개

《Conquer(征服)》는 텐칭(天晴) 디지털사(<http://www.tqdigital.com>)의 게임 제작팀이 독자적으로 개발·제작한 무협 온라인 게임이다. 중국 무협을 배경으로 유럽 판타지 스토리까지 추가하여 전반적으로 참신한 구조로 화면 또한 다채로워 게임 속에서 유저들은 바다 건너 유럽지역에서 독불수(独角兽)의 흔적을 찾거나 일본의 아름드리나무 밑에서 유유자적하게 음악감상을 할 수도 있다.

동일 장르의 게임에 비하여 《Conquer》는 직업과 액션 이 두 분야에서 색다른 묘미가 있다.

게임 초기 유저들에게 기본적으로 주어지는 직업들은 도사, 궁수, 전사 및 용사 4개뿐이지만 게임 진행시 각 직업마다 또 다른 여러 가지 하위 직업으로 세분된다.

“금”, “목”, “수”, “화”, “토” 등의 5개 다른 게임방식으로 나누어지는데, 도사인 경우 “수”, “화”의 완전히 다른 게임 방식이 있으며 세분된 하위 직업마다 독립적인 기능이 있을 뿐 아니라 완전히 다른 게임의 묘미를 느낄 수 있다. 도사인 경우 하위 직업의 일부는 생물 소환(召喚獸)기능 뿐 아니라, 일부는 대규모의 화려한 법술에, 또 일부는 회복과 축복에 편중된다. 또한 “토”도사는 자신의 피를 대지와 융합시켜 엘프의 혼을 몸에 지닌 후 여러 가지 몬스터로 변신할 수 있다.



게임에 사용되는 무기는 단기(단병기(短兵器))와 장기(장병기(長兵器))로 분류할 수 있다. 단기에는 칼, 검, 도끼 등, 장기에는 창, 막대기, 대도 등 무려 수십 종이나 되는데 무기들은 그 종류마다 동작이 틀려서 화려하고 다양함을 느낄 수 있다. 이런 효과를 살려내기 위해 거금을 투자하여 미국에서 액션 포착기를 구매했으며, 중국의 몇몇 무술전문가들을 초청하여 직접 각각의 게임 동작을 지도하게 하였다.

최신 뉴스 : 텐칭수마(天晴数码), 백만 위안 현금으로 게임제작 엘리트 대회 전개

제1차 "텐칭컵" 중국 게임제작 엘리트 대회가 현재 준비단계에 들어섰다. 본 대회는 주로 중국 게임을 장려하며 중국 독자 게임 개발 능력 발전 속도에 박차를 가하고, 게임 제작 엘리트를 발굴하는데 목적을 두고 있다. 게임 제작 엘리트 대회를 통해 게임 기획, 원시 그래픽, 2D, 3D, 게임 프로그램 등 각 분야의 게임 제작 우수 인력을 위해서 자체 능력 전시 기회를 제공하여 그들이 향후 중국 게임 제작 분야에서 중추 역할을 할 수 있는 기회를 마련하게 될 것으로 기대된다.

이번 대회는 원시 그래픽, 2D, 3D, Flash, 게임 프로그램, 게임 기획 등 다양하게 진행이 되며 대회규모, 투자금, 홍보 등 각 방면에서 최고 수준에 이른다. 주최측인 텐칭수마는 200만 위안의 현금을 출자하여 대회 상금 및 비용으로 사용할 예정이며 이외에도 협찬 측과의 협력으로 대량의 실물상품을 준비했는데 해당 금액이 300만 위안 정도라고 한다.

대회 주최측 텐칭수마는 여러 개 독자 연구개발 온라인 게임들을 보유한 게임회사로 현재까지의 노하우와 실사구시의 태도로 인해 게임 유저들에게 신뢰성이 있는 게임 대변인이라는 이미지를 심어주었으며 창업 초기 꿈을 실현하였다. 텐칭수마는 중국 특징이 있는 국제적인 온라인 게임을 개발하여 전 세계 사람들로 하여금 게임을 통해 중국의 다양한 전통문화를 체험할 수 있는 공간을 마련하는 것이 그들의 꿈이다.

(자료: http://news.17173.com/content/2003-11-18/n137_53291.html)

CHINA GAME 순위

2003년 11월 게임 추천/기대 TOP 10

패키지 게임 추천 순위

순위	게임 명칭	장르	발행사
1	信長の野望・天下創世	전략	광륵(光荣)
2	광운	주시각 사격	마이크로소프트
3	이수(伊苏)6	RPG	미정
4	협객 노빈한: 왕관수호자	전략+액션	Cinemaware
5	위환정령(魔幻精灵) 3	전략 롤플레이	광푸부어수어(光譜博爾)
6	War Craft 3: The Frozen Throne	실시간 전략	오우메이(奧美)

