

제232호

2007. 7. 16

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- IDC분석 : 중국 온라인게임 발전 추세

China Game News

- 2006년 중국산 자체개발게임 수출 2,000만 달러 달성
- 나인유닷컴(久游网), 캐주얼 온라인게임 《따푸왕/大富翁OL》 발표
- 2007년 중국 온라인게임 주목도 보고서 발표
- 게임관련인력 및 창의력 부족, 온라인게임산업 발전 저해

Game 순위

- 중국 온라인게임 기대작
- NVIDIA 중국 게임 풍운방

Game 회사 소개

- 쑤저우 시엔진 과기유한공사(苏州现今科技有限公司)

New Game 소개

- 《따일런성/第二人生/My life》

법률 및 정책

- 안웨이성(安徽), 온라인게임개발회사 중독방지시스템 필히 설치하도록 요구

IDC분석 : 중국 온라인게임 발전 추세

IDC(International Data Corporation)가 7월 중국 온라인게임의 발전 추세를 분석한 보고서를 발표하였다. 이 보고서에 따르면, 무료요금제는 단기간 내 주된 서비스 방식으로 자리 잡을 것이며, 캐주얼 온라인게임시장이 강세를 나타낼 것이라고 한다. 또한 캐주얼 게임소재는 더욱 다양화 되고, 게임 거래 격차가 점차 축소되고 있으며, 온라인게임 미디어화 추세가 가속화되어 광고가 새로운 이윤 창출 포인트가 되고 있다고 분석하였다.

□ 시장 종합분석

대형 RPG게임

2006년, 대형 RPG 온라인게임시장의 실제 매출액은 6.62억 달러(53.1억 위안)로 2005년보다 69.1% 증가하였다. IDC는 2011년의 실제 매출액은 156.8억 위안에 달할 것으로 예상하고 있으며, 2006년부터 2011년까지 5년간의 연 복합성장률은 24.2%에 달할 것으로 전망하고 있다.

2006년 온라인게임시장의 성장은 주로 주류 게임업체의 유명 대형 RPG 온라인게임 몇 편의 성장 때문으로, 성따(盛大)의 MU(传奇) 시리즈, 왕이(网易)의 시요우(西游) 시리즈, The 9(九城)의 《WOW/魔兽世界》, 상하이 쟁투(上海征途) 회사의 《쟁투/征途/정도》, King soft(金山)의 대형 RPG온라인게임 제품이 이에 해당된다. 대형 RPG 온라인게임은 블록버스터 영화의 특징을 보유하고 있기 때문에, 예측기간 내 대형 RPG 온라인게임은 여전히 시장의 주류적인 위치를 확보할 전망이다. 그러나 캐주얼게임의 빠른 발전으로 인해 대형 RPG 온라인게임의 성장률은 상대적으로 제약을 받고 있으며, 성장을 하락 속도가 비교적 빠른 편으로 나타나고 있다.

캐주얼게임

2006년, 캐주얼게임시장의 실제매출액은 1.53억 달러(12.3억 위안)로 2005년보다 약 100% 가까이 증가하였다. 2006년 캐주얼게임시장이 2005년에 비해 이렇게 빠르게 성장한 이유는 텡션(腾讯)과 나인유닷컴(久游网) 등 캐주얼게임을 주력으로 하는 운영업체가 두각을 나타내었기 때문으로, 전체 캐주얼게임시장에 비교적 큰 공헌을 하였다. 2011년 실제매출액은 10.9억 달러(87.5억 위안)에 달할 것으로 예측된다. 예측기간 내 캐주얼게임의 성장속도는 상당히 빠를 전망이며, 전체적으로 빠르게 안정적인 성장 추세를 유지할 것으로 예상된다. 2006년부터 2011년까지의 연 복합 성장률은 48.0%에 달할 것으로 전망하고 있다.

□ 향후 발전 추세

중국 온라인게임은 몇 년 간의 빠른 발전을 거쳐 이미 일정 수준의 산업 규모를 형성하였다. 2007년 이래 발전 현황과 결합, 분석하면 향후 중국 온라인게임의 발전 추세는 다음과 같다:

1. 무료화방식이 단기간 내 주류로 부상, 그러나 마케팅 방식은 여전히 모색 단계

2004년부터 적지 않은 게임들이 무료화 운영을 선포하기 시작하였으며 2005년 11월 말 업계 선두인 성따는 《미르의 전설/传奇》과 《명환귀도/梦幻国度/명환국도》 게임은 무료로 플레이할 수 있으나, 부가가치서비스는 유료 요금제 채택을 발표한 후 연이어 《찬치스제/传奇世界/전기세계》 또한 12월 2일 무료화 대열에 합류, 성따의 주력 게임 3편이 1주일간 연이어 무료화 운영을 발표함에 따라 중국 온라인게임 이윤창출방식 혁명은 최고조에 달했다. 2006년에 게임제품은 16%에 해당하는 제품만이 유료 과금제방식을 채택하였다.

