



주간 중국 창업

제 99 호 (2018. 10. 10)

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 중국 창업 NEWS

- ▶ 2018 년 중국 대중창업·만중창신 위크 가동(중국커지왕, 2018.9.30)
- ▶ 마윈, '빈몸으로 알리바바 떠나나!' 알리의 해명은? (소후, 2018.10.2)
- ▶ 텐센트뮤직 사업설명서 제출: 월 MAU 8 억 육박, 유료화 전환율 5%미만(소후, 2018.10.3)
- ▶ 레노버 그룹 주가, 하루만에 15% 폭락, 최근 10 년 최대 하락폭, 심층 원인은?
(소후재경, 2018.10.6)

중국 전문가 ISSUE

- ▶ Content & Ent. (2018.10.9) – SV Investment 제공
- ▶ Robot & AI (2018.10.9) – SV Investment 제공
- ▶ BIO & Healthcare (2018.10.9) – SV Investment 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 (2018.10.8) – PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (48) (2018.10.3) – 윤형건 교수 제공

주간 중국 VC 투자 요약

- ▶ IT오렌지 주보: 10/5~10/9까지 있었던 25개 국내 투자/합병 건(IT오렌지, 2018.10.9)

KIC중국 NEWS

- ▶ KIC중국 엑셀러레이션 기업 4개사, 2018 CACSC 알리바바 국제창업대회 일본전
참가(2018.10.9)

주간 중국 창업 NEWS

1. 2018 년 중국 대중창업·만중창신 위크 가동 (中国科技网, 2018.9.30)



중국국가발전개혁위원회, 중국과학협회가 관련부서와 공동 기획해 국무원의 허가를 거친 2018 년 대중창업·만중창신 위크(이하 위크로 약칭)가 10 월 9 일부터 15 일에 개최된다. 중국 국가발전개혁위원회는 이를 위해 각 관련 부서와 준비작업을 철저히 하고 있다.

본 위크의 주제는 “하이레벨 상창(双创), 고퀄리티 발전”이다. 여기서 상창이란 2014 년, 리커창 총리가 출범한 정책으로 ‘대중창업·만중창신’을 의미한다. 행사기간은 이번 달 9 일에 시작하여 15 일 막을 내린다.

행사의 기본 회의장소는 청두(成都)와 베이징(北京)으로 전국 각성(자치구, 직할시)과 신장(新疆)생산건설병단(兵团)에서 동시에 개최된다. 기업, 대학교, 사회단체, 지역별 시민단체, 개인창업자 등 많은 참여자들은 현지에서 행사를 가진다. ‘일대일로’연선국가와 해당지역에서도 관련 행사가 개최된다.

주요행사: 청두 본회의장에서 오리엔테이션을 가지고 주제 설명, 개혁개방 40 주년 창업대표 간담회, 혁신 창업플랫폼 건설 추진회, 창업 성공인사 코너, 블랙 테크놀로지 쇼 등 행사를 가지며, 베이징 행사장에서는 발전포럼 등의 행사를 진행한다.

베이징 행사장의 상세한 내용:

■ 고품질 발전 포럼: 개혁개방 40 주년 배경하에 고품질 발전을 중심으로, 정부, 기업인과 각계 대표들을 초청해 중국 및 세계적인 고품질발전 선도적 이론, 역사적 경험, 발전모델, 혁신으로 발전을 도모하는 전략을 탐색하고, 고품질의 발전을 실현하며 새로운 동력을 발견할 수 있는 통로와 관련하여 탐구한다. 베이징시 하이디엔(海淀)구 중관촌(中关村) 국가자주혁신시범구 전시센터에서 열릴 계획이다.

■ 특별행사: 베이징시의 정치와 과학기술혁신의 중심 두가지 기능을 중심으로, 베이징-톈진-허베이 협동발전의 혁신창업성과를 알리고, 숭안(雄安)신구 조성 1 주년 혁신성과를 전시하며, 중관촌혁신창업발전 이념과 성공사례를 집중조명한다. 베이징시 하이디엔구 중관촌국가자주혁신시범구 전시센터에서 열린다.

2.마윈, '빈몸으로 알리바바 떠나나!' 알리의 해명은? (搜狐, 2018.10.2)



10 월 1 일 저녁, 알리바바측은 마윈이 알리바바에서 보유하고 있는 가변이익실체(VIE)에 대한 소유권을 내놓았음을 입증했다. 알리바바는 이번 변동이 마윈의 행정적인 부담을 줄이기 위한 것이며 올해 7 월 미국 증권거래관리위원회에 제출한 서류에 이미 명기된 사실임을 밝혔다.

알리바바의 공식입장은 다음과 같다:

20-F 연도보고서에서 공개한 바와 같이, 알리바바는 VIE 실체의 주주를 마윈과 세스황(謝世煌)에서 유한책임회사(LLC)와 유한책임조합(LLP)방식으로 바꾸어 관리한다. 해당 실체는 알리바바 투자 파트너 혹은 알리바 관리층 구성원이 유한책임실체 형태로 간접보유하게 된다.

조정 후 지분은 파트너가 간접적으로 보유하게 되며 이는 알리바바 파트너제도가 회사 관리 측면에서 그 역할을 다할 수 있도록 보장하며, 키맨 리스크를 줄이고, VIE 실체가 보유한 지분의 안정성을 높일 수 있을 것이다.

'마윈이 VIE 소유권 포기'라는 보도는 '마윈이 빈몸으로 알리바바를 떠났다'는 의미로 전달되었는데 이는 사실과 거리가 있다. VIE 실체구조의 조정은 알리바바 그룹차원의 지분조정과 무관하며 알리바바의 투자 파트너 체제에 영향을 미치지 않는다. 마윈은 여전히 알리바바 파트너의 자격을 보유하고 있으며, 알리바바 파트너 체제에서 중요한 영향력을 행사하게 될 것이다.

마윈은 알리에서 6.4%의 지분 보유, 제 3 대 주주

알리바바가 올해 제출한 재무보고서에 따르면 2018 년 1 월 18 일 현재, 알리바바 그룹 이사회 회장 마윈은 보유하고 있는 지분은 6.4%로 제 3 대 주주이다. 알리바바 그룹 차이충쑤(蔡崇信)부회장은 2.3%의 지분을 보유하고 있고 알리바바 경영진은 총 9.5%의 지분을 보유하고 있다. 최대주주 소프트뱅크는 28.8%의 지분을 보유하고 있으며 제 2 주주는 Altaba 로 14.8%의 지분을 보유하고 있다.

올해 9 월, 마윈은 공개적으로 편지를 통해 1 년 후인 알리바바 창립 20 주년, 즉 2019 년 9 월 10 일부터 그룹 이사회 회장직을 내려놓을 것이며 이를 장용(張勇)CEO 가 대체할 것이라고 알린바 있다.

마원의 '권력이양', 진보인가 리스크인가?

VIE 는 중국의 하이테크 회사들이 해외 투자를 받는 경우에 적용된다. 마원은 알리바바 CEO 직을 내려놓기 전에도 알리를 위해 회사조직구조의 조정, 시나 웨이보에 지분투자, 모바일 인터넷 게이트 포석과 타오바오 위조품 단속 관련 전략적 조정등을 추진한 바 있다. VIE 구조조정을 시도한 것이다.

알리바바가 올해 7 월 27 일에 발표한 2018 년 재무보고서(20-F 문건)는 2019 년까지 VIE 구조를 조정, 마원과 세스황의 키맨 통제력을 줄이고 집단관리를 늘리면서 '키맨 리스크'를 피할 것이라고 밝혔다.

VIE 구조는 사실상 '회색지대'에 처해 있으며 통제력이 취약하다. '키맨 리스크'를 줄이고 회사구조의 안정성을 보장하기 위해 알리바바는 VIE 구조에 대한 조정을 결정하게 된 것이다.

하이테크 인터넷회사의 경우 대다수 VIE 구조 및 투표권이 다른 주식문제를 안고 있어 창시자의 권력과 회사관리의 밸런싱은 줄곧 중요한 화제일수 밖에 없다.

알리바바의 파트너제도의 목적은 관리 측면에서 그 역할을 다하고 키맨 리스크를 줄여, VIE 실체 지분의 안정성 향상을 실현하는데에 있다. 이는 알리의 공식입장이다. 이번 조정은 알리바바 그룹의 지분조정과 무관하며, 마원은 여전히 알리파트너의 자격으로 알리 시스템에서 중요한 역할을 다하게 될 것이다.

10 년전 구축한 파트너체제를 통해 대기업의 혁신력, 권력이양, 미래를 짚어질 수 있는 능력, 문화 승계 등의 문제를 해결했고, 제도와 사람, 문화의 완벽한 결합으로 기업이 건전한 발전을 도모할 수 있게 되었다고 알리는 주장한다.

참신한 파트너체제를 기반으로 알리바바는 사명 가치관을 원동력으로 하여 기업 고유 문화를 드높이고 인재로 넘쳐나는 후계자 체제를 구축할 수 있었다.

비록 1 년 후면 알리바바 그룹 이사회 회장직과 VIE 통제권을 내놓게 되지만 알리내부에서 마원은 여전히 최고의 정신적 지도자의 역할을 다할 수 있다고 업계는 분석한다.

3.텐센트뮤직 사업설명서 제출: 월 MAU 8 억 육박, 유료화 전환율 5% 미만

(搜狐, 2018.10.3)



베이징 현지시간 10 월 2 일 저녁 텐센트 뮤직 엔터테인먼트 그룹(이하 '텐센트 뮤직'으로 약칭)은 미국 증권거래위원회에 IPO 투자설명서를 제출, 주식코드는 'TME'이다.

투자설명서에는 텐센트뮤직의 주주별 지분, 재무 데이터, 수익모델, 유저 관련 데이터등이 공시되었으나 뉴욕증시에서 상장할지 아니면 나스닥에서 상장할지를 밝히지 않았고, IPO 발행가 및 주식발행수도 언급된 바 없다.

FORM F-1 에 기입된 최고 용자금액 10 억불은 세금을 편리하게 계산하게 하기 위해 잠정기입한 숫자로 최종금액은 아니다. 투자설명서에 따르면 2018 년 2 분기 현재, 온라인 음악 유저중 유료유저는 3.6%에 그쳤으며, 소셜 엔터테인먼트에서 유료유저는 4.2%에 그쳤다. 유료화 비중이 45%에 달한 Spotify 에 비해 큰 격차가 있는 셈이다.

