

제125호

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 왕이(网易), 3.15 소비자 권리조사
- [동향] 게임 교육센터 설립

China Game News

- 외국 매체들이 바라보는 중국 게임시장의 해적판
- 텐진 진카이헝(金凯恒) 모바일 "CS" 출시
- 중국 첫 디지털 콘텐츠학원 설립
- 성따, 파오파오탕(泡泡堂)으로 식품업 진출
- 온라인 운영업체의 매크로에 대한 태도
- 신 온라인게임 플랫폼 학생 무료
- 온라인게임의 경품이 승용차?

Game 소개

- 텐즈파오파오 (天之炮炮)

법률 및 정책

- 온라인게임 권익수호 문제에 봉착
- 문화부 음란게임 금지령

왕이(网易), 3.15 소비자 권리조사

국제 권위 기구의 조사 보고에 따르면,

1. 고객에 대한 서비스가 좋지 않기 때문에 이탈하는 게이머 수 94%
2. 고객의 문제점을 해결해 주지 않아서 이탈하는 게이머 수 89%
3. 불만을 느끼는 고객들은 평균 9명의 친구들에게 기분 좋지 않은 경험을 말한다.
4. 불만족을 느끼는 고객 중 67%가 신고하려 한다.
5. 75%의 고객은 신고만 잘 해결해주면 다시 잡을 수 있다.
6. 고객을 중시하고 실시간, 효율적으로 고객의 신고문제를 해결해주면 95%가 계속 서비스를 받아들인다.
7. 신규 고객 한사람을 잡는 것은 단골고객보다 6배의 정력을 기울여야 한다.

이상은 글로벌회사들이 고객들에 대한 설문조사의 통계 결과이다. 많은 회사들이 이런 방식으로 고객을 위해 서비스하고 있다. 이렇게 함으로서 고객의 만족과 충성도를 제고하며 지속적인 발전을 실현한다. 이런 통계를 통해 중요한 문제를 발견할 수 있다. 회사가 막대한 자금을 들여 운영하고 있는 브랜드라도 서비스 운영업체 한 사람의 잘못으로 쉽게 파괴될 수 있다는 것이다.

이번 3.15 특별조사보고를 통해 중국 국내 서비스 운영업체들이 고객서비스에서 주의해야 할 문제점을 찾을 수 있다.

1. 문제는 태도

고객의 서비스와 태도문제에서 44.7%의 게이머가 고객서비스의 태도를 지적했다. 인터넷게임은 유저들의 입을 통해 더 많은 사람들이 게임을 알게 된다. 한 게이머의 문제를 쉽고 유쾌한 기분에서 해결했다면 게이머나 회사에 있어서 아주 유쾌한 일이다. 문제는 게이머의 잘못이 아닌 줄 알면서도 서비스하는 사람이 빗진 사람을 대하듯 한다는 것이다.

고객서비스가 극히 나쁘면 42.4%의 게이머는 고객서비스 번호를 적어서 소송을 한다. 많은 기업들의 서비스를 보면 고객서비스의 전화 내용을 전부 녹음한다. 이렇게 하면 기업을 관리하기 좋을 뿐만 아니라 고객들을 조사할 수도 있다. 고객서비스가 강조하는 것은 최대한으로 참고 억제하는 것이다. 온라인게임도 이런 방식으로 보급된다면 많은 문제들을 해결할 수 있다.

2. 실시간 회신, 경로 개설

게임을 하다가 문제가 생기면 다수의 게이머들은 실시간으로 해결을 원하며, 이런저런 문제들이 많이 발생한다는 것을 알기 때문에 30분정도까지는 인정해준다. 게임운영 서비스를 담당하고 있는 업체라면 당연히 고객의 입장에서 생각하고 실시간으로 문제를 해결해줘야 한다. 또한 시간이 어느 정도 소요될 것인지 알려주어야 한다. 하지만 온라인게임의 고객서비스를 보면 어떤 회사는 경로마저 제대로 개설되어 있지 않고, 전화, 혹은 전자 메일도 제때에 체크하는 사람이 없다. 게이머가 신고를 했지만 기다릴 수밖에 없으며 많은 서비스업체는 게이머들에게 얼마만한 시간이 걸리며 어느 정도 걸리면

해결된다는 답변마저도 해주지 않는다.

