

제144호

2005. 08. 08

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 2005년 제5기 중국 온라인게임 시장조사 보고(상)

China Game News

- 전국 PC방 총 11.3만 개 하루 4,000만 명
- 성따 운영상황 양호로 주식 인기
- 청두(成都), 애니메이션 산업기지 구축을 위한 투자 제휴사 물색
- 베이징 1.7억 위안을 출자하여 디지털 엔터테인먼트 산업 시범기지 구축

Game 소개

- 진용천사환OL2 (金庸群侠传OnLine2)

Game 순위

- 2005년 6월 패기게임 인기순위

법률 및 정책

- 문화부, 최초로 미성년자에게 적합한 온라인게임 발표
- 국가 6개 기관 신규 규정 제정

2005년 제5기 중국 온라인게임 시장조사 보고 (상)

목 차

- ◇ 조사 배경
- ◇ 역대 회고
- ◇ 조사 콘텐츠
- ◇ 보고 요약
 - 1. 중국 게이머 행위분석
 - 1.1. 게이머들이 게임을 하는 주요 목적

조사 배경

2005년 1월 19일 발표된 중국 인터넷정보센터(CNNIC)의 “제15차 중국 인터넷 발전상황 통계 보고”를 보면 중국 온라인 접속 유저 총 수는 9,400만 명으로, 전년 대비 8% 성장했다. 브로드밴드로 인터넷접속 수는 4,280만, 인터넷에 속한 컴퓨터 수는 4,160만 대로 전년 대비 14.6% 성장했다. CNNIC 조사보고에 의하면 15.9%의 유저가 온라인게임을 일상적인 오락으로 하는 것으로 나타났다.

중국 내 최대 온라인게임 포털 사이트 www.17173.com이 많은 유저 및 게임업체들의 지원과 관심 속에 제5회 온라인게임 설문조사를 진행했다. 이번 조사는 온라인게임 시장발전을 촉진시키고 온라인게임시장의 자원을 조절하며 시장 질서를 목표로 진행되었다.

iresearch의 2004년 연구조사보고에 따르면 2002년 국내 상용화 게임유저는 350만, 2003년 710만, 2004년에는 1,130만으로 온라인게임 유저의 57%를 차지했다. 2007년이 되면 중국 상용화 온라인게임 유저가 2,255만에 달하게 되어 온라인게임 유저의 60%를 차지하게 될 것이다.

중국 온라인게임시장의 규모는 2004년 24.7억 위안으로 2009년이 되면 출판시장 판매수익이 109.6억 위안에 달하게 될 것이며, 복합 성장률은 34.7%에 이를 전망이다. 시장규모가 증가하면서 온라인게임 유저의 매월 소비도 꾸준히 증가하고 있지만, 2004년부터는 점차 하락세를 보이고 있다. 2004년 성장률은 47.9%, 2005년 41.2%, 2009년이 되면 년 성장률이 29.1%될 것으로 예상된다. 하지만 이 성장률은 중국 IT시장, 온라인게임 유저 성장률보다 아주 높은 것이다. 이것은 온라인게임 시장이 아직도 급속발전 단계에 있다는 것을 말한다.(2004년 게임 산업보고에서)

권위 있는 3대 기구의 보고에 따르면 모두 2005년 중국 온라인게임시장이 급속발전 단계 및 성숙단계에 있다는 것을 말하고 있다. 국내 최대 게임 포털 사이트인 www.17173.com은 3대 권위기구의 보고를 기반으로 2001년부터 전문 중국 온라인게임 시장조사를 진행하여 많은 게이머와 게임업체들의 관심을 받고 있으며, 온라인게임시장의 발전에 중요한 작용을 하고 있다.

