



### CHINA GAME NEWS

- 《karma: 雷霆战队》 2004 TOM컵 제1차 중국 전자운동회에 선정
- 전략 시뮬레이션 《삼국지 영웅전》 중국에 상륙
- 2003년 중국 온라인게임 시장 30억 위안 돌파

### MOBILE NEWS

- 중국 모바일 메시지규모 세계 총 규모의 1/3 점유

### IT NEWS

- 통용 통신번호, 광대역사용자 우선 시범에 나설 듯

### GAME 관련 기관

- 베이징 형싱후동(恒星互动) 디지털 과기발전 유한회사

### GAME 소개

- 《노바1492》 테스트 보고

### CHINA GAME 순위

- 1월 중국 아케이드 게임 인기순위

### 법률과 정책

- 출판물 시장 관리규정(4)



한국게임산업개발원  
www.gameinfinity.or.kr

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



한국게임산업개발원  
www.gameinfinity.or.kr

## 《karma: 雷霆战队》 2004 TOM컵 제1차 중국 전자운동회에 선정

지난 11월, 전자경기(电子竞技)가 중국 국가스포츠총국(国家体育总局)의 허가로 중국의 99개 정식 스포츠 중의 하나로 선정되었으며, 제1차 중국전자운동회(1st China Cyber Games, CCG로 약칭)가 오는 2004년 1월 베이징에서 개최된다. 이 소식은 전국의 많은 유저와 매체의 기대를 받았고, 현재 이슈로 떠오르는 "전자경기"라는 신규 명사가 일반 시민들에게 스며들고 있다.

중국 국가신문출판총서, 무역추진위원회, 게임사업위원회 및 베이징스위커지(北京世模科技) 등의 공동 주최로 제1차 《중국 국제 디지털 연동 엔터테인먼트 제품 및 기술 응용 전시회(ChinaJoy)》가 오는 2004년 1월 16일~18일 베이징 전람관에서 개최된다. 중국 역사상 첫 번째로 열리는 전자운동회는 이번 전시회의 중요한 행사 중의 하나가 될 것이다.

TOM 넷은 2004년 중국 제1차 전자운동회의 창조업체로 중국 최초의 온라인 게임 "전자경기" 창시자가 되었으며, TOM사가 현재 오픈 테스트 중인 온라인게임 《카르마》가 이번 대회 경기중의 하나로 선정되었다.

TOM사는 2004년 1월초부터 베이징, 청두(成都), 광저우(广州), 항저우(杭州), 선양(沈阳), 창춘(长春), 하얼빈(哈尔滨) 등 7대 도시에서 대규모의 《카르마》선발대회를 진행할 예정이며, 선발대회에 우승한 팀은 16일~18일, 베이징에서 진행되는 결승전에 참여하게 된다.

(자료: [http://news.17173.com/content/2003-12-28/n817\\_733803.html](http://news.17173.com/content/2003-12-28/n817_733803.html))

## 전략 시뮬레이션 《삼국지 영웅전》 중국에 상륙



위러통(娱乐通)사는 일본 게임개발업체 SystemSoft Alpha사와 수 차례 협상을 거쳐 중국 유저들이 많은 기대에 부풀었던 《삼국지 영웅전》을 중국에 수입하는데 성공하였다.

《삼국지 영웅전》은 SystemSoft Alpha사의 전략 시뮬레이션 시리즈 제품인 《천하통일》을 원본으로 제작한 또 하나의 전략 시뮬레이션 게임이다. 본 시리즈는 중국 고대 삼국시대를 배경으로 《삼국지정사》를 채택하여 이를 중심으로 제작한 새로운 게임이다. 유저들은 삼국의 300여명의 장군들과 함께 중원제패를 목표로 긴장되고 치열한 전쟁을 실감하게 된다.

