



주간 중국 창업

제 201 호 (2020. 10. 21)

발행처 : 한국혁신센터(KIC)중국

전화 : +86-10-6437-7896

센터장 : 이상운

메일 : info@kicchina.org

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

주간 NEWS

- ▶ 중국 디지털 위안화 시작 (시대재경时代财经, 2020.10.11)
- ▶ 디지털 건강관리 플랫폼 ‘Menxlab’ A 라운드 용자 완성 (이오왕亿欧网, 2020.10.12)
- ▶ 국민간식 삼즈송슈(三只松鼠), 사면초가 (신량재경新浪财经, 2020.10.10)
- ▶ 메이투안 대학(美团大学) 1주년 성적 발표: 누적 학습인 수 1698 만 명, 사업장 388 만 개
(Techweb, 2020.10.15)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ 2021 년 10 대 디지털화 전환 트렌드 — 이오왕(亿欧网) 제공/원문 포브스
- ▶ 3 분기 GDP 4.9% 성장한 중국 경제에 보내는 8 가지 중요 신호
— 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛) 제공
- ▶ MINISO 상장, 모방할 생각말라 — 36kr 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 68) 중국 본원양자팀 Airbus 양자컴퓨팅 도전대회 결승 진출
— 시크토타오(时刻头条) 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 — PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(145) — 윤형건 교수 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 동아시아 정세, 일본의 전략이 ‘방위성 예산’에서 보이기 시작했다...! (현대비즈니스, 2020.10.13)
- ▶ 일본인이 절대 인정하기 싫은 한일 역전이라는 불편한 진실, 코로나 위기로 미·중 역전도 가속
(yahoo, 2020.10.14)
- ▶ 아프기리 제이슨(코니디언 겸 IT회사중역)이 일본의 디지털화 지연에 Why? ‘노동자의 입장이 너무 강해 성장하지 않아’ (아레아닷컴, 2020.10.13)
- ▶ 일본의 ‘도시 IT화’가 세계에 뒤쳐진 쓰라린 사정, ‘스마트 시티’가 일본에서 실현되지 않았던 이유 (동양경제온라인, 2020.10.15)
- ▶ 일본의 FPD 메이커, JDI와 샤프는 살아남을 것인가? (마이비뉴스, 2020.10.14)

“코로나19 대응” 중국 중앙정부 정책 및 백신 동향

◆ 백신

- ▶ 세계 최초 코로나바이러스 멸활백신의 연구개발 (SINOPHARM国药集团, 2020.4.20)
- ▶ 중국 코로나19 백신 임상 안전성 확인 (소후搜狐, 2020.8.15)
- ▶ 중국, 세계 최대 코로나19 백신 기지 구축 (신경보新京报, 2020.6.28)

KIC 중국 NEWS

- ▶ KIC 중국 이상운 센터장, 처쿠카페(车库咖啡) 주최 위페이(于飞)·로드쇼 참석 (2020.10.14)
- ▶ KIC중국 제10회 기업가정신과정 한중청년·대학생 쇼트클립 전자상거래 온라인 교육 설명회 성공적으로 개최 (2020.10.15)
- ▶ 일본 미즈호 은행 관계자, KIC 중국 방문 (2020.10.16)

주간 NEWS

1. 중국 디지털 위안화 시작 (시대재경时代财经, 2020.10.11)

디지털 인민폐는 SF 속이나 나오는 개념처럼 들리지만 조용히 현실이 되었다.

2020년 10월 8일 저녁, 선전시(深圳市) 인터넷 정보 사무실 공식 웨이보 계정에서 마카오 홍콩 대연안구 건설을 추진하고 대륙 소비 촉진 정책과 결합하기 위해 선전시 인민 정부는 최근 인민은행과 연합하여 디지털 인민폐 홍바오 시범기지를 개설했다고 발표했다. 이것은 디지털 인민폐가 실제 응용 과정 중 또 하나의 중요한 한 걸음을 앞으로 전진했다는 의미다.

디지털화폐를 논하자면 통상 블록체인 기술에 의존하는 민간 화폐인 비트코인 등을 떠올린다. 그러나 양자 간에는 본질적인 차이점이 있다.

디지털화폐 연구자 양준((杨俊)은 시대재경(时代财经)에게 소개하길 비트코인 등 암호화 화폐는 기본상 탈중심화되었고 법적 화폐가 아니며 법에 의해 보상되는 성질을 구비하지 않았기에 비교적 큰 위험이 존재한다. 중앙은행 디지털화폐는 종이 화폐와 같이 중심화된 법적 화폐이며 국가의 신용이 뒷받침한다.

사용방식에서 봐도 디지털 인민폐는 더욱 현재 있는 제 3자 이동결제방식과 유사하나 더 높은 신용 보증을 갖고 있고, 더 강한 개인정보 보호 관리를 하며, 더 선진적인 지불 수단 등의 장점을 갖고 있다.

양준((杨俊)은 미래에 디지털 인민폐가 현존하는 제 3자 지불수단에 거대한 충돌과 도전이 될 것이라고 분석했다.

01

디지털 인민폐는 “이미 세상에 나왔다”고 할 수 있다.

디지털 인민폐에 관해 중앙은행은 일찍이 배치를 해왔다. 2016년 중앙은행은 디지털 화폐 연구소를 설립했고, 2017년말 국무원의 비준을 거쳤다. 중앙은행 조직부서 상업은행과 유관기관이 공동으로 디지털 인민폐 시스템(DC/EP)을 연구 개발했다. 2020년 4월 디지털 인민폐는 처음으로 선전(深圳), 수저우(苏州), 송안(雄安), 청두(成都)와 미래의 동계 올림픽 장소에서 내부 비공개식으로 테스트를 진행했다.

광둥 창 의 경제연구회 이사이며 블록체인 공업 지능원 구역 발기자인——이미홀딩스유한공사(蚁米控股有限公司) 동사장 장진씨(张锦喜)는 기자에게 지난 비공개 테스트에서 인원, 사용장면 등 비교적 상황이 제한되어 있어 주로 디지털 인민폐의 기능을 테스트해보는 것이 주목적이었다고 알려주었다.

“가장 먼저 기술상 신뢰성과 안전성, 두 번째는 고빈도의 지불교환 기능, 세 번째는 지불의 편리성과 호환성”을 본다고 장진씨(张锦喜)는 말했다.

이번 선전에서 대규모 시범 사용은 디지털 인민폐가 이미 성능 테스트를 통과했고, 기술적으로 이미 실현되었음을 의미한다.

양준((杨俊)은 블록체인과 디지털화폐 업계 내 인사로 공중계정 ‘CCO 수석법무관’을 개설하여 그의 디지털 화폐 분야의 연구를 공유하고 있다. 그가 보기에 이번 선전 시범기지는 디지털 인민폐 연구에서 하나의 이정표가 되는 것으로 “대중적 측면에서 기본적으로 완전히 민중을 향해 심화되고 범위도 크게 확장되었다.”라고 분석하며 “기본 의의상 거의 이미 세상에 나왔다고 말할 수 있다.”고 했다.



사진 1) 출처: 시대재경(时代财经), 2020년 9월 7일 중국국제서비스무역교역회, 중국인민은행 디지털 연구소 전시부스

이번 시범기지에서 뤼후취(罗湖区)정부는 대규모 사업을 시작했다고 말할 수 있다. 직접 1000 만 인민폐를 들여 '디지털 인민폐 홍바오'형식으로 5 만 개 홍바오를 뿌렸으며 매 홍바오에는 200 위안이 들어있다. 단지 현재 선전시에 거주하는 시민이면 모두 추첨에 참여할 수 있다. 추첨된 사람은 문자를 받게 되고 문자 내 링크를 따라 '디지털 인민폐 APP'을 다운로드하면 즉시 홍바오를 받아 사용할 수 있다.

뤄후취(罗湖区) 관할 내 이미 디지털 인민폐 시스템으로 개조한 3389 개 상가가 준비되어 있으며, 홍바오를 획득한 사람은 제한없이 사용할 수 있다. 시대재경(时代财经)은 선전시정부 서비스 APP 인 'i'를 통해 신청해 보았는데 준비된 상가 유형이 쇼핑센터, 호텔, 식당, 소매 등 각 영역으로 이미 일상생활 각 영역을 커버하고 있음을 알 수 있었다.

'5 곳 비공개 테스트'에서 '1 곳 시범기지'에 이르기까지 장진씨(张锦喜)는 선전 뤼후(罗湖)가 행정구역에서 갖는 특수성을 반영한다고 여긴다. '전통화폐와 비교하여 디지털화폐는 국가의 경계를 넘어 지불과 환율 방면에서 더 높은 효율과 편리성을 가지며 자국추적 가능성을 구비하고 있어 본질적으로 국제 결제에 유리하다. 장진씨(张锦喜)는 "홍콩은 금융 중심이며 최대 비거주민 대상 인민폐 금융서비스 중심이다. 뤼후(罗湖)는 홍콩 역사상 가장 오래된 항구다."라고 분석했다.

선전은 금융과 IT 산업이 번영한 곳이라 독특한 디지털화폐 인큐베이팅기지과 테스트장이 되었다. 이러한 장점에 힘입어 2018 년 중앙은행 디지털화폐 연구소는 이미 선전에 자회사를 설립하여 디지털화폐 개발에 참여했다.

장진씨(张锦喜)는 일단 디지털 인민화폐가 전면적으로 구현되면 국가 전체 운영 효율이 극도로 높아진다고 본다. "모두가 국가 화폐주조권만 보지만 아주 극소수의 사람만이 그것의 유통권에 관해 논합니다. 중앙은행은 디지털 화폐를 직접 화폐 유통에 침투시켜 전체 화폐 배치의 효율과 효능을 강화할 수 있습니다."

이외 디지털 화폐가 추적할 수 있다는 특징 때문에 중앙은행은 매 돈의 행방을 손바닥 보듯 알 수 있다. 이로 인해 화폐 추가 발행 효율, 빈곤 퇴치 효율, 조세 효율 등이 모두 극대화된다.

02

제 3 자 지불은 사라질까?

양윈((杨俊)은 기자에게 디지털화폐의 지불방식과 현재 제 3 자 모바일지불 방식은 거의 차별점이 없다고 소개했다. 사용자는 디지털화폐 APP 을 열어 판매상의 QR 코드나 판매상이 표시한 자신의 QR 코드를 스캔하면 즉시 결제가 이루어진다. 소비자든 판매상이든 이러한 방식은 낯설지 않다.

확실히 위챗 결제, 알리페이 등 모바일 결제가 지닌 장점을 디지털화폐도 똑같이 지니고 있다. 예를 들어 휴대하기 편하고, 분실 염려가 없고 결제가 간편하며 원격 결제가 가능한 등이 그렇다. 더구나 디지털 인민폐는 현재 제 3 자 모바일 결제가 구비하지 않은 장점도 지니고 있다.

먼저 권위성이다. 디지털 인민폐의 본질은 법정 화폐의 일종으로 지폐, 동전화폐와 성질이 완전히 같고 보이는 형식이 다를 뿐이다. 따라서 디지털 화폐의 효력은 국가가 책임진다. 이와 비교하여 제 3 자 지불 수단은 상업은행과 금융기관에 의탁하며 디지털 인민폐 권위에 미치지 못한다.

제 3 자 결제와 비교하여 디지털 인민폐는 더 안전하다. 장진씨(张锦喜)는 디지털 화폐가 블록체인지술에 의존하며 추적 가능한 성질을 갖고 있다.”고 분석했다. 만약 당신이 사기를 당하여 돈을 갖고 도망갔다면 관련 기관이 화폐 향방을 추적하여 돈을 찾을 수 있다.”

더구나 디지털 인민폐의 국영 성질 때문에 오직 정부만이 권한을 갖고 돈의 향방을 추적할 수 있다. 상대적으로 현재 제 3 자 지불방식은 관련기업 모두 합법적 전제하에 사용자의 데이터를 취득할 수 있다.

디지털 인민폐는 오프라인 지불 기능도 갖고 있다. 디지털 화폐 교역에 인터넷 연결이 불필요한 것이다. 이것은 전자지갑 자체(예를 들어 휴대폰)에 암호키가 존재하고 블루투스, NFC 등의 방식을 통해 양방의 오프라인 이체를 실현시킨다. 모바일 단말에서의 이체는 현금 교역과 마찬가지로 자연스럽다.

상술한 여러 장점 때문에 양윈((杨俊)은 기자에게 디지털 인민폐는 현존하는 제 3 자 모바일 결제에 거대한 충격과 도전이 될 것이라며 “디지털 인민폐는 더 높은 신용보증, 더 강한 개인정보 관리, 더 선진적인 지불 기술을 가집니다.”라고 했다.

양윈((杨俊)은 미래에 카드 결제, QR 코드 스캔, POS 기계 등의 지불방식이 모두 디지털 인민폐에 통합되거나 대체될 것이며 이러한 것 모두 인터넷이 없는 환경에서도 이루어질 수 있다고 예측했다.

그러나 디지털 인민폐와 비교하여 현존하는 제 3 자 지불기업은 여전히 그 우세를保有한다. 장진씨(张锦喜)는 현존하는 제 3 자 결제 기업은 이미 완전한 생태시스템을 구축했다며 “예를 들어 알리페이는 전체 결제 시스템이 전자상거래 생태에 의존한다.”라고 했다.

여러 해의 축적을 거쳐 알리페이, 위챗결제 등 제 3 자 지불은 이미 도처에 보급되었고 이것은 디지털 인민폐에 현재 결핍된 부분이다.

장진씨(张锦喜)는 단기간 동안은 디지털 인민폐와 제 3 자 결제가 일종의 상호 의존 국면을 형성할 것으로 예측했다. 제 3 자 결제는 여전히 정부 보증의 전자화폐를 필요로 하며 전자 인민폐도 제 3 자 결제의 성숙한 생태계를 필요로 한다.



사진 2) 출처: 시대재경(时代财经)

양준((杨俊)은 현존하는 제 3 자 지불 기업으로 말하자면 가장 좋은 방식은 여전히 현재의 장점을 이용하여 디지털 인민폐의 추진을 협조하고, 현재 결제 계좌 시스템안에 디지털 인민폐를 융합하는 것을 시도하는 것이라고 분석했다.

그러나 주의할 것이 제 3 자 결제와 디지털 인민폐는 본질적으로 다른 점을 갖고 있다는 것이다. 제 3 자 결제로 유통되는 자금은 본질적으로 상업은행과 이재 기관의 저축 금액이고, 이 돈에서 서비스비용을 가져갈 수 있고 합법적 용도를 통해 수익활동을 할 수 있다. 그리고 디지털 인민폐의 본질은 법정 화폐이며 디지털화된 현금인 셈이다. 만약 제 3 자 결제 최후에 디지털 인민폐가 융합되면, 운영방식이건 수익모델이건 모두 변화가 발생할 것이다.

2.디지털 건강관리 플랫폼 ‘Menxlab’ A 라운드 용자 완성 (이오왕亿欧网, 2020.10.12)

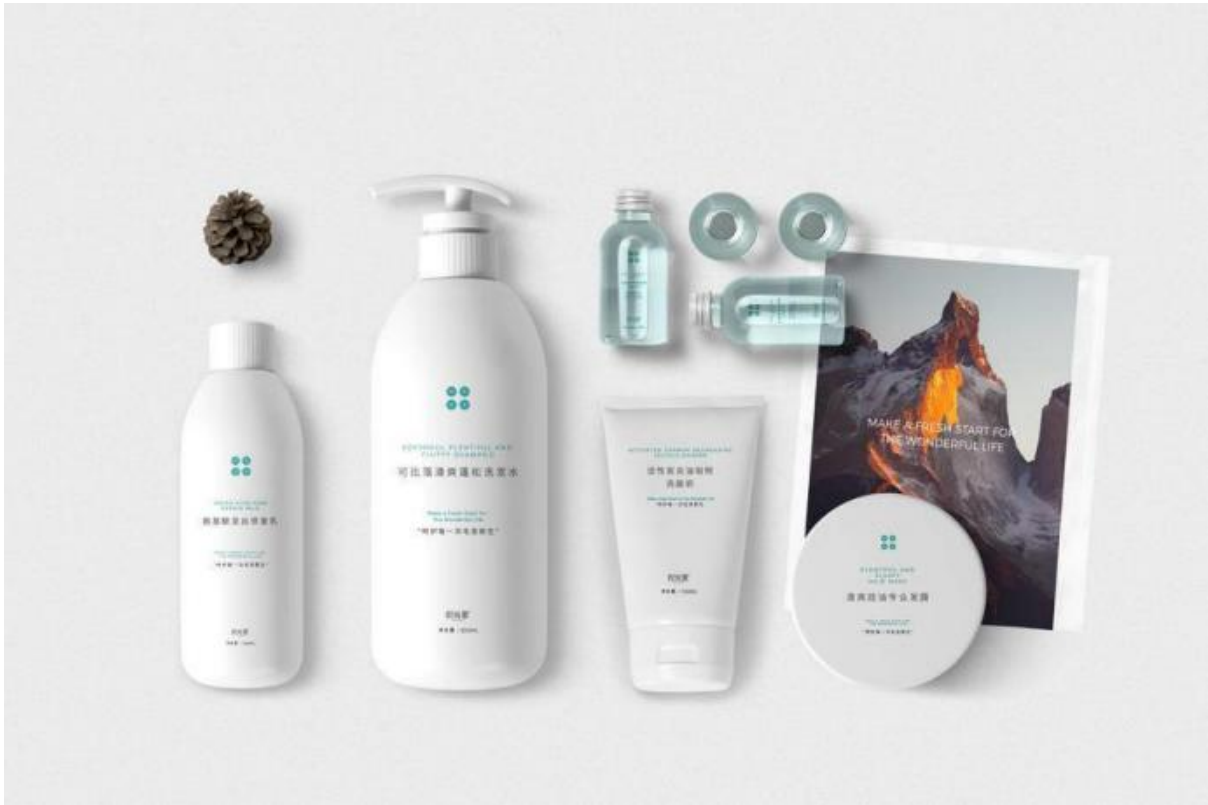


사진 1) 출처: 이오왕亿欧网

‘Menxlab’은 디지털 건강관리 브랜드로 25~40 세 도시 신혼 중산층의 건강관리에 포커스를 맞춰 의료제품의 종합 솔루션을 제공한다.

10 월 12 일 디지털건강관리플랫폼 ‘Menxlab’이 최근 A 라운드 용자를 완성하여 누적 용자금액이 이미 억 위안을 넘어서 소비 의료제품 시스템 구축을 가속화했다.

디지털 건강관리 플랫폼 Menxlab 은 이미 새로운 A 라운드 용자를 완성했다. 올해 Menxlab 은 앞뒤로 3 차례 용자를 완성하여 누적 용자금액이 1 억을 초과했다. 투자자로는 까오룽캐피탈(高榕资本), 화창캐피탈(华创资本), 웨이캐피탈(惟一资本 이전 웨이잉케피탈微影资本), 광파신더(广发信德)가 있다. 이번 A 라운드 용자는 화창캐피탈(华创资本)이 선두 투자했고, SIG, 까오룽 캐피탈(高榕资本)이 이어서 투자했으며 랑차오캐피탈(浪潮资本)은 재무 고문을 단독으로 담당했다.

Menxlab 은 디지털 건강관리 브랜드이며 25~40 세 도시 신혼 중산층의 건강관리에 포커스를 맞춰 소비 의료제품의 종합 솔루션을 제공한다. 국가통계부문 데이터에 따르면 2019 년 전국 주민은 통일적으로 각 소비지출 중에서 의료보건 지출이 작년 동기간 대비 증가 속도가 가장 높았고 70%의 인구가 아건강(亚健康: 편집자 주 sub-health 서브 헬스. 신체적으로나 정신적으로 질병에 걸린 것도 아니고 건강하지도 않은 ‘회색 상태’)상태에 있으며 이중 중년과 청년 인구 비율이 가장 높다. 그들의 대다수는 인터넷, 금융, 기업 고위급 임원, 사기업 등 고임금 직군은 사회 신분 전환기에 처해 직장과 가정에서 스트레스를 받고 있으며 또한 비교적 강한 소비 능력을 지녀 건강 ‘위기’의식이 강하다. 아건강 상태에서 파생되는 건강문제는 주목할 가치가 있으며, 좋은 정서, 좋은 수면, 좋은 모발, 좋은 피부, 좋은 신체 등 건강지표가 대중 건강에서 관심을 갖는 핵심 방향이다.

‘탈모방지’에서 천억 숫자의 건강 트랙으로 확장



사진 2) 출처: 이오왕亿欧网

Menxlab 은 ‘탈모방지’로 시작하여 두피건강관리로 나아가며 ‘외적 조절+내부 복용’ 조합의 제품 라인을 선보였다. 제품 라인은 개인 피부 기초 제품, 구강 복용 약품, 영양보조제 등과 보조 의료 기기의 핵심군으로 보급되었다. 탈모방지에서 출발하여 두발 세정 제품과 보호 제품을 만들어내고 소비 의료 제품시장까지 파고 들었다.

올해 5 월 정식으로 온라인을 출범한 Menxlab 의 세정제품 브랜드 <시광리(时光里)>는 전 트랙 구축을 통해 월 판매액이 1.1 억 위안을 넘어섰다. 잦은 빈도로 사용하는 두발 세정 제품에서 사용자의 인지도를 구축하고 DTC 방식으로 사용자에게 직접 대면하며 트래픽을 정확히 조준하여 빠르게 붙잡아 사용자들 사적 영역에서 심도 깊게 운영하게 되었다.

사용자는 공식 미니프로그램에서 두피 건강 테스트 문답을 작성하여 개인 건강 데이터 보고를 받고, Menxlab 플랫폼은 가장 적합한 제품 조합 셋트를 추천한다. 건강 관리에 대해 수요가 더 큰 사용자에 대해서는 Menxlab 은 1대1 의 건강 진단 서비스를 제공하는데 온라인 의사 진단, 처방전 발행, 약 제공의 완전한 체인을 구축했다. 이렇게 되기까지 Menxlab 은 이미 온라인 인터넷 병원 전체인 기능 배치를 완성했다.

언급할 만한 것이 해외에서 온라인 디지털 건강 산업은 Hims, Roman 등 평가가치가 10 억 달러가 넘는 유니콘 기업으로 발전했다는 것이다. 이 중 Hims 는 이미 이번 달에 뉴욕증권거래소에 상장 신청을 했다.

코로나 19 전염병 기간, 국가는 큰 역량을 동원해 ‘인터넷+의료 건강’ 발전을 추진하고, 의료, 의약, 의료 보건 각 영역의 정보화 기초 건설을 빠르게 추진하며, 중국내 의학산업 건강데이터화 시대가 도래하고 있다.

