

The Biweekly

Taiwan Game News

2006. 6. 23. Vol.12

[CONTENTS]

기획특집

- 대만 디지털 콘텐츠 시장의 우세(優勢)와 열세(劣勢)

뉴스 & 화제

- 1 IDC : 전형기(轉型期)를 맞이하는 대만 온라인 게임 시장
- 2 신작게임 : 《향초니개파락(香蕉你個芭樂)》
- 3 여름방학 공략에 나선 게임들
- 4 저렴한 가격의 타이베이시 무선 인터넷

게임 순위

기획 특집

대만 디지털 콘텐츠 시장의 우세(優勢)와 열세(劣勢)

대만은 ‘온라인 음악’, ‘온라인 학습’, ‘모바일 응용 서비스’ 및 ‘게임’ 등의 영역에서 상당히 높은 경쟁력을 가지고 있다. 이 4가지 영역의 기술은 일정 수준에 이르렀으며 그 중 ‘온라인 음악’, ‘온라인 학습’ 및 ‘모바일 응용’ 업자의 콘텐츠 제작 능력은 비교적 뛰어나 경쟁력도 상대적으로 좋은 편이다. 그러나 ‘모바일 응용’은 대부분 전신 업자들의 영업 범위에 포함되어, 모바일 응용 업자들의 규모는 대부분 크지 않고, 국제화 능력도 부족하다. 그리하여 ‘온라인 음악’ 및 ‘온라인 학습’에 비해 경쟁력이 낮은 편이다.

‘게임’영역에 있어서는 콘텐츠 제작 능력이 비교적 좋지 않아 경쟁력이 다른 세 영역에 미치지 못한다. 게임 상품은 비록 대부분 외국 게임을 대리하고 있지만 대만 온라인 게임 시장은 상당히 성숙한 운영 관리 경험을 가지고 있다. 또한 이러한 외국 게임의 대리 방식으로 해외 시장에 진출하여 뛰어난 국제화 능력을 가지게 되었다.

‘컴퓨터 애니메이션’은 대리(위탁) 작업을 통해 상당 수준의 기술 능력을 누적하였으나 콘텐츠 제작 및 국제화 능력은 분명히 부족하다.

‘디지털 출판’ 및 ‘디지털 멀티미디어’는 현재 반전 전기 단계로 기술 능력은 아직 부족하며, 콘텐츠 제작 능력 역시 강화할 필요가 있다. 중요 서적의 디지털화는 고궁 박물관에 있는 풍부한 문물들이 수장 가치가 있기 때문에 국제화의 기회가 매우 높아 상대적으로 ‘디지털 멀티미디어’ 영역에 비해 높은 경쟁력을 가졌다고 할 수 있다. 디지털 출판과 중요 서적(문물)의 디지털화는 그 범위가 매우 넓어 산업의 형세가 아직 불명확하며, 이러한 이유로 이번 보고에서는 거론하지 않겠다.

이하는 대만 업자들이 가진 상대적인 경쟁력과 각 영역에 대한 시장 기회를 분석한 것이다.

1. 온라인 음악

대만 음악 시장은 과거에 실제 음반에서 오늘에까지 발전하였으며, 지속적으로 방대한 소비자군(群)을 보유하고 있다. 업자들은 상당한 콘텐츠 제작 능력을 가지고 있으며, 콘텐츠의 품질이 높은데다 중화 문화의 우세까지 더해져 해외시장 개발이 상대적으로 용이한 편이다.

최근 몇 년 발전을 이룬 온라인 음악 역시 상당히 많은 유저들을 보유하고 있으나 유료 서비스 개념이 아직 갖춰지지 않아, 업자들은 예전 시장과 예전 유통 경로 중 시장 제도를 만들어 많은 잠재력을 갖춘 온라인 음악 시장의 기회를 잡아야 하는 의무가 있다. 그 밖에도 온라인 음악 상점은 온라인을 통해 음악을 전송하므로 해외 시장 개척도 더욱 용이하며, 음반 업자들은 합법적인 해외 온라인 음악 상점을 통해 더욱 많은 곡들을 해외 시장에 판매해야 할 것이다.

