

The Biweekly

Taiwan Game News

2007. 4. 13. Vol.7

[CONTENTS]

기획특집

■ 2006 대만 디지털 콘텐츠 산업 회고 및 전망

뉴스 & 화제

- 1 鈔象(IGS) 온라인게임시장 본격가세
- 2 대만기업 중국온라인게임시장 진출 위해 경쟁
- 3 모바일 게임의 절대강자 <Legend of Ancient> 등장
- 4 쉽게 즐기는 캐주얼 게임, 직장인들에게 인기

게임 순위

기획 특집

2006 대만 디지털 콘텐츠 산업 회고 및 전망

전 세계 시장규모 지속적 성장, 대만 투자자원 상대적으로 적어

올해 III(Institute for Information Industry)와 함께 연구한 전 세계 디지털 콘텐츠 산업 현황을 살펴보면 2006년에는 7,556억 US\$, 2010년에는 1.046조 US\$에 달하며 연평균성장률(CAGR)은 8.5%에 달하였다는 결과를 발표하였다. 이 수치에서 우리는 세계 시장규모 및 산업가치가 크며 쉬지 않고 성장하고 있다는 것을 알게 된다. 이러한 규모를 감안할 때 대만이 그 규모의 아주 조그만 부분이라도 차지하게 된다면 큰 산업 가치를 창출할 수 있을 것이다. 기타 참조 산업¹⁾인 반도체, 영상소프트, 통신 산업에 비해 대만이 현재 디지털 콘텐츠 산업에 투자하는 자원은 현저히 낮다.

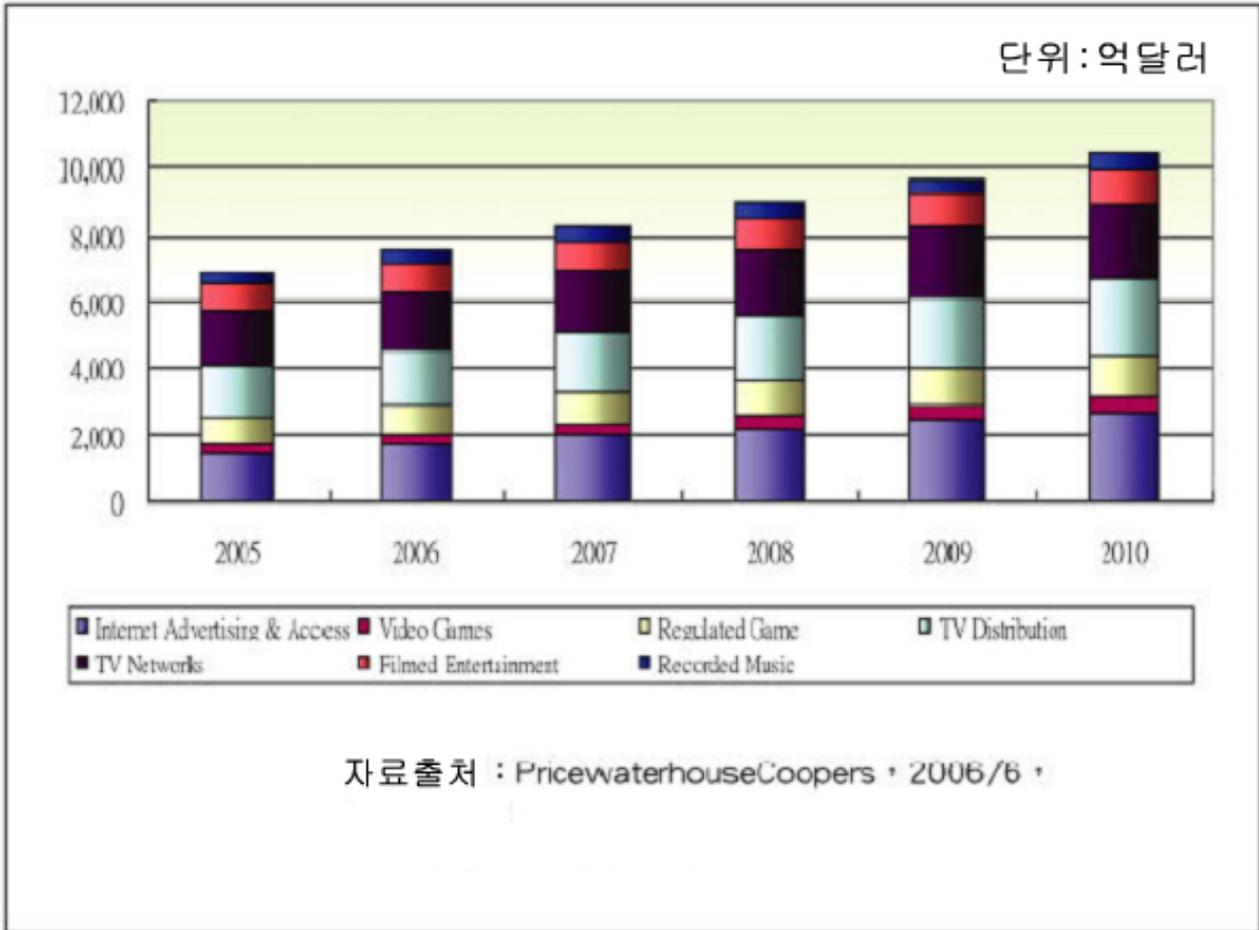
최근 몇 년 대만 하드웨어 대기업인 ‘Foxconn’, ‘Quanta Computer’, ‘Ritek’ 그리고 ‘CMC Magnetics’ 등은 영상소프트 혹은 문화산업에 투자하고 있으며 이 기업들은 모두 시장흐름에 민감한 반응을 보이고 있어, 대만 디지털 콘텐츠 산업 발전에 도움이 될 것이라 여겨진다.

