

# 제255호

2008. 1. 21

# CGW

Game Korea

China Game Weekly

## 특집

- 2007년도 17173 제 7회 중국 온라인게임 시장조사보고 (6)

## China Game News

- 2007년 3/4분기 중국 온라인게임, 중국 인터넷경제 세분화영역 선두 차지
- 1월 17일, 2007년도 중국 게임산업연회 각 부문별 수상 명단 발표
- 왕이(网易) 신규출시 예정작 《티엔샤얼/天下2》, 왕이 사상 첫 무료게임
- 중국 신문출판총서, 중국산 온라인게임 및 기업의 눈부신 발전 극찬
- 향후 중국 온라인게임산업 "중국 창조"에 주력, 우수기업 잇달아 상장

## Game 순위

- 중국 온라인게임 기대작
- NVIDIA 중국 게임 풍운방 (08-01)

## New Game 소개

- 《러우파웨이/热舞派对/열무파티》

## 법률 및 정책

- 신문출판총서, 온라인게임 중독방지시스템 미 운영기업 4곳 색출

2007년도 17173 제 7회 중국 온라인게임 시장조사보고 (6)

목 차

3. 중국 온라인게임 게이머의 소비 행위 분석

- 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 플레이시 자주 사용하는 소비품

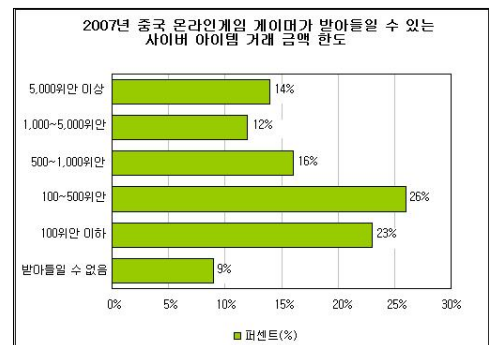
4. 중국 온라인게임 게이머의 선호도 분석

- 4.1. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 과금제 방식
- 4.2. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 장르

3. 중국 온라인게임 게이머의 소비 행위 분석

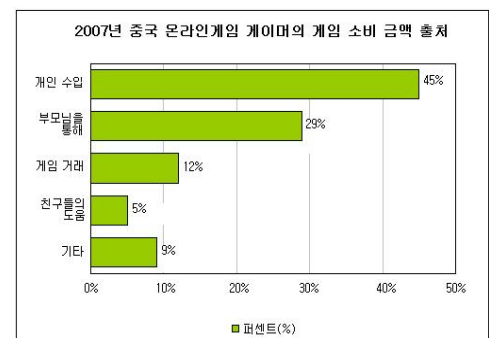
3.4. 중국 온라인게임 게이머가 받아들일 수 있는 사이버 아이템 거래 금액 한도

17173 중국 온라인게임 게이머 연구조사 데이터에 따르면, 2007년 중국 온라인게임 게이머가 받아들일 수 있는 사이버 아이템 거래 금액 한도는 주로 500위안 이하인 것으로 나타났다.



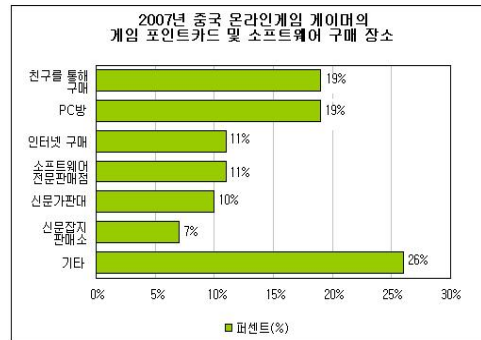
3.5. 중국 온라인게임 게이머의 게임 소비 금액 출처

2007년 중국 온라인게임 게이머는 게임 소비 금액을 주로 개인 수입에 의지하고 있으며, 그 다음은 부모님을 통한 획득과 게임 거래를 통한 획득인 것으로 나타났다.



