

# 제256호

2008. 1. 28

# CGW

Game Korea

China Game Weekly

## 특집

- 2007년도 17173 제 7회 중국 온라인게임 시장조사보고 (7)
- 커우샤오웨이(寇晓伟), 중국 게임산업추세에 대해 종합 분석

## China Game News

- 2007년도 중국 PC게임시장 총액, 전년 대비 13.1% 증가
- 중국 51닷컴, 온라인게임시장 진출, 2008년 상반기 게임 출시 예정
- 중국 스네일게임(游戏蜗牛), 2008년말 상장 계획
- 성따(盛大), 온라인게임 광고시장에 정식 진출 선언
- 2007년 중국 온라인게임시장 백억 위안 돌파- 종합 분석

## Game 순위

- 중국 온라인게임 기대작
- NVIDIA 중국 게임 풍운방 (08-03)

## New Game 소개

- 《리우성천사편/六圣群侠传/육성군협전》

## 법률 및 정책

- 신문출판총서 커우샤오웨이(寇晓伟), 온라인게임 관련 신규 조치 언급

2007년도 17173 제 7회 중국 온라인게임 시장조사보고 (7)

목 차

4. 중국 온라인게임 게이머의 선호도 분석

- 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

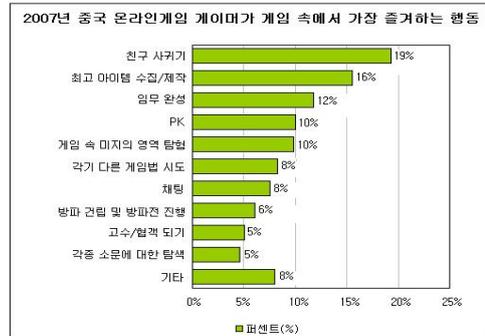
5. 중국 온라인게임 게이머의 기타 행위 관련 선호도

- 5.1. 중국 온라인게임 게이머가 가장 자주 방문하는 동영상 사이트
- 5.2. 중국 온라인게임 게이머의 UCC에 대한 태도

4. 중국 온라인게임 게이머의 선호도 분석

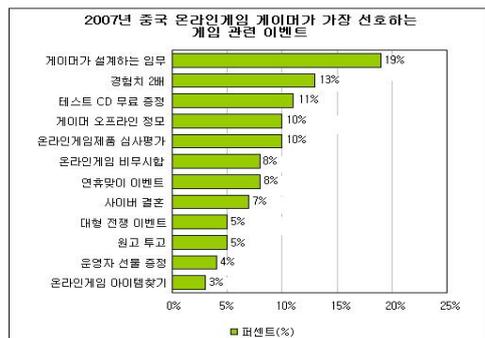
4.3. 중국 온라인게임 게이머가 게임 속에서 가장 즐겨하는 행동

17173 중국 온라인게임 게이머 연구조사보고 데이터에 따르면, 2007년도 중국 온라인게임 게이머가 게임 속에서 가장 즐겨하는 행동은 친구 사귀기이며, 그 다음은 최고 아이템 찾기와 게임 임무 완성이었다.



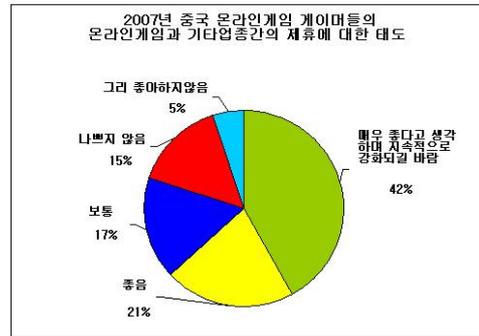
4.4. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 관련 이벤트

온라인게임 게이머가 가장 선호하는 온라인게임 관련 이벤트는 게이머가 설계하는 임무로 나타났으며, 그 다음으로는 경험치 2배 이벤트와 무료 테스트 CD 증정이었다.



