



특집

- 2004년 중국 온라인게임 시장조사, 분석 보고 (4)

CHINA GAME NEWS

- 성따(盛大), 상하이 하오팡(浩方)정보기술유한공사에 전략적인 투자
- 쓰자(SEGA), 3종 게임 중국에 출시 예정
- “A3” 새로운 합자모델의 진로
- 중국통신, 광동에 체인 PC방 사업 추진
- 타이완과 대륙, 공동으로 온라인교육게임 개발
- ‘반지의 제왕’ 게임개발업체, 중국 합작파트너 선정
- 청두(成都)시청, 미성년자 전용PC방 오픈

GAME업체 소개

- 양잔커찌어우셴공스(阳展科技有限公司, 양전과기유한공사)

GAME 순위

- 8월 온라인게임 인기순위

법률 및 정책

- 수입 온라인게임 콘텐츠 심사 신청
- 인터넷 문화경영허가증의 신청, 보고 절차



2004년 중국 온라인게임 시장조사, 분석 보고 (4)

목 차

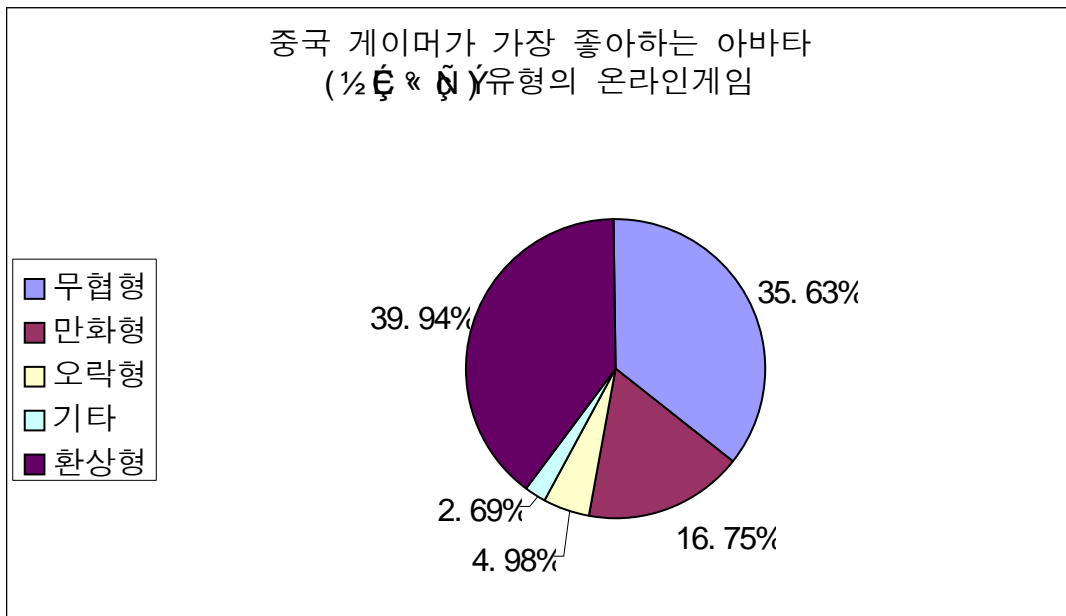
1. 중국 온라인게임 유저의 기본자료 분석
2. 중국 게임 유저의 게임에 대한 태도분석
3. 온라인게임과 운영업체에 대한 조사결과 분석

중국 최대의 온라인게임 전문사이트인 www.17173.com을 중심으로 아이단(艾端)컨설팅, <컴퓨터신문>, <컴퓨터정보신문(电脑商情报)>, <샤오쑹짜이시엔(小熊在线)>, <디엔왕팡저우(电网方舟)>등 여러 매체가 중국의 광대한 온라인게임 유저, PC방 경영자와의 직접적인 설문조사를 통하여 수집한 데이터를 근거로, 현재 중국의 온라인게임 시장의 현황을 분석했다.

2. 중국 게임 유저의 게임에 대한 태도분석

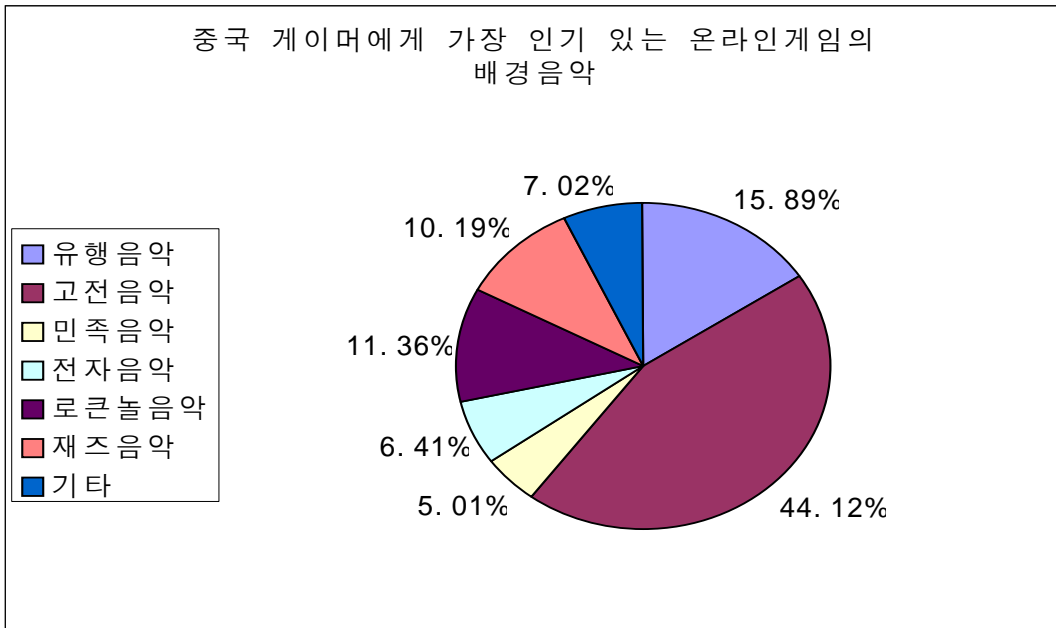
11) 중국 게이머가 가장 좋아하는 아바타(角色扮演)유형

중국 게이머가 가장 좋아하는 아바타 유형의 온라인게임은 만화류와 협객아바타(武侠类角色扮演) 온라인 게임이다.



