

제259호

2008. 2. 25

CGW

Game Korea

China Game Weekly

특집

- 아이리서치 : 2011년 중국 온라인게임 시장규모 401억 위안 예상
- 2007년도 중국 IGA(In Game Advertising) 규모 1.2억 위안

China Game News

- 중국 게임 풍운방 PLAY100 2007년도 10대 온라인게임 발표
- 완메이스콩, 재차 해외업체와 온라인게임 2편 관련 판권 협의 달성
- 한국, 일본이 주목하는 중국 전통 온라인게임 《성샤오환슈어/生肖传说》
- 07년 4/4분기 중국 온라인게임시장 33.67억 위안 규모, 성따 여전히 1위
- 왕이, 향후 온라인게임 4편 무료화 운영 계획

Game 순위

- 중국 온라인게임 기대작
- NVIDIA 풍운방

Game 회사 소개

- 선전시 머똥스파이 과기개발유한공사 (深圳市摩动时代科技开发有限公司)

New Game 소개

- 《여우여우산귀/悠游三国/유유삼국》

아이리서치 : 2011년 중국 온라인게임 시장규모 401억 위안 예상

아이리서치가 최근 출시한 <2007-2008 중국 온라인게임 발전 보고>에 따르면, 2007년 중국 온라인게임 시장규모는 128억 위안으로 동기 대비 66.7% 대폭 성장하였다. 향후 4-5년간 중국 온라인게임은 20% 이상의 증가폭을 지속 유지할 것으로 예측되며, 2011년에는 전체 시장규모가 401억 위안에 달할 것으로 추정된다. 아이리서치는 중국 온라인게임의 빠른 발전은 중국의 방대한 유저 수 및 중국 게임운영업체들의 유저 흡수 강화 덕분이라고 분석하였다.

2007년 중국의 수입 랭킹 15위권의 온라인게임 운영업체 중 10곳의 기업이 상장 기업이며, 상장 기업의 수입은 약 98.7억 위안으로 전체 수입의 77.1%를 차지하고 있다. 랭킹 10위권의 비상장 기업은 나인유닷컴과 광위화사 두 곳으로 이 기업들 또한 2008년 상장할 계획이며, 2009년 상장기업들의 시장 점유율은 90% 이상이 될 것으로 추정된다.

온라인게임기업 관련 키워드- “통합 및 구조조정”

2007년, 중국 온라인게임시장 3위권 기업의 점유율은 전체의 45.5%를 기록하였으나 허쉬만-허핀달 지수(HHI)로 볼 때, 15위권 운영업체의 총합은 977.64로 500보다 크고 1,000보다 작아 저경쟁형 구간에 속한다. 아이리서치는 이와 같은 두 종류의 수치를 통해 2007년 중국 온라인게임시장의 소수 독점 기업들의 우세가 비교적 현저하고 산업 경쟁은 주로 3~10위 간에 집중되어 있으며, 10위권 이후 기업들의 열세가 비교적 큰 편으로 경쟁력이 부족하다고 분석하였다.

따라서 아이리서치는 온라인게임기업들의 상장 후 자금 축적 및 경쟁 가속화 추세 등으로 미루어 볼 때, 온라인게임산업은 향후 2-3년 내 반드시 통합 및 구조조정 단계에 직면하게 될 것이라고 예측하였다. 이러한 통합 및 구조조정 단계를 통해 중국 온라인게임운영업체 총수량은 50곳 수준으로 압축될 것이라고 추정하였다. 이 밖에, 정책 등 요인으로 해외기업 또한 기업 인수 등을 통해 중국 시장에 진출하게 될 가능성이 매우 크며, 이 또한 통합 및 구조조정 단계를 촉진하는 주요 요소로 자리 잡을 것이라고 분석하였다.

온라인게임제품 관련 키워드- “융합”

2007년 나타난 또 다른 변화는 바로 MOG와 MMOG간의 상호 융합이다. MOG(Multiplayer Online Game)는 일반적으로 게임과정이 시간과 공간의 제약을 받으며, 이러한 게임은 일반적으로 라운드식 게임방식을 채택하게 된다. 따라서 게이머들은 자체적으로 컨트롤하여 비교적 짧은 시간 내 중복하여 게임을 진행할 수 있다. 그러나 MMOG(Massive Multiplayer Online Game)는 여러 명의 사람이 동시에 같은 장소에 출현할 수 있으며 게임과정의 지속에 제한을 받지 않는 게임유형이다.

