

중국의 온라인 게임시장 규모 및 발전 추세

패키지게임시장

패키지게임은 순수한 패키지게임과 네트워크 기능을 가지고 있지만 PP카드로 판매를 하지 않는 PC 게임을 포함한다. 중국 PC 보유량은 이미 4000만대 이상으로 PC 패키지게임의 시장규모는 당연히 확대되어야 하는데, 해적판 문제로 통계 가능한 중국 패키지게임의 판매액과 실제 시장 크기와는 큰 차이가 있다. 해적판 판매 세트수는 정품의 10 배에 달한다.

2002년, 업계에서 보편적으로 온라인게임에 대한 열기로 패키지게임이 쇠퇴한다는 관점이 었지만, 실제 통계에서 보다시피 시장의 반응속도는 업계의 예측 일정보다 늦으며, 패키지게임의 뚜렷이 쇠퇴한 시기는 2003년이다. 2001-2003년 사이에 발행한 패키지버전 제품은 각기 313, 397, 194개로, 2002년에 비록 제품의 종류는 증가하였지만, 많은 작은 규모의 투자와 제작 까지 포함된 것이며, 2003년에는 패키지버전 게임의 타이틀과 판매액이 모두 대폭으로 감소하였다. 2001-2003년 시장규모는 각기 2.3억RMB, 2.1억RMB, 1.5억RMB 정도지만 WTO의 지적 소유권에 대한 보호의 강화와 GOD(GAME ON DEMAND) 등 사이버 판매채널의 성숙으로 패키지게임의 판매는 좋아질것으로 생각된다.

중국의 패키지게임 시장의 특징에 대해서 본 문장에서는 패키지게임에 대하여 더 토론을 진행하지 않고, 아래에 중국 온라인게임 시장에 대하여 토론을 진행하겠다.

중국의 온라인게임 시장규모

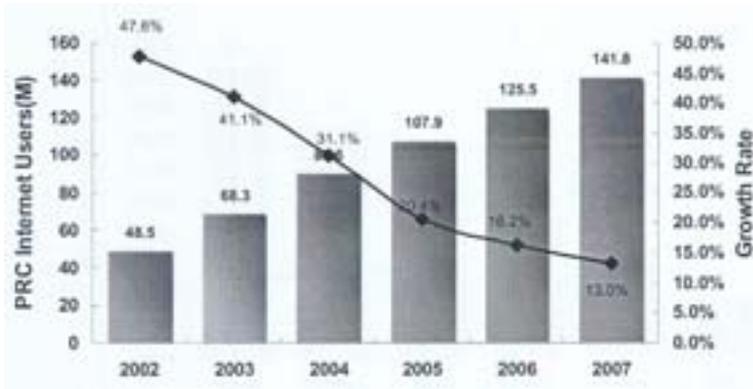
■ 중국의 인터넷 사용자수

IDC의 정의 중 온라인게임 사용자는 반드시 인터넷 사용자이기 때문에 인터넷 사용자의 증가는 온라인게임 사용자의 발전에 직접적으로 영향을 끼친다.

IDC ICM 8.3의 데이터에 근거로, 2003년 중국의 인터넷 사용자수는 6830만명에 달하고, 2007년 중국의 인터넷 사용자수는 1.42억에 달할 것으로 예측되며, 2002-2006년의 년 복합증가율 CAGR은 24.0%에 달할 것이라 하였다. 즉 2007년에 중국은 10분의 1의 인구가 인터넷 사용자가 되는 것이다.

FIGURE 17

중국인터넷사용자수 및 증가 2002-2007



Source: IDC, 2003 ICMM v8.3

■ 중국의 온라인게임 사용자

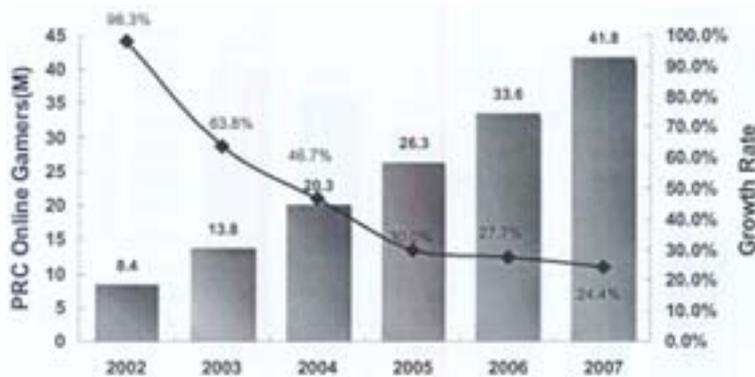
중국의 온라인게임 사용자는 2002년에 840만명이었고, 2003년 말에는 1380만에 달하여 2002년에 비하여 63.8% 증가할 것이다. 온라인게임 사용자수는 2002년-2007년 년 복합 증가율이 37.8%에 달해서 인터넷 사용자수 증가율보다 높을 것이다.

유료 온라인게임 사용자수는 2002년에는 419만명이었고, 2003년에는 667만명으로 증가할 것이며, 유료 온라인게임 사용자 수의 2002-2007년 복합증가율은 39.2%에 달하것으로 온라인게임 사용자 수의 증가율에 상당할 것이다.

온라인게임 사용자 및 유료 온라인 게임 사용자 수의 년 증가율이 매년 하락세를 보이는데, 그 이유는 사용자의 기준수가 매년 증가하기 때문이며, 사용자 연령층이 16-30세 사이에 집중되었으며, 16세이하 30세이상의 증가율은 상대적으로 완만할 것이다.

FIGURE 18

중국 온라인게임사용자수 규모 및 증가 2002-2007



Source: IDC, 2003.12

■ 중국의 인터넷 사용자 수의 구성

온라인게임의 사용자가 비교적 빠르게 증가하기 때문에 인터넷의 사용자 중에서의 차지하는 비율이 매년 증가하며 2002년 온라인게임의 사용자수는 인터넷사용자수의 17.4%를 점유하였고, 2003년에는 20.2%를 차지할 것으로, IDC는 2007년에는 이 수치가 29.5%에 달할 것으로 예측하고 있다.

TABLE 11

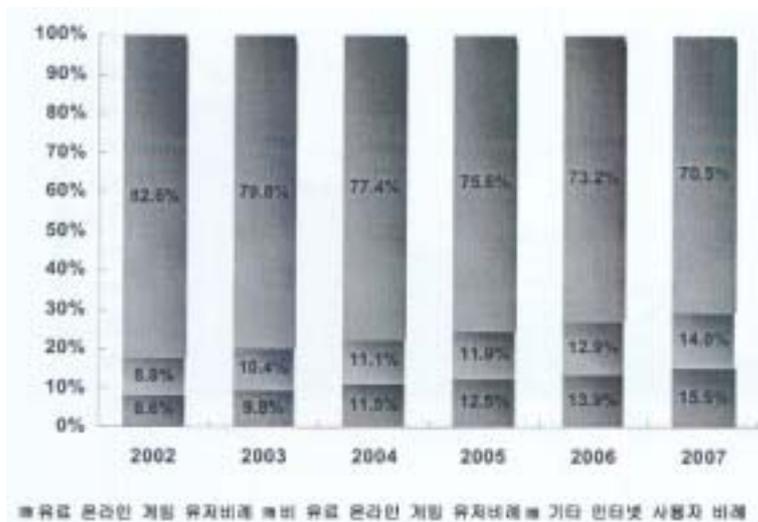
중국의 인터넷 사용자 구성 2002-2007(백만명)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	GAGR
유료 온라인게임사용자 비율	4.19	6.67	10.27	13.51	17.45	21.92	39.2%
무료 온라인게임사용자 비율	4.24	7.14	9.98	12.83	16.17	19.91	36.3%
다른 인터넷사용자 비율	40.02	54.54	69.36	81.60	91.83	99.97	20.1%
총 인터넷 사용자	48.45	68.35	89.61	107.94	125.45	141.80	24.0%

Source: IDC, 2003.12

FIGURE 19

중국의 인터넷 사용자 구성비 2002-2007



Source: IDC,2003.12

■ 중국의 온라인게임 시장규모

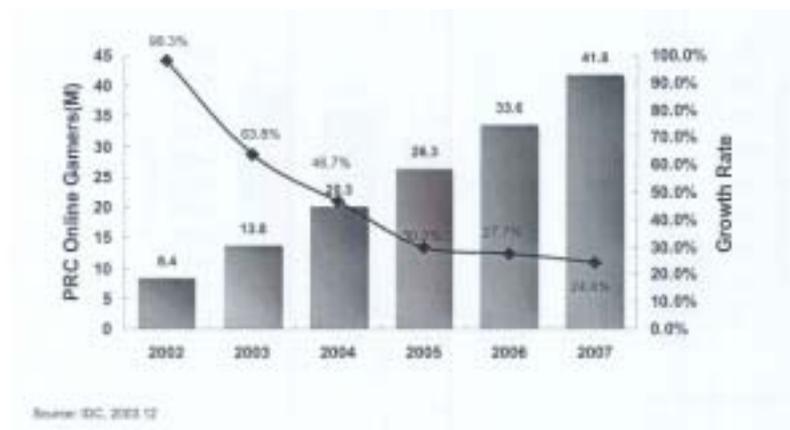
중국의 온라인게임 시장규모는 2002년에 9.1억RMB 였으며, IDC 조사에 따르면 2003년 중국 온라인게임 시장규모는 13.2억RMB에 달해 2002년에 비하여 45.8% 증가할 것이다. IDC가 2002년에 예측했던 수치에 비해 차이가 큰 이유는 2003년의 SARS의 영향으로 3-7월 사이 전국 1급 도시의 거의 모든 PC방이 영업을 하지 않았고, 게이머들도 SARS 감염 위험 때문에 온라인게임을 위해 외출하는 시간을 줄였기 때문이다.