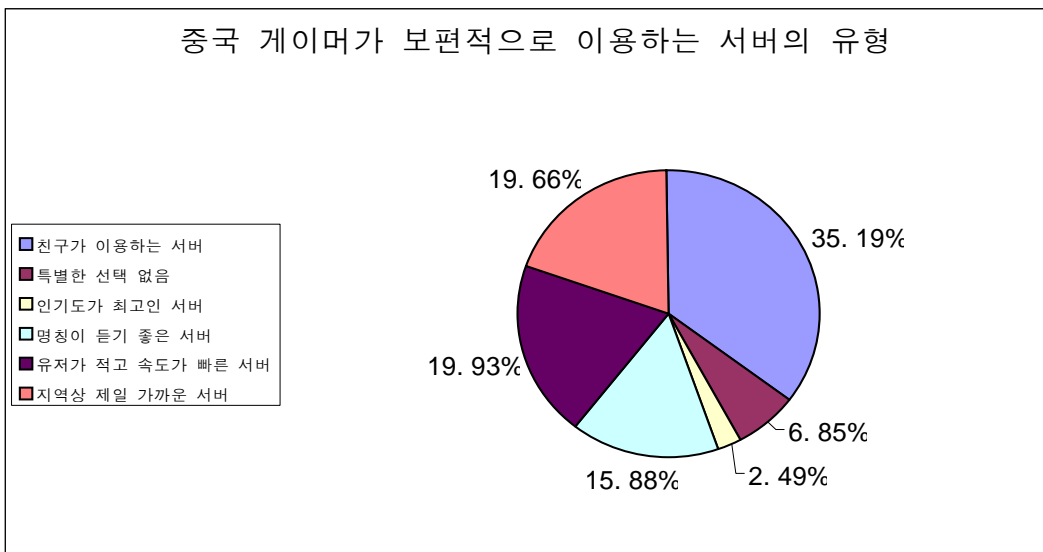
12) 가장 인기 있는 온라인게임의 배경음악

중국 게이머에게 가장 인기 있는 온라인게임의 배경음악은 고전음악과 유행음악이다.



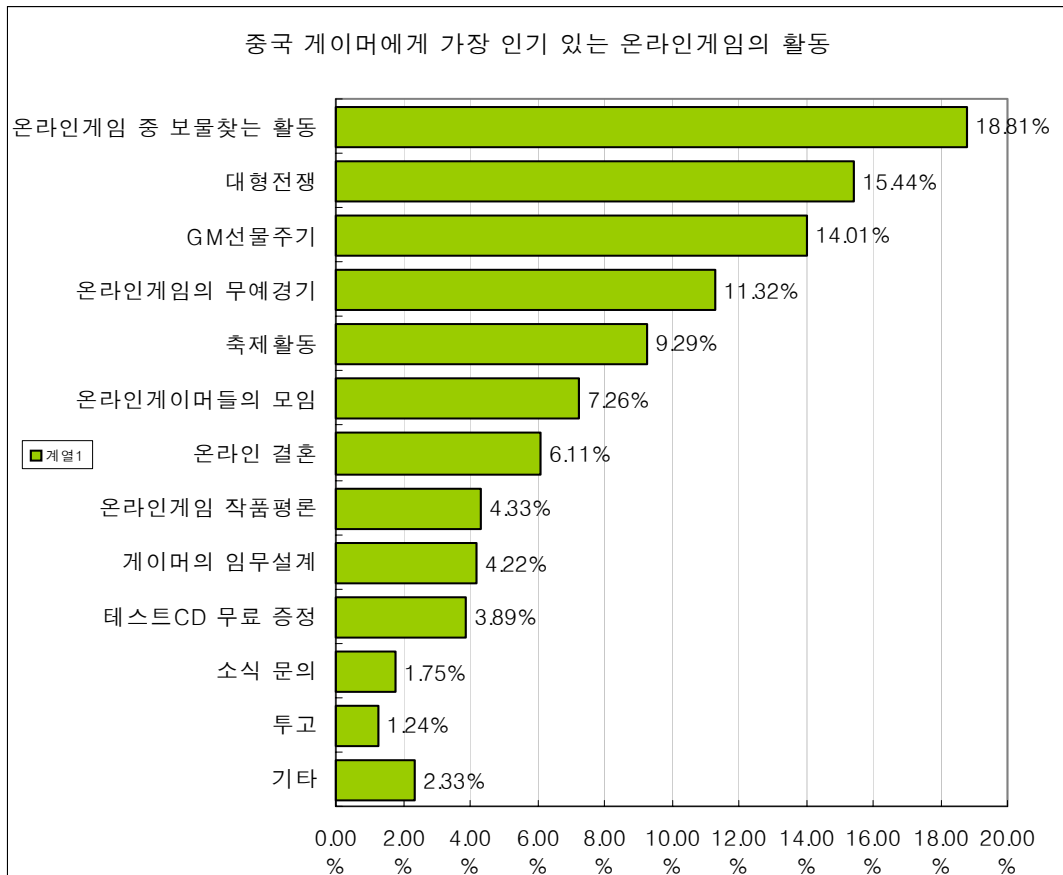
13) 게이머가 보편적으로 이용하는 서버의 유형

중국 게이머는 보편적으로 친구가 이용하는 서버를 우선 선택하고, 기타는 접속자 수가 적거나 속도가 빠른 서버와 거리상 가장 가깝게 있는 서버를 이용하는 것으로 나타났다.