패키지 게임 기대 순위

순위	게임 명칭	장르	발행사
1	세계축구 생방송 7	스포츠	Konami
2	Half-Life	주시각 사격	설악산
3	타이거리츠환(太閤立志傳) 5	전략	광륵(光荣)
4	영웅본색 2	주시각 사격	Rockstar
5	Chaos Legio	액션	유비아
6	EQ 전략버전	실시간 전략	유비아

온라인 게임 추천 순위

순위	게임 명칭	발행사
1	Asgard	조우훙커지(兆鴻科技)
2	검협의 인연 온라인	진산(金山)소프트웨어
3	미르 3	광통통신(光通通信)

온라인게임 기대 순위

순위	게임 명칭	발행사
1	MIX MAST	쥬우여우왕(久游网)
2	월드 오브 워크레프트	미정
3	진용군협전 온라인-귀정다사(郭靖大俠)	여우롱자이셴(游龍在綫)

(자료: 游戏攻略 2003년 11월호)

문화산업 발전을 지원 및 추진에 관한 문화부의 견해(1)

당의 제16차 전국 인민대표대회 취지를 실행하고 문화사업의 번영과 동시에 문화산업을 적극 발전시키기 위해 문화부는 문화산업발전을 추진에 관련해 아래와 같은 의견들을 제기한다.

[차 례]

문화산업 발전을 지원 및 추진에 관한 문화부의 견해(1)

1. 문화산업발전의 전략적 의의를 충분히 이해한다.
2. 중국 문화산업의 발전현황 및 존재하는 문제
3. 지도사상, 발전목표 및 기본 노선

문화산업 발전을 지원 및 추진에 관한 문화부의 견해(2)

4. 문화산업발전의 주요 조치
5. 문화산업에 대한 관리 강화

1. 문화산업 발전의 전략적 의의를 충분히 이해한다.

1) 문화산업은 문화제품의 생산 및 문화 서비스를 제공하는 영업성 산업이다. 문화산업과 문화사업은 서로 호응하는 개념으로 양자 모두 사회주의 문화구축의 주요 구성부분이다. 문화산업은 사회 생산력 발전의 필요 산물로 중국 사회주의 완벽한 시장경쟁과 현대화된 생산방식이 더불어 발전하는 신규산업이다. 현재 문화산업은 출연분야, 음향분야, 문화오락분야, 문화여행분야, 온라인 문화분야, 도서신문분야, 문물과 예술품분야 및 예술배양분야 등으로 분류된다. 사회주의 문화산업은 사회 이익이 제일 중요한 목표이며 시장을 통해 문화제품과 문화서비스의 경제 가치를 실현할 것이다.

2) 문화산업의 발전은 시장경쟁의 환경 하에서 사회주의 문화를 번영시키고 대중의 문화적 수요를 만족시키기 위해 필요한 과정이고, 서비스 산업의 발전과 중국 경제 구조 조정 및 산업 구조 업그레이드를 유도한다. 또한 문화 산업의 발전은 국제적인 경제 수준을 실현하고 국제 경쟁 속에서 중국의 국력을 향상시키기 위해 필요하다. 따라서 문화산업의 발전은 중국 경제, 정치, 문화의 종합적인 발전과 사회 전반 수준을 향상시키는데 그 의의를 두고 있다.

3) 중국내외 발전과 전반적인 사회 수준의 향상에 힘입어 문화적 수요가 급증하고 있다. 대중들의 자아 발전 의식이 향상되고 다양한 문화 생활에 대한 욕구가 높아지기 시작했다. 또한 문화와 시장이 긴밀해짐에 따라 다원화, 다각적인 문화수요의 실현은 점점 더 시장에 의존하게 되었다. 대중들이 문화제품과 문화 서비스 품질에 대한 요구가 높아지고 문화적 소비면에서도 점점 대중들이 선택권을 가지게 되었다. 또한 문화제품의 생산, 전파, 소비수단과 방식도 하이테크적이고 현대적이다. 세계문화교류가 빈번해지고 문화분야의 대외개방이 강도 깊게 추진되고 있으며, 문화산업의 발전은 민족정신을 발취하고 중화문화의 응집력, 창조력, 경쟁력을 향상시키는데 보다 중요한 작용을 발휘하게 되었다. 현재 중국의 문화산업은 역사적인 발전기회와 넓은 개척 공간을 접하고 있다.

2. 중국 문화산업의 발전현황 및 존재하는 문제

4) 중국 개혁개방 이래 각 지방은 문화산업을 추진하기 위해 꾸준한 조사와 실천을 끊임없이 하였으며 그 과정에서 풍부한 노하우를 쌓았고 어느 정도의 실적도 거두었다. 문화산업 의식이 강화되고 시장을 대상으로 한 많은 문화업체와 문화산업 그룹들이 대두되었다. 이로 인해 각 문화산업 부서들이 활기 찬 모습을 보이기 시작했고 이는 문화체제 개혁의 추진, 예술분야 발전, 문화업체들의 활성화, 문화시장의 번영과 규범화, 사회자본유치, 대중의 다양한 문화 생활, 소비구조의 개선, 내수확대, 취업 확장, 세금원천 개혁 및 제3산업발전에 적극적으로 작용하였다.

