

제257호

2008. 2. 4

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 2007년도 17173 제 7회 중국 온라인게임 시장조사보고 (8)
- 어널리시스 분석 - 51닷컴의 게임운영분야 강제 불분명, 운영전략 고려 필요

China Game News

- 2007년 중국 게임산업연회, 웹페이지 온라인게임 주목
- 2008년 베이징 올림픽과 함께 부상하는 스포츠 온라인게임
- 텅선, 신규 온라인게임 퍼블리싱에 대한 투자 강화
- 중국산 3D 공중전 온라인게임 《왕저즈이/王者之翼/왕자지익》 등장

Game 순위

- 중국 온라인게임 기대작
- NVIDIA 중국 게임 풍운방 (08-04)
- 2008년 1월 온라인게임 순위
- 2008년 1월 FlashGet 중국 온라인게임 다운로드 순위

법률 및 정책

- 중국 전국인민대회대표, 온라인게임업체 사이버머니 발행 금지 입법 건의

2007년도 17173 제 7회 중국 온라인게임 시장조사보고 (8)

목 차

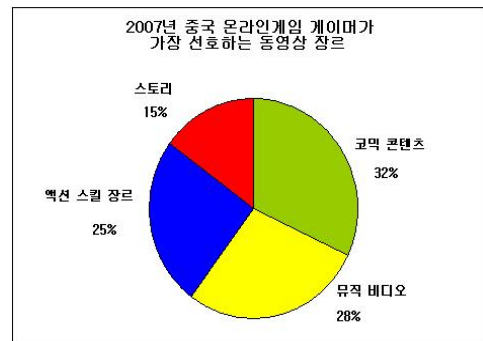
5. 중국 온라인게임 게이머의 기타 행위 관련 선호도

- 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 선택 시 영향을 미치는 요소
- 5.7. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 동영상 소재
- 5.8. 중국 온라인게임 게이머가 게임 동영상을 제작하는 목적

5. 중국 온라인게임 게이머의 기타 행위 관련 선호도

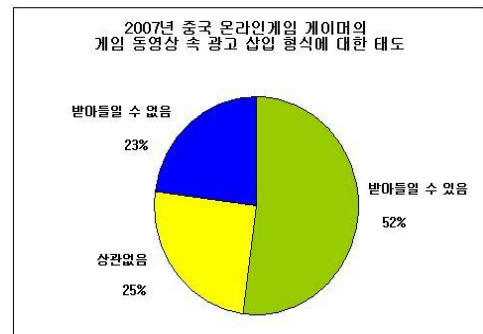
5.3. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 동영상 장르

17173 중국 온라인게임 게이머 연구조사보고 데이터에 따르면, 2007년 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 동영상 장르는 코믹 콘텐츠로 나타났으며, 그 다음으로는 뮤직비디오와 액션스킬로 나타났다.



5.4. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 홍보 경로

2007년 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 홍보 경로는 뉴스인 것으로 나타났으며, 그 다음은 관련 없음으로 나타났다.



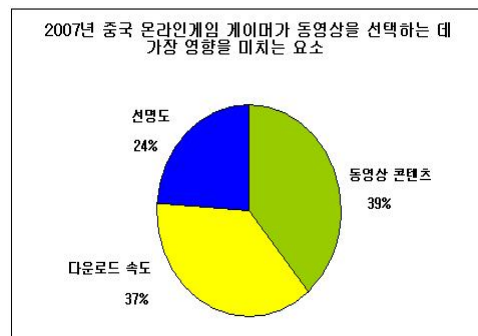
5.5. 중국 온라인게임 게이머의 게임 동영상 속 광고 삽입에 대한 태도

2007년 중국 과반수 이상의 중국 온라인게임 게이머가 게임 동영상 파일 속 광고 삽입 형식을 받아들일 수 있다고 응답하였다.



5.6. 중국 온라인게임 게이머가 게임 동영상 선택 시 영향을 미치는 요소

온라인게임 게이머가 게임 동영상을 선택할 때 영향을 미치는 주요 요소는 콘텐츠가 게이머의 필요에 부합하는지 여부였으며, 그 다음으로는 다운로드 속도와 동영상 파일의 선명도인 것으로 나타났다.



