

The Biweekly

Taiwan Game News

2005. 4. 22. Vo8.

[CONTENTS]

기획 특집

■ 왕카(PC방)는 온라인 게임 핵심적 수익모델

뉴스 & 화제

- 1 온라인 게임, 여름 쟁탈전 시작
- 2 「세계급」 소프트웨어 개발 : 대만의 기회!
- 3 인터넷의 새로운 경쟁
 - ※ 「시장조사 - 편의점 게임 판매현황」

법률 정책

전자 게임기 평가검열 과정

게임 순위

부 록

『대만 모바일 인터넷 현황 보고』

기획특집

왕카(PC방),
온라인 게임의 핵심적 수익모델



최근 1,2년 동안 대만 전체에 왕카의 열풍이 불었다. 북에서 남으로, 농촌에서 도시로 왕카는 어디에서나 볼 수 있을 만큼 널리 보급되었다. 현재까지 대만의 왕카는 전국 약 4,800여개 정도로 추정되고 있다.

유럽과 미국에서는 인터넷과 커피, 음식을 제공하는 장소를 「Internet Coffee」, 중국대륙은 「왕빠:網吧」, 한국은 「PC방」, 대만에서는 「왕카:網咖」라 부르고 있다. 대만에서 왕카는 대략 1995년 정도에 생겨나기 시작했으나, 당시 고가의 전용선 비용으로 일반 대중들에게는 널리 보급되지 못했다. 당시 인터넷을 사용하던 대부분의 사람들은 상업상 용무에 의해 또는 교육정도가 비교적 높은 사람이었다. 따라서 왕카의 대다수가 WWW, 전자 게시판(Bulletin Board System. BBS), 뉴스그룹 등의 기본적인 인터넷 서비스, 자료검색 등의 활동이 고작이었다.

최근 대만의 왕카는 고급화를 맞이하고 있다. 이와 같은 왕카의 고급화는 온라인 게임의 발전과 맞물려 있음을 볼 수 있다. 왕카를 이용하는 주 핵심층은 청소년층으로 대부분이 컴퓨터 게임이나 MMORPG 게임 등을 즐긴다. 고사양을 요구하는 온라인 게임은 자연스럽게 왕카의 대형화와 고급화를 불러왔으며, 이는 또다시 온라인 게임의 보다 빠른 개발을 확대시켜 온라인 게임 산업의 발전이라는 선순환 구조를 낳게 했다.

새로운 매체를 선호하는 청소년들에게 온라인 게임의 음향효과와 시뮬레이션 캐릭터들은 오락의 기능 뿐 아니라 자기만족과 도전을 주고 있다. 왕카를 이용하는 청소년들을 대상으로 한 「e 세대 청소년 왕카 현황 조사 보고」 결과는 아래와 같다.

1. 왕카 보급률 : 도시-53.6%, 농촌-48.0%
2. 왕카는 대만 청소년들이 추구하는 하나의 유행이다.
3. 7.2%의 청소년들의 과도한 왕카 출입
4. 「왕카 활동」비율을 보면, 온라인 게임을 즐기는 수가 32.7%로 1위를 차지하고, 채팅이 28.5%로 2위, 자료검색이 23.0%로 3위를 차지했다. 여가활동으로 컴퓨터를 즐기는 인구의 수는 이미 과반수를 넘었다.
5. 「왕카의 매력」비율을 보면, ‘온라인 게임을 즐길 수 있다.’가 55.8%, 채팅이 23.1%, 자료 검색이 8.9%로 3위를 차지했다.

본 항목의 조사 결과, 과반수 이상의 청소년들이 왕카를 여가활동장소의 하나로 인식하고 있음을 알 수 있다.

왕카를 여가활동 장소로 여기는 비율을 볼 때, 상술한 각 항목 조사결과에 따르면 청소년과 학생들이 차지하고 있는 비율이 높다. 곧 왕카는 청소년들의 활동무대라 할 수 있다. Fisher(1995)의 연구에 따르면, 오락기는 청소년 그룹 안에서 경쟁심이나 모범이 될 만한 지위의 특성을 갖추어야 한다. 오락실과 기타 청소년 여가활동장소를 비교했을 때, 오락실의 경우 무료입장이 가능하며, 회원가입을 할 필요가 없다. 또한 고급 장비들을 갖추고 있으며, 어른들의 감시를 피할 수 있고 누구나 똑같이 개인만의 공간이 필요하다는 특성을 가지고 있다.

왕

카와 전자 오락장의 차이점 :

1. 왕카의 문은 비교적 넓고 투명하며 깨끗하다. 구석진 골목에 위치한 오락실과 비교해 볼 때, 비교적 개인공간을 가질 수 있다.
2. 기계적인 측면에서 볼 때, 왕카 내의 컴퓨터는 대다수 동일한 인터넷으로 연결되어 있으며, 또한 서버를 통해 인터넷에 접속하므로, 왕카 내의 사용자들은 상호간에 연락을 주고받을 수 있을 뿐 아니라, 전 세계 어느 곳과도 수시로 상호 작용할 수 있다. 그러나 전통적인 오락장의 경우, 기계는 개인만 사용할 수 있을 뿐 아니라, 최대 접속 인원수도 고작 4명 정도에 불과 하다. 더욱이 게임 플랫폼 상에서의 상호 연락은 불가능하다.

