



주간 중국 창업

제 135 호 (2019. 6. 26)

발행처 : 한국혁신센터(KIC)중국
센터장 : 이상운

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

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

주간 NEWS

- ▶ CES Asia 2019 에서 첨단 미래 기술을 만나다 (소비전자잡지, 2019.6.14)
- ▶ 618 빅쇼핑기간 4 대 쇼핑몰 판매결과 (봉황과기, 2019.6.20)
- ▶ 아이치이 회원 규모 1 억 돌파, 중국 유료 비디오회원 억급 시장 (왕이과기, 2019.6.22)
- ▶ 자율주행차 시대의 신표준 VR 기술, 당신은 좋아하나요 (텐센트과기, 2019.6.20)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ 왜 택배회사들이 줄줄이 보험 업계에 발을 들여 놓을까 - 매일경제신문 제공
- ▶ 텐센트가 만든 교육플랫폼: 미래 스타 창업 캠프 수업 시작 - 환구왕 제공
- ▶ 창업자가 참고할만한 IT 기업 조직문화 혁신-알리바바편 - 봉황과기 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 4- 중국 연구원 현장의 소리 - 중국과기왕 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 - PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(82) - 윤형건 교수 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ ‘중국산 원료 공급체인 전략’ (건강산업신문, 2019.6.21)
- ▶ 중국도 ‘물건의 소비’에서 ‘일의 소비’로 변화 (산경신문, 2019.6.22)
- ▶ 차세대 금융거래는 양자컴퓨터가 주역 (WIRED, 2019.4.19)
- ▶ 이화학연구소 반도체양자비트 양자비파괴측정 성공 (EE Times Japan, 2019.4.17)

KIC 중국 NEWS

- ▶ 대통령직속 4차산업혁명위원회, KIC중국 및 주요 기관 방문 (2019.6.24)

주간 NEWS

1. CES Asia 2019 에서 첨단 미래 기술을 만나다 (소비전자잡지, 2019.6.14)

아시아소비전자박람회 (CES Asia 2019)가 3 일간의 훌륭한 전시를 마치고 마침내 상하이에서 막을 내렸다. 아시아 소비 전자 업계의 성대한 행사로서 전세계를 향해 2019 년의 최신 혁신 기술과 파생 상품을 선보였다. 이 전시회에는 550 개 이상의 중국 및 외국 기업들이 참여했고, 스타트업 기업도 115 개 사나 됐다. 아시아 국가 외에 유럽의 스위스에서도 24 개 업체가 초청에 응하여 참석했고 2018 년에 비해 전시 면적이 14 % 증가했다. 통신 장비, 디지털 제품, 스마트 홈, 의료 건강, 아동 교육, 친환경 기술, 자동차 전자 제품 등 많은 영역이 5G 시대와 인공지능에 발 맞춰 중요한 발걸음을 내딛었다.



사진 1) 출처: 소비전자잡지 스타트업 전시구역



사진 2) 출처: 슈즈왕(数智网 Somniacs)가 전시한 가상현실상품-Birdly



사진 3) 출처: 슈즈왕(数智网)

푸주지능(赋助智能)핵심상품인 교육에 효과적인 모의실험기, 비행모의기구, VR 시뮬레이션 기구, 4D 영화원을 선보였다



사진 4) 출처: 슈즈왕(数智网) 바뤄전가巴若电子는 새로운 1 세대 Kaa-Kaa 아동전자동칫솔을 선보였다. 자석과 전기작용을 통해 청결 효과를 보장한다.

중미의 마찰은 Huawei 의 전체 전시장 지능형 전략배치에 영향 미치지 않음

올해 아시아 소비자전자박람회 (Asia Consumer Electronics Show)는 공교롭게도 중미 마찰이 고조된 시기에 열렸고 트럼프는 더하여 화웨이에 대해 '실질적인 철거'조치를 취해 사람들로 하여금 이 전시회가 정치적 색채가 농후할 지 모른다는 의구심을 갖게 했다. 미국소비기술협회 (CTA)는 총재 겸 CEO 인 게리 샤피로는 첫번째 심층 인터뷰에서 이 점을 언급하면서도 평온한 태도로 말했다. "우리는 올해의 박람회와

이전의 박람회 사이에 큰 차이를 발견하지 못했습니다. 비록 중미 무역 마찰이 어느정도 불확실성을 만들어내긴 했지만 우리는 계속 성장하고 있으며, 올해 아시아 소비 전자 박람회 (Asia Consumer Electronics Show)는 여러 면에서 이전 박람회들을 뛰어넘었습니다. 혁신성에서든 기타 다른 방면에서든 우리로 하여금 큰 감탄을 자아냅니다."

게리 샤피로의 말처럼 화웨이는 이번에 참가뿐 아니라 '전 전시장 지능화, 역사적 순간과의 조우'라는 주제를 나누며, 여기에 초대 손님으로 초청된 사람이 화웨이 소비자 업무 수석 전략관인 자오상이다.

그는 전시장의 스마트전략 배치에 관해 이야기할 때 자신있게 화웨이는 서비스 생태, HiAI 및 휴대 전화의 세 가지 범주를 중심으로 한 스마트 전략에 서비스를 제공할 것이라고 말했다. 이중 하드웨어 생태계는 휴대 전화를 중심으로 하는 3 층 구조를 형성하게 될 것이며, HiAI 는 하드웨어 및 서비스 환경을 업그레이드하는 원동력이며, 능력 갤러리는 원자화된 서비스 생태계 플랫폼이다.

핵심 경쟁력은 Kirin 칩이다. 그는 전시 참가들에게 Huawei 는 칩 분야의 선두 주자가 되었으며 전 세계적으로 5 억 명 이상의 사용자를 확보했으며, 거대한 사용자를 기반으로 스마트 생태 건설이 이미 진행되고 있다.



사진 5) 출처: 소비자전자잡지 화웨이 전시장

Huawei 는 5G 시대가 오는 것을 환영하고 브랜드 업그레이드 전략을 구현하고 있으며 Huawei HiLink 는 스마트 홈 생태계에서 전공간 IoT 생태계로 업그레이드할 예정이다. 이외에도 제품은 5G 무선 공유기, 5G

CPE Pro 를 집중 선보였는데 이 제품은 5G 통신망 신호를 수신 한 후 Wi-Fi 신호로 변환하여 스마트 폰, 태블릿, 스마트 TV 및 개인용 PC 에 인터넷 서비스를 제공한다.

커다원페이(iFLYTEK), 소고우, 원레이가 아시아 혁신 상 목록에 포함됨

매년 아시아 이노베이션 어워드 (Asian Innovation Award)는 참가 업체 및 초청 미디어가 충분히 주목하는 상이다. 전시회가 개막되기 전에 수상명단이 먼저 공개되어 수상 제품에 대한 기대가 더욱 커지게 된다.



사진 6) 출처: 소비전자잡지 iFLYTEK 의 지능형 녹음펜

국제소비전자박람회 Karen Chupka 집행부총재는 "이 혁신적인 제품은 과학기술을 일상 제품에 적용시킨 모범이며, 동시에 기술이 현재 신속하게 미래 소비과학기술업의 형태과 패턴을 빠르게 변형시키고 있음을 보여준다."고 말한다.

올해는 수상 대상을 3D 프린터, 인공 지능, 차량 기술, 가상 현실, 오디오 및 비디오 및 웨어러블 제품 등 20 대 범주로 넓히고, 3 명의 심사 위원이 엔지니어링 품질, 미학, 디자인 품질, 기능과 사용자 가치 예상, 독특하고 새롭고 매력적인 기능, 혁신 수준 등 다섯 가지 평가 기준을 적용하여 최종 55 개의 제품이 수상하게 된다.

국내 기업 중 iFLYTEK 녹음펜, Sogou 번역기, 쉐넌레이과기의 Thundercomm TurboX AI 셋트, 쓰웨튀썬의 자동 운전 지도, 360 어린이 안전 의자는 독특한 디자인 컨셉과 생활에 가까운 실용성으로 채택되었다.

전시를 통해 5G 기술과 인공 지능 상품의 사용이 가까운 거리에 있음을 느끼게 하고 해외 매체에 중국 기업의 기술 경쟁력을 선보였다.

자동차 전시장의 하이라이트는 수없이 많으며 중국과 외국 브랜드의 '블랙테크' 경쟁이 치열

일찍이 전시가 개최되기 전부터 주최측은 여러 미디어에서 올해 볼거리는 차 과학기술분야라고 말해왔다. 전시면적이 두배 커진 것 외에도 70 개 자동차 기술 회사가 참가하며 새 브랜드가 장착한 '블랙테크'를 선보이고 있다.



사진 7) 출처: 소비전자잡지 Audi 신제품

아오디는 중국 소비자를 위하여 최초로 개방식 앱 생태시스템을 개발했다. 차주인이 아오디 응용상점을 보다 잘 방문하기 위해 주유소 검색, 비밀번호 결제, 알라바바 TmallGenie 에 동시에 접속하여 스마트 홈케어를 실현할 수도 있다.

'두뇌 제어 차량'기술 플랫폼 전시

자율 주행의 측면에서 볼 때 일본산 차는 언제나 동종업계 최선두에 위치한다. 특히 이번 전시회에 참가한 '두뇌 제어 자동차'기술로 인해 두뇌가 차량 주행을 지휘할 수 있게 되었다. 제조업체의 책임자는 이 작동 기술이 대뇌의 뇌파 활동을 모니터링하고 자동화된 시스템 분석을 수행하는 헤드 장치에 의해 수행된다고 설명했다. 생각만으로 차량을 컨트롤하는, 이전에 공상 과학 영화에서나 보던 것이 지금 과학으로 전환된 것이다. 실제 생산 실현되려면 10 년을 더 기다려야 겠지만 기다릴만한 가치가 있다.



사진 8) 출처: 소비전자잡지 NISSAN 전시

국내 자동차 브랜드 창청 자동차는 지능화 방면으로 전방위적 노력을 가하고 있다. Haval 비전 2025 컨셉차로 다차원 스마트 장소 응용 기술을 장착했고, AR-HUD AR 네비게이션 시스템의 사용, AR 을 유리창에 투영시키면 실제 화면으로 네비게이션, 측정기, 엔터테인먼트, 통신, 도로 정보 등을 융합된 일체에서 사용할 수 있다.

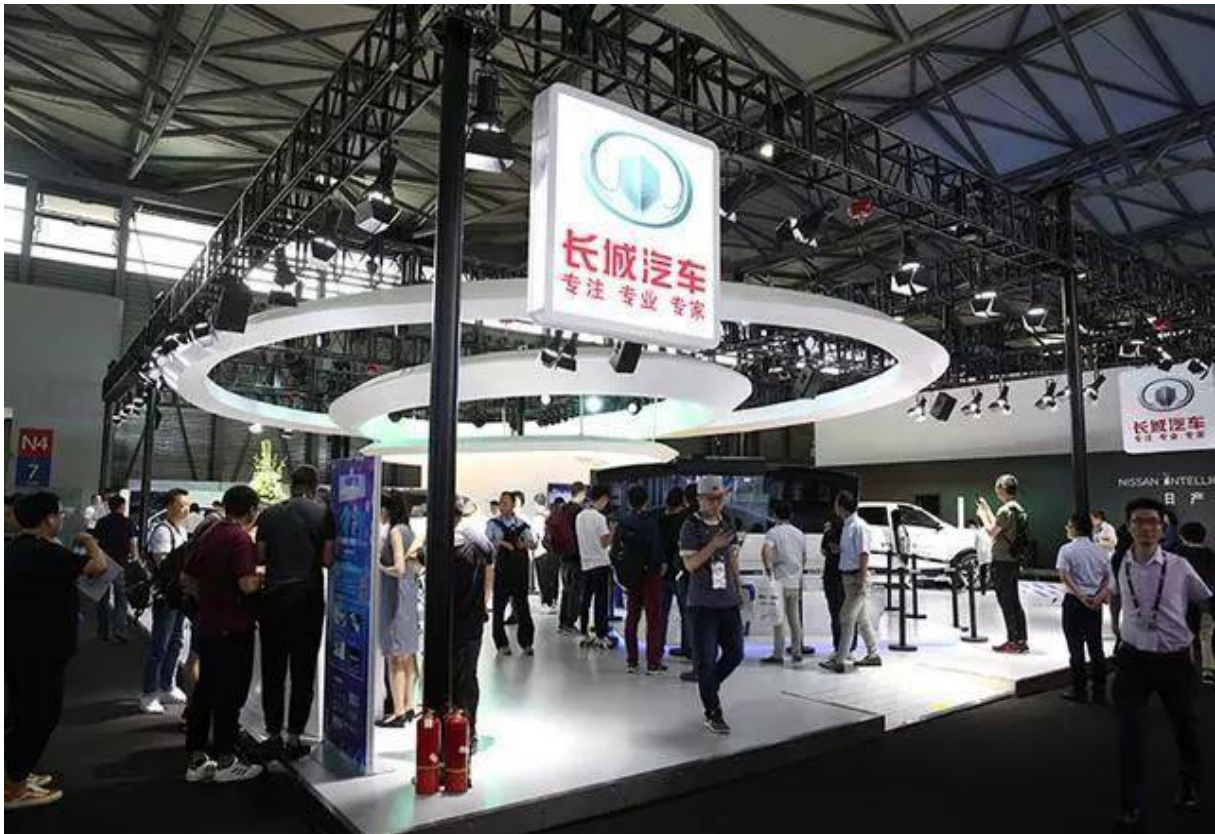


사진 9) 출처: 소비자전자잡지 창청 전시



사진 10) 출처: 소비자전자잡지 Haval Vision 2025 컨셉 카

또한, 현대 자동차는 '수소'개념과 관련된 것을, 기아차는 감성 식별 시스템 R.E.A.D.를, 혼다는 알리바바 그룹, iFLYTEK 와 합작하여 제 3 세대 지능 연결된 시스템을 발표하는 등 인공지능 자동차의 매력을 보여주었다.



