제227호
2007. 6. 11
CGW
Game Korea China Game Weekly

특집

· 온라인게임 마케팅영역의 지속적인 확장, 신규 사업기회 창출
· 왕타오(王滔) :《티엔롱빠뿌/天龙八部》온라인게임 성공의 숨은 공신

China Game News

· 2007 중국 캐주얼게임 발전컨퍼런스 추천주제 확정
· 진쿠(金酷), CHINA POST와 제휴, 왕훼이통(网汇通)《머쩨/魔界》진출
· 어낼러시스, 2007년 게임운영업체 수익구조 현저한 변화 예측
·《카이신Q쫜/开心Q传/개심Q전》
· 차이나닷컴(中华网) 1/4분기 영업수익 41% 증가, 순이익 985만 달러
·《시엔따오/仙道OL/선도OL》, 6월 15일 알파 테스트

Game 순위

· 중국 온라인게임 기대작
· NVIDIA 중국 게임 풍운방

Game 회사 소개

· 항저우 랑파이 네트워크 과기유한공사(杭州郎派网络科技有限公司)

New Game 소개

·《쯔커띠궈 / 纸客帝国 / Patrix》

법률 및 정책

· 선양시 환경보호국 사이트, 환경보호 온라인게임시스템 개통

CGW China Game Weekly 특 집

온라인게임 마케팅영역의 지속적인 확장, 신규 사업기회 창출

2006년 온라인게임 시장규모는 10억 달러, 유저수는 4,000만에 달하였으며. 리스크 투자자들이 가장 특별히 주목하는 산업으로 부상하였다. 2006년 온라인게임은 1.95억 달러의 리스크 투자액으로 중국 인터넷 분야의 선두산업으로 떠올랐다.

중국 인터넷 산업은 약 10년간 3단계의 고속 발전기를 거쳤다. 제 1단계 때 성장한 회사는 1996년부터 1997년 사이에 설립된 SINA(新浪), SOHU(搜狐)와 왕이(网易)로, 세 회사 모두 텍스트를 기초로 뉴스를 주요 전파방식으로 한 포털 사이트였다. 제 2단계는 2000년 전후 설립된 인터넷 검색회사 바이두(百度), 온라인게임회사 성따(盛大), 온라인거래회사 이취(易趣), 리얼타임 통신회사 텅쉰(腾讯) 등으로 인터넷 세분화 영역에서 성공을 거두었다. 제 3단계는 2005년 이후 설립된 Web 2.0사이트로 투또우왕(土豆网), 워러왕(我乐网) 등의 회사를 들 수가 있는데 유저들의 참여성과 상호작용성에 주목, 자체 내 성숙한 기술을 바탕으로 제 3단계의 선두주자가 되었다. 10년간의 발전 역사를 돌이켜 볼 때, 온라인게임은 탄생 시 부터 독특한 행보를 걸어왔음을 알 수 있다. 성숙한 사업방식, 인터렉티브와 엔터테인먼트를 중점으로 한 발전방향, 빠른 속도로 발전하는 유저층 등을 특징으로 인터넷 분야 수입의 1/3을 차지하고 있다.

눠성 컨설팅(诺盛电信咨询) 마케팅 책임자 콩린위(孔琳育)는 온라인게임 산업체인이 이미 개발업체, 운영업체, 루트업체의 삼원주도구조로 형성되어 있으며, 운영업체는 자신의 역량을 향상시키기 위해 자체 연구개발센터를 설립, 루트를 개척하고 있다고 밝혔다. 루트업체 또한 자신의 서비스 범위를 확장시키고 있는데, 징허(晶合), 쥔왕(骏网), 렌빵(连邦), 콴렌(宽联) 등 업체들은 시장의 자원을 확대, 통합하는 동시에 "부가가치서비스"의 기치를 내걸고 요금제시스템, 무료포스터, 최신 게임의 클라이언트테스트버전 및 테스트 아이디 우선획득, 이벤트지원 등 풍부한 부가가치서비스를 제공하고 있다. 개발업체도 해외시장 개척에 나섰다. 이와 같은 산업체인 간의 이익의 상호작용 및 비교는 산업체인 각 일환에게 더욱 거대한 시험으로 작용할 것이며, 자신에 대한 재정립 기회를 제공할 것이다. 또한 이는 온라인게임 산업체인이 성숙되기 위해 반드시 거쳐야 할 단계가 될 것이다.

위와 같은 사업방식은 온라인게임 산업에 새로운 기회를 제공하였다. 우선, 중국 온라인게임 시장은 5년간의 다소 비정상적인 빠른 발전을 거쳐 이미 "구매자 주도 시장" 의 형태를 가지게 되었다. 2005년 이전, 중국의 온라인게임 운영업체의 주요 이윤창출방식은 과금제 포인트카드 위주였다. 그러나 시장 환경이 변화함에 따라, 이러한 방식은 거대한 도전에 직면하게 되었고, 기존의 포인트카드 수입 위주의 운영방식(유료)은 현재 사이버 아이템 및 부가가치 서비스 판매를 위주로 한 운영방식(무료)으로 전환되고 있는 추세이다.