IDC의 예측에 따르면, 2007년 중국의 온라인게임 시장규모는 67.0억RMB에 이르고, 2002-2007년의 년 복합증가율이 49.2%에 달하는 것으로 나타나는 데, 이러한 성장율은 온라인게임 사용자수와 유료게임 사용자 수에 비해 더 빠른 것으로, 유료게임 사용자들의 평균 월소비액이 증가하기 때문이다. 2002년에 유료 온라인게임 사용자는 평균 매월 18.0RMB소비하지만, 2007년에는 평균 매월 25.5RMB를 소비하게 된다.

시장규모의 산정 기준수의 증가 및 온라인게임 사용자가 매월 소비하는 금액의 증가율이 완만해짐에 따라서, 2002-2007년의 매년 증가율은 차차 하락하게 되어, 2003년 45.88%, 2007년의 증가율은 38.6%로 감소하게 되지만, 이 증가율은 중국의 IT시장 증가율 및 온라인게임 사용자수 증가율에 비하여 훨씬 높은것으로, 시장이 아직 빠른 성장단계에 있음을 충분히 나타낸다.

FIGURE 20

중국의 온라인게임 시장규모 및 성장 2002-2007



Source: IDC, 2003.12

주: 온라인게임 시장규모는 모든 유료사용자가 매년 온라인게임을 하는 화폐가치를 지닌 직접적인 소비금액의 합계이다. 여기에서의 직접 소비는 월정액카드, 포인트카드 구매의 직접 소비금액으로 여기에는 온라인게임 사용자의 인터넷접속비용, 전화비용, 관련 소프트웨어와 자료의 구매비용은 포함하지 않는다.

중국의 온라인게임 시장발전의 추이

■ 전반적인 환경

정부의 산업정책이 점차 명확해지고 있다. 산업정책은 점차 완벽화, 시스템화되고 있고, 2003년도에 발표된 여러 산업정책은 산업의 지속적인 발전을 추진하였으며, 게임산업정책 전망과 정부 정책 중에서의 위상이 점차 명확해지고 있다.

부정적인 여론이 점차 줄어들고 있다. 사회 여론의 게임에 대한 관심과 초점이 청소년의 성장에서 게임산업의 발전으로 전이 되었다. 게임에 대한 긍정적인 보도가 점차 늘어나고, 게임산업의 국민경제에 대한 공헌을 객관적으로 평가하였으며, 게임자체가 청소년 성장에 미치는 영향보다 게임에 대한 올바른 인도가 더욱 중요한 것으로 분석하였다.

광대역의 보급이 가속화 되고 있다. 온라인게임은 인터넷 응용, 특히 광대역 응용의 중요 구성부분으로 중국 인터넷의 전체 대역의 발전을 촉진하였고, 특히 가정 광대역의 발전을 촉진하였다.

각종 합작 컨소시엄이 끊임없이 출현하고 있다. 산업가치사슬 각 고리 간의 상대적인 독립에서 벗어나 상호 긴밀한 협력을 꾀하고 있다. 게임운영사, 통신회사, 설비업체, PC방 등이 어느 하나의 게임에 대하여 깊은 협력을 꾀하는 방식이 끊임없이 출현하고 있다.

■ 온라인게임 사용자의 발전 추이

온라인게임 사용자의 발전추이는 아래의 몇 가지가 있다.

온라인게임 사용자 증가 속도가 점차 하락한다. 온라인게임 사용자 수의 기준수가 커지고 있고, 온라인게임 사용자 연령과 직업특성 변화가 완만하여 중국 온라인게임 사용자의 증가속도가 하락할 것이다.

온라인게임 사용자 연령이 양단(端)에서 확장된다. 현재는 16-30세의 온라인게임 사용자가 전체 사용자 수의 90.2%를 차지하고 있지만, 인터넷의 발전, 컴퓨터의 보급 및 사람들이 네트워크 캐주얼방식에 대한 추구로 온라인게임의 사용자 연령은 양단으로 확장될 것이다.

가정 광대역 온라인게임 사용자 및 고소득 사용자수가 증가한다. 현재 82.5%에 가까운 온라인게임 사용자가 광대역으로 인터넷에 접속하지만, 대부분 PC방에서의 연결이 주이며, 개인은 아무래도 협대역 연결이 많지만, ADSL 및 아파트 단지 내 광섬유 LAN 접속, 소비자의 수입 증가로, 가정에서 광대역을 통해 온라인게임을 하는 비율이 점차적으로 증가하고 있으며, 이는 온라인게임 서버 및 시스템의 유연성(□放性)과 안정성에 더욱 높은 성능을

요구하게 된다.

2급 또는 2급 이하 도시의 사용자가 주요 수입원이 된다. 사용자의 대규모성과 상대적인 집중 및 전략적인 면에서의 고려로, 주요 도시에서는 온라인게임 간에 치열한 경쟁을 하게 되어 수익이 점차 하락하게 된다. 2급 및 2급 이하의 도시는 그 숫자가 많기 때문에, 이런 급의 도시에서의 전체 사용자가 소비하는 금액이 운영사의 중요한 수입원이 될 것이다.

■ 온라인게임의 발전 추이

경쟁 가열로 양극 분화가 심각: 일부 앞서있는 회사는 사용자와 자금의 우위로 발전을 더욱 이루게 되고, 그들의 이 산업에 미치는 영향력(자금, 인지도, 제품 점유율 등)이 이 영역에의 진입벽(壁)을 높였다. 산업 경쟁이 치열하여, 일부 약세에 있는 기업은 점차 이 시장에서 퇴출 당하게 된다.

상,하층 게임기업 간의 협력 심화를 모색하고, 합자가 중요한 방식이 됨: 산업가치 사슬 중 각 고리에서의 경쟁 가열화로 핵심 경쟁력을 구비하지 못한 기업은 상,하층 게임기업 중 우위를 충분히 이용하여 제품, 서비스, 기술지원 등 세 부문에서의 경쟁력을 확보한다. 협력 방식의 다양화, 구체화로 합자경영이 이런 기업에서 선택하는 중요 방식이 된다.

중국 게임사들의 노력으로 연구 개발력이 끊임없이 향상됨: 중국기업이 자체적으로 연구개발한 제품의 성공은 더욱 많은 능력을 갖춘 게임사들의 자체 게임개발을 촉진하거나 혹은 제품의 연구개발력이 증가될 것으로, 더욱 많은 자체의 연구개발 제품들이 내년에 선보일 것이다.

게임을 기반으로 다른 상호연동 엔터테인먼트 제품으로 확장: 현재 SHANDA와 THE9에서는 이미 이러한 시도를 시작하였다. 일부 온라인게임 운영사들은 온라인게임 영역 내에서 기반을 잡은 후, 인터넷의 다른 부가서비스영역으로 확장을 계획한다. 게임운영으로 쌓은 자금과 운영 경험을 통하여 새로운 시장을 개척한다.