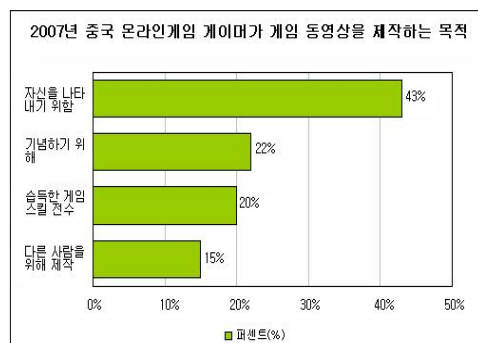
5.7. 중국 온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 동영상 소재

온라인게임 게이머가 가장 선호하는 게임 동영상 소재는 리듬감이 비교적 강한 소재로 나타났으며, 그 다음으로는 화면이 우수한 소재로 나타났다.



5.8. 중국 온라인게임 게이머가 게임 동영상을 제작하는 목적

2007년 중국 온라인게임 게이머가 게임 동영상을 제작하는 목적은 주로 자신을 나타내기 위한 것이었으며, 그 다음은 기념하기 위해서와 자신의 습득한 게임 관련 스킬을 전수하기 위해서인 것으로 나타났다.



자료 출처: 《17173第七届中国网络游戏市场调查报告》

어널리시스 분석- 51닷컴의 게임운영분야 강세 불분명, 운영전략고려 필요

배경

2008년 1월 21일 중국 국내 대형 온라인 교류 커뮤니티 51닷컴이 정식으로 온라인게임시장에 진출할 것을 발표하였으며, 2008년 상반기 캐주얼 게임을 출시할 계획이라고 한다.

어널리시스 분석

온라인게임은 온라인 커뮤니티 사이트가 보유하고 있는 유저들의 가치를 활용할 수 있는 좋은 수단이다. 또한 중국 온라인게임산업의 급성장과 고이윤율 또한 51닷컴이 이 분야 진출을 고려하도록 직접적으로 영향을 준 요인일 것이다. 2007년 상반기 51닷컴은 성따와 온라인게임 관련 합작을 추진, 공동으로 《투이투이사/推推侠/추추협》의 홍보와 운영을 실시하였다. 51닷컴의 특성으로 볼 때, 방대한 유저층을 보유한 커뮤니티는 51닷컴의 게임운영에 다음과 같은 우세를 제공할 것으로 예상된다.

1) 51닷컴은 고효율적으로 비교적 적은 자본을 활용, 게임 홍보가 가능

- 51닷컴은 직접적으로 유저들에게 영향을 미칠 수 있는 커뮤니티 사이트 "51.com"을 보유하고 있으며, 기타 플랫폼들과 비교하였을 때, 유저들의 밀착도가 높은 편이기 때문에, 다양한 수단을 활용, 손쉽게 회원들에게 영향을 미칠 수 있다.

2) 커뮤니티 회원 간의 관계는 제품 설계를 통해 게임제품으로까지 확대될 수 있으며, 다양한 유저체험의 업그레이드를 통해 게임의 즐거움을 증가시켜 게임에 대한 밀착도를 강화할 수 있음

- 제품설계가 합리적인 경우, 51닷컴 커뮤니티 회원간의 의사소통 욕구는 효과적으로 게임제품으로 전환될 수 있을 것이다. 이러한 게임은 커뮤니티 사이트 회원들에게 더욱 나은 방식의 다양한 의사소통과 엔터테인먼트를 제공하게 되며, 게임과 커뮤니티의 밀착도는 더욱 강화될 것이다.

그러나 거시적인 측면에서 볼 때, 어널리시스는 대형 커뮤니티 교류 사이트인 51닷컴이 게임분야(특히 MMORPG 혹은 캐주얼 게임영역)에 진출할 때의 우세가 불분명하다고 분석하였다. 그 원인은 다음과 같다.

