



주간 중국 창업

제 149 호 (2019. 10. 09)

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

- ▶ 원치 컨퍼런스 첨단 블랙테크 선보여 (과기일보, 2019.9.25)
- ▶ IHS Markit 최신 5G 보고서: 글로벌 4 대 5G 선도업체 중 중국이 절반 (C114, 2019.9.26)
- ▶ Nature 뉴스: 3 대 AI 칩 구조 중 가장 인기있는 중국 '티엔지'칩 (지동서, 2019.9.28)
- ▶ 텐센트는 왜 인도 Udaan 에 투자했나? (텐센트과기, 2019.10.3)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ 유니콘 기업의 리스크 통제 논리 - 36kr 제공
- ▶ 2019 글로벌시장가치 250 강 재증외상투자기업 발전보고서 - 이오왕 제공
- ▶ 침강하는 라이브방송 판매시장: 스타의 환호와 소 BJ 의 고뇌 - 중신징웨이(中新经纬) 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 17) 양자컴퓨터가 최초로 슈퍼컴퓨터 능가 '양자컴퓨터'시대 개막인가 - 광저우일보 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 - PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(96) - 윤형건 교수 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 미국의 추가관세에 의한 중국경제 영향은 어느정도인가 (Wedge, 2019.10.2)
- ▶ 소비세10% 어디에서 사는 것이 가장 득? 스마트결제나 가격할인 캠페인으로 대혼전 (SPA, 2019.10.1)
- ▶ '규제개혁을 앞으로도 추진한다' 자민당청년국장·코바야시후미야끼 의원이 말하다 (닛케이 비즈니스, 2019.10.1)
- ▶ 저성장, 소비세증, 소장화...그래도 일본인은 낙관해도 좋다 (Newsweek, 2019.10.2))
- ▶ 중국인이 일본의 관광공해라는 생각은 잘못되어 있다 (현대비즈니스, 2019.10.1)

KIC 중국 NEWS

- ▶ 튀황주(拓荒族) - KIC 중국 MOU체결 (2019.9.25)
- ▶ 중국 전자상회, 주중한국대사관 및 KIC 중국 방문, 협력과 발전 협의 (2019.9.26)

주간 NEWS

1.원치 컨퍼런스 침단 블랙테크 선보여 (과기일보, 2019.9.25)



사진 1) 출처: IT168

‘지도 모퉁이에 숨어있는 8 천만명의 굶주린 사람들은 출로를 찾지 못하고 있다. 하나하나 부호가 있는 전세계의 잉여식량을 담은 천만이 넘는 코드가 있는데도.’ 이것은 ‘세계 기아지도’를 묘사한 한 편의 시이다. 25 일 절강성 항저우에 있는 원치마을(云栖) 전시존의 한 부분이다.

올해 원치 컨퍼런스는 9 월 25 일부터 27 일까지 원치 마을에서 열렸다. 고품질 발전을 촉진하는 강력한 엔진인 숫자는, ‘클라우드 단말’이 놓인 원치 마을에 또다시 어떤 ‘블랙테크’를 가져올 것인가?



사진 2) 출처: 소후



사진 3) 출처: 소후

세계 기아지도는 그 중 하나이다. 과학일보 기자는 현장에서 알리바바 클라우드와 세계식량계획부서(WFP)가 개발한 글로벌 기아 모니터링 시스템에 관해 알게 되었다. WFP 는 알리바바 클라우드의 이미지 인식 기술을 사용하여 위성 이미지와 드론 이미지를 사용하여 구조 지원이 필요한 난민 수 통계와 주택 통계를 낼 수 있으며, 수동 현장 통계와 비교해 보면 비상 대응 시간을 단축하고 더 저렴한 비용으로 구조 지원을 할 수 있고, 더 빠른 속도로 구조가 필요한 장소에 도착하여 기아 중의 더 많은 난민에게 '생명을 구하는 식품'을 얻게 해준다.

또한 '세계기아지도' 모니터링 시스템은 시각화 보고 수단을 제공하고, 분석 팀이 여러 지역의 식량 안전 상황을 모니터링 할 수 있게 해 줄 뿐만 아니라 국가의 기아나 재난 수준을 실시간으로 모니터링하고 예측하여 WFP 와 파트너 조직이 필요로 하는 것을 지원한다.

이외에도 '스마트 순시보호 시스템'이라는 또 다른 흥미로운 시스템이 있는데, 이것은 타오화위엔(桃花源) 생태 보호 기금회와 알리바바 클라우드에 의해 개발되었다. 관련 담당자의 소개에 따르면 현재 라오허협곡(老河沟)를 보호하고 있다. 라오허협곡 공익 보호 구역에는 자이언트 팬더, 사천 황금 원숭이, 영양 등 희귀 야생 동물이 서식하고 있다. 이 야생 동물과 그들이 의존하는 숲과 시냇물은 지속적인 밀렵, 마구잡이 채취, 삼림 벌채의 상황에 직면하고 있다.

현재 알리바바 클라우드는 인공 지능을 클라우드 단말에서 훈련한 AI 알고리즘 + 엣지 컴퓨팅 솔루션을 라오허협곡 공익 보호구역에 배치하려 한다. 소개에 따르면, 28 만개 샘플의 훈련으로 라오허 협곡의 중점 모니터링 식물 25 종에 대한 식별률이 99 %로 높으며, 보호구역 데이터 근로자의 작업 효율이 30 배 증가했다. 또한 영상 데이터를 사용할 수 있는 통계 데이터로 신속하게 추상화함으로써 동물들이 보다 선호하는 생활 환경을 알 수 있으며 동시에 존재하는 위험과 위협을 예측 판단할 수 있어, 더욱 빠르게 보호 전략을 조정할 수 있다. 기술이 환경을 더욱 효과적이고 정확하게 보호할 능력을 가져다주었다고 말할 수 있다.



사진 4) 출처: 소후

이외에도 눈길을 끄는 사람들의 생활과 밀접한 관련이 있는 '블랙테크'가 있다. 예를 들어 '즈휘시통(智慧视通)'이라는 회사에서 개발한 '추적' 시스템으로 비디오 조사 분석 시스템이다. 이 시스템은 '비디오 시청'에서 '비디오 검색'으로의 전환을 실현했다. 완전한 인체 이미지 또는 비디오가 제공되는 한, 이 시스템은 네트워크 비디오상에서 시공간 정보를 결합해 해당 사람에 대해 실시간 공간 컨트롤을 수행할 수 있다. 이 시스템을 잃어버린 노인과 아동을 찾는데, 또는 경찰이 용의자를 추적하는데 사용한다면 대단히 편리하고 검색 효율을 높일 수 있을 것이다. 관련 담당자에 따르면 이 시스템은 이미 일부 지역에서 사용하기 시작했으며 널리 홍보될 것이라고 한다.

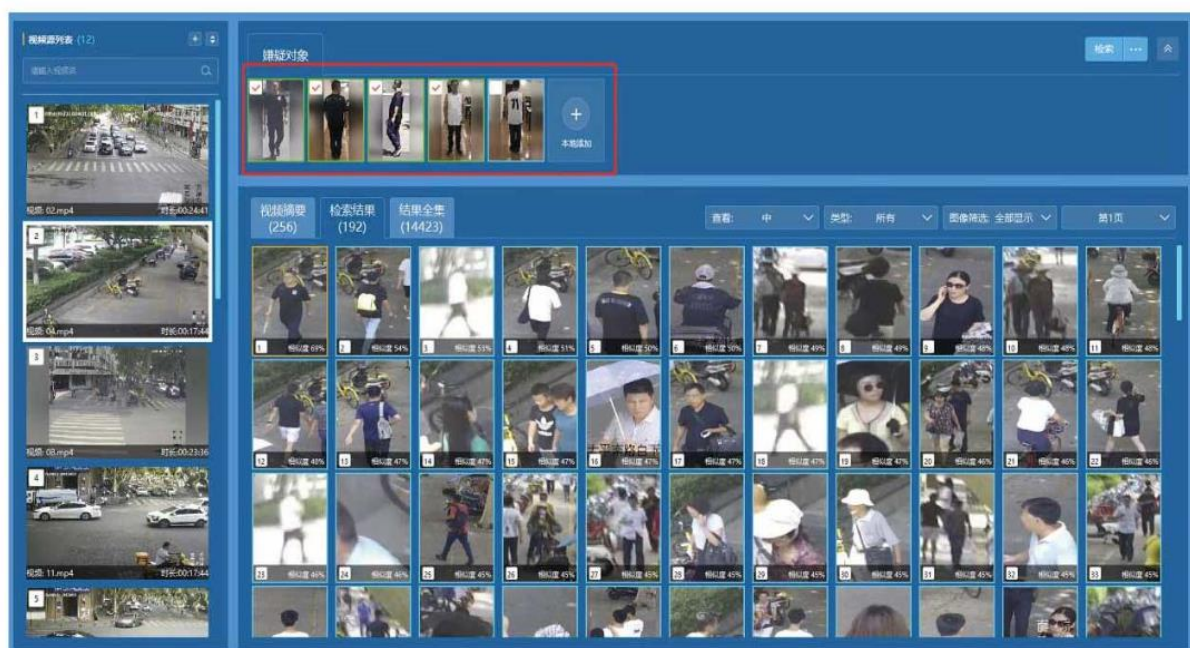


사진 5) 출처: 즈휘시통(智慧视通)홈페이지 '초속추적영상 조사시스템'상품의 영상분석 장면

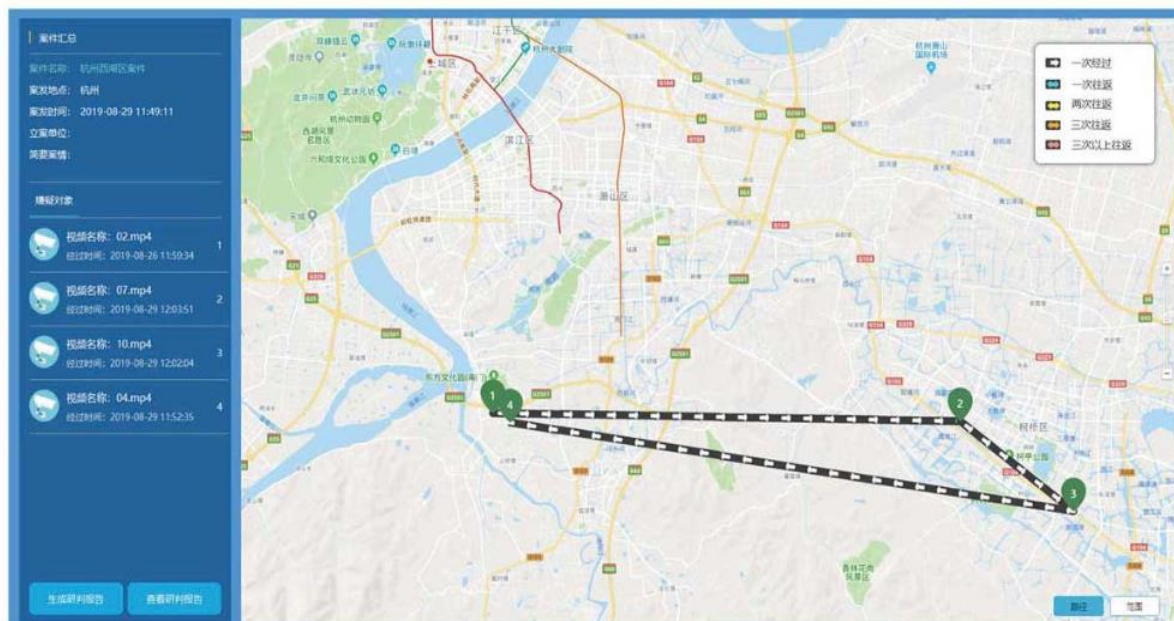


사진 6) 출처: 즈휘시통(智慧视通)홈페이지 '초속추적영상 조사시스템'상품의 궤적 합성 장면

2.IHS Markit 최신 5G 보고서: 글로벌 4 대 5G 선도업체 중 중국이 절반 (C114, 2019.9.26)

최근 시장 컨설팅 회사 IHS Markit 은 최신 5G 산업 보고서를 발표했다. 여기에는 5G 시대의 운영사가 직면한 도전, NSA 와 SA 사이의 관계 및 진화, 5G 네트워크 슬라이싱, MEC 등 기술 진행 분석, 5G 시대의 주요 설비 공급 업체의 경쟁력 분석이 담겨있다. 보고서의 식견이 좁아 큰 것을 보지 못하는 것에서 우리는 5G 시대의 장비 공급 업체에 대한 IHS Markit (이하 IHS)의 관점을 볼 수 있다.



사진 1) 출처: C114

5G 선도 제조업체

보고서의 마지막 파트에서 IHS 는 '5G 선도 제조상'이라는 제목으로 4 개의 장비 공급 업체인 에릭슨, 노키아, 화웨이, ZTE 4 개 사의 경쟁력을 소개했다. 4G 시대에 세계에서 가장 큰 4 대 장비 공급 업체로, 비록 5G 시대에도 삼성과 일부 IT 공급 업체와 같은 적지 않은 제조사가 있지만 IHS 는 여전히 이 4 개 회사가 5G 시대에 주도적 위치를 점유할 것이라고 보고 있다.

에릭슨에 대한 HIS 의 평가는 이 회사는 5G 상용 네트워크 8 개를 출시하고 또한 새로운 5G 상용 배포 계약 21 개를 공개적으로 발표했으며, 많은 사업자가 LTE 네트워크를 업그레이드 개선하며 확산에 기여했다. 에릭슨은 네트워크 슬라이싱을 검증한 최초의 공급 업체 중 하나이며 2017 년 일본 NTT docomo 와 제휴하여 세계 최초의 5G 네트워크 슬라이스를 만들었다는 것이다.

노키아의 경우 IHS 는 세계 최초의 상용 5G 두 개 국가 —— 한국과 미국 시장에서 이론 역할을 강조했다. 이 회사는 45 개의 5G 상용 계약을 발표했으며 약 절반은 마이크로웨이브 Anyhaul, 클라우드 네이티브 RAN 과 클라우드 네이티브 핵심을 포함한 엔드 투 엔드 조합을 기반으로 한다고 밝혔다. 또한 노키아는 OB-BAA 및 ONAP 와 같은 오픈 소스 조직에서 주도적인 역할을 하며 강력한 광네트워크 제공 업체로서 또 다른 관점에서 5G 발전을 추진한다고 평가했다.

화웨이 (Huawei)의 경우 여러 시험에서 선진적인 5G 역량을 선보였으며 이미 5G 계약 50 건을 체결했음을 공개적으로 발표했다고 밝혔다. 화웨이는 네트워크가 자율 운전을 이끄는 강점을 지녔고 모바일 네트워크 사업자의 80 %가 네트워크 자율 운전 장치에 막대한 투자를 시작할 것이라고 판단하고 있다. 또한 화웨이는 5G 단말기에서 실적이 좋았으며, 이미 5G CPE 3 대를 출시했고 2019 년 하반기에는 접이식 스크린 휴대폰을 포함하여 5G 단말기 4 대를 출시할 예정이다.

