

제164호

2006. 1. 2

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 2005년 중국 PC게임산업 보고(1)
- 게임교육산업 점차 성숙단계로

China Game News

- 샤먼 온라인게임기업의 제품 출시
- <명환시유> 동시온라인접속 자 백만 넘어서
- SONY게임기기 중국 내륙 진출
- 코카콜라와 펄시콜라 PC방 판매권 쟁탈
- "UCDAO" 온라인게임 산업의 이슈로
- 항저우 사이버에서 실제물품 판매

Game 순위

- 내륙 온라인게임 기대작 TOP 10 (12.19-12.25)
- 2005년 11월 온라인게임 인기순위

법률 및 정책

- [정책]국가 PC방 컴퓨터 높은 요구
- 장춘, 매크로 수익 3만 위안 초과 형법위반
- 베이징 19개 매크로 사이트 조사

2005년 중국 PC게임산업 보고(1)

2005년 중국 PC게임산업 보고서는 산업배경 및 제작 설명, 패키지게임시장 및 온라인게임시장의 분석, 산업교육현황, 기업 및 단체 분석, 게임 프로 리그전 현황 분석, 2005년 매체 편집, 평가 총괄 등으로 구성되어 있다.

1. 데이터 수집 및 분석방법

이번 보고서는 2004년 12월부터 2005년 12월까지 수집한 데이터를 기초로 분석했다.

1. 3개월간 베이징(北京), 상하이(上海), 청두(成都), 시안(西安), 광저우(广州), 정저우(郑州), 칭도우(靑島), 뽀우터우(包头), 주하이(珠海), 충칭(重庆) 등 10여개 도시의 50여개 PC방과 신문, 잡지매장을 정기적으로 설문 조사하여 전국 각 도시의 온라인게임 운영 현황과 카드 판매량을 조사한 유효설문지 573장을 분석했다.

2. 원왕(云网), 천왕(骏网), 련방(联邦) 등 대형 유통업체와 게임판매 비즈니스 사이트를 통해 제품 판매 자료 및 비율을 참고했다.

3. 조사원들이 베이징, 상하이, 광둥(廣東), 스촨(四川) 등 각 온라인게임 대리운영업체에서 판매한 데이터 및 기업의 자원정보를 자료로 했다.

4. 따중완젠(大衆軟件)잡지사의 기자, 편집인들이 업계의 중요한 회사 및 인사들을 인터뷰했다.

5. 산업 전반의 중요한 매체에 실렸던 모든 정보를 수집했다.

6. 2005년 따중완젠사의 유효설문지 총 3,368,400건을 기초로 게임시장의 규모를 정확히 파악하기 위해 다음과 같은 방법을 사용했다.

a) 온라인게임 업체들이 제공한 게임 종류, 판매 수량, 온라인 접속자 수 및 온라인게임의 접속시간을 평균하여 시장 총액을 추산했다.

b) 유통업체가 제공한 데이터 비율에 따라 PC온라인게임의 연간 시장판매 총액을 산정했다.

c) 조사자들이 전국 각 도시의 소매업체측에서 설문 조사하여 얻은 유효 데이터를 상기 데이터와 대비하여 분석했다.

d) 성따, 왕이, 쥬우청 등 3개 상장업체의 2005년 3분기 재무보고 데이터를 상기 데이터와 대비했다.

2. 산업배경

2005년, 중국 PC게임 산업이 “유망산업”으로 부상하면서 청소년들과 관련되는 크고 작은 문제들이 게임 산업의 책임으로 대두됐다. 또 일부 전문가들은 온라인게임의 여론 속에서 한동안 유명해졌다. 인터넷 중독 방지사업을 지원하고 있는 장춘량(張春良)이 게이머들의 죽음으로 인해 블리자드사를 상대로 3번이나 소송하여 모두 실패했지만 가정과 게이머들 간의 민사소송시대의 개막을 열었다. 토우홍카

이(陶宏開)의 <인터넷 중독 제거> 강좌는 CCTV에서 까지 방송되어 사회 전체가 온라인게임을 토론하는 계기가 됐다.

캐주얼게임을 보게 되면, 2005년 초, '제작중인 게임'들이 몇 편 있었다. 하지만, 게이머들의 기대와 언론의 집중적인 홍보에도 아랑곳하지 않고 모두 온라인게임 업체로 변신했다. 겨우 남은 1~2개 업체마저 자취를 감추었다. 기회를 노리고 있던 러시아, 미국, 일본 등 외국 패키지게임이 중국 시장으로 진출했다.