■ 온라인게임 제품의 발전 추이

멀티미디어화: 멀티미디어의 응용과 네트워크 환경은 비교적 긴밀한 관계를 가지고 있다. 현재 중국의 네트워크 환경은 멀티미디어의 광범위한 응용에 그다지 적합하지 않다. 게임 개발에 있어 어느 정도 특별한 방법을 써야만 게임의 정상적이고 안정적인 운영이 보장된다. 이런 문제로 한국과 일본게임의 종사자들은 비교적 현실적으로 수입에 맞춰 지출하는데, 10% 자금 투입으로 50%의 효과를 얻는다. 자금이 제한되어 있고, 네트워크 환경이 아직 미숙한 상황에서 중국의 온라인게임 종사자들은 멀티미디어 등 신기술 부문의 문제에 정확히 대처하여야 한다. 네트워크 환경의 지속적인 개선 및 종사자 개발경험의 지속적인 축적에 따라, 멀티미디어의 응용은 큰 발전이 있을 것이다. 예를 들면 영화처럼 생동적이고,

유연한 게임화면은 더욱 많은 사용자들을 흡인하여 온라인게임에 참여하도록 할 것이다.

제품 시리즈화: 해외의 온라인게임은 《FINAL FANTASY》, 《Civilization III》 등의 제품과 같이 이미 시리즈화의 특징을 가지고 있다. 중국 국내의 게임 제품은 자체 개발능력이 부족하기 때문에, 제품의 생명력이 비교적 약하고, 현재까지 시리즈화 특징이 나타나고있지 않다. 시리즈화 제품이 갖게되는 브랜드의 영향력이 엄청나고, 제품생명 주기를 연장하고, 제품의 연구개발주기를 단축하며, 제품 디자인의 난도를 줄이는 장점으로 시리즈화 제품의 구축은 점차 국내의 온라인게임 개발사들이 중시하게 될 것이다. 현재 시장에 출시된 《검정연2》(情)가 가장 좋은 설명을 대신 한다.

■ 온라인게임의 판매채널의 발전추이

PC방이 가장 안정적인 판매 채널로 계속 중요한 역할을 할 것이다. PC방은 안정적인 온라인게임 사용자 군체의 지지대로, 계속 온라인게임 판매의 반을 안정적으로 보증하고 있으며, 체인 PC방의 설립에 따라 PC방은 더욱 중요한 역할을 할 것이다. PC방이 향후 온라인게임운영 중 매우 중요한 위치를 차지하게 되는 주요 원인은, 온라인게임의 상호 연동성이 결국 PC방을 온라인게임의 주요 소비장으로 되게 하였고, 또 다른 원인은 전국적인 체인 PC방의 설립으로 PC방이 가치사슬에서의 거래에서의 비중이 늘어나게 되어, 이런 요소들이 PC방의 역할을 더욱 높일 것이다.

전통적인 채널의 형태가 더욱 많아지고, 지역이 더 넓어진다. 전통적인 채널의 형태는 PC방, 신문 판매장, 노점(책), 소프트웨어 전문점 등 IT유형, 통신 유형 제품의 소매 판매망을 포함한다. 소비제품 소매 채널의 빠른 발전에 따라, 대형 슈퍼, 편의점도 온라인게임의 판매 채널이 되고, 온라인게임 판매 구역이 더욱 확장되고 지역침투에 유리해진다.

핸드폰, 은행카드 결제 수단이 일반화됨에 따라 중요한 판매 채널이 된다. 핸드폰, 은행카드 지불방식의 편리성은 이미 많은 사용자에게 인식되어 있고, 이 방식의 일반화 또는 안정성에 대한 인식 제고에 따라 많은 발전이 있을 것이다. 핸드폰, 은행카드 지불방식의 일반적인 응용은 당연히 판매 채널의 넓은 변천을 촉진할 것이다.

중국의 온라인게임 시장의 촉진요인과 장애요인

촉진요인

■ 고속 발전하는 하드웨어 설비 기반 구비

컴퓨터라는 이 최신의 정보 틀이 중국에 도입된 것은 역사가 매우 짧고, 특히 개인 컴퓨터가 가정까지 보급된 지는 7, 8년 밖에 되지 않는다. 최초의 애플 컴퓨터로 부터, 팬티엄 I에서 현재의 팬티엄4 CPU를 핵심으로 하는 가정용 컴퓨터 및 노트북의 광범위한 사용은 중국 정보화시대의 도래를 뜻한다. 인터넷은 정보시대의 대표성 산물로 날로 증가하는

컴퓨터를 연결시킬 것이다. 사람들이 구하려는 정보와 속도에 대한 요구가 높을수록, 이것은 게임 사용자의 네트워크 속도와 품질에 대한 요구도 포함된 것으로, 네트워크 하드웨어의 끊임없는 업그레이드, 갱신이 요구된다. 현재 네트워크 기술은 이미 광대역 망의 보급응용까지 발전하였으며, 이는 온라인게임에 하나의 특정한 토양을 제공하는 것이며 또한 게임 사이트에 우수한 하드웨어조건을 갖추게 한다.

■ 광대한 사용자 군 보유.

IDC ICMM8.3의 데이터에 근거하면, 2003년 중국 인터넷 사용자수가 6830만 명에 이르고, 2007년까지 중국인터넷 사용자가 1.42억에, 2002-2006년의 년 복합 증가율 CAGR이 24.0%에 도달할 것이라 하였다. 즉, 2007년, 중국의 10%의 인구가 인터넷사용자가 될 것이다.

■ 진입장벽이 높고, 경쟁이 상대적으로 적음.

온라인게임은 몇 년간의 발전을 거쳐 차차 하나의 산업으로 발전하였고, 인터넷산업과 많은 캐피탈 회사의 주목을 받고 있다. 온라인게임은 주목을 받는 대상이 됨과 동시에 시장 진입벽은 이미 크게 높아졌다. 중국의 많은 게임회사는 발전 초기에 몇몇 사람들이 조직하여 조금씩 발전한 것으로, Ourgame이 대표적인 예이다. 단, 현재의 시장환경으로 보아 이런 발전 방법은 점차 줄어들고, 성공할 수 있는 기회도 더욱 더 적어진다.

온라인게임은 중국에서 점차 발전하고 있고, 이 산업 내 회사수도 이미 백개를 넘는 수준에 달하였다. 하지만 이 회사들 가운데 실제 온라인게임 시장에서 활동하고 있는 회사는 20개 정도로 시장 경쟁이 상대적으로 낮다. 온라인게임 시장의 지속적인 발전 및 해외 게임회사와 자금의 지속적인 몰입으로 중국 온라인게임 시장의 경쟁환경은 점차 치열해질 것이다. 다른 각도에서 보면 경쟁이 비교적 적고, 해외회사가 계속 몰입하는 시장환경 하에서 만약 경영 포지셔닝만 정확히 한다면, 온라인게임회사는 급속한 발전을 도모할 수 있는 기회가 있을 것이다.

■ 광대역 서비스 모델에 접근하여 발전방향에 부합

광대역 서비스 모델에 따라 데이터 흐름량이 네트워크 대역의 제한을 받던 것이 대대적으로 감소되었고, 사용자는 더욱 편리하고 신속한 서비스를 즐길 수 있게 하는 것이 온라인 게임발전의 한 방향이다.

예를 들면 keleba.com 게임사이트는 “협대역에 입각, 광대역 지향”과 “브라우저 응용 프로그래밍”의 Fancy-Box 사이버현실 상호연동 멀티미디어 개방 플랫폼을 개발하였다. 자체 개발한 온라인게임, 클라이언트를 직접 IE 브라우저를 통하여 실행하며, 클라이언트 소프트웨어의 다운로드, 설치, 유지보수, 업그레이드가 불필요하고, 직접 인터넷과 멀티미디어 응용을 지원하여 인터넷 실행환경과 그래픽 상호연동의 요구에 적합하고, 자바와 ActiveX

기술표준에 부합되며, 양호한 멀티 플랫폼 이식성을 구비하며 Microsoft Windows 시리즈와 100% 호환된다.

중국의 온라인게임은 제품개발 플랫폼, 데이터베이스, 개발기술 등 부문의 응용 및 게임제품의 제공방식으로 보아 광대역서비스 모델로 접근하고 있고, 향후의 양성 발전에 비교적 좋은 기반을 마련하고 있다.

■ 인터넷은 더욱 좋은 흑자 모델의 모색이 필요

중국 인터넷의 상업화 운영이 성숙됨에 따라 인터넷경제의 위기는 점차 없어지고, 투자가와 기업가는 모두 적극적으로 인터넷경제의 새로운 돌파구를 찾으면서 유료메일과 인터넷 광고가 생기게 된 것이다. 온라인게임의 아시아 다른 국가들에서의 성공적인 운영은 중국의 많은 투자자에게 믿음을 주었고, 이는 또 온라인게임이 중국에서 짧은 시간 내에 오늘의 “춘추전국시대”식 국면을 형성하게 된 중요한 원인이기도 하다.

