

The Biweekly

Taiwan Game News

2005. 12. 23. Vol.24

[CONTENTS]

기획특집

- 2005년 회고 - 대만 게임 시장 현황 (3)(4)

뉴스 & 화제

- 1 WIFLY 무선 인터넷으로 '인터넷 신도시'로 발돋움한 타이베이시
- 2 대만 최초 모바일 인터넷 게임 <삼계전설(三界傳説)>
- 3 온라인 게임 산업, 내년에는 바닥을 벗어날듯
- 4 '戲谷 FunTown'을 매입한 和信超媒體(GigaMedia)

게임 순위

기획 특집

2005년 회고 - 대만 게임 시장 현황 (3)(4)

<대만 게임 산업 시장 현상 (3) - 플러그인>

사 기, 속임수, 허술함, 대충대충, 불량품 판매. 이것은 늘 대만 신문의 사회면을 장식하고 있으며, 심지어 가상현실인 게임 세계에까지 이러한 현상들이 벌어지고 있다. 게임 업체들은 게임을 설계하고 경영할 때 반드시 이를 주의해야지만 합법적인 유저들에게 권익을 보장해줄 수 있다.

게임의 수명을 저해하는 플러그인

소위 말하는 플러그인은 정상 게임 이외의 보조 프로그램을 가리킨다. 이러한 프로그램의 도움으로 유저들은 정상 유저들보다 더 많고 더 강한 능력을 얻게 된다. 예를 들어 정상 유저들은 게임 세계의 맵에 의해 한 걸음 한 걸음 나가야 한다면 플러그인을 사용하는 유저들은 어떤 지점으로 바로 이동할 수 있다. 심지어 플러그인은 유저가 게임을 하지 않아도 게임 캐릭터가 스스로 걷고, 몬스터를 죽이고 연습을 하는 경지에 까지 발전되었다. 간단히 말하면 이런 플러그인을 사용하는 것이 바로 속임수인 것이다.

플러그인은 편리하지만 게임의 공정성을 심각하게 파괴하고 있다. 다른 유저들이 힘들게 연습하여 쌓은 성적을 플러그인을 사용하면 일주일 안에 손쉽게 얻을 수 있다. 플러그인의 범람은 게임의 수명을 대폭 단축하였다. 게임 업체가 원래 반년 정도이면 충분할 것이라 예상했던 게임 내용을 유저들이 플러그인을 사용하여 한 달 안에 모두 끝내게 된다. 게임 아이템 등의 물가도 플러그인에 의해서 쉽게 높아진다.

플러그인의 범람과 전문화

게임 업체의 권익에 대한 플러그인의 침해가 상당하다고 해도 플러그인을 사용하는 것은 이미 대만 온라인 게임에서 보편적인 현상으로 자리 잡았고, 중구 및 홍콩의 상황도 대만과 비슷하다. 그러나 일본, 유럽, 미국, 한국에서는 그렇게 심각하지 않다.

게임 업체는 플러그인을 사용하는 유저들을 잡고 있지만 게임을 즐기는 유저들은 몇 천 명이므로 게임 관리자들이 일일이 이를 잡아내기는 불가능하다. 게임 프로그램을 수정해 플러그인을 막는 것도 좋은 방법이지만 하나 플러그인도 게임과 함께 업그레이드되므로 영원히 끊이지 않는 전쟁이 되었다.

일부의 기능이 막강한 플러그인은 유료로, 해커집단은 이를 통해 불법 이익을 챙기며, 플러그인 현상은 점차 전문화, 기업화 되고 있다. 게임 업체는 늘 많은 힘과 노력을 기울여 해커 집단에 대항하고 있다.

잡아도 잡아도 끝이 없는 플러그인

게임은 원래 여가 오락의 일종으로 승부 자체가 유일한 목표가 될 수 없다. 그러나 만약 게이머들이 승부욕으로 늘 이기기만을 바라고 짧은 시간 안에 공력을 쏟으려 한다면 플러그인의 유혹을 뿌리치지 못하게 되며 심지어는 플러그인을 사용하여 속임수를 쓰게 되는 것이다. 「걸리는 사람이 재수 없는 사람」, 「게임 업체가 플러그인을 막지 못하니까 플러그인을 사용한다고 해도 탓하지 말라」 등의 옳지 않은 태도 역시 만연되고 있다.

게임 업체는 일반적으로 플러그인을 사용하는 유저를 발견하면 게임 권한을 정지시키고 일정기간동안 게임을 진행하지 못하도록 하고, 아이템을 복제하는 등의 정도가 심한 플러그인을 사용한 유저는 게임 권한을 영원히 박탈한다. 그러나 플러그인은 잡아도 잡아도 끝이 나지 않는 것이 사실이다. 어떤 유저들은 플러그인을 사용하다 게임 관리자에게 발각되어 권한이 정지당한 후에도 플러그인 사용 사실을 절대 인정하지 않기도 하고, 어떤 게임은 결국 플러그인을 사용하지 않으면 바보취급을 당하는 정도에 까지 이르렀다. 이처럼 불공평한 결과는 속임수를 쓰지 않는 유저들로 하여금 게임을 할 수 없게 만들고 있다.

