



CHINA GAME NEWS

- 련통(联通)과 성따(盛大), 공동으로 광대역 온라인게임사업 시작
- 멀티미디어 대기업 싱메이(星美), 온라인게임 운영
- 2007년, 중국이 아시아 최대 온라인게임 시장으로 부상 전망
- 성따(盛大), 가정 디지털 엔터테인먼트 대폭 추진
- 최초의 중국산 3D 온라인게임 출시

GAME 소개

- 띠궤짜이썬(帝国在线, 제국재선)

CHINA GAME 순위

- 7월 온라인게임 인기 순위

법률과 정책

- 수입 온라인게임, 문화부의 재심사 받아야
- 음반 및 비디오제품 출판관리규정(1)

롄퉁(联通)과 성따(盛大), 공동으로 광대역 온라인게임사업 시작

성따와 롄퉁이 공동으로 게임사업을 시작할 예정이다. 지난 6월 28일 발표한 ‘롄퉁-성따 게임여행’경기는 롄퉁이 온라인게임에 본격적으로 착수했음을 의미한다. 롄퉁과 성따가 공동으로 개최하는 이번 온라인게임경기는 롄퉁의 300여개 체인 PC방에서 진행될 예정이다.

이동운영업체가 최초로 광대역 온라인게임영역 진입

현재, 중국에는 광대역의 보급이 증가함에 따라 온라인게임이 점차 매력을 얻어 이미 신형 엔터테인먼트로 자리 잡았다. 온라인게임이 과열현상을 보이고 있는데 비하여 통신운영업체는 조금의 움직임도 보이지 않고 있다. 중국 온라인게임의 발전은 운영업체에 의존해야 하는데 결국 통신운영업체의 역할을 무시하지 못하기 때문이다.

롄퉁이 이번 계획을 발표하기 전, 댄신(电信)과 왕퉁(网通)이 모두 광대역 게임 산업에 발을 들여놓은 상황이었다. 지난 5월 17일 세계 통신의 날, 댄신은 인터넷접속 통신업체를 전면 정리하였고, 왕퉁은 ‘광대역 연맹’을 본격 가동했다. 운영업체, 장비업체와 콘텐츠 제공업체를 포함한 여러 업체들이 연맹을 맺었다.

고정 네트워크 운영업체인 댄신과 왕퉁은 광대역 게임 산업에 본격 진입하였다. 하지만 이동통신 운영업체인 롄퉁은 COMA네트워크의 우세로 휴대폰 온라인게임 산업을 하고 있다. 업계에 따르면 롄퉁 휴대폰의 협대역게임에 비해 댄신, 왕퉁의 속도는 훨씬 더 빠르며, 요금도 더 저렴하다고 한다.

현황을 변화시키기 위해서는 롄퉁은 자원의 장점을 충분히 이용해야 할 것이다. 한 업계인사에 따르면 롄퉁은 유일하게 문화부에서 발급한 전국 체인 PC방 영업허가증을 보유한 통신운영업체라고 한다. 이번에 성따, 창관(长宽)과의 협력을 통해 롄퉁은 광대역 온라인게임시장에서 상위권에 오를 가망성도 있다.

통신운영업체가 온라인게임시장에 진입하는 이유

IDC의 최신 ‘2003년 중국 게임 산업 보고’에 따르면 2003년 온라인게임시장 규모는 13.2억 위안에 달한 것으로 나타났다. 오는 2007년에는 그 규모가 67억 위안, 유저가 4,180만 명에 달할 것으로 예상된다. 온라인게임이 이끄는 주변산업의 규모는 온라인게임 산업보다 시장규모가 더욱 크다. 2003년 한해만 하여도 온라인게임으로 인한 통신 산업의 수익은 87.1억 위안에 달했기 때문에 이 큰 시장을 탐내는 국내 통신운영 업체들이 점차 늘어나고 있다.

현재 광대역 온라인게임 산업 네트워크에서 유통통로, 지불시스템, 유저 등은 운영업체가 관리하고 브랜드와 콘텐츠는 콘텐츠 제공업체가 관리를 하고 있다. 이 두 업체가 연합한다면 이 시장을 튼튼하게 확보할 가능성이 높다. 때문에 통신운영업체는 온라인게임시장에 진입하는 추이를 보이고 있고 온라인게임시장은 새로운 변화가 예상된다.

온라인게임 산업의 가치네트워크 중의 ISP인터넷 서비스 제공업체인 련통은 온라인게임에 줄곧 관심을 모아왔다. 많은 온라인게임 운영업체와 밀접한 협력관계를 유지하고 있었으며 여러 게임제품의 홍보에도 참여하였다, 현재 련통과 게임운영업체가 협력하여 구축한 게임서버는 대격전, 책략 유형의 게임과 MMO 다인접속 온라인게임이 있다.

