

제150호

2005. 09. 21

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 2005년 제5기 중국 온라인게임 시장조사 보고 (7)

China Game News

- 온라인게임 상용화 유저 48.7%에 달할 듯
- 미성년자 온라인게임 영상제품
- 쥬우왕 디디알 온라인게임기기 출시
- 성따 평상첸징과 PC제품 출시
- 성따 온라인게임 지역별 경영
- 온라인게임 <중화영웅보> 발표회
- 원왕 전국 PC방 조사보고

Game 소개

- 따탕(大唐)

법률 및 정책

- 중국 국제 PC방 구락부 전자경기

2005년 제5기 중국 온라인게임 시장조사 보고 (7)

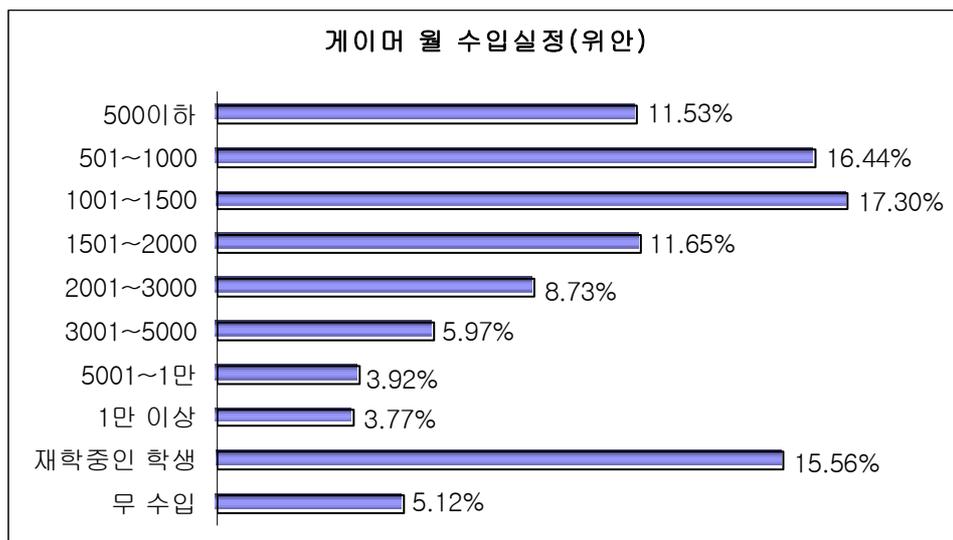
목 차

- 5. 게이머의 기본 속성분석
 - 5.1. 중국 내륙 게이머 월수입 분석
 - 5.2. 중국 내륙 게이머 성별 분석
 - 5.3. 중국 내륙 게이머 분포지역 분석
 - 5.4. 중국 내륙 게이머 연령 상황
 - 5.5. 중국 내륙 게이머 문화정도 분포상황
 - 5.6. 중국 내륙 게이머 게임시작 한 년도 수

5. 게이머의 기본 속성분석

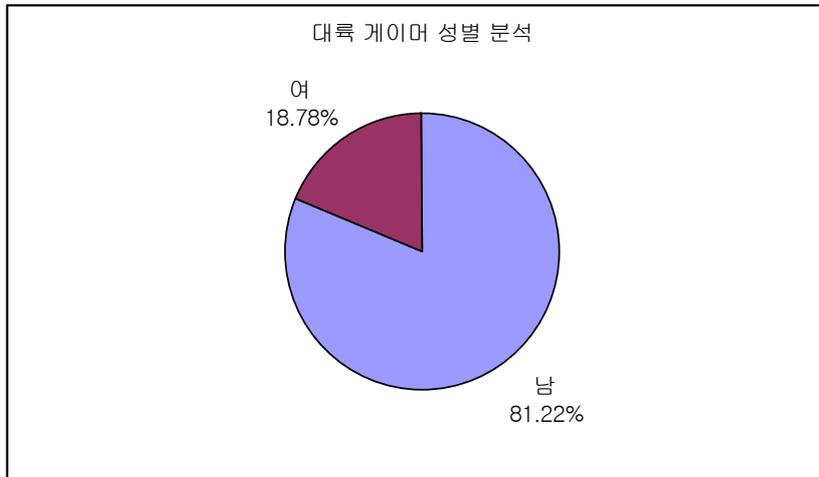
5.1. 중국 내륙 게이머 월수입 분석

게이머들의 월 평균 수입은 1,500위안 이하가 47%로, 수입이 없는 5.12%까지 포함한다면 52%에 이른다. 5,000위안 이상인 경우는 7%에 불과했다.



5.2. 중국 내륙 게이머 성별 분석

게이머의 주류는 역시 남성으로 81.22%에 이른다.



