

제250호

2007. 12. 17

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 2007년도 17173 제7회 중국 온라인게임 시장조사보고 (1)

China Game News

- 중국 게임산업 연도 정상급 대상 “골든핑거상” 수상 명단
- 완메이스공, 《우린와이짤/武林外传/무림외전》 타이완 출시 발표
- 차이나닷컴(中华网), 11월 온라인게임 운영데이터 발표
- 성따(盛大), 향후 50편의 게임 출시 계획, 온라인게임 플랫폼 구축
- 청두 링즈웨이예(成都灵智伟业), 3D-MMORPG 대작 제작

Game 순위

- 중국 온라인게임 기대작

New Game 소개

- 《잉송우디 / 英雄无敌 / 영웅무적》

Game 회사소개

- 상하이 거웨이 디지털 과기유한공사(上海格锐数码科技有限公司)

2007년도 17173 제7회 중국 온라인게임 시장조사보고 (1)

목 차

- ◆ 조사 콘텐츠
- ◆ 조사 보고서 요약

◆ 조사 콘텐츠

1. 중국 온라인게임 게이머의 기본 특성

- 1.1. 중국 온라인게임 게이머의 직업 분포
- 1.2. 중국 온라인게임 게이머의 연령 분포
- 1.3. 중국 온라인게임 게이머의 인터넷 연령
- 1.4. 중국 온라인게임 게이머의 온라인게임 연령
- 1.5. 중국 온라인게임 게이머의 문화 수준
- 1.6. 중국 온라인게임 게이머의 성별 비율
- 1.7. 중국 온라인게임 게이머의 게임 캐릭터 성별 비율
- 1.8. 중국 온라인게임 게이머의 지역 분포
- 1.9. 중국 온라인게임 게이머의 수입 현황

2. 중국 온라인게임 게이머의 행위 분석

- 2.1. 중국 온라인게임 게이머의 주요 전신 서비스업체
- 2.2. 중국 온라인게임 게이머의 일평균 게임시간
- 2.3. 중국 온라인게임 게이머의 게임 이용 시간대
- 2.4. 중국 온라인게임 게이머가 게임 한 편을 지속적으로 플레이하는 기간
- 2.5. 중국 온라인게임 게이머가 주로 게임을 즐기는 장소
- 2.6. 중국 온라인게임 게이머의 서버 선택 방법
- 2.7. 중국 온라인게임 게이머가 게임을 즐기는 주요 목적
- 2.8. 중국 온라인게임 게이머가 게임을 선택하는데 영향을 미치는 요소
- 2.9. 중국 온라인게임 게이머가 게임을 떠나는 주요 원인
- 2.10. 중국 온라인게임 게이머 주변 친구들이 게임을 즐기지 않는 원인
- 2.11. 중국 온라인게임 게이머가 게임 정보를 획득하는 경로
- 2.12. 중국 온라인게임 게이머가 자주 다운로드하는 모바일 게임 장르
- 2.13. 중국 온라인게임 게이머가 모바일 게임 정보를 획득하는 경로
- 2.14. 중국 온라인게임 게이머가 사용하는 핸드폰 브랜드

- 2.15. 중국 온라인게임 게이머가 사용하는 컴퓨터 출처
- 2.16. 중국 온라인게임 게이머의 컴퓨터 CPU 브랜드
- 2.17. 중국 온라인게임 게이머의 CPU 작용에 대한 태도
- 2.18. 중국 온라인게임 게이머의 컴퓨터 바이러스 감염 빈도
- 2.19. 중국 온라인게임 게이머가 주로 사용하는 바이러스 감염 방지 조치
- 2.20. 중국 온라인게임 게이머의 바이러스 백신 선택시 영향을 미치는 요소

3. 중국 온라인게임 게이머의 소비 행위 분석

- 3.1. 중국 온라인게임 게이머의 게임 소비 현황(인터넷 접속비용 불포함)
- 3.2. 중국 온라인게임 게이머가 소비 가능한 월 최고 소비액(인터넷 접속비용 불포함)
- 3.3. 중국 온라인게임 게이머간에 성사된 사이버 아이템 거래 금액
- 3.4. 중국 온라인게임 게이머가 받아들일 수 있는 사이버 아이템 거래 금액 한도
- 3.5. 중국 온라인게임 게이머의 게임 소비 금액 출처
- 3.6. 중국 온라인게임 게이머의 게임 포인트카드 및 소프트웨어 구매 장소
- 3.7. 중국 온라인게임 게이머가 소비할 가능성이 가장 높은 게임 주변제품
- 3.8. 중국 온라인게임 게이머가 가장 인정하는 게임산업과 제휴하는 기타업종
- 3.9. 중국 온라인게임 게이머가 게임 과정 중 자주 사용하는 소비 아이템

