The Biweekly

Taiwan Game News

2006. 4. 28. Vol.8

[CONTENTS]

기획특집

■ 대만 게임콘텐츠 발전 추세 및 업계 동향

뉴스 & 화제

1 와이(華義) - RSA 와 합작, '동태밀마기 (動態密碼機)' 출시

2 새로운 게임 <희곡 10점반(戲谷 10 點半)>

3 완만한 성장을 보이는 대만 고속 인터넷

4 새로운 모바일 게임 <대부옹몽경역험(大富翁夢境歷險)>

게임 순위

대만 게임콘텐츠 발전 추세 및 업계 동향

대만 디지털 게임은 PC 플랫폼을 그 발전의 주축으로 삼고 있으며, 크게 PC 게임과 온라인 게임으로 나눌 수 있다. 최근 2년 동안 전 세계 PC 게임은 모두 쇄락해가는 상황 가운데 있으며, 대만 역시 마찬가지이다. 또한 온라인 게임 시장 역시 완만한 성장폭을 보이고 있어, PC 게임은 물론이고, MMORPG 혹은 캐주얼 게임 모두 미래에 각기 다른 도전이 있을 것으로 예상된다. 업자들은 반드시 시장 환경 변화에 대응하여 새로운 경영 전략을 구상해야 하겠다. 그럼 이제부터 시장 발전, 업자 동태 및 주요 논제 등의 방면에서 게임 시장의 미래 발전 추세를 논의해 보겠다.

1. 시장 발전 분석

2005년 대만 디지털 게임 시장 규모는 2004년보다 6.6% 성장한 NT$ 95.7억 원에 달하게 될 것으로 전망되며, PC 게임 시장은 지속적인 쇠퇴 현상을 보일 것이며, 온라인 게임 시장 역시 완만한 성장폭을 보여, 전체적인 게임 시장 규모는 최근 2년간 대폭 성장을 거두지 못했다고 할 수 있다.

2006년에는 PC 게임 시장이 불법 복제 문제와 유저들의 타 게임으로의 전향으로 인해 하락세를 유지할 것으로 예상된다. 온라인 게임은 2005년 하반기에 업자들이 계속해서 대작들을 선보이고, 캐주얼 게임의 지속적인 성장 등이 시장의 활기를 불어넣을 것으로 예상되어, 2006년 온라인 게임 시장은 1.5% 성장한 NT$ 92.5억 원에 달할 것으로 전망된다. 이러한 이유로 전체 게임 시장은 NT$ 100억 원 규모를 넘어 설 것으로 예측된다. 시장 규모에서 볼 수 있듯이 온라인 게임 시장의 전체 게임 시장 점유율이 계속해서 증가하고 있으며, 이는 대만 게임 시장이 점차 온라인 게임을 주축으로 하여 발전되고 있음을 보여준다. PC 게임은 비록 쇠퇴 국면을 맞았으나, 관련 업자들이 PC 게임 상품의 경영을 포기하지 않고 종전의 고객들과 긴밀한 관계를 유지하고 있는 상태이다.

2. 업계 동향

대만 게임 업자는 과반수가 해외 게임의 대리를 위주로 경영하고 있으며, 게임의 자체 제작 비율은 매우 낮다. 대만 디지털 게임의 장기적인 발전을 위해 업자들은 지속적으로 게임 개발을 진행해야 하며, 또한 적극적으로 해외 시장을 개척해야 하는데, 중국 시장이 가장 최선의 선택일 것이다. 지금부터는 대만에서 영업 수익 1,2위를 다투는 '소프트월드(智冠科技)' 및 '감마니아(遊戲橘子)'를 분석하여 대만 업자들의 발전 동태를 살펴보겠다.

(1) 소프트월드(智冠科技) - 중국 시장 영업 방식을 변화하고 모바일 게임을 공략

소프트월드는 현재 대만에서 가장 규모가 크고, 영업 수익이 가장 높은 게임 업체이다. 그 아래에는 중요한 자회사인 유희신간선(遊戲新幹線)과 중화왕롱(中華網龍)이 있다. 현재 소프트월드와 유희신간선은 <라그나노크>로 가장 높은 동시 접속자 수를 보유하고 있다.