5) 전체적으로 볼 때 중국 문화산업은 여전히 걸음마단계에 처해있으며 선진국과 상당한 격차를 보이고 있다. 이는 문화 산업 발전이 충분하지 못하고 소규모이며 불완전한 시장 기구 제도 등에서 찾을 수 있다.

현재 문화산업의 발전에서 흔히 존재하는 문제는 다음과 같다.

- ▶ 문화산업 발전의 중요성, 당위성에 대한 인식이 부족하고 사회주의 사상으로 인해 사회주의 시장 경제 체제의 발전에 영향을 미친다.
- ▶ 수익성 문화산업과 공익 문화사업을 혼돈하고 시장을 이탈한 상태에서 활력이 미흡하다.
- ▶ 문화산업 정책이 완벽하지 못하고 관련 제도가 법규화가 되지 않아 통계가 완벽하지 못하고 전문인력이 부족하다.
- ▶ 문화 체제 개혁이 미흡하고 산업 구조 조정이 원활하지 못하며 사회화, 시장화 수준이 비교적 낮다.
- ▶ 부문분할, 산업독점 및 지방 폐쇄주의 정도가 심하여 통일되고 개방적인 시장체제 형성이 어렵다.
- ▶ 문화제품의 하이테크 정도가 낮으며 창의성이 부족하여 경쟁력이 약하다.

6) 현재 세계가 비슷해지는 문화적인 성향을 띄는 추세에서 중국 문화산업은 현재 민족정신의 배양과 중화민족 문화부흥에 입각하여 보다 높은 역사적인 책임감으로 문화산업을 향상시켜야 한다. 현재 중국 문화산업의 문제점들을 충분히 인식해야하고, 또한 문화 산업이 가지고 있는 장점도 정확히 파악해야 한다. 경제 분야의 개혁 노하우를 습득하고 외국 문화 산업 발전의 성과 예측을 통해 기회 파악을 잘 하여 짧은 시일 안에 중국 문화산업을 개선해야 한다.

3. 지도사상, 발전목표 및 기본 노선

7) 향후 20년은 중국의 문화산업 발전의 절호의 기회이기도 하다. 문화산업의 발전은 내적으로 전반적인 사회수준 향상, 일반 대중이 원하는 정신적 문화 수요 만족, 선진 문화로의 발전과 사회주의 정신문명 건설에 영향을 미치고, 외적으로는 융통성 있는 문화체제와 기구제도의 설립, 국민경제의 발전, 경제구조 조정 및 산업구조의 향상과 긴밀히 결합되어야 한다. 이 과정에서 사상개방, 실사구시로 새로운 상황이나 문제를 창의적, 지속적으로 해결을 해야 한다. 또 문화산업 발전의 성공요인을 보급하고 수용하여 실질적인 중국 특유의 문화산업으로 개혁해야 한다.

8) 중국 문화산업의 발전목표: 국가의 거시적 통제하에 시장기구 제도는 문화자원 배치의 기반으로 충분히 발휘되어야 한다. 문화산업의 각 부서들마다 합리적인 구조, 선진 기술로 막강한 실력과 경쟁력을 가진 문화업체와 인지도를 갖춘 문화 브랜드를 형성하고, 상당한 규모의 현대화 문화제품 생산, 서비스 및 판매망을 구축하여 전반적인 실력과 경쟁력 및 세계시장에서의 비중을 확보한다. 문화산업의 성장속도가 국민경제의 성장속도를 능가하고 있으며, 문화 소비가 전체 소비 가운데서 비중이 높아진다. 오는 2010년까지 문화산업 발전에 유리한 정책 법규 시스템을 형성하는 한편 선진 문화제품 생산 시스템이 통일·개방되고 공정한 경쟁 문화시장 시스템을 구축하여 문화산업을 국민경제의 효자산업으로 부각시킨다.

9) 문화산업의 발전은 반드시 사회주의 특성과 규칙 및 문화발전 법칙에 부합되고 사회주의 시장경제 발전요구에 적응되어야 하며 문화와 시장경제, 하이테크와의 결합을 추진해야 한다. 창의적인 체제, 기구제도 전환을 요구함에 따라 대중들의 문화생활 수준을 향상시키고, 중국 문화산업의 전반적인 실력을 강화하는 것부터 시작하여 문화업체 위주의 개혁 강도를 높이고, 과학기술을 향상시키는 한편, 정책법률로 자기보호를 강화하고 산업분포를 조정한다. 산업구조와 자원배치를 최적화하여 다원화 투자를 형성하고 국가소유의 문화업체를 위주로 여러 업체가 공동으로 발전하는 문화산업 구조를 형성한다.

계속...

(자료: <http://www.ccnt.com.cn/html/forumandclsr/forum.htm?id=177&fn=文化部关于支持和促进文化产业发展若干意见>)

※ 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