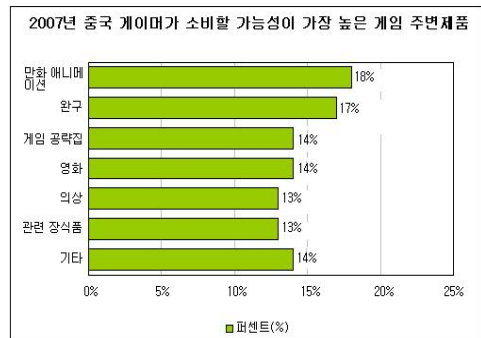
3.6. 중국 온라인게임 게이머의 게임 포인트카드 및 소프트웨어 구매 장소

2007년 중국 온라인게임 게이머는 게임 포인트카드 및 소프트웨어를 주로 친구를 통해 대신 구매하거나 PC방에서 구매하는 것으로 나타났다.



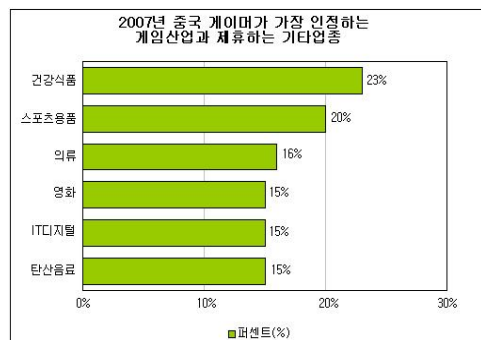
3.7. 중국 온라인게임 게이머가 소비할 가능성이 가장 높은 게임 주변제품

2007년 중국 온라인게임 게이머가 주로 소비하는 게임 주변제품은 만화 애니메이션 제품으로 나타났으며, 그 다음으로는 완구와 게임공략집이 차지하였다.



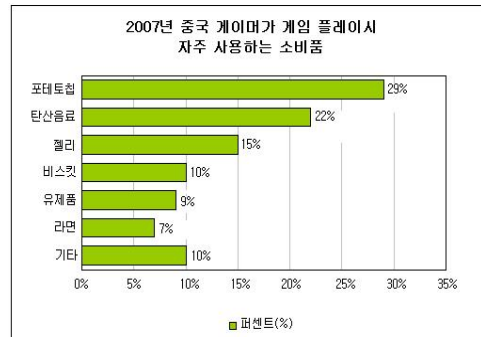
3.8. 중국 온라인게임 게이머가 가장 인정하는 게임 산업과 제휴하는 기타업종

2007년 중국 온라인게임 게이머가 가장 인정하는 게임 산업과 제휴하는 기타업종으로는 건강식품, 스포츠용품과 의류산업인 것으로 나타났다.



3.9. 중국 온라인게임 게이머가 게임 플레이시 자주 사용하는 소비품

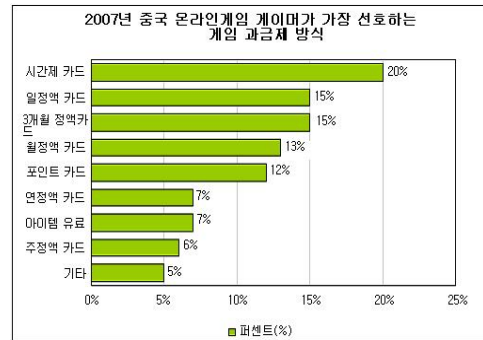
2007년 중국 온라인게임 게이머가 게임 플레이시 자주 사용하는 소비품은 포테토칩, 탄산음료, 젤리로 나타났다.



4. 중국 온라인게임 게이머의 선호도 분석

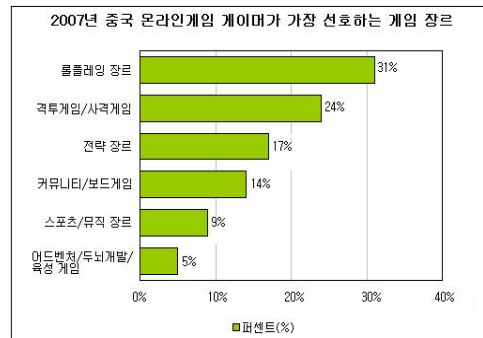
4.1. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 과금제 방식

2007년 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 과금제 방식은 시간제카드이며, 그 다음으로는 일정액 카드와 3개월 정액카드인 것으로 나타났다.



