



특집

- 상해소프트스타 천옌호우 부총경리 인터뷰

CHINA GAME NEWS

- 시장규모 6억, 모바일게임 폭발 단계로 진입
- 온라인게임 방송금지
- 저우청(九城, 구성), 중국산게임 본격 운영
- 소니PS게임기, 판매량 1억대로 최고기록
- 온라인게임은 중국 소프트웨어산업의 새로운 성장점
- 왕이(网易, 망역), 1/4분기 온라인게임수익 1억 위안에 달해

GAME 소개

- 룽야오 (荣耀, 영요)

GAME 관련 기관

- 바오더왕뤄(宝德网络)

법률과 정책

- 신문출판총서(新闻出版总署音像电子) : 온라인게임 관리를 규범화
- <인터넷 온라인 게임출판 관리법(互联网游戏出版管理办法)> 6월에 출시



상해소프트스타 천안호우 부총경리 인터뷰

현재 중국 이동통신과 협력 계약을 체결한 콘텐츠 제공업체는 400여개로 지난해에 비해 통신량은 10배가량 증가했다. 각 대형 사이트의 총 매출에서 핸드폰 다운로드와 같은 비 광고 수입이 차지하는 비중은 계속 증가하여, 일부 유명 사이트의 경우 전체 매출의 40% 가까이 차지한다. "인터넷 + 핸드폰" 모델은 각 강자끼리의 연합으로, 인터넷 사이트의 풍부한 메시지 내용은 핸드폰 메시지 시장의 확대속도를 가속화시키고, 핸드폰 다운로드 콘텐츠를 풍부하게 만들어, 모바일사업 발전을 이끌었다. 또한 모바일게임도 차차 사람들에게 익숙해졌다. 이번 인터뷰는 모바일게임인 RICH MAN(大富翁), 선검기협전(仙剑奇侠传)시리즈 등 우수한 작품을 개발한 상해소프트스타(上海网星)망락과기 상해 지사의 천안호우(陈彦豪) 부총경리와 이루어졌다.

1. 회사소개를 간단히 해주시기 바랍니다.

상해 소프트스타와 북경 소프트스타는 어떤 관계인지요?

소프트스타 상해 지사는 전문적으로 국내 핸드폰사용자들에게 각종 모바일 부가 서비스를 제공하는 정보서비스 업체입니다. 본사인 소프트스타SQUARE망락과기(북경) 유한회사는 온라인게임 운영을 주 사업으로 하는 외자기업입니다. 2002년 초부터 온라인게임 클로즈게이트(魔力宝贝)를 성공적으로 운영하여 최근 몇 년 동안 중국 온라인게임 순위 5위권 이내에 있습니다. 본사는 2001년 11월에 대만의 소프트스타(大宇资讯)와 일본 SQUAREENIX에서 공동 투자하여 설립하였습니다. 두 회사 모두 게임업계에서는 유명 기업으로서 세계 게임산업에서 큰 영향력을 가지고 있습니다. 2003년 6월 연합하여 상해에 소프트스타 상해지사를 설립하고, 무선인터넷 콘텐츠 개발에 주력해 오고 있습니다.

상해지사는 대만과 일본 본사의 풍부한 기술과 브랜드 효과 등의 지원을 받고 있습니다. 또한 북경 본사가 가지고 있는 방대한 유저와 시장을 배경으로 주로 무선모바일 콘텐츠 개발과 마케팅홍보를 담당합니다. 상해소프트스타는 이런 자원을 활용하여 유저들에게 건전하고 재미있으며, 지력 향상에 유리한 모바일게임과 기타 콘텐츠를 서비스하고 있습니다.

2. 상해 소프트스타(上海网星)는 언제 설립되었으며, 그 발전 상황은?

2003년 게임부문에서 어떤 성과를 이루었으며, 2004년도에는 어떤 변화를 예상하는지?

상해 소프트지사는 2003년 4월부터 정식으로 준비를 하였지만, 사스로 인하여 6월이 되어서야 준비를 끝냈으며, 회사등록 등은 연말에 모두 마쳤습니다. 매우 완벽한 시장조사를 거쳐 충분한 준비를 하고 정식 경영을 시작하였습니다. 일부 제품의 추진과 관련 업무를 포함한 핸드폰의 플랫폼은 2004년 6월에 정식으로 시작할 것입니다.

3. 현재 게임업계의 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각합니까?

게임의 발전 중, 몇 년 전까지만 해도 많은 사람들이 게임사업이 현재처럼 발전하게 되리라고는 생각하지 못했습니다. 시장의 폭발적인 성장은 물론 아직도 계속 확장될 전망이 크기 때문에 많은 업체들이 게임사업에 뛰어들고 있습니다. 전체 게임시장을 보면, 미국, 유럽, 일본과 한국의 게임사업은 이미 알려졌듯이 규범화되고 질서정연하게 시장이 형성되어 안정단계에 있기 때문에 오직 기술적인 면에서만 끊임없는 발전이 요구됩니다. 하지만, 중국의 상황은 이와는 다른 상황으로 무한한 잠재력을 가지고 있으며, 동시에 많은 제약요소들도 존재하고 있습니다. 온라인게임의 발전 추세가 꺾이고, 모바일게임도 발전 속도가 더디어질 것입니다. 그렇기 때문에 가장 큰 문제는 충분한 능력을 가지고 더 큰 시장을 개척하는 동시에 업계내의 질서를 더 규범화해야 한다고 생각합니다.

4. 모바일게임 플랫폼의 경쟁상황(战国)에 대해서는 어떻게 생각하는지?

