

제247호

2007. 11. 26

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 중국 온라인게임시장 나날이 치열해지는 경쟁 추세
- The 9 영업수익 증가, 이윤 감소, 드러난 퍼블리싱의 약점

China Game News

- 쥐런 네트워크, 최고 동접자수 분기 대비 17.2% 감소
- 줘즈스파이, 무비아오 신규 판타지게임 《티엔띠OL/天地OL》 계약체결
- 중국 온라인게임, 블록버스터 영화작품 활용
- 중국 인터넷 광고 시장 온라인게임 광고 투입을 빠르게 상승
- 《티엔롱빠뿌/天龙八部/천룡팔부》, 17173 온라인게임상 6대 항목 수상

Game 순위

- NVIDIA 중국 게임 풍운방 (07-46)
- 중국 온라인게임 기대작

Game 회사소개

- 야리엔게임(亚联游戏)

법률 및 정책

- 중국 정부, 애니메이션 게임 산업을 위해 더욱 나은 환경 제공

중국 온라인게임시장 나날이 치열해지는 경쟁 추세

아이리서치는 최근 3/4분기 중국 온라인게임기업 이윤 현황에 대한 보고서를 발표하였다. 이 보고서에 따르면, 온라인게임 3강 기업의 시장 점유율 증가가 전체 시장 증가율보다 낮은 수준이며, 중간 순위권의 온라인게임기업들이 두각을 나타내고 있다고 한다. 이러한 현상은 중국 내 온라인게임기업간의 경쟁을 더욱 치열하게 하고 있다.

시장 집중도 하락 추세

데이터에 따르면 3/4분기 온라인게임시장규모는 30.4억 위안으로 전년 동기 대비 57.5% 증가하였으며, 전기 대비 14.7% 증가하였다.

시장 점유율 측면에서 볼 때, 3/4분기 3위권 기업은 여전히 성따(盛大), 왕이(网易), 쥐런(巨人)으로 온라인게임 수입은 각각 5.6억 위안, 4.6억 위안, 4.2억 위안을 기록하였다. 그러나 상기 3대회사의 3/4분기 시장 점유율은 2/4분기의 53.5%에 비해 대폭 감소된 47.3%를 기록, 온라인게임 시장 집중도가 다소 하락하였다.

아이리서치 분석에 따르면, 3위권 기업의 시장 점유율 증가속도가 전체 온라인게임시장 발전 속도보다 낮기 때문에, 3위권 기업의 영업수익은 대체로 전 분기 수준과 비슷하다고 지적하였다. 데이터에 따르면, 왕이의 신규제품 《따화시여우3/大话西游3/대화서유3》는 출시 후 시장 예측 목표에 도달하지 못했으며, 성따와 쥐런 또한 3/4분기에 영업수익의 대폭 증가를 유도할 만한 신규제품을 출시하지 못했다.

아이리서치는 중국 온라인게임시장 집중도의 하락 현상과 각 게임운영업체간의 수익 격차의 감소는 온라인게임 산업 경쟁이 더욱 치열해질 것임을 암시하는 것이라고 분석하였다. 2007년 온라인게임기업 상장 열풍의 영향을 받아 기존에 주목받지 못했던 기업들도 연이어 수면위로 부상하고 있으며, 왕룡(网龙), 완메이스공(完美时空), SOHU(搜狐)를 대표로 하는 중국산 온라인게임 역량의 두각 추세 또한 분명해지고 있다. 이러한 기업들의 3/4분기 수입은 모두 1억 위안 전후로 전체 게임시장에 큰 영향을 미치고 있다.

전체적인 측면에서 볼 때, 3/4분기는 여름 방학의 영향을 받아 전체 시장규모가 대폭 확대되었다. 학생 유저들의 비중이 비교적 높은 편인 대형 MMORPG게임이 받은 영향은 더욱 현저하다. The 9는 <WOW> 확장팩 <불타는 성전>의 출시로 온라인게임기업 순위에서 나인유닷컴(久游)을 다시 앞질러 4위에 복귀하였다. SOHU는 《티엔롱빠부/天龙八部/천룡팔부》가 거둔 우수한 성적에 힘입어 9,000만 위안의 영업수익을 기록, 9위에 올랐다.

