



### 특집

- 해외 수입 온라인게임의 문제

### CHINA GAME NEWS

- 중국 캐주얼게임 속속 출시
- 외국 게임업체, 중국시장 진출 3가지 난관
- 선정적 게임도서 판매금지 예정
- 온라인게임 유통 신 모델
- 중국 온라인게임시장 호황 전망
- 휴대폰 게임, 향후 게임산업의 중심으로 전망돼

### GAME 소개

- 환링여우샤(幻灵游侠, 환령유협)

### CHINA GAME 순위

- 5월 유료 온라인 게임 순위

### 법률과 정책

- 인터넷출판관리 잠정규정

## 해외 수입 온라인게임의 문제

현재 중국에서 운영, 테스트 중인 온라인게임 중 중국에서 자체개발한 온라인게임은 단지 25.7%에 불과하고, 나머지 74.3%는 모두 수입 온라인게임이다. 온라인게임은 콘텐츠산업이며, 또한 미성년자의 건전한 사상 함양 등 더욱 깊고 넓은 문제와 연결되어 있다. 특히 중국 온라인게임 산업은 발전 기간이 짧고, 시장의 이윤추구에서 발생하는 현실로 규범화되지 못한 현상으로 인해 초래되는 결과는 매우 심각하다.

지난 3년 동안 온라인게임산업은 상하이 성따왕뤄(上海盛大网络)와 왕이(网易) 등 대형 온라인업체에 의해 큰 발전을 가져왔다. 그러나 그와 함께 부정적인 요소도 점차 영향을 미치고 있다.

4월 국가방송총국(国家广电总局)에서는 <인터넷 온라인게임 프로그램의 방송금지에 관한 통지(关于禁止播出电脑网络游戏类节目的通知)>를 발표한 후, 많은 온라인게임 프로그램이 TV 채널에서 방영이 금지된 상황이다.

또 5월 20일 문화부에서는 온라인게임의 콘텐츠 심사 제도를 발표했다. 이는 온라인게임에 대한 또 하나의 충격이었다. 수입 온라인게임의 콘텐츠에 대한 심사를 진행하여 "선정적인 콘텐츠"를 바탕으로 하는 온라인게임은 심사에서 통과시키지 않고, 이미 중국시장에 진입한 온라인게임에 대해서도 확실한 조치를 취할 것이라고 밝혔다.

한국의 온라인게임을 대리 운영하여 큰 수익을 얻은 모 회사의 경우, 요즘 들어 어려움에 처하게 되었다. 그 이유는 문화부의 그 통지 때문이라고 한다. 그러나 레이쥔(雷军) 쩐산(金山) CEO는 중국산 게임의 입장에서는 매우 유리한 정책이라고 말했다.

<온라인게임 제품의 콘텐츠 심사 강화에 따른 통지(关于加强网络游戏产品内容审查工作的通知)> 규정에서는 중국 국내에서 인터넷 또는 모바일로 전파되는 모든 해외 온라인게임 제품은 반드시 문화부에서 진행하는 콘텐츠 심사를 거쳐야만 공식적으로 서비스할 수 있다.

이 규정 시행 전 이미 중국에서 유통 중인 온라인게임도 반드시 올 9월 1일전에 모든 관련서류를 보완해야 한다. 그렇지 않을 경우, 법에 따라 조치를 취할 것이라고 한다. 이외에도 독자적으로 저작권을 보유하지 않은 온라인게임의 수입을 금지한다고 밝혔다. 이는 온라인게임산업에 정부가 이미 깊숙이 개입하고 있음을 말해준다.

2003년 말 부터 광주일보는 온라인게임 산업이 지나치게 과열 현상을 보이는 것에 대해 그에 뒤따를 일부 문제점을 추측 보도한 바 있다. 또한 2004년 온라인게임 업계를 대상으로 정부에서 구체적인 감독과 관련 법률이 제정될 것으로 예상했다.

### 70%에 달하는 수입 온라인게임이 3가지 큰 문제를 드러내다

올해 2월 사이디꾸원(赛迪顾问)의 통계에 따르면, 현재 중국에서 운영, 테스트 중인 온라인게임 중 중국에서 자체개발한 온라인게임은 단지 25.7%에 불과하고, 나머지 74.3%는 모두 수입 온라인게임이다. 그중 한국이 48.3%로 1위, 대만이 17.0%로 2위, 그리고 미국, 유럽 등 순위를 보였다.

온라인게임 산업은 역사가 비록 4년밖에 안되지만, 영화 산업을 초월하는 새로운 산업으로 부상되었고, 중국에서 "부를 이루는" 신화와 기적을 창조하였다. 그러나 게임운영업체의 큰 잘못은 중국 온라인게임 시장구조에서 해외 온라인게임의 "독점체제"를 허용한 것이다.

최근에 이런 현상은 "콘텐츠 심사를 거치지 않은 많은 해외 온라인게임 제품이 중국시장에 범람하고 있는 이런 현상은 정상이 아니다"라는 식의 매우 많은 우려를 자아내고 있다.