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/12/12099684.shtml>)

## 2003년 중국 온라인 게임 시장 30억 위안 돌파

《다중완젠(大众软件)》이 "2003년도 중국 PC 게임산업 보고서"를 발표하였다. 이번 보고서는 다중완젠 잡지사가 연속적으로 3년째 제작한 산업 보고서이다. 보고서는 2003년도 중국 게임산업의 전반에 대해 서술했으며, 동시에 2003년의 중국 PC 게임산업 시장규모가 37억 8,000만 위안

(그중 패키지 게임의 시장규모가 3억 위안, 온라인 게임의 시장규모가 34억 8,000만 위안)에 이르렀음을 보고했다.

본 통계결과는 중국 게임산업의 발전 잠재력을 제시하였으며, 특히 온라인 게임시장의 규모는 현재까지 발표된 모든 관련 보고서 중 예측하지 못했던 34억 8,000만 위안이라는 자료를 보여주고 있다.

(자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/2003/12/122910917.shtml>)

## CGW MOBILE NEWS

### 중국 모바일 메시지규모 세계 총 규모의 1/3 점유

현재 중국의 모바일 메시지 규모는 전 세계 규모의 1/3을 점한다고 한다. 차이나 모바일 관계자에 따르면 올해 중국 모바일 메시지 규모는 1,700억 개에 달했는데, 이는 전 세계의 1/3에 상당한 것이다. 작년에는 세계 총 규모의 25%, 2001년과 2000년에는 각각 7%, 1%에 불과해 휴대폰 메시지는 오늘날 모바일 운영업체의 수익 성장점으로 부각되고 있다.

(자료: <http://www.mc21st.com/information/market/showmp.asp?id=1303>)

## CGW IT NEWS

### 통용 통신번호, 광대역 사용자 우선 시범에 나설 듯

현재 우리가 사용하는 연락방식은 다양하다. 전화, 휴대폰, 전자메일, 회사 또는 개인 사이트, QQ번호, MSN 등 다양하지만 관리하기가 힘든 번호들을 하나로 통일할 수 없는가 하는 염원이 있어 왔는데, 오늘날 이것은 더 이상 염원이 아닌 현실로 다가오고 있다.

12월 7일, 베이징에서 개최된 제2기 중국 인터넷 대회는 향후 인터넷과 통신의 상호통합 추세를 지적하면서, 중국은 세계 최대용량의 IPV6 망을 구축할 것이라고 했다. 이런 결정은 빠른 속도로 확대되고 있는 네티즌 수에 적응하고 그들에게 유일한 IP 주소를 제공함으로써 현재 존재하는 IP 주소 부족문제를 근본적으로 해결해야 한다는 판단에서 비롯된 것으로 추측된다.

IPV6망의 구축은 향후 인터넷 시설이 무제한 확장된다고 하더라도 각 시설마다 IP 주소와 이름 하나를 취득할 수 있도록 보장하여 인터넷 응용이 보다 자유롭고 개방될 수 있다는 것이다. 게다가 IP 주소가 개인의 전화번호, 휴대폰번호, 팩스번호, 전자메일주소, 사이트 등 통신방식과 동일한 숫자를 사용하여 어떠한 방식으로든 서로 연락할 수 있다는 것이다. 즉 세계적인 범위 내에서 개인이 번호 하나만 등록하면 전화, 휴대폰, PDA, 노트북 및 전자메일 등을 포함한 모든 디지털

시설과 온라인 서비스를 인터넷과 연결시킬 수 있어 개인의 온라인 방향확정을 쉽게 할 수 있다는 것이다.

간단하고 편리하며 무엇보다도 저렴한 향후 통신의 출시는 운영업체들에게 적잖은 타격을 주고 있다. 인터넷이 전화, 휴대폰 등 음성 단말 통신과 직접 연결된다면 기본 통화비용은 0이 될 것이며 세계 임의의 곳에서도 통신이 가능하게 된다. 이와 관련하여 중국의 인터넷 정보센터의 류우즈장(刘志江)은 인터넷 무료 호출은 통신운영업체의 근본이익과 직접 관계가 있어 기술이 성숙했다 할지라도 시장보급은 여러 측과의 협상이 이루어진 후 에야만 가능하다고 했다.