과학기술+의약, 소비 의료제품의 성체를 건설

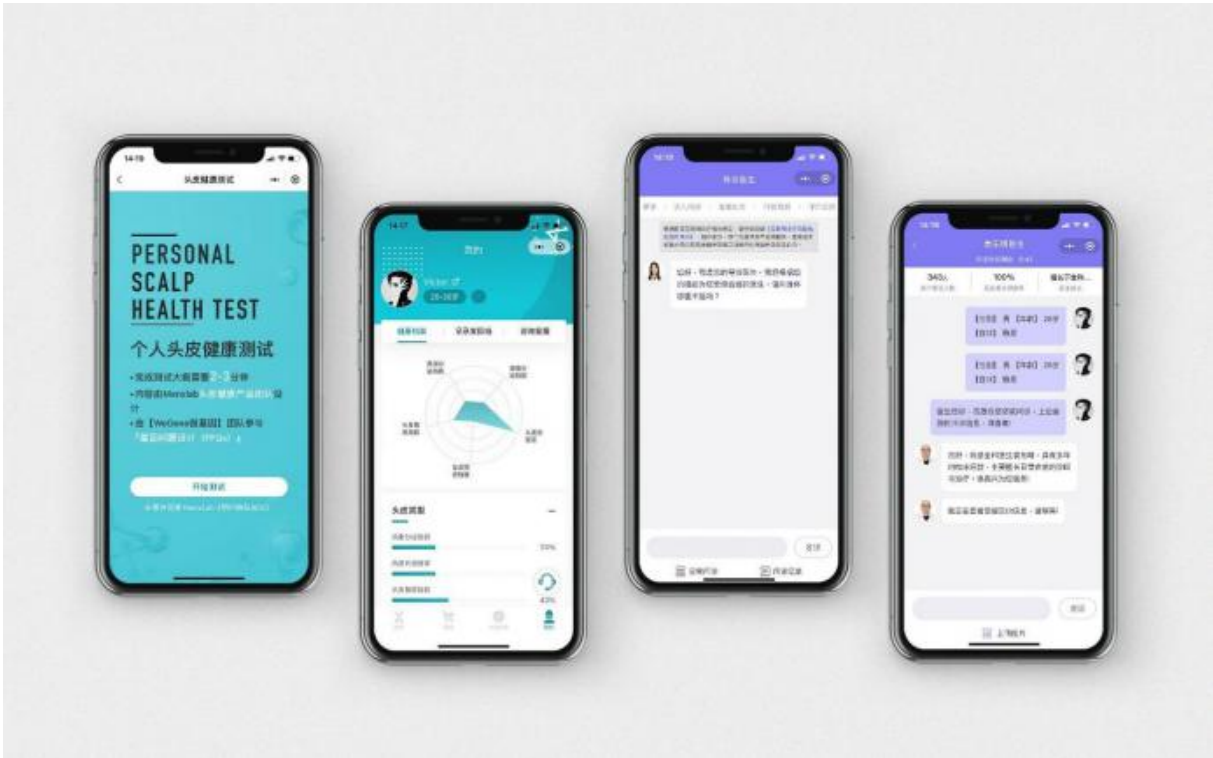


사진 3) 출처: 이오왕亿欧网

기초 세정 브랜드 <시광리(时光里)>를 시작으로 Menxlab 은 과학기술+의약의 제품 이념을 견지하며, 원천부터 매 성분배합을 엄격하게 통제하며, 적극적으로 풍부한 특허 기술싱크탱크를 축적하기 시작했다. 탈모방지 성분의 경우 나노 캐리어 전송 기술을 시광리 시리즈 세정 제품라인에 응용했으며 Menxlab 팀은 화중과학기술대학, 미국 펜실베니아대학 피부실험실과 두피관리, 탈모방지와 발모 신기술을 공동 연구하며, 첨단 과학기술과 유효성분을 제품에 적용하고 있다.

의약품에서 Menxlab 은 남성 보건, 헬스 영양제 등의 방면에서 중국내 정상급 제약사, 보건제품 제조사와 합작하며, 탈모방지 약품, 보건품, 영양보충제, 미용식품에서 개선된 의약보건 제품라인을 구축했다. 탈모방지 황금약품, 미녹시딜 제품과 합작하며 Menxlab 은 이미 중국내 OTC 자격을 갖춘 제약사와 독점 합작을 얻어, 디지털 건강 온라인 약품 판매의 신기회를 공동으로 탐색하고 있다.

이번 용자는 주로 제품 연구개발과 브랜드 건립에 쓰일 것이며 Menxlab 은 디지털 건강 플랫폼 건립을 가속화할 것이다. 제품 라인에서 <시광리(时光里)>는 탈모세정제품에 포지셔닝을 두고 과도한 근심, 불면, 출산 등, 단기 호르몬 장애로 인한 탈모 그룹에 대해서도 비병리성 탈모의 과학적 배합조합을 지속적으로 탐구하고 있다. Menxlab 은 남성의 건강한 생활에 중점을 두고 남성 건강의 '말하기 어려운 병환'에 세정, 미용, 약품, 영양보조제, 의약기계 등의 상품 조합을 제공한다. 사용자가 자신의 모든 면을 직접적으로 마주하고 더 잘 이해하여 자신감을 갖고 자연스럽게 자유로운 생활방식을 갖도록 격려한다. 간결하고 가벼운 이미지로 브랜드 커뮤니케이션을 한다.

화창캐피털 투자가는 Menxlab 이 장기적 프로젝트이며 '인터넷+의료건강'발전의 수혜기에 우뚝 솟아 의약산업 재배치에서 새로운 기회를 잡아야 하며, 의약품과 서비스의 양대 성체를 빠르게 구축하고 안정적으로 미래로 발전해가야 한다며, Menxlab 은 중국내 소비 의료 종합건강 전문 플랫폼이 될 능력이 있다고 했다.



사진 4) 출처: 이오왕亿欧网

3. 국민간식 썬즈송슈, 사면초가 (신량재경新浪财经, 2020.10.10)



사진 1) 출처: 신량재경(新浪财经)

설립한지 4 년이 된 싡즈송슈(三只松鼠)가 '간식 거두'의 왕좌에 올랐다. 그들은 8 년의 시간을 거쳐 영업수익 백 억을 돌파했다.

젊은이들이 열광적으로 좋아하는 각 드라마 시리즈와 예능프로그램에 싡즈송슈(三只松鼠)의 광고 PPL 도 유달리 눈길을 끈다.

중국내 인기 드라마 <기쁜 찬가><작은 이별><살포시 웃어도 가슴을 흔들어>, 한국 드라마 <태양의 후예>등, 싡즈송슈(三只松鼠)는 자신을 성인 젊은 층에게 떨어질 수 없는 간식으로 만들려 시도했다.

중국의 가장 인기있는 청소년 아이돌 TFBOYS 도 전속모델을 하고 있다. '작은 세 명'의 이미지는 '세 마리 다람쥐(싡즈송슈三只松鼠)'의 이미지와 마침 딱 들어맞는다.

베이징의 싡즈송슈(三只松鼠)의 유일한 매장에서 각종 신제품류는 아직 매장에 전부 전시되지 않았지만 이미 어떤 소비자는 '내가 상상할 수 있는 모든 종류의 간식을 커버해버렸다'라고 솔직히 말한다.

과거 몇 년간 싡즈송슈(三只松鼠)는 전자상거래 트래픽 배당이 점점 사라지는 와중에 부단히 분투해 왔고, 성장속도가 하락하는 새로운 시기속에 역으로 확장을 선택했다.

외부에서 싡즈송슈(三只松鼠)에 대한 인식은 견과류에서 시작하였으나 창립자 장랴오위엔(章燎原)과 모든 주주들은 회사를 영원히 단지 인터넷에서 견과류를 파는 각도에서만 보기를 원치 않았다.

견과류에서 각종 간식에 이르기까지, 온라인에서 오프라인에 이르기까지 장랴오위엔(章燎原)은 기업의 2 차 성장 루트를 펼칠 것인지, 이 기업의 소멸을 가속화하여 이 기업을 전자상거래가 흥성한 시대의 최후의 한 유성이 되게 할 것인지 과감하게 선택했다.

온라인에서 일어섰지만 어려움도 온라인에서

간식산업 브랜드의 발전 변화는 시대와 보조를 같이 한다.

지난 칠십년대 물자가 부족한 시기에 사람들은 간식을 아주 사기 어려웠다. 가장 먼저 시작한 것이 크라프트지로 포장한 껌(瓜子 해바라기씨)였고 이것이 브랜드화된 상품이 되었다

소비가 업그레이드됨에 따라 사람들도 판매가가 더 높고 더 고급스러운 견과와 간식을 사기를 원하게 되었다. 이푼(伊份), 바이차오웨이(百草味), 랑핀푸즈(良品铺子)가 연이어 탄생했고 오프라인 간식 식품 체인경영방식의 대표가 되어 사용자에게 선택과 구매의 편리함을 제공했다.

2000 년 이후 전자상거래가 더 많은 상품의 새로운 소매판로를 담당할 수 있게 되자, 싡즈송슈(三只松鼠)는 이러한 배경하에 탄생한 새로운 브랜드였다. 오래된 브랜드가 만족하지 못했던 것을 새 진입자는 새로운 루트를 빌려 새로운 트래픽, 새로운 비즈니스 모델로 만족시켜주었다.

싡즈송슈(三只松鼠)는 전자상거래 플랫폼의 트래픽 배당의 장점을 성공적으로 취해 인터넷 속성의 견과 간식 브랜드가 되었다.

2012 년 6 월 19 일 싡즈송슈(三只松鼠)는 티몰(天猫商城)에서 업로드 7 일만에 1000 건의 주문 판매를 달성했다. 같은 해 쌍십일절 대판촉기간에는 하루 판매액이 766 만에 달해 티몰 식품산업 단일품목 하루 판매액 최고 기록을 경신했고 간식 특산품류 판매에서 1 위를 차지했다.

2020년 상반기 보고서에 따르면 전자상거래 플랫폼 영업수익은 44.4억 위안으로 영업수익의 84.54%를 차지하며 온라인 총 주문수는 3552.6만 건으로 교역액이 30.3억 위안이며, 평균 주문 금액은 85.3위안이었다.

징동과 티몰은 썬즈송슈(三只松鼠)의 최대 판매루프이며 양자의 판매량은 총 판매량의 80% 이상을 차지한다. 이렇게 전자상거래에 과도한 의존도 치명적 문제를 가져왔다. 전자상거래 플랫폼에 대한 발언권이 작고, 트래픽 비용이 점점 더 높아지며, 고객을 확보하기가 더 어려워졌다.

재무수치에 따르면 썬즈송슈(三只松鼠)는 2020년 상반기에 홍보비와 플랫폼 서비스비용으로 3.98억 위안을 지출했고, 작년 동기에는 2.64억 위안으로 전년 동기보다 50.8% 증가했으며 전체 판매비용은 10억 위안으로 전년 동기 대비 7.89% 증가했다.

고객의 플랫폼 서비스비용은 썬즈송슈(三只松鼠)의 이윤을 잠식했다. 비록 2020년 상반기의 영업수익이 52.52억 위안으로 전년 동기 대비 16.42% 증가했지만 수입은 증가했어도 이윤은 늘어나지 않아 순이익은 전년 동기 대비 29.32% 하락했다.

코로나 19 전염병 기간, 썬즈송슈(三只松鼠)는 라이브커머스, 쇼트클립 등의 방식으로 전자상거래 트래픽을 더 확장하려고, 온라인 플랫폼 트래픽을 분산화하여 모객 비용이 더 증가하여 이윤율이 낮아지는데 영향을 받았다.

썬즈송슈(三只松鼠)(三只松鼠) '일방통행'식 판매루트와 비교하여 일찍이 오프라인 루트를 구축한 량핀푸즈(良品铺子)의 온오프라인 결합구조는 더 합리적이다. 2016~2019년 상반기 온라인 판매 수익 점유비율은 33.69%에서 45.19%로 상승했고 오프라인은 66.31%에서 54.81%로 낮아졌으며 수입 구조는 균형을 향하고 있다.

대가는 계산하지 않고 자신의 채널을 구축

문제에 직면하여 썬즈송슈(三只松鼠)는 한 편으로는 오프라인 실물매장을 대규모로 확대하였고 다른 한편으로는 자신의 물류를 구축했다.

비록 온라인 업무 증가 속도가 완만해졌지만 오프라인 사업은 여전히 안정적으로 추진되어 전국적 배치를 심화했다. 상반기 보고서에 썬즈송슈(三只松鼠)는 '투우시디엔(投食店)'매장을 38개 오픈했고 분기말까지 누적 139개가 되었으며 영업 수익은 3.1억 위안을 실현하여 전년대비 45% 증가했다. 가맹점은 새로 209개사를 열었고 분기말까지 478개가 되며 영업 수익은 1.57억 위안을 달성하여 전년 동기 대비 166.1% 성장했다.

코로나 19 전염병의 영향을 받아 오프라인 매장의 전체 유동 고객은 줄었고 신규 매장의 개업 속도도 눈에 띄게 늦춰져 예상했던 기대만큼 작용하지 못하고 있다. '투우시디엔(投食店)'과 가맹점의 영업수익은 각각 5.90%, 2.99%를 점유해 전체 영업 수익에 공헌하는 바가 비교적 작다.

동시에 매장 확대는 관리비용의 대폭 상승을 가져왔다. 작년 동기 대비 올해 상반기의 관리비용은 63.91% 증가했다.

관리비용 중 직원급여가 3875만 위안에서 6166만 위안으로 상승했고, 세금은 286만 위안에서 556만 위안으로 상승했으며, 전염병의 영향아래 재고량 중 폐기처분하여 손해 본 것이 604만 위안에서 1778만 위안으로 상승했다.

속설에서 얻는 것이 있으면 잃는 것이 있다고 한다. 싡즈송슈(三只松鼠)는 온라인 트래픽 배당을 잡았지만 오프라인 매장의 발전 기회를 지나쳐버렸다. 지금 오히려 온라인 트랙으로부터 배신을 당하고 있다.

오프라인 매장을 통해 굴기한 이푼(伊份), 바이차오웨이(百草味)를 예로 들면 각각 1999 년과 2003 년에 설립했다. 당시 묘하게 상업지대와 부동산의 1 차 하강을 맞아 소매업에 상가 임대를 충분히 제공했고, 브랜드를 통해 유동량을 유입하고, 오프라인 가맹브랜드로 발전 기회를 맞았다.

2011 년 이푼(伊份)은 2447 개 직영점을 보유하고, 바이차오웨이(百草味)도 이미 천개가 넘는 오프라인 매장이 있다. 마찬가지로 2006 년 설립한 량핀푸즈(良品铺子)도 실물매장부터 시작하여 공개된 자료에 의하면 현재 이미 2100 개 오프라인 매장을 보유하고 있고 오프라인 판매액 비중이 60% 가까이 된다.



사진 2) 출처: 신량재경(新浪财经)

2012 년 설립한 싡즈송슈(三只松鼠)는 오프라인 매장을 통해 다시 유동량을 획득하고자 하나, 높은 임대료와 '먼저 자리잡은' 경쟁상대에 직면하여 어려움이 겹겹이 놓여있다.

자체 물류 구축에서 가장 관건이 되는 문제는 양이 많지 않다는 것이다.

싡즈송슈(三只松鼠)는 4 월 9 일 우후(芜湖)에 2 개 회사를 설립했는데 안휘 싡즈송슈(三只松鼠) 공급체인관리유한공사 (安徽三只松鼠供应链管理有限公司), 안휘창슈물류유한공사(安徽仓鼠物流有限公司)로 상술한 2 개 회사는 싡즈송슈(三只松鼠)주식유한공사가 100% 지분을 보유하고 있다.

싡즈송슈(三只松鼠)가 9000 만 위안의 자금을 대어 성립한 공급체인회사와 물류회사에 대해 물류산업 전문가는 기자에게 이와 같이 말했다. "싡즈송슈(三只松鼠)가 자체 물류를 구축한 것은 필연적이다. 향후 10 년 전자상거래의 발전은 물류를 봐야하고 물류배송체계를 장악할 수 있어야 플랫폼 자신의 업무시스템을 지원하고 더 좋은 서비스를 할 수 있다."

싼즈송슈(三只松鼠)의 주요 투자자인 리펑(李丰)은 일찍이 이와 같이 지적했다: 싘즈송슈(三只松鼠)는 마찬가지로 온라인에서 일어난 회사이나 징둥과 같은 순전한 온라인 루트의 브랜드가 될 수 없을 것이다. 이것은 가전과 간식 품목 특성과 발전 속도와 관련이 있다. 싘즈송슈(三只松鼠)는 브랜드이며 루트이다.

품목 파생, 확장 압력

더 큰 성장 공간과 이윤처를 위해 싘즈송슈(三只松鼠)는 견과 브랜드를 식품 브랜드로 빨리 전환해야 한다.

싼즈송슈(三只松鼠)는 현재 4 개 새로운 브랜드를 출시했다: 티에공지(铁功基), 새로운 세대의 인터넷 소비 식품 브랜드다; 샤오루란란(小鹿蓝蓝) 인터넷 영유아 식품 전문 브랜드로 포지셔닝했다; 양러그마오하이(养了个毛孩) 차세대 인터넷 중국 애완동물 사료 브랜드로 포지셔닝했다; 씨샤오추에(喜小雀) 차세대 인터넷 선물 브랜드로 포지셔닝했다.

싼즈송슈(三只松鼠)는 가정소비 전장면의 솔루션을 구축하려 하며, 세부영역에서 장점을 발휘하여 더 광대한 성장공간을 차지하길 원한다.

새로운 트랙을 탐색하며 간식산업에 초점을 맞춘 WIETO 분석사 Eif 는 싘즈송슈(三只松鼠)가 고양이 사료 브랜드에 들어오기는 그리 쉽지 않다고 분석했다.

“고양이 사료는 소비가 업그레이드된 시장입니다. 이는 더 많은 브랜드 가치에 대한 느낌이 그 안에 존재한다는 것입니다. 고양이는 아주 까다로운 동물입니다. 따라서 현재 고양이 주사료는 기본상 모두 뉴질랜드, 캐나다 등 해외브랜드가 비교적 인기있습니다. 더구나 고양이 사료 중 갈보는 균중도 있어 그런 사용자는 천연사료를 더 고급으로 여깁니다.”



사진 3) 출처: 신랑재경(新浪财经). 싘즈송슈(三只松鼠) 산하의 고양이 사료 브랜드 '양러그마오하이(养了个毛孩)'

Elf 는 기자에게 덧붙이길 중국내 고양이 사료 브랜드는 최근 몇 년간에 들어서야 천연사료에 대한 개념이 시작되어 인지 비중이 너무나 적다고 했다. 마찬가지로 싼즈송슈(三只松鼠)가 사람의 식품 브랜드를 했다고 쉽게 장악할 수 있는 것도 아니라고 했다. 고양이 간식은 상대적으로 쉽지만 문제는 이윤이 낮고 온라인 배치에 너무 많고 소비자는 그리 큰 충성도가 없다고 했다.

동시에 규모 확대, 브랜드 확장이 가져오는 지출 증대, 할인 확대 영향으로 단기간동안 싼즈송슈(三只松鼠)의 이윤율은 필연적으로 압박을 받게 된다.

그러나 싼즈송슈(三只松鼠)도 자신의 장점을 갖고 있다. 윗 단계에서는 공급체인상 수량이 안정적이고 구매수준이 높다. 중간 단계의 핵심인 물류 과정은 줄곧 자신이 통제하고, 하위 단계에서도 디지털화된 사용자 관리 플랫폼을 구축하기 시작했다. 생산측면에서는 '연맹 공장' 방식을 사용하여 품질을 컨트롤한다.

한 싼즈송슈(三只松鼠) 직원은 기자에게 '많은 사람이 식품의 표준을 갖고 전자상거래 브랜드를 보며 상품이 동질화되어 보호구, 자체 건설 공장이 없다고 본다. 그러나 사실 전체 식품계에서 공급체인은 너무 많은데 비해 상품 능력을 가진 기업은 도리어 많지 않다. 이것이야말로 많은 문제의 원인'이라고 말했다.

"관건은 어떻게 견과 위주의 간식에서 현재 젊은 층이 좋아하는 개념의 상품으로 포장하느냐이다. 예를 들어 '매일 견과로 영양 보충'은 일종의 가정에서 구매하던 대용량 호도 해바라기씨의 상품과 구별되는 것이다. 송슈의 성장지점은 여기에 있다. 식품을 상품으로 바꾸는 것이다."

결어

싼즈송슈(三只松鼠)의 장기 발전 목표는 비즈니스모델의 본질이 자체 브랜드 소매상이 되는 것으로 뚜렷하다.

견과에서 간식까지, 간편식품, 영유아식품, 애완동물 식품, 선물 시장의 4 대 신트랙의 배치를 가속화하며 싼즈송슈(三只松鼠)는 철저히 자신의 최고점을 돌파하기를 바란다.

윗아랫 단계의 어려움, 경쟁상대, 루트, 자본시장의 4 면 8 방에서 압박을 받고 있는 싼즈송슈(三只松鼠)의 지속 성장에 대한 갈망은 질식상태에서 산소를 갈망하는 것과 같다. 압박을 받고 있는 싼즈송슈(三只松鼠)는 사면초가의 곤경에서 빨리 빠져나오려 하고 있다.

4. 메이투안 대학(美团大学) 1 주년 성적 발표: 누적 학습인 수 1698 만 명, 사업장 388 만 개 (Techweb, 2020.10.15)

10 월 15 일 소식에 따르면 메이투안 대학(美团大学)이 오늘 정식으로 10 개 디지털화 신직업 인재 성장 시스템을 발표했으며, 연합 20 개 사 생태합작사와 오픈식 파트너 계획을 시작하고 생활서비스업 디지털화 인재 배양을 돕는다고 했다.

공식발표된 데이터에 의거하면, 과거 1 년간 메이투안대학에서 진행한 클래스는 총 3839 개이며, 누적 교육인원 수는 1698 만 명을 넘고, 388 만 사업장을 포함한다. 메이투안 대학(美团大学)은 많은 학교와 산학협동 교육을 전재하고 있으며 선전직업기술학원 등과 공동으로 디지털생활학교를 건설했다.

코로나 19 전염병기간, 메이투안대학은 '판매사 격려 계획'을 내놓으며 전국 25 개 성에서 300 여 차례 방역 라이브방송을 했다: '춘풍대강당' 라이브방송을 개설하여 전문가를 요청하여, 판매상을 위한 디지털경영실천을 공유했으며 시청자 수가 1200 만 회를 초과했다.

메이투안 연합 창립자이며 메이투안 대학(美团大学) 교장인 무룽쥘(穆荣均)은 말하길 서비스 소비는 중국내수 증가의 중요한 엔진이며 디지털화는 서비스업의 고품질발전의 중요한 엔진이라며 현재 서비스산업 디지털화는 여전히 불충분하며 디지털인재의 부족이 주요 원인이다. 메이투안대학은 지속적으로 정부, 직업학교, 기업과 합작하여 생활서비스업 디지털화 인재 배양을 가속화할 것이라고 밝혔다.



사진 1) 출처: Techweb

그는 향후 1 년 메이투안 대학(美团大学) 4 개 작업방향과 상응하는 목표를 제출했다. 첫번째는 직업기능 업그레이드하는 것으로 100 개 산업 합작 파트너와 연대하여 배양 시스템, 표준, 인증을 구현하고, 10 만 생활서비스업 디지털운영인재를 인증한다; 둘째 산학융합을 촉진하여 100 개 학교와 연대하여 1+X 증서를 발급하고 메이투안 디지털생활학원과 디지털실천기지를 건설한다; 셋째 산업발전에 조력하여 1000 만 우수 판매상이 온라인화 영업수익 성장을 실현하도록 돕는다; 넷째 사회취업을 확대한다. 10 개 성과 합작하여 직업기능 업그레이드 디지털화 플랫폼을 공동 건립한다.

현장에서 메이투안 고위 임원 부총재, 매장사업군 총재 장취안이 나와 생활서비스업의 쾌속발전에는 매년 새로운 직업 생성과 새로운 산업 탄생이 수반한다고 했다. 메이투안 대학(美团大学)의 책임은 사장, 종사자와 교육이 긴밀하게 함께 연결되어 디지털화 수단으로 종사자의 평생 학습을 돕고 더 좋은 직업 생애 발전을 갖도록 하는 것이라고 했다.

이와 동시에 메이투안 대학(美团大学)도 정식으로 디지털화 신직업인재성장 시스템을 발표했는데 여기에는 배달운행사, 음식운행사, 호텔수익관리사, 인터넷주문배송원 등 10 개 직업을 포함했다. 시스템은 능력 표준, 학습지도, 교과과정 시스템, 훈련인증의 4대 부분으로 구성되었으며 280 개 시리즈 교과과정이

구축되어 정부, 협회, 학교와 연합하여 배양, 인증을 하고, '평생지속, 한단계씩 올라가는 발전'의 전체 성장여정을 구축한다.

당일 전국에서 첫번째로 뽑힌 115 명의 배달운영사와 호텔수익관리사가 인증서를 받았다. 이중 62 명의 배달운영사는 인사부 교육배양중심과 메이투안의 연합 훈련을 거쳤다. '호텔수익관리사'는 올해 9 월 성공적으로 교육부에 '1+X'증서가 인정되었으며, 중학직업학교, 고등직업학교, 대학교에 홍보를 진행하여 미래에 학교 학생이 학위증서를 받는 것 외에 메이투안 대학(美团大学)의 직업기능 증서를 받을 수 있게 했다.

