

**제196** :

2006. 10. 16

**CGW**

Game Korea

China Game Weekly

### 특집

- 천왕(骏网), 유저의 수요에 적극적으로 대응
- 온라인 가상화폐의 운명과 전망

### China Game News

- 완메이스공(完美时空), Level Up Communications과 협력관계 구축
- 천왕(骏网), 완메이스공(完美时空)의 《우린와이짤武林外傳/무림외전》 대리
- 중화왕룡(中华网龙), 2/4분기 수익 흑자 달성
- CCW Research : 중국 업체가 게임시장 절반 차지

### Game 순위

- 중국 온라인게임 기대 작 TOP 20 (34)

### Game 소개

- 《따화짤귀OL/大話戰國OL/대화전국OL》

### Game 회사소개

- 이웨이(亿维)정보기술 유한회사

### Game 법률 및 정책

- 신문출판총서 : 올해 내 온라인게임 중독방지 시스템 강제 설치



## 천왕(骏网), 유저의 수요에 적극적으로 대응

국민 소비수준의 향상과 인터넷 기술의 발전으로 인터넷이 각 가정에 빠르게 보급되었다. 그리고 네트워크 기술의 급속한 발전에 따라 네트워크 유저들의 수요 또한 더욱 다양해졌다. 천왕(骏网)은 이러한 유저들의 수요에 따라 발전방향을 조정, 소비자에게 가장 편리한 인터넷 환경을 제공하기 위해 노력해 왔다.

인터넷 기술의 발전과 보급으로 인해 인터넷 유저들은 점차 온라인 구매 방식을 이용하게 되었으며, 온라인 구매에 있어 가장 인기 있는 제품은 온라인게임 포인트 카드였다. 현재 유저들의 온라인 구매는 게임 포인트 카드뿐만 아니라 영화 및 음악 엔터테인먼트, 도서교육 및 인터넷 응용 제품으로까지 그 범위를 넓혀가고 있다.

젊은 세대의 인터넷 보급이 빠르게 진행된 것은 게임의 유행에 의한 것으로 인터넷 보급과정에서 게임은 중요한 역할을 담당했다. 수많은 젊은 게이머들은 게임의 수요에 따라 편리한 온라인 구매방식을 통해 포인트 카드를 구매했다. 그리고 온라인게임의 급속한 발전과 함께 포인트 카드의 온라인 판매는 전례 없는 실적을 거두었고, 천왕은 중국 최대의 포인트 카드 유통업체로 부상했다.

다양한 종류의 온라인게임이 끊임없이 출시됨에 따라 게이머들이 보유하고 있는 평균 게임계정 수는 10여 개로 접속할 수 있는 게임의 수도 5편 이상에 달했다. 게이머는 각각 다른 게임의 포인트 카드를 충전해야 했기 때문에 불편을 겪었고 천왕은 이러한 게이머들의 수요를 분석, 온라인 판매를 시작했다. 전국적 제3자 플랫폼인 천왕의 온라인 전자상거래 시스템은 풍부한 온라인게임 제품과 기타 디지털 제품을 취급, 디지털 제품 통용 지불 플랫폼을 성공적으로 구축했다.

천왕의 주요 제품인 "천왕 일카통(一卡通)"은 유저들의 다양한 제품 구매에 따른 지불 요구를 만족시키기 위해 출시된 디지털 제품 통용 지불 충전카드이다. 유저는 "천왕 일카통"을 통해 온라인게임, 영상 및 음악 엔터테인먼트, 도서 교육, 인터넷 응용 상품 등 4가지 유형의 200여 개 제품의 콘텐츠 및 응용 서비스를 제공받을 수 있다.

현재, "천왕 일카통"은 시장에 출시된 거의 모든 온라인게임 제품에 사용할 수 있다. 그리고 천왕 플랫폼 상에서 온라인 영화카드, 정품 백신 소프트웨어, 장거리 전화 카드 등 다양한 제품 또한 구매할 수 있기 때문에 천왕은 중국 최고의 디지털 제품 판매 서비스 업체로 불려졌다.

하지만 인터넷이 발전함에 따라 바이러스 및 각종 불법 소프트웨어로 인해 게이머들의 게임 계정, 온라인 은행 비밀번호, 플랫폼 상의 거래 비밀번호 도난사건이 종종 발생하게 되었다. 게이머가 조금이라도 방심하게 된다면 직접적인 경제적 손실도 입게 된다.

