



특집

- 2004년 중국 온라인게임 시장조사, 분석 보고 (4)

CHINA GAME NEWS

- 문화부, 미심사 온라인게임 운영금지
- 문화부, PC방 정비
- 2004년 3D 온라인게임시장 현황
- 하이홍콩구(海虹控股), 한국 ACTOZ와의 합작
- 중국산 '선여우지, 神游机', 온라인서비스 제공

GAME업체 소개

- 상하이룬싱왕뤄커지여우셴공스(上海润星网络科技有限公司)

법률 및 정책

- 중화인민공화국 문화부령 제32호



2004년 중국 온라인게임 시장조사, 분석 보고 (4)

목 차

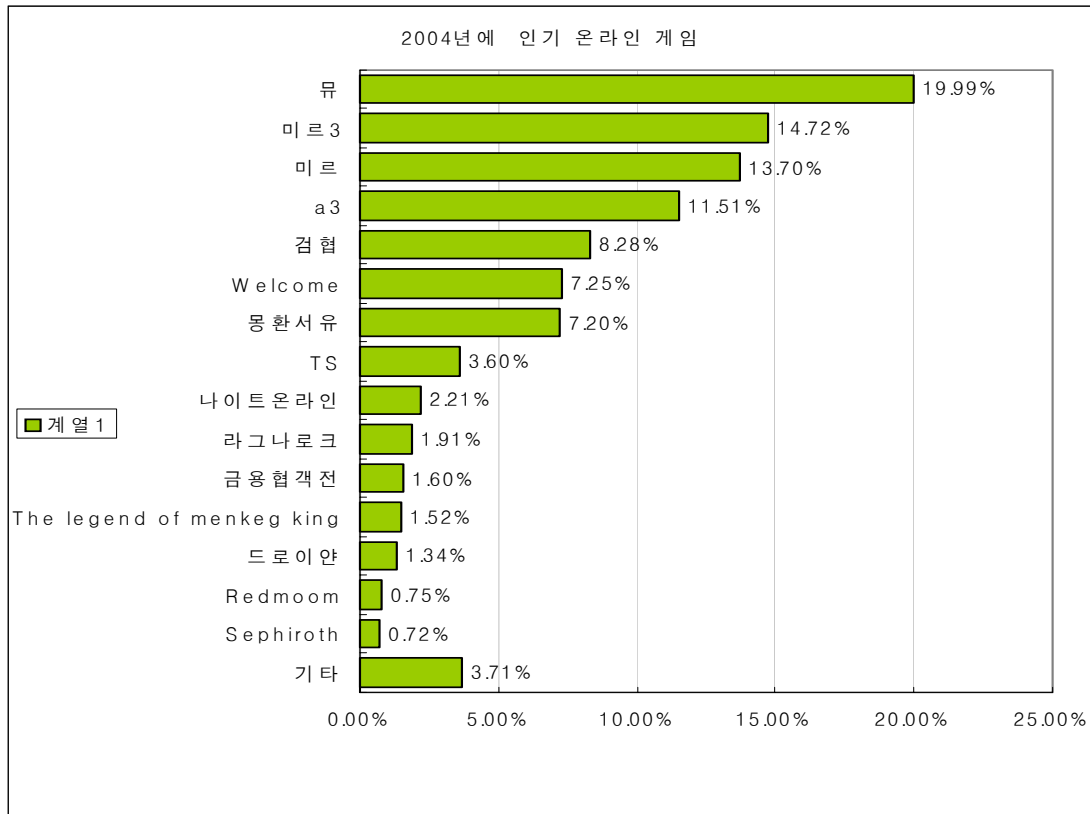
1. 중국 온라인게임 유저의 기본자료 분석
2. 중국 게임 유저의 게임에 대한 태도분석
3. 온라인게임과 운영업체에 대한 조사결과 분석

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 분석하였다.

3. 온라인게임과 운영업체에 대한 조사결과 분석

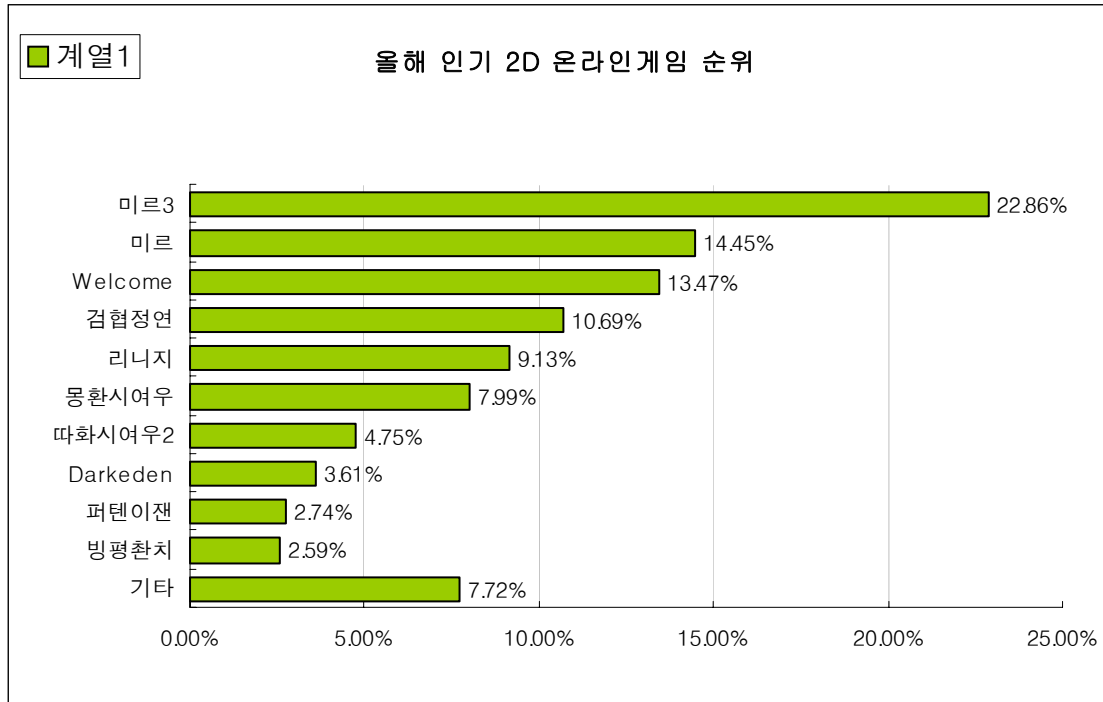
1) 2004년 인기 온라인게임

올해 가장 인기 있는 온라인게임은 뮤(MU)와 미르3, 미르이다.