MOG게임의 낮은 밀착도와 낮은 소비율 때문에 이러한 장르 게임의 생존압력이 점차 증대되고 있으며, 게이머들의 게임제품품질에 대한 요구 상승은 MOG가 끊임없이 신규 게임 콘텐츠를 업데이트 해야 만이 게이머들의 요구를 만족시킬 수 있게 되도록 하고 있다. 따라서 아이리서치는 MOG와 MMOG

의 융합은 2009년 클라이맥스에 도달할 것으로 분석하였다. 이 때 게이머들은 이미 간단한 정의로는 양자간의 차이를 구분해내지 못할 것이며 두 장르 게임은 최종적으로는 한 장르의 게임으로 통합되거나, MOG가 MMOG에 의해 삼켜질 것으로 예상된다.

온라인게임산업 관련 키워드- “상호보완”

2007년 성따가 <중형티엔샤/纵横天下/중형천하>라는 웹페이지 게임을 출시하면서, 웹페이지 게임은 통합되어 새롭게 변한 모습으로 재등장하였다. 웹페이지 게임은 비록 가장 초기에 출시된 게임유형이나, 당시 유료 과금제 방식이 완벽히 정립되지 못했기 때문에 발전 중 이윤창출문제에 직면하게 되었다. 그러나 아이템 유료 방식의 출현은 웹페이지 게임에 생기를 불어넣었다.

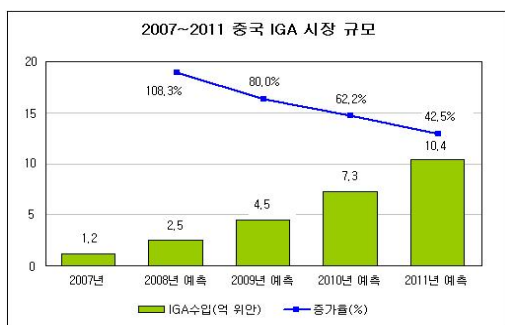
아이리서치는 웹페이지 게임은 기타 온라인게임의 소재 부족현상을 보완할 수 있으며, 특히 전략 장르와 경영 장르는 웹페이지 게임이라는 형식 속에서 더욱 진가를 발휘할 수 있다. 따라서 아이리서치는 웹페이지 게임과 기타 게임간의 경쟁 관계는 그리 크지 않으며, 오히려 게임 유형면으로 상호보완 관계를 유지할 수 있을 것이라고 분석하였다. 특히 웹페이지 게임이 기타 단말기 형태로 전환될 때, 이 유형 게임의 발전공간은 더욱 클 것으로 전망된다.

결론

아이리서치는 중국 온라인게임이 향후 몇 년간 여전히 빠른 발전 추세를 유지할 것이나, 기업간의 경쟁이 가속화될 것이며, 시장 점유율 20위권 밖의 기업들의 생존공간은 점차 더욱 줄어들 것으로 분석하고 있다. 따라서 전체 온라인게임산업은 향후 대량 자본 유입 후 점차적으로 통합 및 구조조정 단계를 거치게 될 것으로 전망된다. 2009년 중국 온라인게임은 정책 및 시장의 규범화에 따라 전 세계 온라인게임 산업총액에서 차지하는 비중이 20% 이상에 도달하게 될 것으로 예상된다.

자료:<http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/6893846.html>

2007년도 중국 IGA(In Game Advertising) 규모 1.2억 위안



아이리서치(iResearch)의 최신 연구 결과에 따르면, 중국 게임내부광고(In Game Advertising, 약칭 IGA)의 수입이 현재 빠르게 성장하고 있다고 한다. 2007년 IGA 시장규모는 1.2억 위안을 기록하였으며, 2008년 수입은 2.5억 위안에 달할 전망으로 2011년 IGA 시장규모는 10억 위안 이상이 될 것으로

추정된다. IGA는 일종의 새로운 이윤창출방식으로 IGA의 전망은 점점 더 많은 기업들의 주목을 받고 있으며, 게임 플랫폼 매체 가치와 관련하여 많은 연구가 진행 중에 있다. 현재 IGA의 광고주는 주로 교통, 생활 일용품 및 소비제품 등 전통 산업에 집중되어 있다.

