

제142호

2005. 07. 25

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 차이나 텔레콤, 성따에 도전

China Game News

- 캐주얼게임 현황
- ChinaJoy 세계 200편의 온라인게임 전시
- 신문출판총서, 5년 내 100여 편 게임출시에 150억 투자
- 게임인재 졸업 전 예약
- 중국 온라인게임 게이머 약 2,000만 명
- 2005년 인터넷 사용을 보고

Game 소개

- 카레이싱OnLine 《赛车OnLine》

법률 및 정책

- 신문출판총서 신식산업부와 합작 온라인게임시장 규범화

차이나텔레콤, 성따에 도전

채널 통합

2005년 들어서면서 후렌싱콩 카드가 시장에서 사라졌다. 대신 차이나텔레콤은 온라인게임 총대리를 비밀리에 계획하고 있다. 이 계획은 이미 내부 심의를 거쳤으며, 몇 개 게임업체와 초기협상이 끝난 상황이다. 이 프로젝트의 첫 제휴는 7월 하순에 발표될 예정이며, 차이나텔레콤이 대리하는 첫 게임업체로는 베이징의 17Game일 가능성이 크다.

소식에 따르면 이 모델은 텔레콤이 온라인게임 총대리에 한하고 있지만 핵심은 <후렌싱콩-SP연명카드>로 현재 채널을 변경하는 것이다. 이 <연명카드>는 차이나텔레콤이 책임지고 제작하며, 무상으로 게임업체에 제공한다. 기존 후렌싱콩 카드와의 차이점은 차이나텔레콤이 대리하는 업체의 특정된 게임에서만 충전할 수 있다는 점이다. <연명카드>의 흡인력을 높이기 위해, 게임업체에서도 이 카드로 후렌싱콩의 영화, 음악 다운로드 등 특정한 서비스를 이용할 수 있게 한다. 또한 차이나텔레콤에서는 이 서비스를 SP에게 원가로 제공한다.

기존 후렌싱콩 카드의 판매를 취소하고, 인터넷으로 판매하는 사이버카드와 소수 게임업체가 제휴한 연명카드는 뒷걸음질하고 있는 것처럼 보이지만 사실은 그렇지 않다. 거시적으로 보면 제휴한 게임업체들이 차이나텔레콤의 판매업체가 되는 것이다. 한 편으로 보면 그들의 특색 있는 게임 콘텐츠가 차이나텔레콤을 위해 더욱 많은 유저들이 브로드밴드를 설치하게 하며, 다른 한 편으로는 연명카드를 많이 팔면 팔수록 더욱 많은 게임유저들이 후렌싱콩의 기타 서비스를 사용할 가능성이 높다.

차이나텔레콤의 개혁은 마케팅 방식 외에도 조직구조면에서 나타났다. 5월 초, 차이나텔레콤의 후렌싱콩부서와 인터넷 두 부문이 합하여, 새로 설립한 "인터넷과 부가가치 사업부"는 원 후렌싱콩 사업부의 부총재 양커커(杨可可)가 책임지고 있다. 양커커는 과거 광동텔레콤 디지털 통신국장으로 있었으며, 후렌싱콩 프로젝트는 그가 최초로 상용화를 시도했던 것이다.

조직통합과 모델 구조조정은 9개월 전, 성따와 후렌싱콩의 "분리위기"에서 시작되었다. 2004년 10월 초, 후렌싱콩의 중요한 파트너사인 성따는 양측의 제휴기간이 만료되면 바로 정지할 것을 요구했다. 또한 후렌싱콩 카드로는 성따가 출시하는 온라인게임을 충전할 수 없게 했다. 결국 양측의 협의 끝에 후렌싱콩 카드는 성따의 게임 5편에 대해 충전할 수 없게 되었다. 하지만 차이나텔레콤의 브로드밴드 유저들은 자신의 계좌로 제한된 금액을 충전할 권리를保有한다.

성따가 제휴 정지를 요구한 것은 후렌싱콩이 소매하는 후렌싱콩 카드 가격이 너무 싸 기존에 있던 성따의 채널을 흐트러 놓았기 때문이다. 또 다른 문제는 남방의 일부도시에서 후렌싱콩 카드를 30~40% 할인하며, 또 이 카드를 전국적으로 사용할 수 있게 했기 때문이다. 외지 할인카드의 유통은 성따의 원 채널판매에 타격을 주었다. 성따도 어쩔 수 없이 할인하여 판매할 수밖에 없었다. 이러한 실정에서 텔레콤이 성따사에 월 천만위안의 혜택을 가져다준다고 해도 채널을 생명처럼 여기는 천텐쑤우로서는 계약을 정지할 수밖에 없었다.