대만 시장의 미래 변화

일반적인 대만 게임업체는 유저들에게 엄격한 처벌을 할 수 없다. 그 이유는 우선 첫째로 많은 유저들의 연령이 낮기 때문에 유저 스스로 개과할 수 있도록 선도해야 한다. 둘째로는 많은 유저들의 가입 정보가 정확하지 않기 때문에 일부 좋지 않은 유저들이 대량의 아이디를 가지고 플러그인 사용 및 복제 등의 속임수를 쓰기 때문에 아이디를 막는다고 해도 그 효과가 크지 않다는 것이다. 마지막으로 게임 업체들 스스로 대량의 유저를 잃을 것을 두려워해 엄격한 처벌을 하지 않는다는 것이다.

그러나 게임 업체는 플러그인 문제를 방관해서는 안 될 것이다. 미래에는 유저들의 가입 정보를 엄격히 심사, 검토하여야 한다. 비록 많은 시간이 소요되어 불편을 가져올 수도 있지만 장기적인 안목으로 본다면 이러한 엄격한 심사, 검토가 게임 업체와 유저 모두에게 더욱 튼튼한 보장이 될 것이다. 유저들이 큰 소리로 자신의 권익을 외치고 있지만, 사실 게임 업체의 권익도 마찬가지로 중요시 되어야 한다. 양자의 권익이 모두 지켜질 때 더욱 좋은 게임 환경이 이루어질 것이다.

<대만 게임 산업 시장 현황 (4) - 무료게임의 유목민족(遊牧民族)>

「물과 초원을 따라 거주(逐水草而居)」란 말은 유목민족을 묘사하는 말이다. 그러나 현재 온라인 게임 시장에도 「무료게임을 따라 거주(逐免費遊戲而居)」하는 유저들이 생겨나 게임 시장의 특수 생태를 형성하게 되었다.

많은 무료 테스트 게임

새로운 게임이 정식으로 출시되기 전에는 모두 일정 기간의 테스트 기간이 있다. 이러한 테스트는 규모가 비교적 작은 ‘Close Beta’와 규모가 큰 ‘Open Beta’를 포함해, 약 2~3개월에 걸쳐 실시된다. 테스트의 목적은 프로그램의 Bug 및 시스템의 안정성 및 동시 접속 인원수의 능력을 시험하기 위함이다.

이러한 테스트 기간은 게임 프로그램을 시험하기 위함이므로 게임 내용이 불완전하고 시스템도 비정기적으로 조정해주어야 하므로 유저들에게 무료로 서비스를 제공하고 있다. 또한 게임 업체들도 이러한 무료 서비스를 토대로 더욱 많은 유저들을 모아 차후에 유료화가 되어도 일정수의 기초 유저를 확보하길 희망하고 있다. 일반적으로 게임이 무료에서 유료화 되면 회원이 줄어들기 마련인데, 어떤 때는 무료 테스트 기간에도 유저의 수가 많지 않아 게임 업체가 감히 유료화 하지 못하는 경우도 있다.

그러나 최근 일이년 동안 온라인 게임의 신상품 수량이 빠른 속도로 증가하면서 거의 한 달에 하나의 새 게임이 등장하게 되어, 게임 시장에 끊임없이 무료 게임이 등장하는 현상을 야기시켰다. 유저들은 하나가 끝나면 또 하나의 무료 게임을 찾아 계속해서 무료 게임만을 즐기고 있다. 이는 마치 물과 초원을 따라 거주하는 유목민족과 같아 유저들은 무료 게임이 있는 곳으로 이동하는 무료 게임 유목 민족이 되었고, 게임 업체가 돈을 벌기는 점점 더 힘들게 되었다.

유목민족이 증가할수록 경영의 어려움은 더해진다.

대만 시장의 「무료게임을 따라 거주(逐免費遊戲而居)」하는 유목민족은 대략 2003년에 대량으로 출현했는데, 그 해의 많은 게임들이 다음과 같은 동일한 상황에 부딪히게 되었다. 무료 테스트 기간에는 동시 접속자 7, 8만 명의 좋은 성적을 세웠으나 유료화된 이후에는 회원수가 대폭 감소하였고, 심지어 어떤 게임은 만 명 이하로 감소되었다.

이처럼 큰 인원수의 차이는 게임 업체의 경영상이 어려움을 야기시키고 가장 직접적으로는 하드웨어 투자의 낭비인 것이다. 무료 테스트 기간에 대량의 유저들을 받아들이기 위해서 게임 업체는 반드시 충분한 하드웨어 설비를 제공해야 한다. 그렇지 않으면 게임이 너무 붐비거나 연결 품질이 좋지 않아 많은 원성을 살 수 있기 때문이다.

