

The Biweekly

Taiwan Game News

2005. 10. 14. Vol.19

[CONTENTS]

기획특집

- 「인터넷 콘텐츠 등급분류 처리법(電腦網路內容分級處理辦法)」

뉴스 & 화제

- 1 3D 게임의 왕좌를 다투는 소트프월드(智冠)와 감마니아(遊戲橘子)
- 2 온라인 게임의 한류, 「Grand Chase」 11월 클로즈베타 서비스 개시
- 3 대만 모바일 부가 서비스 이용률은 낮은 편
- 4 대만 게임업체들, 중국 시장으로의 대 반격
- 5 PC방을 빌어 부활하고 있는 불법 게임

게임 순위

기획 특집

「인터넷 콘텐츠 등급분류 처리법(電腦網路內容分級處理辦法)」

* 법안 공포일 : 2004년 4월 26일/1차 수정안 공포일 : 2004년 9월 21일

<법안 수정안 설명>

인터넷 콘텐츠 등급 분류 처리법은 2004년 4월 26일 공포되었다. 본 법의 제 9조 규정에 따라 정부는 인터넷 등급 분류 서비스 기관과 협력하여 인터넷 콘텐츠를 관찰, 분류 표준 어휘를 검토, 등급 평가 및 신고 기제를 건립해야 한다. 또한 인터넷 서비스 업자는 제 10조 규정대로 본 법안이 시행된 후 18개월 이내에 인터넷 등급 분류에 관련된 준비 조치를 완성하여 등급 분류를 진행해야 한다. 기한이 만기되기 전에 반드시 다만 인터넷 협회에서 제정한 인터넷 서비스 업자 자율공약에 따라 콘텐츠 내용을 여과 혹은 신분 인증 등의 제도를 차용하여 아동 혹은 청소년이 불량 정보를 얻지 않도록 방지한다.

본 법안은 아동을 보호하고 더불어 매체의 자유를 보호하는 한편 인터넷 산업과 사용자들의 충격을 낮추기 위해 공청회를 열어 각 계의 의견을 참고하여 제 2조, 제 4조 제 6조를 수정하게 되었다.

<수정 요지>

1. 인터넷 플랫폼 제공자의 정의 수정

종전의 인터넷 정보, 전자 메일, 원문 검색 등의 인터넷 정보를 제공하는 자에서 하드웨어의 저장 공간 혹은 인터넷에서 자료를 공유하고 나누는 사이트를 제공하는 한편 웹사이트의 연결을 제공하는 자로 수정.

2. 4가지 등급을 2가지 등급으로 수정

수정 전에는 일반급, 보호급, 지도급, 제한급의 4가지로 분류하였다. 그러나 인터넷 매체는 일반 매체와 다른 특성을 가지며, 제한급과 지도급의 분류가 불분명하여 업자들이 등급 분류를 하는데 어려움을 겪고 있다. 또한 아동 및 청소년 보호법의 중점은 아동과 청소년이 제한급의 내용을 열람하지 못하도록 방지하는 것이므로 본

법안도 반드시 제한급에 그 인정 표준을 두어야 한다. 제한급 이외에 세세히 분류하는 것은 업자들의 자율을 억압하는 것이 되므로 이에 분류 등급을 두 가지로 수정한다.

3. 홈페이지 혹은 해당 웹사이트에 제한급 표시

제 4조 규정에 의해 제한급으로 분류된 인터넷 컨텐츠는 홈페이지 혹은 해당 웹사이트에 제한급 표시를 해야 한다. 제한급의 표시 그림은 아래와 같다.



<법안>

제 1조

본 법안은 아동 및 소년복지법 제 27조 3항의 규정에 의거하여 제정되었다.

제 2 조

본 법안에서 사용되는 단어의 정의는 다음과 같다.

1. 컴퓨터인터넷 : 연결 방식을 통해 웹사이트에 개방된 정보를 얻는 것.
2. 인터넷 서비스 제공자 : 인터넷 연결 제공자, 인터넷 플랫폼 제공자 및 인터넷 컨텐츠 제공자.
3. 인터넷 연결 제공자 : 전용선, 전화 모뎀의 방식으로 인터넷 연결 서비스를 제공하는 자.
4. 인터넷 플랫폼 제공자 : 하드웨어의 저장 공간 혹은 인터넷에서 자료를 공유하고 나누는 사이트를 제공하는 한편 웹사이트의 연결을 제공하는 자
5. 인터넷 컨텐츠 제공자 : 실제적으로 인터넷 정보를 제공하는 자.
6. 인터넷 등급 분류 서비스 기관 : 정부의 위탁을 받아 인터넷 컨텐츠의 등급을 분류하는 비 영리성 법인 조직.