문화부의 관련 책임자는 기자 취재 중 아래와 같이 지적하였다. 현재 중국에서 운영되고 있는 온라인게임의 3가지 문제점은,

1) 온라인게임 제품 중 포르노, 폭력, 도박, 미신 및 국가안전에 영향을 주는 불건전한 콘텐츠가 있으며,

2) 콘텐츠 심사를 거치지 않은 해외 온라인게임 제품이 중국 온라인게임의 시장에 범람하고 있는 상황으로, 해외 제품이 약 70%를 차지하며,

3) 미성년자의 건강한 성장에 나쁜 영향을 미치며, 일부 미성년자들의 경우 온라인게임에 중독되어 일련의 사회문제를 일으키고 있다.

### 온라인게임 산업에 투기 출현

2000년 중국 온라인게임 시장규모는 0.38억 위안에 불과하였지만, 2002년에 10.2억 위안으로 상승하였고, 2003년 12월말에 이미 17.8억 위안에 달하였으며, 2004년에는 20억 위안을 초과할 것으로 예상된다.

또 최근 2년간 온라인게임 산업에 투자가 집중되어 "지나친 투자 열"과 "산업거품"의 투기가 심화되는 현상을 볼 때, 이러한 규범은 객관적으로는 균형을 잡는 작용을 한다. 일부 업체에서는 이런 규범화는 필연적으로 해외 게임업체의 중국 게임시장 진출을 저해할 것이며, 동시에 시장에서의 차지하는 비중이 줄어들 것으로 예상했다.

이 정책은 중국의 온라인게임이 자체개발에 추진 작용을 할 것으로 전망된다. 왜냐 하면 중국에서 지금까지 주도적 위치를 차지하고 있던 한국이나 일본의 온라인게임의 경우 문제점을 보유한 게임들이 많아서 시장에서 퇴출될 것이기 때문이다. 북경의 어떤 유명게임 자체개발업체는 "부분적인 대리 게임이 퇴출된 후의 시장은 중국산 온라인게임업체가 그 자리를 채울 것이다."고 하였다.

신문출판총서의 관계자는 한 국가의 게임시장에서 수입제품이 독점하고 있는 현상은 정상적이지 않으며, 이런 현상을 바꾸기 위해서는, 해외 제품의 도입을 제한 및 규범화하고, 자체적인 개발을 장려하는 것이라고 밝혔다.

중국의 최대 온라인게임 운영업체인 상하이성따는 정책의 시행에 대하여 "온라인게임산업도 음향제품의 콘텐츠 심사제도와 같은 심사제도가 필요하다." 라며 동감을 표시하였다.

### 여러 각도에서 보는 관점

교육, 사회학 전문가 : 온라인게임은 산업자체만의 문제가 아니다.

온라인게임 산업은 다른 IT산업과는 다르다. 온라인게임은 산업내부의 문제뿐 만 아니다. 온라인게임은 콘텐츠산업이며, 또한 미성년자의 건전한 사상 함양 등 더욱 깊고 넓은 문제와 연결되어 있다. 특히 중국 온라인게임 산업은 발전 기간이 짧고, 시장의 이윤추구에서 발생하는 현실로 규범화되지 못한 현상으로 인해 초래되는 결과는 매우 심각하다.

업계 : 게임산업은 암흑 속에서 성장할 수 없다.

미국의 화교인 안위이첸(颜维群) 선유커찌(神游科技) 회장은 기자회견에서 아래와 같이 말했다. "중국의 게임산업은 너무 단조롭기 때문에 단지 온라인게임뿐 만 아니라, 비디오게임, 모바일게임 등도 있어야 하며, 또한 게임의 자극적인 콘텐츠뿐만 아니라, 동시에 여가를 즐길 수 있는 것과 같은 엔터테인먼트의 기능도 가지고 있어야 한다. 업체에서는 진심으로 게임산업을 "양지"산업으로 바꾸고, 청소년들의 의지에 도움이 되는 일부 게임의 개발이 필요하다."

자료 : 광주일보 2004-6-11



### 중국 캐주얼게임 속속 출시

텐투(天图)회사가 개발한 캐주얼게임 '텐쯔파오파오(天之炮炮, 천지포포)'가 곧 출시될 예정이다. 캐주얼게임은 MMORPG와 캐주얼플랫폼 아바타 사이에 있는 온라인게임유형으로서 대표적인 것들로는 '펑광탄커(风狂坦克, 풍광탄극)', '파오파오탕(泡泡堂, 비엔비)', 'maplestory', 'fourleaf' 등이 있다. 이 유형의 게임은 MMORPG의 특징을 보유한데다 아바타의 활발하고 가벼운 특징을 보유하고 있어 조작방법이 간단하고 비용이 저렴한 장점이 있다.