인터넷의 출현은 음악의 전송 매체를 변화시켰을 뿐만 아니라 음악의 판매 루트 역시 변화시켰다. 이러한 새로운 루트로 인해 음악의 유통이 음반 회사에 국한되지 않고 인터넷 사이트를 통해 발표할 수도 있게 되었다. Podcasing 방식은 해외에서 많은 네티즌들의 환영을 받고 있으며, 대만에서도 점차 성행하고 있다. 업자들은 적합한 경영 방식을 적극적으로 발전시켜 이러한 비즈니스 기회를 잡아야 한다.

2. 온라인 학습

대만에 사교육이 성행하면서 온라인 학습 업자들은 콘텐츠 제작에 매우 강한 능력과 방대한 유저들을 보유하게 되었다. 더욱이 학생 및 회사원 유저가 가장 많아 온라인 학습의 전망은 매우 밝다. 업자들은 반드시 학생 및 회사원 시장을 목표로 하여 두 유저군(群)의 온라인 학습의 수용도를 높이고, 아울러 마케팅을 이용하여 상표에 대한 지명도를 높여 유저들의 사용 비율을 높이면 시장이 빠른 속도로 성장할 것이다.

콘텐츠는 학교 교재에 맞추는 것 이외에도 기타 시장을 겨냥해 각기 다른 수업 내용을 개발해야 한다. 예를 들어 가정주부를 위해 요리 강습이나 댄스 강습 등의 콘텐츠를 개발하는 것이다. 그 밖에 학습 내용이나 기타 요소들을 고려하여 게임 혹은 애니메이션으로 학습의 흥미를 돋아준다. 이와 같은 강습(강의) 콘텐츠의 다원화 이외에도 온라인 학습은 모바일이나 디지털 TV 등 여러 가지 플랫폼을 대상으로 발전할 수 있으므로, 이를 통해 유저를 늘려가야 한다.

온라인 학습은 각국의 교재나 학습 방법이 다르기 때문에 해외시장 진출은 쉽지 않다. 그러나 일부 화교들이 거주하는 중화권 지역에서는 그 자녀들을 대상으로 삼아 영업을 할 수 있다.

기업을 대상으로 한 시장은 장차 디지털 학습이 미칠 효과가 내부에서부터 기업 외부까지 확산될 것이므로, ERP 혹은 CRM 시스템 업자들의 결합은 앞으로 중요한 수세가 될 것이며, 이 것은 업자들이 상품을 개발할 때 참고할 수 있는 방향이다.

3. 모바일 응용

대만 업자들은 새로운 서비스 및 콘텐츠를 개발할 수 있는 능력을 가지고 있으나 전송 속도가 느리고, 기술 플랫폼 및 가격 책정의 문제로 인해 일본, 한국 업자들에 비해 적극적으로 시장에 뛰어들지 못하고 있으며, 이는 대만 모바일 응용 서비스의 이용 비율이 낮아지도록 하였다.

젊은 유저들은 모바일 응용 서비스를 이용하고자 하는 정도가 높다. 업자들은 이러한 젊은 유저들의 서비스 이용을 높이는 것을 우선으로 하여야 하며, 이러한 방법으로는 정가를 조정하는 것이 있다. 전신업자들은 전송비용을 낮추는 문제에 대해 반드시 고려해야 하며, 또한 콘텐츠 업자들에게 합리적인 가격을 제정해야 한다. 그 밖에도 콘텐츠 업자들은 전신업자는 뛰어넘어 소비자와 직접적으로 접촉하여 원래 전신업자들에게 지불하던 수수료를 마케팅 비용으로 전환하여 시장의visibility를 높여야 한다. 그 밖에도 이전의 콘텐츠와 서비스를 업그레이드하여 새로운 플랫폼인3G, WiMax의 발전에 대응하여야 하며, 유저들의 서비스 이용 욕구를 높여야 한다.

