

The Biweekly

Taiwan Game News

2006. 11. 10. Vol.21

[CONTENTS]

기획특집

■ 대만 PC 게임 업계의 전략과 경영 방향 (1)

뉴스 & 화제

- 1 대만 게임 시장의 동력 : 무료 게임과 자체 제작 게임
- 2 2007년 대만 게임 시장 100억을 돌파할 것
- 3 온라인 범죄 해결에 존재하는 맹점
- 4 세계 수준의 카드 게임 <美式梭哈 : Show Hand> 등장

게임 순위

대만 PC 게임 업체의 전략과 경영 방향

제 1장 콘솔 게임은 점차 전향, 온라인 게임 시장은 분화

1. 콘솔게임은 틈새시장과 온라인 소비 방식으로 발전

콘솔 게임 시장에 여러 가지 불리한 조건이 있는 가운데 콘솔 게임은 고품질의 그래픽 카드 혹은 컴퓨터 키보드와 마우스가 복합된 조작법을 사용하는 게임(예 : 일인칭 사격 게임, 실시간 전략 게임), 원가를 배울 수 있는 가정 게임, 상표를 가진 유명한 게임 등과 같은 틈새시장을 개발하고, 양을 줄이고 질을 높이는 것 이외에도 온라인과 한 걸음 나아간 결합을 시작하였다.

콘솔 게임은 불법 복제 문제가 해결되기 힘들고, 또한 생명 주기가 짧아 이에 콘솔 게임 업체들은 이미 전통 소비 방식을 벗어나 온라인과 결합해 콘솔 게임에 새로운 경영 방식을 부여하여 새로운 소비 출로를 개척하였다. 온라인 다운로드를 통해 게임을 구매하고 인터넷 대전(對戰)과 새로운 게임 자료의 다운로드 서비스를 통해 게임의 생명주기를 연장하는 것은 물론 온라인 인증 제도를 통해 불법 복제물을 막는 효과적인 안전 제도로 콘솔 게임이 새로워지고 있다.

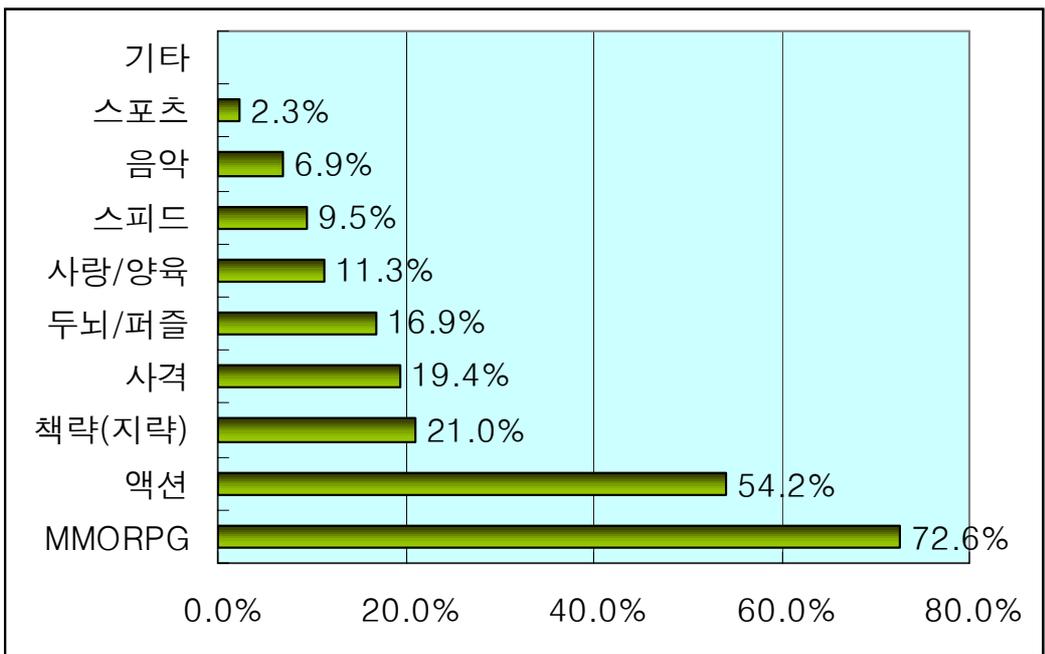
그 밖에도 온라인 게임 서비스 제도를 모방한 콘솔 게임 Game On Demand 서비스는 게임을 내용으로 나뉘어 다운로드 할 수 있도록 제공하는 한편 과거의 콘솔 게임을 다시 부활시켜 서비스하고, 다양화된 요금 제도를 통해 소비자들에게 더욱 가까이 다가가고 있다. 대만 콘솔게임 업체들도 위와 같은 일들에 착수하기 시작했는데, 2005년 2월 하순 송강(松崗)은 중화전신(中華電信)과 합작하여 게임 플랫폼을 마음대로 선택할 수 있는 게임 방안을 제출하고 유저들에게 월 정액제의 방식으로 콘솔 게임을 서비스하기로 하고 같은 해 7월부터 정식으로 운영하고 있다. 마음대로 게임 플랫폼을 선택할 수 있도록 하여 업체들의 통로(通路) 원가를 감소시키고, 불법 복제물을 막아주며, 또한 유저들에게는 낮은 가격으로 많은 게임을 즐길 수 있도록 해준다. 콘솔 게임의 온라인 화는 콘솔 게임과 온라인 게임의 경계를 점점 무너뜨리고 있다.

