

제182호

2006. 06. 19

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 2006년 신식산업부 업무지침

China Game News

- 웹캠 조작방식 3D 온라인게임 <Mong KoK-Green Memory>
- Majoy 현실 디지털게임 올 연말 출시 예정
- 국가 온라인게임·애니메이션 산업 (북경) 발전기지 구축 완료
- 2D, 3D 및 캐주얼 온라인게임의 각축
- 올해 중국 온라인게임 시장규모 한국 초과
- 성따(盛大) 고위 관리 인사
- 진쿠(金酷)게임회사 한국 온라인게임회사 인수 준비
- 9YOU, 띠엔통동파이(电通东派)광고사 전략적 제휴

Game 순위

- 중국 온라인게임 기대 작 TOP 20 (23)

Game 소개

- 지우룡정빠(九龙争霸 / 구룡쟁패)

법률 및 정책

- 중국 PC방 관리조사팀 베이징 PC방 조사 착수

2006년 신식산업부 업무지침

최근 신식산업부는 《시장경제질서 정돈 및 규범화를 위한 2006년 신식산업부 업무지침》(이하 《업무지침》)을 발표했다. 《업무지침》은 7개 부분으로, 이 중 현재 가장 주목받고 있는 아래 4가지 문제를 포함하고 있다.

1. 지적재산권 보호 촉진 : 불법 매크로 및 인터넷 지적재산권 침해행위를 단속한다.

《업무지침》은 앞으로 지적재산권 포럼 및 지적재산권 동향 발표회 등을 개최해 지적재산권 법률법규 및 실무기능 분야에 대한 기업 및 연구소의 지식양성 활동을 전개하는 동시에 기업의 지적재산권 보호와 관련된 홍보교육도 강화할 것을 언급하고 있다. 또한 “2006년 정보산업 기술발명 평가회”를 조직, 기업의 신기술 개발을 장려하고 핵심경쟁력을 강화시킬 것을 언급하고 있다.

컴퓨터 정품 OS소프트웨어를 사용한다. 《컴퓨터 OS소프트웨어 정품설치 문제에 대한 신식산업부, 국가판권국, 상업부의 통지》 및 《정부기관의 정품 OS소프트웨어가 설치된 컴퓨터 및 사무용비품 구입에 대한 국가판권국, 신식산업부, 재정부, 국무원기관 사무관리국의 통지》를 철저히 지켜 OS소프트웨어 제공자와 컴퓨터 생산 및 판매업체의 정품 OS소프트웨어 설치 작업을 유도 및 감독하는 동시에 불법 OS소프트웨어 설치행위에 대한 조사처벌 수행에 적극 협력한다.

또한 컴퓨터 생산업체, 판매업체 및 소프트웨어 기업의 지적재산권 보호의식을 제고시켜 더 나은 소프트웨어 지적재산권 보호환경을 조성하고, 소프트웨어 자체개발과 중국 소프트웨어 산업의 건강하고 빠른 발전을 촉진한다.

기업의 정품소프트웨어 사용을 적극 추진한다. 신식산업부는 성급 및 각 시급 인민정부의 정품소프트웨어 사용화 작업을 시작으로 국가판권국 등 관련기관과 협력, 기업의 정품소프트웨어 사용을 추진한다. 그리고 세부적인 실행방안을 마련해 우수한 OS소프트웨어를 조사, 기업에게 추천하는 동시에 소프트웨어 판권지식 및 자산관리 교육을 진행한다. 또한 대형 기업이 사용하는 정품 소프트웨어에 대한 조사와 검수를 시행한다.

온라인게임 불법 매크로 행위를 단속한다. 온라인게임의 불법 매크로 단속활동을 적극적으로 전개해 정규시장 및 산업의 발전을 저해하는 행위를 저지하여 지적재산권을 보호하고 중국 온라인 게임 산업의 건강하고 빠른 발전을 촉진한다. 이와 동시에 유관 감독기간에 관련 데이터정보와 서비스를 제공해주는 온라인게임 불법 매크로 감시시스템을 구축해 인터넷 불법 매크로 문제를 효과적으로 해결한다.

인터넷 지적재산권 침해 행위를 단속한다. 《인터넷 저작권 행정보호 방법》 및 관련 법률법규

와 규정 문건에 따라 관련부문과 협력해 지적재산권을 보호하고 인터넷 지적재산권 침해행위에 대한 단속활동을 전개한다. 저작권 행정관리부분이 규정한 해적판 제작행위 및 기타 죄질이 무거운 행위에 대해서는 관련 법률 및 법규에 따라 조사 처벌하는 동시에 관련부문과의 의견을 조정하고 법의 집행협력을 이어주는 메커니즘을 더욱 완벽하게 구축한다.

2. 전자통신 서비스 : 위법, 허위, 사기 행위를 정비한다.