3. 각 게이머의 합법적인 권익수호

"각 게이머의 합법적인 권익을 수호하자". 말하기는 쉽지만 행하기는 힘들다. (to say is one thing, to do is another). 금년 2월말, 대만 지역의 한 게임이 연달아 보물을 도둑맞아 순식간에 대만화폐 몇 십만 원어치의 게임화폐를 잃어버렸다. 시스템 안전보호를 책임진 대만 모 운영회사는 잃어버린 사람에게 책임이 있다고 한다. 이는 게이머로서는 받아들일 수 없는 일이다. 경영자와 게이머가 서로 자기의 입장과 어려운 점이 있겠지만, 회사 입장에서 볼 때 고객서비스는 게임운영업체의 브랜드이미지를 보여주며 좋은 인상을 남겨줄 수 있다. 상업적 책략은 고객을 위주로 해야 하며 고객서비스는 제2차 마케팅과도 같다. 하지만 많은 기업들이 "제2차 마케팅"의 의의를 모르고 있다. 일부 고객의 이익을 수호하는 것은 쉽겠지만, 각 고객의 이익을 수호한다는 것은 쉬운 일이 아니다. 성숙된 게임업체는 "제2차 마케팅"을 통하여 물질, 정신 및 전체 이익과 여러 면에서 게이머들의 만족도를 제고한다. 기업은 고객을 반드시 자체 기업의 유일한 고객으로 인식 해야만 한다.

4. 게이머 현황

업체와 게이머가 상호 존재, 보완해야만 평형이 이루어진다. 권익수호의 측면에서 볼 때 업체가 어떠한 수요를 제공해야 한다고 하는 생각만으로는 부족하다. 보편적으로 존재하는 문제와 잘못된 영역을 확실히 알아야만 권익을 끝까지 수호할 수 있는 것이다. 이번 권익수호조사에서는 게이머들이 업체를 보는 관점뿐만 아니라 문제를 대하는 태도도 조사했다.

반수 이상의 게이머들은 서버가 아닌 기타문제로 ID나 장비를 잃어버리면 운이 나쁘다고 자신을 원망한다. 58.4%의 사람들은 지나친 수단으로 업체를 강요하여 고객서비스 수요를 만족시키는 것을 반대한다. 51.9%의 사람들은 법률 혹은 소비자협회를 통해 자기의 권익을 보장하려는 생각을 해본 적이 있다. 68.3%는 자기의 권익을 보호하기 위해 시간과 정력을 지출하더라도 법률수단 혹은 소비자협회에 소송하는 것이 옳은 일이라고 생각한다.

이 두 가지는 비교적 좋은 추세를 설명하고 있다. 일부의 게이머는 문제를 대할 때 비교적 이치적이고, 일부는 법률의식이 점점 많아지고 있다는 것이다.

게이머와 업체 간의 충돌을 해결하지 못해 생기는 문제들이 적지 않다. 최근 몇 년 사이 법률의식이 점차 사람들의 뇌리에 자리 잡게 되었으며, 게임관련 법률이 완벽해짐에 따라 운영업체 감독에 효과적인 것이다. 또 많은 사람들이 관련 정책이 출시되기를 바란다는 것이다.

고객 서비스는 아주 중요한 문제이다. 제대로 하지 못하면 기업을 힘들게 하지만 잘하기만 하면 사업성공의 지름길이 된다.

자료 : http://game.163.com/game2002/editor/050321/050321_374735.html

[동향] 게임 교육센터 설립

"베이징 디지털 엔터테인먼트산업 시범기지 인재 교육센터" 및 "게임 학원 수탁 교육센터" 현판식 거행

2005년 3월 18일 북방공업대학에서 "베이징 디지털 엔터테인먼트산업 시범기지 인재교육센터" 및 "게임 학원 수탁 교육센터" 현판식이 있었다. 베이징 디지털 엔터테인먼트산업 시범기지 경영진 및 베이징시 석경산구, 베이징 공업대학교, 베이징 후이중이쯔(汇众益智) 과기유한회사 책임자 및 기업 대표 등 인사들이 현판식에 참석했다.