성따(盛大)가 '펑광탄커', '파오파오탕' 등 게임운영을 통해 얻은 경험에 의하면 장비매매와 물품소모 등 비즈니스 모델이 캐주얼게임에 적합하며, 이러한 모델을 실시하여 얻은 수익은 동급 MMORPG만큼은 되지 않지만 저렴하고 가벼운 장점이 있기 때문에 인기도가 있을 것으로 예상된다. 대표적인 한국 캐주얼게임 'maplestory'는 한국게임 종합순위에서 3위를 달리고 있는데 이러한 유형의 제품이 퍼블리싱 게임플랫폼을 구축하는데 중요한 의의가 있다.

중국 게임개발업체의 경우, 전통적인 MMORPG는 강한 동질화로 인해 개발모형성이 크고 원가가 높는데 반해 아바타 시스템은 양(量)적인 면에서 우세를 차지해야 한다. 또 아바타의 중복문제에 대한 요구가 상당히 높기 때문에 현재 몇몇 아바타게임 개발업체는 개발 중지된 상황이다. 따라서 캐주얼게임은 개발업체들이 관심을 갖게 되는 또 하나의 게임유형이다.

현재 중국 캐주얼게임은 별루 많지 않은 상황이다. 중국에서 인기를 누리고 있는 한국게임 '파오파오탕'에 비해 중국산 게임 '환러첸쉬이팅(欢乐潜水艇, 환락잠수정)', '뽕뽕탕(棒棒糖, 봉봉탕)' 등은 경험 부족으로 그 품질이 한국에 비해 많이 떨어지지만 시장잠재력은 련중(聯衆)회사가 개발한 캐주얼게임과 더불어 게임유저들의 호평을 받았다. hangame과 같은 캐주얼플랫폼도 련중에 의탁하여 중국에 진출하려고 하는데 유저들의 취향을 잘 파악할 수 있는 중국 게임업체들은 우세를 보유하고 있다.

텐투회사 관계자는 지난 2003년 초에 연구개발팀이 게임개발을 시동하여 1년간의 시간을 투자해 '텐쯔파오파오'를 개발하여 최근 테스트 단계에 있다고 밝혔다. 진산(金山) 등 몇몇 회사들도 전문 개발인력을 투입해 게임개발 중이라고 덧붙였다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/05/052021808.shtml>

### 외국 게임업체, 중국시장 진출에 3가지 난관

ZDNet China 소식통에 의하면 외국계 컴퓨터게임 업체는 중국에 대해 신빙성을 갖고 있는 것으로 알려졌다.

E3게임거래센터에서 NetEase, 소니온라인 등 유명 게임업체들의 관계자는 중국 진출과 관련해 간담회를 가졌다. 그들은 중국은 방대한 온라인게임 시장임이 틀림없지만 엄격한 관리체제, 중국 특유의 문화, 업무전개의 어려움 등이 존재한다고 의견을 모았다.

컴퓨터장비에 대한 구매력 부족, 소프트웨어의 언어장애, 불법복제판 유포 등의 문제로 인해 중국은 초기 게임시장이 번영하지는 못했다. 하지만 온라인게임은 게임유저들에게 좋은 해결책을 마련해주었다. 컴퓨터를 보유하지 않은 유저들은 PC방에서 게임을 할 수 있고 게임소프트웨어도 무료로 제공받을 수 있기 때문에 유저들은 등록해서 자기의 계정을 갖고 유료로 게임을 할 수 있으며 또한 불법복제도 점차 근절되어 가고 있는 상황이다.

Parks Associates의 데이터에 따르면 현재 중국 네티즌 6,830만 명 가운데서 1,400만 명이 온라인게임을 접속하는 것으로 통계됐다.

중국 게임시장 진출과 관련해 외국 게임업체들은 큰 도전이라고 생각하고 있다.

첫째, 중국에서 업무를 진행하는데 관련한 서류와 수속들이 복잡하기 때문에 외국 업체들은 번거로워한다. 정부에서 게임을 심사할 때 문화와 정치적 내용 (예를 들면, 선정적이고 폭력적인) 에 대한 심사가 매우 엄격한데 이는 게임개발 업체에게 큰 제약으로 작용하고 있다.

둘째, 중국 게임업체들과의 경쟁이다. 비록 현재는 아직 외국 게임업체들이 중국시장에서 경쟁력을 보유하고 있지만 정부의 지원으로 대형 중국 게임업체가 자체로 게임을 개발하고 있는 현황이어서 곧 중국 게임과 경쟁을 하게 될 것으로 예상된다.

셋째, 중국 시장에 진출하는 것은 단지 언어장애만이 아니다. 게임의 배경은 현지의 미(美)의 기준, 문화 등과 어울려야 하는데 이는 외국 게임개발업체가 가장 어려워하는 점이다.

소니온라인이 북미에서 인기폭발인 EverQuest를 중국 시장에 판매했을 때, 찬밥신세가 되었다. 중국버전은 북미버전과 똑같은 인터페이스를 사용했는데 바로 이것이 원인이 되었다. 중국의 게임유저들은 게임을 할 때 흡연하는 경우가 많아 한 손으로 마우스를 움직이기 때문에 간단한 게임메뉴를 선호한다.