2005년 제5회 온라인게임 설문조사는 17173.com의 주도하에, iresearch, 천망그룹과 공동으로 진행했다. 이번 설문조사는 역대에서 규모가 가장 크고, 콘텐츠도 제일 완벽하다. 온라인조사를 기

반으로 17173 뉴스 취재부와 오프라인 조사를 진행했으며, 모바일게임, R&D 역량, 대리운영 등에서 심도 깊게 조사했다. 따라서 중국 온라인게임시장의 현황을 체계적으로 파악 할 수 있다.

역대 회고

2001년 5월 제1회 중국 온라인게임 시장조사는 왕룽 중국 회사, 시나,<온라인게임 세계>등 몇 개의 국내 유명한 인터넷운영 및 게임매체가 공동으로 주최했다. 21일간, 약 10만 명의 게이머가 온라인 투표에 참가했다. 동시에 22명의 업계 전문가를 초빙하여 점수를 평가했으며, 종합적인 게임화면, 온라인게임 접속 품질, 고객센터 등 6개 면을 종합하여 최종 4명의 우승자를 결정했다.

2002년 5월, 제2회 중국 온라인게임 시장조사는 왕룽 중국 회사가 주도, <온라인게임 세계>, <인터넷 Fans>등 국내 유명 매체와 소후사이트, 상하이 热线, ISP 공급업체 등이 공동으로 중국 온라인게임 유저 및 PC방 주인을 상대로 조사했다. 조사 데이터를 통해 2002년의 중국 온라인게임시장 현황을 정확하게 분석했다.

2003년 5월, 제3회 중국 온라인게임시장을 조사할 때는 많은 변화가 있었다. 고객센터, 화면, 음악, 시장점유율, 친구거래에 관한 건강과 문명, 여성 유저들이 즐기는 온라인게임 등에서 초기투표를 했다. 핸드폰방식으로 재투표하여 최대한 데이터의 유효성을 보장했다. 이렇게 얻은 조사보고서는 공정하고 과학적으로 온라인게임시장의 발전과 자원 조절, 질서 규범에 중요한 참고 자료를 제공했다.

2004년 제4회 온라인게임시장 조사보고는 17173.com의 주도로, iresearch, <컴퓨터신문>, <컴퓨터상업정보신문>, <소우송 온라인>, <전자 방주>등 다양한 업종의 매체, 경로와 소후메시지의 강력한 기술지원 하에 진행되었다. 설문조사방식을 통해 중국 온라인게임 유저 및 PC방 주인들을 조사했다.

조사 콘텐츠

1. 중국 온라인게임시장 현황

- 중국내륙 게이머 분포상황
- 중국내륙 온라인게임 시장점유 순위
- 국산게임과 국외게임 비율
- 중국내륙 온라인게임 중 3D와 2D게이머의 비율
- 중국내륙 게이머 온라인게임 유형의 선호정도
- 중국내륙 온라인게임 화면 콘텐츠 환영 정도
- 중국내륙 온라인게임 음악, 음향효과 콘텐츠의 환영 정도
- 중국내륙 온라인게임 운영업체 고객센터 상황
- 중국내륙 게이머 매크로에 대한 태도
- 게이머들이 즐기는 국산 게임분포
- 중국내륙 게이머 인터넷 기대 정도분석

2. 게이머 분석

- 중국내륙 게이머의 인터넷 접속방법 분석
- 중국내륙 게이머의 인터넷 접속빈도, 시간, 주기
- 중국내륙 게이머의 인터넷 접속장소

중국내륙 게이머의 현재 소비, 희망 가격과 비용출처
 중국내륙 게이머의 게임 타킷, 게임플레이 과정 관심도와 플레이하는 현상에 대한 태도
 중국내륙 게이머의 정액카드 구입 장소, 종류, 상용화 방식
 중국내륙 게이머의 관심 게임 종류 (장르, 풍격, 음향, 화면 등 포함)
 중국내륙 게이머가 한 게임을 떠나거나 플레이하지 않은 이유
 중국내륙 게이머의 서버 선택에 대한 분석
 중국내륙 게이머가 게임플레이 도중 하고 싶은 것과 도움 받고자 하는 것
 중국내륙 게이머가 소비할 수 있는 게임제품과 일상적으로 구입하는 게임 잡지
 중국내륙 게이머가 온라인게임을 이해하는 경로
 중국내륙 게이머의 RMB 거래 상황조사
 중국내륙 게이머들이 즐기는 모바일 게임유형

