

*The Biweekly*

# Taiwan Game News

2005. 1. 28. Vol.02

## [ CONTENTS ]

### 뉴스 & 화제

- 1 중국 게임 대만 상륙 “중화권 문화우세, 한국은 적수가 안 된다.”
- 2 사이버 머니를 이용한 회원 관리

### 기획 특집

“ Hinet 10대 뉴스로 본다, 2004 회고와 2005 전망 ”

### 법률 정책

- ❖ 타이베이시 전산 휴식 서비스업 자치 관리 법규

### 게임 순위

News & issue

“중화권 문화우세, 한국은 적수가 안 된다.”

중국 게임 대만 상륙

Soft-World(智冠:지관), SOFTSTAR(大宇:대우) 등을 포함해서 대만 업체들이 대리 판매한 중국 게임이 작년 대만에서 상당한 인기를 끌었다. 모두 중국에서 직접 제작된 게임으로서 양안 게임업의 합작품이다. 중국에서 제작된 게임으로 대만에서는 상당히 신선하게 느껴졌으며 같은 언어, 같은 문화권을 토대로 한 협력의 기회가 높아졌다.

특히 대만의 게임업계는 한국 게임업체의 시장점유율이 높은 상황이므로 중화 문화를 되찾자는 계획 하에 중국의 게임을 대만에서 환영하고 있으며, 이러한 결과는 이미 예측 되어진 것이었다.

문화우세, 한국은 적수가 안 된다.

최근 1년 중국 게임이 대만 업자에게 환영을 받았다. 그 이유는 대만 게임시장에 한국 게임이 범람하고 있으나, 게임의 동질성이 상당히 높아 대항 할 게임은 많지 않기 때문이다. Soft-World 대표 왕준박(王俊博)은 "100가지 종류의 한국 게임 중 대항 할 수 있는 게임은 3가지도 되지 않는다."고 표현 했다.

작년 양안 게임업계의 합작품 중 Soft-World가 대행한 금산(金山)소프트웨어의 '검협정연(劍俠情緣)Online', 및 SoftStar가 대행한 북경상소(北京像素)소프트웨어의 '도검(刀劍) Online' 등이 대표적이다. 이 두 가지 온라인 게임 모두 중국에서 직접 제작 되었으며, 중국에서의 지명도 역시 상당히 높고 게이머 수도 상당히 많다.

검협정연(劍俠情緣) 온라인 게임은 중국에 1,500만 회원을 보유하고 있고 상시 온라인 접속 인원이 15만을 넘어서고 있어 중국 제일의 경쟁력을 갖춘 온라인 게임업체라고 할 수 있다. 이 패키지 게임은 게임 개발, 기획, 미술 등에 이르기 까지 모든 소프트웨어를 금산(金山)이 책임지고 있으며 중국에서 제일가는 게임 제조업체 이다.

Soft-World가 대행한 검협정연(劍俠情緣) 온라인 게임은 계열 대행 방식을 취하고 있다. 한 가지 종류의 게임이 아니라 검협(劍俠)1,2 나 전편 후편까지의 대행 방식은 판촉에 전력을 집중할 수 있으며 게이머로 하여금 더 높은 공감을 끌어낼 수 있다.

왕준박은 또 KINGSOTF(金山:금산)와의 협력 외에, 앞으로 다른 중국 업자와 협력할 기회를 찾고 있다고 말했다. 그는 “한 마리 용, 즉 '모두 포함' 경영방식”은 게임업자의 승자의 길이 아니라고 말하며, 각 국가와의 제휴, 특히 중국 업자와의 전략적 제휴는 앞으로 Soft-World 가 국제화의 길로 들어서기 위한 방법이라고 말했다.

대만 게임업계를 발전시키기 위해 '연구 개발이든, 판매 혹은 대리업이든, Soft-World는 그들과 같이 협력할 것이다'라고 했다. 대만 업자와 중국공장이 협력한다면, 한국과 경쟁할 수 있는 경쟁력을 쌓을 수 있다. 대만은 5,000년 역사의 중화 문화와 풍부한 무협소설을 바탕으로 게임 산업의 무궁무진한 창작의 원천을 소유하고 있고, 이것을 한국 게임업계를 능가할 수 있는 중요한 요소이다.