모든 무선 부가가치 서비스 업체들간의 경쟁은 매우 치열하여, 기술뿐만 아니라 유저, 또한 능력 경쟁도 아주 치열합니다. 2003년 말 까지 중국의 모바일 SP는 약 2,000여개로서, 그 중 "모바일 네트워크(移动网梦)"와 합작한 SP만 해도 600여개입니다. "모바일 네트워크(移动网梦)"에서 제공하는 모바일 QQ, 핸드폰 벨소리와 그림의 다운로드, 모바일게임 등 이런 것들이 모두 무선인터넷의 고전(经典)이 되었습니다.

현재 발전 중인 MMS, WAP(핸드폰 온라인), 컬러 링, 백보함(百宝箱) 등이 놀라운 효과를 낳고 있습니다. 현재 포탈 사이트는 의심의 여지없이 가장 큰 우위를 차지한 SP입니다. 시나(Sina)나 소후(Sohu)는 물론 날로 인기가 높아져가는 TOM, 포탈 사이트의 우위가 무선 부가서비스 발전에 나타나고 있습니다.

포탈 사이트는 풍부한 콘텐츠, 브랜드 우위와 방대한 유저의 수, 그리고 탄탄한 자금을 가지고 합작 파트너 관계 구축이나 신제품의 포장과 홍보 및 자원의 축적 면에서 모두 전문 SP에 비하여 더 큰 여유를 가지고 있습니다. 그러나 소프트스타는 방대한 게임 유저뿐 만아니라 大宇본회사의 회원자원도 있고, 홍보 등의 마케팅 전략으로 끌어들이는 새로운 유저도 있기 때문에 "유저 + 기술+ 능력"으로 앞으로의 발전 상황은 매우 희망적입니다.

5. 미래의 게임시장 중 모바일게임의 지위를 어떻게 보는지?

무선 온라인게임이 직면하게 될 문제는 지속적인 도태로 최종적으로 살아남는 업체는 어느 정도 능력을 보유한 업체가 될 것입니다. 그 중 일부 회사는 단순히 게임관련 업무에만 종사하게 되며, 시나(Sina), 소후(Sohu) 등과는 다를 것입니다. 때문에 많은 게임 회사들은 모바일게임 개발과 무선 부가가치 사업 시작 등 다양한 길로 갈 것입니다.

유럽의 권위 있는 조사연구 자료에 따르면, 모바일게임은 유럽에서 시작하여 5년 이내에 30억 달러의 큰 시장을 갖게 될 것이라고 합니다. 중국에서 핸드폰의 이용이 보편화됨에 따라 2003년 말 중국의 모바일 유저는 2.69억 명에 달해 모바일 보급률이 20%를 초월하여 세계 핸드폰 이용이 가장 많은 국가가 될 것이며, 이것으로 보아 모바일게임이 얼마나 거대한 시장 기회를 가지고 있는지를 알 수 있습니다.

모바일게임이라는 큰 시장을 두고 운영업체, 개발업체, 핸드폰 제조업체 및 SP 등 산업사슬에 있는 각 업체들이 꿈의 실현을 기대하고 있습니다. 운영업체의 입장에서 보면, 현재 중국의 핸드폰을 사용하는 유저의 년 증가율이 6,000만 명을 넘는 속도로 증가하고 있지만, 고급보다는 저급 유저의 증가 속도가 빨라져서 유저 ARPU가 매년 하강세를 나타내는 것을 무시할 수 없습니다. 통계에 따르면,

2002년부터 2003년의 ARPU가 계속 20%~30% 정도 하락할 것으로 보입니다. 모바일 부가서비스는 영업체들이 ARPU치를 안정시키기 위한 아주 좋은 방법입니다. 동시에 맹렬한 발전 추세를 보이고 있는 온라인게임과 결합되면, 모바일게임은 점차 와해되면서 발전할 것입니다.

6. 모바일게임의 발전은 핸드폰업체의 막후 조종에 따른 것인지, 아니면 시장의 선택인지?

IDC는 미국의 전체 무선 모바일게임 사업의 하드웨어, 소프트웨어 및 서비스의 수익이 2006년에 가면 40억 달러에 달할 것으로 예측하고 있습니다. 미국보다 더 큰 모바일게임의 시장잠재력을 가지고 있는 일본, 한국과 중국 등 아시아 시장은 더욱 말할 필요가 없다고 생각합니다. 2006년에 이르러서는 전 세계의 모바일게임 총액은 170억 달러에 달할 것입니다. 따라서 업체 입장에서는 핸드폰 하드웨어 업체나 핸드폰게임 개발업체를 막론하고 그들에게 필요한 것은 시장수요에 부응한 콘텐츠를 가지고 유저수를 늘리고, 서비스로 유저들을 유지하는 것입니다. 핸드폰 제1위 업체인 NOKIA는 2006년에 모바일게임 수익을 총수익의 40%에 이르게 하겠다고 선언하고 있습니다.

7. 모바일게임 유행이 유저들의 통화료와 하드웨어 업그레이드 비용부담을 가중시키지 않을까?

모바일게임의 유행에 관련된 주요 문제는 비용 부담 문제가 아닙니다. 모바일게임 하나를 다운로드하는 비용은 몇 분의 통화료와 비슷한 정도이고, 또 차이나모바일에서 일련의 조치를 취하여, 정책적으로 SP의 과대한 비용납부(濫收費)현상을 없애기 때문에 이런 효율적인 관리로 인해 많은 유저들은 비용을 걱정할 필요가 없다고 봅니다. 물론 가장 중요한 문제는 여전히 하드웨어의 문제이며 SP가 당면한 문제는 핸드폰 제조상과 교류, 협력하여야 하며, 핸드폰 업체에서는 콘텐츠와 SP의 결합이 필요하기 때문에 상호 협력하지 않으면 요구를 만족시킬 수 없습니다. 한 종류의 신형 핸드폰 판매량은 보통 몇 십 만 대이지만, 신형 핸드폰 중 모바일게임에 관심 있는 유저는 10% 정도에 불과합니다. 물론 콘텐츠로 더 많은 유저들을 끌어들이기는 하지만, 새로운 제품을 부단히 개발해 나가야만 제대로 유지해나갈 수 있다고 봅니다.

