

# 제175호

2006. 05. 01

# CGW

Game Korea

China Game Weekly

## 특집

- 중국 현지에서 바라본 한국 온라인게임의 7가지 문제점

## China Game News

- 성따(盛大) 포인트 카드 가격 인상
- 대형 환상 게임 <헤르코트(herrcot)> 협력 파트너 모색
- 워니우(蜗牛) VIP서비스 출시
- 성따(盛大) 레이싱게임 <타오타오탕(跳跳堂/콩콩온라인)> 출시
- 한국, 청두(成都)에 애니메이션게임 인재 양성소 설립

## Game 순위

- 중국 온라인게임 기대 작 TOP 10(14)

## Game 소개

- <위러첸 / 渔乐园 / Getbass>

## 법률 및 정책

- 문화부 : PC방 심사비준 순차적으로

## 중국 현지에서 바라본 한국 온라인게임의 7가지 문제점

중국 온라인게임 시장의 절반을 차지하고 있는 한국게임이 최근 높은 수익을 올리고 있다. 한국 온라인게임은 중국 대리업체와 한국 개발업체에게 예측하지 못했던 엄청난 이익을 가져다주었다. 성따(盛大)의 회장 천티엔차오(陈天桥)는 한국 온라인게임 <미르의 전설> 대리로 인해 중국 최고 갑부가 되었다.

초기의 일부 베테랑 게이머와 게임 대리업체들은 한국 온라인게임 제품의 심각한 결함과 좋지 않은 자금모집 방법에 대해 알고 있었다. 하지만 중국의 대다수 게이머들이 화려한 게임화면과 통쾌한 전투 방식의 한국 온라인게임에 열광함에 따라 한국 온라인게임은 한층 더 아름답게 포장되었다.

"길이 멀어야 말의 힘을 알 수 있고, 세월이 흘러야 사람의 마음을 알 수 있다(路遥知马力, 日久见人心)" 는 옛말과 같이 한국 온라인게임과의 장시간 접촉은 포장에 가려졌던 한국 온라인게임의 문제점을 드러내고 있다.

한국 업체들이 중국에서 고객의 이윤을 얻는 동시에 대량의 제품과 기술적 문제를 남겨놓고 있어 결과적으로 중국 게임운영업체와 게이머들이 손해를 보고 있다. 현재 일부 한국 온라인게임의 도산과 시장 영향력의 감소로 이러한 문제점들이 더욱 부각되고 있다.

### 문제점 1. 저급제품 물량공세

업계 인사에 따르면 중국 온라인게임 시장 형성 초기에는 여러 유형의 제품이 있었다. 타이완에서 개발한 <완왕즈왕(万王之王/만왕지왕)>, <왕뤄싼궈(网络三国/망락삼국)>, 일본의 <스치스파이(石器时代/석기시대)>, 그리고 중국에서 개발한 온라인게임 최초 형식인 <샤오아오장후(笑傲江湖/소오강호(MUD버전)>까지 비교적 많은 제품들이 있었다.

기본적으로 2001년 말과 2002년에 <미르의 전설(传奇)>, <천년(千年)>을 포함한 다수의 한국 온라인게임 제품이 중국에 진출했다. 한국 정부는 온라인게임을 국민산업으로 보고 적극적으로 지원했다. 심지어 게임엔진을 공유하도록 해 각 게임회사는 공유한 게임엔진으로 대량의 게임을 개발했다. 하지만 이런 제품들은 동질화 현상이 심하며 품질도 일정치 않다.

이와 동시에 중국 온라인게임 시장의 급속한 발전과 <미르의 전설>의 성공은 많은 투자자들의 주목을 끌었고, 투자자들은 잠재력이 큰 온라인게임 시장에 뛰어들기 위해 대량의 게임제품을 필요로 하게 되었다. 이때 규모화 된 한국 온라인게임 제품의 생산은 온라인게임 시장에 진출하려는 투자자들의 요구에 부합되었다.