ZTE 의 경우 IHS 는 회사가 중국 시장뿐만 아니라 유럽 시장에서도 성적이 좋다고 평가하며, 엔드 투 엔드 이전 키 기능에 근거하여 Telefónica, Orange , WindTre, 오스트리아 Drei(Hutchison Drei Austria)와 같은 유럽 사업자 60 개사와 합작하고 합작 계약서 25 건을 체결했다고 공개적으로 발표했다. 이 회사는 대규모 MIMO 기술의 리더이자 개척자이며 RAN 과 융합 코어 네트워크의 지속적인 혁신, 또한 NSA 및 SA 구조와 클라우드 혼합 배포를 지원한다. 또한 ZTE 는 전송 장비의 선두 공급 업체이며 소비자에게 다양한 5G 단말을 제공한다고 보았다.

Massive MIMO 및 7nm 칩으로 명명

이 보고서에서 특히 주목할 만한 점은 중국 5G 시장과 중국 5G 공급 업체의 기술을 별도로 평가했으며 더 큰 인정을 받았다는 것이다.

중국 시장의 경우, IHS 는 중국이 5G 시대에 상업적 사용을 시작한 최초 국가 중 하나가 되었으며 광대한 규모의 배치를 통해 기타 시장을 이끌 가능성이 높다고 여긴다. 2020 년부터 중국은 매년 수십만에서 백만 개 이상의 5G 기지국을 건설할 것이다. 4G 시대에 중국이 건설한 LTE 기지국의 총 수는 4 백만 개에 이르렀으며 전세계 총계의 절반 이상을 차지했고 다른 국가의 시장과 산업 공급망에 큰 영향을 미쳤다고 평가했다.

IHS 는 또한 양대 5G 혁신기술인 Massive MIMO 와 7nm 칩을 언급하며 Huawei 와 ZTE 가 뛰어나다고 언급했다.

2008 년에 출시한 Massive MIMO (Multiple Input Multiple Output)는 5G 각 항목을 증강시키는 중요한 부분으로 신호 처리량과 스펙트럼 효율을 크게 향상시켰다. IHS 는 대부분의 5G 기지국의 아마도 90 % 이상이 Massive MIMO 와 공간 분할 다중 액세스를 포함한 SDMA , 빔 포밍, 동적 자원 할당 및 간섭 제거를 기반으로 할 것이라고 지적했다. Massive MIMO 의 응용 장면은 매우 중요하며 응용 시나리오는 이 분야의 장비 공급 업체의 연구와 경험을 검증한다. ZTE 가 4G 시대에 대규모 MIMO 기술을 출산하여 채택한 기업이라는 것은 언급할 만한 가치가 있다. ZTE 와 Huawei 는 이 기술을 계속 발전시키고 있다.

핵심 칩 수준에서 IHS 는 Huawei 와 ZTE 가 10 년 이상 자체 기반의 밴드와 무선 처리 칩 조합을 설계해 왔다고 지적했다. 여러 번의 기술 교체 후 일부 칩 셋은 7nm 공정을 기반으로 설계 제조되었으며 성능이 뛰어나다. 이러한 노력은 이미 특히 RAN 제품에서 경쟁력을 가진 것으로 달성되었고 특별히 Massive MIMO와 BBU 능력 측면에서 그렇다. 예를 들어 Huawei의 BBU5900 과 ZTE의 BBUV9200은 용량이 매우 크고 처리량이 매우 높은 업계 최고의 BBU 다.

IHS 보고서는 수년간 중국의 5G 산업 체인의 노력을 객관적으로 반영하고 풍부한 결과를 달성했다고 말해야 한다. 중국의 거대하고 개방된 5G 시장은 에릭슨, 노키아, Huawei, ZTE 의 전략적 투자를 유치했으며 삼성 등과 같은 더 많은 제조업체가 시장에 진출하게 했다. 5G 의 대규모 출시로 향후 중국은 글로벌 5G 생태계와 기술 혁신을 촉진하고 5G 상업 프로세스를 가속화할 것으로 보인다

3.<Nature>뉴스; 3 대 AI 칩 구조 중 가장 인기있는 중국 ‘티엔지’칩

(지동서智东西, 2019.9.28)

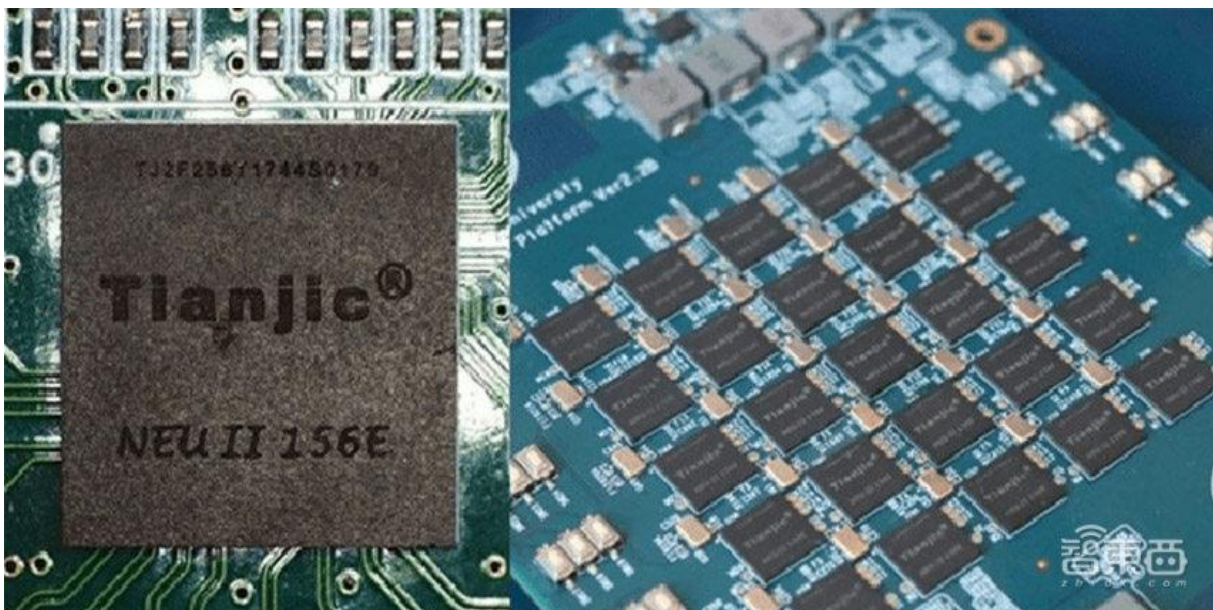


사진 1) 출처: 지동서

최근 AI 칩 경쟁이 치열해졌다. 다양한 응용 장면은 다른 구조를 가진 AI 칩의 생산을 요구하고 AI 칩 제조사들은 그것을 실현하는 도전에 직면하고 있다.

최근 9 월 28 일, 미국 미디어 VentureBeat 는 이중 뉴런과 유사한 형태의 칩, 광학컴퓨팅 칩과 Cerebras WSE 칩을 포함하여 최근 업계내 AI 칩 경쟁 중 연구 개발된 새로운 칩구조를 해석한다.

사회에서 점점 더 많은 문제를 AI 기술로 해결하려 시도함에 따라, AI 기술과 관련된 경쟁이 폭발적으로 늘어났으며, 여기에는 더 빠른 속도, 더 낮은 운영비, 딥러닝 지원 등의 특징을 가진 전문 하드웨어——AI 칩이 있다.

AI 칩 구조의 칩 시스템 구조가 이전보다 더 큰 기술 혁신을 가지고 있다는 점에는 의문의 여지가 없으며, 수행하는 계산 방법도 이전과 다르다. 이번에 VentureBeat 는 3 종의 전형적인 AI 칩 기능을 파악하여 향후 몇 년 내에 생성될 다양한 AI 응용 프로그램을 분석했다.

신경 모방 칩: 중국 '티엔지(天机)'칩

신경모방형태 칩은 주로 뉴로모픽 컴퓨팅(Neuromorphic Computing)에 사용되며 간단히 말해 디지털 회로를 통해 인간 두뇌 작동을 모방하여 컴퓨팅과 자체 학습과 같은 기능을 수행할 수 있다.

신경망은 수천만개의 미니프로그램으로 구성되어 있는데 이들은 간단한 계산을 통해 복잡한 임무를 수행하는데, 예를 들면 이미지 중의 대상 검출, 음성을 텍스트로 변환하기 등이고 이러한 것들은 딥러닝의 관건이 되는 것들이다.

그러나 기존 컴퓨터는 신경망 운영의 특성에 맞게 최적화된 것이 아니라 이들은 하나 이상의 강력한 CPU 로 구성된다.

비교하여, 뉴로모픽 컴퓨터(NMC)는 또 다른 새로운 칩 구조인 신경구조유사칩(neuromorphic chip)을 사용하며 물리적 형식으로는 신경망과 유사한 형식을 사용한다.

뉴로모픽칩은 다수의 물리적 인공 뉴런으로 구성되어 있고, 직접 연결되고, 소프트웨어의 대응 부분에 맞춰 대응하여, 신경망을 빠르게 훈련시키고 운영할 수 있다.

실제로 신경 모방 계산의 개념은 1980 년대에 이미 출현했었다. 그러나 당시 신경망의 효율성은 매우 낮았으므로 광범위한 주목을 받지 못했다.

최근까지 기술발전에 따라, 딥 러닝과 신경 네트워크의 부상으로 뉴로모픽칩에 대한 연구가 다시 연구원의 관심 시야 안으로 돌아왔다.

올해 7 월 중국의 칭화(清华) 칩 팀은 티엔지라고 명명한 신경유사구조 칩을 연구개발했는데 28nm 공정을 사용했고 156 개의 FCore 로 구성되었다. 면적은 3.8 × 3.8 mm 이고, 약 4 만 개의 신경단위와 1 천만 개의 시냅스를 포함하며, 기계 학습 알고리즘과 유사 뇌 회로를 동시에 지원할 수 있다.

연구원들은 칩을 자율 주행 자전거에 융합하여 칩 성능을 테스트하여 목표대상 감지, 네비게이션 및 음성 인식을 수행할 수 있음을 보여주었다.

이 연구성과는 정상급 학술지인 Nature 에 실렸을 뿐만 아니라 잡지 표지에도 게재되었다. 연구원들은 또한 이 논문에서 "우리의 연구는 보다 통용되는 하드웨어 플랫폼에서 사용할 수 있는 길을 열어 AGI (General Artificial Intelligence) 발전을 더 자극할 것으로 기대된다"고 했다.

현재 뉴로모픽칩이 인공 지능을 만드는 올바른 방법이라는 직접적인 증거는 없지만 더 효율적인 AI 하드웨어를 만드는 데 도움이 될 것이다.

동시에, 뉴로모픽 컴퓨팅은 주요 하이테크 거인들의 관심을 끌었다.

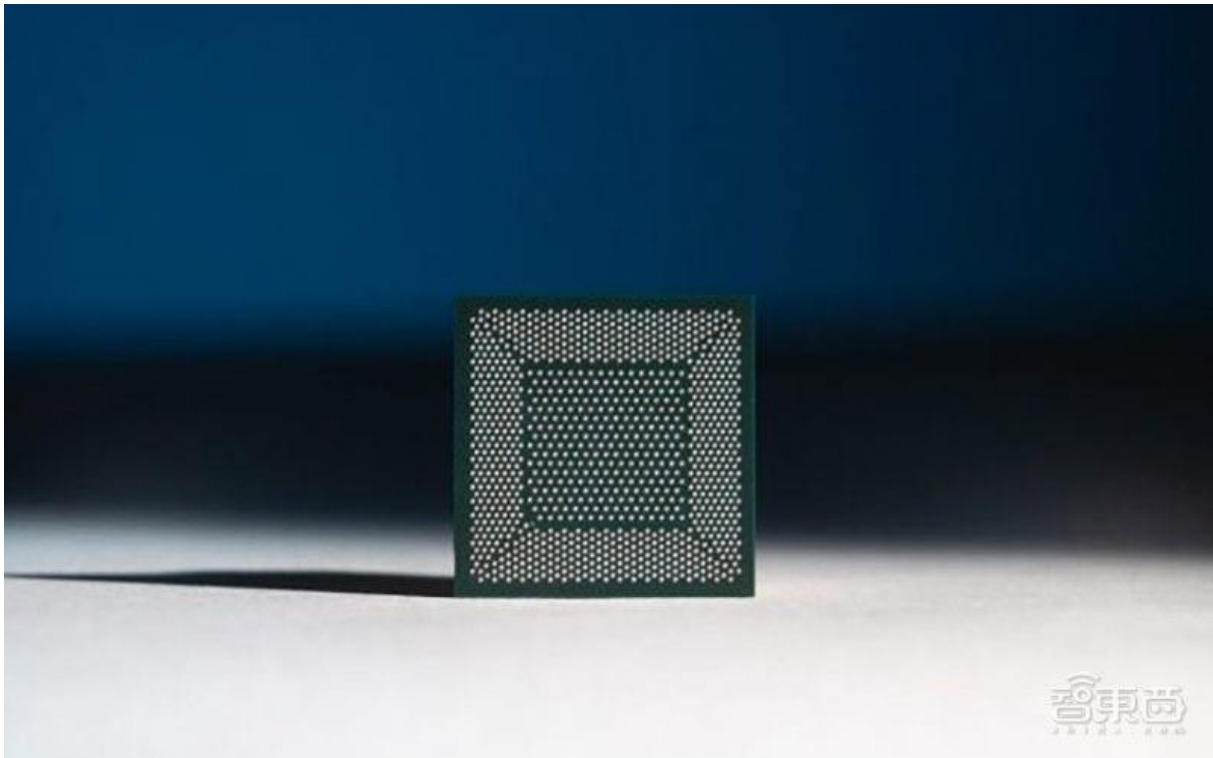


사진 2) 출처: 지동서

올해 상반기에 인텔은 'Pohoiki Beach'라는 64 개의 Intel Loihi 뉴로모픽칩이 장착된 컴퓨터를 출시했다. 이 칩은 8 백만 개의 인공 뉴런을 시뮬레이션 할 수 있다. 인텔에 따르면 Loihi의 정보 처리 속도는 기존 프로세서보다 1000 배 빠르며 효율은 10,000 배 높다.

광학 AI 가속기와 '전광학' 신경망

기술이 발전함에 따라 신경망과 딥 러닝 컴퓨팅에는 대량의 컴퓨팅 자원과 전력이 필요하다.

그러나 뒤따라, AI의 탄소이력도 하나의 환경 문제가 되었다. 동시에 신경망의 배치는 특히 배터리 전력 공급 장비와 같이 전력이 제한된 환경에서 한계가 있으며, 에너지 소비의 영향을 받는다.

또한 무어의 법칙 개발이 계속 둔화되면서 전통적인 전자 칩도 AI 산업의 수요 증가에 부응하기 위해 노력하고 있다.

오늘날 많은 회사와 실험실은 AI 산업의 속도와 전력 문제에 대한 솔루션을 찾기 위해 광학 컴퓨팅 분야로 전환했다.

간단히 말해, 광학 컴퓨팅은 전자 하드웨어 대신 광자 하드웨어를 사용하고, 디지털 전자 장치를 대체하여 광학 신호를 사용하여 컴퓨팅을 한다.

광학 컴퓨팅 장치는 구리 케이블과 같이 열을 발생시키지 않기 때문에 에너지 소비가 대폭 줄어든다. 광학 컴퓨터는 특히 신경망의 핵심 작업 중 하나인 빠른 매트릭스 곱셈에 적합하다.