Frost & Sullivan회사 관계자는 온라인게임 산업은 유통경로, 지불시스템, 유저, 콘텐츠, 단말 등 5개 기능을 동시에 보유하고 있어야 성공할 수 있다고 한다. 이번에 련통은 자사의 체인 PC방을 기반으로 온라인게임 운영경험이 풍부한 성따와의 협력을 통해 5개 기능을 모두 보유한 셈이다. 따라서 련통이 온라인게임에서 성공을 거둘 것이라는 기대를 높게 하고 있다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/06/062928722.shtml>

멀티미디어 대기업 싱메이(星美), 온라인게임 운영

멀티미디어 대기업으로 불리는 싱메이(星美)가 멀티미디어 플랫폼을 구축한다. 중국대륙의 멀티미디어 대기업인 싱메이는 홍콩에 상장해 있는 회사 '싱메이국제(星美国际)'를 자본 플랫폼으로 스촨(四川)과 충칭(重庆)의 모든 PC방을 합병할 계획이다.

전국 PC방을 합병할 계획

현재, 싱메이는 스촨에 위치한 PC방 체인업무를 담당하는데 싱메이국제가 50%의 지분을 보유하고 있다. 한 업계인사는 싱메이가 PC방 체인 영업허가증을 보유하지는 않지만 사실상 중국에서 체인 PC방을 가장 많이 보유하고 있는 회사라고 밝혔다. 싱메이가 스촨에서 합병한 PC방은 현재 이미 360개에 달하며, 지금도 월 40~50개의 합병추이를 보여 올 연말에는 1,500여개에 달할 것으로 예상된다.

싱메이는 PC방 합병을 통해 게임운영업체로 전환할 예정이다. 타이완의 게임 대기업인 화이(华义)와 여우씨쥬즈(游戏橘子)는 모두 싱메이와 밀접한 연관이 있는 회사이다. 화이는 현재 보유하고 있는 게임제품을 바탕으로 청두에서 싱메이와 게임운영 합작회사를 설립할 예정이며, 여우씨쥬즈는 홍콩에 상장한 싱메이국제와 협력할 것으로 보인다.

최근 몇 개월 동안 전국 체인 PC방 영업허가증이 있는 3개 업체가 싱메이국제와 영업허가증 전환문제를 상담했지만 구체적인 결과는 아직 밝혀지지 않은 상황이다.

청두에 위치한 영화업계 쟁탈

싱메이는 올해 전국의 극장 건설에 2억 위안을 투자할 계획이며, 청두가 중점 투자지역으로서 올해 투자액이 5,000만 위안에 달할 것으로 보인다. 또 싱메이는 지난 3월에 1,000만 위안을 투자해 싱메이잉예(星美影业)회사를 설립했다. 싱메이잉예는 설립되자마자 청두시 중심에 위치한 4개 큰 극장을 합병했으며, 극장 재건축에 투자를 대폭 늘리고 있다.

라디오방송총국이 전국에 디지털 극장을 건설해야 한다는 요구에 따라 싱메이는 1억 위안을 극장의 디지털장비 교체에 사용할 계획이다. 싱메이는 또 새로운 협력모델을 찾고 있는 중이며,

지난 6월 초에는 상하이에 위치한 다광명원(大光明院)의 지분 40%를 매입했다.

배경

내륙지역의 큰 업체를 4개로 분류한다면 통신영역의 창펑(长丰)통신, IT영역의 쌍피산지(湘计算机), 전통 멀티미디어영역의 싱메이, 광대역영역의 여우통(友通) 등이 꼽힌다. 현재, 싱메이는 산하에 17개 지사를 보유하고 있으며 총자산액이 19억 7천만 위안에 달한다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/06/062928712.shtml>

2007년, 중국이 아시아 최대 온라인게임 시장으로 부상 전망

중국은 많은 인구 때문에 세계의 많은 업체로부터 거대 시장으로 중시되어 왔으며, 게임 산업도 그 예외는 아니다. IDC의 조사에 따르면 중국 온라인게임 시장규모는 매년 19% 성장률을 보이고 있어 오는 2007년경에는 아시아 최대 온라인게임 시장으로 부상할 것으로 예상된다.

IDC 통계에 따르면, 2003년 아시아(일본 제외)의 온라인게임 산업의 규모는 7억 6천만 달러에 달했다. 그 중 한국이 4억 달러로 1위, 대만이 1억 7천만 달러로 2위를 차지하였다. 현재 한국과 대만의 온라인게임 시장은 이미 포화상태이기 때문에 향후 몇 년 동안 중국시장이 크게 성장할 것으로 전망된다.