소프트월드는 과거에 PC 콘솔 게임과 출판, 통로 사업으로 시작하여, 점차 다른 소형 게임 업체를 합병하여 지금의 규모로 성장하게 되었으며, 현재는 북구(北區) 연구, 개발 중심, 북두성 공작실, 미상시각 공작실 등과 같은 수백 개의 개발 부문과 공작실을 가지고 있다. 또한 일부분 게임 업체의 주권(주주의 권리)을 가지고 있어 대만 게임 발전의 통로로서의 능력을 가지고 있는데다 게임 잡지인 '소프트웨어 세계(軟體世界)'를 출간하므로, 그 영향력과 규모는 대만 제일이라 하겠다.

소프트월드의 자회사는 업무 분리가 명확하게 되어있다. 중화왕롱은 온라인 게임의 연구, 개발을 담당하고, 유희신간선은 온라인 게임의 운영 서비스를 담당한다. 중화왕롱은 예전에 개발해낸 <김용군협전(金庸群俠傳)>등과 같은 온라인 게임이 생명주기로 인해 점점 끝을 맞이하고 있는데다 새로 개발한 게임이 시장에서 예상보다 좋은 반응을 얻지 못하고 있어, 종전의 오래된 게임에 의존하고 있기 때문에, 2004년에는 좋은 성과를 얻지 못하였다.

유희신간선은 지속적으로 <라그나로크>를 영업 수입의 주력으로 삼고 있으며, 소프트월드가 계속해서 각 게임 개발 업체들과 합작을 논의한 가운데 <신절대쌍교(新絕代雙驕) Online>, <삼국영웅전(三國群英傳) Online>, <염용기사단(炎龍騎士團) Online> 등과 같은 기타 게임 업체의 자체 제작 게임 상품을 얻게 되었다. 이로 인해 앞으로도 게임 상품이 부족하지 않게, 전문적으로 자사 발전을 향해 나아갈 수 있을 것이며, 소프트월드 역시 지유(智遊)카드를 출시하여, 자회사를 포함한 모든 요금 제도를 통일할 계획이다.

2005년 소프트월드는 <신장의야망(信長の野望) Online>, <WOW>같은 고급 게임 상품을 대리하여 시장의 반응을 관찰하고 있다. 이러한 게임은 난이도가 높고, 퀘스트 및 조작이 복잡하여 유저들이 게임을 조작할 때 겪는 어려움이 높다. 또한 <WOW>를 위해 새로운 자회사인 지범적(智凡迪)을 설립하였다. 한편으로는 한국의 그라비티와 중국의 <라그나노크> 대리권을 재계약하지 않고, 더 이상 외국 상품의 대리가 아니라 자체 제작 상품 혹은 대만 상품을 대리하여 운영하는 방식으로 그 발전 계획을 변경하였다.

(2) 감마니아(遊戲橘子) – 온라인 엔터테인먼트 채널의 방향으로 발전

1999년 설립된 감마니아(遊戲橘子)는 '부봉군(富峰群) 정보회사'에서 출발하였다. <편의점(便利商店)>이라는 게임으로 영업을 시작하였고, 저가와 성공 마케팅의 방식으로 게임 시장에서 상당히 큰 반응을 얻었다. 그 후에는 게임 방송 프로그램 제작, 잡지 발행 및 웹사이트 경영을 마케팅 수단으로 삼아 마케팅과 매체 조종에서 두각을 보이고 있다.

2000년 감마니아는 한국 온라인 게임인 <리니지>를 대리하여 상품, 서비스 및 마케팅을 모두 중요시 하는 방식으로 대만에 처음으로 출시된 온라인 게임은 아니지만 대만에서 MMORPG 온라인 게임 열기를 탄생시키는 주력이 되었다. 또한 NC soft와 합작하여 NC Gamania Taiwan(吉恩立)을 설립하여, <리니지 2>의 영업 및 중화권 시장 진출에 합작을 진행하고 있다.