IGA, 일부 캐주얼 게임 운영업체의 중요 수입 출처로 부상

아이리서치의 분석에 따르면 IGA 수입은 이미 일부 캐주얼 온라인게임 운영업체의 중요 수입 출처로 부상하고 있다. 렌즈를 예로 들면, 2007년 이 업체의 온라인게임 운영수입은 약 1.1억 위안이며 그 중 IGA 수입은 1,500만 위안으로 전체 수입의 13.6%를 차지하였다. 이와 같이 IGA는 일부 게임운영업체에게 이미 없어서는 안 될 중요한 수입 출처로 자리 잡았다. IGA 수입 관련 업체 구성 면에서 볼 때, 캐주얼 게임과 카드류 게임을 운영하는 업체들이 대다수를 차지하고 있으며, 그 중 캐주얼 게임이 가장 광고주들의 주목을 받는 게임으로 두각을 나타내고 있다.

IGA가 지니는 독특한 4대 가치

1. 제품과 광고의 비교적 높은 결합도, 사이버화 광고 실현

온라인게임은 다른 매체와는 구별된다. 즉 게이머들은 완전히 사이버화된 세계 속에 접속하게 되며, 사이버 세계의 각종 부분들은 모두 광고 매체가 될 수 있다. 특히 게임 속 아이템들이 그 대표적인 예로 상하이 따중(상하이 폭스바겐)은 산하 제품인 Polo차를 성따의 <Crazy Kart>의 자동차 제품 중 하나로 게이머들에게 제공하고 있으며, 이러한 합작을 통해 거의 모든 <Crazy Kart> 게이머들은 Polo 자동차의 기능 및 외관에 대해 매우 구체적으로 이해하게 되었다.

2. 제품의 목표 시청자와 게임유저간의 비교적 높은 일치도

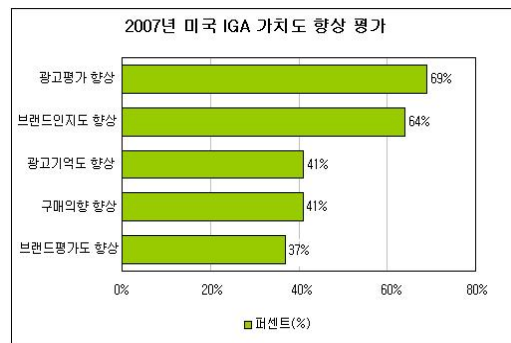
생활 일용품 및 소비품 광고주는 고객들의 브랜드 인지도 향상을 매우 중시한다. 이러한 제품들의 잠재 고객들은 온라인게임을 좋아하는 젊은 층이 대다수를 차지하며, IGA 광고 자체가 일종의 젊은 층을 대표하는 신풍조이기 때문에 관련 광고 브랜드는 게이머들의 반감을 유발하지 않을 수 있을 뿐 아니라, 더욱 쉽게 브랜드 인지도를 향상시킬 수 있다. <프리스타일>은 아바타 시스템을 통해 나이키의 의상을 추가하였으며, 이는 나이키 브랜드에 대한 게이머들의 인지도를 향상시킬 수 있었다.

3. 기존 매체의 영향 범위 부족 보완

아이리서치 연구조사 데이터에 따르면, 젊은 층이 대다수를 차지하는 온라인게임 게이머들이 매일 TV, 신문, 잡지 및 라디오방송 등 기존 매체들을 접촉하는 시간은 30분이 채 되지 않으며, 일부 게이머들은 하루 종일 거의 기존 매체들을 접촉하지 않는다. 이와는 반대로 그들이 온라인게임을 즐기는 시간은 하루 평균 4시간 이상이며 이러한 게이머들의 수량이 빠른 속도로 증가하고 있는 실정이다. 이러한 젊은 층에게 제품 정보를 어떻게 효과적으로 게이머들에게 전달하는가가 광고주들이 직면한 가장 큰 난제로 부상하였다. 그러나 IGA는 광고주의 이러한 필요를 만족시킬 수 있기 때문에 IGA의 기존 매체 관련 보완 가치가 점점 높아지고 있다.

4. 광고 효율성 및 인지도 분야의 우세

IGA 광고의 효율성은 기존 광고를 훨씬 뛰어넘는 수준으로 광고의 인지도를 현저히 높일 수 있으며, 현재 가장 우수한 홍보방식 중 하나이다. IGA는 사람들의 구매욕구를 현저히 촉진할 수 있으며 브랜드 인식을 제고할 수 있다. 게임 과정 속에 포함되어 있는 광고는 게이머들의 구매욕과 광고 체험에 모두 큰 영향을 미친다. 게이머들의 브랜드 인지도는 64% 향상되었으며, 브랜드 평가도는 37% 상승하였다. 구매 의향은 41% 상승하였으며, 광고 기억도 또한 41% 상승하였다. 광고에 대한 평가는 69% 상승하였다.



