

제202호

2006. 11. 27

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 중국 모바일게임, 한국과 일본의 상업모델을 모방
- The9 3/4분기 재무보고 발표, 순수익 810만 달러

China Game News

- 9YOU, 상하이 DC _ EXPO CHINA 박람회 참가
- 《룡위선장:타이핑양즈잔/荣誉勋章:太平洋之战》 중문간자체 버전, 판매시작
- 《정푸/征服정복》, 영구 무료구역 개방
- The9의 CEO 주쥘(朱骏), 캐주얼게임의 투자확대
- The9, 내부 압력으로 펴시와의 합작 연기

Game 순위

- 중국 온라인게임 기대 작 TOP 20 (40)

New Game 소개

- 《우린와이잔/武林外传/무림외전》

중국 모바일게임, 한국과 일본의 상업모델을 모방

최근 제5회 전자통신 부가가치서비스 국제 포럼이 베이징에서 개최되었다. 이 포럼은 중국 서비스 산업 중, 영향력이 매우 큰 포럼으로 처음으로 모바일게임 분야에 대한 특별 토론이 진행되었다.

국내외의 운영업체, SP 및 산업 전문가들은 급성장하는 중국의 모바일게임 시장은 3G의 가동으로 지속적인 발전추세를 보일 것이며, 해외 SP와 모바일게임 소프트웨어 개발업체들을 강하게 끌어들이는 것으로 여기고 있다.

한국, 일본, 북아메리카의 많은 상업모델 중 한국, 일본의 "다운로드 무료화, 부가가치 서비스 유료화" 방식이 주류를 이루고 있다. 그러나 중국 모바일게임 시장 중, 외국 투자자들이 가장 관심을 두고 있는 콘텐츠산업은 시장진입의 제한으로 아직까지 대외로 개방되지 않은 상황이다.

향후 3G의 가동은 중국 모바일게임 시장의 촉매제가 될 것으로 예측된다. CCW Research의 《2005-2006년 중국 모바일게임 발전추세 및 시장기회 연구 보고》에 따르면 2006년 중국의 모바일게임 시장 규모는 18.5억 위안으로 추산되며 2008년에는 31억 위안을 돌파할 것으로 예상된다.

이번 포럼의 대다수 대표 참가자들은 현재 중국의 모바일게임 산업 발전에 있어서 핵심 문제는 혁신적인 게임제품 부족이라고 지적하고 있다. 콘텐츠는 현재 모바일게임의 향후 발전에 있어 중요사항으로 대두되고 있다. 해외의 성숙된 콘텐츠제작 모델, 풍부한 콘텐츠제품은 아직 시작단계에 머물러 있는 중국 모바일게임 시장에 있어 참고할 만한 가치가 크다.

다른 한편, 이번 포럼을 통해 중국의 게임 콘텐츠시장에 관심을 가진 외국 투자자도 많은 것으로 나타났다.

일본의 최대 모바일 게임업체인 Hudson의 CEO인 Yoshinori Ono는 기회가 되면 중국 모바일게임 제품 콘텐츠 분야에 투자할 의향이 많다고 밝혔다. 동남아 모바일게임의 선두기업인 Activate의 CEO도 중국에서의 모바일 콘텐츠관련 제작을 기대한다고 전했다.

그러나 현재 이런 외국 업체의 계획은 아직 관망기에 머물러 있다. 중국은 문화제품 콘텐츠에 있어 아직 대외적으로 완전하게 개방하지 않고 있기 때문이다. 해외 모바일게임 콘텐츠는 아직 중국에서 출시할 수 없으며 외국 투자자들 또한 아직 중국 게임 콘텐츠제작 분야에 진입하지 못하고 있는 실정이다.

이에 대해, 문화부 문화시장사 온라인문화처 리우창(刘强) 처장은 현재 외국투자자들의 투자는 모바일게임 기술 응용분야의 개발 제후에 그칠 뿐 모바일게임 콘텐츠 운영에는 아직 개입하지 못한다고

명확히 밝혔다.

