

제183호

2006. 07. 03

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 2006년 중국산 온라인게임이 직면한 여러 압력

China Game News

- The9 신규게임 운영에 따른 3가지 난제
- 휘스(火石) 소프트웨어 《수호Q전》 대리업체 변경
- 하이홍콩구 《만왕지왕2》에 5,000만 위안 투자
- 건전한 인터넷 사용을 위한 교육 실시
- 2006년 캐주얼게임 시장규모 18억 위안
- 중국 온라인게임 시장 5년 뒤 포화상태 된다.

Game 순위

- 중국 온라인게임 기대 작 TOP 10 (24)

Game 소개

- 《싼귀평리/三国鼎立/삼국정립》

법률 및 정책

- PC방 관리 소프트웨어 취약점 발견

2006년 중국산 온라인게임이 직면한 여러 압력

중국 경제발전의 새로운 견인차로 주목받고 있는 온라인게임 산업은 정부와 국민의 지속적인 관심을 받고 있다. 2005년은 중국산 온라인게임 산업이 전면적으로 발전한 시기로 업계 인사들은 2006년 중국산 게임의 안정된 발전을 전망했다. 하지만 실제 시장 환경은 표면적인 데이터만으로 쉽게 판단할 수는 없다. 2006년 중국산 온라인게임은 여러 가지 압력을 받고 있다.

중국 사회과학원이 발표한 《2006년 문화 청서》는 2006년 중국 온라인게임 시장 규모가 세계 온라인게임 판매액의 20%를 차지하는 83.4억 위안에 달할 것으로 예측했다. 그리고 《2005년 중국 게임 산업 보고서》에 따르면 2005년 중국산 온라인게임의 시장 점유율은 60%에 달한다고 밝혔다.

온라인게임 대국으로 빠르게 부상하고 있는 중국 게이머 수는 이미 2,000만 명을 넘어섰다. 이처럼 급속히 증가하는 게이머 수는 중국 게임 발전에 있어 커다란 잠재력으로 작용하고 있다. 중국 온라인게임은 거대한 시장 잠재력, 고 수익성, 고 성장성, 뚜렷한 수익모델로 인해 인터넷 산업에서 가장 주목받는 산업으로 발전했다.

외부로부터의 자극에 의해, 또는 거대한 시장정망에 대한 매력에 의해 많은 게임회사들이 중국에 우후죽순처럼 생겨났다. “제2회 중국 게임 산업 총회”에서의 발표에 따르면 2005년 중국의 온라인게임 개발회사는 117개, 종사 인원은 12,455명에 달하며 개발된 중국산 대, 중형 게임은 192편에 달한다. 2006년 현재 중국산 온라인게임 개발 추세는 다소 완화되었지만 거시적 시장에서 볼 때 안정적으로 증가하고 있다.

지속적으로 성장하고 있는 중국 온라인게임 시장의 매력적인 전망은 결국 치열한 경쟁을 불러일으키게 된다. 때문에 중국산 게임의 발전은 해외게임의 거대한 압력과 자국 게임업체들의 도전에 직면하게 될 것이다. 통계에 따르면 현재 370여 편의 게임제품이 시장에 출시되었다. 하지만 출시된 게임 중 1/3이 시장에서 도태되었으며, 수익을 창출한 게임은 몇 십 편에 불과하다. 이 중 중국산 게임은 극소수이다.

이와 같이 비록 중국산 게임이 60% 이상의 시장 점유율 차지하고 있지만 수익과 연결되지 못하고 있다. 그리고 대부분의 게이머들이 <따화시요우/大话西游/대화서유>, <몽환시요우/梦幻西游/몽환서유> 등 소수 중국산 게임에 집중되어 있어 소규모 업체의 시장위치는 크게 위축되어 있다. 현재 중국 게임 산업의 시장경쟁이 더욱 치열해짐에 따라 자생력이 미흡한 중소 게임업체들은 적자 생존의 환경에서 도태될 처지에 놓여있다. 따라서 중국 온라인게임 산업은 앞으로 더욱 양분화 될 것으로 예상된다. 그리고 중국산 온라인게임 산업에서는 “공동발전”의 개념이 실현되기 어려울 것으로 보인다.

2006년 해외 온라인게임 업체 진출

중국 게임시장이 가지고 있는 거대한 잠재력에 대해 모르는 사람이 없는 상황에서 해외업체들도 이미 이전부터 게임시장을 주목해 왔다. 중국 게임 산업 초기에는 한국에게 게임시장을 빼앗겼다면 2006년에는 세계 여러 업체들과 경쟁해야만 한다.

1. 한국게임의 거센 압력

최근 몇 년간 한국 게임의 중국 시장점유율은 낮아졌지만 이것이 시장 판매액 감소로 이어진 않았다. 중국 시장의 발전 속도가 너무 빨라 전체 시장의 성장속도가 그 중국 시장 성장속도를 초과했기 때문에 시장점유율이 하락했기 때문이다. 그리고 기타 제조업체의 이익 배당액 제고도 한국 게임의 중국 게임시장의 맹주지위를 위태롭게 했다. 2006년 한국은 중국 시장점유율을 회복하기 위해 중국시장에 심혈을 기울이고 있으며 몇 편의 고품질 온라인게임을 중국시장에 출시할 예정이다.