3. 소프트웨어 측면에서 볼 때, 왕카의 컴퓨터는 일반 가정용 PC에 비해 빠르고, 안정적으로 인터넷에 접속할 수 있다. 게임 내용도 다양하고, 풍부하며 다른 유저들과도 게임 진행 중 상호연락이 가능하다. 또한 동시에 여러 개의 게임 창을 띄어놓고, 서로 다른 게임을 진행할 수도 있다.
4. 사용자 측면에서 볼 때, 왕카는 다양하고, 풍부한 자료를 제공함으로써, 남녀노소, 학생에서 직장인, 가정에서 노인에 이르기까지 다양한 유저들의 요구를 만족시키고 있다. 따라서 왕카는 청소년들만의 전유물이 아닌 청소년과 어른들을 이어줄 수 있는 하나의 매개체가 되어야 할 것이다.

이러한 왕카 문화는 게임 포탈의 활성화와 온라인 게임 산업의 발전을 가져왔다. 이미 왕카는 새로운 유행을 창조해가는 여가장소로 온라인 게임의 확대와 함께 증가추세는 지속될 것으로 보인다. 따라서 청소년들의 왕카 이용이 사회에 미치는 긍정적·부정적 영향도 간과해서는 안 될 것이다.

남화사회대학원 진이안

<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/26/social/26-17.htm>

온라인 게임, 여름 쟁탈전 시작

여름방학이 다가오면서 온라인 게임 쟁탈전이 시작되고 있다. 국산 온라인 게임 대작인 「비천역험」과 「만왕의 왕2」 등은 이미 테스트를 진행 중에 있고, 「월드 오브 크래프트」, 「에버퀘스트2」, 「마비노기」 등과 같은 해외 게임들도 대만 시장 진출을 위해 준비하고 있다.



▲비천역험

MIC(자책회 시장 정보 센터) 보고에 따르면, 작년 대만 온라인 게임 시장은 국내 제품의 자체 제작 지연과 시장관망, 신제품 유통 감소 더불어 무료게임을 선호하는 약 30%의 게이머들로 인해 제작년 NTD68억7천만 원에서 NTD72억 2천만 원인 약5% 정도의 성장에 그쳤다. 그러나 올 한 해 계속되는 제품 출시와 시장 공략으로 약14% 성장한 NTD82억원 규모에 달할 것으로 예상하고 있다.



▲만왕의 왕2

여름 방학을 맞이해 청소년층 게이머 확보에 열을 올리고 있다. 가장 주목을 받고 있는 「월드 오브 크래프트」도 여름방학 기간에 테스트를 준비 중에 있다. 「WARCRAFT II」의 비디오 게임판은 아시아 지역 매출이 400만 세트, 「월드 오브 크래프트」는 온라인 게임 경쟁이 치열한 한국에서 24시간 동안 10만 명이 가입하는 등의 호황을 누렸다.

해외 대작인 「에버퀘스트2」도 4월말 클로즈베타테스트를 실시할 예정이다. 감마니아와 SOE의 합자회사인 SOGA는 동방화의 움직임을 보이고 있다. 본래 비교적 거칠고 사나운 유럽, 미국풍의 캐릭터들을 대만에서 선호하는 외모가 준수한 캐릭터들로 바뀌어 대만에서 환영받고 있다. 또 한국의 일본풍 게임인 「마비노기」도 계정

발매 이벤트를 통해 적극적으로 테스트를 준비하고 있다. 「마비노기」는 연령의 변화, 캐릭터의 업그레이드 등 외관의 변화와 양털 깎기, 방직, 요리하기 등의 게임 시스템을 갖추고 있어 많은 여성 게이머들을 확보하게 될 것으로 전망하고 있다.

SOFTSTAR사의 기대작인 「천비역형」과 같은 국내 게임들은 대대적인 테스트 이벤트를 진행 중에 있다. 천비역형의 경우, 신화의 배경을 가지고 게이머들에게 진한 감정을 불어넣어줄 게임 세계를 선보이고 있으며, 「만왕의 왕」은 막 시작된 클로즈베타테스트를 통해 제2의 전성기를 맞이하고 있다. 만왕의 왕은 독특한 국가 건설 아이템을 가지고 게이머들에게 유일무이한 왕국 건설의 꿈을 심어주고 있다.

<http://tw.news.yahoo.com/050406/15/1o2xq.html>

News & issue

「세계급」 게임 소프트웨어 개발 : 대만의 기회!

우리가 살고 있는 디지털 시대에 전자 게임 산업은 문화콘텐츠 산업의 핵심으로 잠재력을 내재한 전망 있는 산업으로 주목받고 있다. 업계에서는 「중국문화」를 소재로 한 게임 소프트웨어의 개발은 대만에 있어 해외 시장을 공략할 수 있는 기회임과 더불어 대만 최대의 무기가 될 것으로 전망하고 있다.