위와 같은 난관을 해결하기 위해 현지의 합작파트너를 찾아서 정부의 관리체제를 쉽게 해결하고 중국 현지 게임유저들에게 적합한 게임을 개발해야 할 것이다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/05/051721373.shtml>

## 선정적 게임도서 판매금지 예정

신문출판총서는 6월 1일부터 '미성년자가 구독하기에 적합한 출판물에 관한 의견'을 발표했다. 도서, 잡지, 음반, 전자제품 등 출판업체들에게 미성년자들의 정신교육과 도덕교육을 위해 좋은 문화적 분위기를 마련해줄 것을 제의했다.

'의견' 가운데는 문화적 분위기, 출판업의 번영, 시장정돈, 관리개선 등 4개 주제 관련 20개 요구사항이 포함되어 있다. 도서나 잡지, 온라인 등 출판물은 미성년자들에게 적합한 공익성 광고를 싣고 선정적인 글이나 그림은 엄격히 제한할 것이며 출판물 대리점은 가능한 지리적으로 선명한 위치에 설립하며 전자게임 출판물과 온라인게임 출판물은 제1면에 '건강게임'이라는 타이틀을 넣어주며 요구를 어겼을 경우, 출판, 운영, 판매 등을 금지할 것이라고 했다.

‘의견’은 행정관리를 개선하고 정부에서 여기에 관해 중시를 돌려 미성년자들이 건강한 독서를 할 수 있도록 할 예정이라고 했다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/06/060222969.shtml>

## 온라인게임 유통 신 모델

인터넷업종에서 온라인게임, 메시지, 실시간 통신 등이 인터넷의 주 수익원이 되면서 게임유통도 날로 사람들의 관심사로 되고 있다.

온라인게임 유통방식의 경우, 전통적인 판매체인점과 온라인판매 외에 PC방에서도 판매가 날로 늘어가고 있는 추세이다. 이와 같은 새로운 유통경로의 경우, 어느 업체가 먼저 PC방 시장을 점유하는가에 따라 큰 수익을 얻을 수 있다.

천왕(骏网)이 2년 안에 10만개 판매업체를 확보하고 련방(连邦)이 2004년에 1만개 PC방 가맹점을 확보할 예정이라고 할 때, 최초로 ‘천하주유소’ 비즈니스 모델을 구축한 광저우 관렌쑤마커찌(广州宽联数码科技)는 6만여 개의 PC방을 확보함으로써 시장점유율이 35%에 달하여 온라인 유통업체 가운데서 상위에 올랐다.

2000년부터 지금까지 온라인게임, 온라인메시지 등으로 인해 PC방은 전국 각지에서 오픈되었다. 통계에 따르면 PC방을 찾는 사람들 중 80%가 온라인게임을 하기 위한 것이기 때문에 PC방은 자연적으로 게임카드 판매점으로 되었으며 온라인게임의 주 유통경로로 되었다.

PC방에서 온라인거래를 통해 PC방 경영자와 유통업체에게 상업이익을 가져오는 것이 요즘 들어 게임업계의 큰 관심사이다. 관렌쑤마는 바로 이 기회를 타서 온라인 유통업계에서 상위에 올랐던 것이다.

‘천하주유소’와 기타 온라인판매 플랫폼의 차이점은 ‘천하주유소’의 고객은 게임유저가 아니라 PC경영자라는 점이다. 판매업체 혹은 PC방은 ‘천하주유소’에 등록하고 계좌 개설만 하면 온라인판매나 온라인입금이 가능하다.

판매업체와 PC방의 경우, ‘천하주유소’가 게임의 판매와 충전을 전력 담당하고 있기 때문에 가격과 제품원에 대해서는 합리하다. 또한 유통망의 단말 부분으로서 유통의 상업이익을 획득할 수도 있다.

게임 유저의 경우, PC방에서 현금으로 카드를 구입하기 때문에 오히려 더 편할 수 있다.

‘천하주유소’모델은 지난 2002년 8월에 출시되면서 많은 판매업체, PC방의 호평을 받았다. 2004년 3월까지 등록된 PC방 6만여 개 가운데서 거래가 빈번한 PC방이 2만여 개에 달해 게임카드 사이버 판매실적이 전국 1위를 차지했다. 현재 등록하는 PC방이 월 4,000개에 달하는 현황이다.

지금까지 PC방은 게임카드를 판매하는 주 경로였기 때문에 유통업체가 가장 독점하고 싶은 판매경로였다. 관렌쑤마는 이미 6만여 개에 달하는 PC방에 게임카드를 공급해주고 있기 때문에 어마어마한 시장력을 보유하고 있는 셈이다.

유통시장과 경쟁은 계속 바뀌어가고 있는 것이기 때문에 새로운 것을 과감히 개발해야만 시장경쟁에서 이길 수 있을 것으로 보인다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/05/053022688.shtml>

## 중국 온라인게임시장 호황 전망

2003년 일본을 제외한 아태지역의 온라인게임 잡지 판매수익이 7억 6,150만 달러에 달했다. 향후 연간 19% 속도로 성장하여 오는 2008년에는 18억 4,000만 달러에 달할 것으로 예상된다.