4. 중국 온라인게임 게이머의 선호도 분석

- 4.1. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 과금제 방식
- 4.2. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 장르
- 4.3. 중국 온라인게임 게이머가 게임 속에서 가장 즐겨하는 행동
- 4.4. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 관련 이벤트
- 4.5. 중국 온라인게임 게이머의 게임산업과 기타업종간의 제휴에 대한 태도

5. 중국 온라인게임 게이머의 기타 행위 관련 선호도

- 5.1. 중국 온라인게임 게이머가 가장 자주 방문하는 동영상 사이트
- 5.2. 중국 온라인게임 게이머의 UCC에 대한 태도
- 5.3. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 동영상 장르
- 5.4. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 홍보 경로
- 5.5. 중국 온라인게임 게이머의 게임 동영상 속 광고 삽입에 대한 태도
- 5.6. 중국 온라인게임 게이머가 게임 동영상 선택시 영향을 미치는 요소
- 5.7. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 동영상 소재
- 5.8. 중국 온라인게임 게이머가 게임 동영상을 제작하는 목적
- 5.9. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 중대형 캐주얼 게임 레벨업 방식
- 5.10. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 캐주얼 게임 시스템
- 5.11. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 캐주얼 게임 방파 스킬 분석
- 5.12. 중국 온라인게임 게이머가 가장 참여하고 싶어 하는 캐주얼 게임 이벤트 종류
- 5.13. 중국 온라인게임 게이머가 가장 주목하는 캐주얼 게임 요소

◆ 조사 보고서 요약

- 중국 온라인게임 게이머 중 중고생과 IT 업계 종사자가 가장 많은 비율을 차지, 각각 19%와 10%를 기록하였다.
- 온라인게임 게이머는 19~35세 사이에 가장 많이 분포되어 있으며, 그 중 20~29세 연령층의 게이머들이 전체 게이머의 60%를 차지하고 있다.
- 고등 교육을 받은 게이머는 전체 게이머의 59%를 차지하였다.
- 여성 게이머는 전체의 약 45%를 차지하고 있으나, 게임 속 여성 캐릭터의 비율은 38%에 불과하다.
- 연해 지역의 온라인게임 게이머들의 수량은 중서부 지역 게이머보다 훨씬 많았으며, 광둥, 장수, 상하이 1~3위를 차지하였다.
- 온라인게임 게이머 중 띠엔신(电信) 서비스를 사용하는 게이머가 가장 많아 38%를 기록 하였으며, 그 다음은 왕통(网通) 23%, 티에통(铁通) 16% 순이다.
- 게이머가 게임을 플레이하는 시간대는 주로 18~24시에 분포되어 있으며, 대부분의 게이머들의 게임 플레이 시간은 6시간 이내를 기록하였다.
- 게이머가 어느 한 편의 게임에 대한 흥미를 유지하는 기간은 통상 1~2년이며, 한 편의 게임을 2년 이상 지속적으로 플레이하는 경우는 12%에 불과하였다.
- 온라인게임 게이머들이 주로 게임을 즐기는 곳은 자신의 집이었으며, PC방을 이용하는 게이머는 12%에 불과하였다.
- 서버 선택에 영향을 미치는 요소들의 비율은 대동소이하어 지역, 속도 등 각종 요인이 모두 게이머의 선택에 영향을 주고 있다.
- 게이머가 온라인게임을 즐기는 주요 목적은 오락으로 30%를 차지하였다. 그 다음으로는 친구 사귀기, 두뇌 훈련 및 수익 획득을 위해서가 각각 그 뒤를 이었다.
- 게이머가 온라인게임을 선택할 때 가장 많이 고려하는 요소는 게임 조작의 난이도로 전체의 23%를 차지하였다.
- 게이머들이 게임을 포기하는 주요 원인은 지나치게 많은 소모시간, 가족들의 반대 등 자신이 원인이 되는 경우가 많으나, 주변 친구들이 게임을 즐기지 않는 원인은 비교적 다양한 것으로 나타났다.
- 게이머가 게임 정보를 획득하는 가장 직접적인 경로는 전문 게임 사이트로 나타났으며, 전체의 48%를 차지하였다. BBS, 잡지, PC방 등은 약 10%에 불과하였다.
- 게이머가 모바일 게임 다운로드에서 선호하는 장르는 캐주얼 게임 및 스포츠 게임으로 나타났으며, 단 한번도 다운로드를 받아보지 않은 게이머는 전체의 12%를 차지하였다.
- 온라인게임 게이머의 핸드폰 브랜드는 삼성 22%, 소니 에릭슨 21%, 모토로라 및 노키아 15% 순으로 나타났다.
- 52%에 해당하는 게이머는 자신이 스스로 컴퓨터를 조립한다.
- 65%에 해당하는 게이머는 인텔 CPU를 사용하고 있으며, 32%에 해당하는 게이머는 CPU의 성능이 게임에 막대한 영향을 끼친다고 생각하고 있었다.
- 40%에 해당하는 게이머의 컴퓨터는 자주 바이러스에 감염되며, 단 한번도 바이러스 백신 프로그램을 설치하지 않은 게이머는 전체의 10%에 불과하였다.