올해 상반기 보스턴에 본사가 위치한 광학 AI 칩 창업 기업 Lightelligence는 현재의 전자 하드웨어와 호환되는 광학 AI 가속기를 개발했으며 일부 신경망 계산을 최적화하여 AI 모델의 성능을 1~2 급 이상 향상시킬 수 있다.

Lightelligence 엔지니어들은 광학 컴퓨팅의 진보로 AI 칩 제조 비용도 절감될 것이라고 말한다.



사진 3) 출처: 지동서

얼마 전 홍콩 과학 기술 대학 (Hong Kong University of Science and Technology)의 연구원들은 양층 전광학 신경망을 개발했다. 이 전광학 신경망 (AONN)은 선형 함수와 비선형 활성화 함수에 사용되고 균일하게 광자에 근거하여 구현된다. 동시에 더 복잡한 신경망 구조로 확장되어 이미지 인식과 같은 보다 복잡한 작업을 수행할 수 있다.

현재 연구원들은 16 개의 입력과 2 개의 출력으로 완벽하게 연결된 2 계층 신경망을 시뮬레이션하는 원리 증명 모델을 개발했다.

또한, 대규모 광학 신경망은 이미지 인식에서 과학적 연구에 이르기까지 속도와 저에너지 모두에서 계산 집약적인 애플리케이션을 실행할 수 있다.

가장 큰 AI 칩: Cerebras WSE

AI 칩을 개발하는 과정에서 다른 솔루션은 규모를 확장하는 것이다.

올해 8 월 미국 실리콘 벨리에있는 AI 칩 제조업체 인 Cerebras Systems 는 역사상 가장 큰 'Cerebras WSE'라는 AI 칩을 출시했다.

Cerebras WSE 는 1.2 조 개의 트랜지스터를 포함하고 46225 mm²의 칩 면적을 가지고 있으며 이는 현재 NVIDIA Tesla V100 보다 56 배 더 크다.

동시에 이 칩은 TSMC 의 16nm 공정을 사용하는데, 각 면에 약 22cm (약 8.5 인치)의 면적, 400,000 개의 AI 최적화 코어와 18 기가 바이트의 온칩 메모리가 있다.

대역폭에서, Cerebras WSE 는 또한 9 PByte/s 메모리 대역폭과 100 Pbit/s fabric 대역폭을 가지고 있다.

칩은 주로 딥 러닝의 신경망 가속 훈련에 사용되며 데이터 처리 속도를 높인 것뿐 아니라 AI 모델을 더 빠른 속도로 훈련시킨다. 동시에 Cerebras WSE 의 독특한 구조는 기존 GPU 및 CPU 에 비해 에너지 소비를 더욱 낮췄다.

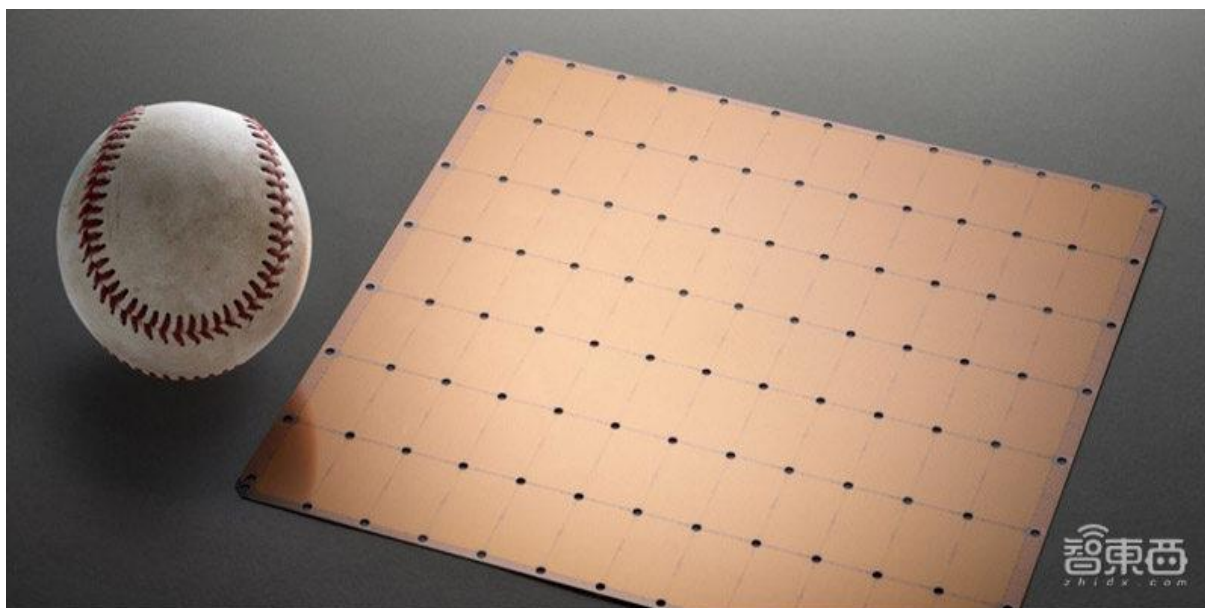


사진 4) 출처: 지동서

물론, 칩의 크기는 공간 제약이 있는 환경에서의 사용에도 어느 정도 영향을 미칠 것이다. 그러므로 그 상업적 가치는 공표 후에도 의문의 여지가 있다.

그러나 Cerebras 는 최근 미국 에너지부 (Department of Energy)의 양대 실험실과 파트너십을 체결하여 상용화 계약을 체결했다. 미국 에너지부는 이 칩을 사용하여 과학, 공학 및 건강 영역에 대한 딥 러닝 연구를 가속화할 것이다.

결론: AI 칩 시장은 거대한 잠재력을 가지고 있으며 도전에 직면하고 있다

최근 AI 칩의 인기가 높아지고 많은 AI 칩 스타트업과 연구소가 등장했으며 딥 러닝 훈련을 위해 개발된 최신 성과는 사람들의 AI와 칩의 미래 발전 인지 신경을 자극했다.

업계에서 보자면 AI 칩의 시장 잠재력은 매우 크며, 한편으로는 클라우드 및 엣지 영역의 AI 칩이 인기있고, 다른 한편으로는 터미널 AI 칩의 전환이 활발하여 IoT, 스마트 홈, 스마트 폰 및 자율 주행 자동차 등 무수한 파편화된 응용 장면이 '포유(哺乳)'를 기다리고 있다.

딥 러닝 응용 산업과 부문은 다양하며 단일 구조는 거의 시장을 지배하기가 불가능하다. 의심의 여지없이 미래에는 더 혁신적인 AI 칩 기술이 등장하여 전체 사회, 산업 및 사람들의 생활에 혁신적인 발전을 가져올 것이다.

이 단계에서 AI 칩의 구현과 상용 가치는 이미 큰 풍랑 단계에 들어섰으며, 미래에 누가 진정한 승자가 될 수 있을까? 시간은 우리에게 답을 알려줄 것이다.

4. 텐센트는 왜 인도 Udaan 에 투자했나? (텐센트과기, 2019.10.3)

인도의 상업 전자 상거래 플랫폼인 Udaan 은 10 월 3 일 첫번째 용자 라운드에서 5 억 5 천만 달러를 모집하는데 성공했고, 투자자로는 텐센트, Altimeter Capital, 지위엔(纪源)캐피탈과 Citi Ventures 를 포함한다고 했다. 이 자금 조달로 회사는 2016 년에 시작된 이후 총 8.7 억 달러를 유치했다.

1. 인도 전자 상거래 플랫폼 Udaan 은 무엇인가?

Udaan 은 2016 년 6 월에 설립된 중소기업을 위해 서비스하는 온라인 B2B 교역 플랫폼이다. 이 회사는 유통 업체, 제조업체, 소매 업체를 모아 물류, 지불과 신용 서비스를 제공한다. Udaan 은 3 명의 Flipkart 고위임원 Vaibhav Gupta, Amod Malviya, Sujeet Kumar 에 의해 창립되었으며 Flipkart 는 당시 인도에서 가장 큰 전자 상거래 소매업체였다.

방갈로르에 기반을 둔 이 스타트업은 소규모 제조업체, 농민과 공장 소유주가 주 구매원으로 커뮤니티 상점, 식당, 사무실 심지어 노점상 판매대까지 직접 공급했다. 이 회사의 창립자들은 새로운 자금이 기술 플랫폼 구축, 제품 종류 확대, 지불 및 교부 기능 구축에 사용될 것이라고 말했다. Udaan 의 비전은 도매업체, 소매 업체, 무역상, 제조업체의 자원을 통합하여 공동으로 산업 진보를 추진해 나가는 것이다.

Udaan 창립자 팀은 시장 조사를 통해 Coimbatore, Dawad, Mysore 등과 같은 인도의 작은 마을을 방문했으며 인프라가 불완전하고 순환이 비효율적인 지역에 거대한 시장 잠재력이 있음을 발견했다. 이곳의 소매 업체는 제품의 풍부함, 가격과 품질, 물류 적시성에 대해 모두 거대한 수요를 갖고 있었다. 그러나 실제 시장이 공급해 주는 능력이 부족하기 때문에 전통적인 도매 업체 시스템에만 의존할 수밖에 없었다. 그러나 Udaan 은 온라인 B2B 비즈니스 모델을 통해 제조사를 도매상, 소매상과 직접 연결하여 산업 체인의 순환을 가속화했다.

초기에 Udaan 은 실제로 주류 식품, 전자 제품, 의류의 구매자와 판매자에게 물류 서비스를 제공하기 위한 물류 플랫폼으로 운영되었다. 이 물류업은 Udaan 전체 비즈니스 시스템의 기본 장치다. 그러나 Udaan 은 당면한 이익만 보지 않고 장기적인 비전을 가지고 있었다.

실제로 물류 사업은 Udaan 이 B2B 영역의 구매 및 판매 커뮤니티와의 관계를 수립하는데 도움이 되었으며, 1 년 반 동안 Udaan 은 물류 운송비 보조금을 제공하고 대단히 많은 노출 효과를 얻었다. 더 중요한 것은 Udaan 은 이를 빌어 구매자와 판매자의 데이터베이스를 구축한 것이다. 그 후, Udaan 은 점차 B2B 교역으로 발전하기 시작했으며 이전에 물류로 구축된 데이터베이스는 Udaan 에게 B2B 비즈니스를 수행하기 위한 시장 정보를 제공하였다. 현재 온라인 B2B 분야에서 Udaan 은 이미 시장 점유율 1 위인 우두머리가 되었다.

Udaan 의 B2B 거래는 현재 인도의 900 개가 넘는 도시와 마을을 다루며 2 백만 개의 소매 최종라인의 상인들과 3 만 도매상과 제조상을 연결한다. 월 매출액은 거의 2 억 달러에 가깝다. 또한, 인도 중소 도시의 수요공급은 포화되지 않고 수요는 왕성하다. 현재 B2B 거래는 이제 Udaan 전체 비즈니스 시스템의 핵심 부분이다.

Udaan 의 신용 대출업은 Udaan 의 전체 비즈니스 시스템에 대한 지원 분야다. Udaan 은 인도에서 150 만 달러 규모의 대출 계좌를 개설하여 소상공인의 용자를 도와주고 유동 운영 자금을 획득할 수 있게 한다. 수요가 높고 위험 통제 난이도가 낮은 업무 장점을 가지고 있다. 또한 플랫폼 사용자와의 유대를 강화하고 사용자 충성도를 높인다.

2. 텐센트의 Udaan 에 대한 전략적 투자

한단계 한단계 긴밀하게 엮여있는 시스템 덕분에 Udaan 의 성장속도는 매우 빠르며, <인도시보>(印度时报)에 따르면 이 플랫폼의 월 교역량은 최대 1.7 억~2 억 달러에 이르며 이것은 연간 거래액이 20 억~24 억 달러 수입에 이를 것이라는 것을 알려준다. 언급할 만한 것이 Udaan 은 2018 년 8 월 C 라운드 용자를 성공했으며 가치 평가는 10 억 달러를 초과하여 성립한지 26 개월만에 인도에서 가장 빠르게 성장하는 '유니콘'기업이 되었다.

실제로 올해 8 월 Udaan 은 이미 실리콘 밸리 펀드 Altimeter Capital, GGV Capital 과 기존 투자자 DST Global 와 광속창투(光速创投) 등의 투자사로부터 D 라운드 용자 3 억 달러를 유치했다. 그 당시 차이나 텐센트 (China 텐센트)가 후속 투자에 참여할 것이라는 소식이 전해졌으며 이번 라운드의 용자는 5 억 달러로 확대될 것으로 예상되었다.

여기서 텐센트 인베스트먼트를 소개해야 한다. 올해 2 월, 텐센트 류츠핑(刘炽平)총재는 텐센트 인베스트먼트의 11 년 첫 성적기록을 공개했다. 총 700 개 기업에 투자하여, 63 개가 이미 상장되었고 122 개 사는 10 억 달러 이상의 시장 가치를 가진 유니콘이 되었다. 2018 년에는 16 개의 회사가 투자사에 IPO 를 실현하는 기록을 세웠다.

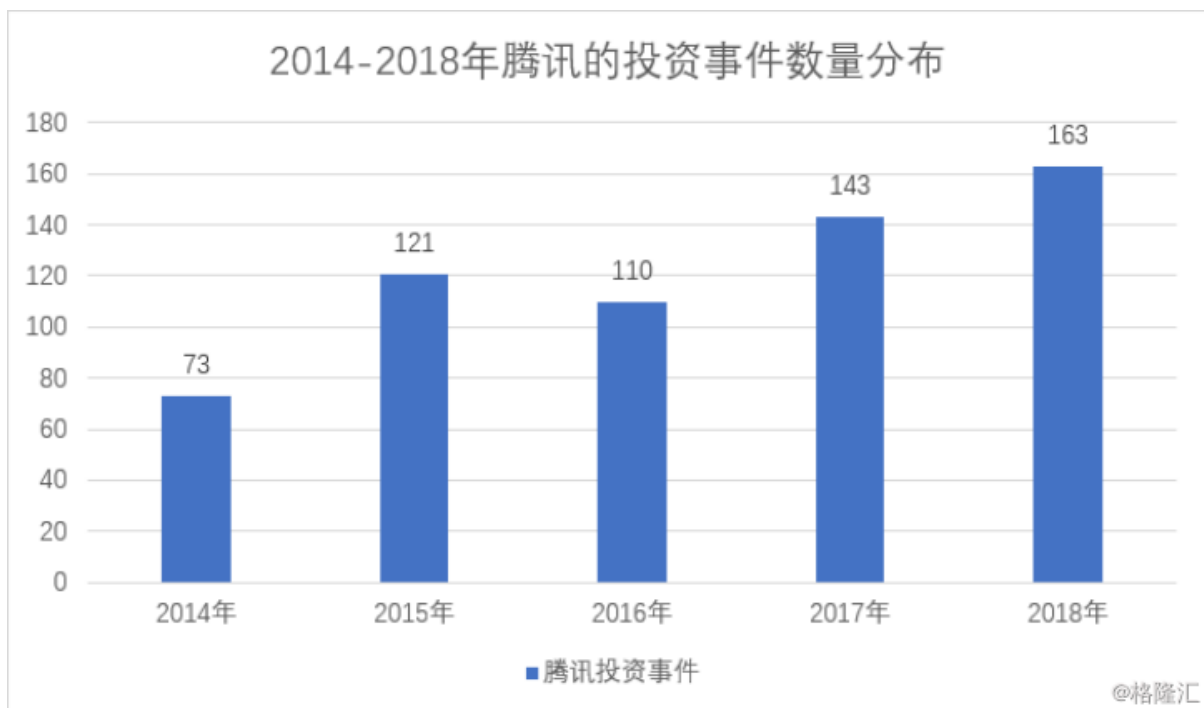


표 1) 출처: 거룡휘(格隆汇) 2014~2018 년 텐센트의 연간 투자건 수량 분포

텐센트는 2008 년에 투자 M & A 부서를 설립했으며 오랫동안 전세계 범위로 소비자 인터넷과 산업 인터넷 관련 분야의 투자 M & A 에 집중해 왔다. 류츠핑은 텐센트 인베스트먼트 연례회의와 IF 컨퍼런스에서 투자가 텐센트그룹의 핵심 전략 중 하나라고 말했다.