둘째, 광고주들은 온라인게임 광고를 점차 중요시하는 추세로, 게임 속 광고는 2006년 새로운 전환단계를 맞이했다. 젊은 층이 선호하는 음악 캐주얼 장르 게임과 스포츠 장르 게임의 보급으로 이러한 게임 속에 삽입된 게이머들의 소비습관에 부합하는 광고는 적은 노력으로 큰 효과를 보고 있다. 예를 들어,《제토우란치우/街头篮球/Free Style》에서는 nike광고를, 《차오지우져/超级舞

者/Super dancer》에서는 metersbonwe(의류 브랜드) 광고를 만날 수 있다.

마지막으로, 온라인게임 운영은 이미 주변제품의 마케팅으로 확산되고 있는 추세이며, 온라인게임은 점차 대중들의 주요 여가활용 방식의 하나로 자리 잡고 있다. 게임 산업 문화에서 중요한 위치를 차지하고 있는 게임 주변제품산업은 해외에서는 이미 성숙기에 진입하였으며, 게임 주변제품판매액도 매우 높아, 대략 게임 산업의 7,8배에 달한다. 또한 게임 주변제품은 수많은 게임팬들의 열렬한 지지에 힘입어 빠른 속도로 발전하고 있다.

자료:http://news.17173.com/content/2007-06-02/20070602111040610.shtml

왕타오(王滔) :《티엔롱빠뿌/天龙八部》온라인게임 성공의 숨은 공신

최근 중국에서 폭발적인 인기를 누리고 있는 온라인게임 하면 게이머들은 가장 먼저 SOHU(搜狐)가 출시한《티엔롱빠뿌/天龙八部/천룡팔부》를 떠올릴 것이다. 《천룡팔부》는 5월 9일 오픈베타 실시 후 연속 2주간 MMORPG 온라인게임 검색어 순위 1위를 차지하였으며, 중국내 전문 컨설팅 회사 아이리서치는 이 게임을 "가장 주목받는" 온라인게임이라 했다. 수많은 업계 인사들은 "《천룡팔부》가 중국산 온라인게임의 기적을 창조했다"라고 평했다.

《천룡팔부》의 지속적인 인기 상승에 따라 많은 게이머들은 성공을 거둔 이 온라인게임의 배후 추진력에 대해 더욱 궁금해 하고 있는데, 17173은 SOHU 게임 총책임자 왕타오(王滔)를 만나 그의 경험담 및《천룡팔부》게임 관련 현황에 대해 인터뷰를 했다.

중국 게임 산업의 선구자

17173 : 저희는 왕선생님께서 중국 게임 산업의 선구자이며 경험이 풍부한 게임제작자로 수많은 유명 게임의 제작과 운영에 참여하신 경력이 있음을 알고 있습니다. 간단하게 소개해주실 수 있습니까?

왕타오 : 대학 시절 게임 프로그램을 처음으로 접하고 빠져들기 시작하였습니다. 졸업 후 푸저우에서 게임 개발에 참여하였습니다. 98년 무비아오 소프트에 입사, 《아오스싼궈/傲世三国/오세삼국》,《싼펀티엔샤/三分天下/삼분천하》등 PC게임의 연구개발을 담당하였습니다.

17173 : 그 당시 중국은 PC게임이 대유행하고 있을 때로, 《오세삼국》은 업계에서 "중국산 소프트웨어 우수제품"으로 평가되었다고 합니다.

왕타오 : 네. 이후 중국 유명 게임 대리업체 티엔런 인터렉티브(天人互动)에서 CTO로 임명되어《우똥즈예/无冬之夜/무동지야》,《원밍III/文明III/문명3》,《샨띠엔싱똥/闪点行动/섬전행동》등 50여 개 게임의 도입 및 중국화 작업을 진행하였습니다. 2002년 온라인게임 붐이 일기 시작한 후 중국 게이머들의 대부분은 PC게임을 그만두고 온라인게임을 선택하였습니다. 티엔런 인터렉티브 또한 유럽 미국 지역의 판타지 온라인게임 대작《머찌엔/魔剑/Slayers》을 선택, 저에게 중국내 운

영을 담당하도록 하였습니다.

17173 : 《Slayers》는 당시 큰 반향을 일으켰다고 할 수 있겠습니다. 4년간의 시간 동안 천만 달러를 투자하여 연구개발한 후 전 세계에 동시 출시, 업계인사들에게 매우 높은 평가를 받았습니다. 안타깝게도 운영이 정지되었지요. 게시판에서는 아직도 많은 게이머들이 운영 당시를 회상하고 있습니다.

왕타오 : 《Slayers》는 좋은 게임이나, 운이 따르지 않았습니다. 투자자측이 자금을 회수, 티엔런 인터렉티브는 자금줄을 잃고 도산하였습니다. 따라서 이 게임 또한 운영을 중단할 수밖에 없었습니다. 티엔런 인터렉티브를 떠난 후, SINA(新浪)에 입사, SINA IGAME 프로젝트의 연구개발 및 운영작업을 주도하였습니다. 2004년 SOHU에 입사한 후, SOHU의 기술 전환 시점을 맞이하여 설립된 베이징 훠후 디지털 과기유한공사(北京火狐数码科技有限公司)의 총책임자를 맡게 된 동시에 SOHU의 게임부문 총책임자를 맡아 산하 온라인게임제품의 연구개발 및 운영을 담당하게 되었습니다. 해당 제품으로《천룡팔부》, 《따오찌엔 잉숑/刀剑-英雄/도검 영웅》등이 있습니다.