4.2. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 장르

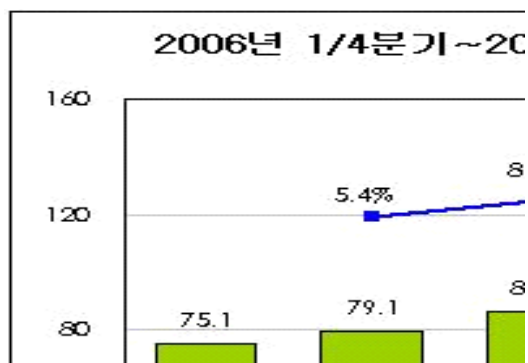
2007년 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 온라인게임 장르는 롤플레이 장르로 나타났으며, 격투 게임/사격 게임과 전략 장르 게임이 그 뒤를 이었다.



(다음 호에 계속)

자료 출처: 《17173第七届中国网络游戏市场调查报告》

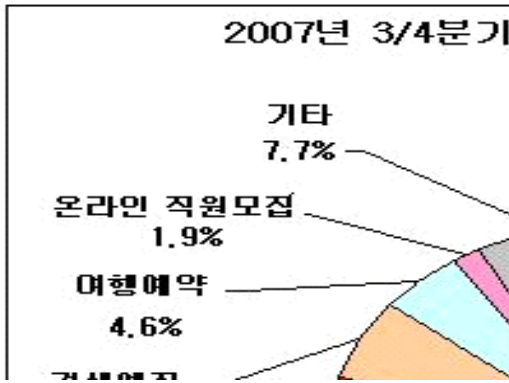
2007년 3/4분기 중국 온라인게임, 중국 인터넷경제 세분화영역 선두 차지



아이리서치가 최신 발표한 <2007년 3/4분기 중국 인터넷경제 검측보고서> 데이터에 따르면, 2007년 3/4분기 중국 인터넷경제시장 총규모는 최고 기록을 경신, 133.1억 위안에 달했으며, 분기 대비 21.3% 증가, 동기 대비 54.9% 증가를 기록하였다.

(\*인터넷경제시장규모는 주로 인터넷을 매개로 한 각종 세분화된 응용서비스 운영업체의 수입을 가리킨다. 이동 부가가치, 온라인게임, 인터넷광고, 검색엔진, 인터넷구매, 여행예약 등 분야를 포함한다.)

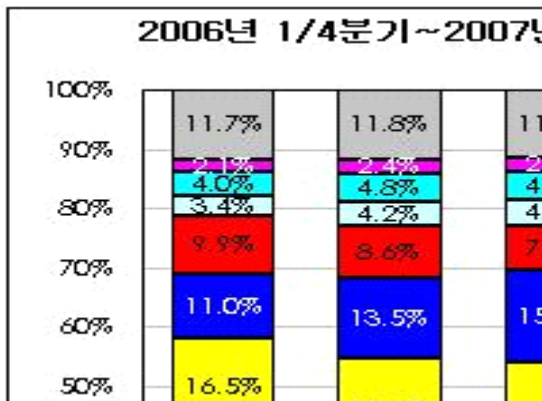
중국 온라인게임 시장점유율, 최초로 이동 부가가치 분야 추월



2007년 3/4분기 중국 온라인게임의 전체 인터넷경제시장 점유율은 27.8%를 기록, 이동 부가가치 분야의 26.3%를 초월, 최초로 중국 인터넷경제산업시장 점유율 1위를 차지하였다.

부가가치 업무는 최근 2년간 발전 속도가 둔화되어 증가폭이 감소하였다. 그러나 온라인게임은 2006년 1/4분기부터 2007년 3/4분기까지 기간동안 시장규모가 약 200% 성장, 37억 위안을 기록하였다. 아이리서치의 예측에 따르면, 단기간 동안 현재 순위에는 변동이 없을 것이라고 한다. 2007년 3/4분기 온라인게임, 이동 부가가치, 인터넷 광고 3대 전통 업무분야는 여전히 주요 분야를 차지, 총점유율이 전체의 69.9%를 기록하여 상분기와 비슷한 추세를 유지하였다.