2. 시장의 분화가 온라인 게임의 새로운 도전 과제로 떠오름

온라인 게임 시장은 상품의 수량이 증가하고, 게임의 동질성이 더욱 높아지고 있는 상황에서, 과거 마케팅 활동과 서비스 품들에서 발생한 차이가 이미 사라지고, 시장은 상품 경쟁의 상태로 다시 돌아왔다. MMORPG 게임 시장은 동질의 새로운 게임이 생명주기를 이미 다한 게임을 대체하는 것 이외에도, 올해에는 높은 수준의 게임 마니아들이 출현해 완성도가 높고, 복잡한 퀘스트를 가진 높은 수준의 게임 상품을 요구하였다. 만약 각 유저들의 수준에 맞는 게임 시장을 개척해 낸다면 이는 대만 게임 시장을 자극하는 작용을 할 것이다.

MMORPG게임 이외에도 캐주얼 게임이 온라인 게임 시장의 핵심 영역으로 진입하였다. 캐주얼 게임은 온라인 게임 업자들이 새롭게 경쟁하고 있는 부분으로, 게임에 투자하는 시간이 짧고, 규칙이 간단하며, 무연속성의 게임 내용으로 인해 게임에 투자하는 시간이 비교적 짧은 경도(輕度) 유저들에게 인기를 끌고 있다. 대만 캐주얼 게임의 핵심 업체로는 띠싼포어(第三波), 신상(鈔象), 이타이리(儀泰利), 디지셀(數碼戲胞) 등이 있다. 앞에 나열한 세 업체는 주로 마작, 장기, 바둑과 같은 博奕類 게임을 서비스하고 있으며, 디지셀은 귀여운 이미지의 게임 혹은 대결 형식의 두뇌 게임을 위주로 서비스하고 있다. 이와 같은 캐주얼 게임 핵심 업체 이외에도 기타 온라인 게임 업체, 포털 사이트 업체 심지어는 무료 게임 사이트에서도 부분적으로 캐주얼 게임을 서비스하고 있으며, 게임 업체들이 적극적으로 캐주얼 게임 시장에 뛰어들면서 경쟁이 시작되고 있다.

[그림 1] 대만 네티즌이 좋아하는 게임 유형



3. 요금 제도의 세분화로 유저들에게 다가감

게임이 콘솔 게임에서 온라인 서비스로 변화된 지금, 요금 역시 한번 소프트웨어를 구입함으로써 지불이 완료되는 것이 아니라 지속적으로 요금을 지불하는 방식으로 변화하였다. 이렇게 해서 접속 횟수 계산, 포인트 삭감, 월 정액제 등과 같은 여러 가지 요금 제도가 생겨나게 되었다. 그리고 이러한 요금 제도에 내포되어 있는 것은 바로 소비자(유저)가 이 게임에 얼마만큼의 돈을 투자하기로 결정하는가 하는 것이다. 만약 월정액제라면 월 단위로 회비를 받으면 그만이지만, 아이템 판매 방식은 유저들이 게임에 얼마를 투자하기 원하느냐에 따라 게임 속의 캐릭터에 대한 인정도의 높낮이가 결정된다.

