

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

- ▶ CES 종합: TV 제조업체 8K 대약진, 노트북 제조업체 그래픽카드 업그레이드(신랑커지, 2019.1.10)
- ▶ 알리, 비즈니스 운영체제 시대 개막, 디지털화 능력 전면 개방(신랑커지, 2019.1.11)
- ▶ 바이두 AI 음성인식+블루투스 시장 경쟁, 샤오두(小度) 블루투스 연맹 결성(신랑커지, 2019.1.11)
- ▶ 애플 3 대 모델 가격 인하, 중국시장 살릴 수 있을까(신지바오, 2019.1.14)

중국 전문가 ISSUE

- ▶ 5G 일보 (2019.1.7-2019.1.14) – KIC 중국 제공
- ▶ Content & Ent. (2019.1.17) – SV Investment 제공
- ▶ Robot & AI (2019.1.17) – SV Investment 제공
- ▶ BIO & Healthcare (2019.1.17) – SV Investment 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 (2019.1.11) – PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (62) (2019.1.16) – 윤형건 교수 제공

주간 중국 VC 투자 요약

- ▶ IT오렌지 후보: 1/7~1/13까지 있었던 76개 국내 투자/합병건(IT오렌지, 2019.1.14)

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 중국의 「달 뒷면」 탐사가 세계를 놀라게 하는 이유(비즈니스인사이더, 2019.1.11)
- ▶ 미중무역전쟁으로 한 층 더해지는 중국의 경기악화(산케이신문, 2019.1.12)
- ▶ 중국인 관광객 “폭탄쇼핑”졸업, 새롭게 찾은 일본에서의 돈 씹씹이(저우칸늬싱, 2019.1.13)
- ▶ 중국, 시리아투자에 적극, 일대일로 거점 부흥이권 노림인가(매일신문, 2019.1.13)

KIC중국 NEWS

- ▶ KIC중국, 중강커더 인큐베이터(中钢科德孵化器)와 MOU체결(2019.1.11)
- ▶ 카이스트 부설 한국과학영재학교 교장, KIC중국 방문(2019.1.16)

주간 중국 창업 NEWS

1.CES 종합:TV 제조업체 8K 대약진, 노트북 제조업체 그래픽카드 업그레이드

(新浪科技, 2019.1.10)

라스베가스는 세계 4 대 도박의 도시일뿐만 아니라 수만명의 관광객들이 오가는 도시로 유명하다. 매년 1 월이면, 전 세계에서 더 많은 사람들이 이 도시를 방문한다. 대부분이 여기에서 열리는 'CES 세계가전 전시회'에 참석하기 위해서이다.

전시회의 시작은 1967 년으로 거슬러 올라가 각종 라디오가 두각을 나타냈고, 당시 가장 선진적 과학 기술 제품이었다. 이후 CES 는 오랜기간 과학기술권에서 지도적 역할을 했으며, 전시회에 나오는 제품들은 향후 5 년, 10 년의 과학기술 트렌드를 예고해왔다. 오늘날, 기술 발전에 따라 이 기간은 점점 단축되었고, 전시회의 일부 기술은 짧은 시간안에 소비자들이 접할 수 있는 제품에 적용되었다.

하지만 올해는 조금 다른 추세이다. CES 이후 일부 업계에서 출시한 기술들이 소비자들의 예측과는 다른 모습을 보이고 있다. CES 전시회 첫 날, 많은 새로운 제품들을 선보였고, 이를 통해 올해 CES 전시회의 성과를 이야기해보려 한다.

CES 와 멀어진 휴대폰 제조업체

CES 가 열리기 며칠 전, 대부분의 제조업체들은 라스베이거스 호텔에서 브리핑을 진행한다. 그 후에 전시회가 정식으로 개최되면 세계 각지에서 모인 참석자와 언론매체들이 제품을 체험하게 된다. 이것은 대다수 국제 전시회의 루틴으로 CES 뿐 아니라 MWC 도 그랬다.



하지만 올해는 휴대폰 브랜드 중, 단 한 기업도 전시회 전 신제품을 발표하지 않았다. '사전 기자 간담회'에서 가장 큰 호응을 받은 소니(SONY)조차 신제품 발표회에서는 휴대폰 제품에 대해 아무런 언급을 하지 않았다.

사실, 휴대폰 업계는 지난 몇 년간 CES 의 총애를 받았던 품목이었지만, 작년부터 이 전시회 안에서 조금씩 멀어지게 되었고 올해는 더욱 그랬다. 과거 휴대전화 제조업체들, 특히 국산 제조업체들은 CES 에서 신제품을 발표하면서 자부심을 느꼈었다. 이는 그들이 이미

세계 무대로 진출했음을 뜻하기 때문이다. 현재 시장 포화의 상태에서, 제조업체들은 2 월 후에 열리는 모바일 산업에 집중된 MWC 전시회에서 신제품을 발표할 예정이다.

설령 올해 CES 에서 일부 휴대폰 제조업체들의 제품 전시를 보게 되더라도 대부분이 전에 발표했던 모델을 가져와 다시 전시하는 것이었다. 진짜 미래 휴대폰 트렌드를 보인것은 유우테크놀로지(柔宇科技)뿐이었다. 하지만 체험후기를 살펴보면 "세계 최초 폴더블폰"은 만족스러운 수준에는 못 미쳤고, 그저 삼성을 앞지르기 위해 우선적으로 발표한 장비로 보여진다.

가전제품의 화제 8K, 정말 필요한가?

올해 TV 업계의 키워드는 의심의 여지 없이 8K 이다. 소니에서 첫 8K LCD TV 를 출시했고 삼성이 단숨에 5 가지 크기의 8K QLED TV 를 냈으며 TCL 도 첫 8K QLED TV 를 선보였다. 근 1 년간 거론 된 8K 가 이번 CES 전시회에서 결실을 맺게 되었다.

하지만 8K TV 에는 하드웨어가 있지만 콘텐츠가 부족하다는 문제점이 존재한다. 소니가 CES 에서 언론에 흥미로운 사실을 선보였다. 4K 영상을 자사의 8K TV 와 보통 4K TV 에 틀었을 때 어떤 다른점이 있느냐이다. 이를 통해 제조사들이 아직 8K 에 대한 이해도가 완벽하지 않음을 알 수 있으며 소비자들이 8K 를 경험할 수 있을 시기는 아직 거론하기 어려워보인다.

스마트 가구 또한 마찬가지로 소비자들이 한번에 장점을 느끼기에는 어려움이 있다. 삼성이 헬스케어 로봇과 음성인식 비서 빅스비(Bixby)에 대해 설명할 때 많은 관중들의 박수를 받았지만 소비자들이 이러한 강점을 체험하기에는 아직 어려움이 있다.

5G 와 스마트 가구의 결합은 사람들의 많은 상상을 이끌어 냈다. 스마트 가구는 이미 오랜시간 거론 되었지만 5G 시대가 도래했을 때 이런 상상들이 실현될지는 아직 많은 기다림이 필요할 것으로 보인다.

많은 노트북 신제품, 공신은 NVIDIA(英伟达)

올해 CES 에서 델(DELL), 삼성, 에이수스(华硕) 모두 신제품을 내놓았지만, 숨은 공신은 NVIDIA(英伟达)이다. 이 오래된 그래픽카드 제조업체는 CES 전시회에 앞서 '게임'에 관련된 발표회를 열었고, 가장 중요한 제품 중 하나인 RTX 2080 Max-Q 그래픽 카드를 선보였다.



이것은 바로, 델의 새로운 '에일리언웨어', 삼성의 오디세이, 에이수스 ROG 시리즈에 새로운 활력을 불어넣은 그래픽카드다. 이 게이밍 노트북에서 몇 가지 새로운 디자인을 볼 수 있다. 델의 '에일리언웨어' 시리즈는 모니터 테두리를 개선하고 노트 회전축과 스프레드시트 구조를 재설계했다. 회전축에 많은 공을 들인 삼성 오디세이도 재설계를 거쳐 노트북 회전축 면적을 줄였으며 모니터에 입체감을 부여했다. 반면 에이수스의 ROG 초신 X 는 서페이스북(Surface Book)과 유사한 분리형 키보드 디자인으로 모니터와 키보드를 분리할 수 있게 했다.

그래픽 카드의 업그레이드는 게이밍 노트북 업계에 희소식이 아닐 수 없다. 제조사들은 단순히 하드웨어 업그레이드뿐만 아니라 디자인에도 많은 중점을 둘 예정이다. 게이밍 노트북 외에 일반 노트북 제품에도 업그레이드가 있겠지만 게이밍 노트북만큼 주목할 부분은 없을것으로 보인다.

레노버(联想)는 "3D 유리 스크린 스마트 노트북"라는 개념을 내세워 처음으로 노트북에 3D 유리를 시도하였다. 삼성은 360 도 접이식 기능 및 터치펜 기능을 추가한 NoteBook 9 Pro 을 출시했다. 이러한 디자인과 기능 역시 새로운 시도였지만 생각만큼 큰 파급력은 없었다.

CES 전시회에서 노트북과 가전제품이 서로 다른 모습을 보여줬다. 새로운 기술이나 하드웨어는 노트북에 빠르게 적용될 수 있지만 CES 가 지향하는 미래에 대한 예측과 지도적인 부분은 보여지지 않았다. 하지만 가전제품은 8K, 스마트 가구와 같이 오래 전부터 거론된 기술들의 실생활 적용까지는 아직 거리가 있다. 올해 CES 무대는 가전제품이 몇 년 전의 아이디어를 더욱 보완하는 것으로 보인다.

결론: CES 중심이 분산된 위대한 파티

올해 CES 전시회를 되짚어 보면 여전히 참신한 기술들과 제품들이 많지만 더이상 기존과 같이 빠른 속도로 산업 발전을 추진하지 못했다. 2016 년 당시 CES 는 VR/AR 를 최고조로 끌어올렸고 2017 년에는 자율주행 기술을 수면위로 드러낸 반면 올해 CES 전시회에서는 이번 회를 상징하는 기술을 발견할 수 없었다.

CES 의 중심은 이제 더이상 어떤 한가지 기술에 집중되지 않았다.

TV 업계에서는 올해 8K 가 가장 중요한 주제였고, 노트북 업계에서는 NVIDIA 그래픽카드가 가장 큰 핵심이었다. 모두 각자의 분야에서 주목받지만 전체 CES 2019 를 대표하기에는 부족하다.

5G, 자율주행, 사물인터넷, 로봇과 AI 모두 거대한 기술 혁신을 기다리고 있다고 할 수 있다. 하지만 그 때까지 우리 삶에 큰 변화를 가져올 다음 기술이 누구일지 아무도 대답하지 못하였다.

2.알리, 비즈니스 운영체제 시대 개막, 디지털화 능력 전면개방(新浪科技, 2019.1.11)



1 월 11 일 오전 항주에서 주최한 알리바바 ONE 상업대회 알리바바는 전세계 소매업이 상업 운영 요소를 전면적으로 재구성해 우선 온라인화를 실현하고 나가서 전면 디지털화를 실현하도록 시스템을 도와줄 것이라고 알리바바 운영체제를 밝혔다.

알리바바는 실물, 디지털 상품, 지역 서비스를 포함하여 상품, 문화 오락, 지역 생활 서비스를 커버한 20 년의 발전을 거쳐 이미 광범위한 상업 체계로 되었는데 멀티 비즈니스 장면 및 그

에 의해 형성된 디지털화 능력, 클라우드 컴퓨팅 등 기타 서비스와 융합되어 이미 알리바바 상업 운영체제가 형성되었다고 알리바바 그룹 최고경영자인 장용(张勇)이 밝혔다

차이니아오(菜鸟配送), 펑냐어페이송(蜂鸟配送), 알리마마(阿里妈妈), 앤트파이낸셜(蚂蚁金服), 딩딩(钉钉)과 알리 클라우드(阿里云)는 물류, 디지털 마케팅 및 데이터 관리, 결제 및 금융 서비스, 기업 디지털 관리 운영 및 데이터 기술 분야의 인프라로 해당 시스템에서 구성되었다. 여기에서 알리바바는 데이터와 기술을 통해 사람, 화물, 장소 및 뉴리테일, 디지털화 대리판매, 디지털화 마케팅, 디지털화 공급체인, 데이터 구동 혁신 제품과 새로운 제조의 고리를 연결하여 모든 과정을 아우르는 디지털화 상업능력을 실현했다.

장용은 뉴리테일을 실현하는건 소매 분야의 문제가 아니라 전면적으로 디지털화된 비즈니스 능력 건설에 달려있다고 밝혔다. 그는 비즈니스 운영 체제는 기업이 브랜드, 상품, 판매, 마케팅, 채널, 제조, 서비스, 금융, 물류 공급 체인, 조직, 정보 관리 시스템등이 포함된 11 개 비즈니스 요소, 온라인 디지털화를 실현, 전면적인 개혁을 촉진한다. 데이터를 통해 소비자와 시장, 인간 사물 장소 대한 통찰을 실현할 수 있다고 소개했다.

대회에서 장용은 해당 운영체제를 대외적으로 개방할 것이라고 발표했다. 그는 시스템은도구를 제공할 뿐만 아니라 본질적으로 알리바바의 지난 20 년간 침체된 디지털화 능력과 소비자와의 소통능력을 부여한다. 도구는 단지 부분을 해결할 수 있는 반면 시스템 문제는 시스템이 해결한다고 말했다.

알리바바는 2016 년 10 월 처음으로 "뉴리테일" 개념을 내세웠고, 뉴리테일을 비롯한 "5 신(新)"전략을 알리바바, 앤트파이낸셜, 차이냐오 네트워크(菜鸟网络), 알리클라우드(阿里云)업무에 전면 실행했다. 그 후 알리바바는 쥐란즐자(居然之家)에 전략투자 실시, 어러마(饿了么)를 매입하여 현지 생활 서비스를 보완, 또한 인타이상업(银泰商业), 삼강쇼핑(三江购物), 가오싱소매(高鑫零售), 수닝원상(苏宁云商), 리엔화마트(联华超市) 등 백화점과 마트 체인과 합작하여 새로운 뉴리테일을 선보였다.

이와 동시에 알리바바는 티엔몰, 타오바오, 어러마 등 업무를 통해 브랜드 분야의 뉴리테일을 시도하였다. 지난해부터 시작해 티엔몰은 스타벅스, 로레알, 량핀푸즈(良品铺子) 등 브랜드와 뉴리테일 합작을 시작하였는데 프론트&백엔드(Front-End)(Back-End)에서 디지털화 개조를 실험하여 온라인상의 사용자 운영 아이디어를 브랜드의 오프라인 운영에 삽입하려고 시도하였다.

스타벅스에 대해 밝힌 바, 스타벅스는 지난 4 개월간 알리바바 상업 운영체제를 통해 30 여개 도시에서 2000 여개 매장의 배달 서비스 연결을 성공하였다. 또한 알리바바 스타벅스 회원 연동, 온라인 가상 스토어, 전역 소비자 마케팅, 스마트 고객 서비스 구현 및 6 억 회원 달성을 완성하였다.

하지만 전통 소매상에게 있어서 디지털화 능력을 부여하는 건 아직 초기단계일 뿐이다. 기존 티몰 뉴리테일 합작을 참여했던 랑핀푸즈 대표인 양홍춘(杨红春)이 시나커지에서 “현재 뉴리테일은 데이터 분석과 응용 능력 향상에 실패하였고 이와 동시에 소매통로도 무한정으로 연결되지 않았으며 데이터가 관리 제어 방면에 제대로 된 기능을 발휘하지 못하고 있다”고 밝혔다.

장용은 비즈니스 운영 체제를 함께 모색할 파트너를 원한다고 밝혔다. 동시에 알리바바는 여러 업무 부문에 걸쳐 디지털화를 도입, 원스톱 서비스 제공 및 브랜드와 소매업자의 성장 포인트 모색 지원, 디지털화 변형을 진행하는 “플랜 A 100”을 발표하였다.



