



주간 중국 창업

제 147 호 (2019. 9. 18)

발행처 : 한국혁신센터(KIC)중국
센터장 : 이상운

전화 : +86-10-6437-7896
메일 : info@kicchina.org

'주간 중국 창업'의 저작권은 'KIC중국'에 있습니다. 출처 밝혀주시고 무한 활용하십시오.

주간 NEWS

- ▶ 중국 최초 5G 테마 팝업 스토어 베이징 오픈 (IT의 집 IT之家, 2019.9.3)
- ▶ 베이징과학카니발 개막, '지구'앞의 장관 목도 (북경일보, 2019.9.14)
- ▶ 인조고기 광풍, 월병 3 분만에 매진 (봉황과기, 2019.9.13)
- ▶ GREE 신에너지사업에 재도전, 동맹주의 자동차 제조에 대한 꺼지지 않은 야심 (이오왕亿欧网, 2019.9.10)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ 신경제 이슈보고 2) 유니콘의 가치 거품은 얼마나 큰 것이었나 - 36kr 제공
- ▶ 마윈 은퇴: 알리바바의 향후 20년 전략은 언제 실현될까? - 화하시보 제공
- ▶ 중국은 해외 진출시 인플루언서 마케팅을 어떻게 할까: KOC/KOL 마케팅 비교 - 이방동리왕 제공
- ▶ 양자통신은 두 가지 주요 과제에 직면 - 과기일보 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 - PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(94) - 윤형건 교수 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 방일객 '감소경향의 국가' 한국이 최대 해외정세, 기업업황에 그림자 (동부신문, 2019.9.12)
- ▶ 도상국 재검토 기운고양으로 「일대일로」는 후퇴하는가 (JBpress, 2019.9.12)
- ▶ 전세계에서 GAFA 규제 움직임 활발 (FINDERS, 2019.9.13)

주간 NEWS

1.중국 최초 5G 테마 팝업 스토어 베이징 오픈 (IT의 집 IT之家, 2019.9.3)

8 월 31 일, 중국 최초의 5G 테마 팝업 스토어인 '중싱 (中兴) X 차이나모바일 5G 트렌드현장'이 베이징 우차이청(五彩城)에 열렸으며 5G 고속 네트워크에서 5G 실행 속도, 5G 클라우드 게임 및 5G AR 등 최근 핫한 5G 용용 장면을 경험할 수 있었다. 각종 5G 응용 첨단 장치, 지나는 행인을 유혹하기 충분한 주변 경관과 휴대폰 체험, ZTE의 '5G 트렌드 현장'은 당일 상가내의 주목 포인트가 되었다.



사진 1) 출처: IT之家

5G ZTE 디코딩으로 첫 경험

ZTE 휴대폰을 접촉해 본 사용자에게 또 하나의 놀라운 기쁨은, '5G 트렌드 현장' 팝업 스토어의 운영 역시 사용자 체험에 중점을 두고 사용자가 필요로 하는 것들의 구현이라는 것이다. 이전에 ZTE Weibo 에서 '나의 첫 5G 휴대폰'이라는 테마가 실린 휴대폰 5G 선봉체험관 계획 기간 동안 금세 수천만 명의 팬이 적극적으로 참여하였고, 이를 통해 소비자의 5G 휴대폰에 대한 기대를 충분히 짐작할 수 있었다. 이 팝업 스토어는 '당신의 최초의 5G 휴대폰'을 테마로 한 '5G 선봉체험관 계획'의 연속이었으며, 더 많은 사람들이 5G 시대의 빠른 인터넷안에서의 무한한 가능성을 첫번째로 체험하도록 하였다.



사진 2) 출처: IT之家

이 '5G 트렌드 현장'팝업 스토어는 2 일 동안 열렸으며 (8 월 31 일부터 9 월 1 일까지) 현장에는 5G 트렌드 구역, 5G 트렌드 상품구역, 5G 트렌드 게임구역, 5G포지션 구역, 5G 카드구역 등 5대 체험구역으로 꾸며 중국 최초로 5G 휴대폰을 공개 판매했다. ZTE 천기 Axon 10 Pro 5G 버전이 현장의 절대 주인공이었다.



사진 3) 출처: IT之家

6.47 인치 곡면 스크린, 초슬림 테두리 디자인, 92%가 더 커진 스크린 비율, 양면 사변으로 깊이 구부러진 3D 유리는 휴대폰 기기가 손에 딱 맞게 만들어 주고 손에 쥐는 감각을 좋게 해준다. 7.9mm의 본체 두께와 175g의 초박경량은 '지극히 가볍고, 얇고 아름다운 5G 휴대폰'이라는 영예를 안겨주었다.

ZTE 천기 Axon 10 Pro 5G 버전은 뛰어난 외관 외에 성능과 구성도 매우 탁월하다. 세계 최초의 스냅드래곤 855 + F2FS 파일 시스템, 스마트 파편방지 메커니즘과 차세대 AI 전장면 기능 최적화 기술을 탑재하여 순조롭고 원활한 체험을 제공한다. 7 월 루대사(鲁大师 Master Lu)의 최신 휴대폰 기능 랭킹에서 ZTE 천기 Axon 10 Pro 5G 버전은 높은 점수로 선두를 차지했다.

5G는 도대체 얼마나 빠른가? 여러 상황에서의 테스트 결과는 진상을 알려준다

팝업 스토어 현장에서 ZTE와 China Mobile은 매장 내 고속 5G 네트워크를 공동 구축하여 현장 소비자가 5G의 최고 속도를 경험할 수 있도록 했다.

5G 포지션 구역에서 많은 사용자가 ZTE Axon 10 Pro 5G 버전에서 앱을 다운로드하여 설치했으며 진행률이 깜박이면 다운로드가 완료된 것이다. 5G 트렌드 게임 구역에서는 멀티 라운드 5G 클라우드 게임 레이싱 시합을 통해 참가자와 현장 관중은 5G 네트워크의 화질이 더 선명하고 조작하기에 더욱 원활하며 전 과정에 걸림이 없는 훌륭한 상태라는 것을 보았다.



사진 4) 출처: IT之家

AR은 또한 5G의 장점을 보여줄 수 있는 다매체 응용 프로그램 중 하나이다. ZTE는 중국 유명 AR/MR 설비 개발사 Nreal과 연대하여 '5G 트렌드 현장' 팝업 스토어에서 5G 트렌드 게임 AR 체험구를 개설했으며 ZTE Axon 10 Pro 5G 버전과 연결한 후 Nreal Light MR 안경을 착용하면 바로 게임으로

들어간다. 가상 콘텐츠는 눈앞에 3D 홀로그램 형태로 생생하게 펼쳐지며 몰입형의 새로운 경험으로 체험자들을 만족시켰다.



사진 5) 출처: IT之家

5G 선봉, 끊임없이 빨랐다. ZTE 휴대폰이 중국에서 최초로 5G 팝업 스토어를 열어 소비자에게 새로운 5G 경험을 처음으로 제공한다는 것이 원래 의도이다. 중국에서 5G 버전 휴대폰이 정식 판매되고 3대 운영사의 5G 상용 기지 건설이 추진됨에 따라 5G의 다채로운 응용장면이 더 발굴될 것이고 점점 더 많은 사람들이 5G가 가져오는 빠른 속도와 경험을 경험하게 될 것이다.

2. 베이징과학카니발 개막, '지구'앞의 장관 목도 (북경일보, 2019.9.14)

손수 목질로 된 전자 그림을 만들고 상아 선녀가 달에 오르는 환상 같은 매력을 느낀다. 실제 같은 CESSNA 비행기 조종석에 앉아 하늘을 비상하며 기후변화가 가져온 자연의 신기한 광경, 지구 앞에 펼쳐진 장관을 바라본다. 오늘 오전 제 9 회 베이징 과학 카니발이 베이징 과학 센터에서 개막했다. 'Enjoying Science' 주제로 과학 체험, 학술전시, 테마 실험실 등 372 개의 과학 체험 행사가 배치되어 관객들로 하여금 과학의 세계에 중독되게 하였다.



사진 1) 출처: 북경일보

올해 베이징 과학 카니발은 베이징에서 개최되는 '2019 전국 과학 보급의 날'의 중요한 부분이다. 이 중 베이징 과학 센터의 인기있는 과학 시리즈는 오늘부터 9 월 20 일까지 일반 관중에게 공개된다. 오전 10 시에 기자는 베이징 과학 센터에 와서, 'Enjoying Science' 과학체험존, 베이징-톈진-허베이 과학 기술 자원 전시존, 과학 쇼 구역 등의 이벤트구역이 꾸며져 있고 많은 방문객들이 왔다. 관람객 이야사는 농업 과학 기술 게임을 흥미롭게 체험했으며, 손잡이를 움직이며 큰 스크린 앞에서 채소 모종을 가꾸고 비료를 주고, 관개하며 빠르게 성장시킨다. "현실과 아주 똑같아요. 정말 재미있어요."라며 이야사가 웃었다.

테마관 지하 1 층의 '작은 지구 대세계' 특색 전시구역에는 미국 국가대기해양관리국에서 첨단 구면의 과학전시시스템을 들여와 컴퓨터와 비디오 프로젝터를 사용하여 행성 데이터, 대기 폭풍, 기후 변화, 해수 온도 등의 애니메이션 이미지를 통해 직관적이고 인기있는 방식으로 거대한 애니메이션이 지구 구형체 위에 펼쳐졌다. 아이들은 '지구' 앞에 서서 일찍이 본 적이 없는 지구의 장엄한 광경을 보았다.

베이징 과학 센터는 베이징 과학 센터의 창업실험실, 로봇 실험실, 논리와 지능 정보 기술 실험실을 1 년간 정성껏 준비하여 오늘 정식 공개했다. 창업실험실에서 기자는 관람자들이 목질로 된 '상아가 달로 가는' 전자그림을 직접 제작해보는 것을 보았다. 이 3 개의 실험실은 오랫동안 대중에게 과학적 체험 활동을 제공할 것이다.

베이징 과학 협회의 소개에 따르면, 제 9 회 베이징 과학 카니발은 베이징 과학 센터의 과학 보급계열활동, '수도 과학 보급'연합 캠페인, 베이징 국제 과학 커뮤니케이션 주간의 세 부분으로 구성되어 있다. 9 월 14 일부터 20 일까지의 전국 과학 보급 기간, 중국과학기술관, 중국농업박물관, 베이징천문관, 베이징동물원, 베이징식물원 등 40 개에 가까운 전문관과 과학연구소, 고등학교, 고급과학기술기업관, 16 개 구역 과학협회와 지역관리소가 연합으로 200 개에 가까운 과학 보급 시리즈 행사를 진행하며 대중에게 풍부한 과학 체험을 제공할 것이다.

또한 베이징 국제 과학 커뮤니케이션 주간은 11 월 2 일부터 10 일까지 베이징 과학 센터에서 개최되며, 주로 베이징 중외 과학 기술관장 회담, 베이징 도시 과학 페스티벌 연명 연례 회의, 제 7 회 베이징 국제 과학 기술 영화 전시회 및 제 9 회 북경 과학 카니발 세계 과학 보급 교류 활동 등이 포함되어 있다.

3. 인조고기 광풍, 월병 3 분만에 매진 (봉황과기, 2019.9.13)

2019 년 추석때 '인조 고기' 월병이 갑자기 나타났으며 이것이 전통 명절의 평온함을 깨트렸다.



사진 1) 출처: 봉황과기

쌍타식품(双塔食品)는 2019년 9월 4일 저녁 공표하길, 찐로(真肉)북경식품유한공사 (이하 찐로)와 <전략적 협력 계약>을 체결하고 완두콩 단백질 요소의 고기 월병과 고기 속재료 상품을 연구 개발했다며 중국내에서 인조 고기가 실현되었음을 발표했다. 9월 5일, 쌍타식품이 출시한 프랑스식 고기 월병이 전자 상거래 채널에서 공식 판매되었으며, 권장 소매가는 한 세트에 168 위안이었다.

현재 쌍타식품 플래그십 스토어에는 '관련 제품 없음'이 표시된다. 고객 서비스 직원은 '당일 올라온 1000 세트가 3 분만에 매진됐다'고 말했다.

식품연구 개발 종사자인 우팡(吴芳)은 이것은 새로운 사업이 아니며 '월병'이라는 개념으로 포장한 것뿐이라고 말했다.

그러나 최초의 인조 고기인 비욘드 미트 (Beyond Meat)는 2019년 5월 나스닥에 상장했고 '인조 고기'의 인기는 전 세계에서 높았으며 빌 게이츠 (Bill Gates)와 리자청 등 카싱 (Li Ka-shing)과 같은 비즈니스 거인이 진입했다. 중국에는 1,700 개 이상의 스타트업 회사가 '불을 타고 등장'하고 있다. 열기가 갑자기 떨어지면 얼마나 많은 투자자가 이것을 사려 할까?

중국에서는 A 주식의 '인조 고기'라는 개념이 2019년 6월에 탄생했다.

2019년 5월 3일, 인조 육류의 첫 번째 주식인 Beyond Meat 가 나스닥에 상장되었고, 당일 주가는 163% 상승하여 2000년 이후 첫날 상승폭이 가장 높은 IPO 기록을 세웠다.

안내서에 따르면 Beyond Meat 는 세계에서 11 개의 인조 육류 스타트업 회사 중 상장된 최초의 회사이다. 회사의 주 영업항목은 식물성 단백질을 이용하여 '인조 고기'를 합성하는 것이며 주요 판매 대상은 주류소매상, 요식업자이다. 2016-2018년 회사의 영업 이익은 0.16억 달러에서 0.88억 달러로 증가했으며, 2019년 1분기에는 0.4억 달러로 전년 대비 215% 증가했다.

2019년 6월 10일 쌍타식품은 투자자 상호 작용 플랫폼에서 쌍타식품의 단백질 원료가 경소상을 Beyond Meat 에 공급되었으며 현재 간접 공급사에 속한다며 회사가 생산하는 완두콩 단백질 상품은 '인조 고기'를 생산하기 위한 원료로 사용된다고 명확하게 말했다.

2019년 6월 27일, 회사는 인터랙티브 플랫폼에서 '인조 고기'를 개발하기 시작했으며 앞으로 '인조 고기'의 개발, 생산 및 판매가 중점 업무 중 하나가 될 것이라 공표했다.

'인조 고기 월병'을 생산한 쌍타식품은 '인조 고기'제품을 생산하는 현재까지 중국의 유일한 A- 주식 회사라는 점은 주목할 가치가 있다. 핑르종예(丰乐种业), 웨이웨이주식(维维股份), 하이씬식품(海欣食品), 자오파양리(交大昂立)를 포함한 기업은 '인조 고기'의 연구 및 개발에 대해 공개적으로 이야기하지 않았으며 '인조 고기'의 개념을 열풍으로 하려 시도하지 않았다.

2019년 9월 10일 현재 쌍타식품의 PE 는 97.6 배에 도달했다.

1970년대 초, 세계적으로 유명한 시리얼 아침 식사와 스낵 제조업체인 켈로그(Kellogg's 家乐氏)는 육류 대체품을 판매하기 시작했으며 1990년대에 채식 버거가 등장했다.

‘당시에는 생산 공정이 기술에 의해 제한을 받았기 때문에 Beyond Meat 를 위조하는 것은 불가능했다.’라고 말했다.

안내서에 따르면 Beyond Meat 의 혁신은 식물 고기의 맛과 냄새를 ‘고기’에 더 가깝게 맞춘 것이다.

중국에서 ‘인조 고기’라는 개념이 새로운 것은 아니다.