- 현재 대부분의 온라인게임 게이머들의 월평균 소비액은 100위안 수준이며, 그들이 원하는 월소
비액은 모두 이보다 낮았다.
- 85%에 해당하는 게이머는 사이버 아이템 거래에 참여한 적이 있으며, 사이버 아이템 거래를 인
정할 수 없다고 밝힌 게이머는 전체의 9%였다.
- 게이머가 온라인게임에 사용하는 비용은 일반적으로 자신 혹은 부모님이 공급하고 있으며, 이는
전체의 47%에 해당한다.
- 게임 주변제품 구매 선택은 분산되는 추세로 각기 다양한 종류의 물품을 구매하고자 하는 게이
머들 비율이 모두 10%를 넘었다.
- 시간에 따른 과금제 방식이 여전히 게이머들이 가장 선호하는 과금제 방식으로 나타났으며, 아
이템 판매 방식을 선호하는 게이머는 7%에 불과하였다.
- 게이머가 가장 선호하는 게임 장르는 롤플레이팅 31%, 격투/사격 24%, 전략 장르 17%, 보드게임
14%, 스포츠/뮤직 장르 9%, 어드벤처/육성 시뮬레이션/두뇌 개발 장르 5% 순으로 나타났다.
- 게이머가 가장 선호하는 게임 관련 이벤트는 자신이 설계하는 퀘스트 임무와 경험치 2배로 나타
났다.
- 78%에 달하는 게이머가 게임산업과 기타 산업간의 제휴를 지지하고 있으며, 그 중 42%에 해당
하는 게이머는 이를 매우 찬성하고 있다.
- 투또우(土豆), 17173, 56 사이트가 게이머가 가장 자주 방문하는 동영상 사이트로 선정되었다.
- 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 동영상 장르는 코믹 장르가 차지, 전체의 32%를 기록하였
다. 그 다음으로는 뮤직 비디오 28%, 액션 스킬 25%, 스토리 장르 15% 순으로 나타났다.
- 52%에 달하는 게이머는 동영상 속 광고 삽입을 허용할 수 있다고 대답하였으며, 상관없다는
25%, 허용할 수 없다는 23%를 기록하였다.
- 43%에 해당하는 게이머가 게임 동영상을 제작하는 이유는 자신을 표현하고 싶은 욕구 때문이었
으며, 기념하기 위해서 및 자신의 심득을 전하기 위해서가 각각 22%와 20%를 기록하였다. 또한
다른 사람을 도와 제작한다는 15%를 차지하였다.

(다음 호에 계속)

자료 출처: 《17173第七届中国网络游戏市场调查报告》

중국 게임산업 연도 정상급 대상 “골든핑거상” 수상 명단

□ 제품

- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 온라인게임
2006년도에 이어 연속 2년 공석을 기록하였으며, 2005년 최고 온라인게임은 <WOW>였다.

- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 중국산 자체개발 온라인게임
완메이스공(完美时空) - 《쭈시엔/诛仙/주선》
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 녹색 온라인게임
텡쉰(腾讯) - 《QQ싼궈/QQ三国/QQ삼국》
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 캐주얼 온라인게임
성따(盛大) - 《차이홍다오/彩虹岛/라테일》
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 스토리 배경
광위화샤(光宇华夏) - 《원다오/问道/문도》
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 기대작 온라인게임
성따 - 《창티엔/苍天/창천》
성따 - 《펑윈-송빠텐샤/风云-雄霸天下/풍운-웅패천하》
무비아오(目标) - 《룽텡스제/龙腾世界/용등세계》
머리여우(摩力游) - 《지셴지에취지관란/极限街区及灌篮/극한가구급관람》
텡쉰 - 《쑤시엔/寻仙/심선》
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 모바일 게임
장중미거(掌中米格) - 《시여우지/西游记/서유기》
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 교육 온라인게임
광둥 데이터통신(广东数据通信) - 《궈웨이/国威/국위》
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 PC게임
따위 환싱 과기(大宇软星科技) - 《시엔젠치샤판4/仙剑奇侠传4/선검기협전4》
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 우수 아케이드 게임제품
광저우 화리(广州华立) - 《모튀GP/摩托GP/모터 GP》
광저우 시리전자(广州希力电子) - 《즈뽤싱/指多星/지다성》
중산 진룽전자(中山金龙电子) - 《펑광란치우/疯狂篮球/크레이지 배스킷볼》
항저우 란하이(柳州蓝海) - 《다지친뤄저/打击侵略者/타격침략자》

□ 기업

- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 온라인게임 운영업체
상하이 룬싱 네트워크 과기유한공사(上海润星网络科技有限公司)
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 온라인게임 개발팀
청두 멩공창 King soft 시산취(成都梦工场金山西山居)

- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 온라인게임 서비스업체
상하이 성따(上海盛大网络)
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 최우수 모바일 게임 콘텐츠 공급업체
베이징 공중신스 기술유한공사(北京空中信使技术有限公司)
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 우수 아케이드 게임기 오락 프랜차이즈 기구
항저우 셴차이페이양 엔터테인먼트(杭州神采飞扬) 브랜드 - 셴차이페이양(神采飞扬)
우한 청스잉송디지털 엔터테인먼트(武汉城市英雄) 브랜드 - 청스잉송(城市英雄)
중산 스위 실업(中山世宇实业) 브랜드 - 스위러위엔(世宇乐园)
산터우 화통 전자(汕头华通电子) 브랜드 - 화통러위엔(华通乐园)

□ 인물

- ▶ 2007년도 중국 게임산업 풍운인물
텅쑤(腾讯) 대표이사 마화텅(马化腾)
King soft(金山) 대표이사 치우보쥔(求伯君)
- ▶ 2007년도 중국 게임산업 신예인물
머리여우(摩力游) 대표이사 린저쥬(林哲钜)
진텐과기(锦天科技) 대표이사 펑하이타오(彭海涛)

자료: <http://www.donews.com/Content/200712/403b5c5748a04acf916d7396e0870f7e.shtml>

완메이스퉁, 《우린와이짚/武林外传/무림외전》 타이완 출시 발표

12월 9일 완메이스퉁(完美时空)은 타이완 지역 주요 온라인게임 운영업체 중 하나인 즈관과기(智冠科技)가 11월 28일 타이완에 성공적으로 《우린와이짚/武林外传/무림외전》 게임을 출시하였다고 발표하였다. 이는 완메이스퉁이 타이완 운영업체에 수출한 두 번째 온라인게임제품이다.

즈관과기의 관계자는 인터뷰에서 매스컴에 신규게임을 소개하였다. 클로즈베타 테스트 기간동안 게임의 독특한 클라이언트 기능과 중국 전통 문화 관련 주제, 독특한 장비 설계, 카툰스타일 화면과 인터랙티브 커뮤니티 네트워크 기능 등은 사람들에게 깊은 인상을 남겼다. 또한 즈관과기로 하여금 《무림외전》이 타이완 시장에서 잠재력이 있음을 확신하도록 하였다. 완메이스퉁은 이 자체 독립연구개발 온라인게임이 타이완 게이머들에게 새로운 체험을 제공할 것이라고 생각한다.

