



특집

2004년도 중국 게임 산업 보고서 (1)

1. 2004년도 모바일 게임시장 분석
2. 2004년도 중국 PC게임시장 분석
3. 전용 게임설비 및 콘솔게임시장 분석
4. 2004년도 중국 온라인게임 자체 개발회사 분석

CHINA GAME NEWS

- PC게임 업체의 우려 : 최근 4년 사이 시장 규모 60% 위축
- 온라인게임의 이윤폭리 시대 사라질 듯
- 베이징 첫 전자데이터 사법감정센터 설립
- 제3차 온라인문화박람회 2005년 10월 북경에서 개최 예정
- PC 및 게임 수요 강세, Microsoft의 이윤과 매출 증가폭 예상을 초월
- Home 온라인게임을 통한 찐산(King soft)의 새로운 기회

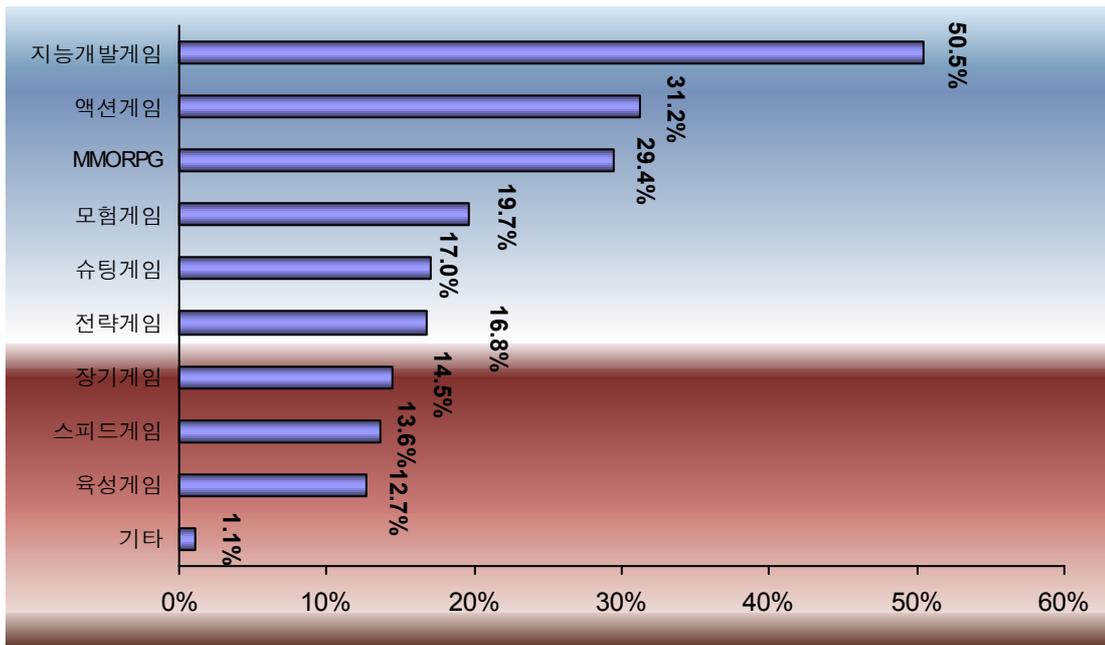
GAME 소개

- 위왕쯔먼 (欲望之门 욕망의 문)

2004년도 중국 게임 산업 보고서 (1)

온라인게임의 급속한 발전은 중국에 매우 큰 발전 가능성을 제공하였고 산업에 매우 큰 역할을 하였다. 신문출판총서의 영상 전자와 온라인출판위원회가 작성한 <2004년 중국 온라인게임 산업 조사활동>은 관련 전자출판물 출판기구, 네트워크게임 출판기구, 게임개발사, 게임 운영 사, 게임유통사, PC방 서비스와 유저 등 폭넓고 세밀한 데이터를 수집, 작성한 것이다. 이번 조사는 3개월 동안 50,170장 분량의 설문조사를 하였고, 중국 게임 산업 발전현황과 산업의 각종 기회 및 위험이 언급됐으며, 산업발전에 관한 전망을 예측하였다. 기업, 게임 산업의 주관부문 정책 수립의 참고자료로 제공하였고, 국제 교류에 있어서 신뢰성 있는 데이터와 자문자료로 제공하였다.

1. 2004년도 모바일 게임시장 분석



모바일게임 유형별 선호도

(자료 출처 : CGPA & IDC, 2004)

◆ 중국 내 모바일게임의 발전 형식

중국 모바일게임의 주요 운영 사는 차이나 모바일과 차이나 유니콤이고, 게임 다운로드서비스는 차이나모바일 바이바오상(百宝箱)과 차이나 유니콤의 선치바오뎨(神奇宝典) 등이 있다.

2003년 하반기에 차이나모바일은 바이바오상에 KJAVA의 게임 다운로드를 시작했고, 유료 바이

바오상 게임을 운영하였다. 1년 동안 바이바오상 제품이 1,500여개로 증가하였다. 그중 SP 제조사 제품이 70여개, CP 제조사 제품이 백여 개가 넘는다.

바이바오상 서비스는 기타 부가가치 서비스와 상이하게 SP업체와 차이나모바일 업체가 평균분할하고, SP 업체가 다시 CP 업체와 분할 또는 구매하는 방식으로 운영한다. 그러나 기타 부가가치 서비스 업무에 대해 CP 모바일게임의 역할은 더욱 중요하다.

현재 쿵중(空中) 사이트와 시나(www.sina.com)는 바이바오상 SP 서비스 제품 수가 가장 많은 업체이다. 특히 쿵중왕(空中网)은 바이바오상 구축 초기부터 대량 제품을 서비스하였으며, 판권을 가진 FC 명작 <탱크대전(坦克大战)>은 월 평균 3만 회 다운로드하는 성과를 이루었다. 시나가 바이바오상에 진입한 시기는 쿵중왕에 비해 늦으나, 운영경험과 강력한 네트워크 마케팅으로 매우 많은 유명 CP의 지지를 얻었다. 그중 세계적으로 유명한 모바일게임 개발사 CAMELOFT가 있다. 또한 전반적인 제품의 우세로 높은 판매성과를 획득하였다. 이 외에도 다양한 방식을 통해 KJAVA게임이 중국 내에서 운영되었는데 쑤즈위(数字鱼), 장중미거(掌中米格), 위완왕(我玩网)을 비롯한 기타 업체도 바이바오상의 순위에 들었다.

2004년에 바이바오상은 많은 문제에 직면하였으나, 전반적으로 볼 때 급속한 발전의 한해였다. 그러나 매월 창출되는 100만 위안의 수익은 기타 부가가치 수익에 비해 크게 뒤떨어졌다. 예를 들면 쿵중왕과 시나를 비롯한 SP업체는 매월 KJAVA게임에서 창출되는 수익이 단지 몇 십만 위안 또는 제자리였던 적도 있었다. 수익 때문에 적지 않은 신규업체가 KJAVA게임업무를 포기하려는 상황에 이르렀다.

모바일과 유니콤 뿐만 아니라, 전국 지역의 핸드폰 판매사 및 서비스사가 제공하는 게임 또한 현재 중국 모바일게임 운영방식 중의 한가지이다. 지방 핸드폰 판매사가 제공하는 무료서비스 방식은 유저가 핸드폰을 구매하는 동시에 핸드폰 판매사의 유료 또는 무료로 판매한 핸드폰의 게임 다운로드를 지원한다. 이 외에도 일부 사이트가 게임의 무료 다운로드를 서비스하는데 이는 해적판 문제를 일으키기도 한다.