시장구조 집중도 하락 지속



2006년 1/4분기~2007년 3/4분기 중국 온라인게임 시장점유율은 16.5%에서 27.8%로 증가하였으며, 이동 부가가치 시장점유율은 41.3%에서 26.3%로 하락하였다. 아이리서치 분석에 따르면, 이동 부가가치 분야는 정책적인 요소와 3G 브랜드 영향 미비로 시장 규모 증가율이 둔화되었으며 각 대형 포털 이동 부가가치 수입 점유율 또한 일제히 하락, 포털 기업들의 주목분야 또한 기타 산업 쪽으로 전환되는 추세이다. 인터넷경제의 전체적인 성장 추세가 현저한 가운데 이동 부가가치 시장점유율은 다방면으로 압력을 받고 있다. 검색엔진산업은 유료 검색광고 성장으로 인해 시장점유율이 지속적으로 상승하고 있다. 전자상거래 시장 또한 비교적 양호한 발전추세를 유지하고 있다. 이 밖에 신규 경제 분야가 속속들이 모습을 나타내고 있어 시장구조의 분화는 더욱 심화될 것으로 예상된다.

자료: <http://game.people.com.cn/GB/48604/48621/6765024.html>

1월 17일, 2007년도 중국 게임산업연회 각 부문별 수상 명단 발표

2007년도 중국 게임산업연회가 2008년 1월 15일부터 17일까지 수저우 국제박람센터에서 성대하게 거행되었다. 1월 17일 2007년도 중국 게임산업연회 각 부문별 수상 명단이 발표되었으며, 2007년 우수한 성적을 거둔 게임, 회사 및 개인 수상 명단은 아래와 같다.

2007년도 중국 10대 민족 온라인게임 최고 인기작

- 쭈시엔(诛仙, 주선)
- 징투(征途, 정도)
- 티엔롱빠부(天龙八部, 천룡팔부)
- 원따오(问道, 문도)
- 우린와이짚(武林外传, 무림외전)
- 멍환시여우(梦幻西游, 몽환서유)
- QQ탕(QQ堂, QQ당)
- 따화시여우(大话西游, 대화서유)
- 완메이스제(完美世界, 완미세계)
- 촨치스제(传奇世界, 전기세계)

2007년도 중국 10대 우수 게임 매체

- 17173
- GAMESPOT
- 차이나닷컴(中华网) 게임채널
- TENCENT 게임채널
- 자용띠엔나오여우시(家用电脑游戏)
- 띠엔나오빠오(电脑报)
- 여우시티엔띠(游戏天地)
- 싸이디赛迪 게임채널
- 뚜어완왕(多玩网)
- SINA 게임채널

2007년도 중국 게임산업 최고 영향력을 지닌 인물

- 천티엔치아오(陈天桥)
- 스위쭈(史玉柱)
- 딩레이(丁磊)
- 츠위펑(池宇峰)
- 주쥘(朱骏)
- 레이쥘(雷军)
- 장차오양(张朝阳)
- 탕쥘(唐骏)
- 왕즈지에(王子杰)
- 리우더지엔(刘德建)
- 치우보쥘(求伯君)

2007년도 중국 10대 최고 인기 온라인게임

쭈시엔(诛仙, 주선)  
 WOW  
 티엔룽빠뿌(天龙八部, 천룡팔부)  
 쟁투(征途, 정도)  
 카트라이더  
 오디션  
 원따오(问道, 문도)  
 우린와이짚(武林外传, 무림외전)  
 메이플스토리  
 멩환시여우(梦幻西游, 몽환서유)

2007년도 중국 최고 기대 온라인게임

창티엔(苍天, 창천)  
 츠삐(赤壁, 적벽)  
 시엔지엔치샤짚 OL(仙剑奇侠传OL, 선검기협전)  
 즈환왕(指环王, 반지의 제왕)  
 안헤이즈먼 룬둔(暗黑之门·伦敦, Hellgate)  
 잉송우디 OL(英雄无敌OL, 영웅무적)  
 쥐런(巨人, 거인)  
 디샤청위용스(地下城与勇士, Dungeon and Fighter)  
 이티엔지엔위투롱다오(倚天剑与屠龙刀, 의천검과 도룡도)