제 3 조

인터넷 컨텐츠는 본 법률의 강제 혹은 금지 규정을 위반하면 안 된다.

제 4 조

인터넷 콘텐츠에 다음과 같은 내용이 하나라도 있으면 아동 및 청소년의 정서 발육에 해가 있는 것으로 간주하여 제한급으로 분류하며, 만 18세 미만은 열람할 수 없다.

1. 도박, 마약 복용, 마약 판매, 강도, 납치, 살인 및 기타 범죄행위에 대한 지나친 묘사.
2. 자살 과정에 대한 지나친 묘사.
3. 강력한 공포, 선혈, 난폭, 변태적인 내용을 담아 성인들에게나 적합한 것.
4. 동작, 영상, 언어, 문자, 대사, 소리, 그림, 촬영 혹은 기타 형식으로 성행위, 외설적인 내용 혹은 인체의 성기를 묘사하였으나 일반 성인들이 수치심 혹은 거부감을 일으키지 않을 만한 것.

제한급이 아닌 인터넷 콘텐츠 역시 부모 혹은 보호자가 함께 열람하여야 함.

제 5 조

플랫폼 제공자, 콘텐츠 제공자가 인터넷 채팅 룸, 게시판, 자료실 혹은 기타 비슷한 기능을 제공하려면 반드시 관리원을 세웠는지 여부와 이용할 수 있는 연령을 표시하여야 한다.

제 6 조

제한급으로 분류된 콘텐츠는 반드시 그 홈페이지 혹은 해당 웹사이트에 제한급의 표시를 해야 한다. 제한급의 표시는 아래 그림과 같다.



제 7 조

플랫폼 제공자가 만 18세 미만의 열람(이용)을 제한할 때는 반드시 등급 분류 보조 조치를 제공하여야 한다.

제 8 조

인터넷 서비스 제공자는 정부 기관 혹은 정부 위탁 기관을 통해 인터넷 콘텐츠(내용) 위법 혹은 본 법규의 규정을 위반하였음을 통지 받았을 때는 반드시 다른 정보 취득, 열람 조치를 제한하거나 혹은 그 내용을 옮기거나 삭제해야 한다.

제 9 조

정부는 인터넷 등급 분류 서비스 기관과 협력하여 인터넷 콘텐츠를 관찰, 분류 표준 어휘를 검토, 등급 평가 및 신고 기제를 건립해야 한다. 또 정부 주요 관리 기관은 인터넷 서비스 제공자가 인터넷 콘텐츠 등급 분류 제도를 건립하도록 선도 혹은 격려해야 한다.

제 10 조

인터넷 서비스 제공자는 본 법령이 시행되는 날부터 18개월 내에 인터넷 등급 분류와 관련된 준비 조치를 완성해야 하여 등급 분류를 진행하여야 한다. 기한이 만기되기까지, 반드시 대만 인터넷 협회에서 제정한 인터넷 서비스 업자 자율공약에 따라 콘텐츠 내용을 여과 혹은 신분 인증 등의 제도를 차용하여 아동 혹은 청소년이 불량 정보를 얻지 않도록 방지한다.

제 11 조

본 법령은 공포일부터 시행된다.

News & issue

3D 게임의 왕좌를 다투는 소프트월드(智冠)와 감마니아(遊戲橘子)

소프트월드 및 감마니아는 올해 사사분기에 3D 게임으로 정면 대결을 펼치게 된다. 소프트월드의 자회사인 智凡迪가 대리하고 있는 유명한 3D 게임 「월드 오브 워크래프트(魔獸世界)」가 10월 5일 정식으로 오픈베타 서비스를 개시하면서 게임 시장 및 소비자들에게 열렬한 반응을 얻고 있다. 또 다른 3D 대작 게임을 보유하고 있는 감마니아는 올 연말에 최신 자료를 선보일 계획으로, 최근에는 마케팅 비용을 확충하여 텔레비전 광고를 내보내 감마니아의 팬들의 마음을 붙잡으려 노력 중이다.

智凡迪의 「월드 오브 워크래프트(魔獸世界)」는 지난주 오픈베타 서비스 개시 후 짧은 3일 동안 30만 회원을 돌파하였고, 동시 접속자 수도 10만 명을 넘어섰다. 「월드 오브 워크래프트(魔獸世界)」는 유럽과 미국, 중국 및 한국 등지에서 상당히 인기 있는 게임으로, 전 세계 유료 회원만도 4백만 명에 달한다.