베이징 디지털 엔터테인먼트 시범기지는 석경산구에 자리 잡고 있다. 비교적 완벽한 현대화 서비스 기능과 풍부한 문화, 지적 자원이 갖추고 있어서, 디지털 엔터테인먼트 산업을 발전시키기에는 매우 이상적이다. 이 기지는 현재 R&D 인큐베이팅, 인력 교육, 엔터테인먼트 체험, 제품 거래 등 4개 구역으로 나뉘어져 있으며, 8개의 특색적인 센터가 있고, 서비스와 기술이 이를 뒷받침해 주고 있다. 이 기지는 베이징시 정부 소프트웨어 발전 <창풍계획>에 포함되었으며, 2005년 베이징시 과학위원회의 중점지원 프로젝트이다. "베이징 디지털 엔터테인먼트산업 시범기지 인재 교육센터"는 시범기지의 중요한 구성 부문으로써, 게임 학원 프로젝트 도입과 인재 교육센터의 설립은 베이징 디지털 엔터테인먼트산업의 왕성한 발전에 강력한 인력 지원을 하게 되고, 시범기지의 지속적인 발전을 위해 전문 인력을 끊임없이 공급하게 될 것이다.

게임 학원 프로젝트는 베이징 후이중이쯔 과기유한회사가 신식산업부 전자교육센터와 홍콩 직업훈련국과 연합하여 공동으로 내놓은 게임인재 교육 프로젝트이다. 이 프로젝트는 이미 베이징, 상하이, 선전 등 중국 국내 대도시에 45개의 교육센터를 설립했다. 중국은 향후 5년 내, 300개의 자체 개발 대형 온라인게임을 출시할 것이다. 게임산업의 붐물과 같은 발전으로 인해 게임인력의 공급부족 사태가 유발되었으며, 3~5년 내 60만 명 정도의 게임인력이 부족할 것으로 예상된다.



북방공업대학 쥐리(卓立)과기유한회사는 자원이 풍부한 대학교의 많은 실습장소와 취업 기회, 편하고 저렴한 대학생 아파트단지, 전체 과정에서의 교학 서비스 등의 장점으로 베이징 후이중이쯔 과기유한회사 게임 학원 교육센터 중 관심대상이 될 것이며, 베이징 디지털 엔터테인먼트 산업기지의 강력한 지원 하에 전 중국 일류의 디지털 엔터테인먼트산업 인재의 요람이 될 것이다.

자료 : http://game.163.com/game2002/editor/050321/050321_374916.html

외국 매체들이 바라보는 중국 게임시장의 해적판

최근 외국의 전문매체들은 온라인게임이 중국 게임시장의 해적판으로 인한 속박에서 벗어났기 때문에 2009년에는 중국 게임산업이 20억 달러에 달할 것이라고 예측하고 있다. 이것은 중국 신문출판사에서 예측한 109억 위안을 초과한 것이다. 그간 중국 게임시장이 인기를 끌지 못했던 것은 해적판이 범람했기 때문이라고 인식되고 있다. 올해 초 미국 ESA(전자엔터테인먼트협회)가 미국 상무부에 보고한 자료에 따르면 중국, 러시아, 말레이시아는 전 세계적으로 가장 해적판의 유통이 심각한 지역이다. 그러나 최근 이런 현상에 다소 변화가 있었다. IDG, Niko 등에서 조사한 중국 게임 산업보고를 통하여 외국 매체들은 온라인게임이 중국 게임시장에서 주류가 되었다는 것을 알게 되었으며, 효과적인 해적판 침해 방지책을 갖춘 온라인게임은 중국시장에서 그 잠재력이 더욱 커질 것이라고 전망했다.

IDG의 중국 게임시장 연간 보고서의 영문버전이 조만간 출시된다. 이 보고서에는 2004년 중국 게임시장 규모가 24억 위안, 2009년에는 109.6억 위안에 달할 것이라고 하지만 Niko의 보고에 따르면, 2009년 중국 게임유저가 5.55억, 그중 91%는 온라인게임 유저, 온라인게임의 시장규모가 \$20억에 달할 것이라고 한다.

자료 : <http://game.people.com.cn/GB/40132/40171/3263566.html>

텐진 진카이형(金凯恒) 모바일 "CS" 출시

앵글 사격(视角射击)장르의 게임은 현재 PC로 하는 게임 중 가장 유행하는 전쟁게임이다. 현장감 있는 느낌, 다양한 무기 및 공격기술, 명확한 음향효과, 풍부한 맵으로 게이머들의 총애를 받고 있다. 많은 게이머들의 기대 하에 모바일버전 《3D판쿵싱퉁-反恐行动》이 드디어 출시되었다. 게이머들은 핸드폰하나만으로도 CS 대전을 느껴볼 수 있다.