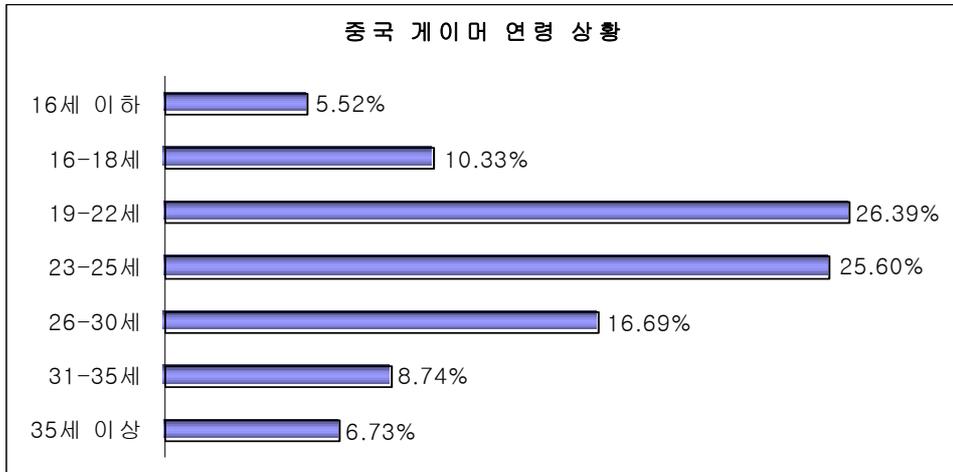
5.3. 중국 내륙 게이머 분포지역 분석

중국 국내 온라인게임 게이머들의 지역분포를 보면 화북지역의 비율이 높으며, 그중 베이징의 비율이 23.64%로 가장 높다.

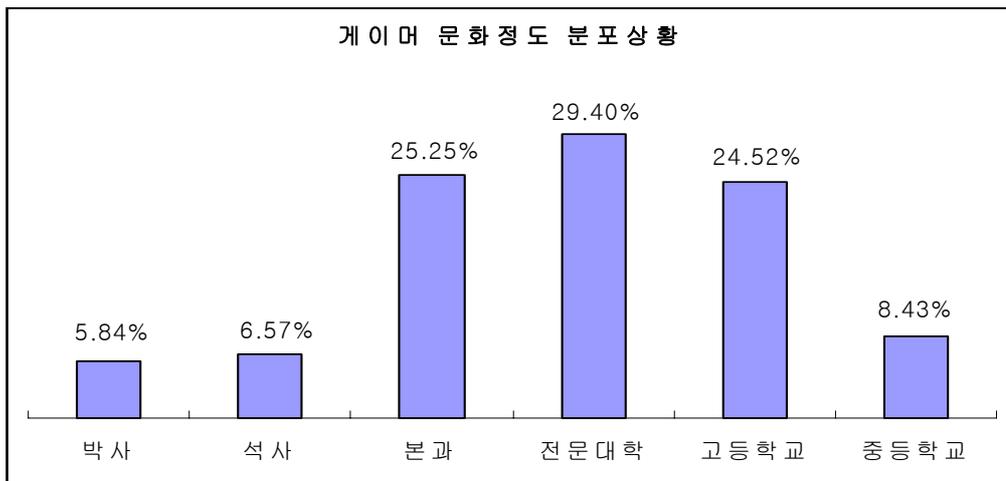
중국 온라인게임 게이머 분포지역

지역	비율	지역	비율	지역	비율	지역	비율	지역	비율
북경시	23.64%	길림성	3.69%	북건성	2.52%	흑룡강성	1.49%	해남성	0.18%
천진시	10.93%	상해시	5.73%	강서성	1.43%	호북성	2.84%	사천성	2.34%
하북성	4.88%	강소성	6.23%	산둥성	1.95%	호남성	2.14%	중경시	0.89%
산서성	3.18%	절강성	8.68%	하남성	1.96%	광둥성	4.28%	대만성	0.89%
료녕성	3.42%	안휘성	1.51%	내몽고	1.02%	광서	1.90%	귀주성	0.54%
운남성	0.86%	서장	0.03%	산서성	1.01%	감숙성	0.28%	칭해성	0.04%
녕하	0.10%	신강	0.26%	홍콩	0.01%	마카오	0.00%	기타	0.04%

5.4. 중국 내륙 게이머 연령 상황



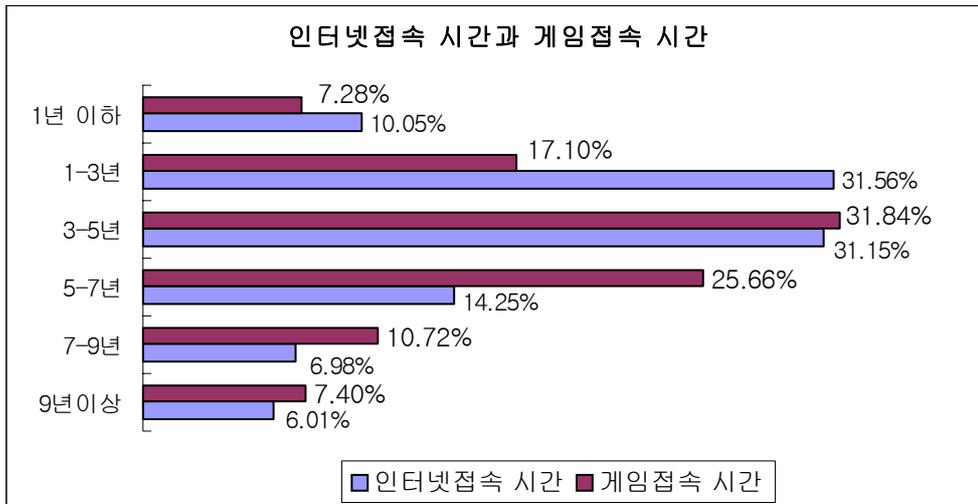
5.5. 중국 내륙 게이머 문화정도 분포상황



5.6. 중국 내륙 게이머 게임시작 한 년도 수

중국 게이머 중, 게임을 한지 1~5년 되는 게이머가 62.71%를 차지. 온라인 게이머들의 인터넷 접속 년도를 볼 때 3~7년 되는 게이머가 57.5% 차지한다.