위와 같이, 온라인게임을 신규 매체로 하여 운영되는 IGA는 광고주, 운영업체, 게이머들에게 모두 유익한 것으로 점점 더 많은 운영업체들이 이 점을 충분히 인식하고 있는 추세이다. 성파 네트워크는 이를 위해 성취 광고회사를 설립, IGA 업무를 전문 담당하도록 하였으며, 온라인게임 매체화 경영방식은 향후 게임 발전단계에서 거스를 수 없는 하나의 추세로 자리 잡을 것으로 전망된다.

아이리서치의 제언

광고업주들에게-적합한 제품을 결정, 적극적으로 추진

아이리서치는 IGA 연구를 통해, 다음과 같은 몇 종류의 제품 관련 광고를 적극적으로 투입한다면 자체 브랜드 이미지 및 브랜드 가치를 높일 수 있을 것으로 분석하였다.

- (1) 목표 시청자가 젊은 층이 대부분인 브랜드
- (2) 표현력이 풍부, 게임과 완벽하게 결합할 수 있는 제품 및 브랜드
- (3) 유행과 밀접한 제품

게임운영업체들에게-상업 방식과 게이머 체험간의 균형 유지

직업 관련 스트레스가 점차 증가함에 따라 점점 더 많은 직장인들이 게임 속에서 스트레스를 해소하는 방법을 선택하고 있다. 따라서 지나치게 짙은 상업적인 분위기는 게이머들의 게임 체험에 영향을 줄 수 있으므로 운영업체들은 합작시 게이머들이 광고를 받아들일 수 있는 수준을 면밀히 고려하여 상업적인 이윤과 게이머들의 이익간의 균형점을 모색, 이와 같은 신흥 상업방식을 위한 우수한 발전공간을 창출해야 할 것이다.

자료: <http://www.donews.com/Content/200802/3bf838201cea4e6785451a90d0b64931.shtml>

중국 게임 풍운방 PLAY100 2007년도 10대 온라인게임 발표

SINA 게임채널, 《퍼스널컴퓨터와 게임/家用电脑与游戏》잡지가 공동 주관하는 중국 게임 풍운방(www.play100.cn)은 게이머들이 각종 게임에 투표할 수 있도록 하며 누적 투표량을 통해 매주 게임 랭킹을 확정하며, 연간 게임 랭킹을 정기적으로 발표한다. 중국 게임 풍운방은 2년간의 안정적인 운영을 통해 중국 국내 게임산업에 대한 막강한 영향력을 보유한 전문적인 랭킹순위로 부상하였다.

2007년 1년간 열띤 각축전을 벌인 각종 게임들의 2007년 12월 31일까지 누적된 2007년 PLAY100 매주 투표수 총합 데이터를 통해 10대 게임을 선출하였으며 해당 게임들의 순위는 다음과 같다.

1. 시엔찌엔치샤판IV(仙剑奇侠传IV, 선검기협전4)
환위즈싱(寰宇之星), www.softstar.sh.cn/pal4/
2. 잔취: 홍씨징지에(.战火 : 红色警戒, 전화: 홍색경계)
여우청 네트워크(游诚网络), , www.fireol.com
3. 머셔우스제(魔兽世界, WOW)
The 9((第九城市), www.wowchina.com
4. 멩환시여우(梦幻西游, 몽환서유)
왕이(网易), <http://xyq.163.com>
5. 페이페이(飞飞, 비비)
왕이(网易), <http://ff.163.com>
6. 광시엔페이차(光线飞车, 광선비차)
나인유닷컴(久游网), <http://rc.9you.com>
7. 주시엔(诛仙, 주선)
완메이스콩(完美时空), www.zhuxian.com
8. 완메이스제(完美世界, 완미세계, 국제판 포함)
완메이스콩(完美时空), www.w2i.com.cn
9. 러쉐장후(热血江湖, 열혈강호)
이치완(一起玩), <http://rxjh.17game.com>