금년도 아시아태평양 지역 시장규모는 US\$2,989억으로, 2010년에는 US\$4,250억에 달할 것으로 예상하고 있으며, 연평균성장률(CAGR)은 9.2%에 달할 것이라 예상된다. 아시아 태평양 지역 시장은 전 세계 시장 중 성장속도가 가장 빠른 시장 중 하나이다. 아시아지역 중 현재 일본이 가장 큰 규모의 엔터테인먼트 대중매체 시장이지만, 2009년에는 중국이 그 자리를 대신할 것으로 여겨진다. 다른 국가들의 기업과 비교해 볼 때 대만 기업은 중국시장과 인력을 기반으로 발전해 나가면 더 좋은 성과를 얻을 수 있을 것이다.

1) 참조 산업 : (2005년 제정) 대만 중앙 정부차원에서 육성, 보호하는 3가지 주요 산업

지역별 산업시장을 통해 대만 발전기회를 분석

[도표 1] 전 세계 오락 및 멀티미디어 산업별 시장 규모 예측



일본 가정용 게임시장을 보면 알 수 있듯이 디지털 콘텐츠 산업시장 발전은 주기적인 흐름을 따른다. 2001년은 PS2가 최고 수익률을 이루던 해로서 매출액이 1.46조엔 이었으나 그 후로 감소되고 있다. 2005년에는 새 제품 PS3, Wii등의 출시로 인하여 또 다시 1.36조 엔화의 성과를 거두었으며, 2006, 2007년에도 지속적인 성장을 이루다가 2008, 2009년에는 또 다시 감소될 것으로 예상하고 있다. 일본 가정용 게임시장은 그 규모가 엄청나며, 3분의 1은 국내 시장이, 3분의 2는 해외시장이 차지하고 있다. 이 같은 사실은 국제시장이 일본에게 얼마나 중요한 것인지를 보여준다.

한국의 디지털 콘텐츠 산업 중 디지털 게임이 가장 두드러지는 성과를 보이고 있다. 금년도 한국 전체 게임시장의 규모는 5조 6,070억 원으로, 15%의 성장률을 보일 것으로 예상하고 있다. 온라인 게임시장이 강세를 보이고 있는 가운데 해외 수익 중 중국이 43.3%를 일본이 25.7%를 대만이 19.5%를 차지하고 있으며, 아시아 온라인게임 시장의 주도적인 역할을 하고 있다.

동남아시아 게임시장 규모는 전 세계 시장의 1~2%를 차지할 뿐이다. 그러나 최근 대만 게임업체는 태국을 중요한 시장의 하나로 보고 있으며, 필리핀이나 말레이시아 및 싱가포르의 비록 게임시장의 규모가 작으나 최근 몇 년간 30%, 40%의 빠른 성장률을 보이고 있어, 눈여겨 볼만 하다.