4.5. 중국 온라인게임 게이머의 게임산업과 기타업종간의 제휴에 대한 태도

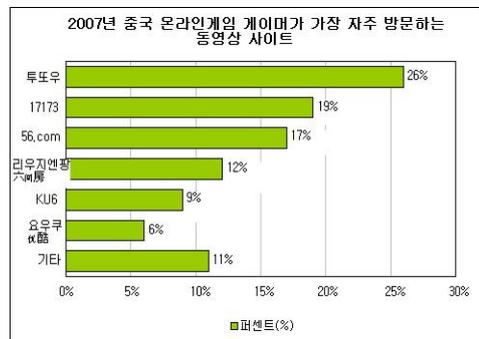
게이머의 63%가 온라인게임이 기타업종과 제휴하기를 바라고 있다고 나타났다.



5. 중국 온라인게임 게이머의 기타 행위 관련 선호도

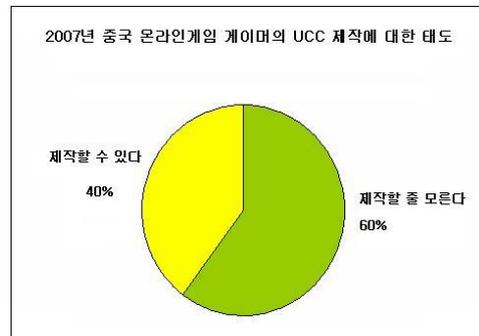
5.1. 중국 온라인게임 게이머가 가장 자주 방문하는 동영상 사이트

중국 온라인게임 게이머가 가장 자주 방문하는 동영상 공유 사이트는 투도우(土豆), 그 다음으로는 17173의 게임 동영상 채널과 56.com으로 나타났다.



5.2. 중국 온라인게임 게이머의 UCC에 대한 태도

게이머의 40%가 UCC를 제작하고 있는 것으로 나타났다.



자료 출처: 《17173第七届中国网络游戏市场调查报告》

커우샤오웨이(寇晓伟), 중국 게임산업추세에 대해 종합 분석

온라인게임은 대중화된 문화제품의 일종으로 "대중화"라는 중요한 특징을 지니고 있으며, 이미 대중화된 유행 캐주얼 엔터테인먼트 방식의 하나로 부상하였다. 2007년 중국 게임산업연회에서 신문출판총서 음향전자 및 인터넷 출판관리사 부사장 커우샤오웨이는 온라인게임은 이 밖에 또 다른 주요 특징을 지니고 있는데 바로 "아웃사이드화"라고 지적하였다. 그는 비록 다년간 온라인게임

산업 경영은 호황을 누렸으나, 전체 주류 문화발전 과정 중에서 줄곧 소외된 위치를 유지하였으며, 업계는 이러한 현상에 주목해야 할 것이라고 밝혔다.

### 새로운 목표 : 온라인게임의 아웃사이드적인 위치 전환

커우샤오웨이는 근본적인 부분에서 출발, 현재 온라인게임의 소외된 상태를 전환, 중국 주류 문화의 중요한 구성요소가 되도록 할 것이라고 강조하였다. 그는 이를 위해서 온라인게임산업은 스스로 자신의 위치를 제고하고 산업에 대한 사회의 신뢰도를 향상시켜야 할 것이라고 지적하였으며, 제품은 사회의 요구에 적응하여야 할 것이며, 녹색 온라인게임의 주력 개발에 전력해야 할 것이라고 하였다.

중국 온라인게임산업 발전 역사를 돌이켜보면, 크게 두 단계로 나눌 수 있다. 제1단계는 2000~2004년에 해당하는 기간으로 퍼블리싱 위주였으며, 해외 온라인게임이 중국시장의 대부분을 차지하였던 시대이다. 제2단계는 2005년 말~현재까지로 중국 자체개발 온라인게임이 점차 발전하기 시작, 연속 3년간 시장에서 주도적인 위치를 차지하였다. 커우샤오웨이는 이렇듯 중대한 역사적 전환을 맞이할 수 있었던 이유로 다음과 같은 3가지 요소를 들었다.

첫째는 왕이, 성따, King soft 등을 대표로 하는 기업들이 과감하게 시장 개척에 뛰어들어 자체 연구개발 및 혁신을 추구하였다는 점이다. 둘째는 시장의 보이지 않는 손이 핵심적인 선택 및 조절작용을 하였다는 점이다. 마지막 셋째는 바로 정부의 지원으로, 2003년 중국정부는 퍼블리싱과 자체 개발 2가지 길을 병행할 것을 제기하였으며 2004년에는 "중국 민족 온라인게임 출판 프로젝트"를 실시, 5년의 기간동안 자체 개발을 통해 민족 온라인게임이 시장의 주도적인 역할을 할 수 있도록 추진하였다. 정부의 이와 같은 지원을 통해 해외 온라인게임이 중국 시장을 통일하던 시기를 지나 3년 만에 주도적인 지위를 빼앗을 수 있었다.