그러나 유료화 후에 유저들이 빠져나가면서 하드웨어 및 케이블 비용이 낭비되게 된다. 이러한 문제를 해결하는 방식은 게임 업체가 언제라도 하드웨어를 예비해 놓고 유저들이 폭발적으로 증가하면 즉시 서버를 증가하거나 혹은 서버를 빌리는 방식으로 유저들이 빠져나가면 다시 돌려주는 것이다.

게임 서버는 유저들이 너무 적어도 유저들간의 호응성을 떨어뜨리고, 게임을 재미없게 하여 악순환을 계속하도록 한다. 일반적으로 게임 업체는 언제든지 서버를 합병할 수 있지만 애초에 설계할 때 반드시 이 같은 가설 문제를 고려해 넣은 것이 전제가 되어야 한다. 그렇지 않으면 합병이 불가능 하다.

이러한 현상은 2004년까지 계속된 것은 물론 2005년에는 더욱 심화되었다.

첫째, 무료 테스트 게임이 너무 많은 관계로 유저들이 무료 게임에서 또 다른 무료 게임으로 옮겨가면서 종전의 유료 유저까지 끌어가 게임 업체는 돈을 벌지 못하고, 심지어 무료 게임 간의 상호경쟁으로 게임을 테스트하는 유저도 예전처럼 집중되지 않아 7, 8만 명에 달하던 새로운 게임의 동시 접속자 수가 3만 명을 초과하는 것도 어렵게 되었다.

둘째, 유저들의 선택의 폭이 넓어진 이유로 게임의 수명이 단축되었고, 유목민족의 이동 속도 역시 가속화되어, 한 게임에 한두 달 정도만 머물다가 유료화되기 전에 다른 무료 게임으로 이동한다.

셋째, 출시된 후 성공을 거두지 못한 게임은 빠르게 새로운 게임에 밀려 쉽게 사라지게 된다.

게임 업체의 대응 방안

게임 업체는 이러한 상황에서 다음과 같은 대응 방안을 마련하게 되었다.

첫째, 게임 업체는 무료 테스트 기간 동안 상품을 포장하여 판매하는데 이때 아이템을 증정하여 유저들의 이목을 집중시켜 게임을 구매하도록 한다. 이러면 무료 테스트 기간에도 영업 수익을 올릴 수 있다.

둘째, 테스트 이후 시장 반응이 좋지 않은 게임은 아예 철저히 고쳐 유료화하는 것을 포기하고 부가 서비스(加價服務)를 제공하는 형식으로 변환한다. 예를 들어 게임은 무료지만 아이템이나 장비는 유료화 하는 것이다.

셋째, 게임의 연구, 개발 단계에서부터 무료 게임으로 계획하여, 장비를 판매하는 방식으로 개발 원가를 낮추고 시장에서의 살아남을 수 있는 기회를 높인다.

넷째, 오래된 게임이 새로운 유저를 만들어 내는 것은 쉽지 않으니, 종전의 유저들을 공고히 하여 회원이 줄어들지 않도록 하는 것을 목표로 한다.

게임의 품질이 관건이다.

게임 업체들에게 있어 많은 사람이 자사의 게임을 즐기게 하는 것은 그다지 큰 문제가 아니다. 오히려 어떻게 하면 그 사람들을 남게 하느냐 하는 것이 가장 중요하고 큰 문제이다. 유저들은 똑똑하다. 그렇기 때문에 게임 업체는 반드시 게임을 잘 준비한 다음에 시장에 출시해야 한다. 영업 수익의 압력 때문에 출시일을 앞당기면 오히려 쉽게 역효과를 불러일으키게 된다. 엄청난 돈으로 의미 없는 마케팅을 하는 것보다는 차라리 게임 연결(접속) 품질을 개선하는데 노력을 기울이는 편이 훨씬 나으며, 고객 서비스를 잘 한다면 유저들은 저절로 게임 업체를 신뢰하며 충성할 것이다. 만약 이러한 연결 품질이나 고객 서비스를 제대로 해내지 못한다면 유저들은 빠르게 모인 만큼 빠르게 빠져나갈 것이다. 사실 대부분의 유저들도 계속해서 새로운 게임 조작방법을 배우고 새로운 커뮤니티에 익숙해져야 하기 때문에 이 게임 저 게임으로 옮겨 다니는 것을 좋아하지 않는다. 무료 게임을 하면 돈을 아낄 수 있는 것은 사실이지만, 무료 게임으로 절약되어지는 NT\$ 350~400원의 돈은 결코 유저들이 부담할 수 없는 정도의 금액이 아니다.