■ 중국 통신운영사에서 강력한 지원 제공

하나의 대규모 온라인게임을 운영하는데 있어 통신운영사의 지원이 없으면 안된다. 초기 통신비용은 서버위탁관리 하나만으로도 많은 게임운영사와 사이트들이 하여금 뒷걸음치게 하였다. 이때 통신은 크나 큰 “도량”과 독특한 안목을 가지고, 각 지역의 통신은 다양한 방식으로 게임 개발사, 게임 운영사, 사이트와 협력하여 온라인게임과 게이머들 간에 하나하나의 견실한 다리를 구축하였다.

■ PC방의 중국 각지 보급

PC방의 설립은 과거의 당구와 아케이드의 발전 속도를 초과하였고, 전국적으로 십만 개로 추정되는 PC방이 도시와 농촌에 뿌리내려 중국의 단일 항목으로 산업발전 속도의 신기록을 세웠으며, 온라인게임 게이머들의 분포를 보면 상당한 비율의 게이머들이 중소도시에 있는데 그들은 중국 온라인게임의 신속한 상업화 실현에 주축이다. 그것은 대도시 직장인들에 비해 인터넷에 시간적으로 충족하고, 기꺼이 소비하기 때문으로, 이런 현상들 때문에 “PC게임을 단속하자”는 사회여론이 생기게 된 것이다.

장애 요인

■ 내용은 비슷하고 정보량이 적다.

게임사이트를 자주 검색하여 보면 각 게임 사이트들의 내용은 대동소의하며, 겹겹이만 부분 바뀔 뿐이다. 일부 포털사이트는 모든 요구를 수용하기 위하여 내용을 바꾸는 것도 달가워 하지 않는다. 포털은 종이처럼 얇고 쉽게 구멍이 뚫리기 때문에, 사용자가 계속 남아 있는 시간이 아주 짧아, 더 많은 가치는 더 논할 수도 없다.

우리가 알아낸 것을 보면, 중국의 온라인게임 내용은 아직까지도 너무 단조롭고, 대부분은 RPG형식의 온라인게임이 위주이며, 다른 부분이 가장 많은 것은 게임 배경 스타일에서의 차이일 뿐이다. 특히, 중국 본토화의 온라인게임을 보면, 현재의 무협 온라인게임은 거의 모두가 금융 선생의 무협소설을 배경으로 하였고, 그 외는 삼국지 내용으로 창조성이 부족하다. 해외에서 수입되는 온라인게임은 대부분 한국에서 오고, 천편일률 모두 《Dungeons & Dragons》의 형식이고, 《King of Kings》, 《대법사》, 《드래곤라자》 모두 이런 형식에서 벗어나지 못하였다.

게임유형이 너무 단조롭고, 비슷한 조건 하에서는 제일 먼저 시장에 진입하는 게임이 시장을 선점하게 된다. 이렇게 많은 비슷한 게임들이 잇따라 진출하는 데 모두 일정한 시장 점유를 확보할 수 있을런지? 게임 시장의 용량은 그리 클 수 없으며, 그렇게 많은 게임을 용납할 수도 없다. 각 게임회사의 경험 노하우, 기술의 진보와 회원의 증가로 후자의 시장 진입에 장애를 형성할 것이고, 최종적으로는 소수의 몇 개 회사가 시장을 독점하는 국면이 발생하게 될 것이고, 비슷한 내용의 게임도 2개 혹은 3개 정도만 존재할 것이다. 대만의 한 연구원의 견해를 들어보면, 중국 회사들의 기술과 그래픽기술이 다른 지역에 비해 3년에서 5년 정도 뒤떨어진 현실로 중국의 문화소재를 이용하여 해외시장에 진입하는 것이 중국대만회사의 우이요소이고, 특히 중국 본토시장의 하드웨어건설이 아직 미비한 시기라고 하였다.

대만대우(台大), InterServ(昱泉), 감마니아(游橘子)는 브랜드 이미지, 게임 창조성, 멀티 플랫폼능력과 업무경험 부문의 우위를 가진 회사이고, 화의소프트(方块软件), 제삼파(第三波), 지관(智冠) 등의 회사에 비해 더욱 큰 뒷힘과 경쟁력을 가지고 있으며, 이는 미래의 온라인게임 시장에서 가장 강한 도전자가 될 것이며, 중국의 게임회사가 만약 금후의 온라인게임 시장에서 성과를 내려면 적어도 게임의 내용 선택에 노력을 기울여야 한다.

■ Contents Upgrade가 느리다.

온라인게임에 대한 검색결과를 보면, 현재 시장에는 개인사이트를 포함한 많은 게임회사 사이트가 존재한다. 일부 온라인게임 사이트는 주요 업무에만 집중하고, 오래된 내용을 가벼이 여겨 Upgrade하지 않고, 삭제도 하지 않아, Link 연결이 되지 않아 많은 불편함을 초래한다.

Contents Upgrade 속도가 느린 주요 이유는 이런 게임사들의 경영능력이 충분하지 못하기 때문이다. 인력규모, 기술능력 및 자금면에서 모두 비교적 부족하다. 이러한 면으로 볼 때 현재 온라인게임 시장의 진입은 어느 정도 높이의 장벽을 갖지고 있다. 온라인게임의 경영은 상당한 자금력이 보장되어야 한다.

■ 해외 경쟁대상의 압력에 직면하였다.

발전단계 중 현재 위치는 해외 온라인게임의 발전이 이미 기본적으로 성숙된 단계이다. 사용자 규모가 거대하고, 산업의 가치사슬이 비교적 완벽화되었으며, 전문화 분업이 비교적 뚜렷하고, 기술수준과 디자인 개념이 비교적 높으며, 장시간의 업무경험 등의 모든 부문에서 중국 온라인게임 경영의 수준을 앞서고 있다. 중국의 온라인게임시장의 거대한 잠재력을 인식한 유럽, 미국 또는 일본, 한국, 대만의 온라인게임이 대량으로 중국으로 진입되고 있다. 이런 회사의 온라인게임 제품은 필연코 일부분의 시장을 점유할 것이다. 특히 중국 온라인 게임 발전 초기에 해외의 게임제품은 중국업체에게 여지를 남기지 않았고, 중국의 온라인게임회사에 큰 압력을 줄 것이다.

중국의 온라인게임회사의 생존과 연속적인 발전 능력의 향상은 반드시 해결해야 할 문제이다. 업계에서 이에 대해 심각하게 인식하는 외에도 온라인게임의 주변에 있는 통신운영사와 관련 정부기구에서도 상응한 방식을 취하여 중국 온라인 게임산업의 발전을 지지해야 한다.

■ 온라인게임 회사의 규모가 비교적 작다.

중국 내 온라인게임회사의 인력규모는 50명에서 100명 정도로 규모가 비교적 적다. 이것은 연구개발력이 비교적 빈약하고, 관리수준이 상대적으로 낮으며, 인력 간 업무분담이 분명치 않고, 전문성이 떨어지는 등의 영향을 조성한다. 이런 수준은 미국, 일본에 비해 10년 정도 뒤떨어져 있다. 일본 SEGA는 1007명의 직원이 있고, 11개의 반 독립적인 게임개발 스튜디오가 있는 전 세계 최대의 독립 게임소프트웨어 개발업체중의 하나이다. 이밖에도 일본의 NAMCO 온라인 게임회사는 제품개발부서에만 600명 규모를 가지고 있고, 명확한 전문화 분담이 되어 있다.

■ 충족한 자금지원이 부족하다

회사규모가 비교적 작기 때문에 직원의 능력 또는 제품에 대한 시장 추진력이 어느 정도 제한을 받으며, 충족한 사용자 집단을 얻기가 어려워, 경영의 규모화를 이루기 힘들다. 이런 상황에서 수익창조 능력은 필연코 영향을 받게 된다. 동시에 중국의 광대역 임대비용은 이런 미미한 수입으로 감당하기 어려운 또 하나의 부담이 된다.

비록 중국의 온라인게임시장이 성숙단계로 발전하고 있다지만, 경영환경은 예기했던 것처럼 이상적이지 못하다. 정부차원에서 온라인게임에 더욱 많은 지원을 주지 못하였고, 사회여론의 압력도 온라인게임 경영자들에게 일정한 심리적 부담감을 주었다. 동시에 비록 온라인게임 사용자들이 많다지만, 해적판과 무료 환경에 익숙한 소비자들이 유료 온라인게임을 받아 들이려면 일정한 시간에 걸친 소비관념의 변화가 필요하다. 현재 온라인게임시장에 대한 자금투입은 많은 경우 시험과 모색이다. 대량의 자금투입은 시장환경 개선이 필요하며 참여자와의 공동 양성이 필요하다.

■ 종합적인 개발과 경영능력이 떨어진다.