중국산 온라인게임의 올바른 발전 방향 - 독립 개발

17173 : SOHU는 현재 기술혁명을 통해 다시 새롭게 태어나고 있습니다. 《천룡팔부》게임이 대외적으로 자체 연구개발, 자체 기술이라고 홍보하고 있는데, 온라인게임의 "자체 기술"에 대해 어떻게 이해하고 계십니까?

왕타오 : 온라인게임기술은 돈에 의지해서 제작될 수 있는 것이 아닙니다. 이 시장에서 게임을 대리 운영하는 것은 더 이상 어떠한 경쟁력도 없습니다. 현재, 한국, 유럽미국 온라인게임은 중국의 온라인게임시장의 대부분을 차지하고 있으며, 시장에 출시된 유사한 제품들이 너무 많습니다. 장기적으로 볼 때, 독립 개발만이 중국산 온라인게임이 나아가야 할 발전 방향일 것입니다. 자체 개발을 진행하여야만 자신의 시장에 대한 판단력에 근거, 진행과정을 조정할 수 있으며, 자신의 고객에 대한 판단에 따라 개발과정을 설계할 수 있을 것입니다. 또한 시장의 변화에 따라 적시에 조정하고 새로운 게임법을 추가할 수 있을 것입니다.

SOHU는 2004년 《천룡팔부》개발을 시작, 2007년 5월 9일 오픈베타 클라이언트를 출시하기까지 3년간 독립 자체 개발을 실시, 중국 민족문화 스타일과 무협강호를 일체화하였습니다. 심혈을 기울인 디자인 제작, 인성화된 기능설계와 원작에 충실한 스토리 설정, 세심한 애완동물 시스템 등으로 게이머들을 빠져들게 하였으며 해외 게임대리업체들에게도 주목을 받았습니다.

가장 뛰어난 커뮤니티화 온라인게임 제작

17173 : 왕선생님에게《천룡팔부》는 어떠한 게임입니까?

왕타오 : 일반적으로, 한 편의 온라인게임을 평가내리는 가장 간단한 잣대는 바로 재미있는가의 여부일 것입니다. 그러나 저희는《천룡팔부》가 재미있는 게임일 뿐만 아니라, 좋은 게임이라는 것을 증명할 수 있습니다.

17173 : "좋은 게임"은 어떠한 게임을 가리키는지요?

왕타오 : 게임 속에서 게이머들은 단순히 게임의 오락적인 면뿐만 아니라, 일종의 문화 및 현실 가치를 지닌 부분 등 다양한 경험을 하게 됩니다. 저는《천룡팔부》를 이렇게 정의내릴 수 있다고 봅니다. 이 게임은 풍부한 콘텐츠, 게이머들간의 상호교류에 중점을 둔 커뮤니티화 온라인게임이라고 말할 수 있습니다.

17173 : 네트워크는 이미 Web2.0시대에 진입하였으며, "커뮤니티"는 "가장 Web2.0적인 응용"이라고 칭해지고 있습니다. 올해 3월 거행된 인터넷 뉴리더 세계 컨퍼런스에서 수많은 IT계 인사들은 모두 Web 2.0은 커뮤니티 발전의 거대한 물결을 맞이하게 될 것이라고 말했습니다.

17173 : 왕선생님께서 말한 "커뮤니티화 온라인게임"은 어떠한 특별한 의의가 있습니까?

왕타오 : 만약 이 게임을 해 보신 적이 있다면 아실 겁니다.《천룡팔부》는 뛰어난 온라인게임일 뿐 아니라, 강력한 기능을 보유한 가상 커뮤니티이기도 합니다. 이러한 인터넷 공간을 통해 현실 속의 대인관계의 대부분을 실현할 수 있습니다. 게임을 해보신다면, 다른 게임 속에서 체험할 수 없는 즐거움을 찾으실 수 있을 것입니다.

《천룡팔부》는 방회-방회도시-도시임무-도시등급향상 등을 포함한 다양한 방회(帮会) 시스템을 보유하고 있으며, 방회 안에는 직책 분업 체계를 완벽하게 구비하고 있습니다. 회장, 부회장, 공업, 농업, 상업, 보안, 과학기술 등 각 방면으로 모두 책임자를 임명할 수 있도록 되어 있습니다. 캐릭터 관계 또한 상당히 복잡하여 사제, 부부 관계 등 각종 관계가 평행 발전할 수 있도록 되어 있으며, 각 관계들은 향후 게임 과정에서 중대한 영향을 끼칠 수 있습니다. 게이머는 각종 문파기술을 사용, 다양한 PK방식으로 게임을 즐길 수 있으며, 도시 내 상업지구에서 상점을 개설 경영하거나, 내부 삽입된 블로그를 통해 게임에 대한 느낌을 서술할 수도 있습니다.

17173 : 오늘 인터뷰 감사합니다.