음향제품, 영화관 설립 등 규정 외에 중국은 WTO 협상 중 문화제품에 관한 합의는 많이 이루어지지 않은 것으로 리우창 처장은 부가가치운영서비스에 한해 중국은 합의된 부분에 대해선 이행하고 있다고 전했다. 그러나 전자통신 운영은 네트워크 환경구축과 정보제품의 제작에만 미칠 뿐, 정보제품 분야의 많은 콘텐츠는 문화부 관리범위에 속한다고 전했다. 그는 온라인 문화제품 콘텐츠의 경우 중국은 WTO 협상 중에 협의되지 않았으며 현재의 상황으로 미루어 볼 때, 대외개방은 없을 것이라고 덧붙였다.

비록 외국투자가 중국의 콘텐츠제작 분야에 진입하지는 못하지만 이는 모바일게임 시장의 한국, 일본의 상업모델이 중국시장과 업체에 침투하는 것을 막진 못한다. 이번 포럼에서도 한국, 일본의 상업모델이 업계의 각광을 받은 것이 사실이다.

중국 모 선두기업의 관계자는, 한국, 일본의 모바일게임 상업모델은 중국에서도 성공을 이룰 것이라고 평가했다. 그는 원인을 다음과 같이 분석했다.

중국시장은 초급단계에 놓여져 있기 때문에 아주 낮은 진입장벽으로 인해 대량의 유저들이 무료로 다운로드 및 이용할 수 있어 어떠한 제한 없이 게임을 즐길 수 있다. 게임을 캐주얼게임과 대전게임 2가지로 나눌 때, 현재 중국시장의 수요에 가장 적합한 것은 간단한 캐주얼게임이다. 대량의 유저를 기반으로 운영업체는 장비 판매 등 부가가치 서비스를 통해 수익을 창출하게 되는 것이다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/m/n/2006-11-16/1142175659.shtml>

The9의 3/4분기 재무보고 발표, 순수익810만 달러 기록

11월 16일 중국 게임 운영업체인 The9이 2006년도 3/4분기 미 회계심사 재무보고서를 발표했다.

◆ 주요 실적

▶ 2006년 3/4분기 The9의 순수입은 2.334억 위안(2,950만 달러)으로 지난 분기 대비 9% 감소, 작년 동기 대비 26% 증가했다.

▶ 3/4분기 The9의 대부분의 순수입은 Blizzard Entertainment의 《WOW》 운영으로 인한 것으로 (게이머 이용시간, 제품 판매 및 설치세트제품의 판매수입 포함) 운영수입은 2.302억 위안(2,910만 달러)을 기록, 지난 분기에 비해 10% 감소했다.

▶ 순수익은 6,430만 위안(810만 달러)으로 지난 분기의 8,430만 위안(1,070만 달러)보다 24%

감소했다. 2/4분기 중국 현지 정부에서 제공한 1,120만 위안(140만 달러)의 보조금을 제외할 경우, 3/4분기 순이익은 2/4분기 대비 감소율은 12% 이다.

▶ 고정자산 감가상각, 무형자산의 양도 및 감손, 소득세 지출 및 수익 그리고 EBITDA 순이익(비미국공인 회계준칙)을 제외한 순이익은 1.054억 위안(1,330만 달러)으로 지난 분기의 1.247억 위안(1,580만 달러)보다 16% 감소했다.

▶ 주당 완전희석 수익은 2.61위안(0.33달러, 매 미국예탁증권은 보통주에 상당)으로 지난 분기에는 3.42위안(0.43달러)을 기록했다. 3/4분기 The9의 비미국공인 회계준칙의 주당 완전희석 수익은 4.28위안(0.54달러)이며 지난 분기에는 5.06위안(0.64달러)을 기록했다.

◆ The9의 평가

The9의 3/4분기 실적에 대해 CEO 주천(朱駿) "우리는 이번 3/4분기를 과도기로 보고 있다. 올해 3/4분기에 Blizzard Entertainment의 《WOW》 운영으로 커다란 성과를 거두었으며 본 게임의 서버정리, 콘텐츠의 업그레이드, 서버주소 추가 등을 통해 향후 발전을 위한 준비단계를 구축했다. 올해 3/4분기 중국 《WOW》의 최대 동접자수와 평균 접속자 수는 각각 595,000명과 280,000명으로 9월 30일까지 590만 유료 유저수를 보유하고 있다."고 밝혔다.