MMORPG게임에서는 <정치환상/蒸汽幻想/네오스팀>, <빠왕따루/霸王大陆/Archlord>, <치찌스페/奇迹世界/SUN>, <줘웨즈피엔/卓越之剑/그라나도 에스파다>, <시엔징환쉬2/仙境传说2/라그나로크2>등 몇 편의 대형게임이 이미 시장에 선을 보였으며 대부분의 게이머들도 게임을 잘 알고 있다. 이와 같이 정교하고 우수한 한국 게임들로 인해 중국산 게임업체들은 커다란 압력을 받게 될 것이다.

캐주얼 온라인게임 시장에서의 한국게임의 영향력은 더욱 커질 전망이다. 현재 중국 캐주얼게임 게이머 수가 점차 증가해 MMORPG게임 게이머 수를 초과하는 상황에서 한국 게임업체들이 특히 캐주얼게임 시장을 주목하고 있기 때문이다. <머파페이치우/魔法飞球/PangYa2>, <DJMAX> 및 카트라이더와 같은 게임들의 공세로 캐주얼게임 시장에서의 중국산 게임업체의 위치는 더욱 위축될 것이다.

2. 유럽 온라인게임의 급속한 발전

유럽 온라인게임의 대명사인 <WOW>의 중국시장에서의 성공은 결코 우연히 이뤄진 것이 아니다. <WOW>의 성공은 탁월한 시장 홍보뿐만 아니라 시장의 다원화된 발전, 게이머의 수요 제고 및 중국의 유럽게임에 대한 인정 등으로 인해 이뤄진 것이다. 현재 중국 게이머들은 단순한 레벨업과 아이템 장만을 주 게임내용으로 하는 한국 게임에 더 이상 만족하지 않고 품질이 우수한 게임을 추구하는 동시에 더욱 다양하고 풍부한 게임내용을 원하고 있다.

국제적인 유럽 게임업체들은 이미 중국에 진출해 있을 뿐만 아니라 2006년 <롱위띠샤청/龙与地下城/Dungeons Dragons Online>, <헤이안위광밍/黑暗与光明/Dark and light> 및 <EVE> 등 게임을 중국시장에 출시할 예정이다. 현재 유럽 온라인게임들은 중국시장에 대한 투자를 확대하고 있어 이후, 유럽 게임들이 끊임없이 업 데이트되고 있는 <WOW>를 선두로 중국시장에 강한 영향력을 행사할 것으로 예상된다.

3. 기회를 노리는 일본 온라인게임

일본의 TV게임과 아케이드 게임은 이미 중국에 널리 알려져 있으며 각종 콘솔플랫폼과 PC게임도 꾸준히 게이머들의 관심을 끌고 있다. 그러나 중국 온라인게임 시장에서의 일본의 위치는 한국에 비해 많이 위축되어 있다. 현재까지 중국시장에 출시된 일본 온라인게임 수량은 많지 않으며 차지하는 시장점유율도 극히 낮은 상태이다. 하지만 2005년부터 일본의 게임회사들은 중국시장에 깊은 관심을 나타내었다.

중국 게임업체들은 2006년에 출시된 <썬창예왕OL/信长野望OL/신장의 야망OL>, <슈쓰제/树世界/수세계>와 출시를 준비하고 있는 <사무OL/莎木OL/사목OL> 및 <꽤이종환상OL/最终幻想OL/파이널판타지> 등 일본게임의 경쟁압력을 앞으로 받게 될 것이다.

최근 광롱(光荣), 쥘머(巨摩), 커러메이(科乐美) 등 회사와 기타 일본 게임업체들이 중국에서 게임 상표를 등록, 앞으로 중국시장에 대규모로 진출할 예정이다. 비록 게임운영 면에서 중국시장에 대한 일본 업체들의 이해가 부족하지만 자금과 기술면에서 우위를 점하고 있기 때문에 중국 업체들의 경쟁자로 부상할 것으로 예상된다.

해외 온라인게임의 중국시장 점유는 경제적 손실뿐만 아니라 문화적 손실도 야기한다. 온라인 게임은 오락이기 전에 문화의 소비로 볼 수 있다. 현재 온라인게임은 실제 생활의 내용을 포함하고 있기 때에 인류의 역사와 현실의 축소판 그리고 문화의식의 차이를 내포하고 있다. 해외 온라인게임이 중국에 가져올 문화적 충격은 그들이 중국에서 창출한 수익과는 비교할 수조차 없다.

따라서 온라인게임을 단순한 게임으로만 볼 수는 없다. 특히 청소년들은 게임의 영향을 가장 많이 받는 계층으로, 게임이 청소년들에게 미치는 영향은 일시적이지 않기 때문에 청소년들의 잠재적인 문화 교육과 가치관 형성에 있어 게임은 매우 중요한 역할을 하게 된다. 청소년들이 게임을 즐기는 단계를 벗어나, 게임에 빠져 게임 속 문화에 적응하게 되면 기존의 가치관이 붕괴될 수 있다. 해외 온라인게임이 중국에 대거 진출하는 2006년, 중국산 온라인게임은 시장압력뿐만 아니라 문화의 압력에도 받게 될 것이다.