사업설명서에 따르면, 공개공모전까지 텐센트는 텐센트 뮤직의 최대주주였고 58.1%의 지분을 보유하고 있었다. 주요 기관 투자자인 타이밍(太盟, PAG)투자그룹과 중투중재(CICFH)인베스트먼트는 각각 9.8%와 7.2%의 지분을 보유하고 있었다. Spotify 는 9.1%의 지분을 보유하고 있었다.

2017 년 12 월, 텐센트, 텐센트뮤직과 Spotify 는 공동지분투자를 합의하고 대방으로부터 지분을 일부 현금인수했다. Spotify 사업설명서에 따르면, 텐센트와 텐센트 뮤직은 Spotify 의 7.5% 지분을 공동 보유하고 있으며 세번째로 큰 주주이다. Spotify 에서 최대주주와 두번째로 큰 주주는 각각 DanielEk 와 MartinLorentzon 이다. 그중 텐센트 뮤직은 2.5%의 지분을 보유하고 있다.

사업 설명서는 개인이 지분을 보유하고 있는 상황을 별도로 밝혔다. 그룹의 고급간부 및 이사회 구성원이 포함 8.4%를 차지하고 있고, 세전위(謝振宇) 공동사장 및 쿠거우(kugou)창시자가 4.2%, 세귀민(謝國民) 공동사장 및 OMusic 의 창시자는 4%의 지분을 보유하고 있다. 기타 고급간부의 보유상황은 밝히지 않았다.

사업설명서에는 이밖에도 10 월 1 일 텐센트 뮤직은 WMG 중국, 소니와 가치가 2 억불에 달하는 6,810 만주의 주식 양도에 대한 계약을 체결했음을 밝혔다.

수익모델: 유료구독, 디지털 특집, 가상선물과 프리미엄 회원

사업설명서에 따르면 텐센트 뮤직의 2017 년 매출액은 109.81 억 위안, 2018 년 상반기 매출액은 86.19 억위안에 달한다. 2018 년 상반기 영업이익은 19.47 억 위안이고 이익률은 22.6%이다. 상반기 회계조정 후 이익은 21.12 억, 동기 대비 188.5% 성장했다.

그중 주요 수익모델은 유료구독, 디지털특집, 가상선물과 프리미엄 회원이다. '온라인 음악 서비스'(유료구독과 디지털 특집)의 비중은 29.63%, '소셜엔터테인먼트 서비스'(가상선물과 프리미엄 회원 포함)는 70.4%를 차지한다. 이를 통해 온라인 서비스가 텐센트 뮤직의 소득에 대한 기여도는 결코 높지 않음을 알 수 있다.

텐센트 뮤직의 주요 사업에는 뮤직 스트리밍 미디어 서비스(QQ 뮤직, 쿠거우 뮤직, KUWO 뮤직)를, 공연 생방송(쿠거우 생방송, KUWO, fanxing.kugou.com), 뮤지션 커뮤니티(전국민 K 송, 5SING, 텐센트뮤지션 플랜)내지 B 클라이언트 기업에 저작권 라이선스 제공 등이 포함된다. 그중 유료화 사업의 비중은 높지 않지만 참신한 운영모델 이를테면 디지털 특집과 생방송에서는 오히려 좋은 효과를 거두었다.



텐센트 뮤직의 2017 년의 유료유저수는 1700 만명, 온라인 유저에서 유료유저로 전환된 비중은 2.8%밖에 안된다. 사업 설명서에 따르면 2018 년 2 분기까지 온라인 음악 부문에서 유료유저 비중은 3.6%이며, 소셜 엔터테인먼트 유저의 유료화율은 4.2%, Spotify 대비 큰 격차가 있다. 2017 년 연말 기준 Spotify 의 유료유저 비중은 45%를 웃돌았다.

MAU 는 8 억 초과, 저작권 여전히 텐센트 뮤직의 최대 우세

사업설명서에 따르면 2018 년 2 분기까지 텐센트 뮤직의 MAU 는 총 8 억을 넘어섰으며 유저당 일일 평균 이용시간은 70 분이상에 달했다. 텐센트뮤직은 온라인 뮤직, 생방송과 현장 뮤직등 사업을 추진하고 있고 저작권 관련된 사업 포석에서 우세가 돋보인다. 텐센트 뮤직은 2018 년 6 월 30 일 현재까지 이미 200 여개소 음반회사와 파트너 십을 맺었고, Songbank 수량은 2000 만 곡을 초과했다.

텐센트는 글로벌 3 대 음반회사의 저작권을 보유하고 있다. 2014 년 텐센트 뮤직은 워너뮤직의 음악 저작권을 확보했고, 2 년 후 소니의 음악 저작권을 확보했다. 2017 년 3 월 유니버설 뮤직 그룹으로부터 독점 대리권을 확보하면서 글로벌 3 대 음반회사의 저작권을 주머니에 꿰차게 되었다.

이밖에도, 저작권 라이선스 방식으로 알리뮤직으로 부터 에이전시권한을 확보했다. 통계에 따르면, 텐센트 뮤직은 지금까지 도합 22 개소 음반회사의 저작권을 확보하고 있다.

4.레노버 그룹 주가 하루만에 15% 폭락, 최근 10 년 최대 하락폭, 심층 원인은? (搜狐财经, 10.06)

10 월 5 일 홍콩주식시장 개장으로 레노버그룹의 주가가 폭락했다. 개장 후 4% 하락부터 급격한 하락세를 보였고 오전중 20% 하락세를 보이기도 했다. 레노버가 서둘러 대응책을 취하자 오후 주가 하락폭이 다소 줄어 전일 증가 대비 15.1% 하락에 그쳤다. 거래 가격은 5.06 위안, 거래액은 20.4 억 위안, 회전율은 3.42%에 달했다. 레노버 그룹의 모회사 레노버 홀딩스는 전일 증가 대비 3.4% 하락했다. 레노버 그룹은 증시에서 최고 23% 하락하기도 했다.

애플은 목요일 늦게 성명을 발표하며 블룸버그 비즈니스위크가 '애플이 2015 년 서버에서 '악성칩'을 발견한 바 있다.'고 오보를 냈는데 이것이 바로 사태의 시발점이다. 성명에서는 악성칩은 슈퍼 마이크로가 애플에 판 서버를 통하여 심어진 것이라고 밝혔다.

애플측은 2015 년 실험실의 슈퍼 마이크로 서버에서 바이러스에 감염된 드라이버 프로그램이 발견된 것은 사실이지만 해프닝에 지나지 않았으며 애플을 겨냥한 공격은 아니라고 밝혔다. 레노버는 정오에 컴퓨터 HW 제조업체 슈퍼 마이크로는 결코 레노버의 벤더가 아니라고 밝히면서, 글로벌 회사로서 앞으로도 건전한 공급체인을 유지하기 위한 조치를 취해갈 것이라고 밝혔다.



테크놀로지 회사의 경우, 해킹을 시도하는 벤더가 발견될 경우 제품을 대거 리콜시켜 테스트를 하는 조치를 취할 수 밖에 없다. 칩을 교체해야 한다면 거액의 리콜 및 테스트 원가가 발생하기 마련이다. 때문에 일단 사실로 밝혀지지만 한다면 주가의 대폭 하락으로 이어지는 것은 분명하다. 하지만 레노버의 경우 이는 다소 의심의 소지가 있다. 단순히 루머와 추측으로만 최근 10 년간 최대의 하락폭이 나타났다는 것은 결코 칩 하나가 일으킬 수 있는 폭풍이 아니다.

주요원인은 다음과 같다:

첫째, 국제적이며 거시적인 핫머니 이탈이다. 달러시장이 강세를 보이면서 FED 금리가 인상되고 국제 핫머니가 미국으로 대거 빠져나가고 있다. 때문에 전세계 자본시장에 거품이 발생했고, 10 월 5 일 개장 거래중에서 유럽증시가 지속적으로 하락세를 보였다. 베이징시간 17:39 분경까지 영국, 독일시장의 하락폭은 모두 0.5%를 초과했다. 10 월 5 일, 홍콩증시, 미국증시, 유럽증시 역시 전부 대폭 하락했다.

둘째, 국제유가등 에너지가격의 폭등이다. 국제 에너지가격의 폭등은 각국 자본시장을 요동치게 했다. 홍콩증시에서 신흥산업을 대표로 하는 하이테크주가 폭락했는데 레노버는 이 폭락의 희생양이다. 중싱(ZTE)의 주가 역시 그 폭풍을 함께 맞았다.

레노버의 주가폭락은 일개 회사의 차원이 아니라 전체 주식시장의 파원에서 복합적으로 고려해야 할 사안이다.

주간 중국 전문가 ISSUE

Content & Ent. (2018.10.9)

SV INVESTMENT

본 자료는 SV Investment Shenzhen Office 에서 제작하였으며, 기본적으로 증권사 리포트, 신문, 뉴스, 협회 등의 자료를 번역하여 내부 사용 목적으로 정리한 자료입니다. 이를 통해 제공하는 정보의 사실성, 정확성에 대해서는 재확인할 필요가 있음을 알려드립니다.

본 자료와 관련하여 궁금하신 사항 있으시면 장형식 이사(jangform@svinvest.com), 배진희 심사역(jhbae@svinvest.com) 또는 윤이상 심사역(ysyoon@svinvest.com)에게 연락 주시기 바랍니다. Megatrend Investors(<http://cafe.naver.com/qfiichina>)에 방문하시면 더 많은 정보를 얻으실 수 있습니다.