이러한 이유로 「월드 오브 워크래프트(魔獸世界)」가 대만 시장에 정식으로 진출한 이후, 3D 게임이 2D 게임을 초월하여 주류 상품이 될 수 있을지에 대한 하나의 시범 케이스로 간주되고 있으며, 대만의 대표 게임업체인 소프트월드가 다시 한 번 최고 지표를 달성할 수 있을 지의 문제도 꾸준히 주목을 받고 있다.

吉恩立數位科技는 중량급의 3D 게임인 <리지니2>를 보유하고 있는데, 일 년 전에 출시된 이 게임의 동시 접속자수는 9만 명이 넘는 대만 시장에서 가장 환영 받는 3D 게임이다. 최근 2주 동안 <리지니2>의 동시 접속자수는 약간 감소하였다. 이에 대해 吉恩立數位科技의 류백원 사장은 <월드 오브 워크래프트>의 영향으로 <리지니2>의 회원이 줄긴 했지만, 그러나 두 게임이 모두 3D게임이긴 하지만 게임 방법이 다르므로, 회사 측에서는 걱정하지 않고 있다고 전했다.

회원들의 충성도를 굳히기 위해 吉恩立는 최근 대대적인 마케팅 전을 펼치고 있으며, 사사분기에는 새로운 자료 영상으로 우세한 상황을 만들길 기대하고 있으며, 최근 마케팅 비용을 NT\$ 2천만 원이나 증가시켰다. 또한 소프트월드는 <월드 오브 워크래프트>의 기반을 다지기 위해 1분짜리 텔레비전 광고를 내보내고 있다.

두 업체의 불꽃 튀는 마케팅 경쟁은 모두 3D 게임의 왕좌를 차지하기 위한 것이다. 3D 게임은 가격의 문턱이 높고, 게임을 하기위해 필요한 조건이 까다롭다. 유저들의 허브가 제한되어 있어 3D 게임을 즐길 수 있는 숫자도 고정되어 있으므로, 업자들은 부득불 각종 마케팅 활동으로 유저들을 모아야 하는 것이다. 현재 <리니지2>의 정가는 NT\$ 480원이며, 소프트월드의 <월드 오브 워크래프트>의 요금은 NT\$ 450원으로 정해질 예정이다.

야후 신문 사이트 10. 11

<http://tw.news.yahoo.com/051011/19/2e8ui.html>

News & issue

온라인 게임의 한류, 「Grand Chase」 11월 클로즈베타 서비스 개시

온라인 게임은 최근 몇 년 동안에 걸쳐 게임의 주류가 되었으며, 매년 15~20가지의 새로운 게임이 출시되고 있다. 그러나 이러한 성장 속도는 이미 느려지고, 시장 경쟁은 나날이 치열해져, 최근 온라인 게임은 계속해서 '평생 무료'라는 구호를 앞세워 유저들을 모으고 있다. 한국의 <Grand Chase>의 라이선스를 취득한 대만의易吉網은 11월부터 클로즈베타 서비스를 시작하며, 앞으로 무료로 서비스될 예정이다.

대만의 온라인 게임은 70~80% 가량이 모두 한국 게임으로, 역사가 오래된 <리니지>부터 지금의 <메이플 스토리>가 한국에서 제작된 것이다. 감마니아의 허덕잠(許德箴) 공공관계 주임은 한국이 온라인 게임의 강국이므로 한국 시장의 경쟁이 더욱 치열하여 이러한 무료 서비스 경영 방식이 생겨나게 된 것이며, 최근 대만의 온라인 게임 성장이 느려진 이유로 이러한 무료 바람이 대만에까지 불게 되었고, 이 같은 무료 게임은 더욱 더 많은 유저들을 모으기 위한 것이라고 설명했다.

허덕잠 주임은 최근의 <메이플 스토리>, <열혈강호>, <free style> 같은 게임은 모두 무료 서비스로 유저들을 모으고 있으며, 아이템 물에서는 장식성의 장비 및 소모성 약물 등을 판매하여 유저들로 하여금 게임에 몰두하도록 하고 있다. 또한 현금으로 중요한 무기를 살 수 있도록 한다면 공정성을 잃게 되므로, 아이템 물에서 판매하는 아이템은 어디까지나 게임의 공정성 유지에 그 전제 조건을 두고 있다.