《업무지침》은 정보서비스 상의 사기판매 및 위약판매 등의 문제를 정비할 것을 밝혔다. 정보제공 업체에 대한 정부의 직접적인 감독과 기초 전자통신 사업 경영자의 책임을 강화해 소비자의 권익을 침해하는 정보서비스 사업 및 그 경영주체에 대한 통합적인 관리를 실시한다.

《전자통신 서비스 규범》(신식산업부 36호 문건) 및 《SMS서비스 규범화 관련문제에 대한 통지》(신식산업부 [2004] 136호)에 따라 정보서비스사업의 판매절차를 엄격히 한다. 각 기초 전자통신 사업 경영자는 전자통신 사업 망 내의 협력 경영자에 대한 관리를 강화하고 전자통신 서비스상의 속임수를 제거하도록 한다. 그리고 《전자통신 서비스 규범》관련 규정을 위반한 협력 경영자에 대해서는 필요한 정비절차를 밟는다.

SMS 서비스사업 요금에 대한 정비를 실시하도록 한다. 통신사업경영에 존재하는 가격사기, 특히 SMS 서비스요금 가격사기에 대한 정비를 강화한다. 그리고 정보서비스 제공업체와 관련 기초 전자통신업체의 표시가격 명시, 정보 구매, 요금 정산과정, 납부 방식, 요금분쟁 처리 등에 대한 규범화 작업을 진행해 소비자의 합법적인 권익을 침해하는 서비스 제공업체를 엄정 조사 처벌한다. 특히 방송, TV, 신문 및 인터넷 매체가 개입된 인터랙티브 SMS 사업에 대한 규범화 작업과 처벌을 더욱 강화해 소비자의 합법적인 권익을 철저히 보호한다.

각종 전자통신 서비스 협의에 대한 정비를 강화한다. 각 기초 전자통신업 경영자들은 부가통신 사업을 포함한 각 종 전자통신 서비스 협의를 철저히 조사, 사각지대를 제거한다. 그리고 전국적으로 각 전자통신 사업 경영자조직이 제정한 전자통신 계약서 양식을 사용토록 한다. 또한 각 전자통신 서비스 협의를 정리, 협의 절차를 제정하는 동시에 새로운 전자통신 서비스 협의 규정을 연구, 보급할 수 있는 메커니즘을 구축한다.

전자통신 사업의 추진과 서비스 홍보행위를 규범화한다. 《전자통신 사업추진과 서비스 홍보행위의 규범화관련 유관문제 통지》(신식산업부[2004]382호)를 철저히 시행해 경영자의 전자통신 사업의 추진과 서비스 홍보에 대한 법률의식을 제고시키는 동시에 전자통신 사업추진에 있어 불법 광고 및 허위광고 등 부정당한 방법으로 소비자를 현혹시키는 행위에 대한 정비도 더욱 강화한다. 또한 정부의 역할을 강화, 기업 건립을 촉진하고 판매업체와 사업 협력 경영자 간의 서비스 관리 메커니즘 구축을 촉진한다.

3. 인터넷 환경 정화 : 스팸메일 및 스팸SMS를 근절시키고 개인 신용 시스템을 구축.

신식산업부는 올해 스팸메일에 대한 집중적인 정비와 《인터넷 전자메일 서비스 관리방법》(신식산업부 제38호 문건)의 전면적인 시행을 통해 이메일 신고접수센터를 신설하는 동시에 신고 전화, 신고 이메일 및 반 스팸메일 사이트를 공개할 예정이다.

소비자의 신고에 따라 집중적인 스팸메일 단속을 전개, 행정적인 처리도 함께 진행한다. 중국 인터넷협회는 스팸메일 서버와 메일주소 매매사이트 리스트를 소비자에게 공개, 소비자들이 스팸메일을 자율적으로 차단할 수 있도록 한다.

핸드폰 문자 메시지를 이용한 불법행위에 대한 정비를 강화한다. 상황에 맞게 《이동통신 문자 서비스 사업 관리방법》을 반포하고 작년 불법SMS 정비를 통해 거둔 단계성 성과를 기반으로 유관부문과 연계해 불법적으로 대량 문자 발송 장치를 제조, 판매하는 행위를 단속한다. 이와 동시에 소비자와 사회에 악영향을 미치는 SMS는 교육과 경고, 억제와 단속을 통해 정비를 강화한다.

이동 정보서비스에 대한 정비를 강화한다. 불건전한 이동 정보서비스에 대한 규범화 작업과 정비작업을 진행, 관련 기초 전자통신 운영업체를 감독, 관리하는 동시에 이동통신 네트워크 접속과 전송에 대한 관리를 강화한다. 이동 정보서비스 경영자는 정보 안전관리 책임제를 시행, 산업망 내 각 부문의 정보 안전에 대한 책임의식을 강화한다. 그리고 산업의 자율규제를 확보, 불건전한 정보의 유통을 방지하는 메커니즘을 구축해 이동통신 네트워크의 불법적이고 불건전한 정보콘텐츠를 효과적으로 정화한다.