이외 메이투안 대학(美团大学)은 20 개 생태합작사와 연합하여 공동으로 오픈 파트너 계획을 시작하는데 송안신취(雄安新区) 관리위원회 공공관리국과 비저에시(毕节市) 인력자원 사회보장국과 합작을 체결하여 '인터넷망+직업기능 업그레이드 훈련'플랫폼을 공동으로 건립한다

ISSUE 및 시장동향

1. 2021 년 10 대 디지털화 전환 트렌드 — 이오왕(亿欧网) 제공/원문 포브스

양자컴퓨팅이 미래의 주류가 될수도

저자: Daniel Newman | CMO Network



사진 1) 출처: Unsplash

2020 년이 우리에게 무엇을 가져올지 아무도 예측할 수 없다.

단지 지난 6 개월간 과거 십년동안 발생한 것보다 더 많은 디지털화 전환이 발생했고. 매 전환은 가속화되고 있으며 부단히 규모를 확대하고 있다.

1 년전의 아주 많은 디지털화 전환 예측 모두 이러한 변환의 수혜를 입었고 일부 예측은 예를 들면 도리어 7*24 시간 안전보장 연결과 같이 급변하는 수요로 대체되었다.

이는 2021 년에 대해 어떤 의미일까? 인공지능과 디지털분석과 같은 핵심기술이 여전히 신문 헤드라인을 점유할까? 또는 우리는 더 새롭고 이전에 출현했던 기술이 주류 지위를 차지하는 것을 보게 될까? 단지 시간만이 일체를 증명할 것이다.

이하는 나의 2021 년 10 대 디지털화전환에 관한 예측이다.

01. 5G 는 주류가 될 것이다-이번에는 진짜다!

다년간 우리는 줄곧 5G 의 장점에 관해 듣고 말해왔지만 올해에 와서야 원격사무, 화상회의, 디지털협업이 우리 생활의 핵심 부분이 되었고 신뢰할만한 연결과 더 많은 전송대역 수요를 갖게 되어서야 우리는 몸소 5G 의 진정한 장점을 느끼게 되었다.

우리의 전화, PC, 기타 설비에 대한 의존(부단히 증가하는 IoT 센서 포함)은 통신회사도 이미 사용자의 다차선 고속도로에 관한 니즈를 이해하고 있음을 드러냈다. 현재 기업은 연결이 중단되는 부담을 감당할 수 없으며 5G 부서는 이미 중요한 솔루션 방안의 한 부분이 되었다. 모두가 집에서 사무를 보고 학교를 관리하는 것을 지속함에 따라 2021년 5G의 가치는 나날이 주류가 되고 있다.

비록 최초 코로나 19 전염병이 올해 초기에 새로운 5G 망 구축 작업을 중단시켰지만 현재 점차 회복되고 있고 중국과 같은 대형시장은 2020년 배치 실현 목표를 갖고 있다.

동시에 글로벌 주요 휴대폰 제조사: 삼성, 샤오미, 모토로라, 애플 등이 이미 (혹은 앞으로 출시) 거의 매 가격 지점의 5G 휴대폰을 발표했고, 퀄컴은 (5G 기술의 선도자라고 할 수 있는) 더 많은 스마트폰 사용자가 5G를 사용할 수 있게 도울 것이다.

02. CDP 폭발

과거 몇 달간 고객데이터플랫폼(CDP, Customer Data Platforms)은 폭발적으로 성장했다.

모두가 알고 있듯 많은 루트의 산재한 데이터는 통합하기가 매우 어렵다, 이는 즉시, 세심하게 정리된 데이터를 통해 최적으로 운영하는 회사 입장에서는 그리 이상적이지 않다. IBM은 소위 '불량 데이터'가 이미 미국 기업에 매년 3조 달러의 손실을 가져온다고 추정하므로, 이에 대한 전쟁이 이미 각종 규모의 조직에게 급선무가 되었다.

CDP는 사용가능한 출처(루트)를 통해 데이터를 수집하고 정리하고 표기하며 이는 그것이 방문해야 하는 어떠한 사람도 사용할 수 있게 함으로써 문제해결을 돕는다.

Adobe / SAP / Oracle / Treasure Data 와 Microsoft 등의 회사는 이미 시장에 강대한 새로운 CDP를 제공하는데 대량의 자금을 투입했다. Segment 와 ActionIQ와 같은 신규 진입자는 CDP 서비스 영역에 대해 깊은 인상을 받았고, 그들은 독특한 방법으로 솔루션을 취하고 360 고객 도면 (360 customer view) 을 얻을 수 있다.

과거 몇 년 동안 나는 빅데이터 발전을 매우 주목했다. 아주 명확한 한 가지는 멈추지 않았다는 것이다. 데이터는 지수급으로 성장하고 있고 결코 빠르게 정지하지 않을 것이다. Cloudera 에서 Snowflake, 다시 SAS 분석 플랫폼까지, 데이터뱅크와 가시화 도구 모두 상관성을 잃지않을 것이나 CDP의 흥기는 2021년 폭발할 것이다.

현재 업무운영은 더욱 분산되고 있으며 부분적으로 집에서 사무를 보는 방식이다. 끊임없이 확장하는 접속지점 생태시스템 중 데이터 수집은 지속적으로 가속화될 것이며, CDP는 2021년 중요하게 변할 것이다.

03. 혼합 클라우드가 기업의 주요 전략

한동안 기업은 점차 혼합형 클라우드 기초구조를 발전시켜왔다. SaaS 응용 과정과 현지 솔루션부터 공공클라우드와 사유클라우드의 혼합까지 혼합 클라우드 전략은 조직이 그 독특한 클라우드 기초 구조 수요측면에서 적합한 평형에 이르도록 도와준다.

과거 1년 대형공유클라우드 제공사(예로 AWS / Azure / Google / IBM / Oracle)는 연이어 혼합기술방면에 큰 투자를 진행했다. 동시에 HPE, (VMware), Cisco와 같은 OEM 제조사는 구축도구 방면에도 큰 투자를 하여 이러한 도구가 현지 데이터센터와 클라우드 사이에서 더 간단하게 연결되도록 한다.

이 투자전략 모두 현재 고객의 수요를 만족하기 위함이다. 데이터의 지수급 성장도전에 대응하는 동시에 적극적으로 개인정보, 안전성과 합법성 등의 문제에 대응하기 위해서다.

혼합형 클라우드의 현대화 방법도 전통적 IT 확장에서 산업응용프로그램 지원에 이른다. 일례로 (Honeywell)은 오픈소스와 혼합형 클라우드 방법을 사용하여 자체 Forge IoT 플랫폼을 구축했고 이로서 관리하는 산업데이터가 기존 클라우드 데이터센터, 응용프로그램, 워크로드와 원활하게 통합할 수 있다.

코로나 19 전염병이 없었다하더라도 혼합형 클라우드는 2021년 트렌드 명단에 출현했을 것이다. 그러나 다른 사정이 없어도 코로나 19 바이러스는 민첩성과 적응력이 강한 클라우드 기초 구조 가치를 광범위하고도 돌발적으로 두드러지게 했다. 특히 우리는 세계 각지 회사가 더 빠르게 클라우드로 투자함을 보았다. 이는 우리가 특히 2020년에 직면한 위기와 마찬가지로 불확실성과 혼란의 순간에 더 빠른 변화를 실현한다.

04. 네트워크 안전 문제

비록 네트워크 안전이 철학상 말해온 그 중요성을 실추했지만 작년(2019년)에 이미 나의 핵심 기술 추세 리스트에 포함되었었다.

코로나 19 전염병으로 인해 네트워크 안전이 또다시 매우 중요하게 변했다. 해커는 전염병을 이용해 전세계에서 공격 활동을 확대했다. 2020년 1월부터 4월까지 은행에 대한 공격은 238% 증가했고, 클라우드 서버에 대한 공격은 600% 증가했다. 이에 따라 동일한 안전 네트워크상에서 작업하는 현장 직원수가 감소했고, 회사는 네트워크 안전 전략을 가정 네트워크와 가정에 이동하여 작업하는 설비까지 확대하여 필수적으로 업그레이드해야 했다.

AI와 기계학습은 이러한 추세에 매우 중요해졌다. 왜냐하면 우리는 이러한 악의적 행위의 시도가 지속적으로 증가하고 복잡한 도구와 알고리즘으로 잡아내야 함을 알기 때문이다.

Fortinet과 Cisco와 같은 회사는 방화벽과 침입측정 등의 영역에서, Splunk와 IBM 등의 회사는 안전성 식별과 사건관리(SIEM)측면에서 모두 거대한 기회가 될 것이다.

마이크로 소프트웨어는 활동목록, 소프트웨어와 클라우드 등의 영역에서 자원을 투입하여 안전성을 사용하는 회사다. 아주 많은 회사가 이 영역에서 역할을 발휘하며 소프트웨어, 클라우드, 하드웨어 제조상 모두 더 큰 투입을 하여 2020년 출현한 모종의 위협 증가에 대항하여 제품과 서비스를 더 안전하게 하도록 하고 있다.

05. 프라이버시와 기밀 컴퓨팅이 증가

네트워크 보안을 강화하는 또 다른 방법은 기밀 컴퓨팅으로 특히 통신과 데이터 개인 정보 문제를 해결할 때 두드러진다. 기밀 컴퓨팅의 개념은 데이터뿐만 아니라 전체 계산 프로세스를 암호화하여 민감한 정보에 대한 추가 보안층을 생성하는 것이다.

Google, Microsoft, IBM, Alibaba 및 VMware는 "기밀 컴퓨팅 연맹"을 통해 새로운 협의와 모범 사례를 개발하고 있다. 이 기술은 아직 초기 단계이지만 2021년에는 기밀 컴퓨팅이 점차 주류가 될 것이다.

06. Headless Tech가 업계를 혁신하고 비즈니스를 재편

무섭게 들리지만 "헤드리스 기술"은 기업이 이제 프론트 엔드와 백엔드 데이터 기능을 분리하여 맞춤형 쇼핑 경험을 만들 수 있음을 의미한다.

Amazon Alexa 에게 좋아하는 커피를 보충하라고 지시하거나 소셜 미디어를 통해 즉시 구매할 수 있는 것만큼 간단하다.

그렇다면 왜 그렇게 중요할까? 요컨대, 사람들은 이런 류의 상업 활동을 더 많이 하고 있다. 조사에 따르면 기업의 86 %가 지난 24 개월 동안 고객 확보 비용이 증가했다고 답했다.

이것은 두 가지를 의미한다.

첫째, 조직은 신규 고객 획득 순 비용의 ROI 를 극대화해야 한다.

둘째, 기업은 그 어느 때보다 고객 유지를 더 중시해야 한다.

창고에서 매장, 온라인 서비스 연결에 이르기까지 모든 채널의 경험을 통해 기업은 2021 년에 더 효율적이 될 것이다. 만약 그들이 지금보다 더 빨리 이러한 종류의 접근 방식을 채택할 수 있다면 시장 경쟁에서 더 유리할 수 있다.

07. 재택 근무는 새로운 유행병보다 길다

오랫동안 사람들은 더 큰 업무 유연성을 요구해 왔으며 대규모 재택 근무를 허용하기로 한 회사의 결정은 일반적으로 매우 급진적이다.

올해 갑자기 재택 근무가 유일하게 많은 기업의 실행 가능한 선택이 되었고, 모든 것이 당연한 일이다. 특히 전염병으로 인해 엄격하게 차단된 지역에서는 더욱 그러하다. 경제가 서서히 회복되고 직원들이 결국 직장에 복귀할 수 있도록 허용하더라도 회사는 여전히 직원들을 질병 발생으로부터 보호해야 할 무거운 책임이 있다.

Google, Facebook 과 같은 대형 하이테크 기업은 근무 범위를 가정정책에서 2021 년 또는 2021 년의 일부시간까지 확장했다. 중소기업도 이러한 작업 방식을 경영 선택으로 사용한다.

이를 가능하게 하는 이유 중 하나는 스마트 홈 오피스 기술의 빠른 배포와 개발이다. 물론 우리는 Zoom /Webex, Microsoft Teams 의 정보에 관해 많이 들었다. 이러한 플랫폼과 이 범주의 다른 플랫폼 (8x8, RingCentral, Pexip, Poly)은 사용과 개발에서 폭발적인 성장을 달성하였고, 사용하기 쉽고 안전하다.

WFH 장비의 배포가 현저히 증가하여 PC 판매가 증가하고 새로운 유형의 보안 연결 (예: SD-WAN)에 대한 투자가 증가하여 사무실 연결과 VPN 이 구비하지 않던 유연성을 제공한다. 이제 회사는 직원들의 생산성을 높이기 위해 힘써 더 나은 도구와 기술을 제공할 수 있다. 앞으로 몇 년 안에 우리는 이 상황이 계속되는 것을 보게 될 것이다.

또 다른 예상치 못한 결과는 인구 이주다. 점점 더 많은 사람들이 집에서 사무보고 계속 일하면서 사람들은 대도시에서 생활비용이 더 낮고 환경이 좋은 곳으로 이동할 가능성이 있다.

이러한 종류의 이주는 관련 기관이 교외 지역과 농촌 지역 간의 연결에 대한 투자를 늘리고, 인구 밀도가 낮은 지역 사회가 더 높은 생산성을 보이게 한다.

전염병은 많은 기업을 당황하게 했으며, 원격 근무하는 직원도 여전히 효과적으로 일할 수 있고 때로는 생산성을 더 높이고 운영 비용을 절감할 수 있음을 입증했다.

08. 인공 지능의 대규모 민주화

전염병은 AI 와 데이터의 민주화를 가속화했다. 거의 하룻밤 사이에 기업, 정부, 기타 기관은 바이러스 확산을 막기 위한 더 빠른 솔루션을 만들기 위해 협력해야 했다. 데이터, 인공 지능 및 기계 학습은 그들이 자연스럽게 사용하는 도구다.

2020 년에 시작한 작업은 2021 년까지 계속될 것이며 더 많은 기회를 창출 할 수 있다. 이러한 유형의 팀은 현재 독특한 능력을 보유하고 이러한 도전에 대응하고 있다. 예를 들어 더 빠르게, 더 좋게, 더 큰 규모로 글로벌 및 시장 문제를 해결한다.

많은 사람들은 AI 가 '미래'트렌드라고 생각하며 그것은 사람들의 일상 생활에서 없어서는 안될 부분이다. 소셜 미디어에서 보는 내용을 Netflix 에서 추천하는 영화나 아마존에서 쇼핑할 때 추천하는 제품과 연결할 수 있다.

컴퓨팅 성능이 점점 더 저렴해짐에 따라 클라우드 기술을 통해 사람들은 이 컴퓨팅 성능과 소프트웨어 및 프레임 워크를 얻을 수 있으며 점점 더 많은 기업이 AI 의 혜택을 받을 것이다.

NVIDIA, ARM (곧 NVIDIA 의 일부가 될 수 있음)과 같은 주요 칩 제조업체와 협력하여 Intel, Qualcomm 및 AMD 는 AI 지원 반도체를 지속적으로 혁신 한 다음 CPU / GPU / FPGA 및 ASIC (칩 형태)를 사용한다. 기업은 직접 (또는 제 3 방을 통해) 하드웨어 및 소프트웨어 제 3 방 애플리케이션에 액세스하여 AI 를 더욱 단순하게 하고 민주화할 수 있다.

인공 지능의 보급은 우리 삶 (쇼핑, 식사, 임대 및 엔터테인먼트)에 영향을 미칠 것이다. 강력한 컴퓨팅 기능을 사용하여 많은 양의 데이터 제공을 지원한다. 인공 지능은 우리가 유익한 곳에 사용할 수 있도록 지속적으로 모니터링 될 것이며 이는 정부와 산업계의 공동 노력의 결과일 것이지만 인공 지능의 사용이 빠르게 증가할 것이라는 데는 의심의 여지가 없다.

09. 설비 형태가 재미있어진다

플립형 휴대폰을 기억하는가? 그것이 다시 도래하고 있다.

사람들이 항상 연결 상태를 유지하는 데 관심을 등에 따라, 고객은 기기가 이전보다 더 가볍고 작아지고 더 강력한 연결성과 더 많은 기능을 제공하기를 기대한다. 사용자는 더 이상 여러 종류의 장치를 휴대하지 않고 혼합 설비에 점점 더 관심을 갖고 있다. 예를 들어 Microsoft Surface Duo 와 Samsung Galaxy Fold 2 와 같이 휴대폰이나 태블릿으로 겸용할 수 있고, 필요에 따라 스크린을 접거나 펼 수 있는 것이 그러하다.

2021 년에는 폴더블 스마트 폰이 다시 등장할 것이며, 이러한 스마트폰만이 폴더블이 아닌 스마트 폰과 동일한 고품질과 연결성을 제공할 수 있다.

몸에 가까이 주머니에 넣는 것 외에도 사용자가 더 큰 화면이 필요할 때 휴대 전화를 작은 태블릿으로 펼칠 수 있고, 그다음 다시 작은 모양으로 접을 수 있어 보관이나 기본적인 휴대 전화 사용에 편리하다. 예를 들어 Galaxy Fold 2 와 같은 장치가 발전 중이며 이제 회사는 폴더블폰을 더 강력하고 안정적으로 만들었다.

이로 인해 모든 장비가 변경될까? 절대적으로 그렇지 않다. 그러나 2021 년에는 접고 펴는 설비가 더 많아질 것이고 그것들은 기존 평면 스크린에 도전할 것이다.

폴더블과 멀티 스크린 장치 외에도 연결된 PC (ACPC, 2020 년 주요 트렌드 중 하나)는 더 큰 발전을 보였다. 가볍고 강력한 성능을 가진 노트북은 5G 또는 LTE 를 통해 완벽하게 연결된다. Intel 인증 Project

Athena CPU 에 모뎀 연결을 사용하여 ARM 상의 Windows 운영 체제를 설치하면 사용자가 휴대폰에서 연결하는 것처럼 노트북에 연결할 수 있다. 이는 원격 및 재택 근무를 위한 또 다른 안정적인 연결 방법을 제공한다.

이러한 추세는 작년부터 성장했으며 보급된 5G 는 이러한 추세를 발전시키는 열쇠가 될 것이다. "항상 연결"되는 노트북의 보급률이 계속 높아짐에 따라 이러한 추세를 수용하는 노트북 제조업체 (예: Lenovo, HP, Dell, Samsung)모두가 혜택을 볼 것이다.

10. 양자가 주류로

양자 컴퓨팅은 여러분의 관심을 끌지 못했지만 우리는 이미 이 분야가 전례없는 성장을 한 것을 보았다. 여기에는 IBM 과 Honeywell 등에 큰 역할이 있다. Splunk, Quantum Computing Inc, Honeywell, Microsoft, AWS, IonQ 등과 같은 협력 파트너 관계도 이 분야의 지속적인 성장을 촉진했다.

양자 컴퓨팅은 줄곧 가장 최전선에 위치하여 질병의 확산을 통제하고 치료법과 가능한 백신을 개발했다. 사람들이 양자 컴퓨팅이 필수로 제공해야 하는 기능을 인식함에 따라 다른 산업에서 더 많은 사례가 있을 수 있다: 어떤 소스, 어떤 시간에도 대규모 데이터를 간편한 조사, 모니터링, 분석, 조작할 수 있다.

기존 컴퓨팅과 관계없이 양자는 널리 채택되려면 갈 길이 멀지만 위에서 언급한 협력 파트너십을 통해 양자 컴퓨팅과 기존 컴퓨팅을 보다 긴밀하게 통합할 수 있으므로 응용 프로그램이 익숙한 컴퓨팅 환경에서 운영될 수 있다. Zapata Computing 은 Honeywell Quantum 기계를 사용하여 이를 시연했다. 이러한 추세는 점점 더 강해지고 있으며 매우 흥미로울 것이다.

전염병은 디지털 전환의 궤적과 속도를 변화시켰으며 2021 년까지 계속될 것이다. 우리가 2020 년에 관찰한 각종 규모의 조직이 직면한 추세와 새로운 우선 순위는 2021 년에 확정된 디지털 전환 전략의 중점, 정책 결정과 기술 투자에 정보를 제공할 것이다.

그래서 무엇을 놓쳤는가? 블록 체인이나 자율 주행차가 이러한 트렌드를 주도해야 할까? 2021 년에 화제가 될 다른 요인은 무엇이 있을까? 내년은 중요한 해가 될 것이다. 올해 건강하고 안정된 한 해가 되길 바라지만, 어쨌든 그것은 한 해는 모두 아주 빠르게 발전할 것이고, 디지털화 전환이 지속적으로 전세계를 구성하는 중점이 될 것이다.

2. 3 분기 GDP 4.9%성장한 중국 경제에 보내는 8 가지 중요 신호

— 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛) 제공

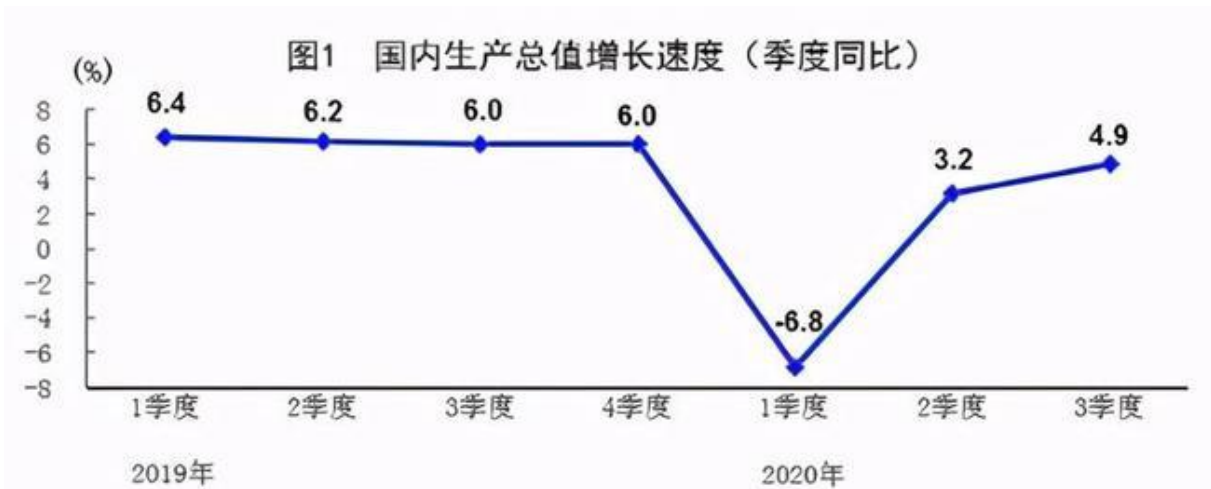


표 1) 출처: 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛). 중국 GDP 성장률(분기대비)

국가 통계국은 3 분기 중국 경제 지표를 발표했는데 중국 경제는 3 분기에 4.9 %, 1 ~ 3 분기에 전년 동기 대비 0.7 % 성장했으며 공식적으로 플러스로 전환됐다.

3 분기 중국 경제의 가장 큰 하이라이트는 '플러스 전환' 이라는 단어였는데, 소비를 제외한 거의 모든 주요 거시 지표가 기본적으로 플러스로 바뀌어 전염병 이전의 정상 상태로 돌아왔다. 이전 3 개 분기의 중국 경제 데이터에 대해 8 가지 관점에서 평론하고자 한다.

첫째, 4.9 % 성장률은 3 분기 글로벌 최고 데이터 중 하나가 될 것이다.

3 분기 경제 성장률은 4.9 %로 예상보다 낮지만 여전히 매우 좋은 수치다. 특히 전염병이 여전히 심각한 상황임을 고려할 때 이 데이터는 여전히 세계 최고 중 하나다. 1 분기 -6.8 %, 2 분기 3.2 %, 3 분기 4.9 %로 급격히 반등하여 성장률이 플러스가 되었으며 중국 경제가 점차 정상화되고 있다는 추세는 명확하다.

둘째, 주요 경제 지표가 기본적으로 "플러스로 전환"되었다. 이는 중국의 주요 경제 지표가 전염병 이전만큼 회복되지는 않았지만 기본적으로 전염병의 영향에서 벗어 났음을 나타낸다.