성따와의 '분리위기'는 해결되었지만 만약 후렌싱쿵이 장기간 SP와 제휴하려면 상대방의 이익에 손상을 주지 말아야 한다는 것을 깨닫게 되었다. 이 사건 후, 후렌싱쿵은 각 지역의 후렌싱쿵 카드 발급을 정지시켰다.

누가 성따를 대처할 수 있는가?

게임충전카드 한 장을 만드는데 원가는 0.3~0.4위안이다. 차이나텔레콤과 제휴하면 이 카드비용을 절감할 수 있다. 하지만 양측이 고려하는 것은 이 비용절감이 아니라 텔레콤의 도움으로 자신이 새로운 '기적'을 어떻게 만드는가 하는 것이다.

양측의 제휴는 이미 법률 절차에 들어갔다고 베이징 17Game사의 관련인사가 전했다. 17Game이 바라는 건 인지도와 플랫폼 자원이다. 차이나텔레콤 후렌싱쿵의 전기 파트너가 성따이기 때문에 17Game과 제휴를 하고나면 17Game은 성따의 계승자 신분으로 나타나게 된다. 또 한 가지 중요한 것은 텔레콤은 전국에 10만 여명의 설치인원과 커뮤니티경리가 있으며, 기존 채널은 전문적으로 브로드밴드유저들을 방문하여 홍보할 수 없기 때문이다.

텐칭디지털사의 CEO 류우루웬(刘路远)은 모든 게임운영업체들이 텔레콤의 이 서비스에 해당되는 것은 아니라고 말했다. "제품, 운영 특히 채널에서 선명하지 못한 중소기업체들이 이런 협력에 관심을 가진다. 이것은 텔레콤이 그들을 위해 막대한 자금을 투자해야만 진입할 수 있는 시장을 뚫어 주기 때문이다."

소식에 따르면 현재 텔레콤과 제휴 의향이 있는 게임업체들로는 King soft, 텐칭(天晴)디지털, 쥬우유(久游), 쓰지텐칭(世纪天成), 완머이스쿵(完美时空)등이 있다. 그들은 텔레콤이 제공하는 이 모델을 한번 실험해볼만하다고 했으며, 게임업체로 말할 때 자본을 들이지 않고 채널을 개척하는 한 가지 방법이라고 생각했다.

차이나텔레콤의 이러한 변화는 자체뿐만 아니라 합작파트너 모두에 도움이 된다고 할 수 있다. 그러나 답답함을 느끼는 것은 전국 총대리사업을 하던 채널업체들이다. 차이나텔레콤에서 게임업체를 위해 단독으로 카드를 제작한다면, 중소 판매업체의 상업모델과 이윤에는 영향이 없을 것이다. 그들은 여전히 가판점, PC등에서 카드를 판매할 수 있다. 그러나 큰 채널업체는 입장이 다르다. 천왕(骏网)도 "일카통--卡通" 방식을 채용하여 천카(骏卡)를 발행했으며, 자신을 차이나텔레콤의 적수가 되게 했다.

다수의 큰 채널업체들은 텔레콤의 새로운 채널조치는 자신들의 경영에는 큰 충격을 주지 않는다고 예상했다. 이유는 PC방 등 기존 인터넷판매 단말기 우위는 큰 채널업체들이 차지하고 있었으며, 이런 우위가 점차 확대되고 있기 때문이다. 큰 채널업체들은 많은 중소채널과 판매 단말을 수집하고 있으며, 동시에 더욱 많은 제품을 대리하여 원가를 부담한다. 천왕은 2년 내에 10만개 판매업체, 200여편의 게임을 대리할 계획을 하고 있으며, 2005년에는 1만개 PC방에 가맹할 것을 계획하고 있다.

그러나 차이나텔레콤의 생각은 이와 반대다. 통로업체들에게는 기존 통로 경쟁을 계속해서 하게 하고 텔레콤은 주로 가정유저의 거대한 시장을 개발하는 것이다. 차이나텔레콤의 1/4분기 재무보고를 보면 새로운 브로드밴드(Broadband) 유저가 188만호 증가되어 총 1,572만으로 되었다. 신식산업부의 최신 통계에도 현재 중국 브로드밴드 보급률이 2.3%밖에 되지 않지만 고정 인터넷 운영업체에 5%

의 수익을 창출할 수 있게 한다. PC방 이외의 잠재적인 게이머들을 텔레콤과 함께 서비스하는 것은 차이나텔레콤의 올해 재무보고의 정수를 결정하는 것이다.