현재 중국의 온라인게임 시장은 1억 5,900만 달러로 대만에 이어 아시아 제3위를 달리고 있다. 그러나 중국 시장의 잠재력이 워낙 크기 때문에 많은 게임업체들이 앞을 다투어 진출하고 있는 상황이다. 한국, 일본, 대만 등의 게임업체는 서로 중국 시장을 선점하려 하고, 또 중국정부도 최근 들어 온라인게임 산업에 대한 지원을 아끼지 않고 있기 때문에 아시아에서 가장 빠른 19%의 성장을 나타내고 있다.

IDC의 조사에 따르면 2005년 아시아 온라인게임 시장 규모는 10억 달러, 2008년에는 18억 4천만 달러에 달할 것이며, 그 중 중국이 8억 2,300만 달러로 1위를 차지하고, 한국이 5억 8,600만 달러로 2위를 차지할 것으로 예상했다.

많은 해외업체가 중국 온라인게임 시장의 밝은 전망을 예상하고 중국시장 선점을 노리고 있으나, 이번에 중국 정부에서 실행하는 해외 게임업체(한국, 일본)의 중국시장 진출제한 관련 정책으로 인해 중국 온라인게임 발전에 많은 변화가 예상된다.

자료 : <http://games.sina.com.cn> 2004-7-1

성따(盛大), 가정 디지털 엔터테인먼트 대폭 추진

얼마 전, 성따의 주식시장 상장은 업계의 관심사가 되었다. 여론은 성따가 성공적으로 상장할 경우, 국내산업이 한 단계 발전함을 의미하며 중국의 온라인게임 산업이 국제자본의 인정을 받을 것이며 민족 산업의 개발과정을 추진시키고 국제시장에 진입할 것이지만 만약 실패할 경우,

산업 전반에 큰 타격을 가져다줄 것으로 보았다.

업계의 여론이 분분한 지난 5월 13일, 성따는 나스닥시장에 상장했다. 예상한 시간보다 좀 지연이 되었고 주가도 예상보다 하락세를 보였지만 대다수 매체들은 이에 대하여 객관적인 분석을 하였다.

가장 대표적인 인터넷 실험실의 결과보고에 따르면 한 회사의 주식시장 상장은 중국의 온라인게임 업체들의 실력을 키우고 자사 브랜드의 지명도를 높이는 기회가 될 것이지만, 성따의 나스닥 상장은 중국의 온라인게임시장 발전을 한 단계 더 이끌어 나갈 것으로 기대했다.

성따는 신생 민족기업으로서 중국브랜드를 만들기 위해 국제적인 협력, 국내산업의 선두역할을 오랫동안 해왔다. 특히 성따의 상장과정과 더불어 성따는 새로운 업무를 확장했다. 이는 성따의 충분한 자신감과 결심을 업계에 보여준 것이나 다름없다.

먼저 여러 4A광고회사들과 협력을 했고 나중에는 CG경기대회에 출전하면서 타이완에 진출할 것을 발표하였다. 또한 한국온라인게임 'D.O'와 '마이샌다오(冒險島)' 대리운영에 관한 협의를 체결했다.

성따는 안정적이고 조용한 자세로 주식시장에 상장했으며 상장한 후부터는 지속적인 상승세를 유지했다. 이어 성따는 업무확장을 시작했는데 일주일 안에 국제적 대기업인 인텔과 통신장비 업체인 따어아얼카터(大鰐阿尔卡特)와 협의를 체결함으로써 소프트웨어, 하드웨어 면에서 권위 있는 합작파트너를 구한 셈이다. 성따는 이 두 개 협의를 거쳐 가정용 디지털 엔터테인먼트업무를 진행할 의향을 밝혔다.

국내 온라인게임은 아직도 PC방에 집중되어 있다. 대다수 유저들이 PC방에서 게임을 하는 것에 익숙해져 있기 때문이다. 주식시장 상장 전의 성따의 목표는 PC방 유저를 겨냥하는 것이고, 상장 후의 목표는 인텔, 아얼카터(阿尔卡特)와 공동으로 재택 유저시장을 점유하는 것이다. 이와 관련해 가정 디지털 엔터테인먼트업무를 전개할 것을 발표했다. 중국의 가정 디지털 엔터테인먼트업무를 전개하는 것은 성따가 아닌 다른 업체라면 할 수 없을지도 모르지만 성따는 해냈으며 중국 온라인게임 산업을 성숙단계로 끌어올렸다.