인터넷 산업의 선두 주자인 텐센트는 투자 측면에서 '투자 은행화' 로 의문을 받고 있다. 이에 대해 투자 선택을 적절하게 맞게 하고 있으며 텐센트가 잘하는 사업에 전문화할 수 있을뿐만 아니라 파트너를 통해 생태체인을 건립할 수 있고, 새로운 분야에 진입할 기회를 얻을 수 있다고 말했다. 동시에 텐센트는 투자 회사로서 많은 가치를 창출하고 업계의 전반적인 발전을 촉진할 수 있다.

ISSUE 및 시장동향

1. 유니콘 기업의 리스크 통제 논리 - 36kr 제공

유니콘기업의 위험 통제가 단지 말만 하는 것에 불과하는가?

유니콘 기업의 위험 통제는 단지 말만 하는 것으로 되는가?

우선, 미친 보조금 자체는 오픈 소스 프로세스의 기본 요구에 부합되지 않는다. 더구나 문제는 일단 리스크 통제를 강화되고 보조금이 줄어들면 양털당(羊毛党 편집자 주: 공짜와 실질적 혜택을 좋아하는 대중무리를 일컫는 인터넷 용어. ofo 의 보조금 혜택과 홍바오를 받기 위해 휴대폰 번호를 더 개설하기도 했다)은 여전히 남아있을까?

동시에 회색 영역은 뚫어야 하는가 말아야 하는가? 실제 데이터에 따라 공개해야 하는가? 규정 준수 리스크를 통제하는 것이 중요한가 이익이 중요한가? 만약 이 허점을 연구하지 않아도 자본 시장에서 유니콘이 충분히 매력적일 수 있을까? 이것은 절대 대다수의 '돈 태우기' 유니콘의 모순인 닫힌 순환과정을 형성했다. 그리고 그들 중 더 많이 선택하는 것이 미친 보조금과 윤색된 데이터라는 것은 더이상 드문 일이 아니다.

유니콘의 발전 역사는 일부 유니콘 식의 '스스로 화를 자초하는' 역사라고 말할 수 있다.

미친듯 '돈을 태웠던' 유니콘은 지금 어떠한가?

유니콘의 미친 듯한 돈태우기는 대량의 '양모당'을 만들었으며 양모당의 철학은 공짜와 이익을 추구하는 이러한 인생과 소소한 일에서 사람들은 모두 평등하다는 것이다. 디디다치(滴滴打车)와 우버의 한 푼으로 차 타기 대란에서 현재 징동의 집까지 배달, 미구마이차이(咪咕买菜), 루킨커피까지 '돈 태우기' 전략의 효과는 매우 크기 때문에 우리가 평가를 정량화하기는 어렵지만, 우리들이 확정할 수 있는 것은 유니콘의 나날은 쉽지 않고 시대는 좋지 않으며 유니콘 투자자의 나날은 더 나빠질 수 있다는 것이다.

시장 경쟁은 너무 많은 유니콘 회사의 비이성적 보조금 마케팅을 낳았고, 이러한 비이성적 허점은 양모당에게 쉽게 발견되어 그들에게 '싼 것을 누릴' 기회를 제공한다.

이러한 소규모 이익 행위가 인터넷을 통해 전파되고 커진 후 양모당은 기쁘지만 유니콘의 심정은 애가 탄다. 예를 들어, 시장에서 가장 일반적으로 볼 수 있는 우대권인 루킨 커피(瑞幸咖啡)의 초기 발행한 무료시음 쿠폰과 80 % 할인 쿠폰은 현재까지도 여전히 50 % 할인 쿠폰으로 안정적으로 유지하고 있다. 이러한 우대쿠폰을 받는 과정은 사용자로 등록하는 것이다.

이것이 실제로 루킨커피에게 고객 자원을 안정적으로 제공하고 전환율을 높일 수 있지만 실제로 그것이 많은 고객을 루킨 커피로 인도할까? 사실상 필요없다. 모바오모마오(某宝某猫)사이트에 등록하여 저렴하게 파는 커피 쿠폰이 얼마나 있는지 살펴보면 바로 알 수 있다.

쿠폰을 얻기 위한 휴대폰 번호 등록은 사실상 고객의 편의성을 크게 향상시키고 고효율 주기에 부합하지만, 휴대폰 번호는 남발할 수 있고 보수적으로 추정해도 양모당은 20 개의 새로운 번호를 거래하는 것으로 추정된다. 무료로 커피를 마시는 이벤트 하에서 획득할 수 있는 쿠폰 수에 2 를 곱한 것이다. 만약 모두가 양모당이라면 루킨은 보조금상에 모종해야 하는 것이 확정적이다.

새로운 문제가 다시 나타났다. 만약 당신이 휴대폰 번호로 등록하지 않는다면 당신은 이용할 수 있는 또다른 루트가 있는가?

할인 쿠폰을 받는데 복잡한 등록 및 정보를 개선하는 과정이 필요한 경우 많은 소비자가 그 쿠폰의 H5 를 열지 않을 것이라고 생각한다. 루킨 커피가 직면한 곤경은 상장에 이르는 걸음을 방해하지 않았고, 많은 사람들은 돈이 많으므로 문제가 안된다고 생각했지만, 상장 직전에 루킨 커피는 4,500 만 위안의 담보 대출을 얻기 위해 상점의 커피 머신을 저당잡혔다. 상장 후에도 수익성이 획기적으로 달성되지 않으면 루킨 커피의 관리자와 투자자에 대한 압박은 단기적으로 점점 더 커지기만 할 것이다.

그리고 이것은 같은 종류의 유니콘이 현재 공동으로 직면하는 난관이다.

시장 경쟁의 잔혹함은 이러한 유니콘의 보조금 전쟁을 더욱 오래 지속하게 했다.

바로 올해의 ofo 와 mobike 대전이 다시 오고 후에 hello bike 가 합세한 것처럼 많은 수준에서 누구의 자본이 가장 오래 버틸 수 있느냐에 따라 최후의 승자가 결정되는 것이다. 자본 체인이 분열된 후, ofo 는 하룻밤만에 이전의 '돈 태우기'가 건립한 모든 것을 잃었고 단지 수십억의 인민폐 보증금을 환급해야 할 계획만 기다리고 있다. ofo 의 게임에서, 회사의 직원, 고객, 투자자 모두 승리하지 못했고, 문제는 바로 '제멋대로인' 위험 관리에 있었다. Didi 의 돈 태우기는 보조금으로 고객을 확장하는 것에만 있는 것이 아니라 회사 내부의 돈태우기도 조금도 뒤쳐지지 않았다.

그 중 하나는 용자를 마친 후 Didi 사무실의 119 위안의 IKEA 사무용 책상이 하룻밤새 전부 2000 위안의 높낮이 조절이 되는 테이블로 업그레이드 되었다는 것이다. 2017 년 ofo 의 광고 비용은 수억 위안에 달했다. 디디는 차량 훼손률이 높은 방법을 해결하는 것도 제멋대로였다. 차량 손실률이 높은 것은 차량 총 수량을 높이면 될 것인데 천금을 던져 미친듯 거래 수량을 증가시켰다.

ofo 의 가장 치명적인 문제는 이렇게 많은 돈을 들이고도 자기 스스로 셈이 없었고, 많은 돈을 벌고도 수치가 없었고 내부 재무 숫자 데이터는 매우 혼란스러웠다는 것이다. 디디의 고급 관리임원이 큰 수준에서 개입한 것은 ofo 가 얼마나 돈을 버느냐가 아니라 ofo 가 돈을 절약하는 데 도움을 주려는 것이었다. 어쨌든 ofo 의 돈 태우기 자금 대부분은 디디에서 왔기 때문이다.

그럼에도 불구하고 Didi 와의 초기 인수 계약 후, ofo 는 여전히 구체적인 보증금 항목의 사용 정황을 보이기를 거부하며 ofo 의 재무 계정은 더욱 모호해졌다. ofo 의 전체 용자 확장 과정을 살펴보면 과정 과정 모두 리스크를 제어해야 했으나 모두 없었다. ofo 는 투자자의 돈을 사용하여 자신의 사업을 만들고, 공유 자전거 트랙에서 자신을 '죽이는' 길로 한걸음 한걸음 나아갔다.

유니콘 가짜 사업의 환상

리스크 관리의 또 다른 어려움은 회사의 규정 준수에 있다. 즉 회사는 법률 규정, 회계 및 재무 규칙 준수와 같은 일련의 요구 전제하에 운영된다. 규정준수에 관해서는 반드시 관리감독이 있어야 하며 관리감독이 있음은 반드시 매매차익이 있어야 한다.

유니콘 기업은 초기 단계에서 대량의 자본 운영이 필요하며 시장에는 또한 수많은 유니콘이 있으며, '업계 테두리에서 나아가' 성공하기 위해 기본 상황이 좋지 않은 경우 가짜로 조작하고 윤색하는 것이 업계의 불문율이 되었다. 가짜로 꾸미는 것은 한순간 시원할 수는 있지만 탄로나면 화장터와 같이 없어진다. 허구 수치속에서 많은 유니콘 기업은 자신의 환상 속에 묻히길 바라지 깨어나길 바라지 않는다.

용자에서 성공하기 위해 사업운영이 번창하는 것처럼 데이터를 조작하는 것이 습관적으로 쓰는 수법이다. ofo 와 한 단어 다른 인도의 유니콘 OYO 호텔은 중국에서 심각한 운영상의 어려움을 겪고 있으며 대규모 정리 해고 및 업주의 해약으로 소유자의 취소로 인해 OYO 의 중국 확장의 길은 가시밭길로 짝 차 있다.

경영상의 곤경을 감추기 위해 데이터 사기 수단은 끝이 없다. 업주의 연장 지속률을 높이기 위해 OYO 는 업주에게 이메일로 계약 갱신 통지를 보내며, 고객이 7 일 이내에 응답하지 않으면 계약 연장에 동의하는 것으로 자동 간주된다.

중국의 경우 이메일 이용률이 SMS 나 통화보다 훨씬 낮다. 많은 업주는 이상아릇하게 '연장 계약된다'. 공식 공개에 따르면 OYO 연장 계약률은 97 % 나 되지만 업주의 실제 잔여율이 얼마나 되는지 알 수 없다. 현재 OYO 체인 호텔 수량은 공식 데이터보다 거의 50 % 적고 호텔이 계약 해지되더라도 여전히 호텔 리스트에 남아 투자자에게 거대한 시장판도를 보여준다.

OYO 조작의 유일한 목적은 융자이며, 빠르게 증가하는 데이터는 가치 평가의 빠른 증가를 촉진하며 자금은 끊임없이 계속 유입될 것이다. OYO 는 투자자로 하여금 그들이 바로 다음의 슈퍼 유니콘이라고 믿게 만든다.

유니콘이 자금유치를 위해 철면피가 되는 일은 드문 일이 아니다. 최근 중국 자동차 배터리 유니콘 닝더 시대의 3 대 거인이며, 잘 알려진 자동차 회사 푸티엔 차(福田汽车)와 영세한 자동차 회사 동방정공(东方精工)은 26 억위안을 위해 심하게 싸웠다. 같은 산업 체인의 상류 및 하류에 있는 세 기업은 각각 한 마디로 상대방 장부에 문제가 있다고 말했다. 누가 거짓말을 하든 결과는 끔찍하며 유니콘 재무 조작의 추문은 전체 자본 시장을 휩쓸 것이다.

데이터 조작 외에도 상업 사기는 유니콘의 '전쟁을 자극하는 것'이다.

단 하나의 미국 혈액 검사 유니콘 Theranos 는 기술 장벽이 너무 강해서 실리콘 밸리를 떠들썩하게 했으며 그들의 제품은 극히 저렴한 원가로 백종이 넘는 혈액 건강 지표를 감지한다고 주장했다. 조작 추문이 알려져 나간 후 어떤 투자자가 와도 불황에 저항하기가 어려웠으며 비즈니스의 환상적인 꿈은 즉시 파괴되었다.

이 첨단 기술은 대량의 자본을 유치했으며 선후로 갑골문 창시자 Larry Ellison, 벤처 캐피탈 더펑지에(德丰杰)와 같은 개인과 기관의 자금이 유입되었고 Theranos 는 벤처캐피탈이 정점에 있던 시절 기업가치가 90 억 달러 이상으로 평가되어 테슬라 다음으로 '세계를 개변시킬 스타트업 회사'로 평가되었다.

이 모든 것은 Theranos 의 기술적 장벽에 기반을 두고 있지만 Theranos 는 기술과 검측결과를 조작하고 아주 긴 기간동안 대다수 투자자를 기만했다. 하이테크 시장은 영원히 알라딘의 램프를 기대하고 있으며, 창세기적 기술 혁신을 가져왔고 이 기술 조작 비즈니스 사기가 올라탈 기회를 제공했다. 물론 Theranos 가 고의적으로 위조한 것은 아니고 단지 계속해서 혈액을 수혈하기 위해 높은 연구 개발 비용 지원이 어쩔 수 없이 필요했던 적도 있다.

유니콘 기업의 위험 제어 로직

초창기 유니콘의 경우 위험 제어가 가장 중요하고 가장 눈에 띄지 않는 부문으로, 모든 것이 자본에서 시작하여 자본으로 끝난다. 이러한 논리에 따르면, 특히 회사가 많은 추가 작업을 수행해야하는 초기 단계에서 리스크 제어를 실질적으로 할 수 있는 것은 아주 적다.

매우 간단하다. 운영을 잘하고 싶다면 시장이 빠르게 확장되고 자금이 더 많이 진입하고 리스크 관리는 너무 많은 간섭을 받지 않으면 된다. 대부분 유니콘 기업의 리스크 관리 부서는 효과적으로 리스크를

관리할 수 있어 상장전에 한파를 맞는 유니콘이 드물다. 이익 기대치가 좋지 않은 상황이라면 이 회사는 유니콘이 될 수 없다.

그러나 위험이 잘 통제되지 않으면 더 많은 자금을 투입하는 것은 헛수고를 하게 된다. 우리는 투자자 관점에서 어떻게 유니콘에 투자하는지를 분석해야 하며 유니콘이 어떻게 리스크를 통제하여 자본시장의 요구를 만족시킬 수 있을지 알 수 있다.