대만 易吉網은 격투 온라인 게임인 <Grand Chase>의 대리권을 획득하여 11월 중순에 클로즈베타 서비스를 개시할 것이며, 클로즈베타 서비스 기간 동안 격투 시합의 신청을 받아 시합에서 이긴 유저에게는 고액의 상금 혹은 상품을 나눠줄 계획이다. <Grand Chase>는 한국에서도 무료 서비스 되고 있으며, 대만에서도 무료 서비스 될 것으로, 유저들은 무료로 즐겁게 게임을 즐길 수 있을 것이다.

야후 신문 사이트 10. 05

<http://tw.news.yahoo.com/051005/47/2di7k.html>

대만 모바일 부가 서비스 이용률은 낮은 편

자 책회 상무연구소 조사 결과에 따르면, 응답자들 가운데 최근 1달 동안 휴대폰의 부가 서비스를 이용한 경험이 있는 응답자는 겨우 4분의 1이며, 과반수가 넘는 응답자들이 ‘다운로드 받은 후 사용하지 않는’ 것으로 나타났으며, 매달 평균 5번 이상 이용하는 응답자는 23%를 차지하여, 응답자들의 휴대폰 부가 서비스 이용률이 낮은 것을 알 수 있다. 이러한 낮은 이용률은 지나치게 높은 이용료, 느린 전송 속도, 사용의 불편함이 그 주된 원인으로 밝혀졌다.

이번 조사에 참여한 응답자는 모두 961명으로, 조사 기간은 올해 6월 27일부터 7월 27일 이었으며, 대만 지역의 모바일 부가 서비스와 휴대폰 주변을 그 조사 대상으로 하여 진행되었다. 조사기관은 자책회 ACI-IDEA-FIND 웹사이트, 감마니아와 대만 易吉網이다.

휴대폰의 각종 부가 서비스는 WAP, GPRS, 이미지 다운로드, 무선 인터넷, 3G 응용 서비스, MMS 멀티미디어 서비스 등을 포함하고 있다. 이번 조사의 응답자들 가운데 한 달 안에 부가 서비스를 이용한 경험이 있는 응답자는 겨우 26.94%에 달했으며, 사용자의 29.16%는 예전에 이용한 적이 있지만 최근 한 달 동안은 이용하지 않았다고 답했다. 약 38%에 해당하는 응답자들은 휴대폰의 부가 서비스에 대해 낙관적인 태도를 보였다. 그 밖에 6%에 해당하는 응답자들은 예전에도 이용하지 않았으며 앞으로도 이용하지 않을 것이라고 답했다.

이번 조사에 따르면, 최근 한 달 내에 휴대폰 부가 서비스를 이용한 응답자들은 주로 21~31세의 전문대 이상의 학력을 가진 남성이며, 산업별로는 학생과 전문직, 과학 및 기술 분야 종사자들이 주류를 이루고 있으며, 직업별로는 기술직, 관리직, 사무직 등이 가장 많았다.

최근 한 달 동안 휴대폰 부가 서비스를 이용한 응답자들 가운데 ‘예전에 다운로드를 했지만, 그 것을 자주 이용하지 않는다.’라고 대답한 응답자가 54.11%로 가장 많았으며, ‘매 달 한 번씩 이용한다.’라고 대답한 응답자는 13.19%이고, ‘매달 2~5회 정도 이용한다.’라고 대답한 응답자는 9.58%로, 모바일 콘텐츠를 고도로 응용하고 있는 일본과 한국에 비하면 그 차이는 여전히 크다.

이용 횟수가 적을 수밖에 없는 요인으로는 주로 휴대폰 부가 서비스의 콘텐츠 자체에 문제가 있다고 대답하였는데, 그 중 응답자는 35.58%가 턱없이 비싼 요금 때문이라고 답하였고, 응답자의 25%는 휴대폰으로 다운로드하는 속도가 일반 인터넷(유선)에 비해 느리기 때문이라고 답하였다. 또한 휴대폰 부가 서비스의 조작방식에 문제가 있다고 지적한 응답자도 있었는데, 그 중 29%의 응답자 부가 서비스를 다운로드하는 방법을 모른다고 답했고, 25.71%의 응답자는 다운로드 과정이 지나치게 복잡하다고 답하였다.

