



특집

- 동·서양 온라인게임 분석 : 신선, 협객 VS 기사, 마법사
- 《따항하이스파이Online/大航海时代/대항해시대》 광고의 방송

China Game News

- 《평원/风云/풍운》 12월 15일 오픈베타 테스트 실시
- 중국 네티즌의 14.9%는 미성년자
- 부족한 온라인게임 5대 인력
- 게이머 수 급증, 중국 온라인게임 시장규모 100억 위안 예상
- 2006년도 온라인게임 최대 접속자 수 통계

Game 순위

- 중국 온라인게임 기대 작 TOP 20 (43)

New Game 소개

- 완메이스제귀지반(完美世界国际版/완미세계 국제판)

Game 회사 소개

- 무바오(目标) 소프트웨어(북경) 유한공사

Game 법률 및 정책

- 신문출판총서: “온라인게임 감독 보고서” 매달 제출 요구

동·서양 온라인게임 분석 : 신선, 협객 VS 기사, 마법사**동양의 기사도 정신?**

일전, 어느 게임 제작단체는 “동양의 문화로 서양의 기사도 정신 구현”이란 구호를 내걸었던 적이 있다. 이는 동양의 문화로 서양의 문화를 해석한다는 것으로 올바른 방법이 아니라고 생각된다.

위와 같은 취지로 제작된 것은 분명 원래 가지고 있던 정통적인 것에 훨씬 미치지 못할 것이다. 서양의 정통 판타지 바람이 전 세계를 휩쓸 때, 이것을 받아들이기 힘들어 굳이 중국적인 특색을 가미하는 것은 이치에 맞지 않다. 《WOW》에서 동양 문화의 그림자를 찾아볼 수 없다고 해서 블리자드 사에게 게임 속 스토리 설정이 중국의 것과 왜 다르냐고 항의하는 게이머는 없기 때문이다.

사실 어떤 관점에서 볼 때, 판타지의 생명력은 신비성이라고 할 수 있다. 젓가락을 쓰는 데 익숙해진 우리가 가끔 포크와 나이프를 써 본다면 신선함을 느낄 수 있을 것이다. 만약 흥미가 생겨 자주 사용법을 연습한다면 숙달될 것이다. 하지만 흥미가 생기지 않는다면 한 쪽에 놓아두곤 다신 사용하지 않을 것이다. 따라서 개조의 요구도 없을 것이다.

현재 유행문화 시장을 볼 때, 판타지는 점차 중요한 위치로 나아가고 있다. 《룡창/龙枪/용창》 시리즈에서 《빙풍곡/冰风谷/빙풍곡》까지, 《해리포터》에서 《반지의 제왕》까지, 서적, Magic The Gathering, 영화 및 텔레비전, 오락 등 유럽의 판타지 문화는 지금 무협, 신선 및 요괴 스토리로 구성된 중국 유행문화 시장에 빠르게 밀려들고 있다.

온라인게임 분야에서는 《EQ》, 《환차/传奇/전기》, 《치찌/奇迹/MU》, 《티엔탕/天堂/리니지》 등 수많은 판타지 온라인게임들이 강세를 유지하고 있다. 그렇다면 중국산 온라인게임은 이대로 순순히 방대한 중국시장을 양보해야 하는 것인가? 아니면 소극적으로 중국의 전통 문화를 지속적으로 수호해야 하는 것인가?

도술 VS 마법, 명확한 문화 차이

문화가 융합되고 있는 오늘날, 온라인게임의 내외 경쟁은 동서양 문화 간의 다툼이라고도 할 수 있다. 무협, 삼국지, 서유기, 수호전 등 지난날 게이머들의 마음속에서 자리 잡았던 고전 제품들은 오늘날 하향세를 타고 있다. 몇몇 중국산 온라인게임이 선전하고 있지만 전통문화를 선양하는 온라인게임 시장에서는 힘을 쓰지 못하고 있다. 또한 한국 게임제품의 대량 유입으로 인해 높아진 게이머들의 수준에 맞추지 못하고 있다.