온라인게임, 인터넷 산업 분야 경쟁의 주요 초점으로 부상

인터넷 산업의 한 갈래인 온라인게임의 최근 눈부신 행보가 대중들의 주목을 받고 있다. 미국

의 월스트리트 및 전체 투자계는 온라인게임 관련 인터넷 회사들에 대해 지속적으로 높은 관심을 표하고 있으며, 중국의 온라인게임산업은 향후 지속적으로 30% 수준의 연간 성장률을 유지할 수 있을 것으로 전망하고 있다. 따라서 온라인게임은 인터넷 관련 회사들의 경쟁의 초점으로 떠오르고 있다.

현재까지 온라인게임개념으로 상장한 회사는 총 7곳으로 각각 King soft(金山), 쥐런(巨人), 왕룡(网龙), 왕이(网易), 성따(盛大), The 9(九城), 완메이스공(完美时空)이 이에 해당한다. 이들은 모두 미국 혹은 홍콩 증시 상장을 선택하였다. 이 밖에, 일본 증시 상장을 계획하고 있었던 나인유 닷컴은 한국 온라인게임기업과의 갈등으로 상장이 연기되었으나, 조만간 상장 계획을 다시 진행할 것임을 표명하였다.

2007년 7월, 성따는 온라인게임시장의 점점 치열해지는 경쟁에 대응하기 위해 "풍운계획(风云计划)"을 발표하였다. 이 계획은 우수한 온라인게임 프로젝트 및 온라인게임회사를 인수하는 것을 그 목적으로 하고 있다. 풍운계획의 자본금 총액은 20억 위안으로 한 프로젝트에 대한 투자액은 1억 위안까지 가능하다. 성따는 또한 "18계획"을 발표하였는데, 이 계획은 매월 18일 성따의 고위 관계자가 각지에서 올라온 젊은이들을 만나는 것으로 그들의 아이디어가 실현 가능성이 있다면 100만 위안 이상의 투자금을 획득할 수 있도록 한 것이다.

SOHU가 발표한 2007년 3/4분기 재무보고에 따르면, 온라인게임은 이미 SOHU회사의 새로운 영업수익 창출 핵심 업무로 자리 잡았으며, 1,270만 달러의 수입을 창출, SOHU 총수입의 29%를 차지하였다. 3/4분기 SOHU의 자체개발 MMORPG 《천룡팔부》가 큰 성공을 거두며 1,090만 달러에 달하는 수입을 기록하였다. 이 영향으로 SOHU의 온라인게임수입은 전년 동기 대비 473% 증가, 전 분기 대비 232% 증가라는 놀라운 성적을 거두었다.

유명 포털 사이트 기업 왕이가 발표한 재무보고에 따르면 2007년 2/4분기 왕이의 총수입은 5.58억 위안이며, 온라인게임을 통한 수입은 4.751억 위안으로 전기 및 전년 동기 대비 다소 감소하였다. 비록 왕이의 핵심 업무분야인 온라인게임의 성장이 둔화되는 추세이나, 산하 카툰 스타일 온라인게임제품인 《명환시여우/梦幻西游/몽환서유》, 《따화시여우2/大话西游2/대화서유2》는 여전히 왕이의 90% 이상의 수입을 차지하고 있다.

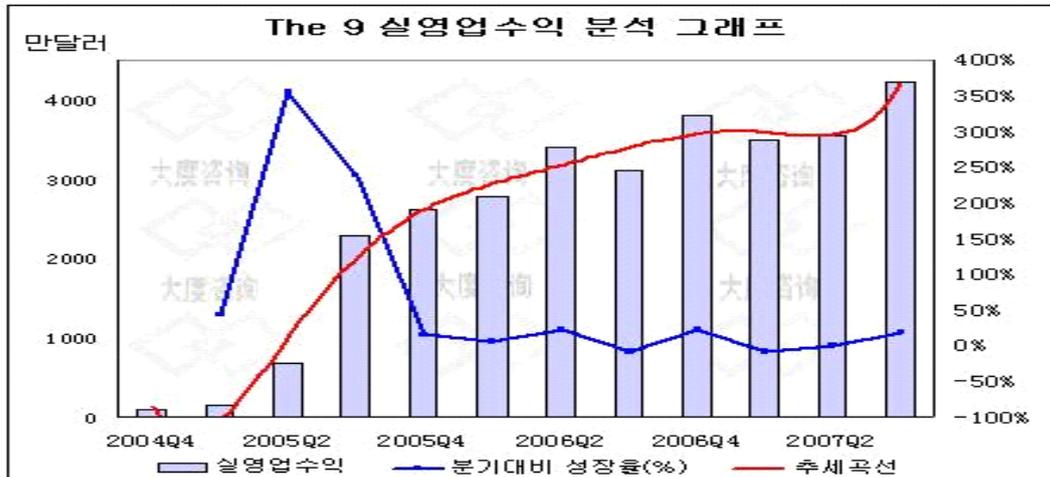
쥐런 네트워크의 자체 통계에 따르면, 《정투/征途/정도》의 2007년 상반기 수입은 6.874억 위안이며, 2007년 2/4분기 활성화 유료 계정 유저수는 209.687만 명을 기록, 일인당 평균 소비액은 176위안을 기록하였다.