阿里巴巴发布商业操作系统 全球零售业开启第一次数字化革命

新零售最大的价值是超越了商业层面, 把创新求变和数字化变成社会共识。由此衍生的阿里巴巴商业操作系统将进一步用技术拓展商业边界, 推动全球零售业的第一次数字化革命。

■ 从新零售到阿里巴巴商业操作系统

- 品牌数字化升级主阵地: 天猫** 18万品牌一年首发超5000万款新品 天猫新零售智慧门店超20万个
- 快消商超: 天猫超市** 一小时达已经开进21城, 即将覆盖全国
- 淘鲜达** 截至2018年底开进近120家门店, 超2000万人上“盒区房”
- 本地生活: 饿了么, 口碑** 600多家连锁商超数字化, 成为新零售商超
- 家居家装: 天猫家装** 覆盖676个城市, 服务350万用户
- 跨境电商: 天猫国际** 首个新零售数字化卖场落地, 今年将数字化改造300余家卖场
- 跨境进口: 天猫国际** 引进75个国家、3900个品类的近19万个海外品牌
- 城乡发展: 农村淘宝** 在农村覆盖3万个网点
- 社区小店: 零售通** 覆盖120万家小店
- 服饰百货: 银泰商业 魅力惠**
- 家电数码: 苏宁易购**
- 时尚生活: 小红书** / 与YINAP成立合资公司
- 母婴育儿: babytree**
- 汽车服务: 大搜车** 与汽车之家、唐公汽配建汽后服务公司
- 餐饮服务: 1919**

新零售基座: 天猫 Tmall.com

基础设施: 阿里云, 支付宝, 菜鸟网络, 阿里影业, 阿里文学, 阿里音乐, 阿里体育, 钉钉, 蚂蚁金服



新零售之城遍布全国

2018年4月, 阿里巴巴提出打造新零售之城
一线、新一线城市一个月内快速响应
上海、广州、杭州等城市经济半年报
点名新零售助力城市经济发展

近八成产业拥抱新零售

全国20个行业大类中
15大类行业明确引入新零售

推动就业供给侧改革

阿里新零售生态2017年创造3681万个就业机会
催生智能导购、ET大脑工业训练师
机器人饲养员、数字化管理师

打通会员体系 开设线上新零售门店 × 天猫, 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

“专星送”覆盖2000家门店 × 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

杭州、上海首开“外送厨房” × 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

2018年新品成功率超95% × 天猫, 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

一年引进品牌数量接近20年 × 天猫国际, 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

让全球最复杂的供应链智慧化 × 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

超2000家智慧门店 × 天猫, 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

上万员工协同办公 × 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

爆品走进前置仓 大促当日达 × 饿了么, 口碑, 盒马, 大润发, 苏宁

sina 新浪科技

3.바이두 'AI 음성인식+블루투스'시장경쟁, 샤오두 블루투스 연맹(新浪科技, 2019.1.11)



1월 11일, SIG 2018 블루투스 시장 분석 보고에 따르면 2022년까지 52억개의 블루투스 장비가 각 업계에 적용되어 스마트 가구, 사물인터넷 등 신흥 시장의 발전을 이끌 것이라고 예측했다. 2018년 블루투스 장비의 출하량은 지속적으로 증가했다. IDC 보고의 예측을 따르면 2020년까지 대화식 인공지능은 스마트 가구산업에 27%, 커넥티드 카(스마트 카)에 51%, 휴대폰 웨어러블에 68% 사용될 것으로 보인다. 2019년 블루투스 장비는 스마트 음성 인식 제조업체들의 고객 확보에 있어 중요한 격전지로 예상된다.

2018년 초, 아마존(Amazon)은 새로운 알렉사 모바일 액세서리 키트(Alexa Mobile Accessory Kit)을 발표했다. 이 장치를 사용하면 이어폰, 스마트 워치, 피트니스 트래커와 같은 웨어러블 제품을 블루투스를 통해 휴대폰 내에 알렉사 앱에 연동할 수 있게 된다. 이로써 알렉사 음성 보조 클라우드 서비스를 사용할 수 있으며 설비업체들이 따로 어플을 개발해야 하는 노력을 덜 수 있게 됐다.

2018년 바이두(百度) 개발자 대회에서 바이두는 DuerOS 3.0 기반의 블루투스 장비 솔루션을 발표했다. 일반적인 블루투스 장비에 DuerOS 패킷 음성인식 기능을 부여했으며 블루투스 장비 제조업체들이 낮은 문턱과 비용으로 스마트 음성 인식 기능을 확보하게 되었다. 블루투스 단말기를 스마트 단말기로 바꾸어 비즈니스 기업들의 샤오두(小度) 블루투스 솔루션 적극 활용, 제품의 빠른 정착과 산업의 스마트화 업데이트를 실현할 계획이다.

아마존과 바이두 외에도, 현재 구글, 알리바바(阿里巴巴), 텐센트(腾讯), 샤오미(小米), 화웨이(华为) 등 거대 과학기술 회사들이 블루투스 스마트 음성 인식에 관련된 기술과 제품을 구성하고 있다. 음성 인식 AI의 발전에 따라 전혀 새롭게 않았던 블루투스 기술이 새롭게 평가되고 있다.

최근 바이두 DuerOS(샤오두 인공지능 비서) "만물을 연결해 미래를 말하다(连万物 话未来)"라는 주제의 샤오두 블루투스 연맹 회담에서 바이두는 "샤오두 블루투스 연맹"의 결성을 발표했다. 브랜드사, 컨설턴트, 칩 제조업체에 모든 기술 방안과 상무 협력 지원 계획을 제공하여 산업 벨트간의 원활한 소통, 블루투스 제품의 정착을 촉진할 예정이다.

바이두 스마트 라이프 사업부 혁신 제품 책임자 첸칭경(钱庆庚)은 "샤오두 블루투스 솔루션은 DMA 블루투스 프로토콜과 샤오두 어플 두가지로 구성되어있는 샤오두 어플은 쉽게 사용이 가능하며 DuerOS 패킷 음성인식 기능, 장비 연결 관리, 클라이언트, 펌웨어, 클라우드 업그레이드 및 대용량 데이터 액세스 등의 기능을 내재하고 있다"고 밝혔다.

샤오두 블루투스 솔루션의 한 부분인 DMA(DuerOS Mobile Accessory) 프로토콜은 기존의 블루투스 프로토콜의 개념을 업그레이드하여 일반 블루투스 장비를 음성 인식 교류가 가능한 DuerOS 단말기로 바꾸는 것이다. DMA 프로토콜을 탑재한 블루투스 스피커는 샤오두 어플과 연동하여 사용자로 하여금 원활하고 지연없는 음성 인식 교류 서비스를 느끼게 한다.



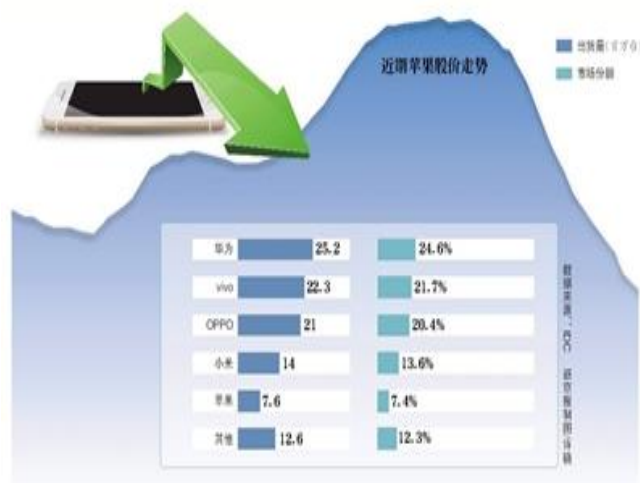
바이두 라이프 사업부(SLG) 판매 및 상무부 사장 자오평상(赵鹏向)은 “샤오두 블루투스 솔루션의 파트너로 퀄컴(Qualcomm)이 포함된 칩 제조업체, 오퉁 테크놀로지(悟空科技), 칩중칩(芯中芯), Synaptics 가 포함된 컨설턴트 회사, 자브라(Jabra), DOSS(德仕), Edifier(漫步者) 포함된 브랜드사가 있다”고 밝혔다.

블루투스는 거대한 시장을 형성하고 있다. 특히 블루투스 5.0 기술이 출시된 이후 블루투스 장비간의 연결과 데이터 전송 기준이 대폭 하락했다. 음성 인식 기술의 유입으로 인해 블루투스 스마트 음성 인식은 스피커 장비, 웨어러블, 스마트 가구

및 커넥티드 카 등 여러 부분에서 새로운 기회를 맞이했다. 스마트 음성 인식과 스마트 장비 제조업체들에게 새로운 시장을 개척했으며 자연스럽게 거대 제조업체들의 격전지로 떠오르게 됐다. 이 시장에서 우위를 점하기 위해서는 기술적 우위 이외에도 여러 대형 제조업체들과 안정적이고 꾸준한 협력관계를 맺어야 한다. 바이두가 샤오두 연맹을 결성한 이유도 여기에 있다.

4. 애플 3대 모델 가격 인하, 중국시장 살릴 수 있을까(新京报, 2019.1.14)

2018年第三季度中国前五大智能手机厂商出货量、市场份额



하룻밤 사이, 아이폰 가격이 대폭 인하했다.

1월 11일 정시부터 징둥(京东), 수닝(苏宁)에서 아이폰 가격을 일부 인하, 애플 공식 사이트보다 1000 위안이 넘게 가격을 내렸다. 이어 핀뉘뉘(拼多多)도 가격 인하 대열에 합류했다.

1월 10일, 중관촌의 한 애플 휴대폰 리테일러로부터 입수한 정보에 따르면 리테일 가격의 대폭적인 조정을 통해 애플 공식 출하 가격의 조정을 측면에서 반영할 수 있다고 전했다. 예를 들어, 리테일 가격의 하락폭이 500 위안이면, 공식 출하 가격은 이보다 훨씬 큰 1000 위안이 인하 될 것이다.

이에 대해 연구기관인 스트래티지 애널리틱스(Strategy Analytics)의 오이위안(吴怡雯) 애널리스트는 기존 제품의 재고 상황과 관련 있는 단기 전략이라고 기자들에게 말했다. 중장기적으로는 애플이 2019년 발표한 새 기종과 그 가격을 더 주목할 만하다. 애플의 현재 제품 가격은 높은 편이라 출하량 및 아이폰 사용자 수 증가에 불리하다.

징둥 플랫폼 상 아이폰 8/8Plus의 가격은 11일 3999 위안, 4799 위안으로 각각 660 위안, 800 위안 인하하였다. 이 가격은 애플 공식 사이트와 비교해 각각 1100 위안과 1200 위안 차이가 난다.

징둥 가격인하에 맞서 수닝(苏宁)은 공식 웨이보에서 "아이폰 가격 대폭 인하"를 선언했다. 이 중 아이폰 XR 128GB 기종의 판매 가격은 5799 위안으로 기타 전자상거래 플랫폼보다 700 위안 낮고 애플 공식 사이트에서 판매하는 6999 위안보다 1200 위안 저렴하다.

11일 오후 핀뉘뉘에서 아이폰가격 인하를 선언, 그 중 아이폰 XR, 아이폰 XS, 아이폰 XS Max 등 인기 기종의 최저 가격은 각각 5099 위안, 7299 위안, 8099 위안으로, 일부 제품은 애플 공식 사이트보다 1500 위안 하락하였다.

애플 공식 사이트 가격과 비교했을 때, 징둥, 수닝의 애플 직영점 가격은 비교적 저렴하다. 종종 전자상거래 플랫폼이 여는 판촉행사에서 애플 휴대폰 가격을 낮춰 사용자들에게 보조금을 제공하는 식이다.

이번 가격 조정에 대해 징둥측은 애플의 공식 통보와 권한을 부여받은 것이라고 밝혔다. 이 밖에 선전(深圳) 화창베이(华强北) 휴대폰 리테일러들은 애플로부터 가격 인하 소식을 받았고 아이폰 XR, 아이폰 8, 아이폰 8 Plus, 아이폰 X, 아이폰 XS와 아이폰 XS Ma 등 기종에 대해 가격을 인하하기 시작했다고 매일 경제신문이 보도했다. 이 중 지난해 애플이 발표한 신형 아이폰 XR의 가격 인하폭이 가장 컸으며 리테일 가격만 해도 450 위안 떨어진 5250 원에 판매되고 있다.

1월 10일, 한 중관촌의 애플 휴대폰 리테일러로부터 정보를 입수한 바에 따르면 2018년 9월 출시된 아이폰 신형 기종은 아이폰 XR 채널 가격 하락에 그쳤다. 아이폰 XR은 블랙과 화이트를 제외한 64GB 버전, 128GB 버전이 전날 대비 400 위안 하락한 각각 5100 위안과 5600 위안대로 떨어졌다.

소식통에 의하면 애플의 납품가격이 훨씬 더 유연해질것이라 전했다. 일반적으로 신형 기종이 출시되면 구형 기종의 가격을 내리는 점을 고려하며 이번 인하는 판매 부진이 원인으로 볼수 있다.

인기 기종 3종 할인, 애플 덕후들의 사재기

연구기관인 스트래티지 애널리틱스(Strategy Analytics)의 오이위안 애널리스트는 “이번 현재 제품의 재고 상황과 관련된 단기적인 전략이라고 생각한다, 중장기적으로 애플이 2019년 출시한 신형 기종과 가격을 더 주목할 만 한데, 애플의 현재 가격은 높은 편이고 출하량 및 아이폰 사용자 수 증가에 불리하다”고 말했다. 또한 이번 가격 인하는 애플 공식 사이트가 아닌 리테일러들이 조정한 것이며 이는 애플의 중국 내 수요부진을 더 잘 보여 준다고 기자들에게 전했다.

보도에 따르면 이는 애플의 첫 가격 인하 행보가 아니다. 2018년 12월 중순 애플 중국 공식 사이트에서 ‘쿠폰할인 구형교환(折抵换购)’ 이벤트를 열었다.

실제 아이폰 가격이 비싸기 때문에 기존 아이폰 사용자들의 핸드폰을 교체하는 성향이 강하지 않았기에 현재 아이폰 8, 아이폰 Plus 아이폰 XR의 가격인하와 할인 이벤트는 경제적 여건이 부족한 소비자들에게 강력한 어필이 된다. 귀이쥘(가명)씨는 앞서 애플의 핸드폰 교체 이벤트 행사에 참석하여 자신의 아이폰 6를 아이폰 XR로 교체했다. 그는 구형 핸드폰의 성능 한계가 뚜렷해 가격대가 높은 기종으로 교체할게 큰 이유라고 말했다. 반면 줄업을 앞둔 진일주(가명)씨는 애플의 구형 기종의 가격 인하폭이 예상보다 많이 떨어져 현재 사용하는 안드로이드폰을 아이폰 8로 교체할 것을 염두에 두고 있다고 전했다. 하지만 일부 아이폰 사용자들은 아이폰 XS와 아이폰 Max의 가격 인하는 아직 눈에 띄는 정도가 아니어서 최신 기종이 계속 인하하면 구매할 것이라며 관망하는 분위기다.

량샤오(가명)씨는 2012년부터 아이폰 4, 아이폰 5S, 아이폰 7, 아이폰 8 플러스 등을 써왔으며, 현재 아이폰 8 Plus를 2018년에 구입했다. 그녀는 “아이폰 가격 인하는 좋다, 나도 휴대폰을 바꾸고 싶다”, “아이폰 8 Plus는 배터리가 좋는데 와이파이 기능이 조금 문제가 있어, 공장으로 보내 수리를 해야한다”며 “만약 가격을 계속 내린다면 좀더 기다리겠다, 설 전엔 아마 한개 살거다”고 전했다. 그녀는 현재 아이폰 X 혹은 아이폰 XR로 교체할 의향이 있는데 아이폰 가격 인하는 재고 해결을 위한거지 브랜드에는 영향이 없다고 생각한다.

아이폰 XR의 경우 판매를 시작하기 전 여러 기관에서 “대박”일 것을 예측했지만 판매 시작 후 예상에 크게 못미쳐 출시된 지 3개월 만에 공식 가격 인하가 시작됐다.

애플, 중국 고전 이유는 높은 가격과 혁신 부족

애플은 1월초 16년 만에 최초로 매출 전망치를 내렸는데 기존에 예상했던 890억~930억 달러에서 840억 달러로 낮췄다.

애플의 주 수입원이던 아이폰은 지난해 3분기 전체 매출에서 59.2%를 차지하였다. 애플 CEO 팀쿡은 투자자들에게 보낸 편지에서 아이폰의 세대교체 횟수가 예상보다 적었다고 밝혔다. 애플의 이번 분기 매출은 당초 예상보다 저조한 실적을 보이며 (중국지역 매출 전망 하향) 전년 대비 감소폭이 컸다.