1) 현재 중국의 게임 유저층은 매우 거대하며 아직도 성장할 수 있는 여지가 크다. 또한 게임 유저에게 영향을 미치는 마케팅 단가가 게임 운영수입에 비해 비교적 낮은 편이라고 말할 수 있다.

2) 현재 게임운영에 성공할 수 있는 요소는 우수한 게임제품과 게임운영능력 모두를 포함한다. 제품 면에서 볼 때, 51닷컴은 게임제품 퍼블리싱 경험 또는 자체 연구개발경험이 모두 미흡한 실정이며, 운영 면에서 볼 때, 51닷컴팀은 비록 경쟁이 치열한 SNS 사이트에서 노하우를 쌓았으나, 커뮤니티 사이트 운영과 게임운영의 성공 관련 핵심 포인트에는 큰 차이가 있을 것이다.

어널리시스 건의

1) 만약 51닷컴이 우수한 온라인게임운영업체로 거듭나기를 원한다면, 온라인게임에 의지, 생존 발전을 모색해야할 것

- 51닷컴은 방대한 유저층 우세에만 의존할 것이 아니라, 게임운영, 인력양성 등에 매진해야 할 것으로 자체개발과 퍼블리싱에 관계없이 우선적으로 온라인게임 1~2편을 성공적으로 운영, 운영경험을 쌓은 후 향후 온라인게임분야의 발전을 위해 기반을 다져야 할 것이다.

2) 만약 51닷컴이 여전히 커뮤니티 사이트를 현재의 중점 포인트로 삼을 것이라면, 온라인게임을 향후 전략적 업무의 핵심으로 삼아야할 것

- 51닷컴은 캐주얼 게임을 통해 온라인게임운영을 시도해야할 것이며, 우선적으로 웹페이지 온라인게임을 선택하는 것이 좋다. 이러한 게임제품은 게임 접속이 클라이언트가 아닌 웹페이지이기 때문에, 51닷컴의 우세를 충분히 활용할 수 있으며, 더욱 빠르고 효율적으로 유저층에게 영향을 미칠 수 있고 운영 리스크 또한 비교적 낮은 편이다.

자료:<http://www.analysys.com.cn/web2007/index.php?module=ygfx&action=showone&id=5328&wid>



2007년 중국 게임산업연회, 웹페이지 온라인게임 주목

얼마 전 막을 내린 2007년도 게임산업연회에는 10여개 산업협회, 300여 곳에 달하는 게임기업, 100여개의 매체 등 수 천명에 달하는 사람들이 참석하였다.

이번 연회에서 인터넷, 핸드폰, 게임 등 여러 다양한 산업의 유명 기업들이 잇달아 향후 점차 두각을 나타낼 웹페이지 온라인게임에 대해 낙관적인 전망을 내놓았다. 또한 중국 국내 웹페이지 온라인게임이 보유하고 있는 몇 가지 우세를 분석하였다.

첫째, 해외 웹페이지 온라인게임은 이미 약 10년에 달하는 역사를 보유하고 있으며, 이미 큰 성공을 거두었다. 이는 중국에서 막 첫 발걸음을 내딛은 웹페이지 온라인게임산업 또한 발전 잠재력을 보유하고 있음을 의미할 것이다.

둘째, 해외에서 성공을 거둔 웹페이지 게임은 이미 1.4억 명에 달하는 등록 유저를 보유하고 있으며, 7,000만 활성화 게이머를 자랑하고 있다. 또한 게임 주변제품시장 또한 많은 이윤을 획득하고 있다.

이 밖에, 웹페이지 온라인게임은 직장인, 대학생 등을 주요 고객층으로 지정, 기존 온라인게

임 클라이언트와는 다른 방식으로 게임을 전개할 수 있도록 하였으며, 이 고객층은 게임 플레이 시간은 적으나 소비능력이 강한 것을 특징으로 하고 있기 때문에 향후 웹페이지 온라인게임의 급속한 성장이 예상된다.