이에 대해 천텐초우는 반드시 가정 엔터테인먼트에 진입할 것이라고 했으며, 성따가 진입하지 않으면 '상대(차이나텔레콤)'가 진입할 것이라고 말했다. 이 말은 다시 한 번 차이나 텔레콤을 자극할 것이다.

자료 : http://news.17173.com/content/2005-7-18/n687_603264.html

캐주얼게임 현황

보드유형

QQ 유저 3~4억 명, QQ 온라인게임 유저 130만 명
 련중 게임(联众) 유저 1.5억 명, 최고 동시 온라인 접속자 60만 명, 평상시 40~50만 명
 벤핑(边锋) 최고 동시 온라인 접속자 30만 명(성따)
 중국 게임센터 유저 1억 명, 최고 동시 온라인 접속자 30만 명
 칭화통팡 콜라빠(清华同方 可乐吧) 현재 등록 유저 4,000만 명 초과,
 동시 온라인 접속자 수 15만 명 초과
 성따 <비엔비> 동시 온라인 접속자 수 최고 70만 명 초과
 평광탄커(疯狂坦克) 등록 유저 2,000만 도달, 동시 온라인 접속자 수 12만(2005년 1월)
 9you 사의 진웨탄(劲乐团) 동시 온라인 접속자 수 30 만 명
 탄츠서(贪吃蛇) 7월 7일 동시 온라인 접속자 수 1만 명

위의 통계로 볼 때 동시 온라인 접속자 수가 400만에 가깝다. 이것은 캐주얼게임이 온라인게임에서 중요한 위치를 차지하고 있음을 뜻한다.

캐주얼게임에서 온라인 접속자 수가 가장 많은 게임사는 텡쑤QQ와 성따사다. QQ게임은 130만, 성따(벤핑 포함)는 110만 이다. 수량에서나 제품 구조에서 볼 때 두 회사의 실력이 비슷하며, 경쟁관계이다. QQ게임은 보드게임의 흑마다. 늦게 출시되었지만 앞서가고 있다. 성따의 흑마는 <비엔비>다. QQ는 중국에서 가장 먼저 실시간 소프트웨어를 R&D한 회사이며 자체 QQ대전 플랫폼이 있다. QQ는 현재 3~4억의 유저를 묶어 게임산업으로 진출했다. 캐주얼게임에서 앞서고 있는 성따는 패키지 온라인게임에서 최고 기록으로 많은 수익을 창출했다. 이것으로 볼 때 향후 성따와 텡쑤는 캐주얼게임에서 계속 경쟁하게 될 것이다.

만약 QQ가 성따의 새로운 적수라면 련중은 옛 적수다. 그것은 QQ게임이 련중게임을 중국 제1

캐주얼게임이란 보좌에서 밀어냈기 때문이다. 이를 위해 렌중은 실시간 소프트웨어에 많은 신경을 썼다. 먼저 독립된 GICQ를 출시했고, 후에는 GICQ를 렌중게임에 삼입시켰다. 금년 5월에는 마이크로소프트와 연합하면서 렌중게임을 MSN MESSENGER에 통합시켰다. 이것은 QQ에 대한 가장 강력한 반격이다. 이외에도 렌중게임의 온라인접속 자 수는 QQ게임보다 적지만 게임 장르는 QQ게임의 몇 배 되며, 게임 수 에서도 QQ게임보다 우위를 차지하고 있다.

새로운 캐주얼게임 9YOU.

사람들이 9YOU를 알게 된 것은 성공적으로 온라인게임 <진웨이탄-劲乐团> 을 운영하고 나서이다. 운영한 지 반년 만에 온라인접속 자 수가 30만에 달했다. 많은 캐주얼게임 중, 녹색게임으로 불리는 것은 <진웨이탄>이다. 이 게임에서 괴물을 부수고 업그레이드 하는 것이 아니라 음악지식과 음악에 대한 감각에 따라 플레이하는 것이다. 이렇게 의의 있는 게임을 운영하며, 높은 온라인 수를 창조한 것은 아주 성공적인 운영이다. 9YOU 캐주얼게임 후에는 진웨이탄 뿐만 아니라 <탄츠서-贪吃蛇>등 아직도 10여 편의 보드게임이 있다. 때문에 그들은 9YOU를 캐주얼게임포탈이라고 한다.

금년, 중국 캐주얼게임은 속도나 규모에서 볼 때 모두 정상에 오르게 될 것이다. 때문에 2005년을 "캐주얼게임 해"라고 불러도 지나치지 않다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-07-13/1659117874.shtml>

ChinaJoy 세계 200편의 온라인게임 전시

ChinaJoy는 이미 사회 각 계층 인사들의 관심의 대상이 되었다. 이번 전시회는 국가 신문출판총서, 과학기술부, 국무원정보화 사무실, 중국국제무역촉진위원회, 국가라이선스 국, 상하이시 인민정부, 국가체육총국이 공동으로 주최했다.