10. 잉송찬슈어VI(英雄传说VI, 영웅전설6)
위러통(娱乐通), www.gamebridge.com.cn

자료:<http://games.sina.com.cn/y/n/2008-02-19/1358235929.shtml>

완메이스콩, 해외업체와 온라인게임 2편 관련 판권 협의 달성

완메이스콩은 2월 19일 말레이시아의 유명 온라인게임운영업체 Cubinet과 신규 판권 협의를 달성하였다고 발표하였다. 협의에 따르면, Cubinet은 완메이스콩 산하 온라인게임 <우림외전/武林外传/무림외전>의 베트남 지역 운영권 및 <주시엔/诛仙/주선>의 베트남, 태국, 말레이시아, 싱가포르 지역 운영권을 획득하였다.

<무림외전>과 <주선>은 완메이스콩 산하의 MMORPG 핫이슈 온라인게임으로, 완메이스콩은 <완미세계 국제판>의 뒤를 이어 재차 해외시장에 해당 온라인게임제품의 판권을 제공하게 되었다. 완메이스콩은 중국 국내시장에서의 <무림외전>과 <주선>의 운영을 통해 성숙된 운영 노하우를 쌓았으며, 양호한 실적을 거두었다. Cubinet과의 판권 계약 후 <무림외전>의 해외 판권 계약수는 8건으로 증가하였다. <주선>은 출시된 지 1년도 채 되지 않아 4곳의 해외시장에 진출하는 쾌거를 이룩하였다.

Cubinet의 CEO Andy Choe는 이번 합작과 관련하여 “Cubinet은 완메이스콩과 <완미세계 국제판> 판권계약 때부터 합작을 시작하였으며, 지속적으로 밀접한 합작 파트너 관계를 유지하였다. <완미세계 국제판>의 우수한 운영실적은 우리의 향후 합작 전망을 더할 나위 없이 잘 설명하고 있다. Cubinet은 더욱 많은 지역의 게이머들에게 고품질의 게임제품을 선보이기 위해 노력하고 있으며 이 점에서 완메이스콩과 같은 목표를 갖고 있다고 할 수 있다. 이번 합작을 통한 완메이스콩 산하 2편의 온라인게임제품의 동남아 시장 진출은 반드시 성공을 거둘 것이라고 믿는다”라고 말했다.

완메이스콩 대표 이사 초위평은 “이번 협의를 통해 완메이스콩과 Cubinet과의 합작 관계를 더욱 강화할 수 있어서 기쁘다. 이번 판권 협의 계약은 완메이스콩이 세계 시장 개척 분야에서 우수한 성과를 거두고 있음을 대표할 뿐 아니라, <무림외전>과 <주선>의 국내 운영 성공을 기반으로 Cubinet과의 또 한 차례 합작 성공을 예상한다고 할 수 있을 것이다”라고 말했다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-02-20/20080220091807367.shtml>

한국, 일본이 주목하는 중국 전통 온라인게임 《성샤오찬슈어/生肖传说》

2008년 중국 최고 기대작 카툰 스타일 온라인게임 《성샤오찬슈어/生肖传说/생소전설》의 정식 클로즈베타 실시일이 가까워지고 있다. 여러 차례 테스트를 통해 업계와 게이머들에게 모두 좋은 반응을 얻었으며 초기에 공개된 여러 혁신적인 요소들은 게이머들의 주목을 받고 있다. 일부 게이머들은 더 많은 게임 콘텐츠가 공개되기를 희망하고 있으며, 이 게임이 최대한 빨리 오픈베타를

실시하게 되기를 바라고 있다. 이와 같이 《생소전설》은 중국 안팎으로 모두 주목을 받고 있다.

2008년 중국 국내 최고 기대작인 카툰 스타일 온라인게임 《생소전설》은 클로즈베타 실시 전부터 적지 않은 게이머들의 주목을 받고 있으며, 게임 BBS 게이판 등록인수는 클로즈베타 실시 전부터 급증, 약 8만명에 이르고 있다. 《생소전설》의 클로즈베타가 다가옴에 따라, 운영업체측은 대형 애니메이션 동영상 및 각종 캐릭터 주변제품 제작에 임하고 있다.