커우샤오웨이는 다음 단계 산업 발전의 추세는 민족 온라인게임의 현재 성과를 굳건히 하는 기초 위에 녹색 온라인게임 위주의 신규 발전단계에 돌입하는 것이라고 밝혔다. 그는 2008년 베이징 올림픽이라는 좋은 기회를 맞아 중국 온라인게임의 녹색 시대를 여는 것을 목표로 해야 할 것이라고 덧붙였다.

커우샤오웨이는 "중국의 모든 게임기업 및 대표자들이 이번 산업연회를 통해 생각을 하나로 모아, 2008년 올림픽의 해를 중국의 녹색 온라인게임 맹야의 해로 여겨야 할 것이다"라고 말했다. 그는 2009년부터 5년 정도의 기간동안 녹색 온라인게임이 중국 게임시장의 주도적인 역할로 부상할 수 있도록 노력해야하며, 지속적인 노력을 통해 온라인게임이라는 신형 문화산업이 중국의 주류 문화의 주요 구성분야로 부상할 수 있도록 추진해야 할 것이라고 말했다.

### 녹색 온라인게임의 발전이 직면한 난제

녹색 온라인게임의 발전 추진은 어려운 임무가 될 것이다. 우선, 게임산업 기초가 아직 미흡한 수준에 머물고 있다. 특히 기술, 인력, 경험 노하우 등이 부족하다. 둘째, 시장 환경과 사회적인 관념, 소비습관 등이 아직 발전 요구에 미달하고 있다. 이 밖에 녹색 온라인게임에 대한 의식 또한 더욱 향상되어야 한다.

커우샤오웨이는 녹색 온라인게임이란 무엇인가에 대해 자신의 견해를 털어놓았다. 그는 "녹색 온라인게임이란 개발, 출판, 운영 모두 중국 민족의 우수한 역사와 문화를 전파하는데 도움이 되는 게임으로 우수한 도덕관과 사회풍조 수립에 도움이 되어야 할 것이며, 과학정신 배양 및 과학지식 보급에도 중요한 역할을 해야 할 것이다. 또한 온라인게임이라는 매체에 과학지식, 문화관, 엔터테인먼트형식 등을 유기적으로 결합, 대중들 특히 청소년들에게 게임으로부터 유익을 얻을 수 있도록 해야 할 것이다"라고 말했다.

그러나 커우샤오웨이는 이러한 점들을 실행하기는 매우 어렵다는 것을 인식하였다. 현재 중국의 개발인력들은 게임특성, 개발기술, 시장 수요 등에 대한 파악과 관련하여 수많은 경험을 축적하였다고 할 수 있을 것이다. 그러나 어떻게 녹색 온라인게임을 개발하고 우수한 소재 및 콘텐츠를 좋은 게임으로 제작해내며, 어떻게 청소년들이 게임플레이 시간동안 오락 뿐 아니라 잠재적으로 지식을 획득하고 좋은 영향을 받을 수 있도록 할 수 있을지는 장기간 추진되어야 할 어려운 임무일 것이다. 커우샤오웨이는 최근 스포츠, 뮤직, 댄스 게임 등 장르가 이미 일부 성공을 거두었으며, 더욱 확대되기를 바란다고 덧붙였다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-17/20080117161930944.shtml>

## 2007년도 중국 PC게임시장 총액, 전년 대비 13.1% 증가

2007년도 중국 PC게임시장은 온라인게임의 강력한 발전에 어느 정도 영향을 받고 있으나 시장 총액이 여전히 8,000만 위안에 달해 2006년 대비 13.1% 증가를 기록하였다.

최근 발표된 <2007년도 중국 게임산업 조사보고>에 따르면, 2007년 중국 전체 시장에서 발행된 PC게임 신규제품은 총 68편으로 2006년도의 70편과 대체로 비슷한 수준을 유지하였다.