인터넷 접속서비스 시장에 대한 정비를 강화한다. 인터넷 접속 및 전송 과정을 정확히 파악하고 경영자와 책임자를 엄격히 구분한다. 인터넷 접속서비스 제공업체의 산업관리를 강화, 서버 호스팅 및 가상서버 서비스 중심의 중국 인터넷 접속서비스 시장 정비를 강화한다. 그리고 인터넷 사이트 등록 관리를 강화, 사이트 등록 및 정확성을 제고시킨다.

전화 사용자 실명등록제를 실시한다. 전화 사용자 실명등록제 실시와 함께 전자통신 운영업체가 효과적인 조치를 취하도록 한다. 그리고 SMS를 이용한 사기행위를 추적, 조사하고 음란물, 스팸 광고 및 허위사실 유포 등의 불건전하고 불법적인 정보의 유통을 억제하기 위해 미등록 또는 등록 정보가 정확하지 않은 전화 사용자에게 대해서는 실명등록 보충작업을 진행한다.

4. 핸드폰 시장 정비 : 밀수, 위조, 불법 조립을 단속하고 A/S시장을 규범화 한다.

신식산업부는 올해 휴대폰시장 정비를 강화한다. 신식산업부는 휴대폰시장 질서를 정비하기 위해 작년에 이어 공안부, 국가발전개혁위원회, 세관청, 공상총국, 품질검사총국 등 부문과 연계해 휴대폰 밀수, 상표위조 및 중고제품을 신제품으로 바꿔 판매하는 행위에 대한 단속을 더욱 강화한다.

우선 관련부문과 협력해 휴대폰 밀수 및 중고제품을 신제품으로 바꿔 판매하는 행위를 근절시키고 다양한 정보화 방법을 이용, 법집행부에 기술적인 지원과 감정서비스를 제공한다. 그리고

공상국, 공안국 등 법집행부와 회동해 판매집중 지역 및 주요 시장의 상표위조 및 중고제품을 신제품으로 제조하는 행위에 대해 감독관리 및 단속하고 불법 핸드폰을 생산, 판매하는 지역에 대한 준비를 진행한다. 이와 동시에 공상관리 부문과 협력해 휴대폰 A/S 시장에 대한 준비를 진행한다.

흑백 LCD 시장 질서를 정돈, 규범화 한다. 《폐기된 LCD의 재생 제작금지 공고》에 따라 공상총국, 품질검사총국 등 부문과 협력해 폐기된 LCD를 이용해 재생 LCD를 제작하는 행위와 재생 LCD를 이용해 TV를 생산하는 행위를 철저히 단속한다.

소비전자제품 A/S시장에 대한 규범화 작업을 진행한다. “三包(수리, 반품, 교환의 3가지 A/S) 규정”에 따라 생산업체가 판매량에 적합한 A/S지점을 설립하고 현지 정보산업 주관부문에 등록하도록 요구한다. 그리고 소비전자제품 A/S 기준을 제정해 산업협회가 소비전자제품 A/S기구의 품질인증 작업을 진행하도록 유도한다. 공상국과 정보산업 주관부문은 “三包규정”에 따라 소비전자제품 시장을 감독 및 조사를 진행하고 규정을 위반한 생산업체와 경영자는 조사 처벌한다.

매년 전자정보제품에 대한 품질검사를 진행한다. 상반기에 2005년에 실시한 13종류의 전자정보제품의 품질검사 결과를 발표하고 2006년 품질검사 계획 및 제안서를 제정할 것이다. 하반기에는 2006년도 전자정보제품의 품질검사를 진행한다.

《전자정보제품 교역시장 품질규범》을 시행한다. 《전자정보제품 교역시장 품질규범》의 시행과 산업시장 내의 규모가 크고 A/S가 빠른 시장에 대한 품질평정과 홍보를 통해 전자정보제품 교역시장의 건강하고 조화로운 발전을 유도한다.

전자통신 요금정산 적합여부에 대한 검사를 진행한다. 전자통신 요금정산에 대한 검사 및 관리를 강화하고 전자통신 네트워크 요금정산 집행에 대한 규범화 작업을 진행한다. 요금정산의 적합여부에 대한 검사 결과는 소비자에게 점진적으로 발표해 소비자의 권익을 철저히 보호한다.

마지막으로 통신건설시장 질서의 정돈과 규범화 작업을 진행한다. 통신건설 프로젝트의 입찰 활동에 대한 규범화 작업을 진행하는 동시에 통신건설시장에서의 불법행위에 대한 조사 처벌을 더욱 강화한다. 그리고 통신공정건설의 안전생산에 대한 감독, 관리를 더욱 강화한다. 중복건설을 줄여 네트워크 자원의 합리적인 배치를 유도한다. 《전자통신채널 및 가입자 네트워크 건설 등 문제에 대한 관리강화 통지》(신식산업부 [2005]330호)를 실시, 각 전자통신 운영업체의 무분별한 트렁크 전송망 건설계획을 심사해 불필요한 중복건설을 줄이고 전자통신자원의 공유를 추진한다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-06/20060606163522771.shtml>

웹캠 조작방식 3D 온라인게임 <Mong KoK-Green Memory>

웹캠을 이용한 첫 3D영상 온라인게임 <왕자오-뤄써찌이 / 旺角-绿色记忆 / MongKoK-Green Memory>가 곧 출시될 예정이다. 본 게임은 베이징 탕귀(糖果)스튜디오에서 제작되었다.