진쿠 게임(金酷游戏)의 첫 게임제품인 《머지에/魔界/마계》의 성공은 《생소전설》을 위해 탄탄한 기초를 다졌고 이로 인해 《생소전설》의 등장은 이미 업계 내에서 많은 주목을 받고 있다. 《생소전설》은 중국 국내외에도 해외에서 상당히 높은 주목을 받고 있다. 유럽이나 미국 지역에서 《생소전설》은 그들이 이해할 수 없는 문화에 속하나, 주변 아시아 국가 특히 중국 문화와 통하는 일본이나 한국 등지에서 중국 민간 문화 전통을 반영하고 있는 이 게임은 높은 주목을 받고 있다.

현재 이 게임이 아직 클로즈베타 실시 예정 단계이나, 이미 일부 일본 및 한국 게임운영업체들이 접촉해오고 있으며, 합작 의향을 타진 중에 있다. 현재 이 게임은 아직 게임성이나 콘텐츠 면으로 미완성 단계이기 때문에, 중국 전통 민간 전설을 토대로 구성한 온라인게임으로서 해외 시장에 진출하기 위해서는 반드시 완벽하게 제작되어야 할 것이다. 따라서 이 게임이 단기간 내 해외 시장에 진출할 계획은 아직 없다고 할 수 있으며, 향후 이 게임의 행보가 주목된다.

자료:<http://games.sina.com.cn/o/n/2008-02-19/1730236030.shtml>

07년 4/4분기 중국 온라인게임시장 33.67억 위안 규모, 성따 여전히 1위

어널리시스 인터네셔널이 최근 발표한 보고서 <2007년도 4/4분기 중국 온라인게임시장 분기 검측>의 연구결과에 따르면, 2007년 4/4분기 중국 온라인게임시장 수입규모는 전기 대비 15% 성장하였으며 빠른 성장 추세를 지속 유지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 시장의 경쟁구도 면에서 볼 때, 성따, 왕이, The 9가 각각 1~3위를 차지하였으며 점유율 분포는 다음과 같다.

성따 등 중국 국내 주요 온라인게임 운영업체들의 4/4분기 주요 실적은 다음과 같다.

1. 성따 : 기존 온라인게임의 우수한 성적으로 영업수입의 안정된 성장을 지속하고 있으며, 4/4분기 영업수입은 6.69억 위안에 달해 시장 점유율 1위를 굳게 지켰다.

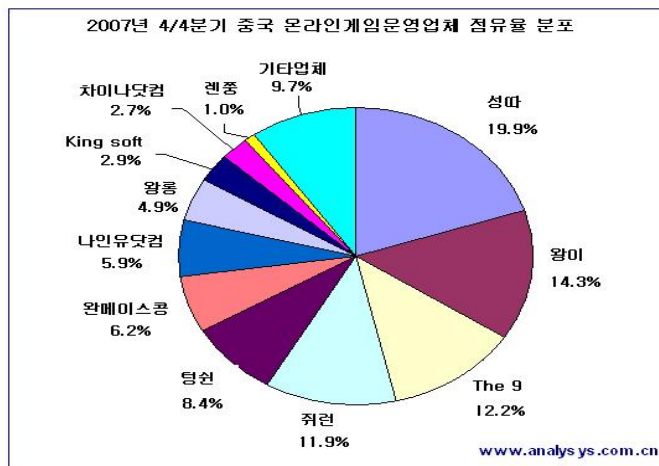
2. 왕이 : 4/4분기에는 왕이의 주요 온라인게임인 서유 시리즈의 실적이 전기보다 뛰어났다. 그러나 그 성장에는 여전히 한계가 있으며, 이는 성따와의 시장 점유율 격차가 지속적으로 벌어지는 현상을 초래하고 있다.

3. The 9 : 2007년 9월 <WOW- 불타는 성전> 확장팩이 출시됨에 따라 WOW 유저수량 및 평균 접속자수 등이 빠른 속도로 증가하고 있으며, 이는 The 9의 영업수입에 커다란 공헌을 하였다. 4/4분기 The 9의 영업수입은 4.1억 위안을 기록하였으며, 시장 점유율은 4/4분기 쥘런 네트워크를 제치고

3위를 기록하였다.

4. 쥐런 네트워크 : 쥐런의 핵심 온라인게임 <정투/征途/징도>의 발전속도 둔화로 인해 4/4분기 시장 점유율이 4위로 하락하였다.

5. 텡선 : 기존 온라인게임의 안정적인 발전 및 신규 온라인게임 <QQ 즈여우환상/ QQ自由幻想/ QQ자유환상>의 공헌에 힘입어 영업수입이 전기 대비 23% 증가하였으며, 8.4%라는 시장 점유율을 기록하였다. 이로써 텡선은 4/4분기 시장 점유율 5위를 차지하였다.