휴대폰 부가 서비스의 요금에 대해 51.31%의 응답자가 매달 NT\$200원 이내의 요금이 라면 이용할 것이라고 답했지만, 여전히 23.33%의 응답자들은 부가 서비스를 사용할 계획이 없다고 답했다. 그 밖에 8.48%의 응답자들은 양질의 콘텐츠라면 금액에 상관 없이 이용할 의향이 있다고 답했다. 휴대폰 부가 서비스의 콘텐츠 응용과 요금에 대한 의견이 왜 이처럼 양극화된 반응을 보이는 것일까? 이에 대해 자책회는 전신업자들이 휴대폰의 통화 수익에만 관심을 기울이고 성장 공간이 더욱 큰 콘텐츠 수익을 등한시 하고 있어 국내 모바일 무선 인터넷과 부가 서비스가 한국과 일본처럼 발전할 수 없도록 하고 있다고 지적하며, 현재 대만 국내 휴대폰 부가 서비스의 콘텐츠와 항목이 빈약하여 휴대폰 이용자들의 소비 심리를 이끌어 내지 못하고 있으므로 앞으로 더욱 더 이러한 부분에 대해 노력해야 한다고 지적했다.

야후 신문 사이트 9. 29

<http://tw.news.yahoo.com/050929/43/2cu52.html>

대만 게임업체들, 중국 시장으로의 대 반격

수년 전 감마니아는 일본, 한국 시장 진출에 실패하여 큰 폭의 주가가 하락을 경험하였고, 소프트월드는 <라그나로크>의 중국 대리권을 현지 업체에게 빼앗겼다. 이처럼 국내 게임업체의 해외 시장 진출은 번번이 실패하였다. 그러나 올해 사사분기부터 내년까지 국내 게임 업체들의 중국을 향해 대대적인 반격을 진행할 예정이다. 그 중 소프트스타(大宇資訊)의 자체 제작 온라인 게임인 <비천력험(飛天歷險)> 및 소프트월드(智冠)의 <삼국군영전(三國群英傳) Online>은 사사분기부터 중국 시장에서 1천만 위엔 이상의 이익을 올릴 것으로 전망되며, 감마니아의 자체 제작 게임인 <선모도(仙魔道)> 역시 중국 시장에 진출할 예정으로, 내년 하반기의 영업수익 및 이윤획득에 있어 5% 정도의 증감 효과를 나타낼 것으로 전망된다.

유저들의 감소와 국내 대리 게임 수량의 격증, 5년 내에 두 배 이상으로 오른 권리금, 예전에 비해 30%이상 증가한 마케팅 원가 등으로 인해 국내 각 게임 업체들의 삼사분기 영업수익은 작년 같은 기에 비해 감소하였다.

감마니아의 삼사분기 영업수익은 NT\$ 13억4천 7백만 원으로 작년 같은 기에 비해 13.47% 감소하였고, 소프트월드의 상반기 주식 잉여는 0.52원으로 40%이상 하락하였다. 그러나 사사분기부터 소프트월드가 중국에서 <삼국군영전(三國群英傳) Online>을 서비스하기 시작했는데, 현재 동시 접속자 수도 이미 8만 명을 넘어섰고, 11월부터 유료화로 전향한다면 회원 수는 25만 명에 달할 것으로 전망된다. 소프트월드는 회원들에게 월정액으로 40위엔의 요금을 부과할 예산으로 모두 계산하면 3천만 위엔이며, 이 중에서 필요한 원가를 제한하고 해도 얻어지는 이익은 1500만 위엔 이다.

소프트스타의 자체 제작 게임인 <비천력험>은 대만과 홍콩에서 유료화 된 후 현재 중국 지역에서 정식으로 대규모의 오픈베타 서비스를 개시하여 많은 유저들을 모으고 있는데, 현재 회원 수만도 50만 명에 달한다.

중시(中時) 디지털 신문 10. 12

<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/newslist/newslist-content/0,3546,120508+122005101200523,00.html>

PC방을 빌어 부활하고 있는 불법 게임

타 이베이시 경찰의 대대적인 단속에도 불구하고 최근 많은 불법 오락 업자들의 눈속임 영업이 성행하고 있음이 밝혀졌다. 경찰은 이미 타이베이시 동구의 변두리(외곽)지역에서 이러한 영업이 자행되고 있음을 확인하고 조사를 진행하고 있다.

경찰 조사에 따르면 예전에는 이러한 불법 오락기 영업장이 대부분 인파가 많은 상업 구역 내에 ‘PC방’ 혹은 ‘인형 뽑기 전문점’으로 가장하여 밀실을 만들어 불법 운영을 하였고, 근래에 경찰의 대대적인 단속으로 거의 종적을 감추었었다. 그러나 최근에는 상업 중심가 혹은 인파가 많은 곳을 떠나 경찰이 주의하지 못할만한 변두리(외곽)지역으로 옮겨 단골들을 상대로 영업을 계속하고 있으며, 절대적으로 안전하다고 선전하는 여유까지 보이고 있다. 이에 대해 경찰은 불법 오락기 영업장을 철저히 뿌리 뽑겠다고 선언하였다.