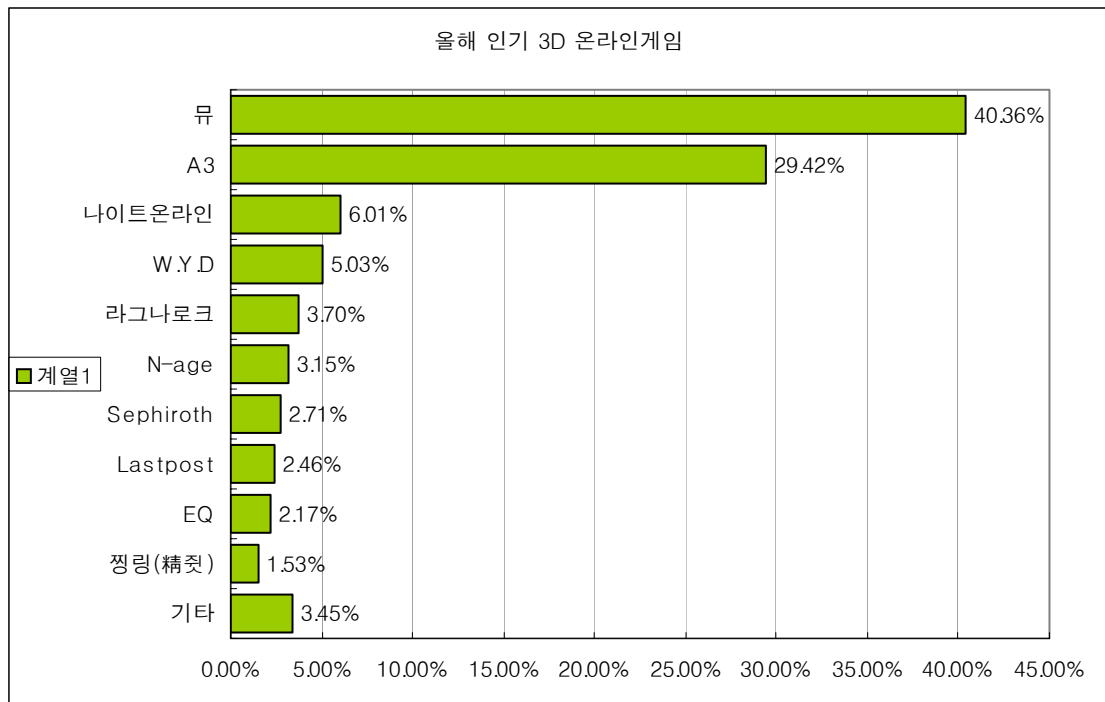
2) 2004년 인기 2D 온라인게임

올해 가장 인기 있는 2D 온라인게임은 미르3과 미르, 룡주(龙族)이다.



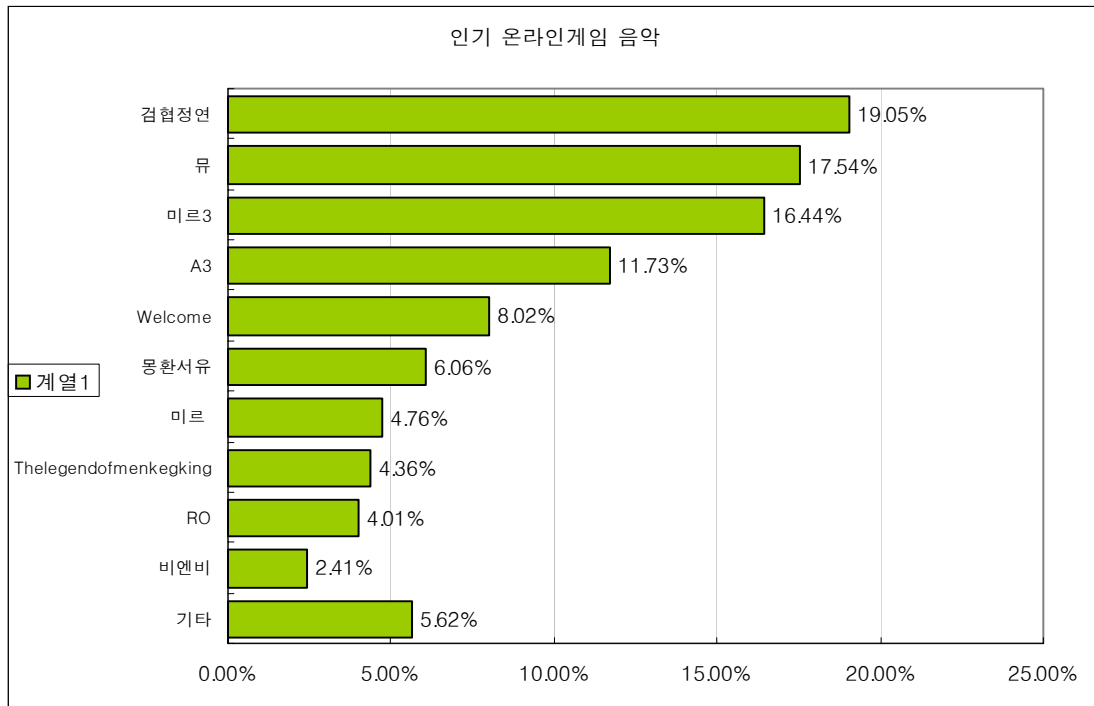
3) 2004년 인기 3D 온라인게임

올해 가장 인기 있는 3D 온라인게임은 뮤(MU)와 A3, 나이트온라인(騎士)이다.