온라인게임도 국산 게임은 유명한 제품이 별로 없었다. <WOW>가 중국에 도입되면서 국내 온라인 게임시장이 천지개벽했다. 쥬우청을 비롯한 몇 개 게임개발업체가 독점추이를 나타냈다. 많은 캐주얼게임도 <미르>의 그늘에서 벗어나 활발하게 움직이고 있다. 성따사에서 <미르>는 이미 쇠퇴의 길에 들어섰으며, "셋톱박스"와 가정 디지털 엔터테인먼트로 사업방향을 바꾸었다고 밝혔다. 또한 쥬우청은 축구팀을 인수하기 시작했다.

2005년 하반기, PC게임 산업은 일부 업체만 활발했다. 쥬우청과 코카콜라사가 전략적 제휴 파트너 관계를 설립하고 함께 이벤트도 전개했다. 이는 국내에서 가장 성공적인 판촉 이벤트중의 하나다.

성따사는 계열의 인수와 주식투자로 방대해졌다. 특히 시나의 일부주식을 매입하고 나서 많은 변화를 가져왔다. 48개 콘텐츠 제공업체와 "성따사가 가정전략 콘텐츠 제휴"를 출시하는데 주력했다.

Kingsoft는 성공적으로 일본 소프트웨어시장에 진출했으며, 마이크로 소프트의 Office와 WPS Office 2005와의 경용을 발표했고, 게임 <검왕2>도 좋은 성적을 거두었다. 이런 일류업체 외에 기타 게임사들은 모두 소식이 없다. 쥬우청과 경쟁하려던 광통(光通)도 소식이 없으며, 최근 성적이 괜찮은 쥬우유(久遊)도 <WOW>의 충격에서 벗어나기 위해 노력하고 있다. <WOW>의 열기가 식어지면 또 다른 온라인게임 대전이 시작 될 것으로 보인다.

3. 2005년 중국 내륙 패키지게임

2005년 중국 내륙에서 출시되어 판매되고 있는 패키지게임은 총 197편이다. 이는 2004년의 201편과 별로 큰 차이가 없다. 그러나 그중 2005년에 제작하여 선보인 게임은 38편밖에 되지 않는다. 2004년의 69편보다 45% 줄어들었다. 그중 159편은 지난해부터 판매되고 있는 제품들이다. 패키지게임이 대폭 줄어든 것은 국내 패키지게임 대리업체가 몇 개 남지 않았기 때문이다. 오우머이(奧美)가 부도난 것은 중국 패키지시장의 비참한 미래를 예고했다. 더욱이 2005년에는 국내에서 자체 R&D한 게임이 하나도 없다. 중국 내륙 자체 R&D 게임을 플레이하는 것은 먼 꿈이 되었다.

공식사이트에서 볼 때, 판매량이 10만 이상 되는 게임은 <삼국군영전V(三國群英傳)>과 <환상삼국지II(幻想三國志II)>두 편밖에 없다. 5~10만 장에 달하는 게임으로는 <풍색환상 III-죄와 벌의 진혼가(風色幻想III-罪与罰的镇魂歌)>, <풍색환상4(風色幻想4)>, <지펜퍼이처-띠샤처후이(极品飞车-地下车會)>, <로마 전면전쟁-로마 全面戰爭>, <짚추이40000-전쟁의 새벽(战锤40000-戰爭黎明)>, <빠스왕자-우저즈신(波斯王子-武者之心)>과 FIFA2005 등이다.

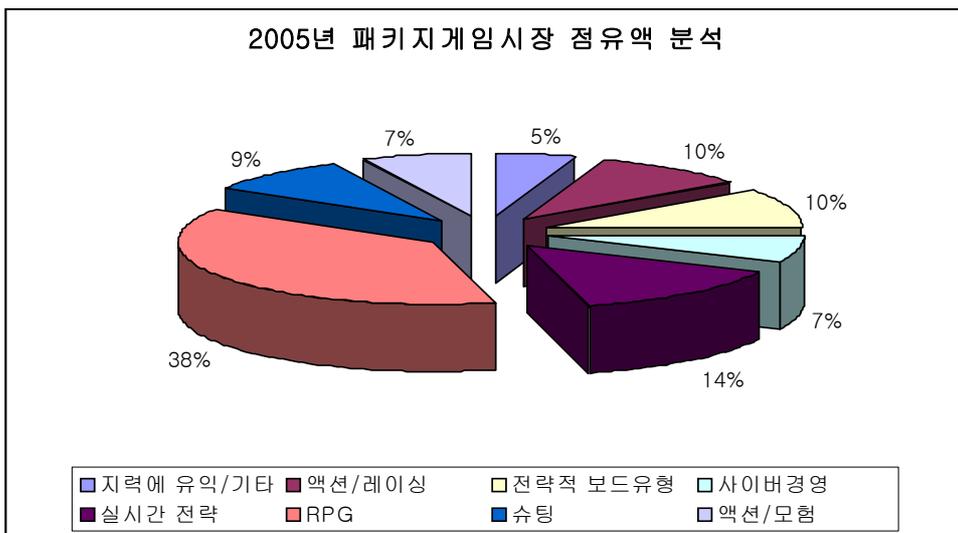
판매량으로 볼 때 국내 게이머들에게 가장 환영받는 패키지 제품은 여전히 RPG다. 또 다른 면으로는 게임의 유명도와 품질이다. 2005년 정품 실시간 전략게임 선정에서 <로마 전면전쟁-로마 全面戰