2007년도 중국 10대 우수 게임 개발업체

완메이스콩(完美时空)  
 성따(盛大)  
 쥐런(巨人)  
 왕이(网易)  
 King soft(金山软件)  
 텅션(腾讯)  
 티엔칭 디지털(天晴数码)  
 SOHU(搜狐)  
 나인유닷컴(久游网)  
 수저우 워니우(苏州蜗牛)

2007년도 중국 10대 우수 게임 운영업체

성따(盛大)  
 The 9(九城)  
 완메이스콩(完美时空)  
 나인유닷컴(久游网)

취런(巨人)  
 텅쑤(腾讯)  
 King soft(金山软件)  
 왕룽(网龙)  
 왕이(网易)  
 SOHU(搜狐)

### 2007년도 중국 민족게임 해외 개척상

왕룽(网龙)  
 뚜커우(渡口)  
 성취(盛趣)  
 무비아오 소프트(目标软件)  
 텅런(腾仁)  
 완메이스공(完美时空)  
 왕여우 디지털(网游数码)  
 King soft(金山软件)  
 수저우 워니우(苏州蜗牛)  
 나인유닷컴(久游网)  
 SOHU(搜狐)  
 머리어우(魔力游)

자료: <http://news.17173.com/content/2008-01-17/20080117144111407,1.shtml>

### 왕이(网易) 신규출시 예정작 《티엔샤얼/天下2》, 왕이 사상 첫 무료게임

2008년 1월 16일 2007년도 중국 게임산업연회에서 왕이의 CEO 덩레이(丁磊)는 《티엔샤얼/天下2/천하2》의 과금제방식을 전환할 예정이라고 발표하였다.

2007년 4월 말 왕이는 3D온라인게임 《티엔샤얼》을 출시하였으나 반응이 좋지 않았으며, 이로 인해 덩레이는 2가지 중대한 결정을 내렸다. 《티엔샤얼》을 무료화하며, 동시에 이 제품의 재제작에 돌입하였다. 신 《티엔샤얼》은 "녹색 온라인게임, 아이템 과금방식"의 새로운 면모로 2008년 초 다시 선보일 예정이다.

덩레이는 《티엔샤얼》과 《따탕/大唐/대당》이 예상했던 목표치에 달하지 못했음을 밝히며, 왕이는 일부 게이머들의 요구에 부합하지 못했고 과금제 방식에서 지나치게 극단에 치우쳤음을 고백하였다. 현재 그는 왕이의 제품이 교육적인 기능을 탑재, 중국 문화요소와 가치관을 융합시켜 게이머들로 하여금 게임제품을 통해 중국 문화를 체험할 수 있도록 하기 위해 노력할 것이라고 밝혔다.

덩레이는 왕이는 녹색 온라인게임을 제작하기 위해 주력, 연속 몇 년간 최고 동점자수기록을 보유하고 있으며, 유저들의 요구를 최대한 만족시키기 위해 노력하고 있다고 말했다. 향후 왕이는



자체 연구개발에만 머물러있지 않고 해외 제작업체들과 다양한 합작을 진행, 중국 게이머들에게 더욱 많은 우수 게임을 제공하기 위해 개발에 주력할 것이라고 한다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-16/20080116111654266.shtml>

### 중국 신문출판총서, 중국산 온라인게임 및 기업의 눈부신 발전 극찬

1월 16일 "제 4회 중국 게임산업연회"에서 중국 신문출판총서 음향전자 및 인터넷 출판관리사 부사장 커우샤오웨이(寇晓伟)는 2007년 중국 국산 자체개발 온라인게임기업의 총수입은 68.8억 위안에 달해 전체 중국 온라인게임시장 총수입의 65.1%를 차지, 점유율이 거의 2/3가량을 기록하였다고 발표하였다. 이는 해외 정상급 온라인게임기업의 중국시장에서의 영향력이 점차 감소하고 있음을 암시하기도 한다.

또한 데이터에 따르면, 성따, SOHU, 쥐런, The 9, 왕이 등 11위권 온라인게임기업의 기업실력이 더욱 강화되었으며 2007년 이들 11개 기업의 총수입은 이미 온라인게임시장 총수입의 93.3%를 기록하였다고 말했다. 이 밖에, 그는 또 2007년 온라인게임기업은 리스크투자기업들의 주목을 받았으며, 2007년 9월까지 VC 투자총액은 7,650만 달러를 기록하였다고 말했다.