《3D판쿵싱퉁》의 모든 배경은 3D디자인이며, 변환되는 장면과 음향효과가 긴장감을 더해주어, CS 게임 유저들은 긴장 속에 자극적인 게임을 체험해 볼 수 있다.

《3D판쿵싱퉁》은 베이징 우셴후이커(无限慧科)정보기술유한회사(www.huike.cn)가 개발, 텐진 진카이형과기발전유한회사 (www.kingcourage.com)에서 대리 발행한다. 《3D판쿵싱퉁》은 Brew를 플랫폼으로 디자인한 완전 3D모바일 게임이다. Brew 핸드폰의 3D 엔진, 3D엔진이 가져다주는 고품질의 그래픽엔진은 사람들에게 놀라운 시각효과를 주며, CS 팬들에게 진짜와 같은 현장감을 준다. 《3D판쿵싱퉁》의 출시는 핸드폰의 시대적 가치를 보여주며, 게이머들에게 확실히 위치에 구애받지 않는 이동의 자유감과 함께 풍부한 3D게임을 즐길 수 있게 해줄 것이다.

자료 : http://game.163.com/game2002/editor/050204/050204_349176.html

중국 첫 디지털 콘텐츠학원 설립

최근 핫이슈가 되고 있는 게임디자인, 3D 동화디자인 등이 대학 과정에 생기기 시작했다. 3월 16일 베이징 공상대학 디지털 콘텐츠학원이 정식 설립되었다. 이는 중국 국내 첫 디지털 콘텐츠 전문 학원이다.

디지털 콘텐츠학원은 해외 디지털 콘텐츠 전문 교육 솔루션과 교재를 수입하여 인력 수요와 프로젝트 연구에 맞추어, 현재 가장 이슈가 되고 있는 게임디자인, 3D동화 디자인, 멀티미디어 디자인 등의 부문을 상대로 각각의 고급 인력을 배출시킬 것이다.

학원에는 또 디지털 엔터테인먼트, 디지털 기술, 디지털관리 3개 전문 과목을 설립했으며, 원장은 대만 IT업계에서 경력과 자금력이 풍부한 전문가 쟁루성(张鲁生)이 담당한다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-03-16/89489.shtml>

성따 - 파오파오탕(泡泡堂)으로 식품업 진출

성따사가 중국 성도시의 한 식품 유한회사와 합작관계를 맺고, 오는 5월부터 과자류를 시장에 선보일 예정이라고 밝혔다. 이는 중국 최초의 온라인게임과 식품업의 합작 사업이다.

양측은 <파오파오탕>을 곧 출시하게 되는 과자류의 브랜드로 하기로 하였다. 성따의 총재 천텐 차오는 "온라인게임 콘텐츠를 기반으로 제품을 발굴하는 것은 향후 성따의 이윤창출 중의 한 가지 방법이다"라고 말했다. 현재 성따가 운영하는 <파오파오탕 泡泡堂>은 약 100만 명의 동시 온라인 접속 유저가 있다.

자료 : http://news.17173.com/content/2005-3-21/n322_238747.html

온라인 운영업체의 매크로에 대한 태도

온라인게임 매크로에 대해 게이머나 운영업체가 모두 애매한 태도를 나타냈다. 최근, 천왕(骏网)이 전국 PC방게임에 대한 조사결과 64%의 게이머와 22%의 운영업체가 매크로에 대해 찬성하고, 50%의 운영업체는 찬성하지 않았다.

천왕은 베이징, 상하이, 항저우, 창사 등 13개 지역, 260개 PC방의 20,158명을 상대로 동시에 조사한 결과 PC게임의 게이머 수 순위는 《파오파오탕-泡泡堂》《명환시유-梦幻西游》《평선방-封神榜》《텐탕II-天堂II》등이 수위를 차지했다.

"운영업체의 책임감 없는 태도로 인해, 전체 산업의 이익이 손상되고, 매크로가 범람하게 되면 사이버 아이템과 화폐를 도둑맞아 모든 운영업체가 신용을 잃게 된다."라고 업계인사가 지적했다. 또 "매크로 문제는 단순히 게임업체와 게이머 간의 보호 조치에 속하지만, 매크로의 뿌리를 뽑으려면 모든 업체가 공동으로 노력해야 하고, 관련 정책법규가 제정되어야 한다."고 했다.