근본적으로 말하자면 이러한 무료 게임의 문제는 게임의 내용이 보편적으로 부족한데서 오는 것이라 할 수 있다. 많은 온라인 게임이 출시될 때는 모두 원형(Phototype)을 유지하고 있으며, 직업, 몬스터, 임무(퀘스트), 팀, 단체 등의 기능 역시 제대로 준비되지 못한 상태이다. 이 때문에 유저들은 한두 달 안에 게임의 모든 임무를 수행하고 모든 맵을 통달하고, 더 이상 올라갈 곳이 없는 최고 레벨에 오르게 되어 게임에서 할 일이 없어진다. 이 때 만약 다른 신선한 게임이 생긴다면 바로 새로운 게임으로 옮겨가게 된다.

이러한 이유로 만약 게임 시장에서 어떤 게임이 좋은 입 소문을 얻게 되면, (유저들을 끌어 모으는)강력한 자석 효과를 일으켜, 유료 게임에 질린 유저들을 끌어갈 뿐만 아니라 무료 게임의 유저들마저 끌어간다. 결국 유저들의 선택에 있어 결정적인 요인은 게임의 품질인 것이다.

<자료 출처 : 경제부 공업국>

News & issue

WIFLY 무선 인터넷으로 '인터넷 신도시'로 발돋움한 타이베이시

전 세계에서 가장 처음으로 인터넷화 된 「무선 인터넷 신도시 - 타이베이(台北市 無線網路新都)」가 정식으로 탄생했다. 타이베이시 마영구(馬英九) 시장은 오늘 무선 모바일 인터넷 서비스의 건설 업체인 통일그룹(統一集團安源資訊) 임창생(林蒼生) 및 이백여명의 국내 기업 지도자들과 함께 개통 세레모니를 거행하고 타이베이시의 무선 인터넷인 'WIFLY 인터넷'이 정식으로 운영됨을 선언했다.

'WIFLY'는 타이베이 시민들이 언제 어디서든 인터넷에 접속하여 세계 여러 나라와 함께 편리하고 제한이 없는 다채로운 생활을 할 수 있도록 무선 인터넷 서비스를 제공한다. 이와 동시에 타이베이시를 전 세계에서 가장 큰 규모의 AP(무선기지국) 건설 밀도가 가장 높은 . 가설(架設) 속도가 가장 빠른 세계 제일의 무선 인터넷 도시로 만들 계획이다.

◆ 'WIFLY'로 각 도시의 대표들에게 인사말을 전한 마영구 시장

타이베이시는 '인터넷 신도시'의 신기원에 접어들었다. 이는 타이베이시 발전에 있어 기념비적인 일일뿐 아니라 국내 처음으로 인터넷 신도시의 기준과 목표를 성공적으로 건설했다는 의미를 지닌다. 오늘은 마침 이번 선거를 통해 선출된 국내 각 시의 신임 시장 취임식이 있는 날이어서 'WIFLY 인터넷' 정식 운영 발표회에서 마영구 시장은 특별히 시범적으로 Skype Phone을 WIFLY에 연결해 인터넷 전화로 신임 시장들에게 축하의 인사를 전했다. 이와 동시에 전화 통화 화면이 무대 뒤에 설치된 텔레비전 화면으로 방송되어 많은 귀빈들 및 외신 기자들에게 친히 인터넷화된 타이베이시의 신면모를 경험할 수 있도록 하였다.

◆ WIFLY 무선 인터넷이 「인터넷 시민」들에게 편리한 생활을 가져다준다.

통일 그룹 계열 安源資訊의 임창생 사장은 발표회상에서 무선 모바일 인터넷은 미래 과학 발전의 새로운 추세로 국내 제일의 무선 모바일 인터넷 서비스 업체로서 WIFLY 安源資訊과 타이베이시가 합작하여 적극적으로 타이베이시를 세계 제일의 무선 인터넷 도시로 만들어 나갈 것이라고 설명하고, 이미 타이베이시에 42개 주요 간도(幹道)에

근 2천 3백 개에 달하는 AP가 세워져, 무선신호가 민권동서로 이남, 환하남북로 이동, 화평서로 및 루즈벨트로(羅斯福路) 이북, 기룡로 이서인 상가과 주택가 지역을 덮고 있으며, 중심상권이 밀집되어 있는 전철역 부근, 서문정(西門町) 상권, 충효신의 상권 및 둔남 상권 등에 무선신호가 집중되어 있어, 해당지역 어디에서나WIFLY 무선 인터넷을 사용할 수 있다고 전했다.