올해의 Chinajoy는 규모나 전시 콘텐츠 면에서 많은 발전이 있었다. 미국의 EA, Intel, 일본 Sony, 자쓰(世嘉), 광릉(光荣), Konami, 스커웨이얼아이니커스(史克威尔艾尼克斯), 프랑스 위빠(法国育碧), In-fusio, 러시아 부카(俄罗斯布卡), 빙도우(冰岛)의 CCP, 한국의 Ncsoft, Wemade, Webzen, 홍콩무역발전국(香港贸发局), 차아나모바일(中国移动), 차이나유니콤(中国联通), 중국 망통(中国网通), 차이나텔레콤(中国电信), 상하이 성따(盛大), 주우청(第九城市), 광통통신(光通通信), King sofr(金山软件), 왕이(网易), 시나(新浪), 소호(搜狐), 즈관(智冠), 왕룽(网龙), 게임미과(游戏米果), 주우유(久游), 쓰지텐청(世纪天成), 게임쥐즈(游戏橘子), 렌중(联众), 중칭황셴(中青创先), 베이즈천(北之辰) 등 백 여개의 유명한 게임업체들이 참가했다.

전시회에서는 온라인게임 플랫폼, PC게임 플랫폼, TV게임 플랫폼, 실내 대형게임기기(아케이드 플랫폼), 휴대게임 플랫폼, 모바일게임 플랫폼, 캐주얼오락게임 및 게임과 관련된 하드제품, 디지털 하드제품, 고 첨단 완구제품, 디지털 가정오락시스템 등을 선보였다.

전시회 기간 중에는 제3회 중국 국제 디지털 Inter active 엔터테인먼트산업 세미나, 제3회 전자 오락기술 분리 세미나, 제3회 ChinaJoy 애니메이션게임 캐릭터 전국 결승전, 제2회 ChinaJoy컵 전시

회 우수게임평가 시합 등 다양한 대형 이벤트가 진행되었다.

또한 마이크로소프트사의 세계 부총재 Mitch Koch, 성따사의 동사장 겸 CEO 천텐초우, King soft 동사장 추우버진(求伯君), Inter사의 아시아 인터넷 사업부 총경리 린성충(林圣聪), 미국 SOE사의 총재 JohnSmedley, 한국 Wemade사의 동사장 겸 총경리 박관호 등 세계 유명 인사들이 참석하여 강연과 함께 디지털 active엔터테인먼트의 다원화 발전을 토론했다.

자료 : http://news.17173.com/content/2005-7-18/n336_252327.html

신문출판총서, 5년 내 100여 편 게임출시에 150억 투자

이번 Chinajoy 에서는 "디지털 엔터테인먼트와 라이선스 보호"라는 깃발을 내들었다. 신문출판총서 부서장 위융짤은 신문출판총서와 관련부서가 공동으로 5년 내에 100여 편의 지적재산권이 있는 국산 온라인게임을 출시하고, 총 150억 위안을 투자할 것이라고 발표했다.

1. 5년 내에 총 150억 위안을 투자하여, 100편의 국산 온라인게임을 출시한다. 현재 관련 주관 부서에서 이 프로젝트에 참여하게 될 소프트웨어회사의 자격을 평가 중에 있다.

2. 베이징, 상하이, 광저우, 스촨 등 지역의 게임개발기지 건설을 가속화한다. 3년 안에 기지 내에 10~30개의 핵심적인 국가 온라인게임회사의 규모를 완성하여 전국 게임산업의 발전을 이끌어 나간다.

3. "1+10" 인터넷인재 양성계획을 실시한다.

4. "영웅보 온라인게임-英雄谱网游"의 개발을 조직하여 다시금 영웅들의 성장 길을 걷게 한다. 약 1억이 넘는 투자를 할 계획이다.

신문출판총서에서 발표한 최신자료에 따르면 현재 인터넷유자가 1억을 넘어섰다. 그중, 온라인 게이머가 2천만, 온라인게임 수익은 24.7억 위안으로 47.9%나 성장했다. 2009년이면 109.6억 위안, 온라인게임이 선도한 관련 산업의 수익은 250억 위안에 달할 것으로 예상된다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-07-20/1334118658.shtml>

게임인재 졸업 전 예약

얼마 전, 학생들의 능력을 검증하기 위해 모 게임기업이 청두의 몇 개 게임교육기관 학생들의 제품을 평가했다. 평가결과 징제저(竞界者)컴퓨터학교 140여명 학생들의 제품이 기업의 인증을 받게 되었으며, 학업을 끝마치지도 않은 상황에서 기업의 상업게임 프로그램 제작에 참여하게 되었다.

