



특집

- 유니네트(联通网苑), 게임시장에 주력

CHINA GAME NEWS

- 중국 온라인게임시장에서 변하는 것과 변하지 않는 것
- 한국 게임포털사이트 Net Marble , 중국 진출
- 소후(SOHU), 중궈여우씨쥬신(中国游戏中心, 중국게임센터) 합병 계획
- 2007년 중국 온라인게임, 67억 위안 규모 기대돼

GAME 소개

- 징링 (精灵, 프리스톤 테일 (Priston Tale))

GAME 순위

- 2004년 8월 패키지게임 인기순위

유니네트(联通网苑), 게임시장에 주력

PC방 체인업체인 유니네트와 중국 게임시장의 절반을 차지하고 있는 성따(盛大)의 협력은 최고의 게임운영모델이라고 할 수 있다. 차이나 유니콤은 몇 차례의 시도를 거쳐 본격적으로 게임 분야에서 그 영향력 확대를 노리고 있다.

차이나 유니콤이 2003년 PC방 체인 경영허가증을 받은 후, “유니네트”는 많은 도시의 체인 PC방 시장에 뛰어들어 차이나 유니콤을 배경으로 점차 강력한 브랜드로 성장하였다. 폭발적인 성장을 나타내고 있는 온라인게임시장에 차이나 유니콤, 중국 넷콤은 여러 차례의 온라인게임 대회 개최를 통하여 시장 진출을 꾀하고 있었다. 2004년 6월 28일, 차이나 유니콤은 성따와 공동으로 개최한 <유니콤과 성따의 게임여행> 프로젝트에 성공했다. 인터넷 광대역시장에서 지위를 확보하려는 차이나 유니콤과 세계적인 엔터테인먼트 브랜드가 되는 것이 목표인 상해 성따는 PC방 게임이라는 플랫폼을 통하여 양측의 공동점을 찾은 것이다.

중국 PC방 시장의 거대한 이윤은 많은 사람들의 주목을 끌었다. 쉽게 수익을 낼 수 없는 일반 상업과는 달리 PC방 경영자는 PC방에 출입하는 유저들을 통하여 직접적인 영업수익을 얻을 수 있기 때문이다. 2003년 정부가 PC방 경영감독을 목적으로 10개의 체인 PC방 경영허가증 제도 시행에 들어갔을 때, 차이나 유니콤 등 실력 있는 10개 업체는 1,000억 위안 이상에 달하는 PC방 시장에서 큰 수익을 얻게 될 것으로 기대했다.

인터넷이 날로 보급됨에 따라, 국가 문화소비에 대한 방향 지도와 정신문명의 건설에 어려움이 생겼다. 통계에 따르면 현재 중국의 20만~30만 개에 달하는 PC방 중에서 합법적인 등록절차를 마친 PC방은 겨우 12만개에 불과한 것으로 나타났다.

2003년 10월 28일, 차이나 유니콤의 부총재 류원제(刘韵洁)는 문화부 문화시장사의 사장 류위주(刘玉珠)로부터 <인터넷 문화경영 허가증>을 정식으로 허가받아 전국 체인 PC방 경영자격을 획득하였다. 이로부터 ‘유니네트’는 차이나 유니콤을 배경으로 중국의 각 성(省)과 시(市)에 오픈하게 되었다. 산둥(山东)과 광둥(广东), 상하이 등 여러 도시에서 적극적인 반응을 보였다. 특히 산둥 즈보(淄博)에 설립한 유니네트는 현재 규모가 가장 크다.

“2급 규모의 도시에서 반응이 이 정도에 달하는 것으로 보아 유니네트의 베이징, 상하이, 광저우(广州) 등 대도시에서의 잠재력을 상상할 수 있다.”며 차이나 유니콤 부총재 리정모우(李正茂)는 유니네트의 전망에 매우 큰 기대감을 나타냈다.

사실상 차이나 유니콤이 체인 PC방 영업허가증(牌照)을 받은 후 ‘유니네트’의 발전 속도는 매우 빠르지는 않았다. 리정모우는 “차이나 유니콤은 체인 PC방의 초기 발전단계에서 PC방 체인

점을 대폭 늘리지 않고, 경영의 시범적인 효율성에 중점을 두었다.”고 밝혔다. 현재 유니콤은 이미 300여개의 유니네트를 설립하였으며, 2004년 전국에 200~500개의 직영 유니네트와 2,500~2,800개의 특별허용 가맹점 설립을 계획하고 있다.

통신 인프라 운영업체인 차이나 유니콤의 입장에서 체인 PC방 사업 진출의 전략적 의미는 PC방 경영에만 국한되어 있는 것이 아니다. 시작단계인 유니콤은 PC방 체인점의 접속비용을 수익보다는 전략적 위치를 더욱 중요시하였다. 유니네트의 경영방식에 대해 리정모우는 “유니네트의 주요 목적은 수익이 아니라, PC방을 유니콤의 실제 네트워크(网点)로 전환하여, 유니네트의 가치를 높이는데 있다. 앞으로 유니네트를 ‘종합 비즈니스 센터’로 발전시켜 인터넷 접속, 게임, 교육, 화상 채널(视频), IP 전화 등의 서비스 콘텐츠를 제공할 뿐만 아니라 새로운 종합적인 비즈니스 플랫폼으로 부상시킬 것”이라고 밝혔다.