이러한 상황에서 중국산 판타지 온라인게임을 발전시키기 위해서는 “새 술은 새 부대에” 형

식으로 중국 특색을 지닌 판타지 게임을 출시해야 한다. 하지만 불가사의한 중국의 전통문화와 서양의 문화와는 구체적으로 어떻게 다를까?

세계관의 관점에서 볼 때, 중국의 신화는 반고의 천지창조((盘古开天), 여와의 보천 및 인간창조(女娲补天造人)에 맞추어 세계를 몇 개의 부분으로 나누고 있다. 물론 그 중심에는 중국이 차지하고 있다. 그러나 서양의 판타지 작품 속에서는 이러한 개념이 없으며, 세계를 구성하는 4대 원소인 바람, 불, 물, 땅은 방향성을 포함하지 않고, 일종의 정신 상태를 상징하고 있다. 즉 4대 정령, 불- 이프리트, 바람- 실프, 물- 운디네, 땅- 노움의 성격특징이 바로 원소들의 정신특징을 나타내고 있다.

중국 전통신화 중, 정파는 매우 엄격하고 보수적인 등급 제도를 가지고 있으며 주인공과 대립하지만 같은 입장에서 서 있다. 이것은 《서유기》 등의 작품 속에서 쉽게 볼 수 있다. 이는 일종의 민간계층의 태도를 보여주고 있는 것으로 서양과 비교해 볼 때, 중국의 가치관은 유교사상이라는 비선론적 사상에 기초하고 있어 신에 대한 경외심은 오로지 자연신에 국한되어 있다. 따라서 작품 속에서 사람은 하늘을 이기고자 하지만 완전히 이길 수 없어 어느 정도 굴복하지 않을 수 없다.

반면 서양은 이와 다르다. 하나로 통일된 중앙집권 정부가 구축되지 않아 민중은 영주의 통제뿐만 아니라 더욱 강대한 교회세력의 정신적인 통제도 받아왔다. 따라서 서양의 판타지 작품 속에서 왕자와 영웅은 종종 일체화되며 가장 흔한 영웅의 최후는 바로 왕국의 건립과 재건이다. 게다가 “국가”의 역할은 매우 미약하며, 영웅이 거쳐 가게 되는 수많은 국가는 비슷비슷하며 공통의 신앙과 창세신화 등으로 연계가 되어 있다.

하지만 이러한 요인으로 인해 서양의 판타지 작품은 방대한 장면의 전투를 묘사할 수 있으며 민중과 국왕이 함께 노력해 사악한 무리를 쓰러트리는 스토리를 그릴 수 있기에 대규모의 전쟁장면이 출현하기도 한다. 이에 비해 중국의 신화는 늘 몇 명 영웅의 뛰어난 묘사를 묘사할 수 있을 뿐이다.

서양의 판타지 소설의 마법 역시 수많은 종류가 있는데, 주요 마법으로는 자연계 속의 정령을 소환, 자연변화를 일으켜 효과를 거두는 정령마법, 자연계의 바람, 불, 물, 땅 원소를 조합해 효과를 거두는 원소마법, 신의 축복 및 사악한 어둠의 마력을 통해 마법을 실현하는 신성마법 등을 들 수 있다. 마법의 종류와 효과는 고정적이며 사용자의 마력에 따라 규모 및 위력 등이 변한다.

이 밖에 연금술이 있는데, 엄밀히 따지자면 연금술은 종합적인 화학연구 학문에 속해 마법이라고 볼 수 없다. 중국 신화속의 법술은 비교적 전용적이다. 일반적으로 전담자에 의해 전수되는데 섬전류(閃電類)의 마법은 뇌공전모(雷公電母)의 전용으로 다른 사람은 쓸 수 없다.