국제 경쟁력을 높이고 시장 내에서의 지배적인 위치를 점하기 위해서는 정부 부문에서의 정책적인 협력과 현 단계 우리 게임산업의 경쟁력을 강화를 통해 「세계급 제품」을 개발해 나가야 할 것이다.

Soft-World(智冠) 왕준박 사장은 중국을 소재로 한 제품은 동일 문화권인 대만이 가장 유리할 것이라고 말했다. 또한 Soft-World(智冠)는 작년 7월 까오슝(高雄)에 연구개발 기지를 세우고, 국제적인 인재들을 투입해 중국 문화를 소재로 한 세계급 제품 개발에 주력하고 있다.

또한 '글로벌 경쟁력 확보'에 대한 중요성을 강조하면서, 유럽이나 한국의 게임 소프트웨어를 유통하는 것 외에도 자사 제품의 연구개발을 통한 동남아 시장 등의 새로운 시장을 개척해야한다고 말했다.

왕준박 사장은 게임 제품에서 가장 중요한 것은 오락 기능이라고 말하면서, 제품은 유행을 선도하고, 유행이 시장의 변화를 가져오는 것이라며, 그는 일단 최상의 제품이 나왔을 때, 폭발적인 인기와 매출은 당연한 결과라고 강조했다. 그러나 만일 제품이 소비자의 요구에 부합되지 못할 경우, 바로 하락세를 보이게 될 것이라고 말했다.

중광기자 : 하광유

<http://news.yam.com/bcc/computer/200503/20050322599197.html>

News & issue

인터넷의 새로운 경쟁

《네티즌을 겨냥한 개인 홈페이지 서비스》

저 장설비와 소프트웨어의 가격이 갈수록 저렴해지고 있는 시점에서 대만의 각 대 인터넷 업체들은 네티즌에게 자신의 사진을 올리고, 자신이 쓴 글을 올릴 수 있는 블로그와 같은 개인 공간을 제공하고 있다. 대만 최대 ISP 중화전신 HiNet은 Xuite를, 마이크로소프트사는 MSN Space를 시장에 내놓으면서 Yahoo! 치모(奇摩)도 올 상반기에 Yahoo! 360 서비스를 시작할 예정이다.

Yahoo! 치모는 끊임없는 인터넷의 발전으로 Yahoo!의 새로워진 모습을 보게 될 것이라 말했다. 과거 네티즌들이 안정적인 접속 서비스와 빠른 자료 검색, 충분한 메일 저장 용량 등을 원했다면, 최근 네티즌들은 개인 작품이나 생각 등을 인터넷상에서 공유할 수 있는 개인만의 공간을 원한다. 이러한 네티즌의 요구가 증가하면서 인터넷 업체들은 네티즌들의 요구를 충족시켜줄 관련기능을 제공하기 시작했다.

대만 최대 ISP인 중화전신 HiNet이 내놓은 종합적 성격의 플랫폼 Xuite는 500MB에 달하는 용량을 제공해, 하나의 아이디로 Email, 사진첩, 블로그, 하드웨어, 행사력, 주소록 등의 서비스를 이용할 수 있다.



▲MSN Space



▲HiNET Xuite



▲Yahoo! 360 °

기타 사이트들은 작년부터 메일 저장 용량을 늘리면서, 올해 블로그 기능과 사진첩 서비스 등을 제공하기 시작했다. 최근 세계적으로 가장 큰 사이트인 Yahoo!는 긴급연락이 가능한 소프트웨어, 블로그, 인터넷 사진첩 등을 하나로 하여, 네티즌들의 개인 공간으로서의 활용도를 높일 계획이다. 이러한 독립적인 개인 페이지는 인터넷상에서 또 하나의 인간관계를 형성할 수 있다.

Yahoo!는 이러한 서비스를 「Yahoo! 360」이라고 한다. 올 상반기에는 대만에서도 이 서비스를 이용할 수 있게 된다. Yahoo! 치모는 과거 네티즌의 인터넷 상 신분과 직업은 하나의 ID 이모콘티정도였으나, 앞으로는 360을 통해 간단한 공구의 사용이 가능해졌다. 자신만의 페이지를 만들고, 거기에 다원화 방식을 통한 개인만의 사진, 글, 일기 그리고 특정 자료들을 올릴 수 있도록 되어있다. 또한 이 플랫폼을 통해 개인적인 연락이 가능하고, 서로 다른 네티즌에게 유용한 사이트(음악, 식당 등)를 추천할 수 있도록 설계했다.

Yahoo! 360 플랫폼은 전면 개방해 개인 사진이나 글에 대해 의견을 달수 있으며, 하나의 주제를 가지고 서로 나누고 참여할 수 있도록 되어있다. 우연히 들어가게 된 개인 홈페이지를 통해서도 사회적인 인간관계를 형성할 수 있다.