자료 : http://news.17173.com/content/2005-3-21/n934_850853.html

신 온라인게임 플랫폼 학생 무료

온라인게임의 빠른 발전으로 게이머들이 점차 사회의 주목을 받게 되었다. 조사에 따르면 온라인게임의 게이머들은 다수가 생활 수입이 없는 중학생들이 위주이다. 몇 십 위안에 달하는 비용은 청소년들에게 부담을 주고 있다. 위법행위까지 발생하고 있다는 뉴스도 방송되고 있다.

게이머가 월정액카드를 사게 되면, 어떨게라도 게임을 조금 더 하고 싶어 하는 심리를 가지게 된다. 많은 게이머들이 실제로 정액카드를 사고 난 후, 확실히 게임에 더 많은 정력과 시간을 들인다고 했다. 이는 원가보다 더 많은 게임을 하겠다는 욕심이다. 그러나 게임이 완전히 무료화 되면 이런 상황은 달라질 것이다. 무료이므로, 게이머들은 시간이 있을 때, 게임을 즐기게 되며, 여가라는 의미가 늘어나고, 가벼운 마음으로 게임을 할 수 있게 한다. 이렇게 되어야만 확실히 게임을 즐길 수 있다.

만약 온라인게임에서 비용을 받는 것이 부정적인 영향을 끼치는 것이라면, 13Free무료 플랫폼이 바로 이런 문제를 해결해줄 수 있는 방안이다.

자료 : http://news.17173.com/content/2005-3-21/n707_623512.html

온라인게임의 경품이 승용차?

정부의 적극적인 지원과 게임업체에 관한 혜택 정책의 실시로 인해 온라인게임의 게이머가 나날이 증가하고 성숙되고 있다. 온라인게임 업체도 계속 늘어나는 추세이며, 새로운 게임도 속속 출시되고 있다. 온라인게임시장의 경쟁 일환으로 각 업체들은 다양한 홍보를 하고 있다.

《명환즈싱 온라인 : 란써마이츱-梦幻之星在线:蓝色脉冲》 게임을 통해 승용차를 획득할 수 있는 이벤트가 열린다. 초우화(朝华) 디지털 엔터테인먼트의 관련인사는 게이머들의 사랑에 대한 보답과 공개테스트의 성공을 위해 2005년 3월 21일부터 《명환즈싱온라인 : 란써마이츱》 게임을 하는 게이머들에게 새 승용차 100대를 경품으로 준다고 밝혔다.

게이머들은 3가지 방법으로 이 이벤트에 참여할 수 있다.

- 1) 사이버 아이템으로 승용차 교환
- 2) 신규 회원들의 누적 점수로 승용차 교환

3) 행운점수로 승용차 교환

이번 이벤트는 승용차 외에 노트북, 최고급 PMP, 최고급 ZPOD 등 천 만원 상당의 경품이 준비되어 있다. 이렇게 큰 경품으로 이벤트를 진행하는 것은 중국에서는 처음이다.

자료 : <http://game.people.com.cn/GB/40132/40171/3260733.html>

텐즈파오파오 (天之炮炮)



- ◆ 게임명칭 : 텐즈파오파오 (天之炮炮)
- ◆ 게임종류 : 레저오락
- ◆ 개발회사 : 상하이 텐즈투 왕뤄커지 (上海天之图网络科技有限公司)
- ◆ 운영회사 : 상하이 텐즈투 왕뤄커지 : <http://www.t2cn.com/>
- ◆ 공식사이트 : <http://pp.t2cn.com/>

<게임 소개>

‘텐즈파오파오’는 인터넷 레저 오락에 대항한 탱크 게임이다. 닌텐도의 탱크대전을 초기 형태로 하여 인터넷상에서 여러 명이 대전할 수 있는 RPG류의 수준을 가지고 있다. 많은 사람들이 동시 접속하여 당신에게 예전의 탱크대전에서의 격렬한 전투의 열정을 가지게 하는 동시에 당신의 친한 친구 혹은 각지의 영웅호걸과 순위를 겨룰 수 있도록 하였다. 옛날의 험난한 세월을 회상하며 영웅을 헤아려 현재를 본다.

게임 속에는 8가지의 형태와 특색이 다른 탱크가 제공되고 있고 몇 백 장의 다채로운 스타일의 지도와 다양한 도구가 있다. 우리는 당신에게 하나의 넓은 플랫폼을 제공한다. 더 이상의 어떤 장점이 있겠는가? 향수 젖은 탱크의 세계로 어서 오라. 여기에서 당신은 전투의 기교를 겨루

고 승리의 쾌감을 누릴 수 있다. 당신은 철강 부대를 조직하여 보스가 될 수도 있다. 운세, 실력, 조직...