[증문자료 작성: 윤이상 심사역, 번역: 김태연 (청화대 경제관리학원)]

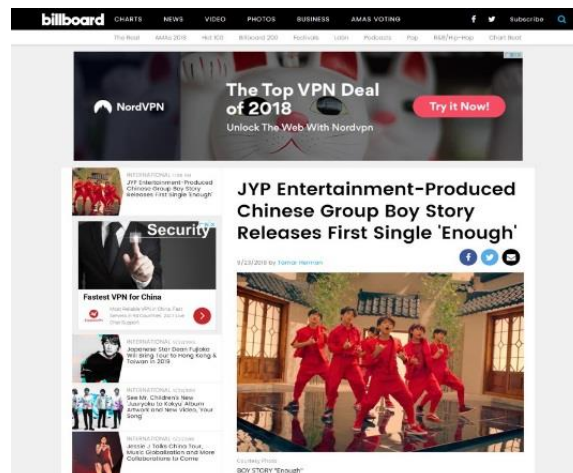
업계 내 뉴스 정리

1. 미국 빌보드, BOY STORY 데뷔 주목, 중국 신인 아이돌 해외에서 인기 폭발[자료: Zhijia.com]

BOY STORY 첫 미니앨범의 타이틀곡 'Enough'는 각 음원사이트에서 우수한 성적을 거두고 독창적인 힙합 장르로서 뛰어난 음악성을 인정받았다. 이는 중국 특유의 플로우와 트렌디함이 완벽 융합된 곡으로, 독특한 리듬 및 박력 넘치는 랩, 뮤직비디오 속 칼군무를 선보이며 2018 년 중국 음원계에 새로운 바람을 불러일으켰다. 긍정적인 메시지가 가득한 힙합 댄스곡으로 대중들에게 중국 음악에 대해 새로운 인식을 심어주고, BOY STORY 의 타이틀곡 뮤직비디오 역시 스트리밍 플랫폼 중국내 랭킹 및 토탈 랭킹 실시간 1 위를 기록했다.

감동과 환희 그리고 눈물이 뒤섞인 BOY STORY 의 데뷔 쇼케이스는 중국 광저우에서 아름답게 마무리되었다. 이를 시작으로 향후 멤버들은 중국 상하이와 베이징 등 여러 도시를 순회하여 중국 전역 팬들과 만날 예정이다. BOY STORY 는 한번 또 한번 자신의 한계를 뛰어넘으며 잠재된 무한한 가능성과 나날이 발전하는 모습을 보여줘 새로운 시대를 대표하는 아이돌로 부상하고 있다.

급속도로 늘어나는 팬덤으로 인해 미국 빌보드 차트로부터 집중 조명을 받아 해외 팬의 영향력은 무시할 수 없을 정도로 확대됐다. 이는 중국 아이돌에 대한 뜨거운 관심은 이미 전세계로 뻗어 나가고 있다는 것을 의미한다. 앞서 BOY STORY 의 수많은 해외 스케줄을 성공리에 마치고 다음 해외 시장 진출을 계획하고 있다. 과연 6 명의 어린 소년들이 어떠한 잠재력을 발휘할지 미래의 행보가 기대된다.



2. 콘텐츠, 제작, 운영 3 박자를 갖춘 음원시장 터줏대감은 어떤 그룹을 만들어낼까?

[자료: 바이자하오]

어떤 아이돌이 국민 아이돌로 불릴 수 있을까? 국민 아이돌로 불릴 수 있는 지는 기준은 명성, 평판, 업무능력과 프로정신이 있지만 이보다 더 중요한 건 정신적 지주로 부합하는 지이다. 국민 아이돌을 뽑자면 데뷔 17년 차인 SHE, 반짝 스타였던 비륀해(飞轮海), F4, 그리고 일본 아이돌을 모방한 TFBOYS 등이 있다. 하지만 현실은 몇 없는 대형 아이돌 그룹을 제외하고, 대부분은 '데뷔 즉 전성기'를 벗어나지 못한 숙명이 되어 버렸다.

하지만 팬덤 시장이 점차 성숙해지고 여러 아이돌 육성 프로그램이 흥하자, 중국 아이돌 산업이 회복되고 있으며 현재 중국은 '아이돌 원년'을 맞이했다. 많은 회사들이 아이돌 시장으로 뛰어 들었고 이 중 기존 대기업도 적지 않게 있다.

시대적 흐름이 중국 아이돌 원년에 긍정적 영향을 미침

아이돌 문화의 주요 대상은 청소년이며, 중국은 일본, 한국의 수십 배에 달하는 4억 5천만 명의 청소년이 있어 아이돌 산업의 성장 저력이 거대하다. 팬덤 시장의 성숙함에 따라 중국 아이돌 관련 소비 경향이 강해져서 업계로부터 올해는 아이돌 원년으로 평가되고, 아이돌 산업은 중요 발전시기로 진입했다.

한창 호황을 누리고 있는 아이돌 시장이 황금시대를 맞은 가운데, 13년 역사를 지닌 유명 뮤직션 수십명을 영입한 TH 엔터는 연습생 산업을 본격적으로 시작하여 연습생 회사인 TH-TRAINEE를 선보였다. 기존 음원시장의 강호는 아이돌 산업에서 어떠한 실력과 저력을 지니고 있을까? 준비된 베테랑 기업은 연습생 산업에 대해 어떠한 목표와 비전을 세웠는가?



앞서, TH 엔터는 연예인 매니지먼트, 공연기획, 앨범제작 및 발행, 영상제작 투자, 브랜드 매니지먼트, 그리고 연예인 육성 등의 분야에서 관리부서와 기획을 통해 탄웨이웨이(谭维维) 및 지커쥘이(吉克隽逸) 등 우수 아티스트를 배출해냈지만 연습생 육성에 있어서도 경험이 풍부하다. "현재 많은 회사들이 아이돌과 연습생을 모집하고 있지만, 우리 회사는 이미 10년 전부터 HIT-5 그룹을 제작하여, 남자 아이돌 및 여자 아이돌 육성에 풍부한 경험과 노하우를 축적했다."

"4강 방침"의 지도하에 선발 및 육성 산업 구조가 탄탄해져, 새 시대의 국민 아이돌 대박 조짐이 보여

9월 21일, TH 엔터는 15명의 연습생을 선보였다. 왕즈원(王梓源), 허쉬(何煦), 왕즈아오(王梓澳), 천치동(陈琪东), 뤼신루이(罗欣睿), 가오치여우(高奇佑), 동팡룽룽(东方龙龙), 바이홍타오(白洪滔), 옌하이밍(闫海明), 뤼자치(罗嘉麒), 리밍(李铭), 후쥘치(胡竣祺), 장징보(张景博), 귀자루이(郭珈睿), 펑강(彭港) 등 15명이 TH-TRAINEE의 신예로 들어왔다. 소년들은 명랑 활발하고, 각자의 개성이 뚜렷하다.

TH 엔터에게 막 데뷔한 연습생은 단순한 남성 그룹이 아닌 아이돌 그 자체이다. TH 엔터 사장 저우하오(周浩)는 “남성 그룹이면서 동시에 솔로이기도 하다. 가수, MC, 배우 등 멤버로 구성되어 있으며, 회사는 연습생들을 실전에 나서게 하여 자유롭게 육성하였다.”

자유로운 육성은 즉 회사와 연관된 드라마, 영화 및 예능 등에 출연시켜, 연습생에게 자신의 재능을 뽐낼 수 있는 기회를 제공하였다. TH 엔터에서 기획한 드라마 <청춘창세기>와 인기 예능의 신인 소개 시간에 참여시켜 연습생의 자질을 시험한다. 이러한 ‘자유로운 육성’은 중국 연예계 현황과 산업구조에 적절하다.

아이돌 육성은 장기 투자이다. 장기 투자 상품을 위해 TH 엔터는 “4 강 방침”을 내세웠다. 이는 우수한 콘텐츠, 탄탄한 제작환경, 엄격한 운영방침, 강화된 매니지먼트를 포함하고 있다.

기본에 충실한 연습생 선별제도는 퀄리티가 보장되어 있고, TH 엔터는 엄격하고 공평한 선별제도를 연구했다. “본 회사 소속의 연예인은 모두 실력파고 회사 측에서 아티스트의 창작을 지지한다. 연습생 선발에 있어 우리는 실력을 우선 고려 요소로 생각하며 그 다음이 외모다.” 100 점 만점의 평가 체계는 40 점의 가창력 파트, 40 점의 외모점수와 20 점의 성품파트로 구성된다.

중화 문화의 부흥, 중국 아이돌의 중국몽

올해는 중국 아이돌의 원년으로서, 제작사는 어떻게 지속적으로 우수한 아이돌을 배출할 수 있을지 가장 고민하고 있다. 이러한 배경 하에, TH 엔터는 연습생 회사 TH-TRAINEE 를 출범했다. 이는 ‘장기전’을 맞이할 준비, 연예계의 압박과 도전을 극복할 준비가 되어 있다는 것이다.

압박과 도전에 대해 TH 엔터 사장 저우하오는 흥분하여 설명했다. “모든 창업자에게는 업계 압박과 도전과제가 얼마나 큰 지, 시장이 얼마나 미숙한 지에 따라 성공 기회가 줄어든 수 있다. 올해가 아이돌 시장의 원년이라는 것은 시장에 아직 수많은 문제가 존재함을 뜻한다. 우리가 문제를 개선하여, 산업 생태계의 발전과 번영에 기여할 것이다.”

과연 아이돌 산업에 개선이 요구되는 문제가 얼마나 많이 존재할까? 우선, 부실한 창작내용과 스타 양성 컨셉이 고려된다. 다음으로 완벽하지 않은 연습생 체제와 인재 부족 문제가 있다. 마지막으로 중국 국내 주요 아이돌 육성 회사의 성공여부는 오랜 기간 동안 테스트를 거쳐야 한다는 점이다.

한국과 일본 그리고 유럽과 미국 시장의 성공 사례를 통해 배울 점이 있는가? 저우하오는 “K-pop 및 J-pop 은 유행한 지 10 년이 지났으며, 한국의 아이돌 제작사 SM, JYP, YG 는 각 회사마다 특색이 있다. EXO 는 EXO 만의 매력이 있고 빅뱅도 빅뱅만의 개성이 있으며, 아이돌 그룹은 각 회사의 정체성을 대표한다. 우리는 TH 엔터의 DNA 가 담긴 아이돌을 배출하여 우리만의 특별한 ‘화류’문화를 이끌어 나아가길 염원한다.”

‘화류’의 방향성은 무엇인가? 한 사람을 스타로 키우는 것은 어려운 것이 아니지만 어떻게 지속 발전하는 위대한 아티스트, 사회와 대중의 지지를 얻으며 차세대 청년에 영향을 주는 아이돌 제작에는 큰 어려움이 있다. 이에 있어서 매니지먼트 회사 및 콘텐츠 회사는 오랜 시간 동안 연구하고 해결해 나가야 한다.