중국 온라인게임의 발전역사는 해외보다 짧고, 발전 환경 역시 부족하다. 해외의 온라인 게임이 기본적으로 성숙되었을 때 비로서 중국의 온라인게임 산업이 성장하기 시작하였고, 자금과 경력이 풍부한 온라인게임 종사자들이 부족하다. 이 시기 국외의 온라인게임회사와 게임제품은 이미 중국에 진입하기 시작하였다. 이때 중국시장에 진입한 온라인게임은 대부분 시장을 선점하고, 중국의 온라인게임에게 남겨놓은 발전공간이 비교적 작기 때문에 중국의 경영자에게 경험상 축적과 회사의 전체 발전속도가 불리하게 되었다.

중국 내 온라인게임 회사들은 대부분이 소프트웨어산업에서 비롯된 것으로, 온라인게임에 대한 경험이 부족하고, 온라인게임 시장에 대한 충분한 이해가 부족하여 게임제품의 연 개발과 제품 보급 등의 면에서 종합적인 전문적인 능력이 부족하고, 해외 게임제품을 대리하거나 혹은 해외제품의 표현 형식과 보급을 참고하여 경험을 축적하는 경우가 많아 비교적 선명한 모방 흔적이 있다.

중국 온라인게임 종사자들은 종합적인 개발과 경영능력 면에서의 전면적인 제고가 필요하다. 많은 해외의 온라인게임 회사의 충격에 대응하고, 시장경쟁 중에서 일정한 위치를 차지하여 중국의 온라인게임의 양성발전을 촉진시켜야 한다.

■ 정부의 중복관리

현재 중국 온라인게임 산업은 빠른 발전단계에 있고, 국가에서도 이것을 산업의 각도에서 지원하려 하지만, 현재 통일적인 관리기구가 없고, 중복관리의 상태이다. 신문출판총서, 문화부, 신식 산업부, 공상부문,公安부문 등에서 서로 다른 정도로 온라인게임 산업을 관리하고 있어, 온라인게임 산업의 건강한 발전에 어느 정도 장애요인으로 작용한다.

중국의 온라인게임 시장경쟁 분석

시장의 총체적 경쟁 구조

현재 중국의 소프트웨어 시장은 무단복제라는 문제 때문에, 대부분 업체의 목표는 온라인게임 시장의 전반적인 경쟁 구조에서 온라인게임을 운영하는 것으로, 이것은 온라인게임이 거대한 고객을 기반으로 가지고 있으며, '시간이 돈'이라는 표현이 가장 잘 어울리는 부분이기 때문이다.

전반적인 시장의 경쟁 구조 중에는 아래 4개 부분을 포함한다.

■ 단순한 온라인게임 운영업체

이들은 SHANDA(盛大), THE9(九城), OPTISP(广通) 등과 같은 회사로 시장의 주요 참여자이며, 현재 온라인게임시장의 핵심이다.

■ 주요 포털 사이트

이들은 SINA, SOHU, NETEASE 등과 같은 회사로 시장의 참여자 및 관망자들이다. NETEASE가 운영모델 및 기타 업무로 인하여 온라인게임시장에서 양호한 실적을 나타내는 외에 다른 회사들의 실적은 아주 일반적인 수준에 머물고 있다. 단, 이런 주요 포털 사이트의 종합적인 능력이 강하기 때문에 향후 시장경쟁에서 무시할 수 없는 역량이다.

■ 통신 운영사

통신 운영사는 시장의 지원자이면서 또 일부는 시장의 참여자와 관망자이다. 일부 통신 운영사들은 통신 서비스만을 통한 수입에 만족하지 않고, 다른 정도로 온라인게임 운영시장에 참여하고 있다. 예를 들어 온라인게임을 직접 운영하거나 혹은 기타 온라인게임 운영업체에 대한 지분 참여 등이다. 네트워크와 광대역 자원이 통신 운영사의 기본 수입원이지만, 다른 면에서는 열세에 놓여 있다.

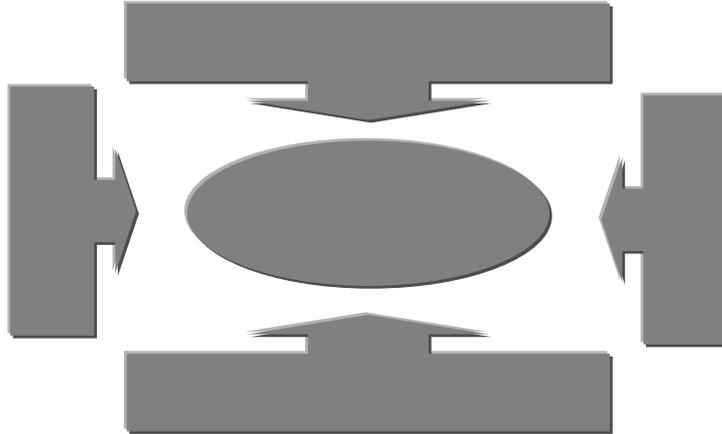
■ 게임 플랫폼 및 소프트웨어 공급업체

해당 업체는 주로 시장의 보조 참여자와 관망자이며, 외자기업 위주이다. 예를 들면 한국회사, 일본회사, 유럽, 미국 회사 등으로 주로 기술과 자금의 우위를 가지고 있지만, 채널 우위가 없기 때문에 일반적으로 주요 게임운영사들과 합작한다. 여기에서 두 가지 부분에 대한 설명이 필요하다. 하나는 SONY의 PS2 및 MICROSOFT의 X-box 모두가 중국시장에 진출하기 때문에, 중국의 온라인게임시장에 어느 정도 충격을 주고, 이 충격에는 고객의 분류(分流)가 중점적으로 포함될 것이다. 다른 하나는 KINGSOFT, SHANDA, NETEASE 등과 같은 중국회사로 자체 저작권을 가진 게임을 개발하고 있으며, 해당 게임은 중국 전통 문화와 매우 긴밀히 연관되어 있어서 중국 고객에 대한 흡인력은 크지만, 게임의 성숙도, 복잡

성, 흡인력 등은 시련을 겪어야 할 것 이다.

FIGURE 21

온라인게임시장의 총체적 경쟁구성



Source: IDC, 2003.12

중국의 주요 온라인게임 운영업체 기본상황

이번 40개 온라인게임 운영업체에 대한 연구에 기반하여 아래의 연구 결과가 나타남.

■ 회사 형태 및 임직원 수

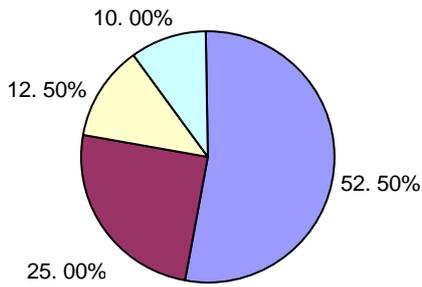
게임 운영사의 기업 형태 중, 주식제 기업형의 기업이 가장 많은 비율을 차지하여 40개 업체 중에 21개 업체가 주식제 회사로 전체의 52.5%를 차지한다. 그 다음으로는 외자회사와 사영 회사로 각각 전체의 25.0%, 12.5%를 차지한다.

외자성격 기업 중에서 대부분은 대만의 독자기업이다.

게임 운영업체의 임직원 수는 전체 회사의 57.5%에 달하는 회사가 100명 이하이고, 임직원수가 101~249명과 250명 이상 임직원을 보유한 회사가 많아서 각각 전체의 20.0%와 22.5%를 차지한다. 이를 보아 주요 온라인게임 운영업체가 중소기업(SBM)임을 알 수 있다.

FIGURE 22

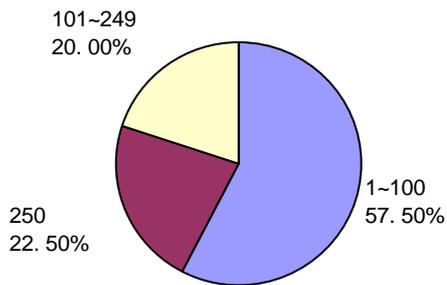
온라인게임 운영업체의 기업 형태의 분포



Source: IDC, 2003.12

FIGURE 23

온라인게임 운영업체의 임직원 현황



Source: IDC, 2003.12

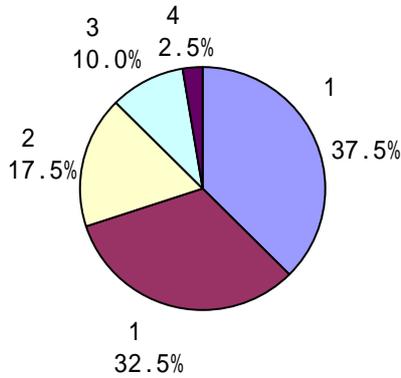
■ 온라인게임 경영 기간 및 2002년 PP카드 매출상황

전체 운영업체 70% 회사들의 게임 경영 기간은 2년 이내로, 이는 2002년이 중국 온라인게임 발전속도가 제가장 빠른 한 해였음을 설명한다.