한국은 현재 여전히 중국 온라인게임시장을 점유하고 있는데 지난 2003년 잡지 수익은 3억 9,710만 달러, 타이완(臺灣)이 1억 7,040만 달러, 중국이 1억 5,970만 달러에 달했다. 하지만 오는 2007년에는 중국이 한국을 초월하고 최대의 시장을 보유할 전망이다.

2003년 중국 온라인게임시장은 지난해보다 46%의 성장률을 보여 향후 2년 동안 중국 게임의 방향은 동점자가 많은 온라인게임일 것으로 예상된다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/05/052622318.shtml>

## 휴대폰게임, 향후 게임산업의 중심으로 전망돼

최근 들어 휴대폰이 날로 보급됨에 따라 휴대폰게임이 전체 게임영역에서 성장속도가 가장 빠른 것으로 나타났다. 2003년 휴대폰게임시장의 부가가치는 5억 8,700만 달러로 전년 대비 100%의 성장률을 보였다. 오는 2007년에는 지금보다 6배 성장한 38억 달러에 달할 것으로 예상된다.

컴퓨터나 게임기기의 게임과 비교할 경우, 핸드폰게임은 그래픽과 조작 면에서 컴퓨터나 게임기기보다 뒤떨어지지만 실용성과 휴대편의를 놓고 볼 때, 휴대폰은 유저들의 가장 환상적인 플랫폼이다. 또한 휴대폰게임은 평소 게임에 별로 취미를 느끼지 못했던 휴대폰 사용자들까지도 유치할 수가 있었다. 1980년대 최초로 가정용 게임플랫폼을 개발한 Intellivision회사 관계자는 현재의 휴대폰게임은 과거의 대형 게임플랫폼 수준에 도달했다고 지적했다.

노키아 등 휴대폰업계 선두업체들이 지난해 출시한 휴대폰게임 플랫폼 N-Gage은 판매 불황을 가져왔지만 신형 N-Gage 휴대폰과 여러 휴대폰게임은 올해 들어 판매호황을 보였다. N-Gage는 다기능게임 휴대폰을 선택했기 때문에 노키아는 이 휴대폰 기종을 출시하여 GBA게임기기의 사용자들을 유치할 예정이다. 시장조사에 따르면 영국에서 GBA 주간 매출량은 수 만대인데 반하여 N-Gage는 단지 500대에 미치는 것으로 나타났다.

휴대폰게임업계 한 관계자는 노키아가 개발한 N-Gage기종의 판매 불황의 이유는 사용자들의 휴대폰게임에 대한 요구를 잘못 파악하고 있다고 지적하였다. 동경 KBC증권의 분석가는 현재 휴대폰게임시장은 여전히 소형게임을 주로 서비스하고 있는데 사용자들은 이에 만족을 못하고 있다고 했다.

현재 휴대폰게임업체들은 여러 영역의 업체들인데 대다수가 전통업종으로부터 자금을 유치한 상황이다. 예를 들면 인텔과 가오통(高通) 모두 일본 최대의 휴대폰게임 개발업체인 G-mode의 주주이다. 이밖에 Jamdat, Mforma, Sorrent, Gameloft 등 회사와 나스닥시장에 상장한 링통왕(灵通网)도 이 업계에서 좋은 실적을 거두었다.

자료: <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/06/060423193.shtml>, 2004-06-06

## 환령여우사(幻灵游侠, 환령유협)

개발사 : 텐칭수마(天晴数码)  
 퍼블리싱 : 텐칭수마(天晴数码)  
 게임유형 : 애완온라인  
 공식사이트 : <http://hl.91.com/hl/>



## 1. 게임소개

신비로운 동방의 대륙에서 한 인류가 괴물과 같이 생존하고 있었다. 이 광활한 대륙에는 줄곧 전해내려 온 불사(不死)비법이 있었다. 그래서 많은 검객들은 무예를 열심히 닦아 언젠가는 불사의 세계에 진입하려 하였다. 이 대륙에 ‘환령씨우(幻灵兽)’라는 생물이 생존하고 있었는데 이는 무예를 익힐 때 이 생물을 보유하면 매우 기이한 힘을 얻게 된다. 그래서 이 신비한 생물을 쟁탈하기 위해 싸움은 시작되는데...

이 게임에서는 무예자작(自作)이 가능하기 때문에 유저들에게 큰 인기를 누리고 있다. 초급 무예는 NPC로부터 배우지만 고단계 무예는 자체로 창조해야 한다. 무예의 이름, 유형, 효과 등은 모두 유저들이 자체로 정한다. 또한 자체로 창조한 무예를 온라인으로 친구에게 발송도 가능하다.

게임에 나오는 애완인 ‘환령씨우’는 자체 특유의 공격방식이 있는데 2회, 3회 공격할 경우 살상효과가 매우 크다. 위험한 시각에 ‘환령씨우’는 주인을 보호하는 능력이 뛰어나다.