<http://times.hinet.net/news/20050411/infotech/9195490.htm>

※ 시장조사 - 편의점 게임 판매현황

(단위: NT \$ 1원 = ₩31.51원)

	게임명	제작사 유통사	가격	내용물
1	금당군협전 -천용팔부-	Soft-World / China.com	NT \$ 69원	 <ul style="list-style-type: none"> - 게임설치CD2 - 5일 무료 이용권 - 설명서 1부
			NT \$ 168원	 <ul style="list-style-type: none"> - 게임설치CD2 - 30일 무료 이용권 - 설명서 1부
2	삼국군영전 과 병사	Ocinsott/ Gameflifer	NT \$ 49원	 <ul style="list-style-type: none"> - 설치CD1 (15일 무료이용권) - 설명서1부 (포인트150점, 아이템)
			NT \$ 199원	 <ul style="list-style-type: none"> - 설치CD1 (15일 무료이용권) - 설명서 (30일 이용 점수, 아이템)
3	신절대쌍교 가족총동원	UserToy/ Gameflifer	NT \$ 420원	 <ul style="list-style-type: none"> - 설치CD2 - 30일 이용가능 점수 제공 - 설명서
			NT \$ 49원	 <ul style="list-style-type: none"> - 설치CD2 - 게임구입 150점 - 15일 무료 이용권 - 설명서
4	신경로운 설	Soft-World	NT \$ 49원	 <ul style="list-style-type: none"> - RO설치CD2 - 설명서(조작법+지도) - 구입점수 100점

5	방탕성구	Digicell	NT \$ 90원		<ul style="list-style-type: none"> - 설치CD - 설명서 - 게임포인트 90점
6	BBO	Lonaisoft/SoftWorld	NT \$ 49원		<ul style="list-style-type: none"> - 설치CD - 게임 설명서 - BBO머니 5,000원
			NT \$ 99원		<ul style="list-style-type: none"> - 설치CD - 게임 설명서 - BBO머니 10,000원
7	리니지 종극생사	NC Soft/ Gamania	NT \$ 69원		<ul style="list-style-type: none"> - 생과사 2.30C프로그램 - 초보자 가이드 - 초보자 5일 무료이용권 - 게임 아이템
8	왕래	Pfamily	NT \$ 88원		<ul style="list-style-type: none"> - 설치CD - 게임 설명서 - 게임머니 10,000
9	같은라인	민커뮤니케이션/FEYA	NT \$ 49원		<ul style="list-style-type: none"> - 설치CD - 전장아이템 Set - 설명서
10	동화 모지아가씨	LAGER	한정판매가 NT \$ 399원		<ul style="list-style-type: none"> - 설치CD - 모지인형, 동화 수첩 - 360점 충전카드 1장 - 기타

자료출처 : 대만 편의점 방문조사(7-11/Family Mart/Hi-Life)

법률정책

전자 게임기 평가검열 과정

1. 기초 : 전자 게임장 관리 항목 제6조제3항 규정에 의거해 정한다.

2. 실행 :

① 평가검열 위원회는 평가검열 단위로 전자 게임기의 평가검열 분류 책임을 갖는다. 경제부 상업사는 업무 단위로 일반 행정업무 책임을 갖는다.

② 업무 단위는 전자 게임기의 평가 검열 접수 신청을 통해 첫 검열 합격 직후, 평가검열 위원회를 소집해 분류한다.

3. 평가검열 범위 : 관리항목 제6조제1항과 제38조제1항이 정한 전자 게임기로, 단 경제부에서 발급한 검증표가 부착된 게임기는 평가검열 재신청을 면한다.

4. 평가검열 분류 : 전자 게임기는 관리항목 제4조제2항 규정에 의거해 익지류, 오락류, 강주류로 분류한다.

5. 분류 기준 : 관리항목 제4조제3항이 정한 분류 기준에 의거한다.

6. 평가검열 신청 순서:

① 신청자격 : 관리항목 제6조제1항이 정한 제조업, 수입자 혹은 소프트웨어 개발사 그리고 제38조가 정한 전자 게임업에 제한한다.

② 구비서류 :

가. 신청서(2부)

나. 신청자격 증명 서류

-제조업 : 상공업 등기증명 복사본

-수입자 : 수출입 업자 등기카드 복사본

-소프트웨어 개발사와 전자 게임업 : 영리사업 등기증명 복사본

다. 설명서(2부)

라. 전자 게임기의 조작과정을 담은 비디오

마. 관련 신청서

③ 제출

가. 수취 : 신청 자격, 제출할 증명서류(혹은 우편발송)를 갖춰 경제부에 신청한다. 수입자는 반드시 수입 전에 신청해야 한다.

나. 서류심사 : 경제부에서 신청안을 접수한 후, 제출서류를 심사한다.

다. 수정 : 전 심사항목 결과에 의거해, 신청인에게 통지하여 15일 내에 보충하고 개정하도록 한다.

- 신청인 자격에 부합되는 자
- 신청서 양식에 부합되거나, 제출한 서류가 부합되는 자
- 제출서류 부족이나, 자료내용이 부족한 자

라. 기각 : 수정 기한을 넘기거나, 항목에 따라 수정하지 않은 자는 신청을 기각한다. 이미 기각된 안건의 재검열 신청은 분리하여 처리한다.