애니메이션 시장을 보면 1999년 미국이 출시한 포켓몬스터 대형 애니메이션 상품이 성공하면서 부가 판권상품이 잇따라 출시되며 급속한 성장을 이루었으나, 곧 줄어들었다. 2005년에는 대중적인 애니메이션이나 TV만화 프로그램의 수량이 줄어들어 성장이 지체되는 가운데, 애니메이션 및 캐릭터 부가 판권 상품의 시장규모는 커졌다. 2004년 미국 캐릭터 부가 상품 시장규모는 US\$450.9억불에 달하며, 그 중 일본 애니메이션 기업이 미국에서 생산하는 캐릭터 부가 상품 시장이 US\$29.4억불에 달해 미국 전체 시장의 6.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

미국 가정용 CD 및 비디오의 전반적인 대여판매 시장은 US\$160.6억불로, 그 중 일본 애니메이션의 CD 및 비디오의 대여판매액이 US\$3.5억불에 달한다. 미국 영화 발행 총수입은 US\$95.4억불이며, 그 중 일본 애니메이션 발행수익이 US\$2천만 불을 차지하고 있으며, 또한 2004년에는 엔터테인먼트용 캐릭터 판권 비용이 US\$25.65억불에 달했다.

일본의 2005년 애니메이션 시장규모는 2,339억 엔에 달하며, 성장폭 역시 지난 몇 년에 비해 높게 나타났다. 애니메이션 시장은 애니메이션 영화 발행시장, CD비디오 대여판매 시장, 텔레비전 만화프로그램 시장 그리고 ADSL 애니메이션 다운로드 시장 등으로 기타 캐릭터 부가상품은 포함되지 않는다.

2005년의 시장성장은 CD대여판매 업체가 DVD로 대여상품을 교체하면서 비롯된 것으로 예상된다. ADSL 애니메이션 다운로드 시장규모는 크지 않으나 빠른 속도로 성장하고 있으며, 위성방송과 케이블방송도 애니메이션 프로그램을 추가하여 시청자들이 증가해 시장규모를 늘리는데 한몫했다.

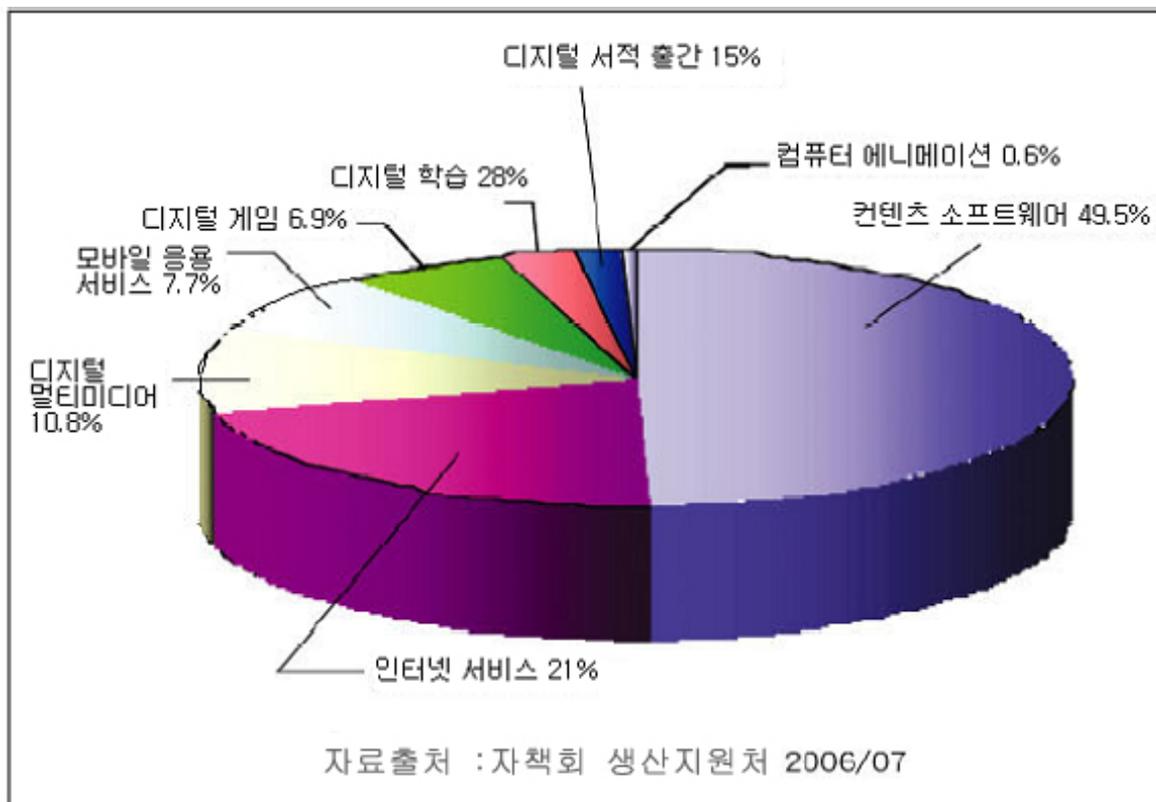
중국은 성장 잠재력이 큰 시장이나, 중국 정부가 디지털 콘텐츠 산업에 적지 않은 보호와 제한을 두고 있다. 영화, 텔레비전, 음악, 게임 등 해외 콘텐츠 산업이 중국지역에서 판매하고자 할 때 필히 주요기관의 심사를 통과해야 하는데 주요기관은 SARFT (the State Administration of Radio Film and Television), 국가 신문 출판 총서, 국가 정보산업부, 문화부등이다.