Robot & AI (2018.10.9)



본 자료는 SV Investment Shenzhen Office 에서 제작하였으며, 기본적으로 증권사 리포트, 신문, 뉴스, 협회 등의 자료를 번역하여 내부 사용 목적으로 정리한 자료입니다. 이를 통해 제공하는 정보의 사실성, 정확성에 대해서는 재확인할 필요가 있음을 알려드립니다.

본 자료와 관련하여 궁금하신 사항 있으시면 장형식 이사(jangform@svinvest.com), 배진희 심사역(jhbae@svinvest.com) 또는 윤이상 심사역(ysyoon@svinvest.com)에게 연락 주시기 바랍니다. Megatrend Investors(<http://cafe.naver.com/qfiichina>)에 방문하시면 더 많은 정보를 얻으실 수 있습니다.

[중문자료 작성: 윤이상 심사역, 번역: 김태연 (청화대 경제관리학원)]

CICC – 신유통에 부는 AI 바람

1.AI 기술이 부가된 신유통 산업, ‘사람, 상품, 매장’ 삼박자의 최적화 실현

사용자 데이터 증가와 컴퓨팅 능력 향상 및 알고리즘 최적화에 힘입어, 인공지능의 식별 정확도가 끊임없이 상승하고 있어, 많은 응용기능을 유통업에 적용하고 있다. 인공지능은 크게 두 가지 측면으로 신유통 산업에 기여한다. 첫 번째는 비용을 줄이며 효율을 높이며 전문성과 심도 깊은 경영의 질을 상승시킨다. 두 번째로는 빅데이터 및 세밀한 마케팅 전략을 통한 소비자 성향 분석 및 체험 개선을 구현한다.

B2B: AI 기술 발전으로 2B 효율 상승

○ 응용 1: AI 기술이 부가된 고객센터는 기존 고객센터를 대체하여 인적 비용을 인하

유통업 발전에 따라 실시간 고객센터에 대한 요구가 끊임없이 높아진다. 산업 정보 사이트의 자료에 따르면, 2017 년 중국 고객센터 시장 규모는 644 억 위안을 기록했으며 2019 년에 788 억 위안에 도달하여 연평균 성장률 10.62%로 예상된다. 기존 실시간 고객센터는 인적 비용이 높으며, 품질보장이 어려움 등 여러 단점이 있었다. 하지만 음성인식 기술이 성숙해짐에 따라 빅데이터와 딥러닝을 기반으로 인공지능은 효율적으로 수많은 문제를 해결하여 기존 고객센터를 대체하여 인적 비용을 낮추고 고객센터의 품질을 상승시킨다.

○ 응용 2: AI 기술이 부가된 가판대 관리 및 이미지 메이킹, 무인 유통업의 새로운 국면

무인 유통업의 예로 개방 가판대, 자판기, 무인 편의점 및 무인 슈퍼가 대표적이다. IResearch 데이터에 따르면 2017 년 무인 리테일 시장은 약 200 억 위안에 도달하였고, 2020 년에는 650 억 위안을 돌파하여 2017~2020 년의 중국 무인 리테일 시장의 연평균 성장률은 50.9%로 예측된다. 현재 무인 리테일 기술은 QR 코드, RFID 및 인공지능 등 3 가지 기술로 나뉜다. 앞서 두 종류의 기술은 무인 계산대에 많이 응용되고, 이는 계산 효율을 높여, 인공지능 기반의 무인 리테일 산업을 체험할 수 있고, 인적 비용을 낮춤과 동시에 운영효율을 향상시킨다.

○ 응용 3: AI 기술이 부가된 고객 유동인구 관리, 유통 매장의 최적화된 배치를 보장

기존 유통산업은 회원카드를 제외한 소비자 성향 및 요구사항 파악하기 위한 수단이 부족했다. HIKVISION 과 WINNER 테크의 고객 유동인구 모니터링 제품은 오프라인 고객 유동인구를 실시간으로 관리한다. 매장 내 고객 밀도를 감지, 열분포도를 통해 제일 인기 있는 상품과 서비스 분석을 통해 소비자의 소비 습관과 관심 상품을 파악한다. 분석 결과와 AI 기술을 적용하여 실시간으로 오프라인

매장 운영 관리하고, 최적화 상태를 유지하도록 설정해 사람, 재고, 상품의 3 가지 요소의 균형을 맞춘다.

○ 응용 4: AI 기술이 부가된 오프라인 매장, 스마트 관리로 인한 편리함

기존 대형 프랜차이즈 기업은 전국 백 개가 넘는 매장을 관리한다. DAHUA 기업의 스마트 매장관리 방안을 통해, 매장 직원은 맞춤 마케팅과 절도 상습범을 효율적으로 구별할 수 있다. 1) 전국 매장 요약 데이터를 송신 받으며, 데이터 경영을 통해 실적 부진 매장을 선별할 수 있다, 2) 원격 매장 모니터링 기능을 사용하여 각 매장을 직접적으로 경영관리, 상품 배치, 위생 상태 및 서비스 등 여러 상황을 지켜보며, 실시간으로 우수 매장과 부진 매장의 운영상황을 비교 가능하다, 3) 안면인식 기술로 고객유동인구 데이터를 집계할 수 있으며, 온/오프라인이 결합된 데이터를 통합 관리하여 전체 매장의 운영과 VIP 고객 선호도를 분석한다.

B2C: AI 기술 발전으로 2C 소비자 체험 만족도 상승

신유통 산업의 맞춤 마케팅에 있어 AI 기술 큰 역할이 되며, 소비자 맞춤 추천 서비스를 제공한다. 스마트 유통업은 사용자 데이터를 통해 수천, 수만의 고객 맞춤 마케팅을 실현시켰다. 현재 주류 쇼핑 어플은 이미 맞춤 마케팅 기능을 포함하고 있으며, 타오바오의 인공지능 설계 시스템 RUBAN 이 바로 대표적인 예이다. 1) RUBAN 은 빅데이터와 딥러닝을 기반으로 한 원본 레이어 분해 시스템으로 여러 디자이너의 스타일을 분석하여 모방한다, 2) 사용자의 선호도 데이터를 활용해 메인 인터페이스를 구성하고, 시스템 평가를 통한 우수한 인터페이스 화면을 선별한다, 3) 시스템은 1 초에 8,000 개의 인터페이스 제작이 가능하고 이는 고객 맞춤 마케팅에 유리하다.

2.인터넷 플랫폼과 유통상의 협력 시대, AI 기술은 유통산업 경쟁구조 재구축

텐센트, 알리바바, JD mall 등의 인터넷 거물 플랫폼 기업은 오프라인 매장 운영을 시작했다. 축적된 대량 데이터와 최강 데이터 분석 및 컴퓨팅 능력을 활용하여 허마센성, 7Fresh, 차오지우종 등 스마트 유통 서비스 모델을 연달아 출시했다. 신유통은 매장 응용 및 기능 측면에서 또 하나의 돌파구를 마련하고 서비스 모델은 쇼핑과 외식이 결합하여 고객의 요구를 만족과 동시에 매장에 머무르는 시간을 늘릴 수 있다. AI 기술 응용은 상품 가치를 재발굴하여 신유통 산업 모델의 적합한 시도로 기록된다.

▶ [사례 1] 텐센트 옹후이슈퍼: 차오지우종의 자체발전, 트렌드를 이끈다

5 번의 생태계 진화를 거쳐 옹후이는 자체적으로 업그레이드를 시행하였다. 차오지우종은 옹후이원창 엑셀러레이터의 대표 작품이며 이는 오프라인 매장을 기반으로 5 번의 생태계 진화를 거쳤다. 서민 슈퍼 '홍표점', 중고급 슈퍼 '청표점', '식사+유통 결합' 맞춤 매장, One-step 서비스 매장, 최종적으로 차오지우종을 선보였다. 차오지우종은 종합 맞춤 매장이며 우수한 서비스를 제공하는 회원제 매장이다. 경계를 뛰어 넘어 O2O 와 완벽 결합, 신유통 서비스의 성공적인 업그레이드로, 오늘의 옹후이는 대중 관심도가 제일 높은 매장으로 거듭났다.

▶ [사례 2] 알리바바의 허마센성: 고도화된 온, 오프라인 결합의 신유통

'노캐쉬(No Cash)' 시스템으로 운영하여 고객의 맞춤 데이터를 수집하여 허마센성은 일대일 맞춤 마케팅 전략을 수립하였다. 허마센성 오프라인 매장이 노캐쉬 시스템을 채용하는 이유는 2 가지가 있다. 1) 소비자의 구매력, 선호도, 소비 성향 등의 데이터를 수집 및 분석하여 허마센성의 온-오프라인 사업을 강화하여 고객의 소비를 최대한으로 이끌어낼 수 있다.

2) 온라인 어플 지불을 통한 자체 어플 사용률을 높이고, 매장의 체험을 다각화하고 온라인 플랫폼과 연계하여 사업, 상품의 노출 범위 및 빈도가 상승함에 따라 소비자 쇼핑 시 발생한 모든 데이터를 허마센성 맞춤 마케팅 및 경영에 이용되고 있다.

전자 가격표와 이동 단말기 FDA 를 결합하여 물류 시스템 구축, 전/후방 프로세스 간의 고속 전환을 실현시켰다. 허마센성은 랍스타, 꽃게 등 신선한 수산물을 포함한 과일, 채소와 같은 상품을 포장 판매하고 있으며 전자 가격표를 사용함으로써 상품의 온·오프라인 가격을 동일시한다. 신선식품의 배달 요청 수락 후 이동 단말기 FDA 에 관련 정보가 입력되어 픽업 직원이 주문 일련번호에 맞는 재고 창고에서 제품을 수령해 배달부에 전달한다. 일반적으로 고객이 결제 완료 후 주문서가 5 분 안에 해당 지역 매장에 전달되고 고효율 데이터 전송시스템이 30 분 내 배송을 실현한다.