차이나 유니콤의 목표는 특색 있는 경영(통화사업, 영상채널사업, 전국적으로 통일된 계획의 인터넷 콘텐츠 홍보행사)을 통하여 가맹자에게 더욱 많은 부가서비스를 제공하고, 통신운영업체, 특별 가맹업주, 사용자가 새로운 이윤의 산업체인을 구축하여, 매 고리가 모두 부가가치를 얻도록 하는 것이다. 한 전문가는 이는 전체 IT산업사슬을 이끌고, 또 발전방향을 모색 중인 PC업체, 인터넷제품 제조업체를 비롯한 IT의 ‘기초’ 제품업체를 이끌어 나갈 것이라고 전망했다.

PC방 시장의 구성원인 유니네트는 중국 최초로 문화부의 허가를 받은 전국적인 PC방 체인 업체로, 반드시 사업 장소, 운영 시간, PC방 시설 등의 관련 규정과 같은 경영 제한요소를 엄격히 지켜야 한다. 이는 유니네트의 영업 수익 면에서는 어느 정도 제한적인 요인이 될 수 있다. 이 문제에 대하여 유니콤은 “단시일 내에는 유니네트가 어느 정도의 경제적인 수익을 포기해야 하지만, 이는 유니콤의 경영이념과 사회적 책임에 부합되고, 또 회사의 장기적인 전략과 일치한다.”고 밝혔다.

2003년 중국 온라인게임 시장규모는 34.8억 위안으로 동기대비 266%의 성장률을 보였다. CNNIC의 통계에 따르면 2004년 1월까지 중국 온라인게임 유저는 7,950만 여명에 달했고, 유료 온라인게임 유저만 하더라도 200만 명이 넘는다. 이런 거대한 산업규모는 많은 사람의 기대를 안고 있다. 2003년에는 많은 사람들로부터 “문화적 암세포”, “온라인 마약”으로 취급되어 왔던 온라인게임이 정보산업 사슬의 새로운 지주 산업으로 성장하였으며, 온라인게임 산업이 중국 863계획에 포함되었다.

중국 온라인게임 산업의 전망을 기대했던 성파 등 온라인게임 제공업체뿐만 아니라 운영업체 및 하드웨어 설비제조업체도 온라인게임시장을 대상으로 자체 보유한 관련 서비스와 제품을 출시하고 있다.

2002년 중국시장에서 온라인게임이 통신사업에 기여한 직접적인 수익은 68.3억 위안이며, IT 사업(PC, 게임 접속서버, 온라인설비, 제품저장, 게임 소프트웨어와 SP 포함)에의 직접적인 기여는 32.8억 위안이다. 또한 출판과 매체산업에의 직접적인 기여는 18.2억 위안으로 자체 산업규모의 10배라고 한다.

2003년 초에 유니네트가 체인 PC방 허가를 받은 후 차이나 유니콤은 온라인게임 시장개척이 더욱 유리해졌다. 한 통계자료에 따르면, 68%의 게이머가 PC방에서 게임을 하며, 온라인게임 매출액의 80%가 PC방에서 나온다고 한다. PC방 가운데서도 고속 성장하는 체인 PC방이 가장 큰 영향력을 가지고 있다. 특히 PC방에 대한 감독 관리가 점차 강화되고 있기 때문에 PC방 체인점이 더욱 큰 전망을 가지게 되었다. 차이나 유니콤과 장성(长城)광대역의 합작을 배경으로 유니네트는 더욱 큰 시장 전망을 가지게 되었다.

또 유니네트가 시장에서 절대적인 우위를 가지고 있었기 때문에 게임시장에서 상위권에 있는 성따를 끌어 들일 수 있었다. 성따의 사장 겸 CEO인 천텐초우(陈天桥)는 “성따의 목표는 세계적인 브랜드 영향력을 가진 인터넷 엔터테인먼트 제공업체로 성장하는 것이다. 이번 유니콤과의 합작으로 전국적인 온라인게임 대회를 개최하고, 효과적으로 중국의 네트워크 엔터테인먼트시장의 거대한 잠재력을 발굴하며, 성따의 회원들에게 풍부하고 다채로운 여름휴가를 가져다 줄 것이다. 또한 중국의 데이터 엔터테인먼트시장에 더욱 풍부하고 다채로운 콘텐츠 서비스를 제공할 것”이라고 말했다.

6월 28일 전국 온라인게임대회 참가 선수들은 성따에서 출시한 <러쉬찬치(热血传奇)>, <미르의 세계(传奇世界)>, <더 사인(神迹)>, 그리고 아직 시장에 출시되지 않은 최신게임으로 경기를 진행하였다. 양측 합작으로 개최된 이번 대회는 기술적인 면에서 대폭적인 발전을 보였다. 모든 예비 경기는 중국 유니콤 광대역 화상 채널을 사용하였다. 화상전화망인 바오스통(宝视通)으로 주요 시합장소와 각 지역 시합장을 연결하여, 전국 각 지역의 참가자들이 대회장소에 직접 오지 않아도 되게끔 편리를 제공하였다. 바오스통을 통하여 주 대회장과 지역 대회장을 연결하는 네트워크를 구축했다. 유니콤의 바오스통 화상통신망은 중국 국내 유일의 공중 화상전화(视讯)교환 플랫폼으로 모두 네트워크로 연결되고 호환성이 매우 뛰어나다. 이번 게임경기는 이 사업망을 이용한 최초의 온라인게임 대회이다. 이번 성따게임 대회와의 유기적인 결합을 통하여 시장에서 호환성 성능을 테스트하였으며, 게임대회에 새로운 방식을 적용해 보는 기회가 되었다.