3. 게이머의 기본 속성

중국내륙 게이머 수입 분석
 중국내륙 게이머 성별 분석
 중국내륙 게이머 지역분포 분석
 중국내륙 게이머 연령 상황
 중국내륙 게이머 혼인 상황
 중국내륙 게이머 인터넷 접속년도 상황
 중국내륙 게이머 직업 분포
 중국내륙 게이머의 기타 분포

보고 요약

◆ 분석에 따르면 온라인게임을 하는 목적은 순수하게 오락을 위한 것이 39.93%이고, 오락, 심심풀이와 친구 사귀기 14.66%와 14.38%이다. 수익을 얻기 위해 게임을 하는 게이머는 상대적으로 적다.

◆ 게이머들이 게임을 하는 장소는 44.05%가 주로 집이고, 그 다음은 PC방과 회사로 29.54%와 13.86%이다.

◆ 매일 게임을 하는데 소비하는 시간은 평균 6시간이며, 그중 매일 3-6시간 소비하는 게이머가 28.17%를 차지한다.

◆ 게임을 하는 주요시간은 퇴근 혹은 일과시간이 끝난 18-24시로 나타났다. 그 중 20-22시는 집중적으로 게임을 하는 시간이며 16.31%를 차지했다. 0-6시에 게임을 하는 비율도 15%를 초과하였다.

◆ 게이머들이 한편의 게임에 집중하는 기간은 평균 8개월로, 한편의 게임에 2년 이상 집중하는 게이머는 없으며, 17.28%가 한 달 이하인 것으로 나타났다.

◆ 게임을 할 때 인터넷접속 방식은 ADSL이 41.32%를 차지했고, 이전에 조사한 데이터보다 12.43% 하락했다. 전신(电信) 브로드밴드와 왕통 브로드밴드로 접속하는 수는 각각 21.73%와

12.21%로 전기 조사보다 비율이 조금 상승했다.

◆ 게이머들은 거주하고 있는 장소에서 가장 가까운 곳의 서버를 선택하기 좋아한다. 다음은 친구가 있는 서버를 선택했다. 비율은 각각 31.96%와 21.14%를 차지하여 전기 조사와 정반대를 나타냈다.

◆ 현재 게이머들의 매달 평균 게임소비는 (인터넷접속 비용포함) 188위안이다. 그 중 매달 평균 81-120위안을 소비하는 게이머 비율이 상대적으로 높다.

◆ 게임 중 현금거래를 하는 비율이 58.99% 차지했다. 향후 거래를 진행할 가능성이 있다고 한 비율은 17.54%를 차지했다.

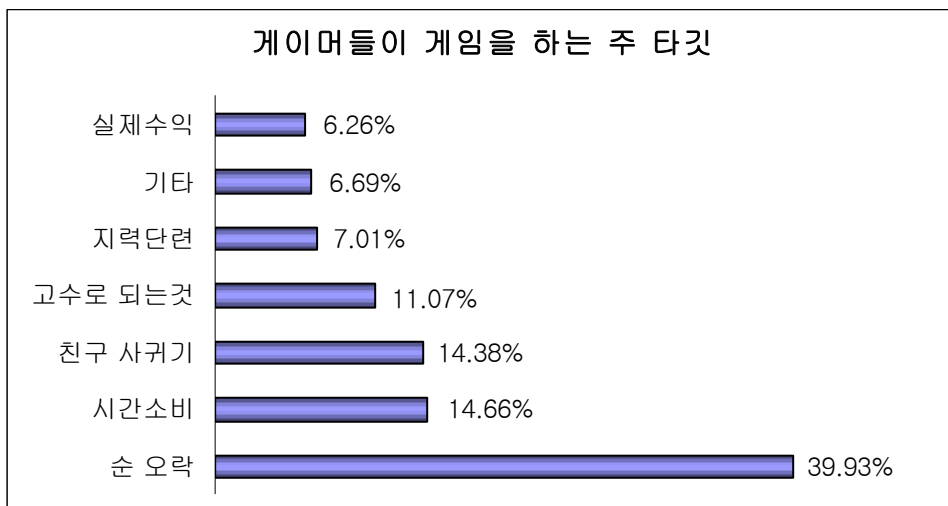
◆ 이번 조사 중 <명환시유-梦幻西游>가 가장 환영받는 온라인게임, 가장 환영받는 2D 온라인 게임, 고객센터가 가장 좋은 온라인게임, 매크로가 가장 좋은 온라인게임, 가장 좋은 국산 온라인게임으로 선정되었다. 기타 환영받는 온라인게임으로는 <WoW>, 가장 좋은 역사소재 온라인게임으로는 <화샤 华夏Online>이다.