그리고 신규 게임과 관련해 "올해 연말까지 중국에서 《Guild Wars》의 오픈베타 서비스를 진행할 예정이며, 이는 중국시장에서의 운영플랫폼을 통해 다양한 고품질의 게임을 운영하기 위한 중요한 전략이다. The9의 고품질의 제품과 높은 운영능력으로 향후 더욱 커다란 성공을 거둘 수 있을 것이다."라고 밝혔다.

◆ 상세 보고

3/4분기 The9의 전체 총수입은 2.458억 위안(3,110만 달러)으로 지난 분기의 2.713억 위안(3,430만 달러)에 비해 9% 감소했다. The9의 3/4분기 전체 순수입은 2.334억 위안(2,950만 달러)으로 지난 분기의 2.576억 위안(3,260만 달러)보다 9% 감소했다.

3/4분기 The9의 《WOW》 순수입은 2.302억 위안(2,910만 달러)으로 지난 분기에 비해 10% 감소했다. 그리고 게이머의 게임시간 수입은 《WOW》의 순수입 중 99.4%를 차지했다.

온라인게임 서비스 총수익은 2.412억 위안(3,050만 달러)으로 지난 분기의 2.693억 위안(3,410만 달러)에 비해 10% 감소했다. 이러한 수익의 감소는 특정 서버의 정리로 인한 서버정지 시간의 증가와 새로운 콘텐츠 업그레이드의 지연으로 인한 것이다.

게임운영 지원, 사이트 솔루션 및 광고 수입은 270만 위안(30만 달러)으로 지난 분기의 90만 위안(10만 달러)보다 204% 증가했다. 이는 특정 기술지원 서비스로 창출된 수입 때문이다.

기타수입은 주로 《WOW》 관련 제품 및 설치제품 판매에 의한 것으로 190만 위안(20만 달러)을 기록, 지난 분기의 110만 위안(10만 달러)을 초과했다.

총수익은 지난 분기의 1.241억 위안(1,570만 달러)에 비해 13% 감소한 1.079억 위안(1,360만 달러)을 기록했다. 3/4분기 매출총이익률은 46% 으로 지난 분기의 48% 보다 감소했다. 이러한 감소의 주요원인은 순수입의 감소 그리고 서버의 감가상각, 인터넷 데이터중심 임대비용 및 무형자산의 양도 등 특정 고정 지출이 감소되지 못했기 때문이다.

3/4분기 운영지출 비용은 지난 분기의 5,410만 위안(690만 달러)보다 18% 감소한 4,460만 위안(560만 달러)을 기록했다. 운영지출 비용의 감소는 《WOW》의 새로운 콘텐츠 업그레이드의 지연으로 인한 판매, 마케팅 계획 및 서비스 비용의 감소와 총무 및 행정지출의 강한 통제 때문이다.

3/4분기 The9의 주식보상비용은 450만 위안(60만 달러)이며, 지난 분기에는 480만 위안(60만 달러)이었다.

운영이익은 지난 분기의 7,000만 위안(890만 달러)에서 10% 감소한 6,330만 위안(800만 달러)을 기록했다.

기타지출 비용은 100만 위안(10만 달러)이며, 지난 분기에는 1,080만 위안(140만 달러)이었다. 2/4분기에는 현지 정부가 제공한 1,120만 위안(140만 달러)의 재정보조금이 포함되었으나 3/4분기에는 재정보조금이 없었다.

3/4분기 The9 산하 회사의 투자 납세 후의 결손액은 120만 위안(20만 달러)이며 지난 분기에는 이익이 40만 위안(5만 달러)이었다. 이러한 감소는 3/4분기에 투자한 합자회사가 아직 운영준비 단계로 적자를 기록하고 있기 때문이다.