현재 대량의 바이러스 및 각종 불법 소프트웨어들이 유저들의 각종 계정 비밀번호 안전을 위협하고 있어 게임 계정뿐만 아니라 가상재산에 대한 보호도 필요한 실정이다. 그리고 소비자의 온라인 거래 계정과 은행카드 비밀번호 또한 도난위험에 직면해 있어 소비자의 정보 보호 문제의 시급한 해결도 필요하다.

안전에 대한 소비자들의 요구에 맞추어 전왕은 장민(江民)업체와 합작, 소비자들에게 온라인 안전 서비스를 제공함에 따라 소비자들은 장민업체가 출시한 최신 비밀번호 보호제품 및 정품 백신 소프트웨어를 무료로 다운받을 수 있게 되었다. 소비자의 권익과 안전을 고려한 조치로 인해 전왕은 "인간 중심, 고객 우선"의 기업이념을 다시금 구현시켰다.

유저는 모든 인터넷기업이 생존하고 발전할 수 있는 기반으로 기업은 가장 완벽한 서비스를 유저에게 제공해야 만이 최대한도의 발전 공간을 얻을 수 있다. 유저의 수요에 대한 피동적 대응에서 주동적으로 유저에게 인터넷 안전 보호 서비스를 제공하여 스스로의 발전을 추구한 전왕은 인터넷 서비스업체에게 새로운 발전 방향을 제공했을 뿐만 아니라 인터넷 기업 경영에 있어서 성공적인 사례가 되었다.

현재 중국의 게이머 수는 4,000만 명을 초과했으며 유저의 수 또한 이미 1억 명을 초과하여 거대한 잠재시장을 형성하고 있다. 전왕은 소비자의 수요에 맞춘 서비스로 성공을 거두었으며 많은 업체들과의 협력 관계를 구축, 유저들의 다양한 수요를 만족시키는 동시에 잠재적인 소비층을 양성하여 유저의 다양한 소비를 유도, 소비자로 하여금 각종 제품에 대한 소비를 촉진시키고 있다.

이러한 고품질의 서비스를 통해 유저는 자신의 수요를 충족시키는 동시에 편리한 온라인 구매방식을 통해 고품질의 제품을 저렴하게 구입하게 되었다. 그리고 전왕은 이러한 유저들의 입소문을 통해 긍정적인 기업의 이미지를 구축하게 되었다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/y/n/2006-09-20/1031167965.shtml>

## 온라인 가상화폐의 운명과 전망

현재 거대한 시장을 형성하고 있는 온라인 가상화폐에 대한 전망이 업계의 관심사로 떠오르고 있다. 통계에 따르면 현재 시장에서 유통되고 있는 온라인 가상화폐 (온라인화폐로 약칭)는 약 10여 종으로 Q비(Q币), 파오비(泡币), U비(U币), 바이두비(百度币), 쿠비(酷币), 머서우비(魔兽币), 티엔탕비(天堂币), 성따 디엔비(点币) 등이 있으며, 이 중 Q비(Q币) 사용자는 2억여 명에 달한다. 업계인사에 따르면 현재 중국은 매년 몇 십억 규모에 달하는 온라인화폐 시장을 형성하고 있으며 15%~20%의 속도로 증가하고 있다.

## 온라인 가상화폐의 변신

온라인화폐는 중국 내 소액 전자지불의 어려움으로 인해 생겨난 것으로 온라인게임 운영업체는 유통원가가 높은 현금상품권으로 비용을 수납했다. 초기에는 현금을 가상화폐로 전환할 수 있었지만 가상화폐를 현금으로는 전환할 수 없었다. 하지만 온라인게임 산업의 발전과 함께 각종 가상화폐 간의 교환이 자발적으로 발생되었다. 심지어 가상화폐를 통해 실제 제품과 서비스를 구입할 수 있게 되어 현금과 같은 구매력을 형성함에 따라 현금과 가상화폐간의 구분이 모호해졌다.

금융환경이 발전한 선진국에서는 일찍이 영리를 위한 가상화폐가 등장했으며 최초의 가상화폐는 빈즈(Beenz)가 출시한 "빈즈(网豆)"이다. Beenz는 마스터카드와 계약을 체결, 소비자들이 인터넷 상에서 적립한 가상화폐 "빈즈"를 스마트카드에 저장하여 일반 매장에서 사용할 수 있도록 했다.