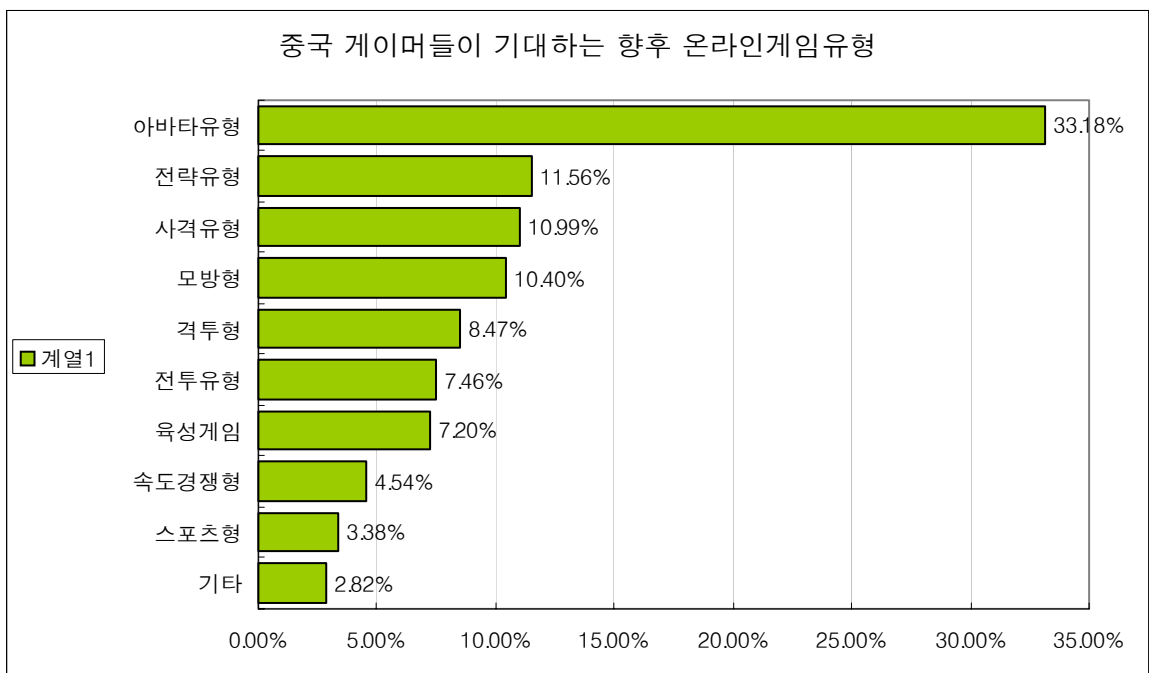
14) 게이머에게 가장 인기 있는 온라인게임 활동

중국 게이머에게 가장 인기 있는 활동으로는 보물찾기가 18.81%, 대형 전쟁 15.44%, GM선물이 14.01%를 차지하는 것으로 나타났다.



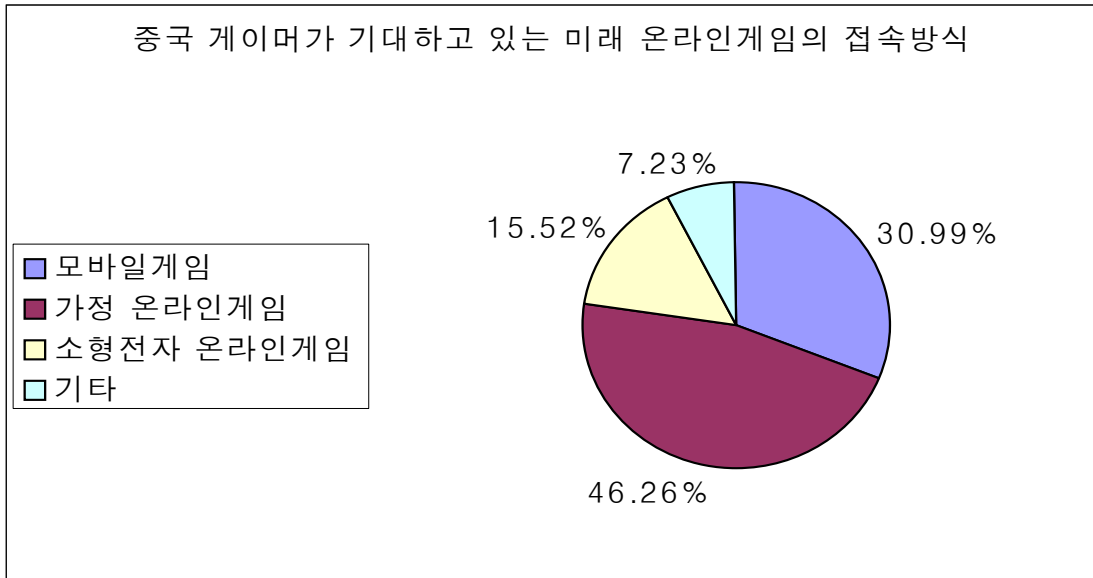
15) 게이머들이 기대하는 미래의 온라인게임 유형

미래에 가장 바라는 온라인게임 유형은 유저 중 33.18%가 아바타(角色扮演)유형을, 11.56%가 전략 게임(战略类)을, 10.99%의 게이머가 사격 게임(射击类)을 선택한 것으로 나타났다.



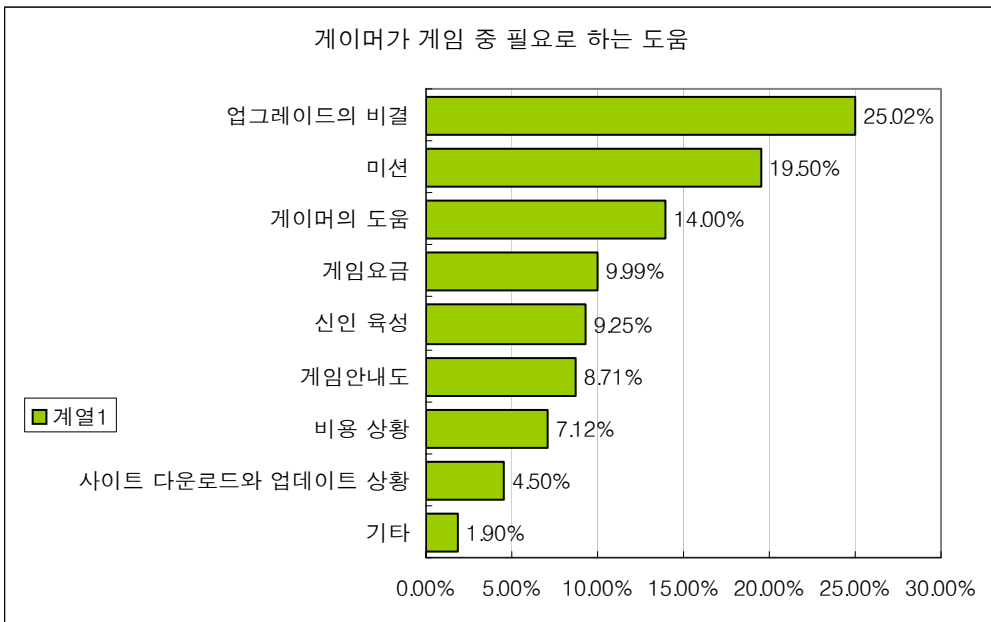
16) 게이머가 기대하고 있는 미래 온라인게임의 접속방식

중국 게이머가 미래에 가장 기대하는 온라인게임 접속방식은 가정용 온라인게임기로 대부분 게이머가 온라인게임을 기반으로 돌파와 창조를 바라며, 모바일게임도 비교적 기대하고 있는 게임 접속방식이다.