경제부 공업국의 말에 의하면 "아시아에는 중국어권 사람이 많고 중화 게임시장은 상당한 잠재력을 갖고 있다." 양안 공동의 문화는 중국 게임이 대만에서 환영을 받고 있는 원인이다. 대만의 게임 업계는 중국의 게임을 들여오는 것 뿐 아니라 한 걸음 더 나아가 중국과 협력하여 중화 문화 특색을 갖춘 게임을 개발 아시아뿐 아니라 세계로, 더 넓게는 할리우드에 까지 진출을 꾀하고 있다.

<yam news 2005. 1. 14>

<http://yam.udn.com/yamnews/daily/2459774.shtml>

## 사이버 머니를 이용한 회원 관리

**M** IC 산업정보 기관의 정보에 따르면 2004년대만 인터넷 게임 시장 규모는 NT\$83.1억 원에 달하며, 2년 동안 Casual game에 진입한 제조상들은 상당히 좋은 성과를 거두었다.

주모식(周謀式)의 말을 인용하면 일부 casual game이 경품을 이용 회원을 모집, 관리하는 경우가 있는데 일정한 쿠폰을 모으면 다른 아이템으로 바꿀 수 있는 방식이다. 게임업자의 입장은 이러한 방식이 게이머가 일정 수량의 쿠폰을 누적시켜 아이템으로 바꾼 후 다른 게임업체로 옮겨가는 것을 방지하고자 한다. 이들의 탈퇴를 막는 방책으로 희귀한 아이템이나 사이버머니를 누적시켜주어 이들이 쉽게 탈퇴하지 못하도록 하고 있다.

그러나 현재 사이버머니가 너무 많이 누적되어 있어 내년에는 4개의 게임관을 만들어 일부 게이머들이 사이버머니를 소진할 수 있도록 할 방침이다. 4개의 게임관 중 1관은 마장(麻將), 대노이(大老二), 13지(13支)등 카드 게임, 2관은 LuckyBar, 로또, 경마 등 운이 따르는 게임을, 3관은 테트리스, 버블버블 등 지혜를 요한 게임 종류를, 4관은 3D운동 등 소리, 빛 자극을 줄 수 있는 게임을 계획 중이며, 2관과 3관은 월 회비를 받지 않고 순전히 사이버머니를 사용하는 장소로 이용하려고 한다.

그리고 부모가 마장이나 바둑, 카드놀이 등으로 얻은 사이버머니를 가족명의 통장을 만들어 어린이들이 2,3관에서 사용하는 방식의 사이버머니 관리방안을 모색 중이다. 또 다른 하나는, 내년에 친구, 가족, 부부단위를 가입시켜 이들이 사이버머니를 나누어 쓸 수 있도록 할 방침이다.

<동삼신문(東森新聞) 2005. 1. 1.>

[http://tgs.tca.org.tw/news/news\\_c.php?ID=503](http://tgs.tca.org.tw/news/news_c.php?ID=503)

기획 특집

“ Hinet 10대 뉴스로 본다. 2004 회고와 2005 전망 ”

**H**inet은 2004년의 게임 업계는 '평범하고, 활기가 없다'라고 표현했다. 대만내의 게임 업계 뿐 아니라 세계의 게임 업계가 모두 저기압 상태, 아마도 2004년은 게임 업계의 세대교체가 이루어지기 위한 준비 기간으로, 2005년에는 게임 산업이 크게 부흥 발전할 것으로 예상된다. 다만 게임산업도 아직 어두운 현실에 처해있지만 2005년에 주목할 만한 사항을 살펴보도록 하자.

1. 게임업계의 찬 바람, 제조업체의 탄식

“대만 내 게임 업계 주력인 온라인 게임의 세대교체에 먹구름이 겹쳤다.”

「라크나로크」, 「리니지」, 「리니지2」 등 사업구조가 탄탄한 MMORPG를 제외한 중소형의 MMORPG 게임 업체는 시장에서 퇴출당할 위기에 처해있다. 게다가 게임이용자가 줄어들고 수익성이 떨어지면서 재무상태가 견실하지 못할 것이라는 추측으로 감마니아, 소프트월드, Chinese gamer, 소프트스타, Wayi까지 많은 게임 업체들의 주식하락을 야기 시키고 있다.