즉, 빈즈(Beenz)는 가상화폐 "빈즈(网豆)"를 1센트/1개의 가격으로 일부 사이트에 매도하게 되며, 사이트는 다시 다양한 통로를 통해 유저 및 게이머들에게 지급 또는 이들로 하여금 구매하도록 한다. 가상화폐는 온라인 상점에서 현금처럼 소비되며 빈즈는 사이트 운영업체로부터 0.5센트/1개의 가격으로 가상화폐를 환매하여 이익을 획득한다.

2000년에는 6,7천 만 위안에 달하는 7.5억 개의 "빈즈"가 유통되었다. 그리고 바로 이 시기에 중국에서도 가상화폐가 나타났다. ChinaBonus.com은 마일리지 적립형식으로 소비자들에게 가상화폐를 제공하기 시작했으며, 일정 마일리지가 적립되면 소비자는 전화카드, 인터넷 카드 및 T셔츠 등을 제공받을 수 있다.

온라인게임 속의 사이버머니, 아이템, 아바타 등은 가상물품에 대한 게이머들의 소비를 촉진시켰다. 하지만 낙후한 중국의 전자지불방식과 안전성으로 인해 대부분의 게이머들은 현금선불 방식을 통해 운영업체가 발행하는 가상화폐를 구입하여 게임 속의 가상물품을 구매하고 있다. 게임 콘텐츠의 흡인력이 강하기만 한다면 게이머들은 각종 경로를 통해 게임 운영업체가 발행하는 가상화폐를 구매하게 된다. 즉, 온라인게임의 발달이 가상화폐의 종류와 그 발행량을 증가시키고 있다.

유저들의 주목을 끌고, 게이머의 수와 충성도를 제고시키기 위해 모든 게임 운영업체들은 상당량의 가상화폐를 유저에게 무료로 제공하고 있다. 그리고 게이머 또한 게임을 통해 가상화폐를 획득할 수 있기 때문에 실제적으로 게임 운영업체는 가상화폐의 무한한 발행권을 가지고 있다. 만약 가상화폐로 가상물품만을 구매할 수 있고, 가상물품의 공급량이 인위적으로 설정된다면 비록 각종 가상화폐 간의 교역이 발생되더라도 현실경제에는 아무런 영향을 미치지 못한다. 그러나 가상화폐로 실제 제품과 서비스를 구매할 수 있다면, 과도한 가상화폐의 발행은 인플레이션을 유발하게 된다.

중국의 대다수 인터넷 업체들은 모두 가상 및 실제 경제 간의 한계를 뛰어넘고 있다. 왕이(网易) POPO는 유저의 온라인 시간에 따라 파오비(泡币)를 제공하고 있으며, 유저는 파오비를 이용해 SMS를 발송할 수 있다. SMS 1건을 발송하기 위해서는 0.4위안에 해당하는 1,000 파오비가 필요하다. 그리고 왕이 쇼핑몰에서도 파오비를 이용해 실제 제품을 구매할 수 있는 현금상품권을 구입

할 수 있다. 이 외, 성따 디엔비(点币)를 이용, Baidu에서 유료 다운로드 서비스를 이용할 수 있다. Q비(Q币)를 이용해서는 17173닷컴에서 유료 서비스 외, 기타 게임 포인트 카드, 가상물품, 영화, 소프트웨어 다운로드 서비스를 이용할 수 있다.

화폐는 서로 다른 자원의 교환을 위해 나타난 수량 단위로 만약 많은 사람들이 어떠한 가상 화폐의 가치를 인정할 경우, 가상화폐는 물질교환의 대체단위가 될 수 있다. 예로 QQ의 보급으로 인해 Q비(Q币)는 점차 유통이 가능한 등가교환의 단위로 발전하고 있다. 유명한 경제학자 아담스 미스는 1776년 물물교환을 인용해 화폐의 기원을 설명한 이후, 현재 많은 사람들이 각종 게임머니를 현실생활에서의 필요한 물품으로 교환하고 있어 온라인세계가 다시금 화폐의 기원을 연역하고 있다고 볼 수 있다.

### 현실적 부를 창조하는 가상화폐

가상화폐의 판매를 주요 수입원으로 하고 있는 게임업체들은 매 분기마다 수익 위안에 달하는 이익을 창출하고 있다. 이는 중국 인구 중, 2%의 인터넷 유저, 0.4%의 게이머에 의해 이루어진 것이다. 그렇다면 인구의 80%가 인터넷을 사용하고, 60%가 게임을 즐기는 한국의 경우, 시장에 대한 전망이 상상을 초월하고 있다. 현재 한국시장에서는 온라인게임 아이템 교역, 디지털 음악, 영상 포스터, 전자서적 다운로드 등의 시장이 가장 각광받고 있다.