중국산 온라인게임 발전의 어려움

몇 년간의 발전에도 중국산 온라인게임이 여전히 선두적인 위치를 확보하지 못하고 있는 원인은 가장 기본적인 인재양성과 기술, 두 가지 문제로 분석할 수 있다. 현재 중국 게임제작 업체 중 극소수 업체만이 회사의 게임제작 경험을 기반으로 시간을 투자하며 인재를 육성했다. 성따, 왕이, 션썬왕위(深圳网域) 등 업체들은 모두 게임제작의 기초단계부터 시작해 수년간 게임 제작팀을 양성했으며 현재 업체 자체의 게임제작 인재를 보유하고 있다.

현재 중국 게임 개발인원은 크게 기획, 프로그램 및 미술 분야 인원과 전문 또는 임시의 베타 테스분야 인원으로 나뉘어져 있어 이미 완벽한 게임개발 인력 망을 구축하고 있다. 만약 이 중 어느 한 분야라도 부족하게 되면 게임개발은 심각한 어려움을 겪게 되며 게임제작에도 상당한 영향을 미치게 된다. 이러한 가운데 대형 게임업체들이 자사의 우세를 이용, 인재를 선점 및 채용하고 있어 많은 온라인게임 업체들의 주요 인력의 이직이 비일비재하게 이뤄지고 있다.

이러한 인력쟁탈전은 우수한 게임개발 인재가 부족한 현 상황을 잘 보여주고 있다. 전문적인 게임개발 인재 양성문제는 현재 게임 산업이 직면하고 있는 가장 큰 문제로 주목받고 있다. 비록 2005년 3월 관련부분이 앞으로 10개 대학교에 온라인게임 프로그램 개발 학과를 개설, 향후 2만 명의 전문 기술인을 양성할 것이라고 발표했지만 게임인재가 부족한 현재의 상황에서 관련부문의 발표는 더욱 현실적 의의를 가지지 못하고 있다.

그리고 전문적으로 게임에 종사하는 인원이 매우 적으며 인력 층도 두껍지 못하다. 또한 게임 인재 양성기관도 부족해 중국 게임업체의 발전을 저해하고 있다. 왕이의 동웨이빠오(董瑞豹) 전무 이사는 게임기획 인재의 수요가 가장 높으며, 찾기도 어렵다고 밝혔다. 심각한 인재부족 현상으로 많은 게임 직업교육 양성 기관이 우후죽순처럼 생겨났으나 교육내용이 부실하고 전문교재도 없어 실질적으로 도움이 되지 않고 있다.

인재양성이 정규화 되지 않는다면 게임 산업에서 더욱 중요시되는 선진적인 기술을 획득하지 못하게 된다. 현재의 중국산 게임시장에 출시된 많은 저 품질의 제품들은 모두 기간이 지난 해외의 게임엔진을 사용했거나 또는 자체 개발한 불완전한 게임엔진과 기술을 사용해 제작되어진 것이다. 하지만 게임화면 한 부분만 보더라도 게이머들의 관심을 받기 어려운 실정이다.

중국산 게임업체들은 자체 실력 제고를 기반으로 자금을 기술개발에 투입해야 한다. 그리고 게임의 성공은 게임의 대대적인 홍보에 있는 것이 아니라 품질에 있음을 깨달아야 한다.

중국산 온라인게임의 전통계승과 창조적 개발 병행 필요

한국과 유럽 온라인게임을 체험한 중국 게이머들은 자국게임의 발전을 기대하고 있다. 게이머 뿐만 아니라 중국 정부도 중국산 게임에 큰 기대를 걸고 있다. 이에 중국산 온라인게임은 지난 몇 년간 급속한 성장을 이뤘다. 왕이가 자체 개발한 <명환시요우/梦幻西游/몽환서유>를 보더라도 높은 인기와 시장점유율을 차지하고 있다.

하지만 중국산 온라인게임 대부분이 한국게임을 모방하는 단계에 머물러 있다. 중국 전설을 기반으로 한 게임내용에 괴물을 쓰러뜨려 레벨을 올리는 단순한 레벨 업 구조를 취하고 있어 게임의 동질성이 강한 반면, 창의적인 게임은 부족한 실정이다. 중국산 온라인게임 개발에 있어 해외게임의 새로운 기술과 게임엔진, 특성을 배우는 동시에 창의적인 게임방식을 추구해야 한다.

중국산 온라인게임 산업의 발전을 위해서는 중국적인 특색을 살린 고품질의 게임을 끊임없이 개발해야만 한다. 따라서 중국 게임 개발업체는 선진적인 게임기술을 배우고 중화문화 정수에 결합시켜 중국적인 특색을 살린 온라인게임 개발에 노력해야 한다.