자료:http://news.17173.com/content/2007-06-01/20070601211411732,1.shtml

CGW China Game Weekly China Game News

2007 중국 캐주얼게임 발전컨퍼런스 추천주제 확정

2007년 7월 12일 오후 상하이에서 개최될 예정인 2007 중국 캐주얼게임 발전컨퍼런스 추천주제가 확정되었으며, 이번 심포지엄의 핫이슈로 떠올랐다. 이번 컨퍼런스에서는 중국캐주얼게임시장의 신규 경제성장 포인트 및 이로 인해 나타난 새로운 시장 운행방식에 대해 중점적으로 토론할 예정이다.

이번 회 캐주얼게임 컨퍼런스는 다음과 같은 주제로 진행된다.

1. 중국 캐주얼게임산업 발전추세 전망
2. 제품 개발과정에서 어떻게 게이머들의 "밀착도"를 향상시킬 수 있는가?
3. 캐주얼게임발전의 유행문화배경
4. 캐주얼게임의 개성화의 길
5. 해외 캐주얼게임제품의 중국시장에서의 혁신적 발전
6. 캐주얼게임 파생제품 개발의 이윤 방식을 어떻게 찾을 수 있는가?
7. 녹색 캐주얼온라인게임의 혁신 마케팅
8. 캐주얼게임의 아이템개발과 커뮤니티 부가가치서비스의 이윤 창출 포인트
9. 캐주얼게임 삽입 광고의 특징 및 전망
10. 캐주얼게임의 미디어화를 어떻게 실현할 수 있는가?
11. 캐주얼온라인게임에서 어떻게 민족적 특색을 구현할 수 있는가?

이번 컨퍼런스는 그 동안의 컨퍼러스의 성공적인 개최 경험을 바탕으로 전문 시장 리서치 기구-아이리서치 컨설팅 그룹을 영입, 인터넷을 통해 업계 인사들에게 추천의제 수렴작업을 진행한 후 아이리서치 전문팀의 조사 및 분석을 거쳐 위와 같은 의제를 선택하였다. 독특한 시각으로 현재 및 향후 예측 가능한 기간 내 중국 캐주얼온라인게임시장의 상업적 기회 및 발전 이슈에 대해 자세히 살펴보게 될 것이다.

이번 회 중국 캐주얼게임 발전 컨퍼런스는 아이리서치 CEO 양웨이칭(杨伟庆)의 사회로 진행될 것이며 이미 주요 강연연사를 확정하였다. 강연연사로는 세계 최대 캐주얼게임 연구개발업체 PopCap회사의 차석 CEO lames Gwertzman, Exit Games USA의 CEO Tom Sperry, 아이리서치 차석CEO 쩌우레이(邹蕾, 텅쉰(腾讯)회사 인터렉티브 엔터테인먼트 QQ게임 부서 책임자 리우니엔(刘念), 롄쭝(联众)회사 CEO 우궈량(伍国梁) 등 캐주얼게임분야의 중량급 회사 고위층 인사들이 초빙되었다.

캐주얼 장르 온라인게임은 3가지 현저한 특징을 보유하고 있다. 첫째, 게임과정은 주로 라운드식으로 이루어지고, 둘째, 게임소재는 기존의 문화스포츠활동과 일정한 연계가 있으며, 셋째, 요금방식이 회원 및 아이템 위주라는 것이다. 게임 특징에 따라 구분하면, 보드게임, 대전게임, 문화스포츠게임 등이 있으며, 운영방식에 따라 구분하면, 게임 플랫폼 게임 및 중대형 캐주얼 온라인게임 등으로 구분할 수 있다.

2006년 캐주얼게임시장의 실제 판매수입은 12.3억 위안에 달해, 2005년보다 100% 가량 증가하였다. 2006년도 캐주얼게임시장이 전년도에 비해 대폭 성장할 수 있었던 주요 원인은 나인유닷컴과 텅쉰 등 캐주얼게임을 위주로 하는 운영업체들의 급부상으로, 나인유닷컴의 캐주얼게임시장 실제판매수입은 5.2억 위안에 달해 전체 캐주얼게임시장에 큰 공헌을 하였다. 2011년 캐주얼게임시장의 실제판매수입은 87,5억 위안에 달할 것으로 예상된다. 일정기간동안 캐주얼게임은 빠르게 성장할 것으로 예상되며, 전체적으로 빠른 속도의 안정적인 성장추세를 나타낼 것으로 전망된다.

자료:http://game.china.com/zh_cn/industry/news/11011446/20070601/14134972.html

진쿠(金酷), CHINA POST와 제휴, 왕훼이통(网汇通)《머쩨/魔界》진출

세계 역사에 근거한 소재를 바탕으로 한 판타지 MMORPG장르의 제3세대 미디어 인터렉티브 온라인게임《머쩨/魔界/마계》는 출시됨과 동시에 세계 최초 게임 동영상 시스템으로 세계 온라인 게임계를 휩쓸었다. 독특한 이동 보루 개념, 웅장한 국가전쟁시스템, 캐릭터 레벨업 및 전직의 다양화 개념 등을 도입, 판타지적 색채를 띤 게임을 창조해 내었다. 또한, 게임시스템에 다양한 게임법, 즉 명예시스템, 관직시스템, 가구시스템, 애완동물시스템, 자원쟁탈전, 고급직업으로의 전직시스템 등을 추가, 게임의 재미를 대폭 증가하였다.