사용이 편리하고 실용적이어야 한다는 것은 고객들이 통신에 대한 요구이다. 기존 전화처럼 간편하면서도 인터넷에서도 사용이 가능한 통신방식은 사람들의 환영을 받을 것이며 거대한 통신시장도 가동될 것이다. 운영업체인 경우 광대역 보급이 여전히 거대한 시장 잠재력을 갖고 있다. 고객인 경우 광대역의 사용은 단지 게임, 인터넷 서핑, 영화 다운로드, 소프트웨어 등 간단한 기능에서 그쳤을 뿐, 실제 그들은 광대역 통신 특히 통신 연동성에 대한 요구가 강렬한데 아직까지 적절한 해결책이 없었고 어음(語音), 시청통신에 대한 세계 통일표준의 규범화 역시 부족했다.

Neustar, Netnumber, Verizon, 오지리 통신 등 세계 인터넷 운영업체들은 지난해부터 "ENUM" 등록사용 서비스를 정식 출시했다. 현재까지 Neustar의 등록 가입자수는 30만 명, Netnumber도 20만 명을 확보하고 있다. 현재 중국 인터넷 사용자는 4,000만 명, 그 가운데 600만 명의 광대역 사용자들은 새 업무, 신기술 ENUM의 최초 시범대상으로 될 것이다.

중국 광대역 가입자는 매년 150%의 속도로 성장하고 있으며, 주로 15-35세의 젊은 층으로 그들은 신기술에 대한 접수가 빠르고 실천에 옮기는 과감성도 겸비하고 있다. ENUM의 초기 시장규모는 100-150만 위안, ARPU치 50위안으로 추산하면 시장공간은 매년 6-9억 위안에 달할 것으로 예상된다.

(자료: <http://www.mc21st.com/information/news/shownews.asp?id=6897>)

**CGW GAME 관련 기관**

**베이징 형싱후둥(恒星互动) 디지털 과기 발전 유한회사**

베이징 형싱후둥 디지털 과기발전 유한회사는 고급 산업 소프트웨어 응용솔루션, 네트워크 부가 가치 서비스, 디지털 엔터테인먼트 제품 제공을 주 업무로 다각적으로 발전하는 하이테크 업체이다. 형싱후둥사는 고품질, 신기술의 소프트웨어 연구개발 능력을 핵심 경쟁력으로 회사의 제품과 서비스로 고객수요를 만족시키고, 중국본토 소프트웨어, 네트워크, 디지털 엔터테인먼트 제품의 제공기지로 부상하고 있다. 2005년 중국 최대의 디지털 엔터테인먼트 제품 제공업체 및 소프트웨어 제공업체로 부각되기 위해 전사적인 힘을 모으고 있으며, 그룹관리와 다각적인 경영 노력은 인력발전에 좋은 환경을 마련했다.

형싱후둥 본부는 베이징 및 전국에 6개의 사무실과 기구를 설립했으며 현재 100여명의 직원을 가진 규모를 갖추고 있다. 회사 본부는 총경리 사무실, 행정관리센터, 디지털엔터테인먼트, 시장판매센터, 연구개발센터, 업체전략발전센터, 산업소프트웨어 서비스보급센터, 물류관리센터 등 부서를 두고 있다. 그리고 형싱이 완전 투자하거나 또는 주식 출자한 IT 업체를 몇 개 갖고 있다. 형싱후둥은 좋은 사업발전 환경, 보상제도, 다양한 인력제도 등으로 더욱 많은 분야의 인력을 초빙하고 있다.

**게임 소프트웨어 사업부**

2001년 회사는 시장수요에 발맞춰 자체의 판매유통을 확대하기 위해 판매경험이 풍부한 인력들을 모아 소프트웨어 사업부를 조성했다. 20여 명의 사업부 판매원은 회사 총 목표의 유도 하에 상하이, 광저우, 청두, 선양 등 화남권, 화북권, 화서권, 화중권의 판매구역에서 신속히 시장비중을 넓혔고 실제로 연구, 생산, 발행, 판매의 서비스 고리를 완성했다. 그 결과 정품 소프트웨어의 전국 유통이 더욱 원활해졌고 시간 지체가 없어 회사발전에 상당한 기여를 했다.