그 밖에도 <리니지 2>가 3G 온라인 게임인 관계로 감마니아는 하드웨어 업체인 기가과학(技嘉科技)과 합작하여 컴퓨터 그래픽 카드와 책상형 본체를 함께 판촉하는 이벤트를 진행하여 많은 유저들이 이를 통해 <리니지 2>의 필요 사양에 맞는 PC로 바꿀 수 있도록 하여, 쌍방의 이익을 추구하였다. 그 밖에도 대만전신그룹(台灣電信集團)을 통해 易吉網科技을 인수하여 게임 시장에서 호평을 받는 인터넷 게임 경영권을 획득하여 자사의 영향력을 넓혔다.

2003년 감마니아는 중국, 홍콩, 일본과 한국 시장에서 손해를 본 관계로 해외 시장 개척에 주저하였으나, 2004년 해외 각지 시장이 점점 흥하기 시작하여 게임 상품 라인이 구축된 이후로는 손실 상황이 명확히 개선되었다.

감마니아는 서비스 중인 상품 라인을 확대하여 발전을 꾀하고 있다. 2005년에는 액션 게임인 <메이플 스토리>와 생활감이 돋보이는 <마비노기>를 대리하였고, Casual Game, Avatar, 애니메이션 및 모바일 컨텐츠 등에도 주의를 기울여, 앞으로는 온라인 엔터테인먼트 채널의 방향으로 발전해나갈 계획이다.

3. 발전 추세

(1) PC 게임 - 틈새시장과 온라인 판매 방식으로 발전

PC 게임 시장에 불리한 조건들이 많은 가운데 PC 게임은 고급 그래픽 카드 혹은 키보드 혹은 마우스를 복합해 조작이 가능한 일인칭사격게임(FPS), 전략 시뮬레이션게임, 교육적인 효과가 있는 가정 게임, 지명도가 높은 상표의 게임 등의 틈새시장을 공략하는 것 이외에도 인터넷과 더욱 진보한 결합을 시작하였다.

PC 게임의 불법 복제 문제는 해결하기 어렵고, 그 생명 주기가 매우 짧은 관계로 현재 일부 업자는 전통적인 판매 방식에서 벗어나 인터넷을 통해 판매하는 방식의 취하여 새로운 경영 방법으로 판로를 만들었다. 게임 상품은 인터넷을 통해 다운로드 버전, 온라인 대결과 새로운 정보를 다운로드 할 수 있도록 해 그 생명주기를 연장하는 방식을 취하고 있으며, 온라인 인증 제도를 통해 불법 복제를 막는 방법도 등장하여 효과적인 안전 조취로 인정받고 있다. 그 밖에도 온라인 게임 서비스 제도를 모방한 PC 게임 Game On Demand 방식으로 게임 내용을 나누어 다운로드 할 수 있도록 하고, 다양한 요금 제도를 도입하여 유저들에게 새로운 PC 게임의 면모를 보여주고 있다.

대만 업자들은 이미 이러한 작업을 시작하여 2005년 2월 하순에는 송강(松崗)과 중화전신(中華電信)이 합작하여 원하는 게임 플랫폼을 선택할 수 있는 방안을 도입하여 유저들에게 월정 요금, Stream 방식으로 PC 게임을 취득하도록 하였고, 7월부터 정식으로 유료화 될 계획이다. 게임 플랫폼을 선택하도록 하는 방법은 업자들의 통로(확보) 자본을 감소하고, 불법 복제를 막아주며, 또한 유저들에게 비교적 적은 요금으로 다원화된 게임을 선택할 수 있도록 해주므로, 이러한 PC 게임의 온라인화 방식은 PC 게임과 인터넷 게임의 구분을 모호하게 할 것으로 예상된다.