동양에 존재하는 반지의 제왕

판타지 세계의 배경과 종족 설정은 대부분 유럽의 유명게임 《롱위디사청/龙于地下城/Dungeons&Dragons》에서 온 것이라고 볼 수 있으며, 톨킨의 《반지의 제왕》도 예외라고 볼 수 없다. 따

라서 《Dungeons&Dragons》의 스토리 분위기와 부합하는 문화적 요소를 찾을 수 있다는 것은 곧 "판타지"로서의 성공 기초를 구비하고 있다는 뜻이다. 그리고 동양에서 가장 큰 판타지의 보고는 의심할 여지없이 중국이다.

중국의 전설과 신화에 관한 조사를 통해 영감을 얻은 일련의 중국산 온라인게임들에게 박수를 보낼 만하다. 유구한 역사를 가진 중국의 풍부한 신화와 전설은 사람들로 하여금 감탄을 자아내게 한다. 유구한 중국의 역사와 문화는 판타지의 보고로 중국산 온라인게임으로 하여금 동양적 판타지 색채를 발휘하게 했다. 이에 《첸원찌엔/軒轅劍/현원검》 등 게임은 큰 성공을 거두었다.

이 중 《따오찌엔Online/刀劍/도검》은 특유의 진법 시스템을 더해 동양격투의 정수라고 불리며 수많은 게이머들을 흥분시켰다. 중국산 온라인게임의 시초인 《도검Online》은 2년여 간의 운영기간 동안 왕성한 생명력을 유지했다. 이것으로 보아 우리는 순수한 민족적 판타지 문화가 얼마나 중요한 작용을 하는지를 느낄 수 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-12-06/20061206172649279.shtml>

《따항하이스파이Online/大航海时代/대항해시대》 광고의 방송

최근 도하 아시안게임의 개막으로 인해 관중들은 여러 방송국들의 경기보도, 예로 BTV6(베이징 방송)에서 방송되는 프로그램을 통해 흘러나오는 음악을 들을 수 있는데, 이 음악들은 모두 《따항하이스파이Online/大航海时代/대항해시대》 게임의 배경음악들이다.

펑웬신(丰元信)그룹 산하의 성첸밍(盛宣鸣) 회사는 《대항해시대Online》 게임음악을 주요 TV 프로그램에 제공해 광고활동을 진행하고 있다. 이는 중국 온라인게임 운영업체 중 처음으로 게임요소로 제작된 광고를 방송에 내보낸 것이다. 또한 2004년 4월 국가광전총국(廣電總局)의 《컴퓨터 온라인게임 장르 프로그램 방송금지에 관한 통지》 발표이래 방송국이 처음으로 게임요소의 광고 방송 요구를 제기한 것이다. 이전에는 《중화인민공화국 광고법》 관련 규정에 따라 담배, 게임 등 제품은 오로지 간접적인 기업이미지 광고를 통해서만 광고할 수 있었다.

관련 자문에 따르면, 제품 및 주변 부속제품이 대중적 루트를 통해 대중적인 비영리 목적의 광고를 사용한다면 이는 공익광고 형식에 속하게 된다. 즉, 《대항해시대Online》의 주제음악이 방송국 프로그램의 배경음악으로 사용되는 것은 도하 아시안게임에 적합한 분위기를 조성, 관중들의 시청을 즐겁게 하기 때문에 공익광고의 범주에 속하는 것이다.

《대항해시대Online》은 16세기 신대륙 발견시대를 배경으로 탐험, 무역, 원양항해 등을 주요 특색으로 하는 온라인게임이다. PK를 통한 레벨 업 방식의 단조로운 온라인게임과 달리 《대항해시대Online》은 특정 시대의 실제 역사, 지리, 인문, 예술 등의 요소들을 융합시킨 건전한 온라인

게임이다. 현재 동경대학 등 아시아의 유명 대학들의 역사 강의교재로 사용되는 등, 강한 긍정적인 이미지로 인해 사회 각 계층의 높은 인지도를 확보하고 있다.