자료: <http://www.analysys.com.cn/web2007/index.php?module=ygfx&action=showone&id=5371&wid>

왕이, 향후 온라인게임 4편 무료화 운영 계획

왕이는 2월 21일 오전 2007년도 4/4분기 및 2007년 연간 재무보고를 발표하였다. 재무보고 발표 후 왕이의 CEO인 덩레이(丁磊)와 COO 동웨이바오(董瑞豹) 등은 9시에 개최된 전화회의에서 분석가의 질문에 대답하였다.

동웨이바오는 온라인게임 퍼블리싱과 관련하여 분석가의 질문에 답할 때, 왕이는 잠재적인 합작 파트너와 담판을 진행중에 있으며 게임 판권을 획득할 수 있으리라 자신한다고 밝혔다. 그러나 구체적인 내용은 밝히지 않았다.

장기간 “유료화 운영”방식을 고수하던 왕이는 2008년 큰 변화를 시도할 예정이다. <티엔샤얼/天下贰/천하2>, <따탕하오사2/大唐豪侠2/대당호협2>, <페이페이/飞飞/비비> 및 독립판권을 소유한 <따화시여우3/大话西游3/대화서유3> 등 4편의 게임이 “무료 운영”방식으로 전환될 예정이다. 즉 게이머들에게 무료로 게임을 제공하고 사이버 아이템과 부가가치 서비스 등을 통해 운영수입을 거두는 방식을 채택할 예정이다. 이는 왕이가 향후 두 가지 버전의 <대화서유3>을 운영하게 된다는 것을 의미한다. 한 가지 버전은 시간당 과금제로 운영되는 유료 버전이며, 또 다른 버전은 무료방식으로 운영될 예정이

다.

<천하2>는 3월 안으로 오픈베타를 실시할 예정이다. <대당호협2>와 <비비>는 2008년 2/4분기에 오픈베타 테스트를 실시하게 된다.

2007년 12월 최고 동접자수 신기록을 재차 경신하였던 <명환시여우/梦幻西游/몽환서유>는 2008년 여름 새로운 확장팩을 출시할 예정이나, 이 게임은 “무료화 운영” 대열에는 합류하지 않을 계획이다.

현재 왕이 온라인게임 영업수입의 73%는 <몽환서유>를 통한 것이고 19%는 <대화서유2>를 통한 것이며, 7%는 <대화서유3>을 통한 것이다. 나머지 일부는 <대당호협>과 기타 게임을 통한 수입이다.

자료:<http://news.17173.com/content/2008-02-21/20080221173330655.shtml>

CGW China Game Weekly **Game 순위**

중국 온라인게임 기대작

순 위		게 임 명 칭
1	-	시엔찌엔치샤판OL(仙劍奇俠傳 / 선검기협전)
2	-	창티엔(蒼天 / 창천)
3	-	쩐·산궈우쌍(真三國無雙 OL / 진·삼국무쌍)
4	-	찌엔샤칭웬(劍俠情緣網絡版 3 / 검협정연 인터넷버전 3)
5	-	치룽쭈Online(七龍珠Online / 드래곤볼Online)
6	-	띠샤칭위용스(地下城與勇士 / 지하성과 용사)
7	-	산궈처(三國策 / 삼국책)
8	-	용형즈타(永恆之塔 / Aion)
9	-	성샤오환취(生肖傳說 / 생초전설)
10	-	시엔징환취2(仙境傳說2 / RO2)
11	-	카이신(開心 / 개심)
12	-	머환성디엔(魔幻聖典 / 마환성전)
13	12↓	허진짚지(合金戰紀 / 합금전기)

14	13↓	Crossfire
15	14↓	선선(寻仙 / 심선)
16	15↓	이치당치엔(一騎當千 / 일기당천)
17	16↓	스미엔마이푸(十面埋伏 / 십면매복)
18	-	웨이우두존(唯无独尊 / 유무독존)
19	新	룽주엔스제 (龍睽世界 / 용권세계)
20	19↓	머리바오베이 II (魔力宝贝 II / 클로즈게이트2)

<http://news.17173.com/content/2008-02-18/20080218110506868,1.shtml>

NVIDIA 중국 게임 풍운방 (08-04)