<Mong KoK-Green Memory>는 복잡하고 평범한 지구촌 사람들의 생활상을 묘사하고 있다. 지구촌 구성원인 러러(热热), 나오나오(闹闹)와 따바오(大宝), 얼바오(二宝)는 서로 다른 생활가치관과 처세법으로 인해 자주 충돌을 일으키고 있다. “러나오(热闹)” 진영은 희망적인 현대화도시를 설립하고자 하지만 “바오바오(宝宝)” 진영은 아름다운 산림을 보호하고자 한다. 이에 양측은 서로 충돌하고, 각 진영은 자신들의 계획을 완성하기 위해 축적한 재산을 이용, 상대방의 터전을 차지하고자 한다.

게임의 모든 조작은 마우스 혹은 웹캠 자체로도 가능하며 시뮬레이션 시스템의 도입으로 인해 캐릭터의 움직임이 매우 사실적이다. 그리고 웹캠을 이용한 조작방법은 좀 더 자유로운 인터랙티브적인 오락성을 게이머들에게 제공하고 있다. 게이머는 웹캠 앞에서 손가락 또는 다른 부위를 움직여 게임 캐릭터의 움직임을 조종할 수 있다.

그 외, 게이머는 다른 게이머에게 영향을 주지 않고도 자유롭게 여러 가지 로맨틱한 게임화면을 선택할 수 있다. 또한 여러 가지 게임화면을 한 화면에 담을 수 있어 게이머는 영화와 같은 시각적인 즐거움을 체험할 수 있다.

<Mong Kok>은 드라마와 비슷한 형식을 이용, 새로운 게임스토리를 계속 추가할 예정으로 각각의 게이머들은 서로 다른 게임스토리를 즐길 수 있다. 첫 번째 게임스토리인 <Mong KoK-Green Memory>에 뒤이어 월드컵 이야기를 담은 <왕자오-티엔차이주치우/旺角-天才足球/왕각-천재축구>가 출시될 예정이다.

현재 <Mong Kok>의 클로즈베타 테스트용 버전이 곧 완성되는 가운데 게임개발원들은 새롭고 재미있는 고품질의 중국산게임을 출시하기 위해 게임의 디버깅 작업을 진행하고 있다. 소식에 따르면 <Mong Kok>의 국내외 운영권을 위해 많은 게임 운영업체들이 탕귀(糖果)스튜디오와 협상을 진행하고 있다.

자료

http://www.tkgame.com/inews4/yejie_2/2006/05-30/7F17A646-2D19-A83F-2659-FCCE5DB48C50.html

Majoy 현실 디지털게임 올 연말 출시 예정

현실세계에서 온라인게임과 같은 체험을 느끼게 하는 Majoy 현실 디지털게임은 올해 가장 주목받고 있는 게임이다. 소식에 따르면 본 게임은 중국 최초로 제작되는 현실 디지털게임으로 금년 말 베이징 스징산(石景山) 샤오따오쑤(小雕塑)공원에서 정식으로 선보일 예정이다.

이 프로젝트 운영업체인 베이징 아이항(爱航)공업회사에 따르면 이미 스징산(石景山) 샤오따오쑤(小雕塑)공원에 게임테스트 환경을 구축했으며, 빠르면 연말 전에 정식 운영단계에 진입할 것이다. 그 때가 되면 게이머는 현실 디지털게임의 첫 버전을 만날 수 있을 것이다.

소개에 따르면, Majoy 현실 디지털게임은 전통적인 엔터테인먼트 게임방식과 다르다. 게이머는 운영업체가 제공하는 PDA, 특수 전자장비, 복장 및 전자화 된 도구로 게임을 진행하게 된다.

또한 게임은 컴퓨터 네트워크, 이동통신, 위성 위치, 지능형 디지털 단말기 기술의 종합적인 활용을 통해 게이머에게 각 지령을 전달하고, 게이머가 게임을 완수하도록 돕는다. 현재 이미 알려진 게임임무는 보물찾기, 수수께끼 풀기, 반 테러 등이 있으며 게이머는 여러 가지 캐릭터로 게임을 즐길 수 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-05-31/20060531174049952.shtml>

국가 온라인게임·애니메이션 산업 (북경) 발전기지 구축 완료

6월1일, 국가 온라인게임·애니메이션 산업(북경) 발전기지와 중관촌커찌웬취(中关村科技园区/중관촌과기원구)의 하이띠엔원(海淀园/해정원), 스징산원(石景山园/석경산원), 용허원(雍和园/용화원)이 중관촌(中关村)에서 동시에 문을 열었다.