争>, <싼추이40000-전쟁의 새벽(战锤40000-战争黎明)> 두 편이 선정되었다. 이것은 중국 국내 게이머들이 실시간 전략게임을 좋아하고 있다는 것을 증명한다.

제품 장르로 볼 때 RPG와 슈팅, 실시간 전략게임의 수량은 지난 2004년과 비슷하다. 그러나 기타 장르는 대폭 하락했다. 2004년과 다른 점은 2005년에 도입한 슈팅게임은 거의 이름 없는 제품들이다. <사이버경기장 2004 표준버전>외에 손꼽을 만한 제품이 없다. RPG장르는 줄곧 국내 패키지시장의 주인공이다. 2005년의 RPG게임 중, 일본게임이 우위를 차지했으며, 유럽의 RPG게임은 손꼽을 정도다. <버더즈먼-博德之门>, <우동즈예-無冬之夜>, <빙펑구-冰風谷>등 정품 RPG게임은 이미 시장에서 찾아보기 힘들다.

패키지게임 대리업체 및 유통업체들로부터 얻은 데이터를 통해 분석하면, 2005년 패키지게임의 시장 총 판매액은 2.12억 위안이다. 그중 2005년에 출시된 신 게임제품의 시장 판매액은 총 7,800위안에 달할 뿐이다. 지난 2004년 1.03억 위안의 시장 총 판매액보다 23.3% 감소했다. 패키지게임은 매년 감소 추이를 보이고 있다. 38편의 출시로 낙관할 수 없는 일이다.

다음 도표는 2005년, 국내 주요 패키지게임 장르의 시장 점유비율이다. 이 비율은 2005년의 모든 제품의 총 장르 및 판매량을 분석하여 얻은 결과다.



도표에서 볼 수 있는 것과 같이 RPG게임이 시장 총액의 38%를 차지했다. 캐주얼 온라인게임은 근 2년간의 온라인게임 발전추이 중의 하나가 되었다. 국내의 온라인게임시장도 대형 온라인게임의 주도에서 점차 캐주얼게임과 공동으로 시장을 주도하게 되었다. 지력개발에 유익한 게임은 2004년의 19%에서 2005년 5%로 대폭 줄어들었다. 국내 캐주얼 온라인게임 제품의 대량 출시는 지력개발에 유익한 많은 패키지게임 게이머들이 온라인게임으로 옮겨가는 계기가 되었다.

실시간 전략과 액션 레이싱장르 제품이 각각 14%와 10%를 차지했다. 2005년, 국제 리그진에서의 발전을 계기로 국내 게이머들이 실시간 전략게임과 액션 레이싱장르 제품에 흥미를 갖게 됐다. 게이머들은 <지핀퍼이처-極品飛車>, FIFA시너지 제품에 여전히 높은 관심을 가지고 있었으며, 이 게임이 게이머들을 유혹하는 것은 WCG등 국제 시합의 프로그램이라는 사실 외에도 게임성이 중요한 이유라고 할 수

있다.

가장 전통적인 전략장르의 게임은 2005년에 거의 자취를 감추었다. 유일하게 남은 <삼국군영전V>도 전통 전략게임은 아니다. 가장 핵심적인 부분은 "전투"에 있다. 특히 게임장면과 쾌감이 관심의 대상이지 전략이 아니다. 현재, 전략장르의 게임은 게이머들의 사랑을 받지 못하고 있다.

<다음호에 계속...>

자료 : 大眾軟件

게임교육산업 점차 성숙단계로

2005년 게임산업의 고속성장은 게임인재시장에 많은 수요를 가져왔기 때문에 온라인게임 인재가 또 다시 10대 고임금 직업으로 부상했다. 온라인게임산업의 밝은 전망으로 게임인재교육도 점차 산업의 이슈가 되었다.