그 다음으로 게임 업체들이 게임을 개발하거나 혹은 운영하는 게임 상품의 위치와 등급에 따라 그 요금 제도가 달라진다. 게임을 설계할 때 우선 게임의 특성(특징)에 따라 판매 및 정가에 적당한 가격대를 책정한 다음 게임의 설계와 제작을 진행해야 한다. 이렇게 하면 게임 개발 시 투자되는 원가비용을 조절할 수 있다. 만약 고품질의 대형 게임을 제작한다면 소프트웨어의 가격을 염두에 두고 월 정액제로 서비스를 하는 방식으로 서비스해야 하고, 일반 게임은 서비스 혹은 아이템 비용을 받는 것을 기본으로 해서 유저들에게 스스로 얼마의 금액과 시간을 투자할 것인지 결정하도록 한다. 작은 규모 및 캐주얼 게임은 무료 서비스로 제공하며 동시에 커뮤니티를 운영하거나 혹은 커뮤니티 자료실에 Data Mining을 진행하여 광고 수익을 얻고, 또는 아이템을 판매해 수익을 얻는다.

포인트 삭감 등의 방식은 더욱 세밀하고 다양하게 분화해 유저들에게 1포인트에서부터 접속 횟수, 몇 주 혹은 월, 계절(분기), 연 등의 단위로 스스로 요금 계산 제도를 정하도록 해야지만, 유저들에게 더욱 친밀한 서비스로 지금처럼 경쟁이 치열한 게임 시장에서 이익을 남길 수 있는 것이다.

[자료출처 : 2006 資訊產業年鑑]

대만 게임 시장의 동력 : 무료 게임과 자체 제작 게임

신 작 게임의 부족으로 인해 암울한 분위기 가운데 있던 게임 산업이 올해 드디어 활기를 되찾아 다시금 주목을 받고 있다. 지금처럼 게임 업체들이 영업 수익 면에서 좋은 성적을 거두게 된 것은 무료 게임이 인기를 끌고, 자체 제작 게임이 시장의 인정받는 등 대만 게임 시장이 전반적으로 변화되었기 때문이며, 이러한 변화가 대만 게임 사업이 건강 성장의 탄탄대로를 향해 나아가도록 한 것이다.

작년 한해, 힘겨웠던 대만 게임 업자들

업자들이 한 목소리로 자체 제작 게임의 개발 능력이 중요하다고 외쳤음에도 불구하고, 자체 제작 게임의 출시일은 연기에 연기를 거듭하였다. 자체 제작 게임을 고수하던 중화왕룡(中華網龍) 역시 작년에는 새로운 게임을 하나도 출시하지 못했다. 게임 개발 연구팀을 조직하길 희망했던 와이(華義)는 <철혈삼국지(鐵血三國志)>의 개발 기간이 길어지자 게임의 개발 계획을 다른 협력 업체들과 공유하기로 결정했고, 게임 개발 능력에 대해 여러 차례 의심을 받아온 감마니아(橘子) 역시 줄곧 대작 게임을 개발해내지 못했다.

자체 제작 게임이 예정대로 출시되지 못하는 상황을 틈타 무료게임이 인기를 끌기 시작했다. 먼저 디지셀(數碼戲胞)의 <크레이지 아케이드>가 백만 명의 회원을 앞세워 무료 게임의 위력을 과시했고, 뒤를 이어 감마니아(橘子)가 <메이플 스토리>라는 아이템을 판매하여 수익을 얻는 무료 서비스 형식으로 선보여 큰 성공을 거두었으며, 지금은 월(月) 정액제인 <리니지>와 함께 감마니아 영업 수익의 양대 지주(支柱)가 되었다. 와이(華義)는 자체 제작 게임의 출시일이 무기한으로 연기되면서, 무료 게임인 <열혈강호>와 <삼태자(三太子) Online>을 출시해 올해 적자에서 흑자로 돌아섰다.