당시 한국의 온라인게임 개발 수준이 높지 않음에도 불구하고 공급과 수요의 불균형으로 인해 게임 개발이 30%-40% 진행된 상태에서 중국 운영업체와 대리계약을 체결했다. 정식 게임 운

영까지의 개발주기는 6개월로 업계의 보편적인 개발주기인 18개월에 훨씬 못 미친다. 짧은 개발주기로 인한 문제점은 향후 게임운영에 많은 결함을 야기하게 되었다.

가장 전형적인 실례로는 <선화(神话)>를 들 수 있다. 2003년 8월 <선화>는 대대적인 광고와 완벽해 보이는 외관으로 많은 게임 운영업체들의 주목을 이끌어냈다. 이 중 쥘요우(聚友)그룹은 공개 입찰에서 수백만 달러를 들여 성따(盛大), The9, 광통(光通) 등의 업체를 물리치고 <선화>의 게임 대리권을 획득했다.

하지만 <선화>의 운영을 담당한 쥘요우네트워크(聚友网络)의 자회사 상하이 쥘요우(上海聚友)에 의해 다중 접속 롤플레이팅 게임인 <선화>가 수만 명의 동시접속을 견디지 못하는 심각한 기술적 결함이 발견되어 <선화>는 정식으로 상업화되지 못했다.

한국 개발업체와의 수차례 교섭에도 불구하고 게임대리 비용 1,200만 위안 및 거액의 게임 광고비용을 낭비하게 되었다. 2004년도 회계보고에 따르면 <선화>의 게임대리로 최저 650만 위안의 손실을 봤다.

## 문제점 2. 심각한 게임동질화 현상

한국 게임 개발업체들은 제품의 원가를 줄이기 위해 동일한 게임엔진을 이용, 제품을 개발하기 때문에 게임의 유사성을 초래했으며 현재 이런 동질화 현상은 더욱 심화됐다. "<쥘판(决战/결전)> 및 <스밍(使命/리펜트온라인)>, <성저우디(圣者无敌/소마신화전기)> 이 세편의 게임은 마치 게임배경만 교체된 것처럼 게임체제, 게임임무 등이 매우 유사하다. 심지어 게임 운영과정에서 발생하는 기술적인 문제도 같다"라고 관련 인사는 밝혔다.

한국 온라인게임의 가장 뛰어난 부분은 전쟁, 레벨 업그레이드와 PK부분으로 한국 온라인게임은 그 게임성에 있어서 구미 온라인게임의 롤플레이 대신 단일전투 장르를 취했다. 한국 온라인게임은 전쟁과 PK에서 지속적으로 승리해야만 레벨 업그레이드가 가능하다.

한국 온라인게임의 주요 게임성은 전쟁으로, 게이머의 레벨 업그레이드는 전쟁을 유발하는 유일한 수단인 동시에 게임성을 단일화시키는 원인이기도 하다. 게임 과정 중 게이머는 원하든 원하지 않든 레벨 업그레이드를 위해 전쟁을 치러야만 한다. 그렇지 않으면 게임 속에서 다른 게이머들과 어울리지 못할 뿐만 아니라 게임의 재미도 잃어버리게 된다. 이런 이유로 구미 온라인게임에 비해 단순하기 때문에 게임 고수들도 많다. 하지만 장기적으로 볼 때 이런 단순한 게임성은 무료함을 초래할 뿐만 아니라 게이머의 건강에도 적지 않은 해를 끼치게 된다.

## 문제점 3. 가격담합

업계 인사에 따르면 몇 년 전 한국 온라인게임 산업협회에는 한국게임의 중국 수출 시 그 계약 금액이 50만 달러 이상이어야 한다는 불성문의 규정이 있었는데 최근 이 금액 기준이 더욱 높아지고 있는 상황이다. 이런 담합성 규정으로 인해 많은 중국 게임운영 업체들은 무거운 부담을 지게 되며, 이는 결과적으로 게임을 즐기는 게이머들이 부담하게 된다.

또한 판권금액 협상에 있어서 한국 온라인게임 업체들은 일반적으로 동시에 여러 업체와 협상을 진행한다. A회사와 협상된 가격으로 다시 B회사와 재협상하는 방법을 통해 판권금액을 터무니없이 높게 올리고 있다.