◆ 유저가 즐기는 모바일게임 유형

모바일게임 유형의 선택에서 50.5%의 유저가 지능개발 종류의 게임을 선택한 것으로, 지능개발 종류가 최고 순위로 나타났다. 지능개발 유형의 게임은 간편하고 쉽게 손에 익힐 수 있고, 시스템이 상대적으로 작아서 핸드폰 제조사가 핸드폰에 설치, 우선 선택하도록 한 게임이다. 그리고 31.2% 유저가 액션유형 게임을 선호하였다. 실제로 각 유형의 모바일게임 다운로드 현황으로 보면 액션게임이 최고 인기를 누리고 있다. MMORPG게임을 선택한 유저가 29.4%로 현재 이 종류의 게임도 각 핸드폰 연구 개발사가 적극 투입하고 있는 게임 종류중의 한가지이다.

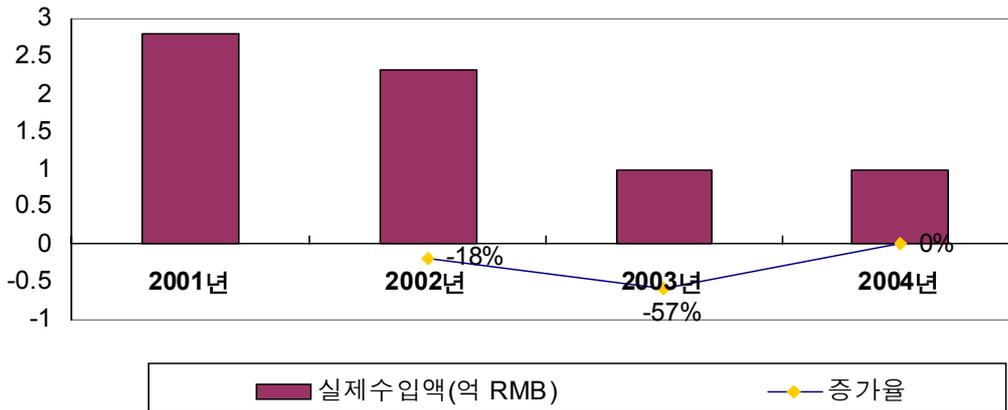
2. 2004년도 중국 PC게임시장 분석

여기서 PC게임은 온라인게임을 제외한 PC게임, 네트워크, 경기게임을 말한다.

◆ PC게임 시장의 실제 판매수익

2004년에 PC게임 시장은 저조기 상태였다. 2003년 12월부터 2004년 11월 기간에 116가지 PC 게임 신제품을 발행하였다. 2001년 313개, 2002년의 397개, 2003년의 194가지에 반해 2004년 신제품 출시 수는 뚜렷하게 줄어들었다.

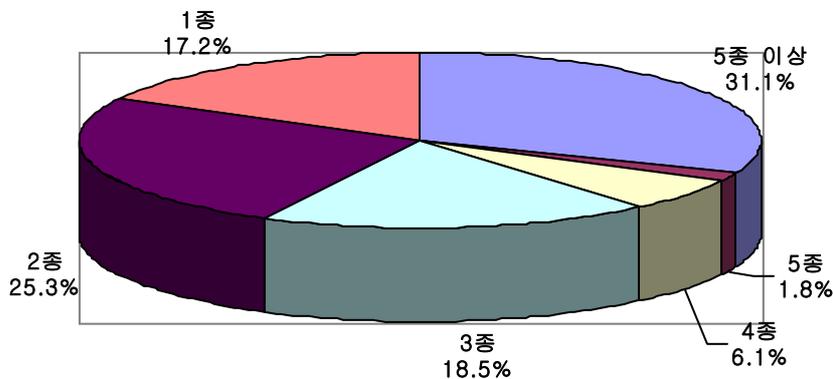
2001-2004년 패키지게임시장 실제수입액 비교



(자료 출처 : CGPA & IDC, 2004)

2004년 제품 발행 수가 2003년에 비해 적으나, 고품질의 게임이 2003년에 비해 늘어났다. 그중 대작은 <썬웬젠와이짘-창즈타우(轩辕剑外传-苍之涛)>, <스밍짜우환(使命召唤)>, <판쿵징잉-링뎀치부(反恐精英-零点行动)>, <썬젠와이짘-원칭탄(仙剑外传-问情篇)>, <보스니아 왕자(波斯王子)> 등의 제품들이다. 이는 판매액으로 보면 2004년에 2003년의 1억 위안 이상을 유지하였다.

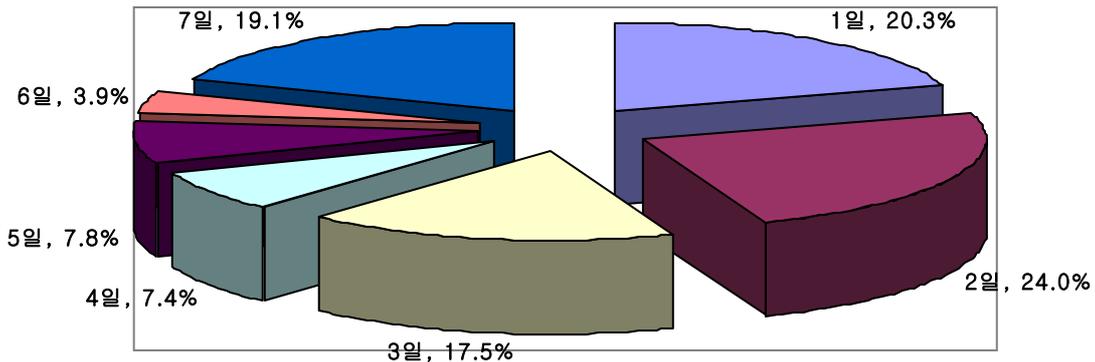
1년에 구매하는 패키지게임 횟수



(자료 출처 : CGPA & IDC, 2004)

조사에 따르면 PC게임의 유저는 2가지 경향이 있는 것으로 나타났다. 우선 몇 가지 게임에만 높은 충성도를 가져 1년에 단지 몇 가지 게임만 하는 유형이다. 매년 3가지이하 게임만 하는 게이머가 61%, 2가지게임을 하는 게이머가 25.3%나 된다. 다음으로 호기심만 가득한 게이머 유형으로 매년 5가지 이상의 PC게임을 구매하는 게이머가 31.1%에 이른다.

일주일 평균 게임 일수



(자료 출처 : CGPA & IDC, 2004)

PC게임은 사람과 기계의 상호 교환 엔터테인먼트(예: 잔싸치싸짱(仙劍奇俠傳))와 같다. 또한 사람과 사람 사이의 양방향 게임(예: 판공정영(反恐精英))과 같아서 온라인게임에 비해 PC게임은 네트워크 및 게임파트너의 의존성이 비교적 낮은 편이다. 19.1%의 유저가 한주일의 7일 모두 PC게임을 한다. 또 일부 유저는 PC게임을 온라인게임의 보조로 보거나 또는 유저자체는 게임을 취미로 갖고 있으나 시간이 없어서 못하여 PC게임을 휴식을 취하는 엔터테인먼트로 보는 유저가 각각 20.3%와 24.0%로서 매주에 대개 1일에서 2일 PC게임을 한다.

3. 전용 게임설비 및 콘솔게임시장 분석

◆ 비디오 게임, 콘솔(PDA)게임 플랫폼의 주요 발행사 분석

2004년말 까지 주요 TV게임 플랫폼은 Sony Play Station시리즈, Microsoft X-Box, Nintendo Game Cube가 있다. 주요 콘솔게임 플랫폼은 GBA시리즈 및 런텐탕(任天堂)이 2004년 말경 판매한 콘솔게임 NDS와 Sony가 2004년 말경 판매, 사용한 전문 CD저장 멀티미디어의 콘솔게임 PSP가 있다.