중국산 온라인게임의 주력제품

여러 가지 압력과 어려움에서도 중국산 온라인게임은 지속적으로 발전하고 있다. 2006년 중국산 온라인게임의 품질이 꾸준히 제고되고 콘텐츠도 풍부해져 점차 많은 게이머들의 인정을 받고 있어 게임제작에도 좋은 영향을 미치고 있다. 이로 인해 중국산 온라인게임도 다수의 고정적인 유

저 층을 갖게 되었고, 왕이가 출시한 <따화시요우 II/大话西游II/대화서유II>와 <몽환시요우/梦幻西游/몽환서유>의 동접자수는 150만 명을 초과하는 기록을 세웠다. 그리고 King Soft에서 자체 개발한 <찌엔샤칭웬OL /剑侠情缘OL/검협정연OL>시리즈 제품은 중국에서의 성공뿐만 아니라 베트남에서도 커다란 성공을 거두었다.

이것이 비록 2005년도에 이룬 성과일지라도 이와 같은 발전은 2006년에도 지속될 것으로 예상된다. 아직도 계속 증가하고 있는 <몽환서유>의 동접자수가 그 가능성을 단적으로 보여주고 있다.

2006년 곧 출시될 해외 온라인게임과 비교했을 때, 중국산 온라인게임이 약하게 느껴질 수 있지만 해외게임과 경쟁할 주력제품이 곧 출시될 예정이다. 바로 중국 시장에서 선두적인 위치에 있는 왕이의 더욱 완벽해진 <대화서유> 시리즈와 <따탕하오샤/大唐豪侠/대당호협>과 <티엔샤2/天下贰/천하2>게임이다.

<대당호협>은 당나라의 역사와 문화를 배경으로 한 반3D 무협게임이며 <천하 2>는 반고(盘古)의 창조신화를 배경으로 한 3D게임이다. 비록 신규게임의 출시에서 일부 결점이 노출되고 있지만 기술적인 부분에서 보면 <대당호협>과 <천하 2>는 중국산 게임 중에서 최고라고 말할 수 있다. <대당호협>은 반3D 게임엔진을 기반으로 하고 있지만 화면이 정교하고 게임내용이 풍부해 게이머들은 이전과 다른 새로운 중국산 온라인게임을 체험할 수 있을 것이다.

이러한 <대당호협>이 해외 온라인게임과의 경쟁에서 지게 될 경우, 왕이는 250만 달러의 거액을 투자해 구입한 "BIGWORD"엔진으로 제작한 게임 <천하 2>를 출시해 게이머들에게 선보일 예정이다. <천하 2>의 자료가 외부에 공개된 후부터 본 게임은 게이머들의 주목을 받기 시작했으며 <WOW>와의 비교토론이 끊이지 않고 있다. <천하 2>의 아름다운 게임화면과 CG같은 배경은 게이머들에게 중국산 게임의 빠른 성장력을 보여주고 있다. 이러한 왕이의 제품 외에 《화샤2/华夏2/화하2》, 《지자쓰지/机甲世纪/기갑세기》, 《찌엔샤칭웬3/剑侠情缘3/검협정연3》 등의 게임들이 해외 온라인게임들과 경쟁을 벌일 전망이다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-09/20060609102147528.shtml>

The9 신규게임 운영에 따른 3가지 난제

2005년 12월부터 현재까지 The9는 주목받고 있는 《치찌스제/奇迹世界/SUN》, 《지잔/激戰/Guild Wars》, 《띠위즈먼/地狱之门/Hellgate》 등 해외 게임의 중국 운영권을 획득했다.

애널리시스 인터내셔널에 따르면 The9는 신규 게임의 대리를 통해 제한적인 수준 높은 게임 자원을 차지한 동시에 다양한 제품라인을 가지게 되었다. 또한 《WOW》1편의 수익에 지나치게 의존하던 수익구조를 개선해 리스크를 감소시켰다. 하지만 신규 게임의 운영에 있어서 아래의 3가지 문제를 해결해야만 한다.

1. 안정적인 서비스의 질 향상

《WOW》의 서비스 안정도는 줄곧 유저들의 비판을 받아왔다. 유사 게임간의 경쟁이 심한 MMORPG시장에 있어, 서비스의 질은 유저의 게임체험에 큰 영향을 미친다. 차후 여러 게임을 동시에 운영해야 하는 상황에서 The9는 안정적인 서비스의 질을 유지, 발생할 문제를 제어해야 한다.

2. 게임 1편 당 유저 수 감소

여러 가지 게임의 상호보완 작용으로 The9의 전체 유저 수는 증가했다. 그러나 향후 2년 간 MMORPG 유저 수는 크게 증가되지 않을 것으로 예상됨에 따라 새로운 유저 층을 창출해내는 동시에 기존 유저 층을 더욱 확보해야 한다. 특히 현재 《WOW》등 게임의 게임집중도가 상당히 높아 유저가 다른 게임을 체험할 시간이 제한적이기 때문이다. 이러한 전체 상황이 매 편의 게임 유저 수에 미칠 영향을 간과해서는 안 된다. 온라인게임 산업에 있어 유저의 감소는 수익의 감소뿐만 아니라 수익의 질에도 영향을 미치기 때문이다.

3. 거액의 대리 비용과 판매 원가에 의한 자금압력

The9가 운영권을 획득한 3편의 게임은 모두 우수한 제품이지만 모든 제품이 《WOW》와 같은 성공을 거둘 수 있는 것은 아니다. 출시한 제품의 시장반응이 만약 저조하다면 거액의 대리 비용과 판매 원가로 The9는 커다란 압력을 받게 될 것이다.