실례로 <시왕OL(希望OL/seal OL)>의 대리금액 협상 시, 한국 개발업체는 끊임없이 가격을 올렸고, 화샤광위(华夏光宇)는 거액을 지불한 후에야 비로소 대리권을 획득할 수 있었다. 그리고 한국 인기 스포츠 캐주얼게임인 <Freestyle>의 대리금액은 더욱 높아졌다.

결국 게임업계에서 알려지지 않은 티엔리엔쓰지정보기술(상하이)유한회사(天联世纪信息技术上海有限公司)가 대리권을 취득하게 되었다. <Freestyle> 대리권을 취득하기 위해 The9은 500만 달러를 대리금액으로 내놓겠다고 발표했었다.

#### 문제점 4. 기술 이전 거부

한국 온라인게임 개발업체들은 중국 측의 기술습득을 방지하기 위해 중국 운영업체들에게 기술을 이전하지 않았다. 이로 인해 중국 게임업체들은 거액의 대리금액을 지불하고서도 기술을 배울 수 없어 게이머의 권익 확보와 게임 품질을 유지에 큰 어려움을 겪고 있다.

<치엔니엔(千年/천년)>을 운영한 적이 있는 한 업계인사에 따르면 게임 운영에 있어 새로운 버그 발생 또는 프로그램 운영에 문제가 발생한 경우, 운영업체가 할 수 있는 일은 발생한 문제를 개발업체에 통보하는 것뿐이며, 그 외 가장 기본적인 문제의 기록, 분석에도 참여할 수 없었다고 밝혔다.

제품의 문제 발견에서 문제 해결까지 그 중간과정은 매우 복잡하다. 대체로 게이머와 운영업체들이 문제를 발견한 경우에는 문제가 해결되거나 또는 잊혀질 때까지 문제가 유발하는 여러 가지 불편사항을 감수해야 한다. 이때 게이머의 권익은 침해당하고 마땅히 누려야 할 서비스도 받지 못하게 된다. 결국 제품의 문제가 점점 심각해짐에 따라 많은 운영업체들은 게임운영을 포기하게 된다.

#### 문제점 5. 부족한 서비스 제공

업계인사에 따르면 대다수의 중국 게이머들은 게임에 대한 탐구정신을 지니고 있기 때문에 게임의 품질에 대한 요구가 높다. 또한 중국 온라인게임 시장은 한국보다 크기 때문에 동시 접속자 수 뿐만 아니라 표출되는 문제도 많다.

하지만 한국 개발업체는 이런 문제에 대해 무관심하며 적극적이지 않다. 게다가 기술 봉쇄 등의 원인으로 기술 개발업체가 제공해야 하는 서비스 부족을 초래해 결과적으로 중국 게이머의 합법적인 권익을 침해한다.

<찬치(传奇/미르의 전설)>, <치엔니엔(千年/천년)>은 ACTOZ에 의해 중국에 들어온 후, 게임의 후속 서비스가 미비해 매크로, 프리서버, 명의도용, 각종 버그로 인한 문제들이 발생했으나 해결되지 못해 게이머들의 권익을 침해했다.

가장 대표적인 실례로 <스밍(使命/리펜트 온라인)>을 들 수 있다. <리펜트 온라인> 기술부문의 심각한 결함에 대해 한국 측이 해결하지 못해 2004년 5월 1일 중국 운영업체는 어쩔 수 없이 게임의 운영을 포기했다.

소식에 따르면 <리펜트 온라인>의 매크로 성행에도 중국 운영업체는 가장 간단한 변속기어조차 사용할 수 없었으나, 한국 측은 이런 문제에 대해 줄곧 관심도 갖지 않았었다. 그리고 <공취왕(孔雀王/공작왕)>, <티엔스(天使/샤이닝로어)>, <징링(精靈/프리스톤테일)>등 많은 한국 온라인게임들도 제품 및 기술적 문제를 결국 해결하지 못해 중국에서의 게임운영을 중지했다.

### 문제점 6. 잦은 업무간섭

한국 온라인게임 개발업체들은 중국 시장에 대한 이해가 부족함에도 불구하고 이익의 주도권을 갖기 위해 운영업체가 담당하는 시장경영 업무에 자주 간섭한다. 이런 한국 측의 잦은 간섭으로 운영사업은 극심한 혼란에 빠지게 된다.