타이베이시 WIFLY 무선 인터넷은 내년 6월에는 90%의 누적인구 비율에 달해 ‘타이베이 인터넷 시민’의 전면 디지털화 생활의 꿈을 이루게 될 것으로 예상된다. 현재 이미 10만 명이WIFLY 회원으로 가입하여WIFLY가 제공하는 각각의 「타이베이 e정부, 타이베이 e학습, 타이베이 e생활」 서비스를 누리고 있다. ‘WIFLY 安源資訊’은 더욱 적극적으로 무선 모바일 인터넷 도구와 합작을 진행하여 가장 가치 있는 부가 서비스를 제공할 것으로 이 부가 서비스는 ‘무선 학교’, ‘온라인 감시(보호)’ 및 친구 사귀기 등을 포함하고 있다. 현재 타이베이시에는 약 230만 명의 잠재 회원이 있는 것으로 예상되어 시장 규모는 100만 명에 달할 것으로 보인다.

◆ **속도는 빠르지만 원가는 낮은 WIFLY 무선 인터넷**

WIFLY 무선 인터넷은 WLAN 케이블로 빠른 속도와 원가가 낮다는 특징을 가지고 있다. 현재 이용비용은 아직 심사 단계에 있어, 정식으로 발표되기 이전에는 무료로 서비스될 것이다. 만약 원래 계획대로 요금이 399원으로 책정된다면 언제 어디서나 고속 케이블 인터넷을 이용할 수 있다는 이점과 함께 일반 ADSL 보다 비용도 절약된다는 장점이 있고, 또한 PDA 나 Skype Phone을 이용해 모바일 인터넷으로 전화를 걸면 따로 전화비를 지불하지 않아도 된다.

◆ **WIFLY 로 유선의 제한이 없는 타이베이시가 탄생**

대만은 전 세계 무선 인터넷 정보 설비의 최대 생산국으로 무선 인터넷 응용 기술이 성숙됨에 따라 더욱 더 많은 업자들이 무선 인터넷 응용 도구의 개발에 뛰어들고 있다. 어제 기자회견장에는 의천(倚天), 마이크로소프트, 원전(遠傳), BenQ, SONY, HP등의 국내외 중량급 업자들이 개발한 여러 가지 최신 무선 인터넷 응용 도구(설비)를 전시하였다.

WIFLY 安源資訊은 전시 현장에서 이러한 (도구)설비의 시범을 보이었는데, Skype 인터넷 휴대폰을 통해 학생과 선생님 그리고 학부모가 더욱 긴밀하게 연락할 수 있는 무선 학교의 응용을 보여주고, 블로그의 인기 작가 ‘만만(彎彎)’을 초대해 WIFLY 무선 인터넷을 통해 바로 블로그에 글을 올려 네티즌들과 함께 무선 생활의 다채로움을 나누기도 했다. 안원정보(安源資訊)의 장성(張聖) 부사장은 현재 주요 전신업자 및 무선 인터넷 고객 설비, 서비스 통로에 대해 적극적으로 대화하고 있으며, 더욱 많은 통로를 통해 WIFLY 무선 인터넷 서비스를 제공하길 희망하는 것 이외에 WIFLY로 옥외의 무선 인터넷을 제공하고, 전신 업자는 음성 교환 서비스를 제공하여 함께 사회 대중에게 저렴하고 품질 좋은 통신 서비스를 제공하길 희망하고 있다고 전했다.

장성 부사장은 미래 발전에 있어 WIFLY는 주로 무선 서비스를 제공할 것이며, 기업 이용자에게는 전자 메일, Wireless VPN 등의 사업상 필요한 응용 서비스를 제공하며, 개인 이용자에게는 친구 사귀기, 엔터테인먼트, 여행, 예술, 금융, 전자상거래 및 학습 등 생활화된 응용 서비스를 제공한다고 설명했다.

정부가 계속해서 WiMax의 기술 확산에 투입함에 따라 WIFLY 安源資訊 역시 현재 적극적으로 WiMax의 합작과 실험에 참여하고 있어, 미래의 WIFLY 이용자들에게 더욱 빠르고 공간의 제한이 없는 무선 서비스를 제공해, 타이베이시가 전면적으로 인터넷화 되어 ‘세계를 하나로 잇는 타이베이시’란 목표를 달성하게 되길 희망한다.



<개통 세레머니 장면>



<각 시의 신임 시장들과 인사하는 마 시장>

'WIFLY'에 대해 :

WIFLY 무선 케이블 인터넷은 802.11 시리즈 표준 (또는 Wireless Fidelity, Wi-Fi 이라 지칭) 의 무선 구역 인터넷 (Wireless Local Area Network / Wireless Lan: WLAN) 을 채용해, 시민, 기업, 학교, 지역사회 심지어는 여행자들에게 무선 케이블 인터넷을 통해 호응식 멀티미디어 콘텐츠 및 무선 비즈니스 응용 서비스를 제공하는 플랫폼이다. 멀지 않은 미래에 무선 인터넷을 기초로 하는 무선 통신 음성 서비스도 선보일 예정이다.

GNN 신문 사이트 12. 20

<http://gnn.gamer.com.tw/7/22207.html>

News & issue

대만 최초 모바일 인터넷 게임 <삼계전설(三界傳説)>

E zMoBo(創易通科技)은 오늘 대만 최초로 모바일 인터넷 RPG 게임 <삼계전설(三界傳説)>의 출시를 정식 선포했다.