조사에 따르면 이러한 불법 오락장의 형태는 많이 변화하여 현재는 컴퓨터로 오락기를 조정하고 있으며, 슬롯머신, 마작, 블랙잭 등과 같은 기종을 제공하여 도박을 진행하도록 하고 있다.

경찰은 많은 오락기 영업장 업주들이 게임기에 경제부에서 허가를 얻은 47가지 종류의 합격 표식을 붙여놓아 도박성 게임기 여부를 판단하는데 상당한 어려움을 겪고 있으며 도박성 게임기를 압수하는 데도 어려움을 더하고 있다. 타이베이시 상업관리처는 타이베이시에 합법적으로 등기 처리된 전자 게임장은 단지 11곳으로 그 중 만화구에 6개 업소, 송산구에 2개 업소, 중산구와 대동 및 대안구에 각 1개 업소가 분포되어 있으며, 등기 자료에 의하면 동구에는 단지 3개 업소가 위치하고 있다고 전했다.

타이베이시 정부는 장기간 영업 자격을 정지시켰던 것이 오히려 많은 업자들이 지하영업을 하며, 슈퍼마켓, 인형 뽑기 전문점 혹은 PC방 등의 방식으로 눈속임을 하도록 야기하였고, 경찰은 이미 이러한 눈속임 영업장에 대해 대대적인 단속을 진행하고 있으며, 이와 동시에 업자들의 개선을 호소하고 있다.

중시(中時) 디지털 신문 10. 11

<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/newslist/newslist-content/0,3546,130503+132005101101000,00.html>

게임 순위

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	Princess Maker 4	PC	GAINAX
2	World of WarCraft (WOW)	PS2	Blizzard
3	真·三國無雙 4 猛將傳	PS2	KOEI
4	DRAGON BALL Z Sparking!	PS2	Spike
5	Super Robot Wars 大戦 J	GBA	BANPRESTO
6	NBA LIVE 06	PS2	EA
7	N A R U T O	PS2	BANDAI
8	Ape Escape 3	PS2	SCE
9	Tales of Legendia	PS2	NAMCO
10	Neosphere of The Deep-blue sky	PC	工畫堂
11	FreeStyle	PC	Joy City Entertainment
12	NBA LIVE 06	PC	EA
13	건담 SEED DESTINY ~ GENERATION of C.E. ~	PS2	BANDAI
14	Urban Reign	PS2	NAMCO
15	Fable: The Lost Chapters	PC	Lionhead Studios
16	吸血姬夕維 ~ 千夜抄 ~ 중국어 버전	PC	Gene X
17	RAIDEN 3	PS2	TAITO
18	The Sims 2 Nightlife	PC	Maxis
19	MotoGP4	PS2	NAMCO
20	Rhapsodia	PS2	KONAMI



▲ 열혈강호



▲封神2：仙界傳



▲ 信長の野望 Online

【 온라인 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	World of WarCraft (WOW)	PC	Blizzard
2	FreeStyle	PC	Joy City Entertainment
3	Lastworld	PC	NAKO
4	封神2 : 仙界傳	PC	
5	Battleground Europe	PC	Cornered Rat Software/Playnet Inc.
6	KING of KINGS 2	PC	雷爵
7	Elysium Online Ver. 4.0	PC	와이
8	Seal Online	PC	Sunny YNK / GRIGON
9	실크로드 : 돈황연곡	PC	Joymax
10	신절대쌍교 온라인	PC	宇峻
11	首都高Online	PC	元氣
12	旺來瘋狂接龍	PC	億泰利多媒體
13	Elektra : Ninja Assasin	PC	福斯電影
14	Survival Project	PC	Hanbit Soft / IO ENTERTAINMENT
15	Heat Project	PC	Doobic
16	遊戲大排檔 Online	PC	觀天下
17	EverQuest II / EQ2 / EQ II	PC	Sony Online Entertainment
18	N-age ver 3.5	PC	esofnet
19	ASGARD	PC	NEXON
20	Ultima Online: Samurai Empire	PC	EA Games



▲ 亂舞三國 Online



▲ 삼국영웅전 군웅쟁패



▲ 神武Online

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