(2) 온라인 게임의 새로운 도전장 - 분중(分衆) 시장

온라인 게임의 수량이 증가하고 그 질이 높아져가는 상황에서 과거의 마케팅 활동과 서비스 품질은 매우 큰 차이를 보이고 있어, 시장은 다시 상품의 경쟁으로 회귀하고 있다. MMORPG 게임은 대중 시장에서 새로운 상품을 출시하여 생명주기를 늘리고 있으며, 올해에는 고정적인 고급 유저들이 생겨나, 게임 내용의 난이도나 퀘스트, 조작법이 복잡한 게임을 요구하고 있어, 만약 쉬운 게임을 좋아하거나, 채팅을 목적으로 게임을 하는 새로운 유저층을 성공적으로 개발한다면 대만 게임 시장에 자극을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

MMORPG 게임 이외에도 캐주얼 게임이 점차 온라인 게임의 인기 영역으로 자리를 잡아가고 있다. 캐주얼 게임 중 익지류(益智類 : 두뇌게임) 게임은 업자들 간의 경쟁이 매우 치열한데, 이는 캐주얼 게임이 법칙이 간단하고 시간을 때울 수 있는 무연속성 게임이라는 이유로 많은 유저들에게 인기를 끌고 있기 때문이다. 캐주얼 게임의 주요 서비스 업체로는 제삼파(第三波)、(鈊象)、억태리(億泰利)、디지셀(數碼戲胞) 등이 있으며, 앞의 세 업체는 주로 박변류(博奕類 : 마작, 장기 등) 게임을 제공하며, 디지셀은 귀엽고 대결이 가능한 두뇌게임을 위주로 제공하고 있다.

캐주얼 게임을 업무의 핵심으로 하는 업자 이외에도, 기타 온라인 게임 업자와 포털 사이트 업자, 심지어는 무료 게임 사이트 업자들도 이러한 캐주얼 게임 서비스를 제공하고 있는 상태로, 업자들이 적극적으로 캐주얼 게임 시장에 진입하여 이미 뜨거운 경쟁이 시작되었다.

캐주얼 게임은 처음 시작할 때 무리 없이 시작할 수 있고, 비용이 적다는 장점이 있어, 많은 유저들을 끌어들일 수 있는 잠재력을 가진다. 게임 상품의 수량이 많고, 비슷한 성격을 가진 게임이 많아서, 업자들이 성공을 거두려면 반드시 틈새시장을 공략해야 한다. 가격을 낮추거나, 주력 게임 상품을 심도화 하는 것, 게임 상품의 출처를 증가하는 것, 커뮤니티 경영 및 유저들의 게임에 대한 충성도를 높이는 것이 생존할 수 있는 방법이다.

(3) 요금제도의 세분화하여 유저들의 요구에 접근

게임이 콘솔 게임에서 온라인 서비스를 향해 발전된 이후, 그 성질은 한번 요금을 지불하던 것에서 지속적으로 요금을 지불하는 것으로 변화되었고, 이 때문에 횟수에 따른 요금 지불제도, 포인트 삭감, 월정액 등 각기 다른 요금 제도가 생겨나게 되었다. 그러나 이러한 요금제도의 주요 의미는 '유저들에게 게임에 원하는 금액을 쓸 수 있도록 하는 것'이다. 만약 월정액의 방식을 취한다면 한 달을 단위로 회비를 받으며, 아이템 판매 방식을 취한다면 유저들이 그 게임에 얼마를 투자하길 원하는지 고려하여 게임 중의 캐릭터 인지도의 높낮이를 조정하도록 한다.