형싱사는 어려운 시장 개척과정을 겪어왔고 그 가운데서도 기본 원칙을 고수하고 고객에게 최상의 서비스를 제공하기 위해 최선을 다하고 있다. 현재 회사 고객은 4,000명을 초과했다.

**【 회사연혁 】**

2003년	UT2003 출시회사 INFOGRMES와 협력하여 공동으로 WCG 2003 경기가 지정한 “아시아태평양지역 UT2003 엘리트 경기”를 개최했다.
2002년	형싱사와 세계 저명한 게임 대리상 infogrames가 10월23일 베이징 창청호텔에서 게임 《Unreal Tournament》 중국대륙 대행권을 체결했다.
2001년	전국 각 지방에 사무실을 설립하고 생산에서 판매에 이르는 서비스 고리를 완성했다.
2000년	형싱과기가 상하이에서 설립하고 대량의 전문 과학기술 인력을 초빙했으며 중관춘에서 소프트웨어 출품 규모가 가장 큰 업체로 부상했다.
1999년	“호우팬이” 첫 네트워크 전자상거래망을 구축하고 온라인 거래 플랫폼을 창설했다. 국내 최초의 TOFF 교육 소프트웨어 《번상위이라이(奔嚮未來)》 연구개발에 성공했다.
1998년	베이징 형싱후둥 디지털과기발전유한회사가 설립, 같은 해 베이징 IP 전화 최대 대리상으로 부상

(자료: <http://www.hengxing.com.cn>)

## 《노바1492》 테스트 보고

## 1. 게임 정보

- \* 게임 명 : 노바1492
- \* 게임장르 : 온라인 실시간 전략
- \* 개발사 : Aramaru
- \* 대행사 : 완상(万向)통신
- \* 공식사이트 : www.nava1492.com.cn
- \* 현재 버전 : v1.4.8

## 2. 권장 사양

- \* CPU : P41.0G
- \* 메모리 : 256MB
- \* 디스플레이 메모리 : GF4
- \* 하드웨어 : 300MB
- \* 네트워크 : ADSL

## 3. 현재 상태

- \* 클로즈 테스트 중

## 4. 게임 화면

- \* 게임시각 : 평면, 360도 회전, 전 시각
- \* 게임의 배경 화면 : 게임 《노바1492》는 미래를 배경으로 한 온라인 실시간 전략게임으로 지휘관으로 등장한 유저들은 세계평화를 위해, 또는 은하수를 통솔하기 위해 각종 전투를 지휘한다. 게임은 어두운 색 위주로 되어있으며 화면색상과 게임배경이 잘 어울려 전쟁터의 긴장감을 잘 살려냈다.

## 5. 게임 음악

- \* 배경음악 : 현재 한국에서 유행인 Rap 음악을 배경음악으로 하고 있으며 유저들은 긴장된 분위기 속에서 게임을 즐기는 한편 순수 음악을 감상할 수도 있다.
- \* 전투 음향효과 : 미래 배경이기 때문에 각종 무기들이 현대적이며 미사일 발사 음향, 장갑차 폭발 음향 등이 실제와 똑 같다.
- \* 특수효과 : 유저들이 중앙기지 또는 장갑차를 클릭 했을 경우 말을 하는 특수 효과를 가미했다.

## 6. 게임 인터페이스

- \* 인터페이스 : 인터페이스가 간결하고 조작성이 편리하다. 키보드 없이 마우스 하나로 게임을 조작할 수 있어 경험 없는 초보자라도 짧은 시간 내에 모든 기능을 익힐 수 있다.

## 7. 게임 내부

\* 유저들은 각종 장갑차를 직접 조립해야 하며, 모든 장갑차는 이동부품, 차체 부품, 무기 부품, 보조 부품으로 구성되어 있다. 반복적인 레벨 업 시스템을 가지고 있으며, 유저들은 여러 가지 미션으로 업그레이드하고, 그 과정에서 하이테크 기술을 이용해 장갑차를 보강시킬 수 있다.