중국의 온라인게임 산업은 성따의 지도를 받아 초기모험과정을 거쳤으며 점차 성숙단계로 진입하고 있다. 향후 게임 산업은 일정한 속도를 유지하면서 조정을 지속할 것으로 예상된다.

물론, 시장의 세분화와 목표의 실현 가능성은 실적을 통해 검증이 될 것이다. 성따가 제기한 '가정 디지털 엔터테인먼트'는 보다 구체적인 설명이 필요할 것이며 이를 개척할 수 있을지 여부는 실적을 통해 증명 할 것이다.

최근, 성따는 탕푸러썬(天府热线)게임센터와 공동으로 여름휴가기간에 스촨(四川)유저들에게 '가정 캐주얼 행사'를 진행할 예정이다. 이 행사는 지난 6월 19일에 청두(成都)에서 본격 시작했는데 적극적인 홍보를 통해 재택 유저들에게 보다 좋은 제품을 선보일 것으로 예상된다.

성따는 나스닥 상장 후 글로벌의식을 가지고 가정 디지털 엔터테인먼트로 발전을 전개하고 있다. 이는 성따가 인터넷 장점을 이용하여 시장을 세분화하며 잠재적인 유저들을 대폭 유치함으로써 또 한 번 세계기록을 낼 것으로 예상된다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/07/070129335.shtml>

최초의 중국산 3D 온라인게임 출시

청두(成都)에서 연구개발한 온라인게임이 올해 말에 출시될 것으로 예상되며, 기술서비스와 문화적 질이 국외 동류의 제품을 능가하는 것으로 알려졌다. 화면의 시각효과가 뛰어난 3D온라인 게임이 유저들의 환영을 받았는데 현재까지 모든 3D게임은 외국산 게임이란 점이 유감스러웠다. 최근 들어 청두스푸완젠(成都斯普软件)이 개발한 국내 최초의 3D 온라인게임이 연말에 출시할 것으로 보도되었다. 서부지역 최대의 온라인운영업체인 씨부수통(西部数通) 산하의 동간원쑤(动感元素)가 얼마 전에 청두스푸완젠과 시장대리협의를 체결하였다.

쉬위이(徐伟) 스푸완젠 총경리의 소개에 따르면 이 회사에서 개발한 3D온라인게임 엔진은 2003년 청두시청의 '하이테크기술 창업보육 프로젝트'로 선정되었다. 이는 진산(金山)이 863계획 지원을 받은 후 국내 최초의 지원받는 프로젝트로 선정된 것으로 알려졌다. 이 3D게임엔진을 바탕으로 개발한 온라인게임 '왕저(王者)'는 기술서비스의 우수성과 문화배경의 풍부함 면에서 국외 동급 제품보다 훨씬 뛰어난 것으로 보였다. 중국신화를 배경으로 제작한 '왕저'는 고대신화의 신빙성을 보류하고 중국 고대문화의 풍부함을 보유하고 있다. 입체적인 시각효과가 뛰어난 3D화면의 진실감은 유저들에게 인기가 높을 것으로 예상된다.

2002년 하반기부터 스푸완젠은 2년 동안 자금 500만 위안을 3D온라인게임 엔진 및 3D온라인게임 개발에 투자하였다. 그들의 목표는 향후 중국 온라인게임시장의 점유율을 높이는 것이다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/newgames/2004/06/063029018.shtml>



띠귀짜이썬(帝国在线, 제국재선)

개발사 : pioneersoft
 퍼블리싱 : pioneersoft
 게임유형 : RPG
 공식사이트 : www.pioneersoft.net



1. 게임소개

대형 온라인RPG게임 ‘띠궤짜이썬’은 ‘제국(帝国)’의 시대배경을 중세기로 설정하고 지도에는 북부유럽, 일본, 중동 등의 지역이 포함된다. 이 게임은 기타 온라인게임의 단순한 개인영웅의 모험성을 벗어나 유저들은 그 가운데서 자기의 생명을 보호해야 하는 것 외에 또 자기가 소속된 제국을 보호해야 한다.

완벽한 국가시스템은 유저들에게 자유공간을 제공해주기 때문에 자기 권력이 강하면 게임 중 전쟁을 일으킬 수 있으며, 단순한 PK 외에 또 적대국의 모든 건축물을 부수고 그들의 기술성과를 빼앗을 수 있다. 자기국가를 관리할 때, 자유로이 여러 요구를 설정하여 자기의 존엄성을 유지할 수 있다. 게임 중 개인 간의 최종목표는 국가의 발전이다. 게임 중 유저들은 자기의 취향에 맞는 캐릭터를 선택할 수 있다. 게임의 멋진 스토리와 액션, 그리고 모험성의 완벽한 결합 및 뛰어난 배경이 게임의 매력이다.