즈관과기의 대표이사 왕전보(王俊博)는 《무림외전》이 타이완에서 큰 성공을 거두게 될 것이며, 이 프로젝트에서 완메이스퉁과 협력할 수 있어 기쁘다고 밝혔다. 즈관이 완메이스퉁과의 첫 판권 협의를 통해 발표한 것은 《완메이스제 귀지반/完美世界国际版/완미세계 국제판》으로 이 게임은 최고동접자수 80만이라는 기록을 수립하였다. 《완미세계 국제판》의 성공은 즈관이 《무림외

전》을 수입하도록 하였으며, 10월 클로즈베타 기간동안 《무림외전》의 평균 동접자수는 약 2만명을 기록, 즈관은 이 게임의 오픈베타에 상당한 자신감을 표현하고 있다.

완메이스공의 CEO 츠위펑(池宇峰)은 《무림외전》은 완메이스공이 자체 독립연구개발한 첫 온라인게임으로 코믹하고 가볍게 즐길 수 있는 게임이며, 타이완 지역에서 이렇게 많은 사람들의 주목을 받게 되어 기쁘다고 밝혔다. 이 게임은 중국에서 출시된 후 대량의 게이머를 흡수하였다. 그는 즈관과의 협력을 통해 타이완 게이머들에게 독특한 3D 게임체험을 제공하게 될 것이며, 완메이스공의 해외 판권 프로젝트에서 또 하나의 이정표를 세울 수 있게 될 것으로 전망한다고 말했다.

자료:<http://www.donews.com/Content/200712/f7269e64e09348919e7dbec3a072db22.shtm>

차이나닷컴(中华网), 11월 온라인게임 운영데이터 발표

차이나닷컴 게임(中华网游戏: CDC games)은 최근 자사가 중국시장에서 상용화한 특정 온라인게임의 2007년도 11월 중요 운영데이터에 대해 발표하였다. 차이나닷컴 게임은 나스닥 상장회사 차이나닷컴 투자그룹(中华网投资集团)에 속한 업무부서이다.

2007년 11월 말까지 차이나닷컴 게임이 상용화에 투입한 온라인게임의 가입 유저 총합은 1.23억 명을 넘어섰다. 차이나닷컴 게임 영업수입 출처는 더욱 다양화되었으며, 그 중 <열혈강호>가 전체의 56%를 차지하며, <스페셜 포스>, <미르3>, <Shaiya>, <Eve>, <Shine> 등 기타 5편의 신규게임이 44%의 비율을 차지하고 있다.

2007년 6월 20일 차이나닷컴 게임은 1인칭 사격 온라인게임(FPS) <스페셜 포스>를 중국시장에 출시하였다. <스페셜 포스>는 무료화 운영방식, 즉 게이머들에게 게임 서비스를 무료로 제공하고 사이버 아이템 및 부가가치 서비스 판매를 통해 영업수입을 획득하는 방식을 채택하였다. 10월 대비 <스페셜 포스> 관련 주요 운영 데이터는 일제히 상승하였으며 구체적인 수치는 아래와 같다:

- ◆ 11월 일일 평균 영업수입 10월 대비 51% 상승
- ◆ 11월 가입 유저수량 940만 명 이상, 10월 대비 23% 증가
- ◆ 11월 최고 동접자수 10월 대비 14% 증가
- ◆ 11월 평균 동접자수 10월 대비 12% 증가

2007년 7월 12일 온라인게임운영업체인 광통통신(光通通信)을 인수한 이래, 광통통신이 운영하고 있는 주요 온라인게임 <Shaiya>는 지속적으로 양호한 성적을 거두고 있다. 2007년 11월 <Shaiya>의 일일 평균 영업수입은 10월 대비 16% 상승하였다. <Shaiya>는 MMORPG로 양대 국가가 판타지세계에서 펼치는 전쟁에 대해 묘사한 게임이다.