2004년 일본시장에서의 비디오 기기 판매 현황

비디오 게임 기기	판 매 량(대)
PS2	1,825,246
NGC	500,807
X-BOX	26,536

(자료 출처 : CGPA & IDC, 2004)

◆ 마이크로소프트사의 XBOX

올해 미국 XBOX 및 온라인게임 플랫폼 XBOX Live 판매는 순조롭게 진행되어, 8월에 Xbox가 5,221대의 판매량으로 PS2를 추월하였다. 이는 올해 4월 가격인하 이후 최초로 PS2를 추월하였고, 재차 선두자리를 점하였다. 또한 8월에 2개 주요 게임기 가격이 내려가지 않은 등 요인으로 Xbox 기계 판매가 점차 하락하였다.

게임 소프트웨어 판매에서 지난해 동기에 비해 Xbox는 54%, PS2는 5%, (NGC 는 1%) 증가하였다. 영국에서 UBI대작(분열세포, 판도라의 내일)의 강력한 공세로 , Xbox 의 매주 판매량이 최초로 PS2를 추월하였고, 영국 게임기 판매율 65%를 차지하였다.

그러나 일본시장에서 Xbox의 판매는 큰 변동을 보이지 않았다. 일본시장 조사연구 업체 Media Create Co. Ltd 통계에 따르면, 10월 24일까지 2004년 일본 주요게임기의 판매량은 다음과 같이 나타났다.

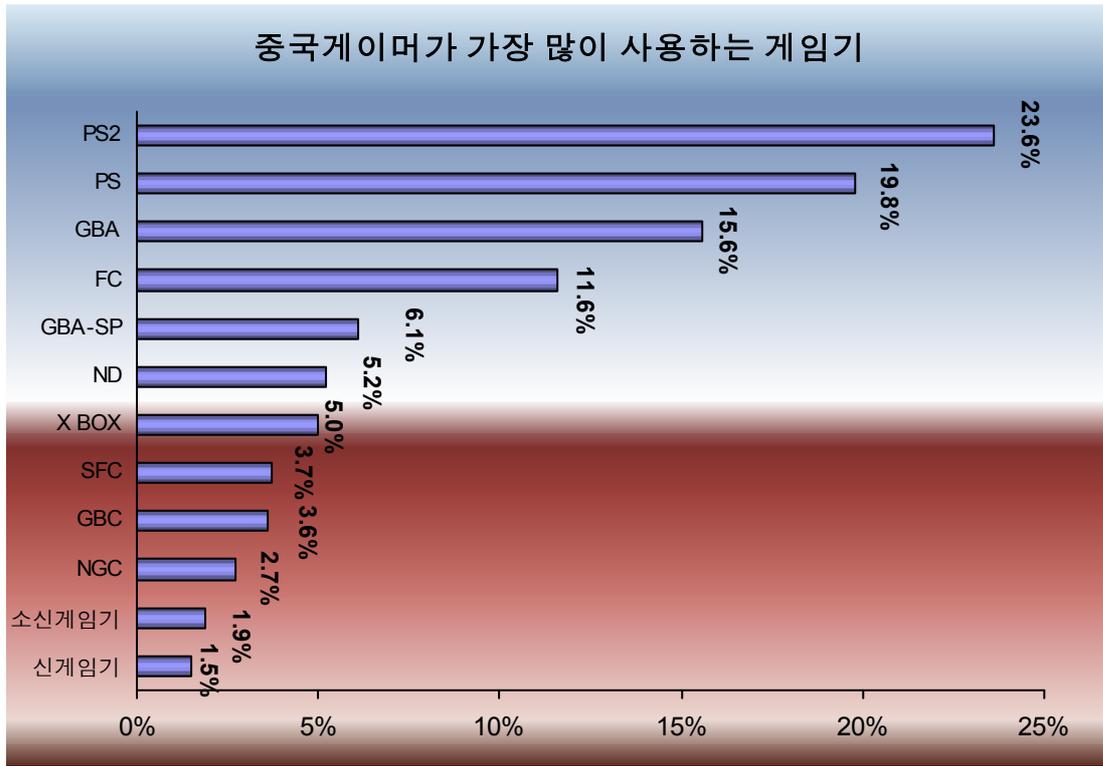
마이크로소프트는 현재 중국에 출시한 XBOX와 XBOX Live의 계획을 공개하지 않았으나, 올해 하반기 시장연구업체가 중국 내 대도시를 대상으로 XBOX와 XBOX Live의 시장연구를 진행하였는데, PC게임 베타 테스트, 온라인 대전 테스트, 게이머 설문조사 등 방식을 통하여 진행하였다.

◆ SONY

-전 세계의 PS2

Sony의 세계 게임 업무분야에서 PS2(Play station2)의 누계판매량은 올 1월 한 달에만 7,000만대를 돌파하였고, PS의 판매량과 소니 게임호스트 판매량을 합하면 이미 1억 7,000만대를 넘는다. PS2 게임 소프트 누계 생산량은 9억 4,900만 세트의 천문학적 수치를 기록하였다. PS2 확산율의 추진으로 고품질의 게임이 급속히 막대한 판매량에 이르러 또한 하드웨어 판매를 이끌었다.

현재 PS2 온라인게임은 <쓰우중환상XI(最终幻想XI)>, <썬창더예왕 online(信长的野望Online)>를 비롯한 MMORPG게임, <CAPCOM VS SNK>, <SOCOM II>)를 비롯한 인터넷 전쟁게임, <쌍화위기-폭발>, <과이우레런>을 비롯한 네트워크 장벽 넘기게임 및 많은 인터넷 데이터 교환, 전송 다운로드 데이터 게임이 있다. 현재까지 PS2에 대응한 온라인기능을 갖춘 게임이 이미 몇 십 가지가 있다.



-중국시장의 PS2

2004년 1월 5일에 소니가 기자회견을 가지고 PS2게임기 중국시장 진입을 공표하였다. 현재 PS 2는 상하이와 광저우에서 판매되고 있다.

현재 PS2 온라인 서비스는 유럽뿐만 아니라, 한국과 동남아 국가 및 홍콩, 대만에서 전개되었으나, 중국 대륙 진입에 대한 계획은 아직 발표하지 않았다.

◆ 런텐탕

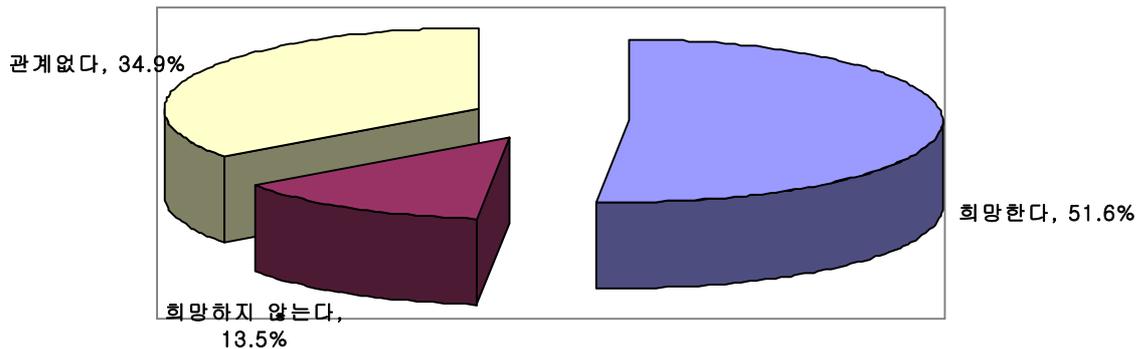
2002년, 런텐탕은 미국, 일본과 대등한 방식을 통해 자금, 기술, 특허 및 소프트웨어 판권 등 각 유형의 자산으로 썬유커지유한공사(iQue Ltd)를 설립하였다. iQue Ltd 중국 자회사인 썬유커지(神游科技)유한회사는 2003년 9월 24일부터 중국 국내에 본격적인 자체개발을 추진, 런텐탕 N64주요기술인 '썬유기(神游机)'를 기반으로, 전문기밀 RW카드와 결합한 RW카드 조합사의 '썬유주유소(神游加油站)'형식으로 소프트를 서비스하였고, 동일시기에 맞춰 5개 소프트웨어를 판매하였고, 1여 년 동안 소프트웨어 10가지 출시하였으나 썬유기 판매는 그리 좋은 편은 아니었다.