가상물품 교역은 "제2의 온라인게임 시장"으로 불리며, 게이머가 게임 속의 사이버 머니와 아이템을 온라인상에서 판매 또는 구매하는 것을 가리킨다. 즉, 저가의 가상물품을 현금으로 구매한 후, 다시 고가로 판매하여 수익을 창출하는 것이다. 데이터에 따르면 현재 약 46만 명의 게이머들이 가상물품 교역에 참여하고 있다. 중국에서는 3,000만 명의 사람들이 게임을 즐기고 있으며, 2급 시장의 용량은 최저 195 ~ 300만 명이다. 만약 일인당 게임 소비액을 300위안으로 예측할 경우, 시장 용량은 최저 6억~9억 위안에 달한다.

미국 최대 온라인게임 가상물품 교역업체인 IGE의 매월 판매액은 1,2천만 달러이며 매출총이익률은 20%~50%에 달하고 있다. 예전, 절강성 온주(温州)에는 수십 개에 달하는 가상화폐 공장이 생겼다. 주로 사람을 고용해 게임을 시켜 게임머니를 벌어들여 2전(毛) 정도의 가격차액을 두고 재판매했다. 가상화폐의 생산과 매매로 획득하는 개인의 이익은 50% 이상이다.

수백 만 명이 참여하는 게임 속에서 매일 이루어지는 생산, 교환 역시 사람들의 노동을 통해 이루어진다. 게이머들은 주로 게임 속에서 괴물을 쓰러뜨려 사이버 머니와 아이템을 획득하게 된다. 또한 현금으로 구매한 사이버 머니로 인해 게이머들은 게임 속에서 현실의 백만장자가 된 듯한 쾌감을 느끼게 된다. 따라서 이러한 게이머들의 수요는 가상물품을 교역을 일종의 사회경제로 변모하게 만든다.

각종 온라인 가상화폐는 각각 다른 가치를 가진다. 가상화폐의 발행에 있어 업체는 반드시 거대한 유저군과 흡인력 있는 응용을 구비해야 만이 인터넷상에서 가상화폐를 확산시킬 수 있다. 가

상화폐의 유통성이 좋을수록 그 가치 또한 높아진다. 대표적인 판례기업으로 텡쑤(腾讯)를 들 수 있으며, 텡쑤의 Q비(Q币)는 일부 유저 층에게 놀라운 영향력을 미치고 있어 수많은 수익을 창출하고 있다.

예로, 도박성 게임에 중독된 게이머는 핸드폰 결제를 통해 Q비(Q币)를 구매하여 게임머니로 바꾸게 되는데, 게이머가 게임머니 10,000개를 구입할 경우 게임업체는 이 중 1,000개를 자동적으로 가지게 된다. 그리고 젊은 여성들은 QQ시우(QQ秀)에서 현금과 Q비(Q币)를 1대1로 교환하여 아이템을 구입하며, 아이템 구입비용은 현실에서의 의류 구입가격과 비슷하다. 이런 까닭에 텡쑤의 2006년 상반기 인터넷 부가가치 서비스 수입은 9억 위안에 달한다.

### 온라인 가상화폐의 운영

만약 가상화폐가 단지 일정한 시기 또는 범위에서 일반 등가물교환에 사용되고, 유저 간에 자발적으로 발생한 시장행위가 화폐의 현실적인 구매능력을 구비하고 있더라도 실제 경제에는 커다란 피해를 초래하지 못할 것이다. 현재 입법 또는 관리 감독영역에서는 가상화폐 관련 규정이 제정되지 못했지만, 일부 기업들이 이러한 분야에 진입함에 따라 사회적 주목을 받고 있다.

5년이라는 짧은 기간 동안 하바오(哈宝/Habbo) 인터랙티브 커뮤니티가 발행한 하비(哈币)는 17개 나라에서 광범위하게 사용되고 있다. 심지어 일부 국가의 전자상거래 상점에서는 하비로 지불할 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 중국 내, 일부 가상화폐 또한 많은 유저의 인정을 받고 있어 유통범위 및 기업의 신망 분야에서 막대한 실력을 구비하고 있다.