그러나, 신흥 산업인 온라인게임산업의 업체들은 지속적으로 이윤창출방식을 모색하고 있는 중이다. 무료화 방식은 기존의 포인트카드 혹은 월정액카드 판매를 주요 수입 출처로 하였던 방식을 점차적으로 사이버 아이템과 부가가치서비스 위주로 전환시켰다. 소비자가 이 방식을 받아들일지 여부와 이 외 다른 방식이 존재하는지는 여전히 탐색 단계이다.

2. 캐주얼게임시장의 강세로 캐주얼게임은 향후 MMORPG와 선두를 다투게 될 것

현재 시장 점유율 측면에서 볼 때, MMORPG는 여전히 시장의 주도자적 위치를 차지하고 있다. 그러나 이 시장의 경쟁은 점점 더 치열해지고 있으며, 게이머들이 느끼는 MMORPG에 대한 신선함도 점차 약해지고 있는 추세이다. 또한 직장인들의 온라인게임 플레이시간이 한정되어 있기 때문에 MMORPG는 이러한 유저 층의 요구에 부합하지 않는다. 따라서 사람들은 건전한 녹색게임의 출시를 부르짖기 시작하였으며, 게이머들의 게임에 대한 추세도 "가볍고, 자유로우며, 즐거운" 게임으로 전환되기 시작하였다. 2006년 캐주얼게임시장은 이러한 추세에 따라 강세를 나타내었다.

시장환경이 캐주얼게임의 발전에 더욱 유리해짐에 따라, 주요 게임업체들은 적극적으로 캐주얼게임계획을 추진하기 시작하였으며, 게이머들의 캐주얼게임 선호 추세 또한 캐주얼게임의 발전에 큰 영향을 미치기 시작하였다. 업계 선두 성따는 이미 캐주얼게임분야에서 막강한 실력을 행사하기 시작, 2006년 3/4분기 재무보고에서부터 알 수 있듯이 성따의 캐주얼게임수입은 순수입의 20%를 초과, 캐주얼게임은 점차 성따 게임 수입의 주요 출처로 자리 잡고 있다. 왕이, King soft, 광통(光通)과 같은 기타 업체들도 이미 캐주얼게임 경쟁에 뛰어 들었다. 캐주얼게임 위주의 QQ게임온라인, 렌쑹(联众), 나인유닷컴 등의 업체들도 2005년 양호한 실적을 거두었으며, 나인유닷컴의 《진우환/劲舞团/오디션》은 장기간 중국 게임 인기순위의 상위권을 차지하였다.

3. 캐주얼게임 소재의 다양화, 각종 특색 있는 게임 출시로 세분화된 시장 형성

2006년 캐주얼게임시장은 더욱 세분화되어, 음악장르, 스포츠장르, 경기장르 캐주얼게임 등 분명한 특색을 지닌 세분화된 시장을 형성하였다. 그러나 시장 세분화의 성공은 한편으로 캐주얼게임제품의 동질화를 더욱 쉽게 야기, 세분화된 시장의 유저들의 분산을 조성하게 되었다.

4. 향후 이윤창출에 성공한 회사들의 수 점차 증가, 경쟁상대의 범위 또한 더욱 확대될 것으로 예상

성따, 왕이, The 9와 같은 제 1그룹 회사들의 영업수익이 각기 다른 폭의 등락을 겪고 있으

나, 중국 온라인게임산업의 전체적인 전망은 여전히 밝으며, 제 1그룹의 이윤은 제 2그룹까지 확대되어 향후, 이윤창출에 성공한 회사들은 점차 증가할 것으로 예상된다.

2006년 이래, 나인유닷컴과 쟁투는 온라인게임시장의 다크호스로 부상하였다. 비록 온라인 게임 운영원가가 높고 리스크 또한 비교적 큰 편이나, 쟁투와 유사한 후발주자들이 이 시장에 끊임 없이 진출, 경쟁 대열에 참여하고 있으며, 제 1그룹의 시장점유액을 지속적으로 압박하는 요소로 자리 잡고 있다.