자료:<http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/6500557.html>

The 9 영업수익 증가, 이윤 감소, 드러난 퍼블리싱의 약점

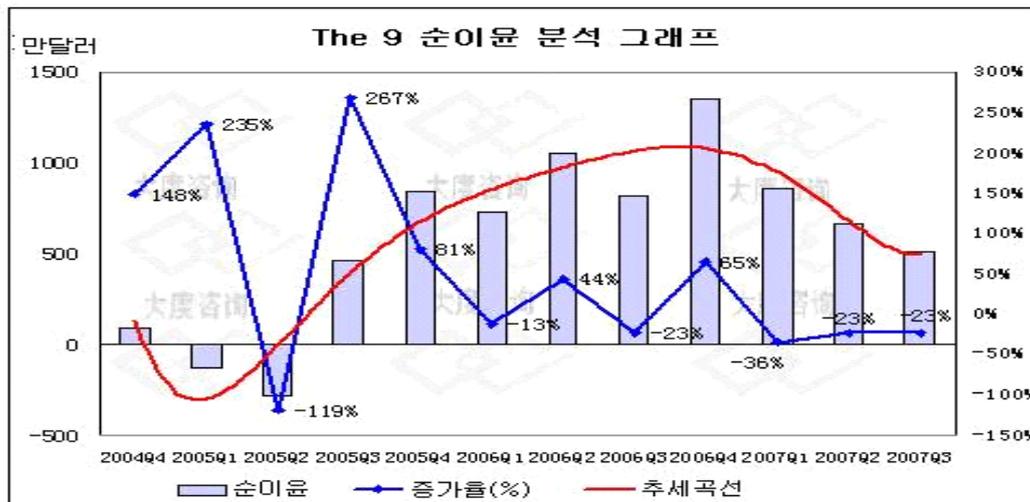
The 9(九城)의 2/4분기 전체 실영업수익은 3.160억 위안으로 전기 대비 17% 증가, 전년 동기 대비 35% 증가를 기록하였다. 3/4분기 또한 유료 요금제 온라인게임 운영, 즉 시간당 요금, 아

이템, 설치 판매 등을 통한 영업수익은 2.78억 위안(약 3,720만 달러)로 전기 대비 13% 증가, 전년 동기 대비 21% 증가하였다. The 9의 3/4분기 게임 사이버 아이템 및 설치 판매 등 아이템 판매 방식 온라인게임 운영을 통한 실수익은 3,200만 위안(약 430만 달러)을 기록하였다.



그러나 The 9의 3/4분기 순이익은 3,830만 위안(약 510만 달러)으로, 2/4분기 5,060만 위안(약 860만 달러)보다 25% 감소하였으며, 전년 동기 6,430만 위안보다 41% 대폭 감소하였다.

The 9의 3/4분기 통계에 포함되지 않은 고정자산 환산액, 무형자산 할부판매액 및 감소액, 세금지출/수익, EBITDA 순이익 등의 총합은 1.181억 위안(약 1,580만 달러)으로, 2/4분기 1.178억 위안 수준과 비슷, 안정세를 유지하였으며, 전년 동기 1.099억 위안보다 7% 증가하였지만 3/4분기 주당 순이익은 1.29위안(약 0.17달러)으로 전기 대비 1.90위안, 전년 동기 2.61위안보다 감소하였다.