8. 핸드폰 유저의 나이가 저령화(低齡化)되고 있는데, 소프트스타에서 모바일게임 다운로드의 연령상 제한문제를 어떻게 할 것인가?

유저들의 저령화 문제에서 소프트스타(網星)는 게임 규범화 설계의 본질은 콘텐츠 내용의 제어와 사회적인 엔터테인먼트로 가는 것이며, 평균화와 다 계층의 접촉을 중점으로, 다시 전체 소비자와 게이머들의 심리에 맞는 엔터테인먼트나 지능 개발을 고려하여, 저령층과 고령층 소비자들에게 서로 다른 연령 계층에 적합한 게임 공간을 설계해야 하기 때문에, 내용의 제한 외에도 모바일 게임의 장점을 충분히 발휘한 다원화의 모바일 게임을 개발, 설계하여 저령화 추세에 대응하여야 한다고 생각합니다.

9. 6월에 정식으로 추진하는 플랫폼은 어떤 콘텐츠인지? 그 외에 기타 어떤 큰 행사들이 있는지?

우선 추진하는 일련의 내용은 문자 메시지의 경우,
 ① 유저들에게 WEB 바탕화면의 메시지 자유로이 발송할 수 있는 서비스를 제공합니다.

② 유저들에게 미려하고 유머스러우며, 패션적이고 감동적이며, 클래식한 문자 메시지의 주문 제작과 신청(Request) 서비스를 제공합니다.

③ 유저들에게 날씨, 주식정보, 각 유형의 기사 등 일련의 정보의 주문 제작과 신청 서비스를 제공합니다.

④ 유저들에게 선물제공 퀴즈, 선물 뽑기(抽奖), 무료 선물 등 문자 메시지의 주문 제작과 신청 서비스를 제공합니다.

그 외에 메시지 게임, 그림, 컬러 링, K java 게임, WAP게임 등 다양한 서비스를 제공합니다. 더 우수한 모바일게임의 엔터테인먼트 서비스를 제공하기 위하여 최선을 다할 것입니다.

10. 모바일게임과 온라인게임의 네트워크에 대하여 좋은 생각이나 의견은?

우선 온라인게임과 모바일게임의 상호연동(互动)은 기술적으로 어렵지 않습니다. 클로즈게이(魔力宝贝)를 예로 보면, 게이머들이 게임 중 보유한 애완동물을 핸드폰으로 발송한 후, 핸드폰에 설치된 전자게임을 통하여 애완동물을 키우고, 핸드폰으로 업그레이드된 등급을 다시 게임으로 보내는 이런 기술은 아주 쉽게 구현할 수 있습니다. 물론 진짜로 온라인게임과 모바일게임을 구현하는 것도 마찬가지로 어려운 일이 아닙니다. 단 한 가지 주의해야 할 점은 양자간의 진행이 공정하고 공평해야 한다는 것입니다. 만약 동일한 한 가지 배역의 PC에서 진행하는 시간비용과 핸드폰에서 진행하는 시간비용과 동일하지 않다면 공정하지 않다고 생각합니다. 때문에 소프트스타회사는 공정한 전제하에서만 온라인게임과 모바일 게임의 추진을 고려하고 있습니다.

자료 : <http://games.sina.com.cn> 游侠创作室 : 三枫



시장규모 6억, 모바일게임 폭발 단계로 진입

모바일게임 발전은 미래 게임산업 발전의 중요 추세이다. 이동통신데이터 부가가치 사업에서 통신 엔터테인먼트 부가가치를 실현하기 위해서도 중요하다.

2003년의 모바일 데이터 부가가치 사업 SP의 전체 시장규모는 약 37, 33억 위안이며, 2004년 SP의 전체 시장규모는 50억 위안에 달할 것으로 예상된다. 2004년 중국 국내 모바일게임 산업은 성장, 발전기로 진입하게 된다. 전체 모바일게임 시장규모는 6억 위안에 이를 것으로 예상된다.

IDC의 통계에 의하면 미국의 2002년 모바일게임의 동접 유저는 이미 1,960만에 달하였고, 2006년에는 1.124억으로 상승이 기대된다. 전체 핸드폰산업에서 게임사업의 하드웨어, 소프트웨어 및 서버가 가져다주는 수입이 40억 달러에 달할 것으로 예상된다. 현재 일본의 NTT-DOCOMO의 경영현황을 보면 모바일게임은 이미 이 회사의 중요한 수익원이 되었으며, 일본의 최대 게임 사이트인 BanDai는 이미 200만 여명의 유저들을 보유하고 있다. 각 유저는 월 평균 300엔(2.75\$)의 비용으로 모바일 게임을 하고 있어서 DoCoMo와 BanDai에게만 해도 550\$의 수익을 가져다주고 있다.

Juniper Research에서 발표한 최신 조사에서는 메시지게임과 Java 등 모바일게임은 2008년에 97억 달러의 수익을 가져올 것이라고 예상하였다. 이 조사는 2003년 메시지게임은 세계적으로 15억 달러의 수익을 가져오고, 그 중 유럽이 68%를 차지한 것으로 나타났다. 최근에 발전된 그래픽 모바일

게임은 핸드폰의 발전을 대대적으로 성장시켰으며, 2008년에 이르러 Java 및 Brew게임이 주류로 자리 잡아, 전체 수익 97억 달러 중 65%를 차지할 것으로 예측했다.