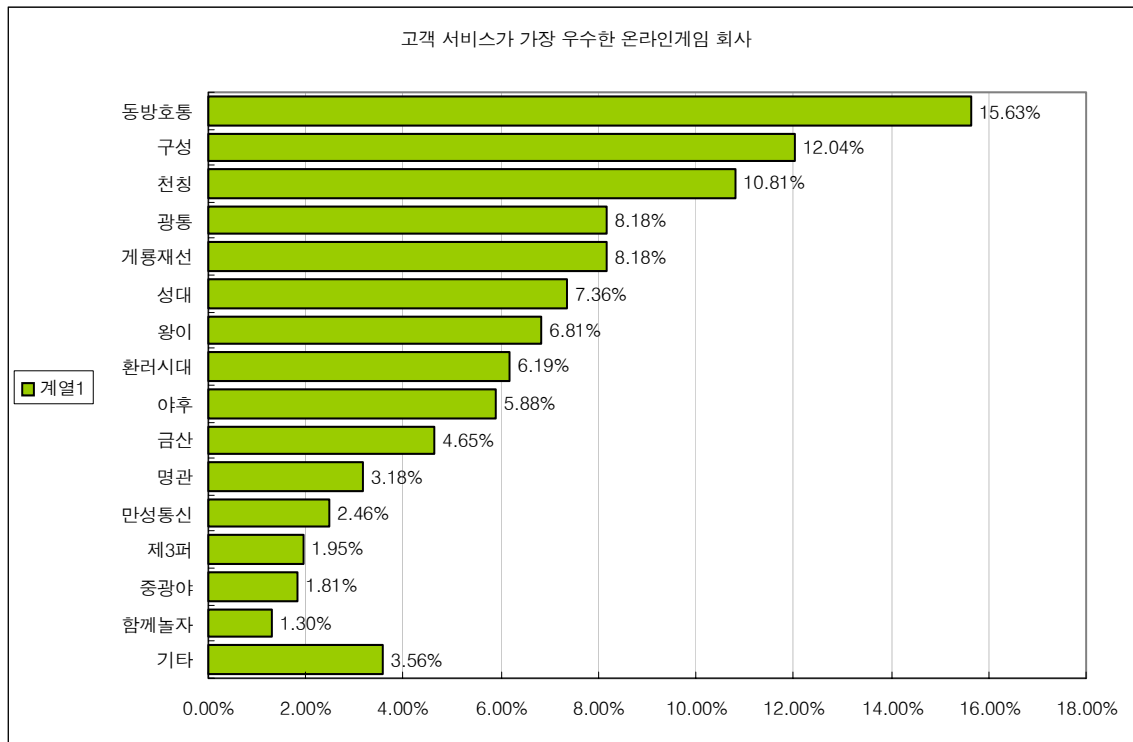
4) 2004년 인기 온라인게임 음악

올해 음악 효과가 좋은 온라인게임은 전사칭원(劍俠情緣, 검협정연)과 MU, 미르3이다.



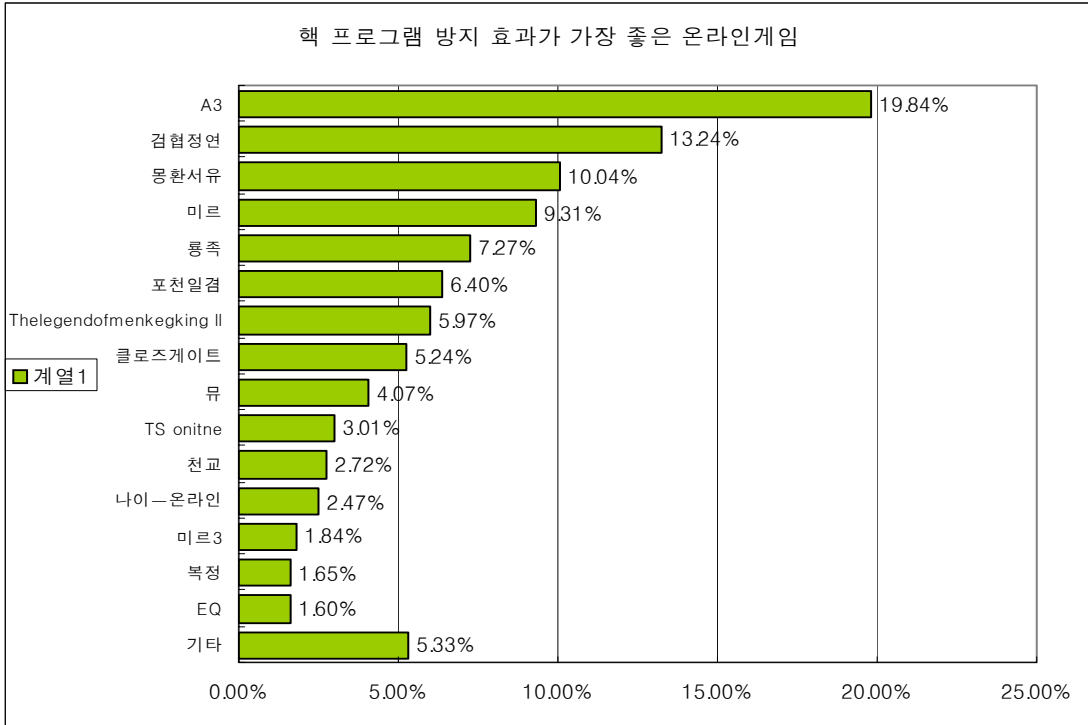
5) 고객 서비스가 가장 우수한 온라인게임 회사

올해 고객 서비스가 가장 우수한 온라인게임 회사는 동방후통(東方互通)과 지우청(九城), 텐칭(天晴)으로 나타났다.