▶ 전문가의 관점

The 9의 3/4분기 영업수익은 전년 동기 대비, 전기 대비 모두 비교적 높은 상승폭으로 증가,

각각 21%, 13%의 증가율을 기록하였다. The 9는 최근 2년간 대형 3D 온라인게임 여러 편을 퍼블리싱, 시장 운영에 투입, 영업수익이 지속적으로 증가하여왔다. 그러나 퍼블리싱을 위주로 하는 온라인게임회사 중 하나인 The 9의 주요 수입 출처는 퍼블리싱 제품이기 때문에 지나치게 치솟고 있는 퍼블리싱 비용이 이윤의 대부분을 앗아가고 있음을 알 수 있다. The 9는 최근 신규 온라인게임 운영 시 아이템 요금 방식을 시도하고 있으며, 이로 인해 시간당 요금제를 통한 수입이 대폭 감소, 게임 이윤 또한 다소 감소하는 추세이다.

▶ 전문가의 견해

The 9는 현재 비록 3D 온라인게임 퍼블리싱 분야에서 중국 국내 선두를 달리고 있으나, 자체 연구개발을 더욱 강화, 자체 지적재산권 보유 온라인게임제품을 제작을 위해 노력해야하며, 중국 국내 우수 온라인게임 퍼블리싱 또한 시도, 퍼블리싱 비용과 로열티를 통한 지출을 줄이고, 이윤율을 향상시켜 전체적인 이윤 수준을 증가시켜야 할 것이다.

자료:<http://news.17173.com/content/2007-11-16/20071116162447072.shtml>



취런 네트워크, 최고 동접자수 전기 대비 17.2% 감소

베이징 시간 11월 20일 취런 네트워크(巨人网络)는 2007년 3/4분기 초기 재무보고를 발표하였다.

보고에 따르면, 취런 네트워크의 3/4분기 총 실영업수익은 4.052억 위안(약 5,410만 달러)으로 동기 대비 164.2% 증가, 전기 대비 9.5% 증가를 기록하였다. 취런의 순이익은 2.902억 위안(약 3,870만 달러)으로 동기 대비 152.6% 증가, 전기 대비 9.8% 증가를 기록하였다.

취런 네트워크의 3/4분기 최고 동접자수는 88.8만 명으로 전기 대비 17.2% 감소를 기록하였으며, 3/4분기 온라인게임 실영업수익은 4.040억 위안(약 5,390만 달러)으로 2006년 동기 1.534억 위안보다 163.4% 증가하였으며, 2/4분기 3.684억 위안보다 9.7% 증가하였다.

온라인게임 《征途/征途Online/정도》의 3/4분기 활성화 유료 계정 수량은 131.8만 개로 전년 동기 대비 88.9% 증가, 전기 대비 5.6% 증가하였다. 각 유저당 평균 영업수익은 305.2위안으로 전년 동기 대비 38.8% 증가, 전기 대비 3.3% 증가하였다. 평균 동접자수는 48.1만 명으로 전년 동기 대비 77.6% 증가, 전기 대비 6.6% 감소하였다. 최고 동접자수는 88.8만 명으로 전년 동기 대비 59.2% 증가, 전기 대비 17.2% 감소하였다.

취런 네트워크 온라인게임 실영업수익의 증가는 주로 온라인게임 《정도》의 우수한 실적에 힘입은 결과이며, 특히 3/4분기에 발표된 신규 확장팩 이후 대폭 증가하였다. 전기와 비교할 때, 《정도》의 평균 동접자수와 최고 동접자수는 다소 하락하였으며, 이는 취런 네트워크가 2007년 6

월 이후 게임 규칙을 다소 조정하였기 때문으로 보인다.

취련은 2007년 7월 발표한 신규 확장팩이 게이머의 상호작용과 충성도 등을 향상시켰으며, 이를 통해 《정도》의 활성화 유료 계정 수량과 각 유저 당 평균 영업수익이 전기 대비 각각 5.6%, 3.3% 증가하였다고 보고 있다.

자료:<http://news.17173.com/content/2007-11-20/20071120093350072.shtml>

취즈스파이, 무비아오 신규 판타지게임 《티엔띠OL/天地OL》 계약체결



중국 국내 온라인게임운영업체 및 개발업체 중 하나인 취즈스파이(卓智时代)는 최근 중국 국내 또 다른 유명 게임개발업체인 무비아오(目标) 소프트웨어와 제휴, 거금을 투자, 무비아오가 개발한 역사 판타지 온라인게임 《티엔띠 OL/天地OL/천지 OL》을 독점 대리 운영을 발표하였다.