그 중 홍보부는 그다지 중요한 역할을 맡고 있지 않은 것 같지만, 홍보부의 동의를 얻어야만 공개적으로 방영할 수 있으므로, 역시 중요시해야 한다. 콘텐츠 상품마다 심사기관이 틀려지게 되는데 예를 들어 SARFT는 영화, 텔레비전 방송의 분배, 내용 및 허가를 담당하며, 음악은 국가 신문 출판 총서 및 문화부에서 담당하고, 인터넷 등 새로운 매체는 국가 정보 산업부 및 저작권협회 등에서 관리한다.

대만 디지털 콘텐츠 산업 발전현황

통계에 따르면 2006년 대만 디지털 콘텐츠 산업 가치는 NTD3,412억 원이며, 이 수치는 전년도에 비해 17% 성장한 것이다. 산업가치구조방면에서 8대 디지털 콘텐츠 분야 중 디지털 소프트웨어 분야가 가장 큰 규모를 차지하고 있으며, 그 다음으로는 인터넷 서비스와 디지털 영상음악이다. 분야별로 살펴보면, 디지털 학습은 45%, 이동통신 응용 서비스는 43% 성장하였으며, 그 중 디지털 학습은 국가의 전반적인 추진운동 하에 지난 2년간 큰 폭의 성장을 보였고, 이동통신 응용 서비스 역시 지불방식의 변화와 휴대폰 기능의 향상을 통하여 더 많은 디지털 콘텐츠의 사용이 가능하게 되었다.

[도표 2] 2006년 대만 디지털 콘텐츠 산업 가치 구조



최근 2년 대만 게임업체들은 비교적 보수적인 시장전략을 가지고 안정을 찾은 뒤, 도전적인 방식으로 발전을 꾀하고 있다. 소규모의 게임업체는 이미 퇴출되었다. 현재 온라인게임 시장은 여전히 소프트월드, 감마니아, 소프트스타, 와이(Wayi), Interserv, UserJoy 등의 업체들이 좋은 성과를 내고 있으며, 그 외에 영향력을 가지고 있는 자체 게임개발을 하고 있는 Lager, TV게임에 XPEC, 캐주얼 게임에서 막강한 파워를 자랑하고 있는 펀타운 그리고 IGS등이 있다.

컴퓨터 애니메이션부분에서 규모와 기술 그리고 창작능력을 갖춘 업체는 약 20군데 정도 되며 Digimax, WangFilm, HongYing, CGCG, SMEC, Leader, Images Infinitely등이 해당된다. 과거 디지털 콘텐츠의 개발이 가능했던 업체로는 Kland, TVbean, Jamar, Taichikid등이 주를 이루고 있었으며 최근 더 많은 업체가 이 분야로 뛰어 들었다. 시각 특수 효과 및 단편 영상의 제작에서 판권 디지털 상품의 개발로 분야를 바꾼 SOFA Studio는 Eastern Television이 2005년 출시한 텔레비전 프로그램 <YOYOMAN>의 캐릭터 및 스토리를 모두 자체 개발하였다. 입체영상 및 가상현실 프로그램을 개발하는 YAOX나 SMEC등의 콘텐츠는 모두 자체 개발 제작한 것이다.

산업발전의 중요문제 및 대처방안

8대 디지털 콘텐츠 산업발전의 공통적 중요문제 :

- 국제수준의 콘텐츠를 제작하기에 투자자원 역부족 그로 인한 판매수익의 저조가 불러일으키는 악순환
- 고급인력의 부족으로 인한 대형 상품의 기획, 제작기술, 재무, 법무 및 국제협력 능력의 부족
- 상품판매 지역이 아시아 지역으로 국한, 기업 및 상품의 국제화 경험 및 마케팅 통로 부족
- 신상품의 수량 및 창의성 부족으로 인해 소비자들로 하여금 신뢰를 얻지 못함
- 영상음악 및 애니메이션의 제작 가치성이 통합되지 못함
- 애니메이션등 부분적인 콘텐츠 산업의 투자환경 미성숙, 다양한 통로 및 재무 설계의 부족