신규 게임의 운영권을 위해 The9는 막대한 대리 비용(판권과 로열티 등 포함)을 지불해야 하며, 동시에 제품의 판매홍보를 위한 투자를 확대해야 한다. 왕이와 텡선(騰訊)과 달리 The9는 포털 사이트 및 실시간 커뮤니티가 가진 대규모 판매루트가 없기 때문에 더욱 많은 판매 원가를 지불해야 한다. 이 외, 《WOW》는 그 기원을 같이 한 전략시뮬레이션게임 《머썬우정빠/魔兽争霸/워크라프트》의 성공으로 출시 전에 대량의 유저 층을 확보한 상태였지만 신규 게임은 그렇지 못하기 때문에 더욱 많은 판매노력을 기울여야 한다.

클라이언트에서 상당한 성공을 거둔 《WOW》도 지불한 대리 및 판매비용을 제하면 그 수익이 상당히 제한적이다. 그러므로 여러 게임을 동시에 운영하는 상황에서 어느 한 게임의 수익이 감소할 경우 The9는 자금압력에 직면하게 될 것이다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-16/20060616090117242.shtml>

훠스(火石) 소프트웨어 《수호Q전》 대리업체 변경

《수호Q전》 개발업체인 훠스 소프트웨어(광주)유한공사는 게이머들에게 최상의 고객 서비스와 원활한 게임접속을 제공하기 위해 앞으로 한 달 안에 새로운 대리업체를 선정하기로 발표했다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-16/20060616134751297.shtml>

하이홍콩구 《만왕지왕2》에 5,000만 위안 투자

중국 온라인게임 시장에서 한 때 지배적인 위치에 있었던 하이홍콩구(海虹控股)가 새로운 재기를 위한 준비 작업에 들어갔다.

6월 16일 하이홍콩구는 대만 온라인게임 개발업체인 레이쥬즈쑨(雷爵资讯)과 《완왕즈왕/万之王2/만왕지왕2》의 홍보와 운영을 위해 5,000만 위안을 투자하기로 발표했다.

《만왕지왕2》는 중국 초기의 온라인게임인 《만왕지왕》의 후속 게임으로 4년간의 제작기간, 2,000만 위안의 개발비용 그리고 100여 명의 개발인원이 투입된 2006년의 환타지 서사 대작 3D 온라인게임이다. 하이홍콩구 산하의 아져우후퉁(亚洲互动) 과기유한공사가 본 게임의 운영을 맡고 있다.

하이홍콩구의 대변인 루훠이(陆挥)는 2004년부터 하이홍콩구가 온라인게임 사업을 축소하긴 했지만 완전히 중단하진 않았다고 밝혔다.

하지만 2005년 하이홍콩구는 온라인게임 분야에서 뚜렷한 실적을 보이지 못했다. 2004년 6월 온라인게임 사업에서 중요한 위치를 차지하고 있던 게임포털 리엔중(联众)을 한국 온라인게임 업체인 NHN에게 매각한 후, 하이홍콩구는 점차 온라인게임 분야에서 잊혀졌다. 리엔중의 매도로 하이홍콩구는 총 5,600만 달러의 현금과 약 1억 달러에 달하는 NHN 주식 29만 주를 획득했다.

그리고 2004년 3,000만 위안을 투자하고 한국 액토즈소프트와 공동 운영했던 온라인게임 《A3》는 2005년말에 운영이 중지됐다. 하이홍콩구 측은 한중 양측의 경영이념 분쟁과 한국 측의 즉각적이지 못한 기술 제공으로 인해 《A3》의 운영이 중지됐다고 밝혔다.

2006년 4월에 발표된 하이홍콩구의 재무보고에 따르면 디지털 엔터테인먼트 수익은 단지 599만 위안으로 이는 리엔중(联众) 매각 전 합병 재무제표 상의 수익이다. 2005년 하이홍콩구의 총 이익은 4,229만 위안으로 만약 보유하고 있던 NHN 주식 중, 21.64만주를 매각해 1.33억 위안을 획득하지 못했다면 적자를 면치 못했을 것이다.

2006년 4월, 《A3》의 운영이 정식으로 중지됐으며, 《천년》을 운영했던 동방후통(东方互通)도 유명무실해졌다. 이 사건은 하이홍콩구가 디지털 엔터테인먼트 사업에서 겪은 최대의 좌절이었다. 하이홍콩구의 대변인 루웨이(陆挥)는 이 사건과 관련해 한중 양측은 아직도 의견을 조정하고 있다고 밝혔다.

2006년도 1/4분기에 하이홍콩구는 디지털 엔터테인먼트 관련된 어떠한 수익도 창출하지 못했지만 보유하고 있던 나머지 NHN 주식을 매각해 1.39억 위안의 투자수익을 획득했다. NHN 주식은 한국에서 주가가 가장 높은 게임주식 중의 하나이기 때문이다.

온라인게임 사업을 축소한 하이홍콩구의 주가는 2004년 9월의 16위안에서 현재 8위안으로 하락했다.