커우샤오웨이는 2007년 총 12곳의 온라인게임기업의 28개 자체 연구개발 온라인게임이 해외 시장에 진출하였으며, 총수입이 모두 5,500만 달러에 달해 2006년 대비 175% 증가라는 놀라운 성장률을 기록하였다고 밝혔다. 그는 또한 2007년 중국 온라인게임 유저와 시장규모 등 관련 산업 각 분야의 발전이 모두 예상했던 수치보다 높게 나타났다고 덧붙였다.

<2007년 중국 게임산업 조사보고>에 따르면, 2007년 12월까지 중국 온라인게임 유저수량은 이미 4,017만 명에 달해 2006년보다 23% 증가하였다. 2012년 중국 온라인게임 유저수는 8,456만 명에 달할 것으로 예상된다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-16/20080116154341372.shtml>

### 향후 중국 온라인게임산업 "중국 창조"에 주력, 우수기업 잇달아 상장

#### 중국 온라인게임시장을 휩쓴 "중국 창조"

통계에 따르면, 2007년 중국 온라인게임시장에 신규 투입된 오픈베타 온라인게임제품은 총 76개 제품으로 그 중 중국산 자체개발 온라인게임은 53개에 달해 신규 투입된 오픈베타 온라인게임의 69.7%를 차지하였다. 2007년 중국산 자체개발 민족 온라인게임시장의 실제 매출수익은 68.8억 위안에 달해 전체 온라인게임시장의 실제 매출수익의 65.1%를 차지, 2006년의 42.4억 위안 대비 62.3% 증가했다.

2007년 총 12곳의 중국 온라인게임기업이 자체 연구개발한 28편의 온라인게임이 해외시장에 진출하였으며, 매출수익 5,500만 달러를 달성, 2006년 2,000만 달러 대비 175% 증가했다.

자체 연구개발을 추진하는 기업과 자체 연구개발 제품의 수량 또한 현저히 증가하였다. 2007년 자체 연구개발을 추진한 기업은 총 126곳에 달해 2006년보다 33곳 증가하여 증가율 35.5%를 기록하였다. 또 다른 통계에 따르면, 2007년 연구개발 중인 온라인게임 총수량은 250편이 넘는다고 한다. 성따, 왕이, 텅선, King soft, 왕룡 등과 같은 수많은 대기업들은 모두 5편 이상의 제품을 보유, 다양한 게임 장르를 구비하고 있으며, 이미 출시한 일부 우수제품들은 해외 우수 온라인게임과 비교해도 손색이 없을 정도이다. 커우샤오웨이는 이러한 데이터들은 "중국 창조" 온라인게임이 이미 중국 게임산업의 주축이 되었음을 의미한다고 밝혔다.

2001년, 포털 사이트를 주력 업무로 했던 왕이가 자체개발게임 《따화시여우 OL/大话西游online/대화서유 온라인》을 통해 성공적으로 온라인게임을 주력 업무로 하는 상장 기업으로 전환하였다. 2004년 성따는 퍼블리싱과 자체 연구개발을 병행, 나스닥에 상장하였으며, 업계에서 무료화 운영 붐을 일으켰다. 홍콩 증시에 상장한 텅선은 퍼블리싱 실패의 교훈을 통해 2005년 방대한 유저층을 바탕으로 캐주얼 게임 분야를 석권하였다. 3대 포털 사이트 중 하나로 손꼽히는 SOHU는 다년간 온라인게임경영을 목표로 노력, 마침내 성공을 거두었다.

**우수기업의 연이은 상장**

2007년은 중국 자체개발 온라인게임기업들의 상장의 해였다고 할 수 있을 것이다. 완메이스콩, King soft, 쥐런, 왕룡 등 기업은 미국과 홍콩 증시 상장에 잇달아 성공을 거두었다.

커우샤오웨이에 따르면, 이미 상장한 The 9과 현재 상장을 준비 중인 나인유닷컴과 차이나닷컴 등은 자본 운영을 통해 대량의 자원을 통합, 시장에 선보일 예정이다.