대처방안 :

- 연구개발 및 인재양성을 강화, 젊은이로 하여금 창의성을 발휘할 수 있는 디지털 콘텐츠 산업 환경 조성
- 업체 간의 연맹 및 단체 구매 등의 조성, 산업규모 확대
- 업체의 해외 전시회 참여 지원, 국제적인 안목을 갖추기 위해 서포터, 더불어 국제수준의 상품제작 및 마케팅경험의 학습을 서포터
- 관계 상품의 국제적 협력을 도모
- 미국 할리우드의 제작 및 투자전문가, 제품보증 전문가, 미국, 일본의 지명도 있는 프로듀서 등을 고문으로 초빙
- 미디어업체 (출판사, 텔레비전 프로그램 제작사, 통신업체, 인터넷 서비스 업체 등)의 직접적으로 미디어, 애니메이션 제작에 투자할 수 있도록 하며 세금혜택을 주며 더불어 창작, 기획, 발행, 재무 및 저작권의 이용을 가능하게 한다.
- 유한 합작법, 무형자산 신탁화 및 특수목적회사(SPC)등을 들여오기

[자료출처 : 대만 경제부 발행 잡지

數位內容新世紀

2007년 2월 제26호]

News & issue

鈇象(IGS) 온라인게임시장 본격가세

지 금까지 대형 아케이드(업소용) 게임기의 판매로 인한 수익이 주를 이루고 있던 鈇象(IGS : International Games System Co. Ltd.)는 곧 출시될 새 게임 We Dancing ONLINE 에 주력하여 금년 2007년의 영업수익은 온라인게임이 주를 이룰 것이라 예상되며 <We Dancing ONLINE>외에도 다른 여러 종류의 온라인게임을 출시할 예정이라고 ‘IGS’의 장원청(江順成) CEO는 밝혔다.

‘IGS’는 작년도 15억 원에 달하는 수익을 거뒀으며 그 중 약 5억 즉 총 수익의 30%는 온라인게임으로부터 그리고 나머지 70%가 업소용 게임기로부터이다. 장원청(江順成)은 온라인게임시장에서 수익을 올릴만한 기회는 그다지 높지 않으나 금년도는 손익분기점을 넘길 것이라 예측해도 좋으므로 전체적인 수익성장의 주요 원동력이 될 것이라 밝혔다.

장원청(江順成)은 덧붙여 ‘IGS’는 기존의 <스타3Q1 ONLINE> 등의 마작게임은 구정 연휴 기간 동안 꽤 좋은 반응을 보였다고 밝히며 다음 해에는 자체개발 제작한 MMORPG게임을 출시할 것이며 금년도에 <We Dancing ONLINE>에 거액을 투자하여 홍보할 뿐만 아니라 한국의 온라인게임을 퍼블리싱 할 계획도 가지고 있다고 말했다.

‘IGS’가 지난주에 출시한 <We Dancing ONLINE>은 대만 아이돌스타 차이린(蔡依林)을 게임홍보대사로 위촉하였다. 게다가 이 게임은 대만 국내 최초로 자체 개발한 음악게임으로 대만 게임 대기업 중 하나인 ‘소프트월드社’의 CEO 왕원보(王俊博)도 중화권 음악을 중심으로 만든 이 온라인게임이 대만에서 큰 수익을 가져올 것이라고 밝힌 바 있다. ‘IGS’는 클로즈베타에 5만 명의 동시접속자수를 달성하는 것을 목표로 하고 있다.

뿐만 아니라 벌써부터 <We Dancing ONLINE>의 중국 대륙지역의 출판권을 논하고 있으며 4,5달 후에는 중국에서 출시될 것으로 예상된다. 중국에서는 이미 <We Dancing ONLINE>과 비슷한 음악게임이 출시되어 좋은 성적을 거두고 있으나 이 게임은 타 게임과는 달리 중화권 음악을 중심으로 제작되었다는 장점을 가지고 있으므로 중국에서도 좋은 성적을 거둘 것이라 자신하고 있다고 장원청(江順成)은

덧붙여 말했다.

‘IGS’는 업체용기기 판매를 시작으로 최근 점점 온라인게임 영역에 발을 들여놓고 있는데 지금까지는 소규모의 캐주얼게임을 선보였었으나 지난주 정식 출시한 대형 음악 댄스게임 <We Dancing ONLINE>의 클로즈베타를 시작으로 ‘IGS’는 본격적으로 대형 온라인게임 산업에 들어서면서 외부에도 공개되고 있다. 게다가 현재 ‘IGS’의 온라인게임 수익이 총 수익의 30%를 차지하고 있고 지난해 국내 온라인게임 시장 점유율이 5%로 타 기업과 비교했을 때 중위권이다. 금년도 2월에는 ‘IGS’의 온라인게임 수익률이 0.5억에 달하는 최고신기록을 세움과 동시에 타 온라인업체의 라이벌로 급성장하고 있다.

