

<요약 >

- 2009년 중국 온라인 게임 시장은 비교적 양호한 운영을 지속하며 규모적으로나 상품종류, 해외수출 및 시장경쟁력에서 많은 발전을 이루었다.
- 시장규모를 살펴보면 2009년 중국 온라인게임 전체 시장규모는 258억 인민폐(게임운영수입 외 해외수출 수입 및 기타 수입제외)를 기록 하였고 동기대비 39.5%의 성장률을 보였으며 그 가운데 중국 국산 온라인게임 시장규모는 157.8억 인민폐로 동기대비 41.9%의 성장률을 보였다. 이는 전체 중국 온라인게임 시장규모의 61.2%를 점유하는 수치이다.
- 시장 점유 구조를 살펴보면 MMORPG게임이 시장의 주도적 지위를 점유하였으며 2009년 MMORPG게임은 전체 온라인게임 시장의 79%를 차지하였고 203.8억 인민폐의 시장규모로 성장하였다. 이는 2008년에 비하여 35.2%의 성장률을 보인 수치이다.
- 해외수출 현황을 살펴보면 2009년 중국 온라인게임 해외수출 수입은 총 1.06억 달러이며 2008년에 비하여 47.2%의 성장률을 보였다.
- 온라인게임 업계에서 발생하는 문제들을 해결하기 위하여 2009년 문화부는 유관기관과 협력하여 엄격한 시장진입 관리제도와 내용심사 매커니즘의 개선, 시장관리감독 제도의 역량강화, 업계 내 자체적 단속기구 설립인도 등 다양한 방법으로 온라인게임시장을 관리감독 하고 있다.
- 2009년 이후 온라인게임과 기타 문화산업 간의 융합을 통하여 발전하는 추세를 보이고 있다. 특히 영화, 드라마, 소설을 각색하여 온라인게임으로 제작하는 실례가 증가하고 있으며 일부 온라인게임 또한 영화, 드라마로 제작되기도 하였다.

1. 중국 온라인게임 시장 발전현황(2009년)

□ 2009년 온라인게임 성장 현황

- 2009년은 중국 온라인 게임 산업발전에 있어서 10년을 맞이하는 해이다. 10년 동안 국가 온라인게임 유관기관의 주도아래 부단한 발전을 이룩하여 왔으며 전 세계 디지털 엔터테인먼트 시장에 있어서 중요한 위치를 차지하게 되었다.
- 2009년 중국 온라인 게임 시장은 비교적 양호한 운영을 지속하며 규모적으로나 상품종류, 해외수출 및 시장경쟁력에서 많은 발전을 이루었다.
- 시장규모를 살펴보면 2009년 중국 온라인게임 전체 시장규모는 258억 인민폐(게임운영수입 외 해외수출 수입 및 기타 수입제외)를 기록하였고 동기대비 39.5%의 성장률을 보였으며 그 가운데 중국 국산 온라인게임 시장규모는 157.8억 인민폐로 동기대비 41.9%의 성장률을 보였다. 이는 전체 중국 온라인게임 시장규모의 61.2%를 점유하는 수치이다.
- 상품수량을 살펴보면 2009년 연말까지 중국 내 총 361개의 대형 온라인게임이 시범운영 혹은 정상적인 운영을 해오고 있으며 동기대비 68개 증가한 수치이다. 2009년에는 총 115개 대형 온라인게임이 문화부의 심사 및 등록절차를 진행하였으며 이 가운데 중국 국산 온라인게임은 80개이며 해외 수입 온라인게임은 35개이다.
- 시장 점유 구조를 살펴보면 MMORPG게임이 시장의 주도적 지위를 점유하였으며 2009년 MMORPG게임은 전체 온라인게임 시장의 79%를 차지하였고 203.8억 인민폐의 시장규모로 성장하였다. 이는 2008년에 비하여 35.2%의 성장률을 보인 수치이다.
- 해외수출 현황을 살펴보면 2009년 중국 온라인게임 해외수출 수입은 총 1.06억 달러이며 2008년에 비하여 47.2%의 성장률을 보였다. 특히 중국 자체개발 수출게임 가운데 MMORPG게임이 주류를 이루었다. 2009년 까지 총 51개 중국 국산게임의 수출 대상 국가는 미국, 영국, 프랑스, 독일, 이탈리아를 비롯하여 브라질, 한국, 일본,

태국 싱가포르, 대만, 홍콩 등 50여개 국가에 이른다.