이에 베이징은 청두, 광저우, 상하이와 함께 국가급 게임·애니메이션 발전기지로 변모했으며 향후 애니메이션 및 온라인게임 연구제작 중심으로 발전하여 국제적 영향력을 갖춘 문화·벤처 도시로 발돋움 할 것이다.

2010년에 이르면 베이징 애니메이션 및 게임 산업의 연 생산액은 40억 위안, 미래 연 성장 속도는 50% 정도에 달해 관련 산업 생산액을 400억 위안 이상으로 촉진시킬 것으로 예상된다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-02/20060602091237932.shtml>

2D, 3D 및 캐주얼 온라인게임의 각축

난산(南山)의 한 PC방 관리인 천마오(陈淼)씨에 따르면 과거에는 몇 편의 주요 온라인게임만 설치해도 고객의 수요를 만족시켰지만 지금은 몇 십 편의 온라인게임을 설치해야만 한다. 산업의 발전에 따라 일부 몇 편의 온라인게임이 시장을 장악하던 시기는 이미 지나갔기 때문이다. 업계인사에 따르면 현재 대형 3D 온라인게임, 전통 2D 온라인게임, 새로운 캐주얼 온라인게임이 게임시장을 분할 장악하고 있다.

대형 3D 온라인게임이 두각을 나타내고 있다. 대형 3D 온라인게임은 3D 이미지 기술을 이용해 제작되고 있어 캐릭터는 입체적인 게임공간에서 움직인다. 그리고 제작이 정교하고 화면이 아름다운 동시에 콘텐츠가 풍부해 많은 게이머들의 사랑을 받고 있다.

작년에 출시된 <머썬우즈페/魔兽世界/WOW>는 대형 3D 온라인게임의 성공적인 본보기로 현재 게임 접속자 수는 평균 29만 명으로, 올해 1/4분기 동안 운영업체 The9에게 2,200만 달러의 수익을 가져다주었다. 뒤이어 출시된 중국산 온라인게임 <완메이스페/完美世界/완미세계>와 한국 온라인게임 <치즈스페/奇迹世界/SUN>도 많은 게이머들의 사랑을 받고 있다.

그러나 대형 3D 온라인게임의 컴퓨터 요구사항이 매우 높아 많은 시간과 노력을 들여야만 즐길 수 있으며 비용도 비싸다는 결점을 지니고 있다. 일부 게이머들은 대형 3D 온라인게임이 첨단 게임을 추구하는 게이머들에게 적합하다고 여기고 있다.

전통 2D 온라인게임은 계속 입지를 유지하고 있다. 전통 2D 온라인게임은 게임화면이 2D로 예전에 인기를 끌었던 <환치/传奇/미르의 전설>, <치찌/奇迹/기적> 게임이 전통 2D 게임에 속한다. 많은 사람들이 전통 2D 온라인게임의 입지가 점차 줄어들 것이라고 예측하고 있지만 최신 조사결과에 따르면 전통 2D 온라인게임이 여전히 시장의 상당 부분을 차지하고 있다.

전통 2D 온라인게임 운영업체는 게이머를 유치하기 위해 무료 서비스를 실시하고 있다. 작년 <미르의 전설> 등 3편의 게임을 무료화한 성씨는 올해 출시한 <정투/征途/정도> 게임도 무료화했다. 게임의 무료화 효과로 인해 상기 게임 접속자 수가 대폭 상승했다.

새로운 캐주얼 온라인게임이 출현하다. 캐주얼 온라인게임은 최근 2년간 나타난 게임으로 시장 조사에 따르면 현재 캐주얼 온라인게임은 시장에서 상당한 부분을 차지하고 있다. 전통 2D 온라인게임과 대형 3D 온라인게임과 달리 오랜 레벨 업그레이드 과정이 없으며 다만 온라인 경기 플랫폼을 제공한다. 현재 가장 인기 있는 <파오파오탕/泡泡堂/비엔비>, <제투우란치우/街头篮球/Free Style>이 캐주얼 온라인게임에 속한다.

게임업체들은 일반적으로 캐주얼 온라인게임의 원가가 낮고 개발 주기도 짧지만 이익은 전통 온라인게임보다 낮다고 여기고 있다. 하지만 많은 업체들이 <진우환/劲舞团/오디션>, <진러환/劲乐

团/오투템>, <파오파오카딩차/跑跑卡丁车/카트라이더>와 같은 캐주얼 온라인게임을 내놓고 있다. 업계 분석가에 따르면 현재 중국이 "건전한 온라인게임" 을 제창하고 "온라인게임 중독방지 시스템"을 실행하고 있는 상황에서 캐주얼 온라인게임은 쉽게 사회와 가정에 다가갈 수 있기 때문에 발전공간이 매우 크고 넓다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-05/20060605152231212.shtml>

올해 중국 온라인게임 시장규모 한국 초과

중국 온라인게임 시장조사기구 아이리서치(iresearch)의 발표에 따르면 올해 중국 온라인시장 규모는 2005년 대비 28% 증가한 9억 7천만 달러에 달하며 한국 온라인게임 시장규모는 2005년 대비 19% 증가한 9억 6천만 달러에 달한다.