아이폰 매출이 예상을 밑돌았다는 신호는 이미 나왔다. 2018년 회계연도 4분기의 재무실적을 보면 아이폰 판매량은 4688.9만대로 2017년 같은 기간의 4667.7만대에 비해 소폭 증가해 예상치인 4700만대에도 못 미쳤지만, 아이폰 매출은 지난해 같은 기간보다 29% 늘었다. 중국정보통신연구원이 2018년 12월 발표한 국내 휴대전화 시장 운영 분석 보고서에 따르면, 2018년 한 해 동안 국내 스마트폰 출하량은 3.9억대로 전년 대비 15.5% 감소했으며, 이 중 안드로이드폰은 스마트폰에서 89.3%를 차지했다. 가트너(Gartner) 중국 리서치 부회장인 승링하이(盛陵海)는 아이폰이 중국 시장에서 직면하고 있는 2가지 문제로 높은 가격과 함께 오래된 기종과 비교했을 때 뚜렷하지 않은 신제품의 혁신 기술로 꼽았다.

주간 중국 전문가 ISSUE

5G 일보 (2019.1.7-2019.1.14)

5G 위챗 공식계정은 5G, IoT, IoV(Internet of Vehicles)를 보도하는 신매체플랫폼입니다. 본 자료는 5G 위챗 공식계정에 올라온 1월 7일부터 1월 14일까지의 5G 관련 주요 기사를 요약한 것입니다. 본 기사와 관련하여 궁금하신 사항이 있으신 분은 info@kicchina.org로 문의로 문의해 주시기 바랍니다.

1. 류찬즈(柳传志) 5G 게이트 재언급: 레노버 '매국' 한 적 없어(5G, 2019.1.10)



1월 9일, 레전드 홀딩스(控股) 이사장이자 레노버그룹 창시자 류찬즈는 중국과학원대학에서 “번르즈더런(奔日子的人:열정이 넘쳐 하고 싶은 일이 많아, 한 목표를 이루고 또 다른 목표를 향해 뛰는 사람)”을 주제로 강연을 진행했다.

강연 후 몇몇 학생이 '5G 투표 게이트' 경로에 대해 질문, 이에 류찬즈는 “5G 게이트 사건을 자세히 설명하기엔 다소 복잡하다”며 대답했고, 이어 “하지만 확실한 건

5G 게이트 사건은 결코 레노버 매국 사건이 아니고, 나(류찬즈)나 양위안칭(杨元庆) 같은 사람들이 무슨 이득을 보려고 나라를 팔아먹겠나”라며 정확한 사건 파악 후에 판단 할 것을 호소했다.

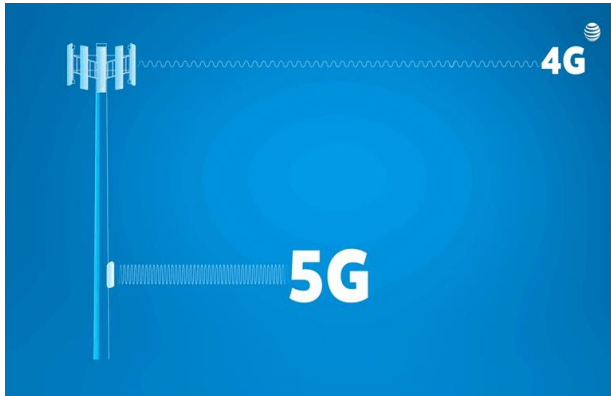
류회장은 “분명 중간에 이득을 보는 사람이 있을 것이고, 이런 상황에 한 목소리를 내야 할 것 같다”며, “양위안칭은 입만 열면 반박 당해 내가 먼저 윗분들에게 어떻게 된 일인지 사건의 진상 그대로 작성해 보내야 할 것”이라고 말했다. 또한 “내가 낸 목소리에 중국 기업가들이 함께 나서줬고, 이는 무척 영광”이라며, “이어 우리 레노버그룹 직원들에게 낸 목소리로 좋은 효과를 얻었다”고 전했다.

“우리 때는 다들 기계를 판매할 때, 누가 더 빠른가를 비교했지 돌을 던지거나 심지어 칼을 쏘는 사람은 없었다”며, “지금은 우리 때와 상황이 완전 달라 지난 몇 년간 기업이 인터넷 여론에 마녀사냥 당하는 경우가 많은데, 이 현상은 생태계를 파괴 할 정도로 심각하기 때문에 정부는 현 상황에 주의해야 한다. 이것이 내가 목소리를 낸 제일의 목적이다”라고 입장을 표명했다. 아울러 “기업 하는 사람들에게 불확실한 요소가 하나 더해졌다”며, “좋은 기업은 결코 소리 내야 할 때 내지 못하는 호구기업이 아니다”라고 전했다.

2. 미국 AT&T 공표: 2020 년 초, 5G 전국 커버!(5G, 2019.1.11)

1월 11일 소식에 따르면, 미국 이동통신운영상의 '거두' AT&T 은 2020 년 초, 미국 전 지역 범위 내에 5G 이동통신 커버리지를 구축할 것이라고 발표했다.

이왕이면 '전국 5G 네트워크 커버리지'를 구현하고 싶지만, 5G 위챗 공중 플랫폼(ID:angmobile)에 따르면, AT&T 는 sub-6 GHz 주파수로 2019 년 하반기부터 sub-6 GHz 주파수의 5G 이동통신상용 네트워크를 사용할 것이라고 전했다.



“전국 5G 네트워크 커버리지” 실현만으로는 턱 없이 부족하다. AT&T 는 밀리미터파 주파수 스펙트럼에 기초한 “5G + 네트워크 커버리지”도 계속 제공할 것이라고 밝혔다.

AT&T 는 자사가 5G 의 '선두'라며, 회사의 엔지니어, 연구개발원, 설계 인력과 설치 인력이 5G 네트워크와 무선통신 업계 전반에 걸쳐 혁신을 추진하고 있다고 공언했다.

3GPP 국제표준 [5G 위젯 공중 플랫폼(ID:angmobile) 주: 3GPP R15 에 기초한 비(非)독립적 그룹 NSA]을 기초로 한 5G 이동통신이 2018 년 현실화 되도록, AT&T 는 표준 배포에서 5G 상용 네트워크 공식 배포까지의 시간을 이전 18 개월에서 6 개월로 대폭 단축하였다. (구체적으로는 2018 년 6 월부터 2018 년 12 월까지를 말함. 특히 여기서 AT&T 는 '밀리미터파 5G'를 지칭하는 것으로, 위에서 설명한 sub-6 GHz 대역 5G 가 아니다.)

AT&T 는 이 같은 “5G 상용 가속”이 효율적으로 진행되면서, AT&T 가 쌓게된 많은 경험 지식들이 5G 상용 네트워크에서 실시되어, 업계 전체의 빠른 성장을 촉진할 것이라고 밝혔다.

3.국가발전개혁위원회 “신규투자”프로젝트 승인, “5G 상용화”를 중점으로(5G, 2019.1.15)

14 일 저녁, 국가발전개혁위원회 부주임인 런웨이량(连维良)은 CCTV 재경 기자와의 인터뷰를 가졌다. 그는 “최근 국가발전개혁위원회가 유효공급 확대 투자 프로젝트를 대량으로 승인하였는데, 올해 투자는 해당 분야에 더 힘을 둘것인가?”란 질문에, 런웨이량은 2019 년의 투자는 5 개 분야에 중점을 두고 있으며, 1 차 분야로는 “신형 인프라 강화, 인공지능, IoT(산업네트워크) 등 건설 추진, 5G 상용화를 위한 발걸음 재촉” 이라 전했다고 5G 위젯공식계정(ID : angmobile)에서 밝혔다.

이는 5G 상용화는 이미 국가발전개혁위원회가 2019 년 투자할 방향 중 하나로 의미한다.

며칠 전 개최한 “CCTV 재경 대책 회의”에서 “5G 상용화 발걸음 재촉”을 2019 년 경제 업무 내용의 “중요한 임무” 중 한개로 꼽았다.

“해당 투자 프로젝트 정착을 위해 어떤 조치를 취할 것인가”라는 기자들 질문에 국가발전개혁위원회 부주임인 런웨이량은 “자금 보장에 힘쓰고 금융 지원의 강도를 높힐 것”으로 전했다고 5G 위젯공식계정(ID : angmobile)에서 밝혔다.

Content & Ent. (2019.1.17)



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: 김세연(청화대 경제관리학원)]

TF Securities – 온라인 플랫폼의 딜레마와 가치 2

4. 온라인 음악 경쟁구도: 산업체인 업스트림 분산, 미들스트림 일초다강

4.1. 업스트림: 상대적으로 분산된 중국 음반사, 배급 채널이 부족한 인디 뮤지션들의 생존난

4.1.1. 음반사: 해외 3 대 주도 산업체인 운영, 국내 음반사 상대적으로 약세

음악 산업 업스트림 콘텐츠 제공업체는 음반 회사를 핵심으로 하며, 일부 인디케이터와 인디 뮤지션을 동시에 포함한다. 음반회사들은 전문적인 음반 제작을 맡아 실체나 디지털 음반, 판권, 공연의 세 가지 라인을 이끌어 낸다. 보통 가장 선두에 있는 가수들만 음반회사에 계약할 기회를 갖는다.

음악 소비의 특징은, 음악 콘텐츠 라이브러리가 비디오 콘텐츠 라이브러리에 비해 완전성을 더 강조하도록 만든다. 음악은 동영상보다 훨씬 적은 소비시간을 요구하기 때문에 음악 사용자들은 동영상 사용자들에 비해 듣고 싶은 모든 곡을 하나의 플랫폼에서 찾기를 원할 것이고, 이는 음악 저작권자가 더 큰 곡 라이브러리를 가질 경우 더 많은 인기가 있을 것이라는 것을 의미한다. 국제적으로는 3 대 음반사가 역사가 오래돼 방대한 라이브러리를 갖추고, 강자는 항상 산업체인을 지배해 왔다. 해외의 음악산업이 일찍이 시작되었는데, 3 대 음반사 중 소니의 음반사업은 1888 년, 워너가 1929 년, 유니버설뮤직은 1930 년에 설립되어 거의 100 년 심지어 100 년이 넘는 발전을 거쳤다. 방대한 콘텐츠 라이브러리가 이 몇 개 레코드 회사를 채널과의 협상에서 강세를 보이도록 만든다. 이 같은 가격 담합 능력은 새로운 뮤지션들이 더 나은 홍보를 위해 음반사 콘텐츠 풀을 확충하고, 음원 재정경제부가 제공한 데이터에 따르면 3 대 음반사 스트리밍 시장 점유율이 70%를 넘어서는 데 일조했다.

홍콩의 장기적인 해적판 CD 는 음반회사의 발전을 더디게 했고, 인터넷이 상용화되며 스트리밍은 전통적인 음반에 큰 영향을 주었으며, 국내에는 큰 규모의 음반사가 형성되지 않았고, 현재 중국내에서 활발하게 활동하고 있는 음반사들은 해외나 대만에 설립된 음반사들이 대부분이며, TOP 3 외 롤링스톤, HIM 인터내셔널, 린페어레코즈, 시드뮤직이 있다.

4.1.2. 인디 음악 서비스 플랫폼: 해외 전문 분업 성숙, 국내는 여전히 걸음마 단계

음반회사가 계약한 소수의 선두를 달리는 가수 외에도 음악 시장에는 더 많은 수의 인디 뮤지션이 있으며, 일반적으로 넓은의미로서의 인디 음악은 전통적인 큰 음반 회사의 상업적으로 작동하는 주류 음악과 구별하기 위해 제시된, 하나의 상대적 개념이다. 국제적으로는 통상 3 대 음반사에 속하지 않거나 규제되는 음반업체들이 독립 브랜드로 인식될 경우, 이들 회사는 3 대 음반사보다 소속 뮤지션들에게 예술 창작의 자유를 더 많이 줄 수 있을 만큼 고도의 다각화와 조각화를 보이고 있다.

인디레이블 이외에도, 셀프 디지털 음악 배급사인 TuneCore 와 CD baby 와 같은 일부 디지털 배급업자가 존재한다. TuneCore 의 경우 음악인과 저작권자는 TuneCore 에게 싱글이나 앨범에 따라 일정액의 연비를 납부해야 하며, TuneCore 는 작품을 Spotify, Apple Music, Amazon music 등에 업로드할 수 있도록 지원한다. 또한 뮤지션은 100%의 저작권 및 판매 수익을 얻을 수 있으며, 이 외에도 TuneCore 는 뮤지션을 위한 저작권 대행 및 기타 뮤지션 서비스 프로그램을 제공한다. 2017 년 6 월, TuneCore 는 플랫폼 뮤지션의 노래 다운로드와 스트리밍 매출 누계가 10 억 달러를 넘어섰다고 발표했다. 2016 년 미국 전역의 오디오 미디어 시장 점유율은 5%에 육박했으며, 해외 영국, 호주, 일본, 캐나다, 독일, 프랑스와 이탈리아에 골고루 퍼져 있다.

해외의 성숙한 비즈니스 모델에 비해 독립음악업체에 대한 중국내 서비스는 시작이 늦었고 발전은 초기 단계이다. JingData 에 따르면, 2018 년 2 월 현재 중국에는 총 424 개의 인디 음악 관련 기업이 설립되었다. 이 기업들은 현장 음악, 음악 자원 통합, 음악 페스티벌에 종사하고 있으며 대부분의 기업들이 발전의 초기 단계에 있다. 424 개 기업 중 66.5%가 아무런 투자도 받지 못했으며, A 라운드 및 Pre-A 라운드 이전 기업은 389 개로 90%가 넘었다.

4.2.미들스트림: 배포 채널 고도 집중, 사용시간 TOP 4 M/S 가 94.9%에 달함

4.2.1.사용자: 텐센트뮤직과 넷이즈뮤직의 독점

Questmobile 데이터에 따르면 2018 년 9 월 국내 온라인 음악 플랫폼에서 활약한 사용자 수, 사용시간 상위 4 위는 각각 Kugou, QQ, Kuwo, 그리고 넷이즈뮤직이다. MAU 는 각각 3.54 억, 2.70 억, 1.32 억, 1.13 억 명으로, 대응 침투율이 각각 63.8%, 48.6%, 23.8%, 20.4%이다. 4 대 플랫폼의 9 월 사용자 총 사용시간은 기간별로 882 억, 368 억, 231 억 및 186 억 분에 달한다. 시장점유율은 각각 약 50.2%, 21.0%, 13.1%와 10.6%이며 CR4 시장점유율은 약 94.9%이다. MAU 로 보나 사용시간으로 보나, 네 개의 플랫폼은 이미 거의 모든 음악 사용자를 독점하고 있다.

4.2.2.판권: 텐센트뮤직은 90% 이상 독점대리

텐센트뮤직 프로스펙터스에 따르면 현재 텐센트뮤직의 라이브러리는 소니, 유니버설, 워너, 리갈 엔터테인먼트, 중국 음반 그룹 등을 포함한 200 개가 넘는 국내외 음반사들로부터 2 천만 곡이 넘는 곡들을 보유하고 있으며, 이 노래들의 절대다수 독점 판권을 가지고 있다.

5.플랫폼 이슈: 경쟁가격으로 판권 원가 상승, 플랫폼을 딜레마에 빠트릴 여러가지 요소 존재

요약하자면, 우리는 중국 내외 온라인 음악 플랫폼의 발전을 비교하여 세 가지를 발견했다:

1)플랫폼과 업스트림: 중국 내외 음악 플랫폼은 높은 저작권료를 부담하고 있다. 해외 온라인 음악 플랫폼의 경우 업스트림 저작권자가 집중도가 높고 플랫폼 구조가 분산되어 있기 때문에 산업사슬에서 플랫폼의 입지가 약하고, 업스트림은 비교적 높은 수익을 받는다. 중국은 상위 음반사들이 분산되어 있고 플랫폼이 고도로 집중되어 있음에도 불구하고 플랫폼은 여전히 높은 저작권료를 지불하고 있다.

2)플랫폼 간 경쟁: 중국 음악 플랫폼은 항상 합병이나 고가의 독점 판권 취득 등을 통해 독점적 지위를 확립하려 하고 있으며, 업, 다운스트림에 더 강한 영향력을 가지고자 경쟁한다. 그러나 해외에서는 동시다발적으로 여러 온라인 음악 플랫폼이 사용자들에게 음악 서비스를 제공하고 있으며, 차이점은 제품의 기능 사이에서 더 많이 나타난다.

3)플랫폼과 다운스트림: 중국 온라인 음악 플랫폼은 지속적으로 가입자들에게 무료 음악 서비스를 제공하고 있는 반면 해외 음악 플랫폼은 대부분 무료 음악 서비스를 제공하지 않고, 가입자를 위한 무료 서비스 제공을 통한 가입자 증가는 없었다.

분석해보자면, 중국 음악 플랫폼은 이러한 악순환에 처해 있다.