진쿠 소프트(金酷软件)는 최근 게이머들을 위해CHINA POST(中国邮政)와의 제휴를 발표, "게임 익스프레스" 왕훼이통(网汇通) 서비스를 출시하였다. 게이머들은 거주지에 관계없이 현지 우체국에서 모두 왕훼이통 카드 구매가 가능하며 직접 계정을 충전할 수 있다.

왕훼이통은 CHINA POST 전자 우편환거래 시스템의 경제적이며 빠르고 안전한 신세대 인터넷 지불서비스로, 게이머들은 전국 우체국 연합 지점에서 바로 왕훼이통 카드 구매가 가능하며, 어떠한 번거로운 수속도 필요하지 않아 인터넷 자유 소비의 즐거움을 신속하게 체험할 수 있다.

"게임 익스프레스"는 왕훼이통이 게이머들을 위해 제작한 일종의 새로운 충전방식으로, 다른 게임충전방식과 비교할 때 아래와 같은 몇 가지 특징을 지니고 있다.

- 여러 종류의 게임을 하나의 카드로 모두 충전할 수 있다. 왕훼이통 카드가 지원하는 게임은 다음과 같다: 티엔롱빠뿌(天龙八部, 천룡팔부), 우린와이쫜(武林外传, 무림외전), 쭈시엔(诛仙, 주선), 완메이스쩨(完美世界, 완미세계) 시리즈, 머위(魔域, 마역), 머쩨(魔界, 마계), 왕뤄산췌이(网络三缺一, 인터넷 삼결일), 따화짠궈(大话战国, 대화전국), 지짠(机战, 기전), 따탕(大唐, 대당), 따오찌엔(刀剑, 도검), 따탕펑윈(大唐风云, 대당풍운), 환링여우샤(幻灵游侠, 환영유협), 쩡푸(征服, 정복), 신양(信仰, 신앙) 등.

- 전국적 서비스로, 편리하고 빠르다. 전국 2만 여 개 우체국 연합지점에서 모두 카드를 구매할 수 있다. 따라서 거주지에 관계없이 구매가 가능하다.

- 바로 게임을 충전할 수 있으며 카드 비밀번호 전환이 필요 없다. 게이머들은 왕훼이통 "게임 익스프레스"에서 직접 카드를 사용해 자신의 게임 계정을 충전할 수 있다.

- 카드의 금액이 다양하다. 왕훼이통 카드는 현재 10위안, 50위안, 100위안의 3종류로 이루어져 있으며 여러 차례 충전이 가능하다. 예를 들면 게이머가 50위안짜리 카드를 구매, 30위안을 충전한 후, 남은 잔액 20위안은 다음번에 충전이 가능하다.

- 잔액 보호가 가능하며, 현금으로 찾을 수 있다. 왕훼이통 카드내 잔액을 자신의 왕훼이통 계좌로의 충전을 선택한 후, "출금" 기능을 이용, 우체국에서 출금할 수 있다.

이상과 같이, 거대한 자원 및 루트를 보유하고 있으며 전국 범위의 마케팅이 가능한 CHINA POST와의 제휴는《마계》에 새로운 발전의 기회를 제공할 것이다.

자료:http://news.17173.com/content/2007-06-04/20070604145148335.shtml

어낼러시스, 2007년 게임운영업체 수익구조 현저한 변화 예측

중국의 온라인게임시장은 2003년부터 빠른 발전단계에 진입, 온라인게임시장규모가 신속하게 확장되었다. 2004년 온라인게임시장규모는 36억 위안, 2005년 시장규모는 56억 위안, 2006년은 71.3억 위안에 달했다.

어낼러시스는 온라인조사를 통해 획득한 데이터를 분석한 결과, 2006년 중국 온라인게임산업에 거대한 변혁이 일고 있다고 밝혔다. 중국 온라인게임 업체들 간의 경쟁이 매우 치열한 상황에서, 무료운영방식의 출현, 캐주얼게임의 빠른 발전 및 이윤창출방식의 증가는 중국 온라인게임 산업에 신선한 물결을 일으킨 반면, 시장 경쟁을 더욱 치열하게 하였다. 중국 온라인게임시장의 발전 및 자본 통합에 따라, 온라인게임운영업체는 종합실력이 우수한 몇몇 기업에 집중되고 있다.

일부 온라인게임회사는 회사의 성격을 전환, 산업체인의 여러 일환의 발전을 꾀하며 온라인게임 개발업체로 부상하고 있다. 온라인게임 상업 방식이 변화함에 따라, 은행, 제3자 지불시스템, 전신 운영업체 등의 결산시스템 및 사이버 아이템 거래 플랫폼 또한 산업체인 안으로 흡수되어 점점 더 중요한 역할을 담당하고 있다. 온라인게임운영업체의 결산시스템 및 사이버 아이템 거래 플랫폼과의 협력은 온라인게임 운영업체들의 경쟁 구도에서 중요한 부분으로 떠오르고 있다.