주목받는 스포츠경기 등의 행사와 결합된 광고는 각 업체들에게 마케팅 분야의 새로운 공간을 제공했다. 조사에 따르면, 1984,1988 및 1992년도 하계 올림픽 때에 방송됐던 58개사 스폰서 브랜드 중 54%가 성공을 거두었다. 기업의 입장에서 볼 때, 기업은 사회 공익활동 참여를 통해 제품제작 외에 기타 가치관 및 신념을 가지고 있음을 대중에게 보여줄 수 있다. 단 참여하는 사회 공익활동이 기업의 가치관과 일치해야 만이 적은 노력으로 커다란 성과를 거둘 수 있다.

이번 공익광고의 등장은 15년간에 걸친 《대항해시대》 시리즈 및 아시아 각국이 보유하고 있는 수많은 유저에 바탕을 두고 있다. 최근 《대항해시대Online》은 보름동안의 오픈베타 테스트 기간 동안 40만 명의 동접자수를 기록했다. 그리고 본 게임은 해양탐험 장르의 온라인게임으로 게임의 배경과 도하의 역사발전, 도시풍경 등이 일치하고 있다. 즉, 《대항해시대Online》과 도하 아시안게임은 모두 스포츠 경기와 건전한 오락을 중요시 여기는 점에서 가장 완벽한 결합을 보여주고 있다.

마케팅 전문가는 기업의 행위는 사회의 행위를 일으키고, 개인의 힘은 전체의 힘을 움직이며, 상업성은 공익성을 촉진한다고 밝혔다. 《대항해시대Online》의 게임요소로 제작된 공익광고의 방송은 혁신적, 계몽적인 조치라고 할 수 있다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-12-05/20061205153907502.shtml>



《평원/风云/풍운》 12월 15일 오픈베타 테스트 실시

가장 공평하고 실질적인 무료 온라인게임 《평원/风云/풍운》은 클로즈베타 테스트기간 동안 수많은 게이머들의 지지를 받았다. 폭발적인 반응의 클로즈베타 테스트기간을 거친 《풍운》은 12월 15일, 정식으로 오픈베타 테스트에 들어간다.

《풍운》은 진티엔커지(锦天科技)가 2년 여간 투자 및 제작한 3D 판타지 MMORPG게임으로 상고시대의 판타지 특색을 가지고 있다. 그리고 정교한 게임화면으로 실제와 같은 느낌을 주며 세 계수준의 3D 게임엔진을 이용해 아름답고 환상적인 세계를 보여주고 있다.

본 게임은 구성면에서 몇 십장에 달하는 기이하고 아름다운 지도와 매력적이고 쿨한 Boss,

거대한 감옥과 수중 유적지, 선염 효과 및 기타 효과를 사용한 여러 요소를 통해 신의 영역이랄 수 있는 환상적인 분위기를 연출하고 있다. 그리고 대항에 적합한 모험지도와 순수 모험지도를 여러 개 제공함으로써 다양한 게이머의 수요에 부응하고 있다.

진티엔커지는 《풍운》의 고품질을 위해 제작에 심혈을 기울였으며, 연구개발 경험이 풍부한 인재들과의 협력을 통해 아름답고 생동감 넘치는 판타지 세계를 구축했다. 그리고 “가장 공평한 무료게임” 슬로건에 따라 차후 게이머는 아이템을 구매하지 않더라도 여러 경로를 통해 아이템을 획득할 수 있다.

자료 : <http://games.sina.com.cn/o/n/2006-12-04/1033177910.shtml>

중국 네티즌의 14.9%는 미성년자

공산주의청년단에 따르면 올해 상반기동안 중국의 네티즌 수는 1.23억여 명에 달했다. 이 중 18세 이하의 미성년자 네티즌 수는 1,830만 명으로 14.9%를 차지했다. 인터넷은 이미 청소년의 성장과 발전에 있어 사회기초 장비가 되었으며 정보를 얻고 자료를 검색하고 엔터테인먼트를 즐기며 생활을 알차게 하는 것은 이미 청소년들의 기본적인 수요가 되었다.