▶ **[사례 3] JD mall 의 7Fresh: 다양한 스마트 서비스 지원, 경계 없는 신유통 산업의 독보적 신예**

JD Mall 은 7Fresh 신선식품 슈퍼를 선보였다. 2018 년 1 월 JD mall 은 신선식품 오프라인 매장 7Fresh 를 정식 개점하였다. JD Mall 의 오픈 비즈니스 모델로써 마트, 식당 및 네트워크 서비스를 제공하고 있으며 복합적인 비즈니스 구조로 허마센성과 유사하다. 7Fresh 매장은 4,000m³ 이며 이 중 75%는 신선식품이 차지하고 3000 단위의 SKU 를 보유하고 있다. 7Fresh 오프라인 매장은 온라인과 같은 전자 가격표를 사용하고, 이미지식별 기술을 활용한 무인 쇼핑 카트 및 안면 인식 기술을 활용한 자동 스마트 결제 시스템을 도입함으로써, 영업 효율과 고객들의 구매 만족도를 향상시킬 수 있다.

▶ **[사례 4] 샤오미의 신유통—인터넷 Tool 및 Approach 를 통해 운영 효율을 강화하고, 온·오프라인의 동일 상품 동일 가격 체제를 유지**

샤오미의 신유통 목표는 인터넷 Tool 및 Approach 를 통해 기존 유통산업의 한계인 효율성을 강화하는 것이다. 오프라인의 홈 샤오미 매장을 구현하여 샤오미 온라인 물과 동일한 가격을 유지할 수 있게 되었다. 온라인 측면에서 샤오미가 채택한 주요 응용 채널은 샤오미 온라인 물과 YOUPIN 그리고 오프라인의 홈 샤오미가 있다.

Bio & Healthcare (2018.10.9)



본 자료는 SV Investment(<http://svinvestment.co.kr>)에서 제작하였으며, 기본적으로 중국 증권사 레포트, 신문, 협회 등의 언론 자료를 번역, 정리한 것으로 이를 통해 제공하는 정보의 사실성, 정확성에 대해서는 재확인할 필요가 있음을 알려드립니다.

본 자료와 관련하여 궁금하신 사항 있으시면 장형식 이사(jangform@svinvest.com), 배진희 심사역(jhbae@svinvest.com) 또는 윤이상 심사역(ysyoon@svinvest.com)에게 연락 주시기 바랍니다. Megatrend Investors(<http://cafe.naver.com/qfiichina>)에 방문하시면 더 많은 정보를 얻으실 수 있습니다.

[중문자료 작성: 배진희 심사역, 번역: 서윤영 (북경대 광화관리학원)]

Southwest Securities – 우시애펙 리포트

우시애펙: 글로벌 CRO 선두기업, 중국 바이오 혁신 수혜주

1. 회사개요

우시애펙은 가장 전면적이고 개발 능력이 뛰어난 소분자화학약품 연구/개발 일체화 서비스를 제공하는 플랫폼 중 하나로서 소분자화학약품의 발견, 개발, 생산과 이와 연계된 검사, 임상실험 서비스, 의료기기 점검 및 정밀의료 연구 생산 서비스 제공 능력을 갖추었으며 중국 신약 연구의 개척자이자 선두주자이다. 회사는 근 20 년간의 발전을 통해 중국 최대 규모로 발전했으며, 글로벌 상위권의 소분자 의약 연구 서비스 기업으로 중국내 산업 선두 지위를 영위하고 있다.

회사의 2017 년 매출과 모회사 귀속 순이익은 각각 77.7 억위안, 12.3 억위안으로, 전년대비 각 27%, 25.9% 성장했다. 회사는 2015 년에 뉴욕거래소로부터 상장 폐지하여 사유화했으며 회사의 부분 사업부가 모회사에서 독립하면서 이윤이 소폭 하락하였다. 사업부 재편이후, 회사의 매출과 매출총이익은 안정적으로 성장하고 있다. 2015-2017 년 사이 회사의 매출은 48.8 억위안에서 77.7 억위안으로 성장했으며 연복합성장율은 26.1%이고 모회사 귀속 순이익은 3.5 억위안에서 12.3 억위안으로 성장했으며 연복합성장율은 87.5%이다. 회사의 2018 년 1 분기 순이익은 소폭 하락했으며, 주 원인은 환율의 변동으로 인한 환손실이다.

회사 주요 사업 내용은 임상시험수탁기관(CRO)와 의약품위탁생산/개발(CMO/CDMO)이다.

1) 임상시험수탁기관(CRO)

중국 지역 실험실 서비스: 중국 지역에서는 주로 소분자화학약품의 발견과 약물 분석, 실험 서비스를 제공하며, 합성화학, 생물학, 약물화학, 분석화학, 약물대사에너지학 및 독물학, 생물분석서비스와 실험 서비스 등 일련의 관련 업무를 포함한다.

미국 지역 실험실 서비스: 미국 지역에서는 주로 100% 자회사 AppTec 를 통해 사업 운영을 하고 있다. AppTec 는 미국 필라델피아, 세인트폴, 아틀란티스 세 지역에 실험실을 설립하였고 사업 범위는 의료기기 점검 서비스, 국외 정밀의료 연구/개발/생산 서비스 등이며 제약기업, 과학연구기관, 의료기기기업의 수주를 받으며 주 고객은 미국 지역의 고객이다.

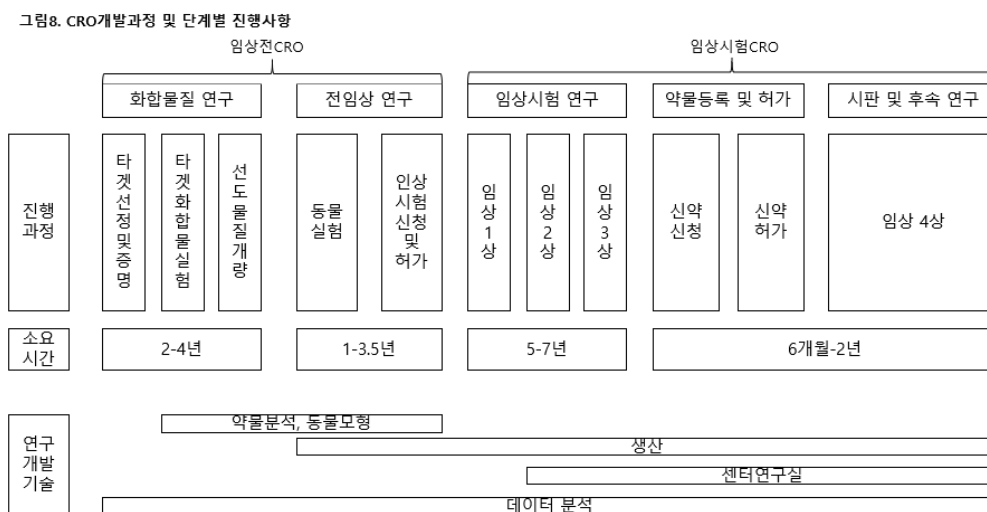
임상 연구 및 기타 CRO 서비스: 주요 사업 영역은 임상 실험 관리, 감독 및 실험 데이터 분석, 현장 관리, CRO 보조 서비스 등이다.

2) 의약품위탁생산/개발(CMO/CDMO)

소분자신약공정 연구 및 생산 서비스, CMO/CDMO 는 주로 지분지배자회사 합전약업을 통해 서비스를 제공한다. 합전약업은 중국에서 가장 큰 규모의 연구 개발 능력을 지닌 최고의 공정연구개발 회사 중 하나로, 고객에게 신약 중간체, 원료 및 제제의 임상 전 개발 부터 상업화 생산까지 아우르는 일체화 서비스를 제공한다.

2.핵심경쟁력

회사의 핵심 경쟁력은 개방형, 전방위적, 일체화된 연구개발 서비스 플랫폼이다. 회사는 의약 연구 산업에 대한 깊은 이해와 독창적인 인사이트로 혁신적인 일체화 서비스 플랫폼을 개발하여 글로벌 소분자의약연구개발 영역을 주도하고 있다. 회사는 전면적인 서비스 라인을 갖추어 소분자약물의 발견 개발, 생산과 이와 연계된 임상 실험 서비스, 의료기기 점검 및 정밀의료 연구/개발/생산 서비스 등을 제공하고 고객에 맞는 단계적 서비스를 제공해 화합물의 발견부터 약품 출시에 이르는 전방위적 서비스까지 제공한다. 의약 연구에서 가장 중요한 것은 연구 각 단계의 데이터 간의 연결 및 실험 결과의 신뢰도인데, 단일 단계 서비스 만을 제공하는 의약 연구업체는 대형기업의 전체 산업 밸류체인인의 수요를 만족시킬 수 없다. 하지만 회사는 전방위적, 일체화된 서비스 플랫폼으로 신약 개발 초기 단계부터 개입하여 장기간의 전문화 서비스를 제공하는 동안 고객과 부단히 협의하여 상호간의 신뢰도를 높이고 최종적으로 장기적인 전략적 파트너 관계를 형성하여 회사 매출의 안정성을 확보한다.



3.향후 발전 전략

1) 다년간의 해외 시장 경험으로 중국 시장 개척, 특히 임상 실험 사업부에 중점

우시애펙은 초기에 미국 지역 사업에 집중하여 미국의 성숙한 CRO 시장에서 점차 자사만의 산업 밸류체인 체계를 키워 나아갔다. 회사는 2015 년 사유화를 완성했으며 사업부 분리와 재편을 진행했다. 이후 회사는 중국 시장을 겨냥하기 시작했다.

의약 연구의 거대한 비용 때문에 전세계의 의약 연구 개발은 중국 등의 저비용 국가로 이동하고 있으며 동시에 국가 정책 또한 신약 개발을 장려하고 있어 중국의 미래 CRO 시장은 막대한 잠재력이 내재되어 있다.

비록 중국 임상 CRO 산업 중에서 우시애펙이 선두 기업이긴 하지만 회사는 임상 CRO 사업에 다소 늦게 뛰어들었다. 회사는 미래에 임상 실험과 SMO(임상시험지원)부분을 강화하여 CRO 사업부를 발전시킬 것이다. 이 때문에 미래 중국 임상 CRO 시장에서 회사의 성장 여력은 매우 크다.

2) 정밀의료 사업 발전, 시장의 잠재된 폭발점 발굴

우시애펙은 미국의 자회사 AppTec 과 다수의 고객사와의 협력을 통해 세포 및 유전자 치료 제품의 임상 실험과 맞춤형제작생산 서비스를 제공한다. AppTec 은 성숙한 세포 및 유전자 치료 제품 생산과 전과정의 관리 경험을 보유하며 회사의 세포 및 유전자 치료 제품은 종양 대상 CAR-T 세포 치료와 아데노바이러스, 플라스미드 숙주를 연구한다. 구체적으로는 아래의 서비스를 제공한다:

- (1) 공업 최적화, 플랫폼 발전, 공업 확장 및 승인 등을 포함한 생산공업 연구,
- (2) 임상 실험을 앞둔 세포 치료 및 유전자 치료 제품의 소량 생산,
- (3) 세포 치료와 유전자 치료 제품의 상업화 생산,
- (4) 관련 실험 서비스.