5. 게임 무역 격차 축소, 중국산 온라인게임 수출량 비약적으로 증가

온라인게임 발전초기, 운영업체는 주로 해외에서 수입한 게임제품의 대리운영에 의지하였다. 이로 인해 게임 무역 격차는 비교적 큰 편이었으며, 대량의 자금이 판권 및 저작권 인센티브의 방식을 통해 해외로 유출되었다. King soft회사가 해외 진출에 성공함에 따라, 점점 더 많은 온라인 게임업체가 해외 시장에 진출하기 시작했다. 스네일게임(游戏蜗牛), 나인유닷컴 등이 이에 속한다. 중국 온라인게임회사들은 중국 국내의 치열한 경쟁을 피해 해외로 눈을 돌리고 있다. 이는 중국 온라인게임시장 성장의 이정표가 될 것이며, 향후 중국산 게임 수출량이 점차 증가함에 따라 중국 온라인게임시장도 더욱 성숙해질 전망이다.

6. 온라인게임 미디어화 진행 가속화, 신 이윤 창출포인트로 부상한 광고

중국 온라인게임시장은 일정 규모까지 증가한 게이머 층, 무료화방식의 확대, 자체 개발능력의 전면적인 향상, 지속적인 기타 업종과의 심도있는 협력 등 4가지 주요 특징을 나타내며 발전하고 있으며, 미디어화 방향으로 발전하여 광고 관련 업무가 부상하고 있다. 게임과 광고의 절묘한 결합으로 일종의 게임을 매체로 한 신규광고형식, 즉 게임 내 삽입식 광고형식이 형성되었다. 이로써, 온라인게임 미디어화 진행은 막을 수 없는 흐름이 되었다. 그러나 현재 미디어화 성장의 장애요소로 아직 성숙되지 못한 광고형식 및 광고 판매 플랫폼의 역부족을 꼽을 수 있을 것이다.

7. 게임 콘텐츠의 폭력 경향 탈피, 향후 더욱 다양해질 전망

온라인게임시장의 경쟁이 더욱 치열해짐에 따라, 운영업체는 게임 콘텐츠 면에 더욱 많은 시간을 투자, 기존의 폭력 위주의 단일한 소재선택에서 중국 문화, 전쟁, 항해 등의 더욱 건전하고 다양한 방향으로의 변화를 꾀하고 있다.

□ 게임시장발전의 장애요소

1. 청소년의 온라인게임중독이 초래하는 악영향

청소년의 온라인게임중독이 초래하는 악영향은 수많은 학부모들이 온라인게임에 대해 반대하는 근본적인 원인이며, 또한 교육계 등 사회계층이 온라인게임의 빠른 발전에 대해 우려하는 태도를 보이는 것 역시 이러한 이유 때문이다. 독특한 엔터테인먼트 방식의 하나인 온라인게임은 밀착성의 특징을 보유하고 있어, 아직 성숙되지 못하고 자제력이 부족한 청소년에게 있어 쉽게 과도한 중독을 유발하고 있으며 청소년의 성장에 악영향을 미치고 있다. 최근, 관련 악영향으로 인한 사건

이 지속적으로 발생함에 따라 엔터테인먼트의 일종으로서의 온라인게임의 역효과가 표면으로 드러나고 있다. 정부는 이에 따라 상응하는 조치, 즉 중독방지시스템을 통해 온라인게임의 건강한 발전을 유도하고 있다. 이는 또한 온라인게임시장의 지나치게 빠른 발전을 어느 정도 제한할 것으로 예상된다.

2. 여전히 탐색중인 신규경영방식

새로운 경영방식이 아직 탐색 과정 중에 있다. 무료온라인게임은 2006년의 핫이슈로 떠올랐으며, 대다수 온라인게임업체는 무료온라인게임이라는 신규 경영방식을 실시하기 시작하였다. 그러나 무료온라인게임이 게임 아이템 판매를 통해 이윤을 획득하는 방식은 아직 시간적인 검증이 필요하다. 유저들이 "무료게임이 무료가 아닌" 현상을 경험한 후 여전히 이러한 경영방식을 좋아할지의 여부는 단시간 내에는 결론지을 수 없다. 따라서 온라인게임업체는 유저들의 반응에 따라 상응하는 조정을 해야 하기 때문에, 이는 온라인게임시장의 신속한 발전을 제한하는 요소로 작용하게 될 것이다.

3. MMORPG 동질화 현상 심화

MMORPG의 동질화 현상이 점차 심화되고 있다. 온라인게임시장이 발전함에 따라, 온라인게임의 동질화 또한 점차 심화되고 있는 실정으로, 해외 격투장르 게임을 제외하면, 모두 중국 문화를 소재로 한 게임이다. 현재 서유기를 소재로 한 게임만 5편에 이른다. 온라인게임의 동질화는 게이머들의 흥미를 감소시키며, 이는 온라인게임시장의 발전 장애요소가 될 것이다.