[인터넷접속 평균 년도=5년, 평균 게임년도=4년]



자료 : 《17173第五届中国网络游戏市场调查报告》 끝.

CGW China Game News

온라인게임 상용화 유저 48.47% 성장할 듯

중국 유명 리서치기관인 이관국제(易观国际)의 발표에 의하면 2004년 온라인게임 유저 규모는 2,400만, 그 중 상용화 유저가 1,210만으로 전체 유저의 50.4%를 차지했다.

온라인게임 유저들은 기타 인터넷 부가가치 서비스에 비해 고정성이 높다. 반면 시간의 흐름에 따라 새로운 유저들이 추가되고 있다. 이관은 2005년 중국 온라인게임시장 규모가 3,320만에 달해 지난해 동기 대비 38.3%, 상용화 유저 규모는 1,800만 늘어나 지난해 동기 대비 48.76% 성장할 것이라고 예측했다.

자료 : <http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/3685730.html>

미성년자 온라인게임 영상제품

새 학기를 맞이하면서 국내 청소년 인터넷생활을 반영하는 "인터넷소녀"가 국내에서 상영하게 됐다. 성따 등이 공동으로 출시한 이 영화는 어린이들의 시각에서 문제를 제기했으며, 이야기 형식으로 되어있다. 이 영화에서 어린이들은 익숙한 온라인게임 <명환귀뚜>를 볼 수 있다. 이 게임은 성따가 자체 R&D한 카툰 풍의 MMORPG게임이다.

이 게임은 청순함과 아름다움, 카툰 형의 캐릭터로 아주 귀엽다. 출시되면서 줄곧 여성유저들

의 사랑을 받고 있다. 금년 1월 <명환귀뚜>는 국가 신문출판총서로부터 "중국 민족 온라인게임 출판 프로젝트"에 포함되었다. 7월에는 문화부로부터 미성년자들에게 적합한 온라인게임 추천명단에 까지 올랐다.

<인터넷소녀>는 인터넷시대에서 교사들이 어떻게 학부모들과 힘을 모아 어린이들의 건강한 성장을 도울 수 있을 것인가를 반영했으며, 강렬한 현실주의와 예술성이 있다. 성따는 <인터넷소녀> 영화를 제작하는 과정에 많은 도움을 주었으며, 영화상영시 "<명환귀뚜>를 플레이하여 우수한 인터넷소녀가 되자"라는 주제의 이벤트를 진행했다. 또한 "성따 장학금"을 설립하여 건전한 온라인게임 문화를 이끌었다. 학생들이 온라인게임을 하면서 즐거움을 얻는 동시에 학습의 중요성을 잊지 않게 했다. 또한 학생들이 주위의 학생, 친구, 선생님들과 교류할 수 있도록 했다.

동시에 영화 <인터넷소녀>를 상영하는 일부 도시에서는 영화입장권에 따라 <나의 명환일기-我的梦幻日记> 책을 무료로 선물한다.

자료 : http://news.17173.com/content/2005-9-14/n353_269875.html

쥬유우왕 디디알 온라인게임 개발

www.9you.com이 13일 상하이에서 자체 R&D하고 지적재산권이 있는 첫 번째 대형 음악장르 온라인게임 제품 <초우지우저-상토후우쥬우토후우(超级舞者-想跳就跳), 이하 '슈퍼댄스맨' 이라 칭함>를 이달 20일 정식 오픈 한다고 발표했다.

또한 공식 사이트 <http://sdo.9you.com> & <http://ddr.9you.com>을 20일 정식 개통한다. 이 게임은 3D 사이버인물의 댄스동작을 고객이 컴퓨터 키보드 혹은 USB 단말기를 통해 컴퓨터에 연결하여 전용 디디알기기에서 자유로이 할 수 있으며, 시각향수와 신체운동의 효과를 갖고 있다. 이 RPG 아날로그 댄스동작 게임모델은 세계에서 처음이다.

<슈퍼댄스맨>은 쥬유우왕 온라인게임 개발팀이 R&D 완성한 것이다. 새로운 3D그래픽 엔진기술을 채용했으며, 사람의 동작(Motion Capture)을 채용하는 기술로 국내 댄스그룹의 댄스를 몇 백가지 편집했다. 게임 배경은 현재 국내에서 가장 시대적 특징이 있는 상하이 신토후(新天地), 충칭의 해방비석등 명승지로 만들어져 선명한 국산 특색이 있다.