그러나 대만 내 게임 제작사는 대부분 개발능력을 가지고 있으며 게임이용자가 줄어들어도 불구하고 개발에 대한 투자를 지속하고 있어 2005년부터 게이머들은 대만 내 게임산업의 발전을 실감할 수 있을 것이다.

## 2. 인터넷 게임, 혼란 계속

일부 비교적 인기가 있는 게임 「리니지」 「희망(希望)」 「FlyFF」 「MU」 등 계속되는 해킹으로 인해 게임 회사가 고전하고 있으며 게이머들의 항의, 심지어 회사가 고소당하기도 했다.

## 3. 새로운 게임 부르는 게 값

Sony 컴퓨터 오락의 새로운 기계 'PSP'와 Nintendo(任天堂)의 신 기계 'NDS'가 모두 연말에 출시, 새로운 세대의 시장 경쟁이 시작, 사고자 하는 자는 많고 기계는 적어 부르는 게 값, 심지어 NDS가 엔화와 같은 가격으로 판매 되는 상황이다.

## 4. 인터넷 게임에 분 대륙 바람

만약 2002~2003년이 한국의 게임이 주도하고 있었다면 2004년은 중국 게임의 강세가 이어지면서 Soft-World, Wayi, SoftStar 등 모두 중국이 연구 개발한 온라인 게임을 들여와 상당히 좋은 반응을 얻었다.

## 5. 게임오락, 그 외의 세력

만약 2004년 이전이 MMORPG의 천하였다면 2004년은 Casual Game의 부흥된 한 해였다. 게임이 쉽게 접할 수 있고, 간단하고 쉽다는 특성 때문에 회사원, 여성, 저 연령, 노인 등 평소 온라인 게임을 접할 수 없었던 사람들의 흥미를 이끌어내어 시장의 범위가 넓어 졌으며, 대만 내 게임 제조사들이 MMORPG시작에 벽을 느낀 후, 대거 casual game영업으로 눈을 돌렸기 때문이다.

## 6. 산업의 대대적인 합병, 미래를 위한 연합

2004 연초부터 게임 산업에 불어 닥친 찬 바람을 극복하기 위해 게임 업체인 Soft-World, 신간선(新幹線), Chinesegamer, UserJoy(宇竣:우준), Odin(奧丁:오정), Eworld(宇奧:우오) 등 5개의 회사들이 연합할 것을 발표했다. 6월 감마니아와 미국 Sony Online Entertainment의 외국 기업과 협력, 9월 Wayi(華義:화의)와 InterServ(昱泉:욱천) 자료 공유, 12월 UserJoy(宇竣:우준), Odin(奧丁:오정), Eworld(宇奧:우오)는 합병하여 '우준오정(宇竣奧丁)'을 설립, 2003년에 외국에 불어 닥친 합병 바람 (일본 SQUARE 와 ENIX의 합병, SEGA와 Sammy 합병) 이 2004년대만의 게임 산업에도 불었다.

## 7. Xbox 인터넷의 신기원

2004년 모든 게임 산업이 된서리를 맞았음에도 불구하고 인터넷을 이용한 마이크로 소프트의 [Xbox Live]가 정식으로 대만에 출시되면서, 대만 역시 TV GAME산업을 필두로 외국과 동등한 인터넷 서비스를 제공하고 있다. 비록 Xbox live가 신용카드 결제비용이 높아 보편화 되지 못했지만 대만의 게임 산업은 Xbox live의 사업성과 의의를 가볍게 보아서 안 된다.

## 8. 게임 코믹 광고

대만 내 게임 광고는 대부분 코미디가 주류를 이루고 있다. 연초에 방영된 '희망(希望) Online' 광고는 화장품 광고인줄 알았으나 게임 광고였다. 그 후 Hinet 광고는 코미디 스타일로 방영되었으며 모두 올 초에 나온 작품들이다.

연말에 Michelle&Vickie(蜜雪薇琪)가 찍은 '검협기연(劍俠奇緣)Online' 광고는 슬픈 분위기의 광고인데, 게이머들의 눈에는 코미디 같은 느낌이 많이 든다. 게다가 '금용(金庸)2' 역시 슬픈 분위기의 광고가 게이머들의 눈에는 코미디의 효과를 주었다.