우선 중국의 오랜 해적판 환경으로 인해 음반사들의 수익은 가수의 공연, 광고 모델 등으로 창출했다. 온라인 음악 플랫폼이 뜨고 저작권이 규범화 되었지만, 음반 회사들은 음악을 변화시킬 수 있는 길을 많이 가진 것 같아 보여도 음악 플랫폼 구독 서비스의 규모가 작기 때문에 음반회사가 수익분할방식과 채널분할방식으로 수익을 나누면 음반회사가 오랜 기간 벌어들일 수 있는 수익이 미미하고, 따라서 음반회사들은 수익분할방식으로 수익을 나눌 명분이 없다.

반독점 정책의 제약 없이, 플랫폼은 고정된 비용으로 공유 포맷과 독점 판권을 취득하는 것 사이에서, 기꺼이 일정한 프리미엄을 지불하고 독점 판권을 획득하여 더 많은 적극성을 보유했다. 플랫폼 간 가격 경쟁은 독점 판권 원가를 소득 대비 높은 수준(절대 액수는 여전히 낮다)으로 밀어낸다. 원가의 상승은 또한 플랫폼으로 하여금 새로운 수익원, 즉 사용자의 트래픽을 통해 현금화될 것을 모색하도록 강요한다. 이런 상황에서 어떤 플랫폼도 사용자의 이탈을 우려하여 현재의 무료 서비스 모델을 감히 바꾸지 못한다.

해외 플랫폼은 중국 대비 성숙 단계에 접어들었다. 해외 음악시장 판권은 오랫동안 비교적 엄격하게 관리되어 왔으며 음악 플랫폼에 대한 음악 판권 사용 원가는 상대적으로 중국 플랫폼 대비 더 높다. 녹음 음악(실물 음반, 스트리밍 등) 수익은 해외 음반회사의 주 수익원이 되어왔으며, 유니버설뮤직은 2017 년 약 80%의 수익을 녹음음악에서 벌어들였다. 스트리밍 시대가 되면서 매년 스트리밍 플랫폼은 음반회사에 높은 저작권료를 지불해야 하고, 2017 년의 경우, 3 대 중 하나인 유니버설 뮤직 매출액 중 스트리밍 플랫폼은 19 억 7100 만 유로(약 154 억 위안), 소니의 음악 매출액 중 스트리밍 플랫폼은 1974 억 엔(약 120 억 위안)인 반면, 국제 1 위의 스트리밍 플랫폼인 Spotify 의 매출액은 40 억 9 천만 유로(약 319 억 위안)에 불과하다. 52%의 비율로 나누면 2017 년에 Spotify 가 모든 음반회사에 지불하는 판권 비용을 합산하면 약 20.3 억 유로(약 158 억 위안)가 된다. 그만큼 해외 음반 수익 규모가 크기 때문에 단일 플랫폼이 독점적인 포맷을 통해 독점을 시도할 가능성은 크지 않다.

이 때문에 해외 스트리밍 플랫폼은 이용자만 유료로 제공하고, 유료화율도 높으며, 유료화 수익이 플랫폼의 주요 수익원이다. 플랫폼과 음반회사는 음악 구독 수익을 나눠 가지면서 채널 역할을 더 많이 한다. 음반회사들은 음악 방송량이나 방송시간대별로 나눠서 수익을 계산하기 때문에 해외 음악 플랫폼도 적자지만 임의 플랫폼은 수익모델을 바꿀 이유가 없다.

Robot & AI (2019.1.17)



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: 김세연 (청화대 경제관리학원)]

Fortune SECURITIES – 인공지능+산업응용 2

1.3 인공지능 산업체인 응용층

응용층은 기초층과 기술층에 기반을 두고 전통 산업과의 융합 발전 및 활용을 실현한다. 그래픽 인식 및 컴퓨터 시각, 음성 인식, 딥러닝 등 인공지능 기술이 빠르게 발전함에 따라 각 단말과 수직 업종과 인공지능의 융합이 지속적으로 가속화될 것으로 예상되며, 전통적인 금융, 농업, 가전, 제조, 의료, 교육 등의 업종에 대해 포괄적이고 철저한 제작이 이루어질 것이다. Spiceworks 에 따르면 2017 년 인공지능 분야에 진출하는 기업은 13%에 불과하며 2019 년까지는 30%가 인공지능 분야에 진출할 것으로 예상된다.

스마트 의료

인공지능은 의료업계에 수많은 진단 데이터와 과거 사례가 축적돼 있기 때문에 의료업계와 쉽게 통합될 수 있다. 인공지능의 발달에 따라 가까운 미래에 인공지능 기술이나 의사의 조연자가 되어 진단에 협력합니다; 인공지능 기술을 응용하면 생활 속의 건강 데이터를 통합하고 상황에 대한 즉각적인 경보를 내릴 수 있다; 약물연구개발기구 역시 대량 시뮬레이션을 수행할 수 있으며, 데이터 분석을 통해 연구개발 효율성을 높일 수 있다. 어쨌든 인공지능 분야는 매우 넓은 응용 전망을 가지고 있다. Accenture 의 연구는 2014 년에서 2021 년까지 의료 분야에서 인공지능의 시장 규모가 11 배인 6 억 달러에서 66 억 달러까지 성장할 것이라고 밝혔다. 중국 디지털 의료망은 2018 년 중국 인공지능 의료시장 규모가 200 억 위안에 이를 것으로 전망하고 있다.

현재 스마트 보안 분야가 가장 뜨겁지만 먼저 정착하는 것은 스마트 의료 분야가 될 수 있다. 스마트 의료는 인공지능, 빅데이터, 사물인터넷, 클라우드 컴퓨팅 등 신기술을 의료 분야에 적용해, IT 공룡들이 앞다퉈 개입하고 있다. IBM 의 왓슨 슈퍼컴퓨터는 2010 년 출시되었으며, 인공지능과 소프트웨어 분석을 결합해 문제를 해결하고, 수많은 병력에서 인간 의사의 임상 진료 경험을 발굴하고 정리하는 귀납법을 채택하여 인공지능 의료에 사용되는 방법론을 변화시켰다. 이는 현재 거의 시장을 독점하고 있어 경쟁 상대가 많지 않다. 구글 산하 DeepMind 는 최근 들어 인공지능 알고리즘을 의료건강 분야에 더 많이 적용하고, 기계학습 기술을 영국 NHS(국가 의료서비스 시스템) 데이터 처리에 활용하고 있다. 구글의 구글 메디컬 브레인 프로젝트는 인공지능 의료의 업계 리더로 꼽힌다. 중국의 많은 회사가 스마트 의료 분야에 진출해 있으며, 이 분야의 관심도가 높은 관련 업체는 알리 건강(阿里健康), 평안하오이성(平安好医生), Deepwise(深睿医疗), 12Sigma(图玛深维), 이투테크(依图科技), 이잔테크(翼展科技), 아이플라이텍(002230), 후이이후이잉(汇医慧影), iCarbonX(碳云智能), Smarobot(妙手机器人)이 있다. 상장사로는 아이플라이텍, 스창이후이(300078), 위닝건강(300253), 브링스프링테크(300290), B-Soft(300451) 등이 있다.

스마트 보안

인공지능 기술이 보안업계에 가져온 변화는 획기적이라고 할 수 있다. 2016 년 인공지능(AI) 기술이 성숙해 보안업계에서 응용을 시작한 이래 보안업계는 스마트 시대로 접어들었다. 재래식 비디오카메라에는 표준 비디오 스트림이 저장돼 있는데, 현재 인공지능 카메라는 채집된 비디오 스트림을 비디오 스트림으로 구조화하여 백그라운드에서 구조화 이후의 데이터만 전달한다. 이렇게 하면 저장 공간의 대폭 절감과 전송 대역폭의 절감이 가능하다. 저장된 영상구조화 데이터도 빠른 검색, 초급 검색이 가능하다.

최근 몇 년 사이 중국의 보안시장 규모는 더욱 상승 추세가 뚜렷해지고 있으며, 성장률이 글로벌 시장을 훨씬 능가하는 강력한 추세를 보이고 있다. 천산산업연구원의 <중국 스마트 보안 업계 시장 전미 및 투자 분석 보고서>에 따르면, 2016 년 전세계 보안 제품 생산액은 284 억 달러에 달했으며, 2022 년에는 전세계 보안 업계 시장 규모가 3526 억 달러에 이를 것으로 전망한다. 인공지능 산업화의 가속화로 민간 보안제품이 급속히 발전하여 2020 년에는 중국 보안시장 규모가 8,000 억 위안 이상이 되고, 2022 년에는 시장 규모가 거의 1 조 위안에 이를 것이다. 스마트 보안은 스마트시티, 평안도시, 스마트 커뮤니티 중점 프로젝트를 배경으로 인공지능의 가장 중요한 적용 분야 중 하나로 자리 잡았다. 중국 주요 스마트 보안업체로는 하이크비전(002415), 따화주식(002236), 자두테크(600728), NetPosa(300367), Tydic(300047), 메이야피코(300188), LandaSoft, 즈치원(智器云), SaiLing 정보(300588) 등이 있다. 상장사로는 하이크비전, 따화주식, 자두테크를 주목하고 있다.

스마트 운전

스마트 드라이빙(자율주행)은 전략적 신흥 산업의 중요한 구성 부분으로 인터넷 시대부터 인공지능 시대까지의 과정에서 인공지능과 자동차 업계가 결합된 중요 전략 중 하나이다. 기술적으로, 스마트 운전은 전기 자동차와 자연적인 연관성을 가지고 있다. 교통 측면에서 볼 때 스마트 운전은 생산성과 교통 효율을 크게 향상시기 때문에 인공지능이 먼저 진출할 수 있는 분야가 될 것으로 보인다. 스마트 드라이빙 기술에 기반한 자동차는 실질적으로 스마트 감지 기술, 스마트 의사 결정과 제어 기술, 높은 정확도의 지도를 통해 자동으로 운전 마일리지를 완성한다.

글로벌 스마트 드라이빙 연구 경쟁이 한창인 지금, 해당 제품을 먼저 내놓는 기업이 그 분야에 한 자리를 차지할 것으로 보인다. 2018 년 10 월 말, 미국 캘리포니아 자동차 관리소에서 구글 산하 자율주행업체 웨이모에 완전 자율주행 테스트 번호판을 정식으로 수여했다. 앞으로 국가 스마트 운전 관련 정책 법규가 정착되고 업계 내 기술이 보완되는 가운데 중국 스마트 운전 업체들이 적극적으로 앱 도입을 추진하는 상황에서 중국 스마트 운전 시장 규모는 지속적으로 확대될 것으로 전망된다. 중국 스마트 드라이빙 산업 시장 규모는 2020 년까지 1214 억 위안으로 전망할 수 있다. 중국내 관심도가 높은 관련 기업에는 다음과 같은 것이 있다: Nio 자동차, WM 모터스, TuSimple, Singulato, 미니아이, 처허자(车和家), Xpeng, 지차우행 등. 상장사로는 웨이하이광타이(002111), JG Wheel(002488), 장안자동차(000625), Vie 테크(002590), APG(30002284), 쉐더소프트(300496), NavInfo(002405)가 있다.

스마트홈

스마트홈의 최초의 발전은 조명제어, 전기원격제어와 전동커튼제어가 주를 이루고 있다. 업계의 발전에 따라 인공지능 기술이 계속 침투하면서 스마트홈은 거의 모든 전통적인 업종을 포괄할 수 있게 되었는데, 현재 음성인식 기술 외에 이미지 인식, 영상처리 등 인공지능 기술이 스마트홈 산업에 점진적으로 적용되고 있다. 이 체계적인 환경에서 사람들은 어떠한 서비스든 '생각하는 대로 바로 얻고', '필요하면 바로 얻을' 수 있으며, 모든 지능적 결과는 사람의 일상적인 습관이나 필요에 따라 전적으로 자주적으로 이루어진다.

권위 있는 연구기관들은 향후 전세계 스마트홈 디바이스와 서비스 시장이 급속히 성장하여 2018년에는 시장 규모가 680 억 달러에 이를 것으로 전망하는 보고서를 발표하였다. 거대한 시장의 매력이 국내외 거물들과 혁신적인 스타트업들을 앞다투어 끌어 모으고 있다. 2018 년 중국 스마트홈 시장은 1,800 억 위안에 이를 것으로 전망되며, 이 추세로 2019~2020 년 시장 규모는 2,500 억 위안에 달할 것으로 예상된다. 2018 년은 주목할 만한 해가 될 것이다. 이 분야의 관심도가 높은 기업들로는 하이얼, 징둥, 화웨이, 알리바바, 샤오미, 메이디, DOOYA 등이 있다. 관련 상장사로는 HeT(002402), Hodgen 테크(300279), Yasha 주식(002375), Eastsoft(300183), 안취바오(300155) 등을 주목하고 있다.

스마트 제조

인공지능과 산업 제도가 결합해 차세대 스마트 제조 기술을 형성하고 작업환경을 현저히 개선하며 생산성을 높이고 원가를 절감, 차세대 산업혁명을 근본적으로 선도하고 추진할 것이다. 전통산업으로서는 일찍부터 인공지능(AI)을 활용한 사물인터넷과 빅데이터 업그레이드를 통한 산업 전환이 상책이며, 인공지능 기술은 전통제조업에 새로운 활력을 불어넣고 있다. 클라우드 컴퓨팅·빅 데이터 분석으로 대표되는 신기술은 중국 제조업의 생산성을 15~25% 향상시켜 부가가치 4-6 조위안을 창출한다.

인구 부담금 소멸, 수입 대체 등의 요인에 힘입어 스마트 제조는 중국 제조업의 성장세를 이어갈 것으로 보인다. 독일의 "공업 4.0"으로부터 중국의 "메이드 인 차이나 2025"에 이르기까지, 아울러 미 정부가 근년, 제조업의 역류에의 추진에 임하고 있으면서 새로운 제조업의 경쟁이 더욱 치열해지고 있지만, 이 전과는 달리 인공지능, 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터가 어떻게 제조업과 융합할 수 있을지가 이번 경쟁을 좌우할 중요한 요소가 될 것으로 보인다. 보옌테크(博彦科技)(002649)가 자체 개발한 인공지능 플랫폼인 'BAI 플랫폼'은 기업의 인공지능 애플리케이션 전문가로 자리매김해 데이터와 인공지능을 기반으로 한 다양한 서비스를 기업에 제공할 수 있다. DJI 는 중국에서 스마트 제조, 특히 드론 세분화 시장에서 지배적인 위치를 차지하고 있는 테크놀로지 회사로, 다른 스마트 드론 관련 업체에는 차이나 RS, 아이성기술(爱生技术) 등이 있다. 서비스 로봇은 스마트홈 서비스 로봇 개발에 전념해 현재 소비급 인간형 로봇 Alpha 시리즈, STEM 교육 스마트 프로그래밍 로봇 Jimu, 스마트 클라우드 플랫폼 비즈니스용 서비스 로봇 Cruzr 를 출시하고 있다. 기타 스마트 서비스 로봇으로는 금강개미 로봇(金剛蚁机器人), 칸봇 등이 있습니다. 산업 로봇의 경우, 애스턴(002747)은 중국 선두의 로봇 생산업체로, 외연적 인수합병을 통해 세부 분야를 깊이 있게 파고드는 기술형 회사이다. 산업용 로봇의 전 산업체인이 형성되어 전체 로봇 제품을 공급할 수 있으며, 자체 생산 비율이 80%에 이른다. 지치런(机器人)(300024)의 현재 로봇 업무는 산업용 로봇, 서비스용 로봇, 청소 로봇, 특수 로봇, 모바일 로봇 등 다양한 품목을 포괄한다. 코보스(科沃斯)(603486), 위싱커지(巨星科技)(002444), 보스주식(博实股份)(002698), 스텝일렉트릭(新时达)(002527) 등도 눈에 띈다.

Bio & Healthcare (2019.1.17)



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: 배진희 심사역, 번역: 김태연 (청화대 경제관리학원)]

CICC - 의료보험 배경 하의 제약산업

의료보험 지출 전반적인 상승세 유지, 구조 조정 “좋은 약” 시장 확대에 기여

국가의보국(国家医保局)의 설립은 의료보험 자금의 합리적 사용을 추진한다. 국가의보국은 2018 년 3 월 정식 설립되어 기존 의료보험 관할의 각 위원회의 권한을 통일, 관리하고 의료·의료보험·의약 “삼의연동(三医联动)” 개혁을 총괄한다. 관리 권한이 집중되어 의료보험 가격 협상력과 관리효율이 향상되고, 의료보험 지출 구조화 추진을 기대한다. 현재 중국 의료보험 지출의 성장 속도는 비교적 안정적이고 지출 구조 조정은 의약산업 구도에 큰 변화를 가져올 것이다.