《천지 OL》은 "금, 목, 수, 화, 토"로 구성된 역사 판타지 세계에 중국의 신비로운 역사, 국가간의 은원, 남녀간의 사랑 등을 삼입, 게이머들의 흥미를 유발한다. 또한 성숙한 개발팀, 수십 명의 게임 연구개발 엘리트들이 심혈을 기울여 제작, 《천지 OL》을 대리운영하려는 수많은 회사들의 러브콜을 받았다.

2005년에 설립된 베이징 취즈스파이 과기유한공사(北京卓智时代科技有限公司)는 우수한 인력, 투자실력을 통해 연구개발과 운영을 일체화하는 발전전략으로 무비아오의 신규게임 《천지 OL》의 독점 대리운영권을 획득하였다. 또한 《천지 OL》의 대리운영 외에도 기타 온라인게임 연구개발작업도 진행 중에 있다.

상고시대 전기 스토리와 유명 중국문화의 재창조를 실현할 취즈스파이와 무비아오의 역사 판타지 온라인게임 《천지 OL》은 게이머들에게 새로운 체험을 제공할 것이다.

자료:<http://news.17173.com/content/2007-11-19/20071119100626576.1.shtml>

중국 온라인게임, 블록버스터 영화작품 활용

중국 온라인게임회사 푸지엔 왕룡(福建网龙)은 최근 홍콩 증시에 상장하였으며, 이튿날 바로 중영그룹(中影集团)과의 제휴를 발표, 영화 《투명장/投名状/투명장》의 상영과 동시에 동명 온라인게임 《투명장OL/投名状online/투명장 OL》을 출시할 것을 표명하였다.

온라인게임이 영화작품을 주목하는 것은 놀랄만한 일은 아니다. 해외에서는 온라인게임과의 제휴로 영화 후속 제품을 개발하는 것이 이미 중요한 산업의 하나로 부상하였으며, <스타워즈>

<반지의 제왕> 등 블록버스터의 온라인게임제품은 모두 게이머들의 많은 사랑을 받고 있다. <반지의 제왕>은 테스트 기간 동안 이미 20여만의 게이머들을 흡수하였다. 많은 게임들이 자국 시장에서 성공을 거둔 후, 해외 시장을 진출, 중국, 한국 등 나라들도 잇달아 <반지의 제왕> 등의 온라인 게임을 수입하였다. 중국에서도 중국산 블록버스터와 온라인게임이 합작을 시작한지 수년이 흘렀다. 그러나 해외 국가들과 다르게 중국산 블록버스터와 온라인게임의 합작이 결코 손조롭지 않다는 점이다. 《무극/无极》, 《황후화/满城尽带黄金甲》, 《야연/夜宴》 등 중국산 블록버스터들은 동명 온라인게임이 제작된다는 소문이 돌았으나, 합작이 이루어지지 않았다. 영화사측 입장에서 온라인게임은 홍보 역할이 아직 미흡할 뿐 아니라, 개작 판권 측면으로도 아직 생산원가 회수의 중요 경로로 자리 잡지 못하였기 때문이다.

중국 게임작업위원회(中国游戏工作委员会) 홍콩연합회 상무이사 황즈빈(黄志斌)은 이러한 난처한 실정의 주요 원인으로 두 가지를 지적하였다. 첫째는 게임에 대한 인식 부족이다. 게임은 매우 독립적인 산업으로 자체 특징과 특성을 보유하고 있어, 단순히 영화의 연장이 될 수 없으며, 또한 영화의 홍보품이 될 수 없다. 만약 전문회사의 우수한 설계가 없다면, 아무리 유명하더라도 소용이 없을 것이다. 일부 영화를 개작한 온라인게임은 단지 소재와 이름만을 빌렸을 뿐이며, 게임의 실질적인 콘텐츠는 기존과 다를 바 없어 게이머들을 실망시키고 있다. 왕룡회사의 관계자 또한 영화를 개작한 게임의 최대 난제는 바로 게임 정신에 대한 이해에 있다고 말했다.