20세기 90년대, TV게임기기 혹은 TV로 댄스기기를 연결하는 아날로그 댄스게임이 국내 각 지역에서 붐을 일으켰다. <슈퍼댄스맨>은 온라인게임 방식으로 게임 참여자들의 호환성을 제고했으며, 온라인게임을 다운로드하는 방식으로 댄스음악과 댄스동작을 업그레이드하는 것은 기본기술을 제고한 것이며, 신세대 온라인 댄스게임으로 만들었다.

쥬유우왕은 먼저 각 연령층에 적합한 표준버전을 출시하게 될 것이며, 유저들의 수요에 따라 점차 중 노년 유저들에게 적합한 은색버전과 어린이들에게 적합한 아동버전을 출시한다. 이 표준버전을 9월말에 클로즈베타 할 예정이며, 10월말 전에 오픈베타를 진행한다.

오픈베타버전은 30개 이상의 중문 유행 댄스곡과 200여 가지 이상의 다른 댄스를 제공한다. 300여종 이상의 사이버패션 및 각 유형의 액세서리와 기능성 도구, 풍부하고 다채로운 개인 혹은 단체댄스 모델을 제공하며 채팅 등 통신기능도 제공한다.

쥬우왕은 게임 오픈베타 후, 달마다 새로운 댄스곡과 댄스 PK 팀을 조직하여 출시한다. 사이버 애완견과 사이버결혼 등 신 기능을 제공하며, 현장녹음 및 기타 재방송기능을 제공하여 게임의 종합적인 콘텐츠를 풍부하게 한다. 동시에 쥬우왕이 정성들여 디자인한 신세대 댄스기기도 게임 오픈베타 후 시장에 선보인다. 이 댄스기기는 일반버전과 고급버전으로 구분된다. 고급버전은 20개 LED를 갖고 있어 댄스기기가 게임 중 다양한 모델의 섬광효과가 나타나게 하여 게임효과를 높인다. 불법 게임 기기제품의 출시를 방지하기 위해 데이터베이스의 인증을 받게 된다.

쥬우왕이 현재 운영하고 있는 대형 음악장르의 온라인게임 <진웨이환>과 <진우환>은 중국 국내 온라인게임의 새로운 한 페이지를 열게 되었으며, 서비스를 시작하면부터 현재까지 가장 인기 있는 온라인게임 제품 중의 하나에 속한다. 현재 등록유저가 5천만을 돌파했으며, 동시 온라인접속자수 40만을 돌파했다. 이로 인해 문화부로부터 첫 번째로 국내 미성년자들에게 적합한 온라인게임 제품으로 선정되었다.

특급 녹색온라인게임에 속하는 <슈퍼댄스맨>은 쥬우왕이 음악장르의 온라인게임 콘텐츠를 개척했으며, 댄스게임 유저들은 이 제품이 국내에서 새로운 캐주얼 온라인게임의 붐을 일으키게 될 것이다. 동시에 쥬우왕은 2006년 초 이 게임을 일본, 한국 및 동남아 지역을 포함한 아시아시장과 현재 패키지버전 댄스기기게임이 붐을 이루고 있는 유럽시장으로 수출할 계획이다. 쥬우왕은 국내외 매체 및 전략적 파트너와 손잡고 성공적인 결과를 기대하고 있다.



자료 : http://news.17173.com/content/2005-9-13/n424_340157.html

성따 평상첸징과 PC제품 출시

금년 3월 성따가 다원화 경영으로 식품업체와 제휴를 한 후, 9월 베이징 평상첸징(锋尚前景)사와 손잡고 <미르의 세계>를 브랜드로 한 PC부품을 제조하게 된다. 먼저 선보이게 되는 제품은 키보

드, 마우스 등의 제품이다.

2003년, <미르의 세계>는 "가장 환영받는 10대 민족게임" 1위, 2004년 "가장 환영받는 10대 온라인게임" 제4위, 2005년 6월 "상하이시 브랜드제품 100강"이란 칭호를 받았다. 따라서 <미르의 세계>는 확실한 국산 원작 온라인게임의 영향력 있는 대표 브랜드가 되었다. 현재, 이 게임은 동시 온라인 접속 55만, 등록유저 총 1억, 유동유저 2,500만이 넘는다.

성따와 평상첸징이 공동 개발, 판매하는 <미르의 세계> 브랜드 키보드와 마우스제품은 전국에서 유명한 게임과 PC부품산업이 결합하는 서막을 열었다. 두 회사는 공동 발전, 자원 공유, 각자의 장점 발휘를 원칙으로 협력하여 <미르의 세계> PC부품의 신제국을 창조한다.

베이징 평상첸징은 국내에서 풍부한 PC부품 마케팅경험과 판매망을 가진 회사다. 베이징 평상첸징은 새로운 키보드, 마우스, 두 가지 세트 총 3개 계열의 10여 가지 신제품을 <미르의 세계>를 브랜드로 하여 지속적으로 출시하게 된다. 두 회사 모두 제휴후의 <미르의 세계> 브랜드의 전망을 밝게 보고 있다.