사진 11) 출처: 소비자전자잡지 기아차가 발표한 감성 인식 시스템 R.E.A.D

친환경 지능화가 과학 기술과 환경 보호를 완벽하게 결합

대부분의 사람들의 전통적인 인식에서, 과학 기술의 발전은 환경 희생을 대가로 완성된다고 여겨왔다. 6월 11일 중국전자상회가 주최가 '2019소비전자녹색지능화포럼'에서 이 중요 의제에 관한 토론이 열렸다.

중국전자상회 회장 왕닝 소장은 5G 는 우리에게 만물상호연결 뿐 아니라 인류의 소비 관념상 중대 변화를 가져왔다고 말한다. 세계경제포럼 제 4 차 산업혁명 중국주임 루즈룽은 "일년동안 세계에서 생산되는 전자 폐기물은 케냐의 GDP 에 상응한다. 만약 환경보호를 중시하지 않는다면 더 이상 지속할 수 없다. 모두가 공동으로 협력해 전자 폐기물을 해결하여 순환 경제 발전을 이룰 수 있다"고 강조했다.

2. 618 빅쇼핑기간 4 대 쇼핑몰 판매결과 (봉황과기, 2019.6.20)

방정디엔핑의 618 데이터에 따르면 전체 쇼핑몰의 거래량은 11.8 % 증가했으며, 각 쇼핑몰의 장점을 밝혔다.

Syntun (星图数据) 자료에 따르면 2019 년 6 월 1 일~6 월 18 일, 7 대 주쇼핑몰의 교역액은 3180.75 억위안에 달했고 작년동기대비 11.8 % 증가했고, 작년 11 월 11 일 교역액 3143.2 억위안을 초과했다. 랭킹 5 위는 Jingdong , Tmall, Pindodo, Suning Tesco 와 Netease 이다.

올해 618 의 최대 특징은 각 쇼핑몰이 서로 다른 층의 도시에 침투한 것이 극명했다는 것이다. 티몰과 쑤닝은 남의 도움을 빌리는 것이 가장 이윤이 남는 것이었고, 쑤닝원과 쑤닝샤오점은 더 낮은 금액 수준의 도시로 침투했으며 핀뉘되는 각종 고단가 품종에 보조금을 더해 1,2 선 도시 고객들로 침투했다.

Jingdong 은 6 월 1 일 0 시에서 6 월 18 일 24 시까지 2015 억 위안 GMV(편집자 주:Gross Merchandise Volume 거래 성사 총금액)를 달성하여 작년 동기대비 27% 증가했고 증가 속도는 작년대비 6% 하락했다. 징둥 올해 618 의 특징은 고품질, 빅브랜드, 환경보호제품, 스마트상품이 인기를 얻었고 징둥슈퍼와 징둥성셴의 GMV 가 현저히 증가했다.



사진 1) 출처: 소비일보왕 징둥산하의 신선식품슈퍼 모습

티몰 (Tmall)은 저가 시장을 공략하여 지방 소지역 젊은 층을 사로잡았다. 올해 티몰의 618은 6월 16일 0시부터 6월 18일 24시까지 100개가 넘는 브랜드의 GMV가 작년 십일절을 넘어 최고 40배를 초과했다. 110개 브랜드의 GMV는 억을 초과했다. 비용 효율성으로 브랜드에 3억명 이상의 신규 고객이 몰려 들었고 3 ~ 5선 도시에서 구매 한 사용자 수가 전년 대비 100% 이상 증가했다. 매일 특별 판매되는 중국특산은 4.2억 주문량을 받았다. Taobao 상은 개성화에 더 집중하여 특색 있는 상가의 매출은 200% 증가했으며 Taobao 생방송은 130억 위안의 매출로 이어졌습니다.

Pindod(拼多多)는 100억 이상의 보조금을 지출하고 1, 2선 도시로 침투했다. 6월 1일 0시부터 6월 18일 24시까지 주문 건수는 11억 건 이상이며 GMV는 작년 동기 대비 300% 이상 증가했다. Apple 시리즈 전자 제품, 다이슨 가전, Bose 이어폰 등 전체 쇼핑물에서 핫한 만건의 상품들에 이익을 대폭 낮추어 네트워크에서 상위 1만 개 제품에 상당한 이익을 양보했다. 소비자가 선발한 가장 인정하는 상품과 브랜드 최종가격에 보조금을 지불하여 4.433억 소비자에게 최대 혜택을 주었다.

Suning (苏宁)은 링샤오원(零售云)과 소규모 매장을 통해 힘을 발휘했다. 6월 1일 0시부터 6월 18일 18시까지 쑤닝 모든 루트의 주문량은 작년 동기간 대비 133% 증가했고, 이중 가전제품 주문량은 작년 동기간 대비 83% 증가, 소비품목 주문량은 작년 동기간 대비 245% 증가했다. 618 기간 동안, 쑤닝원 판매는 작년 동기간 대비 222% 증가, 소비품목은 566% 증가했다. 이중 3156개 지역점포가 618 빅판촉행사에 참가했다.

Xiaomi는 AIoT에서 계속 강점을 발휘했고 성과가 현저하다. 618 기간 동안 Xiaomi의 전체 플랫폼 매출은 64억 8000만 위안에 달했다. 샤오미 아이 스마트 스피커, Xiaomi 팔찌, Xiaomi 휴대 전화 및 많은 스마트 홈 장치가 각 전자 상거래 플랫폼에서 1등을 차지했다.

올해 징둥 618은 전 세계 7.5억 소비자를 커버했고 오프라인 매장과 연합하여 온오프라인 융합 소매 서비스를 제공한 것이 유효했다. 징둥성셴이 6월 18일 당일 교역액이 작년 동기대비 90%이상 증가한 것, 징둥의 3.11억 유효사용자를 지속적으로 유지하며 강력한 소비 동력을 유발하는 것이 징둥 성과의 큰 요인이다.

티몰에서는 국내브랜드가 선전했고 1,2선 도시가 교역액이 높긴 하지만 그 이하 도시의 증가 속도가 매우 빠른 것을 볼 수 있다. 알리바바의 최근 유효 사용자는 6.54억이었으며 지방 소지역 청년이 미래 알리바바 사용자가 될 것으로 예측된다.

핑뉘되는 보조금으로 매출을 올린 올해의 전략으로 볼 때, 1, 2선 도시의 사용자를 일반 판매 범주로 확장하고 활성 사용자의 성장을 유지해야 한다.

618 기간 쑤닝 소매점은 6천개에 달했고 전국적으로 70개 도시에 분포한다. 쑤닝의 작은 소매상이 매출 신장에 기여했고 618 빅판촉기간에 협력하여 판매액 7.5억위안을 달성하고 고객 방문량은 1700만 이상, 새로 증가한 회원이 8만 가까이 된다.

2019 년 618 판촉기간 주온라인쇼핑몰 교역액 지수

(2019.6.1~2019.6.18)



그림 1) 출처: 이오왕(亿欧网) 티몰이 전체 교역액의 3분의 1에 해당하며 징둥과 핀뉘뉘를 초월했음을 보여줌

3.아이치이 회원 규모 1억 돌파, 중국 유료 비디오회원 억급 시장

(왕이과기, 2019.6.22)



그림 1) 출처: 왕이커지

아이치이(iQiyi 아이치이)는 6 월 22 일 오전 5 시 13 분, 아이치이 회원의 수가 1 억을 초과한다는 최신 회원 데이터를 발표했다. 중국의 유료 영상 시장은 공식적으로 '억급' 회원 시대에 진입했다.

아이치이에 따르면 2015 년 이래로 아이치이는 대규모 영화 및 슈퍼 웹드라마 회원 서비스를 통해 전체 사용에 대한 지불 의욕을 고취시켰다. 지난 4 년 동안 중국의 유료 영상 시장은 고속 성장했고 1 억 명의 회원이 주동적으로 사용료를 지불하고 있다. 이로써 비디오 회원서비스가 중국 네티즌을 위해 필요한 서비스가 되었음을 입증했다. 아이치이는 기술, 시간, 오리지널 창작, 소재 등 중대한 여러 측면에서 종합적인 이익을 부여하면 중국의 유료 영상 시장이 계속 높은 성장률을 유지할 것이라고 판단한다.

2019 년 1/4 분기의 연구 자료에 따르면, 아이치이 연구소는 아이치이 회원 연령층에서 24 세 이하가 가장 높은 비율을 보였으며, 30 세 이상 사용자도 현재 빠르게 증가하여 작년 동기대비 80% 이상 성장했다. 도시 커버리지 측면에서, 1 선, 신 1 선, 2 선 도시는 여전히 아이치이 주요 회원이며, 3~5 선 도시의 침투율도 30~40%로 맹렬하게 증가하고 있다. 1 인당 분기당 소비액은 작년 동기 대비 4.0% 증가했으며, 사용자의 1 년 내 평균 월 지불액은 3 년 전의 4 개월에 상응하여 이전보다 8 개월이 증가했다.

아이치이 회원과 해외 비즈니스를 맡는 양상화 총재는 "인구, 기술, 시간, 오리지널 창작, 소재 등에서 이익이 지속된다면 중국의 유료 비디오 시장은 회원 규모와 매출 증가 측면에서 황금발전기에 처했다고 봅니다. 중점 사용자, 일선 도시, 젊은 사용자는 물론이고 가벼운 사용자, 하급 도시, 연령이 많은 인구 그룹에서도 비디오 회원 서비스는 여전히 높은 소비 수요와 더욱 발전시킬 공간이 있습니다."라고 말한다.

5G, AI 는 인터넷 시청각 산업의 발전을 촉진

아이치이 창시자이자 CEO 인 Gong Yu 는 제 7 회 중국 인터넷 시청각대회에서 연설하기를, 업계 전체가 아직 수익을 달성하지 못했다는 사실 외에, 몇 가지 새로운 상황이 일어나고 있으며, 이로 인해 문에 오락산업이 맞닥트린 문제와 도전을 총괄했다.

그의 관점에서, 첫째 작년 연말 전반적인 거시 경제가 완만한 증가 속도로 진입했고 이 때문에 광고를 기반으로 한 수익 방식은 난관에 처했다. 브랜드 광고로 말하자면 20 년간 성장을 거쳐 기본적으로 완만한 증가세로 들어섰다. 이는 고속 성장에 익숙한 중국 인터넷 기업에게는 크나큰 도전이다.

둘째, 어느 정도 억제되었지만 콘텐츠에 투입되는 비용은 여전히 높고 회사는 그로인해 고통을 겪고 있으며 동시에 업계 원가 비용은 여전히 수익화되는 비용보다 높다. 지난 몇 년 동안 거품이 낀 형편없는 작품이 여전히 시장에 쇄도하고, 자원을 차지하며, 나쁜 돈이 좋은 돈을 몰아내고 있다. 과도한 투자와 욕심이 혼재한 팀이 업계에 진입해 대량의 졸작을 생산하며, 투자자의 자본을 차지하고 업계의 자원을 차지하고 있다. 또한 불법 복제 및 데이터 조작으로 기업 이익을 침해한다. 이러한 상황에 대응하여 아이치이는 화면에 방영량이 보이는 것을 없앴고 관람 인원수, 횟수 및 관람 시간과 같은 보다 복잡한 차원으로 변화시켜 부정행위를 하는 것을 더 비싼 비용이 들고 어렵게 만들었다.

2019 년에 아이치이의 자체제작 콘텐츠 투입액이 100 % 증가를 초과

5 월 30 일, 제 7 회 중국 인터넷 시청각대회에서 아이치이의 수석 콘텐츠 담당관인 왕샤오휘는 온라인 드라마의 발전 추세에 대해 의견을 나누었다. 지난 1 년 동안 웹드라마 산업에 많은 변화가 있었으며 극 회는 조정 중이며 생산 능력은 급격히 감소하고 있으며 안정적이지 못한 상황도 예상된다고 했다.

아이치이 1 분기 재무 보고 발표: 18 억 손실, 고정 회원 9680 만명 달성

아이치이는 5 월 17 일 2019 년 3 월 31 일 마감된 1 분기 재무보고를 발표했다. 2019 년 첫 분기 아이치이 매출 수익은 70 억 위안으로 작년 동기대비 43 % 증가했다. 이 분기의 순손실은 18 억 천 4 백만 위안으로 작년 같은 기간의 3 억 9 천 5 백 7 십만 위안과 비교된다.

1 분기 말 아이치이의 구독 회원 수는 9680 만 명으로 그 중 98.6 %가 유료 회원이며 전년 대비 58 % 증가했다.



그림 2) 출처: 8794 왕 아이치이가 자체 제작하여 최근 방영한 웹드라마 ‘黄金瞳’ EXO 중국멤버 LAY 출연

4. 자율주행차 시대의 신표준 VR 기술, 당신은 좋아하나요 (텐센트과기, 2019.6.20)

자율주행기술이 점차 개선됨에 따라 사람들은 자율주행기술이 완벽해진 이후의 승차 체험에 관해 생각하기 시작했다. 기사는 더 이상 도로 상황을 고려할 필요가 없어진 상황에서 자동차 제조사는 승객들이 도로위의 무료한 시간을 탈피하는 방법에 대해 생각하기 시작했다.



사진 1) 출처: 텐센트커지

최근의 자동차 업계 임원은 Audi, Nissan 및 다른 자동차 제조사가 미래의 차가 운전 차량의 승객과 운전자가 도로 위에서 즐거운 시간을 향유할 수 있게 하기 위해 가상 현실 기술(VR 기술) 및 만화 캐릭터를 이용하는 것을 시험하고 있다고 말했다.

Audi 의 기술

아우디의 중국 디지털 비즈니스 및 고객 경험 담당 고급주관인 보리스 마이너스 (Boris Meiners)는 이번 주 상해 CES 아시아기술무역 컨퍼런스 (CES Asia Technology Trade)기간에 로이터 통신과의 인터뷰에서 '일단 소비자가 더 이상 직접 운전할 필요가 없어지게 된 후, 자동차가 어떤 서비스를 제공 할 수 있는지에 대해 더 많은 주의를 기울일 것'이라고 말했다.