3월 30일 SINA는 보유하고 있던 SINA상하이러구정보기술유한회사(新浪上海乐谷信息技术有限公司) 주식 51%를 파트너인 한국 최대 게임업체인 엔씨소프트에 넘겼다. 이에 대해 업계인사는 SINA의 온라인게임시장 탈퇴는 한국 개발업체의 과도한 업무간섭으로 인한 미비한 운영실적과 유관할 것이라고 밝혔다.

당시 SINA상하이러구는 한국의 인기 온라인게임 <티엔탕(天堂/리니지)>과 <티엔탕2(天堂2/리니지2)>의 시장보급을 위해 설립되었지만, 한국 개발업체의 잦은 업무간섭 때문에 2편의 게임은 중국시장에서 성공하지 못했다.

### 문제점 7. 중국 정부의 온라인게임 제품 심사 회피

업계인사에 따르면 중국 규정상 온라인게임 제품 수입 시 반드시 중국신문출판총서의 엄격한 심사허가를 거쳐야 하지만, 중국산 온라인게임인 경우 성급 신문출판기관에서 등록 수속만 거치면 된다. 그래서 많은 한국 온라인업체들은 갖은 방법을 동원해 중국 정부의 심사를 빠져나가려고 한다.

가장 보편적인 방법은 중국에서 협력파트너를 찾아 외자회사를 내자회사로 재조직하는 것이다. 하지만 왜 한국 온라인게임 업체들은 중국 정부의 심사를 피하려고 하는 것인가? 가장 큰 원인은 바로 제품의 품질이 규정기준에 못 미치기 때문이다. 하지만 이윤을 얻기 위해 한국 개발업체들은 중국 온라인게임 정책의 틈새를 공략하게 되고, 중국 업체들은 성따(盛大)의 성공을 재현하기 위해 한국 온라인게임 수입에 있어 수단과 방법을 가리지 않고 있다.

그 결과 조잡한 화면, 영성한 게임내용, 유사한 설정으로 인해 동질 온라인게임에 대한 게이머들의 흥미가 줄어들고 있으며, 온라인게임 제작수준의 하락으로 인해 온라인게임으로 대표되는 문화 이미지도 하락하고 있다. 비록 중국 온라인게임 시장의 발전 전망이 높지만 중국 게임업체들의 상황은 그리 낙관적이지 않다. 업체 중 10%~15%의 업체들만이 수익을 내고 있으며 그 외 업체들은 겨우 유지하거나 적자를 기록하고 있다.

그리고 더욱 많은 온라인게임 업체들이 투자를 확대해 중국 온라인게임 시장에 진출함에 따라 게임업체 수가 급속히 증가해 시장 경쟁이 가속화 되고 있다. 종합해보면 만약 한국의 저질 온라인게임의 지속적인 발전을 방치해둔다면 결국 손해를 입게 되는 것은 중국 온라인게임 산업뿐만 아니라 광범위한 중국 게이머들이다.

자료 : <http://tech.sina.com.cn/i/2006-04-12/1128900510.shtml>

## 성따(盛大) 포인트 카드 가격 인상

3월 14일 왕이(网易)의 “일카통(一卡通) 50 포인트 카드”의 출고가격 인상 후, 성따네트워크(盛大网络)도 공급가격 체제를 조정, 전체 온라인 카드의 가격을 8% 인상했다.

성따는 현행 중계 정책을 3년간 안정되게 실시해 왔으나 빠른 발전과 변혁의 시기를 맞아 성따 협력 업체의 이익을 도모하기 위해 4월 6일부터 중계 가격 시스템을 조정한다고 판매업체에게 공고했다. 왕이가 “일카통 50 포인트 카드”만 인상한 것과 달리 성따는 모든 온라인카드의 가격을 8% 인상했다.

이전 91개 온라인 중계업체들이 왕이의 포인트 카드 가격인상을 반대한 것과 달리 이번 성따의 가격 체제 조정은 오히려 중계업체들의 호응을 이끌어 내고 있다. 선제온라인(讯捷在线)의 위하이펑(于海峰) 책임자는 성따의 가격 조정은 환영하지만 왕이의 가격 조정에는 반대한다고 밝혔다.