이 게임기업의 관련인사는 "징제저컴퓨터학교 학생들의 제품에 대해 비교적 만족한다. 그들은 게임제작 능력이 있다. 기업으로 볼 때 이런 인재는 있기만 하면 쓸 수 있다"고 말했다.

징제저컴퓨터학교 교장 등밍팡(佟明芳)은 "금년 5월, 일부 매체에서는 게임 학원 프로젝트의 역량이 부족하며, 취직에 희망이 없고, 관리가 무질서하다고 평가해, 당분간 게임인재 교육이 위기에 처해있었다. 이번 140여명의 학생들이 학업을 마치지 않은 상황에서도 게임기업의 상업게임 프로그램 제작에 참여하게 된 것은 게임기업의 게임양성기관에 대한 인정이다"고 말했다.

"다방면 교육"에 대해 업계 전문가는 학생들의 제품을 기업에서 선택하게 된 것은 교육기관의 특색 있는 교육의 영향이라고 평가했다. 현재, 징제저컴퓨터학교는 첨단 컴퓨터실을 갖추고 있으며 풍부하고 실질적인 교육 프로그램과 우수한 강사진으로 구성되어있다. 그중 수석게임 미술교사 두츄우(杜丘)는 중앙TV국 "축구호환게임", 대형 3D 동화 드라마 <식물형제> 등을 제작한 바 있다.

교육 프로그램에서는 게임 학원이 독자적으로 개발한 "사회교육+기업실습" 학습모델을 채용한다. 즉 먼저 교실에서 배운 다음 게임기업의 프로그램 제작에 참여하여 학생들의 실천능력을 전반적으로 제고시키게 된다.

현재 게임인재는 몇 십 만 명이나 부족하다. 핵심 R&D층의 인재는 3,000명도 안 되기 때문에 취업전망이 밝다. 학원의 모든 과정을 마치지 않은 상황에서도 유명한 게임기업의 상업게임 프로그램 제작에 참여할 수 있는 능력과 자격이 있다. 이것은 기업의 인재에 대한 필요이다. 동시에 "첨단 교육시설+우수한 강사진+경영 마인드와 실무교육"은 게임전문 인재를 양성하는데 중요한 조건이다.

학원은 또 학생들의 취업을 위해 많은 기업과 프로젝트 제휴 전략관계를 맺고 있기 때문에 졸업 후, 학생들은 국내외의 인증서를 취득할 수 있다. 또한 우선적으로 사업을 추천받을 수 있다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-07-20/0943118597.shtml>

중국 온라인게임 게이머 약 2,000만 명

온라인게임 수, 기업 수, 종사원 수 등이 아직까지 중국의 온라인게임 유저들의 수요를 만족시키지 못하고 있다. 현재 중국에서 개발한 온라인게임 중, 2004년 운영서비스를 하여 성공(동시 온라인접속자 수 4만 이상)한 게임은 12편이다. 그중 중국 자체 R&D 게임이 3편. 국산게임의 점유율이 25%, 수입 게임이 75%에 달한다.

올 들어 온라인게임의 열기 속에 많은 중소게임기업, 개발팀, 스튜디오, 게임자문사이트, 게임아이템 거래 사이트들이 맹목적으로 등장했지만 현재 제대로 운영되지 못하고 있는 실정이다. 이유는 투자측이 게임을 모르거나 정확한 시장분석을 하지 않고 게임 산업의 열기로 이 산업에 발을 들여 놓았기 때문이다. 짧은 시간 내에 높은 수익을 올리려 할 뿐, 관리는 주변 인사들이 책임지게 한다. 역시 게임을 모르기 때문에 속기 쉬우며, 제품의 운영방향을 정확하게 파악할 수 없다. 뿐만 아니라 사업상에서 자기의 자원밖에 이용할 줄 모른다.

이런 회사들은 오래갈 수 없다. 일단 회사가 부도나게 되면 투자측은 자신의 경솔함에 대가를 치러야 한다. 관리자들은 원래 업종의 직위로 되돌아가면 되고, 중간 층 인재들은 다른 회사로 움직일 수 있지만, 직접적인 피해자는 현장 종사자들이다.

그러나 본토게임은 전망을 밝게 보고 있다. 본토게임이기에 많은 게이머들이 쉽게 접속 할 수 있으며, 정부 측에서도 국산 온라인게임 산업의 건전한 발전을 지원해주고 있다.