◆ 국내 게이머 중 재학 중인 게이머는 15.88%, 수입이 없는 게이머 5.12%, 기타 79.3%였다. 게이머들의 매달 수입은 평균 2,144위안이다. 뿐만 아니라 온라인게임의 주류 게이머들은 남성이며 그 비율은 81.22%이다.

◆ 국내 게이머들의 지역분포로 볼 때 화북지역의 게이머 비율이 23.64%를 차지했다.

1. 중국 게이머 행위분석

1.1. 게이머들이 게임을 하는 주요 목적



자료 : 《17173第五届中国网络游戏市场调查报告》

다음 호에 계속.....

전국 PC방 총 11.3만 개 하루 4,000만 명

최근 설립된 문화부 문화시장발전센터 자료에 의하면 2005년 4월까지 중국 국내에 등록된 각종 유형의 PC 방은 총 11.3만개로, 하루 평균 4,000만 명이 이용하며, PC방 년 산업은 256.8억 위안에 달하는 것으로 알려졌다.

문화부 문화시장발전센터 부주임 량강(梁钢)의 소개에 따르면 현재, PC방에 있는 각 유형의 컴퓨터 장비는 총 824.4만대다. PC방 산업에 종사하는 인력은 총 105.6만 명, 년 생산 256.8억 위안이다. PC방 산업이 주변산업에 가져오는 경제수익을 1:7로 계산했을 때 1,282억 위안에 달한다고 한다.

자료 : <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=158&lm=lswb>

성따 운영상황 양호로 주식 인기

성따의 나스닥 지수가 지난 주 1.06%의 오름세를 보인 것으로 시나과기(新浪科技)가 보도했다. 주식 지수의 상승을 견인한 원동력은 생물기술 주식과 정보기술 주식이었다. 정보기술주식 가운데 성따(Nasdaq : SNDA)가 투자자들의 각광을 받았다고 한다.

중국의 최고 온라인게임 개발, 운영업체인 성따는 최근 매출액이 1.93억 달러로 순이익 8,500만 달러를 창출하였다. 2005년 1/4분기에 매출액이 93%, 순이익은 106%라는 놀라운 신장세를 보여 업계의 주목을 받았다. 최근 1년 간 성따의 주가는 117%나 올라 7월 25일 최종 시세가 34.66달러를 기록했다. 이에 앞서 성따는 신규 게임기를 개발할 목적으로 사업범위를 온라인게임 외의 영역으로 발전시킬 계획을 밝힌 바 있다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-07-27/1012119413.shtml>

청두(成都),애니메이션 산업기지 구축을 위한 투자 제휴사 물색

7월 26일 세기성신 국제전시센터에서 청두시 경제 협력 프로젝트 추천 상담회를 가졌다. 회의에서 청두시 정부는 110개의 협력 프로젝트를 추천하였다. 그 중 청화구(成华区) 정부가 추천한 "청두애

니메이션 산업기지" 프로젝트가 주목을 끌었다.