위하이펑(于海峰)의 설명에 따르면 이번 성따의 결정은 분명 이전 왕이의 포인트 카드 가격 인상 사건의 연속으로 볼 수 있다. 하지만 성따는 왕이와 달리 이익 반환 정책을 같이 펴고 있다. 즉 중계업체가 타지가 아닌 당지에서 판매한 판매액이 40만 위안인 경우, 성따는 여기에 상응하는 이익, 40만 위안의 1%~2%를 중계업체에게 반환해 준다. 그러므로 성따의 온라인카드 가격 인상은 중계업체에게도 이익을 가져다줌으로 중계업체들은 당지의 시장을 지키면서 성따의 가격조정을 지지하고 있다.

온라인 게이머 미스터 왕은 PC방에서 왕이 포인트 카드를 살 때, PC방 주인으로부터 전체 온라인게임 포인트 카드 가격이 인상되어 5위안의 포인트 카드를 6위안에 판매함을 알게 되었다. 위하이펑(于海峰)은 현재의 루트에서 왕이 포인트 카드를 판매하지 않는 것은 비현실적이거나, 기존의 가격으로 판매하게 될 경우, PC방은 단지 5위안의 이익을 얻기 때문에 PC방의 이익을 위해 액면가 5위안의 포인트 카드를 6위안에 판매기로 했다고 밝혔다.

많은 온라인게임 중계업체들이 자발적으로 왕이 제품 불매로 왕이의 가격 인상을 억제하려고 하지만, 왕이 온라인게임 사업부 시장총감인 리르창(李日强)은 포인트 카드의 가격 조정은 판매에

별다른 영향을 주지 않으며 전체적으로 볼 때 왕이 포인트 카드의 판매량은 제고되었다고 밝혔다.

소식에 따르면 왕이와 성따 외에 The9(九城), 9YOU(久游)등 유명 게임업체들이 포인트 카드 가격 인상을 계획하고 있다. 업계 인사는 게임업체들의 가격 인상 정책은 중계업체를 압박하려는 신호이며, 향후 중계업체의 이익은 더욱 분할될 것이라고 밝혔다. 성따의 가격 조정이 어떤 식으로 진행되더라도 카드의 도매가격 인상은 기정사실인 것이다. 결과적으로 게임업체들이 인상한 가격은 모두 게이머들이 부담하게 되는 것이다

2005년 성따는 게임서비스의 무료화를 발표하는 동시에 곧 대규모로 보급될 "홍 네트워크 전략"을 위해 준비하고 있다고 전문가들은 밝혔다. 그러나 성따의 2005년 제4분기에 재무보고서에서 주식상장 후 처음으로 5,400만 달러의 손실을 입었음이 알려졌고, 이에 성따의 주가는 순식간에 10% 하락했다. 성따의 주가는 지금까지도 13달러 정도에 머물러 있어 이번 가격 조정 정책이 성따의 재무데이터를 개선하려는 계획일 가능성도 제기되고 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-04-06/20060406104216395.shtml>

## 대형 환상 게임 <헤르콧(herrcot)> 협력 파트너 모색



2006년 대형 환상게임인 <헤르콧(herrcot)>이 중국에 진출했다. 게임의 아름다운 캐릭터, 환상적인 게임화면, 풍부한 게임 콘텐츠는 환상게임을 즐기는 게이머들에게 큰 즐거움을 가져다 줄 것이다.

신비하고 아름다운 환상의 세계는 줄곧 많은 게이머들의 사랑을 받고 있으며, 게임 속의 고귀한 정령(精靈)과 용감한 인류는 우리들 마음속에 지울 수 없는 깊은 인상을 남기고 있다.

복잡하게 얽힌 기이한 이야기 배경은 고전적이고 신비한 환상의 세계를 우리 앞에 드러낼 것이며 독특한 용병 시스템과 전쟁 시스템 등은 환상세계에 대한 흥미를 유발시킨다. <헤르콧>은 보기 드문 전형적인 환상게임이다.

한국 유명업체인 싸이더스에 의해 중국에 수출됐으며 현재 적합한 협력 파트너를 찾고 있다.