하이홍콩구의 게임시장 재진출에 대해 업계인사들은 “자본의 마수”로 불리는 하이홍콩구 총재 캉찌엔(康健)이 또다시 자본을 순환시키기 위해 게임시장에 재진출하는 것으로 보고 있다. 즉 하이홍콩구는 온라인게임의 개념이 불분명하고 벤처자본이 대량으로 유입될 때 게임시장에서 한발 물러서 1억 달러를 획득했다. 그리고 온라인게임 사업의 열기가 시들해져 중국 온라인게임의 개념 주식이 시험대에 서고 있는 지금 게임시장에 진출, 새롭게 반격에 나설 준비를 하는 것이다.

하이홍콩구의 대변인 루웨이(陆挥)는 2005년 하이홍콩구는 새로운 사업인 의약 전자상거래 분야에 중점을 두었으며, 현재 기본적인 틀을 이미 완성했다고 밝혔다. 그리고 《만왕지왕2》 운영을 제외한 디지털 엔터테인먼트 분야에서의 또 다른 투자의 가능성을 배제하지 않고 있다고 밝혔다.

야저우후통(亚洲互动) 총경리 장위(张宇)는 레이첼즈션(雷爵资讯)과 하이홍콩구가 공동으로 5,000만 위안을 투자할 예정이지만 투자금액의 대부분은 하이홍콩구가 부담할 것이라고 밝혔다. 그리고 앞으로 게임의 운영은 하이홍콩구가 담당하며 레이첼즈션은 기술 서비스와 후속 판의 업그레이드 연구를 담당하게 될 것이라고 밝혔다.

하이홍콩구는 한국 게임업체와의 합작 실패를 교훈으로 이번 레이첼즈션과의 합작에서는 야저우후통의 주식 50%를 양도하지 않고 야저우후통에 대한 절대적인 경영권을 유지했다.

“대만 업체와의 합작은 의사소통 및 의견조정 면에서 한국 업체와의 합작보다 더욱 유리할 것으로 생각된다. 그리고 자사는 7월 7일 오픈 베타서비스 시작 후, 2개월 이후부터 유료서비스를 시작할 수 있을 것으로 예측하고 있다. 만약 동점자수가 5만 명을 초과하면 매월 약 1,000여 만 위안의 수익을 얻을 수 있으며 반년 후에는 투자한 5,000만 위안을 회수할 수 있을 것이다”라고 야저우후통 총경리 장위가 밝혔다.

하이홍콩구는 앞으로 《만왕지왕2》의 성공여부에 따라 온라인라인 게임과 디지털 엔터테인먼트 분야의 투자 확대 여부를 결정하게 될 것이다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-18/20060618122116389.shtml>

건전한 인터넷 사용을 위한 교육 실시

“중국 청소년의 건전한 인터넷 사용” 행사 개막식에서 중국 청소년 심리성장 센터의 수석 심리 전문가인 잉리(应力)교수는 청소년들의 인터넷 중독을 방지하기 위해서는 가정교육과 학교교육이 동시에 이뤄져야 한다고 밝혔다. 그리고 어떻게 아이들의 인터넷 사용을 통제하고 인터넷 중독을 극복시킬 수 있는가에 대한 자신의 의견도 내놓았다.

본 행사는 공천단(중국 공산주의 청년단) 중앙 위원회, 교육부, 신문출판총서 중국 청소년 인터넷 협회 등 14개 부·위원회가 연합해 주최했으며, 시 당위원회 홍보부, 시 문명관리국, 문화국, 교육국, 공청단 시위원회, 신문그룹 등에서 주관했다.

소식에 따르면 “중국 청소년의 건전한 인터넷 사용” 행사는 청소년들에게 정확한 인터넷 사용에 대한 교육을 진행해 “건강한 인터넷 접속·중독 방지”의 과학이념을 중국 전역에 알려 청소년들의 인터넷 중독을 방지하는데 그 목적을 두고 있다. 이번 행사는 심천에서 제1회 “청소년 도덕교육의 달” 및 “독서의 달” 등 행사와 같이 추진되며 앞으로 장기적으로 진행될 예정이다.

금년 하반기 “건전한 인터넷 사용” 행사는 6개 부분 활동을 중점적으로 진행할 것이다. 첫째, 설문조사 전문 업체와 각종 매체를 통해 심천의 각 지역, 학교, 중심가에서 설문조사를 진행, 청소년들의 인터넷 사용 상황을 분석, 관련 문제에 대한 토론을 전개한다.

둘째, “제1회 심천시 청소년 도덕교육의 달” 활동을 통해 학교, 지역, 가정 간의 도덕 네트워크를 구축해 청소년들에게 좋은 인터넷 환경을 제공한다.

셋째, 건전한 인터넷 지역을 조성한다. 20개 지역을 선정, 현장에서 건전한 인터넷 교육을 진행한다.

넷째, “나의 e-학교” 활동을 통해, 관련 전문가를 학교에 보내 청소년들에게 직접 인터넷 게임을 바르게 즐기는 방법을 가르쳐 게임을 청소년들의 성장 과정 속에서 즐거움을 더해주는 도구로 바꾼다.

다섯 번째, “인터넷과 인생” 청소년 포럼 활동을 지원해 많은 청소년들에게 자기 생각을 발표할 수 있는 장소를 제공, 청소년들이 인터넷에 대해 어떻게 생각하는지 현대의 학부모들이 알 수 있도록 돕는다.