성따의 마케팅 담당자는 “유니네트 사업모델을 효과적으로 보급하고, 광대역 산업의 가치 범위를 넓혔다. 이런 통신운영업체, 특별 가맹업주와 사용자들이 융합된 모델은 온라인게임의 산업화 추세에 알맞다. 유니네트가 구축한 인터넷 플랫폼을 기반으로 성따의 온라인게임은 더욱 뛰어난 역할을 발휘하게 될 것”이라고 말했다.

이번 합작과 관련하여 성따의 대표이사 천텐초우는 “성따와 유니콤의 합작은 공동 이익을 추구하고 있지만, 성따는 인터넷 접속비용을 수익 분배받지 않을 것이다. 우리의 합작은 상대방의 이익에 관여하지 않고, 공동으로 새로운 가치를 창조한 후에 이익을 배분한다.”고 거듭 강조하였다. 유니콤의 부총재 리정모우는 “중국 유니콤은 유니콤이 무대를 설치하고, 콘텐츠업체가 공연을 하는 것과 같은 형식으로 성따 등 합작파트너와 함께 할 수 있으며, 광대역 합작파트너의 사업 발전을 선도하는 모델이 될 것이다”고 말했다.

(자료 : 호련망주간 제22호)

중국 온라인게임시장에서 변하는 것과 변하지 않는 것

중국 인터넷 게임시장은 앞으로 지속적인 발전이 기대된다. 그러나 게이머의 소비방식과 습관은 다소 변화가 있을 것으로 보인다. 20년간 지속적인 발전을 가져온 인터넷게임 산업은 현재 영화, 음악과 동일한 세계의 중요한 엔터테인먼트산업이 되었다.

컴퓨터게임은 중국에서 아주 보편화되었지만, 불법복제판의 대량 유포로 인해 경기가 좋지 않았다. 인터넷게임은 이와는 달리 주요 수익이 운영 서비스 단계에서 얻어지며, 서버, 핵 프로그램이 영향을 미치기는 하지만 소프트웨어의 해적판과 비교할 때 손쉽게 제어할 수 있어 불법복제의 문제가 없다. 따라서 그 발전은 네티즌 수와 국민의 엔터테인먼트를 선호하는 추이와 직접 관련성이 있다.

현재 중국의 네티즌은 8,000만 명에 달하는데 앞으로 계속 성장하는 추이를 보이고 있다. 또한 국민총생산액과 국민소득이 증가함에 따라 엔터테인먼트 업종에 대한 소비가 점차 늘어나고 이런 요인으로 중국 인터넷게임시장은 지속적인 성장을 가져올 것으로 전망된다.

지난 3년 간, 중국 인터넷게임 시장은 연간 100%에 가까운 성장률을 보였으며, 중국 인터넷 정보센터는 중국의 인터넷게임시장은 향후 몇 년 동안 지속적인 성장을 보일 것이며, 2005년 중국의 인터넷게임 시장규모가 75.5억 위안에 달할 것으로 예상했다.

IDG의 예측에 따르면 2007년에는 중국 인터넷유저의 직접적인 지출이(게임유저의 등록비와 사용료 포함, 인터넷 접속비와 통신비, 관련 소프트웨어의 구입비용은 제외) 8.1억 달러(67억 위안)에 달할 것이라고 한다. 소프트뱅크(软银) 서울 사무소의 온라인게임 투자책임자는 2007년 중국 인터넷게임의 시장규모는 10억 달러(83억 위안)에 달하고, 연 평균 성장률은 93%에 달할 것으로 내다봤다.

중국 온라인게임 산업의 뚜렷한 특징은 산업 라인이 온라인게임 개발업체와 유통업체 외에도 운영업체 등 세 업체로 구성되어 있는데 그 중 운영업체가 게임시장에서 가장 중요한 참여자이다. 중국에서 운영되고 있는 대다수 게임콘텐츠는 한국 게임개발업체가 제공하고, 중국의 게임 운영업체는 단지 이런 게임을 현지화 하는 역할을 해왔다.

한국게임의 콘텐츠 허가 제한과 현지화 비용의 인상, 그리고 중국 국산문화 콘텐츠가 날로 많은 인기를 얻음에 따라 갈수록 많은 게임운영업체가 자체 게임콘텐츠 개발을 서두르고 있다.

현재 중국 온라인게임 운영업체의 원가 분포비율을 보면, 해외로부터 게임 콘텐츠를 구입하는 데 비용이 가장 많이 들어간다. 다음은 게임콘텐츠 개발업체와 수익을 분할하는데, 그리고 게임콘텐츠 자체개발은 하지 않기 때문에 연구, 개발비용이 낮다. 게임콘텐츠의 자체개발을 선호함에 따라 운영업체의 연구, 개발비용이 대폭 증가되고 반면에 해외로부터 구입하는 비용과 개발업

체와의 수익 분할을 줄일 수 있게 될 것으로 보인다.