아우디의 자회사 인 홀로 라이드 (Hololride)는 연구조사에서 도로 주행이 가상 현실 (VR) 경험으로 바뀔 수 있음을 보여주며 운전 중에 고래와 함께 수영하거나 심해에서 난파선을 탐험할 수 있다.

또한 VR 기술의 장점은 차량이 가속 또는 선회할 때 차량 트렁크에 설치된 컴퓨터가 VR 고글에서 승객의 시야를 적절하게 조정하여 승객이 멀미를 효과적으로 예방할 수 있다는 것이다.



사진 2) 출처: 텐센트커지

일본 회사의 기술

일본 자동차 제조사 닛산은 운전자와 승객을 위한 고글 세트를 전시했다. 이 고글은 실시간으로 정보를 제공하고, 말할 수 있는 캐릭터를 설계하여 착용자와 소통할 수 있게 하였다.

닛산 리서치 센터의 전문가 Tetsuro Ueda 에 따르면, 그들은 사람들의 정서적 욕구 충족에 더 관심이 있다고 한다. 닛산은 운전자를 포함한 승객을 중점적으로 다루는데 왜냐하면 자율 주행 단계에서 운전자의 통제는 점점 줄어들고 주변 승객과의 상호 작용이 증가하고 있기 때문이다.

위 두 회사 외에도 Tesla, Alphabet Inc.의 Waymo 및 Uber 기술이 연구 결과를 발표했다. 이는 거의 미래 자동차 산업 발전 방향을 나타낸다. 사람들은 운전 도구로서의 기능이 아니라 자동차의 편안함에 점점 더 많은 관심을 기울이고 있다.



사진 3) 출처: 텐센트커지

비록 연구는 대중이 완전 자율 운전 자동차를 신뢰하기까지 시간이 걸릴 것이라 했지만 이 회사들은 유행하기 시작한 이 기회를 놓치지 않기 위해 사전에 투자를 시작해야 한다.

Audi 와 Nissan 은 그들이 개발하고 있는 가상 현실은 자동차 산업이 자동차 업계가 '4 단계'(즉 완전히 자율적인 표준)에 도달한 경우에만 사용할 수 있고 이 기준에서 차 대부분의 상황은 운전의 모든 측면은 사람의 개입없이 처리될 수 있다.

상하이에 위치한 컨설팅 회사 Automatic Foresight 의 Yale Zhang 책임자는 현재 많은 엔지니어가 자율 주행 기술의 신속한 실현에 대해 자신감이 부족하다며, 이러한 가상 현실 시도가 곧 이루어지지는 않을 것이라고 말했다.

그러나 이 기술은 6 월 11 일 거행된 아시아 소비전자 박람회(CES ASIA)에서 많은 주목을 받았다. 참가자들은 메르세데스 벤츠 자동차에서 자율 주행 차를 시뮬레이트하는 게임을 즐길 수 있었다

자동차 내부에서 자동차 경주 게임을 하는 이 참신한 경험은 많은 사람들을 끌어 모았다. 사람들이 이러한 종류의 체험을 싫어하지 않았고 언젠가 미래에는 이런 새로운 라이딩 경험을 실제로 느낄 수 있을 것이다.



사진 4) 출처: 소후왕 상하이 CES 에서 벤츠 전시관

서로 다른 시대에 각기 다른 니즈로 자동차 시장은 끊임없이 진보 발전하는 기술로 끊임없이 변화를 겪어 왔다. 대형 자동차 제조업체들은 자동차 시장의 미래를 적극적으로 탐구하고 있다.

소비자로서 우리는 자동차 회사가 보다 편안한 기술을 끊임없이 도입하여 우리가 더 나은 주행 경험을 누릴 수 있음을 기쁜 마음으로 알 수 있다.

ISSUE 및 시장동향

1. 왜 택배회사들이 줄줄이 보험 업계에 발을 들여 놓을까 - 매일경제신문제공



사진 1) 출처: 셔투왕(摄图网)

새로운 비즈니스를 자주 확장하는 SF EXPRESS 가 이번에는 보험 업계에 관심이 쏠렸다.

6 월 17 일의 저녁, SF 순평 지주는 전체 지분을 소유한 자회사 심천 타이슨 SF 지주 (그룹) 유한 회사(이하 "SF 타이슨"이라 한다)와 중국 태평양 보험 그룹 주식 유한회사(이하 "중국 태평양 보험"이라 한다) 는 2019 년 6 월 17 일 <전략적 합작 계약> (이하 "합작 계약"이라 한다)을 체결하여 양방은 물류, 업무소, 보험 업무, 투자융자합작, 직원 복리 등에서 합작한다고 공시했다.

줄곧, 택배 및 보험 산업은 불가분하게 연결되어 있는 것으로 보인다. Yuantong Express 는 작년 8 월말 보험 중개 서비스 회사 썬다보험을 인수했고, 일찍이 2017 년, 선통, 중통, 윈다, 위엔통 등이 공동 출자하여 10 억위안의 연합 물류 보험회사를 설립했다.

택배 전문가 자오샤오민은 매일경제신문과의 인터뷰에서 보험과 물류는 동고동락하는 업종으로 중간에 데이터 자원 교환과 기타 업무 상호 보조 등의 상황이 놓여있다면 현재 대부분의 택배 회사가 금융 서비스에 발을 들여놓고 있다고 전한다. 그러나 택배 회사 입장에서 현행 국가 금융 라이선스 규제 환경 아래에서는 먼저 주식을 보유하고 합작하는 방식으로 가는 것이 보험 산업에 진입하는 최적의 방법이라고 했다.

물류, 투자 및 기타 분야에서 합작을 전개

SF Express 와 중국 태평양 보험은 물류 사업, 비즈니스 네트워크, 보험 사업, 투자 및 금융, 직원 복지, 혁신과 공익 내용에서 합작을 전개하기로 하였고 합작 기간은 5 년이다. 양방은 프로젝트 합작 방식으로 전개하되 합작 프로젝트는 소속 기업에 속해 각 하위 기업은 조직하고 구현할 수 있는 권한이 부여되며 전문 비즈니스 협력 계약을 체결하게 된다.

공개 정보에 따르면, 중국 태평양 보험은 "A + H" 주식으로 상장된 종합 보험 그룹이다. 보험 업무에 중점을 두고 전국적으로 분포된 마케팅 네트워크와 다양한 서비스 플랫폼을 통해 포괄적인 위험 방지 솔루션, 자산 계획 및 자산 관리 서비스를 제공하고 있다.

2018 년 중국 태평양 보험 영업 이익은 3543.63 억 위안으로 순이익 180.19 억 위안이다. (세무 보고된 재무 데이터) 2019 년 3 월 31 일까지 중국 태평양 보험의 총 자산은 14250.15 억 위안에 달했다. (세무 보고 이전 재무 데이터)

SF EXPRESS 는 공고에서 SF EXPRESS 와 중국 태평양보험은 전략적 합작 계약 체결을 통해 각자 업계 자원의 장점을 충분히 활용하여 합작 프로젝트가 구현되도록 하고 SF EXPRESS 주요 사업의 미래 발전에 긍정적인 영향을 가져올 것으로 기대된다고 발표했다.

이와 관련, 자오샤오민은 이번의 합작이 이전 2 년 동안의 합작과 다른 점은 명확히 세분화한 영역에서 합작을 진행한다는 것이라며, 양방의 직원 보험, 기업 보험, 화물 보험가 등 업무 자원 공유에서도 합작이 전개될 것이고 심지어 자본측면에서도 합작 가능성이 있을 수 있다고 했다.

또한 '양측은 미래에 자원을 교환할 수 있고 SF EXPRESS 에 사업을 점진적으로 가져올 수 있으며 이는 올해 실적에 대한 분명히 개선 효과를 가져올 것'이라고 말했다. 그러나 SF EXPRESS 의 공고 중에는 여전히 불확실성이 존재하며 최종 집행 상황은 지켜봐야 한다.

택배 회사는 어떻게 보험 업계에 진입하는가?

택배 회사의 경우 운송 시작부터 끝날 때까지 보험, 금융 비즈니스와 밀접한 관계가 있으며 이 점은 택배 회사로 하여금 일찍이 보험 영역을 전개하게 하였다.

SF EXPRESS 가 중국태평양보험과 손잡기 전에 다수의 택배 회사가 업계 특성에 따라 금융 및 보험 상품을 출시했으며 보험 회사와 전략적 제휴를 맺어 왔다.

특별히 주의할 것이 2017 년 10 월 중통, 위엔통, 선통과 윈다 등 여러 택배회사가 연합하여 중방 물류 보험 주식유한회사를 공동 설립하여 귀중품에 대한 보험 서비스를 제공했다.

당시 공고에 나타난 바로는 중방 물류 보험 주식 유한회사는 초기에는 물류 산업의 보험 수요에 초점을 맞추어 다양한 종류의 화물 운송 보험, 자동차 보험, 부동산 보험, 책임 보험 및 사고 보험을

판매하려 했다. 이러한 움직임은 한때 택배 회사의 보험사에 대한 거대한 도전으로 간주되었다. 그러나 그 이후, 이 합작 회사의 후속 진행에 대해서는 거의 소식이 없다.

자오샤오민은 "당시 택배회사의 합자로 물류보험회사를 성립하는 것은 당시로서는 적합하게 보였다. 그러나 현재 2년이 지나도 중방물류보험주식유한회사의 라이선스가 나오지 않는 지금 판단하기로는 합작 보험 회사를 성립하는 것은 시장에서 좋은 시기를 놓쳤다고 본다"며 "현재의 금융 라이선스 규제 환경 하에서는 택배 회사들이 라이선스를 가진 중국이나 외국 보험 회사들과 합작하는 것이 윈윈 결과를 얻을 수 있다"고 말했다.

2. 텐센트가 만든 교육플랫폼: 미래 스타 창업 캠프 수업 시작 - 환구왕(环球网)제공

산업의 디지털화: 텐센트가 교육하는 것은 정서이며 인공 지능이 교육 산업에 전면적으로 투입될 수밖에 없다.

텐센트는 수년 동안 산업의 디지털화에 대해 사고해 왔으며 산업의 최전선에 서 있다. 텐센트 고급 집행부총재 겸 클라우드와 스마트 산업 비즈니스 그룹 총재인 탕다오성은 말하길, 텐센트는 2B 업계에 능력을 제공하기 위해 여러 합작 파트너들과 공동으로 생태계를 건설하고 있다. 교육 분야도 예외는 아니어서, 텐센트는 기술, 도구, 마케팅 관리 등의 서비스를 통해 온오프라인 교육기구에게 서비스하기를 희망한다. 그는 또한 최근 쿤밍에서 런칭한 '텐센트 교육' 브랜드에 대해서도 언급했는데, 실제로 텐센트의 다년간 정서 교육 영역에서의 결과로 교육의 지능화, 개성화, 공평화를 추진하는 것을 뜻한다.

인공 지능이 교육분야에 사용되는 것에 관해 텐센트 스마트교육 총경리 관준휘는 소개하기를 현재 텐센트가 인공지능, 교육학, 사고, 평가, 관리, 마케팅 6 개 측면에서 활용과 서비스 기능을 갖추고 있다면서 예를 들면 스마트 시험, 말하기 평가, 보통화 평가, OCR 인식, 지능형 채점 등이 있다고 소개했다. 인공 지능은 복잡한 인력 투입을 대체하고, 교육 과정 중 자동화를 실현하며, 빅데이터를 기반으로 보다 정확한 의사 결정을 내리고, 학부모, 학교 및 관리 기관에 디지털 통찰을 제공할 수 있다.

제품 및 고용: 직원은 사용자 가치를 기반으로 한 첫 번째 자산

상품으로 말하자면 텐센트 PCG 콘텐츠 및 플랫폼 사업군의 콘텐츠와 응용중심의 후보 총감이 언급했다. 단순히 사용자에게만 그치지 않고 '모든 것에 고객의 가치를 근본으로 한다'가 텐센트의 기본 규범이며 혁신에 혁신을 취하는 것이 텐센트 제품의 영혼이다. 사용자를 정의한 후에는 비즈니스를 위해 사용자의 체험을 희생하면 안되며 영원히 위기 의식을 유지해야 한다고 했다.

40000 명의 직원을 보유한 초대형 회사인만큼 텐센트의 직원 관리 방법에 참가 학생들의 호기심이 매우 컸다. 텐센트 대학의 고급 강사인 루잉강과 텐센트대학 직업발전중심 멤버 겸 전문발전팀 책임자 류잉은 학생들에게 상세하고 훌륭한 인재 관리 방법을 공유했다. 텐센트의 인적 자원 관리 또한 제품을 생각하는 사유 방식으로서, 끊임없이 직원을 이해하며 직원이 의사 결정에 참여할 수 있게 하고 직원을 첫 번째 부라고 생각한다. Liu Ying 은 인재 혁신 방법을 공유했다. 혁신에 대한 이해가 제품 혁신뿐 아니라 기술 혁신과 비즈니스 모델 혁신, 운영 모델 혁신, 심지어 관리 및 HR 혁신까지도

포함한다며 텐센트에서는 인센티브 메커니즘, 지식 공유 플랫폼, 민첩한 작업 모드, 최첨단 비전 및 실행력으로 인해 모든 사람이 혁신적이고 모든 것이 혁신적일 수 있다고 했다.

사용자에 대한 통찰력: 젊은 세대는 독특하고 이성적으로 문화 소비 콘텐츠의 업그레이드를 촉진한다.

거의 모든 브랜드가 젊은 사용자, 특히 'Z 세대'(90년대 후, 00년대 후 출생자)를 유인하려 하고 있고 4명의 'Z 세대'중 1명만이 'B 역'(편집자 주: 젊은이들의 트렌드 문화 오락 커뮤니티 사이트인 bilibili에 대한 별칭)에 있다. 빌리빌리 광고 마케팅부 총경리 왕쉬는 학생들에게 새로운 문화충격에 관해 공유했다. 경제적 번영 속에서 성장한 젊은 세대는 자신만의 독특한 콘텐츠 소비 문화를 형성하고 있다. 예를 들면 유료 콘텐츠의 높은 수용성, 비디오 시청을 좋아할 경우 영상 댓글로 같은 취향을 가진 사람을 찾거나, 취미로 동반자를 찾는 등이다. 교육 사업으로 말하자면 Z 세대의 세력은 막을 수 없어 유치원 부모 중 Z 세대 비중은 나날이 늘어나고 있고 이러한 소비그룹을 대면하여 소비자 선호에 부합하고 소통에 적극적이어야 한다.