화려한 게임화면

정밀하고 화려한 화면에 변화를 주어 신비감을 자아내게 한다. 게임세계에서 시간과 기후는 교환적인 것이어서 3D화면도 상당히 정밀한 효과가 나타나기 때문에 유저들은 현실 속에 있는 것 같은 분위기를 조성해준다.

풍부한 국가, 공회 시스템

온라인세계는 절대 고독한 것이 아니다. 인프라 디자인 면에서 팀의 기능을 강화해야 하기 때문에 유저 간의 움직임은 매우 중요한 위치를 차지한다. 게임 디자인 가운데서 유저들은 기타 온라인접속 유저들과 팀을 구성하고 공동으로 모험을 하는 외에 자기의 공회를 구축할 수 있다. 또 고가의 상금을 지불하면 국가도 한 개 얻을 수 있다. 국가의 정상적인 운영을 위해서는 자금을 충분히 지불하고 국가의 내정, 직무의 배치, 경제 조정, 적대국의 위협 등을 모두 해결해야 한다.

정밀한 마법효과

게임 가운데서 마법시스템은 중요한 부분으로서 유저들은 마법을 이용할 때 유창한 3D마법 애니메이션을 감상하는 것 외에 또 마법이 발생할 때의 아름다운 화면을 감상할 수 있다.

융통성이 있는 제어

조작모형을 공격하는 것은 게임유저들의 가장 큰 골칫거리였다. 복잡한 조작 인터페이스일수록 게임을 하기가 어려웠기 때문이다. 유저들에게 게임을 더욱 쉽고 간편하게 할 수 있게 하기 위해 세계지도, 자동작업 등 기능을 부여했다.

뛰어난 음향효과

게임의 음악은 유저들이 직면한 환경을 잘 표현해주는 효과가 있다. 왕궁에서 울려나오는 우아한 음악은 유저들에게 편안하고 휴식적인 느낌을 주지만 삼림에서 나오는 음악은 긴장감과 공포감을 준다.

CHINA GAME 순위

7 월 온라인게임 인기 순위

순위	변동	게임명칭	출품 / 퍼블리셔
1	○	따화씨여우 (大话西游, The legend of monkey king)	왕이(网易) / 왕이(网易)
2	new	멍환씨여우(梦幻西游, 몽환서유기)	왕이(网易) / 왕이(网易)
3	↑	파오파오탕 (泡泡糖, 비엔비)	Nc Soft / 성따(盛大)
4	↓	젠샤칭원 (剑侠情缘, 검협정연)	시산취(西山區) / 진산공스(金山公司)
5	↑	A3	Actoz / 진동팡후통커지(京东互通科技)
6	↓	MU (奇迹, 뮤)	Webzen / 띠저우청스(第九城市)
7	↑	샨징촨쉬 (仙境传说, 라그나로크)	Gravity / 여우씨신간썬(游戏新干线)
8	↑	워리바오베이 (魔力宝贝, 클로즈게이트)	아이니커스(艾尼克斯) /왕싱스커웨이얼아이니스 (网星史克威尔艾尼克斯)
9	new	텐탕2 (天堂2, 리니지2)	Nc soft / 신랑러구 (新浪乐谷)
10	↑	촨치3 (传奇3, 미르의 전설3)	Wemade / 광통통신(光通通信)

(자료 : 大众软件 13호)

법률과 정책

수입 온라인게임, 문화부의 재심사 받아야

7월 1일 문화부의 소식에 따르면, 문화부가 최근 2가지 공고를 발표하였다. 발표 내용은 온라인게임을 포함한 수입 인터넷 문화제품은 반드시 문화부의 심사를 통과하여야만 정식으로 상업적인 운영을 할 수 있다. 동시에 심사허가에 관련한 근거, 조건, 수량, 절차, 기일 및 제출서류 목차 등에 관하여 상세하게 규정하였다.

문화부의 전문사이트(官方网站)에 기재된 2가지 공고는 <행정허가 신청접수와 행정허가 결정통지에 대한 문화부 사무청의 공고하달(文化部办公厅关于受理行政许可申请和送达行政许可决定有关事项的公告)>과 <문화부에서 시행하는 행정허가 사항에 관련한 문화부 사무청의 공고(文化部办公厅关于文化部实施的行政许可有关事项的公告)>이다.

첫 번째 공고에서 <수입 인터넷 문화제품의 심사>는 문화시장사(文化市场司)에서 통일 관리하며, 문화부는 적극적인 조치를 취하여, 전보(电报), 우편전달, 팩스, 전자데이터 교환과 전자메일의 방식으로 심사신청을 접수하는 등 신청에 편리한 여건을 구비하였다.