## 9. 고개 드는 국내 TV GAME 연구 개발

Xbox가 출시된 2002년 이후 XPEC(樂陞:악승), InterServ(昱泉:육천), SoftStar(大宇:대우) 등 대만 내 제조사가 TV game 개발에 투자하겠다고 발표, 컴퓨터 게임 개발 환경이 개선되었으며 이에 대한 성과가 조금씩 나타나고 있다. XPEC(樂陞:악승)은 연속해서 「ex-chaser」와 「Daemon Vector」 Xbox게임을 출시, 외국의 PS2에 「Spectral Force」 등을 출시, InterServ(昱泉:육천)의 Xbox 첫 작품인 「Iron Phoenix」은 출시하자마자 미국 E3에 방송되는 이채로움을 낳았고 미국의 Teamxbox 사이트의 최고 창의 작품이라는 평가를 듣기도 했다.

## 10. 전자게임 활동 강세

전자게임산업의 경기를 부활시키기 위해 전자게임 홍보활동(예를 들어 전자 게임 시합, 박람회 등)을 그동안 여름방학에 한정되었던 [Hinet 인터넷 게임 대회], [WCG 선수 선발대회] 외에 더 많은 TV game 대회 펼칠 예정이다. 전자게임 전람회는 2월에 고정적으로 열리던 [ 타이베이 컴퓨터 게임 전 ] 외, TV GAME 세력의 부흥으로 인해 마이크로 소프트, Sony 컴퓨터 게임, 박우(博優)등 각 회사마다 대형 컴퓨터게임 전을 열 예정이다. 전산 전람회와 컴퓨터 응용 전람회, 어린이 전산 박람회 등의 활동이 펼쳐질 것이다.

< 자유 일보(自由日報) 2005. 1. 13.>

<http://www.epochtimes.com/b5/5/1/13/n778637.htm>

법률 & 정책

타이베이시 전산 휴식 서비스업 자치 관리 법규

2002년 4월 25일 府法三字 제 09112037300호령 공포

제3장 관리

제10조 자치 규정에 따라 영업등기 하지 않은 업자는 게임사업을 할 수 없음.

제11조 게임업자는 아래 사항을 준수해야 함.

1. 만 15세 미만 PC방에 출입을 금함. 단, 보호자 동반일 경우 가능.
2. 컴퓨터 게임에 등급제 실시, 만 18세 이하일 경우 게임 할 수 없음.
3. 영업장소에 게임 구역을 일반 등급과 제한 등급에 구별을 둠  
: 만 18세 이하는 제한 등급의 게임 구역에 출입을 금함.
4. 도박을 할 수 없으며, 분위기를 흐리거나 기타 범죄행위를 할 수 없음.
5. 상품권이나 기타 상품을 제공할 수 없음.
6. 점수를 묶어 두거나 배수로 늘려주는 등 요행성이 있는 컴퓨터 게임은 제공할 수 없음.
7. 점수 계산이나 점수를 누적 시키는 등 위와 같은 기능이 있는 컴퓨터  
컨트롤 기계나 계산기는 설치 할 수 없음.
8. 영업장소에 제한 구역이나 룸을 설치할 수 없음.  
필요에 따라서 개방식 칸막이를 사용할 수 있음
9. 영업장소의 잘 보이는 곳에 사업자 등록증을 걸어둠
10. 영업장소에서 금연하며, 금연 표시 할 것.
11. 영업장 이산화탄소 농도 0.15% 이하 유지.
12. 영업장 실내에서 15분씩 평균 85dbA 이하의 음량을 유지하며,  
순간 최고음량도 115dbA를 넘길 수 없음.
13. 영업장소는 실내조명을 300 와트 이상유지.
14. 영업장소 내에 눈의 피로와 장시간 동일자세로 앉아 있는 것이  
좋지 않음을 알리는 경고 문구를 걸어 두어야 함.

제12조 컴퓨터 게임 업자는 만 18세 이하의 청소년이 월요일부터 금요일 까지 오전 8시부터 오후 6시까지 ,야간 10시부터 익일 8시까지, 또한 휴일 야간 10시부터 익일 8시 까지 입장하는 것을 금지해야 한다.

제 13조 컴퓨터 게임 업자는 영업장소에 전신국 혹은 해당 기관의 검사 결과를 표시. 방법 설치, 컴퓨터 프로그램 설치, 현장 감시 카메라 등. 현장 감시 카메라는 영업이 이루어지고 있는 기간 계속해서 녹화를 해야 하며 녹화한 기록은 최소 일정 기간 마다 관련 기관에 검사를 받아야 한다. 앞에 표시한 일정 기간은 해당 기관이 결정한다.