게임인재교육은 교육프로그램, 교수진, 취업서비스 등 더욱 다양한 내용으로 브랜드교육을 강화하여 성숙단계에 이르렀다. 또한 게임인재교육 산업이 자율적으로 게임인재교육 전문위원회를 설립했다. 이는 규범화되고 있다는 증거이다.

브랜드 교육기구의 출현은 교육시장이 점차 성숙단계로 발전하고 있다는 것을 증명한다. 시장 전문가들의 평가에 따르면 베이징 후이쥙이쯔(汇众益智)과기유한회사(게임 학원)가 이끄는 게임교육 브랜드의 시장 점유율이 점차 높아지고 있다고 한다.

후이쥙이쯔 총재 리신커(李新科)의 소개에 따르면 전국 30여개 대도시에서 50여개의 게임 교육센터가 생겼으며, 수강생이 6,000여명에 달한다. 게임 학원 프로젝트의 왕성한 발전은 쾌속 성장하는 중국 게임산업과 자신의 끊임없는 노력에 힘입었다.

게임 학원 200여명의 교사들은 모두 엄격한 시험을 거친 후 강의를 맡게 된다. 동시에 국제게임개발교육 연합회(GIDEA) 주석, 채널게임의 아버지로 불리는 뉘란·부스너이얼(诺兰·布什内尔)이 수석 고문을 맡았다.

교육 프로그램과 교재를 끊임없이 연구 개발하여 실무 능력과 창조성을 높이도록 했다. 또 지적재산권이 있는 본토화 과정을 개발했으며, 기업의 특징에 맞는 전문성과 양성모형을 채택했다. 동시에 국내외 제휴를 추진하고, 국제 게임개발교육연합회 GIDEA, Autodesk 등과 학술연구, 교학양성, 기술지원, 과정 인증 등 학원들에게 가장 첨단 기술을 지원한다.

게임 학원은 직업교육과 고등교육을 결합하는 프로그램을 시작했다. 고등학교와 제휴하여 공동으로 게임 전문 학원을 설립하는 것은 고등학교에 새로운 버전의 과정과 교사양성, 교학을 결합하여 “학력+국제직업 인증” 모델을 도입하려는 노력이다.

2005년 9월, 게임 학원은 천상메이(陈香梅)교수사무실, 중국 성인교육협회가 공동으로 수여하는 “중국 민간교육 창조와 발전 공헌 상”을 수상했다. 또한 2005년 중국 게임 산업총회에서 게임 학원은 “2005년도 중국 게임 산업 우수기업”, “2005년도 중국 게임 산업 우수 게임인재 양성기구”로 선정되었다.

중국의 유명한 마케팅전문가 예모우중(叶茂中)은 많은 산업의 발전경험으로 볼 때 한 산업의 시장 발전과 성숙은 시장 제1브랜드의 약 40%를 점한다고 했다. 전문가들은 또 소비자들의 교육브랜드 의식이 제고되면서 향후, 브랜드 집중화의 추이가 IT양성시장의 지속으로 될 것이며, 브랜드 양성기구의 경쟁도 점차 치열해질 것이라고 했다.

취업이 현대 사회의 이슈가 되면서 취업여부가 직업교육 중에서 가장 주목받는 화제가 되었다. 사람들은 직업교육이 가장 먼저 취업을 위해 노력해야 한다고 생각한다. 베이징 후이중이쯔 과기유한회사 총재 리신커는 직업교육을 하는 이유가 학원들의 취업경쟁력을 제고하여 학원들이 취업에 도움이 되는 아주 명확한 ‘취업이정표’라고 말했다.

2005년 게임 학원 본사는 전국 각 센터에서 학원들의 취업 추천과 서비스사업을 중점으로 하게 했으며, 전국적인 정보와 자원을 제공하여 취업에 도움이 되게 했다. 50여개 취업지도부의 취업서비스 사이트와 수 백 개 기업의 인재사이트를 구축했다. 점차 “2개 사이트, 1개 플랫폼”을 형성하여 완벽한 게임 학원 취업서비스 체계를 이루었다.

취업서비스 체계의 설립은 게임 학원 졸업생들의 취업을 충분히 보장할 수 있다. 현재, 게임 학원 졸업생들이 성따, 위빠(育碧), 광위위이스(光宇维思), 칭화통팡(清华同方), 텐칭수마(天晴数码)등 150여 개 게임 기업에 배치되었으며, 기업으로부터 호평을 받고 있다.

게임은 신흥 산업으로서 게임교육도 교육시장의 공백으로부터 설립되었다. 동시에 게임 산업의 밝은 전망과 잠재력은 새로운 게임교육기구를 끊임없이 나타나게 했다. 규범과 자율은 산업의 건전한 발전을 위한 필연성이다.