1. 일정 규모 이상 산업의 부가가치는 플러스로 전환되어 이전 3 개 분기에는 전년 동기 대비 1.2 % 성장했고 상반기에는 1.3 % 하락했다. 9 월에는 일정 규모 이상 산업의 부가가치가 6 개월 연속 증가하여 6.9 %로 반등했다. 9 월 중국의 제조업 구매 관리 지수는 51.5 %로 7 개월 연속 기준치를 상회했다.

2. 소비자 소매 판매 총액은 전년 동기 대비 7.2 % 감소했지만 감소율은 상반기 대비 4.2 퍼센트 포인트 감소했다. 특히 3 분기 성장률은 0.9 % 였고 분기별 성장률은 공식적으로 플러스로 전환됐다.

3. 고정 자산 투자의 성장률이 공식적으로 플러스로 전환되었다. 첫 3 분기 동안 고정 자산 투자는 전년 동기 대비 0.8 % 증가했고, 성장률은 연중 처음으로 마이너스에서 플러스로 전환되었고 상반기에는 3.1 % 하락했다.



표 2) 출처: 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛). 일정 규모이상 산업성장률(월간대비)

부문별로는 인프라 투자가 0.2 % 증가했고, 성장률은 연내 처음으로 마이너스에서 플러스로 전환했고, 상반기 2.7 % 하락, 제조업 투자가 6.5 % 감소하여 상반기보다 5.2 퍼센트 포인트 낮았으며 부동산 개발 투자는 5.6 % 증가했다. 성장률은 상반기 3.7 퍼센트 포인트 증가했다. 3 대 투자 중 성과가 가장 좋은 것은 부동산 투자였다.



표 3) 출처: 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛). 사회소비품 소매판매총액 성장률(월간대비)

4. 수출입도 공식적으로 플러스로 바뀌었다. 이전 3 분기 동안 수출입 총액은 231151 억 위안으로 동기간 대비 0.7 % 증가했으며, 올해 처음으로 성장률이 마이너스에서 플러스로 전환됐다. 그중 3 분기 수출입 데이터는 특히 전년 동기간 대비 7.5 % 증가한 반면, 2 분기는 0.2 % 하락하여 눈길을 사로잡았다. 특히 9 월 수출입 성장률은 모두 시장 기대치를 상회했다. 달러 원가 계산 수출은 전년 동기간 대비 9.9 % 증가했으며, 시장은 9 % 증가할 것으로 예상된다. 수입은 전년 동기간 대비 13.2 % 증가했다.



표 4) 출처: 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛). 고정자산투자(농가 불포함)성장률

5. 주민 소득의 실제 증가율은 마이너스에서 플러스로 바뀌었다. 전 3 개분기 전국의 주민 1 인당 가처분 소득은 23781 위안으로 전년 동기간 대비 3.9 % 명목 성장했고, 가격 요인을 차감한 후 실질적으로 0.6 % 증가했다. 올해 처음으로 플러스로 전환해 상반기에 1.3 % 하락했다.

6. 굴삭기 판매는 계속해서 비약적으로 증가했다. 중국 엔지니어링 기계 공업 협회 통계에 따르면, 9 월 통계에 포함된 25 개사 굴삭기 업체는 2.6 만 대의 굴삭기를 판매하여 전년 동기간 대비 65 % 증가했으며, 8 월 전년 동기간 대비 성장률은 51 %, 9 월 성장률은 65 %였고, 단월 전년 동기간 대비 성장률은 14 퍼센트 포인트 증가했다. 1 ~ 8 월 전년 동기간 대비 성장률은 29 %, 1 ~ 9 월 성장률은 32 %, 누적 성장률은 3 퍼센트 포인트 증가했다.



사진 1) 출처: 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛)

셋째, 이상의 지수는 우리가 올해 1 분기 이후 제출한 하반기의 중국 경제가 공식적으로 '플러스'로 변할 것이라는 예측이 맞았음을 입증한다. 그러나 3 분기 경제 성장률은 4.9 %로 우리의 예측보다 낮았다.

나의 이전 예상은 정책 가속화 상황에서 3 분기 경제 성장률이 최소 6 % 이상이어야 한다는 것이었다. 4.9 % 성장률은 정책 투입량 대비 산출 결과가 여전히 만족스럽지 않은 것이고 이것은, 상황이 여전히 심각하고 전체적인 중국 경제가 여전히 상대적으로 '허약'하다는 것을 의미한다. 전세계적으로 전염병이 여전히 확산되고 있는 상황에서, 외부 환경이 중국 경제에 미치는 영향은 여전히 가벼이 여길 수 없으며 확실히 서로 축하할 때가 안되었다.

넷째, 가장 중요한 것은 중국 경제 데이터에만 초점을 맞추어서는 안된다는 것이다. 데이터는 물론 매우 중요하지만 반복해서 강조했듯이 중국에게 최대 도전은 전염병 이후다.

전염병 이후 글로벌 정치 경제는 반드시 세상이 뒤바뀔 만큼의 변화를 겪게 되며, 이번 전염병은 이제 막 세상을 바꾸기 시작했다. 실제에 기반하여 전염병은 대부분 중국 경제의 외부 환경을 변화시키는 최대 도전이다. 중국 산업 체인의 안전문제, 유럽과 미국 등의 국가들은 중국을 적대시하는 발언을 끊임없이 계속하고 있고, 전염병의 영향으로 세계화의 역전은 중국 발전의 큰 추세에 필연적으로 영향을 미친다. 이러한 도전은 숫자 자체보다 중국 경제에 훨씬 더 큰 영향을 미친다. 전염병 후 중국이 직면한 다양한 도전에 대응하는 것이 현재 반드시 일정에 있어야 한다.

다섯째, 지금은 정책을 바꿀 때가 아니다.

비록 3 분기 경제 성장률과 주요 지표가 모두 플러스로 바뀌었지만 4 월 이후 대응 정책을 고수해야 하고, 통화 · 재정 정책이 여전히 받쳐 줘야 한다. 주요 지표의 플러스 전환은 중국 경제가 위험 지역에서 벗어났다는 의미는 아니다. 특히 재정 정책 측면에서 올해 조세 감면 정책을 강화해야 하는데, 일부 지역에서는 여전히 감세 정책이 시행되지 않고 있으며, 저소득층 과 어려움에 처한 집단에 대한 보조금에 대한 명확한 조치가 없는 지방이 많다.

여섯째, 데이터는 물론 중요하지만 더 중요한 것은 중소기업의 생존 상황이 어떠한가이다. 전염병 발생부터 지금까지 가장 큰 영향을 받는 것은 여전히 중국의 중소기업이다.



图虫创意

그림 1) 출처: 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛)

현재 중국의 중소기업이 어떤 생존 조건인지, 파산된 곳이 얼마나 많으며, 어떤 구조 조치가 있었는지 보지 못했다. 나는 일부 지방을 조사했고, 모두가 여전히 매우 어렵다고 반응했다. 중소기업의 운명과 취업에 관한 한, 중국 경제는 아직 최고로 어려운 시기에 이르지 않았다.

일곱째, 이 전염병은 중국에 대해 의심할 여지없이 도전이지만 거대한 기회를 가져다준다.

전염병 기간 동안 미국의 중국 경제 억압과 과학 기술 분야에서 주도한 제재로 많은 사람들이 환상을 포기했다. 올해 고위 경영진이 제안한 '쌍순환' 전략의 핵심 포인트 중 하나는 혁신 분야에서 우리가 돌파하겠다는 결의를 가져야 한다는 것인데, 전염병은 실제로 중국 경제가 자신의 잘못된 것을 고칠 최고의 기회를 제공했다. 10 ~ 15 년 후에는 몇 가지 핵심 영역에서 큰 돌파구가 있을 것으로 믿는다.

여덟째, 중국 경제의 외부 환경의 엄청난 변화에 잘 대비해야 한다.

이것은 4 월 8 일 고위 관리들이 내린 경고다. 그러나 이 3 개 분기 동안 내가 관찰한 바로는, 많은 사람들이 현재 중국 경제의 어려움과 도전이 전적으로 전염병에 기인한다고 믿고 있다. 전염병이 끝나면 모든 것이 정상으로 돌아간다는 견해는 특히 위험하다.

미국 전 국무 장관이었던 키신저가 올해 "코로나 바이러스 전염병이 세계 질서를 영원히 바꿀 것"이란 문장에서 보인 관점은 매우 주목할만 하다. 글에서 키신저는 다음과 같이 지적했다: **이 코로나 바이러스 위기 이후 세계는 영구적으로 변할 것이다.**

"비록 인류 건강에 대한 공격은 일시적이지만 (이렇길 희망한다) 이로 인한 정치적, 경제적 혼란은 여러 세대 동안 지속될 수 있다."



그림 2) 출처: 왕이하오 정흐다오(网易号 正和岛)

중국의 기업가들은 그들의 환상을 포기하고 거대한 변화에 대비해야 한다. 중국 경제는 되돌아 갈 수 없다. 다음 사이클에서 우리는 이전에 경험하지 못했던 "무인구역"에 직면하게 될 것이다.

3. MINISO 상장, 모방할 생각말라 — 36kr 제공



사진 1) 출처: 36kr

창립 7 년만의 상장, 시가 60 억.

출판 '일본을 모방한 계열' 브랜드인 '십위안점'으로 오인받았던 미니소(MINISO)가 오늘 마침내 미국 뉴욕증권거래소에 등록했다. 베이징 시간(10 월 15 일)저녁 21 시 45 분 공표한 발행가로 미니소(MINISO)의 발행가는 20 달러/주로 이전의 16.5~18.5 달러의 정가 사이보다 높다. 이번에 책정한 가격 계산에 따르면 시가 60 억달러 이상이 된다.

일찍이 2019 년 6 월 IPO 루머에 대응할 때 미니소(MINISO)는 2018 년 연초 회사내부에 이미 IPO 프로젝트를 시동했다. 당해 9 월 미니소(MINISO)는 텐센트, 까오링캐피탈의 10 억 위안 인민폐의 전략적 투자를 받아들였고 이는 창립이후 최초의 외부 용자였다. 이것은 당시에 미니소(MINISO)의 상장 시발점으로 보여졌다.

최후 상장 시간은 2 년이 넘게 늦춰진 오늘에 이르렀다. 36kr-미래소비그룹은 각방면으로 종합한 소식에 따르면 여전히 가치평가와 가격 측정 방면에서 대략적인 비율을 알고 있다. 또한 지난 2 년 동안 미니소(MINISO)는 각종 분쟁과 기복을 경험했다. 상장까지 가는 길이 확실히 쉽지 않았다.

미니소(MINISO)는 이번에 총 3040 만 주 ADS 를 발행했고 매주의 발행가는 최종 16.5 달러~18.5 달러 사이로 정해져 총 모집 자금이 4 억 달러가 되었다. 주주모집설명서에 따르면 이번 모집 자금의 용도는 발행관련 비용을 제한 후 약 30%의 모집자금을 매장 네트워크 확장에 사용하고 약 30%는 비축과 물류네트워크에 투자하고, 약 20%는 디지털화 운영시스템에 투자할 것이라고 했다.

기타 상장 모집으로 들어온 자금은 마케팅활동, 사옥을 건축할 토지 구매 배치와 전략적 투자 등에 사용될 것이다.



사진 2) 출처: 36kr

01

가성비의 앞뒷면

이전에 상장한 많은 중국특색을 구비한 회사에 비해, 미니소(MINISO)의 모델은 해외 투자자들이 더 잘 이해할 수 있고, 가성비가 탁월하다고 평가받는다. 이것은 유니클로와 비슷하고, MUJI 와 비슷하고 또한 다이소 일본 잡화백화점과 비슷하다. 그리고 원인은 해외에 1680 여 개 매장이 있기에 체감상 더 강할 것이다.

주주모집서에 따르면 2020 년 6 월 30 일까지 미니소(MINISO)는 전세계에 4200 개가 넘는 매장을 열었고 이중 2500 개는 국내에, 1680 여개는 해외에 있다

7 년간 4000 개 매장을 낸 이 속도는 중국내에서도 심지어 전세계에서도 출중하며 그것의 일본 스승인 MUJI 는 2019 년 회계연도상 전세계에 채 500 개가 안 되는 매장이 있을 뿐이다.

더구나 상승세를 탄 중국 제자와 다른 것이 이 일본 사부의 최고 좋은 시절은 이미 2015 년에 머물러있다.

2016 년을 시작으로 MUJI 는 일본 본토 외 최대시장인 중국시장에서 판매 증가폭이 점점 하락하고 있다. 이후 판매액이 연속 매년 하락하고 있고 최근 몇 년간 10 여 차례가 넘는 가격 할인에도 쇠퇴해 가는 형세를 돌이키지 못했다. 전세계 기타 시장에서도 사정은 그리 좋지 못해 3 개월 전 미국 자회사는 파산을 선포했다.

MUJI 의 퇴조에 관해 모두가 그리 의외로 여기지 않았는데 이유는 중국 제자들이 실제로 너무나 잘하기 때문인데 하나하나가 '좋은 생활, 그리 비싸지 않아도 된다'를 기치로 내걸고 MUJI 를 반격할 여지가 없게 했다.

미니소(MINISO)는 마찬가지로 MUJI 식의 미학, 별차이 없는 품질, 약간 낮은 가격을 지닌다. 그 후 “계속적인 가격 심사, 중국을 위한 변화”를 추구한 MUJI 는 끊임없이 가격을 낮추기 시작했으니 가격은 여전히 중국 학도들에게 비할 바가 못되었고 MUJI 의 지위는 초점을 잃기 시작했다.

한 우스개소리가 그것의 당혹감을 잘 묘사해준다 무산계급당이 MUJI 를 얻는 것은 중산계급의 소비다, 중산계급당이 MUJI 를 얻는 것은 무산계급소비다.

이 것은 한편으로 MUJI 가 어떻게 가격을 내리건 모두 중국 학도보다 낮을 수 없다는 것이고 다른 한편으로는 중국 학도들이 더 정확한 포지셔닝을 하며 가성비로서는 낮은 가격으로 유명한 미니소(MINISO)가 가장 대표성을 갖는다.

주주모집설명서에서 보면 2020 년 6 월 30 일 재무년도까지 95%의 상품의 중국 소매가격이 50 위안 미만이었다(7.08 달러)

예귀푸(叶国富)는 일찍이 공개장소에서 여러 번 낮은 비용과 저이윤만이 진정한 낮은 가격이라며 이전의 미니소(MINISO)의 총이익률은 단지 8%였는데, 동종업계는 일반적으로 40% 좌우라고 밝혔다. 이것은 지명하지 않았지만 대략 MUJI 를 뜻하는 것으로 MUJI 의 총이익률은 45% 좌우였다.

사력을 다해 가격을 낮춘 결과는 미니소(MINISO)가 오늘날까지 여전히 적자에 처해 있다는 것이다. 2019 년 재무년도와 2020 년 재무년도에서 미니소(MINISO) 주주의 순수실은 각각 -2.9 억 위안과 -2.6 억위안이며 순적자율은 -3.1%와 -2.9%이다.

당연히 이 2 년간 총이익률도 점차 올라갔다. 2019 년 6 월 30 일까지의 2019 년 재무년도에 따르면 미니소(MINISO)의 총이익률은 26.7%까지 올라갔고 2020 년 재무년도에는 30.4%까지 상승했다. 총이익률 상승에 대해 주주모집설명서에서 이유는 증치세율 감소와 파생 상품이 가져온 수익 확장이라고 밝혔다.

상품의 빠른 변환은 미니소(MINISO)가 지닌 몇 가지 큰 장점 중 하나다. 2020 재무년도에서 미니소(MINISO)는 평균 매월 600 여 개의 SKU 를 출시했다. 어떻게 부단히 갱신하고, 신상품을 주류 미학에 맞추고 동시에 저비용으로 하는지에 대한 미니소(MINISO)의 비결은 공동 브랜딩이다. 2020 재무년도에서 2300 개 새로운 SKU 가 공동 브랜딩한 것이었다.

과거 헬로키티, 마블, 디즈니 등 17 개 글로벌 IP 와 합작했고 올해 미니소(MINISO)는 코카콜라, 왕즈룽휘(王者荣耀)전시와 합작하여 신상품을 출시했다. 이러한 일련의 움직임은 빅 IP 를 통해 상품 인지도를 높이고 동시에 IP 에서 가져온 프리미엄으로 저가의 이윤 상황을 개선한다.

이 또한 미니소(MINISO)의 어려움을 표현하는데 박리다매가 가져오는 규모의 효과는 일정한 한도가 있다. 이 포지셔닝을 바꾸지 않고 어떻게 성장을 더 확대할 것인가가 문제다.

미니소(MINISO)는 주주모집설명서에서 매장을 확대하는 능력(특히 중국내에서) 수입 성장의 주동력이라고 했다. “우리는 중국에서 매장이 계속 확대되고 있고 우리가 끊임없이 성공하도록 해주고 있습니다. 가장 좋은 위치에 더 많은 미니소(MINISO) 상점이 입점하도록 유입하고 있습니다.” 2019 재무년도와 2020 재무년도에서 미니소(MINISO)는 각 영업수익 93.94 억 위안과 89.79 억 위안을 달성했다.

이중 중국 수입은 인민폐 63.64 억 위안과 인민폐 60.441 억 위안(8.555 억 달러)로 각각 같은기간 총수입의 67.7%와 67.3%였다.

낮은 가격은 적자의 주 원인이 아니다

이것을 보고 당신은 미니소(MINISO)의 적자 주원인은 '지나친 가성비'때문이 아닌가라고 생각할 수 있다. 그러나 사실 그렇지 않다.

미니소(MINISO)는 현재 26.7%, 30.4%의 총이익률을 보이고 있고 산업군에서 그리 낮은 축이 아니며 가맹위주의 모델에 더해 대부분 매장 오픈 비용은 모두 가맹점주가 부담한다. 그렇다면 이러한 상황하에 미니소(MINISO)는 왜 여전히 적자일까?

답안은 미니소(MINISO)가 작은 총이익률과 영업수익 수단을 끌어내기 위해 적지 않은 대가를 치른다는 데에 있을 것이다. 우리는 총이익에서 매장 임대료, 마케팅비용, 인력비용, 세금 등 비용을 제한 후 순이익이 된다는 것을 알고 있다.

미니소(MINISO)가 파는 것은 아주 싼 물품이지만 그것의 브랜드와 매장 홍보마케팅비는 고급 브랜드보다 낮지 않다.

그리고 경영과 직접 연관이 되는 비용으로 주주모집설명서 중 '판매와 배치 비용', '일반지출과 행정지출' 2 개 부분에서 판매와 배치 비용은 2019 과 2020 재무년에 각각 8.183 억 위안과 11.905 억 위안이었고 같은 기간의 총이익은 각각 25.110 억 위안과 27.325 억 위안이었다. 단일 판매와 배치 비용이 총이익의 40%를 초과한다.

	2019		2020		
	RMB	%	RMB	US\$	
(In thousands, except for percentages)					
Continuing operations:					
Revenue	9,394,911	100.0	8,978,988	1,270,893	100.0
Cost of sales	(6,683,931)	(72.3)	(6,246,488)	(854,133)	(69.6)
Gross profit	2,710,980	28.7	2,732,499	388,760	31.4
Other income	15,468	0.1	37,208	5,266	0.4
Selling and distribution expenses(1)	(818,318)	(8.7)	(1,190,477)	(168,501)	(13.3)
General and administrative expenses(1)	(593,205)	(6.3)	(796,435)	(112,728)	(9.0)
Other net income	24,423	0.3	85,987	11,911	0.9
Credit loss on trade and other receivables	(80,124)	(0.8)	(25,366)	(3,530)	(0.3)
Impairment loss on non-current assets	(27,542)	(0.3)	(38,844)	(5,315)	(0.4)
Operating profit	1,016,682	10.8	766,581	108,503	8.5
Finance income	7,311	0.1	25,608	3,625	0.3
Finance costs	(25,209)	(0.3)	(31,308)	(4,388)	(0.3)
Net finance costs	(17,898)	(0.2)	(5,700)	(811)	(0.1)
Fair value changes of paid-in capital subject to redemption and other preferential rights/redemtable shares with other preferential rights	(709,780)	(7.5)	(680,033)	(96,252)	(7.5)
Profit before taxation	289,004	3.1	80,818	11,440	0.9
Income tax expense	(279,583)	(3.0)	(210,949)	(29,898)	(2.3)
Profit/(loss) for the year from continuing operations	9,421	0.1	(130,131)	(18,418)	(1.4)
Discontinued operations:					
Loss for the year from discontinued operations, net of tax	(300,830)	(3.2)	(130,345)	(18,407)	(1.4)
Loss for the year	(294,409)	(3.1)	(260,176)	(36,825)	(2.8)
Attributable to:					
Equity shareholders of the Company	(290,647)	(3.1)	(262,267)	(37,121)	(2.9)
Non-controlling interests	(3,762)	(0.0)	2,091	298	0.0
Loss for the year	(294,409)	(3.1)	(260,176)	(36,825)	(2.8)
Non-IFRS Measure(2):					
Adjusted net profit	868,801	9.2	870,790	117,406	9.3

표 1) 출처: 36kr. 미니소(MINISO)의 연도 운영 보고

추세로 보면 이러한 비용도 대폭 증가했는데 주주모집설명서에는 증가 원인을 3 가지로 들고 있다. 첫째는 IP 권한 비용이 증가했고, 두 번째는 감가 상각과 할부 판매 증가로 이 부분은 주로 미니소(MINISO)의 직영점에서 온 문제이며 특히 해외직영점이 그렇다. 세 번째는 마케팅 비용의 증가때문이다.

윗 글에서 말한바대로 미니소(MINISO)는 2년간 IP 공동브랜딩으로 이윤율이 낮아지고 옛 것 중 쓸모없는 것은 버리고 새 것을 내놓은 주요 수단이다. 그러나 이 부분의 비용도 무시 못할 것이 1년간 1.28억 위안이 든다.

그외에도 모두가 알다시피 미니소(MINISO)는 아주 좋은 위치에 매장과 해외매장을 갖고 있으며 기본적으로 모두 직영이다. 그리고 이것은 이미지 전시 작용을 일으키며 전시 효과를 내는 매장 모두 현금으로 교환된다. 동시에 온 거리에 붙어있는 왕이보(王一博), 장즈핑(张子枫)도 돈을 써야 한다.



사진 3) 출처: 신량왕(新浪网). 미니소 홍보모델 왕이보(王一博)와 장즈핑(张子枫)

03

미니소(MINISO)의 굴기, 후발주자는 복제할 생각말라

가맹을 말하면 미니소(MINISO) 모델을 말하지 않을 수 없다. 이 회사는 전세계에 4500여 개 매장을 보유하고 단지 3.1%의 매장만이 직영점이고 기타 96.9%전부가 가맹점이다. 자신이 매장을 연 것이 아니고 자신이 공장을 세운 것이 아니고 전부 통합 공급체인에 의존하며 거의 백억에 가까운 영업수익을 내고 있다. 이것은 세계에서 가장 부러워하는 점이다.

만약 윗 글과 같이 수입 상승의 대부분이 매장 확대에서 온다면 매장 성장은 모두가 미니소(MINISO)가 돈을 벌기 쉽다고 보기에 많은 사업자를 끌어모으는 것이다. 그렇다면 만약 이 조건이 약해지면 어떨까?

우리는 단일 가맹점이 어떤지는 차치하고 주주모집설명서 데이터를 두고 살펴보면 매장 하나를 오픈하는데 이전만큼 돈을 벌지 못한다.

2020 재무년도 (2019년 7월 1일~2020년 6월 30일) 미니소(MINISO) 단일매장 수입은 19.8% 하락했고 만약 주로 코로나 19 전염병의 영향을 받은 탓이라면 우리는 다시 이전으로 돌아가 살펴보자. 2018년 하반기와 비교하여 2019년 하반기의 미니소(MINISO)는 중국의 동일 매장 판매액이 3.8% 하락했다.

시장경쟁이 날이 갈수록 격화되는 것이 가장 직접적인 원인이며 간단히 말하여 각종 '우수한 품질' '좋은 품질'이 도처에 깔려 소비자는 이미 다 쓰기 힘들어졌다.