자료 : <http://news.17173.com/content/2006-04-05/20060405165209227.shtml>

### 워니우(蜗牛/snail game) VIP서비스 출시

워니우(蜗牛/snail game)는 <항하이쓰지(航海世纪/항해세기)>의 성공적인 운영 후, 현재 클로즈 베타서비스 중인 <지차쓰지(机甲世纪/기갑세기)>, 구미에서 큰 영향력을 지닌 <헤이안위광밍(黑暗与光明/Dark and Light)> 그리고 <창따오위푸상2(强盗与富商2/강도와 부자2)> 및 <우제취(舞街区/무가구)> 등의 게임을 골이어 내놓았다.

그리고 광범위한 게이머들에게 양질의 서비스를 제공하기 위해, 그리고 워니우의 모든 자원을 조합, 게이머들에게 환원하기 위해 4월 10일 워니우는 “VIP회원 서비스”를 개시할 예정이다. “VIP회원 서비스”에는 다운로드서비스, 편지함서비스, 핫라인서비스, 음성서비스 등 7개 항목의 서비스 제공도 포함된다.

이런 양질의 서비스를 기반으로 워니우는 모든 VIP회원들에게 일련의 특혜도 제공한다. 가장 눈길을 끄는 특혜는 바로 워니우의 VIP회원이 될 경우 1년 간 무료로 <항하이쓰지>, <지차쓰지>, <창따오위푸상2>, <우제취> 4편의 온라인게임을 즐길 수 있다는 것이다. 이 외, VIP회원은 정기적으로 워니우 VIP전자 잡지를 받을 수 있으며 제품 구매 시 10%할인 등의 서비스를 받을 수 있다.

지금부터 VIP회원에 가입하면 각종 무료서비스를 제공받을 수 있으며 또한 워니우가 지속적으로 내놓는 VIP서비스도 제공받을 수 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-04-08/20060408135923482.shtml>

## 성따(盛大) 레이싱게임 &lt;타오타오탕(跳跳堂/콩콩온라인)&gt; 출시



신형 레이싱 캐주얼게임인 <타오타오탕(跳跳堂/콩콩온라인)>은 한국의 게임순위 상위의 인기 게임으로 기존 레이싱게임의 틀을 깬다. 현재 독점대리권을 가진 상하이성따네트워크발전유한회사(上海盛大网络发展有限公司)는 빠른 시일 내에 클로즈 베타서비스를 진행할 예정이다.

콩콩 온라인은 지상에서만 달리는 기존 레이싱 게임과 달리 상하고저의 개념을 도입한 새로운 형태의 게임으로 아슬아슬한 컨트롤이 묘미인 캐주얼 레이싱 게임이다

<타오타오탕>은 기존 레이싱게임의 대전방식을 탈피, 지상이라는 틀에서 벗어나 3차원의 공간개념을 도입한 새로운 게임이다. 게이머는 강가를 운전해, 우주로 뛰어 오르거나 산굴에 들어가기도 하며 하늘과 땅을 자유자재로 넘나든다. 그리고 게임의 입체적인 이미지와 화면효과는 게이머들의 주목을 받고 있다.

또한 게임의 조작방법도 손쉬워 방향키만으로도 캐릭터의 진행방향을 조정할 수 있다. 속도경쟁 외, 게이머는 Z와 X키를 사용, 풍부한 게임도구로 상대를 쉽게 공격할 수 있다.

전체 게임은 6개 키로도 조정이 가능해 게임 초보자들도 쉽게 게임을 즐길 수 있다. 애니메이션 3D 캐릭터와 재미있는 게임내용 그리고 다양한 게임 맵은 게이머에게 더욱 커다란 즐거움을 선사한다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-04-08/20060408140936989,1.shtml>

## 한국, 청두(成都)에 애니메이션게임 인재 양성소 설립

중국 온라인게임 산업의 빠른 발전 속도에 따라 온라인게임 산업대국인 한국은 인터넷 사용자가 약 2억여 명에 달하는 거대한 중국 시장을 주목하고 있다. 한국 FBS 제1영상협회 심현우 회장은 "2006년 중국 디지털 엔터테인먼트 산업 발전 포럼"에서 올해 6월에 청두(成都)에 중·한 애니메이션 게임 인재 양성소를 설립, 온라인게임 산업부문에 양국의 협력을 가속화할 것"이라고 밝혔다.