위험 관리의 또 다른 열쇠는 기업의 비즈니스 운영의 합법성을 보장하고, 매매차익 감독의 허점을 채우는 것이다. 상업 사기는 유니콘의 미래를 망칠 것이다. 규정 준수 측면에서 행정 처벌, 책임, 핵심 기술 고소와 같은 많은 요인으로 인해 '유니콘'기업이 자본 시장에 진입하는 데 상당한 장애를 유발할 수 있으며 고객이 비즈니스 모델에 의문을 제기하게 된다. 따라서 자본과 시장의 이중 지원을 잃어버리면 그러한 타격은 유니콘에게는 치명적이다.

정책 배당을 누리면서 비즈니스 윤리에 결함이 있어서는 안된다. 경쟁자가 체면을 손상시킬때 위기 처리 능력 또한 특히 중요하다. 유니콘 회사는 자본 시장의 피비린내 나는 전장에서 대처하기 위해 완전한 위기 관리 모델을 확립해야한다. 유니콘의 리스크 통제 길은 갈 길이 멀지만 없어서는 안될 반드시 필요한 것이다. 자체 비즈니스 모델 및 경영 전략에 적합한 리스크 통제 메커니즘을 탐색하는 것이 특히 중요하며, 이는 트랙을 점유하는 후기 핵심 경쟁력이 될 수 있다.

2. 2019 글로벌시장가치 250 강 재중외상투자기업 발전보고서 - 이오왕 제공



사진 1) 출처: 이오왕

중화 인민 공화국 창립 70 주년을 맞이하여 중국의 경제력, 과학 기술력, 국방력, 종합적인 국력이 세계의 최전선에 진입했다. 중국의 현재 발전은 개혁 개방과 분리될 수 없으며 개혁과 개방의 가속화로 중국의 발전은 경제와 사회 등의 분야에서 큰 성과를 거두었다. 내부 개혁, 대외 개방, 중국 특색 사회주의 지속적인 개선과 발전, 종합국력이 날로 증가하고 있다.

대외 개방의 관점에서, 중국은 외상 투자 기업을 유치했고 중국의 경제, 사회의 발전과 건설에 중요한 촉진 역할을 수행했으며 중국의 국제 영향력을 증대했다. 이오싱크탱크는 '2019 중국내 글로벌 시장가치 250 강 외상 투자 기업 발전 보고서'를 발표했고 제 3 자의 관점에서 재중국 외상 투자 기업의 발전 역사와 현황을 분석했고, 2019 년 재중국 글로벌 시장가치 250 강 외상투자기업 발전을 심도깊게 평가 등급화하여 '2019 년 210 개사 중국의 외상 투자 기업 심도 리스트 TOP 150'을 내놓았다.

중국상무부외자사(中国商务部外资司)에 따르면 2018 년 중국에 60533 개의 신규 설립한 외상투자기업은 60533 개사이며, 전년 대비 69.8 % 증가하여 누적 외상투자기업수는 총 599878 개사이다. 실제 사용된 외자 금액을 기준으로 하면, 2018 년 실제 사용된 외자금액은 8856.1 억 위안에 맞먹으며, 제조업에 실제 사용된 금액은 20.1 % 증가했으며, 중서부 지역은 빠른 성장을 실현하여, 외상투자 빅 프로젝트가 계속증가하고 있어 중국에 대한 외국인 투자자의 신뢰는 줄어들지 않았음을 볼 수 있다. '일대일로'노선 국가, 28 개 EU 국가, ASEAN 의 실제 투자 증대 추세는 매우 양호하다.

중국 경제는 전반적인 안정성과, 안정속의 진보라는 좋은 추세를 유지하고 있다. 시장 진입 허가는 계속 확대되었으며 개방성이 커지고 비즈니스 환경이 지속적으로 최적화되었으며 중국 시장의 거대한 잠재력이 점차 방출되고 있다.

이오싱크탱크가 분석 연구하는 샘플은 2019 년 시장가치 250 강인 외국 기업에 집중되어 있다. 250 개의 기업 중 중국에서 비즈니스를 발전시켜 본 기업은 210 개사로 이 중 1 개사는 중국에 있던 기간을 공개하지 않아 중국에 머문 시간 분포를 분석한 유효 기업 수는 209 개사이다. 전체 데이터에서 시가 250 강인 외상기업이 중국에 들어온 시기가 가장 이른 것은 1832 년으로 2019 년까지 이미 187 년이나 되었다. 외상투자기업이 중국에 입주한 시기는 개혁개방 이후로 집중되었으며 거의 80 %의 외상투자기업이 진입을 선택한다. 신중국 창립부터 개혁 개방까지의 기간 동안 신중국은 복잡한 탐색 단계에 있었고, 중국에 입주하는 외국 기업의 수가 가장 적었다.

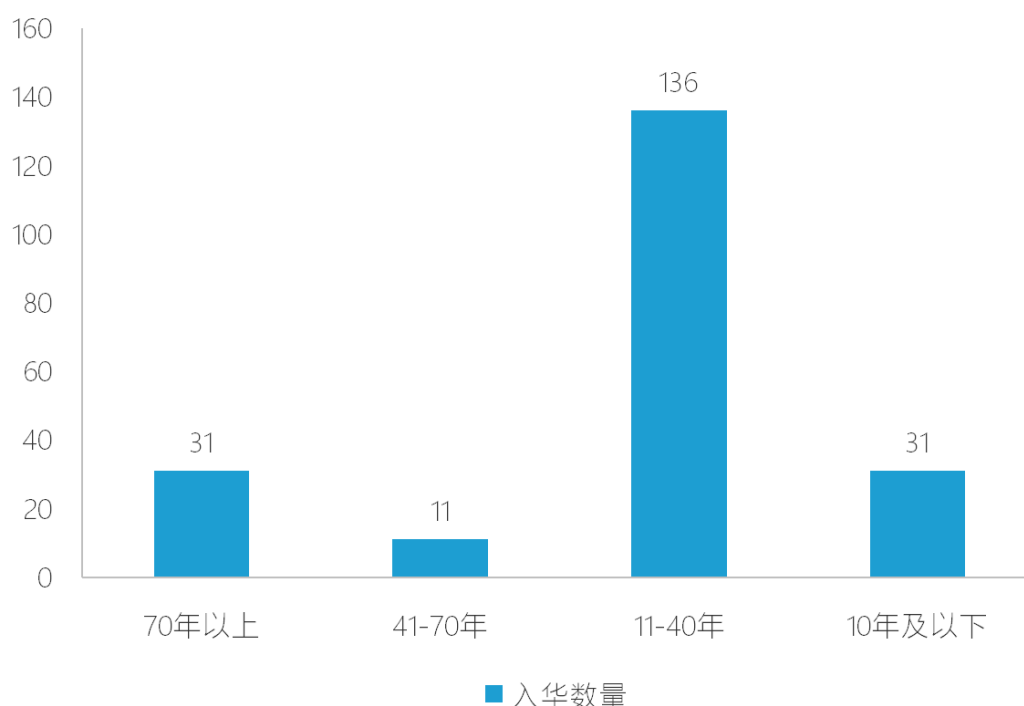


표 1) 2019 글로벌시가 209 개사 외상투자기업의 중국 입주 기간 분포도, 기간별 중국에 머문 기업 수량

중국에 진출하는 형태로, 250 개 기업 중 25 개 기업이 단지 업무 합작관계뿐이거나 현재 중국 시장에서 철수한 브랜드에 들어섰으며, 그 외 중국에 있는 185 개 기업이 사업부 또는 합작 또는 독자 회사를 설립했다.

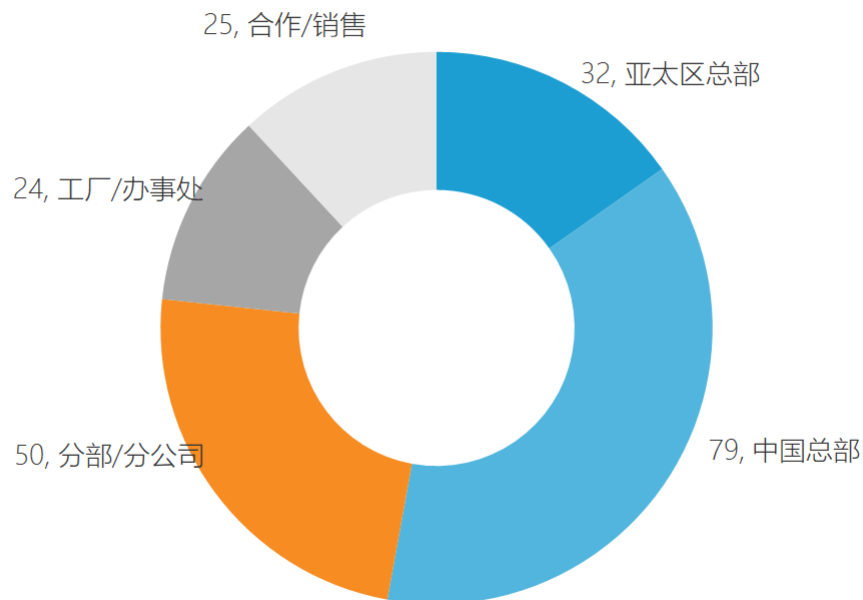


표 2) 출처: 이오왕, 2019 중국내 글로벌가치 210 개사 업무 발전 형식

79 개사-중국본사, 50 개사-지사, 32 개사-아시아태평양본사, 25 개사-합작/세일즈, 24 개사-공장, 판사처

중국에 본사를 설립한 글로벌기업은 111 개사이며 중국내 본사, 투자본사, 대중화구역 본사를 설립했다. 이중 32 개사는 아시아 태평양 지역 본사를 중국에 설립할 예정이며 15 개사는 아시아 태평양 본사를 상해에. 14 개사는 홍콩에 2 개사는 북경에 1 개사는 심천에 설립했다.



표 3) 출처: 이오왕, 2019 글로벌시가 185 개사 외상투자기업 중국 각지역별 본사 주소 분포도

185 개 외상 투자 기업 중국지역 본사의 위치는 상하이와 베이징을 선택한 것이 가장 많고, 글로벌 시장 250 강 명단에 든 기업 중 상해를 선택한 기업은 99 개사, 푸둥浦东 신구 (자유 무역 지역 포함)와 징안(静安)구 수치가 가장 높고, 업종은 의료 건강, 소매, 금융 등 제 3 차 산업이 가장 높은 비율을 차지했다. 베이징의 외상 투자 기업은 총 59 개로, 차오양구에 48 개, 81.35 %를 차지하고 있다. 업종은 에너지 광물 산업과 금융 기업이 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 그 다음으로 과학기술과 소프트웨어 분야가 차지하고 있다.

이외에도 이오싱크탱크는 재중국 외상투자기업 운영에 관해 심도깊게 평가 작업을 진행했으며 10 개 지표를 통해 4개 기준으로 10 등급제 점수를 매겼다. 최종 결과는 <2019 년 재중국 210 개사 외상투자기업 TOP 150>에 실렸다. 평가 결과에 관한 최종해석권은 이오싱크탱크가 가진다.

3.침강하는 라이브방송 판매시장: 스타의 환호와 소 BJ 의 고뇌

-중신징웨이 제공(中新经纬)

‘모든 여성들, 내 말을 들으시오. 그것을 구입! 그것을 구입하세요! 사용하기 아주 좋습니다!’ 모브랜드의 마스크팩 판매 라이브 방송에서, 메이크업 제품 판매 달인 리자치(李佳琦)는 끊임없이 이 말을 반복한다. 눈 깜짝할 사이에 4000 박스의 마스크 팩이 팔렸다.

그리고 스타가 라이브 방송으로 제품을 판다면 왕홍에 뒤지지 않는다. 리샹(李湘)은 Taobao 라이브 방송에서 월 교역액이 천만위안을 돌파했고 류옌(柳岩)은 콰이쇼우 라이브방송에서 월 판매액 1000 만을 올렸고, 곽부성(郭富城)은 5 초만에 5 만병의 샴푸를 판매했다’ 상누나의 말을 들은 것이 맞았다. ‘이 제품은 집에 갖고 가서 엄마에게 드릴 거다’ 리샹 Taobao 의 화풍은 왕홍이 제품을 판매하는 것과 조금도 다르지 않다.

전자 상거래 플랫폼의 ‘all in 라이브방송’ 전략에 따라, 점점 더 많은 스타들이 ‘왕홍’의 길을 가고 있으며, 이는 전자 상거래의 소 BJ 들이 생존할 공간을 더 작게 만들고 있다. 분석가들이 보기에 어떻게 80%의 ‘정상급이 아닌 BJ’를 추월할 것이냐가 전자 상거래 플랫폼의 미래 성장을 결정할 수 있다.



사진 1) 출처: 중신왕

스타가 제품 판매의 라이브 방송으로 '침강'

'스타의 제품 판매 현장은 공항에서 라이브방송 룸으로 옮겨 가고 있다'고 한 패션 업계 인사가 결론지었다.

모바일 인터넷이 시장에 하강하여 촉각을 내미는 동시, 사람들의 인상 중 '높고도 높은 위에서'와 '아득하게 닿을 수 없는' 스타들도 '침강'을 선택했으며, 그 중에서 가장 인기있는 방법은 왕홍과 같이 라이브 방송을 하는 것이다. 변한 것이 그럴듯하게 가까울수록 관심을 끌고 그 후에는 예외없이 상품을 판매한다.

MC 리상(李响)의 첫 라이브방송 제품 판매는 4 시간 이상 진행되었으며 총 28 개의 항목이 추천되었다. 라이브 방송에서 리상은 그의 좋은 친구인 류통(刘同)과 대화하고 제품에 대한 그의 경험을 공유하는데 더 많은 시간을 보냈고 전체 장면은 빠르지도 느리지도 않았다. 최종적으로 리상의 첫 번째 판매쇼는 2 백만 위안의 매출을 기록했으며 Taobao 가 발표한 'Taobao 라이브방송 스타 제품 판매차트'에서 3 위로 들어갔다.



그림 1) 출처: 북국왕

실제로 리샹 이전에 이미 많은 스타들이 라이브 방송 제품판매 전장에 참여했다. 예를 들어, 같은 MC 출신인 리샹(李湘)은 올해 4 월 22 일 첫 라이브방송 이후 거의 일주일 만에 한 번씩 방송하고 안정적인 시청률을 보이고 있다. 건강 보조 식품, 세면 용품, 신선한 간식류, 메이크업과 가전 제품 등 십여 종의 제품을 판매했고 월 매출액은 천만 위안을 초과했다.

더 많은 것이, 몇 달 전, 왕주란(王祖蓝)은 콰이쇼우에서 12 분 동안 10 만장의 마스크를 판매하여 교역액이 660 만 위안에 달했다. 소 S 공장웨이야(小 S 空降薇娅)는 Taobao 라이브 방송에서 초당 88 만 위안을 팔았다. 씨에팅펑(谢霆锋)은 자신의 음식 브랜드 펑미(锋味)로 콰이쇼우에 입주하여 비싼 시종쯔(刁粽子)를 판매했다. 광부성과 콰이쇼우 온라인쇼핑몰 달인 썬바(辛巴)는 합작하여 5 초동안 5 만병의 샴푸를 팔았다.....

이렇게 뜨겁게 인기있는 장면 배후에는 스타 라이브 제품 판매가 현재 일련의 완전한 산업 체인이 된 현상이 있다.