2002년 매출액에서, 77.5%에 달하는 회사의 연간 매출액이 500만RMB 이하이다. 그 주요 원인은 50%에 달하는 운영업체가 2002년에 게임 무료 테스트 단계에 있었고, 이 외에 유료 운영을 시작한 운영사들의 판매실적이 별로 좋지 않은 것으로, 그것은 주로 온라인 게임의 중국진출 시간이 짧고 취약한 기술력, 부족한 시장경험과 게이머들의 연령 층이 낮아, 경제적인 능력이 없어 무료게임만 선호하고 유료게임에 대한 소비를 원하지 않은 등 원인으로 인한 것이다.

FIGURE 24

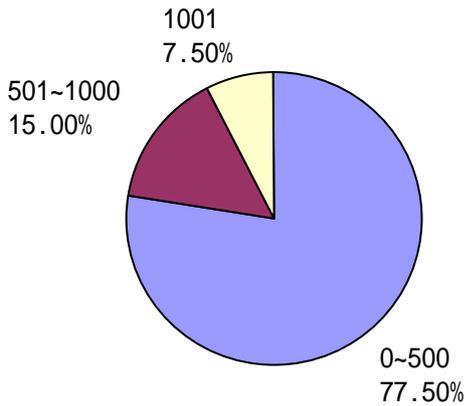
온라인게임 운영 기간 - 2003년 12월 마감



Source: IDC, 2003.12

FIGURE 25

2002년 온라인게임 판매 현황



Source: IDC, 2003.12

■ 온라인게임의 운영 서버의 수량 및 조작 시스템

40개 온라인게임 운영업체의 평균 서버 보유량은 업체 당 400대이고, IA구조 서버가 거의 100%에 달한다.

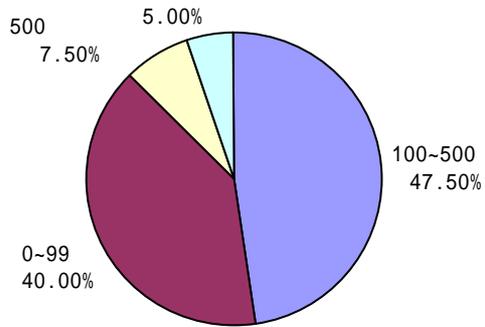
2개 게임 운영업체의 서버는 통신 운영사에서 제공하고 있다.

500대 이상 서버를 보유하고 있는 게임 운영업체는 7.5%를 차지한다.

네트워크 OS는 전체 서버 중의 70%가 WINDOWS NT/2000 SERVER를 사용하고 있고, 전체 서버의 27.5%가 LINUX를 사용하고 있다.

FIGURE 26

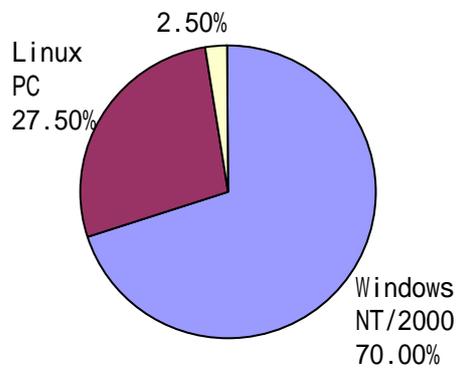
온라인게임 운영 서버 수량



Source: IDC, 2003.12

FIGURE 27

서버 OS 상황



Source: IDC, 2003.12

■ 서버 구축 지점

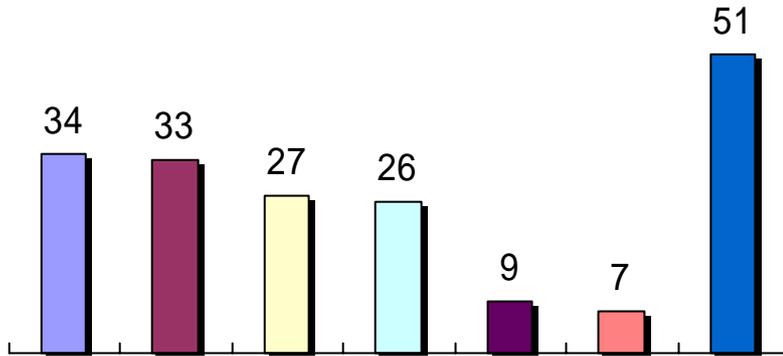
40개 게임 운영업체의 서버 구축 지점이 전국 25개 도시에 분포되어 있다.

상해, 북경, 광주, 성도는 게임 운영업체에서 우선 선택하는 도시로 65% 이상의 게임 운영업체가 상기 4개 도시에 게임 서버를 구축하였다.

중경, 심양은 게임 서버 구축에 있어 2급 도시이다.

FIGURE 28

중국 각 주요 도시에 서버를 구축한 운영업체 수량



Source: IDC, 2003.12

중국의 온라인게임 발전의 우위 요소

■ 사용자 기반이 방대하다.

하나의 산업은 여러 면의 각종 요소들의 영향을 받게 되므로, 중국 온라인게임시장에 직접적인 영향을 주는 요소를 통하여 중국 온라인게임시장의 거대한 잠재력을 볼 수 있다. IDC 연구 정의 중에서 온라인게임 고객은 반드시 인터넷 사용자이기 때문에 인터넷 사용자의 발전은 온라인게임 고객의 증가에 직접적인 영향을 주게 된다.

IDC ICMM 8.3의 데이터에 근거하면, 2003년 중국의 인터넷사용자수는 6830만명에 달하고, 2007년 중국의 인터넷사용자수는 1.42억에 이르고, 2002-2006년의 년 복합증가율 CAGR은 24.0%에 달할 것이라고 하였다. 즉 2007년에 중국은 10분의 1의 인구가 인터넷 사용자가 되는 것이다.

이외에 중국의 PC의 보유량은 이미 4000만대를 초과하였고, 네티즌들이 온라인게임에 대한 등록 정도가 날로 상승하고 있다.

■ 광대역의 응용 및 보급

점점 더 많은 아파트단지에서 광대역 접속이 가능해지고, 중국통신에서 출시한 ADSL 우대정책으로 인터넷접속 속도가 더 이상 문제가 되지 않게 되었으며, 데이터를 보면, 2003년에 중국은 1000만 광대역 사용자를 보유하게 되고, 이들은 직접 온라인게임의 생력군(신예부대)을 형성한다.

■ 정보기술 산업의 발전으로 게임산업은 이미 예열

신식산업부의 데이터에 의하면, 최근 10년 간 중국의 전자정보 제품 제조업은 GDP 성장속도 3배의 속도로 고속 발전하고 있으며, 국민경제와 사회발전에 거대한 기여를 하였다. 2002년 중국 전자 정보산업의 생산액은 1.6만 억 RMB를 돌파하여, 국민경제의 제1 주축산업 지위를 계속 유지하고 있다.

상해, 북경, 사천, 절강을 중심으로 하는 온라인게임의 발전 고지가 이미 형성되었고, 이 지역에 산업 내 기업들과 소비시장이 집중되어 있으며, 정책관리 환경이 날로 규범화되고, 관련 교육이 왕성한 발전을 하고 있다. 상해 지역을 예로 들면 SHANDA, THE9, SINA, NETEASE는 모두 운영업체의 핵심을 상해에 두었고, 복단대학, 교통대학은 온라인게임 연구개발 전문 교육과정 혹은 학과를 개설하였다.

■ 민족의 문화를 발전시키고, 문화산업의 신장조를 촉진

게임산업은 문화산업의 한 부분으로써 자체적으로 발전하는 동시에 다른 문화산업 발전을 이끌었으며, 또한 다른 문화산업과 원활한 호환성을 가지고 있다. 게임은 애니메이션 산업을 이끌었을 뿐 만아니라 뮤직, 영화, 카툰으로 신속히 전환되었다. 예를 들면, 유명한 게임 《TOMB RAIDER 2》는 할리우드에 의해 영화로 제작 되었고, 《LORD OF THE RINGS》은 영화촬영과 동시에 온라인게임 제작을 진행하고 있다. 현재 열풍을 일으키는 《HARRY POTTER》는 소설, 영화, 게임의 전방위로 진행되고 있다.