커우샤오웨이는 핵심 기업층의 중국 온라인게임산업에 대한 영향은 시장 점유율 분야 외에도 강력한 연구개발 실력을 통한 지속적인 신규제품 출시를 통해 표현된다고 지적하며, 이들 기업들은 유저들을 인도, 새로운 소비 포인트를 창출하며 이를 통해 어느 정도 시장을 인도하는 역할을 하고 있다고 밝혔다.

자료:<http://www.donews.com/Content/200801/ede882b8c5fb43df9d5ecb017d750567.shtm>



**중국 온라인게임 기대작**

순 위		게 임 명 칭
1	-	시엔찌엔치샤완OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)

2	-	초삐(赤壁 / 적벽)
3	-	창티엔(苍天 / 창천)
4	-	쩐·산궈우쌍(真三国无双 OL / 진·삼국무쌍)
5	-	찌엔샤칭웬(剑侠情缘网络版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
6	-	펑훤즈뤼(风火之旅 / 풍화지여)
7	-	치룽쭈Online(七龙珠Online / 드래곤볼Online)
8	-	띠샤칭위용스(地下城与勇士 / 지하성과 용사)
9	-	산궈처(三国策 / 삼국책)
10	-	용형즈타(永恒之塔 / Aion)
11	12↑	카이신(开心 / 개심)
12	11↓	시엔징촨쉬2(仙境传说2 / RO2)
13	-	성샤오촨쉬(生肖传说 / 생초전설)
14	-	허진짚지(合金战纪 / 합금전기)
15	-	Crossfire
16	-	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
17	-	쑤셴(寻仙 / 심선)
18	-	QQ페이처(QQ飞车 / QQ비차)
19	-	스미엔마이푸(十面埋伏 / 십면매복)
20	-	웨이우두쑤(唯无独尊 / 유무독존)

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-14/20080114151532020,1.shtml>

**NVIDIA 중국 게임 풍운방 (08-02)**

순위	게 임 명 칭	게임유형
1	페이페이(飞飞 / 비비)	MMORP
2	초삐(赤壁 / 적벽)	MMORP

3	시엔찌엔치샤판4(仙剑奇侠传IV / 신검기협전4)	RP
4	머썬우쓰제(魔兽世界 / WOW)	MMORP
5	짠훤 홍씨징지(战火：红色警戒 / 전화 홍생경계)	MMORP
6	러썬장후(热血江湖 / 열혈강호)	MMORP
7	쩐·산궈우쌍(真三国无双 OL / 진·삼국무쌍)	MMORP
8	잉송촨쉬(英雄传说VI / 영웅전설4)	MMORP
9	창티엔(苍天 / 창천)	RP
10	주셴(诛仙 / 주선)	MMORP

자료: <http://www.play100.cn/News.asp?id=208>

### 《러우파웨이/热舞派对/열무파티》



- 게임 이름 : 러우파웨이(热舞派对)
- 게임 종류 : 스포츠/캐주얼
- 게임 특징 : 뮤직게임
- 개발 업체 : 완메이스공(完美时空)
- 운영 업체 : 완메이스공(完美时空)
- 현재 현황 : 2008년 1월 30일 알파테스트
- 공식사이트: rewu.wanmei.com

《러우파웨이/热舞派对/열무파티》는 현대적인 도시생활을 배경으로 하는 대형 3D 캐주얼 온라인게임이다. 《러우파웨이》는 완메이스공이 앞서 5편의 대형 온라인게임제품의 성공을 통해 누적된 개발경험을 기초로 최신 사회 주류요소들과 유행요소들을 결합, 완메이스공이 지속적으로 추진해온 종합적인 엔터테인먼트 온라인게임 이념을 더욱 잘 표현하였다.

이 게임은 청춘, 최신유행, 힙합, 감각을 주제로 한 3D 게임으로 화려한 스템, 현란한 의상, 개성화된 캐릭터 스타일, 커뮤니티, 애완동물 등을 두루 갖춘 진정한 종합 엔터테인먼트 온라인게임이라 부를 수 있다.