4. 온라인게임 인력 부족

인력부족현상은 온라인게임업체의 오래된 문제이다. 기획, 디자인, 연구개발, 운영 분야 등 모든 분야가 각기 다른 수준의 인력부족문제에 직면하고 있다. 그러나 현재 온라인게임관련 교육시장 또한 성숙되지 못했고, 교육과정 또한 미흡하기 때문에 단기간 내에 온라인게임시장을 위한 대량의 인력 양성은 매우 어려울 것으로 예상된다.

자료:<http://www.weamax.com/articles/11/2007-07/20070705072354.html>



China Game News

2006년 중국산 자체개발게임 수출 2,000만 달러 달성

신문출판총서, 과기부, 상하이시정부 등이 주최하는 제 5회 중국 세계 디지털 인터랙티브 엔터테인먼트 제품 및 기술 응용 전람회(China Joy)가 11일 상하이 국제 전람센터에서 개최된다. 전람회 주최 측에 따르면, 작년 중국 온라인게임시장의 실제매출액은 65.4억 위안으로 2005년보다 73.5% 증가하였다. 중국산 자체개발게임은 전체 수입의 64.8%를 차지, 중국 온라인게임시장의 주도적인 위치로 부상하였다. 또한, 작년 중국산 온라인게임의 수출액은 2,000만 달러를 달성하였다.

자체개발게임, 1년에 200편 이상

과거 몇 년 전, 해외 온라인게임에 의지한 "대리운영"은 중국 온라인게임의 핫이슈였다. 한국과 미국 온라인게임의 대리운영권을 획득하는 것이 당시 대형 온라인게임업체의 생존 및 발전의 관건이었다. 그러나 작년 한 해, 자체 지적재산권을 보유한 중국산 온라인게임의 실제매출수입은 42.4억 위안으로 64.8%에 해당하는 시장점유율을 나타내었다. 중국산 온라인게임은 이미 중국 온라인게임시장의 진정한 주도자 위치를 차지하게 되었다.

자체 개발은 이미 "대리운영"을 대체, 유행하는 온라인게임 관련 어휘로 자리 잡았다. 또한 연구개발인력 양성도 대리운영권 쟁탈전 이후 온라인게임업체들이 중시하는 일환이 되었다. 2006년 중국 온라인게임 개발팀이 자체 개발한 온라인게임은 총 218편이다. 독립 연구개발팀을 제외하고도 점점 더 많은 업체들이 개발인력 양성, 핵심기술 발전을 더욱 중시하고 있는 추세이다.

해외 진출, 중국문화의 매력

막 행보를 시작한 중국산 자체개발게임은 현재 해외 진출을 시도하기 시작하였다. 중국 국내 시장에서 주도적인 위치를 확보한 후, 작년에 최초로 여러 편의 온라인게임제품 수출을 시도, 중국 문화로 유럽, 미국 및 일본, 한국 등지 시장의 문을 두드렸고 2,000만 달러의 수입을 달성하였다.

초기에 수출한 중국산 온라인게임인 《찌엔샤칭원/剑侠情缘网络版/검협정연 인터넷버전》은 무협 스타일로 말레이시아, 싱가포르, 베트남을 사로잡았다. 《차오지우저/超级舞者/Super dancer》, 《차오지러저/超级乐者》는 캐주얼 콘텐츠로 유럽, 미국 등지에 상륙하였다. 대형 종합 온라인게임 《항하이시지/航海世纪/항해세기》는 300만 유로에 계약을 체결, 아시아, 유럽, 북아메리카 등 10여 개의 국가 및 지역에 수출되었다. 《완메이스제/完美世界/Perfect world》 또한 200만 달러에 일본 시장에 수출되었다.

중국 무협, 16세기 중국 항해 기술, 중국 문화 등을 배경으로 한 게임들은 지리적으로 근접한 아시아권 게이머들의 인정을 받고 있다. 또한 독특한 개성으로 유럽, 미국 온라인게임시장에 진출하고 있다. 세계 최대 온라인게임 소비국인 중국의 온라인게임업체 또한 "대리운영"을 통해 모색한 상업방식으로 해외시장을 개척하고 있다.

"캐주얼"의 부상, 주류를 형성하고 있는 건전한 콘텐츠 게임

최근 시장에 진출한 캐주얼 온라인게임은 과거 한때 주류 게임의 보조적인 역할을 하는 게임제품이었다. 그러나 작년 한 해 동안 여러 소재의 캐주얼 온라인게임은 12.3억 위안의 수입을 달성, 전체 온라인게임시장의 18.8%를 차지하였다.