이 프로젝트는 이미 가동되었으며, 베이징 평상첸징이 제조한 신 브랜드 <미르의 세계> 키보드와 마우스가 9월 시장에 선보이게 된다.(www.seertech.com.cn)

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-09-12/1753125099.shtml>

성따 온라인게임 지역별 경영

지난 8일, 성따 (SNDA.NASDAQ)는 자체 R&D한 두 편의 온라인게임을 지역별로 운영한다고 발표했다. 하북성, 하남성 등 10여개 도시에서 20개 기업이 운영하게 된다.

가정전략이 천천히 추진되고 있을 때 성따는 게임에서 잠재력을 발굴했다. 하지만 이러한 전략은 이 두 게임의 경쟁력이 충분할지, 지방 운영업체들이 적합한 전략을 찾아서 사라져가고 있는 이 게임을 다시 살릴 수 있을 지 등 여러 가지 도전을 겪게 된다.

온라인게임의 상업모델은 소프트웨어산업의 창조이다. 이런 모델은 신제품의 해적판을 대비했으며, 서버에 의뢰해서만 사용하는 특징은 온라인게임이 지속적으로 수익을 창출하는 것을 담보했다.

하지만 이런 성공적인 모델 자체가 해적판이다. 매크로의 존재는 이미 온라인게임산업의 문제가 되고 있다. 매크로는 소프트웨어 개발자와 운영권 소유자의 허가 없이 자체로 게임서버를 개설하여 유저들에게서 비용을 받는 것을 말한다. 때문에 매크로는 성공하지 못한 게임에는 거의 매크로가 존재하지 않는다.

성따가 운영하는 <미르 2>는 매크로 공격을 가장 많이 받은 게임이다. 성따에서 양성한 많은 유저들이 매크로와 공개서버의 차별을 알고 난 후, 일부는 성따에 비용을 지불하지 않고 가격이 낮고, 업

그레이트와 사이버 아이템을 쉽게 획득할 수 있는 매크로에 등록한다.

정부와 운영업체의 제재를 여러 번 받았지만 매크로는 계속되고 있다. 매크로의 완고하고 비열함은 온라인게임 운영업체들이 매크로가 존재하는 이유를 생각하게 했다. 답안은 매크로가 차별화된 수요를 만족시키기 때문이다. 일부 유저들은 더욱 저렴한 QQ와 같은 무료를 바란다. 지루한 레벨과정을 싫어하며, 돈을 들여 고급계좌를 사기를 원한다. 이런 수요를 매크로는 모두 만족시킬 수 있다. 매크로는 온라인게임의 정상적인 진행을 파괴하는 동시에, 유저들로 하여 정상질서를 파괴하는 쾌감을 느끼게 한다.

성따 부총재 링하이(凌海)는 "온라인게임서비스의 연속성은 그 콘텐츠와 질량을 결정, 콘텐츠의 질량은 서비스의 차별화를 결정, 서비스의 차별화는 또 서비스의 지역화를 결정한다. 현지화 서비스는 추세이며, 지역 운영업체들은 수익을 얻기 위해, 자신의 장점으로 자원을 공유한다."고 말했다.

일부 온라인게임 업체들은 벌써 이러한 유형으로 권한을 부여받았다. 소식에 따르면 왕이는 일부 도시에서 거래업체 혹은 통신운영업체가 현지 서버에 소량의 투자를 하게 한 후 로열티방식을 채용했다. 하지만 이런 시도는 여러 가지 제휴를 조정하기 위한 것과 거래업체의 충성도를 나타내기 위한 것이다. 성따의 지역화 운영모델 목적은 주로 새로운 운영방식을 탐색하기 위한 것이다.

성따의 제휴기업은 매크로의 운영모델을 참고로 장기 무료라든가 관리 면에서 사이버아이템을 구입하는 등의 방식으로 유저들을 유혹하는 시장전략을 채용할 수 있다. 관련 위험을 고려할 필요 없이 안정된 수익을 획득할 수 있다. 동시에 성따는 이 파트너들의 운영 노하우 중 좋은 계발을 얻을 수 있다. 만약, 성따가 게임운영방식에서 중대한 변화가 있다면 이런 수권제휴에서 얻은 것이라고 볼 수 있다.

성따는 이런 수권운영을 통해 매크로 경영자들을 '처벌'할 수 있다고 생각한다. 이런 제휴기업들이 현지 시장을 이해하기 때문에 더욱 쉽게 매크로를 운영하는 사람들을 만날 수 있다. 사실 매크로 경영자들이 깊숙이 숨어 있는 건 아니다. 일부 지방에서는 통신운영업체도 매크로를 운영하고 있다.

소식은 성따의 가정전략이 기술적인 곤란에 부딪히게 되었다고 한다. 2005년 2/4분기 재무보고를 보면 성따의 가정전략 핵심인 '성따박스'가 금년 연말 일지, 내년 초일지 아직 미결정이다.

때문에 성따는 기존 장점 프로젝트인 온라인게임에서 잠재력을 발굴하는 것이다. 7월 성따 사장 천텐우는 독립적인 유통회사를 설립할 것이라고 발표했으며, 모든 온라인게임 운영업체들에게 개방한다고 했다. 유통업체에서 이윤을 얻는다. 성따는 한편으로 받고 한편으로는 개방하는 전략을 세웠다.