사실상, 중국게임 운영업체의 수익에 가장 영향을 미치는 요인은 경쟁자가 서비스 가격을 인하하는 것이다. 6년간의 한국 온라인게임의 발전 경험을 보면, 온라인게임 운영업체는 아직도 비교적 높은 수익구조를 이루고 있다. 현재 한국의 주요 온라인게임 운영업체 중 7개 운영업체의 수익은 8,000만 달러 이상으로, 이자, 세금, 감가 및 홍보전의 수익률은 40% - 50% 정도이다. 이 외에 10개가 넘는 운영업체의 수익도 2,000 - 3,000만 달러에 달하는 수익을 확보하고 있다.

중국 온라인게임시장에서 게이머의 소비방식과 습관에 큰 변화가 예상된다. 게이머의 소비습관에 변화를 가져오는 주요 요인은 광대역의 보편화이다. 현재 컴퓨터 보급률 및 인터넷 접속료 결제방식(시간을 단위로 함)과 접속속도의 영향으로, 중국 게이머들은 대다수가 PC방을 이용한다. 이런 상황은 1998년 한국과 유사하다. 한국의 인터넷 접속방식이 ADSL로 업그레이드됨에 따라 현재는 유저들이 집에서 온라인게임을 하고 있어 PC방에서 게임을 하는 비중은 대폭 줄어들었다. 동시에 네티즌의 게임 접속시간도 늘어나 현재 한국 네티즌이 1주일에 게임을 하는 평균시간 16시간에 반해 중국 네티즌의 평균 접속시간은 8시간에 불과하다.

중국의 광대역 보급은 우선 1, 2급 도시를 시작점으로 하여 필연적으로 PC방을 판매경로로 하는 게임운영업체에게 큰 영향을 미칠 것이다. 이런 도시의 유저들은 개인소득이 비교적 높고 선택 가능한 엔터테인먼트 종류도 다양하다. 게임운영업체는 이런 유저를 대상으로 Home 종합 엔터테인먼트 사업을 개발하여, 고수준(高端) 유저들을 유치하는 동시에 자체 수익원을 다양화할 수 있다.

이외에 인터넷게임 운영업체의 입장에서 가장 중요한 문제는 지속적으로 게이머를 끌어들이는 것이다. 또한 게이머들은 한 온라인게임에 대해 아주 강한 애착을 갖고 있기 때문에 전면적인 업그레이드는 필요치 않지만, 게임 콘텐츠를 업그레이드하여 서비스의 질을 향상시키는 것이 필요하다.

자료 : <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=625&lm=hygc>

2004-8-10

한국 게임 포털사이트 Net Marble , 중국 진출

중국 대륙과 세계 화교권의 선두로서 매체 및 정보, 엔터테인먼트서비스 부가가치 제공업체인 신량(新浪, sina)은 2004년 2월 한국의 Plenus사와 계약을 맺고, Net Marble 게임 포털사이트의 서비스 및 캐주얼게임을 중국에 도입하였다.

이를 계기로 7월 신량에서는 캐주얼게임 플랫폼인 iGame 신량게임중동위안(总动员, 종합오락원)을 본격적으로 추진하였다. 이 프로젝트는 여러 가지 새롭고 자극적인 캐주얼게임을 결합하고, 각종 게임의 패션적인 요소, 종합게임, 커뮤니티(社区), 가든(家园), 아바타 형상을 조합하여 다양한 성능의 새로운 캐주얼 엔터테인먼트 플랫폼을 구축할 계획이다.

신라의 총재 겸 CEO인 왕연(王延)은 “신라의 iGame은 한국에서 사업에 성공한 Net Marble 게임 포털사이트를 모델로 하여 중국 현지에 캐주얼 엔터테인먼트의 플랫폼을 구축할 것”이라고 밝혔다. 년 초의 합자계약에 따라 한국의 최신 제품 콘텐츠와 기술 외에, 기술전환 조례에 따라 개발과 자체 전문소속의 캐주얼게임 관련기술을 가지게 되었다.

RPG게임의 열풍으로 디지털 엔터테인먼트산업이 캐주얼게임, 커뮤니티 등 수직방향으로 발전하고 있다. 한국의 Net marble, Hangame, Pmang 등 대표적인 사이트가 인터넷에 새로운 게임포털 방식을 주입함으로써 인터넷시대의 새로운 엔터테인먼트 패션을 선보였다.

Net marble 플랫폼의 경우, 청소년에게 맞는 교육유형의 게임을 시작으로 캐주얼게임 개발과 커뮤니티 서비스에 주력하였다. 거기에는 Web화면유형의 게임, 아케이드게임, 스포츠게임 등 캐주얼 게임이 포함되며, 2003년부터 만화, VOD서비스, 아바타 등 각종 콘텐츠를 서비스하였다. 특히 아바타와 미니홈피, 이 2가지 제품은 새로운 모델의 핵심 콘텐츠와 기술을 지원할 수 있는 기반이다.

Net marble은 한국에서 신 모델 구축으로 업계에서도 유명하며, 한국 최대의 엔터테인먼트 포털사이트 가운데 하나이다. 2003년 Net marble의 회원은 2,200만 명, 수익은 6,800만 달러를 기록하면서 게임 포털사이트의 개념이 인터넷경제에 큰 자극을 주었다.

업계의 분석에 따르면 Net marble의 구조와 제품을 바탕으로 iGame 플랫폼은 중국 국내의 새로운 인터넷 엔터테인먼트 경쟁에서 우세를 차지할 것으로 전망된다.