게임 속의 장갑차 설정은 합리적으로 되어 있어 최고 강자, 최저 약자 없이 서로 제어하는 시스템을 갖고 있다. 예를 들면, 지상부대와 공중부대가 전투할 경우 지상부대가 공중부대에 대한 피해는 절반으로 절감되고, 게임의 일부 무기들은 공격범위, 공격할 수 있는 유형, 시각범위 등을 제한하는 기능을 갖고 있다. 또 장갑차 또는 중앙기지의 방어, 공격 및 힘을 업그레이드할 수 있는 특수기능도 부가되어 있다. 이러한 설정으로 게임의 전반적인 균형을 잡았으며, 유저들은 온전히 자체 전략에 의존해 전투를 한다는 점에서 더욱 큰 스틸을 느낄 수 있을 것이다.

게임은 미션방식으로 되어 있으며 미션을 완성하면 업그레이드하고 머니를 획득할 수 있으며 유저들은 자신의 레벨에 따라 자신에게 맞는 미션을 선택할 수 있다.

## 8. 게임 채팅

\* 비밀채팅, 공개채팅, 친구추가 또는 삭제 등의 채널을 가지고 있다. 비록 많은 채널은 아니지만 부족함을 느끼지 못할 만큼 여러 가지 채팅 방식을 지원한다. 거래 시스템도 있어 유저들은 전투구역에서 거래를 할 수 있으며 전투구역에 설치되어 있는 상점에서는 여러 가지 고급 부품을 매매할 수 있다.

## 9. 게임의 장점과 단점

\* 장점 : 실시간 전략이다. 게임속에서 유저가 직접 전략을 짜서 가장 짧은 시간 내 대책을 세워야 하므로 많은 게임에 부족한 균형을 잘 잡았다.

\* 단점 : 참여 인수를 제한한 시스템을 사용하여 은하계 각국이 공동으로 전투에 참여하는 대규모를 형성할 수 없으며, 승리와 기타 목적을 위해 서로 간에 협력하기 힘들다.

## 10. 향후 전망

\* 《노바1492》는 전체적으로 제작이 우수한 제품이며, 유저들이 직접 전략을 짜서 짧은 시간 내 해결책을 마련한다는 점에서 중국 내 기타 온라인 실시간 전략게임과 구별되며 전쟁의 독특한 긴장감을 그대로 살려냈다. 《노바1492》는 한국에서 게임 인기순위 13위를 차지했고 2002년 9월 www.rankkey.com사이트 전략시뮬레이션 순위에서 제2위를 차지하는 등 좋은 성적을 기록했으며 실시간 전략게임의 “선두제품”으로 부각될 것으로 기대된다.

### 추천도: 8.5점(10점제)

(자료: [http://article.17173.com/gametest/contert/2003-8-18/n853\\_769356.html](http://article.17173.com/gametest/contert/2003-8-18/n853_769356.html))

**CHINA GAME 순위**

1월 중국 아케이드 게임 인기순위

순위	게임 명칭	기종	장르	개발사	득표
1	황금태양	GBA	RPG	NINTENDO	669
2	Final Fantas 8	PS2	RPG	SQUARE	654
3	Final Fantas10	PS2	RPG	SQUARE	651
4	metal gear solid2	PS2	ACT	KONAMI	638
5	진 삼국무쌍 3	PS2	ACT	KOEI	602
6	biohazard	GC	AVG	CAPCOM	574
7	쿠우다이요우과이·란보우스(口袋妖怪·蓝宝石)	GBA	RPG	NINTENDO	534
8	세계축구 생방송 7	PS2	SPG	KONAMI	511
9	쿠우다이요우과이·홍보우스(口袋妖怪·红宝石)	GBA	RPG	NINTENDO	444
10	진 삼국무쌍 2	PS2	ACT	KOEI	397
11	어워청·우주이더탄시(恶魔城·无罪的叹息)	PS2	SLG	NINTENDO	363
12	진 삼국무쌍 3 맹장전	PS2	ACT	KOEI	342
13	초급 로봇대전D	GBA	SLG	BANPRESTO	317
14	세계축구 생방송 2002	PS	SPG	KONAMI	265
15	귀무자 2	PS2	AVG	CAPCOM	237
16	Final Fantas X-2	PS2	RPG	SQUARE	218
17	세계축구 생방송 6	PS2	SPG	KONAMI	204
18	초급 로봇대전R	GBA	SLG	BANPRESTO	148
19	휘엔원장·레휘즈젠(火炎纹章·烈火之剑)	GBA	SLG	NINTENDO	122
20	MACROSS	PS2	SLG	NINTENDO	106