오래된 게임이 무료화 되면서 유저수가 증가

소프트월드(智冠)의 왕준박(王俊博) 사장은 처음에는 무료 게임에 대해 관망하는 태도를 유지해왔으나 감마니아(遊戲橘子)와 와이(華義)가 무료 게임 시장에서 수익을 거두는 것을 보고 마음이 바뀌어 무료 게임 시장에 진입하게 되었다. 소프트월드(智冠)와 자회사인 중화왕룡(中華網龍)이 올해 하반기에 출시한 게임은 모두 무료 게임이며, 이미 생명주기를 다해가고 있는 예전 게임들까지 모두 무료 서비스로 전환하였다. 예를 들어 중화왕룡(中華網龍)의 <김용군협전(金庸群俠傳) online>은 무료 서비스로 전환된 이후 동시 접속자 수가 배로 성장하였으며, 영업 수익 역시 정액제로 운영될 때보다 증가하였다.

왕준박(王俊博) 사장은 무료 게임이 게임의 문턱을 낮추어 더욱 많은 유저들이 게임 세계에 입문할 수 있도록 하였는데, 영업 수익이 오히려 증가한 점이 바로 이를 증명해 주는 것이라고 설명했다. 그는 법인(法人)이 '무료'라는 두 글자를 들으면 지지해주지 않는다고 말하고 그러나 영업 수익과 이윤을 남기는 상황을 보면 투자자들이 지원을 해 줄 수밖에 없기 때문에 게임으로 하여금 2년 만에 다시 최고점을 기록할 수 있도록 해주었다고 설명했다.

좋은 성적을 내고 있는 중화왕룡(中華網龍)의 게임

자체 제작 게임 역시 점차 좋은 결과를 얻어가고 있다. 중화왕룡의 <황역군협전(黃易群俠傳)>은 널리 인기를 끌고 있는데, 이 것이 바로 자체 제작 게임의 인기를 말해주는 가장 좋은 증거이다. 이는 대만 게임 산업이 점차 '외국의 것이 좀더 좋아 보인다.'는 잘못된 생각에서 벗어나고 있음을 보여준다. 또한 감마니아가 다년간의 연구 개발을 통해 자체 제작한 <Bright Shadow>와 <선모도(仙魔道)> 역시 올해 연말 혹은 내년 초에 잇달아 출시될 예정이다. 이처럼 대만 게임 산업은 다음 단계에 접어들고 있다.

大紀元 신문 사이트 11. 1

<http://www.epochtimes.com/b5/6/11/1/n1505367.htm>

2007년 대만 게임 시장 100억을 돌파할 것

자 책회 MIC에서 오늘 발표한 연구 보고서에 따르면 2006년 대만 온라인 오락(娛樂) 시장은 신제품 출시, 요금 제도의 확립, 새로운 소비 방식의 개발 등의 원인으로 온라인 게임, 온라인 음악 서비스, 온라인 영상 서비스 모두 좋은 성적을 거두고 있는 것으로 나타났다. 관련 업자들의 적극적인 태도 이외에도 소비자들의 요금 지불 관념이 점차 정착되어 2007년에는 대만 온라인 오락(娛樂) 시장의 규모가 NTD 100억원의 관문을 통과할 것으로 예상된다.

대만 네티즌이 가장 자주 사용하는 3대 온라인 오락(娛樂)은 온라인 게임(52.4%), 온라인 음악 서비스(51.8%), 블로그(38.1%)이며, 그리고 온라인 게임(48.8%)과 온라인 음악 서비스(40.2%), 온라인 영상 서비스(31.4%)는 대만 네티즌들이 유료 소비를 원하는 3대 온라인 서비스 유형이다. 평균적으로 대만 네티즌들은 매일 3.7시간을 온라인 오락(娛樂) 서비스를 이용하는데 할애하고 있으며, 매월 NTD 907원을 소비하고 있다. 온라인 게임, 온라인 음악 서비스, 온라인 영상 서비스의 매달 평균 소비액은 각각 NTD 334원, NTD 117원, NTD 178원이며, 블로그에 소비하는 비용은 매년 NTD 107원으로 나타났다.