공개 자료에 따르면, 최초로 식물 육류 생산에 종사한 선전치산식품(深圳齐善食品)는 1993년에 설립되었다. 치산식품의 제품 라인에는 냉동 육류의 채소 냉동 고기, 채소 닭고기, 채소 생선, 채소 새우, 상온류의 채소 소시지, 채소 미트볼, 채소 미트 소스, 채소 햄버거 및 스낵 식품이 포함되었고 간식류로 채소 고기 스낵, 채소 양꼬치 등도 있었다.



사진 2) 출처: 남경재경 蓝鲸财经

그러나 2019년에 ‘인조 고기’가 다시 나타났으며 시장 경쟁은 점점 치열해졌다.

전 세계적으로 인조 육류 생산 회사뿐만 아니라 전통적인 육류 회사도 자지(嘉吉), 허메이 식품(荷美食品), JBS 및 타이슨 식품(泰森食品)을 포함한 거대 기업들이 이 업계에 진출했다. 현재 이 분야는 Tyson Foods 및 General Mills와 같은 식품 산업 체인 회사를 유지했다.

Nestlé는 2018년 6월에 식물성 식품 분야에서 Garden Gourmet 브랜드를 설립했으며 2019년 4월 McDonald's와 협력하여 독일에서 식물성 고기 버거를 판매했다.

이와 관련하여 맥도날드 중국의 관계자들에게 '시장은 장기적으로 변화 할 것이며 중국에서 인조 고기 버거를 판매 할 가능성은 배제되지 않을 것'임을 증명해달라고 요청했다.

'고기'처럼 되기는 얼마나 힘든가?

중국에서는 2019 년에 '식물 식품의 원년'이라고 불리며 '인조 고기'트렌드가 일어났다. 중국내 인조 육류 회사의 수는 1,700 개 사를 초과했다.

시장 조사 기관인 Markets and Markets 에 따르면, 중국의 육류 시장은 성장할 공간이 크다. 이 데이터에 따르면 2019 년 전 세계 식물 인조 육류 시장 규모는 약 121 억 달러이며 연평균 성장률은 15.0 %로 예상된다. 현재 아시아 태평양 지역의 육류 대체품 시장은 가장 빠른 성장률을 보이고 있으며 CAGR 는 8 % 이상에 도달할 것으로 예상되는 반면 아시아 태평양 지역 육류 시장은 중국이 주도할 것이다.

그러나 현재 '많은 회사는 '인조 육류'를 생산할 능력을 갖추지 않았다고 '인조 육류 식품 산업 분석가 주단평(朱丹蓬)이 말했다. 중국 식품 회사는 이 영역에서 채식이 비교적 많다. 예를 들어 샹타식품이 미국과 캐나다로 수출한 완두콩 단백질도 반제품이다.

전문적으로 식물 고기 시장 투자에 중점을 둔 다오푸즈식품국제회사(道夫子食品国际公司)의 공동 창립자인 장타오(张涛)는 말하길 '인조 고기'는 언론과 투자계의 화법이다. 실질적으로는 '식물 고기'라고 부르는 것이 더 적절하다.

현재 '식물 고기' 사업에서 중국의 3 대 기업에는 선전치산식품(深圳齐善食品), 장수홍창식품(江苏鸿昶食品), 닝보쑤렌 식품(宁波素莲食品)이 있다.

그러나 국내 인조 육류 시장은 규모가 작으며 아직 '인조 육류'의 거대 시장이 없다.

2018 년에 3 개 회사의 매출은 각각 3 억 위안, 6 천만 위안, 3 천만 위안이며, 같은 기간 동안 Beyond Meat 의 매출은 8790 만 달러, 약 인민폐 6 억 위안으로 3 개 회사의 합보다 많았다.

우평은 '인조 고기가 중국인의 식습관을 충족시키지 못한다'고 말했다.

씽예캐피탈(兴业证券) 데이터에 따르면, 중국 육류 소비 시장의 70 %는 신선고기와 냉동육이며, 이중 발톱, 갈비뼈, 머리, 피부, 힘줄 및 내장 기관과 같은 다양한 복합 육류를 포함한 다. 인조 고기는 주로 고기 스테이크, 소시지 및 미트볼과 같은 냉동 고기에 포함되며 중국 소비자의 수용 정도는 비교적 낮다.

'외관에서 이 식물 인조 고기 월병은 고기에 대한 높은 수준의 모방을 가지고 있으며, 압출은 탄성이 있고, 지방과 유사한 것이 넘칠 것이다. 그러나 실제 고기에 비해 고기 맛은 비교적 단조롭고 섬유질이다. 느낌은 강화될 필요가 있고 가장 중요한 것은 고기 향이다.' 첫번째 인조 고기 월병에 관한 내부 테스터의 평가이다.

동시에, 중국 채식은 널리 성행하지 않다. 유럽과 미국과 같은 국가들은 최근 인도주의와 환경주의의 확산으로 인해 채식의 확대를 가속화했고 '인조 육류'의 소비를 절정에 이르게 했다. 그러나 중국에서는 '채식'에 대한 인식이 유럽과 미국에 대한 인식보다 훨씬 적으며 '인조 고기'의 소비 습관을 양성해야 한다.

그러나 외국의 성공적인 경험과 큰 시장 잠재력은 여전히 관련 항목에 대한 투자자의 열정을 불러 일으킨다.

산업 체인에 대한 투자 기회가 등장했다.

현재 '인조 육류' 프로젝트와 밀접하게 접촉하고 있는 투자계 인사가 말하길 일주일에 12 개 이상의 BP 를 보았으며, '인조 고기' 산업 체인은 콩 제품과 유사하다. 나는 '인조 고기'를 포함하는 식물성 단백질 생산기업과 식품 가공 기업에 중점을 둘 것이다.'

그러나 '히트 가능성은 지금 말하기가 쉽지 않다. 시장에 있는 대부분의 기관은 관망할 수 있는 단계에 있다. 결국 중국인이 진정으로 '고기'처럼 느끼게 하는 제품을 만드는 것은 훨씬 더 어렵다'

4. GREE 신에너지사업에 재도전, 동밍주의 자동차 제조에 대한 꺼지지 않은 야심 (이오왕 亿欧网, 2019.9.10)

'당신이 산 꼭대기에 서 있을 때, 그 위에는 또 별이 빛나는 하늘이 있다' Gree Electric 이사장 동밍주(董明珠)는 일찍이 이와 같이 말한 바 있다. 가전사업으로부터 출발하여 정상에 오른 그녀에게 마음 속의 별이 빛나는 하늘은 '자동차 제조'이다.

최근 Gree Electric 은 여러 회사와 협력하여 국창능원 인터넷혁신 (광둥)유한공사(国创能源互联网创新(广东)有限公司)를 공동 투자 설립했다. 회사 등록 시간은 8 월 20 일이며, 등록 자본은 1 억 위안, 주식의 75 %가 Gree Electric 에 속하며 동밍주는 새로운 회사의 법정 대표이자 동사장이다. 이 회사의 사업 범위에는 태양광발전 직류화 설비와 신에너지설비 등 전기 자동차 영역과 관련이 있는 것들이다.



사진 1) 출처: 경제관찰보(经济观察报)

동명주와 Gree 가 자동차 제조와 관계를 맺은 것은 이번이 처음이 아니며, 국경을 넘나드는 경영도 이번이 최초가 아니다.

2015 년에 Gree 는 휴대폰 산업에 진출했다. 비록 Gree 의 휴대 전화 판매는 참담하고 조롱을 받았지만 동명주는 사물 인터넷과 스마트 가전 제품의 전망을 중시하여 휴대폰이 IoT 의 좋은 입구라고 여겨 Gree 휴대폰을 강력하게 지속하고 있다.

2016 년 8 월 주주 총회에서 '주하이인룽신에너지(珠海银隆新能源)' 인수가 부결된 후, 동명주는 10 억 위안을 개인적으로 직접 투자하고 왕지엔린과 류창동 등에게서 30 억 위안을 끌어들이 인룽 지분의 22.39 %를 가지고 자동차 제조 영역에 들어섰다. 그러나 주하이인룽은 연속하여 대출을 상환하지 못해 산업원 큰 면적이 생산정지가 되어 동명주와 인룽 창업자 웨이인창(魏银仓)은 결국 철저히 반목하게 되며 법정에 서고, 자동차 제조는 아무 결과 없이 파리만 날리게 되었다.

인룽에 이어, 8 월 23 일 Gree Electric 과 웨이마차는 전략적 합작을 체결하여 양방은 앞으로 지능제조, 가전제품 스마트 연결, 자동차 제조와 고급 설비 수출 등의 심도깊은 합작을 포함하여 스마트분야에서 협력하며 채널 합작 가능성을 공동으로 탐색한다. 관련 인사는 Gree 는 FAW-Volkswagen(一汽大众) 및 BUICK(上汽通用)과 같은 많은 자동차 회사와도 합작하고 있으며, 이 합작 모델은 웨이마(威马 WM Motor)와 유사하다.

오늘 거리창지엔귀창공사(格力创建国创公司) 는 동명주의 자동차에 대한 야심이 죽지 않았음을 보여준다.

동명주와 Gree 는 이렇게 자동차 제작에 집착하고 있으며 번덕스럽지는 않지만 사고가 나는 원인이 된다.

영업 수익은 주로 Gree 의 에어컨 사업에 기인한 것으로 최근 몇 년간 에어컨 사업이 호조를 보이지 않고 경쟁상대의 시장 점유에 직면해 어려움을 겪고 있다.

오웨이윈왕(奥维云网)의 데이터에 따르면 2019 년 1 분기 오크스(奥克斯) 에어컨의 온라인 판매에서 1 위로 점유율 12.8 %를 차지했으며, Gree 는 3 위로 16.3 %를 점유하여, 6.5 % 포인트 뒤처졌다. 온라인상의 판매 저조는 에어컨 업계에서 Gree 의 선도적 위치를 흔들기에 충분하지 않지만 새로운 성장 동력이 없다면 낙후는 시간 문제일뿐이다.

따라서, 일찍이 2016 년 7 월, 동명주는 Gree 가 다각화 시대에 진입했으며 향후 5 년이 스마트화의 황금기가 될 것이라고 여겼다. 그것이 휴대폰 산업에 진입하는 것이든 새로운 에너지 자동차 산업에 투자하는 것이든, 동명주는 Gree 다원화에 필요한 수단을 균등하게 시도했다. 따라서 Gree 휴대폰이 논쟁에 휩쓸리거나 인롱 투자가 닭도 잃고 달걀도 잃은 격이 되어도 다원화라는 이 도박 테이블에서 이미 대량의 패를 걸어두었으며 포기할 수 없는 동명주는 계속할 수밖에 없다.

지난 5 년 동안 최소 300 개의 회사가 자동차 제조산업에 진출했으며 이때 세계 자동차 시장은 냉혹한 테스트를 받고 있었다. 2019 년 전체 전기 자동차의 예측 판매량은 올해 초 160 만대에서 현재 150 만대로 하락했다. 일부 자동차 기업의 전기 자동차의 판매량은 연초에 설정된 급진적인 목표와는 거리가 멀다. 예를 들어 웨이라이(蔚来), 샤오펑(小鹏), 웨이마(威马) 등의 목표 완성률은 30 %를 넘지 못하고 있다. 명백히 산에 호랑이가 있다는 것을 아는데 오히려 호랑이를 향해 산으로 가는 동명주와 Gree 는 이 역행하는 도박에서 이길 수 있을까?

논쟁을 실컷 겪고 있는 Gree 휴대폰 판매는 참담했고, 인롱과의 유쾌하지 못한 경험은 아직도 선연하며 성공의 경험이 없다. 자동차 산업은 공업 집중적인 산업으로 에어컨보다 훨씬 더 복잡하다. 다른 차량 제조업체의 새로운 세력과 비교할 때 동명주 손아래 가장 뛰어난 패는 인롱의 티탄산염 리튬전지 기술이다. 또한 신에너지의 깊이는 여전히 정부의 보조금에 의존하고 있으며, 티탄산염 리튬전지 자체에는 고유의 단점이 있는데 에너지량 밀도가 낮고 재료비용이 높다.....계속하여 시도하고 만약 승리하지 않는다면 동명주와 Gree 는 자동차 제조에 올인할 수 있을까?

자동차 제조에 대한 Gree 의 도전이 막 시작되었다.

ISSUE 및 시장동향

1. 신경제 이슈보고 2) 유니콘의 가치 거품은 얼마나 큰 것이었나 - 36kr 제공

금융 위기의 오랜 회복 기간 동안, 유니콘 물결은 세계를 휩쓸었고, 초기 발육이 완성된 후에, 이들 기업은 결국 성숙한 상장 시장을 향해 나아갈 것이다. 2019 년 상반기에 미국 주식에 상장된 유니콘이건, 하반기에 상장 대기 명단에 있는 것이건 관계없이, 우리는 유니콘들의 어두운 전투가 조용히 진행되고 있음을 알 수 있다. 한편으로 일급 자본 시장은 절박하게 다음 세대의 글로벌 거두를 찾고자 하고, 다른 한편으로 2 급 시장은 현재 유니콘에 대한 열의가 사라지고 있다.

이러한 큰 환경속에서 중국 유니콘 회사는 자본 시장을 개편하고 있다. 2019 년 상반기에 IPO 는 냉각했고, 모아진 자본 금액은 작년 같은 기간에 비해 63 % 하락했고, 개별 주식의 평균 용자액은 58 % 감소했으며, 새로운 주식의 주가 하락율은 여전히 높은 수치에서 내려가지 않았다.

상승 및 하강 관점에서 8 월 14 일까지 중국 유니콘 기업이 대형주가 된 적은 손꼽을 정도로 아주 적다. 중국뿐만 아니라 전 세계 유니콘도 좋지 않은 나날을 보내고 있다. 유니콘 열풍이 퇴조했고 수익성이 좋지 않아 회사의 주식이 크게 떨어진 회사가 적지 않다. 예를 들어 모두들 알고 있는 UBER (NYSE: UBER)는 상장 첫날 바로 주가가 떨어져 하락폭이 7.6%나 되었다.

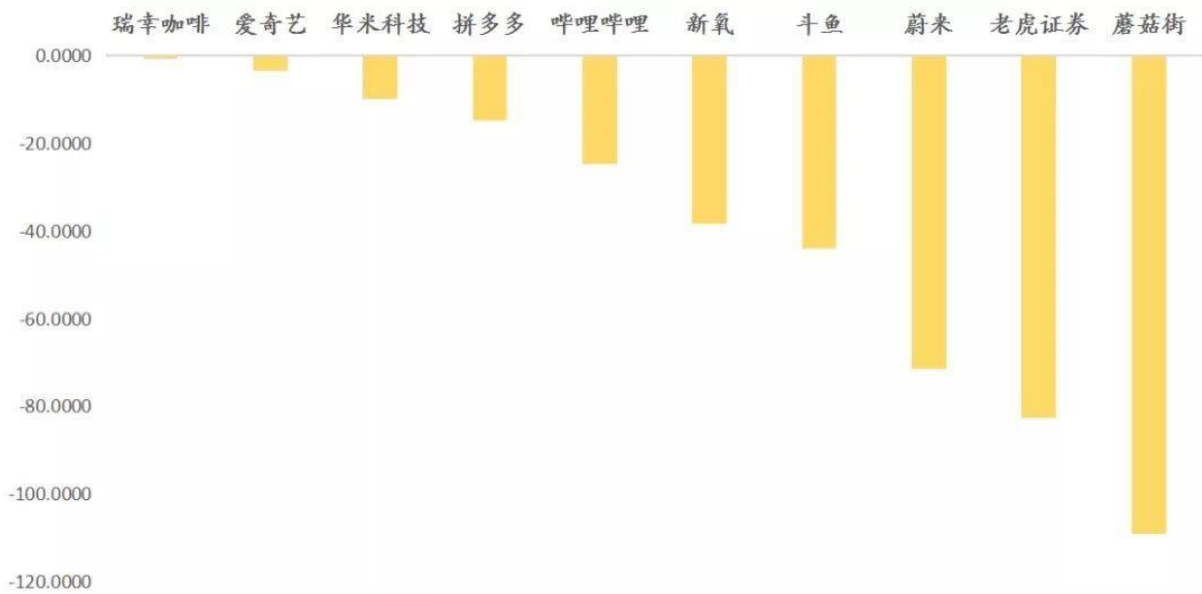


표 1) 출처: Choice 데이터. 2019/8/14 까지 기준으로 중국주식 IPO 2019 년초 나스닥과 비교한 하락폭

1. 누가 유니콘 IPO 풍조를 돕고 있는가?