받는다는 것은 자체가 유통망을 만들어, 기존 유통업체에 속하는 이윤을 자신의 것으로 만든다. 그러나 개방하는 것은 현재 있는 유통망의 잠재력을 발굴하는 것이고 새로운 유통망을 통하여 더욱 많은 성따 제품을 개방하는 것이다.

성따는 게임운영에서 더욱 많은 선택이 있게 될 것이다. 고부가가치가 있는 주변제품을 개발하는 것이 새로운 성장점이 될 것이다. 천텐우도 게임에 신경을 쓰지 않고 가정전략을 발전시키는데 전력을 다할 것이라고 밝혔다. 걱정되는 것이라면 왕이 등 경쟁자들이 이미 추월하기 시작했다. 천텐

초우의 선택이 얼마동안 지속될지 기대된다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-09-09/1011124780.shtml>

온라인게임 <중화영웅보-中华英雄谱> 발표

대형 애국주의 온라인게임 출판 프로젝트 <중화영웅보> 발표회가 2005년 9월 13일 베이징 중화세기단에서 열렸다. 이번 발표회에는 신문출판총서 부서장 스펡(石峰), 중공중앙선전부, 중앙문명반, 공청단중앙 등 전문가 및 학자, 신문매체 등 150여명이 참석했다.

신문출판총서와 공청단중앙 등이 주관하고 상하이 성따에서 개발한 중국 첫 대형 애국주의 온라인게임 출판 프로젝트<중화영웅보>는 중국 역사상 100명의 걸출한 인물들을 선택하여 그들의 위대한 업적을 온라인게임 형식으로 표현한 것이다. 이 게임은 신세대 미성년자들의 사상도덕건설의 수요를 만족시키며, 현재 온라인게임시장의 건강한 콘텐츠, 주요 멜로디를 발양하고, 청소년들이 즐겨듣고 보기 좋아하는 온라인게임의 공백을 메웠다.

이 프로젝트는 현재 <정허-郑和>, <레이펑-雷锋>, <뽀우정-包拯>, <정청궁-郑成功>, <웨퍼이-岳飞> 등 5개 항목을 허락했으며, 곧 운영하게 될 것이다.

현재 중국 온라인게임시장은 외국게임이 많이 점유하고 있다. 일부 내용은 청소년들에게 적합하지 않으며, 일부 게임은 레벨 업을 너무 강조하여 미성년자들을 미혹시켜 사회에 부정적인 영향을 미친다. <중화영웅보>를 개발하는 것은 신문출판총서 중공중앙국무원의 <미성년자들의 사상도덕건설을 강화하기 위한 몇 가지 의견>을 철저히 실행하기 위한 것이며, 중국 온라인게임시장 환경을 변화시키는 중요한 조치중의 하나이며, 국가 중점 인터넷 출판 프로젝트 계획에 포함되었다.

성따사가 프로젝트개발 운영사업을 전담하며, 막대한 자금을 투자하여 10년간에 이 프로젝트를 완성할 계획이다. 성따사의 총재 당준(唐骏)은 성따사는 사회, 미래에 대한 신념을 책임지고, <중화영웅보>를 개발 운영하는 것을 현재 미성년자들의 도덕교육에 대한 유익한 탐색이라고 생각한다고 했다. 공정은 미성년들의 건강 교류, 플랫폼 교류를 취지로 미성년들의 게임과정을 학습과정으로 인도하여 게임과정에 지식을 습득하게 한다.

<중화영웅보>는 건강한 오락방식을 위주로 애국주의와 중화민족정신을 반영하며, 중국의 우수한 문화를 표현하여 선명한 진(真), 선(善), 미(美)를 나타낸다. <중화영웅보>는 초등학교에서 고등학교를 상대로 한다. 다양한 연령, 성별의 어린이들의 수요를 만족시키기에 노력한다. 이 게임은 R&D과정에 청소년들의 의견을 접수했으며, 청소년의 시점에서 고려하여 청소년들이 참여하여 디자인하게 했으며, 청소년들 마음속의 진정한 영웅을 만들어 냈다.

<중화문명보>는 인간문학적성과 과학성을, 지식과 취미를 결합시켰다. 교육과 오락, 게임과 교과서를 결합, 간접적으로 건강한 사상과 도덕관념을 게임 속에 융합시켰다. 청소년들로 하여금 게임을 플레이하는 과정을 공부하는 과정으로 변화시켰으며, 미성년자들이 역사지식을 학습하고, 생활기능을

장악하며, 영웅들을 따라 배우는 가장 좋은 무대로 만들었다.



발표회

탕전은 <중화영웅보>는 선명한 5분 건강게임 개념을 갖고 있으며, R&D 성공 후 성따의 가정전략에 맞추어 추진될 것이며, 성따 박스 플랫폼을 통해 가정 유저들에게 소개될 것이고, 더욱 많은 미성년자들이 집에서 부모들과 함께 게임을 할 수 있게 한다고 밝혔다.