최근 2 년간 도시 의료보험 가격통제는 어느정도 성과를 이뤘지만, 장기적 압력은 여전히 크다. 보조약, 중의약 투여제 관리 측면에서, 약품할증(药品加成) 및 약품가격인하 등 관련 정책으로 인해 중국 도시 의료보험은 단계성 승리를 거두었다. 2016 년 중국 도시 기본 의료보험 잔여율은 처음으로 반등하였다.

하지만 가격통제의 승리는 도시주민 의료보험 가입자 수가 크게 증가한 덕을 크게 본 것이다. 2017 년 일부 신·구 농합의료보험(农合医疗保险)은 도시주민 의료보험 하에 통합되어, 도시주민 가입자가 즉시 4 억 2500 만 명 증가했으며, 이는 2016 년 가입자 수와 맞먹는다. 신 농합의료보험에 비해, 도시주민 의료보험의 납입액과 결산률이 비교적 높고, 새 가입자는 단기 보험자금 제공자로, 장기 보험자금 수요자의 경우 도시 의료보험 가격통제의 장기적 압력이 여전히 크다.

도시주민 의료보험 납입액과 보험 금액은 더욱 적으며 도시노동자와 도시주민 의료보험의 납부 및 결산 정책에 차이가 있다. 도시노동자의 납입액은 월급 비율 납입액으로, 금액이 높을 수 있다. 반면에 도시주민 의료보험은 미성년자, 성인, 노인 연령층별로 나뉘지며, 개인 부담을 제외한 부분은 정부가 지불한다. 전체 금액은 몇 백 위안으로 높지 않은 편이고, 개인이 부담하는 금액은 더욱 낮다. 보험 결산의 경우, 도시노동자 의료보험 결산 비율이 더 높다. 일반적으로 70-85%인데 비해 일반 도시주민 결산 비율은 50-70%이며 매년 한정 금액이 있다.

의료 보험 지출 구조가 점차 조정되어 “좋은 약” 비중이 높아질 것이다. 현재 의료보험 약품 지출은 전체 지출의 절반 정도 차지하고 있지만, 전체 투약 효율이 낮고 보조제 비중이 비교적 높은 편이며 양질의 혁신약 사용 비율이 현저히 낮고 복제약 가격이 높다. 후속 일치성 평가의 전개에 따라 의약품 심사 속도 향상, 의료보험 지급 구조의 현저한 변화, 저수준 보조용 약과 복제약의 비중의 지속적인 감소와 함께 프리미엄 복제약과 혁신약의 비중 증대가 기대된다.

동시에 비의료보험 시장의 지불 잠재력은 증가하고 있다. 의료보험 지불 시장 외에도 임상이 급히 필요한 품목에 대한 비의료보험 시장은 점차 확대되고 있다. 아파티닙(Apatinib)의 경우, 2017 년 하반기 의료보험에 포함되며, 2017 년 병원의 PDB 시료 판매액은 1.6 억 위안이다. 오시머티닙(Osimertinib)의 경

우 2018 년 의료보험이 적용되며, 1-3 분기의 PDB 시료 판매액은 이미 5000 만 위안에 달했다. 임상에 긴급히 필요한 품목에 대해서는 이미 자기부담 시장과 상업보험 등 비의료보험 시장에서 단일 약품에 20 억 위안 수준의 매출을 제공할 수 있게 되었다.

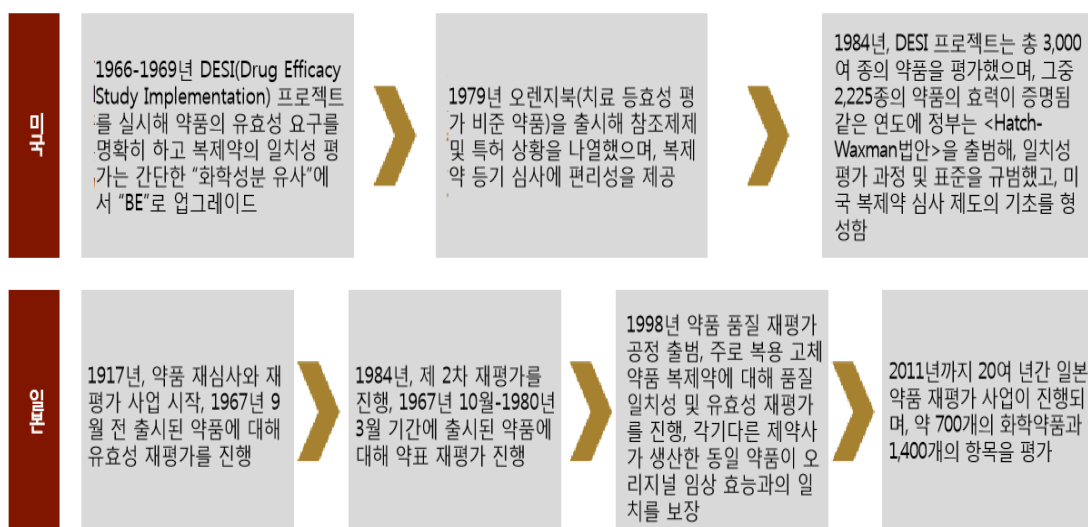
복제약 가격인하는 장기적인 과정이므로, 양질의 국산약 시장 점유율과 침투율이 크게 높아질 것이다.

4+7 도시의 약품 집중구매 시범사업은 2018 년 12 월에 정식으로 시작되었다. 시범도시의 공립의료기관은 이번 집중구매에 참여하여 오리지널 의약품, 참조 제제(制劑)와 일치성 평가 통과 복제약은 참여 자격이 주어지고, 각 품목 마다 1 곳의 제약사가 입찰된다. 입찰과 협상을 거친 최종 25 개의 품목은 계약이 성사된 반면, 6 개 품목을 통과하지 못 했다. 25 개 품목의 가격은 전국 최저가 대비 평균 55% 낮 졌으며, 전국 평균가 대비 66% 인하했다.

복제약 일치성 평가는 집중구매의 기반이지만, 성과가 예상보다 늦어져 집중구매를 통한 가격인하는 장기적인 과정이다. 289 목록(289 目录)을 예시로, 2016 년 약감국(药监局)은 289 목록을 발표하였으며 원칙적으로 2018 년 말까지 일치성 평가를 완료해야 하지만 현재까지 22 개 품목에 대해서만 일치성 평가를 진행했다. 또한 일치성 평가가 필요한 전체 품목 4,238 개 중 43 개만 일치성 평가를 통과하여 여전히 3,527 개의 품목은 아무런 진전이 없다. 우리는 핵심 품목이 일치성 평가를 통과하려면 5 년 이상 걸릴 것으로 예측하고 있다.

복제약 일치성 평가는 의약산업의 업그레이드를 위한 정상적인 과정으로, 미국과 일본도 약 20 년 동안 복제약 일치성 평가를 진행했다. 미국은 1960 년대부터 복제약의 효능을 평가하여 오리지널 약품 “생물학적 동등성(이하, BE)”와 같은 요구를 한다. 1979 년 오렌지북(Orange Book)은 참조 제제를 명확히 정의하고, 1984 년에야 비로소 규범화된 복제약 일치성 평가 과정과 표준을 세웠다. 1971 년부터 일본은 약품 재심사와 재평가 작업을 시작했고, 1988 년 약품품질 재평가 공정을 출범해 오리지널 약품과 일치하는 복제약의 약효를 보증한다. 2001 년 일본 약품 재평가 공정은 약 700 개의 화학약품을 평가했다.

도표 11: 미국 및 일본 약품 일치성 평가 역사



자료: CNKI, 약오두왕(药渡网), CICC 리서치센터

비용률의 하락은 가격인하의 영향을 부분적으로 보완할 수 있다. 중국 복제약 제약사의 매출총이익률과 순이익률은 글로벌 복제약 제약사보다 높은 수준이고, 글로벌 업체보다 비용률이 월등히 높은 것은 판매비용이 높기 때문이다. 장기적으로 복제약은 가격을 내리고 있지만 판매비용에 대한 통제는 가격인하

의 영향을 일부 보완할 수 있다. 아울러 선두 기업들은 원가와 효율에 대한 통제로 인해 실적 성장을 이룰 수 있다.

대량 수액(大输液, Large Volume Parenteral)의 경우, 2001 년부터 대량 수액 시장은 장기적인 가격인하 과정을 거쳤지만, 커룬제약(科伦药业)과 스쓰야오(石四药) 같은 선두 기업의 매출총이익은 안정적으로 유지되고 점차 수익이 늘어나고 있다. 이는 원가 및 비용의 통제와 산업 생산력 향상 과정에서 시장 점유율이 높아지는 것이 핵심 이유다.

중국 내에서 복제약 출시 후 오리지널 약품은 여전히 비교적 거대한 시장 점유율을 유지하고 있으며, 수입품 대체는 양질의 국산 약품에 성장 여력을 제공했다. 우리는 대량입찰(带量采购)의 주 품목에 대해서 분석했으며, 올란자핀(Olanzapine), 바라크루드(Entecavir), Flurbiprofen axetil(氟比洛芬酯) 등 소수 품목을 제외하고 오리지널 약품은 주요 시장 지분을 점유하고 있다. 일치성 평가와 집중입찰 실시에 따라 오리지널 약품 시장 지분율은 중국 제약사가 차지할 것이라 예상된다.

중국의 투여약 침투율은 미국에 비해 현저히 낮은 편이다. 우리는 중국과 미국의 집중입찰 중 대형 품목 투여량을 비교하여 간질환 투여약을 제외한 중국 기타 약품의 침투율은 미국에 비해 많이 낮다는 것을 알 수 있었다. 중국 의료자원 분배 불균형 때문에 의약시장 계층은 하위층의 투여약 효율이 여전히 낮은 수준에 머무르게 했다. 분급의료(分级诊疗)의 추진은 하위층 의료수준의 향상을 가져오며 양질 복제약의 하위층 침투율은 여전히 많은 상승 공간을 가지고 있고, 이는 향후 중국산 복제약의 핵심 증량 시장이다.

빠르게 상승하는 산업 집중도

선두 기업의 제품 라인은 풍부하여, 현재 정책 환경에서 유리한 위치를 차지하고 있다. 복제약 시장은 가격인하의 영향을 받아 단일 품목은 리스크가 크다. 하지만 연구개발 확대를 통해 제품 라인을 확보해 가격인하 리스크에 대응할 수 있다. 일치성 평가와 신약 심사평가의 가속은 산업 전체 진입 문턱을 높였으며, 연구개발은 산업 경쟁의 중요성을 향상시키고 따라서 시장 점유율은 빠르게 연구개발 능력을 갖춘 기업에 집중될 것이다.

장기 가격인하 정책 주기 내에서 수입품 대체+투여약품 침투율 상승+시장 점유율 향상+제품 파이프라인 업그레이드는 선두 기업의 안정적 성장을 위한 핵심 요소이다.

ICO News Letter by PLAYCOIN (2019.1.11)



1. 2019 년, 중국의 블록체인 굴기(崛起) 시작되나..화웨이 임원 "올해 폭발적 성과 나올 것"

(코인리더스, 2019.12.7)

최근 중국의 블록체인(BlockChain) 전문가들은 포럼 등 여러 행사에서 블록체인 산업에 대한 분석을 통해 긍정적인 전망을 내놓은데 이어 당국에서는 보고서 등을 발표해 중국 블록체인의 성장을 위한 본격적인 착수에 들어가고 있다. 중국에서는 이러한 현상을 기반으로 중국의 블록체인 굴기(崛起)가 이어질지에 대한 관심이 모아지고 있다.

작년 12 월 28 일(현지시간) 중국차이징왕(中国财经网)에 따르면 중국에서 개최한 블록체인 관련 기술토론회에서 중국관리과학연구원(中国管理科学研究院)의 글로벌 블록체인 가치 전송 연구소장인 왕지엔닝(王建宁)은 블록체인 업종의 발전현황 및 전망 등에 대해 발표했다.

이 자리에서 그는 "이제 더 이상 단독으로 운영하는 방식은 지났다. 국제적인 주요 금융업계 조차 블록체인 연맹(区块链联盟)을 설립하는 추세로서 중국관리과학연구원에서는 새롭게 유통산업연구소, 사물인터넷(IoT) 및 블록체인 산업 발전 연구원이 협력한 '블록체인 기술 플랫폼'을 만들어 낼 것이다"라며 "'실물경제+블록체인(实体+区块链)'의 공통체제가 한데 모인다면 지속적으로 더 나은 발전을 실현하게 될 것이다"라고 강조했다.

이어 그는 "5 년 내 블록체인은 금융, 의료, 교육 등 업종에 전면적으로 활용되면서 중국 블록체인 기술업계에 좋은 기회로 운영될 수 있을 것이다"라고 주장했다.

2. 중국 블록체인 매체 집단 폐업, 지난해만 213 곳 문 닫아(뉴스핌, 2019.1.8)

우후죽순 생겨났던 중국의 블록체인 전문 매체가 지난해에만 213 곳 폐업해 블록체인 위기설이 증폭되고 있다.

중국 매체 아이루이왕(艾瑞網, 아이리서치)에 따르면 2018 년 한 해 동안 영업금지 자금난 등의 원인으로 블록체인 전문 미디어(매체 블로그 등) 213 곳이 영업을 중단했다.

지난해 8 월 21 일 텐센트(Tencent, 騰訊)는 "토큰클럽(TokenClub) 휘비쯔쑨(火幣資訊) 등 위챗 공식계정(公眾號, 공중하오, 카카오톡 플러스 친구 같은 기능)이 가상통화와 ICO 투기를 부추기는 정보를 제공했다"며 "해당 계정을 영구 삭제한다"고 발표했다. 명단에는 메이리비두(每日幣讀) 등 유명 계정도 포함됐다.

이어 9 월 7 일에는 텐비청진(點幣成金) 아판티(阿凡提) 등 다수의 프메이티(自媒體, 1 인 미디어)가 같은 이유로 문을 닫았다.

투기 적발 소식은 관련 시장 투자심리 위축을 확대시켰고 이러한 영향은 매체의 자금난으로 이어졌다.

지난해 11 월 28 일 중국 최대 블록체인 미디어 '진써차이징(金色財經)'의 두쥘(杜均) 창업자는 자신의 웨이보(微博, 중국 최대 SNS)를 통해 "매달 300 만 위안(약 5 억 원)씩 적자가 쌓이고 있다"고 토로했다. 그는 "3 년 안에 흑자 전환하지 못하면 100 여 명의 직원 모두 다른 회사를 찾아야 할 지경"이라며 "다른 블록체인 전문 매체도 심각한 자금난을 겪고 있다"고 덧붙였다.

블록체인 시장 침체에 대해 아이루이왕은 O2O P2P 공유자전거 등 일명 '돈 된다'는 산업에 자본이 단기간에 몰린 부작용 때문이라고 분석했다.

중국 매체 비아뉴스(Bianews)는 “블록체인 전문 매체가 가장 많을 땐 4만 8547 개에 달했었다”고 보도했다. 계정 이름에 ‘블록체인’이란 글자가 포함된 위챗 공식계정 수는 40만 개 이상이었다.

하지만 그때에도 대부분의 기사 및 포스팅은 클릭 수 200 뷰 미만으로 투자자의 관심 밖에 놓여 있었다고 아이루이왕은 밝혔다.

업계 관계자들은 기존 블록체인 미디어 산업의 문제점으로 단순한 가상화폐 가격 추이 보도에 치중하는 점을 비롯해 관련 인프라가 부족한 상황에서 가상화폐 결제를 고집 한 점, 가상화폐 거래소 및 가상화폐 공개(ICO) 업체들에 유가로 자료를 제공한 점 등을 꼽았다.

한편 아이루이왕에 따르면 2018년 연초 1만 7000 달러 선에서 거래되던 비트코인은 중순에는 7000 달러로, 연말에는 연초 대비 80% 내린 3500 달러 수준까지 폭락했다.

3.中, 블록체인 서비스 규제안 발표...다음달 15일부터 시행(지디넷, 2019.1.11)

앞으로 중국에서 블록체인 정보 서비스를 시작할 땐 정부에 관련 계획을 제출하고 심사를 받아야 한다. 또 신규 상품과 서비스 출시 이전에는 보안 평가를 받아야 한다.

10일 중국 국가인터넷정보판공실은 이같은 내용을 골자로 하는 '블록체인 정보 서비스 관리 규정'을 내달 15일부터 시행한다고 밝혔다. 우후죽순으로 성장하던 중국 블록체인 산업이 보다 체계화된 프레임워크를 갖출 것으로 전망됐다.