텐센트의 인터랙티브 엔터테인먼트 비즈니스그룹 시장 및 사용자 연구부의 부총감 뤼핀은 게임 및 사용자의 관점에서 젊은 1세대에 대한 연구를 공유했다. 텐센트에 응집된 빅데이터에 의하며 과거 젊은이에 비해 신 1대 젊은이들은 상대적으로 받은 교육수준이 전체적으로 올라갔고 심미능력과 오락 수요 또한 높아졌다. 애호에 관한 높은 지식, 높은 응집력, 오락콘텐츠에 대한 높은 참여는 그들이 오락에 관해 지식적 내용도 얻길 바라고 소비 시간이 더 유용하길 바란다는 것을 보여준다. 따라서 기본적인 논리는 건강에 좋고 부가가치가 높은 엔터테인먼트 콘텐츠는 시장에서 더 호응 받을 수 있다는 것이다.

양질의 교육 혁신: 교육 이념 제고로 고품질의 교육 시장 확대를 가져올 수 있는데 관건이 되는 것은 지속 가능한 비즈니스 모델을 구축하는 것이다

좋은 미래 소질 및 국제 교육부 우잉(Wu Ying)총재는 업계 관점에서 학생들을 위해 소질 교육의 새로운 추세에 관해 설명했다. 우잉은 교육관념이 높아짐에 따라 부모가 아동의 행복을 추구하는 능력에 대해 더 관심을 갖기 시작했고, 소질 교육 시장 공간이 비교적 크지만 출생률 감소, 가정 배경의 변화 등의 불리한 요인으로도 직면했음을 지적했다. 그는 풍부한 경험을 바탕으로 학생들에게 선구적이고 실험적인 건의를 제안했다. 낮은 연령층의 핵심 능력 배양에 관심을 갖는 것을 포함하여, 전통적인 전화 영업 수단을 쓰지 않고 시스템화된 마케팅 구조를 만들것, 온라인이건 오프라인 현장이건 아동의 소질 교육은 장래에 지속 가능한 비즈니스 모델을 구축하는 방법을 먼저 고려해야 한다고 강조했다.

강의 외에도 학생들은 텐센트회사를 방문한 후 Aiwon 아이원 세계학교에서 교류 학습을 진행하였다. 학생들은 풍부한 커리큘럼과 경험을 통해 제품 사고, 젊은 소비자 통찰력 및 기업 경영에 대해 생각하게 되었다고 말하고 있다. 텐센트는 '미래 스타 창업 캠프'의 후속 과정으로 '초심, 창업, 미래' 주제로 다양한 차원에서 더 많은 강사를 초대하여 혁신과 기업가 정신에 관한 인지를 높이는 교육을 할 것이라고 했다.

5 미래 스타가 5주년째 출시한 브랜드 '미래의 스타 혁신 학원'이 '창업 캠프'와 다른 것은 초기 창업자를 위해 만든 것으로 소질 교육과 스마트 교육 양대 전문 테마반으로 현재 수강생 모집 중이다.

3.창업자가 참고할만한 IT 기업 조직문화 혁신-알리바바편 – 봉황과기 제공

이 글은 동방증권 <‘전자상거래업체:알리바바, 샤오미, 징둥, 메이투안-조직구조’시각에서 출발한 4 대 전자상거래 업체의 전략 변화 연구>산업 보고서를 참조했다

대부분 기업이 전략적으로 중요한 수준에 있거나 중요한 개혁 전략을 집행한다고 할 때 회사가 최종적으로 정말 이러한 전략을 착수 할 것이라고 판단하고 확인하기가 어렵다.

그러나 조직 구조는 회사의 실제 운영에 사용되며 회사 운영의 거울이며 거짓말이 아니다. 회사가 새로운 비즈니스를 중시하는 경우 조직 구조는 회사가 중시하는 사항(업무 부서, 인사 관리, 평가 관리 메커니즘)을 반영하며 신뢰할 수 있는 핵심 인력은 업무의 중요한 위치에 임명된다.

1. "조직 구조"는 기업가의 최고 사고 모델을 반영

Alibaba, Xiaomi Group, Jingdong 및 Meituan 은 이들 4 개 회사의 지배 구조 문화가 크게 다르다는 점을 주로 언급했다. 1) 리더십 스타일, 2) 산업 특성, 3) 기업 규모 및 발전 단계의 주 3 대 요소로 결정한다.

Munger 가 말했듯이, 시장에 있는 대부분의 투자자들이 사용하는 사고 모델은 상대적으로 간단하지만, 인터넷 대기업들은 각각 리더의 다른 최고 사고 모델을 반영한다.

1. 알리바바의 관리는 '정치학'사유 모델

'반드시 이기는 문화'를 만들기 위해 혁신을 핵심으로 하는, 경쟁 메커니즘의 알리바바(阿里)라는 엘리트 조직을 만들었다. 알리바바의 업무 시스템은 매우 광범위하며 이중 중요한 과제는 후계자 양성, 내부 부패 방지가 있다. 이 때문에 알리바바는 분권, 권한 집중상의 균형 등 정치학의 이념을 구현한다.

단순한 고용 모드를 없애기 위해, 알리바바는 '파트너'시스템을 채택하며, 가장 초기에는 연합 파트너들로 조직한 '18 나한'이 있었다. 후에 온 사람도 알리바바를 위해 공헌하고 싶다면 파트너가 되어 장기적으로 회사의 성과를 나누게 된다. 알리바바는 혁신적인 비즈니스의 경우 '총재책임제' 시스템을 채택하고 있다.

기업이 성장하고 발전함에 따라 새로운 경영 과제는 후계자를 찾는 데 있다. 알리바바의 유영푸 (Ali Yu Yongfu)는 '계급위원회 시스템'을 처음으로 만들어 성숙한 부문의 후계자를 배출시키는 데 활용하고 있다.

Alibaba: 마윈시대와 장용 시대

알리바바는 징둥, 샤오미, 메이투안 거대기업과 비교시 가장 후임 인계가 순조로운 회사이며 시간을 마윈 시대와 장용 시대로 나눌 수 있다.

알리바바의 초기 창업팀은 18 명의 파트너로 구성되었지만 '18 나한'에서 거대한 비즈니스 제국으로 성장했다. 알리바바의 라이프 사이클의 모든 단계에서 조직 구조를 지속적으로 최적화하고 있다. 알리바바의 리더는 탁월한 비즈니스 지혜를 입증할 뿐 아니라 조직 구조 및 인력 관리 분야에서 뛰어난 재능을 보였다.

마원 시대



사진 1) 출처: 즈동씨(智东西)

1) 18 명의 Luohan 파트너가 사업을 시작하고 인재를 모집

2) 야후의 교훈: 회사는 인수 후 변경을 계속하고 그룹은 마침내 '빅 Taobao' 건설

3) 빅 Taobao 의 10 년 전략

4) 장기적으로 세분화 분할: 거대한 신체 크기로, 알리바바 생태계는 문제를 가지기 시작했다. 내부의 부패에 대처하기 위한 조처와 7 개 사업부, 25 개 사업부 등 역사적인 사건들을 계속해서 나누었다.

개발 초기에 알리바바의 관리체제에는 몇 가지 큰 특징이 있다.

1) 평등화, 분할변화, 사업부제 시스템: 이것은 또한 Taobao 가 성장하고 지속적으로 신업무로 분할해 가는 방식이다.

2) 자아 부정과 교정: 야후의 인수뿐 아니라 후속 조치

3) 치열한 경쟁으로 도태: 임원이 돌아가며 담당하고 반드시 이겨야 하며, 사업부는 대회식으로 운영

장용 시대



사진 2) 출처: 이오왕(亿欧网)

- 1) 티몰 (Tmall): 옛것을 사임하고 새로운 것을 환영하고, 계승을 이어 간다.
- 2) 클라우드 사업: 5 가지 새로운 시대, 자체 업그레이드
- 3) 장기 사업을 위한 전략: 큰 중형데스크 + 작은 프론트 데스크

장용은 미래 15 년 후 알리바바를 위해 '정치위원회 제도'를 설정 사용할 뿐 아니라 '총재 책임제'와 '근무위원회 제도'를 진행 관리한다

Alibaba 의 8 번의 변신

1) 1999-2005 : 처음 6 년 동안 알리가 개발 한 4 개의 사업 부문

1999 년 알리바바 창립, B2B 사업 개시

2003 년 Taobao 성립

2004 년 Alipay 가 Taobao 로부터 독립

2005 년 야후 인수

2) 2007 년: 큰 Taobao 전략

2007 년 마윈은 '큰 Taobao 전략'을 구상: Taobao 1 년 목표를 거래액 400 억 돌파로, 10 년 후 월마트를 능가해 거래액 1000 억을 달성하는 것으로 설정.

실제 1 년 후 타오바오는 거대한 온라인 쇼핑몰이 되어 하루 거래액 3 억에 도달

3) 2008-2009 년: 소매업에 중점을 두고 야후 정리

2008 년 7 월 26 일 마윈은 모든 직원들에게 내부 서한에서 겨울을 준비할 것을 요청했는데, 그룹은 앞으로 10 년 내에 소매에 집중할 것임을 분명히 했다.

2009 년 Ali Group 은 '확장'계획을 시행해 B2B, Taobao, Alipay 부문은 약 4,500 명의 직원을 고용했다.

야후에 관해서는 폐지 정책을 써서 BU 사업 부문은 관리자 부서로 변환되었고 2009 년 7 월 22 일 야후는 알리 클라우드에 흡수되었다.

4) 2010-2011 년: 큰 Taobao 분할, 전면적으로 전자 상거래 모델 탐색

2010 년 Taobao 는 'C2C + B2C + Search' 3 개 부서로 나뉘어 전면적으로 전자 상거래 모델을 탐색하기 시작했다.

2010 년 청렴정치부문이 전문적으로 반부패를 담당하게 했고 2012 년에는 청렴정치 합법 규정부를 설립했다.

2011 년 6 월 16 일 큰 Taobao 는 더 나아가 '하나가 셋으로 분리' 정책을 취해 C2C Taobao 망+ B2C Taobao 상청 + 검색 이타오망을 조직한다.

5) 2012 년: 상장 전, 칠검 아래 천산

2012 년 7 월 24 일 알리 그룹은 6 개 주요 자회사를 7 개의 대사업군으로 분할한다. 이것이 알리바바 역사상 말하는 7 검 아래 천산으로 7 개 비즈니스 그룹의 총재는 마윈 (마윈)에게 직접 보고하는 시스템이다.

2013 년 1 월 10 일 알리바바는 7 개 대사업군을 25 개의 사업부로 분할하고 총재책임제와 내부 경쟁을 채택했다. 마윈은 이것을 '알리바바 13 년 만에 가장 어려운 조직구성이었고 문화 변혁'이었다고 평가했다.

2013 년 5 월 마윈은 CEO 에서 물러나 류자오위가 후임이 되었고 9 월에 장용이 그룹 COO 로 임명되어 집행했다.

6) 2014 년: 그룹이 전면적으로 모바일로 전환

2014 년 3 월 마윈은 내부서신을 통해 'Allin Mobile' 전략을 선포하고 책임자를 장용으로 했다. 사업은 전히 온라인 소매 위주인 모바일 상품 중심으로 조정되었다.

7) 2015-2018 년: '작은 프론트 데스크, 중대형 데스크'의 조직 구조 혁명

2015 년 장용은 그룹의 내부 서신에서 '작은 프론트 데스크 (小前台) 큰 중형 데스크(大中台)'라는 새로운 조직 구조를 발표했다.

'큰 중형 데스크'는 디지털 시대의 전략으로 기술, 비즈니스 배경, 그룹 구조를 구비하며 중형 데스크 아래 검색, 공유, 데이터, 상품부, 타오바오 토크타오와 같은 신 업무도 관할한다.

'작은 프론트 데스크'는 수직 구조를 깨기 위한 것으로 작은 민첩한 프론트 데스크로 변경하여 Taobao, 모바일 타오바오, 티몰 3 대부문을 관할한다. 장용이 직접 인솔하며 '근무위원회제도'를 채택하여 젊은이들 위주로 담당하게 하여 7 명의 80 년대 후 출생자가 책임졌다.

2017 년 마윈은 새로운 소매, 새로운 금융, 새로운 제조, 신기술, 새로운 에너지 등 '5 신' 전략을 내세웠다. 빅데이터와 클라우드 컴퓨팅이 신 경제시대의 석유와 엔진이 되어 감에 따라 하향식 '트리'관리 구조에서 보다 유연하고 효율적인 '망형'관리 구조로 변경했다.

2018 년 알리바바는 '중데스크와 알리 클라우드'를 '알리 클라우드 스마트사업군'으로 합병하여 2B 시장을 대비했다.

동시에 Tmall 은 큰 Tmall 로 업그레이드하여 Tmall + 슈퍼마켓 + 수출입이라는 세 가지 주요 비즈니스 그룹으로 업그레이드하여 새로운 사람들을 사장으로 승진시켰다.

8) 상속: 마윈은 장용이 그룹의 미래 후임자라고 선포

2018 년 9 월 10 일 교사의 날에 마윈은 장용이 후계자임을 공식적으로 발표했으며, 1 년 후에는 전면적으로 인수인계를 완성하고 공개 서한에서 후임자를 칭찬했다.

장용은 2007 년에 리에토우 업체 추천으로 Ali 에 입사했으며, 알리바바 B2C 사업에 참여했을 뿐만 아니라 Taobao 상점, 십일절, 티몰, 모바일 전환 임무 등을 완성했고 그룹을 위해 순조롭고 장기적인 발전 전략을 세워 전자상거래 회사에서 빅데이터, 클라우드 컴퓨팅 기초의 과학기술회사로 변모하게 했다.