이 <삼계전설>은 MTone이 Java 형식으로 연구개발한 세계 최초의 모바일 인터넷 RPG 게임으로, EzMoBo(創易通科技)은 대만 지역의 운영과 홍보를 맡았다. <삼계전설>은 오늘 오픈베타 서비스를 시작하여 내년 1월에 유료화 될 계획이다.

◆ 킬러 애플리케이션급 응용의 모바일 인터넷 게임

EzMoBo(創易通科技)의 황개위(黃凱偉) CEO는 대만에 3G 시대가 도래함에 따라 모바일의 부가 서비스가 빠르게 전국시대에 진입하였고, 중국 무협 문화를 소재로 한 <삼계전설>은 시장의 선구자일 뿐만 아니라 한국과 구미(歐美)의 모바일 게임과 달리 다중연결(많은 사람들이 동시에 연결) 기술 및 캐릭터를 연기하는 게임의 특성을 가지고 있어, 대만 모바일 게임 시장의 킬러 애플리케이션급 응용이 될 것이라 믿는다고 전했다.

◆ 인간, 신, 마(魔)족 분쟁의 <삼계전설(三界傳説)>

<삼계전설>은 중국 문화가 창작해낸 모바일 인터넷 RPG 게임이다. 2004년 중국에서 출시된 이후 50만 명이 넘는 회원을 보유하고 있다. 게임의 스토리 배경은 당나라이며, 인간과 신 그리고 마족의 분쟁을 스토리 라인으로, 기묘한 강호와 신귀(神鬼)의 여행이 펼쳐지며, 유저들을 중국 수천 년의 유구한 역사 속으로 초대한다. 전체 스토리는 하나의 스토리 라인과 여러 개의 퀘스트(임무)로 구성되며, 중간 중간에 여러 가지 작은 퀘스트도 배치하였다.

모바일 인터넷 게임인 <삼계전설>은 전통 인터넷 게임 중의 채팅, 친구 사귀기, PK, 교역(상거래) 등의 기능을 완벽하게 구현해 냈다. 또한 모바일의 빠르고 편리한 조작으로 유저들의 교류를 더욱 간단하고 편리하게 하였고, 유저들이 통일된 스토리 배경에서 끊임없이 성장하고 다른 유저들과 호응하며 하나의 가상 사회를 건설하도록 하였다.

◆ 커뮤니티를 이용해 게임 서비스를 더욱 풍부히 하다.

유저들 간의 깊이 있는 호응을 위해 EzMoBo(創易通科技)은 커뮤니티를 경영하고, 특별히 <삼계전설>의 WAP 모바일 커뮤니티를 건설해 유저들에게 게시판, 친구 사귀기, 비밀 아이템 및 벨소리의 다운로드 서비스 및 커뮤니티 서비스를 제공하며 유저들에게 게임을 즐기는 동시에 커뮤니티를 통해 게임과 관련된 더욱 많은 정보와 오락을 얻도록 할 것이다.

◆ 회원들의 여러 가지 편리

<삼계전설>은 내년 1월에 원전전신(遠傳電信)을 통해 정식 출시될 예정이며, 오늘부터 12월 말까지는 원전전신의 이용자들에게 무료로 테스트할 수 있도록 제공되어 있으며, 앞으로 중화전신, 타이완 모바일, 위보전신(威寶電信) 등 대만의 대표 전신 업체들과 협력할 예정이다. 오픈베타 서비스 기간에 무료로 회원에 가입한 유저들은 내년 1월에 <삼계전설>의 정식 유료 회원이 될 수 있으며, 최신 SHARP WX-T91 휴대폰 추첨 행사에 참여할 수 있다. 이 밖에도 EzMoBo(創易通科技)는 중화왕룡(中華網龍)과 협력하여 내년 1월부터 중화왕룡의 유룡카드(遊龍卡)를 이용해 <삼계전설>의 게임 포인트를 충전할 수 있어, 유저들에게 편리함을 더하게 될 것이다.

GNN 신문 사이트 12. 20

<http://gnn.gamer.com.tw/8/22208.html>

News & issue

온라인 게임 산업, 내년에는 바닥을 벗어날듯

대만은 세계 소프트웨어 왕국 중의 하나이다. 그 중 온라인 게임은 청소년들에게 중요한 오락이 되었다. 그러나 대만 소프트웨어 및 온라인 게임 산업의 경기는 작년에 바닥에 떨어지기 시작하였고, 많은 업체들이 벌어들이는 이윤도 예전 같지 않고 심지어는 손해를 보는 지경에 이르렀다. 이러한 이유로 부분 업체들은 올해에 다른 업종으로 전향하거나 경영 전략을 조정하여 내년에는 이러한 바닥을 벗어나길 희망하고 있다. 이처럼 대부분의 업자들이 내년 경기에 대해 낙관적인 태도를 유지하고 있다.