판공실 책임자는 “이번 규정의 시행은 블록체인 정보 서비스 제공자의 정보 보안 관리 책임을 명확히 하고 블록체인 기술 및 관리 서비스의 건전한 발전을 촉진하면서 보안 위협을 피하기 위함”이라고 목적을 밝혔다.

블록체인 정보 서비스의 제공, 사용, 관리 등에 관련된 법적 근거가 된다.

규정의 핵심은 보안 관리다.

규정은 블록체인 정보 서비스 제공자가 정보 콘텐츠 보안 관리 주체로서 책임을 다해야 한다는 데 초점을 맞추고 있다. 서비스에 맞는 기술 요건을 제시하면서 관리 규정을 제정·공표하고 플랫폼에서 공약해야 한다고 밝혔다. 또 정보 인증 제도를 갖춰야 한다고 제시했다. 블록체인 정보 서비스를 통해 중국 현지법에서 금지하는 활동에 관한 제작, 복제, 발표 등을 할 수 없으며 콘텐츠 역시 마찬가지다. 이를 위반할 경우 행정법규에 따른 처벌을 감수해야 한다.

규정에서는 블록체인 정보 서비스 제공자가 업무 시작 10일 내에 국가인터넷정보판공실 블록체인 정보 서비스 안전 기준 관리시스템을 통해 서비스 목적과 플랫폼 사이트 주소 등 정보를 등록해 수속을 밟아야 한다고 명시했다.

서비스 제공자가 새로운 상품, 애플리케이션, 기능을 개발했을 때 관련 법규에 따라 국가와 성, 자치구, 직할시 인터넷정보판공실에서 보안 평가를 받아야 한다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (62) (2019.1.16)

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

좋은 디자인은 좋은 경험을 제공한다.

아직도 중국 브랜드 커피점은 머그잔으로 주는 곳보다는 종이컵으로 커피를 주는 곳이 많다. 이것이 간편하고 위생적이라고 생각하여 그런 것 같다.



뜨거운 음료를 담은 종이컵을 쉽게 잡게 하기 위하여 뜨거움 방지 골판지를 끼운다.

뜨거운 커피를 주문하면 뜨거움을 방지하게 위하여 컵 중간에 뜨거움 방지용 종이(주로 골판지)를 끼워 준다. 제법 지난 이야기이지만, 예전에는 뜨거움 방지용 종이를 주지 않고 그대로 제공하여 잡는 것이 여간 불편한게 아니었다. 뜨거움 방지 종이 아이디어는 사용자에게 편리함을 제공하니 좋다.

한때는 좀 부드럽고 두꺼운 비닐을 붙인 종이컵도 있었다. 이것의 표면을 솜털같이 처리하여 만지면 손가락 끝으로 전달되는 느낌이 사람의 피부를 만지는 느낌였다. 그런데 이 비닐은 화학제품으로 환경에는 좋지 않고, 재생하여 사용 할 수 없다.

디자인은 사용자에게 새로운 경험을 줄 수 있는 것을 찾아 끊임없이 나아간다. 상품을 제공하는 모든 사람들의 숙제이다.



세계적인 브랜드의 모 패스트푸드에서 사용하고 있는 일회용 음료 종이컵이다. 파도 무늬 요철 종이를 종이컵 몸 전체에 붙였다. 이로 인하여 음료 제공자는 열방지 종이를 끼우는 번거스러움을 줄였다.

기존(중간에 끼우는 것)과 비교해서 이것의 가격은 훨씬 비쌀 것이다. 그런데 이것을 사용한다. 고객에게 새로운 경험을 선사하여 자사의 이미지를 향상하기 위해서이다.

종이컵 몸 전체에 요철이 있어 잡았을 때 뜨거움을 방지할 수 있다.



신제품은 기존 것에 비해 약 2~3 배의 종이를 사용하여 원가는 올랐지만, 훨씬 고급스럽다. 상품 가격은 구매 동기에 크게 영향을 미친다.

음료 제공자나 음료를 마시는 사용자가 편하게 사용하고, 고급스러우면 가격은 다음 문제이다. 시장에선 고객이 자사의 제품을 통하여 좋은 이미지를 갖는 것이 마케팅의 시작이며 끝이다.

이런 것을 위하여 많은 비용을 부담하고 마케팅을 한다. 좋은 디자인은 마케팅에서 그렇게 원하는 것을 해결하여 줄 수 있다.

좋은 디자인은 가격보다 더 경쟁력이 있다. 다소 원가는 올라가지만, 제공자와 사용자 모두에게 좋은 체험을 제공할 수 있다면 가격은 다음 순위로 밀린다.

신제품(오른쪽)은 기존 것(왼쪽)에 비해 약 2~3 배의 종이를 사용하고 있다.

사장님도 제공자와 사용자 모두에게 좋은 체험을 제공할 수 있다면 다소의 원가 상승을 마케팅 비용으로 생각하시면 된다. 제공자와 사용자 모두에게 좋은 체험을 제공할 수 있는 것을 제공하는 것이 더 중요하기 때문이다.

주간 중국 VC 투자 요약

IT 오렌지 주보: 1/7~1/13 까지 있었던 76 개 국내 투자/합병건

(출처: IT 오렌지주보(IT 桔子), 2019.1.14)

IT 오렌지의 지난 주 보고서에 따르면, 지난 주(1.7~1.13)에는 지난주에 비해 13건 증가한 76건의 투자/합병이 발생했다. 분야별로 보면, 기업서비스 업계가 투자금융 사건이 제일 많이 발생한 업종으로 16% 차지하여 12건의 투자/합병이 나타났다. 그 다음으로, 전자상무 및 하드웨어 업계가 2위로 12% 차지했으며 9건의 투자/합병이 나타났으며, 의료서비스업이 10% 차지하며 8건의 투자/합병 사건이 나타났다. 이번 라운드로 바라보면, 초반에 발생한 투자가 많다. 이 중 A라운드 용자가 28% 차지하면서 21건으로 가장 많이 나타났다. 다음으로 2위는 엔젤투자가 15건 발생으로 20%를 차지했으며, 인수합병과 전략투자는 평균 14건이 발생으로 18%를 차지했다.

지난주 주목할 만한 투자 유치 사건을 보면 다음과 같다.

지난주 BATJ 중 알리바바(阿里巴巴)와 텐센트(腾讯)의 투자 동향을 살펴보자.

알리바바는, 저번주 3 건의 투자에 참여하였다. 최근, 홈오토메이션회사 요우디알커지(优点科技)는 7 억 위안의 알리투자 유치에 성공했다. 선전시(深圳市)의 요우디알커지는 홈오토메이션회사이자 사물인터넷기술 회사로, 스마트 도어록 및 보안에 중점을 두고있다.

1 월 10 일, 인도네시아 모바일 소비자 금융회사 Akulaku 는 1 억달러의 D 라운드 용자 유치를 진행했으며, 앤트파이낸셜(蚂蚁金服)은 전력투자자로 참여하여 이번 라운드에 용자를 유치했다. 알리바바는 동남아 전자상거래 생태계 내 기업 또는 Akulaku 와 업무를 협력할 계획이다.

1 월 8 일, 앤트파이낸셜의 자회사 상하이원신(上海云鑫)은 스마트 캠퍼스 서비스 플랫폼 '완메이슈렌(完美数联)'에 2.5 억위안을 투자했다. 완메이슈렌은 스마트 캠퍼스 서비스 플랫폼으로, 주로 실명 계좌 계통사물인터넷 기술체계에 종사한다.

텐센트측에서는, 지난주 1 건의 투자에 참여하였다. 1 월 10 일, 의료 빅데이터 기업인 Medbanks(思派网络)은 D 라운드에서 4 억위안의 용자를 유치했다. 그 외에도, D 라운드 용자는 중토평중진기금(中电中金基金)을 선두로, CDH 인베스트먼트(鼎晖投资)가 이어 투자했고, 구주주 텐센트, Fidelity 인베스트먼트 산하의 Eight Roads(斯道资本)와 F-Prime, IDG 자본이 투자를 증자했다.

그 외에도 다음과 같은 주목할 만한 투자·인수합병 건이 발생했다:

1 월 11 일, 자동차 부품 개발업체 화페이동리(华培动力)는 상해 증권 거래소에 상장되었다. 회사의 이번 총 수량은 4500 만/주(股)를 발행하며, 그 중, 온라인 발행 수량은 4050 만/주(股)이다. 발행가격은 11.79 원/주이다.

1 월 10 일, 가사도우미 앱 HOME KING(好慷在家)은 약 3 억위안의 C 라운드 투자를 완성했다고 밝혔으며, Haie Capital(海尔资本)이 첫 투자에 나섰고, IDG Capital(IDG 资本)과 Puhua Capital(普华资本) 등이 함께 투자에 나섰다.

1 월 9 일, solid-state LIDAR sensors 의 BeneWake(北醒光子) B2 라운드에서 투자를 완성했으며, 델타캐피탈(达泰资本), KEYWISE 캐피탈(凯思博投资), Cathay Motors 기금의 협력투자자와 구주주 IDG 캐피탈의 추가 투자로 원만하게 이루어졌다.

1 월 8 일, 스마트 시스템 제공업체 뤼보터커(罗博特科)심천 증권 거래소의 차스닥에 상장되었다. 회사의 이번 20,000,000 주(股)를 발행했으며, 발행가격은 21.56 위안/주이다.

2019 년 1 월 7 일, 인터넷 의료 플랫폼 마오쇼우이성(妙手医生)은 5 억원의 C+라운드의 용자를 완성했다. Starquest Capital(星界资本)이 첫 투자에 나섰으며, Sequoia Capital(红杉资本)등 구주주들이 함께 투자에 참여했다.

최근, 보루이의약(博瑞医药)은 Pre-IPO 라운드에서 5.5 억위안의 투자를 완성하였으며, 세쿼이아 캐피털 중국 기금(红杉资本中国基金)과 하이라이트 캐피털(弘晖资本)이 첫 투자자로 나섰고 광파첸허(广发乾和)에서 투자에 참여했다.

<주간 투자현장 일람표>

분야	기업명칭	일시	투자단계	금액(위안)	투자자	유형
생활	HOME KING (好慷在家)	2019-01-10	C 라운드	3 억	IDG Capital (IDG 资本) Puhua Capital (普华资本) Haier (海尔资本)	투자
	SMART BEES (智蜂巢)	2019-01-11	B 라운드	수억	IDG Capital (IDG 资本) WU Capital (双湖资本)	투자
전자 상거래	llegg (懒龙)	2019-01-07	Pre-A 라운드	수천만	Sky Saga Capital (星瀚资本) MONARCHCAPITAL (君上资本)	투자
	뤄써지아웬 (绿色家园)	2019-01-07	A 라운드	미공개	푸지신 (福之欣)	투자
	왕바오바오 (王饱饱)	2019-01-08	엔젤	1000 만	Decent Capital (德迅投资) Kaitai Capital (凯泰资本)	투자
	중신커지 (众信科技)	2019-01-08	전략투자	3000 만	SHIFENG CULTURE (实丰文化)	투자
	UVANART (优梵艺术)	2019-01-09	A 라운드	1 억	Tiantu Capital (天图投资) Gfinvestment (广发信德) 한저자본 (翰泽资本)	투자
	YUANCHUANGYOU PIN (源创优品)	2019-01-10	엔젤	수백만	미공개	투자
	LONGM (龙米农业)	2019-01-10	Pre-A 라운드	3000 만	Desun Investment 成都德商投资 (Desun Capital 德商资本) United Capital (联合创投) 뤄이흐 투자 (汇翮投资) WangRui (王睿) Shishaobin (施少斌)	투자
	putao (葡萄购)	2019-01-10	A 라운드	미공개	Liujiangfeng (刘江峰)	투자
	Mayixianzhi (蚂蚁闲置)	2019-01-11	시드	100 만	미공개	투자
부동산	예야후부동산(野鸭湖房地产)	2019-01-07	합병	미공개	워아이워지아 (我爱我家)	합병
	Lekaihua Interaction (Beijing) Technology Co.,Ltd (乐开花互动)	2019-01-11	엔젤	450 만	미공개	투자
	SpaceBox (盒子空间)	2019-01-11	A 라운드	2000 만	Aqua Ventures (浅石创投) Will Hunting Capital (唯猎资本)	투자
소프트 웨어	GowithMi	2019-01-10	전략투자	미공개	ConsensusLAB (共识实验室(火星生态基金))	투자
광고· 마케팅	ADBUG	2019-01-09	B 라운드	미공개	미공개	투자
	공유티슈 미디어 (共享纸巾传媒)	2019-01-11	합병	612 홍콩 달러	INNO-TECHHOLDINGS LIMITED (汇创控股)	합병

교육	Boston(博思通高能数学)	2019-01-08	시드	100 만	Business Angel (天使投资人)	투자
	완메이수련 (完美数联)	2019-01-08	전략투자	2.5 억	Shanghai Yunxin Venture Capital Management Co., Ltd (上海云鑫)	투자
	즈스리 (知识力)	2019-01-08	엔젤	400 만	미공개	투자
	따오위엔커당(道远课堂)	2019-01-09	A+라운드	1000 만	New genvc (新进创投)	투자
	VIPThink (豌豆思维)	2019-01-10	A 라운드	1500 만 달러	Sinovation Ventures (创新工场) DCM China (DCM 中国)	투자
	Yunduoketang(云朵课堂)	2019-01-11	B 라운드	1 억	OFC (东方富海) Toutoushidao(头头是道投资基金) FlyfotVentures (飞图创投)	투자
금융	KD (瞰点科技)	2019-01-07	엔젤	500 만	Milestone Venture Capital (界石投资)	투자
	FinTell (融慧金科)	2019-01-08	A+라운드	1000 만 달러	China Growth Capital (华创资本)	투자
	Coinsuper	2019-01-09	Pre-B 라운드	미공개	sky9 capital (云九资本) Unbound Fin Venture Capital West World	투자
	EXT 리렌 (EXT 历链)	2019-01-10	전략투자	수백만	Ningbo Angel Capital Guiding Fund (宁波天使投资引导资金) NGC	투자
	Akulaku	2019-01-11	D 라운드	1 억 달러	ANT FINANCIAL SERVICES (蚂蚁金服 Alibaba Group (阿里巴巴))	투자
	Damagod	2019-01-11	전략투자	미공개	Happy East Capital (乐东资本)	투자
	Xinxin Finance (新心金融)	2019-01-12	B 라운드	수천만	IDG Capital (IDG 资本) CBC (宽带资本) Chenshan Capital (晨山资本)	투자
농업	Jinggu Forestry(景谷林业)	2019-01-07	합병	10.57 억	VMS Legend Investment (周大福)	합병
	ZHEJIANG XINNONGDU(浙江新农都)	2019-01-07	합병	3.53 억	China New City (中国新城市)	합병
	중농푸후이 (中农普惠)	2019-01-08	Pre-A 라운드	4000 만	CreditEase (宜信财富) GXYJ.COM (供销 e 家)	투자
	SINONET (中农互联)	2019-01-09	엔젤	미공개	미공개	투자
기업 서비스	항토프콩 (航天智控)	2019-01-07	A 라운드	수천만	Ginkgo Capital (银杏资本) QF Capital (启赋资本)	투자
	360 Enterprise Security Group (360 企业安全)	2019-01-07	B 라운드	9 억	미공개	투자
	EcooSteam (启盟科技)	2019-01-08	Pre-A 라운드	1000 만	상동창투 (尚东创投)	투자
	SIGAI	2019-01-08	엔젤	수백만	Plug and Play TusSeed (启迪种子)	투자
	쿠와 (库瓦)	2019-01-08	전략투자	미공개	HPA Technology	투자
	Yiqixie (一起写)	2019-01-08	합병	수천만	Kuaishou (快手)	합병
	Lihexing (利和兴)	2019-01-10	전략투자	1.28 억	Cowin Capital (同创伟业) CMAF (远致富海)	투자
	PASHANHOO TECHNOLOGY (爬山虎科技)	2019-01-10	전략투자	미공개	란메이주식투자펀드 (蓝莓股权投资基金)	투자
	이저커지 (益者科技)	2019-01-11	엔젤	수백만	Bihuex (币虎全球)	투자
	QI YE BANG (企业帮)	2019-01-11	엔젤	2000 만	미공개	투자
	즈링지 (指令集)	2019-01-11	엔젤	수천만	중저우콩구그룹 (中宙控股集团)	투자
	Henan Province Highway Engineering Bureau G 肉片 (河南公路工程局集团)	2019-01-11	합병	8 억	Greenland Group (绿地集团)	합병