- 시장 경쟁구조를 살펴보면 2009년 까지 중국 내 총 499개 온라인게임 운영기업이 형성되었으며 1위 腾讯, 2위 盛大, 3위 网易의 3자 구도로 나뉘었다. 1위부터 3위까지 기업의 시장 점유율은 52.9%이며 이 외에 搜狐畅游, 完美时空, 巨人, 久游, 光宇华夏, 九成, 金山, 网龙 등을 포함하면 중국 온라인게임시장의 87.7%를 차지한다.

2 . 온라인게임과 중국 경제발전 관계

- 현재 중국 온라인 게임 산업은 이미 문화창의산업 가운데 중요한 위치를 차지하고 있으며 영화, 드라마, 음악 등 전통 문화엔터테인먼트 산업과의 부단한 융합으로 중국 경제, 사회 발전에 있어 상당한 영향력을 가지고 있다.
- 중국 내 온라인 게임 산업은 신흥 산업으로 전통문화산업과 더불어 성장하고 있으며 온라인게임 자체적으로 문화적 색채와 세계관, 배경, 인물 등 "중국풍"을 담고 있다. 이를 바탕으로 영화, 드라마, 음악 등 문화엔터테인먼트 산업과 융합하여 진일보 된 새로운 영역을 개척하고 있다.
- 온라인게임 산업은 기술창신과 연구개발 등 "창의성"을 바탕으로 산업적으로 가치를 구가하고 있으며 정보기술과 결합하여 지식결합형 고부가가치산업으로 발전하고 있다. 통계에 따르면 자체개발을 위주로 하는 온라인게임 업체는 50%이상의 순이익을 달성하고 있으며 이는 중국 경제구조에 있어 중요한 작용을 하고 있다.
- 온라인게임 산업은 미디어, IT, 전신 산업 등과 연계하여 간접적으로 대량의 인재를 필요로 하게 되었다. 이로 말미암아 2009년 온라인 게임 업계 내 새로 형성된 취업시장은 1만개 이상으로 늘어났다.
- 完美时空, 金山, 网龙 업체를 위주로 판권교역, 연합운영, 해외 자회사 설립 후 독립운영 등을 통하여 외환 흑자를 달성하였으며 아시아, 미주, 유럽 등 여러 국가에 중국 온라인게임의 브랜드를 알리고 있다.