이 보고서는 중국 게임 유저들의 총수량은 지속적으로 증가하고 있으며, 이는 PC버전 게임시장 성장에 긍정적인 역할을 하고 있다고 분석하였다. 이 밖에 전자 스포츠경기의 인기 또한 PC버전 게임에 새로운 활력소가 되고 있다. 2003년 11월 중국 국가체육총국은 전자 경기를 중국 정식 체육 항목에 포함시켰으며 이는 PC버전 게임 특히 램을 통한 PC게임시장의 발전에 새로운 기회가 되고 있다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-21/20080121092029103.shtml>

## 중국 51닷컴, 온라인게임시장 진출, 2008년 상반기 게임 출시 예정

1월 21일 SOHU IT 독점 소식에 따르면, 중국 국내 대형 온라인 커뮤니티 사이트 51닷컴(51.com)이 조만간 온라인게임시장에 정식으로 진출을 선포, 2008년 상반기 캐주얼 온라인게임을

출시할 예정이라고 한다.

이 소식에 따르면, 51닷컴 CEO 팡성동(庞升东)은 이미 온라인게임시장 진출 소문에 대해 인정하였으며, 현재 이미 게임 개발 및 운영인력의 대규모 모집을 시작하였다고 한다. 그는 2008년 상반기 캐주얼 온라인게임을 출시할 예정이라고 밝혔다. 이 밖에, 팡성동은 출시할 캐주얼 온라인 게임은 현재 QQ게임 중 인기 있는 카드게임 등도 포함하고 있으며, 만약 캐주얼 게임의 운영실적이 좋을 경우 51닷컴은 대형 MMORPG 장르 온라인게임의 개발 및 운영 또한 고려할 것이라고 덧붙였다.

업계 인사의 분석에 따르면, 51닷컴은 이미 비교적 방대한 유저층 기초를 보유하고 있으며, 이 기초 위에 온라인게임을 출시하게 된다면 유저 밀착도를 더욱 강화할 수 있으며 운영수입 또한 향상시킬 수 있을 것이라고 한다. 또한 이 분석가는 온라인게임 운영경험이 부족한 51닷컴이 게임 운영에 성공할지 여부에 대해서는 관망하는 태도를 나타내었다.

51닷컴측이 발표한 데이터에 따르면, 2007년 6월까지 51닷컴은 7,000여만 명에 달하는 등록 유저수를 보유하고 있으며, 매일 16만 명 이상의 속도로 빠르게 증가하고 있다고 한다. 이와 같이 51닷컴은 중국 최대 블로그 커뮤니티 중 하나로 향후 온라인게임분야 행보가 주목된다.

자료:<http://www.donews.com/Content/200801/ad68ba19095144168668cfa03a808be1.shtm>

### 중국 스네일게임(游戏蜗牛), 2008년말 상장 계획

2007년 쥐런, 완메이스퉁, 왕룽, King soft 등 중국 국내 온라인게임기업들의 연이은 상장성공의 뒤를 이어 최근 중국 유명 온라인게임 개발 및 운영업체 스네일게임(游戏蜗牛)의 대표이사 스톡하이(石海)는 향후 리스크 투자에 힘입어 2008년 말 해외 시장에 상장할 계획이라고 발표하였다.

중국 유명 온라인게임업체인 스네일게임은 현재 산하 《우제취/舞街区/무가구》, 《항하이시지/航海世纪/항해세기》 등 수편의 자체개발 중국산 온라인게임을 보유하고 있다. 그중 《무가구》는 이미 타이완 시장에 출시되었으며, 세계시장으로의 진출을 꾀하고 있다.

관계자의 말에 따르면 스네일게임은 중신(中新) 투자회사로부터 1,000여만 위안에 달하는 첫 리스크투자금을 획득한 후 지속적으로 기업 내부 투자금 확충을 위해 주력하였다.

스네일게임 외에도 2008년 중국 온라인게임산업의 일부 게임업체들은 잇달아 상장을 추진할 것으로 예상되며, 2007년 중국 온라인게임업체의 상장 열풍을 이어갈 전망이다.

자료:<http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/6811109.html>

**성따(盛大), 온라인게임 광고시장에 정식 진출 선언**

4,000여 만에 달하는 중국 온라인게임 게이머들은 현재 광고업체의 주요 목표로 부상하였다. 1월 22일 온라인게임 사이버광고시장을 겨냥한 In-game Media회사가 성따의 투자를 획득한 후 새로운 CEO 천니엔두안(陈念端)이 수면위로 모습을 드러냈으며, 정식으로 회사운행을 시작하였음을 선언하였다.