더구나 미래 이러한 상황은 더욱 일상화될 것이고 주주모집설명서에서도 멀지 않은 장래에 미니소(MINISO)의 동일 매장 판매는 계속 중대한 변동이 일어날 것이고 현격하게 성장할 수 없을 것으로 예측하며 더 나아가 하락할 수도 있다고 밝혔다.

가맹점의 투자 원금 회수 주기를 보면 주주모집설명서에 미니소(MINISO) 가맹상은 통상 개업후 12~15개월 내 투자 원금을 회수한다고 나와있다.

종합적으로 미니소(MINISO) 프랜차이즈는 돈이 빨리 벌리는 장사가 아니며 배당 혜택은 지나갔다. 이러한 상황하에 미니소(MINISO)가 미래에 가맹점을 모으는 흡인력이 얼마나 클지 지켜보아야 한다.

이외에도 미니소(MINISO)는 P2P 플랫폼 분리바오(分利宝)를 사용하고 가맹모델을 위한 수혈은 일찍이 업계내에서 공공연한 비밀이 되었다. 비록 분리바오(分利宝)는 이미 8월 15일 플랫폼 서버를 닫았고 미니소(MINISO)도 그 관계를 인정하기를 원치 않지만 이전의 주주권에 침투한 것이든 기타이든 모두 양자의 관계를 충분히 증명한다.

이전에 양자의 모델은 대략 가맹자금이 부족할 때 그 가맹점으로 보증하여 분리바오(分利宝)에게서 대출받아 각종 가맹에 필요한 비용을 지불할 수 있었다. 이렇게 가맹상은 뒷걱정없이 안심하고 프랜차이즈에 가입하였고, 대출한 돈은 한 차례 돌아 분리바오(分利宝)로부터 미니소(MINISO)로 돌아왔다. 따라서 외부에서 보기에는 줄곧 '자체 용자'라는 의구심을 가졌다.

미니소(MINISO)는 당연히 이 점을 부인해왔고 단지 외부에서 미니소(MINISO)의 모델을 이해하지 못한 것이라고 했다. 더구나 상장 전 미니소(MINISO)는 이미 관련된 모든 인터넷 금융 플랫폼에서 철수하거나 중단하여 이 논쟁은 더 이상 분명하지 않게 되었다.

우리가 '자체 용자'라고 하건 '혁신'이라 하건 이후의 영향을 말하면 이 대출 루트가 적어진 후 프랜차이즈에 가맹하려는 문턱은 보이지 않게 높아졌다. 원래 대출로 매장을 시작할 수 있었는데 현재는 역시 먼저 자금을 투입해야 한다.

또한 부득이 언급해야 할 점이 상장 규약은 제외하고 고려해도, 미니소(MINISO)의 P2P 폐쇄는 사실상 큰 추세이며 오늘날 P2P는 이미 퇴조기에 들어섰다.

은행보건감독회 일반특혜 금융부 부주임 펑옌(冯燕)에 따르면 9월 15일 통기회(通气会)에서 2020년 8월말 전국에서 운영하는 인터넷 대출기구가 15개 사만 남았다고 밝혔다. 2019년 초와 비교하여 99%가 하락했고, 대출금액은 84% 하락, 채권자는 88% 감소, 차용자는 73% 감소했다.

과거 2 년간 대량의 P2P 가 모두 지불곤란의 문제를 드러냈고 지난 달 백억 규모의 아이치엔진(爱前进)도 입건되어 조사를 받게 되었으니 이런 상황에서 P2P 는 기본상 어려워졌다.

이 역시 미니소(MINISO)의 성공이 다시 복제되기 어려운 가에 대한 답이 된다. 원손으로는 사업, 오른손으로는 금융을 하는 자는 활동하기 어렵다. 후발주자는 미니소(MINISO)보다 더 빨리 가는 방법을 다시 생각해야 하며 '혁신'의 방법만이 가능할 것이다.

이 역시 중국이라는 시장에서 있을 수 있는 특색있는 '혁신'이다.

4. 양자컴퓨터 시리즈 68) 중국 본원양자팀 Airbus 양자컴퓨팅 도전대회 결승 진출 — 시크토타오(时刻头条) 제공

최근 허페이 본원양자(合肥本源量子)팀은 유럽 Airbus 가 주최하는 Quantum Computing Challenge 의 결승에 성공적으로 진출하여 결승에 진출한 유일한 중국 팀이 되었다. 이 행사는 글로벌 양자 컴퓨팅팀을 위한 것이며 항공 우주 분야에서 양자 컴퓨팅의 일련의 응용 문제를 해결하는 것을 지향한다. 나머지 네 팀은 각각 프랑스, 독일, 네덜란드 등의 국가이며 최종 결선 성적은 12 월에 발표될 예정이다.



사진 1) 출처: Airbus 공식 홈페이지. 본원양자 팀 소개

세계를 향하여 항공 우주 양자 시대를 창조

기존 컴퓨터가 점차 컴퓨팅 성능 한계에 접근함에 따라 양자 컴퓨팅은 더 높은 수준의 컴퓨팅 성능을 세상에 제공할 것으로 기대된다. 선진적인 컴퓨팅 솔루션을 적극적으로 사용하는 Airbus (이하 "Airbus"라고 함)는 항공 우주 산업의 주요 문제를 해결하고 항공기 제조 및 비행 방식을 영구적으로 변화시키기 위해 최첨단 컴퓨팅 방법의 사용을 모색하고 있다.

2019 년 1 월 Airbus 는 글로벌 양자 컴퓨팅 도전대회를 시작하여 이 회사와 협력하여 항공 우주 분야에서 양자 시대를 구축하기 위해 전 세계 36 개 양자 컴퓨팅 팀의 800 명 이상의 연구원을 초청했다.

Airbus Quantum Computing Challenge (AQCC)는 간단한 수학에서 비행 물리학에 이르기까지 다섯 가지 유형의 문제를 제시했다. 여기에는 항공기 상승 최적화, 전산 유체 역학, 편미분 방정식을 사용한 양자 신경망, 날개 설계 최적화, 항공기 적재 최적화를 포함한다.

(비행 물리학은 항공기 비행과 관련된 모든 과학과 엔지니어링 측면의 광범위한 개념이며, Airbus 비즈니스의 핵심이다. 이 주제는 항공기 수명의 거의 모든 측면 (항공 스포츠의 품질에서 항공에 이르기까지)에 영향을 미친다. 설계부터 운행까지 공중운행의 품질은 항공사의 수익 흐름에 영향을 미친다. 이 전체 수명 주기 안에 수많은 계산 난제가 있다.)



사진 2) 출처: Airbus 공식 홈페이지

양자 컴퓨팅을 사용하여 항공기 설계의 효율성을 향상시키는 본원양자(本源量子)는 중국 솔루션을 제공한다.

작년 초, 본원양자(本源量子)는 전산 유체 역학 문제에 대한 과학적 연구를 수행하고 항공기 설계와 최적화를 위한 양자 컴퓨팅 솔루션을 제공하는 대회에 참가하도록 초청받았다.



사진 3) 출처: Airbus 공식 홈페이지

항공기 설계 효율성은 항공기의 전체적인 공기 역학적 형태에 크게 좌우된다. 이 설계는 전산 유체 역학 (CFD)을 사용하여 항공기 주변의 기류 동작을 보여주고 항공기 표면에 작용하는 공기 역학적 힘을 보여준다. 그러나 정확한 CFD 시뮬레이션은 시간과 노동을 소모하는 임무다. 이 과제는 양자 컴퓨팅 알고리즘을 사용하거나 혼합형 양자 전통방식으로 이미 확립된 CFD 시뮬레이션을 실행하여 문제를 더 빠르게 해결하는 방법과 컴퓨팅 리소스를 포함한 문제의 복잡성에 따라 알고리즘이 확장되는 방식을 보여주는 것을 목표로 한다.

전산 유체 역학 (CFD)은 항공기 설계에서 매우 중요하다. 격자점 수가 증가함에 따라 강력한 컴퓨팅 리소스가 필요하다. 이를 위해 본원양자팀은 양자 컴퓨터에서 CFD 문제를 해결하기 위한 알고리즘을 구축했다. 이 알고리즘은 유한 체적법 (QFVM)의 양자 버전이며 교체법이며 주어진 공간에서 진화나 안정상태를 정해 시뮬레이션 할 수도 있다. QFVM 에서 매 단계의 교체는 상응하는 기존 알고리즘 부분보다 기하 급수적으로 빠르다. 이것은 가까운 장래에 양자 컴퓨터가 더 복잡한 CFD 문제에서 우월성을 보일 것임을 의미한다.

양자 컴퓨팅의 글로벌 경쟁, 중국 팀이 성공적으로 돌파

최근 몇 년 동안 글로벌 양자 컴퓨팅 경쟁은 점점 더 치열해졌다. Google, IBM, Intel 및 기타 국제 거대 기업에서 DWAVE, IonQ, Rigetti 등 스타트업에 이르기까지 양자 컴퓨팅 소프트웨어 및 하드웨어의 개발을 가속화하고 있다. IBM Q NETWORK 가 대표하는 외국 양자 컴퓨팅 산업 동맹측은 양자 컴퓨팅의 실용 장면을 탐구하기 위해 관련 기업과 협력하고 있다. 글로벌 양자 컴퓨팅은 이론, 물리적 실현, 응용 장면, 산업화 등의 다차원에서 쾌속 발전하고 있다.

중국에서 비록 양자 정보 기술 전체가 급속도로 발전하고 있지만, 국제적으로 주목을 받고 있는 양자 컴퓨팅은 도리어 재주가 있으면서도 기회를 잡지 못했다. 높은 기술적 어려움과 긴 투자 회수 기간으로 인해 중국내에서는 본원양자가 대표하는 소수의 회사만이 참여하고 있으며, 양자 컴퓨팅 소프트웨어 및 하드웨어의 풀 스택식 독립 연구 개발에 참여하는 유일한 회사다.

이 대회에서 본원양자는 전산 유체 역학 문제에 중점을 두었으며, 장기적인 기술 축적과 하드 코어 R & D 강점으로 인해 전 세계 36 개 참가 팀 중에서 결승에 진출했다. 본원양자는 2017 년에 설립되었고, 핵심 기술팀은 중국 과학 기술 대학과 중국 과학 아카데미 양자 정보 중점실험실에서 왔다. 이 팀은 오랫동안 고체 양자 칩, 양자 측정 및 제어 시스템, 양자 소프트웨어 등에 종사해 왔으며 양자 컴퓨터의 소프트웨어 및 하드웨어에서 연구 개발을 수행하며 10 년 이상의 기술 축적을 했다. 올해 9 월, 본원양자는 공학 실현이라는 첫 번째 목표로 국산 자율 제어가 가능한 초전도 양자 컴퓨팅 클라우드 플랫폼을 발표했고, 양자 컴퓨팅 산업을 구현하는 목표를 향해 나아 가고 있다.

Airbus Quantum Computing Challenge 는 Airbus 전문가가 제기한 항공 우주 물리학 문제를 해결하고 양자 컴퓨팅계를 위해 양자 컴퓨팅을 사용하여 오늘날 세계에서 비행 물리학과 관련된 가장 어렵고 복잡한 해결할 수 있는 드문 기회를 제공한다. 사용 가능한 최신 컴퓨팅 기능을 테스트 및 평가하며, 항공 우주 분야에서 양자 컴퓨팅 기술의 적용을 진일보하여 추진한다.



ICO News Letter by PLAYCOIN

1. 中최대 정유사, 블록체인으로 무역비용 40% 절감 (The Block Post, 2020.10.19)

중국 최대 규모의 국영 석유회사 시노캠(Sinochem Energy High-Tech)이 블록체인 기반 무역시스템을 활용해 원유 재고 확인부터 은행의 대출금을 받는 데까지 일반 무역금융시스템을 이용할 때 보다 비용을 40% 이상 절감하고, 시간도 단축하는데 성공했다고 발표했다. 16 일(현지시간) 코인텔레그래프에 따르면 시노캠의 순 리밍(Sun Liming) 부사장은 "지난 9 월 중국 최초의 블록체인과 사물인터넷(IoT)을 활용한 디지털 원유재고 확인증을 활용한 대형 거래를 성공했다"며 "일반 무역금융 시스템을 사용할 때 보다 비용은 40% 절감했고, 시간은 채 하루도 걸리지 않았다"고 밝혔다. 그러면서 "시노캠의 디지털 무역금융 시스템은 원유 저장고의 재고와 증빙서류간 엄격한 신뢰를 보장하는 플랫폼"이라며 "위변조에 강한 블록체인 기술의 높은 보안성과 공급망의 데이터 추적성이 향상돼 업계의 신용등급이 크게 향상될 것"이라고 기대했다. 한편 시노캠은 지난 2018 년부터 석유화학사업에 블록체인 기술을 적용해 사업비용을 줄이기 위한 기술개발에 주력해 왔다.

2. 중국 언론 "가상화폐 거래소 창업자 공안에 붙잡혀...인출 중단" (한국 경제, 2020.10.16)

세계 주요 가상화폐 거래소 중 한 곳인 OKEx 의 창업자가 중국 공안에 붙잡혀가 인출 업무가 중단됐다.

16 일 중국 경제 매체 차이신에 따르면 OKEx 는 이날 공고를 내고 중국 공안의 수사에 협조 중인 자사의 일부 프라이빗 키 담당자들이 연락이 닿지 않아 인출 업무를 중단한다고 밝혔다. OKEx 는 고객들의 자산 안전에는 문제가 없다고 주장했다. 차이신은 소식통들의 말을 인용해 이 회사 창업자인 쉬밍싱이 최소 일주일 전 경찰에 연행됐다고 보도했다.

2014 년 설립된 OKEx 는 대외적으로는 말레이시아 쿠알라룸푸르에 본부를 둔 것으로 되어 있다. 하지만 중국의 은행카드와 알리페이, 텐센트페이를 이용한 결제를 지원하는 등 중국인들에게도 서비스를 해왔다. 하지만 중국은 지난 2017 년부터 자국 내 가상화폐 거래를 금지해오고 있다.

코인마켓캡에 따르면 OKEx 의 거래량은 세계 11 위다. 블록체인 기술을 기반으로 한 민간의 가상화폐를 금지한 중국은 중앙은행인 인민은행이 발행하는 법정 디지털 화폐 발행 준비에 박차를 가하고 있다.

3. "가상화폐 거래소 OKEx 창업자 중국 공안에 붙잡혀가" (연합뉴스, 2020.10.16)

세계 주요 가상화폐 거래소 중 한 곳인 OKEx 의 창업자가 중국 공안에 붙잡혀간 것으로 전해졌다.

16 일 중국 경제 매체 차이신(財新)에 따르면 OKEx 는 이날 공고를 내고 중국 공안의 수사에 협조 중인 자사의 일부 프라이빗 키 담당자들이 연락이 닿지 않아 인출 업무를 중단한다고 밝혔다.

OKEx 는 고객들의 자산 안전에는 문제가 없다고 주장했다.

차이신은 소식통들의 말을 인용해 이 회사 창업자인 쉬밍싱(徐明星)이 최소 일주일 전 경찰에 연행됐다고 보도했다.

2014 년 설립된 OKEx 는 대외적으로는 말레이시아 쿠알라룸푸르에 본부를 둔 것으로 되어 있다.

하지만 중국의 은행카드와 알리페이, 텐센트페이를 이용한 결제를 지원하는 등 중국인들에게도 서비스를 해왔다.

중국은 지난 2017년부터 자국 내 가상화폐 거래를 금지했다.

코인마켓캡에 따르면 OKEx의 거래량은 세계 11위다.

블록체인 기술을 기반으로 한 민간의 가상화폐를 금지한 중국은 중앙은행인 인민은행이 발행하는 법정 디지털 화폐 발행 준비에 박차를 가하고 있다.

4. 베이징 올림픽까지 준비 완료...최초 CBDC 발행하는 중국 (PAXNet news, 2020.10.14)

12일 중국 현지 매체에 따르면 인민은행은 선전(深圳)시에 총 17억 원어치의 디지털위안화를 유통한다 밝혔다. 디지털위안화는 DCEP(Digital Currency, Electronical Payment)로 불리는 중국 중앙은행인 인민은행이 발행하는 블록체인 기반 디지털화폐로, 법정 통화의 역할과 전자결제수단의 역할을 동시에 수행한다. 선전시는 추첨을 통해 5만 명에게 각각 200 위안(3만 4000 원), 총 17억 원의 디지털위안화를 제공한다. 당첨된 사람들은 선전시 뤼후구의 3389개 상점에서 18일까지 이를 사용할 수 있다.

이번 디지털위안화 보급은 중국이 지난 2014년부터 6년간 준비해온 디지털화폐의 대규모 확산을 위한 시도다. 앞서 지난 4월부터는 청두, 선전, 숭안, 쑤어우 등 도시와 동계올림픽 개최지의 맥도날드, 스타벅스, 서브웨이 등에서 DCEP를 페쇄 테스트를 진행했으며, 운영액은 1900억 원에 달한다. 현지 매체에 따르면 인민은행은 2022년 베이징 동계올림픽까지 시범 운영을 완료한다는 계획이다.

DCEP는 온라인과 오프라인에서 현금처럼 활용되며 주요 소액결제에 쓰일 예정이다. QR코드를 스캔해 물건을 구매하면, DCEP 앱에 공인인증서와 같은 서명을 하고 결제가 이루어진다. 블록체인 기술을 통해 익명성을 보장하는 동시에 불법으로 쓰이는 자금의 출처는 정부가 추적할 수 있다.

중국이 발빠르게 CBDC를 완성해 나가는 동안 국제사회 또한 제각기 CBDC 발행을 준비해나가고 있다. 스웨덴과 스위스, 터키 등 유럽 국가의 자체 CBDC 연구에 이어 유럽중앙은행(ECB)은 디지털유로 발행을 위한 논의에 들어갔다. 지난 9일 일본 중앙은행은 범용 CBDC를 연구하고 오는 2022년 파일럿 테스트를 진행할 예정이라 밝혔으며, 미국 또한 최근 디지털달러의 발행에 긍정적인 모습을 보이며 연구를 시작했다고 밝혔다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (145)

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.

사소함을 넘어 디테일로 가야한다.

“요즘 누가 종이 신문을 보냐?”고 한다. 그렇다! 요즘에 종이 신문을 보는 사람은 드물다.

한국에 체류하면서 다시 종이 신문을 보았다. 핸드폰으로 볼 때와 비교하여 눈이 피곤도가 10분의 1 정도로 줄었다. 빛의 반사가 없어서 그렇다.

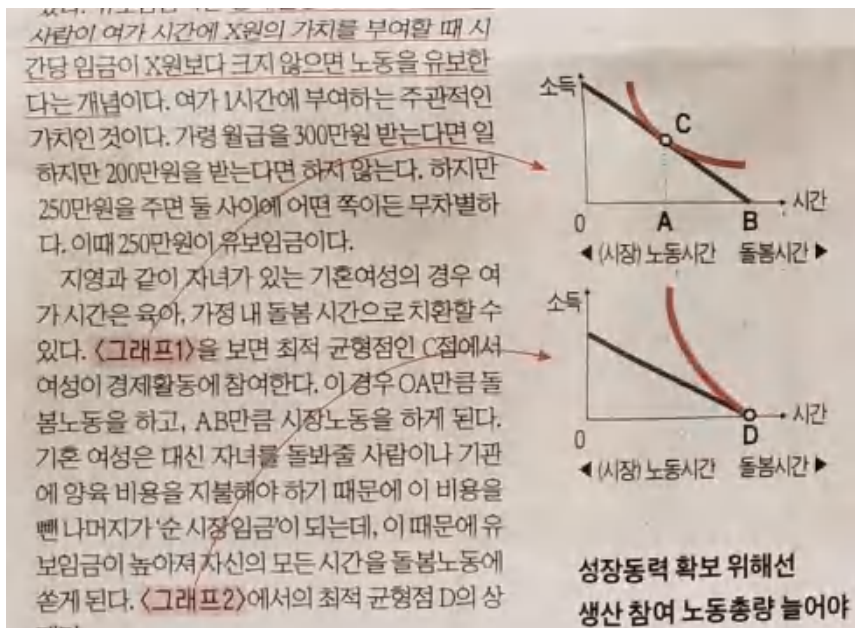
종이 신문 넓은 지면에 여러 정보가 촘촘히 배열되어 있다. 신문 지면을 펴고 한 눈으로 스캔한다. 마음에 끌리는 제목부터 읽어본다. 종이 신문 지면에서 상하좌우로 오가면 정보를 조합한다. 주스 잔에 꽂은 빨대로 주스가 입안으로 들어오듯 머리 속으로 정보가 들어온다.

아래로 계속 내리는 핸드폰의 정보 흡수력에 비해 10 배는 많다. 핸드폰에서 정보 조합은 어렵다. 종이 신문은 쉽다.

핸드폰의 최고 장점은 언제 어디서나 정보를 볼 수 있다. 정보끼리 링크되어 이동이 쉽다. 기사를 보다가 사고 싶은 물건이 있으면 바로 구매할 수 있다. 신세계 같은 체험이다.

정보 휴대성과 재현성에서 핸드폰은 강력하다. 종이 신문은 비교도 되지 않는다. 그런데 눈의 피로와 정보 종합 흡수력에서 종이 신문이 탁월하다.

그래도 대세는 휴대폰이다. 종이 신문은 위태롭다. 인터넷 세상에서 종이 신문이 살아남을 길은 양질의 콘텐츠와 독자들이 보기 쉬운 편집 디자인에 달려 있다.



본문의 내용에서 화살표로 그래프까지 연결했다. 눈은 연결선을 보면 바로 알 수 있다. 찾아볼 수고를 덜어준다.

모 종이 신문 경제란 기사를 따라 읽다 보면 그래프를 봐야 한다. 지금까지는 그래프 아래 번호가 매겨져 있었다. 읽다가 번호 찾아보았다.

이 신문은 본문 내용에서 해당 그래프까지 화살표로 연결했다. 연결선을 따라가면 볼 수 있다. 친절하다. 중고등학교 참고서 같다고 하지만, 저자는 중요한 것을 독자에게 쉽게 알려주고 싶다.

사소한 것 같지만, 사소한 친절이 차별화이다. 이것으로 사용자는 편리함을 느낀다. 칭찬한다. 칭찬을 받은 신문을 새로운 활로를 찾을 수 있다.

중요한 개념에는 핑크색 마크와 밑줄까지 그었다. 눈에 들어온다. 저자는 이 부분이 중요하다고 강조한다. 독자는 자연스럽게 이 부분이 중요하겠구나 하고 인식을 한다. 독자는 유심히 읽어본다.

서로 소통을 한다.

소통하면 상생한다.

사소한 것 같지만, 결코 사소하지 않다. 디테일하다.

이렇게 사소한 걸 발견하고 더 좋은 것으로 만드는 힘이 디테일이다.