세포 및 유전자 치료는 의료 산업에서 가장 전도유망한 방향이며 우시애펙의 세포와 유전자 치료 영역은 회사 발전에 기여한다.

4. 밸류에이션

우시애펙은 글로벌 의약품 개발업무 수탁기관의 선두 기업으로서 브랜드 가치와 규모의 강점을 갖고 있다. 회사는 중국을 기반으로 전세계적으로 서비스를 제공하며 산업 밸류체인의 각 단계의 능력과 중국 내외의 인적 기술 자원을 통합하였다. 미래 3 년동안 글로벌 의약품 개발업무 수탁 서비스 산업이 점차 중국과 기타 저비용 국가로 이전할 것과 중국 자체의 신약 굴기 두 가지 추세가 변하지 않는다면 회사는 해당 산업의 선두 기업으로서 성장을 할 것이며 2018 년의 EPS 예측치는 1.62 위안이다. A 주 상장사의 CRO 산업 선두 기업인 타이거의약을 참고 지표로 선정하여 2018 년 PE 는 73 배로 계산했을 때 목표 주가는 $1.62 \times 73 = 118.26$ 위안으로 “매수”로 평가한다.

그림9. Peer Group 밸류에이션 비교

회사이름	주가(위안)	EPS(위안)			PE(배)		
		2018E	2019E	2020E	2018E	2019E	2020E
타이거의약 (300347)	61.49	0.84	1.11	1.42	73.2	55.4	43.3

자료: Wind, 서남증권(西南证券)정리

ICO News Letter by PLAYCOIN (2018.10.8)



1.플레이코인 김호광 대표 “게임 시장 독과점 해결...중국 시장 노크”(출처:조선비즈, 2018.10.3)

2015 년 6 월, 동남아 한 국가에서 게임 아이템 해킹 사건이 발생했다. 현금 40 억원 규모의 게임머니와 아이템 350 만개가 도난당했다. 해킹이 빈번한 동남아 지역 특성상 속수무책으로 돈을 날릴 수 있었던 상황이었다. 하지만 이 사건은 달랐다. 통상 일주일 이상 걸렸던 아이템 해킹 처리가 180 분 만에 완료됐고, 게임 회사 서버에 보관돼 있던 아이템(비활성화분)까지 포함해 피해 아이템 92.5%가 회수됐다. "블록체인 기술을 활용해 도난당한 아이템을 추적할 수 있었습니다. 과거 비슷한 상황에서 아이템 회수율이 20~30%였다는 걸 고려하면 상당히 의미 있는 변화였죠."

이 사건은 게임 업계에서 잔뼈가 굵은 김호광 게임허브코리아(이하 게임허브) 대표가 블록체인 사업에 본격적으로 뛰어든 계기가 됐다. 분산 원장에 모든 거래를 기록하는 블록체인 기술의 유용성을 체험한 후 그 잠재력에 눈을 뜬 것이다. 김 대표는 "예전엔 로그 분석을 통해 분실한 아이템을 추적하는 방식을 썼는데, 이번엔 비트코인 코드 일부를 아이템에 적용해둔 덕에 의심 IP(인터넷 주소)를 손쉽게 추적할 수 있었다"고 했다.

김 대표는 라이브플렉스, 메이커스 등 게임·콘텐츠 기업에서 개발 이사, 최고기술책임자(CTO)를 지낸 개발자 출신 CEO 다. 2017 년 3 월 게임 플랫폼 스타트업인 게임허브를 설립하고 그해 11 월 게임 아이템 결제, 게임 마케팅 등에 사용할 수 있는 암호화폐 '플레이코인(PlayCoin, PLY)'을 출시했다.

플레이코인은 올해 2 월까지 진행한 암호화폐공개(ICO)에서 일본·중국계 투자금 3300 만달러(약 367 억원)를 모았다. 지난 4 월 대만 암호화폐 거래소인 코빈후드(COBINHOOD)에 처음 상장됐고 5 월엔 싱가포르 거래소 엘뱅크(LBANK), 9 월엔 한국 대표 암호화폐 거래소 빗썸에 상장돼 거래되고 있다. '플레이코인을 통한 게임 시장 혁신'을 꿈꾸는 김 대표를 강남구 게임허브 본사에서 만났다.

◇ 게임 알리면 플레이코인 보상..."독과점 개선해야"

- 간단한 소개를 부탁한다.

"게임 플랫폼 서비스 스타트업 게임허브를 운영하고 있으며 블록체인 기반 암호화폐 플레이코인을 서비스하고 있다.

게임 포털 분야에서 오래 일했고 콘텐츠 브랜드 '딩고'를 서비스하는 업체(메이커스)에서도 근무했다. 게임 분야에서 일하면서 게임 머니 해킹 방지를 연구했고 2011 년부터 자연스럽게 비트코인에 관심을 갖게 됐다."

- 플레이코인에 대해 설명해 달라.

"플레이코인은 게임 결제와 디지털 마케팅에 사용할 수 있는 블록체인 기반 암호화폐다. 작업증명(PoW) 등 기존 채굴 방식이 아닌 소셜 마이닝(Social Mining) 개념을 도입했다. 게임 팬들이나 인플루언서(influencer, 유명인)가 페이스북 등 개인 소셜 미디어를 통해 게임을 홍보하면 기여도(소셜 신용등급)를 따져 보상으로 플레이코인을 지급하는 시스템이다.

게임사는 마케팅 비용을 줄일 수 있고, 이용자들은 플레이코인을 거래소에서 매매해 돈을 벌 수 있다. 다양한 게임 아이템 결제 등에도 사용할 수 있도록 플레이코인 생태계를 확장할 계획이다."

- 게임 마케팅에 관심을 두는 이유는 무엇인가.

"현재 모바일 게임 시장을 보면 구글과 애플이 시장 전체를 장악한 독과점 구조다. 구글이 운영하는 앱스토어 마켓은 평균 30%의 수수료를 게임 회사로부터 가져가고, 그 외 디지털 마케팅 시장의 경우 SNS·라이브 방송 플랫폼이 40~70%의 수수료를 가져간다.

과도한 광고 비용과 수수료로 인해 메이저 게임사가 아닌 작은 게임업체는 살아남기 어려워졌다. 게임 퀄리티가 낮아서가 아니라 돈이 모자라서 망할 수 있는 것이다. 해결 방안을 깊이 고민하게 됐다."

- 플레이코인을 활용하면 문제를 해결할 수 있나.

"구글과 애플을 이길 수는 없을지 몰라도 시장 일부를 가져오는 것은 가능하다고 본다. 구글 플레이 게임에 광고하는 회사만 뜨는 구조를 개선하려는 거다. 실제 게임 유저가 플레이코인을 통해 게임을 홍보하기 때문에 마케팅 비용을 진성 유저에게 집행할 수 있고 정확한 마케팅 성과 지표, 데이터도 얻을 수 있다.

인디게임 회사의 경우 게임 매출 100 만달러(약 11 억원)까지 수수료를 아예 안 받고 저희가 대신 지급할 계획이다. 창조적인 게임을 찾으려는 이용자들은 자발적인 마케팅 참여로 플레이코인을 얻고, 이 플레이코인은 다시 게임 생태계로 돌아가는 선순환 구조를 지향하고 있다."

- ICO 엔 어떤 투자자들이 참여했나.

"중국 블록체인 권텀을 비롯해 중국 투자자들과 일본 투자자들이 90% 정도 된다. 처음엔 한국 투자자들도 참여할 수 있도록 할 생각이었는데, ICO 규제 등 한국 정부 가이드 라인을 지키기 위해 환불 조치하고 제외했다. 하드캡(모금 상한선)을 다 채웠다."

◇ "블록체인은 만능 아냐"...중국 시장 노크

- 결제할 땐 어떻게 활용할 수 있나.

"동남아시아에선 아이템 거래할 때 선불카드를 많이 사용하는데 선불카드를 도난당하는 등 문제가 많다. 추적 가능하며 스마트 계약(Smart Contract) 기능이 있는 플레이코인을 사용하면 게임 이용자들이 안전하게 거래할 수 있다.

최근 암호화폐 지갑 내 게임숍을 오픈했고 결제 게이트웨이드 상용화할 예정이다."

- 플레이코인은 권텀 기반에서 최근 이더리움으로 플랫폼을 전환했다.

"고객을 보호하기 위한 것이 가장 큰 이유였다. 지갑 오류, 싱크 불일치 등 권텀 블록체인의 오류가 계속돼 권텀 기반이었던 플레이코인 이용자들이 불편을 겪는 일이 자주 발생했다.

이더리움의 경우 마이이더월렛이라는 검증된 지갑이 있다. ERC-20(이더리움 블록체인에서 사용하는 토큰 표준)로 스왑(전환)해 지갑 복구 등 불필요한 업무를 줄이고 핵심 업무에 집중해야겠다고 판단했다."

- 소셜 미아닝, 소셜 신용평가 모델이 제대로 작동할 수 있을지 궁금하다.

"물론 사기 계정이나 봇 계정을 모두 가려낼 순 없다. 이건 현재 구글도 못 하고 있는 일이다.

대신 활성화된 계정인지 추적하고, 진짜 본인 얼굴을 프로필로 사용하는지, 친구와 소통이 있는지 등 다양한 데이터를 내부적으로 계속 축적해 모델을 개발하고 있다."

- 향후 블록체인 기술·산업의 판도는 어떻게 전망하는 지.

"사람들이 블록체인과 암호화폐에 대한 우려를 갖는 건 당연한 일이다. 닷컴 열풍 때도 인터넷 기업이 경찰 조사를 받는 등 저항감이 존재했다. 역사를 보면 신용카드가 대중화된 것도 그리 오래되지 않은 일이다. 페이팔이 처음 나왔을 땐 결제 사기가 6%에 육박했으나 지금은 0%대에 불과하다.