순이익은 6,430만 위안(810만 달러)으로 지난 분기의 8,430만 위안(1,070만 달러)보다 24% 감소했다. 3/4분기의 순이익에는 450만 위안(60만 달러)의 주식보상비용이 포함되어 있으며 지난 분기에도 480만 위안(60만 달러)의 주식보상비용이 포함되었다. 3/4분기의 미국예탁증권의 주당 완전회석 이익은 2.61위안(0.33달러)으로 지난 분기에는 3.42위안(0.43달러)을 기록했다.

고정자산 감가상각, 무형자산의 양도와 결손, 소득세 지출 및 수익 그리고 EBITDA를 포함하지 않은 순이익은 1.054억 위안(1,330만 달러)이며 지난 분기에는 1.247억 위안(1,580만 달러)이었다. 3/4분기 고정자산 감가상각, 무형자산의 양도와 결손, 소득세 지출 및 수익을 포함하지 않은 주당 완전회석 수익은 4.28위안(0.54 달러)이며 지난 분기에는 5.06위안(0.64 달러)이었다.

2006년 9월 30일까지 The9의 총 현금 및 현금등가물은 7.619억 위안(9,640만 달러)으로 2006년 6월 30일까지의 총 현금 및 현금등가물은 6.578억 위안(8,320만 달러)이었다. 이 같은 증가는 주로 선불카드 판매로 인한 수익증가로 인한 것이다.

자료: <http://news.17173.com/content/2006-11-16/20061116090005476.shtml>

9YOU, 상하이 DC _ EXPO CHINA 박람회 참가

중국 전자상무협회, 중국 통신협회, 중국 베이징 정보산업협회, 상하이 정보 서비스산업협회가 공동 주최하는 "2006 중국 국제 디지털 콘텐츠산업(상하이) 박람회(DC_EXPO CHINA)"가 11월 15일 ~17일 상하이에서 개최된다. 이번 박람회는 애니메이션·게임, 이동부가가치서비스, 전자상거래, 온라인 서비스 및 보안 등 분야의 제품, 서비스 및 솔루션을 선보일 뿐만 아니라 디지털제품, 기술 응용 및 미래개념의 디지털 생활을 선보인다.

상하이 정보 서비스산업협회의 회원이며, 최신 온라인 인터랙티브 엔터테인먼트 운영모델의 대표 그리고 중국에서 처음으로 MMORPGs, CasualGames, Mobile Games, 디지털 엔터테인먼트, 인터랙티브 커뮤니티, 이동 부가가치서비스 등을 함께 제공하고 있는 인터랙티브 엔터테인먼트 포털사이트인 9YOU는 《진우환/劲舞团/오디션》, 《차오지우저/超级舞者/super dancer online》, 《진빠오주치우/劲爆足球/Real extreme action》 등 3편의 게임을 이번 박람회에 전시했다.

《진우환/劲舞团/오디션》은 음악을 주제로 한 3D MODPG (MultipleMassively Online Dance PlayGame)온라인게임으로 현재 중국에서 가장 인기 있는 캐주얼 온라인게임으로 유저들의 호평을 받고 있다. 《차오지우저/超级舞者/super dancer online》 또한 인기 있는 캐주얼 온라인게임으로 국내외 젊은 게이머들이 선호하는 제품이다.

그리고 11월 30일 오픈베타 서비스를 시작하는 《진빠오주치우/劲爆足球/Real extreme action》는 각 연령층의 남녀 게이머들에 적합하고 조작이 간편한 게임으로 이번 박람회에서 각광받을 것으로 예상되는 제품이다.

9YOU는 중국 온라인게임 산업의 선두적인 기업으로 세계 최대 뮤직 온라인게임 운영업체이다. 2005년도에 중국 10대 온라인게임 운영업체로 선정되었으며 ISO9001인증을 획득했다. 그리고 상하이 정보 서비스산업 협회의 일원이 되었으며 "2006년 Red Herring 아시아 우수 성장 전망 100강 기업"으로 선정되었다.