온라인게임은 신형 엔터테인먼트 방식으로 광고회사 또한 온라인게임에 눈독을 들이고 있다. 각 온라인게임은 바로 하나의 사이버 세계로서 현실세계와 마찬가지로 광고를 입하기에 매우 좋은 공간이다. 또한 온라인게임 게이머들의 주목도가 높기 때문에 게임 내부 삽입식 광고에 대한 기억률은 60% 이상으로 기존 방식의 광고보다 훨씬 높은 퍼센트를 자랑한다. 따라서 업계 내에서 높은 관심을 받고 있다. 미국 온라인게임의 10%~15%에 해당하는 영업수입은 온라인게임 내부 삽입식 광고에서 오는 것으로 나타났으며, 중국 내에서 이 분야는 현재 막 발걸음을 내딛었다.

현재 수많은 광고회사들 및 게임업체들은 모두 온라인게임 내부 삽입식 광고를 주목하고 있다. 2007년 대형 광고매체들은 연이어 온라인게임 내부 삽입식 광고 대리업체들을 인수, 이 분야 경쟁의 막을 열었다. 이번 내부 삽입식 광고 분야에 진출한 In-game Media의 배후 자본력은 바로 중국 최대 온라인게임업체 성따이다.

그러나 성따와의 관계를 분명히 하기 위해 이 회사의 CEO 천니엔두안은 "In-game Media는 성따의 계열사가 아니며, 성따는 다만 우리 회사에 투자한 대주주들 중 하나일 뿐이다. 이 회사는 독립적으로 운영될 것이며, 향후 새로운 전략적 대주주들을 추가 영입할 계획이다"라고 밝혔다.

업계 분석가들은 성따가 이 신규회사 자본의 얼마를 보유하고 있는지에 관계없이 이는 해당 분야에서 광고매체들과 게임회사간의 협력이 더욱 업그레이드되었음을 의미하는 사건일 것이라고 결론지었다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-23/20080123105714259.shtml>

**2007년 중국 온라인게임시장 백억 위안 돌파- 종합 분석**

2007년 중국 출판업자협회 게임출판물작업위원회(GBC)와 IDC가 연합, 중국 게임산업 관련 리서치 활동을 전개하였다. 이 밖에 GBC는 또 17173닷컴과 연합, 중국 게임산업 연구개발역량 조사활동을 실시하였다.

두 가지 항목의 조사 결과는 <2007년 중국 게임산업조사보고>와 <2007년 중국 온라인게임 연구개발역량 조사보고>로 출판될 예정이다. 최근 개최된 "2007년도 중국 게임산업연회" 석상에서 GBC는 두 가지 항목 조사 관련 일부 종합 분석을 발표하였다.

**온라인게임유저 4,000만 돌파, 유료 게임 유저 급증**

보고에 따르면, 2007년 12월까지 중국 온라인게임 유저수는 이미 4,017만에 달해 전년 대비 23% 증가를 기록하였다. 2012년 중국 온라인게임 유저수는 약 8,456만에 달할 것으로 예상되며, 2007~2012년 연복합 증가율은 16%일 것으로 나타나, 인터넷 유저수 증가율보다 높을 전망이다.

유료 온라인게임 유저에 대한 조사에 따르면, 2007년 12월까지 중국 유료 온라인게임 유저는 이미 2,236만에 달해 2006년 대비 31.3% 증가하였다. 2012년 중국 유료 온라인게임 유저수는 5,038만에 달할 것으로 예상되며, 2007~2012년 연복합 증가율은 17.6%에 이를 것으로 나타나, 온라인게임 유저수 증가율보다 높을 전망이다.

**온라인게임 시장규모 100억 위안 돌파, 자체개발 온라인게임제품 전체의 65% 차지**

조사에 따르면, 2007년 중국 온라인게임시장의 실제 판매수입은 105.7억 위안을 기록, 2006년 대비 61.5% 증가하였다. 2012년 중국 온라인게임시장 실제 판매수입은 262.3억 위안에 달할 것으로 예상되며, 2007년~2012년 연복합 증가율은 19.9%에 달할 것으로 전망된다.