Yam 신문 사이트 4.2

<http://news.yam.com/cnyes/fn/200704/20070402093048.html>

News & issue

대만기업 중국온라인게임시장 진출 위해 경쟁

중 국 대륙 온라인게임 인구가 최근 급 증가되면서 2006년 온라인게임 상품 판매 수익이 320억 대만달러에 달하며 전 세계 온라인게임 소비국 일위를 차지하였다. 대만의 ‘소프트월드’, ‘Chinese Gamer’, ‘감마니아’ 그리고 ‘IGS’등의 게임업체가 중화문화권의 중심지인 중국대륙의 거대한 상업적 기회를 노리며 진출을 모색하고 있다.

중앙통신사 타이베이 31일자에 의하면 중국대륙 통계에 따르면 2005년 말 온라인게임 인구가 2634만 명에 달하며 이 수치는 2004년과 비교했을 때 30.1%가 증가한 것으로 2006년에서 2010년까지 5년의 기간 중 중국 온라인게임 일 년 평균 성장률이 13.7%에 달할 것으로 예상되며 일반 인터넷사용인구의 성장률을 넘어설 것이라고 밝혔다.

대만 온라인게임 업체는 2005년 말 중국대륙 온라인게임의 소비자 인구가 1351만 명에 달하며 2006년에서 2010년까지 온라인게임 소비자 인구가 매년 14.4%의 성장률을 보이며 대만지역의 성장률을 능가할 것이라고 밝혔다.

초기 중국대륙의 게임시장은 대만과 사뭇 달랐다. 휴대용 게임이 게임시장의 주를 이루고 있었으나 일본, 대만, 한국 그리고 미국의 온라인게임이 지속적으로 중국대륙 시장에 진출하면서 인력, 자본, 기술의 꾸준한 투자로 2001년에 들어서서 중국대륙 온라인게임시장이 휴대용 게임시장을 앞서는 결과를 보였다. 그 후로 지금까지 빠른 성장속도를 보이고 있다.

대만 게임 업체는 약 10년 전부터 꾸준히 중국시장으로 진출하고 있다. ‘소프트월드사’의 자회사인 ‘中華網龍(Chinese Gamer)’는 중국대륙에 직접 손자회사인 ‘Online Game’을 설립하여 연구개발하고 있으며 3월에 자체 개발한 2D게임 <9주 영웅 온라인>을 출시하였고 4월에 대만에서도 선보일 예정이다. ‘소프트 월드사’의 또 다른 중국대륙에 설립한 자회사 ‘Lingo Soft’, ‘베이징 신칸센’ 등도 미술편집, 마케팅전략, 마케팅 통로등을 서포터 해주고 있다.

‘中華網龍(Chinese Gamer)’가 작년에 출시한 <황역군협전 온라인>이 대만에서 큰 성공을 거두면서 중국대륙에도 서비스 판권을 200만 달러 이상에 팔아 출시하였다. 현재 동시접속자수가 12만 명으로 대만지역의 19만 명에는 미치지 못하지만 증가할 가능성이 있다고 판단하고 있다.

대만 게임업체의 또 다른 거성인 ‘감마니아’는 2005년 중국대륙과 한국에 설립한 자회사가 엄청난 손해를 보면서 전체적인 수익에 악영향을 주었다. 지난해 중국대륙 자회사는 150만원의 적자를 보였다. ‘감마니아’ CEO 류보원(劉柏園)은 올해 자체 개발한 여러 종류의 게임을 선보일 예정인데 현재 중국대륙 게임시장이 급성장하고 있으므로 해외시장 중에서는 가장 좋은 성적을 거둘 것으로 예상한다고 밝혔다.

업체용 게임기기 판매를 시작으로 온라인시장으로 그 범위를 넓힌 ‘IGS’는 어제 대만에서 정식 출시한 자체 개발한 음악 댄스게임인 <We Dancing ONLINE>의 홍보대사인 차이린(蔡依林)이 지난해부터 순회공연을 가지면서 중국대륙에서도 지명도를 높였으므로 4,5월에 대만에서 정식출시하고 여름방학을 이용해 중국에 진출하여 좋은 성적을 거둘 것으로 기대하고 있다.