2006년 10월말 9YOU의 총 등록유저수와 동접자수는 각각 1.65억 명, 85만 명을 기록했다. 현재 세계 중문사이트 방문자 순위에서 41위를 차지, 분기별 평균성장률은 200% 이상이다.

현재 주로 《진우환/劲舞团/오디션》, 《진러환/劲乐团/오투잼》과 자체 개발한 《차오지우저/超级舞者/super dancer online》, 《차오지러저/超级乐者/BurstAFeve》로 대표되는 음악 MMOSG온라

인게임, 《진빠오주치우/劲爆足球/Real extreme action》로 대표되는 체육 MMOSG온라인게임, 《평광카딩처/疯狂卡丁车/crazy rider》로 대표되는 속도 시뮬레이션 온라인게임 등을 운영하고 있다.

DC_EXPO CHINA 소개

DC_EXPO CHINA는 종합 전문 박람회로서 애니메이션·게임, 디지털 흥, 콘텐츠 프로그램, 이동 부가서비스, 전자상거래, 정보통신, 온라인 서비스 및 보안 제품, 서비스, 솔루션을 선보일 뿐만 아니라 관중들에게 디지털제품, 기술응용 및 미래개념의 디지털 생활을 선보이며 주제별 세미나도 진행된다. 2006년 DC_EXPO CHINA에는 200여 개의 국내외 업체와 9,500여 명의 관중들이 몰려들 것으로 예상된다.

자료 : <http://www.chinagames.net/2006-11-15/nw2006111500002.shtml>

《룡위선장:타이핑양즈잔/荣誉勋章:太平洋之战》중문간자체 버전, 판매시작

11월 15일, 모든 게이머들이 기대하던 《룡위선장 : 타이핑양즈잔(荣誉勋章 : 太平洋之战)》중문간자체 버전(Medal of Honor TM : Pacific Assault)이 중국시장에 출시됐다. 이는 중국 국제 티비총공사(中国国际电视总公司) 산하의 중스왕웬(中视网元) 엔터테인먼트 과학기술유한공사와 세계 최대 인터랙티브 엔터테인먼트 게임소프트웨어 개발업체인 ERTS(이하 EA)가 공동으로 제작한 제품이다.

“룡위선장”시리즈는 2001년 "최우수 컴퓨터게임"으로 선정되었으며 현재는 EA를 대표하는 게이머들이 선호하는 제품이 되었다. 《룡위선장 : 타이핑양즈잔》 또한 2차 대전을 주요 내용으로 하고 있으나 전쟁의 장소는 유럽에서 태평양 연안으로 이동했다.

《룡위선장 : 타이핑양즈잔》은 유명한 진주만 공습을 도화선으로 시작된다. 게이머는 미국 태평양함대의 케멸에 가까운 상황을 겪은 후 직접 전우와 함께 태평양 전쟁터에 참전, 참혹한 전쟁을 체험하게 된다. 본 게임은 개방식 전쟁터 환경을 대량 응용했으며 게이머는 반드시 소규모 팀 및 기타 팀원과 함께 돌격, 엄호 등 작전을 통해 임무를 수행하게 된다. 본 게임은 전체적 전략배치 특히 팀 내부의 협조를 중요시한다.

본 게임의 특수효과는 눈앞이 현란한 정도라고 할 수 있다. 게임 제작팀은 새로운 게임엔진과 Havok 물리엔진을 기반으로 한 지원시스템을 통해 2차 대전의 거대하고 복잡한 전쟁 환경을 실제와 같이 보여주고 있다.

《룡위선장 : 타이핑양즈잔》간자체 중문버전은 중국지역의 독점 대리업체인 CNEC에 의해 배급된다.