2006년 대만 온라인 게임 시장의 규모는 16.6% 성장한 NTD 87.8억원이며, 2007년에도 지속적인 성장을 거듭해 그 규모가 NTD 95.9억원에 달할 것으로 예상된다. 온라인 게임 시장 성장의 주요 원인은 캐주얼 게임의 성행과 새로운 시장의 성공적 개척이며, 이와 동시에 온라인 게임의 형성 역시 2006년 게임 시장 발전 원인이다. 미래의 온라인 게임의 요금 제도는 월정액제와 무료의 양대 유형으로 나뉘며, 요금 제도는 게임의 정의와 기획, 설계 등에 영향을 미칠 것으로, 월정액 제는 고품질의 대작을 대표하고, 무료 게임은 중,소 규모의 캐주얼 게임이 주를 이룰 것이다.

2006년 온라인 음악 서비스 시장의 규모는 NTD 4.8억원으로 2007년에는 48.8% 성장한 NTD 7.2억원에 달할 것으로 예상된다. 이러한 성장은 네티즌들이 온라인상으로 음악을 듣는 것에 익숙해져, 이러한 서비스에 대한 소비 욕구가 증가하고 또한 합법적인 요금 제도가 확립된 것에서 비롯되었다. 2006년 주요 온라인 음악 서비스 업자들이 합법화되면서 대만 온라인 음악 서비스 시장에 중요한 기념비를 세웠을 뿐만 아니라 그 이후 각 업자들이 NTD 149원에 무제한으로 음악을 들을 수 있는 동일한 요금 제도를 바탕으로 온라인 미디어 및 음악 재생 하드웨어 등을 이용해 시장을 공략하고 있다.

온라인 영상 서비스의 시장 규모는 2007년 39.2% 성장해 NTD 6.3억원에 달할 것으로 전망된다. 다른 업자들이 결합된 새로운 소비 방식은 2006년 시장 성장의 주력으로 작용했고, 이전의 단독으로 판매되던 온라인 영상 서비스 상품이, 고속 인터넷 케이블 서비스와 결합되어 판매되면서 시장 개척에 많이 기여하였다. 그러나 온라인 영상 서비스는 여전히 빠른 속도의 인터넷을 필요로 하기 때문에 앞으로 몇 년간은 그 성장률이 온라인 음악 서비스에 미치지 못할 것으로 예상된다.

GNN 신문 사이트 11. 2

<http://gnn.gamer.com.tw/1/25031.html>

온라인 범죄 해결에 존재하는 맹점

게임 아이템과 현실의 금융 산업 체계가 상호 통용된 이후 온라인상의 아이템 혹은 게임 머니는 현금과 밀접하게 연결되어, 인터넷 게임과 관련된 범죄가 더욱 더 증가하고 있다. 이익을 따라 가는 현실 사회의 범죄 유형이 온라인상에도 동일하게 나타나고 있다. 그러나 경찰은 전자기록 보존 기한이 짧고, 인력이 부족하다는 맹점을 안고 있어 이것이 온라인 범죄의 해결 비율을 낮아지게 하는 주요 원인으로 작용하고 있다.

형사국(刑事局) 정구대(偵九隊) 장명웅(莊明雄)씨는 게임 아이템 혹은 게임 머니와 현실의 금융 산업 체계가 상호 통용된 이후, 유저들이 온라인상에서 아이디를 도용하거나 아이템 절도하는 등의 행위는 현실 사회에서 범죄로 인정이 되고 있다고 전했다. 또한 이러한 온라인 범죄는 검사와 사법 자원을 필요로 하는데, 관련 층면이 넓을수록 해결이 더욱 어려워 많은 유저들이 해결로 나아가는 단계 속에서 멈춰 움직이지 못하고 있다고 설명했다.