현재 중국 온라인게임은 크게 캐주얼유형과 다인접속의 대형 MMORPG 두 종류가 있다. 한국 모델의 경우, 캐주얼 소형게임과 포털사이트의 결합이 가장 비슷하다. iGame 플랫폼은 신라 플랫폼과 Net marble제품의 장점을 완벽하게 조합시킨 것으로, 1개월간의 테스트운영에서 iGame의 등록유저가 급속히 늘어나, 여름방학기간 핫이슈가 되었다. MMORPG의 열풍 이후, 인터넷게임 엔터테인먼트의 제2차 새로운 모델이 출시되었다.

iGame에서는 캐주얼게임, 아바타, 가상무기, 오락센터, 도형커뮤니케이션, 토론 등 다양한 캐주얼 엔터테인먼트를 서비스한다. Net marble의 원래 영리방식을 이어갈 뿐만 아니라 또 신라의 강력한 브랜드 장점으로 신라의 접속서비스, 스포츠, 게임 등 뉴스정보서비스와 조합하여 게임을 더욱 즐겁고 재미있게 해준다.

제품 면에서 iGame은 Net marble 제품의 장점을 바탕으로 중국 국내 게이머의 취향에 맞는 다양한 캐주얼게임을 제공하였다. 그 중에서 축구게임인 뽀우쑤우텐샤(暴笑天下, 폭소축구), 당구게임 16차이쳐우(16彩球, 16칼라 공), 랜랜칸(连连看), 띠우띠주(斗地主), 성지(升级, 업그레이드), 령하(棱哈), 중귀상치(中国象棋, 중국장기), 창리탄치(强力弹棋), 이치라이자우차(一起来找茬), 즈훤이따푸웡(智慧大富翁), 우즈치(五子棋) 등 여러 가지 게임이 인기를 모았다. 랜랜칸의 경우 사천마작을 기초로 하여 지력에 유익한 엔터테인먼트로 iGame에 출시된 후 접속인원이 계속 성장하는 추이를 보여 최고 접속인원이 15,000명을 넘었다.

iGame의 목표는 중국 국내의 새로운 인터넷 엔터테인먼트의 발전방향을 모색하여 선두에 서는

것이다.

자료 : <http://tech.sina.com.cn/i/w/2004-08-10/1444401806.shtml>

소후(SOHU), 중귀여우씨쑹신(中国游戏中心, 중국게임센터) 합병 계획

소후가 중귀여우씨쑹신을 합병한다는 소문이 업계에 전해졌지만 현재 확정적이지 않다. 소후가 중귀여우씨쑹신을 합병하는 조건은 성따가 벤핑(边锋) 합병 시의 가격보다 높은 것으로 알려졌다. 그 이유는 중귀여우씨쑹신은 통신배경을 보유하고 있기 때문이라고 한다.

현재 업계에서는 중귀여우씨쑹신이 국가자산에 속하기 때문에 합병하는 데는 많은 제한이 따를 것으로 여기고 있다. 반면 이미 중국 자산기업에서 분리되어 나왔기 때문에 합병하는 데 아무 문제점이 없을 것이라는 의견도 있다.

중귀여우씨쑹신은 광둥뎬쑤(广东电信)이 투자하고 선뎬뎬쑤(深圳电信)이 구축한 캐주얼게임을 주로 운영하는 업체이다. 중귀여우씨쑹신은 현재 3,800만 명에 달하는 사용자와 8,000여개에 달하는 게임커뮤니티를 보유하고 있다. 게임플랫폼은 중국 남부지방에서 영향력이 매우 커 한때는 '남부의 중귀여우씨쑹신, 북부의 련쑹(联众)'이라는 말도 있었다.

소식통에 따르면 소후는 이 사실에 대하여 아직 공식적인 발표를 하지 않았지만 여러 경쟁 업체들의 주목을 받았다. 사실상 한국 게임 산업의 경우, Hangame 등 엔터테인먼트 플랫폼의 수입은 NCsoft 등 MMORPG개발업체보다 높았기 때문에 국내 온라인게임이 날로 발전해가는 2004년에는 더욱 많은 업체들이 플랫폼시장에 관심을 모으고 있다.

소후의 중귀여우씨쑹신 합병계획 전, 한국 최대의 캐주얼 엔터테인먼트 플랫폼인 Hangame이 련쑹(联众)을 합병했고, Net marble이 신랑(新浪, sina)과 합자하여 iGame을 설립했다. 최근 들어 또 성따는 벤핑(边锋), 하오팡(浩方)을 속속 합병하였으며 텡쑤(腾讯)은 지난해부터 확보한 게임플랫폼이 60만에 달해 련쑹(联众)과 비교되고 있다.

저우청(九城), 광통(光通) 등 국내회사도 제품 개발준비 중에 있어 야후, 마이크로소프트 등 IM을 기반으로 하는 캐주얼 엔터테인먼트 플랫폼도 촉각을 곤두세우고 있다. 사실상 국내 캐주얼 엔터테인먼트 플랫폼 경쟁은 이미 치열하게 시작되었다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/08/081239638.shtml>

2007년 중국 온라인게임, 67억 위안 규모 기대돼

통계에 따르면, 2003년 중국 온라인게임시장 규모는 13.2억 위안, 유저는 1,380만 명이다. 오는 2007년에는 각기 67억 위안, 4,180만 명에 달할 것으로 예상된다. 지난해 온라인게임으로 인한 통신 산업 수익이 87.1억 위안에 이르고 있다.