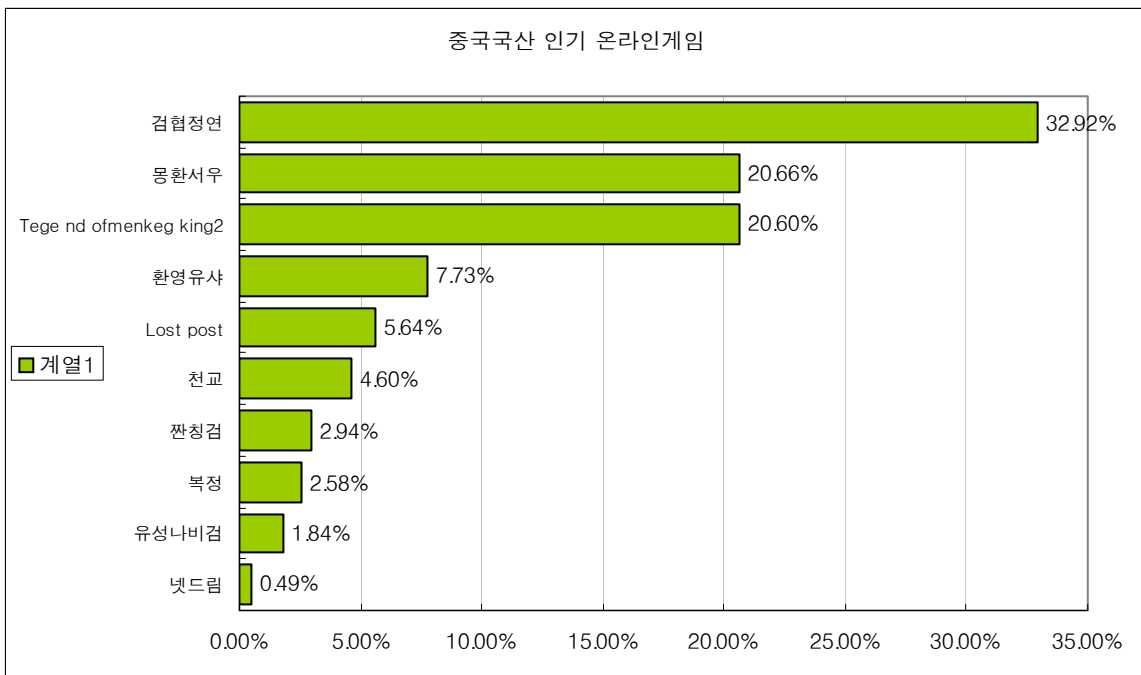
6) 핵 프로그램 방지 효과가 가장 좋은 온라인게임

올해 핵 프로그램 방지 효과가 가장 좋은 온라인게임은 A3와 쟈샤칭웬(劍俠情緣,검협정연), 멥환시유(梦幻西游, 멥환서유)이다.



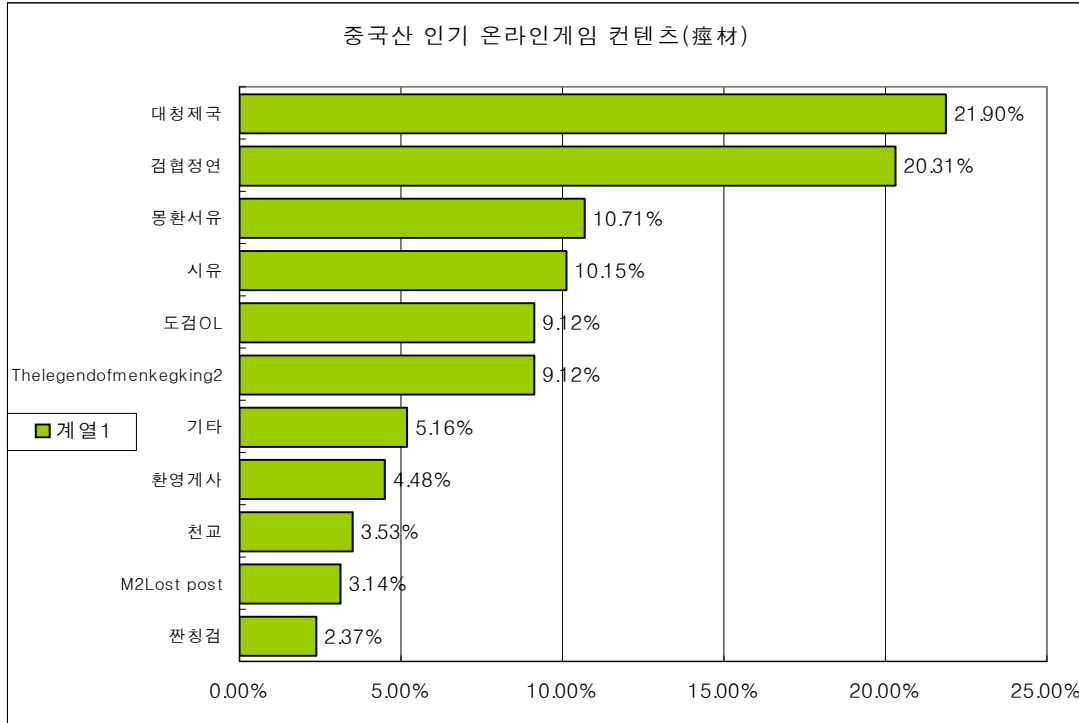
7) 중국 국산 인기 온라인게임

올해 가장 인기 있는 중국 국내 온라인게임은 쟈샤칭웬(劍俠情緣,검협정연)과 멥환시유(梦幻西游, 멥환서유), 따화시유2 (大话西游2, The legend of monkey king2)이다.