3 . 중국 온라인게임 시장의 문제점

- 중국 온라인게임 산업의 급속한 팽창과 발전 과정 중에 일련의 문제점들이 발생하였으며 특히 사회적 여론과 관심이 집중되면서 온라인 게임 시장의 안정적 발전에 불리한 영향을 주고 있다.
- 온라인게임 내 존재하는 저속한 내용들이 미성년자들의 건전한 성장에 영향을 주었으며 이는 온라인게임 업계의 이미지에 나쁜 영향을 주고 있다. 특히 온라인 게임 내 폭력적이고 선정적인 내용, 도박성 등은 이를 받아들이고 모방한다는데 문제점이 크다고 볼 수 있다. 또한 온라인게임의 저속한 내용 등은 시장마케팅, 홍보과정에서 빈번히 나타나는데 단기적인 홍보효과를 누리기 위하여 선정적인 광고로 유저들을 유인하고 있다. 이러한 분위기는 중국 내 온라인게임 산업에 대한 나쁜 이미지를 가져오고 있다.
- 온라인게임의 또 다른 문제점은 게임 과몰입 문제로 미성년자들의 학업과 건강에 나쁜 영향을 미치는 요소가 존재한다는 점이다. 현재 중국 대형 온라인게임 유저 중 18세 미만의 청소년 유저는 전체 유저 가운데 17%를 차지하고 있으며 이는 1,178.3만 명에 달한다. 적지 않은 청소년들이 온라인게임에 과도하게 중독이 되어 학업과 건강, 심지어는 위법행위를 저질러 사회적 반향을 일으키고 있다. 통계에 따르면 청소년 온라인게임 유저 가운데 1주 동안 평균 1-5시간 플레이를 하는 청소년은 47%, 20시간 이상 플레이 하는 청소년은 19.1%이며 성인의 경우 각각 26.3%와 37.4%를 나타내고 있다. 상기 통계를 보면 청소년들이 성인들 보다 시간적 규제 및 과몰입 정도가 나은 편이나 지속적인 청소년 보호가 이루어져야 하며 이는 기업들 역시 중요시해야 할 사항이다.
- 일부 온라인게임 기업들의 유저 권익 보장에 대한 분쟁 사항 역시 문제점으로 제기되고 있다. 일부 온라인게임 운영상들이 제공하는 안전보호 장치들이 수준에 못 미치는 경우가 많으며 아이디 도용 및 분실, 아이템 분실 등 심각한 온라인상의 절도 행위가 이루어지고 있다. 또한 도용 및 분실 행위가 있을 후 운영업체의 대응도 비협조

적이고 이를 해결하지 못하고 있다. 이 밖에도 온라인상의 사기문제, 서버의 품질문제, 허위광고, 사이버 머니 등 충전 과정 중에 발생하는 문제 등이 유저들의 원성을 사고 있다.

- 마지막으로 중국 온라인 게임 시장의 동질화 현상이다. 즉 중국의 자체개발 MMORPG류 게임의 대부분은 "괴수 격파"후 "승급(아이템 및 능력 업그레이드)"이라는 표준 공식과 플레이로 그 형태가 일률적이다. 캐주얼 게임의 경우 중국의 한 게임업체가 개발한 캐주얼 게임 형태가 성공하자 후발주자 및 경쟁업체들은 이를 맹목적으로 모방하고 유사한 게임을 내놓고 있다. 이러한 모방과 신속함으로 인한 대량의 게임구조의 동질화 현상은 바람직한 시장구조로 볼 수 없다. 즉 기업과 업계에서는 다양화가 결핍된 상품은 지속적으로 발전할 수 없다는 것을 인식해야 할 것이다. 이 외에도 업계 내 악성 경쟁과 인재 쟁탈전 또한 온라인게임 업계의 발전에 장애가 되고 있다.

4 . 시장관리 심층화 전환

- 온라인게임 업계에서 발생하는 문제들을 해결하기 위하여 2009년 문화부는 유관기관과 협력하여 엄격한 시장진입 관리제도와 내용심사 매커니즘의 개선, 시장관리감독 제도의 역량강화, 업계 내 자체적 단속기구 설립인도 등 다양한 방법으로 온라인게임시장을 관리감독 하고 있다.
- 온라인게임 내 존재하는 저속한 내용 및 분위기를 정화하기 위하여 전국 문화부 부서와 법률 집행기구는 상호 협력 하에 정화작업을 진행하였다. 즉 온라인상의 색정적 내용과 모바일 매체를 통한 저속한 정보 제공 등에 대하여 전문적으로 관리감독을 시작하였다. 이와 관련하여<제6차 위법 게임 및 위법 경영활동 조사처리에 관한 통지>, <문화시장 집중정화행동에 관한 통지>, <“조직폭력”을 주제로 한 불법 온라인게임 조사처리에 관한 통지>, <제7차 위법 게임 및 위법 경영활동 조사처리에 관한 통지>등을 제정하였다.