마. 수정한 안건의 평가검열 신청 시에는 새로운 안건으로 간주한다.

④ 평가검열

가. 평가검열 위원회를 소집해 신청 안건을 심사한다.

나. 세밀한 평가 작업을 위해, 업자는 게임 비디오를 제출해 평가검열 시, 참고/비교할 수 있도록 한다.

다. 기한 : 제출한 평가검열 안건에 대한 구비서류는 한 달 내에 평가한다.

라. 통지 : 안건에 대한 평가검열 후에는 반드시 신청인에게 서면으로 통지하고, 경제부에 공고한다.

마. 신청인은 평가검열 통지를 받은 후, 수입과 제조가 가능하다.

바. 새로운 신청 안건과 위원회의 검열를 거친 안건이 같을 경우, 업무 단위는 본래의 평가절차에 따라, 시간 절약을 위해 재평가 및 검열 할 필요가 없다.

사. 검사와 증서부착 : 제조(국내 판매) 또는 수입이 허가된 전자 게임기는 출하 또는 수입 시, 경제부에 심사를 신청한다. 경제부는 관련단체에 위탁해 검사 증서를 부착하고, 본래의 신청 안건과 비교해 오차가 없을 경우, 전자 게임기의 메인보드 혹은 외관에 검증 스티커를 부착한다.

http://ooca.dortp.gov.tw/index/new_ooca/law01_38.htm#作業程序

게임 순위

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	진.삼국무쌍(Dynasty Warrior) 4	PS2	KOEI / Taiwan KOEI
2	성투사성시 : 성역12공편	PS2	Dimps/BANDAI
3	신광명과 흑암	PS2	SEGA/SDEH
4	Rockman(洛克人) X8	PS2	CAPCOM
5	ONEPIECE GRAND BATTLE! RUSH	PS2	BANDAI/SCEH
6	Devil May Cry 3	PS2	CAPCOM
7	Memories Off 3rd	PC	KID
8	진삼국무쌍 어드밴스	GBA	KOEI
9	철권5	PS2	NAMCO
10	진삼국무쌍3	PC	KOEI
11	13지(支) Online	PC	Gamania
12	도검 Online	PC	Pixel software/Softstar
13	명성식당	PC	T-Time
14	NBA Street V3	PS2	EA
15	Mobile Suit Gundam One Year War 0079	PS2	NAMCO/BANDAI
16	Rockman(洛克人) X8 중국어판	PS2	CAPCOM
17	Doom III	XBOX	id Software/Activision
18	홍인 ~혈하의 춤~ (紅忍 ~ 血河之舞~)	PS2	Tranji
19	Wild Arms : the 4th Detonator	PS2	SCEH
20	Enthusia Professional Racing	PS2	KONAMI



▲ 2위-성투사성시



▲ 3위-신광명과 흑암



▲ 13위-명성식당

【 온라인 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	13지(支) Online	PC	Gamania
2	도검 Online	PC	Pixel software
3	Carpe Diem	PC	GNI Soft
4	신절대쌍교 Online: 가족총동원	PC	UserToy / Gameflir
5	동화 : 모지아가씨	PC	Laser
6	방탕성구(方糖星球)	PC	數碼戲胞
7	Corum Online	PC	eSofnet
8	EverQuest: Dragons of Norrath	PC	Sony Online Entertainment Inc.
9	STRUGARDEN	PC	Sammy / Funtown
10	신천상비(新天上碑)3.0: 풍운재기(風雲再起)	PC	pfamily
11	금당군협전(金唐群俠傳): 혈검사장(血劍沙場)	PC	Soft-World, ChineseGamer / Soft-World
12	ASGARD	PC	NEXON
13	왕패 대로이(王牌大老二)	PC	IGS
14	Seal Online : Reload	PC	Sunny YNK, GRIGON/ Twindex
15	FONG SHEN ONLINE	PC	IGS
16	게임 대비당(遊戲大批檔) Online	PC	Viewworld / Soft-World
17	The evil's illusion	PC	Actoz/WEMADE
18	N-age Ver.3.0	PC	esofnet / Twindex
19	신천상비(新天上碑) 2.50	PC	pfamily
20	Stagate Online Version 1.5	PC	Quicksave Digital/ 게임시간선



▲9위-STRUGARDEN



▲10위-신천상비



▲15위-FONG SHEN ONLINE

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

부 록

『 대만 모바일 인터넷 현황 보고 』

《2004년 제4사분기》

2004년 말 현재 대만 이동통신 가입자 규모는 2,276만여 명에 달하며, 이동전화 보급률은 100% 선이다. ; 모바일 인터넷 사용자는 535만 명에 달하며, 그 중 GPRS, 3G와 PHS는 지속적인 성장세에 있으나, WAP의 경우 지속적인 하락세를 보이고 있다.