세차게 용솟음치며 오는 유니콘의 IPO 물결 배후에는 종종 기업이 유동성을 획득해 트랙을 점유하기 위해 어쩔 수 없이 하는 행동이 있다. 본토 A 주 시장에 상장된 상한선과 비교할 때 해외 시장은 이러한 '새끼 새가 먹이를 기다리는 듯한' 신생아 유니콘에게는 거대한 금고다.

사업 운영에 필요한 대량의 유동 현금과 초기 VC 투자자들이 자본 실현을 요구하는 압력으로 인해 이 기업들은 가능한 빨리 IPO 를 하여 자금 채널을 확장해 업계에서 자신의 위치를 안정화시키려 한다.

그러나 실제로 돈이 부족한 많은 유니콘들이 IPO 를 할 만한 저력이 없지만 최소한 IPO 할당량 선점에 앞장서 후기 용자 작업으로 다원화된 옵션을 제공할 수 있다. 웨이라이(蔚来 NYSE: NIO)는 상장 후 4 개월 만에 6.5 억 달러의 전환 사채 용자를 조달했다. 자금 곤경하에 유니콘 상장은 끊임없이 자신을 위해 '수혈'하는 방법이다.

동시에, 미친 벤처 캐피탈 기관과 거래소도 현재 줄줄이 유니콘 전쟁에 들어서고 있다. 중국은 현재 유니콘 기업에 대한 개념 경계는 여전히 모호하며, 어떤 중국 기관에서 발표한 중국 유니콘 기업의 수는 다른 기관에서 발행한 글로벌 유니콘 기업의 수를 초과한다.

어째서? 왜냐하면 자본 시장이 너무 '배고프고 갈증나 있기' 때문이다. 바이두 텐센트 (Baidu Tencent)와 같은 A 주에 상장한 거물을 잃는 것을 아쉬워하는 벤처 캐피탈들은 미래의 거인을 조준하고 싶어한다. 그들의 눈에 벤처 캐피탈이든 Pre-IPO 단계이든, 타겟이 충분히 우수하다면 만배의 이익이 될 수 있다고 여긴다. 그래서 거대 망을 던지는 식의 투자 모델도 등장했고 유니콘의 빠른 상장은 자본의 배팅 대상이 되기 위해서이다.

이외에도 벤처 캐피탈 기관은 유니콘을 강탈하고 있을 뿐 아니라 전 세계 거래소도 상장에 녹색 불이 켜졌다. 커칭반부터 홍콩 증권 거래소에 이르기까지 뉴욕 증권 거래소의 정책 변동은 유니콘 기업이 상장하는데 엑셀레이터를 제공했고 중국의 혁신적인 유니콘 기업들이 암암리에 전투를 벌이는 것이 거세지게 했다.

뉴욕 증권 거래소와 나스닥의 고관과 중국 혁신 기업 간의 상호 작용은 미증유로 빈번하고, 홍콩거래소는 알리바바의 두 번째 상장을 준비하고 있다. 자본 시장은 모두 하나의 거대 IPO 가 출현하여 전체 IPO 시장의 활약도를 끌어올려 발전시킬 것을 기대하고 있다. 또한 미래의 슈퍼 유니콘의 상장은 필히 주요 거래소와 벤처 캐피탈 기관의 '우승을 다투는' 전장이 될 것이다.

자본 시장에서 우수한 자는 승리하고 열세한 자는 도태되는 정글의 법칙이 잔혹하고, 너무 많은 유니콘이 상장 후 '말라버렸다'. 가장 근본적인 원인은 평가 방식의 폐단에 있다. 허구의 높은 평가는 천둥소리만 요란하지 비는 적게 내린다. 유니콘 평가에는 더 많은 이성이 필요하다.

2. 유니콘 회사의 평가 거품

2.1 전통적인 평가 모델이 지나치게 이상적임

전통적인 유니콘 평가 모델의 기본 논리는 투자 후 가치 (PMV)가 공정 가치 (FV)와 같고 유니콘 기업 가치는 최신 용자 후 매 주식 가격 × 총 주식 수와 같다고 가정하는 것이다. 예를 들어, 미국의 유명한 모바일 결제 회사 Square 는 E 파이낸싱 후 기업 가치가 60 억 달러에 이르렀으며, 이 수치는 주당 15.46

달러의 가격에 발행된 3.88 억개 총 주식 수를 곱한 값이다. 이 단순하고 조잡한 방식은 허구의 높은 가치를 지닌 유니콘 기업들이 대량으로 의기양양하게 '수혈'하며 상장하는 현상을 만들었다.

이러한 계산법의 가장 큰 문제는 너무 이상적이며 투자자가 계속 진입하는 장벽 효과를 무시하고 매 라운드 용자의 특수한 보호 조약을 무시한다는 것이다.

무슨 의미인가? 나중에 진입한 투자자일수록 회사에 대해 더 엄격한 보호 조약을 요구한다. 따라서 매 라운드 투자자가 획득한 주식 권리는 다르다. 그렇다면 이러한 주식 총 수는 세분화해야지 간단한 합계로 혼합하면 문제가 있다.

동시에 매 주식 가격은 변동이 있으며 이번 용자에서 투자자에게 어떤 권익을 주었는지에 따라 달라진다. 투자자에 대한 보호가 좋을 수록 투자자가 더 많은 투자를 하고 싶어하고 매 주식 가격이 높아진다. 그러나 이러한 가격은 이전 라운드 투자자들이 획득한 권리와 일치하지 않는다. 따라서 수익능력과 기본적 사항을 던져 버리고 전통 평가 모델로 계산된 유니콘 가치는 그리 참고할 가치가 없다.

Strubulaev 와 Gornall 이 발표한 논문 Squaring Venture Capital Valuations with Reality 의 측정 방식에 따르면, 이 평가 방법을 사용하여 계산한 Square 회사의 평가는 실제 공정 가치보다 171 억 달러 높게 평가했다. 왜냐하면 E 라운드 용자에서 투자자에게 이전 모든 주주의 우대 조건보다 우선하는 것을 내세웠기 때문이다.

두 교수는 미정 권익의 기간 권한 가격 책정 모델을 설정했다. 이 논리는 매 용자 라운드를 분리하고 실제 공정 가치로 최종 실제 가치를 측정하는 것이다.

이 새로운 평가 모델에서는 135 개의 유니콘 샘플이 평균 투자 후 가치가 48 % 과대 평가되었으며, 이 결과 유니콘의 절반은 진정한 유니콘이 아닌 것으로 가치 평가가 10 억 달러보다 낮아졌다. 이 또한 이전에 제기한 문제에 대한 좋은 대답을 제공한다. 유니콘의 개념은 범주가 불명확하여 가장 근본적인 이유는 역시 통용되는 보편적 유니콘 평가 모델이 없기 때문이다.

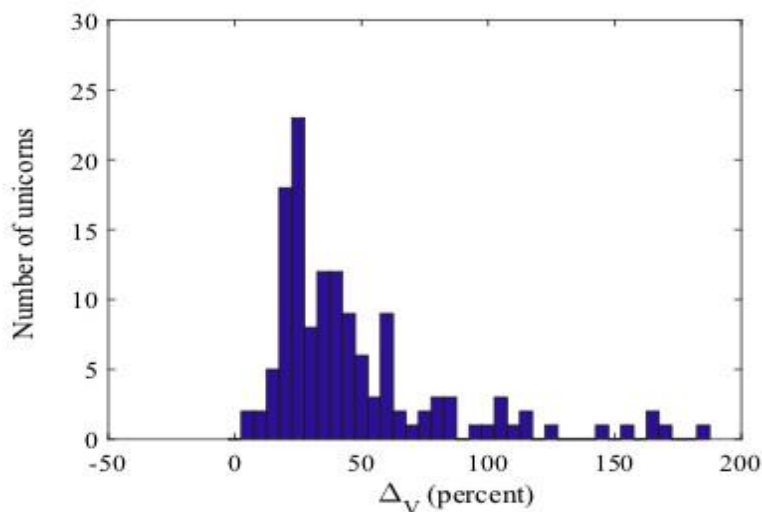


표 2) 출처: Squaring Venture Capital Valuations with Reality , Strubulaev and Gornall 유니콘 과대 평가 그래프. Δ_V = 투자 후 가치 / 공정 가치, 유니콘 평가가 과장된 정도를 나타냄

2.2 특수 보호 조항, 유니콘 평가 거품의 가장 큰 타격 영역

앞에서 언급했듯이 유니콘 기업은 각 용자 라운드에서 투자자를 유치하는 조건이 다르며 투자자와 각기 다른 보호 조약에 서명한다. 자금 조달의 후반 단계, 특히 Pre-IPO 단계의 유니콘들에서 투자자는 1,2 급 시장에서 빠르게 이익을 얻기를 바라므로 상장 후 주식자격이 더 높기를 요구한다.

Square 는 E 파이낸싱 라운드에서 청산 조건으로 주당 15.46 달러보다 낮지 않고, IPO 매 주식 가격은 18.56 달러보다 낮지 않으며, 그렇지 않으면 보상 메커니즘을 획득하는 것을 제시했다. 이는 투자자가 풋 옵션을 획득하고 주가가 하락할 때 손실을 만회하는 것과 같습니다. 마찬가지로 올해 Space X 가 금융 위기에서 자금을 조달하기 어려웠을 때 특별 권리 주식을 발행하여 가치를 36 % 올리는 데 성공했다.

특수 보호 조항의 존재는 실제 가치에 대해 많은 변수를 제공하는 유니콘의 평가에 직접 영향을 미친다. 우리는 어떤 조항이 평가에 영향을 미치는지 판단할 때 유니콘 기업 평가 거품을 확인하고 참고해야 한다.

초기 투자자의 경우 후속 투자자가 더 유리한 가격 보장 조건을 받을 것이라는 것을 확실히 알고 있으므로 그들은 회사에 투자할 때 종종 IPO 래치 조항 (희석 방지 조항)(편집자 주: 역진방지조항, 톱니바퀴의 역진방지장치처럼 통상협상에서는 한번합의한 사항을 뒤로 돌리지 못하게 규정한 내용)을 요구하여 후속 투자자가 진입하여 주주권을 희석하는 것을 낮춘다.

IPO 래치 조항의 촉발 조건은 IPO 주가가 투자자 발행 가격보다 낮으며, 전기 투자자는 기업이 제공한 무료 주식을 획득하여 진입시 상대적으로 높은 주식 비용을 지불하여 입은 과도한 손실로부터 자신을 보호하기 위한 것이다.

자금 조달 후기에 있는 유니콘의 경우, 더 많은 투자자가 지분을 인수하기를 원할 경우 단지 여러 종의 우선 순위 주식을 제공할 수밖에 없다. 이러한 종류 주식의 권리와 가치는 보통 주식보다 훨씬 높기 때문에 특수 전환의 면책 특권을 탄생시킬 것이다.

2.3 유니콘 가치 평가의 함정, 합격 IPO 제한

합격 IPO 제한은 간단히 말해 유니콘이 상장하려 할 때 골치 아픈 수단을 추가해 가장 늦은 상장 시간과 지점을 규정하는 것이다.

이것은 모를 일찍 자라게 하려고 뽑는 것과 같이 역효과를 낸다. 너무 늦거나 너무 이르게 상장하는 것은 모두 건강하고 적격인 IPO 기업에 불리하며 투자자는 효과적으로 분석 토론하여 합리적인 상장 시간을 결정하여 비이성적인 일이 발생하는 것을 피할 수 있다.

동시에 유니콘의 공정 가치에 미치는 영향은 유니콘의 실제 가치와 함께 증가할 것이며, 이러한 슈퍼 유니콘의 경우 합격 IPO 제한은 과대 평가율을 약 50 % 증가시킬 것이다.

Stanford University 는 합격 IPO 제한이 가장 가치 있는 10 대 유니콘 회사에 미치는 영향을 분석 한 결과, 이 조항이 과대 평가 비율을 대폭 상승시키는 것을 분석했다.

Name	PMV	Date	Cash flows described in COI		Assuming restriction on qualified IPOs	
			FV	Δ_V	FV	Δ_V
Uber	68.0	Jun 16	60.6	12%	44.8	52%
Airbnb	31.0	Sep 16	27.0	15%	18.9	64%
Palantir	20.5	Dec 15	17.8	15%	13.0	58%
WeWork	16.9	Oct 16	14.2	19%	10.1	67%
Pinterest	11.4	May 15	9.5	19%	7.0	63%
SpaceX	10.5	Jan 15	6.6	59%	6.3	65%
Dropbox	10.4	Jan 14	8.6	21%	5.7	83%
Theranos	9.1	Feb 14	6.7	36%	3.0	205%
Machine Zone	5.6	Aug 16	4.4	26%	3.5	61%
Lyft	5.5	Dec 15	4.9	11%	4.4	26%
Average				23%		74%

표 3) 출처: Squaring Venture Capital Valuations with Reality , Strebulaev and Gornall. 합격 IPO 제한이 유니콘 과대 평가율에 미치는 영향. 여러 지표는 투자후 가치 평가 (PMV), 공정 가치 (FV), PMV 과장된 FV 백분율 (Δ_V)

가치 평가의 문제는 근본적으로 자본 시장의 비합리성과 모순으로 돌아간다. 이 흐름 속에서 유니콘 기업은 비즈니스 영역을 확장하여 이윤을 조기에 획득해야하며, 다른 한편으로는 자본 시장의 지원을 계속 받아야한다. 이것이 높은 가치를 허구로 지어내는 또 하나의 원동력이다.

일찍이 90 억 달러로 평가되던 혈액 모니터링 회사인 Theranos 는 한때 실리콘 벨리와 세계의 주목을 받았으나 기술과 데이터가 관리감독 기구에 의해 사기로 판명된 후 홀연히 퇴장했고 비즈니스 제국은 순식간에 무너졌다.

미래의 오랜 기간 유니콘 전쟁은 계속될 것이고 점점 더 많은 슈퍼 유니콘이 상장될 것이며, 유니콘 기업은 기술 장벽을 건립하기 위해 지속적으로 핵심 경쟁력을 강화해야하며 투자자는 합리적인 가치 평가하에 이성적으로 투자해야 한다.

2.마윈 은퇴: 알리바바의 향후 20년 전략은 언제 실현될까?

(화하시보华夏时报, 2019.9.14)



사진 1) 출처: 화하시보

9월 10일 스승의 날, 55세의 마윈은 공식적으로 알리바바 동사국 주석 직책에서 사임했고 이 자리는 CEO 장용이 이어받았다.