청화구 관련 담당자의 소개에 따르면 현재 국가 신문총서가 청두에 온라인게임 애니메이션 산업 기지 설립에 대해 허가를 한 상황이다. 또한 "청두 애니메이션 산업기지"의 타당성 연구보고가 이미 완성되었고, 이번 상담회에서 투자자를 물색하는 중이라는 소식이다.

산업기지 내에는 영상, 애니메이션 온라인게임 등 디지털 엔터테인먼트 업체가 입주하며 완구, 문화용품, 서적 잡지 간행물, 식품, 패션 등의 관련제품을 개발한다. 또한 애니메이션, 온라인게임을 주제로 한 문화용품, 완구문화의 캐주얼 음식, 패션 및 액세서리, 음반제품 등 전문매장 설치도 계획하고 있다.

기지는 2환도로 동쪽 바깥 측 건설남로(建设南路)에 위치하게 되며 기존의 공업공장 지역을 개조할 것으로 알려지고 있다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-07-27/1025119419.shtml>

베이징 1.7억 위안을 출자하여 디지털 엔터테인먼트 산업 시범기지 구축

8월 1일 스텡산구(石景山区)는 캐주얼 엔터테인먼트 서비스업, 비즈니스 전시 서비스업, 과학기술혁신 서비스업 등 "3대 산업"을 집중 육성하여 스텡산을 캐주얼, 엔터테인먼트를 위주로 한 수도 캐주얼 엔터테인먼트 중심지 즉 CRD로 발전시킨다는 전략을 발표했다.

CRD란 "수도 캐주얼 엔터테인먼트 중심지역"의 영문 약자이다. 발전목표는 스텡산을 캐주얼, 엔터테인먼트를 위주로 경서가든(京西花园)식의 생태환경과 문화가 어우러진 분위기를 마련하여 캐주얼, 엔터테인먼트, 디지털 애니메이션, 전시회, 쇼핑과 비즈니스 업무처리 등 기능을 갖춘 엔터테인먼트센터를 구축하려는 것이다.

향후 3년 내에 CRD캐주얼 엔터테인먼트센터를 중심으로 이 지역은 스텡산 유원지 4D영화관, 용양해수수영장, TSM시대쇼핑가든 비즈니스지역, 국제 조각원 지하문화 엔터테인먼트센터, 파하이스 관광 1차 개발 등 49개 프로젝트를 건설하게 된다. 그 외 스텡산구에 17,000만 위안을 투자하여 온라인게임, 애니메이션 제작, 디지털 영화, 온라인문화 전파, 현대화 서비스업 등 문화산업 및 파생산업을 발전시켜 "베이징 디지털 엔터테인먼트산업 시범기지"를 구축할 계획이다. 지금 이 기지에 이미 40만 평방미터의 무선 네트워크가 설치되어 있으며, 2년 내에 국내에서 최초로 전자경기를 주제로 하는 국가급 전자경기센터를 구축할 계획이다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-08-02/1059120038.shtml>

진웅천사찬 OL2 (金庸群侠传 OnLine2)



- ◆ 게임 명칭 : 진웅천사찬OL2 (金庸群侠传OnLine2)
- ◆ 게임 종류 : 무협RPG
- ◆ 개발 회사 : 중화왕룡(中华网龙)
 - ▶ <http://www.chinesegamer.net/>
- ◆ 운영 회사 : 중화왕룡(中华网龙)
- ◆ 공식사이트 : <http://jy2.chinesegamer.net/>