<탱크 소개>

| | |
|---|---|
|  | <p>샤오팡 (小胖) 방금 전차 학교를 졸업한 샤오팡은 통통한 신체를 가지고 있으며 단단한 투구와 갑옷은 그가 강력한 방어 능력을 가지도록 했다. 그러나 이동 속도가 느린 것이 약점이다.</p> |
|  | <p>페이페이 (飞飞) 단독으로 행동하는 페이페이는 속도에서 우세하다. 아직 오지 않은 적을 격파할 수 있다. 그러나 장갑(装甲)이 약한 것이 그의 결함이다.</p> |
|  | <p>아뉴 (阿牛) 옛 중국에서 온 아뉴는 불가사의한 마법과 회복의 기능을 가졌다. 균형의 각종 속성을 더하여 당신의 전쟁터에서 가장 좋은 동반자가 될 것이다.</p> |
|  | <p>바오바오 (宝宝) 바오바오는 초강력의 화력을 가지고 있으나 조준 거리나 기후상의 약점이 있어서 사정거리가 좀 짧다.</p> |
|  | <p>다승 (大熊) 다승은 무적의 용사이다. 두꺼운 장갑은 그가 항상 최전선에서 적진으로 돌진할 수 있게끔 한다. 일단 그에게서 공격을 받으면 상대방은 치명적인 공격을 받을 수 있다.</p> |
|  | <p>샤오창 (小强) 가장 최근에 개발된 샤오창은 공포의 킬러이다. 속도가 빠르고 화력이 강하다. 그를 공격하는 유일한 방법은 측면에서 포를 쏘는 것이다.</p> |
|  | <p>샤오싼 (小三) 샤오싼은 오직 3개의 바퀴가 있다. 그래서 모두들 샤오싼이라 부른다. 모두 그의 이름을 잊고 있지만 당신이 결코 무시할 수 없는 상대이다. 어느 날 그의 기선에 제압당할지도 모른다.</p> |
|  | <p>뉴뉴 (妞妞) 바람같이 오가는 뉴뉴라고 표현하기엔 부족한 점이 있다. 아름다운 여성의 몸매를 가지고 있는 그녀는 많은 선 굵은 남성 탱크 사이에서 매우 눈부시다. 그러나 그녀를 알아서는 안 된다. 그렇지 않으면 그녀는 틀림없이 당신을 혼내줄 것이다.</p> |
| <p>※게임 중의 몇몇 NPC 탱크는 여기에서 하나하나 소개하지 않는다.</p> | |

<지도 소개>

게임 중에는 10여 종류의 지도가 나온다. 탱크대전 중의 클래식 스타일을 제외하고, 더욱 더 만화 같은 도시, 사막, 고도(옛 도시), 삼림, 시골, 눈밭 등이 있다. 당신의 등급이 올라갈수록 이런 지도를 더 많이 접하게 될 것이다.



<게임 규칙>

장려 방법 :

게임 중 이긴 쪽에서는 일정한 점수를 얻으며 그 가치와 게임의 난이도, 상대방은 모두 관계가 있다. 실패한 쪽도 점수를 깎지는 않는다. 서로 비길 경우, 양측은 모두 일정한 점수를 얻을 수 있다. 점수치가 일정한 가치에 이르면 게이머의 등급은 상승한다. 게이머의 등급이 높아지면 게임을 할 수 있는 지도는 더욱 많아지고, 상점에서 구입할 수 있는 물품도 더욱 많아지며 그 외에도 매우 많은 이점이 있다.

등급 설명 :







| 아이콘 | 호칭 | 등급 | 경험치 |
|-----|--------|----|--------|
| 없음 | 민병(民兵) | 1 | 0 |
| | 신병(新兵) | 2 | 10 |
| | 일등병 | 3 | 50 |
| | 이등병 | 4 | 100 |
| | 상병 | 5 | 200 |
| | 병장 | 6 | 500 |
| | 하사 | 7 | 1000 |
| | 중사 | 8 | 3000 |
| | 상사 | 9 | 8000 |
| | 준위 | 10 | 15000 |
| | 소위 | 11 | 30000 |
| | 중위 | 12 | 50000 |
| | 상위 | 13 | 80000 |
| | 소령 | 14 | 120000 |
| | 중령 | 15 | 180000 |

| | | | |
|---|----|----|---------|
|  | 상교 | 16 | 250000 |
|  | 준장 | 17 | 350000 |
|  | 소장 | 18 | 500000 |
|  | 중장 | 19 | 800000 |
|  | 상장 | 20 | 1000000 |