2004년 6월에 썬유커지(중국)유한회사는 GBA 중국판 제품 '샤우썬유 GBA'와 2가지 소프트웨어를 출시하고 2004년 10월 썬유커지(중국)유한회사는 GBASP 중국판 제품 '샤우썬유SP'를 출시하였다. 2 제품은 해외판 GBA와 GBASP에 비해 단지 명칭과 포장만 상의하다. 겸용한 GBA게임과 중국 국내의 각 유형 GBA RW는 가격 상 밀수제품 가격에 맞먹고, '15일 내 교환, 1년 내 무상 A/S 보증'서비스를 보증, 도매사업자에게 충분한 수익가능성을 제공하여, 출시 후 밀수제품이 범람했던 기존 중국 콘솔시장을 급속히 점하였다. 연말에 썬유커지회사가 출시한 '중국 룡(中国龙)'의 제한성 샤우썬유(小

神游)SP는 전문적으로 중국시장을 대상으로 구조를 설계하였고, 또한 수량이 제한되어 있어서 더욱 열기를 띠었었다.

2004년 말경 런텐탕 NDS판매량이 예측을 넘어선데 대응하여, 썬유중국회사에 제3의 NDS생산 라인을 구축한 동시에 NDS의 중국시장에서의 썬유 출시 가능성을 연구하였다.

TV, 콘솔 게임에서의 네트워크게임 희망 여부

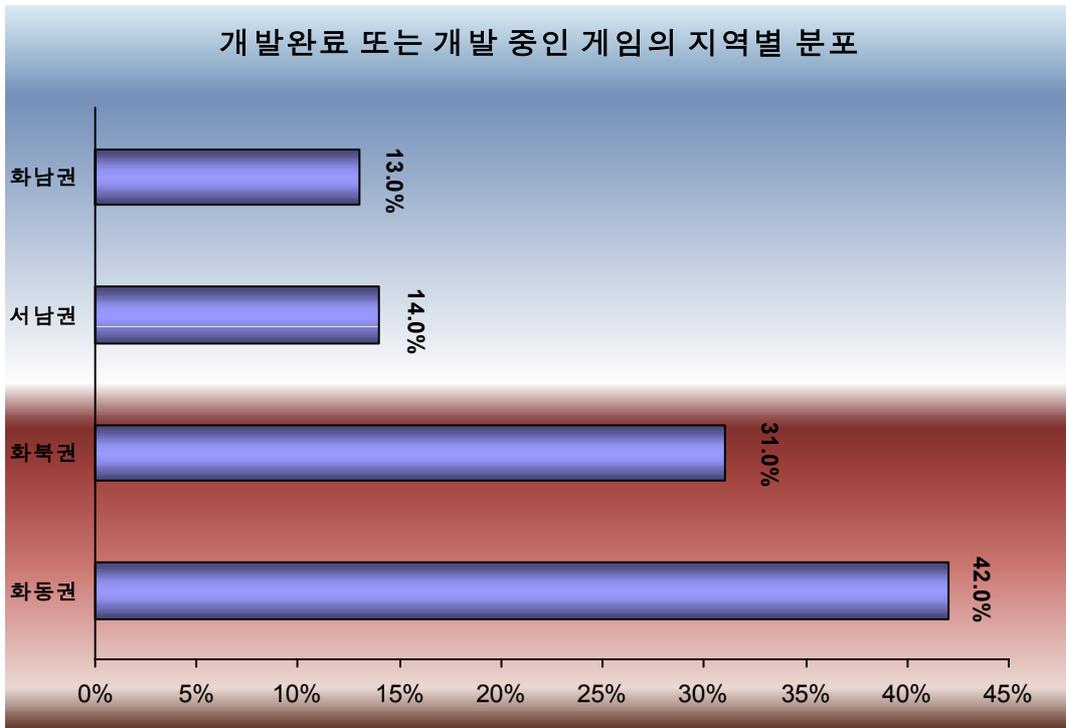


◆ TV나 콘솔게임기를 이용한 온라인게임

온라인게임을 말하면 가장 먼저 PC게임을 생각하게 된다. 실제로는 TV게임기나 콘솔게임기로도 네트워크게임을 진행할 수 있다. 인터넷전송 기술이 진일보 완벽하지 못하였을 뿐이다. TV게임기와 PC컴퓨터를 비교하면 우선 그래픽에서 TV가 컴퓨터에 비해 큰 장점을 갖추었다. TV의 해상도가 컴퓨터에 비하지 못하지만, 화면이 크고 총체적 시각 표현이 생동감이 있다. 또한 TV게임기는 전송 시스템이 단순하여 제조사가 상대적인 그래픽효과를 살릴 수 있다.

다음은 TV게임기의 손잡이 조작이 매우 현실적 느낌을 준다. 공세를 진행할 때 손잡이의 진동감은 게이머에게 매우 현실적인 체험과 게임 상호 연동 반격을 준다. 이런 것은 PC컴퓨터의 조작키보드가 실현할 수 없다. 콘솔게임기의 최대 장점은 간편한데 있다. 콘솔게임기는 작고 정교해서 지니고 다니기에 매우 편리하고, 어떤 시간에 어디서든지 게임을 할 수 있다. TV게임기와 콘솔게임기의 각 장점으로 51.6% 유저가 TV게임기나 콘솔게임기를 이용하여 게임을 즐길 수 있기를 기대한다.

3. 2004년도 중국 온라인게임 자체 개발회사 분석



본 보고서의 온라인게임은 한개 혹은 그 이상의 온라인게임 개발이나 운영단계, 또는 개발단계에 있는 온라인게임 제품이 적어도 이미 테스트단계에 이른 게임을 가리킨다.

2004년 중국 10대 최고 인기 온라인게임 리스트 중 중국 자체개발 온라인게임이 4개가 포함되었다.

◆ 2004년 중국 개발회사의 자체개발 제품의 분석

보고서는 현재 중국 73개 자체개발회사가 있고, 이미 개발을 완성했거나 개발 중에 있는 게임제품이 109개이며, 그중 화북지구가 33개로 전체의 31%, 화동지구가 46개로 전체의 42%, 화남지구가 14개로 전체의 13%, 서남지구가 16개로 전체의 14%를 차지한 것으로 나타났다.

개발 팀원과 제품 수가 차이가 생긴 주요 이유는 화동지구의 상하이에 몇 개의 대기업이 있고, 화동지구도 위와 마찬가지로 현황이다. 이에 반해 화동지구의 개발팀원이 적으나, 제품규모는 크다.

자료 : 게임산업협회 공식사이트에서 발췌
-다음호에 계속-

PC게임 업체의 우려 : 최근 4년 사이 시장 규모 60% 위축

"PC게임 시장이 전반적으로 위축되고 있지만 이것은 수요의 감소로 인한 것이 결코 아니다. 신규 제품의 공급부족으로 인해 PC게임시장 규모가 연속 4년간 하락되는 추세를 보였지만 실제, PC게임시장은 공급이 수요를 만족시키지 못하는 상황이다."고 UNISTAR의 푸스젠(傅思建) 부사장이 언급한 바 있다.