(자료: 电子游戏软件 2004년 제1기)



## 출판물 시장 관리규정(4)

## [차 례]

출판물 시장 관리규정(1)

제1장 총칙

출판물 시장 관리규정(2)

제2장 출판물 발행기구 설정-1

출판물 시장 관리규정(3)

제2장 출판물 발행기구 설정-2

**출판물 시장 관리규정(4)****제3장 출판물 발행활동 관리**

출판물 시장 관리규정(5)

제4장 처분

제5장 부칙

## 제3장 출판물 발행활동 관리

**제24조** 임의의 조직과 개인은 아래에 지적된 출판물을 발행할 수 없다.

- 1) 《출판관리조례》 제26조, 제27조 규정에 따라 금지된 내용을 포함한 출판물
- 2) 허가를 받지 않고 사적으로 출판하거나 프린트 또는 복사한 출판물, 출판업체 또는 신문 명칭을 위조하거나 가장하여 출판한 출판물, 불법 수입한 출판물, 서적코드나 주간코드나 출판코드 등 거래를 내용으로 한 출판물 등 불법 출판물
- 3) 타인의 저작권 또는 소유 출판권을 침해한 출판물
- 4) 신문출판행정부가 출판이나 프린트 또는 복제를 엄금한 출판물

**제25조** 내부자료 출판물은 본 계통, 본 산업 또는 본 업체 내부에서 무료 발급하며 임의의 기구와 개인은 사적으로 발행하지 못한다.

**제26조** 출판물 발행업무에 종사하는 업체와 개인은 반드시 아래 규정을 준수해야 한다.

- 1) 불법 출판물 출판, 발행업체로부터 주문하지 못한다.
- 2) 어떠한 형식의 서적코드, 주간 코드, 버전 코드 거래활동에도 참여할 수 없다.
- 3) 신문출판행정부가 허가한 경영범위, 경영장소를 넘어서 경영할 수 없다.
- 4) 법률, 법규가 금지한 내용 또는 사기성 문자 주문, 광고, 홍보 포스트를 붙이거나 배포할 수 없다.
- 5) 출판물에 강매 출판물을 곁들여 판매할 수 없다.
- 6) 출판물의 판권페이지를 사적으로 수정할 수 없다.

7) 《출판물 경영허가증》은 반드시 경영장소의 눈에 띄는 곳에 걸어야 하며 수정하거나 복제, 또는 임의의 형식으로 판매, 대여, 양도해서는 안 된다.

**제27조** 출판업체는 본 버전 출판물에 총 발행권을 소유한다.

출판업체가 출판물 총 발행업체에 출판물 발행을 위탁할 경우 통일적인 《출판물발행위탁서》를 사용해야 하며, 출판물 총 발행권을 소지하지 않은 업체에 출판물 총 발행권을 양도하거나 변상 양도해서는 안 된다. 또 출판물 도매권을 소지하지 않은 업체에 출판물 도매나 출판물 도매업무를 대리 위탁할 수 없으며, 출판물 발행업체가 아닌 업체에 출판물의 발행을 위탁할 수 없다.

**제28조** 경영업체는 출판물 도매시장에서 출판물을 판매하기 전에 반드시 출판물 샘플을 도매시장관리기구에 제출하여 관련 심사를 통과해야 하며 제출한 출판물 샘플은 판매 출판물과 동일해야 한다.

**제29조** 성, 자치주, 직할시 신문출판행정부와 전국 출판 및 발행 산업협회는 전국적인 출판물 주문, 전시 및 판매 활동의 주최를 신청할 수 있다.

출판업체, 총 발행업체, 성급 출판 및 발행 산업협회는 성 간 전문적인 주문, 전시 및 판매활동 또는 본 성, 자치주, 직할시 출판업체가 출판한 지방성 출판물의 주문, 전시 및 판매활동을 주최할 수 있으며 전국적인 출판물의 주문, 전시 및 판매활동을 위탁 전담할 수도 있다.