4. 양자컴퓨터 시리즈 4: 중국 연구원 현장의 소리 - 중국과기왕 제공

양자 컴퓨터 연구 및 개발은 실용화에 초점을 맞춰야 하고 소프트웨어 및 하드웨어와 협동해 발전해야 한다

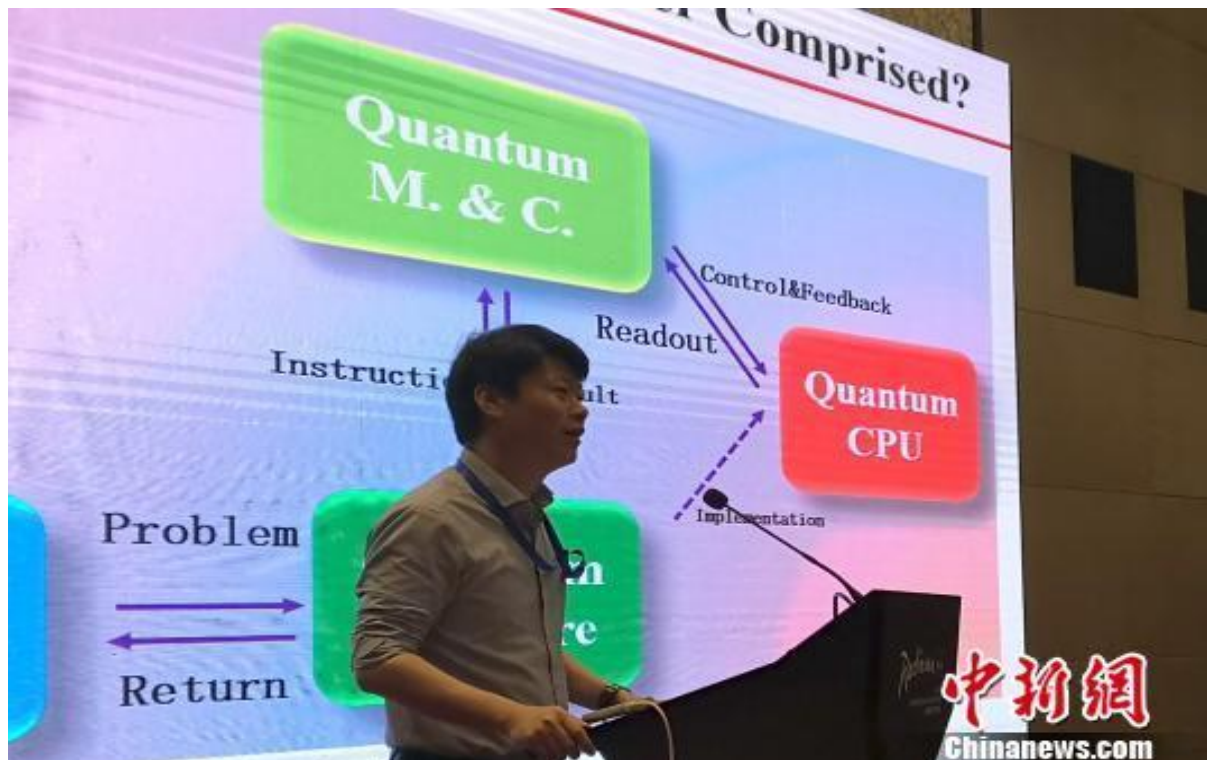


사진 1) 출처: 중국과기왕 제 10 회 양자 암호 국제 회의에서 귀구어핑 연구원이 발표하는 모습

5 월 8 일 제 10 회 양자 암호화 국제 회의가 충칭에서 열렸다. 중국 과학 기술 대학 중국 과학원 양자 정보 중점 실험실 교수, 국가 중점 기초연구발전계획프로젝트 A 카테고리 (슈퍼 973), 수석 과학자 귀구어핑은 인터뷰 중 중국은 양자 컴퓨터의 연구 개발에 전체 생태계 시스템을 중시해야 한다고 말했다.

양자 컴퓨터의 개발은 광범위한 주목을 받아왔다. 국제적으로 인텔, IBM 등 대형 하이테크기업은 이미 각종 시스템으로 자유로운 탐색을 하고 있고 현재의 주목할 만한 몇 개 특정 시스템으로 발전해왔고 반도체 양자 칩, 초전도 양자 컴퓨터와 여러 특정 시스템, 소프트웨어 하드웨어가 협동 연구 개발되고 있다

여러 양자 비트가 서로 중첩되고 얽히는 상태의 준비가 양자 정보 기술을 확장하고, 특히 양자 컴퓨팅의 핵심 지표이다. 양자 비트 수에 대해 매우 우려하는 여론이 있지만 이것은 전면적이지 않다. 왜냐하면 질량을 가진 양자비트 자릿수여야 의미가 있기 때문이고 비트를 추가하여 계산 능력이 증가하기 때문이다.

귀구어핑은 개발은 고전 컴퓨터의 발전과 같이, 양자 컴퓨터도 하드웨어, 운영 체제, 소프트웨어 개발, 언어 개발 패키지, 클라우드 플랫폼의 전체 생태계에 이르러 양자 컴퓨터의 개발을 촉진해야 한다고 하며 단지 양자 비트의 자리 수에만 관심을 갖지 말아야 한다고 주장했다.

실용화에 초점을 두고, 소프트웨어, 하드웨어가 협동 발전해야 한다. 귀구어핑은 이와 같이 양자컴퓨터의 발전 방향을 제시했다. 다음은 그가 제시하는 발전 방향이다. 소프트웨어, 하드웨어가 협동 발전해야 하며, 양자비트의 질량과 수량을 높이는 것은 차치하고도 양자 컴퓨터를 제어할 소프트웨어와 기술을 발전시켜야 한다. 양자 CPU 에 상응하는 소프트웨어, 양자컴퓨터의 각종 계산법을 탐색하는 것, 중국 양자 컴퓨터의 프로그램 언어와 기준을 확산하는 것이 필요하다.

그는 일부 연구자들이 논문 발표를 중시하는데, 양자 프로그래밍 언어 등 논문으로 발표하기 어려운 영역의 연구는 줄어드는 것에 대해서 근심을 표하면서 양자컴퓨터의 생태계 시스템 발전 중 아직도 꽤 많은 난제를 함락시켜야 한다고 했다. 여기에는 정부의 인도하에 기업이 참여하고 각 업계 역량이 집중되어 분업해야 한다고 했다.

그는 과학 연구 프로젝트를 입안하는 기제를 변혁하여 프로젝트 선정 후 연구경비를 직접 내려주는 현 방식에서 '프로젝트가 예정 시기에 목표를 달성한 후 다시 일회성으로 할당'하는 '후 장려'방식으로 변해야 한다고 했다. 이와 같은 상여금 제도가 진정으로 연구하는 사람들이 어려운 난제를 극복하는 동기를 부여하고 낮은 수준의 중복된 작업을 하는 것을 감소시킬 것이라고 했다.

연구 개발에는 자본 투입이 필요하다. 양자 컴퓨터 연구는 개발 주기가 길고 리스크가 크다. 국내 자본 시장은 이에 대해 '이해하지 못하고 감히 접근하지 못하는' 상태에 있다. 정부의 인도와 기업의 동시 투자가 필요하다.

귀구어핑은 허페이 본원 양자 컴퓨터 과학기술 유한책임공사 수석 학자이다. 본원 양자는 연말에 완전히 독립적인 지적 재산을 보유한 중국 최초의 양자 컴퓨터 제어 시스템을 성공적으로 개발했다고 발표했다. 그는 미소지으며 비유적으로 '회사가 금 은을 내놓고, 규제는 보다 효율적으로 한다면 더욱 힘있게 연구 개발을 추진할 수 있을 것'이라 했다.

양자 컴퓨터 연구 개발은 장기적이고 힘든 작업이며, 기술 난도가 매우 높고, 연구 기간이 매우 길며 불확실성도 매우 높다. 이 영역의 종사자들이 편안하고 착실하게 하나의 목표에만 전념하게 하고 착오를 거듭하면서 몰입하여 하나하나 난제를 풀어가야 진정으로 사용할 수 있는 양자컴퓨터를 만들어 낼 수 있다.

양자 컴퓨터의 연구 개발은 아직 초기 단계이지만, 우리는 적극적으로 양자 암호의 공격을 저항할 수 양자 컴퓨터를 개발하기 시작했다.

새로운 유형의 암호로서, 포스트 양자 암호는 최근 몇 년간 암호학 분야에서 많은 주목을 받아왔다. 5 월 6 일부터 10 일까지 충칭 대학 정보물리 사회 서비스 컴퓨터교육부 중점 실험실은 연속 3 회 양자 암호와 관련된 행사를 개최했다. 포스트양자 암호 글로벌 여름 학교를 포함하여 2019 아시아 포스트 양자 암호 포럼과 3 일간의 양자 암호 국제 회의가 그것이다. 정부, 기업 및 과학연구 학교의 200 명이 넘는 귀빈들이 컨퍼런스에서 컴퓨터 및 포스트 양자 암호 작성에 대한 연구 진전 상황을 소개했다.

ICO News Letter by PLAYCOIN



1. 제대로 된 블록체인 게임이 있다? 없다? (전자신문, 2019,6,21)

블록체인을 이용한 게임들이 다시 기지개를 켜고 있다. 암호화폐를 이용한 블록체인 게임은 국가 간 경계 없이 모든 이용자가 자유롭게 이용할 수 있는 것이 특징이다. 그러나 블록체인 게임은 아직 느린 네트워크 속도와 타 플랫폼에 비해 낮은 그래픽 수준, 부족한 게임성 등의 문제점 때문에 아직 활성화가 되지 않은 만큼 이를 해결하는 게임이 킬러 타이틀로 자리 잡을 가능성이 높다고 보고 있다.

블록체인 게임을 얘기할 때 단골로 등장하는 게임이 바로 크립토키티이다. 2017 년 이더리움을 기반으로 캐나다의 한 스타트업 회사가 제작한 크립토키티는 이름에서도 알 수 있듯 가상의 고양이를 사고파는 것이 게임의 거의 전부라고 할 수 있는 심플한 게임이다.

그럼에도 블록체인으로 만들어진 전 세계 첫 번째 게임이라는 네임밸류에 힘입어 한때 이용자가 치솟아 크립토키티가 이용하는 트랜잭션이 이더리움 네트워크 전체 트랜잭션의 15%를 차지하는 어마어마한 인기를 얻기도 했다.

무한대에 가까운 종류의 고양이를 만들고 영원히 소유할 수 있으며 다른 사람과 거래할 수 있도록 제작된 크립토키티는 블록체인의 기본적인 특징이 잘 녹아있는 게임이었으며 플레이하는 즐거움이 큰 게임은 아니지만 블록체인 게임을 처음 접해보려는 사람들에게 추천해줄 수 있을만한 작품이라고 할 수 있겠다.

이더몬은 단순한 동식물을 넘어 '몬'이라는 카테고리의 캐릭터를 부여한 게임이다. 이더몬은 기본적으로 다양한 몬스터를 수집하고 거래하는 게임이라는 점에서 크립토키티와 매우 유사하지만, 수집한 캐릭터를 이용해 배틀을 할 수 있다는 점, 게임 내의 고유한 몬스터는 끊임없이 늘어나는 것이 아니라 그 숫자가 한정돼 있어 희귀성을 가진다는 특이점을 가지고 있는 블록체인 게임이다.

이름에서도 알 수 있듯 이더리움을 기반으로 만들어진 이더몬이 '수집'이라는 단순한 요소에 몇 가지 게임적 기능을 추가한 것은 흥미롭지만 여전히 '플레이'라고 부를 수 있는 요소는 없다는 점, 이더리움의 특성상 한 번의 트레이딩이나 배틀이 진행되는데 긴 시간이 걸리는 부분은 아쉽다고 생각되는 게임이다.

앞서 소개된 게임들이 '수집'에 중점을 둔 1 세대 블록체인 게임이라면 2018 년 등장한 고크립토토봇은 게임의 원래 속성인 '플레이'에 조금 더 중점을 둔 2 세대 블록체인 게임이라고 부를 수 있다. 누구에게나 익숙한 러닝게임의 플레이 형태를 고스란히 블록체인과 결합한 고크립토토봇은 '수집'과 '판매'중심이던 블록체인 게임에 플레이 요소를 넣었다는 점과 웹 중심이던 블록체인 게임을 모바일에서도 플레이할 수 있도록 개발되었다는 점이 특징이다.

이더리움을 기반으로 만들어진 고크립토토봇은 스테이지를 클리어하면 소량의 이더리움을 얻을 수 있고 러닝에 참여하는 로봇을 부위별로 조합하여 만들거나 판매할 수 있는 등 이전의 블록체인 게임들의 기능과 함께 비교적 다양한 콘텐츠들을 즐겨볼 수 있는 게임이다.

최근에 런칭 된 게임허브 코리아(대표 김호광)는 에이아이게임즈(대표 김덕현)의 '드림스쿼드 for PLAYCOIN'은 게임과 블록체인 두마리의 토끼를 다 잡으려고 시도를 한 흔적이 역력하다.

일단 '드림스쿼드 for PLAYCOIN'은 게임 규모가 다르다. 장르가 축구 매니지먼트 게임으로, 오랫동안 서비스하던 게임을 이용하는 전략을 사용했다. '드림스쿼드'는 서비스를 오래 한 게임이다. 이미

자체서비스와 두번째 버전, 카카오에서 런칭을 했다. 게임을 오랫동안 준비해온 티가 역력하다. 그만큼 게임의 콘텐츠가 풍부하다. 처음에 게임을 보면 이것이 블록체인 게임인가 라고 생각할 정도이다.