8) 중국 국산 인기 온라인게임 콘텐츠

올해 인기 온라인게임 콘텐츠는 다칭디궈(大清帝国, 대청제국)와 쟌샤칭웬(剑侠情缘, 검협정연), 몽환시유(梦幻西游, 몽환서유)이다.



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



문화부, 미심사 온라인게임 운영금지

온라인문화시장 관리를 강화하기 위해 관련부서들은 음란물사이트에 대한 대책을 강구하고 있다. 얼마 전 문화부는 인터넷 문화정보 심사 제도를 구축하여 인터넷 문화제품의 전파, 전시, 경기 등에 대한 관리를 강화할 예정이라고 밝혔다. 2004년 9월 1일 전까지 문화부의 심사를 받지 않은 온라인게임제품과 온라인게임운영업체는 법률에 따라 조치를 취할 것이며, PC방 등 인터넷 서비스영업장소에서 운영되는 것을 금지할 예정이다.

문화부는 인터넷문화 정비작업을 강화할 예정이다. 심사허가를 받았거나 심사서류를 제출한 인터넷문화업체는 홈페이지의 뚜렷한 위치에 문화행정부서에서 발표한 인터넷문화영업 허가증번호를 입력하여야 한다. 정기적으로 네티즌들의 음란물 등 위법 콘텐츠 정보에 대한 정비작업을 할 것으로 보인다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/08/080938646.shtml>

문화부, PC방 정비

소식통에 따르면 지난 8월 3일 열린 문화부 회의에서 아직 공개되지 않은 PC방 관리에 대한 조치가 있는 것으로 알려졌다. 회의에 참석한 업계인사에 따르면 회의내용은 문화부 제2기 인터넷 박람회 개최에 관한 사항으로 그 중 몇몇 안건은 PC방 산업발전과 밀접한 관련이 있다고 한다.

회의에서는 이번 인터넷 박람회를 PC방의 시범구역으로 조성할 것으로 논의됐다. 여러 대규모 PC방 체인기업과 PC방 산업 관련기업들을 잘 결합시키고, 지속적인 PC방 정비작업을 통해 문화부는 완벽하게 정돈된 PC방을 국가 고위층에게 선보일 예정이다.

또한 문화부시장발전센터는 PC방 산업조사와 PC방 구축산업 관련 연맹정보를 발표하였다. 이는 정부에서 최초로 준비한 PC방 조사로서 관련정책에 반영할 근거를 제공한 것으로 예상된다.

회의에서는 많은 PC방 체인기업이 정부정책에 대해 제의를 했으며, 문화부도 그에 상응하게 불합리한 조례, 청소년 인터넷 접속문제, PC방의 위치, 업종협회 구축 등 문제점에 관한 답변을 하였다. 이는 정부에서 최초로 PC정책에 대한 의견을 공식적으로 발표한 것이다. 이는 정부에서 PC방 체인모델을 기반으로 PC방에 대한 조치를 강화하려는 것으로 보인다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/08/080938646.shtml>

2004년 3D 온라인게임시장 현황

얼마 전, 중국 게임유통업체들이 한국 3D게임 '탱탕2(天堂2, 리니지2)'의 시장전망에 대해 논쟁하고 있을 때 한국 3D게임인 'A3'가 또 등장했다. 공식테스트 기간 중에는 동접자가 15만 명에 이르렀으나 현재는 만여 명 정도이다. 하오홍쿵구(海虹)와 한국 ACTOZ는 현재 분리의 위험성이 있다. 이와 같이 지난 반년 동안 3D온라인게임에 대한 열기는 점차 식어왔다.

지난해 국내 최초로 3D온라인게임을 수입할 때, 여러 유통업체, 대리업체, 매체업계 인사들은 세미나에서 열띤 토론을 벌였다. 토론에서 의견은 두 가지로 나뉘었다. 하나는 3D온라인게임은 중국에서 성장할 수 있는 하드조건이 없다는 것이고, 다른 하나는 대폭 발전할 것이라는 전망이었다. 하지만 지난 1년간 3D온라인게임은 중국에서 좋은 결과를 가져오지 못했고, 현재 시장에서 유통되고 있는 3D온라인게임은 소수의 유저들을 서로 유치하려 경쟁하고 있다. 이러한 사실은 시장 환경과 하드조건이 없는 상황에서 3D온라인게임은 발전할 수 없다는 것을 증명하고 있다.

수년간의 발전을 통해 중국 네티즌은 하드조건과 광대역의 개선으로 비교적 좋은 온라인 품질을 얻었지만 이는 어디까지나 소수의 네티즌에 불과하다. 중국 인터넷 정보센터 CNNIC의 2003년 11월 '중국 인터넷 조사보고'에 따르면 2003년 6월까지 중국 광대역 네티즌은 980만 명으로 전체 네티즌 6,800만 명 중 14.4%를 차지하는 것으로 나타났다. 이는 나머지 85.6%에 달하는 네티즌이 아직 광대역을 사용하지 못한다는 것을 의미한다. 3D온라인게임은 동접자 방식의 게임이기 때문에 광대역 사용여부는 유저의 게임속도에 큰 영향을 미친다. 때문에 중국에서 3D온라인게

임에 대한 유저들의 선호도가 낮은 편이다.

이밖에, 3D온라인게임은 컴퓨터 하드웨어에 대한 성능 요구가 비교적 높다. 현재 중국 유저 중 70%가 PC방에서 게임을 하고 있지만 중국 내 대다수 PC방의 하드웨어 조건은 3D온라인게임이 필요로 하는 성능을 충족시키지 못하고 있다. 이러한 사실은 3D게임의 발전을 저해하는 요소 중 하나이다.