순위	게 임 명 칭	게임유형
1	시엔찌엔치샤짤4(仙剑奇侠传IV / 신검기협전4)	RP
2	페이페이(飞飞 / 비비)	MMORP
3	츠삐(赤壁 / 적벽)	MMORP
4	머썬우쓰제(魔兽世界 / WOW)	MMORP
5	잉송찬쉬IV(英雄传说IV / 영웅전설4)	RP
6	짤훤:홍썬짱지(战火:红色警戒 / 전화:홍색경계)	MMORP
7	완메이스제(完美世界 / 완미세계)	MMORP
8	러썬장후(热血江湖 / 열혈강호)	MMORP
9	머리바오베이 II (魔力宝贝 II / 클로즈게이트2)	MMORP
10	멍환시여우(梦幻西游 / 몽환서유)	RP

자료:<http://www.play100.cn/News.asp?id=217>

머똥스파이(摩动时代)는 업계 내 선두 모바일 엔터테인먼트 문화 우수제품 콘텐츠 공급업체로 세계 유명 모바일게임 “Steel Warrior”, “Metal Bluster”, “Metal Bluster Episode 1”의 개발제작팀과 차이나 모바일 바이바오상 최고 Java 게임 발행업체 셴젠 슈즈위(深圳数字鱼) 투자자가 공동 설립한 회사이다.

이 회사의 주요 판매루트는 중국 대륙 전지역, 홍콩, 마카오와 동남아 및 유럽과 미국 등지까지 포함, 다수의 국가의 모바일 통신 운영업체 및 게임 개발업체를 모두 아우른다.

머똥스파이는 전 세계 핸드폰 유저들에게 중국산 자체개발 우수 모바일게임을 제공하기 위해 전력을 다하고 있으며, 게이머들에게 모바일 엔터테인먼트의 무한한 쾌감을 제공하는 것을 문화 우수제품 소비이념으로 삼고 있다. 머똥스파이가 이미 개발을 완료한 자체개발 우수 모바일게임으로 <CIA 1>, <S.W.A.T Part 1>, <The Legend>, <DOOMATRIX>, <The Heroes> 등이 있다.

2005년, 머똥스파이는 자체개발 우수 게임 시리즈의 속편들을 연이어 출시하였으며, 또한 전 세계를 대상으로 4대 모바일 온라인게임 시리즈를 발행할 예정으로 대중들의 기대를 모으고 있다.

- ▶ 설립일자 : 2003년
- ▶ 주요업무 : 온라인게임 개발
- ▶ 회사연락처
주 소 : 深圳市南山区学府花园清华园1303D
전 화 : 0755-26065010
팩 스 : 0755-26065146
홈페이지 : www.hitrix.com



자료: <http://games.sina.com.cn/biz/gamedata/mobilegames/company/146.shtml>

《여우여우산귀/悠游三国/유유삼국》



- 게임 이름 : 여우여우산귀(悠游三国, 유유삼국)
- 게임 종류 : 웹페이지 게임
- 게임 특징 : 리얼타임 전략
- 개발 업체 : 여우시 신간시엔(游戏新干线)
- 운영 업체 : 여우시 신간시엔(游戏新干线)
- 공식사이트: <http://websg.iyoyo.com.cn/>
- 현재 현황 :


<여우여우산귀/悠游三国/유유삼국>은 윈도우 익스플로러 웹페이지를 이용하여 게임을 바로 즐길 수 있다. 이 게임은 게이머들이 고사양의 컴퓨터 하드웨어 설비를 마련해야할 필요가 없으며 게임 CD

를 구매할 필요나 게임을 다운로드해야할 필요도 없다. 또한 방대한 양의 게임 소프트웨어를 설치할 필요도 없으며, 게이머들은 <유유삼국>의 사이트에 접속, 자신의 아이디와 비밀번호를 입력한 후 바로 온라인 만인 대전의 즐거움을 만끽할 수 있는 게임을 진행할 수 있다.

게임 클라이언트를 설치할 필요가 없으며 여러 플랫폼을 넘나드는 웹페이지형 온라인게임인 <유유삼국>은 웹페이지 이용의 편리성 및 간편한 조작방식을 강조하며 삼국시대의 공간을 웹페이지 세계에 접목하였다. 또한 리얼타임 계산 방식은 <유유삼국>으로 하여금 전략 운용 방면에서 더욱 사실과 유사하도록 하였다.



자료: <http://games.sina.com.cn/o/c/2008-02-18/5598.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