또한 업자들은 게임의 연구 개발, 게임 상품의 영업과 등급 분류와 요금 제도를 잘 조합하여야 한다. 게임을 설계할 때, 게임의 특성에 맞게 마케팅, 절절한 정가를 정하여 포장하고, 다시 게임의 설계와 제작을 거쳐야만 게임 개발 시간과 투자 자원, 자본을 성공적으로 조절할 수 있다. 예를 들어 정가를 높게 매긴 고급 게임 상품은 소프트웨어 비용 개념을 가지고 월정액 방식을 취해야 하며, 일반적인 대중 게임의 경우에는 서비스와 아이템 비용의 개념으로, 유저들에게 원하는 금액과 시간을 투자할

수 있도록 선택권을 주어야 한다. 소규모의 캐주얼 게임은 무료 요금을 도입하여 커뮤니티를 운영해 커뮤니티의 자료실에 대해 'Data Mining'을 진행하여 광고 수입을 얻고, 그 밖에 아이템을 판매하는 방법을 취하도록 한다.

포인트 삭감 등의 요금제도 방식은 세밀하고 다양한 유저들의 결정 법칙이 필요하다. 한 포인트, 한 번에서 부터 며칠, 일주일, 심지어는 몇 개월, 계절, 해(년) 등의 단위로 진행해야만 경쟁이 치열한 게임 시장에서 유저들의 요구에 근접하여 영업 수익을 얻어낼 수 있다.

(자료 : 자책회 제공)

와이(華義) RSA 와 합작 '동태밀마기 (動態密碼機)' 출시

게임 업체들과 유저들에게 '아이디 도용'은 게임 안전상의 중대한 우려가 되어왔다. 아이디 도용 및 플러그인을 사용하는 유저에게 자격 정지 처분을 내리는 것 이외에도 게임 업체들은 각자 자신만의 보안 정책을 내놓았다. 와이(華義)는 오늘 RSA 와 합작하여 '동태밀마기 (動態密碼機)'를 선보이고, 새로운 하드웨어 기술을 통해 비밀번호를 안전하게 방어하길 희망하고 있다.

'기계에 따라 움직이는 비밀번호를 저장'하는 것은 RSA 사의 독특한 기술로, 5.8 x 2.5cm의 '동태밀마기'는 본사 웹사이트와 연결되어 보여지는 움직이는 비밀번호를 60초마다 한 번씩 변경해 준다. 유저들 게임에 로그인할 때 비밀번호를 입력하는 것이 외에도 '동태밀마기'의 비밀번호를 입력하게 되어있다. 이렇게 하면 도용한 아이디로 로그인을 할 수 없게 된다.

이 기술은 이전까지 기업의 보안 시스템에 사용되어 왔는데, 이번에 처음으로 게임에 사용되는 것이며, 가장 처음으로 와이의 인기 온라인 게임 <열혈강호 온라인>에 적용되며, 6월 달 출시될 전망이다. 그 다음으로는 계속해서 이 기계의 응용 가능성을 타진해 볼 계획이다. 앞으로 RSA 상품은 와이의 게임에 응용될 것이며, 유저들이 이 기계를 구입하면 게임 보안이 더욱 철저해질 것이다.

현재 와이와 RSA사의 세부 합작 사항 및 시스템 건설 제도 등이 완성되지 않은 관계로 '동태밀마기'의 가격은 아직 미정이나, 약 NT$ 1000원대로 책정될 것이며, 이는 비슷한 기계의 시가인 NT$ 1000 ~ 3000원과 비교할 때 결코 높은 가격이 아니다. 그러나 이 기계는 건전지를 사용하기 때문에 사용 수명에 제한이 있어 약 일 년 이후에는 새로운 기계로 바꿔줘야 하는 불편이 있다.

GNN 신문 사이트 4. 21
http://gnn.gamer.com.tw/8/23318.html

새로운 게임 <희곡 10점반(戲谷 10 點半)>

희곡포커관(戲谷撲克館)은 5월 3일 새로운 포커 게임인 <희곡 10점반(戲谷 10點半)>을 출시할 계획이다. 이 포커 게임은 가장 간단한 게임의 하나로 모양이나 색깔에 관계없이 점수만 맞추면 되는 게임으로 빠르게 진행되는 특징을 가지므로, 단시간에 즐길 수 있는 게임이다.