현재 중국에서는 Q버전게임과 캐주얼게임이 유행하고 있다. 2003년 Q버전게임을 도입했을 때 유저들은 ‘파오파오탕 (泡泡糖, 비엔비)’ 등 Q버전게임에 대한 열풍을 보였다. 2004년 국내 여러 운영업체는 Q버전과 캐주얼 게임을 도입하여 큰 수익을 올렸다. 한 업계인사는 2004년은 Q버전과 캐주얼 게임 ‘성숙의 해’로 기대했다.

자료 : http://game.163.com./game2002/editor/edit_jianzhi/040806/040806_239515.html

하이홍콩구(海虹控股), 한국 ACTOZ와의 합작

최근 여러 매체들이 하이홍콩구의 ‘A3계획’ 운영상황과 한국 ACTOZ의 합작에 관해 보도가 많았다. 현재 하이홍콩구가 한국 ACTOZ와의 합작이 결별 상황까지 이르렀다는 소식도 있었다. 이에 대해 하이홍콩구 관계자는 현재 온라인게임 ‘A3계획’의 경영상황이 정상으로 회복되었지만, 경영기획 면의 문제점으로 인해 수익이 회사가 예상했던 것보다 좋지 않은 상황이라고 말했다. 하이홍콩구는 한국 ACTOZ와 경영기획 면에 대해서는 아직 합의를 보지 못한 상황이지만 전반적인 합작 상황을 놓고 볼 때 양호한 편이라고 덧붙였다.

‘주식 양도 협의’와 ‘보충 협의’의 관련 조례에 따르면 주권양도 면에서 신용증 방식으로 지불하는 항목이 있는데 한국은행에서 심사수속이 연기되는 등의 이유로 양측은 오는 8월 23일 전까지 합의를 볼 것으로 예상된다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/08/081038746.shtml>

중국산 ‘선여우지, 神游机’, 온라인서비스 제공

지난해 말, 런텐탕(任天堂)과 중국의 선여우커지(神游科技)가 공동으로 중국 대륙에 출시한 ‘선여우지 iQue’는 간이형 게임기이다. 이 단말기에 게임카드를 꽂고 TV코드와 직접 연결하면 게임을 할 수 있다. 현재 선여우커지는 ‘선여우지’에 온라인서비스를 제공하여 유저들에게 다운로드 유료화도 실시할 예정이다.

이 단말기는 중국에서 불법 복제판 문제를 방지하기 위해 반도체 기억카드의 방식을 이용하고 있다. 유저들에게 엄밀한 보호절차를 거쳐 대리점에서 기억카드에 유료로 게임을 다운받았는데 임의 불법 복제판의 배포를 예방하기 위한 것이다. ‘선여우지’는 3차에 걸치는 비밀번호로 보호막을 설정하였다. 게임단말기와 대리점 패스워드, 런텐탕의 패스워드 관리를 받기 때문에 게임의 불법복제를 방지한다.

유저들이 만약 지정된 대리점에 가야만 게임을 살 수 있다면 매우 번거롭다. 그래서 '선여우 온라인 세트'를 출시하려고 한다. 이는 유저들에게 온라인을 통해 공식사이트를 방문하여 유료로 게임을 다운로드할 수 있게 하며, 또한 선여우기기에 인터넷을 접속하여 게임전투기능을 부여한다. 선여우커지도 이에 상응한 TV게임 온라인통신 플랫폼을 출시할 예정인데 '선여우짜이센 iQue @home'은 이 장기계획의 명칭이다.

중국 대륙 게임시장의 잠재력은 무궁무진하다. 온라인게임의 지속적인 발전 외에도 현재 TV 게임시장도 SCEI, 런텐탕과 여러 일본 게임업체들이 중국시장 진출에 관심을 나타내고 있다. 이 게임업체들이 중국에 진출하게 된다면 중국게임시장에 어떤 영향을 미칠지 주목된다.

자료 : http://game.163.com/game2002/editor/040804/040804_238334.html



상하이룬싱왕뤄커지여우셴กง스(上海润星网络科技有限公司)

1. 회사 소개

중국의 유명한 게임 소프트웨어 발행 업체인 상하이이싱완쎄(上海依星软件)유한공사와 대형 그룹인 커룬(科润)그룹이 공동으로 설립한 신형의 온라인게임 전문 운영업체이다. 회사는 온라인 게임서비스, 게임정보, 검색, 그래픽 커뮤니티, 게임이동 부가가치서비스 및 기타 특색 있는 부가가치서비스를 통합한 중국 최초의 온라인게임 포털 사이트인 저우여우왕을 운영하고 있다.

회사는 우수한 온라인게임 개발기술팀과 관련 운영경험을 보유하고 있으며 전국적으로 제품 판매경로를 보유하고 있다. 회사의 주요 목표는 저우여우왕을 중국 최초 온라인게임서비스 통합 비즈니스 모델로 운영하는 플랫폼을 구축하는 것이다.

2. 제품 소개

대형온라인게임 : 레런(猎人), 투퍼샹더지쎄(突破爽的极限), 상웨싱치저우(相约星期六)

캐주얼게임 : 머파치파오(魔法气泡), 동동러(冻冻乐), 라메이콰이파오(辣妹快跑), 따자자오차(大家找茬), 다띠수(打地鼠), 쎄허빠오딴(煎荷包蛋)

보드게임 : 마짱(麻将), 따우띠주(斗地主), 페이싱치(飞行棋), 80점(80分), 120점(120分), 쥘치(军旗)

3. 연락처

주소 : 上海市北京东路689号东银大厦26楼 K-T座

우편번호 : 200001

전화 : (86) 21-6351-7280

판매부서 전화 : 6351-7280-187

시장부서 전화 : 6351-7280-173

비즈니스부서 전화 : 6351-7280-175

팩스 : (86) 21-6351-7252

E-mail : BMC@9you.com

4. 저우여우왕 소개

이 회사에서 운영하는 저우여우왕(久游网)은 중국 최초의 포털 사이트이다. 온라인게임서비스, 게임정보서비스, 검색서비스, 아바타를 바탕으로 하는 여러 커뮤니티서비스 및 게임이동 부가 가치 서비스 등 온라인게임서비스를 제공한다. 또한 국내 최신형 온라인엔터테인먼트 서비스방식과 온라인게임 콘텐츠를 대표하는 사이트이기도 하다. 저우여우왕은 중국 최초의 통합 비즈니스모델을 갖춘 온라인게임서비스 제공업체가 될 것으로 예상된다.