현재 중국 온라인 게이머는 약 2,000만 명으로 그 중 19~25세가 59.9%를 차지한다. 온라인게임업체는 약 300개다. 그 중 게임개발 업체가 150개로 한국에 이어 세계에서 2위를 차지한다. 2005년 온라인게임 산업의 생산액은 약 70억 위안에 달할 것이며, 통신, IT 산업, 멀티미디어 및 출판 등 관련 산업에 공헌한 생산액은 원 산업의 13배가 된다고 예측하고 있다. 둥밍(董明)은 "시장이 운명을 결정 짓고, 경제수익을 창출할 수 있는 것은 시장 경영 전망성을 갖고 있는 R&D, 판매, 서비스 면에서 전반적으로 발전하는 회사들이다. 기반을 잘 닦아야만, 더욱 치열해지는 산업경쟁에서 부단히 발전하고 강대해질 수 있으며, 자신의 미래를 찾을 수 있다.

온라인게임은 사람들이 생각하는 것처럼 잠시 동안의 발전이 아니라 새로운 이념과 매체를 통해 지속적으로 발전시켜야 한다.

자료 : <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=5540&lm=ywxw>

2005년 인터넷 사용을 보고

2005년 7월 7일, 사회과학원 연구원 귀량(郭良)은 사회과학원 학술보고에서 《2005년 중국 5개 도시 인터넷사용 현황 및 영향조사보고》를 발표했다. 네티즌들이 선호하는 사이트 중 시나가 30.9%로, 2위인 소후보다 17.5%나 높았다.

지난번 조사는 2003년 9월에 했었는데 시나가 29.1%로 1위를 차지했으며, 2위보다 10.8% 높았다. 2003년 발표한 인터넷조사보고와는 달리 이번 보고에는 뉴스와 정보전파 기능도 중요한 인터넷 콘텐츠 중의 하나다.

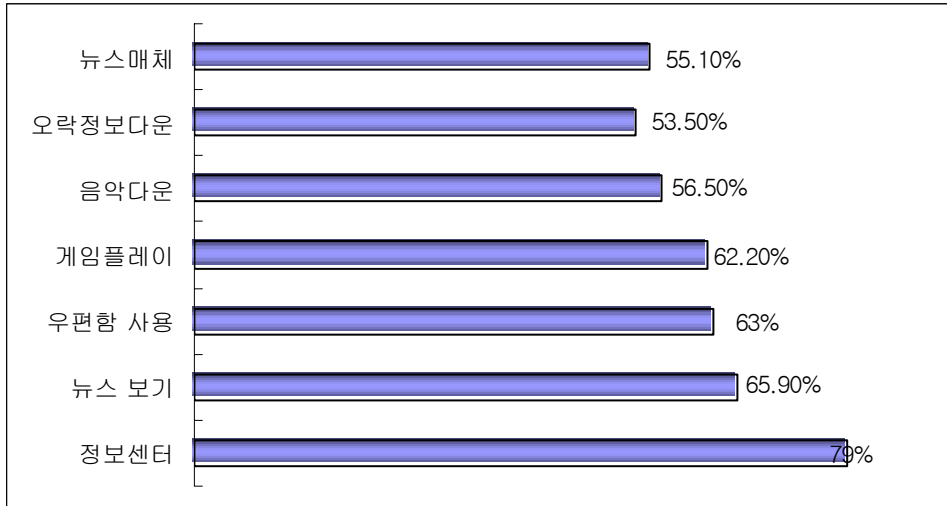
통계에 따르면 네티즌들이 주로 방문하는 사이트는 중문 포털 사이트다. 상위 5위에 속하는 사이트는 시나, 소후, 왕이, 바이두, 야호 다. 자주 방문하는 사이트를 1차~5차로 선택한다고 할 때 다음과 같다.

- 1차 : 시나 (30.9%), 시나(20.8%), 소후 (15.2%), 소후 (10.5%)
- 2차 : 소후 (13.4%), 소후 (19.4%), 왕이 (12.7%), 야호(10%)
- 3차 : 왕이 (13.4%), 야호(9%), 시나 (11.2%), 바이두 (6.9%)
- 4차 : 바이두 (6.7%), 왕이 (8.9%), 야호 (7.6%), 왕이 (6.9%)
- 5차 : 야호 (6.3%), 바이두(5%), 바이두 (7.1%), 시나 (5.7%).