사소한 것을 사소하게 보지 않고 디테일로 변할 때 더 좋은 디자인으로 된다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. 격동의 동아시아 정세, 일본의 전략이 '방위성 예산'에서 보이기 시작했다...! (현대비즈니스, 2020.10.13)

방위성 예산에서 보이는 것



사진 1) 출처: 현대비즈니스

2020년 9월 30일, 방위성으로부터 '일본 방위와 예산 레이와(일본연호) 3년도(2021년) 개산(概算)요구의 개요'가 공표되었다. 문서의 첫머리에서는 '인재 확보' '여성의 활약' '근로방식 개혁의 추진' 등 대원 확보를 위한 시책이 기술되어 있어 매우 중요한 과제임을 알 수 있다. 하지만 이번에 내가 언급하는 것은 해양 전략의 견지에서 그 다음에 제시된 항목, '영역 횡단 작전에 필요한 능력 강화에 있어서의 우선 사항'에 대해서이다. '레이와 3년도 개산 요구'에는 '이즈모'형 호위함의 개수(231억엔)라는 항목이 있다. 이것은 '이즈모'형 2번함 '가가'의 비행 갑판등을 개수해 항공자위대가 도입하는 F-35B 전투기를 운용한다고 하는 것으로, 헤세이 30년말(2018년)에 방위 대강이 재검토되었을 때, 거기서 나타낸, 'STOVL 기의 현유 함정에 있어서의 운용'이라고 하는 항목을 구체화하는 것이다(30 방위 대강). STOVL 기관"Short Take-Off and Vertical Landing", 즉 '단거리 이륙·수직 착륙'으로 운용하는 항공기라고 하는 의미이다. 이것은 탑재기를 캐터펄트에 의해 내세우는 것이 아니라, 항공기 자신의 엔진 추력에 의해 발함하여 수직착함하는 것으로, 1982년 포클랜드 분쟁에서 상륙부대를 지원하기 위해 방공작전을 실시한 영국 인빈서블급 경항공모함과 시 해리어 전투기의 조함과 유사한 특징을 가진 것이다. 미 해군의 핵 항모는 증기 캐터펄트로 탑재기를 띄우고, 착함 시에는 항공기가 낸 후에 '알레스팅 와이어'라는 와이어를 걸어 잠그는 '착함 구속' 형식이다. 이것은 CTOL, "Conventional Take-Off and Landing", 즉 종래의 항공 모함에서는 일반적인 형식, 이라고 되어 있지만, 큰 선체에 가세해 기술/운용상의 여러가지 노하우등도 필요하기 때문에, 현재 이 형식의 항공 모함을 운용하고 있는 것은 미 프랑스의 2개국에 한정된다. 이에 비해 STOVL 기는 운용하는 것 자체의 장벽은 낮지만, 이발착으로 대량의 연료를 소비하기 위해 탑재하는 연료나 탄약의 양에 큰 제약이 있다. (참고로 중국과 러시아의 항공모함은 수직착륙기를 개발하지 못했기 때문에 '단거리 이륙·착함 구속' 즉 "Short Take-Off But Arrested Recovery"(STOBAR)라고 불리는 형식을 취하고 있다)

전략 차원에서 정확한 논의를 하기 위해서는

○ 戦闘機 (F-35B) の取得 (2機 : 264億円)
電子防護能力に優れ、短距離離陸・垂直着陸が可能なF-35Bを取得し、戦闘機運用の柔軟性を向上
その他関連経費 (整備用器材等) として、別途106億円を計上



戦闘機 (F-35B)

사진 2) 출처: 현대비즈니스, 방위성 '일본 방위와 예산 레이와 3년도 개산 요구의 개요'에서

CTOL 항공모함에서 발함한 대형 공격기나 장사정거리의 순항미사일 등으로 상대국 영토를 공격하는 능력을 전력투사라고 하는데, STOVL 기는 대지 공격에 필요한 대형 폭탄이나 미사일을 탑재하여 장거리를 비행하는 능력은 없다. '이즈모형 호위함 개수'와 'F-35B 전투기의 취득'이 개산 요구에 있어서 '항공 우세의 획득·유지'라는 곳에 기록되어 있는 바와 같이, 이들은 해상이나 도서부에서의 방공 작전을 주안점으로 하고 있다. 이 밖에 개산 요구로 해양 영역에 직접 관련된 것으로는, 전자 방해를 실시하는 '스탠드.오프 전자전기'개발이나 '함정의 전파 탐지 방해 능력 연구', '스탠드.오프.미사일(JSM)의 취득' 혹은 '종합 미사일 방위 능력'등을 특기 사항으로서 들 수 있을 것이다. 이들은 모두 적지를 공격하는 '전력투사'가 아니라 국토방위나 대잠수함전, 대기뢰전 등 해상에서의 작전을 원활하게 수행하기 위한 것으로 군사전략의 관점에서는 '제해' 혹은 '영역거부'라고 불리는 성격이다. '30 방위 대강' 국무회의 결정시, '이즈모'형의 개수와 STOVL 기의 도입을 채택해 '사실상의 항공 모함 운용'이라고 하는 논조로 그 시비를 논하는 보도가 눈에 띄었다. 분명히 대형 함정이나 전투기는 매우 눈에 띄는 자산이라고 할 수 있을 것이다. 그러나 여기까지 기술한 바와 같이, 항공모함이라고 해도 그 성능과 용도는 실로 다양하다. 무엇을 할 수 있는지, 어떤 제약이 있는지, 그러한 점에 대해서는 눈에 띄지 않는 사항도 포함해 상세하게 검토해 나가지 않으면 전략 차원에서의 정확한 논의를 할 수 없다.

해상방위전략 어떻게 바뀌었나

그럼 이러한 해양 영역에서의 전략적 방향은 냉전기와 비교해서 어떻게 되어 있을까? 냉전이 종결되고 소련이 붕괴한 지 약 30년이 지났기 때문에 냉전 말기와 비교해도 사이버나 우주 영역에서는 기술적으로 큰 변화가 있을 것이다. 그러나 해양 전략(해자 내에서는 '해상 방위 전략'이라고 부릅니다)의 관점에서 볼 때, 그것은 본질적으로 크게 바뀐 것이라고는 할 수 없다고 생각한다. 일본 주변의 해양 안전 보장을 논할 때, 바로 몇 년 전까지 '아시아 태평양'이라고 표현하는 것이 일반적이었다. 그러나, 근년은 일본 뿐만이 아니라 미국이나 오스트레일리아의 문헌에서도 '인도 태평양'이라고 하는 넓은 지역을 묶어서 표현되는 것이 많아지고 있다. 그 배경에는 글로벌리즘의 확대에 따라 중국, 인도, 오스트레일리아나 동남아시아 제국등의 국력이 증대한 것을 들 수 있을 것이다. 글로벌 자유 경제 세계에서 성장 엔진인 이런 국가들을 잇는 동 중국해 남 중국해 그리고 인도양에 전략적 가치가 있다고 할 수 있는 것이다. 대신 미소의 대립이 국제 시스템의 근간이 되고 있던 냉전기, 아시아에 있어서의 군사 전략을 논할 때에 사용되고 있던 키워드는 '극동'이며, 전략상의 중심은 오키나와에 있었다.



사진 1) 출처: gettyimages

말할 것도 없이 미소 간의 군사적 대립은 거대한 핵전력을 중심으로 하는 것이지만, 핵 억제에 있어 가장 중요한 것은 보복 능력이다. "만약 소련이 대량의 전략 핵으로 미국을 선제공격하고 지상의 핵미사일 발사 기지를 모두 불태운다 해도, 바다 속의 미 전략 핵잠수함과 핵미사일(잠수함 발사형 탄도미사일: SLBM)이 살아남아 반격할 경우, 견딜 수 없는 피해를 입게 된다" 그래서 소련은 선제공격을 멈춘다. 이처럼 전략 핵의 응수가 발생했을 경우, 서로가 확실히 참기 어려울 정도의 큰 피해를 주는 상황에 있는 것을 '상호 확증 파괴'라고 하며, 그 결과 미소를 비롯한 핵보유국 사이에서는 핵 억제가 기능하게 된다. 따라서 바닷속에서 24 시간 365 일 순찰을 계속하는 전략원잠은 보복을 확실히 하는 '제 2 격 능력'을 위해서 가장 중요한 자산이다. (덧붙여서 '상호확증파괴'는 앞 글자를 따서 MAD="Mutual Assured Destruction"이라고 불린다. 확실히 매드=광기이지만, 이것에 의해서 냉전기에 전략적 안정이 유지된 것도 확실하다.) 다소 이야기가 어려웠지만, 이와 같이 핵 억제 메커니즘에서 가장 중요한 전략핵잠수함이 전개하는 지역이 몇 개 있다. 소련의 전략 핵잠수함이 전개한 것은 유럽 정면에서는 바렌츠해나 북해이며, 극동 지역에서는 오호츠크해이다. 그것은 러시아 공화국이 된 현재도 똑같다. 소련은 아시아 극동지역의 군사 전략상 가장 중요한 지역을 오호츠크해로 만드는 것이다. 소련은 이곳을 성역화해 우세한 미 해군 기동부대를 거부한다는 전략을 세웠고, 해양 거부 전략이라고 불렸다. 이전 중국의 '액세스 저지·영역 거부 전략'(A2/AD 전략)에 대해 기술했지만, 그것과 본질적으로 유사했다고 할 수 있을 것이다(참조 '아마미 앞바다의 잠수함 잠항도 있었지만...중국은 코로나사태를 이용했는가?').

냉전 말기부터 기본적으로 변하지 않고

일본은 이러한 소련의 해양 거부 전략에 대해 어떻게 응하고 있었는가? 오호츠크해를 성역화하기 위해 소련 해공군은 잠수함, 수상함정, 공격기를 북서태평양에 전개하여 주일미군 기지를 공격함과 동시에 도래하는 미 해군 기동부대를 먼 곳에서 차단할 필요가 있었다. 이 때문에 백파이어 등 장거리 공격기를 일본 주변에서 요격하기 위해 항공자위대는 F-15 전투기와 페트리엇 대공미사일을 도입한 것이다. 또한 소련 잠수함이나 수상함정이 전개할 때 일본 주변의 3 개 해협을 통과할 것으로 예상되었다.

소야·쓰가루·쓰가루·쓰시마 해협으로, 여기서 소련 함대의 전개를 막기 위해, 해상 자위대는 대잠수함전 혹은 기뢰전을 실시할 수 있도록 P-3C 초계기등을 도입했다. 일본 연안에서 소련 수상부대를 노리기 위해 육상자위대는 지대함미사일을 도입했고, 이들은 말하자면 일본 소련에 대한 '영역거부 전략'이라 할 수 있다. 이러한 중요해협에서 작전을 실시하면서 일본의 생명선인 해상교통을 유지하기 위해서는 해상작전을 전개해야 하기 때문에 일본으로서는 '영역거부'에 더해 '제해'를 확보하지 않으면 안 된다. 이를 위해 수상함정이나 P-3C 초계기가 전개할 때는 이를 적의 항공공격으로부터 보호해야 한다. 이러한 경위로 1988년 방위청에서 '해상 방공 체제 연구회'의 검토를 거쳐 이지스 전투 시스템 탑재 호위함, 즉 이지스함의 도입이 결정되었다. "이처럼 1980년대 말, 확대되는 소련의 해상전력에 대항하기 위해 지금도 일본 방위력의 주력이라 할 수 있는 F-15 전투기, P-3C 초계기 혹은 이지스함 같은 자산이 도입되었다" 이를 이용해 냉전 말기에 자위대가 해양 영역에서 하고자 했던 것과는 '영역 거부'와 '제해'로, 처음에 기술한 바와 같이 현재의 방위대강에서 제시하는 것과는 기본적으로 다르지 않다고 할 수 있다.

이지스 어쇼어 문제 어떻게?



사진 2) 출처: 미 해군 제 6 함대 공식 Flickr. 이지스 어쇼어

이처럼 냉전 말기와 현재의 해양 영역에서의 안전 보장 환경은 본질적으로 매우 비슷하며, 따라서 방위성 자위대가 추진하는 시책이 기본적으로 같은 방향성을 가지고 있게 된다. 단, 마지막으로 조금 30 방위대강에 있어서의 '종합미사일방위'에 대해 언급해 둘 필요가 있다. '레이와 3년도 개산 요구' 17 페이지에는 '이지스 어쇼어 대체조치 관련 사업'에 관한 사항 요구가 나타나 있다. 이것은 말할 것도 없이 이지스 어쇼어가 취소된 후, 탄도미사일을 비롯한 하늘로부터의 위협에 어떻게 대응하는가 하는 문제에 대한 것으로, 현재 정부 내에서 국가안전보장전략과 방위대강의 재검토에 관한 검토가 진행되고 있다. 앞서서도 말한 바와 같이 냉전 말기와 현재는 일본 해양에서의 전략적인 방향성은 본질적으로 바뀌지 않았다고 할 수 있다. 그러나, 기술적으로는 우주·사이버 영역을 중심으로 큰 혁신이 일어나고 있다. 미사일 관련 기술만 해도 극초음속으로 비상하는 기술, 대기권 내에서 복잡하게 비상경로를 바꿔 요격이 어려운 미사일 등 다양한 기술이 최근 2~3년 사이 러시아와 중국에서 속속 개발되고 있다. 미사일 방어로

하늘에서 오는 모든 위협을 배제하기는 점점 어려워지고 있다. 한편으로 앞서서 상대 미사일 발사 기지를 완전히 두드리기도 어려울 것이다. '이것만 있으면 100%괜찮다'라고 하는 편리한 틀은 존재하지 않는다. 이번 개산 요구에서는 어디까지나 이지스 어쇼어의 대체를 어떻게 할 것인가 하는 검토가 이루어지고 있으며, 그것은 관측의 입장에서 말하면 예산 요구 구조 등에서 어쩔 수 없는 일이지만, 향후 중장기적으로는 이러한 환경이나 조건의 변화를 파악해 포괄적인 전략의 재검토를 해야 할 것이며, 그러한 가운데 현재의 [종합 미사일 방위]등을 어떻게 다시 파악할 것인가 하는 논의를 추진해 갈 필요가 있다고 생각한다.

2.일본인이 절대 인정하기 싫은 한일 역전이라는 불편한 진실, 코로나 위기로 미·중 역전도 가속 (yahoo, 2020.10.14)



사진 1) 출처: 로이터, 코로나 위기로 갈수록 위상이 커진 중국 경제

세계 경제를 지탱하는 중국

국제통화기금(IMF)은 13 일 발표한 세계경제전망에서 신형 코로나바이러스 팬데믹의 영향으로 2020 년 세계 전체의 실질성장률을 4.4%로 예측, 6 월 시점부터 0.8%포인트 상향 조정했다.

2021년에는 성장률이 5.2 퍼센트로 회복될 것이라고 한다. 그러나, 이것은 6 월 시점부터 0.2%포인트의 하향수정이다.

세계 국내총생산(GDP) 누적손실은 2020~21 년 11 조달러(약 1160 조엔)에서 2020~25 년 28 조달러(약 2950 조엔)으로 늘어날 전망이다.



표 1) 출처: IMF. 세계경제전망 (실질 GDP 성장율) 왼쪽부터 중국, 미국, 인도, 일본, 독일, 한국, 영국

가속하는 미중 역전

금년의 GDP가 19년을 넘을 것으로 예상되는 중국을 제외하고, 선진국과 신흥·도상국의 GDP는 21년까지 19년 레벨을 훨씬 밑돌 것으로 예측되고 있다.

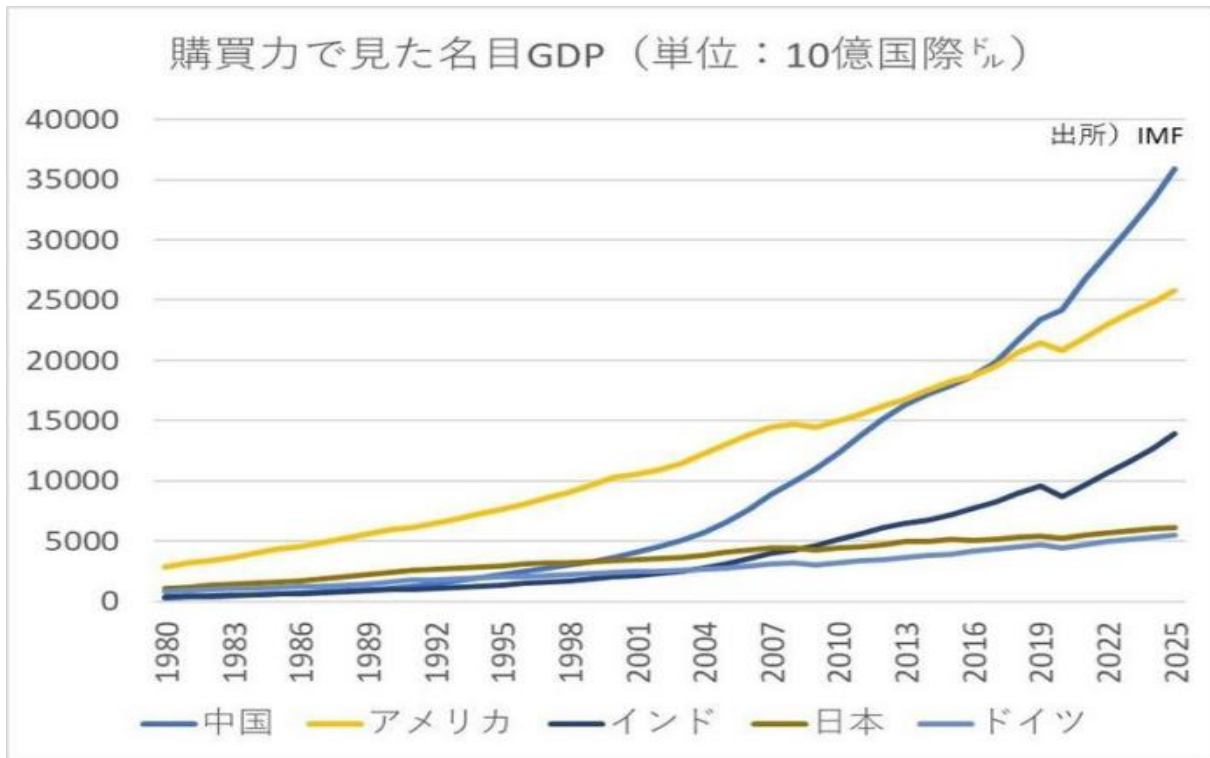


표 2) 출처: IMF. 구매력으로 본 명목 GDP(단위:10 억국제달러), 중국, 미국, 인도, 일본, 독일

2021년 수치에서 중국을 세계경제에서 제외하면 20~21년 누적 성장률은 마이너스가 된다. 구매력으로 본 명목 GDP로는 미·중 경제는 17년에 이미 역전. 코로나 위기에 잘 대응한 중국의 성장은 내년 8.2%의 V자 회복을 이루어 22년 이후도 5%대의 성장이 계속된다.

구매력으로 본 명목 GDP로는 1980년 미국의 약 11%에 불과했던 중국 경제는 2025년에는 미국보다 약 39%나 커졌다

세계 정부채무 작년 GDP 대비 100%로

일자리는 팬데믹 이전 수준을 훨씬 밑돌고 노동시장은 양극화되면서 숙련도가 낮은 노동자, 청년, 여성이 큰 타격을 받고 있다.

빈곤층은 더 가난해져 올해만 최대 9천만 명이 새로이 '극도의 빈곤'에 빠질 것으로 예상되고 있다.

전 세계적으로 최대 12조 달러(약 1270조 엔)의 재정 지원, 중앙은행의 금리 인하, 유동성 주입, 자산 구입은 생명과 생활을 지키며 금융시장의 폭락을 막아왔다. 전세계 정부채무 잔액은 GDP 대비 100%라는 기록적 수준으로 불어났다.

선진국을 중심으로 세계경제의 '일본화'는 코로나 위기에서 일사천리로 진행된 것 같다.

의료적 해결책이 베이스라인 예상보다 신속하고 광범위하게 제공되면 2025년 말까지 전 세계 누적소득이 약 9조 달러 증가하고, 모든 나라에서 소득이 증가하여 소득격차도 축소될 수 있다고 한다.

일본의 중기성장률 0.5%

21년 이후의 일본 경제 회복은 2.3%, 1.7%, 1.2%, 1.0%, 0.6%로 다른 주요국에 비해 매우 낮아졌다. 이에 대해 IMF 수석 이코노미스트 기타 고평나트씨는 기자회견에서 이렇게 대답했다.

일본의 경우 다른 선진국과 비교해 GDP로만 보면 최악의 타격을 입은 것은 아니다. 일본은 팬데믹에 매우 잘 대처할 수 있었다. 월등한 재정금융 지원을 제공했다.

일본은 외수에도 의존하고 있어 역제가 되는 한 경제에도 영향을 미친다. 다른 주요국과의 또 하나의 중요한 차이는 일본이 중기를 향하고 있다는 점이다. 중기적인 일본의 성장률은 약 0.5%가 될 것으로 예측된다.

인구의 고령화, 낮은 생산성이라는 점에서 그 나라가 어디로 가고 있는지 큰 차이를 가져온다. 그런 점 때문에 경기회복이 더디다고 본다.

또, 구매력으로 보면 일본과 한국의 국민 1인당 명목 GDP는 2017년에 역전되었다.

1980년에는 일본의 국민 1인당 명목 GDP가 한국의 4배 이상이었지만 2025년에는 90% 아래로 떨어질 전망이다.

신흥국과 패권국의 힘이 역전하려고 할 때, 양국가 간의 긴장은 고조되고 전쟁이 발발할 우려가 있다.

미국 하버드대 케네디행정대학원 초대원장 그레이엄 앨리슨 교수는 고대 그리스 역사가 투키디데스가 아테네의 대두와 스파르타의 불안이 전쟁을 불가피하게 했다고 설파함에 따라 이 위험을 투키디데스의 함정이라고 이름 붙였다.

앨리슨 교수의 연구에서는 과거 500년에 신흥국이 패권국을 위협한 예가 16건 있으며, 12건으로 전쟁이 일어났다. '투키디데스의 함정'은 미·중이라는 두 강대국 간만이 아니라 일본과 한국 사이에도 작용하고 있다는 점을 주의해야 한다.

위안부 및 전 징용 문제를 둘러싸고 국내 나소리즘을 부추기고 한국을 중국 측에 밀어내는 것이 아니라 일·미 측에 관련 노력을 일본은 소홀히 할 수 없다.

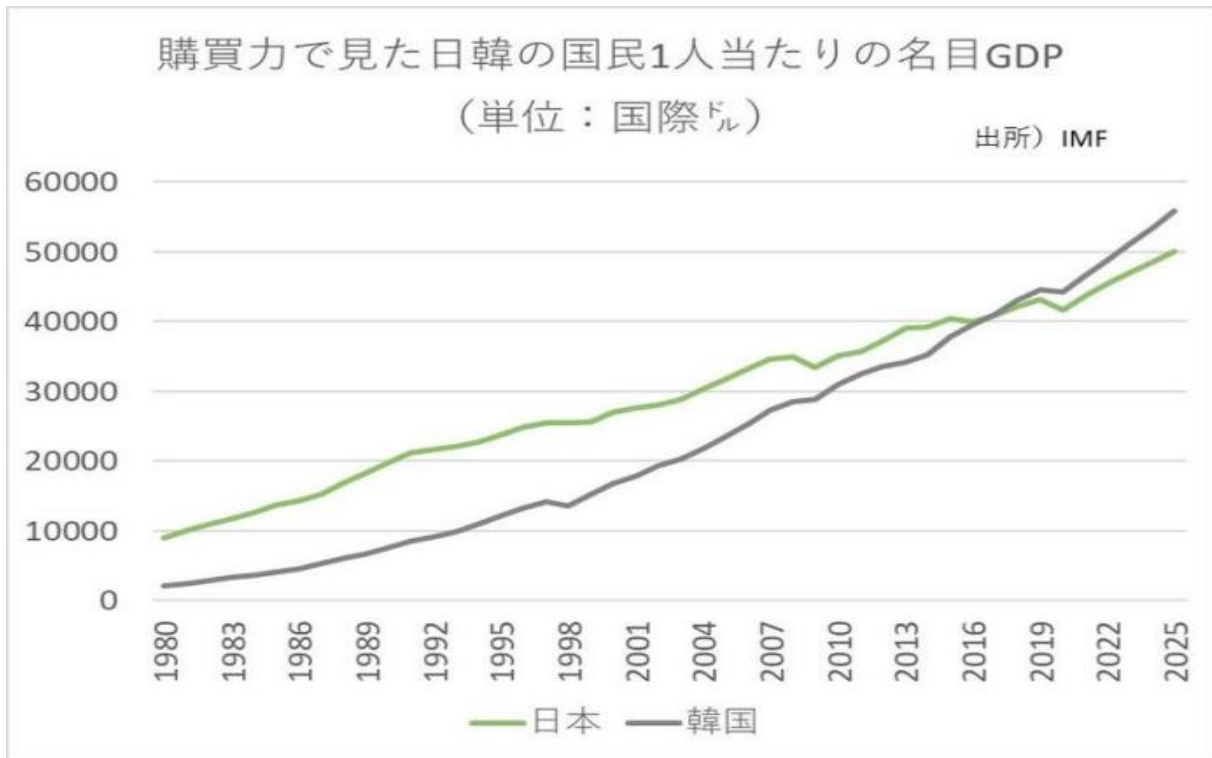


표 3) 출처: IMF. 구매력으로 본 한일 국민 1인당 명목 GDP(단위: 국제달러) 일본, 한국

3. 아프기리 제이슨(코니디언 겸 IT 회사중역)이 일본의 디지털화 지연에 Why? '노동자의 입장이 너무 강해 성장하지 않아'(아래아닷컴, 2020.10.13)



사진 1) 출처: 아래아닷컴. 아프기리 제이슨 (C)아사히신문사

'디지털청'의 창설 등, 스가 요시히데 정권이 '주목정책'으로서 추진하려고 하고 있는 것이 일본의 디지털화. 코로나사태 속에서 행정수속의 지연이 지적되는 등, 현 상태에서는 세계의 톱클래스로부터 뒤쳐져 버린 인상이 있는데, 해외출신자의 눈에는 어떻게 비칠 것인가. 클라우드 시스템의 도입·개발을 실시하는 벤처기업 테라스카이(도쿄도 츄오구)에서 부장을 맡는 코메디언인 아쯔기리 제이슨씨에게, 일본의 디지털화에 대해 물었다.