흥미롭게도 보도에 따르면 마윈은 이번 달에 개근상을 받지 못한다고 한다. 마지막 날 오후 3시 40분에 퇴임하는 것을 고려할 때 마윈은 회사의 출근 관리 규정에 따라 만나절 동안 결근이 되어 한 달 동안 개근상에서 제외된다.

1년 전 마윈이 고별을 발표했을 때, 세간의 주목을 끌었다. 이는 마윈이 지인을 이끌고 알리바바를 항저우 호반화원의 작은 아파트에서 창립하여 지난 20년간 450억 달러 이상의 시장 가치를 가진 기술 대기업으로 성장시켰기 때문만이 아니라, 중국의 인터넷 경제가 급속히 발전한 지난 20년 동안 수립한 강호의 지위에서 비롯된 것이었다.

마윈은 당일 저녁 알리바바의 지난 20년을 회고할 때, 알리바바가 범한 실수가 다른 어떤 회사보다 적지 않으며 알리바바가 102년간 지속되는 기업이 되며 미래에 직면할 시험이 더욱 많을 것이라고 말했다.

강과 호수를 바꾸다

“오늘 밤 이후, 나는 새로운 삶을 시작할 것입니다.” 마윈은 무대에서 매우 감개무량하여 말했다.

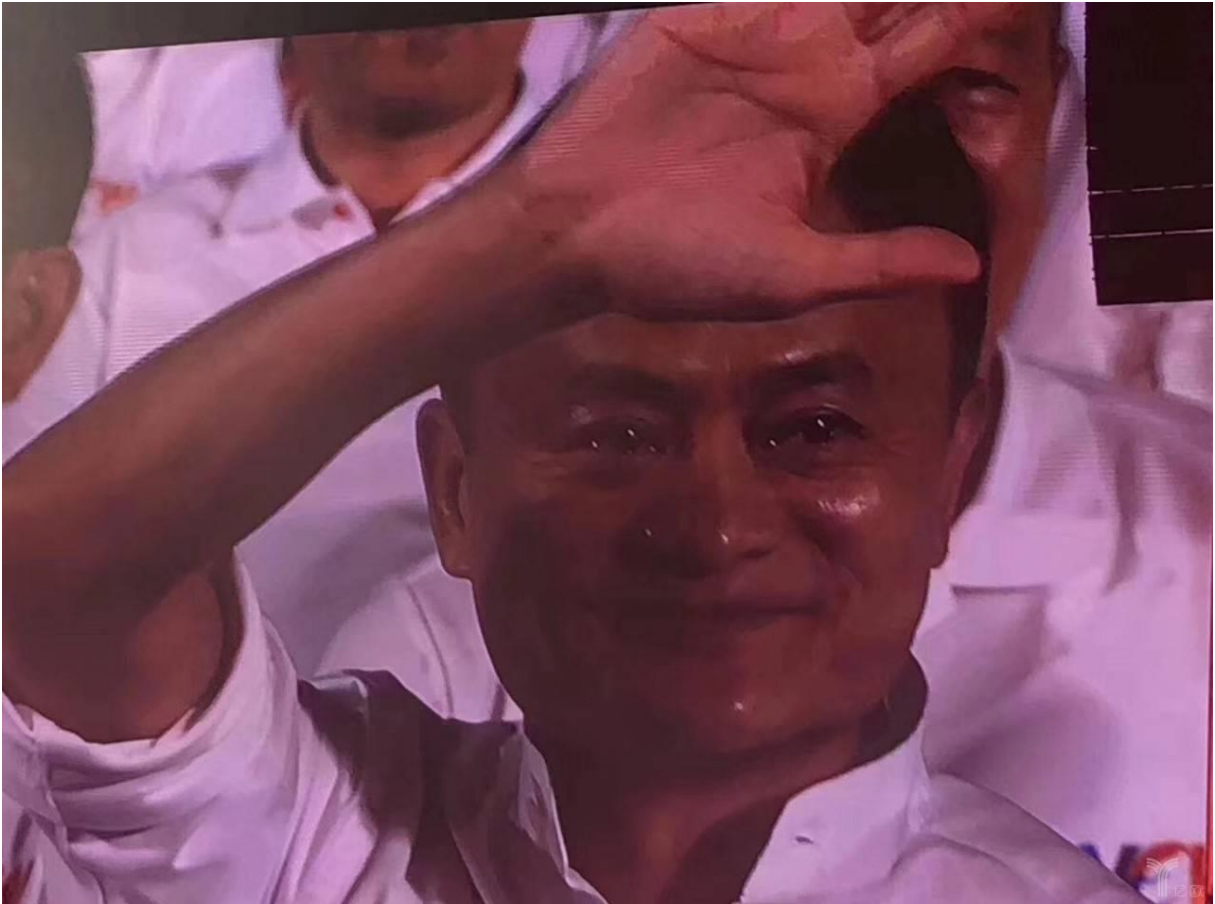


사진 2) 출처: 이오왕

그는 이후 교육, 공익, 환경 보호에 더 많은 시간을 할애할 것이라며 현재 마윈의 웨이보 상의 이름은 일찍이 농촌 교사 대변인의 접두사로 되어 있다. 공개 자료에 나오길 마윈은 2014년 마윈 공익 기금회를 설립했으며 농촌 교육분야에 여러 번 투자했다. Ali의 내부에서 마윈에 대한 호칭도 이미 마선생님으로 바뀌었다.

마윈은 자신의 사임에 대해 동사국 주석 사임은 '인터넷을 다루는 내가 두려울 것이 무엇이겠는가. 스트레스 때문이 아니다'라고 말했다. 그는 연설에서 전 세계 기업의 상속은 기본적으로 차세대 또는 전문 관리자에게 전달되지만 알리가 선택한 것은 새로운 리더 팀을 배양하고 지원하는 세번째 방법으로 문화, 제도, 인재를 통해 회사의 계승을 유지할 것'이라며 오늘은 마윈의 은퇴가 아니라 제도적 계승의 시작'이라고 말했다.

알리바바 관련 담당자는 '화하시보(华夏时报)'기자에게 강조하기를 '마선생님'은 퇴직한 것이 아니라 알리바바 이사회의 이사직을 맡고 있다며 아직 많은 일들이 그를 기다리고 있다고 강조했다.



사진 3) 출처: 시각중국

마윈의 공개 고별 인사는 1 년 동안 '예열'되었다. 2018 년 9 월 10 일, 마윈은 공개 서한으로 1 년 후 더 이상 알리바바 그룹 동사국 주식을 말지 않을 것이며 교육업으로 돌아가기를 희망한다고 발표했다.

그러나 마윈이 알리바바에 관해 손을 놓은 것은 더 이른다. 2013 년 마윈은 Alibaba 의 CEO 직위에서 물러났다. 마윈은 또한 9 월 10 일 저녁 발표에서 10 년 전 10 년 후에 동사장 자리에서 떠나겠다고 제창할 때 동료들은 그가 농담을 하고 있다고 생각했지만 '이 하루를 위해 나는 십년을 준비했다'.

마윈의 퇴임 소식은 미국 증시 개장 전에 발표됐다. '화하시보(华夏时报)'기자의 보도 자료에 따르면, 미국 동부 시간으로 9 월 10 일 알리바바의 주가는 174.38 달러로 1.92 %의 소폭 하락했다.

10 조 목표

마윈의 연설은 이미 알리바바의 미래 방향을 이끌어냈다.

9 월 10 일 저녁 알리바바의 신임 동사국 주식 겸 수석집행관 장용 (张勇)은 선포하기를, 알리바바는 앞으로 세계화, 국내 수요, 빅 데이터 클라우드 컴퓨팅의 3 대 전략을 진일보하여 추진할 것이라고 발표했다. Alibaba 의 새로운 목표는 향후 5 년 동안 전 세계 10 억 명 이상의 소비자에게 서비스를 제공하여 10 조 위안 이상의 소비 규모를 달성하는 것이다.



사진 4) 출처: 시각중국

20 년간의 발전 끝에 마윈과 그가 창립한 Alibaba 는 중국의 인터넷 발전 역사에서 하나의 벤치 마크가 되었으며 많은 창업가들이 추구하는 목표가 되었다. 장용은 '5 년 전 알리바바는 2020 회계 연도에 플랫폼 소비 규모 1 조 달러에 이르는 단기 목표를 설정했다. 이 수치는 더 이상 마음에 들 필요가 없다' 2019 회계 연도에 Tmall과 Taobao 의 총 GMV는 5.7조 인민폐에 도달했고 이는 전년 동기간 대비 19% 증가한 것이다.

지난 20 년 동안 알리바바의 새로운 소매 전장은 온라인에서 오프라인으로 확장되었다. 6 월 30 일 현재 연이어 은태백화점(银泰百货), 산장쇼핑(三江购物) (14.940, 0.18, 1.22 %), 리엔화슈퍼(联华超市) 등 오프라인 소매 채널에 투자한 것 외에도, 6 월 30 일까지 허마씨엔성(盒马鲜生)이 17 개 도시에 150 개의 매장을 오픈했다. 이외에도 인터넷 인구 배당의 이점이 사라짐에 따라 새로운 소매 채널의 침몰도 가속화되고 있다. 장용은 올해 5 월 재무 보고 분석 회의에서 Alibaba 는 3, 4 선 도시와 농촌 지역에 대해 신규 사용자 확보를 위한 대규모 투자를 지속할 것이라고 발표했다.

알리 생태는 20 년간 전자 상거래부터 금융, 물류, 운항, 클라우드 컴퓨팅 등의 많은 영역으로 확장해 왔다. 최신 투자는 올해 9 월에 알리바바가 20 억 달러를 투자하여 왕이 산하 국경을 넘는 전자 상거래 플랫폼 카오라(考拉) 지분을 인수했고 왕이 원음악(网易云音乐)에 7 억 달러를 선도 투자했다.

빅 데이터 클라우드 컴퓨팅의 발전에 따라 산업 인터넷도 인터넷 거인이 목표로 삼는 기회가 되었다. 장용은 9 월 10 일 또한 알리가 알리바바의 상업용 운영 체제 구축을 전면적으로 추진할 것이라며 2036 년까지 전세계 20 억 명의 소비자에게 서비스를 제공하고, 1 억 개의 일자리를 창출하며, 1 천만개의 중소기업이 수익을 내도록 돕는 것이 목표라고 발표했다.

장악력은 여전히

알리의 향후 20 년 방향 전략이 언제 실현될지 여부는 장용이 이끄는 관리팀에게 테스트가 될 것이다.

공개 자료에 따르면 장용은 2007 년 Ali에 입사하여 Taobao의 CFO를 담당했다. 현재 전자 상거래 연례 프로모션이 된 11 절은 2009 년 장용과 그의 팀에 의해 창립되었다. 실제로 마윈은 2018 년 9 월 동사국 주식에서 물러난다는 공개 서한에서 금일 이후 장용과의 전면적으로 협력해 조직 전환을 준비할 것이라고 밝혔다.

그러나 알리의 창립자이자 알리바바 000001 호 직원으로서 알리바바에 대한 마윈의 통제는 바뀌지 않는다.

올해 6 월 알리바바가 공표한 재무보고에서 2019 년 6 월 3 일 기준으로 마윈은 6.2 % 지분을 가진 알리바바의 3 위 주주이며 제 1 의 자연인 주주이다. 현재 알리바바의 최대 주주는 여전히 소프트뱅크로 25.9 %의 지분을 보유하고 있으며 알리바바 동사국 부주식 차이츄쑤(蔡崇信)은 2.2 %를 보유하고 있으며 회사의 네 번째로 큰 주주이다.

또한 알리바바가 채택한 파트너 제도 또한 알리에 대한 마윈의 통제를 보장한다. 공개 자료에 따르면, 파트너는 동사회 후보의 과반수 (50 % 이상)를 지명할 전문 권한을 가진다. 기자의 이해에 따르면 마윈은 동사국 주식을 떠난 후에도 여전히 Alibaba 의 영구 파트너로 이 것은 60 세의 나이로 은퇴하거나 Alibaba 를 떠날 때 파트너를 철회한다는 요구 사항을 준수하지 않아도 된다.



사진 5) 출처: 이오왕

전자 상거래 연구센터 주임인 차오레이(曹磊)는 기자에게 Ali 내부는 이미 '2 세대', '3 세대' 후계자를 가지고 있으며 Ali 는 비교적 완전한 기업 관리 구조와 운영 메커니즘, 특히 첫 번째로 창설한 'AB 주식', '파트너 제도'를 갖고 있다고 했다. 따라서 마윈이 바로 은퇴하더라도 Ali Group 과 그 '경제 체제' 계열사의 향후 운영에 근본적인 영향을 미치지 않는다고 전했다. 그러나 차오 레이는 또한 마윈이 물러난 후 알리 시스템 전체가 '영적 지도자'와 믿음의 기둥 문제를 극복해야 한다고 판단한다.

3. 중국은 해외 진출시 인플루언서 마케팅을 어떻게 할까: KOC/KOL 마케팅 비교 (이방동리왕亿邦动力网, 2019.9.14)

중국 내 전자 상거래 왕흥과 콘텐츠 마케팅에 성행하는 생태와는 달리 과거의 해외 전자 상거래 마케팅은 특별히 '이성적'이라고 할 수 있다. Facebook, Google 의 유료 프로모션 또는 전자 상거래 플랫폼의 내부 마케팅에 관계없이 국경간 전자 상거래는 모두 판매 전환에 중점을 두었다.

이 모든 것이 브랜드 시대에 와서 바뀌었다. 소비자의 마음과 인식에 브랜드 효과를 내기 위해 판매상은 오피니언 리더와 같은 보다 '감각적인' 마케팅 기법에 주의를 기울여야 한다.

그러나 국경간 전자 상거래 회사는 이러한 새로운 마케팅 모델이 제공하는 기회를 어떻게 포착하는가? KOL 마케팅 회사는 이러한 원리에 정통할 수 있다. SocialV (웨이징커뮤니티 维京社交)는 해외 마케팅 컨설팅과 글로벌 KOL 마케팅 기획과 집행을 통합하는 국경을 넘나드는 문화 커뮤니케이션 회사이다. 이 회사는 2011 년에 설립되어 오피니언리더십 캠프 분야에서 일정한 실적을 축적했다. 다음은 SocialV 의 CEO 린 텡 (林挺)과 나눈 대화이다.

해외 오피니언 리더란?

업계에서는 오피니언 리더를 KOL (KeyOpinion Leader)이라고 언급하지만 린텡은 이를 영향력 행사자인 인플루언서 influencer 로 부르는 경향이 있다. Influencer 이름에서 알 수 있듯이 모종의 그룹에 영향을 주는 사람이다. 국경 간 전자 상거래 및 해외 진출 브랜드 판매상은 이러한 사람의 영향력을 사용하여 더 많은 사용자에게 도달하고 있다.

Lin Ting 의 견해에 따르면, 해외 오피니언 리더와 중국 오피니언 리더 사이에는 약간의 차이가 있다. 중국의 왕흥은 대개 엄청난 양의 팬이 있으며 거의 매일 콘텐츠를 올려야 한다.

통계에 따르면, 중국에서 생방송을 시작한 뷰티 웨이보주인 리자치(李佳琦)의 팬은 320 만 명에 이르렀으며, 왕흥 슈에리(雪梨)의 웨이보 팬 수는 760 만 명을 넘고 왕흥 장따이(张大奕)의 웨이보 팬 수는 1130 만 명에 이른다. 3 대 왕흥의 웨이보 팬 수는 모두 백만 명을 넘는다.