21세기에 접어들면서 대만은 여전히 세계 소프트웨어 왕국의 일원으로 자리하고 있지만, 한국, 인도 등의 우수한 후발 주자들이 빠르게 대만을 쫓고 있고, 대만 소프트웨어 업체들은 해외시장에서 경쟁국가의 압력으로 인해 예전의 영화를 잃어가고 있다. 이에 업체들은 할 수 없이 대만이라는 제한적인 시장을 놓고 치열하게 경쟁을 펼치고 있지만, 시장에 비해 경쟁 업체들이 너무 많은데다 세계 소프트웨어 산업의 경기도 하락하여, 최근 2, 3년간의 충격은 업자들로 하여금 지난 세기의 엄청난 이윤을 단지 기억 속으로 사라지게 만들었다.

소프트웨어 산업 경기가 저조에 접어든 것은 획리(獲利) 숫자의 하락으로 가능할 수 있다. 소프트웨어 산업 중의 게임 산업은 하락 수치의 대비가 더욱 명확하다. 게임 산업의 용머리라 할 수 있는 智冠 (소프트월드)은 2001년부터 2002년까지 한 주당 세금 공제 후 잉여액이 각각 4.59원, 8.17원, 12.02원 이었지만 2004년에는 4.25원으로 빠르게 하락하였고, 올해에는 2원의 수준을 유지할 것으로 예측된다. 또 다른 대형 업체인 감마니아는 한 주당 세금 공제 후 잉여액이 2001년의 5.56원에서 2002년에는 7.51원으로 성장하였다가 2003년과 2004년에는 각각 1.6원, 11원의 손익이 발생하였고 올해에는 아마도 손익이 평형을 이룰 것으로 보인다.

소프트웨어 산업의 불경기로 인해 여러 업체들은 올해 업종을 전환하거나 경영 전략을 수정하였다. 艾群科技은 현재의 소프트웨어 개발 및 판매 서비스 업무 이외에 올 하반기부터 부가 서비스 업무에 비중을 두어 전시업자와 함께 M2M (Message to Message) 기술을 연구에 착수하여 3G시대의 도래에 대응하고, 올해에는 손익이 평형을 이루고, 내년에는 이윤을 남기는 것을 목표로 삼았다.

소프트월드의 왕준박 사장은 온라인 게임 산업에 대해 올해 국내 네티즌 수가 올해 약 10%의 성장을 보일 것으로 예상되어, 그 발전 공간이 예년에 비해 부족하고 거기에 해외 게임 특히 한국 게임의 라이선스 비용이 더욱 높아져, 내년에 이윤을 남기려면 반드시 원가를 잘 조정하여야 비로소 경쟁상의 우세를 유지할 수 있다고 지적하고, 또한 계속해서 해외 시장을 개척하고 특별히 현지 업체에게 라이선스권을 주는 방향으로 로열티를 받아 이윤 창출의 기회를 높여야 한다고 전했다. 그 밖에 유저들의 입맛이 다양해진 이후에는 무료 게임이 더 이상 시장을 열어주는 보장이 되지 못할 것이기 때문에 내년부터는 무료 게임의 출시가 점차 줄어들 것이라고 전했다.

짧은 3~ 5년 동안 국내 소프트웨어 산업은 찬란에서부터 평범, 심지어 바닥으로 하락하였고, 업체들은 경영 목표를 ‘발전을 추구함’에서 ‘생존을 추구함’으로 전환하여, 그 변화는 실로 엄청나다고 할 수 있다. 업자들이 경영 조정과 전형이 충분히 이루어 질 것인가 하는 것과 외부 환경 요소가 내년 소프트웨어 산업 경기가 바닥을 벗어날 수 있는지의 중요 변수가 될 것이다.

연합 경제신문 사이트 12. 16

<http://money.udn.com/NASApp/future/futureShowNews?type=3&newsid=1310274>

News & issue

'戲谷 FunTown'을 매입한 和信超媒體(GigaMedia)

和信超媒體 (GigaMedia) 는 19일 제삼의 물결 정보(第三波資訊)의 '戲谷 Fun Town' 온라인 게임 경영관련 업무 팀과 자산을 '영업양여(營業讓與)' 방식으로 매입하였다고 발표하였다. GigaMedia는 4,500만 달러로 '戲谷FunTown'을 매입하고 2006년 戲谷FunTown이 경영이 목표 한 바를 이뤘을 때는 다시 500만 달러를 第三波資訊에게 지불하기로 합의했다. 그 밖에도 戲谷은 현재 戲谷FunTown의 모든 서비스 및 유저, 합작 파트너의 권익은 아무런 영향을 받지 않을 것이라고 설명했다.