두 번째는 바로 출시 타이밍이다. 황즈빈은 "영화 개작 온라인게임에게 출시 타이밍은 매우 난처한 문제 중 하나이다. 보통 영화를 촬영하려고 할 때, 동시에 개발팀을 찾아 관련 게임 개발을 의뢰하는 경우는 매우 드물다. 사실상, 게임 개발은 영화 촬영 시간과 비슷하지만, 이 게임이 출시 되었을 때, 영화 상영 후 많은 시간이 흐른 뒤로 영화에 대한 관심도는 이미 하락, 게임은 부득이하게 자금을 들여 홍보할 수밖에 없게 된다."라고 지적하였다. 영화 <심면매복>은 2004년에 상영 되었으나, 동명의 게임은 올해 비로소 출시되었으며, 개발회사는 3,000만 위안을 들여 홍보에 나설 수밖에 없었다. 따라서 황즈빈은 "두 산업의 상호 의사소통 및 정보 교류는 매우 중요하다. 만약 영화가 온라인게임으로 개작하고자 한다면, 반드시 최대한 빨리 판권에 대한 협의를 마치고 개발에 착수해야 할 것이다."라고 밝혔다.

그렇다면, 중국산 블록버스터 온라인게임들의 상황이 좋지 않음에도 불구하고 왕룡은 왜 위험 부담을 안고 영화 개작 온라인게임 출시를 추진하는 것일까? 왕룡의 관계자는 중영그룹과의 합작을 선택한 이유는 우선 영화를 이용, 게임 개발기획의 한계를 보완, 자체개발제품라인을 확장하기 위한 것이며, 또한 약 4억 위안 가까이 투자한 영화 《투명장》은 올해 최대 기대작의 하나로 강력한 광고효과를 창출, 왕룡의 지명도와 영향력을 제고하는데 도움이 되어 시장 점유율을 확대할 수 있기 때문이라고 밝혔다. 《투명장 OL》은 리스크를 피하고, 영화의 위력을 최대한 활용하기 위해 영화와 동시 출시될 예정이라고 한다.

자료:<http://tech.sina.com.cn/i/2007-11-19/08041858826.shtml>

중국 인터넷 광고 시장 온라인게임 광고 투입을 빠르게 상승

AC닐슨이 발표한 "2007년 10월 중국 인터넷광고시장 연구보고"에 따르면, 10월 중국 인터넷

광고시장 가치는 약 8.7억 위안이며, 1~10월 누적 광고시장가치는 약 75억 위안에 달한다. 그 중, 엔터테인먼트 분야와 신속소비품 분야 광고의 투입비율이 파이낸스 분야와 부동산 분야 광고를 추월하였다.

이 보고서에 따르면, 10월 인터넷광고 투입비율 중에서 전체의 10% 이상을 차지하는 산업은 총 5개로, 각각 자동차 분야 17.77%, 컴퓨터 및 전자제품 분야 15.51%, 엔터테인먼트 분야 10.8%, 신속소비품 분야 10.24%, 파이낸스 분야 10.04%이다. 비록 자동차 분야와 컴퓨터 및 전자제품은 여전히 인터넷광고 투입의 주요 산업이나, 기존에 비해 투입율이 다소 하락하였다. 9월 자동차 분야 광고 투입율은 22.77%였다.

또한 엔터테인먼트 분야와 신속소비품 분야의 투입율은 대폭 상승하였다. 이 분야의 9월 투입율은 모두 10% 미만으로 각각 8.94%, 7.02%를 기록하였다. 그러나 10월에는 각각 10.8%, 10.24%를 대폭 상승하였다. 이 두 분야의 광고 투입율은 기존 선두그룹의 파이낸스 분야와 부동산 분야의 투입율을 앞질렀다. 파이낸스 분야와 부동산 분야의 10월 광고 투입율은 각각 10.04%와 8.28%를 기록하였다.

분석가는 온라인게임과 음료, 식품, 화장품 등이 각각 엔터테인먼트 분야와 신속소비품 분야의 광고 투입율을 현저하게 상승시킨 주요 요소라고 지적하였다. 그 중, 엔터테인먼트 산업 광고에서 온라인게임 관련 광고의 투입율은 70% 수준을 차지하고 있다. 일례로 완메이스공(完美时空), 쟁투(征途), 나인유닷컴(久游网)의 10월 광고 투입 정도는 9월에 비해 현저히 상승하였다. 그러나 온라인게임 산업 광고주의 광고투입은 아직 안정적이지 못하기 때문에, 매월 변화폭이 큰 실정이다.

자료:<http://news.17173.com/content/2007-11-22/20071122154820680.shtml>

《티엔롱빠뿌/天龙八部/천룡팔부》, 17173 온라인게임상 6대 항목 수상



"17173 제 7회 중국 온라인게임 시장조사"에서 발표하는 "온라인게임 풍운방"이 그 모습을 드러냈다. 전체 8대 시상 항목 중 《티엔롱빠뿌/天龙八部/천룡팔부》가 총 6개 항목에서 대상을 획득하였다.