◆ 게임은 무료, 매일 금화를 보충

새로운 유저들은 금화 500개를 받게 되며, 월정액을 지불하지 않아도 되며, 금화가 0개가 되면 다음날 새로운 금화를 보충 받을 수 있다. 만약 금화 500개가 부족한 유저라면 '희곡(戲谷)'에서 금화 500개를 더 보충 받을 수 있다. 그 밖에도 RPG게임과 같이 레벨 업을 할 수 있고, 레벨 업을 하면 증서를 받고, 또 그에 따른 상금으로 금화를 얻게 되며, 고수가 되면 고수 장식을 얻게 된다.

◆ 전원 피크닉 분위기의 화면

일반적인 포커 게임의 화면은 모두 화려한 이미지를 가지지만, <희곡 10점반>은 캐주얼의 가벼운 분위기 특성을 살려 아늑한 전원 풍경을 배경으로 하고, 귀여운 특수효과 및 유머러스한 문장들을 배합해 유저들에게 오락적인 느낌을 더해준다.

◆ 귀패(鬼牌)를 도입, 패스의 기회를 확대

일반적인 10점반 게임의 가장 큰 자극요소는 5대 관문을 패스하는 것으로, <희곡 10점반>은 독특하게 귀배(鬼牌)를 도입하여 귀패를 가지게 되면 0점 혹은 10점으로 간주하여 5대 관문을 패스할 수 있는 기회를 높였다.

◆ 도신과 같이 패를 섞고, 몇 배의 배팅으로 자극을 더함

도박 영화 속의 패를 섞는 기능을 게임에서 그대로 재현할 수 있으며, 패의 수가 크지 않거나 작지 않거나 혹은 지게 될 우려가 있을 때는 '패를 섞는 기능'을 통해 패를 교환 할 수 있다. 그 밖에도 두 배, 세배, 네 배, 다섯 배의 배팅을 할 수 있어 더욱 자극적이다.

<자료 사진>

GNN 신문 사이트 4.26

http://gnn.gamer.com.tw/3/23363.html

완만한 성장을 보이는 대만 고속 인터넷

자책회의 최신 보고 조사에 따르면 작년 말까지 대만 고속 인터넷 케이블 사용자는 413만에 달하고 이는 전년의 같은 기에 비해 12만 명이 성장한 것으로, 그 성장률은 3%에 달한다.

자책회의 조사 결과에 따르면 다운로드 속도로 비교할 때 다운로드 속도가 1.5M 이상인 사용자는 전체의 61%이며, 1.5M 이하인 사용자는 39%이다. 일 년 동안 고속 인터넷 케이블 사용 변화의 추이를 보면 비록 1.5M 이상인 사용자가 많지만, 2005년 일사분기의 60%와 비교하여 1% 밖에 성장하지 않아, 이를 통해 대만의 고속 인터넷 케이블 성장이 주춤하고 있는 것을 알 수 있다.

예전의 자료를 보면 2001년과 2002년은 고속 케이블 사용 성장의 최고봉으로 새로 가입한 사용자가 각각 93만 명과 96만 명이였다. 2003년과 2004년에는 고속 케이블 사용이 이미 성장기에 접어들어 새로 가입한 사용자수는 각각 77만 명과 69만 명이였다. 그러나 2005년에는 새로운 가입자 수가 53만으로 줄어들어, 고속 케이블 사용 성장이 약세를 보이고 있음을 알 수 있다.

교통부 전신총국의 자료에 의하면 2005년 사사분기 대만 모바일 인터넷 사용자수는 807만 명에 달해, 삼사분기에 비해 37만 명이 증가하였고, 이는 전 삼기와 비교할 때 두 자릿수 성장을 이룬 것으로, 이번 분기의 성장률은 5%에 달했다.

모바일 인터넷 사용자중 GPRS 사용자가 582만 명으로 전체 모바일 인터넷 사용자의 72%를 차지하고 있는데 이는 전 분기에 비해 3% 감소한 것이다. 3G 자격을 가지고 있는 GSM 시스템 업자들이 사용자들에게 카드를 바꾸어 3G 서비스를 사용하도록 하는 방법이 효과를 거두어 이번 분기의 GPS 사용자는 10만 명이 감소하였다.