현재 모바일 응용 서비스는 멀티미디어 콘텐츠 위주로, 만약 모바일 거래 제도와 하드웨어 설비가 갖춰진다면 쇼핑, 교육, TV 시청 등의 서비스와 결합될 수 있으며, 혹은 감지기(감시기) 등의 생활적인 방면으로도 이용될 수 있도록 하면 유저층을 넓혀갈 수 있다.

그 밖에도 많은 개발도상국들도 휴대폰이 점차 보급되어 모바일 인터넷 인구가 증가하고 있으므로, 해외시장에 진출하는 것도 모바일 응용 시장의 발전 기회중의 하나라고 할 수 있겠다.

4. 컴퓨터 게임

국내 게임 산업의 주류는 온라인 게임이며, 대만 업자들의 게임 콘텐츠 제작 능력은 비교적 부족한 편으로, 자체 제작 게임의 수량, 게임의 판매 이미지(賣相)와 내용면은 여전히 보강이 필요하며, 현재 유행하는 게임은 대부분 해외 게임이다. 인터넷 게임은 여러 사람이 함께 즐길 수 있다는 특징이 있어 게이머들이 많을수록 더욱 매력을 지니게 되어, 결국에는 <라그나노크> 혹은 <리지니 1, 2>와 같이 소수 게임에 많은 사람이 집중되는 현상을 보이고 있다. 또한 이러한 이유로 새로운 온라인 게임 혹은 새로 개발된 게임 모두 게임 시장에서의 기회가 점점 더 줄어들고 있다.

그리하여 업자들은 기타 게임 유형 혹은 플랫폼을 향해 발전을 꾀하고 있다. 예를 들어 개발 자본이 비교적 낮은 캐주얼 게임 혹은 모바일 게임을 개발하거나 혹은 다른 업계와 게임의 본질 및 특색을 이용해 헬스 혹은 학습 등의 방향으로 합작을 진행하고 있다. 그 밖에도 대만 온라인 인구는 매우 많아, 온라인 게임 콘텐츠와 게임 캐릭터 상품 등도 매우 큰 기회를 지니고 있다.

업자들은 연구 개발 능력을 강화하여 자체 제작 상품의 시장 점유율을 높여야하며, 자체 제작 상품으로 해외 시장을 개척해야지만 긴 발전을 도모할 수 있다.

5. 컴퓨터 애니메이션

대만 컴퓨터 애니메이션은 대리(위탁) 작업에서 자체 제작의 단계에 머물러 있다. 그러나 자체 제작 애니메이션의 수용도가 여전히 높지 않고, 국제 경험이 부족하므로, 업자들은 더욱 더 많은 대리(위탁) 작업의 기회를 얻도록 해야 하며, 한편으로 대리(위탁) 작업을 통해 많은 경험을 쌓아야 한다.

대만 자체 제작 애니메이션은 TV와 인터넷 애니메이션 위주로, 특히 온라인 애니메이션은 많은 창의적인 작품들이 있다. 그러나 소재나 스토리 전개 면에서 많이 부족하다. 그러므로 해외 업자들과의 합작을 통해 국내 애니메이션의 기획력과 마케팅 능력을 높이면, 해외 시장 개척에 도움이 될 것이다.

그 밖에도 애니메이션 업자들은 다른 업계와의 합작을 통해 애니메이션의 응용이 더욱 다원화 될 수 있도록 하여, 자체 제작 애니메이션의 소비 인구를 늘려야 한다.

6. 멀티미디어

대만IPTV서비스는 올해에 출시되어, 사용이 보편화되지 않았다. 이에 전체 멀티미디어 산업에 대해 분석을 진행하여 현재와 과거의 플랫폼 시장의 기회를 각각 분석해보기로 한다.