2005년 9월, 중국 소프트웨어협회 게임분회의 지원 하에 베이징 후이중이쯔 과기유한회사가 주도하여 산업의 자율을 전개했다. 많은 기업이 <산업자율공약>을 체결했으며, 산업발전의 새로운 국면을 개척했다.

2005년, 중국 게임 년차 총회에서 중국 소프트웨어산업협회 소프트웨어분회가 산업관리를 강화하고, 게임교육산업의 건전한 발전을 촉진하기 위해 게임인재교육전문위원회를 설립했으며, 베이징 후이중이쯔 과기유한회사가 주관하게 했다.

2005년의 게임교육산업은 많은 발전 속에 각종 고난을 거치면서 성숙되었다. 업계 전문 인사들은 중국 게임 산업의 쾌속발전에 따라 게임교육이 이미 점차 규범화 단계로 발전하고 있다고 평가했다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-12-23/1029137566.shtml>

샤먼(厦門) 온라인게임기업의 제품 출시

18일 오후, 샤먼시 디지털 엔터테인먼트산업분회가 샤먼이공학원에서 개최되었다. 샤먼의 유명한 디지털 엔터테인먼트 기업과 학교 등 총 31개 회원사가 한자리에 모여, 소프트웨어산업의 발전을 위해 노력하기로 했다.

디지털 엔터테인먼트산업은 인터넷과 문화가 결합된 산업이다. 대만의 “천당새-天堂鸟”, ”반고-盘古”등 컴퓨터회사들은 이미 오래전에 샤먼에 자리 잡았다. 당시, 샤먼의 디지털 엔터테인먼트산업은 국내 디지털 엔터테인먼트의 리더가 되어 많은 인재들을 양성했으며, 디지털 엔터테인먼트 산업의 “황포군관학교”로 불렸다.

당일, 샤먼판구(盘古), 룽요우(荣耀), 알진쯔(二进制), 치위(奇域), 신러리(新热力), 타이지(泰极), 위풍행(御风行),수다(数达), 지비터(吉比特), 자버수마(迦博数码), 칭노우수마(青岛数码), 샤먼텔레콤(厦門电信), 모바일(移动), 보우룽(宝龙), 신다(信达), 정보항(信息港), 샤먼이공학원(厦門理工学院), 복주대학 구랑위(鼓浪屿)공예미술학원 등 31개 회사가 참여하여 공동으로 “샤먼시 소프트웨어협회 디지털 엔터테인먼트산업분회”를 설립했다.

이는 곧 샤먼 디지털 엔터테인먼트산업이 많은 기업의 “처가집”으로 되었다. 협회에서는 또 시 위원회 선전부등 많은 관련부문의 고위 인사들을 협회의 고문으로 위촉했다.

분회는 또 게임, 영화, 애니메이션 및 음악 등 서로 다른 산업과의 조화와, 샤먼의 지리위치에 따라 타이완 디지털 엔터테인먼트산업 발전의 자원과 경험을 통합하여, 샤먼 디지털문화산업의 발전을 위해 노력하기로 했다.

샤먼 디지털 엔터테인먼트의 신제품들이 지속적으로 선보이고 있다. 이미 출시된 <바다의 악장>, <축산전>, <문도>등 외에 <사이버 커뮤니티-虚拟社区>, <어떤 대모험-什么什么大冒险>, <암조暗潮->, <오우선전-傲神传>등 여러 편의 게임 정품들이 2006년에 시장에 선보이게 될 것이다. 이 7편의 게임은 모두 자체로 R&D한 민족특색이 있는 온라인게임이다.

자료 : <http://www.ccm.gov.cn/netCultureChannel/main/wlwh-3.jsp?id=348&lm=yxyt>

<명환시유-梦幻西游> 동시 온라인접속 자 백만 돌파

2005년 원단, 1주년이 된 <명환시유>의 동시 온라인접속 자 수 38만 초과,

3월 58.8만으로 신기록 창조,

7월 70.9만 돌파,

2005년 성탄절을 맞이하면서 드디어 동시온라인접속 자 수 104만 기록을 창조해 '동시온라인접속

자 백만'이라는 꿈을 실현했다.



명환 동시온라인접속 자 백만

백만 명이 동시에 접속하고 있는 <명환시유>는 등록유저가 6,000만이며 313개 서버로 서비스되고 있다.