‘환령씨우’를 보유하려면 돈으로 구입도 가능하지만 야외에 나가서 사냥해도 된다. ‘환령씨우’는 진화류와 비진화류로 나뉘는데 진화류에는 업데이트, 환화, 진화 등 3개 단계가 포함된다.

## 2. 관련소식

## ▲ 테스트 관련

‘환령여우사3.0’은 지난 2월에 유저들에게 내부테스트를 실시하여 유저들의 좋은 의견을 모았으며 지난 4월 9일에는 공식테스트단계에 들어갔다. 이번에는 복장교체시스템, 헤어염색시스템



을 실시하여 캐릭터의 개성을 살릴 수 있게 하였으며 애완복권시스템, 재부창조방식도 보충하였다.

생일이 4월 9일인 유저들에게는 신분증 복사본 및 관련 자료를 팩스로 보낼 경우, 작은 선물을 증정하였다. 또 그날에는 온라인으로 접속하여 임의로 한 유저에게 질문을 해서 정확한 답을 했을 경우, 작은 선물을 증정하였다.

▲ E3전시회 참가

중국에서 최초로 자체개발한 '환링여우샤'는 1.0버전에서 3.0버전으로 업데이트 되면서 유저들의 많은 호평을 받아왔다. 지난 5월 텐칭쑤마(天晴数码)는 연속 3회로 E3전시회에 참가하게 되었으며 전시회에서 관람자들의 관심을 모았다. 관람자 중 한 미국대학생은 중국의 아름다운 경치와 고전풍격이 짙은 건물을 너무 좋아했는데 이 게임을 하면서 아름다움을 더 한층 느꼈다고 소감을 표했다. 또한 일본인은 이 게임 가운데 출현하는 애완이 너무 귀엽기 때문에 이 게임을 좋아하게 되었다고 하면서 중국버전으로 된 게임을 하기 위해 중국어를 공부할 예정이라고 하였다.

**CHINA GAME 순위**

5월 유료 온라인 게임 순위

순위	변동	게임명칭	대리사
1	-	샌징쑤위(仙境传说, 라그나로크)	유씨신간선(游戏新干线)
2	+1	워리보우베이(魔力宝贝, 클로즈게이트)	왕씽아이니커스(网星艾尼科斯)
3	+2	찬치(传奇3, 미르3)	광통위러(光通娱乐)
4	-2	치찌(奇迹Mu, 유)	따쥬청스(第九城市)
5	-1	찬치(传奇, 미르)	성따왕뤄(盛大网络)
6	-	멍환씨유(梦幻西游, 몽환 서유기)	왕이(网易)
7	-	따화씨유 (大话西游, The legend of monkey king)	왕이(网易)
8	+4	툰스탠따(吞食天地, Ts.online)	유룽자이선(游龙在线)
9	-1	찬치쓰제(传奇世界, 전기의 세계)	성따왕뤄(盛大网络)
10	-1	젠샤칭웬(剑侠情缘, 검협정연)	찐산(金山)
11	-1	스치스따이(石器时代, 스톤에이지)	베이징화이(北京华义)

12	-1	썬용천사썬(金庸群侠传, 금용협객전)	유룡자이썬 (游龙在线)
13	+2	텐탕 (天堂, 리니지)	신랑러구 (新浪乐谷)
14	-1	치쓰(骑士 ONLINE, 나이트 온라인 )	썬후왕 (搜狐网)
15	-1	죄썬 (决战 3, 드로이안3 )	야썬 (亚星)

자료 : 电脑游戏新干线, 6월호



### 인터넷출판관리 잠정규정

중화인민공화국 신문출판총서, 중화인민공화국 신식산업부령 제17호

스중웬(石宗源) 신문출판총서 관계자  
 우지버(吴基傅) 신식산업부 부장  
 2002.6.27

#### 제1장 총칙

##### 제1조

인터넷출판활동의 관리를 강화하고 인터넷출판기구의 합법권익을 보호하며 중국의 인터넷출판사업이 건강하고 질서 있게 발전하게 하기 위해 <출판관리 조례(出版管理条例)>와 <인터넷정보서비스 관리방법(互联网信息服务管理办法)>에 근거하여 본 규정을 제정한다.

##### 제2조

인터넷출판활동은 반드시 헌법과 관련 법률, 법규를 준수해야 하고 인민을 위해 사회주의 서비스방향을 견지해야 한다. 인터넷 콘텐츠의 전파와 축적은 민족소질의 제고에 유리하게 해야 하며 경제발전, 사회진보, 과학기술과 문화지식을 촉진함으로써 인민들의 정신생활을 풍부하게 해야 한다.

##### 제3조

중화인민공화국 경내에서 인터넷출판활동에 종사한다면 이 규정을 따라야 한다.

##### 제4조

신문출판총서에서 전국 인터넷출판사업에 대해 감독관리를 진행하는데 그 주요업무는 다음과 같다.