자동차. 교통	Haoqiwei (好汽配)	2019-01-07	C 라운드	6000 만 달러	DCMChina (DCM 中国) SIG (海纳亚洲) Access Industries XVC 창업투자 (XVC 创投) Jeneration Capital (时代资本) Yuri Milner	투자
	PANDA CAR LIFE(熊猫车服)	2019-01-07	전략투자	미공개	취런진푸 (巨人金服)	투자
	랑셴칭량화(朗贤轻量化)	2019-01-08	B+라운드	미공개	Chentao Capital (辰韬资本) Xingtao Capital (兴韬资本)	투자
	JEKUN Auto (集群车宝)	2019-01-10	B 라운드	1 억	Lang Sheng Investment (朗盛投资) Zhanze Investment (展泽投资)	투자
커뮤니티 네트워크	ASK ANIMATION STUDIO(ASK 动画)	2019-01-07	A+라운드	수천만	lqiyi (爱奇艺) Great Chiliocosm Capital (三千资本)	투자
	Moviebook (影谱科技)	2019-01-07	전략투자	6.8 억	CICC (中金公司) CCBIntl (建银国际) Step family FOF (步长家族母基金)	투자
	판통 다이보스 (饭桶戴老板)	2019-01-11	Pre-A 라운드	수백만	Linear Venture (线性资本) Licai.com (格上理财)	투자
	Behill (冰河科技)	2019-01-11	엔젤	미공개	JCHS (金程惠山)	투자
	Pgyer (她拍)	2019-01-12	A 라운드	400 만달러	Bai Fund (贝塔斯曼亚洲投资基金)	투자
	루웨이악기 (如微乐器)	2019-01-12	엔젤	수백만	Zhengan guita (正安吉他)	투자
물류	Jumstc (聚盟)	2019-01-08	Pre-A 라운드	1 억	SAIF Partners (赛富基金)	투자
	Kxtx (卡行天下)	2019-01-11	전략투자	미공개	Alibaba Group (菜鸟网络/阿里巴巴) GLP (普洛斯)	투자
의료/ 건강	Miaoshou (妙手医生)	2019-01-07	C+라운드	5 억	Sequoia Capital (红杉资本中国) Starquestcap (星界资本)	투자
	Zyhealth (智云健康)	2019-01-07	C 라운드	1 억달러	IDG Capital (IDG 资本) LB investment (LB 投资) Samsung ventures (三星) PingAn (中国平安) Tasly (天力士创投) health-100 (美年大健康) 중덴건강기금 (中电健康基金) Cfiivc (中金资本)	투자
	Emedclub (医麦客)	2019-01-07	엔젤	수백만	Joyin fund (衍禧堂基金) YONO (羽偌生物)	투자
	bright-gene (博瑞医药)	2019-01-07	전략투자	5.5 억	Sequoia Capital (红杉资本中国) HighLight Capital (弘晖资本) GF qianhe investment (广发乾和)	투자
	Histo (衡道医学)	2019-01-07	전략투자	미공개	Wiharper (美国中经合集团)	투자
	airdoc	2019-01-10	B+라운드	미공개	CITICSecurities (中信证券) PingAn (中国平安)	투자
	Hotgen (热景生物)	2019-01-11	A 라운드	미공개	GTJA investment (高特佳投资)	투자
	Zhaojv ophthalmology (朝聚眼科)	2019-01-11	B 라운드	4 억	OrchidAsia (兰馨亚洲) RHC (阳光融汇资本)	투자
	Topcb (五株科技)	2019-01-08	전략투자	미공개	YingkePE (盈科资本)	투자
	nreal	2019-01-08	A 라운드	1500 만 달러	Shunwei Capital (顺为资本) China Growth Capital (华创资本) lqiyi (爱奇艺) Apluslabs (洪泰智造工场)	투자

하드웨어					Siasuninv (新松投资)	
	Eventec (越凡创新)	2019-01-09	Pre-A 라운드	수천만	Orionstar (猎户星空)	투자
	Tigerweld (泰格威)	2019-01-09	A 라운드	1000 만	China Merchants Capital (招商局资本) Nanyue fund (南粤基金)	투자
	Benewake (北醒光子)	2019-01-09	B+라운드	미공개	IDG Capital (IDG 资本) Shunwei Capital (顺为资本) Cathay Capital (凯辉基金) Delta Capital (达泰资本) Keywise Capital (凯思博投资)	투자
	chishine3d9 (知象)	2019-01-10	A 라운드	1000 만	Spring Seed Group Limited (深创投) 국가중소기업발전기금 (国家中小企业发展基金)	투자
	skyworth-qx (创维群欣)	2019-01-10	합병	15.78 억	Skyworth Group Co.,Ltd (创维集团)	합병
	You dian home (优点科技)	2019-01-11	B 라운드	7 억	Alibaba Group (阿里巴巴)	투자
	Usrobot (聚特机器人)	2019-01-11	엔젤	미공개	Dynamic Balance Investment (动平衡资本)	투자
게임	obsidian technology (曜石科技)	2019-01-09	엔젤	1000 만	하이창후이자본 (海创会资本) NO.1 business holdings (第一商务控股)	투자

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. 중국의 「달 뒷면」탐사가 세계를 놀라게 하는 이유(비즈니스인사이드, 2019.1.11)

중국의 무인탐사기「嫦娥 4 호」는 세계에서 처음으로, 달의 뒷면에 착륙했다.



착륙선과 탐사차는 달의 지질조사, 얼음탐색, 방사선조사 더 나아가 누에의 생육실험등을 한다.

「嫦娥 4 호」의 미션은 달 샘플을 가져 오는 것 뿐만 아니라 달면의 유인비행, 또한 항구적인 월면기지 건설까지도 내다보고 있다.

또, 이번의 달 미션은, 과학, 테크놀로지, 엔지니어링, 수학등에 있어서 미국의 우위성이 흔들리고 있는 것을 나타내고 있다.

지구에서 달로 수주간 비행 후, 중국은 무인탐사기 「嫦娥 4 호」를 달면에 착륙시켰다. 하지만 착륙지점으로서 아무곳이나 괜찮은건 아니다. 중국은 자동차 사이즈의 착륙선과 탐사차를 인류가과거, 상공에서 밖에 관측하지 않은 미지의 장소인 달 뒷면에 착륙시켰다.

중국의 위업에 전 세계에서는 우주탐사에 관심을 가진 사람은 물론, NASA 의 고관까지도 축하가 이어지고 있다.

嫦娥 4 호는, 달의 생성과정의 수수께끼를 풀 수 있는 단서를 찾고, 지구에서 수십광년 떨어진 장소에서도 도착하는 전파를 스캔하고, 얼음이 퇴적되어 있는 장소를 찾는다.

1 월 4 일, 은퇴한 NASA 우주비행사 마크케리 (Mark Kelly) 는「미국의 우주계획은 항상 세계를 리드해 왔다. 중국에 의한 달표면착륙은 분명한 과학적 성과」라고 트윗에 올렸다. 더욱이 마크케리는 중국의 미션은 「정치레벨을 넘어, 우주개발을 진행해야 할 필요가 있다는 것을 느끼게 해 주었다」고 덧붙였다. 또 「세계는 우리들(미국)을 내버려두고 나아가고 있다」고 말했다.

그는 극히 애국적인 우주비행사로서 알려져있으며, 우주개발에 관해 열심히 발표하고 있다. 또 중국은 우주탐사에 있어서 전세계를 놀라버릴 존재가 된다고 생각하는 것은 마크케리 뿐만 아니다.

호주의 우주비행사 알랑더피씨 (Alan Duffy) 는 중국의 무인탐사기 착륙 후에 「단지 착륙이 아니다」라고 워싱턴포스트에 말했다.

왜 중국은 무인탐사기를 달 뒷면에 착륙시켰는지, 그리고 왜 미국을 비롯 세계를 놀라게 하는지嫦娥 4 호의 미션을 보자.

12 월 8 일 이른 아침에 달 뒷면에 착륙을 목표로 발사된 인류 첫 미션.

과거, 달 탐사위성과 NASA 의 우주비행사가 달 뒷면을 촬영했다. 하지만 탐사기의 달 뒷면 착륙은 인류 최초이다.

「嫦娥」는 중국의 신화에 등장하는 인물의 이름, 「4 호」는 거의 10 년에 걸쳐 이어지는 미션의 일부인 것을 나타낸다. 嫦娥 3 호는 2013 년 12 월, 월면탐사차「玉兔호」를 달 표면에 보냈다.

嫦娥 4 호와 월면탐사차는 원래 嫦娥 3 호의 예비기였다. 중국은 달 뒷면의 위험한 미션에 사용하기로 했었지만 먼저 문제를 해결할 필요가 있었다. 달은 지구에서의 전파를 막는데, 예를들어 1968 년, 아폴로 8 호의 우주비행사가 처음으로 달 주변을 비행했을 때, 예상대로 단시간동안 지구와의 통신이 끊겼다.

중국은 문제를 해결하기 위해서 2018 년 5 월, 「鵲橋」라고 이름 붙인 위성을 쏘아 올렸다. 달 뒷면이 「보이는」 위치에 있어, 지구와 달 뒷면의 통신을 중계한다.

수주간에 걸쳐 비행 후, 嫦娥 4 호는 달 뒷면에 조용히 착륙하였고, 「玉兔 2 호」를 달 표면에 내보냈다. 중국은 미션 상황에 대해 상세한 것을 밝히지 않았다. 하지만 NASA 의 과학자는 嫦娥 4 호의 착륙지점을 특정했다. 과학자는 위치를 특정하기 위해서 중국의 국영미디어가 제공한 영상을 사용했다.

착륙지점은 폭 111 마일 (약 180 킬로미터) 의 폰칼만크레터의 안쪽. 크레터는, 폭 1550 마일 (약 2500 킬로미터) 의 남극 에이트켄 분지의 일부. 분지는 39 억년전의 전체 충격으로 만들어졌다. 이 충격에 의해서 달 지하의 깊은 부분의 지층이 표면에 흩어진 가능성이 있다.

玉兔 2 호의 활동기간은 3 개월로, 달 뒷면을 이동하는 동안의 영상을 기록한다. 지중레이더, 암석분석용 분광기, 얼음을 조사하기 위한 기기를 탑재하고 있다.

한편, 착륙선은 카메라에서 주위의 모습을 기록하고, 몇가지 실험을 한다.

지구시간으로 14 일이 이어지는 밤이 도래함과 동시에, 착륙선은 전파로 달의 밤하늘을 스캔한다. 이것은 인류에 있어서, 가장 선명한 전파천문관측이 될 것이다 (달이 지구와 태양에서 방출하는 노이즈를 막기 때문이다) .

달의 뒷면 탐사데이터는 달의 성립 수수께끼를 풀 단서가 된다. 또 착륙선은 7 인치의 알미늄제 용기를 갖고, 감자씨, 유채씨, 누에의 알을 넣고 있다. 생태계 실험용이다.

嫦娥 4 호 착륙성공은 훌륭한 위업이다. NASA 는 1972 년 11 월 이후, 마지막 달표면 착륙은 아폴로 17 호를 끝으로 달표면에 어떠한 착륙 미션도 하고 있지 않다.

NASA 는 달표면에서 실험을 하기 위해서 민간기업과 협력하고 있다. 실험은 아마도 올해, 이루어진다. 또, NASA 는 2020 년대 후반에 우주비행사를 달에 보내기 위해, 스페이스론치시스템 (Space Launch System) 이라고 불리는 거대로켓을 개발중이지만 개발은 늦어지고 있다.

물론 중국도 가만히 있지 않는다. 嫦娥 4 호는 챌린지 제 1 단계, 달 샘플을 가져 오는 것 만이 아니다. 아마도 2019 년, 중국은 달에 유인비행을 한다.

중국은 독자의 우주계획을 가진 미국, 유럽, 러시아에 뒤를 계속 쫓고 있다. 지금까지 11 명의 중국인 우주비행사를 지구궤도에 보냈다.

중국은 이제, New Generation Manned Spacecraft (신세대유인우주선) 이라고 이름붙인 우주선을 개발중이며 4~6 명을 한번에 궤도로 보낼 수 있다. 또 새로운 우주스테이션도 개발하고 있다.

嫦娥계획의 최종적인 목표는, 유인 달표면기지를 구축하는 것이다. 2018 년 12 월, 미국 해군학교에서 중국의 우주계획을 연구하는 조안존슨프리스 (Joan Johnson-Freese) 는 「달에서 보내는 다음의 음성은 중국어가 될 확률이 높다」고 CNN 에 말했다.

중국은 2030 년대 전반에 달에 우주비행사를 보내려 하고 있다. 시기가 늦어지는 것은 있어도, 그 가능성은 높다. 더욱이, 우주개발에 있어서 미국의 성과에 대항해, 달에 대량의 얼음을 발견할 지도 모른다.

얼음은 사람과 로봇에 의해 파내 수소와 산소로 분리된다. 수소와 산소는, 로켓의 연료와 산화제가 된다.

달에서 채굴된 연료는, 태양계의 더욱 먼 장소의 탐사에 사용된다. 지구에서 쏘아올리는 것 보다, 달에서 쏘아올리는 것이 에너지를 몇배나 절약할 수 있다.

중국은 혹성체재 시뮬레이션「Lunar Palace program」에서 사람이 달표면에서 사는 방법을 연구하고 있다. 시뮬레이션에서는, 몇사람의 학생을 폐쇄환경에 수백일간 체재시켜, 상황을 체크한다.

NASA 는 이러한 실험을 하고 있지 않으며, 그런 계획도 없다. 한편 중국은 STEM (사이언스, 테크놀로지, 엔지니어링, 수학) 교육에 있어서 미국을 능가하고 있다.

수십년에 걸쳐, 중국은 대학에서의 STEM 교육을 미국보다도 중시해 왔다. 최근 수년, 학생수가 4 배이상 증가했으며 많은 우수한 연구자의 존재가, 중국의 달 미션을 떠 받치고 있다.

미국의 STEM 교육의 뒤쳐짐의 한 요인은 교육비의 상승에도 있다. 또 많은 미국인은, 정부가 교육에 충분한 예산을 할애하고 있지 않다고 생각한다.

결과로서, 미국과 중국간의 격차, 즉 우주탐사 뿐 아니라, 다른 산업과 프로젝트에서도 중국의 우위가 커졌다.

중국은 과학연구, 테크놀로지 제품에 있어서 거대세력이 되었다.

미국의 에너지 분야 투자는 작아지고, 진보가 멈춰진 사이에, 중국은 전문가 집단을 급격하게 늘려 성숙시키고, 차세대 핵융합로의 개발을 진행했다.

중국은, 물리학자가 「심우주」라고 불리는 공간에 세계 최초로 양자위성도 쏘아올리고 있다. 안전성이 극히 높고, 극히 고속인 양자 인터넷통신 개발을 목표로 하고 있다.

더욱이 성적우수한 학생을 군 AI 개발에 돌리고 있다.

중국의 「달 뒷면」에 착륙은, 평가와 관점이 어려울 것이다. 하지만, 중국의 사이언스, 테크놀로지, 교육, 그리고 경제에서의 지위를 높였다. 스콧케리씨가 경고한 대로, 얼마안가 미국을 따라잡을지도 모른다.

2.미중무역전쟁으로 한 층 더해지는 중국의 경기악화(산케이신문, 2019.1.12)

중국의 경기악화가 한층 더해져 2018 년말의 상해주식시장은 전년말대비 약 25% 내려갔고, 12 월의 경기시황감 지수는 2 년 10 개월만의 낮은 수준이 되었다. 미중무역전쟁의 통증의 현재화는, 미 애플까지도 직격하고 있다. 중국경제에 역풍은 앞으로 더욱 커질 것이라는 견해가 강하고, 미국과의 무역협약에도 영향을 주고 있는 모양이다.

中国の景気悪化を示す主な経済指標の変化



中国の 경기악화를 나타내는 주요 경제지표의 변화

「1 년을 통해 저조가 이어졌다」

중국의 경제미디어 「東方財富網」는 18 년의 상해주식시장을 이렇게 돌아봤다. 동 시장의 대표적인 지수인 종합지수의 18 년말 가격은 2493.90 으로, 전년말(3307.17)대비 24.6% 하락했다. 미중무역마찰의 심각화와 함께 저조기조를 크게, 12 월 27 일에는 종가가 약 4 년 1 개월만에 안가를 기록하고 있다.

중국경제에서는 소비의 둔화가 눈에 띈다. 11 월의 소비동향을 나타내는 소매매출의 신장율은, 03 년 5 월이후 15 년반만의 저수준. 새해가 되자마자 이번달 2 일에 미 애플이 중국에서의 판매부진을 이유로 업적예상을 하향수정한 것도, 소비자의 지출둔화가 크다.