공급 부족이 시장 위축을 초래

IDC 데이터에 따르면 2004년 중국 PC게임 시장의 매출은 1억 위안으로 2001년의 2.8억 위안에 비해 시장규모 하락 폭이 64% 이상인 것으로 나타났다.

신규 품종의 감소와 시장 공급의 부족이 PC게임시장의 위축을 초래한 원인이 된다고 업계 내 관계자들은 입을 모으고 있다. IDG보고에 따르면 2004년, 중국에 116종의 PC게임이 등장하였는데 이 수치는 2003년에 비해 하락 폭이 40%로서 78종이 감소되었으며, 2002년에 비해 하락 폭이 70%로 281종이 감소된 것으로 나타났다. 푸스젠 부사장은 "2년 전까지만 해도 매달 20~30개의 새로운 제품이 출시되었는데 지금은 매달 3~5개에 그치는 상황이다. 실제로, 수요가 존재하고 있는데 공급은 부족하다."고 언급했다.

PC게임의 공급부족은 많은 기업이 PC게임을 개발하지 않기 때문이라고 한다. 여전히 PC게임 개발업체가 있기는 하나 그들이 대부분 온라인게임에 치중하기 때문에 PC게임 제품의 연구 개발이 영향을 받는 상황이다. Kingsoft, object 등 PC게임 개발업체는 더 이상 PC게임을 개발하지 않는 상황이며, 기타 소규모 업체도 온라인게임 개발 방향으로 전환된 것으로 알려지고 있다.

PC게임 이윤

IDG의 분석에 따르면 2003년부터 PC게임시장은 총수량이 감소되고 판매량은 상승하는 현상이 나타났다. 따라서 일부 기업은 PC게임 이윤이 향상되고 리스크는 감소되고 있다고 판단하고 있는데, 반면 UNISTAR 등 PC게임업체는 이윤이 뚜렷하게 상승하는 것을 느끼지 못했으며, 리스크도 여전히 크다고 언급하면서 사실상 우수한 제품이 부족한 것이 대부분 PC게임 업체의 현황이라고 덧붙였다.

"UNISTAR 대리제품의 이윤은 약 2-10%사이이다."고 푸스젠 부사장이 말했다. 올해 이 회사에서 《싼옌젠-창즈토우(轩辕剑-仓之涛)》, 《싼젠치샤똘-원칭펜(仙剑骑侠传-问情篇)》 등 대작을 발행하였으나 전반적으로 이윤이 뚜렷이 높아진 바는 없다고 한다. 그는 최근 몇 년 간의 발전상황을 보면 PC게임 제품 판매량이 꾸준히 늘어나긴 하지만 개발 진도가 늦고 원가 등의 이유로 연간 이윤이 극히 적은 결과를 초래한다고 설명했다.

PC게임 발전을 위한 대책

PC게임의 공급부족은 기업, 시장이 온라인게임 쪽으로 기울기 때문에 조성된 것이다. 투자의 감소는 필연적으로 PC게임 연구개발에 영향을 주어 품질 및 개발기간을 저하 시키며 시장 전반적인 개발 총수량이 감소되는 등의 결과를 가져오며 이에 따른 시장규모의 지속적인 감소, 기업 측의 투자 감소가 이어지게 된다. 이와 같은 악성순환이 반복되면서 최종적으로는 PC게임 제품이 점차 소멸되는 지경에 이를 것으로 보여 진다.

이런 상황에서 현재 중국 PC게임시장은 아직 개발되지 않은 미개척 시장이 잠재하고 있는데, 푸스젠은 PC게임회사, 특히 국내의 발행업체는 "낮은 단계로" 시장 잠재력을 발굴하는 것이 더욱 현실적이라고 언급했다.

푸스젠이 언급한 "미개척 시장"은 일부 지방 도시(城), 진(镇)을 상대로 한 시장 즉 지방의 현1급 도시 및 서부지역의 도시를 가리킨다. 그는 "2000년 연초에 비하면 PC가 빠른 속도로 보급되었다. 이는 소프트웨어 수요의 증가를 이끌게 될 것이므로 소프트웨어의 보급, 특히 온라인게임의 보급 루트를 미개척 시장을 목표로 해야 한다. 특히 화동(华东)과 화남(华南) 등 지역을 중시해야 한다."고 분석했다.

푸스젠의 소개에 따르면 UNISTAR의 지역시장 확대 전략은 홍보와 루트 두개 부분으로 전개 할 것이라고 한다. 홍보의 차원에서 "이전에 UNISTAR는 전국적 매스컴에서만 홍보를 했다. 이번에는 일부 지역시장의 매스컴을 상대로 할 계획이다. 그 외 전국적 규모로 특별이벤트를 진행할 계획이다."라고 말했다. 루트의 차원에서는 "게임이 지방의 도시, 진을 상대로 한 시장에 진출하도록 우리는 이미 일부 지방의 PC판매기업과 협력관계를 맺은 상황이다."라고 설명했다.

이 외에도 가격전략 역시 개선해야 한다는 푸스젠의 소개에 따르면, 이전에 UNISTAR 제품 가격이 일률적으로 69위안이었지만 중국의 실제상황으로 보면 29위안이라는 가격이 더 알맞을 것으로 예상되며 적용 시장은 바로 "미개척 시장"일 수도 있다고 한다. 한편 계속 고가격 제품을 발행함과 아울러 그 제품이 출시시간, 콘텐츠 등의 우위를 점하도록 보장하는 동시에 동일 제품에 대해 지역 별 가격 차별화를 실시할 계획이라고 한다.

사실상 중국의 PC게임 산업을 보면 2004년에 aomeisoft 등 회사가 이미 저가격 전략을 취하여 일부 게임은 좋은 성과를 얻었다. 그러나 이런 방식에 대해 약간의 논쟁도 있다. 일단 산업 전반에 걸쳐 가격 전에 휩싸여 야기되는 이윤의 감소는 반드시 제품의 연구 개발에 영향을 주게 될 것이라는 우려이다.

가격 전 외에도 2004년 국내 일부 기업은 로열티 수입을 위주로 하고 판매수입은 보조로 하는 전략을 취하였다. 소식에 따르면 상업가치가 큰 대작들이 많은 하드웨어업체의 눈길을 끌고 있으며 하드웨어 업체들이 하드웨어 대리권양도를 통해 수익을 올렸다고 한다. 또한 게임을 기반으로 하여 대리권을 양도 받은 방송 영상물도 2004년에 이미 등장하였다. 만일 2005년에 "샌젠치사판"이라는 드라마가 중국에서 성공하게 된다면 이는 PC게임을 위한 하나의 새로운 이익 창출 포인트로 기대된다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-01-26/79211.shtml>

온라인 게임의 이윤폭리 시대 사라질 듯

1월18일, 청두(成都) 환러쑤마(justhere.net)의 귀넨칭(郭念庆) 이사장이 산하의 3개 게임 즉 《밍원(命运)》, 《미촨(密传)》, 《차이홍모우션(彩虹冒险)》이 전부 무료서비스를 한다고 공개했다. 또한 향후 출시되는 환러쑤마의 게임은 전부 영구무료화의 운영모드를 취한다고 했다. 성따(盛大)의 《비엔비》에 이어 온라인게임업계의 무료화 열기가 한창이다. 유랜의 《구루구루(咕嚕咕嚕)》, 유씨쥬즈(游戏桔子)의 《취쌍(巨商)》 등은 이미 무료화를 실시한 상황이다. 업계 내 인사는 온라인게임의 대량 출시로 인해 경쟁이 더욱 치열해 지고 있으며 아울러 대부분의 2류 게임이 자체의 운영모드를 바꾸지 않으면 운영상황이 어려울 것으로 우려된다고 표시했다.