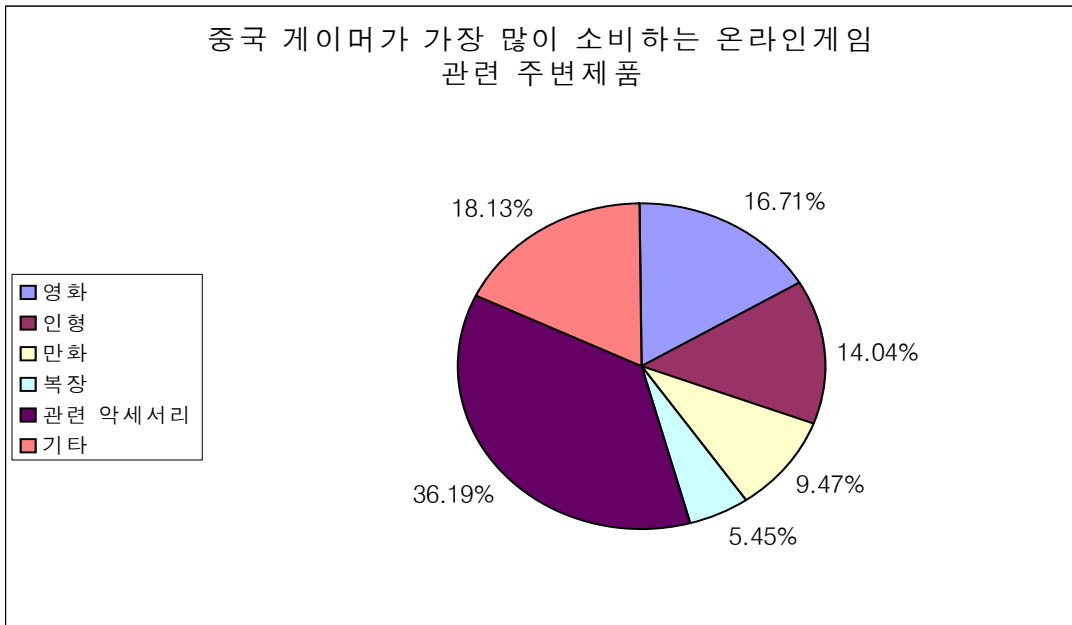
17) 게이머가 게임 중 필요하다고 생각하는 도움

게이머들이 게임 중에 가장 필요한 도움은 업그레이드 비결, 미션(任务秘籍)과 선배의 도움이다.

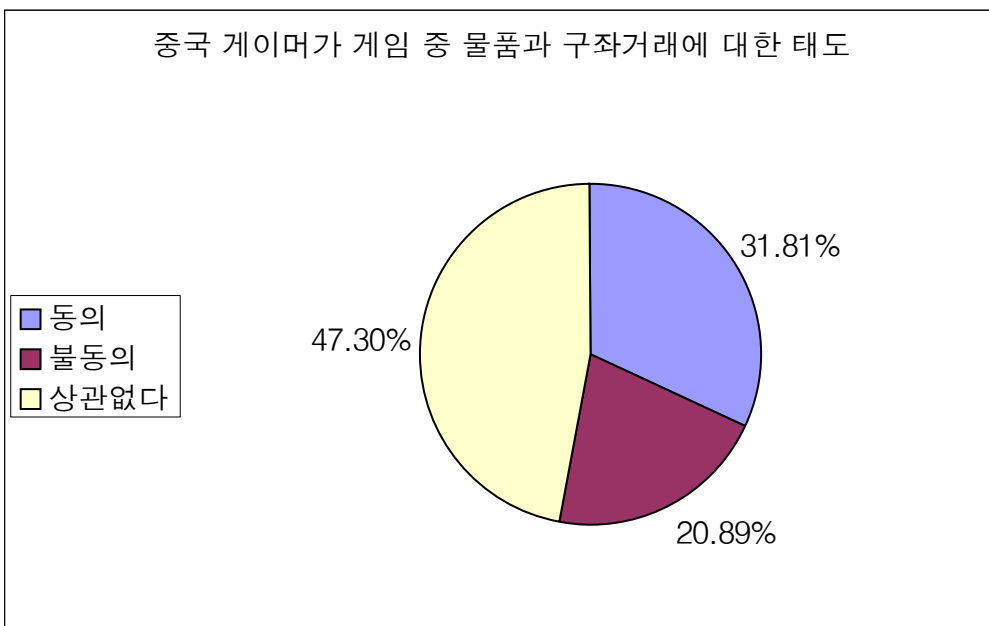


18) 게이머가 가장 많이 소비하는 온라인게임 관련 주변제품

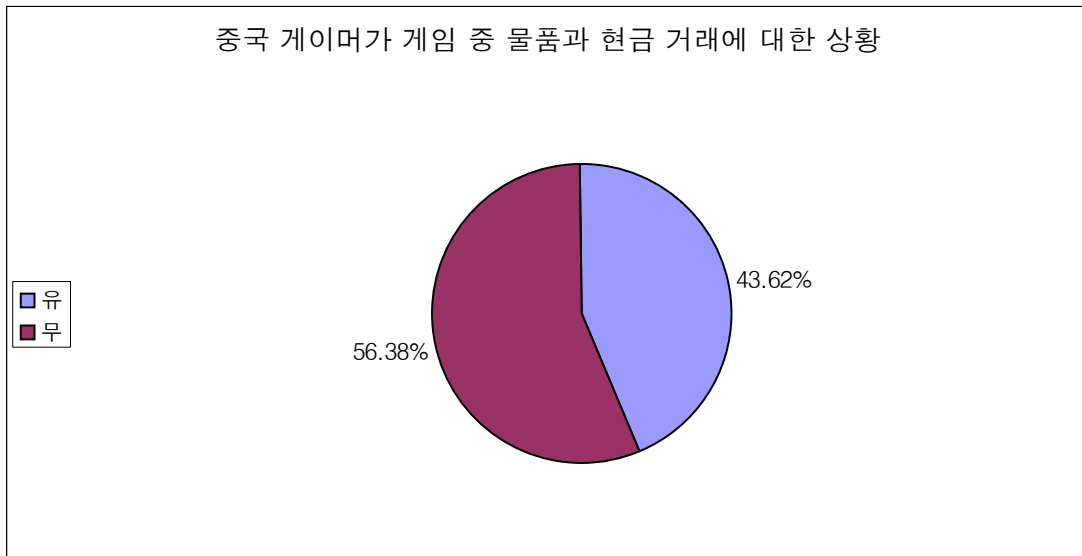
중국 게이머가 가장 많이 소비하는 온라인게임 관련 제품은 게임 관련 악세사리로 36.19%를 차지하고, 그 다음으로 영화와 인형이다.



19) 중국 게이머가 게임 중 아이템과 ID 거래에 대한 태도
 아이템과 ID 거래를 지지하는 게이머가 31.81%를 차지하고, 20.89%가 반대를 하며, 별 반응이 없는 게이머가 47.30%를 차지한다.



20) 중국 게이머가 게임 중 아이템 현금 거래에 대한 상황
 43.62%의 게이머들이 게임 중에서 아이템 현금 거래를 한다.



자료 : <http://17173.com> 2004-6-25
(다음호에 계속)



성따(盛大), 상하이 하오팡(浩方)정보기술유한공사에 전략적인 투자

지난 7월 30일 성따는 상하이 하오팡의 주식 보유에 관한 협의를 체결했다. 상하이 하오팡은 국내 최대의 온라인게임 플랫폼을 개발 운영하고 있는 업체이다. 협의에 따르면, 성따는 오는 2006년 현금으로 주식을 매입하여 하오팡의 주식 경영권을 획득할 예정이다.