<명환시유>

만약 온라인접속 자 100만 명이 손에 손을 잡는다면 중국 동쪽에서 서쪽으로 두 번 왕복을 할 수 있다. 또한 100만 명이 줄을 서서 1초에 한사람씩 헤아린다고 해도 일주일의 헤아려야 한다. 100만 명이 동시에 중국에서 가장 큰 운동장에 들어간다면 12.5개 운동장을 설립해야 한다. 이는 아시아게임의 규모다.

세계에 100만 이하 인구를 가진 국가가 30개 이상이 있다. <명환시유>의 백만이라는 규모는 한 개 국가를 형성할 수도 있다. 이것은 현재 <명환시유>가 가장 환영받는 온라인게임이 되었다는 것을 말한다.

<명환시유>의 동시온라인접속 자 백만 명의 꿈을 위해 왕이는 끊임없는 노력을 해왔다. 향후, 이 꿈은 계속될 것이다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2005-12-28/20051228183001880.shtml>

SONY 게임기기 중국 내륙 진출

유명한 게임기회사인 Play Station의 차세대 제품 PS2가 세계에서 판매량이 1억대를 넘어섰으며, 최신 Play Station Portable(PSP)의 판매량도 1천만대를 돌파했다. Sony Computer Entertainment 홍콩사는 지난 23일 축하회의에서 홍콩을 발판으로 중국 내륙시장에 진출할 뜻을 밝혔다.

기업의 동사장 안텐저옌은 24일 홍콩회의센터에서 개최된 “제4회 아시아 게임전시 및 아시아 디지털 엔터테인먼트 전시회”에서 홍콩을 앞세워 4백만이 넘는 홍콩달러를 투자하여 ‘몽환락원-夢幻樂園’을 설립한다고 밝혔다. 취지는 중국 내륙 젊은이들이 자유여행을 오도록 유혹하는 것이다.

안텐저옌은 홍콩의 소비제품이 줄곧 중국 내륙소비시장을 이끌어가고 있으며, 두 지역의 자유로운 거래도 점점 쉬워지고 있기 때문에 4일밖에 되지 않는 전시회에 많은 돈을 투자하여 자사 제품을 홍보한다고 밝혔다.

보통 게임기기는 남성시장을 위주로 하지만 안텐저옌은 여성시장도 무한한 잠재력이 있다고 했다. 현재, 여성들이 PS2시장의 20%를 차지하고 있으며, PSP 시장의 30%를 차지했다고 밝혔다. 때문에 여성들의 시장도 많은 확장공간이 있으며, 앞으로 여성과 가정을 중심으로 할 것이라고 했다. 소식에 따르면 PSP는 최근, 여성들을 상대로 화이트버전을 출시했다.

내륙시장 진출 타킷에 대해 안텐저옌은 상하이와 광저우를 첫 진출시장으로 할 것이라고 했다. 상하이는 문화가 총만한 도시이고, 광저우는 신제품의 출시에 적합한 곳이기 때문에 이 두 도시에서 더욱 많은 성과가 있기를 희망했다. 또 회사가 향후, 자원을 광고확보에 집중시키지 않고, 순환하면서 점차적으로 기반을 튼튼히 하여 스타를 키우는 것처럼 매력 있는 제품을 만들어 브랜드가 되게 할 계획이다.

소식에 따르면 세계 전략이 10억 인구를 가진 중국 내륙시장으로 옮겨가자 Sony Computer Entertainment Inc(SCEI)는 지난 7월 1일 아시아지역에 지사를 설립했으며, 중국 내륙, 홍콩, 타이완, 한국, 동남아 등 지역의 시장을 관리하게 했다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2005-12-27/1114137984.shtml> 1215133652410.shtml

코카콜라와 펩시콜라 PC방 판매권 쟁탈

코카콜라와 펩시콜라가 PC방에서 자신들의 제품을 판매하기 위한 쟁탈전을 벌였다. 이 쟁탈전은 충칭 북부 위베이(渝北)에서 시작되었다. 위베이구 문화부에서는 17개 대형 PC방 사장들을 모아 회의를 개최했다. 위베이문화산업협회에서는 스티커와 음료 면에서 PC방을 정돈한다고 밝혔다.

회의에 참석했던 충칭 펩시콜라사의 고위인사는 기회를 놓칠세라 각 PC방 사장들에게 자신들의 제품을 홍보하는 동시에 각 PC방이 펩시콜라와 제휴하여 펩시음료만 팔 것을 바랬다. 회의가 끝난 후 많은 PC방 사장들은 펩시콜라 한 박스씩을 들고 돌아갔다.