1. 이동전화 신규가입 감소

대만 이동전화 시장의 보다 정확한 발전 현황 조사를 위해, 본 보고서는 교통부 전신총국의 새로운 정의에 따라 3G와 PHS 사용자도 신규가입 수에 포함시켰다. 전신총국의 자료에 의거해, 2001년부터 2004년 4사분기까지의 이동전화 신규가입자의 수 (2G+PHS+3G)는 2,276만 명에 달하며, 3사분기보다 63만 명 감소한 3%의 하락세를 보였다. 「그림1」 이동전화 보급률(신규가입자 수를 대만 전체 인구수로 나눔) 【주1】도 감소한 100%선에 그쳤다. 「그림2」 인구 1인당 한 개의 이동전화를 소지하고 있는 것이다. 2003년 4사분기 동안의 이동전화 신규가입자 수 2,580만 명과 비교해 볼 때, 2004년 한 해 동안 대만 이동전화 가입자는 304만 명이 대폭 감소했다. 100명 당 가입한 이동전화 수도 114%에서 100%로 감소했으며, 성장률도 -11.8%를 기록했다.

대만 이동전화 사용자는 2G 사용자가 2,153만 명으로 3사분기에 비해 4%로 감소했으며, 3G와 PHS 사용자는 123만 명으로 3사분기에 비해 17% 성장했다. 2004년 3G와 PHS의 평균 성장률은 15%에 달해, PHS와 3G 시장의 성장 전망이 두드러지고 있다.

대만 2G(WAP와 GPRS) 개방이래, 자유시장 경제체제에 의한 이동통신 서비스 산업은 치열한 경쟁을 가져왔다. 이동통신사마다 고객 경쟁을 위한 가격우대와 고급화된 서비스 및 부가 서비스(예 : 핸드폰 가격인하, 무료통화 혜택) 등의 제공으로 이동전화 사용자의 급속한 성장을 가져왔다. 이를 통해 인구 1인당 여러 개의 이동전화를 가입하는 현상이 나타났고, 2002년 말에는 이동전화 보급률이 106%를 넘어서면서(100명이 106개

이동전화 가입) 【주2】 2003년 3사분기에는 최고 113%에 달해, 세계1위를 차지했다. 그러나 이와 같은 현상은 2003년 하반기 통신사들의 가입자 조정과 함께 시장규모의 축소를 가져왔다. 이동전화 가입은 점차 감소하기 시작해, 2004년 말까지 이르는 다섯

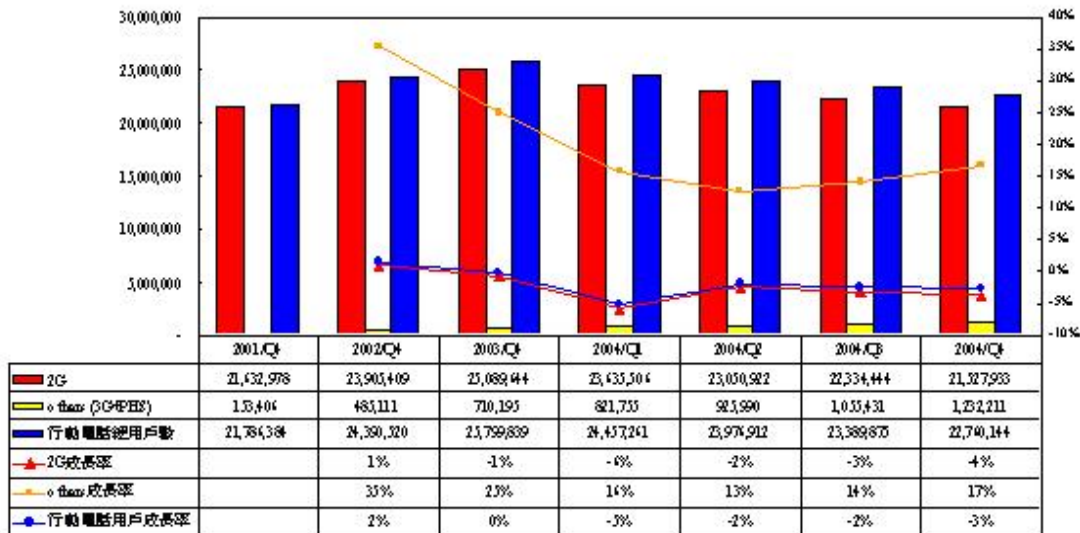
분기동안 마이너스 성장을 기록했다.

이미 가입된 많은 번호들은 수치상으로 성장한 듯 보이나, 이용자에게 과중한 요금 부담과 소요시간을 가져와 업체들에게도 수익창출의 기회를 기대하기는 힘들다. 2003년 대만 이동통신사들은 합병을 추진하면서 보다 고품질의 서비스를 제공하고, 사용자들의 이동통신 사용률을 높이기 위해 주동적인 노력에 나섰다. ; 신규가입률이 하락세를 보이는 상황에서, 통화 사용량과 ARPU(고객 1인당 평균 매출)는 성장세를 보이고 있다.