온라인게임의 거대한 시장은 경쟁력을 날로 키워나가게 하고 있다. 소니는 최근에 인터넷 유저들을 연결시키는 연결기기를 출시했다. 가격이 39.99달러에 달하는 이 연결기기를 사용하면 북미에 있는 유저들도 소니의 유저들과 게임을 할 수 있다.

모 미국 컨설팅회사의 조사보고에 따르면, 2002-2005년 세계전자게임업의 성장률은 16.5%에 달할 것이며, 2004년에는 약 4,500만 명에 달하는 유저가 온라인게임을 할 것과 미국이 최대의 온라인게임시장으로 부상될 것으로 예상했다. 온라인게임은 향후 전자엔터테인먼트 업종에서 최대의 수익 성장점이 될 것으로 보인다.

현재 평균 컴퓨터 사용자 중 70%가 온라인게임을 하는 것으로 보인다. 지난 3년간 미국인 중 30%가 TV 혹은 컴퓨터 게임이 가장 취미 있는 엔터테인먼트로 여겼다. 이는 TV, 영화 등을 훨씬 초과하는 숫자다. 통계에 따르면 19%에 달하는 네티즌이 온라인게임을 하고 있는 것으로 나타났다. 방문횟수가 많은 100개 사이트를 조사한 결과, 게임사이트가 스포츠사이트보다 훨씬 많은 비중을 차지하고 있다.

앞으로 온라인게임시장은 치열한 경쟁을 벌일 것으로 예상된다. 여러 업체들이 신제품을 속속 출시하고 많은 회사들이 자체로 개발하거나 혹은 공동개발의 방식으로 이 시장에 진입하게 될 것이다.

세계적으로 게임업계는 모두 중국시장에 시선을 모으고 있다. 중국은 현재 3,500여만 대에 달하는 컴퓨터를 보유하고 있다. 만약 1/3에 달하는 컴퓨터가 게임을 하고 가구당 연간 소비가 100위안에 이룬다면 10억 위안에 달하는 시장수익을 얻을 수 있다. 온라인게임의 소비는 현재 인터넷에서 가장 성공적인 수익모델이다. 2003년 온라인게임 유저의 월평균 소비는 19.6 위안 정도이다. 오는 2006년에는 게임유저의 월평균 소비가 31.2 위안에 달할 것으로 예상된다. 중국온라인게임시장의 전체 규모는 85억 위안에 달할 것으로 보인다.

그러나 온라인게임 소프트웨어 생산 현황은 낙관적이지 못하다. 현재, 중국 온라인게임시장에서 한국 게임소프트웨어가 위주이고, 타이완을 포함한 중국 업체들의 게임제품은 겨우 40%에 미친다.

온라인게임은 중국에서 지속적인 발전을 이루고 있는 산업 중 하나이다. 신식산업부와 과학기술부는 이미 게임 산업을 IT영역의 중점지원 산업으로 선정했지만 개발과정에 필요한 전문가가 여전히 부족하다. 앞으로 핵심역량 산업으로 발전시키기 위해서는 약 60만 명의 전문가가 필요할 것으로 내다보고 있다. 한 업계인사는 향후 온라인게임 '블루맨'을 대폭 육성해야 한다고 했다.

온라인게임 전문 인력을 육성하기 위해 신식산업부 전자교육센터, 홍콩직업훈련소, 베이징휘이쑹이쯔커찌여우셴공사(北京汇众益智科技有限公司)는 공동으로 게임학원을 설립했다. 현재 '게임디자인개발' 과목은 이 학원에서 가장 인기 있는 수강과목의 하나이다.

자료 : <http://game.sina.com.cn/newgames/2004/08/081540049.shtml>

징링 (精灵, 프리스톤 테일 (Priston Tale))

개발업체 : 한국 Triglow Pictures회사

퍼블리싱 : 왕이(网易)

공식사이트 : pt.163.com



1. 게임소개

1. 세상의 처음

시공간의 처음과 끝에 그 자신이 하나의 세계인 초월자가 있었다. 그의 힘은 상상을 할 수 없을 정도였다. 무한한 시간동안 초월자는 새로운 세계들을 만들고 소멸시켜 갔으며, 어느 시기, 초월자는 서로 연결되어 있는 6개의 새로운 세계를 창조하고 각각 펜타나, 바루나, 도루네아, 사티쿠아, 메루카바, 그리고 이프리아라는 고유의 이름을 부여하였다. 그리고 그곳을 관리할 자를 탄생시켜 각 세계로 보냈다.

2. 이프리아의 창세

태초의 이프리아는 하늘과 땅, 그리고 빛과 어둠이 뒤엉켜 존재하는 혼돈의 상태였다. 이곳에 위대한 힘을 가진 열 명의 신이 나타났다., 그들은 자신들의 힘을 이용해 먼저 세상을 바로잡기 시작했다. 여기에 각 신들은 자신들의 능력들을 고루 활용해 세상에 자연과 생명의 모습을 만들어 갔으며, 모든 것이 순조롭게 관리되었다. 이프리아는 이렇게 창조되었다.