<중화왕룡 운영 게임>



① 진웅천사찬OL2 (金庸群侠传Online2) <http://jy2.chinesegamer.net/>



② 진웅천사찬OL (金庸群侠传Online) <http://jy.chinesegamer.net/>



③ 툰스텐디 (吞食天地) <http://ts.chinesegamer.net/>



④ 싐귀옌이OL (三國演義Online) <http://sy.chinesegamer.net/>



⑤렌아이허프 (戀愛盒子) <http://love.chinesegamer.net/>



⑥동팡완쉬Online (東方傳說online) <http://dto.chinesegamer.net/>



⑦왕루 산귀 (網路三國) <http://www.chinesegamer.net/sango/>

<게임 인터페이스 소개>



- 1) Lv : 게이머등급
- 2) 이름 : 게이머이름
- 3) 기혈(氣血) HP : 게이머생명 가치. 현재 게이머의 피의 양을 나타낸다. HP가 0시인 것은 게이머가 사망한 것을 나타낸다.
- 4) 내력 MP : 게이머 내력의 가치를 나타낸다. 게이머의 무공과 기예의 동력 출처이다.
- 5) 정력 SP : 게이머 체력의 가치로 무공과 기예의 동력 출처이다.
- 6) 실전 경험의 가치 Exp : 게이머 실전 경험의 가치. 현재 게이머의 경험의 가치를 나타낸다. 경험의 가치가 가득차면 1등급 상승할 수 있다.
- 7) 기능 인터페이스 : 버튼 안에 3개의 표지가 있다. (1)무공 (2)내공 (3)기예 (4)진영법이 있고, 수시로 확인할 수 있다.

- 8) 인물 인터페이스 : 안에 3개의 표지가 있다. (1)속성 (2)동작 (3)임무가 있으며 수시로 확인할 수 있다.
- 9) 장비 인터페이스 : 게이머의 군사장비의 위치로 온몸 안팎으로 모두 16개의 장비를 제공할 수 있다.
- 10) 시스템 인터페이스 : 역시 3개의 표지가 있다. (1)시스템 (2)게임 (3)설명이 있고, 게이머는 적당한 모델을 선택하여 게임을 진행하거나 게임을 이해한다.
- 11) 지도 인터페이스 : 현재의 위치를 알고자 할 때 본다.
- 12) 지도 위치 : 수시로 게이머가 현재의 위치를 알도록 하고, 왼쪽 모서리의 기호에 따라 교체 여부가 나타난다.
- 13) 지도 제시 : 시설과 같은 지도 정보 혹은 NPC의 위치 등을 나타낸다.
- 14) 지도 좌표 : 현재 게이머의 좌표 위치를 나타낸다.
- 15) 지도의 줌 : 지도를 확대하고 「 - 」를 눌러 지도를 축소한다.
- 16) 대화창 : 뻥뻥한 주파수, 가벼운 주파수, 공유 주파수, 팀 주파수, 조직의 주파수 등 5종류의 채널을 공유하고 본 인터페이스의 왼쪽 모서리 보기를 통하여 교체를 할 수 있다.
- 17) 조직 인터페이스 : 출현 조직의 상관관계를 나타낸다.
- 18) 빠른 인터페이스 : 빠른 진행을 한다.
- 19) 명단 인터페이스 : 친한 친구 명단이나 블랙리스트가 나타날 것이다.
- 20) 도우미(아이콘) : 게임 속에서 즉시 설명을 한다. 신참자에게 수시로 나타나 각종 상황과 반응을 설명한다.
- 21) 도구 나열창 : 8칸으로 나열되어 각각 F1~F8의 키를 사용한다. 게이머는 단축키를 통해 필요한 기능을 수시로 사용할 수 있다.
- 22) 소식 여과 인터페이스 : 이것은 채널의 정보 유형에 따라 정보가 지나치게 빠르게 움직이는 것을 막아준다. 동시에 게이머의 점수가 아직 남아있을 경우 주의 메세지가 나타난다.