게임시간은 무료, 제품 구입은 유료

이번 무료게임 행렬에 참여한 각종 게임은 사실상 전부, 게임 요금을 대체 수취하는 전략을 취하였다. 전에는 게이머가 게임시간 정액카드를 구입하는 방식을 취했으나 이번 무료게임은 게이머에게 게임 시간을 무료로 제공한 반면 게임 중의 각종 게임용품 등은 게이머가 가상화폐로 구매하도록 되어 있으며 이런 가상화폐는 게이머가 실제 화폐로 사야 한다.

유료화 서비스 제공 시 《밍원(命运)》의 40시간 정액카드 구입에 인민폐 15위안이 소요되었지만 무료화 이후 1위안으로 50위안의 게임화폐를 살 수 있다. 관련인사의 소개에 따르면 정상적인 게임시간과 게임내용으로 계산하면 유료화와 무료화의 배경에서 게이머의 소비가 비슷해야 되나 무료화가 실시된 후 게이머가 접속한 시간이 길어질수록 게임내용과 게임용 화폐의 소요가 증가될 것이 확연하다고 한다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-01-26/79225.shtml>

베이징 첫 전자데이터 사법감정센터 설립

베이징 첫 전자데이터 사법감정센터가 1월 25일 설립되었다. 본 센터는 베이징 사법국의 성질 사법감정심사를 거쳐 법적 인정을 받는 전자데이터 사법감정 보고 출시 능력을 갖추게 된다. 이것은 베이징 사법부문이 온라인 범죄 등의 사건과 분쟁 처리 시 더욱 규범화한 증거 취득 수단이 있게 되었음을 설명한다.

소개에 따르면 최근 컴퓨터와 온라인 범죄 사건이 늘어나고 있는 추세로 컴퓨터 및 기타 정보 설비에는 전자 증거가 점차 사법형사사건 중의 중요한 소송자료가 된다고 한다.

전자데이터는 전통적인 물증과 증거취득형식과 다르게 전문기술성이 높아 사법과 컴퓨터 과학 분야에 새로운 이슈로 부상되고 있는 현황에 비추어 공안, 사법기관의 지도 하에 북경시 온라인산업협회가 베이징에 첫 전문 전자증거감정기구인 전자데이터센터를 설립하였다.

설립일자부터 감정센터는 전자데이터감정 서비스를 시작하게 된다. 동시에 베이징 국가온라인

감독처(市局网监处)에 의뢰하여 사회 각 부문을 상대로 컴퓨터 정보시스템보안등급 평가, 재난성 데이터손실 비상회복 등 유료 서비스를 진행하여 센터의 운영을 유지하게 된다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-01-26/79326.shtml>

제3차 온라인문화박람회 2005년 10월 북경에서 개최 예정



<중국 공산당 중앙 정치국 상무위원 리창춘(李长春)이 제2회 중국 국제 네트워크 문화 박람회를 참관하는 모습>

중국 국제 온라인 문화 박람회 조직위원회의 소식에 따르면 제3차 온라인문화박람회가 2005년 10월에 북경 전시관에서 개최될 것으로 전해지고 있다. 올해의 온라인문화박람회는 정부의 주요정책을 핵심으로 중국 온라인 문화사업의 종합 발전추세를 보여주게 된다.

제2차 중국 국제 온라인문화박람회가 2004년 10월 31일에 북경 전시관에서 성공적으로 막을 내린 후 주최단위인 문화부, 과학기술부, 방송총국, 베이징 인민정부의 정확한 지도와 정보산업부의 전폭적인 지지에 힘입어 중국 온라인 문화산업의 발전이 새로운 단계로 발전하였을 뿐만 아니라 중국 온라인 문화산업 발전의 중요한 브랜드가 만들어졌다. 4일간의 전시기간 중 8만 여명의 관객, 100여개 매체, 500여명의 기자가 참여하였다. 전시기업이 126개 사로 미국, 일본, 한국, 러시아, 인도, 말레이시아, 싱가포르 등 해외 기업도 참가하였다. 해마다 1회씩 열리는 중국 국제 온라인문화대회는 국내외 유명 온라인운영업체의 각광을 받는 대회로 부상되었다.

현재 국내에서 온라인 문화 콘텐츠를 소재로 한 최고의 영향력을 갖춘 전문대회 중의 하나인 온라인문화박람회는 향후 국내 게이머가 기대할 만한 엔터테인먼트체험대회가 될 것이며 풍부한 온라인 정보를 제공하게 될 뿐만 아니라 선두기업 및 세계 유명 IT업계의 무대가 될 것이다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-01-27/79779.shtml>

PC 및 게임 수요 강세, Microsoft의 이윤과 매출 증가폭 예상을 초월

1월 28일 소식에 따르면 PC 및 TV게임 수요의 강세에 힘입어 세계 최대 소프트웨어 개발업체 Microsoft가 최근 공포한 이윤과 매출성장률이 예상을 초과한 것으로 나타났다.

"PC부문은 사실상 매우 안정되었다." Microsoft의 수석재무장관이 기자 취재 시 언급했다. 한편 그는 또 서버 소프트웨어 혹은 온라인 PC에 대한 대기업의 지출이 증가되는 추세라고 덧붙였다. Microsoft는 Xbox게임기에 맞춰 내놓은 "Halo2"의 매출이 가정과 엔터테인먼트 부분의 실적을 올렸다고 발표했다. 이는 차세대 Xbox게임기의 전망을 예고한다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-01-28/79970.shtml>

Home 온라인게임을 통한 썬산(King soft)의 새로운 기회

King soft가 2000만 위안을 투자한 두 번째 온라인게임인 《평선방(封神榜)》이 사람들의 기대에 어긋나지 않고 2004년 12월16일 정식 오픈베타서비스부터 시작해서 2005년 1월 24일 유료화 서비스 전까지 동시 접속 수가 18만 명을 초과했고 등록자가 5-6백만에 달한 실적을 올렸다.

2003년 연말에 오픈베타 서비스를 진행한 king soft의 첫 온라인게임 《젠샤칭웬(劍俠情緣)Online》의 현재 평균 온라인 접속 수가 12만 명 정도로 king soft의 주요 수입원천으로 자리를 굳히고 있었다.

최신 데이터에 따르면 유료화를 실시한 후 《평선방》의 온라인 유저가 15만명 정도로 유지되고 있는 것으로 나타났다. 《젠샤칭웬 Online》 온라인버전을 출시하여 1년 뒤에 또 《평선방》을 출시함으로써 King soft의 온라인 플랫폼이 기반을 이루게 되었다.

레이쥘(雷军)의 자신감

《젠샤칭웬 Online》은 오픈베타 서비스를 시작하여 5일내에 온라인 접속자수가 5만 명을 초과했고, 《평선방》은 3일 만에 이 기록을 깨뜨려 사람들에게 놀라게 했다. "평선방과 젠샤칭웬 Online의 성공적인 스타트에 힘입어 상반기 동시접속자수가 40만에 이를 자신이 있다. 그때가 되면 우리는 당당하게 온라인게임 3위권에 들 수 있을 것이다. 그리고 올 4월에 우리는 신규 온라인 게임 《젠샤(劍俠)2》와 《환상춘추(幻想春秋)Online》을 내놓게 되는데 마찬가지로 성공을 기대한다."고 취재 시 king soft CEO 레이쥘(雷军)이 자신에 넘쳐 언급했다.