두 번째 공고에서 문화부는 <중화인민공화국 행정허가법(中华人民共和国行政许可法)>중의 제30조 및 관련 법률, 행정법규와 국무원의 법규에 근거하여, 문화부와 지방문화 행정부문에서 시행하는 행정법에 사항, 근거, 조건, 수량, 절차, 기일 및 필요서류 목차 등 구체적인 허가 기준을 정하여, 공민, 법인대표와 기타 관련 업체의 심사 신청을 편리하게 하였다.

그 중 제 13항의 <인터넷 문화업체에서 수입하는 인터넷 문화제품의 콘텐츠 심사(互联网文化单位进口互联网文化产品内容审查)>에서는 특별히 수입 온라인게임 콘텐츠의 심사를 예로 필요한 제출서류 목차를 상세하게 규정하였다.

이외에 문화부에서는 “오락장소의 확장이나 게임기 유형, 기계 종류, 허가받은 전기회로의 변경”, “PC방 설립과 경영에 대한 심사”, “네트워크를 이용하여 경영하는 문화업체에 대한 심사”의 심사허가에 근거, 조건, 절차, 제출 서류의 목차 등 기준을 명확히 규정하였다.

(자료 : <http://news.sina.com>, 2004-07-01)

음반 및 비디오제품 출판관리규정(1)

중화인민공화국 신문출판총서 제22호 문건

2004년 5월 8일 신문출판총서 제1차 총서업무회의(署务会)의 통과를 거쳐 《음반 및 비디오제품 출판관리규정》을 2004년 8월1일 부터 시행을 공포한다.

신문출판서 서장 쓰중위엔(石宗源), 2004년 6월 17일

제1장 총칙

제1조. 음반 및 비디오제품 출판의 관리를 강화하고, 중국 음반 및 비디오 출판사업의 건전한 발전과 번영을 촉진하기 위하여, 《출판관리조례》, 《음반 및 비디오제품 관리조례》에 근거하여 본 규정을 제정한다.

제2조. 중화인민공화국 국내에서 음반 및 비디오제품 출판활동에 종사할 경우, 본 규정에 따른다.

본 규정에서 말하는 음반 및 비디오제품이란 내용을 기록한 녹음테이프(AT), 녹화테이프(VT), CD, VCD, 및 DVD 등을 일컫는다.

제3조. 어떠한 조직이나 개인을 막론하고 《음반 및 비디오제품 관리조례》 제3조 제2항에서 금지하는 내용이 포함된 음반 및 비디오제품을 출판할 수 없다.

제4조. 신문출판총서가 전국의 음반 및 비디오제품 출판의 감독관리를 책임진다. 출판관리를 책임진 현급(县级)이상 지방인민정부의 행정부문(이하 출판행정부문으로 약칭)이 해당 행정구역 내 음반 및 비디오제품 출판의 감독관리를 책임진다. 음반 및 비디오제품 출판부의 주관기관, 책임기관은 반드시 출판법률, 법규와 규정에 근거하여 음반 및 비디오제품 출판부문의 출판활동에 대해 관리책임을 이행해야 한다.

제5조. 정부는 음반 및 비디오제품에 대해 허가 제도를 시행한다. 허가를 받지 않은 임의의 기구와 개인은 음반 및 비디오제품의 출판활동에 종사할 수 없다. 음반 및 비디오제품 출판의 허가증과 비준문건은 임대, 빌려주거나, 판매 혹은 기타 임의의 형식으로 양도할 수 없다.

제6조. 음반 및 비디오 출판 산업분야의 사회단체는 정관에 근거하여, 출판행정부문의 지도하에 자율적인 관리를 실행해야 한다.

제2장. 출판기구의 설립

제7조. 음반 및 비디오 출판기구의 설립은 다음과 같은 조건을 구비하여야 한다.

- (1) 음반 및 비디오제품 출판기구의 명칭, 정관이 있어야 한다.
- (2) 신문출판총서가 인정하는 책임부문 및 그 주관기관이 있어야 한다.
- (3) 확정된 사업범위(영역)가 있어야 한다.
- (4) 적합한 사업범위에 필요한 조직기구와 국가출판 전문기술 자격을 취득한 편집 인력이 있어야 하며, 그 인원수는 10명 이상 되어야 하며, 그 중 2년 이상의 음반 및 비디오 출판업에 종사하고, 중급이상 출판전문기술 자격증을 소지한 자가 5명 이상이어야 한다.
- (5) 30만 위안 이상의 초기 등록자본금을 보유해야 한다.
- (6) 사업범위에 적합한 장비와 장소를 보유하고 있어야 하며, 그 고정 사업장은 200평방미터 이상이어야 한다.
- (7) 법률, 행정법규에 규정된 기타 조건.