광통통신이 운영하는 기타 게임인<미르3>과 <Eve>의 2007년 11월 운영 데이터는 10월과 대

체로 비슷하다. 2007년 9월 말 광둥통신은 신규게임 <Shine>을 출시하였다. 이 게임은 한국 게임 회사가 개발한 카툰 스타일 판타지 3D MMORPG로 일본 애니메이션 스타일의 화면을 기초로 각기 다른 연령층 게이머들에게 모두 어필하고 있다. 2007년 11월 <Shine>의 활성화 유저수와 운영수입은 다소 하락하였으나, 광둥통신은 12월 이 게임의 업그레이드 버전을 출시할 계획이다.

신규게임 이외에 <열혈강호>의 11월 운영 데이터 또한 안정적인 상승 추세이다. 이 게임은 이미 상용화된 지 3년째를 맞이하고 있다. <열혈강호>는 불법 서비스의 영향, 한국 게임개발업체와의 판권 관련 분쟁 등의 원인으로 당초 운영 현황이 그리 좋지 못했었다. 그러나 2007년 11월 일일 평균 영업수입은 7월 대비 20% 이상 증가하였으며, 10월과 대체로 유사한 수준을 기록하였다. <열혈강호>의 회복세는 2007년 7월 발표한 최신 업그레이드 버전 및 불법 서비스 단속 효과 덕분인 것으로 보인다.

자료:<http://games.sina.com.cn/y/n/2007-12-10/1102226052.shtml>

성따(盛大), 향후 50편의 게임 출시 계획, 온라인게임 플랫폼 구축

최근 한국 온라인게임 대작 《Dragonnest》와의 계약 발표 후 성따(盛大) CEO 탕쥘(唐骏)은 2008년 운영에 투입될 온라인게임제품들이 약 20편에 달하며, 2009년과 2010년에도 각각 15편 이상의 신규게임을 발표할 예정이라고 밝혔다. 이와 같은 단계적인 계획에 따라 향후 성따는 시장에서 50편이 넘는 온라인게임을 운영하게 될 전망이다.

성따의 대표이사 천티엔치아오(陈天桥)는 3/4분기 재무보고회의에서 “퍼블리싱, 자체연구개발, 투자개발 및 합작개발” 4위 일체 부서를 마련, 세계 최대 온라인게임회사로 거듭나겠다는 입장을 밝혔으며, 성따는 다양한 게임들의 출시계획을 통해 콘텐츠 분야에서 막강한 실력을 보유하게 될 전망이다. 다음은 성따의 출시 예정 온라인게임들이다.

퍼블리싱 : <창천>, <Aion>, <Dragonnest>, <Freejack> 등

합작개발 : DOA, 잉송렌(英雄连, 영웅련) 등

투자개발 : X-핑팡(X-乒乓)을 비롯한 한국 Actoz의 다수 온라인게임, 펑션엔이(封神演义, 봉신 연의)를 비롯한 다수의 펑윈(风云) 및 18계획내 제품들

자체개발 : 디즈니 매직보드(迪士尼魔幻飞板), 종횡천하(纵横天下) 등

성따는 위와 같이 다원화된 게임 기획 방식으로 리스크를 감소시키는 동시에 게임 운영을 안정화한다는 전략이다.

한 업계 인사는 “이렇게 많은 게임들이 성따와 합작한다는 것은 성따의 플랫폼 우위가 업계의 인정을 받았다는 것을 뜻한다”라고 밝혔다. 2006년과 2007년 성따가 수많은 고초를 겪으며 발전시킨 플랫폼이 서서히 위력을 드러내기 시작하였다. 어떤 신규제품의 추가 출시도 없는 상태에서 성따는 여전히 수차례 영업수익 신기록을 경신하고 있으며, 업계 제일의 자리를 굳히고 있다.

게임 분석가는 성씨는 신규게임의 추가운영을 통해 한 단계 더욱 상승할 수 있을 것으로 전망되며, 업계 제일의 자리에 대한 신흥 기업들의 도전을 물리치고 지속적으로 1위 자리를 굳힐 수 있을 것이라고 분석하였다.

자료:<http://news.17173.com/content/2007-12-12/20071212111944627.shtml>

청두 링즈웨이에(成都灵智伟业), 3D-MMORPG 대작 제작

청두링즈웨이에 과기유한공사(成都灵智伟业科技有限公司)는 현재 자사의 첫 자체개발 온라인 게임을 개발 중에 있으며, 이 게임은 대형 3D MMORPG게임으로 전해지고 있다.