중국 국내 모바일게임 산업은 2003년 9월부터 시작하여 차이나 모바일 백보함에서 비용을 받으면서 정식 시작되었다. 유저의 증가는 매우 빨라서 단 몇 개월 내에 모바일 유저는 200만 명에 이르렀다. 비록 현재의 모바일게임 유저수가 온라인게임 유저수와 비할 수는 없지만 모바일게임과 온라인게임의 본질은 비슷하고 수시로 게임을 할 수 있는 온라인게임이 대체 불가능한 장점을 가지고 있다. 또 중국 핸드폰 유저들이 부단히 늘어나고 있는 동시에 모바일 게임시장도 잠재력이 매우 크다. 업계 전문가는 2004년 말 모바일게임의 유저는 1억 명에 달할 것으로 예측하였고, 2004년은 중국이 모바일게임의 해가 될 것이라 기대하였다.

중국 국내의 선두적인 전문 SP 미통무선(美通无线)의 CEO 왕위이자(王维嘉)는 "모바일 성능이 통신으로부터 엔터테인먼트로의 전환은 유저들을 유혹할 뿐만 아니라, 핸드폰업체, 운영업체와 서버업체를 더욱 유혹에 빠지게 할 것이다. 현재 SP시장 전체가 급속도로 증가되는 것은 이런 유혹이 현실화되는 것이다. 당연히 칼라 핸드폰의 보편화가 핸드폰 사용을 다른 단계로 진입시킨 것과 PC의 폭발적인 판매와 비슷한 폭발기일 것이다."라고 말하였다.

게임은 핸드폰 멀티미디어 시대의 가장 인기 있고, 가치 있는 사업이 될 것이다. 왕위이자(王维嘉)는 "게임은 아바타, 음악, 인터넷을 모두 게임 중 구현할 수 있어서 유저의 각 방면에서의 수요를 충분히 만족시킬 수 있다."고 단언하였다. 그는 또 현재 미통무선(美通无线)은 이미 자신을 중국 모바일게임과 게임부문 서버의 리더로 정하였다고 하였다. 사실 업계에서 여러 차례나 새로운 파문을 일으켰던 왕위이자(王维嘉)는 모든 업계로 하여금 모바일게임이 전체 핸드폰 부가가치 서비스 영역 중 중요한 지위로 자리 매기게 하였다. 그는 비록 2004년에는 비록 모바일게임이 전체 시장에서 6억 RMB 밖에 차지하지 못하지만 증가속도는 비할 수 없이 크다고 한다.

현재 미통(美通)은 모바일게임 영역의 시장비율과 기술, 업무 방면에서 선두를 차지하고 있다. 메시지 시대부터 미통무선(美通无线)은 모바일게임에 대하여 큰 노력을 기울였으며, 메시지게임(泡泡小新)은 중국에서 처음 백만 명이 넘는 유저의 메시지 서비스였다.

펑샤강(冯小刚)의 영화 "핸드폰"의 독자 저작권을 얻은 모바일게임 "핸드폰"은 중국 최초의 멀티미디어 모바일게임이다. 왕위이자(王维嘉)는 미통(美通)이 현재 유명 핸드폰 업체와 협력하고 있는 중이며, 하나의 대형 모바일의 게임의 운영을 준비하고 있어, 유저들은 게임에 가입 후 연습(练级), 채팅, 그룹을 형성할 수 있으며 나아가서 PK게임도 GPRS의 2.5G기술을 기초로 하여 풍부한 그림과 음악이 있으며, 무기도 몇 십 가지가 된다고 한다. 현재 이 게임은 최종 테스트 중이라고 하였다. 왕위이자(王维嘉)는 이러한 세계 최초의 모바일 온라인게임의 출현은 중국의 이동 부가가치 서비스를 더욱 높은 단계로 끌고 나갈 것이라고 믿었다.

자료 : 중화 공상신문, 2004-06-03

온라인게임 방송금지

지난 4월 12일부터 방송총국(国家广电局)은 "온라인게임의 방송금지", "골든타임 폭력 드라마 방송금지", "19세 이상 관람 드라마 방송금지"등을 속속 발표하면서 TV프로그램을 대폭 정돈했다.

오메이뎬즈(奥美电子)의 한 관계자는 온라인게임 방송금지로 인해 게임회사는 홍보플랫폼 하나를 잃은 상황으로 영향이 없지는 않지만 주로 게임 전문매체를 통해 홍보하고 있어 큰 문제점

은 없다고 밝혔다.

지난해 온라인게임은 이미 “863”지원프로젝트 중 하나로 선정되었으며, 쩐산과 스머커찌(世模科技)가 게임 연구개발을 맡게 되었다고 한다. 쩐산공스(金山公司)의 한 관계자는 쩐산의 온라인게임은 중국 전통문화를 배경으로 하고 있어 유저들에게 ‘진, 선, 미’ 등 전통 미덕을 보여주는 스토리가 많다고 한다. 쩐산이 개발한 게임은 중국역사를 배경으로, 등장인물, 그리고 게임을 엮어나가는 스토리 등이 다른 온라인게임보다 더욱 섬세하고 구체적이며 게임시스템도 유저들의 취향에 맞는 무협세계를 바탕으로 하고 있다. 4월 24일 쩐산은 “젠샤칭웬(剑侠情缘) Online”버전을 출시했다.

그러나 커지부(科技部)와 신식산업부, 신문출판총서(新闻出版署)가 온라인게임을 적극 지원하기로 한 것으로 보아 방송총국의 금지령이 온라인게임의 발전추이를 멈출 수는 없는 것으로 예상된다.

지난 2003년 온라인게임은 큰 성장을 가져왔는데 이는 몇 년 전의 IT업종과 같이 투자업체들이 부가가치가 높은 신생산업에 대한 관심이 매우 컸다는 것을 의미한다.