발표회에서 신문출판총서 전자음반과 인터넷출판관리사 부사장 커우쇼우위이는 게임개발 성공 후, 상하이로 시작으로 재학 중인 미성년자들에게 보급할 계획이라고 밝혔다. 신문출판총서에서 교육과 공청단 등 프로젝트의 효과에 따라 효과적이고 실행할 만한 방식으로 전국에 확대한다. 건강한 온라인게임 출판물로 시장을 점유하며, 녹색 인터넷 공간을 개척하고 인터넷환경을 정화하는 목적을 달성할 계획이다. <중화영웅보>의 출판은 중국 게임산업의 격식을 변화시킬 뿐만 아니라, 중국 온라인게임 원작수준을 제고하는데도 유리하다. 시범적인 작용을 하며 중국 원작 온라인게임산업의 지위와 이미지를 제고하게 된다.

9월 13일 출시된 5명의 영웅 <정허>, <러이핑>, <뽀우정>, <정청궁>, <웨이페이>의 형상은 개성이 선명하고, 이미지가 생동적이다. 카툰 풍격이 있으면서도 영웅의 기풍을 잃지 않았다.

자료 : http://news.17173.com/content/2005-9-13/n491_407555.html

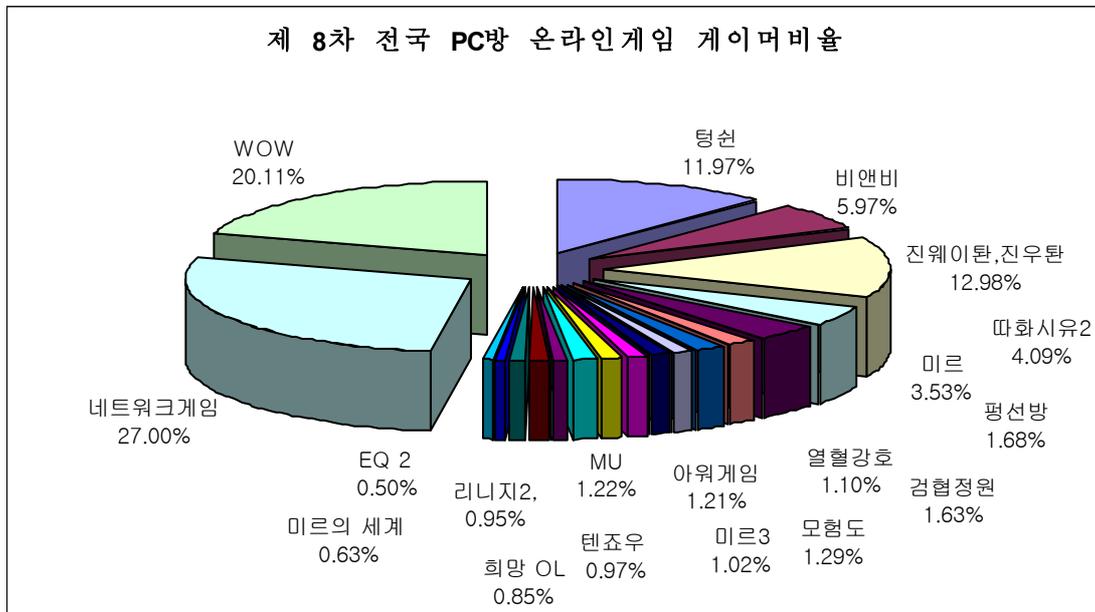
전망 전국 PC방 조사보고

2005년 8월 전망은 베이징, 선양, 지난, 광저우, 청두, 충칭, 상하이, 항저우, 우한, 쿤밍, 시안 등 11개 지역에서 동시에 PC방 설문조사를 진행했다. 300개 PC방의 21,096명을 대상으로 조사했다.

이번 자료는 신뢰할 수 있는 데이터로 게이머들이 게임에 대한 변함없는 애정을 나타냈다. 이번 조사에서 보면 전 20위 게임 중 다수가 중국 국산게임이다. 이것은 중국 국산 게임시장의 밝은 전망을

나타내고 있다.

천망의 이번 조사는 설문조사 외에 각 지역에 같은 시간에 각 PC방에 들어가 조사함으로써 게이머 수를 확실하고 상세한 데이터를 집계하여 얻은 분석보고 자료이다.



자료 : <http://games.sina.com.cn/o/n/2005-08-30/1325123568.shtml>

따탕(大唐)



	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 게임 명칭 : 따탕(大唐) ◆ 게임 종류 : MMORPG (3D) ◆ 개발 회사 : 왕이(网易) ◆ 운영 회사 : 왕이(网易) ◆ 현재상황 : 테스트 중 ◆ 공식사이트 : http://dt.163.com
--	--

<게임소개>

기원 226년, 진왕 이세민이 태자 이견성과 기왕 이원길을 죽였다. 당고조 이원은 제위를 진왕 이세민한테 넘겨주고, 이세민은 황위에 오르면서 연호를 정관(貞觀)이라고 고친다.

하지만 시세가 태평하지 못했다. 변방의 병력과 태자 이견성의 잔존세력을 깨끗이 청산하지 못했고, 신강남쪽의 민족이 두 개 세력으로 분화되고 있었다. 격투가 끊임없고 강호에는 크고 작은 일들이 계속 일어나고 있다. 천하로부터 무림에 이르기까지 강한 자가 생존하고 약한 자가 망하는 분화합병의 시기가 되었다.