그러나 일부 해외 오피니언 리더들은 수천에서 수만 명의 팬을 보유할 수 있다. 이런 규모의 오피니언 리더는 중국에서 왕흥 측에도 끼지 못한다.

린팅은 해외에서는 한 사람이 자신의 영역에 영향을 미치는 한 오피니언 리더라고 할 수 있다고 지적했다. 이 견해는 국내 KOC (Key Opinion Consumer)와 비슷하다. 그들은 중국의 위챗 그룹에 있는 영향력 있는 사람들과 같다.

‘해외에서는 WeChat 과 같은 유형의 생태계는 없으며 소셜 미디어에서 더 많은 오피니언 리더가 등장한다. 처음에 그들을 팔로우하는 사람들이 친구일 수 있지만 자신의 성격, 공유하는 내용의 특정한 스타일 때문에 점점 더 공명하는 많은 사람들을 끌어들이고 작은 범위 내에서 영향력을 갖게 된다.

물론 해외에 일정한 수의 팬이 있는 오피니언 리더도 있다. 일반적으로 10 만 명급의 팬이 있는 오피니언 리더 중 대부분은 전문가가 아니며 팬 수량이 10 만 명 이상일 경우 전문적인 오피니언 리더이다. 비전문가 오피니언 리더는 일반적으로 마케팅을 주된 사업으로 하지 않으며 자신이 관심있는 것을 공유할 가능성이 높다.

그리고 전문적인 오피니언 리더들은 보통 자신의 팀을 가지고 있다. 예를 들어 Instagram 의 오피니언 리더는 자신의 사진 작가와 메이크업 아티스트를 갖고 있고 YouTube 의 오피니언 리더의 팀은 더욱 전문적으로 YouTube 의 비디오 미디어 형식에는 대본 능력, 촬영 능력과 편집 기능과 같은 더 많은 능력이 필요하다.

따라서 YouTube 의 오피니언 리더의 창조 능력은 Instagram 보다 더 강력하다. 인스타그램은 시각적으로 눈길을 사로잡는 사진이 소셜 커뮤니티의 매체이기 때문에 사진이 아름답고 스타일이 매력적이면 족하다. 그러나 YouTube 는 오히려 비디오에 의존해야 한다.

해외에서는 KOC 가 KOL 보다 인기가 있나?

중국에서 판매상이 수백만 팔로워를 가진 최고 수준의 KOL 지원을 받을 수 있다면 이는 실제 ‘판매’를 의미한다. 해외 전자 상거래 회사가 해외 오피니언 리더 마케팅을 할 때 이러한 빅 왕홍의 지원을 받아야 할까?

과거에 국경 간 전자 상거래 회사가 오피니언 리더 마케팅을 하는 아이디어는 중국 시장과 동일했다. ‘슈퍼 왕홍’의 마케팅 지원을 찾는 것이다. 그러나 실제로 외국 기업의 운영 방식은 상당히 다르다.

린팅은 북미, 유럽, 중동, 동남아시아 및 기타 지역에 있는 많은 현지 MCN 기관을 방문했고 많은 해외 브랜드가 미들 및 롱테일 오피니언 리더 마케팅을 하는 경향이 더 크다고 말했다.

분석하기를 ‘슈퍼 왕홍’ 또는 유명인 (celebrity 연예인, 일부 오피니언 리더)의 팬들의 취미는 매우 분산되어 있으며 이러한 ‘슈퍼 왕홍’은 매우 수직적인 영역에 뿌리를 두고 있지 않다. 이러한 ‘슈퍼 왕홍’은 매우 숙련된 상업적 운영을 가지며 거의 매일 네트워크 망에 ppl 광고를 올린다. 국내 중소 규모의 수출 전자 상거래 판매자의 경우 이러한 종류의 ‘슈퍼 왕홍’은 처음에는 잘 맞지 않을 수 있으며 동시에 팬은 매일 자신이 올리는 콘텐츠에 광고가 삽입되는 것에 습관이 되어 있기 때문에 아주 강력한 효과를 내지 않는다.

반면에 중간 및 롱테일 오피니언 리더의 팬은 아주 많고 또한 생활 속에 알게 된 사람들이거나 세분화된 영역에 있는 사용자들이다. 왜냐하면 중간 또는 롱테일 오피니언 리더가 매일 공유하는 콘텐츠는 더욱 수직적이므로 그들의 팬은 더욱 잘 집중한다. 따라서 팬 수가 적을수록 팬과의 상호 작용 속도가 더 높은 것으로 나타났다.'

린팅은 해외에서 유명한 마케팅은 아마도 수십만 달러의 비용이 들 것이지만, 같은 가격으로 실제로 40 ~ 50 개의 중소 오피니언 리더 마케팅을 할 수 있다고 덧붙였다. 따라서 중간 및 롱테일 오피니언 리더는 해외 브랜드가 더 좋아한다.

왕홍 마케팅 분할 메커니즘의 중국과 외국의 차이

물론, 모든 국경 간 전자 상거래 회사가 오피니언 리더 마케팅에 적합한 것은 아니다. 린팅 (Lin Ting)은 오피니언 리더 마케팅을 하려면 제품의 품질이 우수해야 한다고 지적했다.

오피니언 리더 마케팅을 하려는 국경을 넘나드는 전자 상거래 회사는 기본적으로 자체 브랜드를 가지려는 의식을 갖기 시작했다. 그들은 오피니언 리더를 통해 자신의 브랜드 스토리와 브랜드 정서를 전달할 수 있기를 희망한다. 해외의 오피니언 리더는 해외에서 현지 팬의 행동 습관에 대해 더 잘 이해하고 있고 현지인에게 적합한 소재를 전파할 수 있다. 이러한 소재는 소셜 커뮤니티 미디어에서 2 차 마케팅을 실현한다. 이러한 종류의 마케팅 가치는 국경을 넘은 전자 상거래 판매상이 자신의 사진을 디자인하고 광고하는 것보다 더 전파력이 좋다.

국경을 넘나드는 전자 상거래 산업 전체의 업그레이드로 인해 현재 오피니언 리더를 수요로 하는 기업이 점점 더 많아지고 있다. 그는 과거에 중국의 해외 전자 상거래는 중국의 '세계 공장'의 우세를 이용하여, 가성비가 높은 상품을 운반하고, 제 3 자 전자상거래 플랫폼 또는 자신이 건립한 독립몰에서 판매하는 정보 비대칭 비즈니스를 했다고 지적했다. 그러나 이러한 종류의 정보 비대칭은 플랫폼의 업그레이드와 경쟁의 강화로 인해 도태되기 시작했다.

예를 들어 AliExpress 는 국내 Taobao 판매자의 제품을 통합하여 해외에 내놓았다. 이러한 환경아래 초기의 소형 해외 전자상거래 판매상은 전향을 할 수밖에 없었고 자신의 독특한 상품을 만들고 브랜드를 건립하려는 의식을 갖게 되었다.

린팅은 중국 왕홍시장과 다르게 해외 오피니언 리더 마케팅은 아직도 발전 과정중이라고 했다. 따라서 중국만큼 성숙하지 못하며, 효과로 배분 결산하는 단계라고 했다.

마케팅 결산 방식은 매체의 캐리어 성질과 관련이 있다고 말했다. 중국에서 배분하는 대부분은 Taobao 라이브 방송 플랫폼에서 하고 공유하는 왕홍이다. 원래는 명확히 구매로 전화하는 효과가 있는 채널이지만 중국 타오바오와 비교시 해외 주류 오피니언 리더군이 활약하는 Instagram 은 본래 구매 플랫폼이 아니기 때문에 전환 비용이 Taobao 라이브 방송보다 높다.

동시에 해외 오피니언 리더들은 자기 본인이 미디어 가치가 있다고 생각한다. 판매상에게 마케팅 홍보를 할 때 판매상은 이미 그들의 미디어 자원을 이용하므로 이에 대해 특정 수수료를 지불해야 한다. 따라서 판매금 배분으로 결산하기가 더욱 어렵다.

많은 국경을 넘나드는 전자 상거래 회사가 Facebook, Google 등을 사용할 때 'CPS (Cost Per Sales)에 따르지만 오피니언 리더 마케팅의 경우 CPS 를 수행하기가 여전히 매우 어렵다. 따라서 오피니언 리더 마케팅을 수행할 때 판매상에 얼마나 많은 트래픽이 유입되었는지 보아야 한다.

또한 소셜 미디어를 처음 접하는 해외진출 전자 상거래 회사의 경우 자체 제작 채널을 통해 저렴한 비용으로 먼저 테스트할 수 있다고 조언했다. 그는 해외 소비자의 64 % 이상이 일반적으로 소셜 미디어를 통해 브랜드를 알게 된다고 말했다. 만약 팬이 판매자의 소셜 미디어에 매우 신뢰감을 느끼면 충성도가 높은 사용자가 될 수 있다.

'판매상이 매우 성숙한 제품을 보유하고 있다면 Instagram, YouTube 등을 포함한 자체 소셜 미디어를 시작할 수 있다. 이러한 미디어 제작 비용은 높지 않다.'라고 린팅은 말했다.

4. 양자 통신은 두 가지 주요 과제에 직면 (과기일보, 2019.9.11)

인류가 정말로 안전하게 정보를 전송할 수 있을까? 이것은 꿈인가 현실인가?

9 월 10 일, 베이징의 연치호에서는 비록 하늘에서 부슬부슬 비가 내리고 있었지만 적지 않은 학자와 학생들이 중국 과학원과 독일 국립 과학원(Leopoldina)가 공동으로 개최한 제 1 회 쌍방 세미나에 참여했다. 회의에서 중국 과학원 회원이자 중국 과학 기술 대학 상무부교장 판지엔웨이(潘建伟)는 '꿈 아니면 현실? 양자통신의 과거, 현재, 미래'라는 보고서를 발표했다.



사진 1) 출처: 동양파부 东阳发布

정보의 안전한 전송은 수천년간 인류가 줄곧 추구해 온 꿈이다. 이론상 모든 계산의 복잡도에 의존하는 모든 고전적인 암호화 방법은 원칙적으로 풀어낼 수 있다. 따라서 역사 발전중 고전적인 암호학은 한번 진보하면 풀이 기술도 진보하여 패한다. 그렇다면 인류는 정보 전송의 안전성을 확보할 암호 수단을 발명할 수 없을까? 구체적으로 말하자면, 어떻게 임의의 먼 두 곳에서 안전한 암호 키를 분배할 수 있을까?

1968 년 이스라엘 과학자 Stephen Wiesner 는 양자 시스템으로 기존의 방법으로는 처리할 수 없었던 정보를 처리하는 임무를 수행했고 이는 사람들에게 양자 통신과 양자 암호학을 발명하도록 계기를 주었다. 1984 년 미국 IBM 의 Charles Bennett 와 캐나다 몬트리올 대학의 Gillette Brassard 는 공동으로 가장 유명한 양자 키 분배 협의 BB84 협약을 제안했다. 양자 키 분배는 단일 광자의 불가분성과 알 수없는 양자 상태의 복제불가 등의 미립자 특수 성질을 이용하여 원칙적으로 키를 도청할 수 없음을 보증하고 정보 전송의 보안을 보장한다.

판지엔웨이는 보고서에서 인류가 원거리 양자 통신의 안전을 실현하는 여정에는 양대 과제가 있는데, 현실 조건 아래의 안전성 문제와 원거리 전송 문제로 나뉜다.

양자 키 분배는 이론상의 무조건적 안전성으로 인해 많은 주목을 받았지만 실제 시스템에서 양자 키 분배 시스템은 설비의 불완전함으로 인해 안전상의 구멍이 존재한다. 양자 키 분배 과정 중 선로의 안전성은 엄격하게 보장될 수 있지만 안전에 구멍이 날 가능성은 송신단 과 수신단에 집중된다. '기만형태의 방안'과 '측량장치와 무관하게 독립적인 방안'은 상술한 양단의 안전 취약성을 각각 해결한다. 이 두 해결방안은 판지엔웨이팀에 의해 처음 구현되었다.

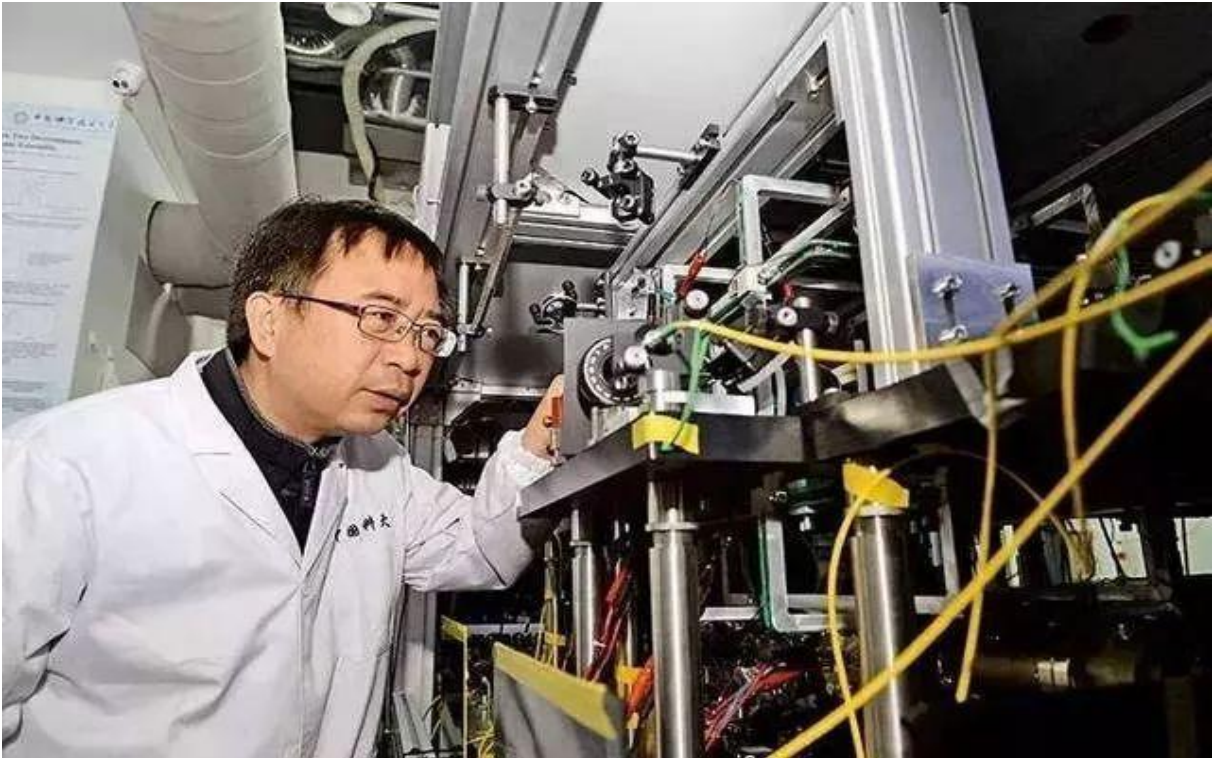


사진 3) 출처: 바이두, 중국과학대학 양자저장실험실내 판지엔웨이

판지엔웨이는 '측정 장치와 독립적인'방안과 자율적으로 제어 가능한 광원을 결합하여 양자 키 분배가 '인증될 수 있는 정보 이론'의 안전성을 가질 수 있다고 소개했다. 따라서 따라서 현실적인 조건하에서 양자 키 분배의 안정성은 이미 잘 수립되었다.

지금까지 지상 실험에서 양자 키 분배의 송수신 지점간의 거리는 약 500km 양자급에 도달할 수 있으며, 양자의 보이지 않는 형태의 이동은 100km 에 도달할 수 있다. 그렇다면 이 기초위에서 어떻게 양자 통신 거리를 계속 늘릴 수 있을까?