언론 보도에 따르면, 전자 상거래 플랫폼은 라이브 방송에 참여할 의사가 있는 스타에게 고문단의 가이드를 제공하고 수용한 사람의 상업화를 지속적으로 도와준다. 이후의 일상 운영, 제품 판매 활동 및 금전 전환 단계에 관련된 지원을 한다. 이외에도 전자 상거래 플랫폼은 MCN 기구와 합작하여 매니지먼트회사, 예능프로그램, 제작팀, 미디어, 콘텐츠 제작 등 전문 팀을 유입하여 스타 라이브 방송이 빠르게 착륙할 수 있도록 한다.

이것의 의미는 스타 연예인 BJ 에게 있어 진입에 어려운 단계를 뛰어 넘을 수 있고, 금전으로 바뀌는 과정을 생략하며, 우수한 자원을 직접적으로 획득하고 '라이브 방송 광장' 등 공적 영역의 트래픽원에서 팬을 유치할 수 있다.

소 BJ 의 딜레마: 팬은 사람만 인지하고 브랜드는 인지하지 않는다

그러나 스타가 온라인 쇼핑물 라이브 방송을 하는 것은 쉽지 않은 일이다. 어떤 분석에 따르면, 한편으로 처음에 이해되지 않던 이 트랙은 이제 경쟁으로 가득 차 있고, 다른 한편으로 스타 BJ 들이 직면해야 하는 경쟁자의 실력은 라이브방송에서 쇼를 하던 왕홍들도 과소 평가할 수 없고, 전자상거래 BJ 의 기술 진입장벽은 더욱 높고 더 치열하다. 이외 MCN 기구와 스타 BJ 간의 합작은 방송과 상품 공급체인 관계에서 적지 않은 문제가 있다.

그러나 이 모든 것이 BJ 아창(阿强가명)에게는 모두 어려운 일이 아니거나 지금 단계에서 고려되는 문제가 아니다. 아창은 현재 모특정 전자 상거래 플랫폼의 제품 판매 BJ 이며 5 개월 전에는 역시 우수한 쇼 BJ 였다. "전자 상거래 라이브중계가 인기가 있으니 나도 한번 해보고 싶다."는 생각으로 뛰어 들었다.

원래 쇼 BJ 일 때 아창은 매니지먼트사와 계약했지만 현재는 어떠한 MCN 기구와도 계약하지 않고 직접 상점 사장님과 계약을 체결하기로 선택했다. 현재의 현상에 대해, 아창은 얼굴이 우울해지면서 말했다. "이 가게는 일본계열의 일상 용품을 판매하고 있고 내 외모와 라이브 스타일에 비교적 어울립니다. 최근 첫 한 주에 두 번을 방송하고 한 번에 3 시간 동안 방송했습니다. 그러나 이제는 효과가 없기 때문에 사장님은 하기를 원치 않고 일주일 만에 한 번만 방송하라고 바꿨습니다."

아창이 기자에게 고객에게 제공되는 데이터 조합을 보여주었는데 2019 년 7 월 9 일부터 8 월 22 일까지 14 일 동안 아창 라이브 방송의 평균 시청자 수는 약 357 명이며 구매자 수는 약 2.29 명이며 결제 전환율은 약 3.37 %, 매출액은 약 293 위안이다.

모식품 전자 상거래 담당자는 직언하길 “전자 상거래 라이브방송은 수확과 비례하지 않습니다. 정상부가 아닌 판매자가 제품을 판매하는 라이브방송은 장기적 관점에서 모두 손실을 보고 있습니다. 왕홍 BJ를 초청하여 홍보하고 새로운 고객이 와서 물건을 구입하도록 인도해도 신규 고객이 머무는 비율은 아주 낮습니다. 모두들 사람만 인지하고 브랜드는 인지하지 않습니다.”라고 말했다.

일련의 데이터도 이러한 현상을 보여준다. Taobao 라이브 방송 담당자 자오위엔위엔(赵圆圆)은 매체에 털어놓길, 올해 4월 Taobao 라이브 방송 DAU는 9백만 명이었으며 매일 저녁 Taobao 라이브 방송 광장에서 웨이야(薇娅)는 3백만 명 이상의 시청자를 독점하고 리자치(李佳琦)는 200만명 이상을, 리얼바오베이(烈儿宝贝), 천지에(陈洁) Kiki는 거의 백만 명의 시청자를 끌어 모으고 나머지 6만여개의 라이브 방송룸이 남은 케익을 분할하는 것이라고 했다.

아창은 ‘어떤 이는 견지하고 어떤 이는 억지로 버티고, 어떤 이는 포기하고. 이것이 우리들 전자상거래 소 BJ의 현 상태’라고 말했다.

그러나 겸손하게 찾은 CEO 올리(奥利)가 보기에는 광신적인 팬을 보유하고 있는 극소수의 연예인을 제외하고 더 많은 연예인의 상태가 관중에게 보여지고 있으나 구매 행위가 일어나지 않고 있다고 했다. 이러한 각도에서 보자면 스타 연예인이 초기에 전자상거래 라이브 방송을 시도할 때와 일부 새로운 BJ는 같은 출발선에 있다.

분석가들은 트래픽 증가 기간이 지난 후, 스타의 판매가 지속 가능한 비즈니스 모델인지 아닌지 관찰해 봐야한다고 말한다. 전자 상거래 플랫폼의 경우 80%를 넘는 ‘비정상급 BJ’가 어떻게 돌파하고 미래의 성장을 결정지을 수 있는지 분석해야 한다고 한다.

4. 양자컴퓨터 시리즈 17) 양자컴퓨터가 최초로 슈퍼컴퓨터 능가 ‘양자컴퓨터’시대 개막인가?

- 광저우일보 제공



그림 1) 출처: 광저우일보. Google의 큐비트 회로는 초전도 재료로 만들어졌다

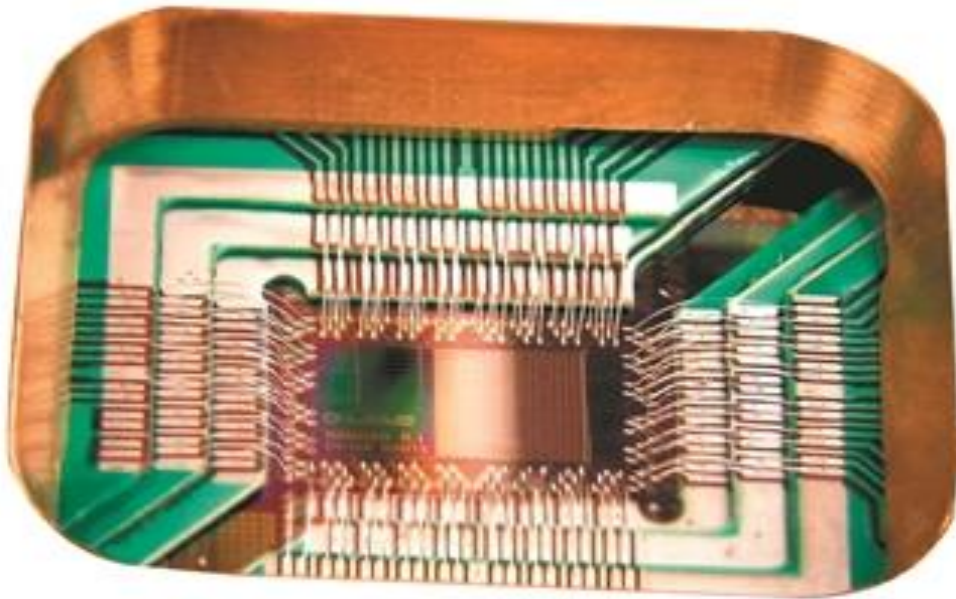


그림 2) 출처: 광저우일보. 칩



사진 1) 출처: 광저우일보. IBM 연구소

기술프런티어

미국 Google 연구원들은 최근 NASA (National Aeronautics and Space Administration) 공식 홈페이지에 논문을 발표했다. 그들이 연구한 양자 컴퓨터는 현재 세계에서 가장 빠른 슈퍼 컴퓨터 (슈퍼 계산) 'Summit'이 1 만년을 들여 완성하는 계산을 3 분 20 초만에 완료할 수 있다고 한다.

구글은 이것을 양자 컴퓨터 발전에서 중요한 이정표라고 칭하며 자신들이 '양자 패권'을 이미 성공적으로 달성했다고 주장했다. 그러나 이 '첫 번째'는 논란으로 가득차 있다. NASA 의 공식 웹 사이트는 그 후 이 논문을 삭제했으며, 이 연구는 동종업계의 검토를 거치지 않았으며 잘못된 발표일 수도 있다고 말했다. 라이벌 IBM 은 이 시스템은 전문적으로 단일 문제를 해결하도록 특별히 설계된 하드웨어이고 통용되는 컴퓨터가 아니라고 말했다. 이것이 최초인지 아닌지 여부에 관계없이, 연구원들의 보편적인 인식은 양자 컴퓨터가 실제 문제를 해결하기까지 아직 몇 년이 소요된다고 여긴다.

양자우월성을 보여주는 컴퓨터

이 논문의 제목은 '프로그래밍 가능한 초전도 프로세서의 양자 이점 사용'이며 Google 이 소개한 최초는 단지 양자 프로세서에서만 수행할 수 있는 계산이었다. 영국 언론은 이 논문이 삭제되기 전 사본을 보관했다며 '우리가 아는 한, 이 실험이 뜻하는 최초는 단지 양자 프로세서에서만 진행할 때의 계산'이라고 논문에 써져 있다고 말했다.

영국 매체의 20 일 보도에 따르면, 구글의 양자 컴퓨터는 Sycamore 이라고 명명하며 54 개의 초전도 큐비트가 있고, 측정시기 중 작동하는 초전도 큐비트는 53 개였다. 계산 작업은 '기계가 임의로 발생한 숫자의 랜덤성 증명'이었다.

보도에 따르면 Sycamore 는 3 분 20 초 만에 위에 상술한 계산을 완료할 수 있으며, 세계에서 가장 빠른 전통적인 슈퍼 컴퓨터 'Summit'는 동일한 문제를 해결하는데 약 1 만년 이 필요하다. 이것은 전통적인 컴퓨터가 이것을 계산할 수 없고 Sycamore 가 양자 우세를 증명하는 최초의 컴퓨터가 되었음을 의미한다.

실제 문제를 해결하기까지 아직도 몇 년이 필요하다.

이 논문은 비록 이 컴퓨터가 '양자 헤게모니 실험'을 실현하고 '매우 기대되는 컴퓨팅 방식의 출현'을 예고했지만, 수행이 단일하고 고도의 기술 계산만 수행할 수 있으며 양자 컴퓨터 거리는 실질적으로 문제를 해결하게 되기까지 아직도 몇 년이 더 걸릴 것이라고 밝혔다.

보도에 따르면 Google 은 2017 년 처음으로 양자 컴퓨터를 조립했지만, 72 개의 초전도 큐비트가 있는 시스템을 제어하기가 어려워 이 시도는 성공하지 못했다. 후에 Google 과 NASA 가 협력하여 양자 컴퓨터 기술을 개발했다. 오래되지 않아 Google 은 54 비트로 설계된 Sycamore 를 개발하여 새로운 혁신을 실현했다.

그러나 적어도 한 명의 경쟁사가 Google 의 성과에 의문을 제기했다. 영국의 매체 인터뷰를 수용하여 IBM 연구소 주관 질은 양자 패권을 달성했다고 선포한 구글의 주장은 '완전히 잘못됐다'고 말했다. 질은 구글 시스템이 단일 문제를 해결하도록 설계된 하드웨어이며 범용 컴퓨터가 아니라고 말했다. 양자 컴퓨터 개발 경쟁에서 IBM 은 Google 의 최대 경쟁자이다.

양자패권

캘리포니아 공과 대학 (California Institute of Technology)의 Preskill 교수는 2012 년 '양자패권 (quantum hegemony)'이라는 개념을 제안했는데 바로 양자 컴퓨터가 특정 문제에서 세계에서 성능이 가장 좋은 기존 컴퓨터를 초월한다는 것이다.

양자 역학 규칙

양자 컴퓨터는 전통적인 컴퓨터와 완전히 다른 양자 역학 법칙에 기반하여 작동한다. 큐비트는 양자 컴퓨터가 사용하는 기본 정보 단위이다. 기존 컴퓨터의 비트는 0 또는 1 이며, 이를 기반으로 이진 연산이

수행된다. 큐비트는 중첩이라고 하는 양자 현상을 이용하는데, 이 의미는 이것이 본질적으로 동시에 1 과 0 의 형태로 존재한다는 것이다.

계산방법

양자 컴퓨터의 계산상의 우세는 처리할 수 있는 정보량이 배로 증가한다는 것이다. 이상적인 상태에서 50 개의 큐비트는 한 번에 2 의 50 승으로 계산할 수 있으며 이는 이미 천문학적인 숫자이다.

'IBM Q 시스템 1 호'의 크기는 밴 차량 정도

올해 1 월 소비자 가전 전시회에서 IBM 은 최초의 상용 양자 컴퓨터를 발표했다. 이 컴퓨터를 'IBM Q System No. 1'이라고 하며 대략 밴 한 대 크기이며 클라우드 컴퓨팅을 통해 컴퓨팅 성능을 제공한다.

비록 'IBM Q System 1 호'는 실용 컴퓨터 장치와는 아직 거리가 멀지만 업계에서는 이전 양자 컴퓨터보다 더 신뢰할만하다고 평가받는다. 양자 컴퓨팅 칩은 매우 불안정하고 열전간섭에 취약한데, IBM 의 새로운 디자인은 이 간섭을 최소화했다.

일부 전문가들은 비록 Sycamore 가 상술한 작업을 성공적으로 완료했을 수도 있지만, 이것은 훈련에 의해 이 작업을 완성한 것일 수 있고 기타 다른 훈련되지 않은 작업에서도 동일한 성공을 거둘 수는 없을 것이라고 말했다.

전망은 거대하고 응용범위 광범

연구원들은 양자 컴퓨터 개발에 대해 더욱 낙관적이다. 'Google 은 최근 양자 패권의 달성이 이정표라고 발표했다.' Intel 양자하드웨어 주관 Clarke 는 "우리는 양자 컴퓨팅의 진정한 잠재력을 실현하기 위해 관련 분야의 연구를 빠르게 발전시키고, 세계와 같이 노력할 것입니다. 비록 이 분야의 기술 연구 개발 단계는 여전히 마라톤의 첫 1km 에 있지만 우리는 그 잠재력을 믿습니다."라고 말했다.

남부 캘리포니아 대학의 드어 교수도 Google 시스템을 양자 컴퓨터의 양자 비트가 서로 간섭하는 문제인 '혼선' 문제를 감소했다며 높이 평가했다. "Google 은 양자 컴퓨팅의 길을 보여주었다. 자신의 실수를 완전히 교정할 수 있는 양자 컴퓨터를 갖게 된다면 무한한 가능성을 보게 될 것이다."라고 말했다.

구글은 양자 컴퓨터의 성능이 '이중 지수 속도'로 증가할 것으로 예상하고, 전통적인 컴퓨터는 오랫동안 무어의 법칙을 따랐으며, 이는 18 개월 정도마다 컴퓨터 성능이 두 배로 증가한다는 것을 의미한다.

연구원들은 일단 양자 컴퓨팅 기능이 개발되면, 양자 컴퓨터는 암호학, 화학, 인공 지능과 기계 학습 등 서로 다른 영역에 막대한 영향을 미칠 것으로 예상하고 있다.