통계에 의하면, 2003년 중국에서 운영된 114개의 게임 중에서 현재 62개가 유료화 중에 있는 것으로 나타났다. 지난해 유저숫자는 2,000만 명에 달했고, 수익은 34억 8천만 위안으로 전년 대비 266%의 성장률을 보였다. 올해는 61억 2천만 위안에 달할 것으로 예상된다. 이밖에 관련 잡지나 서적, 컴퓨터하드웨어의 연간 매출액이 각각 2억2천 위안, 91억 위안에 달했으며 통신업체, PC방, 음식점 등의 부가가치도 각기 54억 4천만 위안, 175억 위안, 18억 3천만 위안에 달했다. 관련매체에 따르면 2003년 온라인게임으로 인한 주변산업의 수익이 340억 9천만 위안에 달했는데 이는 게임수익의 9.8배에 달하는 엄청난 숫자다.

온라인게임의 경우 한국, 미국, 일본 등에서는 이미 영화나 음악과 비슷한 엔터테인먼트산업으로 부상되었다. 2001년 세계게임시장의 규모는 165억 달러로 영화산업 수익 160억 달러를 능가한다. 2001년 중국 게임시장의 규모는 3,440만 달러에 달했으나 2002년에는 10억 위안에 달했으며 2003년에는 더욱 큰 성장률을 나타냈다.

자료 : <http://www.cbgame.com/inc/showcontent.jsp?articleid=2267>, 2004-05-06

저우청(九城, 구성), 중국산게임 본격 운영

유명한 온라인게임 퍼블리싱 업체인 저우청이 중국산 게임 ‘과이러씨여우(快乐西游, 쾌락서유)’를 운영할 예정이다. 이는 중국의 유명한 온라인게임 퍼블리싱 업체가 중국산 게임 운영에 본격적으로 착수할 것임을 의미한다.

‘워쑤우쓰제(魔兽世界, 마수세계)의 중국 내 운영대리권을 보유한 저우청은 중국게임 개발업체인 무바오란젠(目标软件)과 온라인게임 연구에 대하여 협약을 체결했다. 무바오란젠의 풍부한 연구개발 경력과 저우청의 경영 노하우로 중국 온라인게임의 공동 개발, 운영에 착수하여 중국 온라인게임산업의 빠른 발전을 추진할 계획이다.

한 관계자는 저우청의 업무정돈과 확장은 경쟁이 치열한 게임산업에서 자신의 경쟁력을 키우기 위해서라고 평가했다. 저우청은 이번 협약을 계기로 온라인게임 퍼블리싱 전문 업체에서 연구개발, 운영, 유통 등을 보유한 종합게임업체로 탈바꿈한다. 이는 현재의 온라인게임시장에 많은 영향을 미칠 것으로 예상된다.

시장경쟁에서 우세를 차지하기 위해서는 게임 퍼블리싱 업체들은 게임 개수를 늘이거나 정

돈을 통해야만 자기의 실력을 확고히 할 수 있다. 현재, 중국 온라인게임시장을 놓고 볼 때, 일본과 한국의 게임이 대부분 시장을 점유하고 있으며 유럽게임도 속속 그 시장을 확보하고 있다. 이에 반하여 오직 중국게임만이 경쟁력을 보유하지 못하고 있는 현황이다. 저우청과 무바오란젠의 협약의 최종목표는 중국산게임이 국내시장에서 경쟁력을 갖고 시장을 점유하는 것이다.

최근 들어 중국 게임산업의 빠른 발전으로 게임업체가 중국에 관심을 돌리게 되었는데 유명한 E3전시회가 그 사실을 증명하고 있다.

얼마 전 개최된 미국 전자 엔터테인먼트 박람회(E3)에서 중국 텐칭쑤마(天晴)회사의 ‘환령여우사(幻灵游侠, 환령유협)’, ‘정복(征服, 정복)’ 등 온라인게임은 독특한 중국문화를 배경으로 많은 관람자들의 인기를 모았다. 이번 E3전시회에는 왕룡(网龙), 성따(盛大), 왕이(网易) 등이 참가했다.

2004년 들어 게임을 자체 개발하는 붐이 일어나면서 여러 게임회사들이 자체 개발한 게임을 속속 선보이고 있으며 특히 중요한 것은 정부에서 지원을 아끼지 않는다는 것이다.

씨귀화(奚国华) 중국신식산업부 관계자는 미성년자들에게 적합한 게임을 개발하고 운영할 예정이다라고 했다.

정부의 대폭적인 지원으로 중국산게임의 연구개발은 빠른 발전을 보이고 있다. 제2회 ‘중국 국제디지털 엔터테인먼트 제품 및 기술응용 전시회’가 오는 10월 5일 상해 국제박람센터에서 개최될 예정이다. 신문출판총서 관계자는 올해 중국의 민족문화를 배경으로 하는 게임 20~30개가 출시될 예정이며, 2004년은 “중국산게임의 해”가 될 것이라고 기대했다.

저우청 등 유명한 게임 퍼블리싱 업체들이 게임개발에 참여하는 것으로 보아 중국산게임이 곧 인기를 얻을 것으로 예상된다.

자료 : http://game.163.com/game2002/editor/040517/040517_198549.html, 2004-05-17

소니PS게임기, 판매량 1억대로 최고기록

소니 그룹의 계열사인 소니씨싼지위러공스(计算机娱乐公司)가 생산한 PS게임기의 판매량이 지난 5월 18일자로 1억대를 넘어 전자완구 가운데서 최고기록을 낸 것으로 알려졌다.