중국미디어에 따르면, 18 년의 중국의 신차판매대수도 1990 년 이후 28 년만에 전년을 밑돌게 될 전망이라고 전했다.

악영향은 제조현장에도 퍼졌다. 정부가 작년말에 발표한 12 월의 경황감을 나타내는 제조업구매담당자지수(PMI)은 49.4 로, 호불황의 경계 50 을 뚫었다. 2016 년 2 월 이후 2 년 10 개월 만의 저수준이다.

시진핑지도부는 급속한 경기악화를 염려해, 감세조치등 경기자극책을 적극적으로 추진하여 이번달 4 일에는 중국인민은행(중양은행)이 예금준비율을 낮추는 금융완화조치를 발표했지만, 미 블룸버그통신은 「최근의 자극책에도 불구하고, (중국) 경제가 가까운 시일내에 바닥을 볼것이다 라는 견해는 거의 없다」고 전했다.

한편으로 경기악화가 미국과의 무역협약의 진전에 영향을 준다는 견해도있다. 미국정부의 경제고문은 금후 경기동향에 대해서 「얼마나 빨리 미국과의 무역분쟁을 해결할 수 있느냐에 달려있다」고 미 월스트리트저널에서 강조했다. 교섭기한도 3 월 1 일로, 경기감속의 우려가 중국측의 등을 밀 가능성도 지적된다.

3.중국인 관광객, “폭탄쇼핑”졸업, 새롭게 찾은 일본에서의 돈 씀씀이

(週刊女性 PRIME, 2019.1.13)

얼마 안 있으면 중국은 춘절(올해는 2 월 5 일)을 맞는다. 이에 맞춰 1 월 후반부터 장기휴가를 갖는 많은 중국인들은 일본으로 관광을 간다. 중국인 관광객은, “폭탄쇼핑”이라는 이미지였지만, 최근에는 그 돈의 사용 방법의 경향이 바뀌고 있다고 합니다.

현재 세무사인 히자와신씨에 의한 돈에 관련된 연재 『센찬네루(돈채널)』, 이번 주제는 변하고 있는 중국 머니에 대해 얘기하고자한다.



“폭탄쇼핑”에 변화가 일어난 이유

1 년중에 중국인들이 가장 많이 일본을 찾는 시기는 “춘절”이다. 이때부터 2 월까지, 도쿄의 변화가 중심, 관서등에서는 춘절에 맞춰 장기휴가를 내고, 일본에 관광을 하러 오는 많은 중국인들을 볼 수 있게 된다.

지금까지 중국인 관광객이라고 하면, “폭탄쇼핑”의 이미지 였다. 그러나, “폭탄쇼핑”이 피크였던 것은, 유행어대상이 된 2014 년경의 이야기로, 그 후는 매년 천천히 가라앉아, 최근에는 중국인의 돈의 사용방법이 바뀌고 있다고 한다.

얼마 전, 지인인 양판점 판매원 Y 씨와의 인터뷰를 보자.

Y 씨 「이전에는 가지고 있는 트렁크에 안 들어갈 정도로, 화장품과 서프리트먼트를 샀었습니다. 선물이 아닌, 팔 목적으로 대량 구매하는 사람도 있었습니다. 물론 지금도 폭탄쇼핑을 하는 사람도 있습니다. 하지만, 그런 사람들에 섞여, 최근에는 고급가전과 서프리트먼트등을 자신을 위해 사는 사람도 많아졌습니다」

히자와 「그렇군요. 중국인 관광객의 소비행동에 변화가 일어나고 있군요」

Y 씨 「그러니까, 춘절 여행에 맞춰 대대적인 이벤트를 하지 않는 점포가 많아졌습니다. 우리 가게에서도, 관광객을 의식한 특별한 대응을 하는 것보다, 한 사람 한 사람을 정성스럽게接客하도록 사원에게 철저히 하고 있습니다. 사실은, 그런接客을 중국인은 좋아하지요」

근본적으로 왜 “폭탄쇼핑”현상이 일어났는가?

왜 중국인 관광객이 “폭탄쇼핑”하게 되었을까. 중국의 경제성장에 따라, 환율시장이 위안화고, 엔저가 되었다. 위안화고(高)진행되면, 적은 인민폐로 많은 쇼핑을 할 수 있게 됩니다. 이것은 항공비, 숙박비에도 영향을 끼친다. 더욱이 저가항공사가 보급되고, 도항비를 싸게 할 수 있게 된 것도, 일본으로 해외여행을 보다 쉽게 다닐 수 있는 것이다.

Y 씨는 또한, 이런 것도 얘기했다.

Y 씨 「3,4 년전에는, 가게의 한구석에 있던 외국인 전용 면세카운터가 매일 북적였습니다」

히자와 「그것은, 인바운드 정책이 한 몫을 한 것이겠네요」

이것은 2015 년 10 월부터 일본정부가 외국인 관광객의 유치증가(인바운드)를 목적으로, 면세제도의 대상 품목을 확대했기 때문에 많은 상품이 면세가격으로 살 수 있게 되었습니다. (참고:국토교통성관광청 http://www.mlit.go.jp/kankocho/news03_000098.html)

Y 씨「소비세 8%가 없어지는 것은, 큰 것이지요. 그리고, 메이드인재팬 제품은, 고품질로 안심할 수 있어 인기입니다. 드라이어, 청소기, 전기포트, 밥솥, 워슈렛변기등, 가전제품이 정말로 잘 팔리고 있었습니다」

히자와 「그 외에도, 일본 약이 인기라고 들었습니다. 중국에서는 “신약”이라고 한다면서요」

Y 씨「그렇습니다. 알고 계십니까? “신약 12”라는 리스트가 돌고 있습니다. 『안메르츠요꼬요꼬』, 『해열시트』, 『생명의 어머니 A』, 『니노큐어』, 『사카무케어』, 『산테보테이에』, 『에스타이브』, 『하이치올 C』, 『사론파스』, 『뷰락 A』, 『구강염패치 A』, 『용각산』.....。 가끔 새로운 상품이 끼는 경우도 있습니다만, 이 12 품목이 부동의 인기입니다」

히자와 「일본에서는 모두 친숙한 약입니다만, 신약이라니 대단합니다」

“폭탄쇼핑”이 안정되어, 매출에도 영향?

이러한 구매욕의 변화속에, 중국인 여행객이 일본에서 사용하는 소비금액은 안정되었을까? Y 씨와 같이 상품을 파는 점포에서는, 재작년 1 월~3 월과 작년의 1 월~3 월을 비교하면 매출 감소가 이어진 듯 하다.

그러나, 전체적인 중국머니가 일본에 가져다 준 경제효과는, 작년 10 월부터 플러스로 바뀌었다. 그렇다면, 중국인 관광객은, 무엇에 돈을 사용한 것일까?

Y 씨「아무래도 중국인의 흥미가 “물건”에서 “체험”이 된 것 같습니다. “물건여행”에서 “하는여행”이 되었다고도 말하고 있습니다. 이것에 따라, 방문하는 것도, “도심”에서 “지방”으로 옮겨지고 있습니다」

그래서, Y 씨와 같은 물품판매업자가 눈독을 들인 것이, 일본을 체험할 수 있는 상품이었습니다.

Y 씨「예를들어 신년은 복주머니가 인기였습니다. 복주머니는, 가격의 몇배나 되는 상품이 들어있는 일본의 첫세일 풍물거리입니다. 그것을 사는 것으로, 일본의 정월문화를 체험할 수 있습니다. 화장품과 서프리멘트의 조합은, 특히 많이 팔렸습니다」

히자와 「체험이라고 하면, 지방의 스키장에서, 스키를 즐기는 중국인 관광객도 볼 수 있게 되었습니다. 스키장에서는, 중국인 관광객을 위한 스키교실을 개최하는 곳도 있었습니다. 더욱이 일본의 문화인 노천탕등의 온천도 인기이며, 이 시기는, 눈을 보면서 온천에 들어가는 중국인도 많았다고 들었습니다」

「물건」에서 「일」로 소비가 옮겨진 배경을 보충하자면, 중국정부가 해외상품의 관세를 강화했기 때문에, 가지고 들어가는데 돈이 들게 된 것에도 기인하고 있다고 한다.

물건소비를 떨어뜨리지 않기 위한 궁리

Y 씨「일본인보다도 부모자식, 친족, 지인과의 인간관계를 소중하게 하는 국민성이기 때문에, 선물을 많이 사가기 때문에, 상품의 질에도 신경쓰게 된 것입니다. 그러니까 접객을 정중하게 해서, “리피트”가 되도록 한다. 인터넷에서 쇼핑할 수 있는 시대이기 때문에, 좋은 것을 정중하게 접객해서 판다면, 귀국 후도 살 줄 것이며, 또 여행왔을 때에 점포에 올 것입니다」

관광청조사에 따르면, 중국인 관광객은 연간 735 만명, 소비액은 약 1 조 6950 억엔이라고 한다.

중국경제의 성장은 이미 피크를 지났다고 보는 견해도 있어, 이전 한때와 비교하면 위안화저가 되었지만, 2020 년에 도쿄올림픽, 파라림픽을 앞둔 일본으로서는, 중국머니가 가져다 주는 경제효과에 기대는 크다고 할 수 있다.

폭풍쇼핑에서 일본분을 일회성으로 끝내지 않도록, 언어의 문제, Wifi 문제, 신용카드 결제보급을 문제등에도 노력을 하면서, 국가주도에서 인바운드 대책을 진행하고 있다.

4.중국, 시리아투자에 적극, 일대일로 거점 부흥이권 노림인가(매일신문, 2019.1.13)

2011 년부터 이어지는 내전으로 아사드 정권이 우위를 확립한 시리아에 대해서, 중국이 적극투자에 움직이고 있다. 아시아에서 유럽과 아프리카에 이르는 거대경제권구상「일대일로」를 내거는 중국에 있어서, 시리아는 지중해에 면한 중요거점으로, 내전후를 내다본 「부흥이권」을 획득할 노림이 있는 것 같다.

작년 7 월, 중국의 시진핑 국가주석은 북경에서 열린 「중국·아랍제국 협력 포럼」에서, 시리아를 포함해 시리아 난민이 많은 레바논과 요르단, 내전으로 심각하게 된 예멘도 포함해 합 6 억유엔(약 95 억 6000 만 엔)의 인도부흥지원을 약속하며 중동지역에 관여할 자세를 어필했다.

게다가, 작년 중국통신기기 화웨이는 내전으로 황폐해진 시리아의 통신 인프라 부흥에 협력을 표명했다고 전했다. 시리아 인접국 레바논의 미디어에 따르면, 현재 중국의 건설회사는 레바논의 항만도시 트리폴리에서 시리아 국경까지 이어지는 철도건설을 제안했다고 한다.

「아사드정권과 대립해 온 구미의 기업에 의한 시리아 투자가 곤란한 가운데, 내전후를 내다 본 중국은 적극투자자로 움직이기 시작했다. 앞으로는 똑같이 (아사드정권의 후견으로서) 시리아 정권을 얻고 싶은 러시아기업과의 경쟁에 직면할 것이다」. 시리아 정세를 잘 아는 이집트 싱크탱크 아하람 정치전략연구소의 미라하앗람 연구원은 이렇게 분석했다.

중국의 아사드 정권에 대한 지원은, 국내의 과격파대책의 측면도 있는 것 같다. 시리아 내전에서는, 중국 신장자치구 독립을 위한 시리아에서의 군사훈련을 받는 일부 전투원이 반체재파와 과격파 조직「이슬람국」(IS) 에 참가하고 있다고 한다. 아사드 정권에 가까운 당국자는 마이니찌 신문취재에 「IS 전투원에게는 화기사용 훈련을 쌓은 위글족이 많다」고 말한다.

중국당국은 실전경험을 쌓은 과격파의 신장을 경계. 이란의 팔스통신에 따르면, 17 년 12 월에는 러시아가 기지를 두는시리아 서부의 항만도시 탈토스에 중국인 특수부대가 상륙해, 위글계 과격파의 초토작전에 종사한다고 전해졌다.

한편, 성급한 투자의 움직임을 염려하는 목소리도 있다. 트럼프 미정권은 작년 12 월, 「IS 를 타도한다」고 해서 미군 철수방침을 발표했지만, 여전히 시리아와 이라크에는 합계 수천명의 IS 잔당이 잠복하고 있다고 보여진다. 미군철수로 재차 치안이 악화될 가능성도 지적되는 가운데, 홍콩지 사우스차이나모닝포스트는 「중국은 시리아 투자를 서둘러서는 안된다. 치안상황이 악화되면 경제협격에 영향이 나온다」라는 전문가의 견해를 보도하고 있다.

KIC 중국 NEWS

1.KIC 중국, 중강커더 인큐베이터(中钢科德孵化器)와 MOU 체결(2019.1.11)

2019 년 1 월 11 일, KIC 중국은 중국 국내 최대 규모 철강 국영기업인 중강그룹(Sinosteel)의 중강커더 인큐베이터 (中钢科德孵化器)와 스타트업 생태계의 글로벌 발전 유치를 위한 업무협약 MOU 를 체결했다.



이번 MOU 체결식에는 주중대한민국 대사관 과기정통관 이승원 국장이 KIC 중국과 함께했고, 먼저 중강그룹 전시관을 참관, 대회의실에서 중강그룹과 KIC 중국 양 측 소개 후 MOU 체결을 진행했다.



중강그룹 측에서는 중강과기발전유한회사 총경리 왕서우예(王守业), 중강커더 인큐베이터(천진)유한회사 총경리 송신(宋鑫)이 참여, MOU 체결 후 KIC 중국과 추후 적극적인 협력을 기대한다고 표명했다.

중강커더 인큐베이터는 중국 중강그룹 소속으로 중강 브랜드와 과학기술 자원에 입각해 창업혁신 기업을 위한 서비스를 제공한다. 인큐베이터는 천진 우가보자유 무역구에 위치, 중강그룹 소속 국가 중점 실험실 2 개, 국가 공학(기술) 연구센터 9 개, 국가인증 기업기술센터 5 개, 국가 품질검측센터 6 개와 연계해 과학 연구 실험 검측 자원을 종합 활용하며, 입주기업에게 “우선적인, 우수한, 우대의” 3 대 “우(优)선” 실험 검측 서비스를 제공한다. 중강커더 인큐베이터에서 운영하는 인큐베이터 사무실은 총 8000 제곱미터 규모로, 입주기업은 50 개, 영업 수익은 3.5 위안을 넘었다.

중강그룹은 국무원 국자위에서 감독 관리를 실시하는 중앙 기업으로, 소속 2 급 업체 65 개를 보유(중국 49 개, 해외 16 개)하고 있다. 주로 야금 광산 자원 개발과 가공, 야금 원료, 제품 무역과 물류, 관련 프로젝트 기술 서비스와 설비 제조업에 종사하고 있으며, 철강 공업과 철강 생산 기업 및 관련 전략성 신형 산업에 종합 부대서비스, 시스템 서비스를 제공, 자원개발과 무역물류, 공학기술, 설비제조, 전문 서비스를 모두 아우르는 대형 글로벌 기업 그룹사다. 2012 년 중강그룹은 영업수익 1500 억 위안을 실현했다.

2. 카이스트 부설 한국과학영재학교 교장, KIC 중국 방문 (2019.1.16)



(좌)한국과학영재학교 이성관 부장, 정윤 교장, KIC 중국 이상운 센터장, 주한 중국대사관 푸구이 참사관

1 월 16 일, 카이스트 부설 한국과학영재학교 정윤 교장과 이성관 부장, 주한 중국대사관 푸구이(富貴) 참사관이 중관촌 창업거리에 있는 KIC 중국 센터에 방문했다. 방문단은 중관촌 창업거리에 도착 후 이상운 센터장으로부터 창업거리에 대한 소개를 듣고, KIC 중국 센터에서 이어진 KIC 중국 소개를 통해 중국 시장 동향 및 전망 속에 한국 스타트업 기업의 중국 진출을 위해 핵심 기지로 구축되어지고 있는 센터의 발전을 확인했다.



이어 방문단은 추후 KIC 중국과의 상호 협력을 기대, 한국 우수 과학기술 및 기업이 중국 시장에 안정적으로 현지화 및 정착할 수 있도록 힘쓰는 KIC 중국과 함께 발전하길 바란다면 협력 가능 사항에 대해 논의했다.

한국과학영재학교 정윤 교장은 2007~2008 년 과학기술부 차관, 2008~2011 년 한국과학창의재단 이사장 등을 역임한 바 있다.