또한 웹페이지 온라인게임은 소재상에서 건전한 콘텐츠를 선택하기에 더욱 적합하며, 핸드폰에서 조작하기에 더욱 적합하도록 되어 있다. 또한 홍보단가가 더욱 저렴하고, 게임 내부 삽입식 광고 설정이 더욱 용이한 등 몇 가지 큰 강점을 가지고 있다.

중국 게임산업의 신속한 발전에 따라, 중국 온라인게임시장은 현재 이미 전 세계에서 가장 주목받는 시장으로 부상하였다. 업계 내 관련 조사 분석에 따르면, 2007년 중국 온라인게임산업시장 규모는 약 100억 위안에 달할 것으로 추정된다고 한다. 향후 새로이 두각을 나타낼 웹페이지 온라인게임시장 또한 놀라운 성적을 거둘 수 있을 것으로 전망된다.

자료:<http://games.sina.com.cn/y/n/2008-01-25/1641233414.shtml>

2008년 베이징 올림픽과 함께 부상하는 스포츠 온라인게임

2008년 개최될 베이징 올림픽은 급속한 성장 추세를 유지하고 있는 중국 온라인게임산업에 어떠한 영향을 미칠 것인가?

이미 적지 않은 전문가들이 잇달아 예측을 내놓고 있으며, 그중 올림픽과 관계가 있는 캐주얼 장르 온라인게임 특히 스포츠 캐주얼 온라인게임이 중국 온라인게임 산업의 차세대 성장 포인트가 될 것이라는 관점이 지배적이다.

통계에 따르면, 2007년 중국 온라인게임시장에는 약 280편에 달하는 신규 온라인게임이 출시되었으며, 시장의 주도 제품인 MMORPG제품은 천편일률적인 모방 추세로 인해 심각한 동질화 문제를 겪고 있는 것으로 나타났다. 2007년도 중국 온라인게임시장의 총수입은 105.7억 위안이며, 그중 캐주얼 장르 온라인게임시장 수입이 25.3억 위안을 기록, 이미 총수입의 1/4에 근접하였다. 또한 캐주얼 온라인게임시장의 연복합 성장률은 중국 온라인게임시장 전체 성장률의 평균 수준을 훨씬 웃돌았다.

이러한 현상에 대해 전문가는 2004~2007년 고속 성장기를 거친 중국 온라인게임산업이 이미 전환기를 맞고 있음을 나타내는 것이라고 분석하였다. 그는 현재 캐주얼 온라인게임의 지속적인 성장이 바로 중국 게임산업의 이러한 추세를 반영하는 것이라고 지적하였다. 2008년 베이징 올림픽의 도래는 캐주얼 장르 특히 스포츠 캐주얼 게임의 발전에 거대한 추진력으로 작용할 것으로 전망된다.

현재까지 레이싱 장르 온라인게임 <카트 라이더>외 눈에 띄는 성공을 거둔 스포츠 온라인게임은 극소수에 불과하다. 이미 포화상태에 이른 MMORPG 시장과 비교할 때, 스포츠 온라인게임은 미개척지와 같다고 할 수 있을 것이다.

그러나 또한 올림픽이 다가옴에 따라 일련의 스포츠 온라인게임들이 앞 다투어 시장에 출시될 예정이다. EA가 개발한 축구 온라인게임 <FIFA Online 2>는 이미 테스트를 시작하였다. 또한 <empire of sports>라는 종합적인 온라인 스포츠 경기 게임이 중국 국내 퍼블리싱 업체 쥐런을 통해 수입되었으며, 곧 출시될 예정이다. 이 게임은 축구, 농구, 테니스, 스키, 육상 등 다양한 스포츠 종목을 모두 포함하고 있으며, 캐주얼적 요소, 경기시합 및 캐릭터 육성을 한 곳에 결합한 종합적인 스포츠게임방식으로 향후 온라인 사이버 올림픽 개최의 가능성을 엿볼 수 있도록 한 게임이다.