이번 "온라인게임 풍운방"의 선정 기간은 약 45일로, 선정 심사에 참여한 게임제품은 300개 이상이었으며, 인터넷 및 SMS를 통한 투표는 40여만 건을 초과하였다. 《천룡팔부》는 수많은 게임제품 중에서 단연 눈에 띄는 제품으로 대다수 게이머들의 지지를 획득, 6대 항목 대상을 수상하며 다시 한 번 우수한 게임 품질을 증명하였다.

《천룡팔부》 수상목록

1. 중국 시장 점유율 15위권 온라인게임

2. 중국 게이머들이 가장 좋아하는 10대 3D 온라인게임
3. 중국 매크로 방지분야 10대 우수 온라인게임
4. 중국 음악, 음향효과분야 10대 우수 온라인게임
5. 중국 화면분야 10대 우수 온라인게임

《천룡팔부》의 운영회사 SOHU(搜狐) 역시 ‘중국 고객센터 분야 10대 우수 온라인게임회사’ 대상을 수상하였다.

11월 초 《천룡팔부》의 최신 오픈베타 서비스가 시작되었으며, 이번 준 정식버전에는 다양한 최신 콘텐츠들이 대거 포함되어 있다.

《천룡팔부》의 게임배경은 김용의 동명 무협소설 <천룡팔부>로부터 선택되었으며, 이 동명소설을 개작하였다. SOHU회사는 1억 위안을 투자, 3년에 걸쳐 자체개발을 진행, MMORPG 《천룡팔부》를 제작해내었다.

자료:<http://news.17173.com/content/2007-11-21/20071121160746543,1.shtml>

CGW China Game Weekly **Game 순위**

NVIDIA 중국 게임 풍운방 (07-46)

순위	게 임 명 칭	게임유형
1	츠뻬(赤壁 / 적벽)	MMORP
2	페이페이(飞飞 / 비비)	MMORP
3	주셴(诛仙 / 주선)	MMORP
4	시엔찌엔치샤짚(仙剑奇侠传IV / 신검기협전4)	RP
5	완메이스제(完美世界 / 완미세계)	MMORP
6	쩐산귀우쌍(真三国无双Online / 진삼국무쌍OL)	MMORP
7	웨이우두존(唯舞独尊OL / 유무독존)	MMORP
8	모어리바오베이(魔力宝贝 II / 마력보배)	RP
9	머썬우쓰제(魔兽世界 / WOW)	MMORP
10	러쉐장후(热血江湖 / 열혈강호)	MMORP

자료:<http://www.palchn.com/bbs/redirect.php?tid=5951&goto=lastpost>

중국 온라인게임 기대작

순 위		게 임 명 칭
1	-	시엔찌엔치샤관OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)
2	-	찌엔샤칭웬(劍俠情緣岡絡版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
3	-	치룽쭈Online(七龙珠Online / 드래곤볼Online)
4	5↑	창티엔(蒼天 / 창천)
5	4↓	용형즈타(永恒之塔 / Aion)
6	-	펑훤즈뤼(風火之旅 / 풍화지여)
7	8↑	전·싼궈우쌍 (真三国无双 OL / 진·삼국무쌍)
8	7↓	시엔징촨슈2(仙境传说2 / RO2)
9	-	허진짚지(合金战纪 / 합금전기)
10	-	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
11	13↑	산궈처(三國策 / 삼국책)
12	-	파이파이뿌뤼(拍拍部落 / 박박부락)
13	11↓	머리바오베이2(魔力宝贝II / 마력보배2)
14	-	멍장짚(猛將傳 / 맹장전)
15	18↑	카이신(開心 / 개심)
16	15↓	스미엔마이푸(十面埋伏 / 십면매복)
17	16↓	웨이우두쭈(唯舞獨尊 / 유무독존)
18	19↑	Crossfire
19	17↓	이티엔지엔위룽따오(倚天劍與屠龍刀/의천검과 도룡도)
20	新	띠샤칭위용스(地下城與勇士 / 지하성과 용사)

자료:<http://news.17173.com/content/2007-11-19/20071119160725576,1.shtml>

야리엔게임(亚联游戏)

야리엔게임(亚联游戏)은 하이홍(海虹) 주식회사 산하 자회사로 2000년 5월 설립되었다. 이 회사의 업무는 온라인 엔터테인먼트 각 분야를 다 포함하고 있으며, 2001년부터 적극적으로 해외 우수 온라인게임제품 수입 및 대리운명을 시작, 중국 국내 시장 수요를 만족시키기 위해 노력하였다. 중국 게이머들을 위해 단기간동안 대형 무협 온라인게임 《치엔니엔/千年/천년》, 대형 SF 온라인게임 《홍월/红月/홍월》, 대형 전략 온라인게임 《잔창/站场/참장》을 연이어 수입, 중국 국내에 온라인게임 열풍을 불러일으켰으며, 독특한 경영방식을 추구, 국내외 매스컴의 호평을 얻었다.