공산주의청년단 측 관련부서 책임자는 현재가 바로 청소년을 네트워크 혁신 인력으로 양성하는데 매우 유리한 시기라고 밝혔다. 첫째, 청소년 집단 속의 인터넷 보급률이 계속 상승하고 있기 때문이며 둘째, 인터넷문화 산업이 이제 힘차게 발전하고 있기 때문이다. 청소년은 인터넷 유저의 주체로서 인터넷문화 산업의 가장 큰 수혜집단인 동시에 강한 촉진 역량을 보유하고 있다.

셋째, 인터넷이 청소년의 성장 및 발전에 새로운 기회와 도전을 제공하고 있기 때문이다. 청소년은 인터넷 발전 과정의 중요한 생명 역량으로 인터넷과 청소년의 결합은 청소년의 성장과 학업, 직업, 생활 등에서 새로운 실현 방식을 제공해주고 있다.

이와 동시에 관련 책임자는 인터넷의 빠른 발전이 청소년들의 성장에 많은 문제들도 야기시켰으며 이 중, 가장 커다란 문제는 바로 인터넷 중독 문제라고 밝혔다. 중국 청소년 인터넷 협회가 2005년 11월에 발표한 《중국 청소년 인터넷 중독 수치보고》에 따르면, 상당수의 청소년 네티즌들이 인터넷 중독 문제를 안고 있다.

자료 : <http://www.chinagames.net/2006-11-28/nw2006112800004.shtml>

부족한 온라인게임 5대 인력

2006년 중국 서부 문화산업 박람회 소식에 따르면, 온라인게임 산업의 인력 수요는 피라미드형을 이루고 있다. 가장 아래층은 운영, 지원, 서비스 등의 인력, 중간층은 게임 설계 및 개발 인력, 피라미드의 꼭대기는 시니어 프로그래머, 미술 총감독, 기획 총감독 등이 차지하고 있다.

사천성 문화청장 쟡샤오싱(郑晓幸)은 조사결과를 볼 때, 수요가 가장 큰 부분은 "중간 인력"으로, 향후 3년 내지 5년 내에 20만의 게임 설계 및 개발 인력이 필요한 실정이라고 밝혔다. 그리고 게임에 의해 파생된 포장, 홍보, 마케팅, 뉴스보도, 온라인게임 관리요원 및 프로게이머 등의 전문 인력도 부족한 상태라고 밝혔다.

이 중, 가장 부족한 5대 인력은 아래와 같다.

게임 프로그래머 : 프로그래머의 직책은 기획된 게임을 제작하는 것이다. 경력 있는 프로그래머의 일반 월수입은 7,000위안에 달하며 신입 프로그래머는 대략 5,000위안에 달한다. 프로그래머가 되기 위해서는 최소 4년제 대학의 컴퓨터 전공 졸업자여야 하며 컴퓨터 프로그래밍 작업 능력이 뛰어나야 한다.

게임 미술디자이너 : 게임 미술디자이너의 직책은 게임 캐릭터의 모습과 기타 사물의 모습, 배경 등을 구상하는 것이다. 경력이 풍부한 디자이너의 월수입은 3만 위안에 달하며 일반 디자이너의 월수입은 4,000위안 수준이다. 기본적으로 디자인 및 관련 전공 졸업자여야 하며 관련 소프트웨어를 능숙하게 다뤄야 한다. 이 외, 캐릭터 동작을 정확하게 포착 및 표현할 수 있어야 한다.

게임기획자 : 게임기획은 모든 온라인게임의 영혼과 같다. 게임 기획자는 최근의 핫이슈에 대한 시장 조사, 목표 고객층의 소비습관 예측을 통해 게임의 스토리를 창조한다. 경력이 풍부한 게임 기획자는 월수입이 약 1만 위안에 달하며 신입도 약 5,000위안 정도를 받을 수 있다. 게임기획 인력은 3년 이상의 게임경력을 갖고 있는 것이 가장 바람직하며 각종 게임에 능숙해야 하며 게임 기획 경력도 필요하다.