GigaMedia는 온라인 게임과 인터넷 커뮤니티 소프트웨어를 개발하는 업체로 그 상품이 16가지 언어로 번역되어 전 세계에 판매되고 있으며, 유럽을 그 경영의 중심으로 삼고 있다 이번 GigaMedia와 戲谷FunTown의 결합으로 동양과 서양의 게임 스타일과 시장 특색을 고려한 더욱 강력한 온라인 게임 및 오락 플랫폼을 창조하길 희망하고 있다.

第三波資訊은 온라인 캐주얼 게임의 영역에서 성공적으로 戲谷FunTown이란 상표 이미지와 지명도를 만들어내 유저들의 호평과 시장에서의 인정을 받고 있다. GigaMedia Limite는 NASDAQ 에 상장되어 그 발전 전략의 핵심을 온라인 게임에 두고 있으며, 그 상품이 16가지 언어로 번역되어 전 세계 시장에 진출해 있고, 유럽 시장에서 좋은 성과를 보이고 있어, 戲谷FunTown의 발전 방향과 맞아떨어져 戲谷FunTown의 해외 발전을 가속화 할 것이다.

戲谷FunTown의 주매식(周謀式) 사장은 이번 합작 안은 위래방송(緯來電視)의 후관진(胡冠珍) 사장이 주선한 것으로 戲谷FunTown은 주로 화신초매체 미국 자회사(和信超媒體美國子公司)와 합작하고 있는데 그 회사가 유럽 시장에서 서양 체스 류의 온라인 게임을 경영하고 있고, 戲谷FunTown은 주로 동양 장기 류의 온라인 게임을 경영하고 있어 이번 결합이 더욱 잘 어울릴 것이라고 설명했다. 주매식 사장은 또 반년 후에 戲谷의 게임은 GigaMedia 미국 자회사의 플랫폼과 합쳐질 것이라고 말하고, 상대방의 게임을 언제 들여올 지는 아직 확실치 않다고 전했다.

東森 신문 사이트 12. 19

<http://www.ettoday.com/2005/12/19/339-1883760.htm>

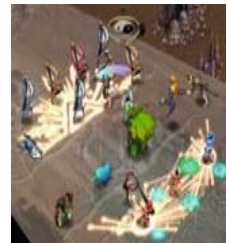
게임 순위

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게임명	종류	제작사 / 유통사
1	Tales of The Abyss	PS2	NAMCO
2	GUNDAM SEED - O.M.N.I. VS Z.A.F.T.	PS2	BANDAI
3	戰神 -Ikusagami-	PS2	元氣
4	Bio Hazard 4	PS2	CAPCOM
5	Rogue Galaxy	PS2	LEVEL-5
6	Need for Speed Most Wanted	PC	EA Canada
7	Castlevania : Curse of Darkness	PS2	KONAMI
8	Soul Calibur 3	PS2	NAMCO
9	遙遠時空 2	PC	KOEI
10	Age of Empires III ; Age of Empires 3	PC	Ensemble Studios
11	Shadow of The Colossus	PS2	SCE
12	忍道 戒	PS2	ACQUIRE
13	Final Fantasy IV for ADVANCE	GBA	SQUARE ENIX
14	RYU-GA-ROTOKU	PSP	SEGA
15	我的夢想咖啡廳	PC	戲典娛樂
16	Need for Speed Most Wanted	PS2	EA
17	Onimusha 3	PC	CAPCOM
18	Monster Hunter Portable	PSP	CAPCOM
19	Mario Kart DS	NDS	닌텐도
20	大富翁 8	PC	소프트스타



▲ 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	LINEAGE ver.2.40c	PC	NCSoft
2	Stargate Online	PC	天朝數碼
3	Mystina Online	PC	雷爵
4	神界 Online : 神界勇士之決戰天下	PC	上海聯竣
5	동화(童話) : 桃太郎	PC	雷爵
6	TALES WEAVER Ver.3.47	PC	NEXON / SOFTMAX
7	Survival Project	PC	Hanbit Soft / IO ENTERTAINMENT
8	연애합자 온라인 : 행복공우	PC	中華網龍
9	大蕃薯 Online : 接龍高手	PC	鉅崑科技
10	Mystina Online	PC	
11	勇者泡泡龍 Online	PC	龍愛科技
12	13支Online	PC	감마니아
13	DARK STORY	PC	EYA Interactive
14	Flyff : Masquerade	PC	AeonSoft
15	Flyff : 夢想之鑰	PC	AeonSoft
16	Flyff	PC	AeonSoft
17	旺來Online : 皇家梭哈	PC	億泰利
18	검협정연 온라인 : 병림성	PC	西山居/ 金山
19	神州 Online : 蒼狼劫	PC	宇奧
20	Trickster	PC	Sonnori



▲ 亂舞三國
Online



▲ 삼국영웅전
군웅쟁패



▲ 神武Online

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