예로, 유저는 모회사가 발행한 쿠비(酷币)를 고정전화, 온라인 뱅크, 선저우싱(神州行) 카드를 통해 편리하게 구입하여 인터넷상에서 자유롭게 소비할 수 있다. 그리고 온라인 업체는 제품의 판매를 통해 획득한 쿠비를 모회사에서 현금으로 교환하게 된다. 따라서 가상화폐와 현금의 쌍방향 교환이 발생하여 가상화폐를 상실한 경우, 제시된 거래명세서는 가격부문의 확인을 거쳐 일정액의 현금으로 환산해 등록해야 한다. 중국의 유명한 한 온라인 보드게임 사이트는 부가가치 소비계획을 세워, 유저들로 하여금 가상화폐로 각종 디지털 제품을 구입토록 했으며, 제품의 가상화폐 가격은 실제 시장가격보다 훨씬 저렴하게 책정되었다.

온라인게임 업체가 대량의 가상화폐를 발행해 이익을 도모하는 과정에서 게이머들이 금액을 지불하고 구입한 가상재산을 평가절하시켜 게이머들의 이익에 손해를 끼치는 경우가 종종 발생된다. 객관적으로 볼 때, 게임 운영업체는 온라인상의 "위조지폐 제조자"가 불법 프리서버를 통해 가상화폐를 제조하는 것과 매크로의 범람으로 인해 게임머니와 장비가 점차 많아서 가상화폐가 빠르게 평가절하되는 현상을 통제할 능력을 갖추지 못하고 있다. 또한 2급 교역시장의 영향 또한 통제할 수 없는 실정이다.

현재 중국의 가상화폐에 대한 관리는 원칙상, 현금지불을 통한 가상화폐 구매는 가능하나 가상화폐를 현금으로 교환할 수는 없다. 하지만 현재 게임머니를 현금으로 교환해 주는 사이트가 이

미 생겨났으며, 심지어 게이머니와 현금 간의 환율표까지 제정해 각종 게이머니의 실 가치를 환산해 주고 있어 일반 상업은행과 별다른 차이가 없는 실정이다. 이러한 현상은 반드시 금융 시스템에 적잖은 충격을 줄 것이지만 현재 중국 정부는 단기간 내에 이 분야를 개방하지 않을 것으로 보인다.

초기 온라인 가상화폐는 소액지불의 어려움을 해결하기 위해 발행되었지만 그에 따른 부작용은 문제를 해결한 후의 긍정적인 효과보다 매우 커서 전자 지불문제의 해결만이 문제를 발본색원할 수 있다. 그리고 문제의 완벽한 해결 전, 정부 관련 기관은 감독 관리를 강화하고 온라인 가상화폐를 통해 실제 제품 및 서비스를 구매를 제한해 점차 가상화폐와 현금 간의 교환을 단속할 것으로 보인다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-09-25/20060925134941042.shtml>



### 완메이스콩(完美时空), Level Up Communications과 합작관계 구축

베이징 완메이스콩(完美时空) 네트워크기술유한회사는 해외 유명 컨설턴트 업체인 Level Up Communications과의 합작을 공식적으로 발표했다. 이에 따라 완메이스콩(完美时空)은 Level Up을 통해 자체 개발한 3D 판타지 MMORPG게임 《완메이스제/完美世界/완미세계》를 해외시장에 진출 시키게 되었다.

이번 Level Up Communitations과의 합작은 완메이스콩(完美时空)에 있어 중국에서 성공을 거둔 《완메이스제/完美世界/완미세계》를 미국시장에 선보일 좋은 계기라고 완메이스콩(完美时空)의 CEO는 밝혔다. 그리고 Level up Communications의 대변인은 "《완메이스제/完美世界/완미세계》는 중국을 포함한 유럽 및 북미 시장에서도 뛰어난 우위를 갖고 있다"고 밝혔다.

주 : Level up Communications는 해외 컨설턴트회사로 주로 게임시장 자문 및 산업연락 등에 종사하며 공공관계, 광고, 판매, 브랜드 및 상업발전 등 포괄적인 서비스도 제공한다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-09-22/20060922163835814.shtml>

### 원왕(骏网), 완메이스콩(完美时空)의 《우리wai관/武林外傳/무림외전》 대리

2005년, 베이징 완메이스공(完美时空) 네트워크 유한회사는 천왕(骏网)과 협력하여 《완메이스공/完美世界/완미세계》를 출시, 커다란 성공을 거두며 게임업계에 이름을 알렸다. 최근 완메이스공의 신규게임인 《우리와의전/武林外傳/무림외전》의 오픈 베타서비스 일자가 다가옴에 따라 게임의 포인트 카드 대리업체에 관한 내용이 공개되었다.