작년 세계 온라인게임 시장규모 순위에서 미국이 12억 9천만 달러로 1위를 차지했으며 한국이 8억 1천만 달러로 2위, 중국이 7억 6천만 달러로 3위를 차지했다.

올해, 미국 온라인게임 시장규모는 2005년 대비 40% 증가한 18억 달러에 달할 것으로 예상되고 있어 계속 1위를 유지할 전망이다. 중국 온라인게임 시장도 매년 두 자리 수의 증가율을 유지하고 있어 2010년에 이르면 온라인게임 시장규모가 17억 7천만 달러에 달할 것으로 전망된다.

한국 온라인게임 시장규모는 2003년까지 1위를 차지했으나, 2004년부터 미국에게 1위 자리를 내주었다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-02/20060602155226825.shtml>

성따(盛大) 고위 관리 인사

소식에 따르면 성따의 고위 관리인 법무총감 그렉-필러로시츠키와 흥 엔터테인먼트 제품 부문 부총재 장이샤(张益嘉)가 사직했다.

장이샤는 줄곧 성따의 EZ Pod 컴퓨터 소프트웨어 개발업무를 담당해왔으며, EZ Pod는 성따가 게임 외 제품시장 개척을 위해 개발한 중요 제품이다. 성따 관계자에 따르면 이들은 모두 개인 사유로 성따를 떠났다고 한다.

필러로시츠키의 사직은 아직 정식으로 발표되지 않았으며, 현재 성따 홈페이지에는 여전히 법

무충감으로 등재되어 있다. 성따의 수석 재무관인 리슈쥘(李曙君)도 이전 5월 1일 시작한다고 발표했다. 소식에 따르면 성따의 원 재무총감 장용(张勇)이 리슈쥘(李曙君)의 수석 재무관 직위를 이어 받을 것이다.

성따가 5월에 발표한 1/4분기 재무보고에 따르면 1/4분기 순이익은 1,180만 위안(147만 달러)으로 동기 대비 95% 하락했다. 1/4분기 수익 또한 동기 대비 31% 하락했다. 이와 같은 순이익 감소결과는 《미르의 전설2》가 게이머들의 사랑을 받지 못했기 때문이다.

성따 주식은 2004년 나스닥 주식시장에서의 공개 주식모집 이래 주가가 가격이 줄곧 상승했으나 현재의 주가는 2004년도 12월 주가의 2/3로 떨어졌다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-06/20060606172543859.shtml>

진쿠(金酷)게임회사 한국 온라인게임회사 인수 준비

상하이 진쿠(金酷)게임이 새로운 투자자인 홍리(鸿利)그룹 산하의 자회사로 편입됨에 따라 6개월 동안 가려져있던 첫 화상 음성 채팅 온라인게임 <머째OL/魔界OL/마계OL>도 다시 빛을 보게 되었다. 진쿠의 원대한 계획에 있어 최근 발표한 대작게임 <머째 OL>은 그 첫 단계에 불과하다고 진쿠 관계자는 밝혔다. 그리고 현재 진쿠는 한국의 한 온라인게임 회사를 인수해 현재 개발하고 있는 3D 온라인게임 개발 작업에 합류시킬 예정이라고 밝혔다.

진쿠와 한국의 유명 게임개발 회사와의 계약협상은 이미 상당한 단계에 이르렀다. 진쿠 관계자에 따르면 인수계약 사항에는 진쿠가 주식인수 방법으로 한국 게임개발 회사를 인수하며, 인수 후에는 한국 게임개발 회사의 모든 게임 연구개발 역량을 진쿠의 상하이 본사로 가져와 진쿠가 개발하고 있는 차세대 3D 대형 게임에 접목시킨다는 내용이 포함되어 있다.

만약 진쿠와 한국 게임개발 회사 간의 인수가 이루어져 중화민족의 오래된 역사 문화 콘텐츠와 한국 게임개발 연구원들의 숙련된 기술이 결합된다면 진쿠는 앞으로 더욱 많은 우수한 온라인 게임을 게이머들에게 선보일 수 있을 것이다.