여섯 번째, “독서의 달” 활동의 주요 행사인 “제2회 현대 가정교육 포럼”을 통해 국내·외

저명한 교육전문가를 모셔 인터넷 문화 교육 강좌를 개최, 인터넷 문화의 건전한 발전에 대해 연구 및 토론한다.

소식에 따르면 본 행사는 현지 여러 인터넷 사이트와 연합해 인터넷 조사를 진행하며 전문가를 초청, 인터넷 자문활동도 진행한다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-15/20060615150728942.shtml>

2006년 캐주얼게임 시장규모 18억 위안

예측에 따르면 2006년 중국 온라인 캐주얼게임 시장 규모는 전체 온라인게임 시장 규모의 35%를 초과한 18억 위안에 달 할 전망이다.

중국에서 캐주얼게임은 초기에 많은 인기를 끌었지만 불완전한 수익모델과 MMORPG게임의 발전으로 캐주얼게임 시장은 점차 축소되었다. 그러나 2004년의 전환점을 맞아 2005년에 이르러 비약적인 발전을 이뤘다. 그리고 2006년 캐주얼게임은 다시금 새로운 발전기를 맞고 있다.

캐주얼게임은 기타 온라인게임과 다른 비교할 수 없는 특징을 갖고 있으며 보드, 경영전략, 스포츠경기, 음악 및 댄스 등 게임의 종류도 매우 다양하다. 그리고 단순한 게임방식으로 다양한 유저들이 연령 대와 상관없이 게임을 즐길 수 있다. 또한 게임의 동질화 현상이 없어 유저의 엔터테인먼트 수요를 충분히 충족시켜 줄 수 있다. 이러한 캐주얼게임은 건전한 인터넷게임에 속해 “인터넷 중독방지 시스템”의 제한을 받지 않는다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-17/20060617103822650.shtml>

중국 온라인게임 시장 5년 뒤 포화상태 된다.

6월 15일, King Soft의 총재 레이쥘(雷军)은 인터뷰에서 아래와 같이 밝혔다.

세계적으로 한국, 중국, 대만의 온라인게임 시장이 가장 활성화되어 있으며, 경쟁이 가장 치열한 곳도 바로 한국, 중국, 대만의 온라인게임 시장이다. 그리고 근래에 시작된 중국 시장에서 2000년 하반기 첫 단계의 가장 성공한 게임은 《신스치스따이/新石器时代/신석기시대》이며, 두 번째 단계에서는 《미르의 전설》, 세 번째 단계에서는 《WOW》가 가장 성공했다. 이후 다섯 번째, 여섯 번째 단계까지 가장 성공한 각 제품 모두 커다란 발전을 이뤘지만 현재 아직 가야할 길이 많이 남아있다.

매년 많은 게임을 출시하고 있는 한국은 무료서비스 운영방식을 최초로 시행, 좋은 성과를 이루었다. 중국의 일부 제품도 한국의 운영방식을 도입해 성공을 거두었으며 한국의 운영방식은 많은 사람들의 인정을 받았다. 하지만 각각의 제품은 모두 각각의 운영방식을 가지고 있다고 생각된다. 운영방식이 제품에 결정적인 작용을 일으키는 것이 아니라 제품에 의해 운영방식이 결정되는 것이다. 오늘날 빠르게 성장하고 있는 중국시장에서 모두들 경쟁이 치열하다고 생각하지만 아직까지 치열한 경쟁단계에 도달하진 않았다고 생각된다.

한국의 PC방을 방문했을 때, 인기순위 1위를 차지한 게임이 《리니지1》인 것에 매우 놀랐다. 《리니지1》은 1998년 출시된 게임이지만 아직도 십여 만 명의 게이머들이 게임을 즐기고 있었다. 한국 시장에서 오랫동안 한 제품이 선두적인 지위를 차지할 수 있는 이유는 거대한 시장이 완만한 속도로 발전하게 됨에 따라 기존 제품의 우위가 더욱 공고해져 새로운 시장 개척이 어렵기 때문이다. 이러한 상황을 타개하기 위해 한국 업체들은 무료서비스 방식을 선택하게 되었다. 하지만 빠른 성장 속도를 유지하고 있는 중국시장에서 각각의 운영방식은 각각의 발전공간을 가질 수 있기 때문에 제품에 따라 운영방식을 선택해야만 한다.

중국시장이 포화상태가 되려면 아직 5년의 시간이 필요할 것으로 예상된다. 거대한 중국에서 게임을 접해보지 못한 사람들이 아직 많기 때문이다. 그리고 매우 큰 시장 공간에서 온라인게임을 즐기는 유저 층 대부분이 젊은이로 편중되어 있기 때문이다. 실제로 퇴직한 노인들이 즐길 수 있는 엔터테인먼트는 아주 적은 편이다. 만약 노인들에게 적합한 게임을 개발해낸다면 그들의 생활은 더욱 의미적으로 변할 것이다.