올림픽이라는 호기를 맞아 아직 발전 초기 단계인 스포츠 온라인게임이 더욱 더 많은 주목을 받고 있으며, 점점 더 큰 영향력을 발휘하고 있다. 향후 중국 내 스포츠 온라인게임의 부상이 기대된다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-27/20080127115556098.shtml>

팅션, 신규 온라인게임 퍼블리싱에 대한 투자 강화

팅션 주식회사 CEO 마화텅(马化腾)은 최근 매체와의 인터뷰에서 2008년 포털 사이트와 온라인게임에 대한 투입정도를 더욱 강화할 것이라고 밝혔다. 이는 인터넷 부가가치 서비스에 대한 보완으로 분석되며, 향후 텅션은 포털 사이트의 광고 수입과 온라인게임 수입 향상을 위해 더욱 노력할 것으로 예상된다.

분석가는 텅션은 당초 지나치게 인터넷 부가가치 업무에 의존하여 수입을 올리는 구조를 전환할 예정으로 온라인게임은 인터넷 부가가치 서비스, 광고와 함께 텅션의 3대 수입 지주로 부상할 전망이라고 분석하였다.

수입구조 균형유지 시급

현재 텅션의 수입구조를 볼 때, 전체의 70%에 해당하는 수입은 인터넷 부가가치 업무에 의한 것으로 QQ애완동물, 메신저 QQ 유저들의 Q머니 구매 등을 포함한다. 보유하고 있는 유저층이 방대하기 때문에 이러한 구조는 텅션에게 비교적 양호한 수입을 유지할 수 있도록 하며, 분석가들 또한 낙관적으로 전망하고 있다.

중국 인터넷 정보센터(CNNIC)가 발표한 <제 21차 중국 인터넷 발전 현황 통계보고>에 따르면, 약 40%에 달하는 네티즌은 QQ등과 같은 메신저를 선택하는 것을 인터넷을 접한 뒤 가장 처음 하는 일이라고 응답하였다. 이는 해외 유저들이 포털 사이트 혹은 검색엔진을 처음 접한다고 한 응답과는 현저히 다른 모습이다.

이렇듯 방대한 유저층을 토대로 텅션의 인터넷 부가가치 업무 또한 매우 안정적인 성장 추세를 유지하고 있으나, 이러한 방식 또한 인터넷 소비구조의 전환에 따라 난관에 직면하고 있다. 텅션의 QQ메신저 유저층은 저연령층에 집중, 학생이 많은 비중을 차지하고 있기 때문에, 소비 능력

또한 불안정한 실정이다. 현재 인터넷 경제는 엔터테인먼트에서 상거래, 비즈니스로 전환되고 있으며, 이는 텡션이 업무 방향을 전환, 반드시 성숙한 인터넷 소비시장을 개발해야함을 의미한다.

포털 사이트 광고 수입, 빠른 성장 추세

중국 인터넷 광고 시장 규모는 빠른 속도로 확대되고 있으며, 향후 인터넷 광고는 텡션 수입원 중에서 가장 빠른 성장 추세를 나타낼 것으로 예상된다.

마화팅은 중국의 인터넷 광고 시장이 포화되기까지는 아직도 멀었다고 평가하였다. 중국 인터넷이 점차 성숙기로 접어들면서, 인터넷 광고 또한 가장 중요한 이윤창출 포인트로 부상할 것이다. 그러나 현재 중국의 연간 인터넷 광고액 규모는 3~40억 위안 수준에 불과, 아직 소규모이다.

텡션의 2007년 3/4분기 재무보고에 따르면, 3/4분기 인터넷 광고수입은 1,930만 달러로 전년 동기 대비 79.9% 증가하였다. 마화팅은 텡션의 포털 사이트 텡션왕(騰訊網)의 업계 내 영향력을 더욱 강화할 계획이라고 밝혔다.

신규 온라인게임 퍼블리싱에 박차를 가할 전망

마화팅은 2007년 말부터 텡션은 몇몇 온라인게임 대작 퍼블리싱에 박차를 가하고 있다고 밝혔으며, 고액의 퍼블리싱 계약도 불사하겠다는 강한 의지를 나타내었다.