그렇다면 이 게임은 어떻게 블록체인을 연결했을까? '드림스쿼드 for PLAYCOIN'은 단순하지만 영리한 전략을 선택했다. '드림스쿼드 for PLAYCOIN'은 게임에서 블록체인을 이용하지 않는다. 그러나 게임과 연결을 하는데 바로 선수 거래와 토너먼트 배팅이다.

축구 매니지먼트 게임은 감독이 되어 축구팀을 운영하는 게임이다. 축구팀의 핵심은 선수이다. 그래서 선수를 육성하고, 경기에 내보내고, 좋은 선수를 영입하기 위해 이적 시장에 내놓거나 좋은 선수를 이적 시장을 통해서 영입한다.

'드림스쿼드'는 이적시장이라는 콘텐츠를 통해 게임허브코리아의 블록체인 지갑인 플레이월렛을 이용했다. 유저들이 게임에서 플레이하여 얻은 선수를 플레이월렛을 통해 거래할 수 있다. 유저들은 거래한 플레이월렛의 플레이캐시를 플레이코인으로 변환하여 빗썸 등 거래소에서 현금화할 수 있다.

두번째는 토너먼트 배팅이다. 해당 콘텐츠는 한국 버전에서는 플레이 할 수 없다. 글로벌 버전에서 확인한 바로는 유저들끼리 토너먼트가 매시간 마다 열리고, 해당 토너먼트에 코인을 배팅할 수 있다.

마지막으로는 글로벌 현지화 및 원서버 전략이다.

"게임허브는 최근 대만 및 중남미 등의 파트너를 통해 게임 서비스를 진행합니다. 구조가 글로벌 하나의 서버를 지향하고, 다양한 빌드를 지원하는 형태입니다. 즉 대만 현지사의 결제수단이 적용된 빌드로 대만 유저들은 플레이를 하고 결제를 합니다. 그런데 플레이는 대만 유저와 한국유저가 같이 합니다. 향후 중남미, 중동 등 글로벌 유저들도 마찬가지입니다. 그리고 이 글로벌 유저들이 동일한 콘텐츠를 같이 쓰게 되는 것입니다. 플레이월렛과 플레이캐시(플레이코인)입니다. 대만에서 유저가 게임을 해서 판 선수를 한국유저가 구입해서 쓸 수 있고, 대만과 한국 유저의 플레이 결과에 중남미 유저가 배팅을 할 수 있는 것입니다. 어떻게 보면 정말 진일보한 콘텐츠입니다. 축구매니지먼트 게임에 블록체인을 연동해 전세계 유저들이 거래하고 즐길 수 있는 콘텐츠가 되는 것입니다." 게임허브 코리아 김호광 대표의 설명이다.

블록체인 게임은 다양한 시도들이 진행되고 있다. 디앱도 마찬가지이지만 게임도 본연의 목적에 초점을 맞추어야 한다는 것이 업계의 시각이다. 블록체인 연동 게임을 통해 블록체인과 게임업계에 새로운 돌파구가 마련되기를 희망해 본다.

2. 중국 '618 쇼핑 페스티벌' 블록체인 기술 도입...상품 품질 확보

(BEI News, 2019.6.14)

중국 온라인 쇼핑몰이 블록체인 기술 기반으로 효율적이고 투명한 상품 관리 시스템을 구축했다.

14 일 경제매체 증권일보(证券日报)에 따르면 중국 상반기 최대 온라인 쇼핑 행사중 하나인 '618 쇼핑 페스티벌'에서 전자상거래 기업들이 블록체인 기술을 접목해 상품을 소비자와 연결시킬 수 있는 통로를 만들었다.

징둥(京东)이 공개한 데이터에 따르면 올해 2 월까지 징둥 산하 블록체인 서비스 플랫폼(BaaS) '즈첸체인(智臻链)'은 700 개 중국내 외 브랜드, 5 만개 이상의 SKU(스톡 키핑 유닛), ALC 13 억개 체인입력 데이터와 연동하고 있다. 농업, 식품, 화장품, 3C, 중고상품, 명품, 의류와 의약품 등 안전이나 품질에 민감한 제품이 적용 대상이다.

블록체인 기술을 이용해 품목별 SKU 추적 비율을 분석한 결과 쉽게 부패하거나 변질될 가능성이 있는 '생선'(生鲜)이 64%로 절반 이상을 차지했다. 이를 통해 식품의 안전성을 중시하는 소비자의 성향을 알 수 있다.

블록체인 기술은 타임스탬프 및 컨센서스 메커니즘을 기반으로 한다. 물류시스템에 이 기술을 적용하면 신선 제품의 구매부터 도착에 이르는 전 단계의 거래정보를 공유할 수 있어 신뢰도 문제를 개선할 수 있다.

징둥을 비롯해 티몰, 수닝닷컴(苏宁) 등 유명한 중국 전자상거래 플랫폼도 상품의 안전성을 확보하기 위해 '쇼핑 페스티벌'에 블록체인 기술을 더했다. 알리바바 산하 쇼핑몰 티몰(Tmall)은 지난해 11월 11일 광군제 거래 상품 중 100여 개 국가, 1억 5천만 개의 제품 관리에 블록체인 기술을 적용했다고 밝혔다. 주로 다이아몬드, 수입 분유, 수입 건강식품 등 해외 직구 물품에 적용한 것으로 알려졌다.

중국 상무부 CECBC 블록체인 특위 오동 부주임은 "분산형 데이터 저장 기술은 거래 때마다 내역을 대조해 데이터의 위조나 변조를 막는 기술"이라며 "상품 위조 방지와 유통 추적 기술에 가장 적합한 기술"이라고 설명했다.

업계 전문가는 "중국의 블록체인 산업은 아직 초기 단계에 머물러 있어 전면 상용화까지 3~5년 정도의 적응 기간이 필요하다"고 분석했다. 특히 상품 위변조 방지, 상품이력관리 등 분야에 블록체인 기술이 우선적으로 보급될 것으로 예상된다.

3. 텐센트·알리바바, 암호화폐 내는 페이스북 보고 무슨 생각

(한국블록체인뉴스, 2019.6.20)

중국의 양대 IT(정보통신) 기업인 텐센트와 알리바바가 암호화폐 발행 계획을 발표한 페이스북의 움직임을 예의주시하고 있다.

19일(현지시간) 코인데스크에 따르면 마화팅(포니 마) 텐센트 대표는 페이스북의 암호화폐 프로젝트 '리브라'에 대해 "성공을 위한 결정적인 요소가 될 것"이라면서도 "우리는 암호화폐를 발행하지 않겠다"고 말했다.

그는 "페이스북의 블록체인 기술은 충분히 성숙해 구현하기 어렵지 않을 것"이라며 "규제 승인 여부에 대한 문제만 남아 있을 뿐"이라고 했다.

이어 "블록체인 기술을 어떻게 활용하느냐에 달려있다. ICO 진행이나 디지털 통화를 발행하는 것은 여전히 많은 위험을 안고 있다"며 "텐센트는 코인을 발행하지 않을 것"이라고 재차 강조했다.

중국의 전자상거래 업체 알리바바도 텐센트와 같은 태도다.

지난해 알리바바의 결제 계열사 '알리페이'를 운영 중인 앤프 파이낸셜의 에릭 징 CEO는 "블록체인 기술에만 집중하고 암호화폐(디지털 자산)는 멀리하겠다"고 말한 바 있다.

알리페이 측은 페이스북이 리브라 백서를 공개하기 몇 시간 전 "우리의 입장은 변하지 않았다. 암호화폐 발행 계획이 없다"고 선을 그었다.

알리페이는 외국 지역 결제업체와 제휴하는 방식으로 서비스를 제공하고 있다.

텐센트와 알리바바의 이 같은 태도는 중국의 암호화폐 발행 규제로 보인다.

중국 중앙은행은 2017 년 암호화폐 결제와 거래 등을 금지했다. 이 때문에 중국의 전자상거래 업체들은 암호화폐를 발행하지 못한다.

암호화폐에 대한 수요 역시 크지 않다고 분석한다. 암호화폐를 발행하며 결제 수단을 확장할 이유가 없다는 지적이다.

중국 인민은행 자료에 따르면 알리페이와 위챗페이는 결제 시장의 90% 이상을 차지하는 등 2018 년 한 해에만 전국 모바일 결제액이 41 조 5100 억 달러(약 4 경 8226 조 원)에 달한다. 이미 상당수 사용자를 확보해 결제망을 구축해 놓은 상태다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (82)

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.

별난 디자인



사진 1) 한국 모 드라마에 나온 제품이 상품화되어 나왔다

한국 드라마에서 나온 제품이 실제로 상품이 되어 세상에 나왔다. 공부하는데 온갖 방해요소로부터 벗어나 이 조그만 방에 들어가 공부만 하라고 만든 공부방이다.

요즘 많은 학생들은 자기 방이 있다. 방에는 침대, 각종 책, 옷과 취미 제품 등이 있다. 공부와 상관없는 제품으로 가득하다. 공부 방해요소이다.

공부는 자발적 의지에서 시작하여야 한다. 책상 앞에 앉아있지만 머리엔 다른 생각을 하고 있으면 공부를 하고 있다고 할 수 없다. 공부는 집중할 때 효과가 있다. 학생 주변에는 방해요소로 가득하다. 드라마에서도 방해 요소와 차단을 위하여 공부방에 들어가서 공부를 한다.

이 방에 들어간 순간 스스로 공부를 하겠다는 의지를 표명하였지만, 계속 걸려오는 핸드폰 벨 소리에 마음이 뺏긴다. 핸드폰을 이용하여 검색을, 노트북을 통하여 강의를 듣는다. 공부방 안에 들어가 있지만, 핸드폰, 노트북으로 얼마든지 다른 곳으로 갈 수 있다.

‘물리성이 심리 변화를 줄 수 있다’고 한다. 예전에는 사무 공간에는 책상 사이에는 높은 칸막이가 유행하였다. 이 높은 칸막이로 업무 집중이 높아졌다. 그러다가 상호 소통이 중요하다는 칸막이를 모두 없앴다. 언제든지 소통이 가능하게 만들어 소통력이 높아졌다. 그러나 수시로 오가는 대화로 업무 집중이 떨어졌다. 그래서 적당한 높이로 다시 조정하였다.

시대에 따라 변화는 있다

판매자는 이 제품은 별도의 자기 공부방이 없는 학생에게 적당하다고 한다. 그럴 수도 있다. 그러면서도 한 여름 더위는 어떻게 할 것인지? 답답하지는 않을지? 핸드폰이 이 방에서는 순기능을 할지? 이런 문제들은 어떻게 해결할 것인지에 대한 의문이 들었다.

드라마에서 나온 아이디어가 상품화되었다. 이 제품이 어떤 사용 환경에 사용자가 어떻게 사용하느냐에 따라 이 상품은 호불호가 갈릴 것 같다. 완벽한 상품은 없다고 생각한다. 이렇게 시장에 상품이 나오기까지는 많은 고민과 우여곡절이 있다.

우리 삶에 필요한 것을 제공하는 것이 디자인이다. 우리 삶에 공부는 중요하다. 공부를 도와줄 수 있는 정말 좋은 디자인이 수 없이 나왔다. 즐거우면서도 쉽게 공부를 할 수 있다면 얼마나 좋을까? 수 많은 교육학자도 고민하지만, 필자도 어떻게 하면 교육적으로 효과 만점인 디자인을 할 수 있을까 늘 고민하고 있다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. 중국산 원료 공급체인 전략 (건강산업신문, 2019.6.21)

일중양국에 정통한 사업전개에서 시장을 견인

‘세계의 공장’이라고 칭하는 중국의 경제규모는 일본의 약 3 배, 스피디하고ダイナ믹하게 변혁이 진행되고 있는 비즈니스 전개에 온 세계가 주목하고 있다. 본 글은 양국간의 정보에 정통한 건강식품원료 공급체인을 통해 얻은 정보로 글로벌 마켓을 염두에 둔 각 사의 중국 전략을 소개한다.

무역구조를 수직분업에서 수평분업으로 전환

일중국교정상화 47 주년 일중평화우호조약체결 42 주년이 되는 올해, 일본내에서는 지방자치단체와 기업 민간단체등 관민에서 서로의 경계를 넘는 EC 상담회와 관광진흥 농업지원 고령자산업교류등 일중간 폭 넓은 교류가 개최되고 있다.

중국은 러시아 캐나다에 이어 세계 제 3 위의 광대한 국가면적과 13 억 8,600 만명의 압도적인 인구를 배경으로 제조업이 왕성해 ‘세계의 공장’이라고 칭한다. 최근의 경제성장은 현저하며 일본에 있어서도 방일외국인 상위를 점하고 인바운드와 월경(越境) EC ‘독신의 날’ 등 다양한 장면에서 비즈니스 기회를 창출하고 있다.

그 경제규모는 스피디하고ダイナ믹한 변혁으로 일본의 3 배까지 확대되어 있고 무역구조를 수직분업에서 수평분업으로 전환하였다.

식품 품질관리 강화

건강산업에 있어서 세계최대의 건식소재발신지로서 알려져 한방으로 사용되는 우콩과 동충하초, 전칠인삼벌집 등 비타민 C 와 그르코사민, 콜라겐, CoQ10, HMB, 시토루닌, 알기닌 등 주요 소재를 세계 각국에 공급하며 식품은 약 200 개국에 수출되고 있으며 일본은 그 무역액의 탑 10 에 들어간다.

경제성장에 따라 식품생산이 종류·수량 모두 확대경향에 있는 중국에서는 정부주도에서 식품의 품질·안전감시관리를 매년 강화하고 있다. 중국의 식품생산가공기업 약 45 만사 (중화인민공화국 재일본대사관'백서 : 중국의 식품품질과 안전성') 은 일본의 식품제조기업 5 만 2450 사 (경제산업성'상공실태기본조사') 의 약 9 배로 연간매출액의 상위 100사에서 전체의 30%를 점한다.

경제성장에 따라 중국 국내에 있어서도 이전보다 훨씬 더 식품의 안심·안전대책을 강화하고 있다. 중국정부에서는 지역에 따라 다른 도시·농촌 소재 약 10 인 미만의 소기업·소공장 약 35 만 3,000 사를 식품품질·안전관리상의 과제로 정하고 있다. 세계각국에서 모인 식품가공기술의 개발과 응용도 급속하게 진전되어 전체적인 품질수준은 착실하게 높아지고 있다.