2005년 사사분기 모바일 인터넷 사용자의 성장은 PHS와 3G 사용자가 증가했기 때문으로, 그 사용자는 지난분기에 비해 47만 명이 증가한 214만에 달했으며, 이는 전체 모바일 사용자의 27%이다. WAP을 통해 인터넷에 접속하는 모바일 인터넷 사용자는 점점 감소하여 11만 명이 되었다.

2005년 12월까지 대만 고속 케이블 인터넷 사용자는 413만 명이며, 전화 모뎀 사용자수는 181만 명, ISDN 사용자는 1.2만 명, 학술인터넷(TANet) 사용자수는 405만 명, 모바일 인터넷 사용자 수는 807만 명이다.

자책회는 2005년 12월까지 대만 인터넷 인구는 959만 명이며, 인터넷의 보급률은 42%로, 2005년 삼사분기와 비교하며 12만 명이 증가하고, 그 성장률은 1%라고 전했다.

PC HOME 신문 사이트 4. 27
http://news.pchome.com.tw/finance/udn/20060427/index-20060427034554031673.html

새로운 모바일 게임 <대부옹몽경역험(大富翁夢境歷險)>

대만의 모바일 전신 산업은 3G의 멀티미디어 시대에 접어들었고, 모바일 게임 역시 고속 인터넷과 고속 전송의 도움으로 무섭게 발전하고 있다. 소비자들에게 있어 휴대폰은 없어서는 안 될 물건이 되었으며, 언제 어디서나 가벼운 기분 전환이 필요하면 휴대폰으로 게임을 즐길 수 있게 되었다. 지금 모바일 게임 시장에는 유저들을 마비시킬 또 하나의 게임이 등장했다. 소프트스타(大宇資訊)는 지속적으로 모바일 게임을 개발해내고 있으며, 대부옹(大富翁 : 부루마블과 같은 종류의 게임) 시리즈의 최신작인 <대부옹몽경력험(大富翁夢境歷險)>을 출시하여, 대만 모바일사와 함께 대대적인 홍보 활동을 펼치고 있다. 귀여운 대부옹 인물인 손소미(孫小美)를 휴대폰에 담아 언제든지 함께할 수 있게 된 것이다!

◆ <대부옹>이 작아졌어요!

아시아를 휩쓸던 게임 <대부옹>이 모바일 버전으로 출시된 이후에 지속적으로 유저들의 열렬한 환영을 받아왔다. 이에 소프트스타는 4월 10일 대부옹 시리즈의 최신작품인 <대부옹몽경력험(大富翁夢境歷險)>을 출시하였다. 이 게임은 손소미가 꿈속에서 재물신(財神)을 만난 후 만년설이 쌓인 곤륜산에 무한한 보물이 숨겨져 있음을 알게 되는데서 시작된다. 손소미가 착하고 지혜로움을 알고 재물신이 보물을 찾을 수 있는 기회를 주어, 주인공 손소미가 보물을 찾는 모험을 나서게 된 것이다. 이 게임은 5개 배경과 하나의 숨겨진 배경으로 되어있다. 하나의 배경을 통과하면 열쇠를 얻게 되며, 5개의 배경을 모두 통과해야지만 보물을 열수 있게 된다. 유저들은 휴대폰을 조작하여 주인공 손소미가 보물을 수집하여 대부옹이 될 수 있도록 하는 것이다.

◆ 대만 모바일 사용자만 가질 수 있는 <대부옹> 선물

유저들의 열렬한 인기에 보답하기 위해 소프트스타는 대만 모바일과 합작해 4월 10일부터 5월 10일까지 '대부옹역험~꿈속의 보물을 열어라!'라는 이벤트를 벌이고, <대부옹몽경역험>을 다운로드 하는 유저들이게 무료로 '대부옹 시리즈' 이미지를 선물

한다. 또한 추첨을 통해 그래픽 카드, Game Cool 치킨 장식, Game Cool 주머니, 대부옹 8 게임 씨디 등을 선물한다.