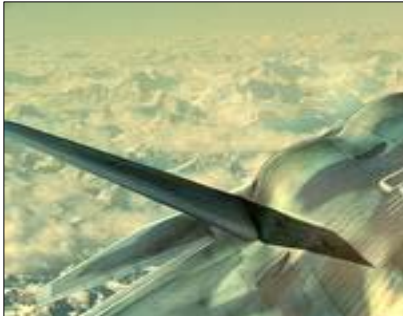
일전, 텡션은 한국 온라인게임 <던전 앤 드래곤>의 중국 내 발행권을 획득하였다고 발표하였다. 텡션의 3/4분기 재무보고에 따르면, 2007년 게임 관련 업무의 성장은 매우 빠른 편으로 3/4분기 수입이 2.3억 위안을 기록, 3/4분기 총수입의 20%를 차지하였으며, 전기 대비 50% 이상 증가를 기록하였다.

텡션은 2003년부터 게임 업무를 시작하였으나 과거 퍼블리싱한 일부 온라인게임제품이 모두 별다른 성공을 거두지 못하였다. 마화팅은 텡션의 게임전략은 우선 가장 간단한 게임에서부터 시작, 성공을 거둔 후, 대형 캐주얼 게임을 준비하고 더 나아가 자체 개발 온라인게임을 출시하는 것이라고 밝혔다. 그러나 텡션의 현재 개발 능력은 아직 게이머들의 요구를 만족시키기는 어려운 수준이다.

마화팅은 중국 온라인게임은 앞으로도 몇 년간 급성장 추세를 유지할 것이며, 몇 년 후에야 또 다른 새로운 문제에 직면할 것이라고 말하며, 텡션은 현재 반드시 온라인게임분야의 안정적인 성장속도를 유지하여야할 것이라고 덧붙였다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-28/20080128155725876.shtml>

중국산 3D 공중전 온라인게임 《왕저즈이/王者之翼/왕자지익》 등장



《왕저즈이/王者之翼/왕자지익》은 중국 청두 가이아(成都盖亚) 정보기술유한공사가 개발한 첫 중국산 자체개발 3D 공중 온라인 게임이다.

이 게임은 슈퍼 게임 엔진Creator v3.0을 사용, 개발되었으며, 최신 그래픽 기술을 활용하여 화면효과분야에서 같은 장르 공중전 온라인게임을 훨씬 앞선다. 엔진의 개선을 통해 일반 기계에서도 차세대 PC게임의 화면 수준에 도달할 수 있다.

《왕자지익》 게임에서 게이머들은 파일럿이 되어 각종 최신 전투기를 조종할 수 있으며, 방대한 규모의 육해공 전면 전쟁에 참가할 수 있다.

이 게임은 수백종의 현대 전투기와 신비한 히든 전투기를 제공한다. 또한 비행기 개조시스템을 삽입, 게이머들은 마음대로 대전용 전투기를 업그레이드시킬 수 있다.

현재 이 게임은 후기 개발단계에 있으며, 가이아(盖亚, Gaea soft)는 최대한 빠른 시일 내 게이머들에게 선보일 예정이다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-02-01/20080201092901880,1.shtml>

중국 온라인게임 기대작

순 위		게 임 명 칭
1	-	시엔찌엔치샤완OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)
2	3↑	창티엔(蒼天 / 창천)
3	4↑	쩐·산궈우쌍(真三国无双 OL / 진·삼국무쌍)
4	5↑	찌엔샤칭웬(劍俠情緣網絡版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
5	7↑	치룽쭈Online(七龙珠Online / 드래곤볼Online)
6	10↑	띠샤칭위용스(地下城与勇士 / 지하성과 용사)
7	8↑	산궈처(三国策 / 삼국책)

8	9↑	용형즈타(永恒之塔 / Aion)
9	11↑	성샤오환쉬(生肖传说 / 생초전설)
10	13↑	시엔징찬쉬2(仙境传说2 / RO2)
11	12↑	카이신(开心 / 개심)
12	14↑	허진짚지(合金战纪 / 합금전기)
13	15↑	Crossfire
14	17↑	선셴(寻仙 / 심션)
15	16↑	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
16	19↑	스미엔마이푸(十面埋伏 / 십면매복)
17	20↑	웨이우두쥘(唯无独尊 / 유무독존)
18	新	머리바오베이 II (魔力宝贝 II / 클로즈게이트2)
19	新	파이파이뿌뤄(拍拍部落 / 박박부락)
20	新	멍장짚(猛将传 / 맹장전)