**제30조** 전국성적인 출판물 주문, 전시 및 판매활동을 주최할 경우 주최업체는 반드시 6개월 전 신문출판총서의 심사를 신청해야 하며 신문출판총서는 신청 접수일부터 2개월 내 결정하고 결과를 주최업체에 통지한다.

성 간 전문성적인 출판물 주문, 전시 및 판매활동을 주최할 경우 주최업체는 3개월 전 본 지역 성급 신문출판행정부의 심사동의를 거친 후 신문출판총서의 심사를 신청해야 하며 신문출판총서는 신청 접수일부터 1개월 내 결정하고 결과를 주최업체에 통지한다.

본 성, 자치주, 직할시 출판업체가 출판한 지방성 출판물의 주문, 전시 및 판매활동을 주최할 경우 주최업체는 2개월 전 본 지역 성급 신문출판행정부의 심사를 신청해야 하고 신문출판행 정부는 신청 접수일부터 15일 내 결정하고 그 결과를 주최업체에 통지하는 한편 신문출판총서에 등록한다.

**제31조** 성 급 이상 신문출판행정부, 교육행정부와 가격 주관부서가 매찰 또는 기타 공정한 방식으로 확정된 출판물 발행업체만이 중소학교 교과서 발행에 종사할 수 있으며 기타 업체와 개인은 사적으로 중소학교 교과서 발행업무에 종사할 수 없다.

**제32조** 내부 발행한 출판물은 공개적으로 선전, 진열, 전시 또는 판매할 수 없다.

**제33조** 수입 출판물을 발행할 경우 반드시 법적으로 설립된 출판물 수입경영업체로부터 물품을 구입해야 하며 그 가운데 신문, 주간지의 발행은 반드시 신문출판총서가 지정한 출판물 수입경영업체로부터 구매해야 한다.

**제34조** 출판물 발행업체에 종사하는 업체 또는 개인은 검사를 협조하기 위해 반드시 출판물 발

행 입/출하 명세서 등 재무 이외의 영수증을 2년 이상 보관해야 한다.

출판물 발행업무에 종사하는 업체 또는 개인은 반드시 출판물 저장장소, 면적, 관리인원의 상황을 신문출판행정부에 등록해야 하며 저장장소, 면적, 관리인원의 상황에 변수가 생겼을 경우 변경일부터 15일 내 신문출판행정부에 등록해야 한다.

**제35조** 출판물의 출판, 프린트, 복제, 발행에 종사하는 업체 이외의 기타 업체가 출판물의 저장, 운수활동에 종사하거나 출판물의 출판·발행에 종사하는 업체 이외의 기타 업체가 출판물 배달활동에 종사할 경우 반드시 현금 신문출판행정부의 심사를 신청해야 하며 성급 이상 신문출판행 정부가 지정한 규정에 따라 출판물의 저장, 운송 및 배달활동에 종사해야 한다.

**제36조** 임의의 업체나 개인은 본 규정 제24조에 지정된 출판물의 구입, 저장, 운송, 우편, 배달, 발부, 송부 등 활동에 참여할 수 없다.

**제37조** 출판물의 발행업무에 종사하는 업체와 개인은 반드시 《중화인민공화국통계법》, 신문출판총서의 《신문출판통계관리방법》과 국가 관련 통계제도에 근거하여 통계자료를 실사구시로 통보해야 하며 통보를 거부하거나, 통보시간을 지연하거나 또는 거짓 통보, 위조, 수정 등 불법 수단을 사용해서는 안 된다.

**제38조** 출판물의 발행업무에 종사하는 업체와 개인은 반드시 신문출판총서와 성, 자치주, 직할시 신문출판행정부의 규정에 따라 지정된 데이터베이스 관리업체에 관련 데이터를 제공한다.

**제39조** 출판물의 발행업무에 종사하는 업체와 개인은 신문출판총서의 규정에 따라 심사등록 수속을 밟아야 한다.

계속...

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