* 대만 국내 휴대전화 가입자 수(아래표 참조)



台灣行動電話門號數



註：本表之行動電話用戶數為尚在使用中之行動電話門號數（包含2G, 3G與PHS等用戶）

資料來源：交通部電信總局

資料整理：資策會ACI-FIND



創新、關懷、實踐

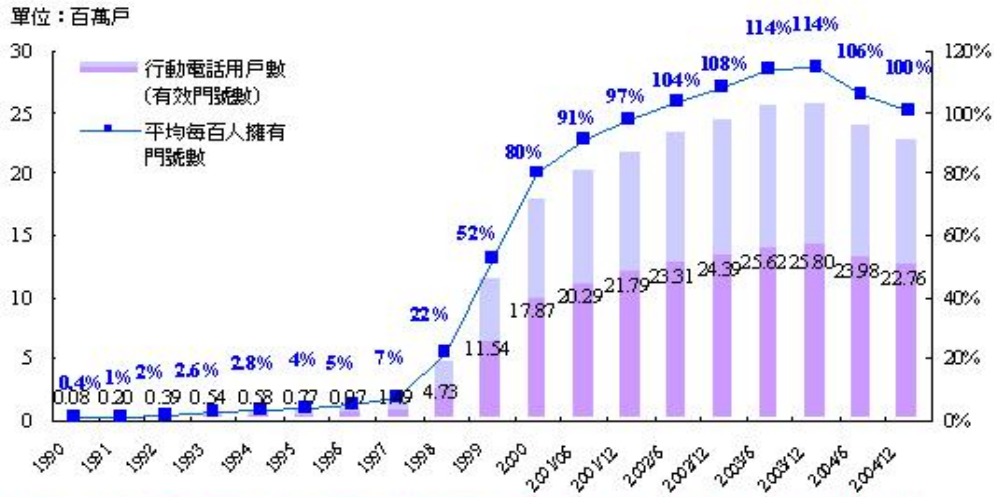
© 2005 資訊工業策進會

「그림1」

* 대만 국내 휴대 전화 보급률



台灣行動電話普及率



註：本表之行動電話用戶數為尚在使用中之行動電話門號數（包含2G、3G與PHS等用戶）

資料來源：交通部電信總局

資料整理：經濟部技術處創新資訊應用研究計畫/資策會ACI-FIND



創新、關懷、實踐

◎ 2005 資訊工業策進會

「그림2」

2. 핸드폰 문자 메시지의 확대와 모바일 인터넷 성장완화

교통부 전신총국의 자료에 따르면, 2004년 12월 한 달 SMS 사용은 2.13억 건, 9월과 비교해 1,396만 건이 증가했다. 이와 같은 한 달간의 SMS 사용 급증 원인으로서는 12월 성탄절을 맞이한 고객들의 안부 인사나 축복 메시지를 들 수 있다.

2004년 매 분기별 월평균을 살펴보면, 2004년 1사분기 월평균은 2.15억 건, 2사분기에는 조금 감소한 2.00억 건, 3사분기에는 1.85억 건, 4사분기에는 다시 회복세를 보이며 월평균 2.04억 건에 달했다.

2004년 3사분기 이전의 대만 모바일 인터넷 이용인구는 대부분이 GPRS와 WAP의 사용자다. 【주3】 ; 그러나 PHS 고객의 모바일 인터넷 이용이 빈번해지면서 3G 이용인구도 성장하기 시작했다. 본 조사는 전신총국이 제정한 정의에 따라, 2004년 4사분기부터 PHS와 3G도 모바일 인터넷 범위에 한정한다. 전신총국 통계자료에 따르면, 2004년 4사분기 모바일 이용인구는 3사분기에 비해 9% 성장한 535만 명에 이르는 것으로 나타났다.

2003년 모바일 인터넷 이용인구는 매 분기마다 20%이상의 성장률을 보였으나, 2004년 분기별 모바일 인터넷 이용인구의 성장률은 조금씩 완화되었다. 2~4사분기의 평균 성장률은 일의 자릿수를 기록하면서, 2004년 대만 모바일 인터넷 시장의 안정과 완화된

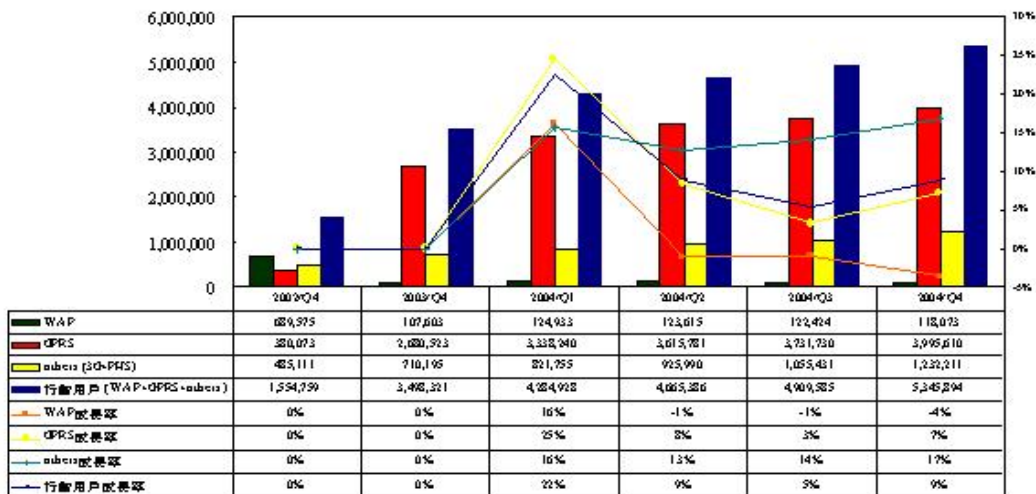
성장률을 나타내고 있다. 그러나 이용인구는 여전히 지속적인 성장세를 보이고 있다.