ICO News Letter by PLAYCOIN



1. 레빗.AI, 플레이코인과 '레빗 솔루션' 활용 위한 MOU 체결

(게임포커스, 2019.9.23)

(주)레빗.AI 는 플레이코인과 레빗 솔루션 활용을 위한 협약을 체결했다고 밝혔다. 양사는 이번 계약을 통해 전용 키보드, 빅데이터 사업 등에 필요한 기술 개발과 정보교환 등 상호 협력기로 뜻을 모았다.

이번 협약을 통해 애플리케이션 내에 데이터가 누적되면서 고객들의 패턴과 의도를 분석·파악하고, 이를 바탕으로 미래 예측이 가능하게 된다. 이러한 예측으로 고객들에게 최적화된 정보와 콘텐츠 제공이 가능하며, 전용 키보드를 통해 이용자들의 콘텐츠의 접근성 및 편의성 역시 향상될 것으로 예상된다.

이를 위해 레빗.AI 는 자사의 입력 솔루션인 '레빗 A 키보드'를 지원할 방침이다. 레빗 키보드는 플레이코인키보드라는 명칭으로 출시될 예정이다.

레빗 키보드는 삼성전자 갤럭시 핸드폰의 기본 키보드로 탑재될 정도로 성능을 검증받은 애플리케이션으로, 전세계 모든 모바일 기기 대응 및 143 개 언어 지원이 가능하다. 또한 인공지능망(Neural Network), 빅데이터 분석 및 인공지능(AI) 기술을 보유한 키보드 솔루션이다.

현재 넷마블의 '이사만루', 케이스타라이브, RS 에듀 등 다양한 장르의 업체들과 활발한 제휴 사업으로 점차 영역을 확장하고 있다.

한편, 레빗.AI 와 호흡을 맞추는 플레이코인은 홍콩에 설립된 게임허브에서 개발된 프로젝트로 중국과 동남아시아에 경쟁력 있는 모바일 게임 플랫폼을 제공하고 있다. 플레이코인은 게임과 디지털 마케팅에서 사용되는 블록체인기반의 새로운 암호화폐로 사용자는 페이스북, 유튜브 등 다양한 SNS 광고 활동을 통해 보상으로 코인을 획득할 수 있다. 또한 소셜마케팅, 얼라이언스 등의 기능을 통해 개발자, 미디어, 이용자 등 생태계 참여자들은 공평한 가격으로 서비스를 구입하거나 수익을 창출할 수 있게 된다.

2.플레이코인 2019~2020 사업 로드맵 공개 (Medium, 2019.9.26)

※ 2019 3Q

1. FHL 게임 South America 서비스 런칭(완료)
2. 파트너사 메인넷 테스트 진행 중
3. Stellargo Wallet/LifePharm Wallet 납품 계약 진행

※ 2019 4Q

1. 파트너사 메인넷 운영 개시
2. PlayWallet 스텔라루멘(XML) & 리플(XRP) 연동 지원
3. Stellargo Wallet/LifePharm Wallet 납품 예정
4. PlayCoin Staking 수익 배분 및 Buyback 진행(1 차)

※ 2020 1Q

1. 암호화폐 금융서비스(BTC 담보대출 및 투자상품) 베타 출시
2. 글로벌 핀테크 업체 SYNC와의 업무제휴
3. 파트너사 투자 유치(PLY 매입 방식으로 진행)

※ 2020 2Q

1. PlayCoin Staking 수익 배분 및 Buyback 진행(2 차)
2. 파트너사 메인넷 운영 수익 배분
3. 미디어 파트너사와의 Wallet 납품 계약

3. 텐센트가 영국 블록체인 기업 '에버레저' 투자했다 (서울경제, 2019.9.25)

중국 IT 공룡 텐센트가 블록체인 스타트업 에버레저의 투자금 모집을 주도했다.

24 일(현지시간) 에버레저는 2,000 만 달러(약 240 억 원) 상당의 시리즈 A 투자금 모집에 성공했다고 밝혔다. 텐센트의 주도로 이뤄진 이번 투자에는 블룸버그 베타, 라쿠텐, 피델리티 등 유명 벤처캐피털과 기업들이 참여했다.

인터넷 서비스를 통해 삶의 질을 개선하는 게 텐센트의 목표이며, 이는 에버레저의 사업 모델과도 일맥상통한다는 게 에버레저 측의 설명이다. 텐센트는 투자뿐 아니라 에버레저 이사회 회장으로 활동할 예정이다. 제임스 미첼(James Mitchell) 텐센트 수석 전략 담당자는 “에버레저의 블록체인 기술을 이용하면 소비자에게 가치를 제공하는 동시에 기업의 비즈니스 리스크를 줄일 수 있다”고 평가했다.

르네 캠프(Leanne Kemp) 에버레저 설립자는 “기업 가치를 인정받아 개발 단계에서 좋은 투자를 받을 수 있었다”며 “투자사들의 지원을 통해 전 세계 수억 명이 사용할 수 있는 투명한 플랫폼을 제공할 것”이라고 말했다. 이어 그는 “텐센트와 에버레저는 물과 배수로 같은 존재”라며 “파트너십을 통해 중국 내 에버레저 입지를 확장하겠다”고 덧붙였다.

영국에 본사를 둔 에버레저는 지난 2015 년 설립된 기술 스타트업이다. 블록체인, 인공지능, 사물인터넷 등 4 차 산업 기술을 통해 투명한 정보 공유를 실현하겠다는 목표를 가지고 있다. 다이아몬드 진위를 판별하는 블록체인 솔루션을 개발하며 이름을 알린 바 있다.

4. 중국, 중앙은행 디지털 통화 출시 서두른다 (DCoinNews, 2019.9.27)

중국 인민 은행(PBOC)은 언제 디지털 통화를 출시할 것인지에 대한 시간표를 가지고 있지 않다. 이는 은행의 총재인 이강이 직접 밝혔다. 그는 “은행이 디지털 통화를 일반 대중에게 공개하기 전에 관련 위험을 조사, 테스트, 평가 및 예방하는데 시간을 투자하고 있다”고 밝혔다.

글로벌 타임즈에 의해 처음 보도된 이 발언은 페이스북의 리브라보다 디지털 통화의 출시를 서두르는 중국의 모습을 효과적으로 나타낸다. 이 총재는 디지털 통화 R&D 의 기술 로드맵에 대한 전제가 없으며 블록체인은 디지털 통화를 개발하는 것으로 간주하고 있다고 말했다.

PBOC 는 2014 년부터 디지털 통화에 관심을 가져왔다. 새로운 디지털 통화의 목표는 은행이 전국 통화 순환 비용을 줄이는데 있다. 통화는 또한 위안의 유통과 국제화를 지원할 것이다.

새로운 통화는 M1 과 M2 가 아닌 M0 를 대체하는 것을 목표로 한다. M1 은 M0 와 수요예금을 더한 것을 말한다. M2 는 신용을 통해 통화 정책에 영향을 미치는 것을 의미한다. 페이스북이 2020 년 암호화를 출시할 계획을 발표한 이후 최근 몇 달 동안 개발 속도는 빨라졌다.

중국 보도에 따르면 PBOC 는 최소한 7 개의 금융기관을 이용해 통화를 분배할 것이라고 말한다. 이들 기업중에는 앤트 파이낸셜, 유니온페이, 중국산업상업은행, 중국건설은행 등이 포함되게 된다.

앞서 포브스의 한 보고서는 11 월 11 일 싱글스 데이에 이르면 디지털 통화가 시작될 수 있다고 주장한 바 있다.

중국의 디지털 통화는 비트코인이나 모네로 같은 기존의 분산형 디지털 통화와는 다르다. 대신 PBOC 에 의해 통제되는 중앙 집중 통화가 될 것으로 보인다.

사용자들은 모바일 지갑을 다운로드 받고 위안화를 환전해야 할 것으로 보인다. 그들은 디지털 통화와 지갑을 사용해 지불할 수 있다.

오늘날 중국 대부분의 사람들은 텐센트와 알리바바가 제공하는 디지털 지갑을 쇼핑, 송금, 결제 등 모든 것에 사용한다. 이 통화가 국제적으로 어떻게 사용될지도 흥미로운 일이다.

중국 당국이 자국민에 대한 감시를 강화하고 있는 시점에서 새로운 통화 발행이 이뤄진다는 점도 주목해야 한다. 그만큼 중국 정부가 국민들의 활동을 계속 추적하는데 도움이 될 것으로 보인다.

이러한 보도는 흥미롭게도 100 대 기업에 정부 관리들을 두겠다고 발표한 날에 나왔다. 따라서 이러한 중국 정부의 감시 의도가 디지털 통화에서도 선명하게 드러날 것으로 보인다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (96)

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.

속 마음을 알아주고 디자인

필자의 키는 172.5cm 이다. 그런데 누구 앞에서는 173cm 이라고 한다. 조금이라도 높여 말하고 싶은 심리가 발동한 것 같다. 필자는 키가 180cm 가 넘는 사람을 보면 멋져 보인다. 필자의 키는 평균 이상으로 손색이 없는 키이다. 그런데도 좀 더 큰 키였으면 하는 마음이 나이가 들어도 변함이 없다.

요즘 같은 외관의 멋을 중요시 여기는 시대니, 키가 작은 사람이 받는 심리적 압박이 남다를 것 같다.

한때 '키 높이 구두'가 유행하였다. 구두의 밖의 굽은 좀 높는데 구두 안은 유독 높다. 오락 방송에서 유명 연예인이 신발을 벗었는데, 갑자기 작아진 키에 주위에 있는 연예인들이 일제히 박장대소를 하며 난리가 났다. 키 높이 구두를 신은 연예인은 여태까지 자기 키를 숨겨온 것이 발각이 되었다.

이건 잘못도 아니며 욕먹을 짓도 아닌데, 왜 이렇게 반응을 하는 걸까? 키에 대한 편견이 사회적 통념으로 깊게 자리를 잡고 있어서 그럴 것 같다.



사진 1) 출처: 네이버. 맨발에 장착하여 키를 높여 주는 도구

키를 키우기 위해 약도 먹고, 그것도 안되면 뼈를 어어 붙이는 수술도 한다고 한다. 큰 키에 대한 열망이 대단하다. 작은 키가 열등감의 대상도 아닌데 부지부식 간 그렇게 되어버렸다. 그래서 조금이라도 키를 키울 수 있다면 그 어떤 것도 마다하지 않는다.

그러나 성장이 끝난 어른은 특별한 대안을 찾기 쉽지 않다. 그나마 키 높이 구두였는데 이건 신발을 벗어야 하는 한국 문화권에서는 발각될 수 있어 부담스럽다. 아마 신발을 상시 착용하는 서양 문화권에서는 없을 것 같다. 사진의 제품은 양말 안에 착용하니 좀처럼 알 수가 없다.

이런 디자인은 사람의 마음을 잘 읽고 편리하게 우리 삶을 지지해주는 디자인이다.

고마운 디자인이다. 남들은 속았다고 할 수 있겠지만, 사실 속았다, 속였다 하는 문제를 넘어 본인은 절실하였다.

사람의 속 마음을 알아주고 그것을 도와주는 디자인 얼마나 고마운가? 은근히 멋진 디자인이 아닌가?

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. 미국의 추가관세에 의한 중국경제 영향은 어느정도인가 (Wedge, 2019.10.2)



그림 1) 출처: Getty Images Plus

트럼프대통령은 작년이후 미국의 추가관세에 의해 중국경제는 성장률, 고용, 직접투자에 있어서 커다란 타격을 받고 있다, 고 주장하고 있지만 이것은 맞는 것일까.

먼저 중국의 성장률 저하는 트럼프 관세이전 이미 2010 년경부터 시작하고 있지만, 2018 년 7 월 이후 가속되지는 않고 있다. 중국의 성장률이 감속하고 있는 주요 이유는 시정권에 의한 경제정책이 잘못된 점, 특히 은행융자등 자원을 민간기업이 아닌 국영기업에 더욱 많이 배분하고 있는 점에 있다. 그리고 중국의 대미수출은 의외로 적고, 그 결과 2019 년전반에 있어서 대미수출은 전년동기대비로 13% 저하했지만 이 숫자는 중국의 GDP 의 0.4%에 불과하다고 한다.

중국 제조업고용의 감소에 대해서는 어떨까. 트럼프대통령은 7 월 트위터에서 중국은 500 만명의 고용을 상실했다고 말하고 있다. 확실히 최근 수년 중국의 제조업고용은 감소하고 있지만, 2018 년 7 월이후 감소는 둔화하고 있다. 즉 중국의 제조업고용 감소는 무역전쟁전부터 일어나고 있다. 감소의 원인은 제조업의 노동생산성이 높아지고 있는 점, 제조업 고용이 피크가 되는 시기가 지나 간 것에 의한다고 생각된다.

대중직접투자에 대해서도 중국에 직접투자가 무역전쟁에 의해 줄었다고 하는 사실은 없다. 즉 작년중반이후의 중국 직접투자는 그때까지의 트렌드와 거의 같은 수준(연율 3%)로 증가하고 있다. 재중국 외자기업의 대부분은 대중국추가관세에 의한 중국이외의 국가(미국을 포함)에 생산기지를 이전하는 인센티브가 적다. 그 이유의 첫번째는 외자기업(특히 미국기업)의 대부분의 판매처는 중국국내라는 점, 두번째는 생산기지를 시프트하기에는 거액의 코스트가 필요하다는 점이다. 따라서 추가관세에 의한 현재의 중국외자기업의 대부분이 외국에 재배치, 혹은 미국에 회귀한다고 하는 트럼프의 주장은 해당되지 않을 것이다.

이상과 같이 대중추가관세에 대한서의 트럼프의 주장은 무리가 있다. 단 이번의 무역마찰에 의한불확실성 고조에 다른 세계각국의 성장이 억제되어 결과적으로 중국성장이 억제되고 있다는 면도 있다. 예를들어 IMF의 최근분석은 2019년 1/4 분기의 세계 무역불확실성지수는 크게 높아져 있어, 그 결과 세계경제의 성장률은 0.75%저하되고 있다, 라고 한다. 이러한 역풍은 중국의 중장기적 과제인 경제구조의 전환(투자, 제조업, 국영기업이란 지금까지의 플레이어에서 소비, 비제조업, 민간기업이라는 새로운 플레이어로 전화)을 늦추게 된다.

이러한 가운데 시정권은 정책의 축을 경기뒷받침에 두기 시작한 것 같으나 그 효과는 한정적으로 생각된다.

첫번째 금융완화책이다. 중국인민은행은 예금준비율을 작년초두부터 연속적으로 인하해 왔다. 지난번에는 한층 10.5%까지 인하했다. 그러나 그 경기부양력은 작을 것이다. 인민은행이 원래 수준을 현재의 7.1 위안 정도로 고정하고 있는 한, 금융완화정책의 유효성은 저하한다. 또 해외에서도 금융완화국면에 들어가 있어, 중국의 금융완화에 의한 위안화저효과는 한정된다.

두번째는 재정정책이지만, 리먼쇼크직후의 4 조위안 급의 부양책은 생각할 수 없다. 오히려 지방정부의 소프트한 예산제약과 쉐도뱅크의 과잉대출의 환수 필요성을 생각하면 재정지출의 증가는 크게는 되지 않을 것이다.