2007년 중국 온라인게임시장에 신규 투입된 오픈베타 온라인게임제품은 총 76편이며 그중 중국산 자체개발 온라인게임은 53편에 달해 신규 투입된 오픈베타 온라인게임의 69.7%를 차지하였다. 2007년 중국 자체개발 온라인게임시장의 실제 판매수입은 68.8억 위안을 기록, 온라인게임 시장 실제 판매수입의 65.1%를 차지하였으며 2006년 42.4억 위안 대비 62.3% 증가를 기록하였다.

이 밖에, 2007년 총 12곳에 달하는 중국 온라인게임기업의 자체개발 온라인게임제품 28편이 해외 시장에 진출하였으며, 판매수입 5,500만 달러를 기록, 2006년 2,000만 달러보다 175% 대폭 증가하였다.

**MMORPG 장르 온라인게임 전체의 80%, 캐주얼 장르 온라인게임 거대한 잠재력 보유**

2007년 중국 대형 MMORPG 장르 온라인게임시장의 실제 판매수입은 80.3억 위안을 기록, 2006년 대비 51.3% 증가하였다. 2012년 중국 MMORPG 장르 온라인게임시장의 실제 판매수입은 163.3억 위안에 달할 전망이며, 2007~2012년 연복합 증가율은 15.2%를 기록할 것으로 예상된다.

2007년 캐주얼 장르 온라인게임시장의 실제 판매수입은 25.3억 위안을 기록, 2006년 대비 105.9% 대폭 증가하였다. 2012년 중국 캐주얼 장르 온라인게임의 실제 판매수입은 99억 위안에 달할 전망이며, 2007~2012년 연복합 증가율은 31.0%를 기록할 것으로 예상되어 캐주얼 장르 온라인게임의 급속한 발전이 기대된다.

**전신, IT, 출판- 온라인게임산업의 최대 수혜산업으로 부상**

2007년 전신업무의 온라인게임의 직접적인 영향을 통한 수입이 261.1억 위안을 기록하였으며 이는 온라인게임시장 판매수익의 무려 2.5배에 해당한다. IT산업의 온라인게임의 영향을 통한

수입은 2007년 97.6억 위안을 기록, 중국 온라인게임시장의 실제 판매수입에 근접하였다. IT산업수입의 주요 수입출처는 PC, 온라인게임 서버, 네트워크 및 저장제품, 소프트웨어 및 서비스제품 등이다. 출판 및 매체산업의 온라인게임의 영향을 통해 발생한 수입은 2007년 42.5억 위안을 기록, 2006년 39.4억 위안 대비 8% 증가하였으며, 이는 온라인게임시장 판매수입의 40%에 해당하는 금액이다. 이 분야의 수입 주요 출처는 게임장르 신문, 잡지, 서적, 인터넷 매체가 발행하고 판매하는 제품 관련 수입이다.

### 온라인게임 연구개발회사 이미 126곳 이상, 광둥, 베이징 지역 가장 빠른 증가 추세

중국 온라인게임 연구개발회사는 126곳에 달하며 2006년 93곳에 비해 35.5% 증가하였다. 광둥, 베이징은 온라인게임 연구개발회사의 증가가 가장 빠른 지역으로 2007년 11월까지 광둥의 온라인게임회사는 19곳에 달해 2006년 7곳 대비 171.4% 대폭 증가하였으며, 베이징의 온라인게임 연구개발회사는 41곳에 달해 2006년 24곳보다 70.8% 증가하였다. 또한 중국 온라인게임 연구개발에 종사하는 인력은 21,034명에 달해 2006년 13,908명 보다 51.2% 증가하였다.