일본 전자업계의 대표인 소니가 생산한 PS게임기는 최초로 1994년 일본시장에 출시했는데 10년이 지난 현재 약 120개 국가와 지역에서 판매되고 있으며 종류가 무려 7,300여개에 달한다.

소니씨싼지위러공스의 PS게임기가 해외에서 인기를 얻은 것은 2000년 ‘PSOne’기종을 출시한 후부터였다고 한다. 2003년 3월부터 2004년 3월까지 이 게임기는 331만대에 달하는 판매기록을 세웠다.

지난 2000년 3월부터 현재까지 PS2게임기의 판매량은 7,000만대에 이르며, 오는 2005년 초에는 신 기종 PSP휴대용게임기를 출시하여 PDA시장을 점유하고 있는 Gameboy와 경쟁할 계획이라고 밝혔다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/05/052021748.shtm>, 2004-05-20

온라인게임은 중국 소프트웨어산업의 새로운 성장점

최근, 중국 온라인게임 영역에서 선두를 달리고 있는盛大(盛大, 성대)의 나스닥시장 상장으로 중국 전반의 온라인게임산업과 소프트웨어산업이 빠른 성장을 가져올 것으로 기대된다.

세계 소프트웨어산업은 최근 들어 경제부실의 영향을 받아 불경기에 처하게 되었다. 90년대 말, 미국 소프트웨어시장만 하여도 그 부가가치가 6,700억 달러에 달했다. 소프트웨어 영역에서 Oracle, SAP, CA 등은 모두 규모가 100억 달러를 넘으며 마이크로소프트와 IBM은 각각 300억 달러와 478억 달러를 넘는 업체들이다. 이 몇몇 기업들은 모두 소프트웨어산업 초창기부터 지금까지 성장해왔기 때문에 글로벌 경쟁력을 갖춘 회사들이다. 중국기업이 2~3년 내에 세계적인 경쟁력을 보유하기는 어려운 일이다.

이를 위해서 소프트웨어업체는 유럽시장에 적합한 완벽한 솔루션과 응용시스템을 개발해야 한다. 따라서 소프트웨어업체의 개발기능, 관리수준, 무역 등도 일정한 수준에 이르러야 한다. 하지만 중국 소프트웨어 업체는 비록 수는 많지만 대체적으로 규모가 작은 것이 문제다.

인터넷의 신속한 발전과 더불어 광대역의 보급은 네티즌수의 성장을 가져왔으며, 온라인게임 산업도 더불어 큰 발전을 가져올 것으로 예상된다. 2003년 세계 온라인게임산업 규모는 70억 달러로 게임시장의 24.7%를 차지했다. 그 가운데 미국이 25억 달러로 온라인게임시장의 33%를 차지했다. 이는 게임개발회사 대다수가 미국에 분포되어 있으며 게임유저도 4,000만 명에 달하는 튼튼한 기반이 있었기 때문이다. 구라파지역에서도 큰 성장을 보이고 있는데 오는 2010년경에 북미를 능가하는 최대 시장으로 부상할 것으로 예상된다. 한국은 최근 들어 발전이 빨라 아태(亞太) 시장을 확보하고 중국에도 진출했으며 그 규모가 20억 달러에 달하고 있다. 일본은 주로 선두산업만 발전시키는 것에 치중하고 있어 대량의 핸드폰게임을 개발했다. 현재 세계 3대 온라인게임 개발업체인 소니, 런텐탕(任天堂, 임천당), 마이크로소프트 등의 2003년 수익은 각각 82억 2천만 달러, 46억 2천만 달러, 24억 5천만 달러에 달했다.

2004년 중국 소프트웨어산업은 지속적인 성장과 더불어 규모도 더욱 확대될 것으로 예상된다. 2004년 중국 소프트웨어시장의 매출액은 2,100억 위안으로 2003년 대비 31% 증가할 것으로 예상된다. 그 중 소프트웨어제품이 1,400억 위안, 소프트웨어 서비스산업은 700억 위안으로 각각 35%와 30%의 증가율과 소프트웨어제품 수출액이 25억 달러에 달할 것으로 예상된다.

중국의 온라인게임산업 규모화는 2000년부터 시작되었는데 지금까지 3년 간 호황을 누리고 있다. 현재, 중국 게임소프트웨어 개발업체는 150여개에 달하며 게임운영업체는 80여개, 게임 수는 140여개에 달한다. CCID의 통계에 따르면 2003년 중국 온라인게임시장의 규모는 17억 8천만 위안으로 전년 대비 74.5% 증가했다. 올해는 35억 위안, 2006년에는 104억 위안에 달할 것으로 예상했다.

중국은 게임개발단계에 있지만 중국 특유의 문화를 기반으로 만든 제품들은 세계 유저들의 많은 관심을 모으고 있다. 방대한 시장잠재력은 해외의 자금과 기술 자원을 유치하였는데 거기에는 마이크로소프트도 있다. 온라인게임시장에 대한 투자는 점차 증가하고 있다.

풍부한 시장수요는 중국산 온라인게임의 빠른 발전을 가져왔으며, 이에 따라 소프트웨어산업이 새로운 성장점으로 부상하고 있다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/05/051421269.shtml>, 2004-05-14

왕이(网易, 망역), 1/4분기 온라인게임수익 1억 위안에 달해

최근 보고에 따르면 왕이(网易, 망역)의 2004년 1/4분기 영업수입은 1억 8,680만 위안, 순이익은 1억 390만 위안으로 전년 동기 대비 66.8%와 50.8% 성장한 것으로 나타났다.

그 가운데서 온라인게임업의 수익은 작년 4/4분기보다 41.4% 증가한 1억 위안에 달한데 반하여 문자메시지 시장경쟁률이 치열해 무선부가가치는 작년 4/4분기에 비해 12.3% 하락된 5,670만 위안에 달했다.