《우리와의전》은 천왕의 "천왕 일카통" 시스템에 가입할 예정으로, 게이머는 "천왕 일카통"을 통해 완메이스공의 모든 게임에 대한 게임 포인트 카드를 충전시킬 수 있다.

《우리와의전》은 완메이스공이 제작한 최신 Q버전 온라인게임으로 최근 인기리에 방영된 《무림외전》 드라마를 기반으로 무림배경, Q버전 이미지 및 희극적 콘텐츠를 가미한 새로운 개념의 온라인게임이다. 신규게임 출시가 발표된 날부터 본 게임은 게이머들의 주목을 받았으며, 클로즈 베타서비스 기간 동안에는 희극적 요소 무림시스템에 대한 게이머들의 호평을 이끌어냈다.

최근에는 국가신문출판총서가 주최하는 규모가 가장 크고 높은 권위를 자랑하는 중국 우수 게임 선정 행사에서 《우리와의전》은 2006년도 "게이머가 가장 기대하는 10대 온라인게임", "최우수 원작 게임", "최우수 Q버전 게임"에 선정되었다.

자료 : [http://www.tkgame.com/inews4/yejie\\_2/2006/09-22/47685A72-4119-451A-4796-D32B71083612.html](http://www.tkgame.com/inews4/yejie_2/2006/09-22/47685A72-4119-451A-4796-D32B71083612.html)

## 중화왕룡(中华网龙), 2/4분기 수익 흑자 달성

중화왕룡(中华网龙)은 이번 2006년도 2/4분기에 수익이 적자에서 흑자로 전환되었으며, 2/4분기 납세 후 수익은 4,168만 위안, 주당 이익은 0.55위안, 상반기 납세 후 수익은 2,316만 위안, 주당 이익은 0.33위안을 기록했다고 밝혔다.

8월 15일 이사회를 개최한 중화왕룡은 상반기 누적 판매수입이 2억 3,101만 위안으로 작년 동기 대비 52% 증가했으며, 납세 후 수익은 2,316만 위안으로 작년 동기 대비 141% 증가했음을 밝혔다.

올 하반기 중화왕룡이 자체 제작한 《황이천차전/黄易群侠传/황의군협전》은 8월 14일 동접자수 6만 명을 초과해 출시 6일 만에 중화왕룡 1개월 목표를 달성했다. 그리고 자체 제작한 《신슈산찌엔샤/新蜀山剑侠/신촉산검학》이 곧 출시될 예정이어서 중화왕룡의 다음 분기 실적이 증가될 것으로 예상된다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-09-25/20060925130730754.shtml>

**CCW Research : 중국 업체가 게임시장 절반 차지**

CCW Research의 데이터에 따르면 2006년 9월까지 제작된 중국산 온라인게임의 시장점유율은 54.5%에 달했으며, (대만산 게임 4.2%, 홍콩산 게임 0.5% 차지) 한국산 게임은 35.7%로 하락했다.

현재 중국 온라인게임 시장에서 9YOU는 가장 많은 자체 개발 게임 즉, 《차오지러저/超级乐者/초급낙자》, 《평광카딩쳐/疯狂卡丁车/풍광가정차》, 《차오지우저/超级舞者/초급무자》, 《명장/猛将/몽장》, 《탄스셔/贪食蛇/탐식사》 및 《상위이상치지우相约星期九/상약성기구》를 보유하고 있다.

한국 WizGate는 중국에서 《치스2/骑士2/기사2》, 《궈판/决战/결전》, 《용빙찬쉬/拥兵传说/용병전설》, <성저우디/圣者无敌/성자무적> 및 《스밍/使命/사명》(이미 중국 내, 운영중지)의 5편의 게임을 보유하고 있다.

그리고 4편의 게임을 보유하고 있는 업체는 중화왕룡(中华网龙), 즈관(智冠)전자, 위첸(昱泉), 왕이(网易), 티엔칭(天晴)디지털, 성따, Kingsoft 및 화이(华义)가 있다. 이 중 대만 개발업체에 속한 위첸(昱泉)을 제외한 나머지 업체는 모두 중국 게임 생산업체이다.