- 게임명 : 《훈위선장 : 타이핑양즈잔/荣誉勋章 : 太平洋之战/
Medal of Honor TM : Pacific Assault》
- 국제배급사 : ERTS
- 중국대리 : CNEC
- 게임유형 : FPS
- 언어 : 중문 버전
- 수량 : 1DVD (1장)
- 출시일자 : 2006년 11월 15일
- 판매가격 : 69위안

자료 : http://game.chinaok.com/news/2006/11/16/1163639320852_0.shtml

《정푸/征服/정복》, 영구 무료구역 개방

고객이 왕인 시대에 온라인게임은 오직 품질과 서비스로 유저들을 끌어올 수 있다. 항상 고객의 마음으로 서비스를 해온 《정푸/征服/정복》는 2,200만 게이머의 인정을 받으며 3년 동안 국내외 운영의 성공으로 제1의 중국산 무협게임의 칭호를 얻었다.

띠엔썬(电信)의“剑指江山”과 왕통(网通)의“苍穹霸业” 두 개의 새로운 서버의 개방은 2,200만 게이머들을 《정푸》의 두 번째 영구 무료구역인 “第七大区”로 불러들였으며 게이머들은 게임의 모든 것을 무료로 즐길 수 있게 되었다.

새로운 서버가 제공할 “초보자 보호”기능은 게이머들에게 무엇이 세심한 배려인지를 느끼게 해 줄 것이다. 새로운 게이머들은 가장 철저한 PK보호를 받게 되며 냉혹한 강호 속에서 안전하게 성장할 수 있는 보호구역을 만날 수 있을 것이다.

“초보자 보호” 외에 본 게임은 게이머들의 빠른 성장에 발맞추어 다양한 최고급 장비를 제공, 새로운 게이머들이 안심하고 강호에 진입할 수 있도록 도와준다. 가장 놀라운 사실은 힘들게 괴물을 쓰러트리 등급을 올릴 필요 없이 여의주, 거신단 등을 통해 손쉽게 최고 급수까지 등급을 올릴 수 있다는 것이다. 또한 거신단은 무기 숙련도를 높이는 기능도 포함하고 있어 쉽고 간편하게 일거양득의 소득을 올릴 수 있다.

이 외에도 “추첨 시스템”을 통해 손쉽게 귀한 보물을 획득할 수 있어 PK전투 및 방파전투를 즐겁게 즐길 수 있을 것이다.

자료 : http://www.tgame.com/inews4/dalu_4/7_149/2006/11-16/92CC46AD-36E5-777B-485D-006BC2AE7FDD.html

The9의 CEO 주쥘(朱骏), 캐주얼게임의 투자확대

The9의 CEO 주쥘(朱骏)은 3/4분기 재정보고 회의에서 “캐주얼게임의 발전현황은 이미 우리가 원하는 방향으로 발전하고 있으며, 향후 자체 연구개발 및 합작을 포함한 캐주얼게임 분야에 대한 투자를 더욱 확대할 예정이다.”라고 밝혔다.

2005년 The9은 2편의 캐주얼게임을 출시했으며 대만 레이쥘(累爵)의 《티엔와이/天外/천외》와 자체개발한 《과이러시요우/快乐西游/쾌락서유》의 게임을 대리했다. 하지만 콘텐츠 조정 및 실적 저조 등 원인으로 시장에서 잠시 철수하게 되었다. 현재 The9이 확정된 신규 제품 중 상허 인터랙티브(尚禾互动)의 《차오니스제/超女世界OL/초녀세계》도 커뮤니티 캐주얼게임에 속한다.

주쥘은 앞으로 몇 분기 내에 여러 게임을 출시할 예정이며 루트방면에는 문제가 없다고 밝혔다. 왕이의 CEO 덩레이(丁磊)의 무료화 중시에 대해서는 “무료게임도 유료화하는 방법이 있다. 무료시간을 유료로 바꾸는 것으로 현재 많이 사용되고 있다. 향후 일정 기간 내에 두 가지 유료 방식은 동시에 적용될 것이며 이러한 유료화 방식의 성숙은 The9의 향후 3D게임에도 고려될 것이다. 상대적으로 볼 때 3D게임은 장비의 유료화에 있어 더욱 많은 우세를 가지고 있다.”고 밝혔다.