대만 모바일 인터넷 이용인구 중, WAP 이용인구는 12만 명으로 3사분기와 비교했을 때, 4%가 감소한 수준이다. ; GPRS 고객은 약 400만 명으로 전 분기에 비해 7% 성장했다. ; 3G와 PHS 이용인구는 123만 명으로 전 분기보다 17% 성장했다. 각 모바일 서비스의 이용인구 성장 현황을 볼 때, WAP의 경우 연속 세 분기동안 마이너스 성장을 기록했으며, 4사분기에는 4%의 하락세를 보여, 전 두 분기간의 1% 마이너스 성장으로 급속한 하락세를 보여주고 있다. ; GPRS 사용인구는 4사분기에 7%의 성장률을 보여, 이용인구 성장 현황도 안정적이다. ; PHS와 3G의 사용인구는 4사분기 17% 성장률로 전 3사분기 성장률의 10%를 상회했다. 그러나 단기간에 성장을 거둔 대만 모바일콘텐츠 시장은 장기적인 안목에서 가입인구를 확대할 수 있는 보다 향상된 품질의 서비스를 필요로 하고 있다.

* 대만 국내 휴대폰 사용 인터넷 접속자 성장률



台灣行動上網用戶成長率



資料來源：交通部電信總局
資料整理：資策會ACI-FIND



創新、關懷、實踐

© 2005 資訊工業策進會

【그림3】

3. 결론 : 모바일 서비스 이용인구 성장안정, 모바일 시장 성장의 관건은 새로운 서비스 개발

지금까지의 대만 이동전화시장은 업자들의 조기에 성공한 마케팅 전략과 핸드폰 보조금에 의해 활성화 되었다. 이는 단기간에 핸드폰 보급률의 급속한 성장을 가져왔으며, 가입자 수도 113%를 기록하면서 대만의 기적을 낳았다. 그러나 2003년부터 시작된 통

진회사와 기업간의 합병이후, 업자들은 고객매출과 영업실적을 토대로 가입자들을 조정하면서 대만 이동전화 보급률은 100%로 감소했다.

자책회 ACI-FIND에 따르면, 2004년 10월과 11월 진행한 세계 모바일 인터넷 조사 (Worldwide Mobile Internet Survey, WMIS)결과, 2004년 대만지역에서 이동전화를 사용하는 네티즌 가운데 최근 한 달 동안 모바일 인터넷 서비스를 이용한 인구의 비율은 한국(64%), 일본(51%), 홍콩(55%)에 조금 못 미치는 43%를 기록했다. ; 조사에서 볼 수 있듯이 대만 모바일 인터넷 이용자들이 소요하는 시간과 비용은 일본, 홍콩, 한국에 비해 적은 것임을 볼 수 있다. 상술한 자료들을 종합해 볼 때, 현재 대만 모바일 인터넷 시장은 정체된 사용인구와 현저하게 낮은 사용률로 어려움에 직면해있음을 알 수 있다.

얼마 전, 업자들이 내놓은 JAVA 모바일 게임, 카메라 폰의 자료 전송 등의 모바일인터넷 서비스는 보다 폭 넓은 이용인구를 끌어들이기에는 역부족이다. 가중된 수입기회의 제한으로 결국은 원점으로 돌아와 전통적인 음성 서비스에 의존해 수익을 얻고 있다. 그 주된 원인으로 대만 모바일인터넷 시장의 소비자를 끌어들이기 위한 새로운 서비스의 부재를 꼽을 수 있다.

대만은 지금 모바일 인터넷 시장의 더딘 성장과 현저하게 낮은 사용률의 문제에 직면해 있다. 따라서 각 이동통신사는 사용자가 정말 원하는 서비스, 사용자들의 요구 (VoIP, 모바일인터넷의 내용과 응용)에 부합하는 서비스를 제공함으로써, 사용자들의 모바일 인터넷 사용률을 높이고, 나아가 미가입자들의 가입을 확대시켜야 할 것이다.

【註1】 내정부 자료에 의거해, 2004년 12월 현재 대만지역 인구총수는 22,689,122명이다.

【註2】 이 통계수치는 미가입 3G, PHS 사용자와 대부분의 2G 사용자로 한정한다.

【註3】 WAP과 GPRS 사용자 정의:WAP/GPRS 기능을 가진 핸드폰을 구입, WAP/GPRS 서비스를 이용하고 있는 경우

(FIND 연구원 서지명)

©1998-2005 Institute for Information Industry. All rights reserved.

자책회 전자산업 연구소 ACI IDEA Center

전화 : 0203-08000

http://www.find.org.tw/0105/howmany/howmany_disp.asp?id=109