또한 CCW Research의 데이터에 따르면 2006년 2/4분기 온라인게임 시장규모는 28.3억 위안(유통수입 포함)에 달했으며, 왕이(网易), 텅쉰(腾讯), The9, 성따, Kingsoft, 리엔중(联众), 9YOU가 중국 게임시장의 70.1%를 점유하고 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-09-26/20060926161047132.shtml>



**중국 온라인게임 기대 작 TOP 20 (34)**

순 위		게 임 명 칭
1	-	치씨스페(奇迹世界 / SUN)
2	-	션치(神泣 / Shaiya)

3	-	띠샤청위용쓰(地下城与勇士 / Dungeons and fighter)
4	-	지짠(激戰 / Guild Wars)
5	-	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
6	-	쥐웨즈찌엔(卓越之劍 / 그라나도 에스파다)
7	-	우린와이짠(武林外傳 / 무림외전)
8	-	티엔롱빠부(天龙八部 / 천룡팔부)
9	-	신싼귀쳐(新三國策 / 신삼국책)
10	-	띠위즈먼:룬똌(地狱之门 : 伦敦 / Hellgate : London)
11	12↑	시엔징촨쉬2(仙境传说2 / 선경전설2)
12	13↑	Aion
13	14↑	티엔샤얼(天下貳 / 천하2)
14	15↑	짠첼이Online(战锤online / Warhammer Online)
15	16↑	따항하이스따이OL(大航海时代OL / 대항해시대OL)
16	17↑	환상스페(幻想世界FM / 환상세계FM)
17	NEW	魔界(머페 / 마계)
18	NEW	찌엔샤칭웬(剑侠情缘网络版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
19	18↓	HUXLEY
20	NEW	티엔스즈리엔(天使之恋OL / 천사지련OL)

이번 주에도 《AION》은 상승세를 유지하고 있으며, 그 외 《웨이쉬Q잔/水滸Q傳/수호Q전》은 오픈 베타서비스 진행으로 인해 순위에 들지 못했다. 그리고 《우린와이잔/武林外傳/무림외전》과 《티엔룽빠뿌/天龙八部/천룡팔부》에 이어 중국산 무협대작인 《찌엔샤칭웬3/劍俠情緣岡絡版3/검협정연인터넷버전3》 새롭게 순위에 올랐다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-09-18/20060918112012325.shtml>



### 《따화잔귀OL/大話戰國OL/대화전국OL》



- 게임 이름 : 따화잔귀/大話戰國/대화전국
- 게임 종류 : Q버전 MMORPG
- 개발 회사 : 광주 온라인게임디지털(广州网游数码)
- 운영 회사 : 광주 온라인게임디지털(广州网游数码)
- 공식사이트 : [www.go2game.com](http://www.go2game.com)
- 현재 상황 : 2006年 9月 20日 클로즈베타

#### ▶ 게임 소개

《따화잔귀OL/大話戰國OL/대화전국OL》은 Q버전 무협 온라인게임으로 중국 역사의 "7국쟁패"를 배경으로 하고 있다. 당시 노예와 봉건 두 개의 신구제도의 충돌과 보수당과 유신파 간의 분쟁으로 7대 제후국들은 천하를 차지하기 위한 전쟁이 시작했으며, 지속적인 전쟁으로 인해 많은 영웅들이 나타났으며 거대한 전국 시대가 형성되었다.

제(齊), 한(韓), 조(趙), 위(魏), 진(秦), 초(楚), 연(燕), 주(周) 8대 제후국으로 나뉘어져 있는 환경에서 게이머는 도화원(桃花源), 촉산(蜀山), 금위군(禁卫军), 당문(唐门), 곤륜(昆仑), 모산(茅山), 운몽택(云梦泽) 7개 문파의 각기 다른 무술을 수련할 수 있다. 게이머는 캐릭터 설정 후, 각종 모험을 통해 기타 게이머와 교류, 협력함으로 자신의 사회교제 범위를 구축할 수 있으며, 그 범위에서 일상적인 생활 및 생산 활동을 통해 여러 가지 문제들을 해결하게 된다. 그리고 여러 어려움을 극복한 게이머는 모두가 존경하는 강호의 협객으로 등극하게 된다.

여러 스토리를 가진 다양한 임무는 게이머들 간의 상호 협력을 통해서만이 이루어진다. 본 게임은 단체 협력을 중요시 하는 게임은 차후 개발될 문파간의 전쟁 및 국가 간의 전쟁은 게이머의 단체 협력 능력을 더욱 필요로 할 것이다.