### 모바일 온라인게임 급성장

2007년 중국 모바일 온라인게임시장의 운영수입은 1.2억 위안에 달해 2006년 3,200만 위안 대비 275% 증가하였다. 2008년 중국 모바일 온라인게임시장 운영수입은 3.8억 위안에 달할 전망이다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-22/20080122091241408.shtml>

### 중국 온라인게임 기대작

순 위		게 임 명 칭
1	-	시엔찌엔치샤관OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)
2	-	츠뻬(赤壁 / 적벽)
3	-	창티엔(蒼天 / 창천)
4	-	쩐·산궈우쌍(真三國無雙 OL / 진·삼국무쌍)
5	-	찌엔샤칭웬(劍俠情緣網絡版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
6	-	펑훤즈뤼(風火之旅 / 풍화지여)
7	-	치룽쭈Online(七龍珠Online / 드래곤볼Online)

8	9↑	산궈처(三国策 / 삼국책)
9	10↑	용형즈타(永恒之塔 / Aion)
10	8↓	띠샤청위용스(地下城与勇士 / 지하성과 용사)
11	13↑	성샤오촨쉬(生肖传说 / 생초전설)
12	11↓	카이신(开心 / 개심)
13	12↓	시엔징촨쉬2(仙境传说2 / RO2)
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/2008-01-21/20080121115228012,1.shtml>

**NVIDIA 중국 게임 풍운방 (08-03)**

순위	게 임 명 칭	게임유형
1	츠뻬(赤壁 / 적벽)	MMORP
2	즈커띠궈(纸客帝国 / 지객제국)	MMORP
3	펑인촨쉬(封印传说 / 봉인전설)	MMORP
4	시엔찌엔치샤짚4(仙剑奇侠传IV / 신검기협전4)	RP
5	페이페이(飞飞 / 비비)	MMORP
6	환상따루(幻想大陆 零 / 환상대륙)	MMORP
7	머썬우쓰제(魔兽世界 / WOW)	MMORP
8	티엔당(天堂 II / 리니지2)	MMORP

9	짠취 홍씨짱지(战火 : 红色警戒 / 전화 홍생경계)	MMORP
10	러쉐장후(热血江湖 / 열혈강호)	MMORP

자료:<http://games.sina.com.cn/y/n/2008-01-24/1400233150.shtml>

### 《리우성천사짱/六圣群侠传/육성군협전》



- 게임 이름 : 리우성천사짱(六圣群侠传,)
- 게임 종류 : 롤플레이팅
- 게임 특징 : 무협게임
- 개발 업체 : 중화왕룡(中华网龙)
- 운영 업체 : 여우룡짜이시엔(游龙在线)
- 현재 현황 : 2008년 1월 10일 클로즈베타
- 공식사이트: <http://ls.online-game.com.cn/>

《리우성천사짱/六圣群侠传/육성군협전》은 《진용천사짱/金庸群侠传/김용군협전》의 뒤를 이어 원 개발팀이 제작한 또 하나의 자체개발 온라인게임으로, 손자병법의 군쟁편(军争篇)을 게임 주요 모티브로 삼았으며, 손자(孙子)가 바람(风), 수풀(林), 불(火), 산(山), 음(阴), 뇌전(雷) 등의 6가지 원소의 특징에 따라 6가지 스타일의 군단을 창립한 것을 게임의 주요 스토리로 하였다.

《육성군협전》은 하프 리얼타임 전투 시스템을 채택, 전투 중 많은 시간을 기다릴 필요가 없으며, 리얼타임 전투체제에 라운드식 전투체제를 결합, 게이머들에게 더욱 풍부한 게임체험을 제공하고 있다. 이 밖에 이 게임은 맵과 퀘스트 임무 도우미 시스템을 보유, 게이머들이 시간을 들여 NPC를 찾을 필요가 없도록 하여 게이머들에게 더 많은 편의를 제공하기 위해 노력하였다.

#### 최신 전투시스템

더욱 진화된 최신 전투시스템을 통해 실시간 전투의 스릴을 맛볼 수 있으며, 기존의 몬스터를 죽이거나 아이템을 빼앗는 등의 식상한 게임방식을 탈피하였다. 퀘스트 임무 및 이벤트를 통해서도 높은 경험치를 얻을 수 있으며 자신이 속한 문파에 들어가 로그아웃을 하면, 폐관 무공 수련모드가 되어 무공치를 높일 수 있다.

#### 다양하고 진귀한 아이템

몬스터를 죽이고 퀘스트를 완료하거나 이벤트를 참여하면 획득할 수 있는 보물지도에는 각종 아이템들이 묻혀있는 곳이 표시되어 있다. 보물의 비밀을 푸는 사람에게 진귀한 아이템이 주어질 것이다.