하오팡의 관계자가 제시한 통계에 따르면 지난 7월 하오팡의 게임플랫폼 동시접속자는 최대 32만 명에 달했으며, 평균 동시접속자는 20만 명에 달했다고 한다. 하오팡 게임플랫폼은 유저들에게 인터넷을 통해 쉽게 기타 유저들과 게임을 할 수 있도록 연결해준다. 이 플랫폼은 중국 국내에서 200여대 서버에서 운영되고 있다. 전통PC게임과는 달리 하오팡이 개발한 플랫폼은 중국에서 유행하는 PC게임, 가정용게임에 적합하다. 왜냐하면 이런 유저들은 동일시간에 게임의 기타 유저를 찾기 힘들기 때문이다.

온라인게임 플랫폼 외에도 하오팡은 중국 최초의 온라인게임 경기사이트 www.cga.com.cn를 구축했다. 이 사이트는 유저들에게 대형의 경기행사를 진행해주고 다인접속게임의 정보를 제공해준다. 현재 이 사이트는 매일 방문 횟수가 3,000만회에 이르고 있다.

성따 관계자에 따르면 하오팡에 대한 전략적인 투자를 통해 현재 서비스되고 있는 대형 온라인 아바타게임과 캐주얼게임을 기반으로 새로운 게임을 더욱 추가할 예정이라고 한다. 하오팡과의 협력을 통해 성따의 판매네트워크와 하오팡의 게임플랫폼을 이용하여 더욱 많은 유저를 유치

할 것이며, 또한 이번 협력을 통해 가정용 유저의 시장을 개척하는데 박차를 가할 것이라고 덧붙였다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/07/073036628.shtml>

쓰자(SEGA), 3종 게임 중국에 출시 예정

중국시장에서 본격적인 업무를 위해 쓰자는 상하이에 쓰자판앤여우셴공스(世嘉软件有限公司)를 설립했다. 현재 쓰자는 개인컴퓨터 업무를 본격적으로 확장하고 있다. 쓰자는 1,000만 명의 유저를 보유하고 있는 중국 온라인게임시장을 겨냥하고 있다. 쓰자는 쓰자판앤여우셴공스(世嘉软件有限公司) 설립을 통해 소비자의 취향에 알맞은 다인접속게임을 출시할 예정이다. 이 전략은 얼마 전 일본과 유럽에서 큰 성공을 거둔바 있다.

쓰자는 다음과 같은 PC온라인게임을 중국에 출시할 예정이다.

(1) 'PSO BB'

쓰자는 중궈차오화커찌(中国朝华科技)의 계열회사인 차오화쑤쑤위러여우셴공스(朝华数字娱乐有限公司)와 중국에서 'PSO BB'의 운영에 관한 협의를 체결했다. 'PSO BB'는 세계 최초의 가정용게임기에서 할 수 있는 온라인RPG게임으로서 2000년에 최초로 Dream Cast에서 선보였다. 이후, 이 게임의 시리즈작품들이 각기 Dream Cast, Game Cube, X box, PC플랫폼에 발표되었다. 2003년 5월까지 유저가 60만 명에 이르고 있다.

(2) 'CTRacer'

쓰자는 JoyZone과 공동으로 'CTRacer'를 중국시장에 출시할 예정이다. 2003년 3월, 'CTRacer' 한국버전이 출시되면서 2004년 6월까지 온라인유저가 375만 명에 이르렀다. 'CTRacer'는 대형 다인싸이클게임으로서 동시접속자가 최고 5,000명까지 지원할 수 있다. 이밖에 유저들이 사이버커뮤니티에서 싸이클을 제정할 수 있고 장비구입을 통해 성능을 업그레이드할 수 있다.

(3) '샤무왕뤄반(莎木网络版)'

쓰자는 한국JC와 '샤무왕뤄반(莎木网络版)'을 공동으로 개발 발행하기로 협의를 체결했다. 또 중국의 T2커찌(T2科技)와 '샤무왕뤄반(莎木网络版)'을 중국에서 운영하기로 했다. '샤무왕뤄반(莎木网络版)'은 오는 2005년에 본격 출시될 것으로 보인다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/08/080437411.shtml>

"A3" 새로운 합자모델의 진로

지난 주 뉴스에 한국의 유명게임인 <A3> 사업이 담보 상태에 빠져 있다고 발표되었다. 새로운 합자모델을 시도했던 한중온라인게임의 선두기업인 ACTOZ와 하이홍(海虹)이 결별 상황에 이르렀다는 것이다.

하이홍(海虹), 한국의 대규모 참여에 불만

소식에 따르면 쌍방은 처음 밀월 관계 후 바로 분란이 일기 시작하였다. 그 내용은 인력 채용과 자금투입 때문이라고 한다. ACTOZ가 한국으로부터 마케팅인원을 포함한 약 50여명의 인력을 베이징동팡후통(东方互通公司, 동방호동공사)에 투입하자 하이훙이 불만을 나타냈다. 한국 측의 이런 대대적인 자사 인원투입에 대하여 중국 측은 이해할 수 없다는 입장이다. 하이훙은 중국 시장에 대한 이해도를 감안할 때, 현지 시장에 대한 홍보는 중국 측이 담당하는 것이 합리적이며, 한국이 관여할 필요가 없다는 입장이다.

자금투입 측면에서도 서로 다른 관점을 나타내고 있다고 한다. 하이훙은 <A3>의 수익 상황에 맞추어 신중하게 투자를 진행하면서, 점진적으로 추진해야 한다고 생각하고 있다. 한국의 ACTOZ는 이와는 정반대로 시장 초기에 투자를 늘려 대규모의 확산을 위한 시장 마케팅에 자금을 아끼지 말아야 한다고 주장하고 있다. 서로 다른 이 2가지 주장으로 인해 갑작스럽게 충돌이 발생하고, <미르>가 성따(盛大)에 5억 위안의 수익을 안겨 준 것에 비해, <A3>가 출시이후 큰 수익을 내지 못한 이유가 투입역량이 부족했기 때문이라고 ACTOZ는 판단하고 있으며, 한국에서의 <A3> 운영 사례를 많이 참조해야 한다고 강력하게 주장하고 있다. 하이훙은 예상 시기의 조정에 있어 적당히 속도를 늦추어야 하며, 성급한 투자는 불합리하다고 주장하고 있다. 이러한 양측의 충돌은 날로 심각해져 현재는 결별의 지경에 이르렀다고 한다.