소식에 따르면 오찬 후, 펍시사는 또 상기 PC방을 방문하고 빠른 시일 내에 배타성 제휴 협의를 체결하기를 권했다. 펍시사에 따르면 충칭 위버이는 PC방이 가장 많은 구역으로 이번 기회에 위버이에 있는 모든 PC방을 펍시 산하에 끌어들이기를 희망했다.

펍시의 공세에 코카콜라도 그냥 앉아 있지 않았다. 펍시가 중점으로 하는 6개 대형 PC방과 수중에 있는 PC방을 방문했다. 동시에 더욱 많은 판촉자원으로 펍시와 손잡은 업체를 유혹했다.

현재, 위버이에는 180개 PC방이 있다. 펍시와 코카콜라 중 어느 쪽을 선택할 것인가에 대해 많은 PC방 사장들이 고민 중에 있다. 어떤 것을 선택하든 수익자는 PC방이다.

자료 : http://game.china.com/zh_cn/news/news3/507/20051223/12973108.html

"ucdao" 온라인게임 산업의 이슈로

최근, 전국 50여개 대형 게임공회의 고위인사들이 주도하고, 사이버 아이템 거래사이트인 유시도우(ucdao)와 시시왕(Ccring)이 공동으로 모임을 가졌다. 취지는 게임공회와 사이버 아이템 거래사이트가 제휴하는 새로운 모델을 창조하려는데 있다. 분석가들은 유시도우가 곧 온라인게임 산업의 이슈로 될 것이라고 한다.

자료 : <http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/3982814.html>

항저우 사이버에서 실제 상품 판매

최근, 절강성의 전통 식품기업인 뤼성(绿盛)과 항저우 텐창(天暢)과기사는 양측이 처음으로 온라인 게임 중 실제 상품을 판매할 것이라고 했다. 소비자들은 곧 텐창사의 온라인게임<따탕평원-大唐风云>에서 뤼성 QQ 에너지 대추와 육포를 구입할 수 있다.

이는 국내에서 처음으로 전통기업을 온라인게임 산업에 삼입시킨 것이며, 인터넷 시대에 처음으로 “실제 생활”과 “사이버 생활”을 링크시킨 것이다. 소식에 따르면 게이머들이 게임 중 구입한 사이버 식품점에서 실제 물품을 구입할 수 있다. 전문 유통시스템을 통해 즉시로 구입자에게 배달된다. 게이머들은 신용카드로 먼저 정산할 수도 있고 물건을 받은 후 현찰로 지불해도 된다.

<따탕평원>은 텐창이 이달 말에 베타테스트를 하게 될 대형 3D 역사 온라인게임이다.

자료 : <http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/3981752.html>

내륙 온라인게임 기대작 TOP 10 (12.19-12.25)

순	위	게 임 명 칭
1	-	흑암과 광명-黑暗与光明
2	-	삼국책-三國策IV
3	-	룽위띠사청-龙与地下城
4	5↑	SUN
5	4↓	증기환상-蒸氣幻想
6	7↑	길드워-激战
7	6↓	지자쓰지-機甲世紀
8	NEW	kartrider-泡泡卡丁车
9	8↓	대당-大唐
10	9↓	줘위즈젠-卓越之劍

자료 : <http://news.17173.com/content/2005-12-26/20051226101434980.shtml>

2005년 11월 온라인게임 인기순위

순위	변동	게 임 명 칭	개발회사 / 운영회사
1	○	머썬우쓰제 (魔兽世界, WOW)	블리자드(暴雪) / 줘우청(第九城市)
2	↑	잔샤칭웬 (剑侠情缘왕岡絡版, 검협정연 인터넷버전)	시산쥐(西山居) / Kingsoft
3	↓	멍환시유 (梦幻西游)	왕이 / 왕이(网易)
4	↑	비엔비 (泡泡堂)	Nexon / 상하이산다(上海盛大网络)
5	↑	리니지II (天堂II)	Nc soft / 시나 러구(新浪乐谷)
6	↑	따화시유II (大话西游 II)	왕이 / 왕이(网易)

7	↓	클로즈게이트 (魔力宝贝)	아이니커스(艾尼克斯) / 왕싱스커워이얼아니커스(网星史克威尔艾尼克斯)
8	↑	셴웬II-페이텐리셴 (軒轅II-飛天歷險)	대우(大宇) / 왕싱(罔星)
9	↑	텐조우II (天驕II)	무묘우짜이셴(目標在線) / 무묘우짜이셴(目標在線)
10	↑	A 3	Actoz / 경동방 호통과기(京東方互通科技)

자료 : 大众软件

CGW China Game Weekly **법률 및 정책**

[정책] 국가 PC방 컴퓨터에 높은 요구

국가에서는 3G 인증 관리를 강화하기 위해 컴퓨터 제품에 대한 요구사항을 높이게 되었다. 때문에 PC방도 전반적으로 업그레이드해야 하며, 규범화, 고품질로 발전해야 한다. 최근, 베이징시에서는 화평사무실장비총사와 팡자(方佳)컴퓨터회사가 공동으로 “기능전문가, 특가 PC방 체험 신 이념 추천회의”를 개최하여 컴퓨터를 브랜드화로 발전하게 했다.