《山海经/산해경》을 주제로 하는 자체개발 3D MMORPG

당초 링즈웨이에 공식 사이트측의 뉴스에 따르면, 링즈웨이에는 첫 온라인게임을 중국 고대 전기소설 《山海经/산해경》에 기초하여 제작할 것이라고 하였다. 현재 공식 사이트측은 이미 《산해경》을 기초로 하여 3D MMORPG 제품 제작 작업에 착수하였다고 발표하였다. 《산해경》의 내용이 다양하고 무궁무진하기 때문에 2D 엔진 게임으로는 중국 상고시대 문화의 정수를 표현하기가 어렵다. 따라서 링즈웨이에는 연구개발 초기단계부터 경험이 풍부한 기술인력을 투입, 3D 연구개발 제작을 진행하였다.

링즈웨이에는 장기간에 걸친 연구개발을 통해 공식 사이트측에 첫 온라인게임의 지형, 동작 등 3D 입체 처리 분야에서 큰 성과를 거두었으며, 살아있는 세계를 창조하였다고 발표하였다. 국외 선진 기술의 인물 동작 포착 방법 등의 도입을 통해 게임 속 캐릭터들의 각 동작들이 원활하고 자연스러우며 음영 효과와 잘 어우러지도록 제작되었다.

링즈웨이에는 또한 강력한 3D 그래픽 엔진 기술 및 아트 제작 기술 역량을 통해 《산해경》속에 묘사된 기묘한 세계를 최대한 연출하기위해 노력하고 있으며, 작게는 꽃과 나무, 크게는 도시에 이르기까지 모두 중국 고대의 특색을 잃지 않았다.

게이머들을 게임제품 고문으로

링즈웨이에는 첫 게임제품의 유형과 관련한 소식을 발표한 동시에 “게이머 고문팀”의 창단을 확정하였다. 링즈웨이에의 게이머 고문팀은 중국 국내 온라인게임 연구개발 분야에서 획기적인 일에 해당한다. 기존 온라인게임의 “게이머 고문” 개념은 대다수가 게임 운영 후 진행되는 것이었으나, 이번 링즈웨이에는 연구개발단계에서 게이머 고문팀을 창단, 경험이 풍부한 게이머들이 직접 게임 제작에 참여할 수 있도록 하였으며, 게이머의 시각에서 게임의 각 부분에 대해 제안할 수 있어 게임이 더욱 흥미롭고 인터랙티브적인 특성을 보유할 수 있도록 하였다.

자료:<http://news.17173.com/content/2007-12-14/20071214095602814.shtml>

중국 온라인게임 기대작

순 위		게 임 명 칭
1	-	시엔찌엔치사관OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)
2	-	찌엔샤칭웬(劍俠情緣罔絡版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
3	-	창티엔(蒼天 / 창천)
4	-	치룽쭈Online(七龙珠Online / 드래곤볼Online)
5	-	(真三国无双 OL / 진·삼국무쌍)
6	7↑	펑훤즈뤼(風火之旅 / 풍화지여)
7	6↓	용헝즈타(永恒之塔 / Aion)전·싼궈우샹
8	-	시엔징촨쉬2(仙境传说2 / RO2)
9	11↑	츠뻬(赤壁 / 적벽)
10	9↓	허진짚지(合金战纪 / 합금전기)
11	12↑	산궈처(三國策 / 삼국책)
12	10↓	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
13	14↑	카이신(開心 / 개심)
14	13↓	Crossfire
15	-	띠샤칭위용스(地下城與勇士 / 지하성과 용사)
16	20↑	QQ페이처(QQ飛車 / QQ비차)
17	新	쑤셴(尋仙 / 심선)
18	16↓	머리바오베이2(魔力寶貝 II / 마력보배2)
19	17↓	스미엔마이푸(十面埋伏 / 십면매복)
20	18↓	파이파이뿌뤼(拍拍部落 / 박박부락)

자료:<http://news.17173.com/content/2007-11-26/20071126112543037,1.shtml>

《**잉송우디 / 英雄无敌 / 영웅무적**》



- 게임 이름 : 잉송우디(英雄无敌, 영웅무적)
- 게임 종류 : SLG전략
- 게임 특징 : 판타지 게임
- 개발 업체 : 티엔칭 디지털(天晴数码)
- 운영 업체 : 왕룡(网龙)
- 현재 현황 : 2007년 12월 6일 오픈베타
- 공식 사이트 : yx.91.com