현재 중국은 극심한 온라인게임 인재 부족과 낮은 자체개발 능력 문제를 안고 있다. 통계에 따르면 현재 중국 온라인게임 전문 인원은 3만 여명이며 향후 몇 년 내 인재 수요량은 60만 명 정도로 늘어날 것이다. 심각한 인재 부족은 중국 온라인게임 산업 발전을 저해하고 있다.

청두(成都)에 설립될 한·중 온라인게임 인재 양성소는 국제적 게임 산업의 발전 방향에 따라 관련 한국 교수와 전문가들이 강의를 맡아 온라인게임 프로그램 디자인과 게임 그래픽 디자인 등의 커리큘럼을 진행할 것이다.

그리고 올해 9월 한국은 청두(成都)에 10개의 한·중 온라인게임 합작기업을 설립할 것이다. 또한 쓰촨성(四川省)과 제휴해 사천문화를 지닌 애니메이션 프로그램을 연구,개발해 애니메이션게임 산업에 있어 양국 간의 협력과 교류를 강화할 예정이다.

디지털 엔터테인먼트 산업은 한국에 있어 수익성이 높은 산업 중의 하나로 그 증가율은 30%~40%며 2001년에는 생산액 200억 달러를 달성했다. 현재 중국도 게임 산업의 발전기회를 맞고 있다. 중국의 온라인게임 하루 동시접속자 수는 100만 여명이고, 2004년 중국 게임 산업 시장 규모는 36억 위안에 달한다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-04-07/20060407140003122.shtml>

## 중국 온라인 게임 기대 작 TOP 10 (14)

순 위		게 임 명 칭
1	-	SUN
2	3↑	룽위띠사청(龍與地下城/Dungeons Dragons Online)

3	2↓	쥬웨즈씨엔(卓越之剑/그라나도 에스파다)
4	-	EVE
5	-	정치환상(蒸氣幻想/네오스팀)
6	7↑	지짠(激戰/Guild Wars)
7	6↓	이치당첸(一騎當千/일기당천)
8	9↑	띠샤청위용쓰(地下城与勇士/Dungeons and fighter)
9	New	장산(江山/강산)
10	-	헤이안위광밍(黑暗與光明/Dark And Light)

중국 온라인게임 기대작 TOP 10(14) 순위는 별다른 변화를 보이지 않는 상태에서 중국산 온라인게임 <장산(江山/강산)>이 새로이 순위에 올랐다. 최근 매주 새로운 게임이 등장하는 상황으로 보아 10위 이하 게임들도 치열한 경쟁을 보이고 있음을 알 수 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-04-10/20060410111944267.shtml>

**CGW** China Game Weekly **Game 소개**

<위러첸(渔乐园/Getbass)>



게임 이름 : 위러첸/渔乐园/Getbass  
 게임 종류 : 캐주얼 온라인게임  
 개발 회사 : 자요우/嘉游/일본 SEGA  
 운영 회사 : 자요우/嘉游/일본 SEGA  
 공식사이트 : <http://www.segame.com/>

<위러첸/渔乐圈/Getbass>이 아케이드 게임에서 PC로 플랫폼을 옮긴 후 키보드로 게임을 조작하게 됐지만 그 재미는 아케이드 게임에 뒤지지 않는다.

<Getbass>는 게이머에게 50여 종의 낚시 도구와 풍경이 아름다운 8곳의 낚시터를 제공해준다. 게이머들은 수중 카메라로 물밑 전경을 실시간으로 볼 수 있어 게임 시 실제와 같은 긴장감과 흥분을 느끼게 된다. 그리고 게임의 인공지능 기능으로 놓여는 미끼의 종류와 기타 객관적인 조건에 따라 반응을 달리한다. 또한 게이머는 날씨, 기온, 시간의 변화에 따라 수시로 어구를 교체해 낚시 성공률을 높일 수 있다. 초대형 농어를 낚을 때는 생각지 못한 게임도구와 도구 포인트 복권이 무작위로 증정된다.