◆ <대부옹>시리즈, 유저들의 마음을 사로잡다!

이번 대만 모바일과 소프트스타의 <대부옹몽경역험> 합작은 유저들이 계속 바래왔던 것으로, 소프트스타에서 제작한 <대부옹> 시리즈가 여러 곳에서 호평을 받고 있고, 2006년 GAME STAR에서 <대부옹2>이 유저 인기투표 및 전문가들의 평가를 통해 가장 뛰어난 모바일 게임상을 수상하였고, 또한 <대부옹칠유보도(大富翁七遊寶島)> 역시 가장 뛰어난 콘솔 게임상을 수상하였다. 가장 최신 버전인 <대부옹8>은 작년 설 연휴부터 지금까지 판매되었는데, 올해 안으로 10만 세트 판매를 돌파하게 될 것으로 예상된다. 현재 <대부옹> 온라인 게임이 개발 단계에 있으며, 이는 앞으로 게임 시장에서 더욱 눈부신 성적을 거둘 것으로 믿는다.

<자료 이미지>

GAME BASE 신문 사이트 4. 14

http://news.gamebase.com.tw/news/count.jsp?news_no=22543&category=pg

게임 순위

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	FINAL FANTASY XII	PS2	SQUARE ENIX
2	THE LEGEND OF HEROS VI SORA NO KISEKI	PC	FALCOM
3	大神	PS2	Clover Studio
4	三國志11	PC	KOEI
5	Ninety-Nine Nights	XB360	Q Entertainment / Phantagram
6	灼眼的夏娜	PS2	MEDIAWORKS
7	Grand Chase	PC	KOG Studios
8	NARUTO	PS2	BANDAI
9	真·三國無雙 4 Empires	PS2	KOEI
10	Tales Of Eternia Online	PC	DWANGO
11	Ace Combat Zero The Belkan War	PS2	NAMCO
12	劍俠情緣 2 Online	PC	西山居/ 金山
13	기동전사 건담 U.C.	PSP	BANDAI
14	SIREN2	PS2	SCE
15	Tomb Raider: Legend	PC	Crystal Dynamics
16	真·三國無雙 2nd Evolution	PS2	KOEI
17	드레곤퀘스트 소년 얀가스 불가사의의 미	PS2	SQUARE ENIX
18	The Godfather	PS2	EA
19	Black	PS2	Criterion Games / EA
20	戰國無雙 2	PS2	KOEI

▲ 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	Grand Chase	PC	KOG Studios
2	Tales Of Eternia Online	PC	DWANGO
3	劍俠情緣 2 Online	PC	西山居/ 金山
4	Holy Beast Online	PC	億啟數位
5	마비노기 G3	PC	NEXON
6	Final Fantasy XI : Treasures of Aht Urhgan	PC	SQUARE ENIX
7	Dungeon and Dragon Online	PC	Turbine Entertainment
8	W.Y.D 2	PC	JOYIMPACT
9	Seal Online : 七彩水樂園	PC	Sunny YNK / GRIGON
10	Final Fantasy XI : Treasures of Aht Urhgan	PS2	SQUARE ENIX
11	ShuiHu Fantacy Online	PC	Opus Studio Co Ltd
12	Final Fantasy XI : Treasures of Aht Urhgan All in One Pack	XB360	SQUARE ENIX
13	Last Chaos	PC	NAKO
14	Mystina Online	PC	雷爵
15	封神2 : 仙界傳 全民大亂鬥	PC	
16	Corum Online	PC	eSofnet
17	Elysium Online Ver. 3.8	PC	華義
18	The evil's illusion	PC	Actoz / WEMADE
19	STRUGARDEN	PC	颯美 Sammy
20	金庸群俠傳Online : 血劍沙場	PC	智冠 / 中華網龍

▲ 亂舞三國 Online

▲ 삼국영웅전 군웅쟁패

▲ 神武Online

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