장명웅씨는 일반적으로 게임 기록의 보존기한이 겨우 두 달밖에 안되는 것에 반해 온라인 범죄에 대한 행정 과정이 상당히 복잡하다고 전했다. 우선 유저들은 반드시 게임 업체에 해당 기간의 게임 기록 자료를 신청해야만 비로소 신고를 할 수 있으며, 접수 기관에 조사 공문을 신청해서 공문이 내려온 이후에 다시 신청자의 호적 주소지에 해당하는 관할 경찰서에 넘겨지고, 관할 경찰서에서 게임 업체에게 관련 자료를 요구하고 이를 처리하게 된다. 이 같은 과정은 최소 3주에서 4주가 걸리기 때문에 막상 조사를 시작해 소송에 들어갈 때면 증거는 이미 존재하기 않게 된다.

장명웅씨는 인력이 부족한 것 역시 큰 문제라고 지적했다. 현재 온라인 범죄는 게임에서 뿐만 아니라 금융, 전자 상거래 등의 모든 항목에서 행해지고 있다고 설명하고 그러나 사회 자원은 한계가 있어 많은 돈이 관련된 심각한 온라인 범죄 역시 해결되지 못했으며, 경찰은 모든 인력을 동원해 온라인 범죄를 해결할 수 없는 상황이기 때문에 다만 최선을 다할 뿐이라고 전했다.

불법 아이디가 횡행하는 현재 상황에 대해 장명웅씨는 이것 역시 경찰들이 온라인 범죄를 해결하는데 어려운 점이라고 설명했다. 그는 상당히 많은 유저들이 불법 아이디 혹은 가짜 신분으로 온라인에서 활동하고 있어 IP위치를 추적해내도 그 것이 가짜 IP 거나 혹은 해외 IP를 빌린 형태라서 조사에 어려움을 더하고 있다고 전했다.

그는 더 나아가 현재 더욱 더 많은 중국의 IP가 범죄에 개입되어있으나 중국과 대만 양안 간의 협력이 없고, 법률 또한 효력을 발휘하지 못하며, 중국의 업자들 역시 관련 자료를 제공해주지 않기 때문에 해결이 더욱 힘들다고 설명했다.

中時 電子報 사이트 10. 31

<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/newslist/newslist-content/0,3546,130501+132006103101017,00.html>

News & issue

세계 수준의 카드 게임 <美式梭哈 : Show Hand> 등장

희곡(戲谷 : 게임사이트)의 <미식사합(美式梭哈:Show Hand)>은 이미 10월 31일부터 이미 2주 동안 시범 서비스 기간을 거쳤으며, 국제적인 새로운 게임 방법의 미국식 사합(:Show Hand) 게임은 유저들에게 인기를 끌고 있다. 유저들은 굳이 라스베가스에 가지 않아도 세계 수준의 게임을 즐길 수 있으며, 이는 다른 유형의 카드 게임에 대한 유저들의 수용도가 매우 높음을 증명해주고 있다. 현재 희곡에서 서비스되고 있는 카드 게임의 종류는 <大老2>, <13支>, <梭哈(Show Hand)>, <鬚接龍> 및 포인트 삭감 방식으로 서비스되는 <10點半>과 이번에 출시된 <미식사합(美式梭哈:Show Hand)>을 합하면 모두 6개이지만, 앞으로 더욱 새롭고 재미있는 카드 게임을 또 개발해 더욱 고급스러운 카드 게임 문화를 만들어 갈 것이다.



세계 수준의 카드 대회, 상금은 현금 1만2천원

세계적인 게임 방법은 당연히 세계 수준의 경기에 부여되어야 하는 것! 희곡은 11월 9일 도왕(賭王) 왕중왕전을 열 계획으로, 유저들이 특수 카드로 얻은 점수를 가려 순위를 매겨 일등에게는 상금 NTD 1만2천원을 수여할 예정이다. 만약 순위에 들지 못한 유저들도 이벤트 기간에 9품으로 레벨이 승급되면 희곡에서 특별히 설계한 황금 카드를 받게 된다.

독특한 타이틀, 함께 우열을 가려보자!

도박을 좋아하는 성미에 맞는 미국식梭哈(Show Hand)는 재물을 쌓는 가장 좋은 방법이다. 유저들은 게임 등급(레벨)은 11월 9일 게임이 정식 서비스되는 날부터 점수(게임 머니)를 축적해야 한다. 새롭게 순위권에 들고자 하는 유저들은 오늘부터 분발해야 할 것이다.