진쿠와 한국 게임개발 회사 간의 인수협상 결과가 아직 나오지 않았지만 한국 기업을 인수한 다른 기업들처럼 인력 유실을 경험하지 않길 바란다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-07/20060607145233600.shtml>

9YOU, 띠엔통동파이(电通东派)광고사 전략적 제휴

2006년 6월 중국 대형 인터랙티브 엔터테인먼트 포털사이트인 9YOU는 세계 최대 광고사인 일본 띠엔통(电通)그룹의 중국 자회사-동파이(东派)광고사와 전략적 제휴를 체결했다. 앞으로 양사는 자원의 공유와 우호적인 협력원칙을 기초로 판매협력, 광고투자, 대행투자 등의 영역에서 전면적인 협력을 진행하게 될 것이다.

양사의 협의계약에 따르면 동파이 광고사는 9YOU를 도와 판매협력을 진행하고, 9YOU의 미디어 특징에 맞는 광고투자를 진행하게 된다. 이와 동시에 계획·제정, 모니터링, 광고효과 예측, 사전 미디어예측, 효과적인 미디어선택 등을 포함한 전면적인 미디어 투자도 대행하게 된다. 그리고 9YOU의 홍보 고문 회사가 된다.

9YOU는 각종 온라인게임, 인터랙티브 커뮤니티, 이동부가서비스(SMS, MMS) 등을 모두 갖춘 새로운 형태의 인터랙티브 엔터테인먼트 종합 포털 사이트이며, 동파이 광고사는 회사 규모와 투자액 부문에서 선두 위치를 차지하고 있는 미디어 대행회사로 양사의 협력 목적은 단순한 미디어 구매, 미디어 투자의 교환을 위한 목적이 아니라 동파이 광고사의 자원 교환을 통해 더욱 많은 고객들로 하여금 9YOU의 대형 플랫폼에서 전면적인 판매투자를 진행하게 하기 위해 협력을 체결한 것이라고 9YOU의 대변인은 밝혔다.

또한 9YOU가 보유하고 있는 캐주얼 온라인게임 플랫폼의 새로운 미디어 가치는 점차 협력 업체들의 인정을 받고 있어 광고 가치가 대폭 상승되었다. 이에 이번 양사의 협력은 모두에게 매우 중요한 사안임을 밝혔다.

동파이 광고사의 매스미디어 온라인 부서는 중국 최대의 온라인 매체 투자 회사로 2005년 투자액은 20억 위안에 달한다. 동파이 광고사는 9YOU가 보유하고 있는 풍부한 매체 자원과 게임 자체의 협력자원으로 인해 이번 협력계약을 진행하게 되었다. 동파이 광고사는 더욱 많은 이익창출을 위해 자체의 우수한 자원과 9YOU의 경쟁력 있는 자원을 이용해 9YOU 브랜드 강화를 위해 최선을 다할 것이라고 동파이 광고사는 밝혔다.

소식에 따르면 중국에서 4A급 광고사를 통해 전문 광고대행을 실시한 회사는 왕이(网易), 타오바오(淘宝), 이취(易趣) 3개 회사 뿐이었다. 하지만 이번 협력계약을 통해 9YOU도 중국 제일의 4A급 광고그룹을 통해 광고대행을 실시하는 온라인게임 회사로 부상하게 되었다. 9YOU의 등록 유저 수 및 방문자 수는 세계 중문 사이트 순위에서 상위권에 위치하고 있다. 조사에 따르면 9YOU 방문자 수는 세계 중문 사이트 중 제41위를 차지하고 있으며 중국 온라인게임 운영업체 중에서는 1위를 차지하고 있다.

이번 9YOU와 동파이 광고사의 협력은 본 영역 내에서의 새로운 협력방식으로 다른 업계 내 동종 업체의 주목을 받고 있다.

자료: <http://news.17173.com/content/2006-06-13/20060613113355903.shtml>



Game 순위

중국 온라인게임 기대 작 TOP 20 (23)

순 위		게 임 명 칭
1	-	치찌스째(奇迹世界 / SUN)
2	-	띠샤청위용쓰(地下城与勇士 / Dungeons and fighter)
3	-	화샤II(华夏II / 화하II)
4	-	따탕풍윈(大唐风云 / 대당풍운)
5	6↑	정치환상(蒸氣幻想 / 네오스팀)
6	7↑	쥐웨즈찌엔(卓越之剑 / 그라나도 에스파다)
7	5↓	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
8	9↑	지짚(激戰 / Guild Wars)
9	10↑	Rohan
10	8↓	시엔징환쉬2(仙境传说2 / R02)
11	12↑	진빠오주치우(劲爆足球 / Extreme Soccer Online)
12	14↑	띠위즈먼:룬똘(地狱之门 : 伦敦 / Hellgate: London)
13	11↓	완왕즈왕2(万王之王2 / 만왕지왕2)
14	16↑	티엔샤얼(天下貳 / 천하2)

15	18↑	따항하이스파이OL(大航海时代OL / 대항해시대OL)
16	19↑	짚철크이Online(战锤online / Warhammer Online)
17	-	Gambledon
18	13↓	EVE Online
19	15↓	룽위띠사청(龍與地下城 / Dungeons Dragons Online)
20	New	Shaiya(샤이아)

16위와 17위를 차지한 <Warhammer Online>과 <Gambledon>은 아주 우수한 제품으로 전자는 서양의 유명게임 <Warhammer>의 온라인 버전이다. 후자는 한국이 개발한 게임으로 <마리아오 왕치우/玛里奥网球/Mario Tennis>와 유사한 캐주얼 테니스게임으로 새로운 캐주얼 온라인게임 형태 중에서 뛰어난 제품에 속한다.