자료:<http://news.17173.com/content/2008-01-28/20080128152223219,1.shtml>

NVIDIA 중국 게임 풍운방 (08-04)

순위	게 임 명 칭	게임유형
1	츠뻬(赤壁 / 적벽)	MMORP
2	펑인찬쉬(封印传说 / 봉인전설)	MMORP
3	시엔찌엔치샤짚4(仙剑奇侠传IV / 신검기협전4)	RP
4	티엔탕(天堂 II / 리니지2)	MMORP
5	머썬우쓰제(魔兽世界 / WOW)	MMORP
6	페이페이(飞飞 / 비비)	MMORP
7	즈커띠궈(纸客帝国 / 지객제국)	MMORP
8	머썬우짚빠 III (魔兽争霸 III / 워크래프트3)	ST

9	러췌장후(热血江湖 / 열혈강호)	MMORP
10	잉송환쉬IV(英雄传说IV / 영웅전설4)	RP

자료: <http://games.sina.com.cn/y/n/2008-01-31/1017234075.shtml>

2008년 1월 온라인게임 순위

순위	변동	게임명칭	개발회사 / 운영회사
1	○	머췌우쓰제 (魔兽世界, WOW)	블리자드(暴雪) / The 9(第九城市)
2	○	파오파오카딩처 (跑跑卡丁车, 카트라이더)	Nexon / 스텔티엔청(世纪天成)
3	○	췌시엔 (诛仙, 주선)	완메이스콩 / 완메이스콩(完美时空)
4	○	멍환시요우 (梦幻西游, 몽환서유)	왕이 / 왕이(网易)
5	↑	춘치우Q짱 (春秋Q传, 춘추Q전)	청두(成都) King soft / King soft(金山)
6	↓	진우환 (劲舞团, 오디션)	T3 엔터테인먼트 / 나인유닷컴(久游网)
7	↑	제토우란치우 (街头篮球, 프리스타일)	JCC / 티엔렌스지(天联世纪)
8	↓	티엔룽빠뿌 (天龙八部, 천룡팔부)	SOHU / SOHU(搜狐)
9	↑	따화시여우3 (大话西游3, 대화서유3)	왕이 / 왕이(网易)
10	↓	파오파오탕 (泡泡堂, 비엔비)	Nexon / 상하이 성따(上海盛大网络)

자료 : 大众软件

2008년 1월 FlashGet 중국 온라인게임 다운로드 순위

순위	게임명칭
1	진우환 (劲舞团, 오디션)
2	파오파오카딩처 (跑跑卡丁车, 카트라이더)
3	췌위예즈젠 (卓越之剑, 그라나도 에스파다)
4	멍환시요우 (梦幻西游, 몽환서유)

5	머썬우쓰제 (魔兽世界, WOW)
6	펑훤즈뤼 (风火之旅, 풍화지려)
7	창티엔 (苍天, 창천온라인)
8	공푸쓰제 (功夫世界, 공부세계)
9	쨥투 (征途, 징도)
10	마오시엔다오 (冒险岛, 메이플스토리)

자료 : 大众软件

중국 전국인민대회대표, 온라인게임업체 사이버머니 발행 금지 입법 건의

중국 전국인민대회대표 치엔리핑(钱丽萍)은 상하이시 온라인게임조례 제정 관련 의안을 제출, 입법을 통해 온라인게임을 규제할 것을 건의하였다.

온라인게임기업, "사이버 장비" 판매를 통해 이윤 획득

2007년 4월 중국 관련 8개 부서 위원회는 청소년의 게임중독방지를 위해 <온라인게임 중독 방지시스템 개발표준>을 발표하였다. "온라인게임중독방지시스템"이 회사의 수익에 영향을 미칠까 우려한 온라인게임기업들은 제품을 연구 개발하는 방향에 커다란 변혁을 추진하였다.