<http://jy2.chinesegamer.net/index-2-2-2.asp>

CGW China Game Weekly **Game 순위**

2005년 6월 패기지게임 인기순위

순위	변동	게 임 명 칭	개발회사 / 운영회사
1	↑	신선첸치샤짤 (新仙剑奇侠传)	따위(大宇) / 징허스다이(晶合时代)
2	↑	선첸치샤짤3 (仙剑奇侠传三)	따위(大宇) / 환위즈싱 (寰宇之星)
3	↓	魔兽争霸III---冰封王座 (머썬우짱빠3.빙평왕쥬)	BLIZZARD / 오메이(奥美)
4	-	暗黑破坏神II毁灭之王 (디아블로2, 후이메즈왕)	BLIZZARD / 오메이(奥美)

5	↑	센첸치사편2 (仙剑奇侠传二)	따위(大宇) / 환위즈싱(寰宇之星)
6	↓	半条命-反恐精英(반타우밍-판풍징징)	SIERRA / 오메이(奥美)
7	↓	썬위안젠싼와이짠-텐즈헌 (轩辕剑叁外传天之痕)	따위(大宇) / 상하이위삐(上海育碧)
8	↑	싱찌쟁빠(星际争霸)	BLIZZARD / 오메이(奥美)
9	↑	NBA LIVE! 2004	미국 이뎨(艺电) / 무
10	↑	지핀퍼이처-띠샤광뽀우(极品狂飙)	미국 이뎨(艺电) / 미국 이뎨(艺电)

자료 : 大众软件



법률 및 정책

문화부, 최초로 미성년자에게 적합한 온라인게임 발표

최근 문화부가 미성년자에게 적합한 15개의 온라인게임 리스트를 발표하였다. 문화부 문화시장사와 중앙문명사무처 미성년팀의 주도하에 문화부 게임제품 콘텐츠 심사위원회는 올해 7월6일부터 미성년자에 적합한 온라인게임 제품을 모집하는 동시에 다음과 같은 6개의 기준을 내놓았다.

1. 애국주의, 단체주의와 사회주의 정신 및 중화민족의 전통 미덕과 사회도덕성이 있어야 한다.
2. 역사 혹은 고전명작의 개편에 근거하여 우수한 중화 전통문화를 나타내야 한다.
3. 풍부한 상상력이 있어야 하며 미성년자들을 촉진하여 과학, 세계, 미래를 탐구하도록 해야 한다.
4. 사회공익규정에 부합하여야 하며 교육적 의의가 있거나 예술적 풍미를 제공하여야 한다.
5. 게임규칙 설정의 경우, 미성년자의 온라인게임 중독 장애 문제를 충분히 감안하여야 하며 기술적으로 이를 통제하여야 한다.
6. 현재 등록자수가 1만 명 이상이어야 한다.

상기 조건에 따라 문화부 게임제품 콘텐츠 심사위원회는 사회 각 계층에서 추천한 80편의 게임 중에서 《멍환귀뚜(梦幻国度)》, 《산귀하우사편(三国豪侠传)》 등 11종의 국산 게임과 《비엔비》 등 4종의 해외 게임을 선정하여 최초로 미성년자들에게 추천하게 되었다.

자료 : <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/wlwh.jsp>

국가 6개 기관 신규 규정 제정

중국 선전부(中宣部), 문화부(文化部), 광전총국(广电总局), 신문출판총서(新闻出版总署), 상무부(商务部), 해관총서(海关总署) 등 6개 기관이 최근 연합하여 《문화 제품 수입 관리를 강화하는 것에 대한 규정-이하 '규정'이라 칭함》을 내놓았다.

《규정》은 문화행정기관, 광전행정기관(广电行政部门), 신문출판기관, 비즈니스 주관기관 및 각급 세관이 문화제품 수입 관리에 대한 직책을 명확히 할 뿐만 아니라 정부는 지속적인 문화 제품 수입에 대해 특별허가 운영제도를 실시하며, 운영업체의 경우 문화제품 수입 경영 허가증제도를 실시한다.