게임기술 유지 및 보호 엔지니어 : 개발된 게임이 출시된 후, 업체는 수시로 해커의 침입, 기타 원인으로 인한 게임고장을 경계해야 한다. 따라서 게임기술 유지 및 보호 엔지니어에 대한 수요가 발생하게 된다. 그러나 이러한 기술 유지 및 보호 인력의 월수입은 높지 않으며 5,000위안 정도이다. 어떤 업체의 수습 월급은 2,000여 위안에 달하기도 한다.

게임시장 개척 인력 : 이들의 직책은 더욱 많은 게이머로 하여금 자신의 제품을 사용하게 만드는 것이다. 월수입은 3,000위안 정도로 능력 있는 시장 총 감독의 연봉은 50만 위안에 달하기도 한다. 우수한 시장인력은 시장개척 경험이 있어야 하며 게임에 대한 깊은 이해력이 있어야 한다. 또한 외향적인 성격으로 사람들과의 교류가 뛰어나야 한다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-12-03/20061203132148580.shtml>

게이머 수 급증, 중국 온라인게임 시장규모 100억 위안 예상

현재 성도(成都)에서 진행되고 있는 중국 서부 문화산업 박람회 소식에 따르면 2007년 중국 온라인게임 시장 규모는 약 100억 위안에 달할 것이며, 게이머 수 또한 현재 1위인 한국을 뛰어넘을 것이다.

사천성 문화정보센터 자오홍촨(赵红川) 주임에 따르면 온라인게임의 평균 수명은 18개월 정도이며, 온라인게임 운영업체의 일 년 수입은 1,000만 위안에 달한다. 현재, 중국 온라인게임 참여 유저 수는 매월 10만~30만 명씩 빠르게 증가하고 있으며 King soft, 성따 등 중국 업체들이 이러한 증가 추세를 주목하고 있다.

현재, 중국 네티즌 수는 1억 명을 초과했다. 중국 국내 컴퓨터 보유량을 4,200만대로 집계할 때, 1/3이 게임을 즐기고 있는 것이다. 그리고 매 가정은 일 년 동안 온라인게임에 100위안을 소비, 최소 14억 위안의 온라인게임 시장을 구축하고 있다. 업계인사의 예측에 따르면 2007년에 이르면, 중국 온라인게임 시장의 전체 규모는 100억 위안에 달할 것이며 게이머 수 또한 한국을 추월할 전망이다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-12-07/20061207101239628.shtml>

2006년도 온라인게임 최대 접속자 수 통계

아래 통계가 아주 정확하다고 할 순 없지만 현재의 추세를 잘 보여주고 있다. 게임 순위 중 50%가 중국산 게임으로 이는 중국의 게임 산업 및 자체 연구개발이 성숙단계에 진입했음을 알 수 있다. 그리고 중국 운영업체의 능력이 제고되어 적은 투자로도 성공을 거두고 있다. 또한 게임 순위 중 30%가 캐주얼게임으로 게임을 즐겁게 즐기는 네티즌들이 늘어났음을 알 수 있다.

게임 순위에서 한국 게임이 약세를 내고 있어 한국 게임의 중국시장 점유율이 하락하고 있음을 알 수 있다. 그리고 거작이라고 해서 시장을 모두 독점하는 것이 아니기에 중국은 앞으로 우수한 게임을 출시해 현 시장 추세의 돌파구를 마련해야 한다.

단위: 만명

순위	게임 명칭	접속자 수
1	멍환시요우(梦幻西游 / 몽환서유)	131
2	진우환(劲舞团 / 오디션)	100
3	파오파오탕(泡泡堂 / 비엔비)	70
4	파오파오카딩차(跑跑卡丁车 / 카트라이더)	70
5	따화시요우(大话西游 / 대화서유)	58
6	머서우스제(魔兽世界 / WOW)	50
7	찬치스제(传奇世界 / 전기세계)	50
8	QQ환상(QQ幻想 / QQ환상)	50
9	찬치(传奇 / 전기)	30
10	징투(征途 / 정도)	30

자료 : http://www.bjgamecollege.cn/news_view.asp?newsid=474



Game 순위

중국 온라인게임 기대 작 TOP 20 (43)