온라인게임기업은 당초 게이머들이 장시간 접속하도록 하여 포인트카드를 소비하도록 하였던 경영방식에서 탈피, 점차적으로 게임 속 관련 사이버 장비 판매 형식을 통해 이윤을 획득하고 있다. 이러한 방식은 게임 포인트카드를 구매할 필요가 없이 무료로 게임에 접속할 수 있으나, 더 나은 게임체험을 위해서 게임회사 측에 현금을 지불, 사이버 장비를 구매해야한다.

그러나 이러한 시스템의 부작용이 이미 드러나고 있다. 현재 중국 온라인게임은 기본적으로 게이머 vs 게이머의 대전 방식을 취하고 있으며, 만약 게이머가 사이버 세계에서 살아남기 위해서는 반드시 자신을 업그레이드시킬 수 있는 사이버 장비를 구매해야한다. 때문에 고정수입이 없는 미성년자들이 잘못된 길로 빠질 수 있다. 또한 현금을 통해 장비를 구매, 다른 게이머들을 물리치고 경험치와 아이템, 영예를 얻는 게임방식 자체도 청소년의 건전한 성장에 악영향을 미칠 수 있다.

온라인게임기업의 사이버머니 발행 금지 입법

적지 않은 네티즌들이 사이버 아이템을 도둑맞은 경험이 있다고 한다. 서버 혹은 프로그램 장애 등의 문제들로 인한 아이템 유실, 계정 정지 등의 문제 또한 빈번하게 발생한다. 불법 사이트의

바이러스 공개 판매를 통한 아이디 해킹 등 문제, 일부 거래 사이트의 사이버머니 저가 판매 등 문제 또한 지적되고 있다. 이 밖에 네티즌들이 사이버 아이템을 거래할 시 사기를 당하는 등 이 모든 문제들이 사이버 재산 거래에 어두운 그림자를 드리우고 있다.

치엔리핑 대표는 "현재 중국 국내 법률에는 '사이버 장비 거래'문제와 관련하여 아직 상세한 규정이 없는 실정이다. 따라서 일단 분쟁이 발생한다면, 게이머들의 이익은 보호받지 못하여 더 많은 사회적인 문제를 야기할 것이다"라며 본인이 이번 의안을 제출한 의도를 설명하였다.

그녀는 <상하이시 온라인게임 조례>의 초안에 "온라인게임기업의 사이버머니 발행을 금지하고 직접 혹은 간접적으로 사이버 아이템을 현금으로 교환해주거나 기타 현물로 교환해줄 수 없도록 한다"라는 조항을 명시하였다고 밝혔다. 이 대표는 온라인게임기업이 사이버 장비를 출시하고 사이버머니를 발행하는 본질이 게이머의 현금을 획득, 자신의 이익을 챙기기 위한 것이기 때문에 이러한 행위는 입법을 통해 금지되어야한다고 주장하였다.

윤리도덕위원회 설립, 온라인게임 콘텐츠에 대해 심사

치엔리핑 대표는 사이버 장비 거래가 야기하는 사회적 문제를 주목하는 동시에 온라인게임이 청소년의 심신건강에 위협이 되고 있는 현실 또한 잊지 않았다.

치엔 대표는 상하이시 전문적인 온라인게임 산업협회를 설립하여 법률 전문가, 교육 전문가, 게임 경영자 등으로 구성된 온라인게임 윤리도덕위원회를 조직하여야 한다고 주장하였다. 온라인게임 테스트 전 도덕위원회의 심사를 거쳐야 하며, 위원회는 게임 제품의 콘텐츠에 대해 다방면으로 조사를 마친 뒤, 수정 의견을 제출하게 되며 통과되지 못한 게임은 출시하지 못하도록 하는 방침을 건의하였다.

자료:<http://www.donews.com/Content/200801/1bab84ba698c4f27b5180ae0c74d6ddf.shtml>

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