한가지 단계적 해결방안은 신뢰할 만한 중계 전송이다. 중국은 광섬유 길이가 총 2,000km 이상인 '베이징-상하이 전송관'으로 하나의 솔루션을 채택했다. 신뢰할만한 중계 전송 방안은 사람이 중계 지점의 안정성을 보장해야 하며, 또한 중계간의 선로 역시 안전해야 한다. 이것은 전통 통신 수단이 전체 전송관 곳곳에서 정보 유출의 위험이 있던 것과 비교하면 보안이 크게 향상되었다.

보다 장기적인 해결책은 양자 중계기를 사용하는 것이다. 양자 중계는 양자얽힘순화, 양자얽힘 교환과 양자 저장등의 수단으로 먼 지점까지 양자 얽힘을 분배 전송할 수 있다. 판지엔웨이팀은 양자중계의 핵심 과정에서 일련의 중요한 성과를 거두었고 현재 이미 양자중계로 500km 의 양자 통신을 지원할 수 있다. 그러나 양자 중계기의 실제 사용은 아직도 10 년정도 기다려야 한다.

현재 가장 효과적인 방법은 위성 기반 양자 통신 기술이다. 이 방법은 지구 표면의 장애물에 영향을 받지 않으며 우주 공간에는 거의 감쇠가 없다. 2016 년에 중국은 세계 최초의 양자 과학 실험 위성 'Quantum Experiments at Space Scale/QUESS(墨子号)'를 성공적으로 연구개발하여 발사했으며, 국제적으로 솔선하여 양자통신실험을 실현하여 이 기술의 가능성을 충분히 증명했다.



사진 4) 출처: 좌측 쉐토팡왕全投网, 우측 과기일보

보고서에서 판지엔웨이는 양자 통신의 미래를 전망하며 사람들이 먼 이상을 그려보게끔 한다. 양자 위성과 지상광선네트워크를 통해, 고전적인 통신 네트워크와 융합하여 미래에는 글로벌 규모의 광역 양자 통신 네트워크를 형성할 것이고, 정보 보안 수준을 향상시키고, 광역의 양자 통신 네트워크를 이용할 것이다. 인간은 극도로 높은 공간 분별력의 망원경 기술을 발전시킬 수 있으며, 고정밀 광 주파수 전송 네트워크를 구축할 수 있으며, 정밀도는 현재 마이크로 웨이브의 시간-주파수 네트워크에 비해 4 개 성급이나 높아질 수 있다. 예를 들어 최근 판지엔웨이팀은 QUESS(墨子号)양자 위성을 이용하여 Event Formalism 양자인력모형 실험을 했고, 최초로 양자역학과 인력의 융합에 관한 실험 탐색을 진행했다. 높은 궤도 공간에서 매우 낮은 인력과 자기장 잡음을 이용하여 미래에는 정밀도가 10-21 의 광양자 시계에 도달할 것으로 기대되며, 중력파 신호, 특히 저주파 신호의 탐색을 촉진하고 더욱 풍부한 천문현상을 드러내 보일 것이다.



ICO News Letter by PLAYCOIN

1. 테더 사, 중국 인민폐에 연동되는 스테이블코인 발행 (블록체인투데이, 2019.9.10)

테더가 ERC-20 토큰으로서 이더리움 블록체인 상에서 운영될 예정인 중국 위안화에 연동되는 스테이블코인을 발행했다. 스테이블코인 발행회사 테더는 CNHT 로 알려진 새로운 토큰이 해외에 있는 위안화에 연동될 것이라고 월요일 블로그를 통해 소식을 전했다.

블로그에는 "CNH 는 테더가 USDT 그리고 EURT 등과 같은 기존 화폐의 디지털화된 사용을 도모하는 역량을 증진할 것이다"라고 적혀있다. 암호화폐 언론매체들은 8 월 테더 사가 중국 화폐인 인민폐에 연동되는 새로운 화폐를 추가할 방법을 모색 중이라고 보도한바 있다.

당시 테더의 연계 거래소 비트파이넥스의 주주인 OTC 의 자오 동은 해외 위안화에 연동되는 스테이블코인은 일반화폐의 유통을 증진할 것이라고 언급했다.

테더는 월요일 CNHT 를 위한 스마트 계약 주소를 제공했지만 새로운 스테이블코인에 대한 자세한 설명은 하지 않았다. 어떤 거래소에서 이 스테이블코인을 상장할 지는 밝혀진 바가 없지만 비트파이넥스의 동은 자신의 회사 렌렌비트가 CNHT 를 지원할 것이라고 당시 언급했다.

2. 中 유망 프로젝트 GX 체인 잠정 폐쇄...불법 거래? (hkbnews, 2019.9.12)

중국의 유망 프로젝트 GX 체인이 현지 경찰의 단속으로 잠정 폐쇄됐다.

블록체인 스타트업 프리미티브(Primitive)의 공동창립자 도비 완은 12 일 자신의 트위터에 폐쇄된 GX 체인 사무실의 사진과 동영상을 게재했다.

글로벌 암호화폐·블록체인 산업을 이끄는 여성파워 중 한 명으로 꼽힌 도비 완은 "유망 프로젝트인 GX 체인 프로젝트가 중국 경찰에 단속됐다"며 "다른 1 만 개의 스템 대신 왜 GX 체인에 대해 이러한 조치를 했는지 모르겠다"고 토로했다.

이번 단속으로 GX 체인의 암호화폐 GXC 는 전일보다 23.15%(코인마켓캡 기준)가 하락했다. GXS 는 26.7%나 떨어졌다.

현재 항저우 현지 경찰이 GX 체인의 모든 임원을 소환, 심문하고 있는 것으로 전해졌다. 아직 정확한 이유에 대해서는 알려지지 않았다.

중국 현지 매체는 이번 단속이 GX 체인의 운영사인 항저우춘신데이터혁신의 횡령과 불법 거래 때문이라고 했다.

도비 완도 "이번 단속을 예측할 수 있는 것은 현재 중국에서 매우 민감한 분야로 꼽히는 가공된 개인 신용 데이터를 판매하는 사업모델을 갖고 있는데 이 사업과 관련이 있을 수 있다"고 추측했다.

2016 년 설립된 GX 체인은 글로벌 데이터 경제 서비스를 제공하는 퍼블릭 블록체인이다. 고신뢰성 데이터 가치 네트워크를 구축하는 데 목적을 두고 있다.

사용자가 리워드를 받고 데이터를 제공하면 기업은 비용을 내고 데이터를 활용하는 방식이다. 기업간(B2B), 소비자간(C2C), 기업·개인간(B2C) 데이터 거래와 교환 서비스를 지원한다.

중국 3대 퍼블릭 블록체인으로 꼽힌 GX체인은 올해 6월 시가총액 62위까지 기록한 유망 프로젝트였다. 지난해 중국가상화폐평가기관 CCID는 투자하기 좋은 순위에 GX 체인을 4위로 선정하기도 했다.

자체 개발한 모바일 앱 블록시티(Blockcity)는 데이터 관리와 공유를 지원한다. 사용자가 자신의 데이터를 제어할 수 있도록 돕는다. 현재 중국에서 225만 명의 유저를 확보할 정도로 인기가 많았다.

바이낸스와 후오비에서 활발히 거래되고 있던 GXC는 올해 5월 한국 거래소 빗썸에도 상장됐다. 블록시티 한국어판까지 출시하며 한국 시장 진출을 꾀하기도 했다.

3.중국 하이난, 블록체인 응용·에코 서밋 미팅 및 PCP 부팅식 성료

(aitimes, 2019.9.12)

지난 7일, 8일 양일간 신리엔 테크놀로지 그룹 주최, 원허재경 주관으로 열린 하이난 블록체인 기술 응용과 에코 서밋 미팅 및 PCP 글로벌 부팅식이 성공적으로 막을 내렸다.

하이난성 블록체인 산업단지의 주요 기업인 신리엔 테크놀로지 그룹은 블록체인 기술 응용 발전에 새로운 시대로 앞장서야 할 책임을 짊어지고 있다. 이번 미팅에는 저장대학 블록체인협회 부비서장, 항저우 블록체인 활용전문위원회 부주임, 중국 블록체인산업추진연맹 부비서장, 중국 이동통신연합회 블록체인협회 부비서장이 참석했다.

신리엔 그룹의 마 사장은 하이난의 블록체인 시범기업으로서 "당의 블록체인 관련 문서의 요지를 관철 실행해 달라는 국가적 호소에 적극적으로 응하고 있다"며 "고병행성 저지연 블록체인을 독자 개발하여 신리엔 그룹의 에코를 위한 기초를 다진다"고 설명했다.

PCP는 블록체인 기술로 신용의 새로운 시스템을 재건한다.

중국 국내 대부시장은 큰 문제점을 갖고 있다. 어려운 리스크 컨트롤로 대부업체는 사기 대출, 중복 대출 등의 위험이 크다는 것이다. PCP 디지털 자산 금융 서비스 플랫폼은 블록 체인의 선진적 기술을 활용하여 "중심화"된 '정보의 무인도'를 효과적으로 타파해 분산형 여신신용체계를 구축함으로써 자금흐름을 투명화하고, 거래 리스크와 비용을 효과적으로 절감해 거래 효율성과 규모를 대폭 향상할 수 있다.

전통적인 여신 기관과 비교해 뚜렷한 PCP의 이점

PCP 플랫폼에서 디지털 에셋으로 국경과 경제권 유동을 넘을 수 있으며 행정과 지리적 경계의 한계를 돌파하고 인터넷이 있는 곳이라면 어디든 밸류 전달이 가능하다.

디지털 에셋 저당 여신 업무, 저당 전 심사와 후기 실행은 거의 단시간 내 제로 코스트로 업무 과정을 대폭 줄이고 지출을 크게 줄일 수 있다.

PCP는 백만억 대 수요 시장에 도달하는 우수한 다크호스로서 유명한 인사이트 캐피탈의 기대와 투자를 받았다.

원탁 포럼에서는 블록체인 기술 응용의 각 게스트가 자신의 전문적인 각도에서 함께 '소비금융에서의 블록체인 응용과 실천'을 주제로 소비금융에서 토큰의 유통과 장려에 대해 열띤 토론을 벌였다.

이번 서밋 미팅은 주요 언론 및 블록체인 분야 매체의 전폭적인 지지를 받아 전국에서 온 기술 응용 분야의 학자, 전문가, 기업인들의 관심을 받았다. 서밋 미팅 전 과정은 저장 경제위성 TV가 보도했고,

국내외 유명 매체가 참석해 특별 보도를 했다. 이번 서밋 미팅에서는 전 세계 200 여 개 전통기업과 수많은 우수한 블록체인 헤드 미디어도 참여했다.

4.중국 당국, 몽골 자치지역 내 암호화폐 채굴 폐쇄 공문 발행

(블록체인투데이, 2019.9.15)

몽골 내 중국 자치지역이 지역 내 암호화폐 채굴 기업의 폐쇄를 요구하는 공문을 발행했다. 지역 언론매체에 의하면 몽골 혁신 위원회 부서, 공공 보안부, 산업부, 재정부 그리고 빅데이터 부서 등 몽골 정부 부처 5 곳에서 지역 내 암호화폐 채굴 산업을 바로잡을 필요성이 있다고 결정을 했다.

보도에 의하면 규제 당국은 "가상 화폐 채굴 산업은 실제 경제와 연관이 없으며 익명성을 띠는 금융 혁신에 해당해 지지해서는 안된다"라고 입장을 밝혔다.

한편 중국 정부가 암호화폐 채굴에 대해 가지는 규제 접근법은 일관성이 결여됐다는 비판을 받고 있으며 최근 공문이 몽골 국가 내에서 채굴 산업을 운영하는 채굴자들에게 어떤 행동을 요구하는지 분명하지 않다. 트위터 유저이자 암호화폐 비평가 도비 완은 "중국의 이번 조치가 영향력이 있을지 의문이다"라고 언급하기도 했다.

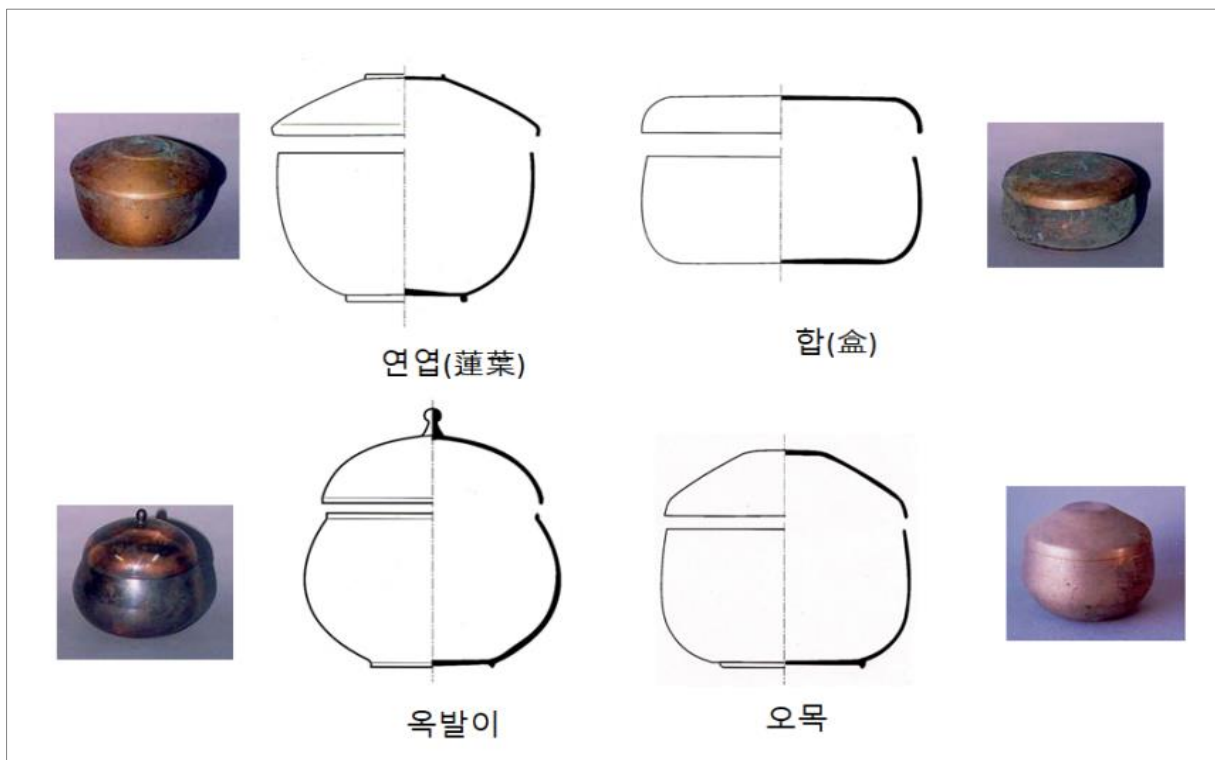
사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (94)

본 자료는 아시아디자인연구원(ADI) 원장이며, 상하이교통대학 디자인 학원 산업디자인학과 윤형건 교수의 글입니다. 본 자료 관련 궁금하신 사항이 있으시면 윤형건 교수(yoon_bam@126.com)께 연락을 하시면 됩니다.

형태는 사상을 따른다.

1940년대 '형태는 기능을 따른다.'고 하였다. 2000년 대는 '형태는 감성을 따른다.'라고 하였다. 디자인계는 이런 표어를 사용하며 시대에 맞게 변하는 형태에 대하여 당연시하였다.