최초 보드게임장르 및 지혜장르 캐주얼게임에서 스포츠, 음악, 댄스를 주제로 한 개성적인 게임에 이르기까지, 캐주얼장르 온라인게임은 점점 다양화되는 추세이다. 2006년 상용화된 온라인게임의 84%는 "무료화방식"을 채택, 게이머들을 만족시키는 개성화된 부가가치 서비스로 "포인트카드"를 통한 시간제 과금방식으로 대체하였다. 기존의 폭력, 음란 위주 게임 콘텐츠에서 탈피, 건전한 소비방식으로 자체 지적재산권을 보유한 중국산 온라인게임의 주류를 형성하고 있다.

자료: <http://news.17173.com/content/2007-07-10/20070710152516617.shtml>

나인유닷컴(久游网), 캐주얼 온라인게임 《따부옹/大富翁OL》 발표



2007년 7월, 중국 온라인게임산업 선두기업 중 하나인 나인유닷컴(久游网)은 제 5회 China Joy 세계 게임전람회 에서 타이완따위(台湾大宇)가 수년간 심혈을 기울여 개발하고 나인유닷컴이 운영하는 중국 캐주얼게임 《따부옹/大富翁OL/대부옹OL》을 정식으로 선 보일 것이라고 발표하였다.

《대부옹OL》은 중국 캐주얼 PC게임 《따부옹/大富翁/대부옹》의 인터넷버전으로 PC게임의 장점들을 살리고, 90도 시각을 채택, 게이머들이 전체 맵을 모두 볼 수 있도록 하였다. 조작이 간단하며 캐릭터 음성을 사용자가 지정할 수 있도록 하였다. 또한 게임 속에 교류 시스템, 친구시스템, 등급시스템, 우편시스템 등과 리얼타임대전 PK방식 등을 추가, 게이머들이 더욱 스틸 있고 편리한 게임을 즐길 수 있도록 하였다. 가볍고 코믹한 인물 캐릭터는 게이머들의 눈과 귀를 즐겁게 할 것이다.

이번 제 5회 China Joy 나인유닷컴 전시구역에는 《대부옹OL》의 구역을 설치, 참관 게이머들에게 다채롭고 풍부한 콘텐츠의 《대부옹OL》을 직접 느낄 수 있도록 하였다.

나인유닷컴과 타이완따위는 PC게임의 장점을 살린 배경, 지속적인 기술지원, 게임 콘텐츠 혁신, 더욱 다양한 인터랙티브 엔터테인먼트 연구개발, 유행요소 추가 등을 일체화한 게임 시스템을 협력 개발할 것이며, 현재 보유한 자원을 통합하고 적극적으로 제3자측과의 협력을 시도, 새로운 시장 마케팅 전략을 세울 예정이다. 또한 적극적으로 《대부옹OL》의 세계화, 대중화에 노력, 중국 자체개발 캐주얼 온라인게임에 새로운 이정표를 세울 것을 목표로 하고 있다.

자료: <http://games.sina.com.cn/o/n/2007-07-13/1029205218.shtml>

2007년 중국 온라인게임 주목도 보고서 발표

중국 인터넷 포털 바이두(百度, Baidu)가 "2007년 중국 온라인게임 주목도 보고서"를 발표하였다. 이 보고서에 따르면, 카트라이더(跑跑卡丁车)가 네티즌의 가장 많은 주목을 받은 온라인게임으로 선정되었으며, 쑤시엔(诛仙)은 2007년 가장 많은 주목을 받은 신규 온라인게임으로 선정되었다. 또한, 50%가 넘는 게이머들이 MMORPG를 좋아하며, 13%만이 여전히 유료요금제 게임을 이용하고 있는 것으로 드러났다. 전체 게임의 약 80%에 해당하는 온라인게임이 이미 무료화 전략을 채택, 운영을 실시하고 있는 것으로 나타났다.

보고서에 따르면, 네티즌들의 주목도가 가장 높은 온라인게임은 "카트라이더"이며, 두 번째는 "WOW", 세 번째는 "진우환(劲舞团, 오디션)"으로 나타났다. 신규 온라인게임 중에서 주목도가 가장 높은 게임은 "쭈시엔(诛仙, 주선)", "티엔룽빠뿌(天龙八部, 천룡팔부)", "치지스제(奇迹世界, SUN)" 순으로 나타났다. 2007년 상반기, 스키티엔칭(世纪天成)은 게이머들의 주목도 1위 기업으로 부상하였으며, 완메이스공(完美时空)과 The 9(第九城市)는 각각 2, 3위를 차지하였다. 반면, 성따(盛大)와 왕이(网易)는 각각 4위, 7위를 차지하는데 그쳤다.