희곡은 유저들에게는 게임머니를 얼마나 축적하느냐 하는 것이 가장 큰 관심사라고 전하고, 게임의 품질과 게임 머니 모두 유저들이 적극적으로 쫓는 목표라고 설명했다. 미국식梭哈(Show Hand)는 특별히 '타이틀'제도를 정해 유저들에게 영광의 상징을 얻는 기쁨을 더했다. 가장 많은 돈을 딴 유저에게 주어지는 '贏錢王', 황금 카드를 가장 많이 획득한 유저에게 주어지는 '好野人', 심지어는 가장 많이 진 유저에게 주어지는 '자선가(慈善家)'라는 타이틀을 포함해 독특한 13개의 타이틀을 설정해 놓았다. 이러한 타이틀은 유저들의 최근 30일간의 전적(성적)을 근거로 해서 주어지며, 유저들의 성적에 따라 계속해서 변경된다. 자신만의 독특한 타이틀을 얻어 많은 사람의 부러움을 사고 싶은 유저들은 열심히 도전해보자!

<미식사합(美式梭哈 : Show Hand)>의 정식 출시 일에 맞춰 게임 머니를 제공하는 은행도 11월 9일 정식으로 서비스되며, 여러 가지 많은 혜택이 유저들을 기다리고 있다.

太平洋 신문 사이트 11. 9

<http://www.pacificnews.com.tw/shownews.php?postnewsid=8&titleid=23874>

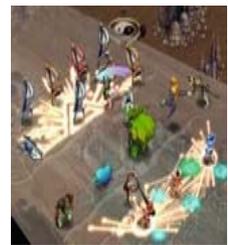
게임 순위

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게 임 명	종류	제작사 / 유통사
1	Guild Wars : Nightfall	PC	ArenaNet
2	新絶代雙驕前傳	PC	宇峻奥汀
3	Fly For Fun : 夢想起飛	PC	AeonSoft
4	Need for Speed Carbon	PC	EA
5	DRAGON BALL Z Sparking! NEO	PS2	Spike
6	九龍爭霸	PC	INDY 21
7	BLEACH	PS2	SCE
8	Captain Tsubasa	PS2	BANDAI NAMCO Games
9	Pocket Monster Diamond	NDS	Game Freak
10	Battlefield 2142	PC	Digital Illusions
11	Grand Theft Auto : Vice City Stories(GTA : VC)	PSP	Rockstar Games
12	Neverwinter Nights 2	PC	Obsidian Entertainment
13	新世紀GPX	PS2	SUNRISE INTERACTIVE
14	天地之門 2 ~ 武雙傳 ~	PSP	SCE
15	The Sims 2 Pets	PC	Maxis
16	Pocket Monster Pearl	NDS	Game Freak
17	Cross Gate : 砂之記憶與覺醒之光	PC	SQUARE ENIX
18	Tales of The Tempest	NDS	NAMCO
19	NBA LIVE 07	PS2	EA
20	SF Online	PC	Dragonfly



▲ 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	Guild Wars : Nightfall	PC	ArenaSoft
2	Fly For Fun : 夢想起飛	PC	AeonSoft
3	九龍爭霸	PC	INDY 21
4	Cross Gate	PC	SQUARE ENIX
5	SF Online	PC	Dragonfly
6	亂七八招 Online	PC	廣州網遊數碼
7	Lunia 戰記	PC	ALLM
8	Teddyboy Online	PC	GAMEONE / GameCyber
9	金庸群俠傳Online : 日月神教	PC	智冠 / 中華網龍
10	MU v0 .99 Y+	PC	webzen
11	Last Chaos	PC	NAKO
12	封神2 : 仙界傳	PC	
13	亂舞三國Online	PC	松崗
14	StoneAge (SA)	PC	華義
15	Mabinogi	PC	Nexon
16	Mystina Online	PC	
17	神州 Online : 地火神兵	PC	宇峻奧汀
18	Ragnarok Online	PC	GRAVITY
19	RAN Online	PC	Min Communications
20	Seal Online : 怪頭黑色會	PC	Sunny YNK / GRIGON



▲ 天方夜譚 Online



▲ 삼국영웅전 군웅쟁패



▲ 天外Online

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