- 1) 전국 인터넷출판기획을 제정하고 조직하여 실행
- 2) 인터넷출판관리의 방침, 정책과 규정을 제정
- 3) 전국 인터넷출판기구의 총량, 구조와 분포의 기획을 제정하고 조직하여 실행
- 4) 인터넷출판기구의 실행에 대해 심사
- 5) 유관 법률, 법규와 규정에 따라 인터넷출판내용 실행 감독

성, 자치구, 직할시 신문출판행정부서에서 행정구지역의 인터넷출판의 일상관리사업을 책임지고 해당 행정구내에서 인터넷 출판 업무를 진행하려는 신규 참여자에 대해 심사하고 해당 행정구역 내에서 국가법규를 행위를 위반하는 행위를 하였다면 벌금을 부과한다.

제5조

이 규정에서 말하는 인터넷출판이란 인터넷정보서비스 제공자가 자기가 창작하거나 혹은 타인이 만든 작품을 선택 혹은 편집가공을 진행하여 인터넷 혹은 인터넷을 통해 사용자에게 발송하는 것을 말하며 공중브라우저, 읽기, 사용 혹은 다운할 수 있는 온라인 전파행위를 말한다. 그 주요 작품은

- 1) 이미 출판된 도서, 신문, 간행물, 오디오제품, 전자출판물 등 출판물내용 혹은 기타의 매체 상에서 공개적으로 작품을 발표.
- 2) 편집가공한 문학, 예술, 자연과학, 사회과학, 공정기술 등 방면의 작품.

이 규정에서 말하는 인터넷출판기구는 신문출판행정부서와 전신관리기구의 허가를 거쳐 인터넷출판 업무에 종사하는 인터넷정보서비스 제공자를 말한다.

제2장 행정심사와 감독관리

제6조

인터넷출판활동에 종사하려면 반드시 심사를 받아야 한다. 심사를 받지 않은 회사나 개인은 인터넷출판활동에 종사할 수 없다.

인터넷출판기구는 법에 따라 인터넷출판활동을 진행하며 임의의 조직과 개인은 이에 간섭하거나 저해, 파괴활동을 하지 못한다.

제7조

인터넷출판 업무에 종사하려면 <인터넷정보서비스 관리방법>규정의 조건 외에 반드시 아래의 조건을 구비하여야 한다.

- 1) 지정된 출판범위
- 2) 법률, 법규규정의 정관에 부합
- 3) 편집출판기구와 전문인원이 필요
- 4) 출판 업무에 필요한 자금, 시설과 장소가 필요

제8조

인터넷출판 업무에 종사하려면 반드시 신청대표인이 당지의 성, 자치구, 직할시출판행정부서에 신청을 하고 성, 자치구, 직할시의 신문출판행정부서의 심사를 얻은 후 신문출판총서의 심사를 받아야 한다.

제9조

인터넷출판업무 신청은 반드시 아래 자료를 제출해야 한다.

- 1) 신문출판총서에서 통일적으로 반포한 <인터넷출판업무 신청서>
- 2) 기구의 정관
- 3) 자금출처, 금액 및 신용증명
- 4) 주요 책임자 혹은 법인 대표자 및 주요편집, 기술인원의 전문인원의 직업증명과 신분증명
- 5) 사업장소의 사용증명

제10조

성, 자치구, 직할시의 신문출판행정부서는 반드시 신청서를 받은 날부터 60일내에 이에 대해 심사결과를 결정해야 하고 그 심사결과를 서면으로 신청대표인에게 알려야 하며 허가를 할 수 없을 경우 그 이유를 설명해야 한다.

제11조

인터넷출판업무 허가를 받은 후 신청대표인은 반드시 신문출판행정부서의 허가증을 가지고 성, 자치구, 직할시의 전신관리기구에서 허가수속을 한다.

제3장 인터넷출판기구의 권리와 의무

제12조

인터넷출판기구는 반드시 홈페이지에 신문출판행정부서의 허가문서 번호를 표시해야 한다.

제13조

인터넷출판기구의 명칭, 신청대표인, 합병 혹은 분할은 반드시 법에 따라 제8, 제9조의 변경 수속에 따라 처리해야 하고 신문출판행정부서의 변경허가문서를 가지고 성, 자치구, 직할시의 전신관리기구에서 변경허가 수속을 해야 한다.

제14조

인터넷출판기구에서 인터넷출판 업무를 중지할 경우 신청대표인은 반드시 인터넷출판 업무를 중지시점부터 30일내에 성, 자치구, 직할시의 행정부서에서 수속을 해야 하고 신문출판부서에 제출해야 한다. 동시에 유관 성, 자치구, 직할시의 전신관리기구에서는 인터넷 정보서비스업무경 영허가증의 변경 혹은 취소수속을 해야 한다.

제15조

인터넷출판기구는 등록된 그 날부터 180일내에 인터넷출판활동을 전개하지 않았다면 등록된 신문출판행정부서에서 등록을 철폐하고 신문출판총서에서 기록을 남겨야 한다. 동시에 성, 자치 구, 직할시의 전신관리기구에 통보해야 한다.

제16조

인터넷출판 활동 중 국가안전, 사회 안전 등 중대한 내용일 경우 반드시 신문출판총서에 기록을 남겨야 한다. 기록을 남기지 않은 내용은 출판할 수 없다.