제14조 컴퓨터 게임 업자는 영업장소 내에 있는 컴퓨터가 방문했던 인터넷 사이트의 기록을 영업 기간 내에 보존하도록 설정해 놓고 이를 보관한다. 이 사이트 방문기록도 일정기간 마다 관련 기관에 검사를 받는다. 앞에 표시한 일정 기간은 해당 기관이 결정한다.

제 15조 해당 기관에서 감사인을 파견하여 게임업자의 영업상황을 조사할 때, 영업 책임자, 영업장 관리자, 종사자는 해당 감사를 피하거나 방해 또는 거부하지 말 것. 주관 기관이 조사하는 항목은, 세금납부, 도시계획, 건축 관리, 치안, 소방, 환경보호, 위생, 신문, 교육, 사회정치, 노동검사, 전산시설 등 해당 기관에서 처리한다.

게임 순위

【 전체 게임 인기 순위 】

(기준일: 2005. 1. 22)

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	Crazy Arcade	PC	NEXON / Digicell
2	Dragon Quest VIII	PS2	LEVEL-5 / SQUARE ENIX
3	METAL GEAR SOLID 3 Snake Eater	PS2	KONAMI
4	Fiyff	PC	AeonSoft / 한국Qlord, Leadinia
5	Grand Theft Auto: San Andreas	PS2	Take Two / Rockstar Games
6	MOBILE SUIT GUNDAM: GUNDAM vs. Z GUNDAM	PS2	BANDAI, CAPCOM / SCEH
7	POKEMON: Emerald	GBA	nintendo
8	Ys VI: The Ark of Napishtim	PC	Falcom / InterWise
9	Mr. Incredible	PS2	THQ, D3PUBLISHER / SCEH
10	신절대쌍교(新絶代雙驕) Online	PC	USERJOY / Soft-World
11	The ord of the Rings: The Third Age	PS2	EA
12	검협정연(劍俠情緣) Online	PC	西山居, KINGSOFT / Soft-World
13	GRAN TURISMO 4	PS2	SCE / SCEH
14	Tales of Rebirth	PS2	NAMCO
15	Naruto: Narutiment Hero 2	PS2	Cyber Connect 2 / BANDAI
16	삼국지 X	PC	KOEI
17	Tales of Symphonia	PS2	NAMCO / SCEH
18	Magna Carta	PS2	SOFTMAX / BANPRESTO
19	Crash Bandicoot 5	PS2	Vivendi Universal Games/ SCEH
20	The Lord of the Rings: The Battle for Middle-Earth	PC	EA

【 온라인 게임 인기 순위 】

(기준일:2005.1.22)

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	Crazy Arcade	PC	NEXON / Digicell
2	Fiyff	PC	AeonSoft / 한국Qlord, Leadinia
3	신절대쌍교(新絶代雙驕) Online	PC	USERJOY / Soft-World
4	검협정연(劍俠情緣) Online	PC	西山居, KINGSOFT / Soft-World
5	Corum Online	PC	eSofnet / Digicell
6	Lineage II : The Chaotic Chronicle	PC	NC soft / NC TAIWAN
7	Lineage II : Chronicle 2 Age of Splendor	PC	NC soft / NC TAIWAN
8	Final Fantasy XI: Chains of Promathia	PS2	SQUARE ENIX
9	Ragnarok Online	PC	GRAVITY 新幹線
10	Lineage : 하늘과 땅	PC	NC soft / Gamania
11	Seal Online: Night Club	PC	Sunny YNK,GRIGON/TIC
12	Mystina Online	PC	Lager
13	Phantasy Star Online: Blue Burst	PC	SEGA
14	Seal Online	PC	Sunny YNK, GRIGON/TIC
15	팔문(八門) Online	PC	Merlin Multimedia
16	Cross Gate	PC	ENIX / SoftStar
17	Fairyland: The wizard of Oz	PC	Lager
18	Cross Gate Ver3.0	PC	SQUARE ENIX / SoftStar
19	FLNAL FANTASY XI	PS2	SQUARE
20	O2JAM	PC	GAMANIA

출처 : 게임 전문 사이트 바하무트 <http://www.gamer.com.tw>