3. 신들의 전쟁

이프리아에 생명이 충만해진 것에 대해, 신들은 자신들이 한 일에 대해 만족했다. 하지만 “미드란다”만은 즐거워하기 보다는 또 다른 생각을 하게 되었다. 미드란다는 신들 중 가장 위대한 힘을 가지고 있었을 뿐 아니라 다른 신들이 가진 지식과 능력까지 골고루 가지고 있었다. 하지만 그 힘을 맹신한 나머지 그는 어느 때부터인가 세상을 자신이 지배하고 원하는 대로 움직이려는 마음을 가지게 되었다. 결국 위대한 존재에서 이기적인 존재로 바뀌어져버린 그는 다른 신들이 창조해낸 것을 허락 없이 부수고 자기의 생각대로 다시 만들기 시작했다. 그가 원래대로 되돌아오길 원했던 신들은 미드란다에게 충고를 했지만 그의 악행은 더더욱 심해질 뿐이었다. 이미 마음이 뒤틀려버린 미드란다에게 이러한 신들의 권고는 전혀 의미가 없었다.

그의 타락을 더 이상 두고 볼 수 없게 된 신들은 힘을 모아 그를 몰아내려고 했다. 그러나

미드란다는 이미 이런 일이 있을 것을 예상하고 비밀리에 자신의 세력을 키워두고 있었다. 그 세력이란 신들을 보좌하기 위해 같이 탄생했던 자들의 일부와 미드란다가 자신이 싸움만을 위해 새로이 탄생시킨 수많은 괴물들이었다. 미드란다는 자신을 따르는 세력의 힘을 모아 다른 신들과 싸우기 시작했다. 신들은 그와 대적했지만 힘의 열세를 극복하지 못하고 참패를 당해 먼 변방으로 쫓겨나고 말았다.

신들 간에 일어난 최초의 전쟁은 결국 미드란다가 승리로 끝나게 되었고, 세상의 지배자가 된 미드란다는 누구에게도 제지받지 않으며 원하는 대로 세상을 창조하고 움직였다. 하지만 그의 통치방식은 조화와 질서가 아닌 힘에 의한 억압이었으므로 이프리아는 이전과 비교할 수 없이 혼돈스럽고 절망적인 세상이 되었다. 하지만 물러났던 신들의 집요한 반격에 의해 패배한 미드란다는 자신의 세력을 거느리고 신들의 힘이 미치지 않는 어둠의 저편 너머로 숨게 되었다.

후세의 사람들은 전쟁에 패하고 숨어버린 미드란다가 원래의 이름 대신 어둠속에 존재한다는 뜻으로 이골라노스라고 이름 붙였다. 그리고 그의 세력을 통틀어 마족이라고 칭했다. 9명의 신들은 서로 협력하여 세상을 다스리기로 결정하였다. 그리고 미드란다가 물리친 7번째 날을 기념하기 위해 이 날을 안식일로 정하였다.

4. 인간의 창조

세상이 창조된 뒤 오랜 시간이 흘렀지만 이프리아에는 아직 신과 그들의 가디안 외에 지혜를 가진 존재가 없었다. 이에 신들은 자신들과 같은 지적 생명을 만들고자 하였다. 이에 만들어진 창조물에 그 중 한명의 신인 미토스가 생명을 불어넣자 새 생명은 숨을 쉬기 시작하였다. 신들은 이들을 인간이라 이름 지어주고 지혜와 지식, 기술과 도구를 주어 대지를 이용하며 생활하도록 하였다. 인간들은 자신들을 누른이라 불렀고 그들이 앞으로 살게 될 이곳을 프리스톤 대륙이라 이름 붙였다. 그리고 신들을 경배하며 살았다.

인간의 수는 적었지만 시간이 지남에 따라 불어나 대륙 전체로 퍼지게 되었다. 그들은 처음에 작은 부락으로 시작해 마을을 만들고 도시를 세웠으며 더 나아가 국가를 탄생시켰다. 인간의 문명은 시간이 갈수록 발전해 결국에는 하늘과 바다, 육지 모두를 지배할 정도에 이르게 되었다. 하지만 그로 인해 인간은 자신들이 가진 힘으로 신에게 도전하려는 욕망을 품게 되었다.

5. 첫 번째 인간인 누른의 멸망과 두 번째 인간의 등장

처음에 신들이 누른인들에게 지식과 기술을 전수한 것은 그들이 올바르게 살아가기를 원했기 때문이었다. 하지만 발전된 문명을 가지게 된 누른인들은 자만심을 가지게 되어 신들을 하찮게 여기기 시작했다. 누른인의 생각을 알게 된 신들은 그들에게 자만하지 말 것을 충고했지만 누른인들은 신의 충고를 듣지 않고 오히려 불쾌해했다. 결국 누른인들은 그 자신이 새로운 신이 되고자 하는 욕망을 품게 되었다. 그들은 자신들의 욕망을 이루기 위해 모든 기술을 모아 가공할 힘을 가진 무기를 만들어 신에게 도전하였다. 하지만 누른인의 계획을 이미 알고 있던 신들은 그들이 무기를 쓰기도 전에 먼저 공격해 그들을 저지했다.