제17조

인터넷출판은 아래의 내용에 대해 기재할 수 없다.

- 1) 헌법에서 제정한 기본원칙을 반대하는 내용
- 2) 나라의 통일, 주권과 영토완정에 해가 되는 내용
- 3) 국가의 비밀을 누설, 국가의 안전 혹은 국가의 영예와 이익에 손해되는 내용
- 4) 민족차별, 민족단결 파괴 혹은 민족풍습 등에 대해 침해하는 내용.
- 5) 미신과 부정당한 종교를 선전하는 내용
- 6) 헛소문을 내거나 사회질서를 혼란하게 하고 사회의 온정을 파괴하는 내용
- 7) 도박, 폭력 범죄행위를 선전하는 내용
- 8) 타인을 모욕하거나 합법적인 권익을 침해하는 내용
- 9) 사회의 공중도덕 혹은 민족문화전통에 해를 끼치는 내용.
- 10) 법률, 행정법규와 국가규정에서 금지하는 기타 내용

제18조

미성년을 대상으로 출판한 내용은 그들로 하여금 사회의 공중도덕을 위반하게끔 하거나, 공포, 참혹 등 미성년의 건강한 심리를 해치는 내용이 돼서는 안 된다.

제19조

인터넷출판의 내용은 불공정하거나 공민, 법인 혹은 기타 조직이 합법적인 권익이 침해를 받았을 때 인터넷출판기구는 공개적으로 공정하게 처리하며 법에 따라 민사책임을 져야 한다.

제20조

인터넷출판기구에서 기재 혹은 발송한 제품이 제17, 18조 내용 중일 경우 반드시 정지하고 성, 자치구, 직할시 신문출판행정출판총서에 보고해야 한다.

제21조

인터넷출판기구에서는 편집책임 제도를 실행해야 하고 전문인원이 편집에 대해 심사를 해야 하고 인터넷출판내용의 합법성을 보호해야 한다. 인터넷출판기구의 편집인원은 반드시 임무를 수행하기 전에 교육을 받아야 한다.

제22조

인터넷출판기구는 반드시 게시하거나 혹은 전송한 작품의 내용 및 시간 사이트 주소 혹은 도메인네임을 60일간 보존해야 하는 것은 국가기관에서 조사 시 제공을 위해서이다.

제23조

인터넷출판활동에 종사하려면 국가의 저작권의 법률, 법규를 준수해야 하고 반드시 게시하거나 전송하는 작품의 저작권을 기록해야 한다.

제4장 벌칙규정

제24조

허가를 받지 않고 인터넷출판활동을 진행한다면 성, 자치구, 직할시 출판행정부서 혹은 신문출판총서가 출판활동의 주요 설비, 전용도구 및 불법소득을 몰수하고 경영액이 1만 위엔 이상일 경우 경영액의 5-10배 이상의 벌금을 부과한다. 불법소득이 1만 위엔을 초과하지 않았다면 1-5만 위엔의 벌금을 부과한다.

제25조

제12조의 규정을 위반하였다면 성, 자치구, 직할시 출판행정부서 혹은 신문출판총서에서 경고하고 5000-5만 위엔 이하의 벌금을 부과한다.

제26조

제16조의 규정을 위반하였다면 게시하거나 발송한 작품을 중단하고 성, 자치구, 직할시의 신문출판행정 혹은 신문출판총서에서 경고를 하고 1-5만 위엔 이하의 벌금을 부과하고 엄중할 경우 재허가하거나 허가를 취소한다.

제27조

인터넷출판기구에서 제17,18조에서 금지한 내용을 기재 혹은 발송한다면 성, 직할시, 자치구의 신문출판행정부서 혹은 신문출판총서에서 소득을 몰수하고 경영액이 1만 위엔 이상일 경우 경영액의 5-10배 이상의 벌금을 부과하고, 1만 위엔 이하일 경우 1-5만 위엔 이하의 벌금을 부과하며 엄중할 경우 재허가하거나 허가 취소한다.

제28조

제22조의 규정을 위반하였다면 성, 자치구, 직할시의 전신관리기구부서에서 책임지고 정리하게 하며 엄중할 경우 사이트를 잠시 정지시킨다.

제5장 부칙

제29조

이 규정을 실행하기 전 국가의 관련 규정에 따라 인터넷출판활동에 종사한다면 반드시 60일 내에 제8, 9조의 규정에 따라 수속을 한다.

제30조

이 규정은 2002.8.1일부터 실행한다.

자료 : 북경시신문출판국, 2004-06-02

※ CHINA GAME WEEKLY 자료제공	
 DONGGUK UNIVERSITY	동국대학교 중국산업경제연구소 <a href="http://wwwk.dongguk.ac.kr/~icie">http://wwwk.dongguk.ac.kr/~icie</a> TEL: 054-770-2475 / FAX: 054-773-6002
	北京金碧偉業有限公司 <a href="http://www.jinbitech.com">http://www.jinbitech.com</a> TEL: 010-8483-2061/ FAX: 010-8483-2062