자료 : http://game.163.com/game2002/editor/040512/040512_194760.html, 2004-05-12



룽야오 (荣耀, 영요)

개발업체 : 싸이버선핑(赛博先锋)

퍼블리싱 : 싸이버선핑(赛博先锋)

게임유형 : 3D.ARPG

공식사이트: <http://www.cpgame.com/>



1. 게임 줄거리

동시 접속자가 많은 대형의 3D온라인게임이다. 게임은 전투, 모험, 생활 등을 기반으로 시작되는데 캐릭터들의 각자 경제시스템 확장을 통해 지속된다. 전투, 모험과 경제는 밀접히 연관된 세 부분으로서 전투에서 캐릭터들은 금전을 소비하는 반면 모험을 통해 수익을 얻는다. 자원의 유치, 유통, 제작과 거래 등이 시스템을 구성하는 4대 요소이다. 유저들은 자기의 취향에 맞는 캐릭터를 선택하고 게임을 즐기는데 문무를 다 잘 닦아 공을 세우는 캐릭터가 있는가 하면 의리를 지키기 위해 싸우는 영웅 역을 맡은 캐릭터가 있고...

1.1 고대 중국문화 배경

게임의 데이터시스템은 서양의 유저들이 좋아하는 동물인 용과 지하성(지옥)을 배경으로 특이한 문자 등을 이용하여 짙은 중국 고대문화의 냄새를 풍긴다.

게임의 배경은 어느 역사시대로 제한시킨 것이 아니라 건축은 여러 시대의 풍격을 모두 참조했으며 캐릭터도 무기장비와 무예 모두 중국고대 특색을 반영했다. 게임 가운데서 100여종의 괴물은 대다수가 모두 고대서적 “산해경(山海经)”가운데서 추출해낸 캐릭터로서 모든 캐릭터가 각자 관련된 전설과 이야기를 보유하고 있다.

1.2 특이한 캐릭터의 직업

게임에 출현하는 캐릭터의 직업은 총 7종이 있는데 검객, 궁수, 법사 외에 기생이 등장한다. 검객과 법사들은 그 직업이 다른 게임보다 더욱 세분화되어있다.

1.3 캐릭터 육성

유저들은 게임에서 자기의 확정된 위치를 보유하는데 이는 기타 게임과 다른 점이다. 기타 게임을 하는 유저들은 PK등급으로 생사가 결정되지만 본 게임은 여러 가지 육성방법이 있다.

1.4 무기장비 시스템

유저들은 게임에서 전투와 모험을 통해 광석, 목재, 짐승가죽 등 세 가지 자원을 얻으며 자체적으로 무기, 갑옷, 복장과 약품 등을 제조한다. 그 가운데서 재능을 보유한 유저는 특별한 대우를 받는다.

복장교체 시스템은 본 게임의 특색이며 3D캐릭터는 가슴, 발, 팔 등 신체의 구성부분을 모두 교체할 수 있어 게임의 즐거움을 한층 더해준다.

1.5 지역 특색

중국을 수도권, 강남권, 서역(西域)권 등 5개 지역권으로 분할한다. 각 지역은 각자의 이미지를 보유하고 있다. 수도권은 번화하고 강남권은 정밀하며 서역권은 황폐된 곳 등으로 각 지역의 특색은 중화권의 넓고 큰 대륙을 실감나게 한다.

1.6 고급 AI 괴물을 보유

게임에 출현하는 모든 괴물은 각자 시를 갖고 있기 때문에 지능적이다. 유저들은 전투 과정에서 괴물별 대처하는 전술이 모두 다르다.

1.7 방대한 임무 시스템

게임가운데서 캐릭터는 각자 특징적인 역할을 맡아 임무를 완성함으로써 게임의 스토리배경을 제시해준다.

2. 관련 소식

<룽야오OL 4월 비공식적 시스템 테스트 실시>

1년간의 지속적인 개발을 통해 베이징 싸이버센핑은 자체로 첫 3D MMORPG 온라인게임

“롱야오OL”를 개발하였으며, 4월에 비공식적인 테스트를 진행하였다. 이번 테스트를 통해 기술면에서 필요한 데이터를 측정했으며 유저들의 의견에 따라 제품의 최적화를 실현했다. 게임테스트 전문 인력과 유저들이 테스트에 참여하여 제품의 BUG와 발생 가능한 문제점을 찾아냄으로써 유저들의 취미에 더욱 적합한 제품을 만들 계획이다.



바오더왕뤄(宝德网络)

1. 회사개요

주로 컴퓨터 소프트웨어, 하드웨어 및 네트워크시스템 분야의 기술개발에 종사하고 있다. 그 가운데는 전자통신제품의 기술개발, 디자인 및 관련 네트워크제품의 판매와 컨설팅서비스, 사이트 구축, 게임개발과 운영, 통신 부가가치업무 등이 포함된다.

지난 2000년에 ISO9002인증을 받았으며 2001년에 선전시 정부에서 수여하는 ‘하이테크기술기업’증서를 받았다. 2001년 9월 선전시정부, 경제발전국 및 연구통계국에서 공동으로 ‘선전시 과학기술 백강(百强)기업’으로 선정되었다.

또 회사는 INTEL인프라서버조립센터(ISAC), INTEL수여시스템 솔루션제공업체(ISP), INTEL인증서버제공업체(IVSP) 및 INTEL대리업체(IPP)이다. 합작형식으로 하이테크기술을 이용하여 제품의 질을 향상했고 또 전국에 22개 사무실을 보유하고 있으며 250여개 회사와 SAC연맹을 맺고 있다. CCW연구보고에 따르면 바오더왕뤄는 중국 최대의 네트워크 기능서버 제공업체이다.