어낼러시스는 2007년 온라인게임 운영업체의 수익구조에 현저한 변화가 발생할 것으로, 기존 게이머들의 요금제를 통한 지불 비중이 대폭 하락할 것이며 게임 사이버 아이템 및 부가가치 서비스 수입이 50% 이상을 차지하게 될 것이라고 예측하였다. 또한 융통성 있고 다양한 게임내 삽입식 광고 및 기타 업종간의 합작을 통한 수입은 운영업체수입의 20% 정도를 차지, 무료 게임 및 캐주얼 장르 게임의 지속적인 발전을 통해 70% 이상에 해당하는 게임이 2007년 무료화 방식을 선택하게 될 것이며, 게임 속의 사이버 아이템 거래는 게임운영업체의 주요 수입원이 될 것이라고 분석하였다.

자료:http://www.analysys.com.cn/main/www/index.php?action=showContent&ID=4883&WID=2&TID=10

《카이신Q쫜 / 开心Q传 / 개심Q전》

티엔칭 디지털(天晴数码)이 제작한《카이신Q쫜/开心Q传/개심Q전》은 아직 알파 테스트 단계임에도 많은 사람의 주목을 받고 있다. 2007년 초 중국산 자체개발 게임 우수작으로 선정되자마자

세계 유명 경기 ONE SHOW와 제휴, "开즐거움)"을 주제로 한 청소년 창의력 경기를 출시하였다. 이번 경기는 광고계와 온라인 게임이 제휴하여 펼치는 것으로 아직 알파 테스트 단계이지만 세계 유명 경기와 합작한다는 사실이 이번 티엔칭 디지털이 제작한 거작의 무한한 매력을 증명한 것이라고 하겠다.

이 게임은 기존의 전통 라운드식 카툰 스타일 게임을 뒤엎는 혁신적인 게임으로 아직 연구개발 단계이지만 이미 소수의 게이머들을 초빙, 알파테스트를 체험하도록 하였다. 이번에 ONE SHOW와 제휴하여 펼치는 창의력 경기는 더 많은 게이머들에게《카이신Q쫜》과 친해질 수 있는 좋은 기회를 제공하였다.

자료:http://games.sina.com.cn/o/n/2007-06-06/1034200709.shtml

차이나닷컴(中华网) 1/4분기 영업수익 41% 증가, 순이익 985만 달러

6월 6일, 차이나닷컴 투자집단(中华网投资集团)은 2007년 1/4분기 재무보고를 발표하였다. 재무보고에 따르면, 차이나닷컴 투자집단의 제 1/4분기 총영업수익은 9,130만 달러로 전년도 동기 비 41.4% 증가하였으며 차이나닷컴 투자집단의 1/4분기 조정 후 순이익은 985만 달러이다.

재무보고에 따르면, 차이나닷컴 소프트의 1/4분기 총영업수익은 7,620만 달러로 작년도 동기 5,310만 달러보다 43.6% 증가하였다. 차이나닷컴 게임의 1/4분기 총영업수익은 950만 달러에 달한다. 차이나닷컴 게임의 1/4분기 영업수익의 대부분은 여전히 핫이슈 온라인게임 《러쉐쟝후/热血江湖/열혈강호》로부터 나온 것이다.

차이나닷컴은 재무보고 발표 전, 차이나닷컴 창립자 예커용(叶이 차이나닷컴 게임집단 CEO를 맡게 되었다고 발표하였다. 예커용은 인터뷰에서 차이나닷컴은 이미 온라인게임 및 모바일게임을 포함한 게임업무를 회사의 핵심업무로 하여, 여우시차위엔(游戏茶苑), 17game 등 회사를 인수,

《열혈강호》게임을 운영하고 있으며, 온라인게임《쯔환왕/指环王/반지의 제왕》의 운영권을 획득했다고 밝혔다.

자료:http://news.17173.com/content/2007-06-07/20070607154533510.shtml

《시엔따오/仙道OL/선도OL》, 6월 15일 알파 테스트

《시엔따오/仙道online/선도 온라인》은 상하이 짜오스 정보기술유한공사 (上海兆思信息技术有限公司)가 3년 동안 백만 달러의 자금을 들여 개발한 중국 신화무협 소재 MMORPG 게임으로, 내용면으로 "촉산검협전" 원작소설에 충실하였다. 이 소설은 신화, 요괴, 검선, 무협 등을 하나로 융합, 신비로운 무협세계를 그려내 많은 사람들의 주목을 받고 있다.

《선도 온라인》은 게이머들을 위해 신기법보, 각대문파, 스토리 임무, 격투, 요괴 등 게임 곳곳에 소설 속 신비로운 장면들을 명확히 그려내었다. 게이머들은 게임 속에서 비범한 출신의 협사 영웅이 될 수도 있으며, 도골선풍의 세외고인이 될 수도 있다. 본게임의 세계에서는 중국 5천년 신화세계로 돌아간 듯한 느낌이 들 것이다.

《선도 온라인》은 제1차 미디어 테스트를 통해 참여자들의 호평을 얻었다. 《선도 온라인》의 타이완 버전《치삥/奇兵online/기병 온라인》또한 5월 1일에 정식으로 등장, 알파 테스트를 진행할 예정이다. 이번 테스트는 최초로 수많은 게이머들의 시험을 받는 것일 뿐 아니라, 각 게이머들의 피드백 의견을 수렴할 수 있는 가장 좋은 기회일 것이다.