저우여우왕이 제공하는 것은 온라인 네트워크식 엔터테인먼트 플랫폼이다. 게임정보, 검색, 대형 온라인게임, 유행캐주얼 온라인게임, 보드게임, 휴대폰메시지, 전자 축하장, 온라인게임 평론, 아바타, 온라인 채팅 등을 모두 통합시키는 방향으로 발전할 계획이다. 다양한 연령층의 남녀 유저들과 전문, 비전문 게임유저들에게 가장 우수한 멀티 플랫폼 온라인서비스를 제공하는 것을 최종목표로 하고 있다.

그 가운데서 주 서비스 유형인 온라인게임정보서비스, 게임정보, 게시판, 아바타 시스템 등이 모두 2003년 7월과 9월에 성공적으로 개통되었다. 기타 서비스기능은 10월 말에 속속 개통되었다. 삼성전자에서 발행한 레런(猎人)과 ESOFNET에서 발행한 Corum 등 2종의 고품질 대형 온라인게임과 채팅방, 5종의 캐주얼게임, 15종의 보드게임 및 휴대폰게임들은 2003년 말에 운영되었다. 저우여우왕은 2003년에 25종의 온라인게임을 개통하였다. 저우여우왕이 제공하는 서비스 종류는 중국 온라인게임 서비스업종에서 상위를 차지하였다.

<저우여우왕의 경영목표와 이념>

- 이념 : 개발, 운영, 유통 등과 온라인게임 비즈니스 통합모델 구축
- 목표 : 중국 최초의 게임서비스 포털 사이트 구축

<저우여우왕의 장점>

- 1) 전반적인 운영모델 구축
- 2) 일본과 한국의 게임업체들과 양호한 협력관계를 유지하고 있다. 해외제품의 수입과 국제 협력자원 등에서 장점을 가지고 있다. 주 협력파트너로는 한국삼성전자, eSoftnet, Softmax, Wizard Soft, 일본 SEGA, NEC Interchannel, Cybird 등이 있다.
- 3) 글로벌기업의 배경 및 우수한 게임전공 경험이 있는 경영관리팀 보유
- 4) 온라인게임 운영경험 보유
- 5) 우수한 기술력과 자체 개발능력 보유
- 6) 우수한 게임 기획팀과 개발팀 보유
- 7) 우수한 마케팅팀과 고객센터 서비스 경험 보유
- 8) 전국 각지의 제품 판매망 및 유통경로 확보



중화인민공화국 문화부령 제32호

<문화부 섭외문화예술연출 및 전시관리규정>, <음반 및 비디오제품의 도매, 소매, 임대 관리방법>, <인터넷문화관리 임시규정> 등 규장에 관한 문화부의 수정 결정을 2004년 6월 2일 문화부 부무회의(部务会)에서 심의를 통과하여 현재 공표하며, 2004년 7월 1일부터 시행한다.

부장 : 손자정 (孙家正)

2004년 7월 1일

: 문화부의 수정결정 관련 음반 및 비디오제품과 인터넷관리의 수정조항 발췌

<음반 및 비디오제품의 도매, 소매, 임대의 관리법> 제30조 규정 내용을 다음과 같이 수정한다.

현 급 이상의 지방 인민정부 문화행정부문은 음반 및 비디오 제품의 출판, 도매업체의 음반 및 비디오제품의 사전 주문행사, 전시 판매행사 진행에 대한 감독관리를 강화해야 한다.

음반 및 비디오제품의 출판, 도매업체는 사전 주문행사, 전시 판매행사 종료 30일 이내에 반드시 행사지의 성, 자치구, 직할시의 인민정부 문화행정부문에 결과보고서류를 제출해야 한다. 보고에는 반드시 사전 주문행사 또는 전시 판매행사 주최업체 명칭, 행사장소, 시간, 전시참가업체와 제품 목차 등을 명시해야 한다.

<음반 및 비디오제품 도매, 소매, 임대 관리법>의 제33조항을 삭제하고, 그 아래 조항을 순서대로 위로 올린다.

<인터넷 문화관리 임시규정>을 다음과 같이 수정한다.

인터넷 문화관리 임시규정

제1조 : 인터넷 문화에 대한 관리를 강화하고, 인터넷 문화업체의 합법적 권리를 보장하고, 인터넷 문화의 건전하고 질서정연한 발전을 촉진하기 위하여, <인터넷정보서비스관리법> 및 국가 유관 법규에 근거하여 본 규정을 제정한다.

제2조 : 본 규정에서 인터넷 문화제품이란 인터넷을 통하여 제작, 전파, 유통되는 문화제품을 말하며, 그 주요 제품에는 다음과 같은 것들이 포함된다.

(1) 전문적으로 인터넷 전파를 위해 제작되는 온라인 음반, 및 비디오제품(VOD, DVD 등 포함), 온라인 게임, 온라인 상영 프로그램, 온라인 예술제품, 온라인 애니메이션(FLASH 등 포함) 등 온라인 문화제품.

(2) 음반 및 비디오제품, 게임제품, 상영 프로그램, 예술제품과 애니메이션 등의 문화제품에 일정한 기술을 사용하여 제작, 복제하여 인터넷을 통하여 전파하는 인터넷 문화제품.

제3조 : 본 규정에서 인터넷 문화행사란 인터넷 문화제품 및 서비스 제공활동을 말하고, 주로 이하와 같은 것이 포함된다.