게임은 전 국민이 즐길 수 있는 인터넷 제품에도 불구하고 인터넷에도 접속하지 못해본 사람들이 아직 많은 실정이다. 그리고 현재의 게이머 대부분이 대학생 혹은 대학 졸업자이지만 모든 대학생 혹은 대학졸업자들이 게임을 즐기는 것이 아니다. 따라서 전 국민이 게임을 접하게 된다면 중국 온라인시장은 더욱 거대한 발전 공간을 가질 수 있을 것이다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-16/20060616173042824.shtml>

CGW China Game Weekly **Game 순위**

중국 온라인게임 기대 작 TOP 10 (24)

순 위		게 임 명 칭
1	-	치찌스째(奇迹世界 / SUN)
2	9↑	Rohan
3	2↓	띠샤청위용쓰(地下城与勇士 / Dungeons and fighter)
4	5↑	정치환상(蒸氣幻想 / 네오스팀)
5	3↓	화샤II(華夏II / 화하II)
6	4↓	따탕평원(大唐风云 / 대당풍운)
7	-	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
8	6↓	줘웨즈찌엔(卓越之劍 / 그라나도 에스파다)
9	8↓	지짚(激戰 / Guild Wars)
10	-	시엔징찬쉬2(仙境传说2 / 선경전설2)
11	13↑	완왕즈왕2(万王之王2 / 만왕지왕2)
12	-	띠위즈먼:룬똥(地狱之门 : 伦敦 / Hellgate : London)
13	11↓	진빠오주치우(劲爆足球 / Extreme Soccer Online)
14	-	티엔샤얼(天下貳 / 천하2)
15	-	따항하이스따이OL(大航海时代OL / 대항해시대OL)
16	-	짚철패이Online(战锤online / Warhammer Online)

17	-	Gambledon
18	-	EVE Online
19	-	룡위띠사청(龍與地下城 / Dungeons Dragons Online)
20	-	Shaiya(샤이아)

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-12/20060612091445720.shtml>

CGW China Game Weekly **Game 소개**

《싼귀땡리/三国鼎立/삼국정립》



게임이름 : 싡귀땡리/三国鼎立/삼국정립
 게임종류 : MMORPG/3D
 개발회사 : 北京光宇维思科技有限公司

《싼귀땡리/三国鼎立/삼국정립》는 3D 판타지 온라인게임 《용형이제/永恒异界/영항의계》를 출시한 베이징 광위웨이쓰(北京光宇维思) 과기 유한공사가 개발하고 있는 게임이다. 본 게임의 출시를 위해서는 아직 많은 과정이 남아있지만 현재 일부 게임화면이 공개되었다.



귀여운 카툰 캐릭터로 인해 게이머들은 즐거운 마음으로 게임을 즐길 수 있다. 게이머는 제갈 공명, 유비 등 유명 장군들이 포함되어 있는 카드를 조합해 자신의 군대를 배치하고 통제할 수 있어 전쟁 전략의 묘미를 더욱 느낄 수 있다. 게임 속에서 캐릭터는 말을 타고 유람할 수 있으며 적군과 결투를 벌이고 군대를 거느리고 출전할 수도 있으며 생산, 발굴, 채집, 수집, 제작 등 여러 가지 임무도 수행해야 한다. 게이머는 코믹한 게임분위기를 통해 역사적 사건과 인물을 더욱 쉽게 인지하게 되며 과장된 캐릭터의 동작으로 게임의 긴박감과 코믹함을 동시에 즐길 수 있다.



자료 : <http://news.17173.com/content/2006-06-19/20060619143622170,1.shtml>

PC방 관리 소프트웨어 취약점 발견

작년 이똥몽왕(移动梦网)의 무선인터넷접속 서비스의 비용부과 프로그램의 취약점이 발견된 이후, 최근 일부 학생들의 이야기에 따르면 PC방에서 사용되고 있는 PC방 관리 소프트웨어의 취약점도 발견되고 있다고 한다. 간단한 컴퓨터 조작을 통해 PC방 고객은 1시간의 이용료만 지불하면 무한대로 인터넷을 사용할 수 있다.

현재 모든 PC방은 "아이커바(爱克吧)" 관리 소프트웨어를 사용하고 있으며, 본 소프트웨어는 인터넷 접속자의 이름, 신분증, 접속시간 등의 정보를 PC방 관리원의 컴퓨터에 입력시켜 준다. 하지만 PC방 고객들은 사용 컴퓨터의 태스크 관리기에 침투해 태스크를 조작하여 "아이커바" 프로그램의 감시를 벗어나고 있다.

이러한 방법을 각 PC방에서 실험해 보기로 한 후, 각 PC방을 방문해 관리원에게 1시간만 이용하겠다고 사전에 말했다. 1시간이 경과하자 인터넷 접속시스템은 자동으로 멈추었다.

하지만 다른 PC방에서는 쉽게 태스크 관리기에 침투했으나 비밀번호를 입력해야 했기에 실패했다. 그러나 또 다른 PC방에서는 순조롭게 태스크 관리기에 침투해 1시간 반 동안 인터넷을 사

용했으며 요금도 1시간만 지불했다.

동일한 방법을 사용한 실험에 서로 다른 결과가 나온 이유는 PC방 안전관리에 대한 조치와 수준이 서로 다르기 때문이라고 PC방 관계자는 밝혔다.

자료 : http://game.china.com/zh_cn/news/cybercoffe/11020682/20060623/13424352.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