이때 무림에는 5개 파가 나타났다. 먼저 소림수산(少林蜀山)과 우린타이산버이더우(武林泰山北斗)가 나타나 중원과 촉(지금 사천성 일대)을 통제했다. 모두 정의파들이다. 다음은 신강 남쪽 바이화궁(百花宮)으로 신비하고 놀라운 실력을 가지고 있다. 장백의 한빙먼(寒冰門), 서역의 텐싸맹(天煞盟)은 정의파인지 사악한(邪) 파인지 분간하기 힘들다. 이것 외 난궁쓰자(南宮世家), 퍼이러우(緋衣樓), 양위이뵤우취(揚威鏢局) 등 수많은 세력들이 있다.

각 파 지간에는 걸으면 아무 일 없는 것 같지만 뒤에선 서로를 소멸하려한다. 전임 무림의 맹주

가 은거한지 오래지만 각 파들이 서로 양보하지 않아 신 맹주를 계승할 사람이 없다. 하여 강호에는 파 사이의 격전이 성황을 이루었다.

기원 626년 가을, 이세민은 고작 연황루<炎黄录>를 찾는 사람에게 후한 예물을 주며 토지, 무림에 가장 보배로 되는 다워징<达摩经>을 선물한다고 했다. 전하는 바에 따르면 연황루는 영제, 황제에게서 전해 내려온 치국안방(治国安邦)하는 좋은 책이라고 한다. 이세민이 이 소식을 세상에 공포하자 많은 영웅호걸들이 분분이 호응했으며, 연황루를 찾는 사람은 황제가 도와서 무술계를 독점하게 한다는 등 추측을 했다. 그러나 다워징 자체가 전설속의 보배이며, 당시 달마선조(达摩祖师)의 무술학에 관한 심덕을 기록한 것이어서 세상에 돌도 없는 밀서이다.

이것은 휘황찬란한 년대이며 풍류가 종행하는 강호다. 누가 이 대지의 주인공이 되려는지?



자료:<http://dt.163.com/intro/feature.html>

중국 국제 PC방 구락부 전자경기

9월 8일 문화부는 중국 국제 PC방 구락부 리그전 기자회견을 가졌다. 이번 리그전은 문화부에서 제3차 위법 게임제품 조사처리에서 명확히 규정한 게임이벤트(전자경기 포함)는 반드시 문화부 혹은 지방 문화관리기관에 등록해야 한다는 규정을 발표한 후 개최한 첫 전자경기사합이다.

FIFA 축구시합을 위주로 일부 캐주얼게임 장르의 시합 CS, WOW 등을 보충했다. 이것은 문화부에서 전자경기 발전을 위한 조치다. 이번 리그전은 문화부 시장발전센터, 망통 브로드밴드에서 주최하고 미국 EA, 완련(万联)회사에서 협찬했다.

중국 인터넷문화산업의 대표인 인터넷박람회는 처음으로 전자경기 프로그램을 인터넷박람회의 중요한 이벤트 중의 하나로 결정하고 지도, 지원했다. 이는 정부에서 점차 전자경기 영역에 관심을 돌리고 있다는 것을 의미한다. FIFA 축구시합은 여론을 통해 장기 운영할 수 있는 시합프로그램으로 결정되었다. 뿐만 아니라 많은 사람들이 접할 수 있는 현실과 결합된 게임 중의 하나로 되었다. 회의에서 중국 국제 인터넷문화박람회의 비서처 수행주임 리위이(李伟)는 이번 PC방 구락부 리그전은 예전의

전자경기시합과 다르다고 밝혔다.

1. 시합을 통해 PC방 산업에 전반적인 변화를 일으킨다.
2. 정부정책에 따라 건강한 인터넷 문화제품경기를 추진한다.
3. 중국 자체의 세계 급 전자경기브랜드를 수립한다.

이 시합은 10월 4일 제3회 인터넷박람회 현장에서 정식 개막된다. EA-FIFA 축구 중국지역 선발시합으로 전국에서 진행되며, 5-8명의 선수를 선발하여 중국을 대표하여 12월에 홍콩에서 개최되는 FIFA축구 세계컵 아시아지역 결승전에 참가하게 된다. 선수가 있는 PC방은 전자축구 세계컵 입장권을 획득하는 외에 3-5만의 중국지역 시합 상금을 받게 된다.

리그전은 2006년 봄, 가을 개최하게 되며 개인이 등록하는 것을 접수하지 않는다. PC방을 단위로 하는 구락부가 등록해야 하며, 전년 총결승전, 계도 총 결승전, 계도 선발전, PC방 체인점선발과 PC방 별 선발시합 등 5급으로 진행된다. 리그전에서 누적된 점수로는 등급 외, 협찬업체의 제품을 싸게 구입할 수 있고 PC방 소비도 할 수 있다. 이것은 기존의 전자경기시합과 완전 다르다. 중국 자체의 국제급 전자경기시합을 만들며 전자경기의 악순환에서 벗어나 새로운 전자경기 모델을 구축할 것이 기대된다.

공식사이트 : 중국 문화시장망 : www.ccm.gov.cn

공식사이트 : www.letsgoc.com

자료 : <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=6667&lm=ywxw>

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