음반 및 비디오 출판기구 설립 심사비준은 위의 항목 외에, 또한 반드시 음반 및 비디오 출판기구의 총 수, 분포와 구조의 규제에 관련한 정부의 계획에 부합되어야 한다.

제8조. 음반 및 비디오 출판기구를 설립하기 위해서는 책임부문이 소속된 성(省), 자치구(自治区), 직할시(直辖市) 인민정부의 출판행정부문에 신청한다. 성, 자치구, 직할시 인민정부의 출판행정부문은 신고를 접수한 후, 20일 이내 심사의견과 신고서류를 신문출판총서에 제출한다.

제9조. 음반 및 비디오 출판기구 설립관련 신청서는 다음 사항을 명시해야 한다.

- (1) 음반 및 비디오 출판기구의 명칭, 주소
 - (2) 음반 및 비디오 출판기구의 책임부서 및 그 주관기관의 명칭, 주소
 - (3) 음반 및 비디오 출판부의 법정대리인 혹은 주요 책임자 및 음반, 비디오 출판 전문 인력의 이름, 거주지, 자격증빙서류
 - (4) 음반 및 비디오 출판부의 자금 원천, 금액 및 그 신용증명
 - (5) 음반 및 비디오 출판부 사업장소 사용 증빙서류.
- 신청서는 출판부 정관과 출판부를 설립하는 책임부문 및 주관기관의 관련 증빙서류를 첨부해야 한다.

제10조. 신문출판총서는 반드시 신청서를 접수한 후 60일 이내에 허가 혹은 불허가의 결정을 해야 하며, 동시에 성, 자치구, 직할시 인민정부 출판행정부문에서 서류형식으로 책임부문에 통보해야 한다. 허가하지 않을 경우 이유를 밝혀야 한다.

제11조. 음반 및 비디오 출판기구의 책임부문은 허가 결정을 받은 후 60일 이내에 소재지 성, 자치구, 직할시 인민정부의 출판행정부문에 등록을 하고, 《음반 및 비디오제품 출판허가증》(이하 출판허가증으로 약칭)을 발급 받는다. 음반 및 비디오 출판기구 등록 후, 출판허가증을 지참하고 공상행정관리부문에서 등록하고, 법규에 따라 사업자등록증을 발급 받는다.

음반 및 비디오 출판기구가 등록 후 180일 이내 출판활동에 종사하지 않을 경우, 등록했던 출판행정부문에서 등록을 취소하는 한편 신문출판총서에 보고하여 기록한다. 불가항력 혹은 기타 정당한 이유로 상기 상황이 발생되었을 경우 출판행정부문에 연기를 신청할 수 있다.

제12조. 음반 및 비디오 출판기구의 명칭, 책임부문 혹은 주관기관, 업무범위를 변경하거나 기타 음반 및 비디오 출판기구를 합병하거나, 합병 또는 분리로 인해 새로운 음반 및 비디오 출판기구를 신설할 경우에는 본 규정 제7조부터 제10조까지의 규정에 따라 심사허가 수속을 밟아야 하고, 또한 기존에 등록한 공상행정부문에 가서 관련 등록수속을 밟아야 한다.

제13조. 음반 및 비디오 출판기구의 장소, 법정대리인 혹은 주요 책임자를 변경하였거나 음반 및 비디오 출판 경영활동을 중지할 경우 기존 등록한 공상행정부문에 가서 등록을 변경 혹은 취소하여야 하며, 30일 이내 신문출판총서에 보고하여야 한다.

제14조. 음반 및 비디오 출판기구의 법정대리인 혹은 주요책임자는 반드시 중급이상 출판전문기술 자격증과 음반 및 비디오 출판업에 3년 이상 경력을 구비해야 하며, 동시에 신문출판총서 혹은 성, 자치구, 직할시 인민정부 출판행정부문에서 시행하는 업무교육훈련을 통해 《업무교육훈련 합격증》을 취득해야 한다.

제15조. 음반 및 비디오 출판기구에서 편집, 출판, 교정 등 전문 업종에 종사하는 기술 인력은 반드시 정부의 출판전문기술 자격고시를 통해 규정한 수준급의 출판전문자격을 취득해야 하며, 해당 《중화인민공화국 출판전문기술 자격증》을 소지해야 업무에 종사할 수 있다.

제3장. 출판활동의 관리

제16조. 음반 및 비디오 출판기구는 출판허가증에서 확정된 사업범위를 벗어나는 음반 및 비디오 제품의 출판활동에 종사하지 못한다.