2. 중국도 '물건의 소비'에서 '일의 소비'로 변화 (산경신문, 2019.6.22)

꽃꽂이를 배우려는 중국인이 증가하고 있는 배경에는 중국에서도 쇼핑을 중심으로 한 '물건소비'에서 체험중시의 '일의 소비'로 요구가 변화하고 있는 경향이 있다고 한다. 미쇼류사오까(일본의 꽃꽂이 종파의 하나)의 카와구찌씨는 "경제성장으로 물질적으로 혜택을 받는 한편, 정신적인 충족을 요구하는 사람이 늘어 일본문화에 흥미가 높아진 듯하다."고 말한다.

이러한 경향은 중국인만이 그런 것이 아니다. 관광청이 발표한 방일외국인 소비동향조사에 의하면 2018년 방일 여행객 여행중 소비총액은 4조 5189억엔. 소비종목별로는 쇼핑이 1조 5763억엔으로 전체의 34.9%를 점하지만 쉐어는 전년보다 감소하여 대신 오락서비스와 음식비 숙박료가 늘고 있어 물건소비에서 일의 소비로 전환이 진행되고 있다.

중국의 한 여행사의 일본지사인 '이데아트치트레블재팬'(오사카시)에 따르면 꽃꽂이에 한정되지 않고 다도, 서도 등 일본문화를 체험할 수 있는 투어가 수 년 전부터 인기가 높고 모집하면 바로 만석이 되는 상태가 이어지고 있다.

국내 여행사에도 같은 경향이 있다. JTB가 전개하는 방일객용 국내여행 '선라이즈투어'에서는 2월 중국 춘절 때에는 홋카이도의 유빙투어가 인기이고, 벚꽃놀이를 전면에 내 걸은 벚꽃시즌 4월은 예약인원이 전면대비 15% 늘어나는 등 호조라고 한다.

3. 차세대 금융거래는 양자컴퓨터가 주역 (WIRED, 2019.4.19)

차세대 금융거래는 양자컴퓨터가 주역이 된다 - 대형은행들이 추진하기 시작한 목표



사진 1) 출처: WIRED

바클레이나 JP 모건·체스 등 일부의 대형은행이 양자컴퓨터의 활용에 움직이기 시작했다. 종래 컴퓨터의 성능을 웃도는 시기에 대비해 물리학자와 수학자 등을 고용해 실험에 열중하고 있는 것이다.

양자컴퓨터에 의해 '금융거래의 동시화'와 거의 리얼타임의 리스크분석'등이 가능하게 되면 금융위기의 도래를 사전에 예측하는 것도 가능하게 될 지 모른다.

금융업계의 미래는 양자컴퓨터에 있다. 바클레이즈와 JP 모건·체이스 같은 대형은행은 그렇게 생각하고 있다. 양 은행은 처음에 IBM 에 의한 20 양자비트의 양자컴퓨터의 원형을 클라우드 경유로 사용하고 있다. 기업과 연구소가 IBM 의 양자프로세서를 연구목적으로 사용할 수 있게 하는 'IBM Q Network'를 이용하고 있는 것이다.

양자컴퓨터는 아직 초기단계이며 종래형의 컴퓨터를 성능에서 웃돌고 있는 것은 아니다. 하지만 양 은행은 말하자면 양자가 지닌 장점이 가져올 돌파구에 대비해 이미 물리학자, 수학자, 컴퓨터 프로그래머의 고용을 진행하고 있다. IBM 은 이러한 돌파구의 정의에 대해서 '유용한 컴퓨팅태스크의 실행에 있어서 양자컴퓨터가 종래형의 컴퓨터를 상회할 때'라고 정하고 있다.

보통의 컴퓨터의 경우 데이터의 비트는 온과 오프의 두가지 상태 중 하나이며 0 또는 1 로 나타낸다. 이것에 대해서 양자컴퓨터는 동시에 0 으로도 1 로도 있을 수 있는 양자비트에 의거하고 있다. 즉 양자컴퓨터는 이론상 데이터의 많은 조합을 동시에 조작할 수 있어 데이터 처리 효율이 대폭적으로 상승한다.

단 그것을 위해서 기계의 대폭적인 성능향상이 필요하게 된다. 지금은 아직 어려움이 상당히 높고 종래형의 컴퓨터 성능을 상회하는 정도까지는 이르지 못하고 있다.

금융거래의 '동시화'를 목표로

양자컴퓨터의 사용은 금융기업에 있어서 상당히 매력적인 것이다. 2007 년~2008 년의 금융위기는 소홀했던 리스크 평가가 문제의 주원인이었다. 리스크 계산 및 다양한 리스크 상호관계의 파악은 극히 복잡한 것이다. 그러나 은행과 헷지펀드는 투자 포트폴리오에 숨겨진 그러한 투자 리스크를 낮추는데 양자 컴퓨터 사용이 도움이 될 것으로 생각하고 있다.

또 하나의 커다란 과제는 거래 (바이어와 세일러의 쌍방이 합의하는 가격으로 매칭하는 것) 을 미리초의 스피드로 대량으로 해야 하는 것이다. 이 프로세스가 효율화되면 은행은 그만큼 퍼포먼스를 올릴 수 있게 된다. '종래의 방법으로는 상당히 곤란한 과제입니다'라고 IBM 의 수학자 스테판·웰나씨는 말한다.

바클레이즈에서는 양자 컴퓨터 사용이 도움이 되는가를 테스트하기 위해 리 브레인이 이끄는 물리학자와 수학자 팀이 열심히 양자 컴퓨터용의 프로그램을 쓰고 IBM 기계로 실행하고 있다.

브레인에 의하면 주식과 같은 증권 판매와 현금 지불 등의 거래는 이상적으로는 동시일 필요가 있다. 이것은 양자를 사용하면 뱃지 내의 각 거래가 처리완료인지 미처리의 어느쪽인가로서 생각할 수 있어 문제를 찾아낼 수가 있다. "처리완료 트랜잭션의 총수가 가장 크게되는 조합을 발견하는 것이 목표가 됩니다"라고 브레인은 설명한다.

베르나씨는 『Nature』지에서 말하자면 몬테카르로·시뮬레이션을 사용하는 리스크분석에 있어서 양자알고리즘이 어떻게 종래의 컴퓨터를 성능에서 웃돌 수 있을까를 정리한 논문을 공개했다. 이 시뮬레이션은 이전부터 금융기관이 종래의 리스크를 고려하며 모든 가능성을 판단하기 위해 사용되고 있다.

거의 리얼타임 리스크분석이 가능

지난번의 금융위기에서는 많은 은행과 투자가가 갑자기 손실이 '상태가 나쁠 때를 대비해 준비했던 자금'보다 상회한 것을 알게 되었다. 양자컴퓨터상에서 보다 나은 몬테카르로 · 시뮬레이션을 실시할 수 있다면 금융의 시나리오와 이변에 대해서 훨씬 자세히 또한 대량으로 분석할 수 있게 된다.

결과로서 손실 최대허용액을 초과할 가능성을 파악할 수 있을 가능성이 있다. 또 금융당국은 이러한 계산을 이용함으로써 각 은행의 자기자본비율의 설정에 더욱 자신을 가질 수 있도록 될지도 모른다. 포괄적인 몬테카르로 · 시뮬레이션을 종래형 컴퓨터에서 실행한다면 알고리즘이 상당히 대량의 시나리오를 검토하게 되어 완료하기에는 며칠도 걸릴 가능성이 있다. 베르나씨는 "양자컴퓨터라면 2 차의 속도향상이 가능합니다. 시나리오가 몇백만이나 필요한 것을 단 수천의 시나리오로 같은 정확도를 달성할 수 있습니다"라고 말한다.

실행시간은 '하룻밤'에서 '거의 리얼타임'으로 단축된다. 이 때문에 양자컴퓨터라면 전날에 대응된 리스크를 나중에 분석하게 되는 것이 아니라 변화하는 경제환경에 신속히 대응해 거의 그 자리에서 판단 혹은 판단의 제안을 하는 것이 가능하게 된다.

수천레벨의 양자비트가 실현될 시대를 바라보며

현재 IBM 의 양자컴퓨터는 20~50 양자비트로 그다지 강력하지는 않다. 몬테카르로 · 시뮬레이션을 리얼타임으로 실행한다면 수천레벨의 양자비트가 필요하다.

그러한 하드웨어가 사용되는 시대에 은행은 대비해 둘 필요가 있다고 한다. 선발자가 되고 싶다면 하드웨어를 사용할 수 있게 되었을 때 그 강점을 활용할 수 있도록 해 둘 필요가 있는 것이다.

바클레이즈의 브레인에 따르면 '현재의 양자컴퓨터의 원형에는 한계가 있어 동은행이 양자 컴퓨터용의 실험을 설계할 때는 비즈니스과제를 철저하게 간략화 할 필요가 있다. 그러나 양자비트가 늘어나 에러율이 낮아질 양자 프로세서를 즐겁게 기대하고 있다'고 한다.

4. 이화학연구소 반도체양자비트 양자비파괴측정 성공 (EE Times Japan, 2019.4.17)

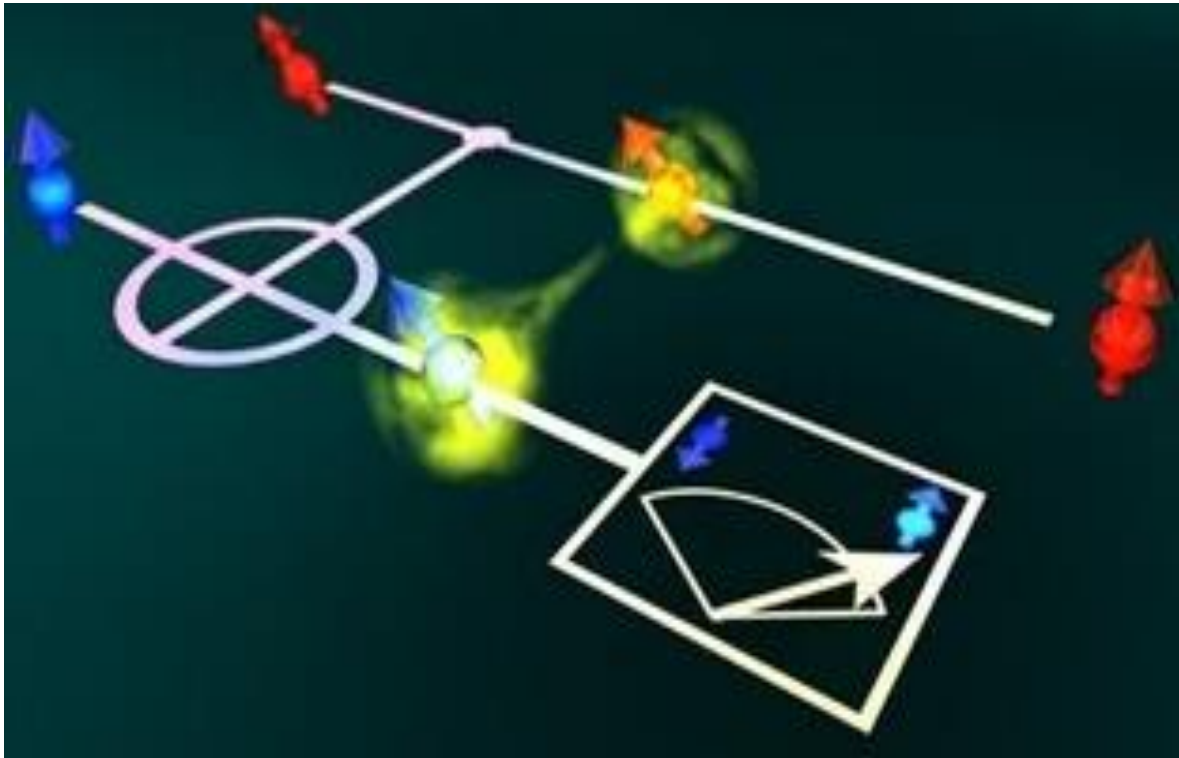


그림 1) 출처: 이화학연구소 전자스핀양자비트에 의한 양자비파괴측정회로의 이미지도

ST 양자비트를 보조양자비트로서 이용

이화학연구소와 루를대학 국제 공동 연구그룹은 2019 년 4 월 전자스핀 양자비트의 양자 비파괴 측정에 성공했다고 발표했다. 반도체 양자컴퓨터의 실용화에 필요한 에러 개정회로의 실장착을 가능하게 하는 기술이다.

이번의 연구성과는 이화학연구소 창발물성(創發物性) 과학연구센터 양자기능시스템 연구그룹의 나카지마연구원 노이리 특별연구원 준차(樽茶)그룹 디렉터(당시는 도쿄대학 대학원 공학계연구과 교수) 양자시스템 이론연구팀 다니엘로스 팀리더(바젤대학 물리학과교수) 루를대학 앤드리어스웁 교수등에 의한 것이다.

양자비트 중의 전자스핀을 이용한 반도체 양자컴퓨터는 기존의 집적회로 기술을 응용할 수 있기 때문에 대규모화에 적합하다. 단 불순물과 열등의 영향으로 양자컴퓨터 정보를 잃어버릴 가능성이 있다. 이 때문에 실용화를 위해서는 발생한 에러를 검출해서 개정하는 양자에러 개정회로를 실장착할 필요가 있다. 그런데 지금까지의 양자 비파괴성 등이 실험적으로 검증된 것은 없었다.

국제공동연구그룹은 지금까지 GaAs / AlGaAs (비화갈륨 / 비화알루미늄갈륨) 헤테르 접합기판위에 「삼중양자비트구조」를 제작, 이 시료가 전자스핀 양자비트와 ST 양자비트의 하이브리드 양자디바이스로서 활용할 수 있다는 것을 실증해 왔다. 이번 이 ST 양자비트를 보조 양자비트로서 이용해 전자스핀 양자비트의 양자 비파괴측정을 했다.