《규정》은 간행물, 전자 출판물, 음반제품 등 문화 제품의 수입은 반드시 문화부, 광전총국, 신문출판총서가 지정하였거나 허가한 국유 문화기관에서 운영한다고 규정하였다. 해외 연출팀 혹은 개인이 입국하여 공연할 경우 공연경영 자격증이 있는 기구가 운영해야 한다. 관련 행정기관은 규정에 따라 수입 운영업체에 대해 연검제도(年检制)를 실시한다. 불법 문화 제품 수입에 한해 상황별로 처벌을 하며 상황이 엄중한 경우 수입 자격을 취소한다. 단기 내에 신규 문화 제품 수입 업체에 대한 허가를 하지 않는다. 기존의 문화 제품 수입 운영업체에 한해 총수량을 통제하고 합리적으로 배치하며 구조를 합리화하는 원칙에 따라 정돈을 진행한다.

수입 온라인 게임 명칭을 마음대로 고치지 못한다.

《규정》은 온라인게임의 수입 관리에 대해 문화부는 게임 사용과정의 콘텐츠에 대한 심사를 담당하고 온라인게임 서비스에 대해 감독하며, 신문출판총서는 해외 저작권자의 위임을 받은 온라인게임 출판물 출판에 대한 심사 허가를 분담한다. 게임출판물의 온라인 출판 발행에 대해 심사허가와 감독관리를 진행한다. 음란, 폭력, 테러 등 해로운 내용을 담은 온라인게임을 엄격하게 처리한다. 허가를 거쳐 수입한 온라인게임 출판물은 독단적으로 제품 명칭을 고치지 못하며 제품의 내용을 추가하거나 삭제하지 못한다.

연출매니저업체(공연중개기구)가 국외 공연단체 혹은 개인의 중국 공연을 신청할 경우 문화부에 신고하여 심사허가를 받아야 한다. 국외 공연단체 혹은 개인이 중국의 오락 장소에서 장소지정 형식의 영업성 공연을 신청할 경우나 홍콩, 마카오, 대만 지역의 공연단체 혹은 개인이 내륙에 와서 영업성 공연을 신청할 경우, 공연 소재지 성급 문화 행정부문에 신고하여 허가를 받아야 한다.

합작 드라마는 허가 없이 방송하지 못한다.

《규정》에서는 해외의 드라마, 영상 애니메이션 및 TV프로그램의 수입은 광전총국에 신고하여 허가를 받아야 한다고 되어 있다. 도입프로젝트 신고제도를 실시하여 자격을 갖춘 업체가 규제에 따라 신고해야 한다. 수입 드라마, 애니메이션 및 프로그램의 콘텐츠 심사와 총 수량에 대한 통제를 강화하여 불법 수입, 해적판 방영과 온라인 불법 전파를 엄금한다.



합작 영화가 국내에서 배급, 방영되거나 합작 드라마, 애니메이션이 국내에서 배급, 방영될 경우 반드시 광전총국이 발급한 허가증을 획득하여야 한다.

국외 간행물을 함부로 판매하지 못한다.

《규정》은 원칙적으로 해외 위성방송채널이 국내에서 수신하지 못한다고 규제했다. 수신 허가를 받은 해외 방송채널은 반드시 필요한 감시수단을 취해야 하며 해로운 프로그램의 침투를 방지해야 한다. 개인과 업체는 허가를 거치지 않고 위성방송 수신시설을 설치, 이용하지 못한다. 유선방송네트워크, 통신네트워크 등 각종 정보 네트워크는 해외 위성방송프로그램을 불법으로 전송하지 못한다. 국내에서 해외 위성방송채널과 관련 수신 시설의 보급과 소개활동을 벌이는 것을 엄금한다.

해외 간행물을 국내에서 배포할 경우 분류별 관리와 구독자 주문 구입제도(订户订购制度)를 실시한다. 어떠한 업체와 개인이든지 마음대로 시장에서 해외 간행물을 판매하지 못하며, 국내 업체와 개인이 간행물 운영업체로부터 해외 간행물을 주문 구독할 경우 반드시 심사 허가 수속을 밟아야 한다.

자료 : <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=5939&lm=ywxw>

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