King soft의 기회 : 가정용 온라인게임

King soft는 현재 가정용 온라인게임을 기회로 잡는다고 레이쥘(雷军)이 언급했다. "영화가 드라마보다 뒤떨어지듯이 pc방도 가정 pc에 압도될 것이다. 5년전 까지만 해도 호황을 보이던 대만, 한국의 pc방이 3년 전부터 부진을 겪고 있다. King soft는 대중소비를 겨냥한 막강한 마케팅능력을 가지고 있는 것으로 알려져 있다. 사회적으로 게임은 최신형의 엔터테인먼트라 할 수 있다. 65세 되는 할머니들마저 《평선방》을 즐기고 있어 가정 온라인게임을 목표로 하려는 것을 더욱 굳혔다."고 레이쥘은

덧붙였다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-01-28/79994.shtml>

CGW GAME 소개

위왕뜨먼 (欲望之门 욕망의 문)



- ◆ 게임명칭 : 위왕뜨먼 (欲望之门 욕망의 문)
- ◆ 게임종류 : MMORPG
- ◆ 개발사 : 베이징 페이판후동 (非凡互动)
- ◆ 운영사 : -
- ◆ 공식 사이트 : <http://www.libidool.com>



<게임배경>

신들의 전쟁이 끝난 후, 아틀란티스는 처음으로 전쟁에 빠진다. 영원한 번영의 도시를 상징하는 가트는 오히려 화염으로 침몰하고 하늘을 향해 끊임없이 짙은 연기를 내뿜는다. “축복의 땅”의 대륙이라고 불리던 아틀란티스 수도 가트는 저주에 의해 함락당하고 만다. 그러나 이것은 시작

에 불과하다.

수백 년 전, 빛과 어둠을 대표하는 두 무리의 신들은 아틀란티스의 주도권을 쟁탈하기 위해 힘겨루기를 하게 된다. 결국 어둠의 여신이 아틀란티스를 장악하여 인간세계를 파괴한다. 빛을 대표하는 신 오딘은 어두운 힘의 침입을 막기 위해 노력한다. 이들은 곧 격렬한 성전을 벌인다. 양쪽의 힘이 서로 비슷하기 때문에 성전은 수년 동안 계속된다. 양쪽 모두 지쳐가고 있을 무렵 창조 의 신 오딘은 별자리의 에너지를 동원하여 성전의 승리를 얻는다. 이 승리로 인해 아틀란티스는 황금의 시기를 누리게 된다. 이렇듯 순조롭게 수백 년이 흘러간다.

세월이 흘러 수백 년이 지나고 파괴(어둠)의 여신은 아틀란티스를 침입하기 위해 '티나'라는 한 소녀를 창조한다. 그녀에게 아름다운 겉모습과 강렬한 육체의 욕망을 부여한다. 그리고 그녀에게 육체 이외에 각종 욕망을 담은 작은 상자를 넘겨준다. 티나는 파괴의 여신의 인도로 아틀란티스에 도착한 후, 아틀란티스의 왕을 만나게 된다. 티나는 창조의 신 오딘이 자신을 만들었으며, 희망의 여인으로 아틀란티스의 사람들에게 전해줄 희망의 상자를 가지고 왔다고 거짓말한다.

파괴의 여신의 목적대로 욕망의 상자는 열리게 되고 아틀란티스의 구석에 까지 널리 퍼지게 된다. 이와 동시에, 어둠의 힘은 욕망과 함께 끊임없이 퍼져나가서 평온하게 지켜오던 수백 년 동안의 황금의 시기는 무너지고 만다. 아틀란티스의 역사는 파괴의 여신이 침입함으로써 시작된다. 제국은 분열하고 각 도시의 주민들은 동맹을 맺기도 하고 전쟁을 벌이기도 하며, 많은 영웅들은 그들의 영토를 지키기 위해 생명을 바쳤으며 지금까지도 여전히 전해 내려오고 있다.

자료 : http://www.libidool.com/qhyt_gs.asp

<게임기획>

1. 만화와 진실의 훌륭한 조화

《욕망의 문》 국내의 첫 번째 카툰(만화) 제한등급 온라인게임이다. 진실한 효과를 위해 인물 체형을 실제 인물의 비율에 따라 설계를 한다 ; 화면제작에 있어서 사실성을 채택하였다. 공격의 속도 및 공격의 동작은 실제 동작 화면을 사용하였으며 공격의 효과에서는 특수한 처리(예를 들어, 피가 방울로 튀는 효과)를 하였다. 전투를 벌일 때, 감각은 물론 시각적으로도 모두 게이머가 사실적인 소재를 느끼도록 할 수 있다.

2. 다양한 의복과 유행하는 장비의 매력

옷을 디자인할 때 다양한 유행의 소재를 더하였다. 귀여운 복장, 섹시한 복장, 멋있는 복장, 토끼, 고양이, 샹팽이 등 있어야 할 것은 다 있다. 또한 게임 중에 그라디에이션의 게임 분위기가 나는 제2의 복장을 교환할 수 있으며 결혼 예복 등이 있다. 이 때문에 남녀라는 기본적인 사람의 기초위에 매우 다양한 의복과 다른 오관을 파생시킬 수 있다. 심지어 다른 피부색의 인물을 만들어 낼 수 있다. 《욕망의 문》에서 장비는 게이머가 게임을 하기위한 필수품일 뿐만 아니라 하나의 대형 가장무도회에 참석하기 위한 이브닝드레스와 같다.

3. 화려한 별자리 원소

별자리는 현대에서도 도시 남녀들이 자주 언급하는 하나의 화제이다. 게이머는 이 게임 곳곳에서 별자리와 연관된 설치를 볼 수 있다. 인물 속성에서부터 노동조합, 별자리 단체, 장비에 이르기까지 모두 별자리와 일정한 관련이 있다. 후반기에 또한 마술진영의 별자리가 나타날 수 있다. 이것은 12개의 별자리 구름사진의 별 위치가 순서대로 나열되어 있다. 진형(陣型)은 황금의 1 2궁 성상의 사진을 참고하였고 다른 별자리는 다른 진형(陣型)을 가지고 있다. 만약 별자리 마법을 일으키고자 한다면 반드시 별자리 단체의 훌륭한 협력 재능에 의지해야 하며 아름다운 마법 효과는 게이머가 시각적으로도 강력한 진동을 느끼도록 도와줄 것이다. 성을 공격하는 싸움이 가장 큰 비밀 무기일 수 있을 것이다. 각 노동조합에서 가장 중요한 것은 전투의 힘이다. 동시에 게이머가운데에 점술사를 증가시켜 게이머를 위해서 각자의 운세를 점칠 수 있도록 했다. 이런 설계는 게이머의 전투와 생활에 무한한 재미를 가져올 것이다.

4. 독특한 경제시스템

경제는 한 벌의 게임에서 결코 소홀히 할 수 없는 게임의 일부이다. 게임의 가상 경제를 위해서 더욱 현실적이도록 하였다. 특수물품은 물론 보통물품에 이르기까지 게이머는 모두 일정한 방식을 통해 비로소 습득할 수 있고 혹은 야외에서의 모험을 통해 적의 몸에서부터 얻거나 생산을 통해 얻는다. NPC는 게임에서 단지 하나의 매개물에 지나지 않는다. NPC는 반드시 먼저 게이머로부터 물품을 구매해야 상품을 팔 수 있으며, 이런 물품은 더 이상 기타 게임을 위해 그것을 가져가지 않는다. 게임 경제 처음의 형태는 거의 공백으로 이 공백을 채워 넣는 것은 《욕망의 문》의 게이머들이다.