(1) 인터넷 문화제품의 제작, 복제, 수입, 도매, 소매, 임대, 방송 등 활동

(2) 문화제품을 인터넷에 올리거나 또는 네트워크를 통하여 컴퓨터, 고정전화기, 이동전화기, 라디오, TV, 게임기기 등 클라이언트에게 발송하여, 인터넷유저들이 열람, 독서, 감상, 신청, 사용 혹은 다운로드하는 접속전파 행위.

(3) 인터넷 문화제품의 전시, 경기 등 활동

인터넷 문화행사는 사업성과 비영리 2가지로 나뉜다. 사업성 인터넷 문화행사는 수익을 목적으로 하는 것으로 유저들이 인터넷에 유료접속, 혹은 전자 비즈니스, 광고, 참조(贊助)등 방식으로 수익을 얻는 인터넷 문화제품 및 그 서비스 활동의 제공을 말한다. 비영리 인터넷 문화제품 활동은 수익을 목적으로 하지 않고, 인터넷 접속유저에게 인터넷 문화제품 및 그 서비스 제공하는 것을 말한다.

제4조 : 본 규정에서 인터넷 문화업체란 문화행정부문과 통신관리기구의 비준을 취득하고, 인터넷 문화행사의 인터넷 정보서비스 제공자를 말한다.

중화인민공화국 국내 인터넷 문화행사의 종사자에 대하여 본 규정을 시행한다.

제5조 : 인터넷 문화행사는 반드시 헌법과 관련 법률, 법규를 준수하고, 국민을 위한 서비스 이념을 가지고, 사회주의 서비스를 목적으로 하여 민족의 우수한 문화를 홍보하고 민족문화수준의 제고에 유익한 것을 전파하고, 경제발전을 이끌며 사회의 진보적인 사상도덕, 과학기술과 문화지식, 국민의 정신생활을 풍부하게 해야 한다.

제6조 : 문화부는 인터넷 문화발전과 관리방침, 정책과 법규의 제정을 책임지고, 전국의 인터넷문화행사를 감독 관리하고, 법률, 법규와 규정제도에 따라 사업성 인터넷 문화업체에 대하여 심사허가 제도를 시행하고, 비영리 인터넷 문화업체에 대하여 비안제도를 시행하며, 인터넷문화 콘텐츠에 대하여 감독 관리를 시행하고, 국가 관련법규에 위반되는 행위를 처벌한다.

성, 자치구, 직할시 인민정부 문화행정부서는 관할 행정구역 내의 인터넷 문화행사의 관리 작업을 책임지고, 사업성 인터넷 문화업체의 업무 신청에 대하여 기초 심사를 진행하며, 비영리 인터넷 문화행사 업체에 대하여 비안을 진행하며, 국가의 관련법규에 위반되는 인터넷 문화행사 행위에 대하여 처벌을 집행한다.

제7조 : 사업성 인터넷 문화업체의 설립은 반드시 <인터넷 정보서비스 관리법>의 관련규정에 부합되어야 하고, 또 하기 조건을 구비하여야 한다.

(1) 업체의 명칭, 주소, 조직기구와 정관이 있어야 한다.

(2) 명확한 인터넷 문화행사 범위가 있어야 한다.

(3) 인터넷 문화행사에 적합한 관련 업무자격을 소지한 8명 이상의 필요한 업무관리 인력과 전문기술 인력이 있어야 한다.

(4) 100만 위안 이상의 자금, 인터넷 문화행사에 상응한 필요설비, 사업장소 및 상응한 경영 관리기술조치가 구비되어야 한다.

(5) 법률, 법규에서 규정한 기타 조건에 부합되어야 한다.

인터넷활동 경영업체의 설립은 위의 조건에 부합되어야 할뿐만 아니라 총 인터넷문화업체

의 수, 구조와 분포 계획에 부합되어야 한다.

제8조 : 인터넷 문화경영 업체의 설립 신청은 반드시 소속지구의 성, 자치구, 직할시 인민정부 문화행정부문에 제출해야 하고, 성, 자치구, 직할시 인민정부 문화행정부문에서 기초 심사를 진행한 후 문화부에 보고하여 심사한다.

제9조 : 인터넷 문화경영 업체의 설립은 반드시 회사조직의 시스템을 갖추어야 하며, 또 하기 서류를 제출해야 한다.

- (1) 신청서
- (2) 업체의 명칭 예비 심사비준 통지서 또는 사업자등록증과 정관
- (3) 자금출처, 금액 및 신용 증빙서류
- (4) 법인대표자 혹은 주요 책임자 및 주요 경영관리 인력, 전문기술 인력의 자격증명과 신분 증명 서류
- (5) 사업장소의 사용권 증빙서류
- (6) 사업발전 보고
- (7) 법에 따른 기타 필요 제출서류

인터넷 문화경영 업체의 설립 신청을 접수받은 성, 자치구, 직할시 인민정부 문화행정부문은 반드시 신청 접수일로부터 20일 근무일 이내에 기초적인 의견을 문화부에 보고하고, 문화부에서는 기초 의견을 받은 날부터 20일 근무일 이내에 비준여부를 결정하며, 비준되면 <인터넷 문화경영 허가증>을 발급하고, 비준되지 않으면 그 이유를 설명한다.

제10조 : 비영리 인터넷 문화업체는 반드시 설립 이후의 60일내에 소속지구의 성, 자치구, 직할시 인민정부 문화행정부문에 보고해야 하고, 보고서류는 다음과 같다.

- 1) 비안보고서
- 2) 정관
- 3) 자금출처, 금액 및 신용 증명서류
- 4) 법인대표자 혹은 주요 책임자 및 주요 업무관리 인력, 전문기술 인력의 자격증명과 신분 증명서류
- 5) 사업장소 사용권의 증명서류
- 6) 기타 필요 제출서류

(다음호에 계속)

자료 : http://www.ccm.gov.cn/ggm/last_ggl.jsp?id

<p>※ CHINA GAME WEEKLY 자료제공</p>	
 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