전신업자들은 IPTV서비스를 제공하여 TV방송국과 경쟁국면을 형성하였다. 발전 초기 IPTV는 콘텐츠가 적고, 또 일반 시민들의 시청 습관이 쉽게 변하지 않는 것을 감안해 젊은이들을 대상으로 새로운 인터넷 서비스를 제공하는 것을 목표로 하였다.

멀티미디어 산업의 근본적인 문제는 업자들의 콘텐츠 제작 능력이 부족하다는 것이다. 채널이 디지털화의 과정에 진입하여 콘텐츠에 대한 수요가 점점 증가하고 있으므로, 업자들은 각기 다른 시장의 수요에 부합하기 위해 다원화된 멀티미디어 콘텐츠를 제작하여 기회를 잡아야 한다.

[자료출처 : ITIS產業資訊服務網]

IDC : 전형기(轉型期)를 맞이하는 대만 온라인 게임 시장

I DC의 최신 시장연구보고에 따르면 2005년 대만지역 온라인 게임 시장 회원영업수익(Subscription Revenue)은 미화(US) 2.1억 달러에 달해 2004년에 비해12.1% 성장하였으며, 이는 아시아 지역에서는 한국과 중국 다음으로 큰 온라인 게임 시장임을 나타낸다. 오래된 게임들이 그 생명주기를 다해감에 따라 게임 업자들이 2005년에 출시한 게임의 수가 전년보다 감소하였으며, 새로운 게임의 출시 역시 시장에 활력을 불어넣지 못하여, 2005년 대만 온라인 게임 시장이 상대적으로 열기를 띄지 못했다.

2005년 대만 온라인 게임 시장은 새롭게 정리되어 발전을 기다리고 있는 상황으로, 인기를 끌고 있는 게임 형태는 현재 전형기(轉型期)를 맞이하였다. IDC타이완의 조영휘(曹永暉) 분석사는 예전에 유료 게임의 경향을 보이던 MMORPG(Massively Multiplayer Online Role Playing Games)이 미래에는 유료와 무료의 두 가지 형태로 변화될 것이며, 그 중 전자는 높은 품질의 서비스가 요구되는 화려한 온라인 게임 시장이며, 후자는 게임에 대한 요구도가 낮은 고정 유저층이 없는 게임 시장이라고 설명했다. 그 밖에도 MMORPG 시장은 점차 포화상태가 되며, Casual Online Game 시장이 점차 발전하여, 전통 MMORPG 게임의 경쟁 및 협동의 특색과 캐주얼 게임식의 가벼움을 겸비한 새로운 게임 형태가 등장할 것이라고 예상했다.

무료 게임은 2005년 대만 게임 시장에 나타난 하나의 풍조이다. 온라인 게임 시장에 진출하려는 업자들이 점점 많아지면서 출시되는 온라인 게임의 수량도 증가하여, 온라인 게임 시장을 분할하는 한편 유저들의 주의력을 분산시키고 있다. 무료 게임은 이러한 시장 상황 가운데 이미 다양한 마케팅 수단에 습관화된 유저들을 끌어들이기 위해 탄생된 산물이라 하겠다.

연구 결과에 따르면 대부분의 게임 업자들의 총 영업수익 중 아이템을 판매하여 벌어들이는 수익이 회원비로 벌어들이는 수익을 훨씬 초과한 것으로 나타났다. 조영휘 분석사는 현재 아이템은 게임을 더욱 풍부하게 해주는 역할을 담당하고 있는 것 외에도 유저들을 모으는데 없어서는 안 될 자극이 되었다고 설명했다. 온라인 게임이 열혈 유저들의 생활의 일부분이 되었을 때, 아이템의 획득은 이미 아이템이라는 상품 가치에 국한되는 것이 아니라 유저들의 능력과 영예를 증명하는 것이다.

IDC는 2005년 아시아 지역의 온라인 게임 시장의 회원영업수익 (Subscription Revenue)이 미화(US) 13.9억 달러에 달하며, 대만 시장은 그 중 15.4%를 차지하고 있다고 설명했다.