그 외, 전통 ACT방식으로 제작된 <Dungeons and fighter>이 1위를 계속 유지하고 있는 <SU N>을 위협하고 있다.

<비엔비>, <오투잼>, <오디션>, <Free Style>, <카트라이더>와 <Dungeons and fighter>, <Gambledon> 그리고 지금까지 베타서비스를 하지 않은 몇 편의 축구 온라인게임 및 개발 중이거나 테스트를 준비하고 있는 다양한 유형의 게임에서 현재 한국이 전통 MMORPG게임 외에 다양한 형식의 게임제작 방식을 배우고 있음을 볼 수 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-05/20060605095141795.shtml>

<지우룡정빠/九龙争霸/구룡쟁패>



게임이름 : 지우룡정빠/九龙争霸/구룡쟁패

게임종류 : 3D MMORPG

개발회사 : 한국 Indy21

현재상황 : 클로즈 베타서비스 진행 중

◆ 풍부한 동작 표현

게임 속 모든 캐릭터 동작은 모두 Motion Capture 기술을 이용해 제작했다. 현재 400여 종의 무술초식 개발을 완성함에 따라 게이머는 게임에서 "상룡스빠장(降龙十八掌/항룡십팔장)"과 소림사의 "따리진강즈(大力金刚指/대력금강지) 무술을 체험할 수 있다.

◆ 뛰어난 몬스터 AI 시스템

기타 다른 게임이 몬스터가 죽기 전까지 고정된 장소에서 몬스터와 대결하는 것과 달리 본 게임의 몬스터는 인공지능을 가지고 있기 때문에 싸움 중 불리하면 달아나고, 체력을 회복한 후 다시 2차 공격을 시도한다. 그리고 특수한 상황에서 몬스터는 스스로 자살하거나 또는 고급 몬스터로 스스로 성장하기 때문에 게이머는 더욱 박진감 있게 게임을 즐길 수 있다.

◆ 서술 식의 임무내용

<구룡쟁패>의 전체 줄거리와 임무 내용은 모두 한국의 유명 무협작가인 "좌백"에 의해 치밀하게 구성되었다. 임무 내용은 각 문파 간의 대립과 동맹관계를 교묘하게 내포하고 있으며 각 문파의 일반적인 임무 외, 복잡하게 얽힌 주 임무는 게이머로 하여금 실제로 무림세계 안에 살고 있는 듯한 느낌을 받게 만든다. 그리고 게임 속 많은 동영상은 게임내용을 더욱 생동감 있게 만든다.



자료 : http://game.china.com/zh_cn/onlinegame/news/10003534/20060605/13376280.html

중국 PC방 관리조사팀 베이징 PC방 조사 착수

중국 PC방 관리조사팀은 베이징 PC방에 대한 조사연구를 착수, 전체적인 종합보고를 듣고 PC방을 직접 시찰한 후 창의적인 베이징 PC방 체제와 뛰어난 PC방 정비성과를 칭찬했다. 베이징이 장기적이고 효율적인 PC방 메커니즘 구축을 위해 시행한 일부 제도와 보여 지고 있는 성과를 통해 도출한 체제구축 경험은 중국 전역에 보급할 가치가 있다고 전했다.

조사 연구 회의에서 베이징 시문화국 및 시문화시장 행정집법 유관 책임자는 각각 장기적이고 효율적인 PC방 관리 메커니즘 구축 시범작업과 집중적인 PC방 정비작업에 대하여 보고했다. 이번 조사연구팀 팀장이며 문화부 문화시장사 부사장이인 투오주하이(庠祖海)는 장기적이고 효율적인 PC방 관리 메커니즘 구축 시범도시인 베이징은 창의적인 제도로 안전하고 확실하게 메커니즘을 구축했으며 그 성과가 매우 뛰어나다고 밝혔다.

또한 조사팀이 베이징에서 서로 다른 시간대에 다양한 지역의 PC방을 돌아다녀 봤지만 미성년자를 출입시킨 PC방을 발견하지 못했으며, 나이가 든 사람도 신분증을 제시해야만 했다고 밝혔다.

중국 PC방 관리조사팀은 베이징의 동쪽과 서쪽지역의 PC방에 대한 현지 조사를 진행했다. 투오주하이 부사장은 창의적인 베이징 PC방 관리체제와 뛰어난 PC방 정비성과가 매우 뛰어나다고 칭찬했다.

자료:http://game.china.com/zh_cn/news/cybercoffe/11020682/20060607/13383594.html

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