大公報 신문 사이트 3. 31

<http://www.takungpao.com/news/07/03/31/TM-714520.htm>

News & issue

모바일 게임의 절대강자 <Legend of Ancient> 등장

2007년 Game Star 최우수모바일게임 및 금년도 아이디어 대상을 획득한 <Legend of Ancient>가 많은 유저들의 기대 속에서 ‘ChungHwa Telecom’을 통하여 처음으로 무료다운로드방식으로 유저들과 만나게 된다.



무료시연 버전으로 출시되어 좋은 반응을 보였던 <Legend of Ancient>는 PC 게임규모로 개발 제작된 중국어 모바일 RPG게임 대작으로 <염룡기사단>과 <Dynasty 시리즈>를 개발한 연구진들이 1년여의 시간을 들여 제작하였다. 생동감 있고 정교한 시각효과와 적절한 시기에 사용한 음악 등으로 타 모바일 게임과는 비교도

안될 만큼 우수한 이 게임은 테스트버전이 출시됨과 동시에 중국, 대만 그리고 홍콩 등지에서 210,000번의 놀라운 다운로드횟수 그리고 만 건이 넘는 게시판 토론 횟수 등의 성과를 보여주었다. 이 같은 열화 같은 유저들의 반응에 힘입어 2007년 게임스타 최우수 모바일 게임 및 금년도 아이디어 대상을 수상하게 되었고 중국대륙에서는 2007년 모바일 게임 평가회에서 최우수기대주상을 받았다.

<Legend of Ancient>의 이야기배경은 중국고대 상나라 말부터 초나라 초로서 정의감이 넘치는 남자주인공이 어렸을 때부터 몸이 약했던 여자주인공의 병을 고치기 위해 여정을 떠나게 된다는 내용이다.

[게임소개]

<Legend of Ancient> 는 ‘Auer Media & Entertainment Corp.’가 자체 연구개발한 대용량 모바일 RPG게임으로 기존의 모바일 게임 인식을 바꿀만한 게임이다. 모바일 게임은 줄곧 저 자본방식으로 제작되어 왔는데 하드웨어 지원의 부족 외에도 기술진의 부족이 모바일 게임 개발의 주요 문제점이었는데 <Legend of Ancient>는 <염룡기사단>과 <Dynasty 시리즈>를 개발한 연구진들이 시간을 쪼개어 기획하고 개발한 것으로 기본적으로는 PC 게임의 규모로 제작되었고 화면과 콘텐츠의 질도 우수하므로 기대해 볼만 하다.

GameBase 사이트 3. 26

http://news.gamebase.com.tw/news/count.jsp?news_no=27020&category=pg

News & issue

쉽게 즐기는 캐주얼 게임, 직장인들에게 인기

쉽 게 즐길 수 있는 미니 캐주얼게임은 온라인게임 중 비교적 많은 유저를 보유하고 있다. 최근에 유행하고 있는 <카트라이더>는 특히 직장인들의 사랑을 받고 있어 눈길을 끈다. 또한 ‘펀타운’의 마작게임 역시 화이트칼라 블루칼라를 막론하고 유저수가 증가하고 있다.

<카트라이더>는 스피디한 게임으로, 긴장감이 있으며 게임 룰도 간단하며 짧은 시간 안에 즐길 수 있으므로 많은 직장인들의 사랑을 받고 있다.

‘감마니아’의 CEO 류보웬(劉柏園)의 말에 따르면 <카트라이더> 현재 회원 수는 300만 명이며 그 중 180만 명이 새로 가입한 유저수이다. 그 중 상당수의 유저가 전에는 게임을 하지 않던 유저로서 다른 게임과는 다르게 25세에서 40세 사이의 직장인이 아주 큰 비중을 차지하고 있다.

류보웬(劉柏園)은 <카트라이더>는 매일 50만~70만의 유저가 중복되지 않고 로그인하고 있으며 지난1월 3%에 그쳤던 매출 비율이 3월에는 7%로 증가하였고 한유저당 평균 매출이 50원에서 150원으로 증가하였으며 매출항목이 증가함에 따라 평균매출 역시 증가할 것으로 기대된다.

‘펀타운(Fun Town)’은 캐주얼 미니게임이 확실히 평소 게임을 즐기지 않던 유저층을 확보한 것은 사실이라고 밝히며 과거 인터넷을 사용하는 유저는 대부분 화이트칼라 또는 학생이었지만 ‘펀타운’의 마작게임을 통하여 블루칼라의 유저들이 증가한 것을 볼 수 있다고 밝혔다. 이 새로운 유저층 역시 적극적으로 길드에 참여하는 등 온라인마작을 하기 위해 컴퓨터나 인터넷을 배우는 유저도 생겼다고 한다. <카트라이더> 매달 수익은 이미 1,000만에서 2,000만을 뛰어 넘었고 동 사이트의 타 캐주얼 게임의 평균 유저수 역시 2배로 증가하였다.