블록체인 만능설을 얘기하는 게 아니다. 블록체인 기술을 활용할 수 있는 분야에선 적극적으로 도전해야 한다고 생각한다. 중국은 정부 차원에서 블록체인 기술 개발·수입을 적극적으로 추진하고 있다. 중국 주니어 블록체인 개발자가 연봉 6 만달러(약 7000 만원)를 받을 정도다. 중국의 젊은 친구들이 블록체인·암호화폐 분야에 적극적으로 뛰어드는 이유다."

- 플레이코인의 다음 행보는.

"블록체인 기술력을 무기로 중국 시장을 노크하려고 한다. 현재 한국에서 40 명을 고용하고 있는데, 핵심 기술팀은 세계 어디를 가든 블록체인 프로젝트를 리딩할 실력을 가지고 있다. 중국 전자상거래 사이트인 '티몰(Tmall)'에 입점한 기업 중 매출 상위 100 개 기업은 미국 나스닥 시장 상장 기준을 충족할 정도로 큰 회사들이다. 중국 기업들이 결제 등에 사용할 블록체인 서비스를 만들어 공급한다면 큰 기회가 열릴 것으로 본다."

2.블록체인 글로벌 주도권 쥐는 中, 손 놓은 韓(출처:조선비즈, 2018.10.8)

"중국은 놀라운 나라다. 모든 블록체인 산업 분야에서 한국보다 6 개월에서 1 년 앞서 있다고 보면 된다. 채굴형 암호화폐 거래소(거래 수수료 일부를 자체 발행 토큰으로 되돌려주는 모델) 등 새로운 아이디어가 중국에서 가장 먼저 나왔고 대형 거래소에선 암호화폐 선물·옵션까지 거래하고 있다." - 글로벌 블록체인·암호화폐 투자펀드 운용사 대표

"중국 현지 주니어 블록체인 엔지니어 초봉이 6 만달러(약 7000 만원) 이상이다. 블록체인 산업이 각광받고 있다는 증거다. 중국쪽 러브콜이 있었지만, 한국에서 블록체인 회사 운영하면서 개발 인력 고용하고 세금도 적지 않게 내고 있다. 정부가 블록체인·암호화폐 산업을 긍정적으로 바라봐 주고 관련 정책을 수립해 준다면 더 적극적으로 투자할 의사가 있다." - 블록체인 스타트업 대표

중국의 블록체인 굴기(崛起)가 매섭다. 산업계, 학계, 공공 섹터 등 분야를 가리지 않고 전방위로 붐이 일어나는 형국이다. 지적재산권 관련 전문 업체 iPR 데일리에 따르면 전 세계 블록체인 기술 특허 기업 순위 1 위는 중국의 알리바바(90 건 보유)였다. 바이두는 지난 9 월 27 일(현지 시각) 자체 개발한 블록체인 플랫폼 '슈퍼체인(XuperChain)' 백서를 공개하며 블록체인 기술 경쟁에 불을 지폈고 텐센트, 징둥 등 다른 중국 주요 IT 기업들도 일제히 관련 사업에 뛰어들었다.

학계에선 칭화대의 혁신 연구 기관인 'X-Lab'을 필두로 베이징대, 저장대 등이 적극적으로 블록체인 기술 연구에 몰두하고 있다. 이 대학들은 최근 블록체인 기반 교육 조직인 'YEC 리그(Youth Education Chain League)'을 공동으로 만들었다. 소수의 엘리트에게 교육 자원과 기회가 집중되는 시스템에서 벗어나 '누구나 양질의 블록체인 정보·자료를 얻을 수 있게 한다'는 목표를 세우고 혁신에 드라이브를 걸고 있다.

무엇보다 눈에 띄는 영역은 정부·공공 섹터다. 지난 8 월 중국 국영 상업은행인 중국은행(Bank of china)은 연간 8000 억원 규모로 블록체인 연구개발에 투자하겠다고 밝혔고, 항저우시는 1 조 7000 억원 규모의 블록체인 육성펀드를 조성하기로 했다. 난징시 역시 블록체인 기술 개발을 위해 항저우시와 같은 규모의 투자 펀드를 만들겠다고 밝혔다. 시진핑 중국 국가주석은 지난 5 월 중국과학원·공정원의 합동 연례회의에 참석해 "블록체인은 획기적인 기술"이라고 밝히며 블록체인 분야에서 주도권을 쥐겠다는 의지를 드러냈다.

앞서가는 중국과 달리 사실상 우리 정부는 손을 놓고 있는 실정이다. 정부는 지난해 9 월 "모든 형태의 '암호화폐공개(ICO, 암호화폐를 발행해 투자자에게 판매함으로써 자금을 확보하는 방식)'를 전면 금지하겠다"는 강력한 규제 방침을 밝힌 후 현재까지 별다른 가이드라인을 내놓지 않고 있다. 중소벤처기업부는 최근 시행령 개정을 통해 암호화폐 거래소를 벤처기업에서 제외했고, 과학기술정보통신부는 지난 9 월 12 일 '블록체인 규제개선 연구반' 출범을 밝히며 논의 과제에서 암호화폐 분야를 제외해 논란을 불러일으켰다.

'블록체인·암호화폐는 사행성 짙은 사업'이란 인식이 퍼지며 국내 기업들이 은행에서 법인 계좌를 발급받지 못하거나 건물 입주 거절 통보를 받는 사례도 빈번히 발생했다. 중국 기업과 경쟁할 수 있는 환경을 마련해 줘도 모자랄 시기에 정부가 오히려 혁신을 가로막고 있는 격이다. 투기 광풍을 막는 일, 사기 피해를 방지하는 일도 중요하지만 그로 인해 한국이 글로벌 블록체인 산업을 이끌 기회를 놓친다면 막대한 국가적 손실을 초래할 수 있다.

중국의 ICO 금지 조치 역시 액면 그대로 받아들여선 안 된다. 중국은 본토에서 블록체인·암호화폐 기술 개발과 산업 육성에 매진하는 동시에 ICO 는 중화권인 홍콩, 싱가포르 등을 통해 진행할 수 있도록 열어두는 사실상의 투트랙 정책을 펼치고 있다. 전면적인 규제 완화가 부담스럽다면 제주특별자치구를 싱가포르나 홍콩처럼 운영하는 것도 한 가지 대안이 될 수 있다. 정부는 우리나라 조선·LCD 디스플레이 산업이 중국의 추격으로 어려움을 겪고 있다는 사실을 떠올릴 필요가 있다. 오는 2022 년 시장 규모 108 억 6000 만달러(약 12 조 800 억원)로 성장할 유망 산업의 주도권을 놓치는 우를 범하지 않길 바란다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (48) (2018.10.3)

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

변화 속엔 새로운 디자인이 있다.

꼬치요리와 휘구로는 중국요리 중에 유독 향이 강한 것 같다.



<중국요리 중에 유독 향이 강한 꼬치요리와 휘구로요리>

꼬치요리와 휘구로로 유명한 곳이 상하이에 몇 군데 있어 필자도 가끔 그 식당을 찾는다. 꼬치 요리는 양고기, 소고기, 생선, 야채 등을 숯불에 굽는데 기름이 떨어지면서 연기가 나는데 마치 젖은 장작을 때는 것처럼 앞의 시야를 가릴 정도이다. 고기를 구울 때 고기 위에 중국 특유의 향신료를 뿌린다. 이것이 다시 숯불에 타면서 묘한 향을 낸다. 이 독특한 형대로 꼬치집을 알려준다. 입에 땡기는 맛으로 찾아가 먹지만, 한 번 먹고 나면 온몸이 냄새로 뒤범벅이가 된다.

휘구로 식당도 매운맛을 내는 탕이 데워지면서 나는 자극적인 향으로 침샘을 자극하지만, 워낙 강한 향으로 코가 마비가 될 지경이다. 맛난 식사는 좋은데, 옷과 머리에 매콤한 냄새 배는 것이 영 마음에 걸린다. “이 냄새가 고질이야” 하며 불만을 말하는 고객이 한둘이 아니다. 이 냄새 때문에 휘구로 집에 가는 것을 꺼리는 사람도 있다. 그러면서도 입의 즐거움을 위하여 몸에 배는 냄새를 어쩔 수 없다고 받아들이는 사람도 있다. 이제까지는 이 향은 어쩔 수 없이 온전히 고객이 담당할 몫이었다.



<상하이 모 휘구로 집 입구에 설치되어 있는 냄새탈취기>

세상은 바뀌고 있다. 상하이의 한 휘구로 집 정문에 냄새를 제거 하여주는 기기가 있어 식사를 마치고 나가시는 손님들에게 일일이 뿌려주고 있다.

원리는 너무 간단하다. 아이디어가 재미있고 실효성이 있다. 스위치만 누르면 7 초 동안 3 곳에서 냄새탈취액이 분사되어 나온다. 고객은 몸을 돌려 탈취액을 옷에 묻히면 된다.

필자는 냄새가 나는 소파, 차 안, 옷장 안에 탈취제를 뿌리는 광고를 수없이 보았다. 주부가 분무기로 뿌리고 나서 상쾌함을 표현하는 광고였다. 필자도 수차례 사용하였다. 분무기로 집이나 차 안, 오피스에서만 사용하는 것으로 인식하였다.

적극적으로 문제를 해결하려고 한다면 사용할 범위는 넓어진다. 새로운 인식의 전환이 필요할 뿐이다. 손안에 든 분무기는 물건에 뿌린다는 생각이 들어 사람에겐 뿌리지 않았는데, 출입구에 이런 기기로 뿌려주니 왠지 부담이 감소된다.

아직 탈취에 관한 인식이 강하지 않은 중국 고객들은 반긴다. 뭔가 특별한 서비스를 받는다고 생각한다.

고객 입장에서 생각하면 보인다. 이것이 비즈니스 기회 아니겠는가? 디자인도 궁극적으로는 고객을 위한 것이다. 속도 면에서 중국의 변화는 빠르다. 이제는 변화 속에 다양하게 응용하고 있다는 생각이 든다.

항상 변화에는 기회가 숨어 있었다. 그걸 보는 눈이 있냐 없냐의 차이이다.

주간 중국 VC 투자 요약

IT오렌지 주보: 10/5~10/9까지 있었던 25개 국내 투자/합병 건

(출처: IT 오렌지주보(IT 桔子), 2018.10.10)



IT 오렌지는 10 월 9 일, 25 건의 투자/합병건을 발표했다.