그럼 한국 전통 유기 밥그릇을 보는 필자는 '형태는 사상을 따른다'라고 할 수 있다고 생각한다.



남성전용을 "연엽", 여성전용을 "옥발이", 남녀공용은 "합"과 "오목" 라고 불렀다. 또, 어린 아이는 작은 크기의 "합"을 주로 사용하였다.

이 유기 밥그릇은 크게 4 가지 형태가 있다. 형태에 따라 남녀, 노소, 공용으로 구별하였다. 왜 이렇게 구별을 하였을까? 마케팅을 위해서인가? 그러하지 않다.

질서를 위하여서이다. 즉 유교가 주장하고 있는 위계질서를 그대로 유기 밥그릇 형태에 녹아 들어가 있다.

국가든 사회든 집이든 위계 질서가 있어야 안정적으로 돌아간다. 유교는 위계 질서를 강조한다. 유교가 지배한 조선은 유기 밥그릇의 형태에까지 유교의 위계 질서 사상이 녹아 들어가 있다.

할아버지, 할머니, 아버지, 어머니의 밥그릇, 수저를 누가 마음대로 사용하면 안된다. 질서를 어지럽게 하는 행위이다. 권위에 대한 도전이다.

디자인의 형태는 분명한 메시지를 준다. 세상의 대부분의 나라에서는 왕족과 귀족, 그리고 평민이 사용할 수 있는 옷감과 색상은 엄격히 구별하였다. 옷감과 색상은 신호였다. 이 신호는 교통 신호처럼 차의 흐름을 원활하게 하듯 사회 흐름을 원활하게 하여 질서를 유지시켰다. 만일 디자인적 신호가 없다면 오해가 발생하는 일이 적지 않았을 것이다.

‘형태는 사상을 따른다.’ 이것은 지금도 사회 질서를 위한 메세지이다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. 방일객 '감소경향의 국가' 한국이 최대 해외정세, 기업업황에 그림자

(동부신문, 2019.9.12)



사진 1) 출처: 동부신문, 교토상공회의소가 들어간 교토경제센터 (교토시계교구)

교토상공회의소가 최근 발표한 「해외정세에 따른 교토경제에 영향」에 관한 긴급조사결과에 따르면, 일한관계의 악화와 미중무역마찰, 영국의 E U 탈퇴문제등으로 35.6%의 기업이 영향을 받고 있다는 것을 알게 되었다. 금후의 상황에 따라서는 「전망에 우려가 있다」고 하는 기업은 41.1%로 복잡한 해외정세가 교토기업의 업황에 그림자를 드리우고 있다.

조사대상에 거래처인 4 개국에서 중국이 75.4%로 가장 많았다. 이어서 미국과 한국이 56.2%로 이어졌고, 영국이 32.3%였다.

회답기업의 72.2%가 4 개 해당국과 무엇인가 거래가 있었다. 직접거래가 있는 기업은 71.6%에 이르렀고, 모두 전체의 70%이상을 점하고 있다.

자사업황에 구체적인 영향은 「매출의 감소」가 48.3%를 차지했다. 「수출 감소와 정체」는 34.4%, 「기업업적의 악화와 환율, 추가변동에 따른 소비자심리의 냉각」이 25.0%등이 있었다. 「방일외국인 감소」도 20.6%였고, 매출감소에 기인하는 이유가 많았다.

무역마찰에 따른 설비투자계획의 변경과 중지를 하는 기업은 거의 없었지만, 정세에 따라서는 계획을 수정할 예정기업이 16.7%가 되어, 앞으로에 영향이 우려된다.

관광관계사업자 37 사가 방일외국인관광객의 동향에 대해서 회답해, 「이용객이 감소경향」과 「평소대로」가 각각 45.9%로 쌍벽. 감소경향의 국가로서 가장 답이 많았던 것은 일본과의 관계가 악화되고 있는 한국 (52.9%) 였다.

회답기업에서는 「소비증세에 맞춰 소비자심리의 생각이 있다」「무역마찰에 의한 기업의 업적악화가 개인소비의 감소로 이어질 가능성이 있다」등의 목소리가 모이고 있다.

조사는 8 월 19~27 일에 교토상공회의소의 회원가입 358 사에 실시해 180 사 (회답률 50.2%) 가 대답했다.

2.도상국 재검토 기운고양으로 「일대일로」는 후퇴하는가 (JBpress, 2019.9.12)

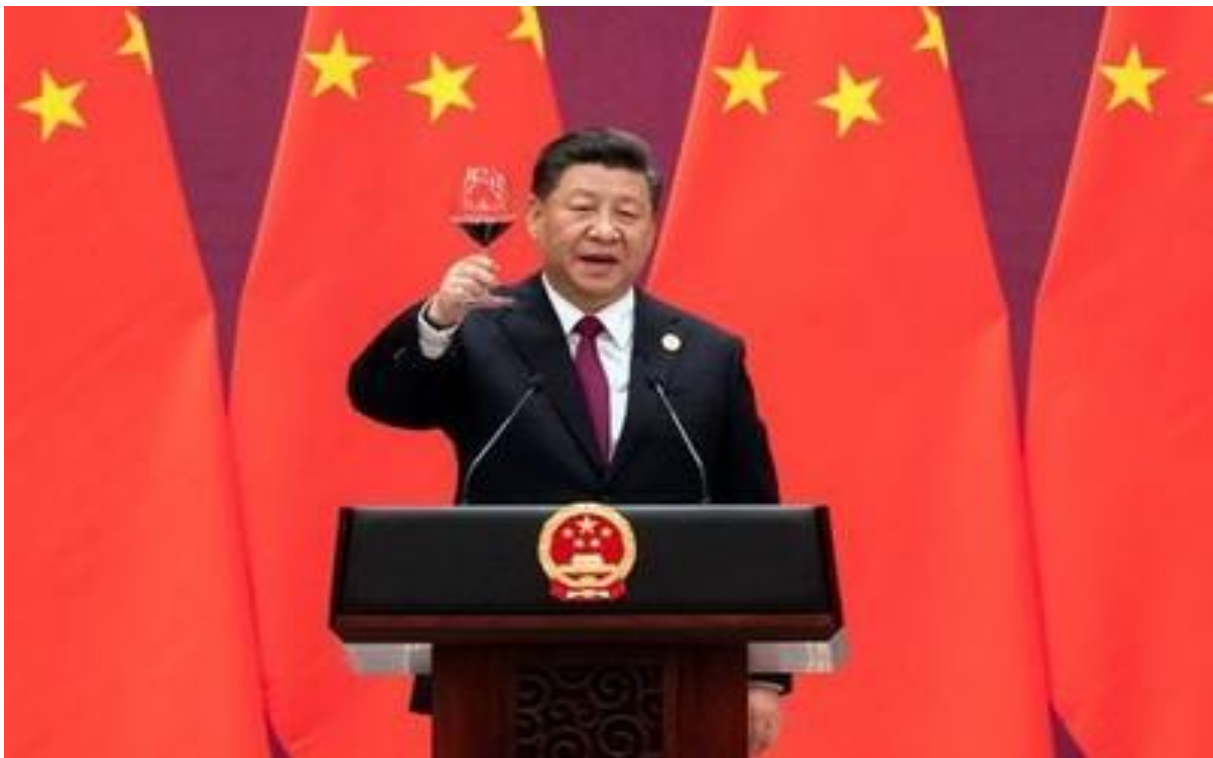


사진 1) 출처: 로이터/아프로. 올 4 월 26 일, 북경 인민대회당에서 열린 일대일로포럼의 환영회에서 연설 마지막에 건배제를 하는 시진핑국가주석

올 4 월, 북경에서 제 2 회 일대일로포럼의 개최되었다. 37 개국 국가원수, 100 개국 대표자의 참가를 얻은 이 회의에서는 백을 넘는 다국간합의, 양국간각서가 체결되어 커다란 성과를 올렸다고 평가된다.

올 4 월 26 일, 북경에서 열린 일대일로포럼의 환영식에 출석한 말레이시아 마하틸수상과 중국의 시진핑국가주석. 그러나 중국에 있어서 이 포럼의 진정한 목적은 작년이후 급속하게 높아진 일대일로에 대한 국제비판을 피하기위한 것에 있었다.

그 방법은 회의에서는 그린디벨로프먼트구상과 민간섹터와의 파트너쉽등, 미래지향형 어젠더를 전면으로 크게 내걸고, 이것으로 인해 문제시되고 있던 개별사안에서 눈을 돌리게 했다. 이 중국측의 꿈수는 훌륭하게도 적중해 동 포럼개최후는 일대일로에 대한 국제사회의 비판은 잠겨졌고, 도상국측에 있어서도

일대일로프로젝트의 재고보다는 오히려 어떻게해서 일대일로를 활용할 것인가에 그 중점이 옮겨진 것으로 보인다.

비판에 내몰린 일대일로 프로젝트

확실히 작년의 일대일로에 대한 국제사회의 비판에는 아주 엄중한 것이 있었다. 즉, 작년 3 월 워싱턴의 싱크탱크가 일대일로 참가 8 개국이 채무늬에 빠진 상태가 된 것을 밝힌 이후, 경제성을 도외시한 거대프로젝트의 후원과 채무의 늪등 문제가 크게 다루어져, 이 영향으로 말레이시아, 파키스탄, 몰디브, 네팔, 미얀마등 제국이 차례차례로 일대일로 관련프로젝트의 재검토에 착수한다고 선언한 것이다.

이런 재고의 움직임에 대해 지금까지의 중국이라면 바로 반론을 했을 것이지만, 이번은 그런 눈에 띄는 반격은 하지 않고 이런 국가들과 대화에도 응하는 자세를 보였다. 이것은 중국국내에 있어서도 그때까지의 일대일로는 지나친 것이 있었던 것을 인식하고 있기 때문이며, 또 스스로도 이미 국가국제발전협력서의 설치등, 조직의 개편에 착수해 있었기 때문이다.

그러나 주의해야 할 것은 그렇다고 해서 중국은 도상국의 요구에 양보해 일대일로 관련프로젝트의 대폭수정에 응하는 듯한 것은 절대 없다는 것이다.

미중간의 패권경쟁의 첨예화에 따라, 일대일로는 중국에 있어 오히려 그 중요성이 커졌다. 중국은 앞으로 일대일로를 더욱 전략적으로 (디지털 실크로드등), 더욱 글러벌하게 (아시아 아프리카뿐 아니라 유럽에도) 전개해 갈 것이다. 그 초점도 하드에서 소프트로 물건의 컨트롤에서 정보의 컨트롤로 이해해 갈 것이다. 일대일로는 이제는 새로운 단계에 들어갔다고 말할 듯하다.

말레이시아와 파키스탄, 일대일로를 어떻게 수정했는가?

단 본고에서는 그러한 전략적문제에는 깊이 들어가지 않고, 작년에 크게 화제가 되었던 도상국에 의한 일대일로 재고의 움직임이 지금 도대체 어떤 상황에 있는가를 말레이시아, 파키스탄을 예로 자세히 보려한다. 일대일로 재고의 선두를 끊은 것은 말레이시아였다. 작년 5 월 전임인 나지브정권의 부패체질을 비판해 총선거에 승리한 마하틸은 수상취임후 바로 (8 월하순) 에 중국을 방문해 시진핑주석과 회담했다. 거기서 마하틸은 대담하게도 중국정부당국자를 앞에 두고 중국의 대외경제진출은 신식민주주의라고 잘라 말함과 동시에 일대일로의 간판프로젝트, 동안철도東岸鐵道프로젝트와 파이프라인프로젝트를 취소하기로 했다.

귀국후 마하틸은 관계성청에 동안철도프로젝트에 관해, 중국교통건설 (CCCC) 과의 재교섭에 들어가도록 지시했다. 이렇게 시작된 교섭은 길어지기만 하고 진전되지 않았지만, 올 4 월 15 일에 마하틸은 갑자기 CCCC 와 사이에 동안철도프로젝트에 규모를 3 분에 1 삭감해, 440 린깃트 (106 억 8000 만달러) 로 인하하는데 합의했다고 발표했다.

언뜻봐서는 말레이시아 측이 중국측으로부터 커다란 양보를 끌어낸 듯하지만, 이것은 오히려 말레이시아측이 중국측의 주장에 다가간 결과라고 보는 것이 더욱 맞는 견해라고 말할 수 있다.

먼저 당초 마하틸은 프로젝트의 취소를 주장했지만, 캔슬료가 너무 비싸짐으로서 작년 가을에 이것을 포기하고, 교섭목표를 프로젝트 규모를 반으로 하는 것으로 다시 정했다. 이 제 2 단계에서의 교섭에서는 중국측의 프로젝트의 규모를 반으로 하는 것은 불가능하지만 노선경로를 변경하면 터널건설의 공사비를 줄일 수 있기 때문에 프로젝트 코스트를 3분의 1 줄일 수 있다고 함 (올 1 월제시). 말레이시아측은 이 삭감액으로는 불충분하다고 해 다른 사업자에 전환도 검토했지만 The Straight Times, 2019 년 1 월 22 일), 결국 거기까지도 가지 못하고, 마하틸의 북경재방문을 직후로 앞둔 4 월, 먼저 제시한 중국측의 삭감안을 받아들이기로 해 상기의 발표에 이르렀다. 이 때 마하틸은 「국비의 대폭적인 절약으로 이어졌다」고 가슴을 폈다. 확실히 프로젝트의 사이즈는 축소되었지만, 당초 내걸었던 것은 프로젝트 자체의 중지이다. 이것을 가지고 말레이시아의 재교섭은 성공리에 끝났다고는 말하기 어렵다.

팽창하는 대외채무가 과제인 파키스탄을 어떻게 대응했는가

그러면 파키스탄의 경우는 어떠했는가. 파키스탄의 크리켓의 국민적 대스타 이무란칸이 이끄는 PTI 당이 작년 7 월의 총선거에서 승리를 거두어 신내각 발족과 함께 중국 파키스탄 경제회랑 (CPEC) 에 관한 위원회가 발족했다 (9 월 4 일발표). 그후 10 월 1 일에 철도장관은 CPEC 가운데 중요 프로젝트인 ML-1 철도프로젝트는 그 건적이 과대해 (82 억달러), 20 억달러 삭감할 필요가 있다, 고 했다. 단 이 삭감안을 어디까지나 파키스탄측의 견해이며 그것은 칸 수상은 11 월 북경방문시에 중국측과 확정할 필요가 있다.

철도장관은 수반해 북경에서 시진핑과의 회담에 임한 칸 수상이었지만 공동성명 가운데에서는 본철도프로젝트 삭감문제에 대해서는 아무 언급도 없이 거꾸로 양국간의 CPEC 협력의 한층 강화가 주창되게 되었다. 말레이시아 본국에서는 본건 삭감문제의 결말에 대해 강한 기대를 가지고 있었던 만큼, 이런 공동성명의 내용에는 불만을 감추지 못하고, 매스컴에서도 「이번의 북경방문은 완전한 실패로 끝났다」라고 보도되었다.

그 후 칸수상은 올 4 월, 서두에 소개한 일대일로 제 2 회 포럼출석을 위해 재차 북경을 방문했지만, 이 방문시의 중국측 대응은 극히 냉담한 것이었다. 예를들어 작년 11 월의 방문시에는 공항에서 교통대신이 마중을 하였지만, 올 4 월의 방문시에는 북경시의 중건간부에 의한 나중이 그쳤다. 이러한 공기를 느낀것일까, 다다음날의 포럼에서 칸수상은 그린투자에 관한 국제연대의 필요성에 언급하는 등, 중국정부의 대변이라고 할 만한 연설을 하는 것뿐이었다. 더욱이 이 방문시기중에 리커창수상과의 사이에 합의한 철도프로젝트는 재교섭정에 있어서는, 프로젝트의 삭감안에는 건들지 못하고 열차의 운항속도가 160km/h 까지 간다고 하는 기술적문제에 언급이 있을 뿐으로 한때 말레이시아측으로부터 중국측 (중국건설공정) 에 제안된 BOT 방식의 일부도입에 대해서도 아무런 언급도 없었다.