이제 캐주얼게임은 대만국내 온라인게임의 새로운 거성으로 떠올랐다. 과거 MMORPG게임 위주였던 온라인 게임에서 캐주얼게임으로 전향되는 추세이다. ‘감마니아’, ‘와이’, ‘IGS’ 그리고 ‘소프트월드’등 올해 캐주얼게임 위주의 발전을

도모하고 있는 것으로 볼 때 대만 온라인게임 유저층의 변화를 엿볼 수 있다.

‘감마니아’의 천웨이광(陳威光) COO는 대만 온라인게임 시장이 이미 포화상태에 이른 가운데 캐주얼게임이 짧은 시간에 손쉽게 즐길 수 있다는 장점을 가지고 있으므로 앞으로 많은 성장을 가져올 것이라고 밝혔다.

‘감마니아’ 류보원(劉柏園) CEO는 현재 서비스되고 있는 사격게임 <히트 프로젝트>와 음악게임<댄스온라인> 그리고 격투게임 <갯앰프드>등의 캐주얼게임은 현재 유저평균수가 막 출시하였을 때의 2배로 증가했다고 밝혔다.

東森 신문 사이트 4. 4

<http://www.ettoday.com/2007/04/04/91-2077434.htm>

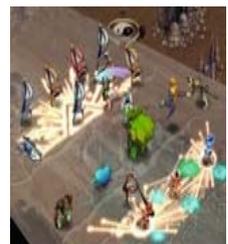
게임 순위

【 전체 게임 지난주 인기 순위 】

순위	게임명	종류	제작사 / 유통사
1	無双 OROCHI	PS2	KOEI
2	Kingdom Hearts II Final Mix+	PS2	SQUARE ENIX
3	Command & Conquer 3 : Tiberium Wars	PC	EA
4	Keroro 軍曹 ~ 藍星侵略大作戦 ~	PC	弘煜科技
5	GUNDAM MUSOU	PS3	KOEI
6	Monster Hunter Portable 2nd	PSP	CAPCOM
7	北斗の之拳 ~ 審判の双蒼星 拳豪列伝 ~	PS2	Arc System Works
8	Super Robot Wars W	NDS	BANPRESTO
9	Dekaron	PC	GAMEHI
10	Supreme Commander	PC	Gas Powered Games
11	Professional Baseball Spirits 4	PS2	KONAMI
12	逆轉裁判 4	NDS	CAPCOM
13	SilkRoad FOS Online	PC	Joymax
14	World of Warcraft: The Burning Crusade	PC	Blizzard
15	Armored Core 4	XB360	From Software
16	真· 三國無双 D S	NDS	KOEI
17	Bio Hazard 4	PC	CAPCOM
18	Battlefield 2142 : Northern Strike	PC	Digital Illusions
19	Rogue Galaxy Director's Cut	PS2	LEVEL-5
20	True Tears	PC	Broccoli / CIRCUS / GameCRAB



▲ 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	Dekaron	PC	GAMEHI
2	SilkRoad FOS Online	PC	Joymax
3	World of Warcraft : The Burning Crusade	PC	Blizzard
4	傲神傳(山海 Online)	PC	廈門榮耀科藝
5	Lineage II : 霸權之戰	PC	NC soft
6	新蜀山劍俠 Online	PC	中華網龍
7	W.Y.D 2	PC	JOYIMPACT
8	TALES WEAVER Ver.3.38	PC	NEXON / SOFTMAX
9	SilkRoad Online	PC	AeonSoft
10	三國群英傳Online : 群雄爭霸	PC	奧汀
11	信長の野望 Online	PC	KOEI
12	Fairyland : Beauty and the Beast	PC	雷爵
13	三國天下	PC	TeamMay
14	Fly For Fun : 如果風能飛	PC	AeonSoft
15	新絕代雙驕Online : 幸福攻城計畫	PC	宇峻奧汀
16	W.Y.D	PC	JOYIMPACT
17	The evil's illusion	PC	Actoz / WEMADE
18	N-age ver 5.3	PC	esofnet
19	EverQuest II	PC	Sony Online Entertainment
20	碧雪情天煉魔錄 Online	PC	鷹翔科技



▲ 天方夜譚
Online



▲ 삼국영웅전
군웅쟁패



▲ 天外Online

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