통계에 따르면 베이징시에 등록된 PC방이 400여개 된다. 그러나 PC방 장비의 품질이 일치하지 않기 때문에 검용기가 주류시장을 차지하고 있다. 이의 일환으로 품질, 서비스, 시스템관리 등 각종문제가 산업 전반의 품질이 저수준에서 맴돌게 했다. 뿐만 아니라 컴퓨터의 발열량이 크며, 전기사용 안전도가 낮고, 컴퓨터 복사가 높고, 바이러스제어기능이 약한 등의 문제들을 유발한다. 동시에 관련부분의 PC방 감독 관리에 많은 어려움을 가져왔다.

국가에서 PC방 컴퓨터의 품질을 제고하고 3G 인증의 관리를 강화함에 따라 베이징시의 PC방 산업이 전반적인 업그레이드를 시급히 할 것을 요구했다. 시 상무위원회, 시 공안국, 화평구 정부 등 관련 부문이 지원하여 텐진(天津)화평사무장비 본사와 팡자컴퓨터가 우선 먼저 손잡고 “브랜드기기 PC방 솔루션”을 출시하여 통일된 AMD CPU를 채용했다. AMD64위 CPU는 매년 PC방을 위해 2만 위안의 전기요금을 절약하며, 환경보호, 바이러스제어기능, 컴퓨터 복사, 전기사용안정성, 무 고장 운영 등 면에서 모두 제고 되었다. 동시에 텐진 PC방 협회도 준비하기 시작했다.

자료 : <http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/3976498.html>

장춘 ‘매크로’ 수익 3만 초과 형법위반



법을 집행인 PC방 컴퓨터조사

길림성 라이선스국, 길림성公安청 및 장춘시 라이선스국, 장춘시公安국에서 주민들의 신고에 따라 장춘시 두 PC방의 ‘매크로’문제를 조사처리 했다. IP주소를 확인한 후 자체로 게임‘매크로’를 설치한 2개 PC방을 조사 처리했다.

조사 결과에 따르면 PC방 책임자는 ‘매크로’를 설치한 이유가 사람들을 모으기 위해서라고 했다. 법률수행인들은 PC방이 ‘매크로’를 설치하는 이유가 경제이익을 위해서라고 했다. 公安기관에서는 조사된 PC방의 ‘매크로’에 설치한 계좌를 조사한 후, 수익이 3만 위안 초과할 경우 형법에 속한다고 밝혔다.

길림성 라이선스국 처장 이창장(李长江)은 “올해 길림성 각 지역에서 ‘해킹’, ‘매크로’ 안건을 약 100건 조사 처리했다. 최근, 국가의 요구에 따라 PC방을 집중적으로 조사했다. 이는 12월말까지 지속된다.”고 했다.

이창장은 길림성에서 이미 성, 시 현에서 3급 라이선스보호정보기지국을 설립할 것이며, 동시에 이 정보기지국에 의탁하여 부합되는 라이선스보호 경찰 팀을 설립하여 해적판행위를 엄격히 단속한다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2005-12-21/20051221145123284.shtml>

베이징 19개 매크로 사이트 조사

베이징 라이선스국의 소식에 따르면 인터넷 해적판을 단속하기 위해 지난 12월 16일까지 19개 매크로 사이트를 조사 처리했으며, 인터넷 서버 20여개를 몰수했다. 그중, 한 다운로드 사이트는 위법행위가 엄중하기에 사법기관으로 이관되어 형사책임을 물을 예정이다.

이것 외, 화스왕, 쿠허우스핀 등 9개 사이트가 허락을 받지 않고 인터넷에서 타인의 영화제품을 전파했기 때문에 운영을 정지하게 했으며, '평선수호자-封神守護者', '모험왕-冒險王' 등의 매크로, 휴대용 음악 사이트 등 9개 사이트는 온라인게임 매크로 및 불법으로 음악제품, 문자제품 등을 전파했기 때문에

사이트를 운영을 정지시켰다. 또 베이징 3개 기지국 텔레콤 운영업체도 불법 사이트를 관리해주고 인터넷 접속 서비스를 제공했기 때문에 처벌을 받았다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2005-12-27/20051227120124074.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