자료:http://news.17173.com/content/2007-06-07/20070607143436046,1.shtml

CGW China Game Weekly Game 순위

중국 온라인게임 기대작

순 위		게 임 명 칭
1	-	시엔찌엔치샤좐OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)
2	-	찌엔샤칭웬(剑侠情缘罔絡版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
3	4↑	다항하이스다이 (大航海时代:黄金大陆 / 대항해시대:황금대륙)
4	5↑	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
5	6↑	시엔징촨숴2(仙境传说2 / 선경전설2)
6	7↑	따화시여우3(大话西游3 / 대화서유3)

7	11↑	우제취(舞街区 / 무가구)
8	17↑	창톈(苍天 / 창천)
9	12↑	잔훠:훙서징제(战火:红色警戒 / 전화 홍색경계)
10	9↓	지짠(机战 / 기전)
11	8↓	용헝즈타(永恒之塔 / Aion)
12	10↓	진우스쩨(劲舞世界 / Groove Party)
13	-	츠훙쉐online(赤红血 / Red blood Online)
14	-	띠샤청위용쓰 (地下城与勇士 / Dungeons and fighter)
15	-	치롱쭈Online(七龙珠Online / 드래곤볼Online)
16	-	싼궈쯔online(三国志online / 삼국지online)
17	18↑	젼·싼궈우쌍BB(真·三国无双BB / 진·삼국무쌍BB)
18	19↑	짠션(战神 / Warlord)
19	20↑	꽝즈궈두(光之国度 / Shine)
20	新	터친뚜이(特勤队 / 특근대)

자료:http://news.17173.com/content/2007-06-04/20070604130242406.shtml

NVIDIA 중국 게임 풍운방 (07-21)

순위	게 임 명 칭	게임유형
1	머써우쓰제 (魔兽世界, WOW)	MMORP
2	싱지쩡빠 (星际争霸, 스타크래프트2)	MMORP
3	머리바오베이2 (魔力宝贝II, 클로즈게이트II)	MMORP
4	씨엔찌엔치샤쫜 (仙剑奇侠传IV, 신검기협전)	RP
5	톈탕2 (天堂2 / 리니지2)	MMORP
6	티엔롱빠뿌 (天龙八部,천룡팔부)	RP
7	완메이스졔 (完美世界, 완미세계)	MMORP
8	주셴 (诛仙 / 주선)	MMOCP

9	구이우저3 (鬼武者3 / 귀무자3)	MMORP
10	다항하이스다이(大航海时代:黄金大陆 / 대항해시대:황금대륙)	MMORP

(2007年5月28日到6月3日)

자료:http://games.sina.com.cn/y/n/2007-06-04/1339200403.shtml

CGW China Game Weekly Game 회사 소개

항저우 랑파이 네트워크 과기유한공사(杭州郎派网络科技有限公司)

《펑황여우시청/凤凰游戏城/봉황유희성》은 항저우 랑파이 네트워크 과기유한공사가 개발 운영하는 게임이다. 랑파이사는 우수한 실력을 보유한 게임 개발 및 운영업체로 심후한 경험을 보유하고 있을 뿐 아니라, 풍부한 시장 운영 실력 또한 보유하고 있다.

본 회사는 서민적, 유쾌함, 혁신을 브랜드 핵심 이념으로 하여 게이머들과 함께 중국내에서 가장 오락성이 뛰어나고 가장 친화력 있으며 가장 창의적인 인터넷 캐주얼 천국을 만들기 위해 노력하고 있다.

랑파이 회사의 현재 제품은《펑황청/凤凰城/봉황성》으로 보드게임장르 캐주얼 게임으로 다른 많은 보드게임 플랫폼과 마찬가지로 지역화 전략을 선택하였다. 그러나 다른 게임과 다른 점은 바로《봉황성》의 지역은 항저우(杭州)이나, 제작된 제품은 후난(湖南) 지역 특색을 지닌 보드게임이라는 점이다. 이는 제작팀이 후난지역에 대해 비교적 이해하고 있기 때문인 것으로 보인다. 《봉황성》은 현재 4가지 미니 게임을 출시하였으며, 현재 더 많은 게임을 제작 중에 있다. 《봉황성》은 성인게임제작을 기본 이념으로, 게임의 대상 유저 층을 25세 이상으로 설정하였다.

▶ 설립일시 : 2005년
▶ 회사주소 : 杭州 文三路498号 天苑花园 2栋11楼E座
▶ 회사연락처
전 화 : (86-571) 88912420 / 88924677
팩 스 : (86-571) 88913254
홈페이지 : http://www.104688.com
주요업무 : 온라인게임 개발 및 운영

자료:http://news.17173.com/zhuanti/res/2006/hz/langpai.shtml

CGW China Game Weekly **New Game 소개**

《쯔커띠궈 / 纸客帝国 / Patrix》

- 게임 이름 : 쯔커띠궈(纸客帝国, Patrix)
- 게임 종류 : FPS
- 게임 특징 : 사격게임
- 개발 업체 : 취웨이띠이(趣味第一, 취미제일)
- 운영 업체 : 취웨이띠이(趣味第一, 취미제일)
- 공식사이트 : p.qwd1.com
- 현재 현황 : 2007년 6월 5일 알파 테스트

《쯔커띠궈》는 "취웨이띠이(趣味第一)"가 자체 연구개발한 제3인칭 시각의 사격을 주제로 한 게임으로 영화 블록버스터 및 게임의 코믹 요소를 삽입한 새로운 온라인게임이다. 개성있는 캐릭터, 다양한 기계 아이템, 코믹한 그래픽, 청각 효과 및 독특한 기능을 보유한 E버튼 등의 특색으로 사격 장르 게임에 즐거움을 더했다.