교섭이 끝난 후 3 개월후 (올 7 월 25 일) 발표된 『Beijing Review』 (중국정부의 유일한 영자판주간지로 중국정부의 생각을 강하게 반영한다고 얘기되고 있음) 에 있어서는 상기 철도프로젝트의 계약액은 당초와 같은 82 억달러였다고 한다. 요점은 당초 화려하게 발표되었던 20 억달러의 프로젝트삭감안은 아직도 떠있는 차라는 것이다. 정권발족당초는 CPEC 의 수정은 필수라고 했던 칸 수상이 작년 11 월의 북경방문이후는 CPEC 의 삭감문제에 대해서는 완전히 입을 다물어 버린 것은 왜일까? 그 배경에는 무엇이 있었을까? 이 문제를 보기에선 중국측의 움직임에 자세히 뒤 쫓을 필요가 있다. 중국에 있어서 파키스탄의 CPEC 는 군사적으로도 경제적으로도 극히 중요한 프로그램이며 손쉽게 양보할 수 없는 사안이다. 그런만큼 칸정권발족후의 CPEC 재교의 움직임에 대해서는 극히 강한 경계감을 가지고 있었다.

신정권발족후 얼마되지 않은 작년 9 월 4 일에 CPEC 위원회 설치가 발표되고 더욱이 9 월 9 일에는 다우드상무장관이 CPEC 는 1 년간 정지해야 한다고 발표하자, 중국측은 즉시 육군통인 바주와장군을 대사관으로 불러 (당사자인 다우드상무장관이 아닌), CPEC 의 중요성을 바수와씨와 사이에 확인하고 동시에 동씨를 북경에 초대했다. 바주와장군을 다음주 북경으로 향해 9 월 19 일에 시진핑과 면담할 기회를 받아 거기에서 CPEC 의 중요성이 양자간에 새롭게 확인되었다. 파키스탄에 있어서 육군은 압도적인 힘을 가지고 있어 정권의 숨은 결정자이며 또 외교정책의 방향도 육군이 정한다고 얘기되고 있다. CPEC 재고 문제에 대한 중국측 전략은 이 요소를 제대로 잠재우는 것이며 육군조차도 중국측에 붙여둔다면 신정권의 각료가 무엇을 말하든 신경쓸 필요가 없다는 것 일 것이다. 특히 육군은 미국의 파키스탄에 대한 군사원조의 대폭삭감 (3000 억달러) 의 발표이후 (9 월 1 일), 중국치우치기를 한층 강하게 해 육군의 중국다가가기 자세는 칸수상도 충분히 알고 있었을 것이다. 그것이 칸수상의 CPEC 재고문제에 대한 최근의 침묵을 설명하고 있다고 말할 수 있다.

왜 재고는 잘 진행되지 않았는가

위에서 본 대로 일대일로 관계프로젝트의 재고에 관한 중국측과의 교섭은 길고 복잡한 과정을 거치게 되었지만 당초 말레이시아, 파키스탄, 양국의 교섭담당자는 토크레벨의 회담까지 가져가면, 정치적으로 해결할 수 있다고 예상했던 것으로 생각된다. 그러나, 실제 교섭에서는 그렇게 되지 않고 중국측에 가볍게 취급되고 말았다.

왜 속셈대로 교섭은 진행되지 않았는가

실제로 양자간에 대화가 시작되어 이 양국 각각 프로젝트의 해약, 삭감문제를 꺼냈을 때 중국측이 취한 것으로 추정되는 대응은 아래와 같은 것 일 것이다.

이런 문제는 정치적인 문제가 아닌 당사자간의 상거래상의 문제이다. 어쨌든간에 이런 프로젝트는 어느쪽도 중국의 국영기업과 정부당국자와의 사이의 계약에 근거해 성립한 것이며, 어떠한 문제도 그 계약조항에 따라서 해결하는 것이 법치국가로서의 중국으로서의 입장이며 그것이 가장 공평하고 또한 투명한 방법이라고 생각한다.

이 논리에는 말레이시아도 파키스탄도 정면으로 반론하지 못하고 그 결국 정상간의 교섭에서는 국영기업과 정부당국간 교섭에서는 맡겨지게 된다.

중국 경제협력의 특수성

통상의 양국간의 경제협력안건이라면 그 해결이 기업레벨에서의 교섭에서는 맡겨지는 일은 없지만 왜 일대일로 관련된 협력안건에서는 중국측으로부터 대표하는 것이 정부가 아닌 국영기업이 되는 것인가. 이 점을 이해하기 위해서는 중국 경제협력안건의 특수성을 이해할 필요가 있다. 일대일로구상은 시진핑국가주석이 갑자기 2013 년에 꺼내 놓은 신시책이라기 보다는 오히려 중국이 최근 십수년 (2000 년부터) 진행해 온 「대외경제협력」의 일환으로서 이해해야 할 것이다.

중국의 경제협력의 무상원조, 장학금의 부여 등 전형적인 경제협력의 항목도 포함되어 있지만, 그 비율은 극히 적으며 그 太宗은 (99%:JETRO 아시아경제연구소 오니시야스오씨의 정보에 근거) 「대외경제협력」이다. 「대외경제협력」이란 알기쉽게 말하면 중국의 국영기업등이 해외에 나아가 인프라와 자원개발 등 프로젝트를 발굴해 그 건설을 해외제국으로부터 수주해 그 사업을 일괄적으로 실시하는 정부사업이다. 중국어로 말하자면 그것은 건설청부, 설계컨설팅, 노무제공을 일체적으로 제공하는 해외사업이다. 그것은 국내기업이 해외에 진출해 행하는 해외직접투자 (FDI) 와 유사하지만 통상의 FDI 와 다른 것은 이런 투자활동을 스스로 주주로서 행하는 것이 아니라, 도상국으로부터 청부사업으로서 실시하는 점에 있다. 따라서 해당사업을 완성시키기 위해서는 도상국의 스스로의 자금을 사용해 중국국영기업에 발주하든가 혹은 어딘가로부터 돈을 빌려와서 발주하든가, 어느쪽의 방법에 의할 필요가 있다. 인플라가 프로젝트는 통상금액 혹은 장기의 자금을 필요로 하기 때문에 도상국정부가 이런 자금을 조달하는 것은 쉽지는 않다. 국영기업은 이 상황을 감안해 신속하게 중국상무부에 이야기를 올려, 해당도상국이 정부계금융기관으로부터 빌릴 수 있도록 서포트를 한다. 중국으로부터 용자를 받게 되면, 도상국정부는 이 차입금을 사용해 국영기업이 발주할 수 있게 되고, 국영기업도 스스로 개발한 프로젝트를 도상국으로부터 지불을 받아 실시할 수 있게 된다. 중국의 대외경제협력의 특징을 간단히 말하자면 중국의 국영기업이 선두에 서서 그들이 도상국에 있어서 프로젝트를 개발하고, 이것에 필요한 자금은 정부가, 정부계금융기관으로부터 통해 공급한다는 방식이다. 이 자금의 제공처로서 가장 큰 곳은 중국개발은행이며 대외경제협력자금의 4분의 3을 점하며 나머지 4분에 1은 중국수출입은행이 제공한다.

여기서 주의할 것은 중국개발은행의 자금은 자본시장에서 조달되는 상업적자금이기때문에 그 금리는 높아, 최근 소년은 6%대에서 취하고 있다. 중국 수출입은행의 경우 정부로부터의 이자보급이 있으므로 그 금리는 낮아 2~3%이지만, 어느쪽도 유상자금인 것에는 변함이 없다. 채무의 덧 문제는 이 정부계금융기관으로부터 대부에 부수되어 파생하는 문제이다.

이상, 중국 경제협력의 특수성등을 간단히 설명해 봤지만 다음번에는 왜 일대일로에 연관된 프로젝트가 커다란 문제가 되는가, 그리고 이 문제를 해소하기 위해 중국은 어떤 방법을 취해 왔는가에 초점을 맞춰 설명하고 싶다.

3. 전 세계에서 GAFA 규제 움직임 활발 (FINDERS, 2019.9.13)



사진 1) 출처:Shutterstock

거대 IT 기업 GAFA 에 대한 우려가 전세계에서 높아진다

전세계에서 GAFA 를 문제시하는 목소리가 높아지고 있다. GAFA 란 말할 것도 없이, 미국의 IT 대기업인 Google, Apple, Facebook, Amazon 의 4 사. 각각의 비즈니스분야에서 너무 강대해진 4 사의 힘을 줄이려 다양한 규제와 분할론이 각국에서 논의되고 있는 것이다.

예를들어 미국에서는 사법부가 7 월 23 일에 일본의 독점금지법에 해당하는 반트러스트법에 위반이 의심된다고 해「검색」, 「소셜미디어」, 「인터넷소매」의 각분야에 대한 조사를 개시했다고 발표했다. 검색은 Google 을, 소셜미디어는 Facebook 을, 인터넷소매는 Amazon 을 염두에 둔 것으로 보여진다.

FTC (미국연방거래위원) 도, Facebook 에 대한 프라이버시침해에 관한 조사를 실시해 그 결과에 근거해 동사와 50 억달러 (약 5400 억엔) 의 합의안으로 합의했다고 7 월 24 일에 발표했다.

또 민주당의 유력의원으로 미대통령후보의 한사람인 엘리자베스워렌 상원의원이 3 월에 테크놀로지업계에 있어서 경쟁을 촉구하기 위해서는 거대 테크기업인 GAFA 의 힘을 줄일 필요가 있다며 GAFA 의 회사분할을 공약으로 내걸은 것도 화제가 되었다.

유럽에서 작년 5 월에 실시된 GDPR (EU 일반데이터보호규제) 에는 GAFA 에 의한 데이터비즈니스의 독점을 견제할 목적도 있다고 보여진다. 신시대의 「석유」라고도 불리는 중요한 자원「데이터」를 비즈니스에서 선행하는 GAFA 가 독점해 개인의 프라이버시조차 경시되어 버릴 우려가 있는 것에 유럽각국은 위기감을 더해가고 있는 것이다.

유럽에서 비즈니스를 전개하는 기업은 EEA (유럽경제영역) 내에서 취득한 개인데이터를 EEA 외로 가지고 나가는 것을 제한하는 GDPR 을 준수해야하며, 이것을 어기면 무거운 제재를 부과하게 된다. GAFA 에게도 예외는 아니다. 이미 작년 1 월에는 프랑스의 데이터보호당국 CNIL (정보와 자유에 관한 국가위원회) 가 GDPR 위반을 이유로 Google 에 대해서 5000 만유로 (약 62 억엔) 의 제재금지불을 명하고 있다.



그림 1) 출처: FINDERS, 공정거래위의 자료

일본에서도 움직이기 시작한 GAFA 규제의 신법안

일본에서도 개인정보가 통신서비스에서 영향력이 큰 국제적인 IT 기업에 대해서 부당한 거래를 막기 위해서 규제를 강화하겠다고 한다, GAFA 를 염두에 둔 신법안을 정비할 움직임이 진행되고 있다.

국제 IT 기업은 쉐어가 높은 서비스를 제공함으로써 방대한 양의 이용자 구매와 기호, 경향등의 데이터를 수집해, 최신의 AI 에서 분석되는 것으로 개발판매전략등을 유리하게 세울 수 있다고 한다. 일본에서는 전기통신사업법에 따라 「통신의 비밀」의 규제 (전화와 메일등 통신내용과 상대를 제 3 자에게 알려지지 않을 권리) 가 해외에 본사가 있는 GAFA 에는 적용되고 있지 않아 엄격한 규제를 받는 국내 IT 기업에 비해 불공평하지 않은가라는 의견이 신법안정비의 배경에 있는 듯하다.

자민당의 경쟁정책조사회도 올해전반에 GAFA 각사의 간부를 초대해 데이터 독점문제에 관한 의견을 청취하는 등, 개인정보보호와 불공정거래방지를 위한 룰만들기를 추진하고 전략회의까지의 제안을 정리한다고 한다.

또 8 월 29 일에는 공정거래위원회가 「디지털·플랫폼과 개인정보등을 제공하는 소비자와의 거래에 있어서 우월적지위의 범용에 관한 독점금지법상의 사고 (안) 」에 대한 의견모집을 할 것을 발표했다. 이것은 작년 12 월 18 일에 정리된 「플랫폼형 비즈니스의 대두에 대응한 룰정비의 기본원칙」에 있어서 「서비스의 대가로서 스스로에 관련된 데이터를 제공하는 소비자와의 관계에서 우월적지위의 범용규제등의

적용등, 디지털시장에 있어서 공정하고 자유로운 경쟁을 확보하기 위한 독점금지법의 운용과 관련한 제도의 운용법을 검토한다」고 한다는 것을 감안한 것.

공정거래위원회가 작성한 자료에 따르면 소비자가 플랫폼호머로부터 불이익한 대우를 받더라도, 다른 대체서비스가 없다는 등의 이유로 이용을 계속할 수 밖에 없는 경우를 「플랫폼호머는 소비자에 대해서 우월한 지위에 있다」고 인정하고 독점금지법위반의 우려가 있는 사례로서

- 개인정보의 이용목적을 알리지 않고 취득하는 것
- 규약에 적혀져 있지 않은 정보를 취득하거나, 동의를 얻지 않고 제 3 자에게 제공하는 것
- 안전관리를 위해 필요한 조치를 강구하지 않는 것
- 서비스이용계속의 조건으로서 서비스의 대가이상의 요구를 하는 것

이라는 경우를 게재했다.

중국 디지털·플랫폼호머「BAT」도 약진

실은 미국의 GAFA 이외에도 디지털분야에 있어서 데이터의 독점이 우려되는 디지털플랫폼호머가 있다. 그것은 중국의 BAT 이다.

BAT 란 중국에 있어서 인터넷업계를 대표하는 3 기업, 百度 (Baidu), 阿里巴巴 (Alibaba), 騰訊 (Tencent). GAFA 의 경우와 마찬가지로 바이두는 검색엔진, 알리바바는 EC, 텐센트는 SNS 와 각각 다른 서비스를 주력사업으로 해 성장을 달성해 왔다.

BAT 는 GAFA 와 같이 전세계에서 비즈니스를 전개하고 있는 것은 아니고 주 시장은 중국국내라고 한다. 하지만 바이두의 액티브유저수는 4억명(월)을 넘어, 전세계 검색엔진 시장에 있어서 Google 에 이어 2 위로 약진. 알리바바의 유통총액은 4850 억달러 (2016) 으로 미월마트와 코스트코를 상호이해 세계최대의 소매유통기업이 되었다. 텐센트는 등록어카운트수가 11 억을 넘어, 2017 년에는 아시아기업 처음으로 시가총액이 5000 억달러를 돌파한 것으로도 알려졌다. 데이터독점활용이라고 하는 의미에서는 GAFA 와 같은 국제적인 다양한 규제를 받는 것도 없기 때문에 BAT 의 우위성은 흔들릴 것 같지도 않다. 앞으로는 IT 업계의 장래를 전망하는데 있어서도 GAFA 와 마찬가지로 BAT 의 동향에도 주시해 가고 싶다.