<도구 소개>

게임 중에는 수백 종류의 도구가 제공된다. 피와 기능을 회복하는 가치가 있는 것도 있고 속도와 공격을 증가시키는 것도 있다. 그러나 모든 도구가 좋은 기능을 가지고 있는 것은 아니다. 일부 좋지 못한 도구를 먹게 되면 당신은 난처한 입장에 빠질 수 있기 때문에 물건을 먹기 전에 분명하게 살펴봐야 한다.

| | | |
|---|--------|--|
|  | 로켓 발사기 | 탱크의 화포 위력 상승 |
|  | 망원경 | 탱크의 화포 사정거리 변화가 멀다. |
|  | 툼니바퀴 | 탱크 화포 전자파의 변화가 빠르다. |
|  | 지뢰 | 대전차 지뢰 수량+1 |
|  | 천동 제거기 | 탱크가 천동으로부터 폭파되는 것을 한번 막을 수 있다. |
|  | 천동 금지 | 일정 시간 동안 탱크가 천동을 맞지 않는다. |
|  | 금화 | 10단위를 증가시킨 탱크 화폐. |
|  | 돈주머니 | 100단위가 증가한 탱크 화폐. 탱크의 등급을 올릴 때나 장비를 구입할 때 사용한다. |
|  | 드럼통 | 탱크의 소량의 투구와 갑옷을 회복한다. |
|  | 스패너 | 탱크의 투구와 갑옷을 전부 회복한다. |
|  | 금성 | 탱크의 각종 속성을 강화한다. |
|  | 연소탄 | 탱크가 연소탄을 쏘도록 한다. |
|  | 레이저 탄 | 탱크가 레이저 탄을 쏘도록 한다. |
|  | 부메랑 표창 | 탱크가 부메랑 표창을 쏘도록 한다. |
| | 폭발탄 | 탱크가 폭발탄을 쏠 수 있도록 한다. |

| | | |
|---|------|--|
|  | | |
|  | 헬멧 | 탱크는 잠시 동안 무적의 상태가 된다. |
|  | 방패 | 탱크가 방어의 보통 탄환 능력을 가지지만 특수 탄환을 방어할 수는 없다. |
|  | 미끄럼대 | 탱크의 이동 속도를 올린다. |
|  | 현기증 | 탱크의 이동 방향이 반대로 된다. |
|  | 거미줄 | 탱크가 잠시 이동할 수 없도록 한다. |

온라인게임 권익수호 문제에 봉착

"게이머"라는 그룹의 급성장에 따라 온라인게임에 대한 소송이 대폭 상승되고 있다. 소비자협회의 내부인사의 말에 따르면 그들에게 가장 난감한 일은 온라인게임에 대한 소송이라고 한다. 이러한 소송은 대개 게이머에게 만족스런 확답을 주지 못하는 상황이라고 한다.

권익수호가 어려운 원인

4년간 국내 온라인게임 산업이 활기를 띠었지만 수천만의 게이머, 수십억의 소비자권익에 대한 보호가 따라가지 못하고 있다.

온라인게임의 빠른 발전은 "게이머"라는 특수한 소비 집단을 생성시켰다. 그들의 소비는 반드시 네트워크라는 매체를 통해 실현되며, 소비방식도 전통적인 소비와 완전히 다르다.

상이한 점은 다음과 같다.

- 1) 게이머가 소비하는 제품은 현실적으로 존재하는 제품이 아닌 온라인 세계 중의 게임시간과 게임권리이다.
- 2) 게이머가 게임 중에 취득한 가상 물품은 진정 게이머에게 속하는 것이 아닌 게임 서버에 존재하는 한 조, 혹은 여러 조의 데이터에 불과하다. 게이머가 비용을 지불하고 산 것은 일련의 데이터에 대한 사용권이다.