<A3>의 갑작스런 변화 후, 하이훙은 정면으로 대응하지 않고, “우리의 전제는 가능한 <A3>에 대하여 책임지고, 게이머의 이익을 보장하는 것이다.”라고 말하고 있다. 그러나 마케팅 전문가들은 만일 양측의 결별이 확실하다면, 이는 <A3> 운영에 대한 심각한 충격이며, 또한 ACTOZ가 중국 온라인업체와의 협력에서 다시 실패하는 것을 의미한다고 해석했다. 지난번과 다른 것이 있다면, 이전의 ACTOZ와 성따의 결별은 수익 할당의 문제 때문이었지만, 이번은 양측이 생명력이 있는 합자 모델을 찾지 못했기 때문으로 분석하고 있다.

<미르>신화 : 2년간 5억 위안의 수익

<A3>는 게이머들이 “2004년 최대 게임”으로 기대하던 게임으로, 하이훙과 ACTOZ의 새로운 합작 형식에 대한 기대도 있었다. 1년 전 <미르>가 성따에 5억 위안의 수익을 가져다주었던 <미르>와 같이 <A3>도 하이훙에 의해 더욱 발전되어 이어질 것으로 기대했었다. 당시 하이훙이 97% 지분을 소유하고 있던 베이징베이징 문화매체회사(北京北极冰文化传播公司)가 220만 달러의 비용을 지불하고 한국 ACTOZ의 인기게임인 <A3>의 5년 중국 독자 운영권을 취득하였었다. 이 게임의 중국에서의 효과적인 진입을 위하여, 올해 1월 12일, 베이징을 “베이징동팡후통과기유한공사(北京东方互通科技有限公司, 북경동방호동유한공사)로 개칭하였고, 양측이 각각 50%를 투자하여 공동으로 게임의 개발과 운영을 담당하였다.

합자회사를 설립하여 온라인게임을 운영하는 이런 형식은 중한 온라인게임업계 내 최초의 모델이다. 50 : 50의 주식구조는 관련정책에 따른 것으로, “2004년부터 국외업체가 중국의 온라인 서비스(ISP)에 투자할 수 있는 최대 소유권은 50%이다.”라는 규정에 근거한 것이다.

시장도 이런 연합을 반겼다. 올해 1월 8일 하이훙은 <A3>의 출시를 발표하고, 관련부문의 승인 후 하이훙의 주식가격은 5.03%나 상승하였다. 2개월 후에는 더욱 상승하여 최고 게임 사용권이 29위안/장에 달하였으며, 상승폭이 60%를 넘었다. 이외에 하이훙이 쥘유온라인(聚友网络),

상하이하이린(上海海林), 장시수이니(江西水泥) 등 온라인회사를 인수했으며, 이들 회사의 주가가 격은 모두 상승하였고, 주가는 여러 차례나 상한가를 기록했다.

동시 접속자 15만 명

지난 3월 3일, <A3>가 본격적으로 오픈베타를 시작하였다. 그 날 접속자는 15만 명으로 <A3>의 제1차 서버가 담당할 수 있는 최고 수치로, 중국 온라인게임사상 최고기록이었다. 당시 이런 모든 징조를 보아 <A3>가 성따의 신화를 이어나갈 것으로 기대했었다. 그러나 4월 28일 <A3>가 본격적으로 유료운영을 시작하자 기대하던 것과는 달리 상황이 바뀌었다. 실제 운영이 초기의 예상과는 차이가 있었고, 원래 목표로 했던 접속 수에 도달하지 못한 채 단지 몇 만 명에 불과했다.

<A3>의 이런 예상 밖의 상황은, <A3>가 비록 승인을 통과하긴 했지만, 신문출판총서의 감독에 따라 “성인판(版)”이 “청소년판(版)”으로 바뀌었고, 이외에 지난 1년 동안 여러 가지 온라인 게임제품의 출시에 따라 경쟁이 극심했었기 때문이다.

중국에서 온라인게임의 시작은 한국게임의 수입과 갈라놓을 수 없다. 양측의 합작은 시간이 지남에 따라 점차 성숙해져 갈 것이다. 그러나 중국시장의 온라인게임 90%가 한국에서 수입되었고, 많은 비용을 지불하고 한국 온라인게임제품을 구매하게 됨에 따라, 한국 온라인게임의 보증금과 저작권 비용이 불합리하게 높아졌다. 한국의 강세에 따라 중국의 게임운영업체는 사업적 관계에서 모두 피동적인 위치에 놓이게 되었다.

ACTOZ와 성따의 소송으로 인해 운영업체는 게임의 운영이 단지 서버구축에 그치는 것처럼 간단하지 않다는 것을 깨닫게 하였다. 그렇기 때문에 단순히 대리권을 구매하는 모델은 오래갈 수 없으며, 쉽게 분쟁이 일어날 수 있다. 따라서 선진적인 합자경영이념을 도입하여 주식제(股份制)를 채용하는 것이 중국의 특색이 있는 현지 게임개발에 유리하다. 하이훙은 바로 이런 관점에서의 선구자로, 하이훙과 ACTOZ가 각각 50%의 자금을 투자하여 베이징동팡후통유한공사를 설립하여 게임을 개발과 운영을 진행하였다. 이는 지난 ACTOZ와 성따의 합자모델에서 한 단계 진보한 것이다. 만일 하이훙이 ACTOZ와 분열된다면 하이훙이 자금 합자를 통하여 빈약하고 핵심기술의 부재문제를 해결하려던 당초 기대는 기본적으로 할 수 없게 된다.

하이훙 및 성따와 같은 회사와 ACTOZ 등 해외게임업체와의 굴곡적인 합자경력은 중국 온라인게임 개발업체에게 많은 고민을 하게 하였다. 또한 후발 업체에게 온라인게임업체는 반드시 자립해야 하며, 오직 자체 연구개발만이 핵심기술 문제를 해결할 수 있는 장기적인 성공의 길이라는 것을 제시하였다.

자료 : <http://news.homeway.com.cn/detail.aspx?lm=1675&id=760285>

중국통신, 광동에 체인 PC방 사업 추진

씨스왕(计世网, 컴퓨터세계 사이트)에 따르면, 중국통신이 체인 PC방의 발전을 진일보시키고, 브랜드경영을 강화하기 위하여 얼마 전 광동에서 싱쿵왕맹(星空网盟)의 시험운영을 진행하였

으며, 3억 위안을 투자하여 200개 규모의 체인점 PC방의 설립을 계획하고 있다고 한다.

광동통신 소속인 씽멍(星盟)온라인 체인점 경영회사는 싱쿵왕멍(星空网盟)이 광동성 체인 PC방의 대표적인 브랜드이며, 그 설립 취지는 PC방의 새로운 분위기를 조성하여, 건전하고 안전한 문화 엔터테인먼트의 새로운 장소를 구축하는데 있다고 한다. 싱쿵왕멍은 국제적인 기업과의 강력한 연합을 통하여 시장운영, 인력, 산업체인의 합작 부문에서 우위를 차지하고 있다. 가맹 싱쿵왕멍의 경영방식은 PC방의 수익을 증가시키고, 원가를 줄이며, 리스크를 줄여 더욱 완벽한 가맹관리 시스템을 보장하는 것이라고 한다.