제17조. 음반 및 비디오 출판부는 정부 표준 및 기타 유관 규정에 따라 《중국 표준 음반 및 비디오 제품 코드》(이하 출판코드로 약칭)를 사용한다. 출판코드는 신문출판총서에서 관리와 조정관리하며, 성, 자치구, 직할시인민정부 출판행정부문에서 발급한다.

제18조. 음반 및 비디오 출판기구는 편집 책임 제도를 실행하여, 음반 및 비디오제품의 게재 내용의 합법성을 보장한다.

제19조. 음반 및 비디오 출판기구는 연도 출판계획 등록 제도를 실행하며, 출판계획의 내용은 소재선택, 제작부문, 주요 제작인, 장르, 매개체, 내용 소개, 프로그램 소요시간, 출판 예정일시 등을 포함해야 한다. 출판계획을 보고하는 절차는 이하와 같다.

(1) 해당 연도 전년의 12월 20일 전에 해당 연도의 출판계획을 송부한다. 해당 연도 3월1일-20일, 9월1일-20일 사이에 해당연도 출판조정계획을 송부한다.

(2) 출판계획 및 출판조정계획은 소재지 성, 자치구, 직할시 인민정부 출판행정부문의 심의를 거쳐야 한다.

(3) 성, 자치구, 직할시 인민정부 출판행정부문은 출판계획 신청을 접수한 후 20일 이내, 음반 및 비디오 출판기구에 심의결과를 통보하여야 하며, 동시에 신문출판총서에 보고하여 기록하여야 한다.

제20조. 음반 및 비디오 출판부의 출판이 국가 안전, 사회 안정 등 측면에 연관되는 중대한 소재를 선택할 경우 중대 소재 기록 관련 규정에 근거하여 신문출판총서에 보고하여 기록 한다. 기록을 거치지 않은 중대 소재는 출판하지 못한다.

제21조. 도서출판사, 신문사, 잡지사, 전자출판물 출판사가 해당 출판물과 배합된 음반 및 비디오 제품을 출판할 경우, 소재지 성, 자치구, 직할시 인민정부 출판행정부문에 신청서와 샘플을 제출한다.

제22조. 배합 출판된 음반 및 비디오제품 신청서는 반드시 본 출판물의 명칭, 제작부문, 주요 제작인, 주요 내용, 출판 일시, 프로그램 소요시간, 복제수량과 매개체 형식 등의 내용을 명기해야 한다.

제23조. 출판기구가 소재한 성, 자치구, 직할시 인민정부 출판행정부문은 신청을 접수하여 20일 이내 해당 신청서와 샘플에 대해 심의를 진행한다. 심의 통과 시 출판코드를 발급하고, 통과되지 못한 경우는 그 이유를 밝혀야 한다.

제24조. 허가를 거쳐 배합 출판된 음반 및 비디오제품의 명칭은 본 출판물과 일치해야 하며, 본 출판물과 패키지 방식으로 판매해야 하며, 별도로 가격을 정해 판매하지 못한다.

제25조. 음반 및 비디오 출판기구 및 허가를 거쳐 배합 출판되는 음반 및 비디오제품의 기타 출판기구는, 출판하는 해당 음반 및 비디오제품 및 포장의 선명한 위치에 출판기구의 명칭, 주소와 음반 및 비디오제품 출판코드, 출판시간, 책임편집, 저작권 소속인과 바코드를 명시해야 한다. 음반 및 비디오

오제품을 수입하여 출판할 경우, 수입허가 문건코드를 명시해야 한다.

제26조. 음반 및 비디오 출판기구는 임의 부문 혹은 개인을 향해 본 기구의 명칭을 임대, 판매, 빌려주거나 기타 형식으로 양도하지 못하며, 본 기구의 출판코드를 판매 혹은 기타 형식으로 양도하지 못한다.

제27조. 임의 기구와 개인은 음반 및 비디오 출판기구의 명칭을 구매, 임차, 빌리거나 임의로 사용하지 못하며, 복제 출판코드를 구매하는 방식으로 음반 및 비디오제품 출판활동에 종사하지 못한다.

제28조. 음반 및 비디오 출판기구는 《음반 및 비디오제품 제작 허가증》을 취득하지 못한 기구에 의뢰하여 음반 및 비디오제품을 제작하지 못한다.

제29조. 음반 및 비디오 출판기구 허가를 거쳐 본 출판물 음반 및 비디오제품과 협력하는 출판기구는 음반 및 비디오제품 출판일자부터 30일 이내, 국가도서관, 중국 판본도서관과 신문출판총서에 샘플을 무료 송부한다.

(다음호에 계속)

자료 : http://www.law-lib.com/law/law_view.asp?id=85509 ,2004-06-17

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