현재 게임 유형과 관련한 게이머들의 분포도 현황으로 볼 때, MMORPG의 게이머수가 가장 많은 비율로 전체의 56%를 차지하였으며 캐주얼게임을 즐기는 게이머는 40%를 차지하였다. 나머지 4%는 보드게임류가 차지하였다. 또한 84%에 달하는 게이머들이 무료게임을 즐기고 있으며, 게이머들의 13%만이 유료 게임을 즐기고 있는 것으로 나타났다. 완전히 무료화 운영을 채택한 온라인게임은 전체 무료게임의 77%를 차지하며, 클로즈베타, 오픈베타게임이 23%를 차지하였다. 이 보고서는 경쟁이 치열한 중국 온라인게임시장에서 무료게임은 향후 더 많은 운영상의 어려움에 직면할 것이며, 게임업체들은 게임의 평형성과 사이버 아이템의 이윤 측면에서 전략을 잘 세워야 할 것이라고 분석, 지적하였다.

2007년 1월 출시된 CNNIC <중국 인터넷발전현황 통계보고>에 따르면, 중국 인터넷 유저수는 이미 1.37억 명에 달했으며, 그 중 26.6%에 해당하는 유저가 온라인게임 유저로 나타났다. 2007년 중국 온라인게임 시장규모는 93.6억 위안에 이를 것으로 추정되며, 2008년 중국 온라인게임 운영수입규모는 123억 위안에 달할 것으로 전망된다.

자료:<http://tech.sina.com.cn/i/2007-07-11/09591609726.shtml>

게임관련인력 및 창의력 부족, 온라인게임산업 발전 저해

7월 11일 개최된 제 5회 중국 세계 디지털 인터랙티브 엔터테인먼트 산업 컨퍼런스의 내용에 따르면, 중국 온라인게임은 5년간의 발전을 거쳐 이미 일반화되고 있으나, 고급 전문인력 및 창의력 부족은 여전히 게임산업 발전을 저해하는 걸림돌인 것으로 나타났다.

통계에 따르면, 2006년 온라인게임은 고속 성장을 실현, 2005년보다 73.5% 성장하였다. 중국산 온라인게임의 시장점유율은 64.8%에 달해, 중국산 온라인게임의 부상으로 해외 수입온라인게임제품이 완전히 주도적인 위치를 차지하던 국면을 타개하였다. 그러나 성따(盛大) CEO 천티엔치아오(陈天桥)는 성따를 포함한 장기간 게임산업에 종사한 대기업들의 실적은 예상에 못 미친 반면, 대다수 소기업 혹은 신흥기업들이 오히려 빠른 속도로 성장하였다고 지적하였다. 이는 대기업은 게임의 일반화 기초와 창의산업적인 특성을 포기, 폐쇄적으로 소위 엘리트 개발, 즉 한사람 혹은 한팀의 지혜에만 의지하는 개발 추구를 통해 수많은 유저들과 경쟁상대들에 대응하려 했기 때문으로 분석된다.

천티엔치아오는 게임은 이미 서민화되고 있기 때문에, 대기업들은 일반화되기 위해 노력, 즉 게임의 일반화운동에 적극 참여해야한다고 밝혔다. 그는 성따는 현재 매월 18일 게임산업 관련인

사들을 초빙, 그들과 프로젝트, 창의분야에 대해 토론한다고 말했다. 성따는 진정한 잠재력을 보유한 팀이나 프로젝트에 대해서는 그 자리에서 투자 혹은 합작을 결정, 자금을 지원한다고 한다.

펑투 네트워크(征途网络) CEO 스위쭈(史玉柱) 또한 우수한 개발, 기획 인력 모집의 어려움에 대해 토로하였다. 그러나 스위쭈는 연구개발 인력은 부족하나, 시장 마케팅 분야의 인력은 부족하지 않다고 덧붙였다.

팅선(腾讯) CEO 리우쯔핑(刘炽平)은 인터뷰에서 중국 온라인게임유저는 2006년 이미 3,112만에 달해 2005년보다 18.5% 증가하였으며, 2011년 중국 온라인게임게이머들은 4,478만에 도달할 것으로 추산된다고 밝혔다. 그는 중국 게임산업의 다원화는 각기 다른 게임회사들에게 더 많은 발전 공간을 창출할 것이라고 말했다. 중국 게임회사는 아직 세계화의 안목이 필요하며, 단기적인 이익에만 치중해서는 안 될 것이다.