국내 및 국외 경쟁자가 지속적으로 대만 시장에 진입하고 있는 상황에서 온라인 게임 업체들은 효과적인 자본 관리와 안정적인 게임의 획득권을 확보하기 위해서 우수한 게임을 개발을 그 목표로 하고 있으며, 그 밖에도 게임 업체들은 동시에 캐주얼 게임 시장을 개발하여 멀지 않은 미래에 대만 온라인 게임 시장에 열기를 일으켜주길 기대하고 있다.

IDC는 2006년부터 2010년까지의 기간 동안 일본을 제외한 전체 아시아 태평양지역 온라인 게임 시장의 회원영업수익이 CAGR(Compound Annual Growth Rate)의 21% 비율로 확대될 것이며, 2010년에는 시장 규모가 미화(US) 36억 달러에 달할 것이라고 전망하였다.

PC HOME 신문 사이트 6. 23

<http://news.pchome.com.tw/science/ettoday/20060623/index-20060623111658041116.html>

신작게임 : 《향초니개과락(香蕉你個芭樂)》

이 게임은 두뇌(益智)액션 게임이다. 정의와 악을 대표하는 캐릭터 및 여러 NPC 인물이 있으며, 배경은 주로 사면이 모두 바다로 둘러싸인 작은 섬이다. 유저는 ‘밀기’와 ‘던지기’의 두 가지 방식으로 결전을 펼치게 된다. 상대방의 공격을 피하는 것 이외에도, 상대방을 바다에 던져 상어밥으로 만드는 전략을 구상해야 하며, 마지막에 ‘화려 사대천왕’을 물리쳐 흑박사(黑博士)의 사악한 야심을 철저히 막아야 한다.

◆ 하늘은 무너지고 땅은 갈라짐

과일나라 군도는 현재 분열되어가고 있는 중이다. 시간이 흘러감에 따라 섬의 지층이 붕괴되어 유저들이 딛고 설수 있는 땅은 점점 줄어들게 된다. 그밖에도 하늘에서는 실재 없이 각종 돌들이 떨어지고, 이 돌들에는 각종 방해 아이템이 숨겨져 있다. 만약 돌 속에 숨겨진 보물을 발견하면 그 보물을 통해 마법을 사용하거나 도약 혹은 번개를 내리는 등의 여러 가지 동작을 취할 수 있다.

◆ 각기 특색을 가진 5개의 섬

혼자서 게임을 할 때 유저는 흑박사를 추격하며 원시림, 철제 도시, 군함 섬, 경황(驚懼)섬, 흑암 나프타(拉普達) 등의 5개 섬을 모험하게 된다. 무수한 전투원들 이외에서 흑박사의 부하인 ‘화려 사대천왕’과 ‘AV 삼인조’는 유저들이 임무를 달성할 수 없도록 방해할 것이다.

◆ 8명이 함께 온라인으로 게임을 즐김

이 게임은 최대한 8명이 함께 접속하여 대결하도록 되어있으며, 인원이 부족할 시에는 컴퓨터가 자동적으로 유저를 대신하도록 되어있다. 그러므로 유저는 혼자서도 즐겁게 게임을 즐길 수 있다. 혼자서 게임을 할 때 얻은 아이템은 온라인 방식에서도 사용할 수 있으며, 온라인 연결 방식에서는 희귀한 아이템을 얻을 수 있다.

[자료 사진]



GNN 신문 사이트 6. 21
<http://gnn.gamer.com.tw/4/23854.html>

여름방학 공략에 나선 게임들

이제 곧 여름 방학이다. 새로운 게임들이 출시되는 것 이외에도 많은 게임들이 여름 방학을 겨냥해 새로운 이벤트를 실시하고 있다. 독일 월드컵 이벤트에서부터 작은 게임을 체험할 수 있는 이벤트도 있다. 게임 업체들은 이러한 이벤트를 통해서 유저들이 여름의 즐거움을 느낄 수 있기를 희망하고 있다. 그 밖에도 6월부터 각종 게임 대회 등록 신청이 시작되어 고수들에게 기량을 발휘할 수 있도록 하고 있다.