현재 《머썬스제/란소우원정/魔兽世界:燃烧远征/WOW:연소원정》, 《지짠/激戰/Guild Wars》, 《치찌스제/奇迹世界/SUN》, 《환상스제/幻想世界FM/환상세계FM》 등도 3D MMORPG 게임으로 이들 제품들도 무료로 운영될 수 있다. 업계인사들은 《치찌스제/奇迹世界/SUN》가 한국에서의 실적으로 인해 무료운영의 가능성이 가장 크다고 보고 있으며 지금 무료운영을 위한 콘텐츠 조정 중이라는 소문도 돌고 있다.

자료:http://www.tkgame.com/inews4/yejie_2/2006/11-16/CABB3B6C-F5B8-756E-3C40-9E0B38746A17.html

The9, 내부 압력으로 펌시와의 합작 연기

소식에 따르면 The9의 내부 사정으로 인해 11월 19일에 상하이에서 진행될 《지짠/激戰/Guild Wars》과 펌시와의 합작 발표회가 연기되었다.

The9이 대리하고 있는 《머썬스제/魔兽世界/WOW》와 코카콜라는 2005년부터 합작 광고를 진행해 왔다. 구체적인 방식은 코카콜라에 《WOW》의 캐릭터를 인쇄, 코카콜라의 TV 광고에 《WOW》의 캐릭터가 등장함으로 TV광고 및 기타 지면광고 활동에서 상호 협력하는 것이다. 이러한 합작은 중국 내 최초로 온라인게임과 기타 업종 간에 진행된 것으로 많은 후발주자들이 모방하고 있다.

비록 이러한 합작이 Blizzard Entertainment와 코카콜라 간의 세계 전략 홍보협약에 의한 것이지만 이를 통해 《WOW》의 중국지역 대리업체인 The9은 브랜드 효과에서 커다란 이익을 거두었다. 이로 인해 The9의 산하 제품들도 《WOW》와 유사한 홍보방식을 시도했으며 코카콜라와 같은 글로벌 브랜드 업체들 예로 코카콜라의 경쟁업체인 펩시도 이와 같은 마케팅방식에 관심을 보였다. 이전, 펩시와 The9 간의 《Guild Wars》 광고 합작 소문이 돌았으나 양사는 이에 대해 정확한 답변을 거부했다.

이와 동시에 많은 매체들이 The9의 전략합작발표회에 초대받았다. The9의 관련 직원은 “이번 발표회에서 《Guild Wars》의 합작 대상이 밝혀질 것이며 합작 대상은 국제적인 브랜드 업체 중 하나일 것이다.”라고 밝혔다. 이를 통해 볼 때, 펩시와 《Guild Wars》의 합작이 이미 확정되었음을 예측할 수 있다.

하지만 또 다른 소식통에 따르면 이번 펩시콜라와 《Guild Wars》의 합작은 The9의 또 다른 합작 파트너의 압력과 기타 요인으로 인해 부득이하게 발표회 날짜를 연기해야 했다. 《WOW》와 코카콜라는 2005년부터 합작을 진행, 대량의 선전 및 홍보 활동을 진행해 왔다.

하지만 2006년 초, 코카콜라는 더욱 많은 온라인게임 개발업체들과 접촉, 코카콜라 상의 《WOW》의 캐릭터를 다른 업체의 캐주얼게임 《제터우란치우/街头篮球/Free Style》의 캐릭터로 바꾸었다. 그리고 2006년 China Joy 에서 The9이 대규모의 전시 부스를 준비 《WOW》를 주요 제품으로 내세웠지만 코카콜라는 더욱 커다란 면적의 부스에 단독으로 《WOW》를 주제로 한 전시구역을 만들었다. 하지만 전시구역 내에 The9과 관계된 LOGO, 광고간판 등 어떠한 것도 찾아볼 수 없었다.