싱쿵왕멍의 가맹방식은 2가지가 있다. 한 가지는 브랜드 가맹으로, 이미 PC방 경영증을 가지고 있는 PC방이 체인점 가맹을 하고, 싱쿵왕멍 브랜드를 사용하면서 씽멍(星盟) 본부의 경영 지도를 받는 것이다. 다른 한 가지는 표준 가맹으로, 가맹업주가 싱쿵왕멍 상표뿐만 아니라 또 특허권, 브랜드 홍보, 운영지원, 부가가치 및 기타 서비스와 지원이 포함된 씽멍(星盟)본사의 많은 경영 지원을 받을 수 있다. 이보다 더욱 긴밀한 가맹방식으로는 심도가맹방식과 합자가맹방식이 있으며, 계속 추진될 것이다. 현재 싱쿵왕멍 최초의 직속 경영점인 광주 주해점이 이미 오픈되었다.

자료:<http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=71&lm=lswb>,

타이완과 대륙, 공동으로 온라인교육게임 개발

중국대륙과 타이완의 두 유명 게임회사인 산천카통(三辰卡通)과 중화왕룽(中华网龙)이 공동으로 출자하여 설립한 회사인 산천왕룽커지여우센공스(三辰网龙科技有限公司)가 온라인교육게임을 개발할 예정이다.

산천왕룽커지여우센공스는 2005년 1/4분기에 백과지식을 담은 첫 온라인교육게임을 출시할 계획이다. 그리고 향후 속속 수학, 물리, 화학 등 이공과 분야와 사춘기 등 여러 테마를 다룬 게임을 개발할 것이다. 게임의 캐릭터는 여전히 어린이들이 좋아하는 blue cat이다.

'blue cat'는 산천카통에서 개발한 프로그램 '란마오타오치 산첸원(蓝猫淘气3000问, blue cat 3000문제)'의 캐릭터이다. 이 TV프로그램은 천여 개 채널을 통해 방영됐으며 4억 명에 달하는 청소년을 유치하였다. 'blue cat' 브랜드인 아동소비품은 6천여 종에 달하며 전국 3천여 개에 달하는 'blue cat' 매장을 보유하고 있다.

온라인게임은 일종의 신형 오락방식으로서 청소년 생활에 중요한 부분이 되었다. 조사에 따르면, 학생들이 온라인게임유저의 대다수를 차지한다. 25세 미만의 유저가 80%를 차지하며, 22세 미만의 청소년이 50%를 차지한다.

중국국내의 열광적인 온라인게임은 많은 문제점들을 안고 있는데 사회각계의 많은 주목을 받아왔다. 폭력, 섹스, 미신 등 선정적인 내용은 청소년들의 건강에 불리하다. 이러한 현실에서 산천왕룽커지여우센공스는 '녹색게임사이트'를 구축하고 국내 유명한 교육전문가들을 초빙하여 초,

중등학교 교과목 공부, 백과지식, 생활상식 및 규범 등을 온라인게임과 결합하여 교육을 목적으로 하는 게임을 개발할 예정이다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/07/073036726.shtml>

‘반지의 제왕’ 게임개발업체, 중국 합작파트너 선정

게임 ‘반지의 제왕’ 개발업체인 미국 Turbine회사 관계자는 중국의 방대한 시장을 목표로 중국에서 이미 두 개의 합작파트너를 선정했으며, 8월 중순쯤에 중국 파트너회사의 이름을 공개할 예정이라고 밝혔다.

따론펬(大连)에서 개최된 ‘2004 중국 애니메이션 산업 포럼’에 참석한 Turbine회사 관계자는 중국은 잠재력이 큰 시장으로 게임 산업도 주도적 위치를 차지해야 한다고 했다. Turbine회사를 포함한 많은 미국 게임업체들은 중국에 진출하려고 하고 있으며, 따론펬을 통해 중국게임시장에 진출할 예정이라고 덧붙였다.

중국은 8,000여만 명에 달하는 네티즌을 보유하고 있으며 현재 빠르게 성장하고 있다. 이는 온라인게임이 발전할 수 있는 튼튼한 기반이다. 현재 중국을 비롯한 아시아 게임 산업은 호황을 가져오고 있는데 이는 미국게임회사들이 아시아로 진출할 수 있는 좋은 기회이다.

중국시장 진출에 관하여 Turbine회사 관계자는 게임운영업체가 현지시장의 특징, 중국과 서양 문화의 차이 및 유저들 간의 취향의 차이점 등을 잘 파악해야만 그에 적합한 게임콘텐츠를 설계하여 많은 유저들을 유치할 수 있다고 했다. 이밖에 합작파트너를 정확하게 선정하는 것도 중요하다.

Turbine회사 관계자는 중국 게임 산업의 발전에 대해 몇 가지 제안을 했다. 온라인게임의 국제적인 발전추이에 따라 게임 산업 경쟁도 국경을 넘을 것으로 전망된다. 중국의 게임개발업체는 게임의 구상과 예술창작 등을 중요시하고 시장개발 면에서는 영어홈페이지를 설치하여 국제적으로 협력파트너를 찾으면 더욱 좋은 효과를 기대할 수 있을 것이라고 하였다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/07/073036630.shtml>

청두(成都)시청, 미성년자 전용 PC방 오픈

청두시청에서 18세 미만의 미성년자들에게 PC방을 개방했다. PC방에서는 20여 명의 농어촌 자녀들이 선생님의 가르침을 받아 인터넷을 접속하여 정보를 검색하고 있다. 이 20여 명의 아이들은 빈곤지역의 아이들로서 인터넷을 접속해본 적이 없는 아이들이다. 그들은 선생님의 지도를 받고 이 생소한 컴퓨터를 만지기 시작했다.

PC방 공간은 크지 않다. 전문가들은 미성년자들의 학습에 도움을 줄 수 있는 전문적인 지식 사이트를 제작하기도 했다. PC방 안벽에는 ‘미성년자들의 건강한 인터넷접속’이라는 글자가 붙어

저 있고 책장에는 아동독서와 컴퓨터 관련 서적들이 꽂혀있다. 오픈하는 날, 많은 아이들이 와서 자리를 차지하기도 했다고 한다. 미성년자들이 인터넷을 접속하는 데는 보호자와 동반하여 카드를 구입해야 한다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/08/080136782.shtml>



양잔커찌여우셴궁스(阳展科技有限公司, 양전과기유한공사)

1. 회사소개

2002년 5월 등록된 양잔커찌는 등록자본금이 300만 달러에 달하며, 7월에 소프트웨어 연구 개발센터를 설립하였다. 2002년 12월에 멀티미디어 연구개발팀을 구성하여 현재에 이르기까지 소프트웨어 엔지니어 70여명을 보유하고 있다. 이 연구개발팀은 주로 소프트웨어시장의 응용제품을 개발하고 있으며 소프트웨어 판매를 목적으로 하고 있다.