◆ 다시 돌아온 < Age of Empires III >

이전에 대만을 세계 게임 무대에서 돋보이게 하였던 < Age of Empires III >이 다시 돌아왔다. 대만 마이크로소프트사는 여름방학 기간 동안 ‘Age of Empires III 10만 상금 쟁탈전’을 개최하여 7월부터 PC방 및 온라인상으로 예선을 진행하여 8월에 있을 타이베이 컴퓨터 응용전에서 결선을 진행할 예정이다.

‘Age of Empires III 10만 상금 쟁탈전’은 7월 22일부터 북부, 중부, 남부 등 세 지역으로 나누어 진행될 예정이며, 경기는 토너먼트 방식으로 진행되어 세 지역에서 20명의 유저를 뽑아 8월 6일부터 열리는 타이베이 컴퓨터 응용전에서 결선을 치르게 된다. 우승자에게는 NT\$ 10만원의 상금이 수여된다.

◆ 인기 게임의 재정비

대만에서 지속적으로 인기를 끌던 <크로스 게이트>는 올해 5주년에 접어들었다. 대리상인 소프트스타(大宇)는 여름방학 기간 동안 새로운 홍보 영상을 출시하는 한편 2가지 새로운 직업의 캐릭터를 추가하고, 새로운 맵과 퀘스트를 갱신하였다. 그 밖에도 대만 지역의 IP가 아니면 로그인할 수 없도록 설정하여 해외 유저들의 게임 상태와 사용 상황에 대한 이해를 도모하는 한편 해외 플러그인의 공격을 막아내길 희망하고 있다.

대만에서 일정기간 동안 큰 인기를 끌었던 <크레이지 아케이드>의 대리권을 가진 감마니아는 <폭폭왕(爆爆王)>으로 게임명을 변경하고 이번 달 22일부터 오픈 베타 서

비스를 실시할 예정이다. 비록 예전의 유저들의 기록을 복구할 수는 없지만, 감마니아는 처음 서비스를 개시할 때 이전 유저들을 위해 이벤트를 개최하여 유저들이 이전의 아이디와 자료를 입력하면 특수 아이템을 얻을 수 있도록 배려하였다.

희곡(戲谷)은 대규모 추첨 이벤트를 열고 있다. ‘OSIM 好禮三重送’ 이벤트를 열어 이벤트 기간 동안 새로 가입한 회원들에게는 추첨을 통해 게임으로 인해 피로한 눈을 위한 OSIM iCare200을 얻을 수 있는 기회를 제공한다. 이 밖에도 새로 가입한 회원들이 마작 게임을 30번하면 추첨을 통해 OSIM S라인 몸매 관리 비디오풀을 얻을 수 있다. 또한 신규 회원들이 ‘포인트 전환’서비스를 NT\$300원 이용하면 NT\$49,000원 상당의 안마 의자 추첨에 참여할 수 있다.

◆ 새로운 캐릭터와 새로운 애완동물의 등장

<열혈강호>는 6월 20일부터 7월 21일까지 새로운 애완동물 이벤트를 실시하는데, 모든 유저들은 새로운 애완동물 한 마리를 분양 받을 수 있다.

분양 받은 애완동물은 게임 내내 유저의 캐릭터 옆에 있게 된다. 그러나 이 애완동물은 공격당하지도 공격을 하지도 못한다. 애완 닭 이외에의 모든 애완동물은 캐릭터의 공격력과 방어력을 높여준다.