지난 2002년 11월, 바오더는 홍콩주식시장에 상장했으며 2003년 3월에는 미국에서 INTEL로부터 SERVER LEADER ACCOUNT 증서를 수여받았다. 이는 기술, 판매, 서비스 등 종합적인 면에서 상위를 차지했다는 것을 말해준다.

바오더는 광저우렌통(广州联通)과 공동으로 ‘찬치2(传奇2, 미르의 전설2)’을, 베이징싸이얼(北京塞尔)과 ‘찬치3(传奇3, 미르의 전설3)’을, 시안구청러센(西安古城热线)과 공동으로 ‘밍원(命运, 운명)’을 운영하여 좋은 성과를 거두었다.

지난 2003년 9월과 11월에 ISP, ICP 운영허가증을 받았으며 9월부터 대형 3D온라인게임 ‘따칭띠궈(大清帝国)’를 개발 운영 중에 있다.

2. 협력파트너

ORACLE : 서버솔루션

난따쑤푸터(南大苏富特), 찬따녕쓰(川大能士) : 네트워크 보안

홍치(红旗) : LINUX조작플랫폼

야신(亚信) : 인터넷뱅킹

하얼빈찬버공청쉐웬(哈尔滨船舶工程学院) : 서버응용기술

3. 연락처

주소 : 深圳市深南中路电子科技大厦C座4层

전화 : 0755-8335-0505

팩스 : 0755-8335-0516

홈페이지 : www.dqonline.com.cn



신문출판총서(新闻出版总署) : 온라인 게임 관리를 규범화

신문출판총서(新闻出版总署) 음반·온라인출판관리사(音像电子和网络出版管理司)의 부사장(副司长) 커우쑤웨이(寇晓伟)는 6월 3일 기자 취재 중 국무원에서 온라인 게임 관리의 문건을 곧 하달 받아 현재 온라인게임에 대한 여러 부문의 관리 시스템을 더 이상 하지 않게 될 것이라고 발표하였다.

중국 국내 대부분 온라인게임의 업체에서는 최근 온라인 게임관리 방법이 비교적 복잡하고 관리 주관 행정부문도 늘어나, 많은 온라인게임 업체에서 관리 점수와 절차에 어두우며, 이외에 금년 3월부터 신문출판총서에서 온라인게임에 대한 심사 제도를 변경한다는 정보와 또 최근 온라인 게임산업에 불리한 요건과 사건이 증가됨에 따라 일부 업체에서는 업계의 정책 추이에 대해 우려하고 있다.

신문출판총서 음반·온라인출판관리사(音像电子和网络出版管理司)의 부사장 커우쑤웨이(寇晓伟)는 "국무원에서 최근에 전문 서류를 하달하여 온라인 게임의 관리를 규범화하고, 더 이상 현재와 같은 여러 부문에서 온라인게임에 대해 관리하지 않는다고 하였으나, 이 문건에 관한 구체적인 내용에 대해서는 언급하지 않아서 모두를 기다리게 하였다.

온라인게임 관리에 대한 신문출판총서의 정책이 바뀔 것인가 하는 질문에 그는 신문출판총서에서 제정한 정책은 변경하지 않을 것이라고 명확히 하였다.

자료 : ChinaByte 왕웨이(王乐) 2004-06-06

<인터넷 온라인 게임출판 관리법(互联网游戏出版管理办法)> 6월에 출시

천극망(天极网)의 6월 4일 소식에 따르면 최근 신문출판총서 영상전자(新闻出版总署音像电子)와 온라인 출판관리사(网络出版管理司)의 커우쑤웨이(寇晓伟) 부사장이 <인터넷 온라인 게임출판 관리 방법>을 이번 달에 발표한다고 하였다. <법규>에는 지금부터 국산 온라인게임의 심사는 사후비준제도를 시행한다고 한다. 만약 이 조치가 최종적으로 순조롭게 시행된다면 국산 온라인게임의 시장 진출에서 발생하는 정책 제한이 크게 줄어들 것이며, 이는 관련 부문에서 국산 온라인 산업을 배양하는 중요한 조치이기도 하다.

5월 18일, 신문출판총서 영상전자(新闻出版总署音像电子)와 온라인 출판관리사(网络出版管理司)의 온라인 출판관리처의 처장(处长) 유제화(刘杰华)는 원래 계획했던 2004년에 출시하는 <인터넷 온라인 게임 출판관리법>은 비록 늦어졌지만, 최근 새로운 진전을 보여 현재 이 법규는 이미 신문출판총서의 원칙을 통과하였으며 멀지 않아 곧 관련 부문과 업체에 하달될 것이라고 하였다.

6월 3일 기자는 커우쑤웨이(寇晓伟) 부사장으로 부터 <법규(办法)>는 이미 행정법규의 출시를 담당한 관리기관에 보고 되었으며, 그의 소개에 의하면 이 법규는 6월에 각 업체에 하달될 것이라고 한다. 커우쑤웨이(寇晓伟) 사장은 각 업체에서 관심하고 있는 "국산 온라인 게임 심사의 사후비준 실행제도(国产网络游戏审批实行事后备案制度)"등 문제도 모두 이미 이 법규에 명확히 명시되어 있다고 한다.

자료 : <http://games.sina.com.cn> 2004-06-05 Chinaby

기자 : 왕웨이(王乐) ChinaByte

※ CHINA GAME WEEKLY 자료제공	
 DONGGUK UNIVERSITY	동국대학교 중국산업경제연구소 http://wwwk.dongguk.ac.kr/~icle TEL: 054-770-2475 / FAX: 054-773-6002
	北京金碧伟业有限公司 http://www.jinbitech.com TEL: 86-10-8483-2061 / FAX: 86-10-8483-2062