귀량(郭良)은 사람들이 사용하고 있는 대중 매체 중 아직까지 TV가 강세를 보이고 있으며, 설문

조사 중 97%가 TV, 인터넷접속 자 수가 49%를 차지했다. 하지만 매체 사용시간에서 볼 때 인터넷사용시간이 TV, 서적 및 신문을 보는 시간을 초과했다. 네티즌들이 평균 인터넷 사용시간은 2.73시간, TV는 1.29시간이다.

주로 사용 하는 인터넷 기능



인터넷에서의 정보획득은 기타 매체를 넘어선다. 조사 중, 79%가 TV로 정보를 획득하는 것이 아주 중요하며, 신문도 같은 중요성을 나타낸다고 하는 사람이 75%를 차지했다. 인터넷과 서적이 50% 차지했다.

현재, 중국 인터넷정보센터(CNNIC)의 통계에 따르면 중국의 인터넷유저가 이미 1억을 초과하여 미국 다음이라고 한다.

자료 : <http://www.51lawyer.com/whz/dispbbs.asp?boardid=44&ID=2423&replyID=2423>

카레이싱OnLine 《赛车OnLine》



◆게임 명칭 : 카레이싱OnLine 《赛车OnLine》

◆게임 종류 : MMORAC

◆개발 회사 : 이스콤-易时空(E时空)

◆공식사이트 : <http://www.51wcg.com/>

◆현재 상황 : 테스트 중



《카레이싱OnLine》은 가상의 네트워크 공간 속에서 최대 8명의 게이머로 구성된 서로 다른 팀끼리 격돌하는 “온라인 경기류의 게임”이다. 삼차원의 화면은 실제 카레이싱의 세계에 가깝다. 진짜 같은 느낌이 들게 하는 스포츠카 게임의 또 한 번의 혁명이라고 할 수 있다.

《카레이싱OnLine》은 전통적인 경기류 스포츠카 게임과는 다른 부분이 있다. 모든 경기차는 자체개발한 역학 엔진이 있다. 진짜 경기에 임하는 것 같은 조작감이 있고, PS2 및 X-BOX의 극대효과에 접근하여 현실의 경기 시험에서의 충격을 체험하도록 한다.

뛰어난 3D 음향효과와 더불어 시각과 청각의 무한한 만족감을 느끼게끔 한다. 게임 중, 다른 차량의 엔진은 다른 음향효과를 낼 수 있다. 훌륭한 키보드 통제성과 핸들의 지지 기술을 통해 게이머는 유명한 도로와 트랙을 달린다. 카레이싱에서 질소를 사용하여 급속 전진을 할 때에는 6 배속의 극한 속력의 충격에 달하는 체험을 할 수 있다.

http://www.51wcg.com/game/game_intro/Intro.jsp

<게임특징>

1. 《카레이싱OL》은 1벌의 단체 대결이 가능한 시간한정 시험의 온라인게임이다.

2. 《카레이싱OL》 보유 사항

-3종류 차종 (4륜 구동, 후륜구동 및 전륜구동)

-16대의 슈퍼 경주용 자동차 (매 경주용 자동차는 5종류의 색을 선택할 수 있다.)

-3가지 유형의 트랙 (경기장 혹은 도로, 교외)

-13종류의 사실적인 트랙

3. 《카레이싱OL》은 게이머에게 실제 운전을 하는 듯한 느낌을 준다. 노면에서 느껴지는 요동과 전진할 때 차체가 갑자기 경사지는 것과 타이어의 지면마찰 흔적, 소리 등의 세부사항 모두를 자세하게 나타낼 수 있다. 차종과 엔진의 차이에 따라 게이머는 서로 다른 체험을 할 수 있다. 가속 소리나 엔진 소리 등이 다르다.

4. 이 게임은 선진의 승급과 개조의 시스템을 채택하였다. 게이머 자신의 취미와 취향에 따라 차의 외관과 내부를 개조할 수 있다.

5. 《카레이싱OL》은 “음성 채팅의 시스템”을 갖추었다. 게임 중의 팀은 이를 통해 다양한 실시간 전투의 전략을 진행하기 위한 교류를 할 수 있다.

6. 게이머는 머리모양, 옷, 장신구 등을 포함하여 자신의 ‘가상인물상’을 만들 수 있다.

7. 《카레이싱OL》은 삼차원 공간의 입체화면을 이용한다. 현실에서 유명한 트랙을 재현하고, 게이머가 마음껏 속도와 힘의 쾌감을 누리도록 도와준다. 뛰어난 3D 음향효과는 게이머에게 최고의 조작성을 누리게 하는 동시에 시각과 청각의 무한한 만족을 느끼도록 한다.

8. 게임 중에 게이머가 더욱 선호하도록 팀 경쟁의 게임 모델을 사용한다. 격렬하고 자극적이며 쾌감을 체험할 수 있게 한다.