## ▶ 게임 특징

- 흥미진진한 전투
- 단체 협력 중시
- 다양한 임무 시스템
- 친근하고 귀여운 게임 화면
- 풍부한 문화 포함



자료 : <http://games.sina.com.cn/o/n/2006-04-30/1611150136.shtml>



## 이웨이(亿维)정보기술 유한회사

## ▶ 업체 소개

이웨이(亿维)는 2003년 8월에 설립되었으며, 우수한 경영능력, 선진적인 기술개발 지원 및 전문 인적 자원으로 유저들에게 전문적이고 효과적인 인터넷 전자상거래 서비스를 제공하고 있다. 현재, 전자상거래를 기반으로 제품 개발, 경영, 판매를 통합한 인터넷 부가가치 서비스 제공기업으로 전환하고 있으며 전자상거래 특유의 경영, 판매 및 관리방식을 구축했다. 이 외, 인재양성을 중시해, 네트워크 기술, 경영 기획, 사이트 운영, 광고 관리, 시스템 서비스 등에 걸쳐 각 분야의 인재를 초빙하여 능력을 발휘할 수 있는 환경을 제공하고 있다.

이웨이는 네트워크 전자상거래 자문 서비스 및 네트워크 콘텐츠 및 인터넷을 통한 기타 부가가치 서비스 제공에 주력하고 있다. 그리고 고객 우선, 공동이익 등의 기업이념으로 모든 고객에게 최고의 서비스를 제공하고 있다. 또한 중국 최초로 온라인게임 산업관련 전자상거래 플랫폼을 구축하여 업계와 사회 각계로부터 주목을 받았다. 현재 중국 200개 도시 유통업체에 전자상거래 솔루션을 제공하고 있다.

그리고 향후, 소프트웨어, 하드웨어, 콘텐츠 및 고객센터 등 각 영역을 통합하여 더욱 완벽한 서비스 시스템을 구축해 유저들에게 전면적인 서비스 시스템을 제공할 것이다.

#### ▶ 연락처

주소 : 浙江省 杭州市 文三路 259号 昌地火炬大厦 3号楼 4层

우편번호 : 310012

전화 : 0571 - 56771616

팩스 : 0571 - 56771615

E-mail : info@ewall.com.cn

사이트: www.ewall.com.cn

자료 : <http://www.ewall.com.cn/rlgh.htm>



### 신문출판총서 : 올해 내 온라인게임 중독방지 시스템 강제 설치

신문출판총서에 따르면 현재 주목 받고 있는 온라인게임 중독방지 시스템을 올해 연말 정식으로 설치 및 실시할 예정이다. 또한 신문출판총서가 발표한 온라인게임 《중독방지 시스템 개발표준》에 따라 전반 온라인게임 운영업체는 중독방지 시스템을 반드시 설치해야 한다. 그리고 각기 다른 온라인게임의 특징으로 인해 각 온라인게임 업체는 표준에 따라 자체적으로 중독방지 시스템을 개발 및 설치할 수 있다.

신문출판총서 음향전자 및 네트워크 출판 관리자 커우샤오웨이(寇晓伟) 부사장은 “반년 간 7개 회사에서의 시범운행을 통해 온라인게임 중독방지 시스템 효과의 우수성을 증명했다. 그리고 각 방면의 경험을 종합하여 신문출판총서는 온라인게임 관련 《중독방지 시스템 개발표준》을 발표했으며 올해 내에 관련 시행방안을 발표할 예정이다. 또한 본 기준은 강제성을 띤 국가표준으로 모든 온라인게임 운영업체는 반드시 시스템을 설치해야 할 의무를 가진다.”라고 밝혔다.

최근 몇 년간, 온라인게임 중독으로 인해 미성년자들이 학업을 등한시하고 심지어 위법행위를 저지르는 경우가 많아져 사회 각계의 주목을 받아왔다. 온라인게임 중독방지 시스템은 이러한 문제를 해결하게 위해 개발된 것이다.

신문출판총서에서 발표한 중독방지시스템 개발표준에 따라 게이머는 누적된 온라인시간이 3시간 이내일 경우에는 정상적으로 게임수익을 보장받게 되지만 누적된 온라인시간이 3~5시간일

경우 게임수익은 50% 감소되며, 5시간을 초과할 경우 게임수익이 0으로 완전히 삭감된다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-09-21/20060921120512830.shtml>

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