《쯔커띠궈/纸客帝国/ Patrix》맵 소개

사격 게임에서 맵은 매우 중요한 위치를 차지한다. 맵의 설계가 합리적이며 과학적인지의 여부는 대전 양측의 공평성 및 기술성을 결정하게 된다. 《쯔커띠궈》는 현재 이미 3대 맵을 선보였으며, 각 맵마다 모두 심혈을 기울여 설계하였다

1: 쯔커띠궈(纸客帝国- 매트릭스 패러디)

SF스타일의 배경이 이 맵의 특징이며, 게임 명칭과 같은 맵 명칭을 선택, 본 게임의 주요 맵이라고 할 수 있다.

"쯔커띠궈"맵의 설계는 주로 상하층간의 공간감과 협소한 통로내의 근접전 체험을 강조하였다. 게이머들은 E버튼 및 팩스 설비를 합리적으로 사용하여 야하며, 공중부유기능을 활용, 상대방을 공격해야 한다.

2: 친셔우스쪠(擒兽世界- WOW 패러디)

이 맵 또한 접촉전을 강조한 맵이나, "쯔커띠궈"맵과 비교할 때, 비교적 넓은 편으로 합리적으로 저격포인트를 이용하거나, 몸을 숨길 수 있는 지점을 찾아내는 것이 이 맵의 주요 특징이다.

3: 잉슝즈써(英雄纸色- 영웅본색 패러디)

이 맵의 풍경은 이미 홍콩 영화 속에서 많이 보아온 장면들이다. "잉슝즈써"는 항구전 위주의 맵으로 게이머들은 융통성 있게 각종 지형을 활용, 상대를 물리쳐야 한다.

자료:http://newgame.17173.com/content/2007-05-29/20070529164031115.shtml#menu

CGW China Game Weekly 법률 및 정책

선양시 환경보호국 사이트, 환경보호 온라인게임시스템 개통

선양시 환경보호국(沈阳市环保局) 사이트(www.syepb.gov.cn)는 최근 정식으로 "환경보호게임"페이지, 즉 선양시 온라인 환경교육베이스를 개통하였다. 선양시민은 게임 플레이를 통해 환경보호교육을 받을 수 있으며, 누적점수로 여러 상품들과 교환할 수 있다.

선양시 환경보호교육베이스는 10여 개에 달하는 생활 속 각기 다른 상황을 설정, 각 장면에 진입한 후 등장하는 환경보호문제에 대해 답할 수 있도록 설계하였다. 이 밖에, 이 베이스 안에는 환경보호 관련 수십 여 종의 게임들이 존재, 게임을 즐기면서 환경보호지식을 배울 수 있도록 하였다.

선양시 환경보호국 관련 책임자의 소개에 따르면, 온라인 환경교육베이스는 아이들이 한번 빠져들면 헤어 나올 수 없는 일반 온라인게임과는 다르다고 한다. 교육베이스에 접속한 아이들은 접속시간에 엄격한 통제를 받는다. 아이들이 이 사이트에 접속한지 1시간 후 컴퓨터는 자동으로 "숙제는 다하셨습니까? 만약 다하지 못했다면 먼저 숙제를 하십시오."라는 경고어를 발송한다. 만약 아이들이 사이트에 접속한 시간이 지나치게 길거나 대답점수가 2000점이 넘는다면, 사이트는 강제로 접속을 끊도록 했다.

소개에 따르면, 전체 시스템 연구개발 및 상품에 대한 투자는 100여 만 위안에 달하며, 게이머들은 무료로 온라인게임에 참여할 수 있다고 한다. 환경교육기지의 상품은 환경친화형 학용품 위주로 상품에는 1만 5천 위안에 해당하는 IBM 노트북 컴퓨터도 포함되어 있다. 이 온라인게임은 주로 환경보호관련지식의 홍보, 상품교환 위주이기 때문에 PK 등의 대전방식은 존재하지 않으며 게이머들을 게임에 중독 시키지도 않을 것이다. 따라서 시민들이 건전한 방식으로 인터넷을 이용하도록 유도할 것으로 전망된다.

자료:http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/5833260.html

CHINA GAME WEEKLY 자료제공			
DONGGUK UNIVERSITY	동국대학교 중국산업경제연구소 http://wwwk.dongguk.ac.kr/~icie TEL: 054-770-2475/ FAX: 054-773-6002	JBT	北京金碧伟业有限公司 http://www.jinbitech.com TEL: 010-8483-2061/ FAX: 010-8483-2062