자료:<http://www.weamax.com/articles/11/2007-07/20070712082943.html>

CGW China Game Weekly **Game 순위**

중국 온라인게임 기대작

순 위		게 임 명 칭
1	-	시엔찌엔치샤판OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)
2	-	찌엔샤칭웬(劍俠情緣罔絡版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
3	-	용형즈타(永恒之塔 / Aion)
4	-	시엔징환취2(仙境传说2 / 선경전설2)
5	-	창티엔(蒼天 / 창천)
6	-	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
7	-	따화시여우3(大话西游3 / 대화서유3)
8	-	잔취:홍서징제(战火:红色警戒 / 전화 홍색경계)
9	11↑	치롱쭈Online(七龙珠Online / 드래곤볼Online)
10	9↓	우제취(舞街区)
11	10↓	진우스제(劲舞世界 / Groove Party)
12	-	츠홍취online(赤紅血 / Red blood Online)

13	-	띠사청위용쓰 (地下城与勇士 / Dungeons and fighter)
14	17↑	머리바오베이(魔力宝贝 / 마력보배)
15	-	전·싼귀우쌍BB(真·三国无双BB / 진·삼국무쌍BB)
16	14↓	싼귀쓰online(三国志online / 삼국지online)
17	18↑	잉송 II (英雄 II / 영웅 II)
18	17↓	웨이우두존(唯舞独尊 / 유무독존)
19	-	짚션(战神 / Warlord)
20	-	차오지파오파오(超级跑跑 / 초급포포)

자료:<http://news.17173.com/content/2007-07-09/20070709111116438.shtml>

NVIDIA 중국 게임 풍운방 (07-27)

순위	게 임 명 칭	게임유형
1	씨엔찌엔치샤짚(仙剑奇侠传IV / 신검기협전)	RP
2	광선페이처(光线飞车 / 광선비차)	MMORP
3	머리바오베이2(魔力宝贝II / 클로즈게이트II)	MMORP
4	핑인촨슈어(封印传说 / 봉인전설)	MMORP
5	머썬우쓰제(魔兽世界 / WOW)	MMORP
6	환상따루(幻想大陆 / 환상대륙)	MMORP
7	싱지쟁빠2(星际争霸2 / 스타크래프트2)	ST
8	멍한시여우 Online(梦幻西游 / 몽한서유)	MMOCP
9	티엔룽빠부(天龙八部 / 천룡팔부)	MMORP
10	주션(诛仙 / 주선)	MMORP

(2007年7月2日到7月8日)

자료:<http://games.sina.com.cn/y/n/2007-07-13/1118205231.shtml>

쑤저우 시엔진 과기유한공사(苏州现今科技有限公司)

쑤저우 시엔진 과기유한공사는 2003년 쑤저우 지방정부의 현지 소프트웨어 산업발전 이념의 지원을 통해 탄생한 온라인게임 소프트웨어 개발제작 위주의 전문화 기업이다. 이 회사가 개발한 첫 번째 온라인게임제품은 대형 2D 온라인게임 《위왕-룡즈구상/欲望-龙之故乡/욕망-용의 고향》으로 생산시스템이 매우 방대하고 풍부하며, 게임 엔진 또한 자체 개발을 통해 완성하였다. 이 제품은 중국 국가판권국 소프트웨어 저작권, 제품 등록을 완료하였다.

《욕망-용의 고향》은 2005년 9월부터 2005년 말까지 클로즈베타 테스트를 실시하였으나, 서버 기술 등 다방면의 원인으로 테스트를 중단했었다. 현재 시엔진은 게임에 대한 전면적인 개편을 진행 중에 있으며, 기본 엔진부터 게임화면 등 분야에서 재제작을 진행 중이라고 소개하였다. 게임화면은 카툰 스타일로 개편될 예정이다.

시엔진 회사는 개발부, 시장부, 미디어센터 3개 주요 부서로 구분되어 있으며, 시장부는 구체적인 제품 마케팅작업을 진행하며, 미디어센터는 대외 홍보를 담당한다. 개발부의 직원들은 모두 개발 경험이 풍부한 인력들이다.