온라인게임 소비가 이런 특징을 가지고 있을 뿐만 아니라 국내 온라인 시장 경영에는 아직 많은 규범화되지 않은 점이 있기 때문에, 그의 권익수호에 있어서 특별히 어려움을 느낀다. 온라인게임 운영업체는 게이머가 제기한 배상요구를 받아들이지 않는다. 기술적으로 실현 가능하지 않은 것은 아니지만, 하나를 만족시키기 시작하면 미처 대응하기 어려운 향후의 문제 해결에 대해 부담을 가지게 될 것이기 때문이다. 게이머가 소비자협회 등의 기구에 기소하면 이런 기구에서도 난감한 처지에 빠진다. 가상제품에 대한 보호가 아직 법률화 되지 못하였기 때문에 게이머가 구입한 가상제품은 전통적인 상품처럼 동등한 보호를 받지 못한다. 2003년 연말 19명 변호사가 사인한 《온라인 가상재산 입법 건의서》가 전국 인민대표 대회에 전달되었다고 하지만 아직 확정된 것은 없는 상태라고 한다.

권익수호의 방향은 어디에

지난해부터 소비자권익에 침해를 받아 초래된 사회 사건들이 연이어 발생하고 있다. 모든 유명 온라인기업에 지난 1년간 거의 이런 사건이 발생한 것으로 나타났다. 업계 인사들은 가상재산의 보호는 사회발전의 필연적 추세라고 지적했다. 관련 주관부문은 행정수단을 이용하여 시장 환경을 유지하고, 소비자와 기업의 권익을 보호하려 했다. 그러나 방대한 소비군은 산업이 어느 정도 발전되면 행정수단에만 의존해서는 곤란하다고 하였다. 특히 가상재산 보호문제에 있어서 게이머란 특수한 집단은 산업의 발전에 더욱 많은 법률 보장을 제공하도록 사법계(司法界)의 적극적인 참여를 기대하고 있다.

그러나 이런 신생 사물에 대한 입법에는 꽤 긴 시간이 필요하다. 따라서 현재 상황에서 게이머의 권익수호이념의 제고에 따라 국가 관련 법규가 출범되기를 바라는 동시에 운영업체의 적극적인 반응은 온라인게임의 권리수호문제를 해결하는 관건적인 문제라고 볼 수 있다. 동시에 운영업체로서 어떨

게 게이머의 권익을 보호하는가 하는 문제는 온라인 접속자 수를 늘리는 외에 또 하나의 중대한 과제가 되는 동시에 자체의 생존과 지속적인 발전의 기석이라고 볼 수 있다.

많은 운영업체가 게이머권익 보호의 중요성을 의식하긴 하지만 운영업체와 게이머의 권익이 근본적으로는 합작이면서도 대립되는 상태라는 점을 감안하면, 운영업체가 소비자권익을 보호하는 점에서 어느 정도로 할 수 있을까 하는 우려가 든다. "하이테크 제품"소비에 속하는 온라인게임이 여전히 권익수호의 곤혹을 겪고 있다.

자료 : http://news.17173.com/content/2005-3-19/n108_24742.html

문화부 음란게임 금지령

최근 문화부는 《싱간사탄-性感沙滩》 《처우취-臭作》 등 4개의 불법 콘텐츠가 들어 있는 PC게임을 조사 처리했다. 문화부가 적발한 이 불법 게임 제품은 대량의 음란 등 불법 콘텐츠가 들어있다. 이는 중국 법률을 위반했으며 청소년들의 심신건강에 해를 끼친다.

최근 문화부는 각 지역 문화행정기관이公安, 公商, 통신 등 기관과 合作하여 불법게임의 홍보 사이트, 장소에 대해 조사하고 이 게임을 발견하는 즉시 몰수하고, 출처를 찾아 엄격히 처벌하라는 긴급통보를 내렸다.

불법게임을 제공한 업체는 《인터넷 문화관리 章程규정》에 따라 처리, 재공급 불가를 명령하고, 불법 소득이 없을 경우에는 1만 위안 이하의 벌금을 부과하고, 불법 소득이 있으면 몰수와 동시에 1~3만 위안 벌금을, 사안이 중하면 영업을 중지시키고 인터넷문화경영허가증을 취소한다. 만약 인터넷 운영 장소에서 유저가 다운로드하거나 설치하여 게임하는 것을 운영자가 제지시키지 않았을 경우 《인터넷서비스 영업장소 관리조례》 제31조 규정에 따라 경고를 주며, 동시에 1.5만 위안 벌금을 부과한다. 정도에 따라 영업을 정지시키거나 문화행정부문에서 인터넷문화경영허가증을 취소한다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-03-24/91407.shtml>

| 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 |
| | | | |