신들은 누른인의 행동을 단죄하기 위해 큰 벌을 내렸고 이에 뉘우침이 없는 누른인들을 멸하기로 하였다. 하지만 일부 신들은 자신들을 믿고 경건히 살아온 자들은 살려두고자 했다. 이에 신들은 소수의 정신이 맑은 누른인들을 제외한 모든 인류를 멸하였다. 하지만 신들은 지금 살아있

는 자들이 경건한 마음을 가진 자라 할지라도 그 후손들도 그들과 같지는 않을거라 생각하였다. 그것은 이런 일이 또다시 되풀이 될 수 있다는 것을 뜻했다. 이 때문에 신들은 한쪽이 잘못된 일을 할 경우 다른 한쪽이 그것을 견제할 수 있도록 살아남은 자들을 와이즌과 타이온이라는 두 개의 종족으로 나누었으며, 그 다음으로 신들 중 아벨이 와이즌 사람에게 지식과 지혜를, 마르다노스가 타이온 사람에게 기술과 도구를 주어 이들이 살아갈 수 있도록 배려해주었다. 와이즌의 뒤를 이은 모라이온이 아벨을 믿고 섬기는 것은 이 때문이며 타이온의 뒤를 이은 템스크론인들이 자신들을 창조한 신중 한 명을 마르다노스라고 여기는 것 역시 여기서 기인한다.

이 두 종족은 서로 다른 곳에 정착하여 살기 시작했다.

2. 관련소식

중국에서 선진 인터넷기술회사인 왕이는 한국 Triglow Pictures회사가 개발한 ‘징링’을 2002년 8월 30일부터 운영해왔다. 이는 중국 대륙에서 최초로 운영된 3D버전의 MMORPG이다.

게임은 화려한 화면, 재미있는 스토리, 귀여운 인물 캐릭터로 공개테스트기간에 매우 많은 유저들의 호평을 받았으며 인기도 상승하였다. 게임은 2개월 동안의 편집을 거쳐 미흡한 면을 보충했으며 화면을 더욱 화려하게 하고 게임방법과 규칙을 더욱 합리화시켰다. 그래서 유료화에 들어가면서도 10만 명에 달하는 유저를 보유했다. 게임은 운영과정에서 지속적으로 업그레이드를 했으며 유저들의 취향에 맞게 새로운 그림이나 게임방법을 속속 출시하였다.

왕이 관계자는 왕이는 중국 선진적인 포털사이트로서 최초로 주식을 발행하여 플러스를 기록했다고 하였다. 다년간 쌓아온 사용자자원을 고객자원으로 전환하고 기술을 제품화하여 날로 늘어나는 고객의 요구를 충족시키며 무료서비스를 기반으로 유료서비스도 개척하는 것이 왕이의 전략이다. ‘징링’은 왕이가 바로 전략을 기반으로 하여 중국 네티즌들에게 출시한 우수게임이다.

왕이 관계자는 온라인 엔터테인먼트는 이미 인터넷에서 중요한 부분을 차지하고 있다고 하였다. 때문에 왕이는 강대한 커뮤니티자원을 이용하여 온라인 엔터테인먼트 서비스를 적극 개척하는 동시에 여러 유명한 게임업체들과 협력을 체결하여 온라인게임시장을 대폭 확장할 예정이다. 왕이는 온라인게임을 회사의 일종 업무로 장기적인 발전을 도모할 것이다. 왕이는 자체로 개발한 제품과 운영하는 게임 모두 성공을 이룩했는데 온라인게임 서비스시스템이 이미 양성순환에 진입했다. 왕이는 향후 네티즌들에게 더욱 많은 게임과 엔터테인먼트서비스를 제공할 것이며 포털사이트로서의 콘텐츠를 더욱 풍부히 할 것으로 보인다.

CGW GAME 순위

2004년 8월 패키지게임 인기순위

순위	변동	게임명칭	출품 / 퍼블리셔
1	○	심씨쟁빠 (星际争霸, Star Craft)	Blizzarb / 오메이펜즈(奥美电子)

2	○	워셔우쟁빠3 (魔兽争霸, War Craft3)	Blizzarb / 오메이덴즈(奥美电子)
3	↑	셴첸치샤판3 (仙剑奇侠传3, PAL3)	따위(大宇) / 황위즈싱(寰宇之星)
4	↑	헤이안퍼화이선2(黑暗破坏神2, 디아블로2)	Blizzarb / 오메이덴즈(奥美电子)
5	↓	반타우밍-판궁징잉 (半条命-反恐精英, Half-life)	Sierra / 오메이덴즈(奥美电子)
6	↑	셴첸치샤판 (仙剑奇侠传, PAL)	따위(大宇) / 징허스따이(晶合时代)
7	↑	셴위안젠와이판-텐즈헨 (轩辕剑叁外传-天之痕, TIAN ZHI HEN)	따위(大宇) / 황위즈싱(寰宇之星)
8	↓	셴위안젠와이판-창즈타우 (轩辕剑叁外传-苍之涛)	따위(大宇) / 황위즈싱(寰宇之星)
9	○	FIFA 2004	메이귀이뎨(美国艺电) / 메이귀이뎨(美国艺电)
10	○	셴첸치샤판2 (仙剑奇侠传2, PAL2)	따위(大宇) / 황위즈싱(寰宇之星)
11	↑	NBA Live2004	메이귀이뎨(美国艺电)
12	↓	따푸웡7 (大富翁7, Richman7)	따위(大宇) / 황위즈싱(寰宇之星)
13	↑	주이중환상VIII(最终幻想VIII)	스커위이얼(史克威尔) / 메이귀이뎨(美国艺电)
14	↑	싼귀즈IX (三国志IX, 삼국지IX)	KOE
15	new	판통징잉(反恐精英-零度危, Counter-Strike)	Turtle Rock / 오메이덴즈(奥美电子)

자료 : 따중관젠<大众软件> 8월호

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