9. 《카레이싱OL》은 건전한 내용을 바탕으로 어린이와 노인 모두에게 알맞으며 게임의 경기성과 오락성, 게임성을 부각시킨다.

10. 《카레이싱OL》은 뛰어난 조작성을 가지고 있다. 게이머가 전문 카레이서의 고난도 동작을 하는 것을 돕는다. 게이머는 또한 개인의 기호에 따라 키보드 혹은 핸들을 선택하여 시합을 진행할 수 있다.

<경기차 소개>



배기량 : 1495CC

엔진 : SOHC

마력 : 92HP

비교적 작은 차체를 가진 가벼운 차, TR 차량 중에 마력이 가장 작은 차량이다. 그러나 매우 좋은 운전 성능이 있다.



배기량 : 1997CC
엔진 : DOHC
마력 : 137HP



배기량 : 1993CC
엔진 : 직렬 6항(缸)
마력 : 142HP
엔진이 직렬 6항으로 고속의 RPM 엔진은 대단히 잘 배합되어 있다. 고속 질주에 유리하다.



배기량 : 2656CC
엔진 : V형의 6항(缸) 엔진
마력 : 175HP
V형의 6항을 장착하여 엔진 무게의 대비 마력이 강력하고, TR의 FWD 차량 중에 가장 좋은 가속 성능이 있다.



배기량 : 1993CC

엔진 : 직렬 6항

마력 : 142HP

직렬 6항의 심장, 고속의 RPM 엔진의 좋은 배합으로 고속주행에 우세하다.



배기량 : 1793CC

엔진 : DOHC

마력 : 151HP

경량의 Roadster, 마력은 작으나 차체가 가벼워서 탁월한 가속성과 터닝의 성능이 있다.

신문출판총서 식식산업부와 합작 온라인게임시장 규범화

7월 20일, 제3회 Chinajoy 가 상해에서 개최되었다. 신문출판총서 부서장 위융짴(于永湛), 중화인민공화국 국가라이선스국 부국장 거쇼우홍(阎晓宏), 중국 올림픽위원회 부주석 허후이셴(何慧娴)여사, 상하이시 인민정부 부시장 양쇼우두(杨晓渡)등 게임업계 관련 정부부서의 공무원 및 성따의 천텐요우, 왕이 창시인 덩러이(丁磊), Kingsof의 추우버쥬 등 게임업체의 고위인사들이 회의에 참석해 1년간의 사업경험과 성과를 토론했다.



신문출판총서 부서장 위융짴(于永湛)

신문출판총서 부서장 위융짴은 게임산업 감독관리와 민족 게임산업 발전지원을 강화, 사회 책임감 증가, 미성년들의 합법적인 권리 등 3가지 면에 대해 신문출판총서의 1년간 사업성고를 결산했다. 그는 특별히 신문총서가 신식산업부와 <온라인게임출판관리방법>을 제정하고 있으며, 이는 중국 정부가 처음으로 온라인게임에 관한 규정을 제정하는 것이라고 했다. 이는 중국 정부가 온라인게임관리 정책에 대한 전반적인 체계를 보여주고 있다.

최근 몇 년간, 신문출판총서는 각종 불법 온라인게임을 엄격히 관리했다. 2002년 6월 게임출판물 콘텐츠를 심사관리하기 위해 게임출판물심사위원회를 설립했다. 2003년 12월, 신문출판총서는 신식산업부, 국가공상총국, 국가 라이선스국, 전국 음란서적 소탕부문 등과 연합하여 <해킹서버 매크로 전문 처리에 관한 통지>를 하달했으며, 공안부문과 협조하여 전국의 해킹 서버 매크로 조사를 했다. 이 외에도 신문출판총서는 <전자출판물관리에 관한 규정>을 수정하여 전자게임출판물관리를 완벽히 했다. 금년 상반기 신문출판총서는 또 <인터넷 출판관리시너지 조사연구 강화>를 가동했으며, 이 기반에서 관련 법규를 건전히 하며 인터넷출판 이벤트를 규범화했다.

신문출판총서에서 발표한 숫자를 보면 2005년 1월 신문출판총서와 전국 음란서적 소탕부문은 집중적으로 50여 가지의 불법 전자게임 출판물을 조사하였으며, 전국적으로 불법 전자게임 출판물 11만장을 압수했으며, 9개 규칙위반 회사에 행정처벌을 주었다. 동시에 이미 정지된 게임을 전파와 온라인게임 도박 혹은 변형적인 도박활동에 참여하는 사이트를 조사처리 했다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-07-20/1612118709.shtml>

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