온라인게임 시장의 위험

중국의 온라인게임산업의 발전에는 주로 제품, 회사, 시장 3개 부문의 위험이 존재한다.

■ 제품

게임 연구 개발력이 상대적으로 뒤떨어진다. 온라인게임의 연구 개발능력의 부족은 게임 제작수준이 게임 시나리오, 규칙과 그래픽 요구에 미치지 못하게 하며, 이는 게임개발 혹은 경영에서의 실패 위험을 조성한다.

게임 품질이 낮다. 이것은 온라인게임의 고속발전을 저해하는 중요한 원인이다. 저품질의 게임 내용은 주로 창조성이 떨어지고, 온라인게임 특징이 부족한 게임내용을 가리킨다. 주요 표현으로는 이야기 줄거리가 비슷하고, 게임방법이 PC게임과 비슷한 내용을 접목시키는 것과 멀티미디어 정도가 높지 않는 것이다.

불안정한 서비스 플랫폼 문제. 온라인게임 개발업체가 게임의 연구개발 과정 중에 어느

한가지의 게임 플랫폼을 선택하여야 하는데, 향후 어느 시기가 되면 시장은 업체로 하여금 다른 종류의 게임 플랫폼으로의 교체를 요구할 위험이 있다.

■ 회사

동질화 경쟁 위험: 기업이 체계적인 핵심 경쟁력을 구비하지 못한 상황에서 동 업계의 유사 제품 개발, 유사 마케팅으로 생기는 위험을 말한다.

불명확한 경영모델: 온라인게임회사가 비즈니스 모델의 설계 및 묘사 과정에 묘사가 불명확하고 개념이 모호하며 논리관계가 부정확 하거나 혹은 연관성 부족으로 인하여 회사에 위험을 끼친다.

회사관리 위험: 온라인게임회사의 경영 과정 중에서 나타난 각종 관리상의 문제점으로 하여 회사경영에 위협성을 주는 위험이다.

■ 마케팅

국가정책, 사회여론 위험: 게임은 현재까지 중국 국내에서는 어린이들이 즐기는 것으로 인식되어 사람들의 중시를 받지 못하였다. 최근 온라인게임은 국내에서 엄청난 발전을 하였지만, 발전 과정 중 일련의 문제점도 안고 있다. 예를 들면 일부 청소년들이 온라인게임에 깊이 빠져 사회문제를 유발하는 등으로 사회에 어느 정도 부정적인 영향을 조성하였다. 최근에 발표된 'PC방 관리조례' 중에는 청소년들의 PC방 등 인터넷 영업장소 출입을 금지한다고 되어 있다.

비정당한 시장경쟁: 주로 무단복제 행위를 가리키며, 이에는 이미지 및 관련 제품 판매에서의 가장(허위)행위를 포함된다.

주요 표현으로는: **암호 도용**, 온라인게임은 해적판 문제를 원천적으로 해결하였지만, 이로 인하여 발생하는 또 다른 문제점은 암호를 도용하여 회사에 큰 영향을 준다. **이미지 제품의 가장**. 이것은 주로 온라인게임 회사가 제품의 다차원 경영 중에 발생된다. 예를 들면, QQ에서 이미지 완구를 출시한 후, 시장에 대량의 가짜 제품이 출현하였다. 이는 회사의 수입, 수익 및 이미지에 영향을 끼치게 된다.

민족 온라인게임 산업의 위축: 현재 국내 온라인게임이 외국 제품의 충격을 받는 상황은 영화, 동영상, 만화 등의 업계 상황과 유사하다. 이것은 상당히 긴 시간동안 이와 같은 상황이 바뀔 가능성이 적을 것으로 예측되는데, 이는 민족 온라인게임 산업의 위축을 유발하게 된다. 한국 게임이 중국 온라인게임 시장을 대거 점령하고 있고, 온라인게임을 자체 개발하는 국내 업체가 극히 적으며, 유럽 미국의 게임이 중국 대리업체의 현지화를 통하여 시장을 대량 점령하는 것에서 보여진다.

중국 온라인게임시장에 존재하는 문제점

완벽한 관리정책 체계가 없으며 정책제정은 모색 단계에 있다. 현재 관련 정부기관 즉 신문출판서, 문화부, 신식산업부 등 기관에서는 ‘인터넷 콘텐츠 출판’, ‘인터넷 접속 영업장소’ 등과 관련된 정책규정을 발표하였고 그 대부분이 임시규정이다. 또한 프리 서버, 핵 프로그램, 사이버 재산 등에 연관된 관리에는 필요한 경험과 관리 및 지도 규정이 부족한 상황이다.

현재까지 설립된 온라인게임 관련 조직의 대부분은 온라인게임 운영업체의 추진으로 설립된 것이며, 기능적인 행사 면에서 초급 단계에 있으며 아직 게임업계 기업에 대한 효과적 관리, 지도 등 체계적 기능이 형성되지 않은 실정이다.

연령층과 수입은 어느 정도 선형관계를 가진다. 중국의 게이머 연령층은 극히 어린 편이고 소득수준 또한 낮다. 이 부류의 게이머 군체는 학생에 속하며 자제력이 약한 편이다. 온라인게임에 깊숙이 빠지게 되는 결과 공부에 영향을 주고, 무리 싸움, 절도 등 현상이 수시로 발생되고 있다. 이로 인한 부정적인 여론은 계속 극단적으로 나타났고 또한 사회여론의 저해를 받게 되었다. 현재는 부정적인 면의 여론이 감소되고 있다지만 게이머 연령 층이 어린 현상은 건전한 환경 육성에 불리하다.

■ 핵 프로그램

(1) 핵 프로그램이란?

온라인게임과 PC게임의 최대 차이점은 많은 게이머들이 공동으로 참여할 수 있는 것으로, 공동참여는 경쟁의 매력을 준다. 그렇기 때문에 온라인게임이 게이머를 유혹하는 최대 전제 조건은 전체 게이머들이 공평하고 합리적인 환경에서 경쟁하고, 또한 이에서 쾌락을 얻는 것이다. 핵 프로그램이라 함은 일부 사람들이 자신의 컴퓨터 기술을 이용하여 1개 혹은 여러 개의 온라인게임에 대해 온라인게임 프로그램을 변경하여 제작한 커닝 프로그램이다. 게이머는 핵이란 커닝수단을 이용하여 기타 정상적으로 게임을 하는 게이머들이 얻을 수 없거나 혹은 장시간의 게임 과정을 거쳐야만 얻을 수 있는 게임성과를 쉽게 가질 수 있다. 핵 프로그램에는 여러 가지 방식이 있다. 예를 들면 RPG게임 중에서 핵을 사용한 게이머는 정상 게이머에 비해 달리기 속도가 빠르고, 공격 위력이 크며, 더 많은 게임도구를 얻을 수 있는 등이다. 이는 게임자체와 정상적으로 게임을 하는 모범 게이머에게 극심한 영향을 준다.

(2) 핵 프로그램의 전파수단

핵 프로그램의 제작자는 대부분 일정한 방식을 통해 핵을 판매하고 있으며, 그 수단은 아래와 같다.

인터넷 상에서 무료로 다운로드를 제공한다. 이 방식을 이용하여 전파되는 핵은 극히 드물다. 대부분 핵 전파자는 핵 전파를 통해 불법적으로 금전을 얻기 위한 것이다.

웹 페이지를 통하여 송금방식을 알려주고 수금 후에 이 메일을 통해 프로그램을 발송한다. 많은 핵 제작자는 자신의 송금방식을 웹 페이지로 제작하고, 어느 정도 소개성이 있는 문자를 인터넷에 조합한 다음 각 대형 포털 사이트 혹은 기타 관련 사이트의 게시판에 해당 웹 페이지를 링크시켜 웹 페이지에 기재된 송금방식을 통해 고객의 대금을 수취한다. 이 방식은 고객에게 주는 위험이 적고, 전파속도가 빠르기 때문에 대부분 핵 핵 전파자는 이 방식을 사용한다.

중앙 인증 서버를 설치하고 각 지역에 도매업체를 발전시키는 형식을 통해 핵을 판매한다. 이 핵 전파방식은 전통적인 게임판매 채널과 같은 것으로, 일단 전파되면 극심한 피해를 가져온다. 대량의 인력, 물력이 소요되기에 적은 핵 프로그램만 이 방식을 채택한다.

(3) 정상적인 운영에 대한 핵 프로그램의 파괴성

핵 프로그램은 게임 프로그램 개발자 외의 제3자가 제작하며, 해당 프로그램에 대한 수정은 게임 데이터를 파괴하게 된다. 수정된 파괴성 데이터는 게임실행에 에러를 일으키고, 극심한 경우 게임 서버의 중요한 데이터를 손상, 분실하게 한다.