멀티미디어 연구개발팀(Medium Center)은 PC게임과 온라인게임 등 게임소프트웨어 개발과 디자인을 담당하고 있다. 곧 출시될 게임으로는 '미징선화(秘镜神话, 밀경신화)'와 '광휘이찬청(光辉传承, 광휘전승)'이 있다.

2. 산업개황

무선네트워크의 발전은 이미 10년간 지속되어왔다. 1997년 전까지는 그 발전 속도가 매우 느렸지만, 1997년 IEEE802.11기준이 출시된 후부터는 지금까지 비교적 빠른 발전을 가져왔다. 2000~2003년까지는 무선 지역 네트워크시장의 성장속도가 빠른 시기였기 때문에 이에 따른 응용 제품도 큰 발전을 가져왔다.

게임 산업을 놓고 볼 때, PS2, X-BOX, 네트워크게임 등이 PC게임을 점차 대체하고 2002년 중국 온라인게임시장의 경우, 전년 대비 6억 위안의 성장률을 보였다. 향후 3년 동안에는 100%의 성장추이를 보일 것으로 전망된다.

3. 현재 개발제품

개발센터 :

- ★ Wireless Access Point
- ★ Wireless Router
- ★ Combo Card
- ★ AAA radius server

멀티미디어팀 :

- ★ '커야따따찬쉬(盖亚大地传说, 개아대지전설)' PC game
- ★ '광휘이찬청(光辉传承, 광휘전승)' PC game

4. 연락처

주소 : 南京市高新开发区商务办公楼5楼 (210061)
 전화 : 86-25-58748975
 팩스 : 86-25-58748977
 홈페이지 : www.vanguardcom.com
 연락인 : manager@vanguardcom.com



8 월 온라인 게임 인기순위

| 순 위 | 변 동 | 게 임 명 칭 | 출 품 / 퍼블리셔 |
|-----|-----|---|--|
| 1 | ↑ | 젠샤칭옌 (剑侠情缘, 검협정연) | 시산취(西山区) / 진산공사(金山公司) |
| 2 | ↓ | 포포탕 (泡泡糖, 비엔비) | Nc Soft / 상하이성다왕뤄(上海盛大网络) |
| 3 | ↑ | A3 | Actoz / 징둥팡후통커지(京东互通科技) |
| 4 | ↑ | 셴옌젠online(轩辕剑online ,chain of life) | 따위(大宇) / 왕싱스커웨이얼아이니커스(网星史克威尔艾尼克斯) |
| 5 | ↑ | 텐탕 2 (天堂2, 리니자2) | Nc soft / 신랑러구(新浪乐谷) |
| 6 | ○ | 머리보베이 (魔力宝贝, 클로즈게이트) | 아이니커스(艾尼克斯) / 왕싱스커웨이얼아이니커스(网星史克威尔艾尼克斯) |
| 7 | ↓ | 셴징촨쉬 (仙境传说, 라그나로크) | Gravity / 유시신간셴(游戏新干线) |
| 8 | ↓ | MU (奇迹, 뮤) | Webzen / 띠쥬청스(第九城市) |
| 9 | ↓ | 따화씨유2 (大话西游2, The legend of monkey king2) | 왕이(网易) / 왕이(网易) |
| 10 | ↓ | 찬치3 (传奇3, 미르3) | Wemade / 광통통신(光通通信) |

(자료 : 따중롄젠<大众软件> 8월호)



수입 온라인게임 콘텐츠심사 신청

사업성 인터넷문화업체는 반드시 문화부에 신청을 해야 하는 동시에 다음과 같은 서류를 제출해야 한다.

1. 문화부의 수입온라인게임제품의 콘텐츠심사 신청서와 문화부의 수입 온라인게임 제품서류의 등록서
2. 제품의 주제 및 콘텐츠 설명서
3. 제품의 조작 설명(중국어, 외국어 문서)
4. 제품 샘플(온라인게임 소프트웨어의 클라이언트의 프로그램, CD-ROM 또는 DVD를 캐리어로 함) 3부, 또 등록번호와 이에 상응한 암호, 이 등록번호는 반드시 최고 관리 권한(혹은 최고 게임 급별)을 가지고 있어야 한다.
5. 게임의 대화(对白), 나레이션(旁白), 묘사문자 및 게임의 주제곡, 삽입곡(插曲)의 가사(중국어, 외국어 문서)
6. 제품의 저작권무역 또는 대리운영 계약서(중국어, 외국어문서), 원본 저작권 설명서, 저작권한 수여서 사본이나 또는 복사본
7. 제품을 수출국 또는 지역에서 본 게임제품에 대한 분별급 평가서나 관련증명
8. 신청을 제출한 업체의 <인터넷문화경영허가증>과 <사업자 등록증> 복사본
9. 자체심의 결과(분쟁 콘텐츠를 포함한 관련 설명)
10. 콘텐츠심사에 필요한 기타 문건

서류 다운로드

문화부 수입온라인게임제품의 콘텐츠심사 신청서

문화부 수입 온라인게임 제품의 서류등록

자료 : <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=71&lm=bszn>

인터넷 문화경영허가증의 신청, 보고 절차

사업성 인터넷문화업체의 설립은 반드시 우선 소속지역의 성, 자치구, 직할시의 인민정부문화행정부문에 신청을 하여, 각 성, 자치구, 직할시의 인민정부문화행정부문에서 초보심사를 진행한 다음 문화부에 신청을 한다.

사업성 인터넷문화업체의 설립은 반드시 기업의 조직형식을 갖춰야 하고, 다음 서류를 제출해야 한다.

1. 신청서
2. 업체명칭에 대한 사전허가승인 통지서 또는 영업집조(사업자 등록증)와 정관
3. 자금출처, 금액 및 신용 증빙서류
4. 법인대표자 또는 주요 책임자 및 주요 경영관리인원, 전문기술인원의 자격증명과 신분증명서류
5. 사업장 사용권 증명서류
6. 사업발전보고
7. 법에 따라 제출해야 할 기타 필요서류

각 성, 자치구, 직할시의 인민정부문화행정부문에서는 사업성 인터넷문화업체의 설립신청을 접수받은 날부터 20일 업무일 내에 초보심사의 의견을 문화부에 보고하고, 문화부에서는 초보심사의 의견을 받은 날부터 20일 업무일 내에 비준여부를 결정하여, 승인되면 <인터넷문화경영허가증>을 발급하고 승인에 통과되지 못하면 그 이유를 설명한다.

자료: <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=74&lm=bszn>,

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