#### 게임 특징

##### 1. 완벽한 사이버 커뮤니티

《러우파웨이》속에서 게이머들은 댄서의 생활을 즐길 수 있을 뿐 아니라, 완벽한 사이버 커

유니티의 즐거움 또한 맛볼 수 있을 것이다. 이 게임에서는 백화점 쇼핑, 애완동물과의 산책, 해변 공원에서 여가생활, 커피숍에서의 교류, 결혼파티 참석 등 다양한 생활을 즐길 수 있다.

## 2. 완벽히 개성화된 캐릭터

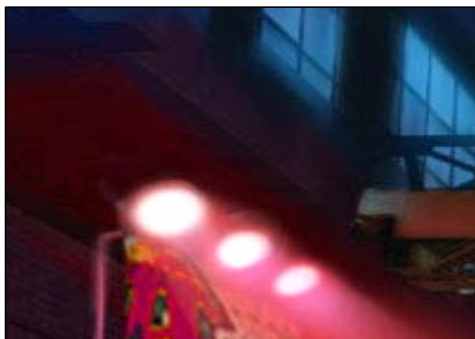
《러우파웨이》에서 게이머들은 자신이 원하는 키와 비만도, 외형, 얼굴 모습을 선택할 수 있다. 또한 다채로운 의상, 장신구 등이 구비되어 있으며, 아이라인, 볼터치, 립스틱, 아이샤도우까지도 구현할 수 있도록 설계되어 있다.

## 3. 개인 공간 제공

게이머들은 《러우파웨이》속에서 완벽히 자신에게만 속한 개인 공간을 보유할 수 있다. 방을 수리할 수 있고, 가구들을 배치할 수 있으며, 마음대로 허물 수도 있다. 이 밖에 각 개인 공간에서 파티를 열 수도 있으며 각종 이벤트를 펼칠 수 있도록 설계되어 있다.

## 4. 특수 스템 수집

이 게임 속에서 게이머들은 자유롭게 특수 스템을 수집하고 편집할 수 있다. 수집한 스템은 일정 수량이 되면 편집할 수 있으며, 스템 수집을 통해 남들과는 다른 자신만의 스템을 뽐낼 수 있다.



## 5. 춤추는 애완동물

게이머들은 이 게임 속에서 애완동물과 함께 게임을 즐길 수 있다. 이 곳의 애완동물은 음악에 맞춰 게이머들 곁에서 몸을 움직일 수 있으며, 함께 성장하게 된다.

## 6. 클럽 경영

클럽이 일정한 레벨에 도달하면 게이머들은 자신이 스스로 경영하고 관리하는 무대를 갖게 된다. 경영자가 되면 무대를 건설하고 직원을 고용하며 손님을 초대할 수 있다.

자료: <http://newgame.17173.com/content/2007-12-25/20071225154633221.shtml>

**CGW** **China Game Weekly** **법률 및 정책**

**신문출판총서, 온라인게임 중독방지시스템 미 운영기업 4곳 색출**

1월 15일 중국 신문출판총서 부사장 커우샤오웨이는 기자회견에서 현재 중국 온라인게임은 아직 과도기에 위치한 상태라고 지적하였다. 커우샤오웨이에 따르면, 현재 온라인게임 중독방지시스템은 이미公安 신분 인증 실시를 시작하였으며, 3-4곳에 달하는 온라인게임회사가 적발되었다고 한다.

커우샤오웨이는 현재 온라인게임 중독방지시스템의 진전 상황은 순조로우며, 미 운영 기업 총 4곳을 적발하였다고 밝혔으나 구체적인 명단은 공개하지 않았다. 2008년에는 처벌강도를 더욱 강화할 예정이며, 특히 중국산 게임에 대한 처벌을 강화할 것이라고 밝혔다. 이에 따라 쥐런 등 중국산 온라인게임기업의 앞길은 더욱 험난할 것으로 예상된다.

커우샤오웨이는 2008년 중국 온라인게임은 자체개발과 건전한 녹색게임을 중점으로 할 것이며 향후 중소기업을 대폭 지원, 중국 전체 중국산 온라인게임에 대한 지원 및 통제를 모두 강화할 것이라고 밝혔다.

자료:<http://news.duowan.com/0801/64403928235.html>

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