전자스핀 양자비트의 양자 비파괴측정을 하는 순서는 이렇다. 먼저 전자스핀 양자비트에 마이크로파를 일정시간 조사해 전자스핀 공명을 일으킨다. 스핀은 조사하는 시간의 길이에 따라서 「상향」과 「하향」의 상태사이를 주기적으로 진동한다. 이 현상을 이용하면 임의로 양자비트 상태로 만들 수 있다. 다음으로 전자스핀 양자비트와 보조 양자비트를 일정시간 결합시켜 양자역학적인 상관을 가지게 한다. 그 후 보조

양자비트를 측정하면 전자스핀 양자비트의 상태를 직접 측정하지 않아도 스핀의 방향을 알 수 있다고 한다.

종래의 전자비트 읽어내는 방법과 비교

국제공동연구그룹은 비파괴측정에 의한 결과와의 정합성을 검증하기 위해 종래의 양자비트를 읽어내는 방법도 실시해 비교했다. 이 결과 한번의 측정으로는 동 정도의 에러율인 것을 알게 되었다.

양자 비파괴측정을 반복하게 되면 그 회수가 늘어날수록 양자비트의 측정정도를 향상시킬 수 있다는 것을 알았다. 측정결과를 통계처리한 결과 63%였던 측정정도는 89%까지 향상했다. 이것은 에러율이 37%에서 11%로 저감된 것이다.

또한 양자 비파괴측정을 응용해 양자비트중에서 고립된 전자스핀 양자비트의 시간발전을 측정했다. 전자스핀양자비트를 의도적으로 조작하지 않아도 음자(편집자 주:음파를 입자의 집합으로 보았을 때의 통칭)의 자연방출과 흡수에 의해 전자스핀 양자비트가 자발적으로 반전을 반복해 「양자도약」의 모습을 확인했다.

측정한 스핀반전의 시간간격에서 전자스핀양자비트의 수명은 1.5 나노초 이상 있다는 것을 확인했다. 이 수치는 양자 비파괴측정에 필요한 5 마이크로초와 비교하면 300 배나 길기 때문에 양자 비파괴측정은 실용상 유용하다는 것을 알았다.

보조양자비트 하나 더 추가하면 에러검출회로를 실현할 수 있다

국제공동연구그룹에 따르면 전자스핀 양자비트의 양자 비파괴측정은 양자에러 개정회로를 실장착하기 위한 커다란 한 걸음이 되는 것으로 보조 양자비트를 하나 더 추가함으로써 에러검출 회로를 실현할 수 있다고 한다.

단 실용화 시점에서 본다면 양자비트의 측정정도 89%(에러율 11%)는 충분하다고 말할 수 없다고 한다. 개발이 진행되고 있는 실리콘 양자닷에 이번의 연구성과를 적용하면 최대 99.96 의 측정정도를 실현할 수 있다고 보고 있다.

KIC 중국 NEWS

1. 대통령직속 4차산업혁명위원회, KIC 중국 및 주요 기관 방문 (2019.6.24)



(사진 1): (왼쪽부터) 4차산업혁명위원회 전문관 김동민, 4차산업혁명위원회 사무관 이연용, 주중한국대사관 정통관 이승원, 한국모바일산업연합회 회장 고진, IMM 인베스트먼트 이사 문여정, 한국노총중앙연구원 부원장 황선자, 4차산업혁명위원회 총괄기획팀장 조해근, KIC 중국 센터장 이상운

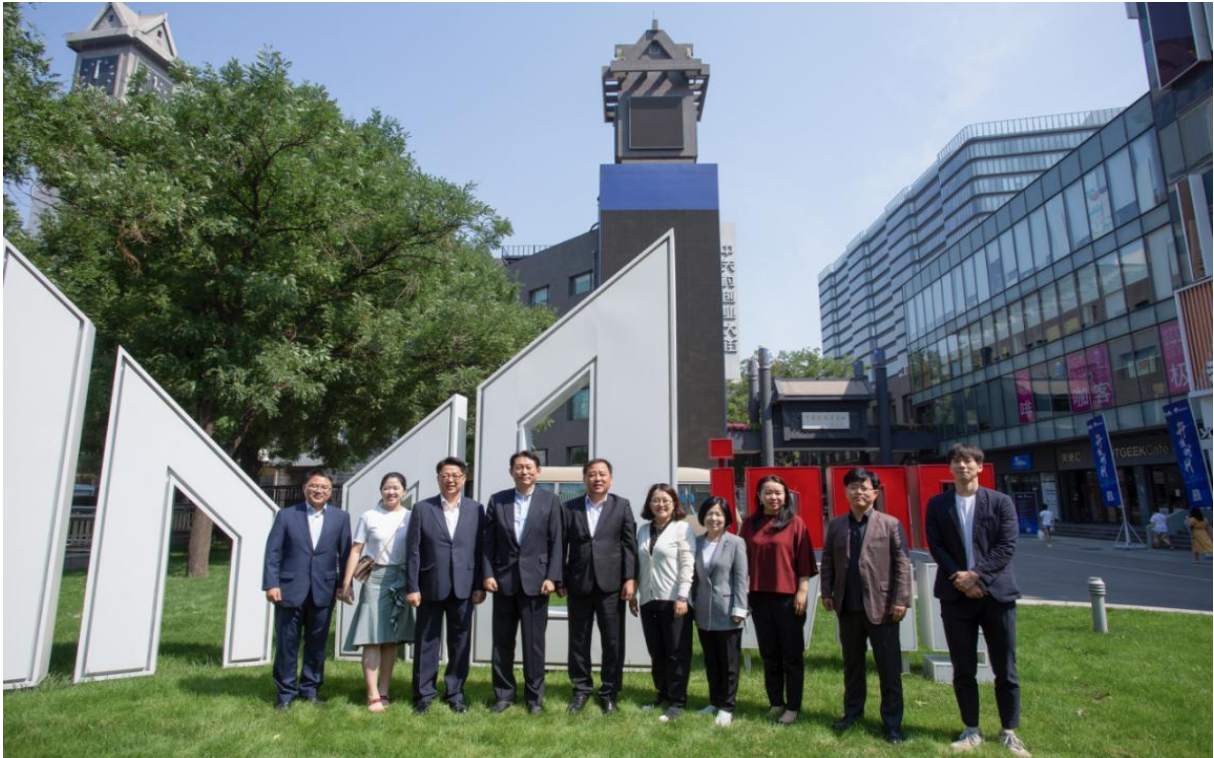
2019년 6월 24일, 대통령 직속 4차산업혁명위원회에서 KIC 중국 및 주요 기관을 방문하였다.

4차산업혁명위원회는 4차 산업 혁명 시대의 미래를 만들어가는 기업으로서 4차 산업혁명위원회의 설치, 운영에 관한 규정에 의해서 설립되었다.

또한, 4차산업혁명위원회에서는 첫째, 4차 산업 혁명에 대한 종합적인 국가 전략. 둘째, 4차 산업혁명 관련 각 부처별 실행계획과 주요 정책. 셋째, 4차 산업혁명의 과학기술 발전 지원, 핵심기술 확보. 넷째, 연구개발 성과 창출 강화에 관한 항목 등 네가지의 사항들을 심의 및 조정하고 있다.

이번 방문회에서는 4차 산업혁명위원회 한국모바일산업연합회 회장 고진, IMM 인베스트먼트 이사 문여정, 한국노총중앙연구원 부원장 황선자, 4차산업혁명위원회 총괄기획팀장 조해근, 4차산업혁명위원회 사무관 이연용, 4차산업혁명위원회 전문관 김동민, 주중한국대사관 정통관 이승원 등 총 12명 정도의 인사들이 참석하였다.

본 행사 일정으로는 첫째, 3W 커피 방문. 둘째, 전시장 및 중관촌 창업거리 방문. 셋째, KIC 중국 방문. 넷째, 북경대학교 창업훈련센터 방문 및 참관 등으로 이루어졌다.



(사진 2): (왼쪽부터) 4차산업혁명위원회 사무관 이연용, 주한중국대사관 사무 장옌푹(张艳枫), 주중한국대사관 정통관 이승원, 한국모바일산업연합회 회장 고진, KIC 중국 센터장 이상운, IMM 인베스트먼트 이사 문여정, 한국노총중앙연구원 부원장 황선자, 창공디지털기술유한회사 왕야리(王雅丽), 4차산업혁명위원회 총괄기획팀장 조해근, 4차산업혁명위원회 전문관 김동민

첫번째로 본 방문단은 3W 커피를 방문하여 중국 창업 현황을 살펴보고, 향후 업무 협력 및 공동 추진에 관련하여 대화를 가졌다. 3W 커피는 중국 인터넷 업계를 선도하는 기업가, 창업가, 투자자로 구성된 인맥층으로 중국에서 가장 잘 정비된 창업서비스 생태계로, 창업카페, 인큐베이터, 창업기금, 브랜드 보급 등을 제공하고 있다.



(사진 3): (왼쪽부터) 한국노총중앙연구원 부원장 황선자, 한국모바일산업연합회 회장 고진, IMM 인베스트먼트 이사 문여정, 4차산업혁명위원회 총괄기획팀장 조해근, 4차산업혁명위원회 사무관 이연용

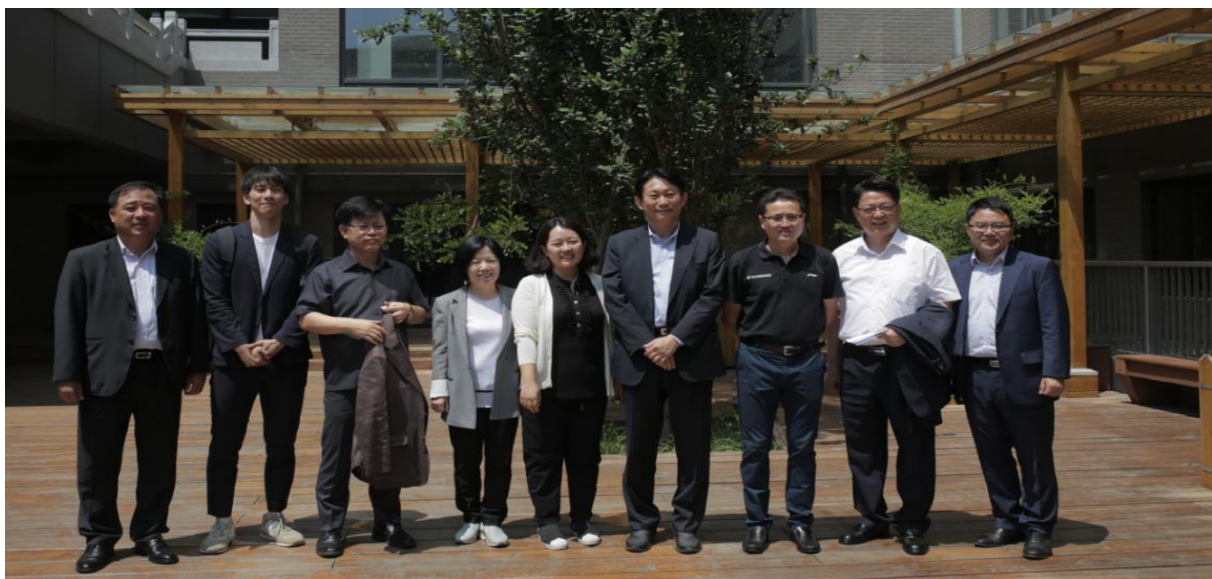
두번째 일정인 전시장 및 중관촌 창업 거리에서 전시 제품 참관 활동을 가졌다. 본 활동은 김현수 님이 안내를 맡아주었다. 김현수 님은 베이징중관촌거리유한회사(北京中关村创业大街科技有限公司) 전국 인터베이터 수석 매니저로서 당시 일정에 전문적인 안내를 통하여 참석자들의 이해도를 높였다.



(사진 4): KIC 중국 이상운 센터장의 회사 소개 모습

세번째 일정인 KIC 중국 방문은 KIC 중국 이상운 센터장의 인사말로 시작되었다.

또한 KIC 중국은 과학기술형 중소기업의 발전을 지지하고, 기업의 과학기술혁신과 산업변혁의 업그레이드를 촉진하는 역할을 할 것이라는 입장을 밝혔다.



(사진 5): (왼쪽부터) KIC 중국 센터장 이상운, 4 차산업혁명위원회 전문관 김동민, 4 차산업혁명위원회 총괄기획팀장 조해근, 한국노총중앙연구원 부원장 황선자, IMM 인베스트먼트 이사 문여정, 한국모바일산업연합회 회장 고진, 북경대학교 창업훈련 센터 CEO 왕젠(王健), 주중한국대사관 정통관 이승원, 4 차산업혁명위원회 사무관 이연용

마지막 일정인 북경대학교 창업훈련센터에서는 CEO 왕젠(王健) 이 안내를 맡으며 창업 관련 인재 육성 교육, 혁신적 창업 교육 관련 및 다양한 정보들을 소개해주었다. 북경대학교 창업훈련센터는 북경대학교 교우회가 설립한 전체 공익 오픈 창업 교육 플랫폼으로, 재무세무서비스, 법무컨설팅, 인큐베이터 등 다양한 분야에서 전략적 제휴관계를 형성해 창업기업을 지원하고 있다.



사진 6: (왼쪽부터) KIC 중국 센터장 이상운, 4 차산업혁명위원회 사무관 이연용, 한국모바일산업연합회 회장 고진, IMM 인베스트먼트 이사 문여정, 한국노총중앙연구원 부원장 황선자, 북경대학교창업훈련센터 CEO 왕젠(王健), 4 차산업혁명위원회 총괄기획팀장 조해근, 4 차산업혁명위원회 전문관 김동민

본 4 차산업혁명위원회 방문단은 중국 진출에 힘쓰는 KIC 중국의 발전을 기원하고, 한국 기업의 중국 진출 및 창업 활성화 방안을 논의하며 이번 일정을 마무리 지었다.