최근 2 년간, 공유자전거, 공유보조배터리등 업계가 침체기를 맞이하면서 공유 경제 분야에서는 공유자동차 분야만 활기를 띠었다.

TOGO 투가는 타임쉐어 자동차 렌탈 제공업체로 사용자에게 도시 내 단거리 이동 서비스를 제공한다. 10 월 8 일, 타임쉐어 자동차 렌탈 플랫폼인 TOGO 투가(TOGO 途歌)가 1000 만 달러 규모의 B2 라운드 용자를 유치했다. 본 용자에는 하이나 아시아 펀드(SIG)가 첫 투자자로 참여했으며 전거펀드(真格基金), Crescent Point(凯欣资本)이 함께 투자했다. TOGO 투가는 현재까지 누적 용자액이 5 억 위안을 초과했다고 밝혔다.

2018 년 하반기, 커뮤니티 공동구매가 빠르게 인기를 끌면서 관련 용자건이 빈번하게 발생하였다.

카오라징쉬엔(考拉精选)이 3000 만위안 규모의 Pre-A 라운드 용자를 완성했다. 테드캐피탈(银河系创投)이 첫 투자자로 나섰고 인허시창업투자(银河系创投), 신고초(新高桥)가 함께 투자했다. 본 용자에서는 창고 증설, 자전거 배치 인원 증가, 버스, 지하철 등 공공장소의 광고 투입 확대, 기술팀 항주 이전을 통해 기술 업그레이드를 실현했다.

2018 년은 공업 네트워크의 첫 해로 불리며, 공업 네트워크는 정책, 자본, 업계 등 여러 방면에서 주목을 받고 있다. 10 월 8 일, 공업 네트워크 회사인 지원커지(寄云科技)는 1 억 위안의 B 라운드 용자를 유치했다. 다천창업 투자(达晨创投)가 첫 투자를 이끌었고, 원치자본(云启资本)과 지스펀드(基石基金)가 각각 투자에 참여했다. 구체적인 용자액은 공개하지 않았다.

지원커지(寄云科技)는 기업 클라우드 서비스 제공상으로 기업에게 클라우드 서비스와 빅데이터 솔루션을 제공한다. 지원 PaaS 플랫폼, 지원 SaaS 문호, 지원 SaaS 앱스토어, SaaS 학당 등 제품이 있다.

국내 기타 투자와 용자 속보 :

1. 마이라이크(mylike), Shunwei Capital(顺为资本) 용자금 10 억 위안 유치

마이라이크(mylike)는 최근 10 억 위안 규모의 용자를 유치했다. 투자자는 Shunwei Capital(顺为资本)로 추측되며 다른 투자자와 공동 투자했는지 여부는 아직 밝혀지지 않았다. 한 소식통은 이번 용자금이 그 산하인 미가우향(美家优享·커뮤니티 공동구매 기업)에 쓰일 것이라고 밝힌 바 있다.

2. Ichunt(猎芯网), 1.6 억 위안의 B+라운드 용자 완성.

본 용자에는 상하이해통증권(htsec)산하의 펀드 회사인 하이통창신투자기금(海通创新证券投资基金)과 하이통카이웬투자기금(海通开元投资基金)등 기업들이 첫 투자자로 나섰고 베이징원화해웨이(北京文华海汇), 선전화뤄창신(深圳华诺创新)과 화예텐청(华业天成)등 회사들이 따라 투자하여 B+라운드에서 1.6 억의 용자금을 받았다. 이번 용자가 끝난 후 ichunt(猎芯网)가 자영 업무를 중점적으로 발전시키고 시스템 개발, 자영 SKU 증가, 창고 건설 등을 포함할 것이다.

3. 온라인 아동프로그래밍 PiPaCode, 천만급 엔젤 라운드 용자 유치.

최근 PiPaCode 온라인 소아프로그래밍이 엔젤 라운드에서 천만 용자 유치 소식을 발표하였다. 본 용자는 주로 아동프로그래밍 학습 소프트웨어인 「PiPa 블록에디터」 항목에 사용될 예정으로 해당과정 제품도 연구개발 할 것이다.

4. Cloudwalk (云从科技), B+라운드 용자 완성, 35 억 유치

10 월 8 일에 인공지능 회사 Cloudwalk(云从科技)가 공식적으로 새 용자를 마무리 지었다고 밝혔다. 지금까지 Cloudwalk (云从科技)가 총 4 차례의 용자를 완성했고 총 35 억이상의 용자금을 받았다. ORIZA HOLDINGS(元禾原创创投), yuexiu-finance(越秀金控)와 유이첸(刘益谦)등 구주주도 계속 투자에 참여했으며 중국국가전략투자자도 증가세를 보였다. 그중에는 유명한 정부펀드도 있으며 crhc(中国国新), sfund(广州产业投资基金), gvcgc(广东粤科金融集团), Atlas Capital(上海联升资本)과 Bohai Industrial Fund (渤海产业投资基金) 등 국내 최고 펀드를 포함한다.

5. 새로운 스마트 리테일 플랫폼 요우주커지(友族科技), 수천 만의 Pre-A 라운드 용자금 유치

신리테일 운영 서비스 플랫폼인 「요우주커지」는 CAPITAL WINGS 및 모 상장 회사로부터 3000 만의 Pre-A 라운드 용자금을 유치했다. 요우주커지는 본 용자를 통해 연구팀의 규모를 확대하고 새로운 스마트리테일 SAAS 운영 플랫폼 및 분포식 창고공유 시스템 등의 연구, 개발에 더 많은 자금을 투자할 계획이다.

6. DK Medtech, Qiming Ventures 는 주요 투자자로 6,000 만 위안의 용자를 유치해줄 것이라 밝혀.

DK Medtech 는 전문적인 혈관 관련 의료제품을 연구개발하는 첨단기술 회사이며 현재 몇 가지 제품의 출시등록 및 동물실험을 완료한 상태이다. DK Medtech 에서는 미리 PCT 특허권을 취득한 관맥약물 DCB(drug coated balloon) DissolveTM 의 출시 전 임상실험을 진행 할 예정이다.

7. MeiShuBao, 1500 만 달러의 B3 라운드 용자 유치, TAOLI CAPITAL 단독 재무고문

최근 중국 유명 온라인 예술교육 회사 MeiShuBao 는 1500 만 달러의 B3 라운드 용자를 받았다. 이번 용자에서 BHG LONG HILL Capital 은 주요 투자자가 되어 Wecapital(微光资本), BLUERUN Ventures(蓝驰创投), Chuangzhi Capital(创致资本跟投)와 함께 투자를 진행하였다. 이번 용자 역시 TAOLI CAPITAL(桃李资本)이 단독 재무고문을 맡았다.

8. MAIQUER 은 1.34 억 위안 규모의 쇼러 전자상거래 주식 구입, 총 주식의 약 41%에 달해

MAIQUER 구입 후 쇼러 전자상거래 플랫폼을 통해 베이컨과 케익 판매를 시작했다. 상하이로 중심으로 전국 1 선 도시에서 사업을 펼쳐나갈 계획이라고 밝혔다.

9. NU STREAM, 최근 해외 부동산 인터넷 회사인 VANFUN 인수. 구체적인 금액 미공개

KIC 중국 NEWS

1.KIC중국 엑셀러레이션 기업 4개사, 2018 CACSC 알리바바 국제창업대회 일본전 참가

한국혁신센터(KIC) 중국(센터장 이상운)은 KIC중국의 엑셀러레이션 프로그램 참여기업 4개사(더블미, 비플렉스, 블루시그널, 시큐리티플랫폼)가 10월 9일(화) 일본 동경미드타운 히비야BASEQ에서 열린 2018 Creat@Alibaba Cloud Startup Contest TOKYO 2018(이하 CACSC, 알리바바 국제창업대회) 일본전에 참가하였다.

일본전은 소프트뱅크 클라우드가 주최하고 아리바바클라우드 재팬이 공동주관하는 행사이다.

이번 CACSC 일본전은 일본의 영웅들의 전쟁이라 할 수 있었다. 일본 내 12개 팀이 11월 중국 항주 알리바바 대회 진출권을 놓고 진검승부를 벌였다. 이 엘리트 팀들이 보여준 기술들은 빅데이터, 인공지능(AI), 신소재, 공유경제 및 스마트디바이스 등 최근 각광받는 분야들이 포함됐다.



<사진: 왼쪽에서 6번째 우찌야마 소프트뱅크 클라우드 대표, 1위 엠파스, 알리바바 클라우드재팬 오쿠무라대표, 4위 핀마이크로, KIC중국 이상운 센터장>

CACSC 알리바바 국제창업대회는 2015년부터 알리바바 그룹이 전 세계 창업자들을 위해 개최하는 국제창업대회이다. 본 대회는 알리바바 창업중심(Alibaba Innovation Center)이 주관하며, 전 세계 각 나라 각지의 저명 매체, 저명 투자기관, 수십 개의 탑 클래스 파트너 회사들과 같이 만들어가는 "인터넷"의 엘리트 팀 창업 대회이다.

한국 대표팀 중 KIC 중국이 알리바바클라우드 코리아와 공동주관하여 9월3일 전경련에서 개최한 "2018 알리바바 클라우드 스타트업 콘테스트 한국전" 한국전에서 1위를 한 더블미(대표 김희관)은 세계 최고 수준의 실시간 개인용 홀로포테이션 플랫폼을 개발하는 스타트업이다. 2위를 차지한 비플렉스(대표 정주호)는 바이오메카닉스 운동 자세 코칭 웨어러블 솔루션 "바이오멕엔진(BiomechEngine)"을 개발하는 스타트업이다. 이 두팀은 이미 중국 항주 알리바바 본사에서 진행하는 CACSC 결승전 출전권을 획득하고 있다.

이번 대회에 참가한 한국 최고의 4팀 스타트업 기업들은 일본 스타트업 기업들과의 교류를 통해 보다 넓은 시야를 가지게 되는 좋은 기회가 되었다고 말했다.



<왼쪽부터 알리바바클라우드 코리아 조성범 대표, 더블미 김희관 대표, 소프트뱅크클라우드 우찌야마 대표, 블루시그널 백승태 대표, 비플렉스 정주호대표, KIC중국 이상운 센터장>