또한 온라인 버전 게임은 게이머들 간의 교류를 강화해 게이머들은 채팅을 하면서 낚시를 즐길 수 있다.



자료 : <http://newgame.17173.com/pages/05/20060320/20060320205537.html>  
<http://news.17173.com/content/2006-04-04/20060404151306467.shtml>

CGW  
China Game Weekly

## 법률 및 정책

### 문화부 : PC방 심사비준 순차적으로

최근 일부 매체의 “문화부 PC방 허가증 심사 완화” 관련 보도에 대해 문화부 시장사(市场司) 투오주하이(庾祖海) 부사장은 인터뷰 시 보도된 내용이 부정확하고, “완화” 단어의 사용은 오해를 불러일으킬 소지가 있다고 밝혔다. 또한 중국은 PC방 관리에 있어 순차적 비준, 엄격한 감독관리,

서비스 제고의 원칙을 고수하고 있다고 밝혔다. 그리고 현지 경제 및 사회 발전수준, 인구 구성, 소비 습관 등 여러 요인에 따라 PC방 심사기준을 달리한다고 밝혔다.

투오주하이의 설명에 따르면 2004년 중국 PC방 정비 기간 동안 각 지역의 신규 PC방 심사 기준을 중지했으며, 1년 동안 중국 전역에서 4만 여개의 불법 PC방을 단속했다. 정비 기간 종료 후, 사회 각계는 PC방 심사기준 여부, 심사기준 수, 심사기준 방법 등에 대해 주목했다.

2005년 4월, 문화부는 공상총국,公安部, 신식산업부 등 9개 부문과 회동해 “PC방 관리사업 심화 관련 통지”를 인쇄·발행하고 PC방 총수량 배치 계획 실행을 통한 신규 PC방 심사기준 문제 해결을 규정했다.

통지 규정에 따르면 지방 문화행정부문이 신규 PC방 심사기준 권한을 가지게 된다. 성·자치구, 직할시 문화행정부문은 당해 지역의 PC방 총수량 및 배치 계획에 관한 의견을 제정하고, 현·시문화행정부문은 당해 지역의 PC방 총수량 및 배치 계획에 대한 각 계의 의견을 수집하여(필요에 따라 공청회 소집 가능), 현지 정부의 동의를 거쳐 하급기관에서 상급기관으로 성, 자치구, 직할시 문화행정부문에 보고한다. 문화행정부문은 보고받은 내용을 종합·조절하여 집행한다.

성시(省市) 문화행정부문은 현지 신설 PC방의 최저 영업면적, 컴퓨터 수량, PC면적의 기준 수립에 대한 권한을 위임받아 각각의 실제상황에 따라 규정을 제정하고 문화부에 등록한다.

투오주하이는 PC방 수량이 부족한 지역에는 법에 따라 심사 비준해 불법 PC방의 파생과 PC방 허가증의 불법 매매를 제한하고 있으며, PC방이 포화상태인 지역에는 PC방 심사기준 문제가 존재하지 않는다고 밝혔다. 또한 당해 규정은 이미 1년 가까이 실행되고 있으므로 일부 매체가 보도한 내용과는 맞지 않다고 밝혔다.

또한 향후 PC방의 발전목표는 서비스 향상에 있으며 중국의 문화를 선양하거나, 서비스가 우수하거나, 특징인을 상대로 하는 PC방은 영업 신청 시 특혜를 받을 수 있다고 밝혔다. 또한 문화부는 PC방의 체인점 운영을 적극 지지한다고 밝혔다.

자료 : [http://game.china.com/zh\\_cn/news/cybercoffe/11020682/20060411/13235887.html](http://game.china.com/zh_cn/news/cybercoffe/11020682/20060411/13235887.html)

CHINA GAME WEEKLY 자료제공			
 DONGGUK UNIVERSITY	동국대학교 중국산업경제연구소 <a href="http://wwwk.dongguk.ac.kr/~icie">http://wwwk.dongguk.ac.kr/~icie</a> TEL: 054-770-2475/ FAX: 054-773-6002		北京金碧伟业有限公司 <a href="http://www.jinbitech.com">http://www.jinbitech.com</a> TEL: 010-8483-2061/ FAX: 010-8483-2062