순 위		게 임 명 칭
1	-	치씨스제(奇迹世界 / SUN)
2	-	지짚(激戰 / Guild Wars)
3	-	띠사청위용쓰(地下城与勇士 / Dungeons and fighter)
4	-	티엔롱빠뿌(天龙八部 / 천룡팔부)
5	-	씨엔샤칭웬(剑侠情缘网络版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)

6	7↑	완메이스제귀찌반(完美世界国际版 / 완미세계 국제판)
7	9↑	징티엔똥띠(惊天动地 / 카발온라인)
8	6↓	시엔찌엔치샤관OL(仙剑奇侠传 / 선검기협전)
9	新	뽀커 Online(博客Online / Boke Online)
10	8↓	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
11	10↓	가오궈이(搞鬼online / Ghost online)
12	11↓	쥬웨즈찌엔(卓越之剑 / 그라나도 에스파다)
13	12↓	Aion
14	-	황이첸샤관(黄易群侠传 / 황역군협전)
15	-	평원(风云 / 풍운)
16	13↓	시엔징찬취2(仙境传说2 / 선경전설2)
17	16↓	띠위즈먼:룬문(地狱之门 : 伦敦 / Hellgate : London)
18	17↓	티엔샤얼(天下贰 / 천하2)
19	18↓	머썬우스제:란소우웬정(魔兽世界:燃烧远征 / WOW)
20	-	광즈궈두(光之国度 / Shine)

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-12-11/20061211102349245.shtml>

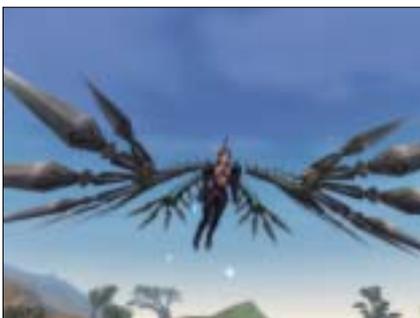
《완메이스제귀지반/完美世界国际版/완미세계국제판》



- 게임 이름 : 완메이스제귀지반(完美世界国际版)
- 게임 종류 : MMORPG
- 개발 업체 : 완메이스공(完美时空)
- 운영 업체 : 완메이스공(完美时空)
- 공식사이트 : www.w2i.com.cn
- 현재 현황 : 11월 30일 클로즈베타 테스트

《완메이스제귀지반/完美世界国际版/완미세계국제판》은 완메이스공(完美时空)이 심혈을 기울여 제작한 3번째 중국산 3D 온라인게임이다. 완메이스공은 본 게임의 출시에 맞추어 “세계 평차오(蜂巢/벌집)계획”을 전면 실시할 계획이다. 본 게임의 모든 게임 내용은 전 세계에서 동시에 업데이트 될 것이며, 영구 무료 운영방식으로 게임의 문턱을 낮춰 게이머들을 맞이할 것이다.

본 게임은 완메이스공이 자체 연구개발한 세계 수준의 3D 게임엔진을 사용, 전 세계 중국인들을 위해 가장 실제와 같은, 가장 아름다운 중국의 풍경들을 창조했다. 그리고 전 세계 중국인 게이머들의 습관에 부합한 게임을 제작하기 위해 개발과정에서 다양한 게이머들의 건의를 받아들였으며 게임의 내용, 조작방식, 시스템 설비 등에서는 전무후무한 창의성을 발휘했다. 또한 완벽한 수치통계, 풍부한 퀘스트, 자유 생산, 자유 PK, 장비정련 및 레벨 구분 등의 특징은 전 세계 게이머들에게 가장 신선하고 재미있는 온라인게임으로 다가갈 것이다.



자료 : <http://newgame.17173.com/content/2006-11-10/20061110153932490.shtml>

무바오(目标) 소프트웨어(북경) 유한공사**▶ 회사소개**

1995년에 설립된 무바오(目标) 소프트웨어(북경) 유한공사는 중국에서 가장 빨리 최첨단 엔터테인먼트 게임과 다매체 소프트웨어 개발에 전문적으로 뛰어든 회사이다. 그리고 제일 먼저 상품판매의 세계화를 시도한 중국산 게임 연구개발 회사이기도 하다.