2001년 6월 이래, 야리엔게임은 인터넷 비즈니스 업무 사이트를 출시, 각대 은행의 인터넷 결제 시스템을 개통, 각종 온라인 오프라인 판매 루트를 설립하였다. 이 루트에는 기존의 판매루트, 우편루트, ISP 제휴판매, 모바일 판매, 방대한 PC방 연맹 등을 포함, 제품의 홍보를 위해 우수한 기초를 마련하였다.

야리엔게임의 발전전략은 전문화 및 규모화 된 해외 온라인게임 우수제품 대리운 및 자문과 서비스를 일체화한 종합성 온라인 엔터테인먼트 회사로 거듭나는 것이다. 중국 온라인 엔터테인먼트 산업의 개척자인 야리엔은 적극적으로 관련 산업 발전을 추진할 계획이다.

- ▶ 설립일자 : 2000년
- ▶ 주요업무 : 온라인게임 개발 및 운영
- ▶ 회사연락처



주 소 : 北京市 朝阳区 北四环东路 高原街2号 文博大厦 11层)

전 화 : (86-10) 84628118

팩 스 : (86-10) 84625378

주요작품 : 《치엔니엔/千年/천년》, 《홍월/红月/홍월》, 《잔창/站场/참장》

홈페이지 : www.asiagame.com

자료: <http://games.sina.com.cn/biz/gamedata/company/71.shtml>

중국 정부, 애니메이션 게임 산업을 위해 더욱 나은 환경 제공

11월 23일 신문출판총서(新闻出版总署) 부서장(副署长) 쉰타오산(孙寿山)은 최근 상장에 성공한 온라인게임 생산기업 완메이스공(完美时空)과 King soft(金山软件)를 방문하였다. 그는 방문 시

"애니메이션 게임은 이미 문화 전파의 중요 매체로 부상하였다. 나는 기업들이 자체 지적재산권을 보유, 중국 문화의 특색을 더욱 살릴 수 있는 중국산 애니메이션 게임제품을 더욱 많이 개발해내어 더 나아가 시장 점유율을 확대하고 해외로 수출할 수 있게 되기를 바란다"라고 강조하였다.

쑤타오샨은 이 두 회사에서 온라인게임의 제작과정, 시장 개발 분야 등을 흥미롭게 참관하였다. 완메이스콩 대표 츠위펑(池宇峰)과 King soft 대표 치우보쥔(求伯君)과 CEO 런지엔(任健)은 각각 회사의 운영 상황과 발전 계획에 대해 소개하였다. King soft의 게임제품 《지안샤칭웬/剑侠情缘/검협정연》의 베트남 현지 월평균 최고 동점자수가 24만 명에 달하며, 완메이스콩의 제품이 13개 국가 및 지역으로 수출되었다는 소식을 접한 쑤타오샨은 애니메이션 게임은 이미 중국 문화산업 분야에서 가장 희망이 있으며, 기타 국가들과 높은 수준에서 겨룰 수 있는 분야 중 하나라고 말했다.

쑤타오샨은 상기 두 회사의 책임자와의 좌담회에서 애니메이션 게임은 이미 문화 전파의 중요 매체가 되었으며, 이것이 바로 정부가 높은 관심을 나타내며 적극적으로 중국산 자체개발 애니메이션 게임제품의 개발을 유도하고, 관련 정책 출범을 통해 중점적으로 지원하는 주요 원인이라고 강조하였다. 그는 기회를 잡아 발전을 가속화하여 자체 지적재산권 및 경쟁력을 보유한 기업 브랜드를 창조해야하며, 애니메이션 게임 제품을 통해 중국 문화를 더욱 널리 전파해야한다고 지적하였다.

자료:<http://game.people.com.cn/GB/48604/48623/6577867.html>

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