5. 풍부한 직업 시스템

풍부한 게임의 내용을 위해 6개의 전투 직업 기초를 설계하는 동시에 10개의 생산 직업을 증가시켰다. 생산 직업은 인물의 보조 직업으로 겸직의 형식으로 직무를 구성하였다. 게이머는 1개의 전투 직업을 가진 동시에 또 하나의 생산 직업을 자신의 보조 직업으로 만들 수 있다. 그 중 5개의 기초 직업(수리 기술자, 감정사, 광부, 과수농민, 어부)과 5개의 총계직업(건축사, 전투기구주조사, 훈련사, 약사, 정리사(料理師))이 있다.

생산 직업의 설계는 가로로 게임 내용을 확장하는 것부터 게이머의 게임 생활을 풍부하게 한다. 그 게임에서 다만 무료한 승급을 걸지만 않으면 생산 직업의 증가는 그들에게 더 많은 재미를 줄 수 있다.

6. 경기와 전쟁

각 도시마다 1개씩의 경기장이 있다. 경기장 안에서의 시합 형식을 채택하여 오직 상대방에게 도전하고 그것으로써 공평한 연구와 교류가 진행된다. 이런 경기 방식은 인물 자신의 속성인 일정한 실력 외에 일정한 조작기술을 필요로 하고 게이머가 시합 할 때의 긴장과 자극을 느끼도

록 한다.

경기장 이외에서도 전쟁의 메커니즘을 끌어 들인다. 각 시스템 도시는 모두 노동조합 쟁탈의 목표이다. 성을 공격하는 것은 일단 시작 준비만 하면 모든 도시에서는 전투상태에 진입할 수 있다. 게이머가 스스로 전략을 설계할 수 있고, 별자리 마법의 강력한 힘을 이용한다. 실력이 풍부한 노동조합은 시스템 도시를 점령할 수 있다. 게이머가 도시 안에 들어갈 때마다 시스템은 그 도시의 주 이름, 도시의 별자리 속성 등의 자료를 나타낸다. 도시의 점령은 하나의 노동조합 조직을 완성하여 국가의 역사 과정을 향해 가는 것이며 동시에 그 노동조합의 조직 능력과 실력을 설명하는 것이다.

7. 다양한 장면과 다양한 기쁨, 초점

《욕망의 문》 게임에서는 1개의 대륙과 1편의 군도(群島), 그리고 신비한 해저 도시 세계와 지하 능묘가 배경이 된다. 서로 다른 지형들은 각자의 특수한 풍격을 가지고 있으며 도시는 모두 각자의 인문 배경과 지리적 환경을 가지고 있다. 1개의 새로운 도시 혹은 장면에 진입할 때에 게이머에게 새로운 기쁨을 주기위해 초점을 맞추었다. 동시에, 괴물들이 나타나는 작은 장면들이 없기에 다정한 연인들을 놀라게 하지는 않는다.

8. 몽상 같은 비행

이 게임 세계에서 모험한 게이머들은 기쁨과 놀라움을 발견할 수 있다. 이 게임과 전통적인 게임은 매우 큰 차이가 있다. 게이머는 하나의 진정한 공간 개념의 공간에서 생활할 뿐만 아니라, 동시에 자신도 여러 가지의 모험 방식을 가지고 있다. 게이머는 공중에서 마음대로 날아오를 수 있고 신비한 고요의 고개를 관찰하며 차가운 북극의 풍경을 경험하고 열대 섬의 이국적 정취를 느낀다. 결론적으로 말해서, 이 게임은 강력한 3D 엔진의 지원 아래 게임 세계는 더욱 몽상적이고 불가사의하나 오히려 사람들로 하여금 비할 바 없이 진실한 존재라고 느끼도록 한다.

9. 다양화된 소통 시스템

소통의 시스템은 온라인게임이 게이머에게 제공한 하나의 소통 교량이다. 이 게임은 내부 이외 채팅의 시스템을 설계하였다. 게임 외부에서 게이머를 위해서 맞춤형으로 채팅기를 설계하여 게이머는 채팅기를 통해 각개의 다른 서버의 기타 게이머와 채팅, 음성, 비디오를 진행할 수 있다. 노동조합을 통해 채팅을 관리하며 그 밖의 게이머는 채팅기를 통해 직접적으로 GM과 대화할 수 있고 자문 및 요청을 구할 수 있다. 채팅기는 게임 물품의 거래소, 게임 경험의 교류 장소, 게임 생활의 소통 지대이다.

10. 아름다운 법가 학술 시스템

법가의 학술은 게이머의 야외의 모험에서 상당히 중요한 한 종류의 무형 무기이다. 《욕망의 문》은 법가의 학술 효과를 증가시키는 것 외에 동시에 법가의 학술과 완전히 다른 기타 게임을 설계한다. 법가의 학술은 더 이상 단지 법사 및 목사들의 특기 일 순 없다. 기타 직업의 게이머도

마찬가지로 법가 학술의 힘을 느낄 수 있다. 물론 그들이 깨달은 법가의 학술은 법사 및 목사가 보유한 법가의 학술과는 뚜렷이 다르다. 법사는 소박한 연구를 통해 법가의 학술을 깨닫고 목사는 그들의 신앙 신으로부터 치료의 법가 학술을 얻는다. 전사는 군신을 통해 이런 신기한 힘을 가지고, 투우사는 끊임없는 깨달음을 통해 이를 알게 된다. 음유시인은 음악이 가지고 있는 마력을 장악한다. 그러나 궁수들은 장기적으로 자연계에서 접촉을 통하여 마술과 화살을 결합하는 것을 배워나간다.

11. 게임의 중심 - 마법사 시스템

마법사는 《욕망의 문》에서 보조적인 게임 생물이다. 전통적인 게임의 마법사가 시스템을 양성하는 방식을 따르지 않고, 《욕망의 문》의 마법사는 단지 영리한 능력 카드를 사용하여 13가지의 다른 능력을 소유할 수 있다. 동시에 14종의 다른 외형은 게이머가 더 많은 선택을 가지도록 하여 천사와 악마가 게이머들이 꿈에서 바라는 마법사가 될 수 있도록 도와준다. 그러나 나머지 12종류의 외형 마법사도 마찬가지로 게이머에게 여러 가지 재미를 느끼게 할 것이다.

12. 날씨 및 환경 시스템

게임 중의 자연환경은 본래 하나의 완전한 순환 시스템이다. 자연은 시각과 분위기의 느낌 뿐 만 아니라 직접 혹은 간접적으로 게임에 영향을 준다.

A. 일몰과 일출 : 게임 중에 일몰과 일출의 개념이 있다. 게이머는 몇몇 특정한 장소와 MM에 일출, 일몰을 감상할 수 있다. 괴물 혹은 법가의 학술은 밤과 낮에 따라 강함과 약함의 정도가 다르다. 일몰, 일출은 게임에 더 많은 내용과 직접적 영향을 부여한다.

B. 날씨 변화 : 바람, 안개, 비, 눈, 우뢰와 번개 등의 날씨 변화는 직접적으로 게임의 마술 효과 변화에 영향을 준다.

C. 물 아래의 효과 : 게임 중 인물이 물 아래에 잠수하면 마치 실제로 물속에 있는 것처럼 주위의 풍경은 비틀림의 효과를 나타낸다.

D. 사람의 환경에 대한 변화 : 게임 중에 게이머는 각종 제단 등의 특수 건축을 통해 혹은 특수 법가의 학술을 발휘하여 환경과 날씨를 바꿀 수 있으며 그 영향력은 전쟁터의 전체에 이른다.

13. 풍부한 상호 교류 활동

과거의 온라인게임에서 단일한 인물 동작(인사, 머리 끄덕이기다)외에 포옹과 입맞춤 등 상호작용을 더 추가하였다. 신체 언어의 소통은 게이머 사이의 교류를 도와준다.

자료 : http://www.libidool.com/qhyt_yx.asp

※ 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