9년간의 발전과정을 거친 무바오는 이미 게임개발과 제작을 기초로, 기술과 서비스를 중심으로 컴퓨터게임, 온라인게임, 비디오게임, 다매체 교육과 상거래 응용 소프트웨어 등으로 광범위하게 개발영역을 넓히고 있다. 현재는 온라인게임 제작 및 연구개발에 중점을 두고 있다.

무바오는 몇 명의 프로그래머를 둔 소규모 제작팀에서 오늘날 2백여 명의 직원과 십여 개의 지적재산권을 소유한 중국 유명 연구개발 기업으로 성장했다. 그리고 국가의 비준을 처음으로 얻은 첨단기술 기업으로 일찍이 소프트웨어 기업인증 및 소프트웨어 제품의 등기를 획득한 기업이다. 무바오의 제품은 중국, 대만, 유럽, 동남아 등 백여 개 국가와 지역에 판매되고 있다.

▶ 연락처

주 소 : 北京市 海淀区 学院路7号 弘彧大厦 7层

우편번호 : 100083

전 화 : 86-10-8230-6880

팩 스 : 86-10-8230-6885

홈페이지 : www.object.com.cn

이 메 일 : info@objectsw.com

자료 : <http://www.object.com.cn/>

신문출판총서: “온라인게임 감독 보고서” 매달 제출 요구

민감한 종교문제나 국제영토 분쟁 문제와 관련된 온라인게임 콘텐츠에 게임업체가 마음대로 콘텐츠를 첨가하거나 게임명칭을 바꾸고 있다. 심지어 어떤 출판업체는 심의에서 고의로 게임 내용을 숨기는 행동까지 하고 있다.

상기 내용은 국가신문출판총서가 수입 온라인게임 심사과정에서 발견한 일련의 문제들이다. 이와 관련해 신문출판총서는 온라인게임 출판업체가 출시된 온라인게임에 대해 법에 따라 감독해야 한다고 요구했다. 그리고 매월 온라인게임 제품의 운영상황과 관련한 감독관리 보고서 제출을 요구했다.

신문출판총서는 온라인게임 출판업체들에게 아래와 같은 “3가지 필수조건(3심제도)”을 따르도록 요구했다

첫째, 수입할 온라인게임의 콘텐츠 내용과 신문출판총서에 보고한 심사 자료가 반드시 상세하게 사실과 부합해야 한다. 둘째, 이미 출판된 온라인게임에 대해 법에 따라 반드시 감독 관리를 진행해야 하며 방임해서는 안 된다. 셋째, 감독 관리의 권위성을 반드시 수립해, 감독 관리를 받아들이지 않는 온라인게임 운영업체는 상부에 보고해야 하며, 조항을 위반한 업체의 운영자격을 박탈한다.

신문출판총서는 온라인게임 출판업체가 이후 수입게임 심사를 신청할 때, 우선적으로 심사 책임을 져야하며 “3심제도”에 부합해야 한다고 규정했다. 그리고 게임이 출판된 이후에도, 출판업체는 반드시 법에 따라 관리책임을 져야 한다. 또한 게임출판 후, 엄격한 감독관리 조치를 취해 게임 운영업체들이 불건전한 콘텐츠를 무단으로 첨가시켜 사회에 나쁜 영향을 미치는 것을 근절해야 한다.

감독 관리를 받아들이지 않는 게임 운영업체에 대해, 출판업체는 “출판자 책임” 원칙에 근거해 감독관리 책임을 이행해 출판업체의 감독관리 권위를 수립해야 한다. 그리고 출판업체는 온라인 게임 출판 관련 법률과 법규를 파악해 출판 계약체결 시 조항을 상세하게 기재해 계약양측의 권리와 의무를 분명히하여 감독 관리의 헛점을 차단해야 한다.

자료 : <http://news.17173.com/content/2006-12-11/20061211092533731.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