과거에 이름을 날렸던 《잉송우디/英雄无敌/영웅무적》 시리즈는 수많은 게이머들을 빠져들게 하였다. 현재 출시되는 《잉송우디/英雄无敌online/영웅무적 online》은 현대 게이머들의 요구에 더욱 잘 부합하는 게임일 것이다. 기존의 PC게임 시절일 때와 마찬가지로 현재 게이머들 앞에 새롭게 선보이는 온라인 버전 또한 중국 게임의 역사를 새롭게 이어나갈 것이다. 그리고 중국 온라인게임 시장에 신선함과 활력소를 공급할 수 있을 것으로 예상된다.

2004년 왕룡회사(网龙公司)는 Ubisoft로부터 《영웅무적 online》의 개발권과 아시아지역 운영권을 획득하였다. 이는 매우 성공적인 제휴로 중국 게임회사가 이미 해외 유명 브랜드 회사와 협력할 수 있는 능력을 보유하고 있음을 의미할 뿐 아니라, 중국 온라인게임 연구개발 능력이 최초로 세계적인 게임회사의 인정을 받았음을 의미할 것이다.

10년간의 역사를 지닌 유명 PC게임인 《영웅무적》은 수많은 게이머들에게 지우지 못할 깊은 인상을 남겼다. 기존의 유명 게임과 그 영광이 오늘날 서양의 판타지 색채가 가득한 신비로운 세계의 온라인게임으로 재탄생, 새로운 역사를 써나갈 것으로 기대된다.

《영웅무적 online》의 제1차 오픈베타 테스트는 현재 발행되고 있으며 이번에 최초로 선보일 이 게임은 대중들의 큰 기대를 한 몸에 받고 있다.



자료:<http://newgame.17173.com/content/2007-12-07/20071207092431302.shtml>

상하이 거웨이 디지털 과기유한공사(上海格锐数码科技有限公司)

상하이 거웨이 디지털 과기유한공사(上海格锐数码科技有限公司, Greatelsoft Co.,Ltd.)는 2001년도에 설립된 회사로, 급속히 부상하고 있는 신형 첨단 테크놀로지 소프트웨어 개발기업이다. 거웨이 디지털은 핸드폰, PDA 등 이동 설비의 다매체 엔터테인먼트 및 게임 소프트웨어 개발에 주력하고 있으며, 이미 중국 국내 최첨단 이동 설비 엔터테인먼트 및 게임 소프트웨어 공급업체의 하나로 두각을 나타내고 있다.

거웨이 디지털은 자체 지적재산권을 보유하고 있는 이동 설비의 선진 다매체 및 게임 엔터테인먼트 드라이버 엔진 핵심 기술을 구비하고 있으며, 이미 성공적으로 최첨단 효과를 자랑하는 엔터테인먼트 및 다매체 이동 설비 소프트웨어를 개발하였다. 또한 마이크로소프트, 인텔, 모토로라, 노키아, 레노버, TCL 모바일 등 다양한 회사와 소프트웨어 판매 제휴 및 관련 협력을 진행하고 있다.

거웨이 디지털은 중국 국내 최대 핸드폰 및 모바일 이동 설비 관련 최신 엔터테인먼트 게임 소프트웨어 공급업체이다. 현재 중국 국내 모든 윈도우 모바일 지능형 핸드폰 생산업체들은 모두 유일하게 거웨이 디지털의 엔터테인먼트 게임 소프트웨어 제품을 채택하고 있다.

《아더왕/亚瑟王》RPG,
《파스티엔샤/大食天下/대식천하》ACT,
《우선/武神/무신》RPG,
《스공편탄/时空侦探/시공탐정》RPG,
《환상판정/幻想战争/환상전쟁》RPG 등

- ▶ 설립일자 : 2001년
- ▶ 주요업무 : 온라인게임 개발
- ▶ 회사연락처

주 소 : 上海市 宜山路 520号 中华门大厦 1206室

e-메 일 : webmaster@greatelsoft.com

홈페이지 : cn.greatelsoft.com



자료: <http://games.sina.com.cn/biz/gamedata/mobilegames/company/230.shtml>

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