분양 받은 애완동물은 한 시간에 한 번씩 먹이를 줘야 하는데, 만약 먹이를 주지 않으면 화가 나서 도망갈 수도 있다. 애완동물의 먹이는 NPC에서 구입할 수 있으며, 패키지에 넣어두면 애완동물이 스스로 찾아 먹게 되어있다. 그 밖에도 몬스터를 죽이면 애완동물이 독특한 방식으로 축하를 해주도록 되어있다.

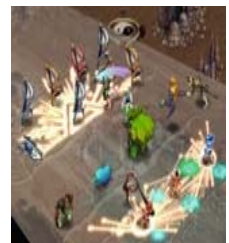
그 밖에도 캐주얼 게임인 <번곤소자(翻滾小子)>는 세 번째 캐릭터 ‘大隻仔’를 새로 선보인다. 또한 게임 중에 발은 밟히는 것을 막아주는 ‘거북이 모자(烏龜帽子)’나 캐릭터를 천하무적으로 만들어주는 분노 수치를 10% 증가시켜주는 ‘작은 악마의 날개(小惡魔翅膀)’, 경험치를 10% 증가시켜주며, 장애물의 영향을 받지 않도록 해주는 ‘요정의 날개(精靈翅膀)’ 등과 같은 여러 가지 아이템도 새로 선보인다.

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	Trickster	PC	NTREEV SOFT
2	AUDITION	PC	YEDANG-T3
3	THE LEGEND OF HEROS VI SORA NO KISEKI	PC	FALCOM
4	Heroes of Might and Magic V	PC	Nival Interactive
5	New Super Mario Bros.	NDS	任天堂
6	Rise of Nations : Rise of Legends	PC	Big Huge Games
7	Ninety-Nine Nights (중국어)	XB360	Q Entertainment / Phantagram
8	THE LEGEND OF HEROS VI SORA NO KISEKI	PC	FALCOM
9	Hitman: Blood Money	PC	IO Interactive / Eidos
10	Magna Carta Portable	PSP	SOFTMAX
11	INNOCENT LIFE - 新牧場物語	PS2	Marvelous Interactive
12	KOF MAXIMUM IMPACT 2	PS2	SNK Playmore
13	SAMURAI 7	PS2	IDEA FACTORY
14	NARUTO - 最強忍者大結集 4	NDS	TOMY
15	2006 FIFA World Cup	PSP	Electronic Arts
16	DQ & FF 角色大集合	PSP	SQUARE ENIX
17	이티스 메모리즈 - 新天魔界 GOC V	PSP	IDEA FACTORY
18	디지몬 스토리	NDS	BANDAI NAMCO Games
19	Tomb Raider: Legend	PSP	Crystal Dynamics
20	Memories Off	PC	KID



▲ 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	Trickster	PC	NTREEV SOFT
2	AUDITION	PC	YEDANG-T3
3	Corum Online	PC	eSofnet
4	Guild Wars	PC	ArenaNet
5	Final Fantasy XI : Treasures of Aht Urhgan	PC	SQUARE ENIX
6	열혈강호 Online 3.0 : 天降神石	PC	Mgame / KRSoft
7	Hansel & Gretel	PC	雷爵
8	열혈강호 Online 2.5 : 極地探索南明洞	PC	Mgame / KRSoft
9	SilkRoad Online	PC	Joymax
10	Flyff : 夢想之鑰	PC	AeonSoft
11	戲谷撲克館 : 梭哈	PC	戲谷
12	征服 Online	PC	天晴數碼
13	Flyff : 搖滾天空	PC	AeonSoft
14	新絕代雙驕Online : 家族總動員	PC	宇峻奧汀
15	方糖星球	PC	디지셀
16	Corum Online 2.0	PC	eSofnet
17	The evil's illusion	PC	Actoz / WEMADE
18	旺來Online : 皇家梭哈	PC	億泰利
19	Fairyland : Thumbelina	PC	雷爵
20	Yogurting	PC	Neowiz / NTix Soft



▲ 亂舞三國 Online



▲ 삼국영웅전 군웅쟁패



▲ 神武Online

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