디지털청의 대처로 이제 일본의 디지털화도 가속화할 것 같다. 제이슨 씨는 일본의 디지털화에 대해 과연 어떻게 보고 있었던 것인가.

일본의 관공서나 기업의 상당수는, 기술이 진행되어도 옛 방식으로 일을 진행시키고 있다. 바로 'Why Japanese people!?' 하고 되묻고 싶은 상황이다.

일본에서 디지털화가 늦어진 원인은 무엇인가.

조직에서 권력을 너무 늦게 갖는 것에 있다고 생각한다. 결정권을 가진 직책을 맡는 것이 55 세 정도로, 정년까지는 5 년 10 년 밖에 없다. 이래서는 큰 변화를 단행할 수 없고 실패를 피해 현상 유지할 수밖에 없다. 젊어서 과감히 도전과 실패를 거듭하며 성장하는 과정을 거치지 않은 사람이 직책을 맡았다고 해서 갑자기 될 리가 없다.

기업은 어떻게 변할 것으로 보는가.

고객 정보 등을 클라우드 상에서 관리하게 되면 성과는 보다 "가시화"된다. 회사로서의 목표 달성도도 보다 알 수 있게 될 것이라고 생각한다.

일이 어떻게 바뀔까.

텔레워크로 일을 해도, 어느 정도의 일을 하고, 어떤 성과가 나오고 있는지 숫자로 관리할 수 있게 된다. 성과를 내는 사원을 평가할 수 있다. 이러한 상황에서는 반대로 성과가 나오지 않는 사원은 해고하기 쉽도록 하는 편이 좋다고 생각한다. 일본에서는 노동자의 입장이 너무 강한 면이 있다. 기업도 실적을 올릴 수 없고, 노동자도 성장하지 않게 하는, 'LOSE-LOSE'의 환경이 있다.

어떤 기업이 뜨고 어떤 기업이 질까?

일본 기업의 IT 부문에는 유효하게 기능하지 않는 곳이 많다. 우리처럼 디지털화를 지원하는 기업에 기회가 있다고 생각한다. 한편으로, '돈을 벌기 때문에'와 "유행"의 비즈니스를 하고 있는 기업은 안 된다. '이렇게 하면 일본의 기업이 바뀐다'라고 하는 열의가 있는 기업이 성장해 간다고 생각한다. 지는 회사도 생길 것이다. 다만 미국 공화당 우파 같은 말투이지만, 사회가 바뀌기 위해서는 좋은 회사가 남고 나쁜 회사가 도태되는 자본주의 사이클이 일본에서 더 나와야 한다. 디지털화를 잘 수중에 넣을 수 있을지가 향후의 사회에서 살아 남는 열쇠가 되는 것은 틀림없다.

4. 일본의 '도시 IT 화'가 세계에 뒤쳐진 쓰라린 사정, '스마트 시티'가 일본에서 실현되지 않았던 이유 (동양경제온라인, 2020.10.15)



사진 1) 출처: 아프로. '도쿄 포토 시티 타케시바'에서 선보인 소프트뱅크의 로봇

2020년 9월, 도내에서 '스마트 시티'가 연말에 오픈했다. 소프트뱅크의 새본사가 이전하는 '도쿄 포토 시티 타케시바'와 하네다 공항의 텐쿠바시역 근처에 인접하는 '하네다 이노베이션시티'다. 각종 로봇이 돌아다니고 자율주행버스가 운행하는 모습이 TV 등에서도 크게 보도됐다. 하지만 이것만 보고 스마트시티란 무엇인가를 상상하기는 어렵다. 일본에서도 갑자기 주목받기 시작한 스마트 시티의 과거, 미래, 그리고 현재를, 3회로 나누어 살펴본다.

스마트 시티의 시작은 언제?

스마트 시티라고 하는 워드를 들으면, 필자는 사카무라 켄·도쿄대학 명예 교수(현·토요대학 교수)가 1980년대 후반에 제창한 '트론 전뇌도시'를 생각해 낸다. 인간과 같은 두뇌(인공지능)를 가지고 편리하고 효율적인 서비스를 제공하는 미래도시를 그렸다. 스마트 시티도 도시·지역에 생활하는 주민에게 필요 불가결한 에너지, 교통, 인프라, 금융, 교육, 의료, 식량 등의 서비스를, 최신의 디지털 테크놀로지를 사용해 편리하고 효율적으로 받게 되는 사회를 실현하려는 구상이다. 실제로 도시를 스마트화하는 대처가 시작된 것은 2000년대의 후반부부터이다.

2002년에 IBM의 CEO(경영 최고 책임자)로 취임한 사무엘·팔미사노씨. IT 버블 붕괴와 동시다발 테러사건 등에 의한 미국 경제의 정체를 타파하고자 2003년에 산관학 리더 400명 이상을 결집해 위원회를 설립했다. 2004년에는 '국가 이노베이션(innovation)·이니셔티브 최종보고서', 통칭 '팔미사노·리포트'를 공표. 당시의 부시 대통령에게 실행을 요구했다. 이 보고서는 레이건 대통령 시절인 1985년 산업경쟁력위원회로부터 제출받은 영 리포트 이후 충격을 받았다.

참고로 영 리포트를 참고로 하여 1986년 4월에 일본에서도 나카소네 야스히로 내각에 의해 그 후의 일본의 경제정책에 큰 영향을 미친 '마에카와 리포트'가 정리되었다. 2008년의 리먼 쇼크 후, IBM은 IT로 이노베이션(innovation)을 실현하는 새로운 비전 'Smarter Planet(영리한 지구)'를 제창하기 시작한다. IT를 활용해 에너지, 상하수도, 교통체증, 물류, 의료 헬스케어 등 다양한 사회과제를 종합적으로 해결하자는 제안이다. 그 안에 스마트 시티라고 하는 개념이 짜 놓여지고 있었다.

2008년 말 선거에서 승리한 오바마 대통령은 2009년 1월 백악관으로 팔미사노 씨와 항공기 제조업체 허니웰 CEO 데이비드 코트를 초청했다. 그는 미국 경제계를 대표하여 의료(IT 헬스케어), 전력(스마트그리드=똑똑한 전력망), 교육과 광대역(디지털 통신망) 등 3개 분야에 대한 적극적인 투자를 건의했다. 직후의 미 의회에서는 1930년대의 뉴딜정책 이래 처음으로 사상 최대의 경기부양책이 통과되었다. 'Smarter Planet'의 기호를 강하게 반영한 전략투자 '그린·뉴딜정책'이 시작되고, 이를 계기로 전세계로 스마트시티 프로젝트가 확산되어 간다.

일본의 IT 전략은 어떻게 진행됐나

일본에서도 고이즈미 준이치로 내각이 출범한 2001년부터 국가 IT 전략 e-Japan 전략이 시작되면서 우정민영화 등 경제구조 개혁이 시작됐다. 그러나 2003년에 금융기관의 부실채권 처리가 거의 끝나가자 거품이 끼면서 IT 혁명은 용두사미로 남아있다. 고이즈미 내각 이후 2006년 9월 출범한 제1차 아베 신조 내각에서는 안전보장 정책과 북한에 의한 일본인 납치 문제에 주력한다. 한편, 2008년 7월에 개최 예정인 훗카이도 토우야호 서미트를 위해 지구온난화 대책과 경제구조개혁을 위한 준비를 진행하고 있었다. 하지만 아베 총리는 몸이 아파 불과 1년 만에 사임했다.

그 뒤를 이은 후쿠다 야스오 내각에서는 2008년 2월에 경제재정자문회의의 하에 '구조변화와 일본경제' 전문조사회(좌장 우에타 가스오 도쿄대학 교수=당시)를 설립하고, 서미트 개최 직전에 보고서 '글로벌 경제에 살다-일본 경제의 '회춘'을 정리하였다. 이 보고서는 '팔미사노·리포트를 강하게 의식했기 때문에, 통칭 '신·마에카와 리포트'라고 불린다. 10년 후의 우리 나라 경제사회의 모습으로서 '개방적인 플랫폼'의 구축과 '매력 있는 경제 시스템'으로의 패러다임 변화를 밝혔다.

훗카이도 토우야호 서미트에서 일본 정부는 '온실효과 가스 배출량을 2050년까지 절반으로 줄인다'는 장기 목표를 제안한다. 참여 각국의 합의는 얻지 못하였으나, 이 비전을 실현하기 위해 경제산업성에서는 IT를 활용한 경제구조개혁을 위해 "2050 연구회"를 2008년 10월에 발족하였다. 이러한 일련의 시책을 아베 수상 시대에 상차림한 브레인 중 한 명이 경제산업관료 마에다 야스히로 씨(현·중소기업청 장관)라고 일컬어진다.

스마트시티가 일본에서 실현되지 못한 것

2050 연구회에서는, 구미와 거의 같은 시기에 스마트 시티나 스마트 그리드 등의 전략을 검토하고 있었다. 반년 정도 활동하고 최종 보고서도 작성됐지만 미공개한채 해산했다. 당시 자료는 거의 남아 있지 않지만 필자의 수중에 있는 '2050 연구회의 제안~공유 경제·공창사회의 구축은 가능한가~Can we establish Sharing Economy and Co-creation Society'(2009년 6월)라는 자료에 따르면, 미국에서 Airbnb 및 Uber가 창업한 지 얼마되지 않아 일본에서도 IT를 활용한 '점유율 경제'모델의 도입이 검토되고 있었다.

왜 2050 연구회 보고서는 공개되지 않고 묵살당했는지.... 스마트 시티의 중요 테마에는 에너지의 유효 활용이 있다. 그 타깃은 전력 송배전망이었다. 유럽에서는, 벌써 덴마크 등의 북유럽에서 풍력 발전, 스페인 등의 남유럽에서는 태양광 발전 등의 재생 가능 에너지의 보급이 시작되고 있었다. 풍력, 태양광

모두 발전량이 불안정하게 되지만, 스마트 그리드(똑똑한 전력망)면 쌍방향으로 전력을 융통할 수 있다. 이것에 전기 자동차나 가정용 축전지등이 연결해 전력을 서로 융통하는 스마트 시티의 장래상이 그려졌다.

그러나, 이러한 스마트 시티의 장래상에 강하게 저항한 것이 일본의 전력 업계였다. 유럽형의 스마트 그리드가 도입되면, 발전 사업과 송배전 사업을 분리하는 '발송전 분리'가 단번에 진행될 가능성이 있다. '2050 연구회'에는 전기 메이커나 IT 메이커도 참가하고 있었지만, 대규모 고객인 전력 업계에 분명히 배려하고 있었다'라고, 2050 연구회에 관련되고 있던 경제산업성 OB 이토 신스케씨(현·리모노 사장)는 증언한다. 필자도 당시 마에다 씨에게 보고서를 공개하지 않는 이유를 물었지만 말끝을 흐렸을 뿐이다. 결과적으로, 일본에서는 스마트 시티 구상은 구체화하지 않고 시들어 간다.

쉐어 경제모델로 중요한 포인트는, '신·마에카와 리포트'로 지적한 '개방적인 플랫폼'을 실현하는 것이다. 통신망은 광대역화에 의해 누구나 자유롭게 저비용으로 이용할 수 있게 되어 인터넷 혁명이 일어났다. 전력망도 스마트 그리드화해 넓게 개방하는 것으로, 제 2 의 인터넷 혁명이 기대되고 있었다. 자동 운전 시스템등에서 주목받는 도로망도, 누구나 자유롭게 통행할 수 있다고 생각할지도 모른다.

그러나, '관리 주체가 나라, 도도부현, 시읍면으로 제각각이고, 실제의 운용은 경찰이 실시하고 있기 때문에, 새로운 서비스를 제공하는 허들이 높다'(이토씨)이라고 하는 것이 실태다.

스마트 사회 구현에 적극적인 유럽

2009 년 9 월에 탄생한 민주당 정권은, 매니페스토에 재생 가능 에너지의 보급과 스마트 그리드의 도입을 포함시키고 있었지만, 명확한 IT정책의 비전이 없었다. 2011 년 3 월의 후쿠시마 원자력 발전 사고를 기회로, 재생 가능 에너지의 전량 매입 제도를 도입했다.

HEMS(가정용 에너지 관리 시스템)를 설치한 스마트 하우스가 등장했지만, 전기 사용량을 '보이는 화'했을 뿐. 스마트 그리드의 도입은 재고되어 에너지 이용을 효율화하는 대치는 진행되지 않았다. 일본의 IT 전략이 정체되는 한편, 유럽에서는 EU(유럽연합)의 새로운 중기 성장전략 'Europe2020'을 2010 년에 책정했다. 그 골자는 '지적인 경제성장' '지속 가능한 경제성장' '(사회 전체를) 포괄하는 경제성장'의 3 가지로 나누고, '디지털 사회' '기후변화·에너지·모빌리티' 등 7 개의 테마별로 전략실시를 추진하였다.

독일 정부도 2011 년에 책정한 하이테크 전략 액션플랜에서 '산업기술(Industry) 4.0' 구상을 발표한다. 스마트 사회 실현을 위해 IoT, AI 도입 노력을 시작했다. EU 에서는 2011 년부터 새로운 IT 프로젝트 'FI-PPP(차세대 인터넷 관민연대 프로그램)'를 5 개년 계획으로 착수하였다. 2014 년 오픈소스 차세대 인터넷 'FIWARE(파이웨어)' 1 판을 출시하고 2016 년 FIWARE 재단을 설립해 지원을 시작했다.

이 재단에는, NEC 가 2017 년 3 월에 플라티나 멤버로서 참가했고 그 후, 일본에서도 스마트 시티가 지탱하는 '도시 OS(기본 소프트웨어)'로서 FIWARE 가 카가와현 타카마츠시, 효고현 카코가와시 등에 도입되고 있다. 중국이 스마트 시티의 준비에 나선 것은 2012 년 연말이다. 구미로부터는 2~3 년 늦었지만, 2013 년의 초에는 90 도시 이상으로 스마트 시티를 추진할 것을 결정했다. 특히 중국의 경우는, 국가 프로젝트이므로 예산의 걱정은 없고, 개인정보의 취급으로 주민 합의를 얻는 수속도 필요가 없다. 주민의 감시 시스템 등, 스마트 시티의 새로운 서비스나 앱의 개발이 단번에 진행되기 시작했다.

세계 조류 탈 수 있을까

경제산업성의 '2050 연구회'로부터 11 년 후인 2020 년 4 월, 일본에서는 발전 사업자와 송배전 사업자를 나누는 '발송전 분리'가 간신히 실현되었다. 태양광 발전의 도입도 진행되어, 재생 가능 에너지의 전원

구성 비율도 약 17%가 되었다. 경제산업성에서는 7 월에 '해양상 풍력의 산업 경쟁력 강화를 향한 국민 협의회'를 시작해 카지야마 히로시 경제산업상은 '당면 10 년간은 연 100 만 kw(합계 1000 만 kw), 2040 년에 걸치는 3000 만 kw 를 넘는 도입'이라고 하는 방향성을 나타내, 재생 에너지의 주전원화의 대처를 본격화시키고 있다.

경제산업성은 6 월에 성립한 에너지 공급 강인화법에 근거하여 재생 가능 에너지 보급에 필요한 광역 송배전망 구조를 재검토하는 검토에 착수. 그러자 즉시 전력업계에서는 "안정 공급에 불안이 있다" "전력의 안정 공급에 영향을 주는 규칙 개정은 어떨인가"라는 신중론이 대두되어 왔다. 결국 지난 10 년간 재생에너지의 본격 도입을 위한 논의를 사보타주해 왔다는 것이라고 한 재생에너지의 업계 고위 관계자는 한숨을 내신다. '전력의 안정 공급'과 '전기요금의 유지'를 방패로, 실질적으로 발전과 송배전이 일체적인 경영을 하고 있는 것이 실정이라고 한다.

2018 년 9 월 홋카이도 이부리 동부 지진, 같은 해 9 월의 2124 호 태풍과 2019 년 9 월의 태풍 루사 등의 자연재해로 블랙아웃과 대규모 정전이 발생하였으며, 앞으로는 송배전망의 강인화와 전원 분산화가 불가피할 것이다. 게다가 일본 기업도 SDGs 에 대한 대처를 강화. 사업 활동에서 사용하는 전력을 100% 재생 가능 에너지로 하는 것을 목표로 하는 국제 이니셔티브 'RE100'에 참가하는 일본 기업도 증가하고 있다. 2020 년 말까지는 강인한 전력 네트워크의 형성과 전력 시스템의 분산화를 실현하기 위한 새로운 제도가 마련될 전망이다.

'재에너지형 경제사회'의 창조를 향해서, 개방적인 분산형 '스마트 그리드'가 일본에서 실현될 것인가.11 년 전과 같은 전철을 밟는다면 일본의 스마트시티는 점점 세계의 조류에서 뒤처지게 된다.

5. 일본의 FPD 메이커, JDI 와 샤프는 살아남을 것인가? (마이ナビ뉴스, 2020.10.14)

Japan Display Fab planning and loading rate forecast

Fab	Location	Technology	Capacity	Q1'19	Q2'19	Q3'19	Q4'19	Q1'20	Q2'20	Q3'20(F)	Q4'20(F)	Application	Remarks
G3	Higashiura(東浦)	LTPS	28K	60%	69%	70%	62%	65%	65%	45%	60%	Mobile/Notebook	Mobile demand declined
G4	Tottori(鳥取)	a-Si	50K	74%	66%	83%	87%	80%	47%	30%	50%	Automotive/Notebook	
G4.5	Ishigawa(石川)	LTPS	43K	54%	49%	70%	90%	62%	52%	38%	70%	Mobile/Automotive	Automotive demand
G6	Mobara(茂原)	LTPS/OLED	47K/3K	31%	42%	72%	75%	73%	80%	73%	65%	Mobile/Notebook/OLED smartwatch	*Apple mobile: 6.1" *Notebook: 14"/13.3"/13"
G6	Hakusan(白山)	LTPS	25K	49%	6%	stop	-	-	-	-	-	Mobile	Shut down in Q3 2019

Source: Omdia © 2020 Omdia

사진 1) 출처: Omdia, JDI 각 공장의 가동률 추이

시장동향조사회사 Informa/Omdia 주최의 '제 39 회 디스플레이 산업 포럼'에서, 일본의 디스플레이 제조 메이커로서 잔존하고 있는 히노마루 FPD 연합이라고도 할 수 있는 재팬 디스플레이(JDI) 및 대만 흥해 정밀공업 산하의 샤프의 현 상황과 향후에 대해서, 대만 주재의 일본·대만 담당 애널리스트 Linda Lin 씨가 조사 결과를 발표했다.

Apple 의지에서 벗어날 수 없는 JDI Apple 의 iPhone11(6.1 형) LCD 모델의 수요증가에 의해, 시게하라 공장의 가동률은 2020 년 전반은 70%~80%라는 높은 가동률을 유지할 수 있었다. 사사분기 이후, Apple 의 수요가 약간 침체해, 그리고 2021 년 이후는 급격하게 저하할 가능성이 높다. 또 차량재 패널은 신형 코로나의 영향으로 전 세계적으로 수요가 침체돼 4~4.5 세대 팹의 가동률이 낮은 상황이다.

2019년 1월부터 시작된 Apple Watch 용 1.78형 소형 유기 EL 패널의 양산이지만, 수요가 늘지 않고, 2020년 상반기의 유리기판 투입량은 월산 2000매 정도로, 출하 개수도 150만개 정도에 머물렀다고 한다. 또, 샤프에 매각된 하쿠산 공장에서의 향후의 오퍼레이션에 대해서는, JDI, 샤프, Apple의 사이에 미확정인 요소가 많아, 머지않아 공식 발표가 있다라는 견해를 나타냈다. 샤프와의 관계 강화를 도모하는 Apple 샤프의 디스플레이 공장에 관해서는, 사카이 디스플레이 프로덕츠(SDP)의 TV를 위한 제 10세대 패널 공장이 풀 가동 상태에 있다. SDP 산하의 중국 광저우의 초시경 국제과학기술 광저우(SIO)의 제 10.5세대 공장도 가동률을 급속히 높이고 있지만 신형 코로나 대책용 마스크를 제조하고 있는 것으로 알려진 샤프구산 공장의 가동률은 40% 정도로 낮다.

'샤프는, Display 비즈니스를 분사화하기로 하고 있지만, 매수한 JDI 하쿠산 공장의 향후의 취급과 함께 귀추가 주목받는다'라고 Lin 씨는 말하고 있다. 이번 강연 후의 10월 1일, 샤프는 디스플레이 사업의 의사결정을 신속화하는 것과 동시에, 타사로부터의 출자에 의한 외부 자금 획득을 시야에 넣어 경쟁력을 확보한다는 이유로 디스플레이 사업을 샤프 본체로부터 떼어내 분사했다. 새롭게 탄생한 자회사는, 샤프 디스플레이 테크놀로지(본사는 카메야마 사업소내)로 미에 사업소, 사카이 사업소, 매수한 JDI 공장의 디스플레이 사업을 산하에 넣는다. 액정이나 유기 EL에 가세해 마이크로 LED 등 차세대 디스플레이의 개발도 담당한다. 샤프는 반도체 사업을 한 발 앞서 분사했지만 외부 자금 획득이 안 돼 후쿠야마 사업소 일부를 미쓰비시 전기에 분할 판매해 연명하려 하고 있어 샤프 해체를 위한 분사화의 앞길은 다난하다.

Lin 씨는 'Apple iPhone의 LTPS LCD 패널 서플라이어인 JDI나 한 LGDisplay는 2020년의 공급량을 줄일 가능성이 있다. 샤프에 있어서 JDI의 하쿠산 공장을 매수한 것은, LGDisplay를 대신해 LTPS LCD 모바일 패널을 Apple에 더 많이 공급할 절호의 기회이다'라고 말하고 있다. 샤프는 JDI 하쿠산 공장의 건물과 클린 룸, Apple은 제조 설비를 각각 JDI로부터 취득해, 샤프·Apple 연합은 제 6세대(G6) 기판으로 월간 2.6만장의 LTPS 제조 능력을 손에 넣은 것이 된다. 이 때문에, JDI는 iPhone용의 공급 쉐어가 내릴 것이지만, 스마트폰용의 매상 구성비를 7할에서 5할로 내려 가는 경영전략에 근거하는 매각으로 보여지고 있어 이것에 의해, 2021년에는 iPhone 액정 모델의 공급 쉐어로 샤프가 JDI를 역전할 전망이다.

마지막으로 Lin 씨는 일본 디스플레이 업체 2곳은 재정적 위기 상황을 벗어나기 위해 외부의 지원이 필요한 상황이다. 샤프는 유기 EL 비즈니스를 통합하기 위해 Apple의 재정적 및 기술적 지원을 필요로 한다. JOLED는 드디어 잉크젯프린팅 비즈니스를 협업할 파트너로 중국업체(TCL/CSOT)를 찾았다. JDI는, 가까운 장래, Apple로부터의 액정 패널 수요가 줄어 드는 것을 예측해 더 새로운 고객을 찾아내는 영업 노력이 필요하다'라고 말하고 있다. 2020년의 디스플레이 산업은 어떻게 되는가? Omdia의 디스플레이 기술·투자 담당 애널리스트(코토 주재) Ckarles Annis 씨는, 2020년 중앙 시점의 디스플레이 업계를 이하와 같이 총괄했다.