### 복잡한 무림관계

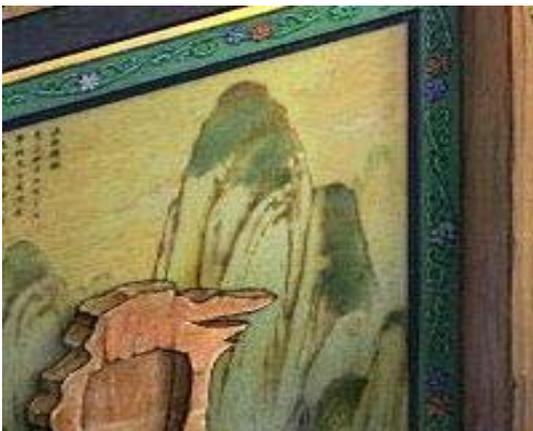
손자가 6대 군단을 창립한 후 무림에는 6대 문파가 생겼으며, 서로간의 관계는 시대가 변화함에 따라 더욱 복잡해졌다. 6대 문파 중 한 곳에 몸담은 게이머들 간에도 적과 친구가 분명하며 이에 따라 게임이 진행될 것이다.

### 아름다운 배경

게이머들은 이 게임 속에서 각종 지형과 풍경, 풍토에 따라 다른 민심 등을 만날 수 있을 것이다. 6대 문파 외에도 어느 지역에는 숨겨진 지방 세력이 존재하며 게이머들을 기다리고 있다.

### 무림 풍운방

길드, 문파에 속해 각종 비무에 참가하고 자신의 스킬을 키운다면, 무림 풍운방에 자신의 이름을 올릴 수 있게 된다.



자료:<http://games.sina.com.cn/o/c/2008-01-08/5003.shtml>

### 신문출판총서 커우샤오웨이(寇晓伟), 온라인게임 관련 신규 조치 언급

1월 16일 오전, 중국 신문출판총서 음향전자 및 인터넷출판관리사 부사장 커우샤오웨이는 2007년도 중국 게임산업연회 석상에서 "2008년부터 중외 합작 중에 해외업체 측의 원인으로 중국 기업의 합법적인 이익이 피해를 입을 경우, 일단 중국 기업에 의해 정식으로 소송제기가 들어오면 해당 해외기업과 그 제품은 문제가 원만하게 해결될 때까지 일률적으로 심사허가와 수입이 중단된다."라고 선언하였다.

커우샤오웨이 부사장은 17일 오전 거행된 중국 게임산업 좌담회 석상에서 이에 관해 더욱 자

세한 설명을 추가하였다. 그에 따르면 이는 정부 주요 부문이 법에 의거, 중국 게임기업의 합법권을 보호하기 위한 조치라고 한다. 그는 중국 게임기업, 해외 게임기업과 관계없이 중국은 "공평한 경쟁, 우호적인 협력"을 제창하며, 중외 게임기업간에 우수한 경쟁합작관계를 구축하고 중국 게임산업의 안정적이며 건전한 발전을 촉진하기 위해 노력할 것이라고 밝혔다.

이러한 조치에는 해외 게임회사에 대한 어떠한 불공정이나 압력도 존재하지 않는다고 한다. 종합적으로 말하면, 해외 게임회사는 중국 게임산업 발전에 거대한 공헌을 하였으며, 중국 게임산업 발전 초기 수많은 해외 우수 게임들은 중국 시장의 성장에 중요한 역할을 하였다. 향후 중국 게임기업은 해외 회사들과 기술 연구개발, 인력 양성, 시장 확대 및 서비스 등 분야에서 협력을 더욱 강화해야 할 것이다.

마지막으로 이러한 조치의 출범은 해외 기업들에게 모두 공정한 것으로 단면적으로 중국 기업을 보호하고자 하는 민족 보호주의는 결코 존재하지 않는다고 한다. 중국 게임기업들이 만약 법에 의거하지 않은 경영 문제가 존재할 경우에도 역시 마찬가지로 법률의 제재를 받을 것이다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-21/20080121113231228.shtml>

<b>CHINA GAME WEEKLY 자료제공</b>			
 DONGGUK UNIVERSITY	<b>동국대학교 중국산업경제연구소</b> <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>	<b>北京金碧伟业有限公司</b> <a href="http://www.jinbitech.com">http://www.jinbitech.com</a> TEL: 010-8483-2061/ FAX: 010-8483-2062