- ▶ 설립일자 : 2003년
- ▶ 주요업무 : 온라인게임 개발 및 운영
- ▶ 회사연락처
 - 주 소 : 苏州 工业园区 机场路 328号 国际科技园 111B
 - 전 화 : (86-512) 62510893
 - 팩 스 : (86-512) 65120895-808
 - 홈페이지 : <http://www.zgxj.cn>



▶ 주요 제품 :

- 게임 명칭 : 《위왕-룡즈구상/欲望-龙之故乡/욕망-용의 고향》
- 게임 유형 : 2D MMORPG
- 제품 성질 : 자체 개발
- 현재 현황 : 알파 테스트



자료: <http://news.17173.com/zhuanti/res/2006/sz/xianjin.shtml>

《띠얼런성/第二人生/My life》



- 게임 이름 : 띠얼런성(第二人生, My life)
- 게임 종류 : 롤플레이팅
- 게임 특징 : 커뮤니티 게임
- 개발 업체 : 이루커지(易陆科技)
- 운영 업체 : 이루커지(易陆科技)

《띠얼런성/第二人生/My life》는 광저우 이루신식과기유한공사(广州易陆信息科技有限公司)가 자체개발하고 운영하는 대형 2D "경영장르" 온라인게임이다. 게임의 주제는 현실생활속의 현대화된 도시, 광저우(화성, 花城), 청두(죽성, 竹城), 베이징(풍성, 枫城), 하얼빈(빙성, 冰城)에서 펼쳐지는 재미있고 생동감 넘치는 생활로, 게이머들을 진실에서 환상의 세계로 인도할 것이다. 게이머들은 자유롭게 중국의 각 대도시를 오가며 각기 다른 문화적 분위기와 스릴 넘치는 상업의 느낌을 체험할 수 있을 것이다.

《My life》는 현실사회에서 소재를 채택, 현실에서 접촉할 수 있는 다양한 사물들을 게임과 결합시켰다. 또한, 토지, 건물 등 경영관리분야의 콘텐츠 외 생산과 수집의 2가지 요소를 결합하였으며, 4가지 최신 캐릭터를 보유, 4가지 직업의 최신 육성방식을 제공한다.

이 밖에, 다채로운 전투시스템도 빼놓을 수 없다. 《My life》는 현재 시장에 출시된 모든 게임제품과의 차별화를 위해 전통 온라인게임의 격투 방식을 포기, 레벨, 경험 등의 승급체계를 더욱 다양하고 인터랙티브 엔터테인먼트적 성격을 띤 경기방식으로 대신하였다. 주목할만한 점은 《My life》는 2D 게임이나, 전체적으로 3D기술을 채택하였다는 점이다. 머리 형태, 복장 등 모두 독립적으로 교환 가능하며 게임 속에서 완벽하게 구사해내었다. 또한 게이머들은 게임 속에서 3D게임 같이 자유롭게 시각의 원근범위를 조절이 가능하게 하여, 중국 2D 게임의 기술적 한계를 극복하였다는 평을 듣고 있다.



이 게임은 "경영장르" 온라인게임으로 분류된다. 전체 게임이 현대 사회에서 주목받고 있는 토지, 건물 등 상업화적인 콘텐츠를 종합하였으며, 게이머들에게 게임초기단계에서 동일선상에서 출발하도록 하여 자신의 능력을 충분히 발휘할 수 있도록 배려하고, 약간의 운을 결합, 각기 다른 방향에서 남들과 다른 성취를 맛볼 수 있도록 하였다.

자료<http://newgame.17173.com/content/2007-07-04/20070704173244720.shtml>

CGW **China Game Weekly** **법률 및 정책**

안웨이성(安徽), 온라인게임개발회사 중독방지시스템 필히 설치하도록 요구

신문출판총서 등 8개 부문이 최근 연합 발표한 <미성년자 심신건강 보호를 위한 온라인게임 중독방지시스템 실시에 관한 통지>는 각 지역정부에게 온라인게임 개발업체가 온라인게임 중독방지시스템을 반드시 설치하도록 강제하도록 하였다.

온라인게임 중독방지시스템의 핵심 내용은 다음과 같다. 미성년자의 누적 게임접속시간 3시간 이내는 "건강"한 시간이며, 3시간~5시간은 "피로"한 시간으로, 피로시간대에 획득하는 게임경험치 및 수익은 절반으로 감소한다. 만약 누적접속시간이 5시간을 초과할 경우 "건강하지 못한" 게임시간으로 게임경험치 및 수익은 0으로 하락, 미성년자가 로그아웃하고 휴식 및 학습에 열중하도록 강요하게 된다.

신문출판총서가 요구한 제 1차 온라인게임 중독방지시스템 설치 명단 중에서 안웨이성(安徽省) 아오란(澳澜)과 웨이라이 빠오쉐(未来暴雪)회사가 개발한 온라인게임 《아오션짚/傲神传/오신전》과 《진강/金刚이/금강OL》이 포함되었다. <통지>의 규정에 따라, 안웨이성 신문출판국 도서음향전자 및 인터넷출판관리처는 이미 상기 두 회사를 방문, 규정기한 내에 온라인게임 중독방지시스템의 설치를 완료하도록 요구하였다.

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