2020년은 보기 드문 놀라움의 연속의 해이다. 디스플레이 업계는 4월부터 5월까지 비관적인 견해 일색이었으나 재택근무와 재택수업, 집에서의 비디오 게임이 뉴노멀해지면서 소비자들은 전자기기의 업그레이드를 하게 되고 시장은 긍정적인 방향으로 전환했다. 디스플레이 업계에 대한 신형 코로나 바이러스의 영향은 다른 많은 산업과 달리 좋은 방향으로 향하고 있다.

디스플레이 산업의 2021년 전망은 긍정적이다. 2020년 제 3사분기는 디스플레이의 모든 응용 분야에서 수요가 돌아왔다. 패널 제조업체들은 3분기에 흑자 전환이 가능할 전망이다. 중 TCLSCOT의 Samsung 중국 공장 매수나 샤프의 JDI 하쿠산 공장 매수는, 디스플레이 업계에 있어서 긍정적인 움직임이다. 중국의 새 펌 출범이 신형 코로나의 영향으로 지연되고 있다. 국내 액정제조라인의 폐쇄도 늦어지고 있다. 반면 중국 업체들은 생산능력을 점차 늘리고 있다. 디스플레이의 수요가 2021년에 기대대로라면,

한국세의 액정 철폐로 디스플레이 공급이 타이트하게 될 가능성이 있어, 중국세에 있어서는 순풍이 될 것이다.

이상을 근거로 하여 항례인 2021 년 디스플레이 산업 일기예보(경기예측)를 그리면 디스플레이 업계 전체로는 흐림에서 맑음으로 돌아설 것으로 예측된다고 한다. 거시경제는 신형 코로나 바이러스로 2020 년은 비가 오다가 2021 년은 흐리다. 생산능력 증강이나 설비투자는 비가 올 것으로 예상되지만, 그 이외(재무상황, 수급균형, 팽가동률, 유기 EL 비즈니스, 재고상황)에 대해서는 2020 년 후반부터 회복기조로 2021 년에는 모두 맑아질 것으로 기대된다. Annis 씨는 '오는 2021 년에 기대를 걸고 싶다'라고 이야기를 끝맺었다.

“코로나19 대응” 중국 중앙정부 정책 및 백신 동향

<백신>

1. 세계 최초 코로나바이러스 멸활백신의 연구개발 (SINOPHARM 国药集团, 2020.4.20)

1 월 5 일, 우한 생물제약연구소의 협력사인 중국과학원 우한바이러스연구소는 코로나바이러스 독주를 분리하는데 성공하면서 코로나 바이러스 백신의 연구개발 작업도 시작했다.

1 월에는 주로 두 가지 방면의 작업이 진행되었는데, 한편으로는 바이러스가 세포에서 대대로 적응하는 작업에 대한 연구였고, 다른 한편으로, 백신이 소멸될 수 있도록 바이러스의 멸활 공정과 멸활 조건을 파악해야 했다.

2 월 1 일, 국약그룹 중국바이오는 선두회사로서 과학기술부 국가중점연구개발계획 '공공안전위험방지 및 응급기술장비' 중점 전문 '2019-nCoV 멸활백신' 프로젝트의 긴급입안을 승인받았고 과학연구공관팀은 업무를 계속 추진했다.

2 월 14 일, 과학 연구 팀은 순화 항원을 획득했고, 2 월 16 일부터 쥐, 생쥐, 기니피그, 갠지스강원숭이, 개원숭이 등 다양한 실험동물에서 백신의 면역원성 연구를 실시하여 백신의 유효성을 검증하기 시작했다.

2 월 25 일, 과학연구팀은 동물에게 백신을 투여한 후 백신이 면역력을 갖게 하고 동물들을 감염으로부터 보호하는 연구를 시작했다. 보호성 연구는 4 월 7 일까지 진행되었으며 갠지스원숭이와 같은 동물들의 실험 결과 백신이 보호효과가 뛰어난 것으로 입증되었다.

3 월 8 일부터 과학연구팀은 보안성 평가 작업을 실시했다. 백신 개발 과정에서 중요한 부분은 임상 전의 안전성 평가이다. 즉, 백신이 동물에게 안전하다는 것을 입증해야 한다고 밝혔다. 왕쩌옌은 "이 작업은 4 월 7 일까지 계속되었고, 그 결과 이상적이었고 아무런 이상반응과 부작용이 없었다."고 말했다. 독종은 백신 개발과 준비의 기초이다. 과학연구공관단팀은 동시다발적으로 독종고의 건설작업을 전개했고 관련 규정에 따라 2 월 28 일 3 단계 독종고를 설립하고 임상등록배치를 시작하여 백신을 생산했으며 3 월 18 일에 3 차 백신 생산을 완료했다. 중국은 임상시험을 신청하기 전에 3 차 합격된 샘플을 연속으로 생산해야 했다.

4 월 4 일, 우한 생물제약연구소에서 생산된 멸활백신 자체 검사에 합격했으며, 4 월 9 일 중국 식품의약품검정연구원의 검정 합격 보고서를 받았다.

우한 생물제약연구소는 4 월 10 일 최종판 신고서를 요청대로 제출했고, 4 월 12 일 국가약감국으로부터 임상시험 허가를 받았다.

2. 중국 코로나 19 백신 임상 안전성 확인 (소후搜狐, 2020.8.15)

코로나 19 백신의 안전성과 면역원성을 평가하기 위해 연구진은 2020 년 4 월 12 일부터 중국 허난(河南)성에서 18~59 세의 건강한 성인을 모집해 총 2 단계의 무작위, 이중맹, 위약 대조를 위한 I 기 및 II 기의 임상시험을 진행했다. 최종 320 명의 지원자가 임상시험에 참여했으며 두 차례 시험과정의 중간 데이터를 발표했다.

I 기 임상시험에서 총 201 명이 초기 평가 자격을 통과했지만 약물 알레르기, 실험실 테스트기 이상 등 외부 사유로 임상시험 조건을 충족하지 못했다. 선별을 거친 후 최종 96 명의 지원자(여성 58 명, 남성 38 명)가 임상시험에 포함됐다. 연구진은 자원봉사자를 저, 중, 고선량 그룹(2.5, 5, 및 10µg/dose)과 알루미늄 조제대조군으로 나눠 인원을 균등하게 24 명으로 정하고 0/28/56 일차에 세 차례 접종을 받았다.

반면 II기 임상시험에서는 최종 총 224 명의 지원자(여성 142 명, 남성 82 명)가 포함됐고, 0/14 일, 그리고 0/21 일 두 그룹으로 나눠 두 차례 중선량 접종(84 명, 84 명)을 받거나 알루미늄조제(28 명, 28 명)를 접종했다.

이 멸활백신 접종에 참여한 모든 자원봉사자들은 혈청전환이 존재하고 면역원성을 가졌다. 이를 통해 이 코로나 19 백신이 18~59 세 사람들 사이에서 중화항체반응을 일으킬 수 있다는 것을 증명했다.

이 멸활백신을 접종한 7 일 동안 관찰된 주요 부작용은 주사부위 통증, 발열, 두통, 메스꺼움, 구토 등이 있었지만 모두 경미했기에 별다른 치료가 필요 없었다. 환자들의 부작용 발생률이 낮았다. 이번 연구에서 백신과 관련된 그 어떤 심각한 부작용 사건이 발생하지 않았다.

중국 국약그룹 중국생물 우한 생물제품 연구소와 중국과학원 우한바이러스연구소가 공동으로 개발한 코로나 19 백신은 I/II 기 인체 임상시험에서 안전하고 효과적임을 초보적으로 확인했다.

또 다른 베이징 시노백 생물제약회사가 개발한 코로나 19 백신 코로나 Vac(CoronaVac)은 임상시험에 참여한 600 명의 지원자 모두가 중화면역반응을 일으켜 안전성과 면역원성이 우수하다는 것을 증명했다.

국약그룹 중국생물은 6 월 23 일 아랍에미리트에서 3 차 임상 시험에 들어갔다. 협약식에서 아랍에미리트 보건장관은 국약그룹 중국생물에 임상시험 승인서류를 수여했으며 이는 중국의 코로나바이러스 백신이 해외에서 임상시험을 처음 진행하는 것이다.

9 월 14 일까지 아랍에미리트, 바레인, 이집트, 요르단, 모로코, 페루, 아르헨티나를 포함한 국가들에서 5 만 명 이상의 지원자들이 중국생물의 2 종 코로나 19 백신 3 기 임상시험에 참여했다.

3.중국, 세계 최대 코로나 19 백신 기지 구축 (신경보新京报, 2020.6.28)

코로나 바이러스 감염증이 발생한 후, 중국은 일차적으로 멸활백신의 연구개발과 생산업무를 가동했다. 중국 전자시스템공정 제 4 건설유한회사가 국내 첫 바이러스 멸활요 백신 생산기지의 하청건설 작업을 맡았다.

이는 세계 최초이자 최대 규모인 코로나 19 멸활백신 생산기지이다. 국약그룹과 중국생물은 생산기지 건설에 고도로 중시하고 "안전 제일"의 이념을 설계, 건설 및 사용의 전 과정에 관통했다. 국가 및 세계보건기구(WHO)의 관련 생물안전규범과 표준을 따르고 국내외 풍부한 경험이 있는 설계팀을 도입하며 생물안전 3 단계 방호기준에 따라 건설 및 관리유지를 진행하였다. 베이징시 정부의 대대적인 지원하에 베이징생물제약연구소는 불과 2 개월 만인 4 월 15 일에 코로나 19 멸활백신 생산기지 건설을 완료하였다. 7 월 중순, 국가 관련 부서 조직 전문가들은 베이징생물제약연구소 코로나 19 백신 생산기지의 안전성에 대해 전면적인 검사를 실시했고 이 생산기지는 국가 관련 표준요구를 부합하기에 백신의 대량 생산에 투입될 수 있다고 주장했다.

7 월 1 일, 중국생물기술의 우한생물제품 연구소 고급 생물안전시설 및 실험실 복합단지가 준공되었고 7 월 말 사용조건을 충족해 빠른 시일 내에 관련 점검 및 생산조건을 갖추기 위해 노력하였다. 두 연구소 생산기지가 코로나 19 백신 생산에 투입되면 중국생물은 코로나 19 백신의 연간 생산능력이 2.2 억개에 이른다고 보장할 수 있다고 밝혔다.

KIC 중국 NEWS

1. KIC 중국 이상운 센터장, 처쿠카페(车库咖啡) 주최 위페이(于飞)·로드쇼 참석 (2020.10.14)

[KIC 중국 연구원 황소정]

KIC 중국 이상운 센터장은 10 월 14 일 처쿠카페(车库咖啡)가 주최하는 위페이(于飞)·로드쇼: Phoenix Satellite Television 그룹 투자 프로젝트 엑셀러레이션 로드쇼에 참석했다.

본 행사는 중국을 대표하는 창업가 및 벤처 투자자들이 참석하였으며, 이상운 센터장은 귀빈으로 초청받아 참가하였다.

본 위페이(于飞)·로드쇼는 기업, 액셀러레이터와 투자자들이 한자리에 모여 현재 기술 발전과 관련하여 과거와 현재를 분석하고 미래를 조명하는 행사이며, 이번 " 위페이(于飞)·로드쇼 "행사는 스타트업, 글로벌 진출을 주제로 기술 발전에 관련 한 정보 등을 한자리에서 들을 수 있는 기회를 제공했다.



사진 1) 출처: KIC 중국. 처쿠카페(车库咖啡) 주최 위페이(于飞)·로드쇼 행사 현장 사진

또한 본 행사는 헤드게임 및 타데이터 사업자, 인터넷 vr 파노라마 SAAS 서비스, 전국 선도적인 MCN 기구, 음악 모바일 소셜 애플리케이션의 순서로 로드쇼가 진행되었다.

이 밖에도 스타트업 바이어 비즈매칭 등을 통하여 액셀러레이터 및 투자자들에게 교류의 장을 제공했다.

또한 이상운 센터장은 본 행사를 통해 중국측 많은 참가자 및 투자자와 네트워킹 할 수 있었다. 앞으로 지속적인 협력을 이어나갈 계획이다."라며 입장을 밝혔다.

KIC 중국과 처쿠카페는 1 월 13 일 혁신창업 협력 MOU 를 체결을 하였고 이어서 적극적으로 협력을 이어오고 있다. 혁신창업 협력 MOU 는 양기관의 핵심 역량과 자원을 활용하여 한중창업자를 위한 전문화된 창업서비스를 제공하며 한중기업들을 매칭, 협력, 발전시키고, 정착시키는데 그 목적이 있다.

또한, 혁신창업대회, 로드쇼, 한중과학기술기업 교류정상회의 등 양국 기업의 발전을 위한 행사를 개최함에 있어 상호협력하기로 결정하였다.

현재 KIC 중국과 처쿠카페는 지속적으로 교류 중이며 상호 지원을 통해 상생관계를 유지중이다.

2. KIC 중국 제 10 회 기업가정신과정 한중청년·대학생 쇼트클립 전자상거래 온라인 교육 설명회 성공적으로 개최 (2020.10.15)



사진 1) 출처: KIC 중국. 제 10 회 기업가정신과정 창업 및 취업 온라인 설명회 포스터

[KIC 연구원 황소정]

과학기술정보통신부 산하기관인 KIC 중국(센터장 이상운)은 2020년 10월 15일 오후, 제 10회 기업가 정신과정 창업 및 취업 온라인 설명회를 개최했다.

본 행사는 KIC 중국, 중국국제청년교류센터(共青团), 텐센트 WeSpace가 공동주최하고 북경국제청년 연수학원, 북경한국총유학생회, 북경한인청년창업연구회 (KBSA), 중국조선족학생센터(KSC) 등 기관이 협력했다.

그 동안의 취업 설명회는 오프라인 방식으로 진행돼 왔으나 "2020 포스트 코로나 한중대학생 온라인 취업 설명회"와 같이 이번 또한 코로나 사태로 인하여 온라인으로 선보였다.

온라인임에도 텐센트생태협력부 고급경리 당진(党金), 즈쉬싱크탱크(子需智库) 창시자 풍충충(冯翀翀), 파이쇼우(快手)해외 공공사무 총감독 한항(韩行), 모쿠아이과학기술 운영업무부총감독 쉬하이위(徐海瑜), 우디주보 전자상거래 강사 보란(鲍兰), 선전즈위(智娱)문화매체유한회사 CEO 모즈잉(莫智颖) 등 유명한 팔로워 크리에이터 등 저명한 강사가 참여하는 만큼 한중 유학생들의 관심도는 매우 뜨거웠다.

행사는 텐센트 화상회의와 온라인 생방송 2 가지 방식으로 진행되었으며 당일 약 500여명의 참석자가 함께했다.

본 행사는 코로나 19의 여파로 인한 전 세계적인 경제난과 취업난이 찾아오는 환경 하에 한중 청년 및 대학생들의 최대 관심사인 취업과 진로 문제에 대해 소통하는 기회를 제공했다.

또한 이번 설명회는 특별히 쇼트클립 전자상거래를 주제로 진행되었으며 우수한 기업 및 인적 자원을 동원해 한중 대학생들에게 취업, 창업 시장 동향 및 청년 취업 지원을 목표로 했다.



사진 2) 출처: KIC 중국. KIC 중국 이상운 센터장의 축사

이날, KIC 중국 이상운 센터장과 텐센트 구역 콘텐츠생태계 부총경리 마위츠, 주중한국대사관 과기정통관 노경원, 중국국제청년교류센터 홍꾸이메이 부주임을 비롯한 유명인사들의 축사를 시작으로 성공적으로 개최되었다.

KIC 중국 센터장 이상운은 “현재 쇼트클립 플랫폼을 기반으로 한 새로운 사업 기회가 증가되었고 그 중에서도 특히 생방송을 통해 거래하는 전자상산업이 확대되고 있다.”며 “이번 강의를 통해 앞으로의 미래 계획에 많은 도움이 되길 바란다, 한중 청년 및 유학생들을 응원한다.”는 메시지를 전했다.



사진 3) 출처: KIC 중국. 텐센트 구역 콘텐츠생태계 부총경리 마위츠, 주중한국대사관 과기정통관 노경원, 중국국제청년교류센터 홍꾸이메이 부주임 축사 현장

더불어 텐센트 구역 콘텐츠 생태 부총경리 마위츠는 텐센트 생태협력부를 대표하여 KIC 중국 및 중국국제청년교류중심에서 이번 행사에 많이 애써주신 점에 대해서 감사드린다. 텐센트는 중국에서 최대의 종합서비스 기업이고 텐센트 Wespace 는 좋은 작품과 좋은 콘텐츠 좋은 IP 를 육성해 내는 것뿐만 아니라 많은 생태계를 지원하고 있다.”고 말했다.

다음으로 주중한국대사관 노경원 과기정통관은 “쇼트클립은 콘텐츠의 길이가 길지 않고 손쉽게 제작할 수 있어서 앞으로도 이용자가 크게 증가하고 이용 분야와 이용 플랫폼도 크게 증가할 것으로 전망된다. 이러한 트렌드에서 쇼트클립 플랫폼의 동향과 전망, 수입분배 방식 등에 대해 학습할 수 있는 오늘의 기회는 참여하는 한중 양국의 청년 대학생들에게 하나의 전기가 될 수도 있다고 본다.”는 메시지를 전했다.

마지막으로 중국국제청년교류센터 홍꾸이메이 부주임은 “코로나 바이러스도 한중 청년의 학습 열기를 꺾지 못하였다.”며 “설명회를 통해 멘토와의 교류를 통해 새로운 지식을 얻을 바란다.”고 축사 순서를 마무리했다.

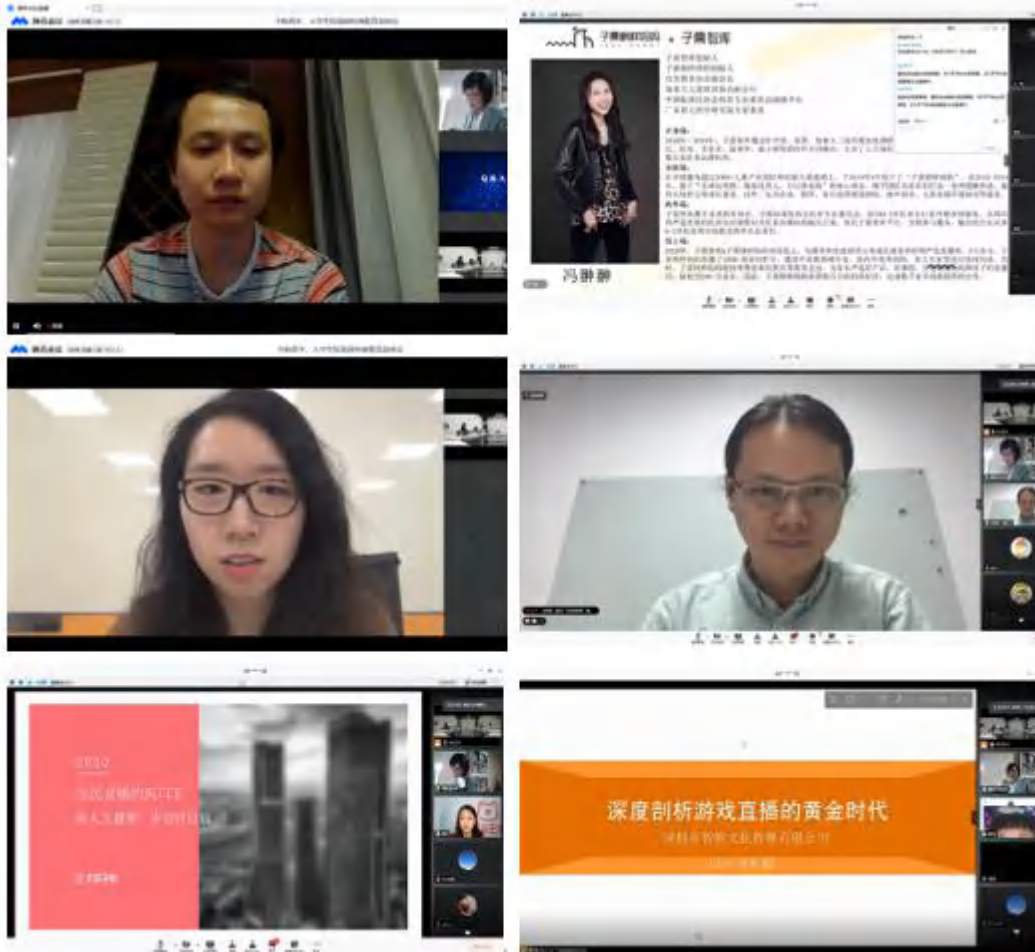


사진 4) 출처: KIC 중국. 텐센트, 콰이쇼우 강사 강연 현장

이 날 설명회는 중국 쇼트클립 분야의 유명한 팔로워 크리에이터 및 저명한 강사의 강연으로 이루어져 쇼트클립 플랫폼의 유익한 정보를 공유해 주었다.

또한 “전국민 라이브 방송 참여 추세 속에 입문자의 첫걸음은 어디서부터?”라는 주제로 강연을 한 우디주보 보란은 트래픽의 포지션을 분명히 해야 하며 한다. 라이브 방송에 뛰어들면서 원하는 게 무엇인가를 정확히 알아야 한다고 재차 강조하며 한중 청년들을 응원하고 용기를 북돋아주는 강연을 펼쳤다.

이처럼 온라인이라는 환경에서도 강사들은 한중 청년들을 위하여 끊임없는 열정을 보여주었다. 쇼트클립을 기반으로 성행되고 있는 현 시대에 맞설 수 있는 실질적인 방안과 취업 및 창업에 관하여 알찬 강연이 펼쳐졌다.

마지막으로 한중 청년들의 Q&A 시간을 끝으로 제 10 회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회는 성공적으로 마무리되었다.

3. 일본 미즈호 은행 관계자, KIC 중국 방문 (2020.10.16)

[KIC 중국 황대연 연구원]

10 월 16 일, 일본 미즈호 은행 베이징 지점 사옹 (夏勇) 혁신창업부문 총책임자가 KIC 중국을 방문하였다.



사진 1) 출처: KIC 중국. 왼쪽부터: 일본 미즈호 은행 베이징 지점 사옹 (夏勇) 총책임자, KIC 중국 이상운 센터장

미즈호 은행은 일본에서 미쓰비시 UFJ 은행, 미쓰이스미토모 은행과 함께 일본의 3 대 은행 중 한 곳으로, 모기업은 미즈호 파이낸셜 그룹이다. 미즈호 은행의 전신인 제일은행은 일본에서 처음으로 설립된 은행이자 일본의 첫 번째 주식회사로, 이에 따라 통합자산망상 미즈호 은행의 코드는 0001 번을 사용하고 있다.

미즈호 은행은 중국을 국제업무의 최종점 지역으로 지정하였으며, 이에따라 1981 년부터 중국 본토에 진출하기 시작하였다. 1987 년에 선전지점을 중국 내에서 최초로 개설하며, 이어 2009 년 우한에 지점을 설립하였다. 이는 일본계 은행 처음으로 중국 내륙에 설립한 지점이다. 현재 미즈호 은행은 상해, 베이징, 천진, 대련, 청도, 우시, 쑤저우, 우한, 광저우, 선전 10 개 도시에 지점이 있으며 샤먼과 난징에 대표처가 있으며, 이 규모는 일본계 은행 중 최대규모이다.

미즈호 은행은 중관촌 발전그룹 주식회사와 자본 협력, 금융업무 협업, 해외 업무 협업 등의 MOU 를 체결하고 중국과 일본의 스타트업 지원에 힘을 쓰고 있다.

또한 미즈호 은행은 세계 여러 유명 학교에 장학금을 개설하고 있으며 중국의 경우 베이징 인민대부속중학교에 학생당 장학금 5000 위안을 지급하고 있다.

본 방문에서 미즈호 은행 혁신창업부문 샤웅 (夏勇) 총책임자는 KIC 중국과의 협력의사를 적극적으로 밝혔으며, 한중일의 학생 및 스타트업 지원을 위해 협력방안을 모색할 예정이다.