그리고 Blizzard Entertainment와 코카콜라 간의 전략홍보 방식은 코카콜라의 경쟁상대인 펩시로 하여금 The9의 산하 게임인 《Guild Wars》와의 합작을 고려하게 만들었다. 《Guild Wars》와 《WOW》 모두 The9의 중국지역 대리제품이지만 코카콜라와 The9 간의 직접적인 합작계약이 체결되지 않았기 때문에 현재 이들의 합작은 《WOW》에 한정되어 있다. 이로써 The9이 《Guild Wars》의 광고 파트너로 다른 회사를 선정하는 것은 규정에 위반되지 않는다. 따라서 코카콜라의 경쟁상대인 펩시가 《Guild Wars》를 공략하는 것은 당연한 일일 것이다.

또한 코카콜라와 《WOW》의 중국 내 합작은 Blizzard Entertainment를 통해 진행되었지만 《Guild Wars》와 펩시 간의 합작은 The9과의 직접적인 합작관계로 만약 합작이 순조롭게 진행된다면 중국 온라인게임과 국제 브랜드 간에 진행되는 첫 번째 대형 합작이 될 것이다.

코카콜라와 《Free Style》 간의 합작 또한 코카콜라와 《Free Style》 개발업체 간의 세계 전략합작 협약에 기인하고 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-11-16/20061116093534185.shtml>

CGW China Game Weekly **Game 순위**

중국 온라인게임 기대 작 TOP 20 (40)

순 위		게 임 명 칭
1	-	션치(神泣 / Shaiya)
2	-	치씨스째(奇迹世界 / SUN)
3	-	띠샤청위용쓰(地下城与勇士 / Dungeons and fighter)
4	-	지판(激戰 / Guild Wars)
5	-	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
6	-	티엔롱빠부(天龙八部 / 천룡팔부)
7	-	찌엔샤칭웬(劍俠情緣罔絡版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
8	9↑	시엔찌엔치샤판OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)
9	8↓	쥬웨즈찌엔(卓越之劍 / 그라나도 에스파다)
10	-	Aion
11	13↑	가오케이(搞鬼online / Ghost online)
12	11↓	시엔징촨쉬2(仙境传说2 / 선경전설2)
13	18↑	징티엔똥띠(惊天动地(Cabal) / 대지의울림)
14	12↓	띠위즈먼:룬똥(地狱之门 : 伦敦 / Hellgate : London)
15	14↓	머째(魔界 / 마계)
16	15↓	티엔샤얼(天下貳 / 천하2)

17	-	머서우스제:란소우웬정/魔兽世界:燃烧远征/WOW
18	19↑	환상스제(幻想世界FM / 환상세계FM)
19	20↑	짤철패이Online(战锤online / Warhammer Online)
20	新	진빠오주치우(劲爆足球 / Real extreme action)

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-11-20/20061120112509642.shtml>



New Game 소개

《武林外传/무림외전》 게임 소개



- 게임 이름 : 우리와이짤/武林外传/무림외전
- 게임 종류 : 무협 MMORPG
- 개발 업체 : 완메이스공(完美时空)
- 운영 업체 : 완메이스공(完美时空)
- 공식사이트 : www.wulin2.com.cn
- 현재 현황 : 9월 27일 오픈베타 테스트




《우리와이짤/武林外传/무림외전》은 베이징 완메이스공(完美时空)이 2년에 걸쳐 2억 이상을 투자한 Q버전 온라인게임으로 이미 완성단계다. 2006년 8월에 클로즈 베타테스트를 실시했다.

《무림외전》은 인기리에 방송된 TV 드라마를 소재로 하고 있다. 본 게임은 선진기술의 3D엔진으로 제작되었으며 게임클라이언트가 작고 요구되는 컴퓨터의 사양이 낮으며 게임화면이 매우 아름답다. 그리고 TV드라마 《무림외전》의 특징과 완메이스공의 귀여운 애니메이션 게임모델을 결합해 게임 배경, 임무, 시스템 등 다양한 분야에서 게이머들에게 즐거움을 줄 것이다.

더욱 즐거운 것은 《무림외전》이 완메이스공의 첫 무료운영 온라인게임이 된다는 것이다. 클로즈베타 테스트부터 정식운영까지 게이머들은 게임에 무료로 접속, 게임을 체험할 수 있다.

자료 : <http://newgame.17173.com/content/2006-07-21/20060721142938387.shtml>

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