- <홍등센터>, <도시밀정>은 선정적이고 음란한 내용으로, <대부>, <강호>는 조직폭력 등 폭력적인 내용으로, <오피스 삼국>, <술집세계>는 도박과 폭력적인 내용으로 인하여 불법 온라인 게임으로 제재를 받았다. 이 외에 219개의 게임이 불법 온라인 게임으로 조사, 처리되었다.
- 또한 온라인게임의 내용에 관한 전문 관리를 위하여 문화부에서는 <온라인게임 내용 관리업무 강화 및 개선 관련 통지>를 하달하였으며 이를 통하여 온라인게임 운영업체로 하여금 자체 관리단속 체제를 확립하도록 유도하였다. 이 외에 온라인게임 기업들에 창의적 게임 내용에 대한 규칙을 요구하여 일률적인 괴수 퇴치 후 승급되는 형식인 내용을 변화하도록 유도하였다. 그리고 유저들 간의 PK, 혼인 시스템 등에 대하여도 엄격하게 규제를 하고 있다.
- 기술적인 조치를 취하여 미성년 유저에 대한 등록지도 시스템과 게임시간 제한 등을 강화하였으며 이를 통하여 온라인게임 내용 및 과몰입 문제를 개선하고자 노력하고 있다.
- 미성년자 보호 측면에서 유관 법률, 법규, 정책 이외에도 문화부는 온라인게임 내용에 대한 심사, 조치 및 관리감독에 대한 진일보된 방안을 제출하였다. 이를 통하여 온라인게임의 연구개발에 있어 지도적 역할을 하고 미성년자들의 올바른 도덕관, 가치관, 세계관에 나쁜 영향을 끼치는 내용을 제한하고자 노력하고 있다.
- 온라인게임 사이버 머니에 관한 문제와 관련하여 2009년 6월 문화부는 상무부와 협력하여 <온라인게임 사이버머니에 관한 관리강화 업무 통지>를 공포하였다. 이는 행정적 관리규범을 통하여 사이버머니 시장에서의 발행, 사용, 교역 등의 행위에 대한 관리를 강화하고 유저의 권익보장, 사이버머니의 사용범위 등에 관한 문제점을 해결하기 위함이다.
- 문화부는 수입 온라인게임 내용에 대한 심사 및 보고 프로세스를 좀더 규범화 하기위하여 <수입 온라인게임 상품 내용 심사 및 보고 업무에 관한 공고>를 인쇄 배포 하였다. 이를 통하여 온라인게임 수입 심사와 국산 게임 등록과 관련된 보고 시스템을 개선하고자 하였다. 전시교역 업무에 대한 규범화를 위하여 <동만게임 전시교역회 등 행

사관리 강화에 관한 통지>를 발표하였으며 국제 협력을 강화하고자 하고 있다.

5. 결 론

- 중국의 온라인게임 산업은 이미 성숙된 단계로 진입하고 있으며 향후 5년 동안 시장규모는 급속도로 성장할 것을 예측되고 있다. 이와 동시에 온라인게임 시장에 대한 관리감독 또한 엄격해지며 완성될 것으로 보고 있다.
- 온라인게임 연구개발 기업으로 하여금 현재 만연한 내용상의 동질화를 개선하여 창의적 게임 개발을 유도할 것으로 보인다. 현재 3년 뒤 중국 온라인게임 유형 및 내용의 다양화를 목표로 시장의 세분화를 추구하고 있다.
- 온라인게임은 현재 세계적으로 유행하는 주류이며 이를 위하여 중국 국산 온라인게임의 해외수출에도 많은 역량을 투입할 것으로 보인다.
- 2009년 이후 온라인게임과 기타 문화산업 간의 융합을 통하여 발전하는 추세를 보이고 있다. 특히 영화, 드라마, 소설을 각색하여 온라인게임으로 제작하는 실례가 증가하고 있으며 일부 온라인게임 또한 영화, 드라마로 제작되기도 하였다. 실제로 모 온라인게임 회사는 영화제작에 참여하여 좋은 성과를 얻기도 하였다. 다른 한편으로 영화, 드라마 제작사가 온라인게임 개발에 투자하여 향후 다양한 산업융화 효과를 기대하고 있다. 이처럼 온라인게임과 기타 문화산업 간의 장벽 타파로 상호 윈윈 효과를 노린 형태가 증가할 것으로 보인다.