핵은 게임 균형성을 파괴하고, 게임수명을 단축시켜 고객 유실을 유발한다. 핵은 게임의 합리적인 설정을 무용지물로 만든다. 온라인게임은 일종의 사이버 사회 개념을 제창하기 때문에 어느 한 게임의 고객흡인 여부의 핵심은 게임 변수설정의 합리성 여부이다. 게임개발 과정에서 대부분 변수의 균형성을 감안하여 개발하며, 핵은 게임변수의 균형을 파괴하여 핵 소유자로 하여금 커닝형식을 통해 정상 게이머가 장시간 프로그램 운영을 거쳐 가질 수 있는 게임 등급에 도달하게 하며, 이는 게임성에 극심한 손해를 가져오는 동시에 게임수명을 단축시킨다. 또한 이런 불균형성은 기타 게이머들의 정상적인 게임 행위를 교란하여 많은 게이머들이 해당 게임을 떠나는 현상을 초래한다.

서버의 부하력을 감소시켜 서버, CALL-CENTER 등 하드웨어의 대량 추가 투입을 유발하며, 고객 서비스 압력을 증대시킨다. 핵은 또한 게임속도의 완만, 데이터 에러, 서비스에 대한 부하를 증가시킨다. 게임 운영업체에게 서버 부하의 증대로 인한 설비원가 증가시킨다. 동시에 핵이 고객에게 끼친 손해로 고객이 게임 운영업체에게 관련 문제점 해결을 요구하는 현상을 유발하게 되며, 운영업체의 고객 서비스 압력이 증대되고 CALL-CENTER에 대한 요구도 상대적으로 증가된다.

정보망 보안에 영향을 조성한다. 핵 프로그램은 게임 개발업체가 아닌 자가 제작한 것으로, 해당 콘텐츠는 그 어떤 심사허가나 안전보증을 거치지 않았다. 많은 핵 제작자는 핵

프로그램 중에 트로이 목마 등 바이러스 프로그램을 설치하여 고객의 컴퓨터 정보자료(고객 인터넷 접속 자료 및 게임등록 자료 등)를 전문 절취한다.

고객에게 피해를 끼친다. 고객의 판단능력 부족으로 하여 일부 핵의 허위홍보에 매혹되어 고가로 구매하며, 결국 사기 당하지 않으면 자신의 컴퓨터에 바이러스가 침입하거나, 홍보에서 말한 어떤 효과도 볼 수 없게 된다.

전반적인 산업 및 사회의 안정에 영향을 끼친다. 게임 운영업체가 많은 물력과 재력을 투입하여 핵 프로그램의 타격에 주력하기 때문에 운영능력 및 개발기술의 제고에 전력할 수 없게 되고, 전반적인 산업의 기술개발력은 장기적 발전을 가져올 수 없게 된다. 핵으로 하여 고객의 손해 및 신고를 유발하고 이는 또한 고객 군체의 안정에 영향을 끼친다. 소비자 협회 및 공안기관의 소식에 따르면, 핵으로 인한 컴퓨터 정보절취 분쟁이 날로 증가되고 있어 사회안정에 영향을 끼치는 요소가 되었다.

■ 프리서버

(1) 프리서버란?

프리서버는 서버단의 설치 프로그램의 누설로 인하여, 불법자가 라이선싱을 거치지 않은 상황에서 사사로이 서버를 설치하여 게이머들에게 온라인게임 서비스를 제공하는 것이다. 현재 중국의 프리서버 상황은 극심하다. 《미르(傳奇)》 서버단 설치 프로그램의 수차에 걸친 누설로 하여 프리서버가 보편화되었고 《미르 3》, 《유》 등 게임도 프리서버가 출현하였으며, 이것은 일시적으로 효과적인 제어가 어렵고, 각 지방에서의 프리서버 설치현상은 더 한층 심해 가고 있는 추세이다.

온라인게임 시장이 고속 발전함에 따라서 ‘프리서버’의 설치를 돈벌이 수단으로 생각하는 자들이 많고, ‘프리서버’가 일종의 상업행위가 되는 동시에 일부 프리서버는 회사형식으로 운영되어 판매에서 시장까지 광범위하다. 이는 온라인게임 시대의 도발적인 불법복제를 형성하였다. 현재 ‘프리 서버’ 문제는 단순한 일부 프리 서버업체가 이익을 챙기는 행위가 아니라, 점차 암거래 연맹을 형성하여, 전국적인 마케팅 운영방식을 채택하여 더 많은 이익을 얻으려고 시도하고 있다.

(2) 불법복제 프로그램을 이용한 온라인게임 불법경영의 피해

① 온라인게임 운영업체 및 고객에게 주는 거대한 손실

온라인게임 운영업체는 판권 소유자로부터 게임의 독점 경영권을 취득하나, 현재 나타난 대량의 프리서버 설치행위는 게임의 정상 운영에 극심한 영향을 주고, 온라인게임 운영업체에 직접적인 경제 손실을 가져다 준 외에도 가능할 수 없는 제품 신뢰도에 대한 영향을

끼쳤다.

프리 서버에는 완벽한 상업적인 관리가 부족하여, 게임 내에는 대량의 사회 공중도덕, 법률을 위배한 내용들이 범람하고 있으며, 이의 만연은 온라인게임 고객의 건전한 성장과 온라인게임 관리에 극심한 영향을 끼치게 된다.

② 프리서버의 출현은 온라인게임산업 자체에 대한 거대한 재난

온라인게임은 고객의 비용 지불의 습관을 양성하였다. 이는 온라인게임이 전반적인 정보산업 발전에 대한 중대한 기여이지만, 프리서버의 무료 이용방식을 통한 저질 서비스 제공으로 하여 고객의 무료사용 의식을 빠르게 유발하게 된다. 이는 전반적인 산업발전에 대해 큰 재난이라고 할 수 있다.

③ 통신 운영사, 소프트웨어 판매업체, 소프트웨어 개발업체, PC방 등 주변 업체가 받게 될 영향 및 파급

온라인게임은 안정된 가치사슬을 형성하였다. 통신 접속 관련 수입 면에서 질서있게 관리되는 상업화 온라인게임은 통신회사에 거대한 수입을 가져온다. 동시에 온라인게임 발전의 격려와 추진을 위해 각 지방의 통신 ISP업체는 투자에 따른 수익배분 방식으로 온라인 게임에 대량의 설비와 대역폭을 투입하지만, 고객 수의 영향을 받으면 통신운영사들의 수익도 극심한 영향을 받게 된다. 정품 프로그램 판매업체, 소프트웨어 개발업체, 설비 제조업체, PC방 등 일련의 주변 업체들도 같은 문제에 임하고 있다.

본 조사분석 결과, 51.8%의 온라인게임 게이머들은 핵 프로그램을 사용한 경험을 가지고 있으며, 30%의 온라인 게이머들은 프리서버를 사용한 경험을 가지고 있었다.

2003년 10월 24일, 제1회 중국 국제인터넷문화 엑스포 포럼의 좌담회에서 문화부, 공안부, 통신 운영사, 온라인게임 운영업체 및 법률 전문가 들은 현재 중국의 온라인게임시장을 곤경에 처하게 한 ‘프리서버 및 핵’ 현상에 대한 방안을 연구 토론하였다. 좌담회 중에서 문화부 관리는 ‘프리서버, 핵’ 현상에 대해 분명한 입장으로 ‘프리서버와 핵은 온라인게임 산업의 건전한 발전을 파괴하는 바이러스로, 확고히 타격해야 한다.’고 발언하였다. 이는 정부의 감독기관에서 ‘프리서버, 핵’에 대한 타격력을 확대하여, 온라인 사이버 세상의 정상적인 질서보호를 위한 투쟁이 전개될 것을 암시한다.

2003년 12월 18일, 신문출판총서, 신식산업부, 국가공상행정관리국, 국가판권국, ‘음란물 및 불법 출판물 소탕’ 팀 판공실과 공동으로 《‘프리서버, 핵’에 대한 전문 처리관리를 할 데 관한 통지》를 발표하였다. 통지 중에는 전문 처리관리 주요 임무와 사업의 핵심은 ‘프리서버 및 핵’에 불법 관련된 사이트 및 ‘프리서버 및 핵’ 클라이언트 프로그램 CD, 게

임 충전카드의 판매자이고, 법에 의해 관련 책임업체와 개인을 처벌한다고 명확히 밝혔다.
규정위반 CD 복제 업체와 게임카드 가공업체를 추궁 조사하고 법에 의해 처리한다.