경기 뒷받침의 방법에 관해서는 고민되는 점이 있다. 자주 지적되듯이 시정권이 된 후에 중국경제의 주역은 민영에서 국경으로 축이 옮겨졌다. 물론 중국의 진정한 모습은 공표데이터에서 추측되어 지는 면이 있지만, 시정권이 최근 경기후퇴의 아픔을 국영기업 지원에서 완화해가려는 스탠스를 강하게 하고 있다면 생산성을 높이고, 양에서 질로의 전화를 꾀한다는 당초의 꿈의 실현은 더욱 멀어질 것으로 생각된다.

미국의 대중관세는 트럼프가 말하듯 직접적인 효과는 없지만, 중국경제에 어느정도 간접적인 압력을 주고 있는 것은 부정할 수 없다. 그것을 중국측이 어떻게 인식하고, 미중교섭에 어떤 반영이 있을지 주목된다.

2. 소비세 10%, 어디에서 사는 것이 가장 득? 스마트결제나 가격할인 캠페인으로 대혼전 (SPA, 2019.10.1)



사진 1) 출처: SPA

중국경제에 브레이크가 걸려 중동리스크도 꿈틀거리는 등 세계경제에 저변을 흔드는 압력이 높아지는 가운데, 10 월 1 일부터 소비세율이 10%가 되었다. 음식점등에서는 경감세율에 대응등 어느정도 혼란도 예상되지만 20 년 6 월까지는 캐쉬리스결제로 최대 5% 포인트환원책도 있기 때문에 현명하게 이용하면 증세전 이상으로 좋은 쇼핑도 할 수 있을 것 같다.

세율을 8%로 올린 14 년의 증세는 8 조엔을 넘는 부담증가가 가게에 무겁게 가중되었다. 당시는 아베노믹스 초기단계라는 것도 있어 경기에 기세도 있었지만, 이번은 분명히 사정이 다르다. 도대체 세율 10%의 임팩트는 가게에 어느정도 영향을 미칠 것인가? 제일생명경제연구소수석이코노미스트인 나가하마토시히로씨가 말한다.

‘이번의 부담액은 5.6 조엔. 경감세율의 도입과 육아세대에 환부등 두터운 부담경감책을 동시에 실시하고 있기 때문에 가게전체에서는 연평균 4.5 만엔, 토털로 2.5 조엔정도의 부담으로 될 듯 하다. 유아교육무상화등으로 혜택을 받는 사람들은 4 분에 1, 그렇지 않은 사람들로 2 분에 1 정도의 인팩크가 된다.

단 현재 중동리스크로 원유가격이 상승하고 있기 때문에 금후 경기가 악화할 가능성이 높다. 『막차타기 수요』가 성과가 없었던 것도 이러한 요인일 것이다’

확실히 막차타기 수요는 ‘한정적’이었던 것 같다. 증세전 마지막 3 연휴였던 9 월 21~23 일, 고급품을 취급하는 백화점과 대형양판점은 전년대비 20~30%의 매출을 기록한 곳도 있지만 비교적 싸게 구입할 수 있는 일용품과 의약품등의 움직임은 둔했다고 한다. 나가하마씨는 이어 말한다.

‘고가인 것도 주택에 대해서는 올림픽후에 부동산가격이 하락할 것을 예상해 오히려 사는 것을 주저하는 사람들이 상당수 존재한다. 자동차와 가전도 증세를 노리고 5월까지의 호조였지만, 『노후 2000 만엔문제』가 화제가 된 6 월 이후는 소비자가 절약으로 방향을 틀어, 소비가 줄어들었다.

그래서 애써 일용품에 대해서는 증세후에 구입하는 것이 캐쉬리스결제에서는 고율의 포인트환원이 있어서 일부터 증세전에 살 필요가 없고, 제도를 잘 이용하면 증세후에 사는 것이 오히려 득이라는 심리가 움직였던 것입니다’

10 월 1 일부터는 소비의 둔화완화와 캐쉬리스결제의 보급을 목적으로 한 포인트환원제도가 시작되었다. 신용카드와 전자머니, 스마트폰결제에서 대금을 지불하면 중소 소매점과 음식점은 5%, 편의점등 대기업 중소 FC 점에서는 2%가 환원되지만, 결국 어느 점포에서 어떤 결제사업자를 이용하면 득일까? 명확하게 와 닿지 않는 것이 솔직한 마음일 것이다. 피낸셜플랜너인 후로우찌야야씨는 말한다.

‘환원사업의 대상은 『자본금이 5000 만엔이하』등의 조건을 갖춘 중소기업으로 더욱이 사업에 참가하는 수속을 마친 점포에 한정됩니다. 또 캐쉬리스결제라면 뭐든 포인트 환원되는 것은 아니며, 어떤 결제수단이 환원대상이 되는가는 결제사업자에 맡겨져 있기 때문에 주의가 필요.

예를 들어 편의점 미니스톱에서는 직영점은 환원이 없거나 대상점포인 것 같아도 그렇지 않은 경우도 있다.

또, 국제브랜드카드에서도 은행계와 신판계등 발행회사가 달라서 발행처가 신청하지 않았다면 포인트가 안 붙습니다. 보통 쇼핑을 할 때 마다 대상점포인지 아닌지 확인하는 것은 번거롭기 때문에 결제수단을 하나로 해서 계속 그걸로 사용하는 것이 현실적라고 할 수 있을 것이다’

< 주요 카드별 환원캠페인 >

Suica.....10 월 1 일부터 대상 점포에서 JRE POINT WEB 사이트에 등록한 Suica 를 사용해 물건을 사면 2%포인트가 환원된다. JRE CARD 우대점과 JREMALL 에서 JRE CARD 결제로 쇼핑을 하면 환원율이 5.5%가 된다.

PASMO.....PASMO 도 포인트 환원을 받기 위해서는 전용사이트에 접속해 사전에 회원등록이 필요하게 된다. JR 북해도가 발행하는 Kitaca 에는 원래 포인트제도가 없듯이 교통계카드는 주의가 필요하다고 말할 수 있다.

PayPay.....제 1 탄으로서 11 월 30 일까지 ‘시내페이페이’를 실시. 환원제도의 5%에 더해, 야후카드라면 PayPay 가 5%를 더욱 얹어 합 10%의 포인트가 돌아온다. 단, ‘시내페이페이’의 캠페인포스터등 게재가 없는 점포에서는 5%의 부여는 없다.

LINE Pay.....포인트환원제도의 5%에 더해, 월 10 만엔 이상의 결제를 하면 포인트부여율이 2.0%가 되는 ‘그린’의 ‘마이컬러’라면 최대합 7%환원된다.

라쿠텐페이.....종래의 포인트환원에 더해, 10 월 1 일부터 ‘『세븐일레븐』에서 라쿠텐페이를 사용하자! 도입기념캠페인’을 개최. 라쿠텐페이를 이용해 711 엔 (세금포함) 지불하면, 빠짐없이 라쿠텐슈퍼포인트 150 포인트가 부여된다. 기간은 11 월 1 일까지.

JCB.....12 월 15 일까지 ‘JCB 로 스마트결제! 전원에게 20%캐쉬백캠페인!’을 실시. Apple Pay 나 Google Pay 에 환원대상카드를 등록하면 쇼핑등 이용액의 20% (월최대 1 만엔) 이 환원된다.

위와 같이 결제사업자각사의 독자캠페인과 포인트 추가를 잘 이용하는 것도 키가 될 듯 하지만, 한편으로 이런 “꿀팁”도 있다고 한다..... 경제평론가로 경영전략컨설턴트인 스즈끼다카히로씨는 말한다

‘소비증해후를 바라보고 고객을 불러들이기 위해서 일부러 자본금을 5000 만엔이하로 감자한 슈퍼도 있을 정도입니다. 중소기업 취급이 되면 제도를 이용해서 고객에게 포인트환원할 수 있기 때문에.....’

일본슈퍼마켓협회에 가맹한 대형체인 가운데에서도 자본금 5000 만엔이하의 회사가 13 사 있어서 이러한 점포를 이용하는 것도 하나의 수. 소비증세가 실시된 10 월 1 일부터, 할인캠페인을 내거는 슈퍼와 외식산업도 많기 때문에 잘 이용하면 좋을 것입니다’

아래를 보시면 알 수 있듯이, 10 월 1 일 이후 ‘할인 캠페인’이 강추입니다.

< 10 월 1 일 스타트인 점포캠페인 >

요시노야.....10 월 1 ~15 일 기간한정으로 ‘소고기덮밥 · 소고기 전품 10%할인 캠페인’을 실시. 포장에서도 10% 할인가격으로 판매된다. 캠페인 명목은 ‘창업 120 주년기념’이지만, 요시노야는 일찍이 캐쉬리스결제에 의한 포인트환원캠페인 참가를 하지 않는다 표명했기 때문에 승부수를 내건 모양새다.

모스버거.....모스버거 MOS 포인트 환원캠페인’을 스타트. 결제액의 2%MOS 포인트를 받을 수 있다. 10 월 1 일부터 미즈이스미토모 VISA 카드에서 결제하면 2 배, 11 월 1 일부터는 JCB Original Series 로 결제하면 10 배 (5%) 포인트를 부여.

오오토야.....오오토야포인트와 라쿠텐포인트를 합친 W 포인트환원을 실시. 오오토야포인트는 최대환원을 8.6%이지만, W 포인트에서는 최대 9.6%의 환원이 되는 계산이다. 10 월 1 일부터 ‘오오토야특제스파이스믹스’ (세금포함 : 150 엔) 을 각점포선착 100 명, 전점포합계 3 만 4500 명에 선물한다.

세이유.....모든 시즌카드에서 구입금액 3%를 할인. 5%할인 개최일은 환원을 5%로. 월마트카드 시즌은 이미 실시중인 할인대상 4000 품목중 600 품목이상을 증세후 더욱 할인할 방향.

‘증세후 소비동향을 사정해 조기에 다음 한수를 두고 싶은 생각입니다. 낙관하지 않고 엄중하게 상황을 지켜보고 싶습니다’ (오토야홀딩스 코퍼레이트브랜드실 · 이와쿠마에이찌씨)

점포도 지혜를 모아 고객모객을 꾀하듯이 소비세가 10%가 되어도 현명하게 잘 “캐쉬리스신시대”를 즐겼으면 한다.

현재, 전국 200 만점포중 환원사업참가는 50 만점포

포인트환원율은 중소기업이 5%, 체인점은 2%, 그리고 대형슈퍼등 대규모점은 제로로, 규모가 작을수록 환원율은 높다. 하지만 식품과 일용품은 대형슈퍼쪽이 싸고 물건도 많기 때문에 뚜껑을 열어봤더니 포인트가 제로라도 대형슈퍼에서 사는 것이 득이었다.....하는 일도 있을 수 있기 때문에 주의가 필요하다.

3. '규제개혁을 앞으로도 추진한다', 자민당청년국장 · 코바야시후미아끼 의원이 말한다 (닛케이 비즈니스, 2019.10.1)



사진 1) 출처: 닛케이비즈니스, 코바야시후미아끼씨 / 중의원의원, 자유민주당청년국장. '테크놀로지 사회실현에 의해 개인을 자유롭게, 사회를 공평하게'를 정치신조로 해, 규제개혁에 주력. 히로시마 7구, 3 선재.

38 세의 젊은 나이에 환경대신에 취임한 코이즈미신지로씨에 주목이 모여지는 가운데, 규제개혁을 강력하게 추진해 온 코바야시후미아끼 중의원의원이 자민당청년국장에 취임했다. 청년국은 자민당의 창당이후 계속된 조직으로 45 세이하 의원으로 구성된 조직. 역대 수상도 줄이어 청년국장을 맡고 있고 코이즈미대신도 야당시절에 30 세로 청년국장을 맡고 있다. 휴대전화시장과 방송분야, 어업영역등에 있어서 규제개혁을 추진해 온 코바야시씨에 이야기를 들었다.

——약 7 년에 걸친 규제개혁, 행정개혁을 추진해 왔지만, 근본적인 생각을 알려달라.

나는 원래 NTT 도코모출신. 테크놀로지는 개인을 자유롭게 하는 힘을 가지고 있으며, 불평등한 환경을 시정하는 힘도 가지고 있다고 하는 신념이 있다. 정치가로서 미션 저변에 흐르고 있는 것은 이런 생각이다. 테크놀로지가 진화해 세상이 변화해 가는 가운데 일본을 부감하면 시대에 어울리지 않는 관습이 산재되어 있다. 이러한 어긋남을 하나하나씩 조심스럽게 고쳐 나아가야 한다고 생각한다.

규제개혁은 말하기는 쉬워도 하는 것은 어렵다. 가장 어려운 것은 규제에 의해 지켜지고 있는 사람들이 존재하고 있다는 것이다. 개혁이 나아가면 당연히 이러한 사람들은 어려운 경쟁에 내몰리게 된다. 규제개혁에 대해서 대립하는 것은 당연한 일이다.

규제개혁의 로직은 행정이 만들지만 이해관계자와 대화하고 이해를 구하고, 설득해 가는 것은 정치가의 일이라고 생각한다. 한때의 환경변화에 저자세가 되는 것이 아닌, 개혁이 진전되면 함께 밝은 미래가 열린다고 하는 것을 착실히 설명하지 않으면 좀처럼 규제개혁은 진전되지 않는다.

——13 년만의 휴대전화시장 신규참여가 실현되었다.

원래 기본에 있었던 것은 스마트폰. 손바닥사이즈의 스마트폰은 이제는 인터넷의 메인입구가 되었다. 누구나가 가지는 스마트폰이 얻기 쉽고, 사용하기 쉬지 않다면 테크놀로지에 뒤쳐지는 사람들이 나온다.

그 관점에서 봤을 때, 지금의 휴대전화는 결코 고르기 쉬운 상황이 되어 있지는 않다. 요즘도 세계적으로 보아 압도적으로 높은 것은 아니지만, 사업자간의 경쟁이 안정되어 벽에 부딪혀 있다. 새로운 플레이어의 참여에 의해 재차 경쟁이 활발해지고 또 타 사업자로 환승도 하기 쉽게 선택지를 늘린다. 이것이 추진해 온 휴대전화시장의 규제개혁이다.

라쿠텐의 신규참여는 행정개혁에서 태어난 것이다. 유한자산인 전파는 효율적으로 사용할 필요가 있다. 이전부터 방위성등이 사용해 온 전파는 휴대전화사업자가 사용하기 쉬운 대역이었지만, 그 영역을 개방하기 위해서는 사용전파의 이전이 필요하게 된다. 그것을 신규참여사업자에 부담을 하게 하는 형태로 라쿠텐에 의한 참여가 정해진 형태이다.

라쿠텐의 늦은 참여에 대해서는 원래 계획대로 진행되기를 바라는 마음이지만, 새로운 도전에는 당연히 실패도 있을 수 있다. 그런 부분에 대해서는 관용적인 사회이기를 바란다. 모두 규제개혁은 해야한다고 도전할 수 있는 나라로 하자고 입을 맞추고 있지만, 막상 실패를 하면 비판을 한다. 원래 소프트뱅크가 휴대전화사업을 개시할 때도 전파가 잘 연결되지 않는 문제가 일어났었다. 새로운 도전자에 대해서는 더욱 응원해주면 좋지 않을까.

——기업에 의한 양식업 참여, 및 어업자원관리강화를 목적으로 한 어업법 개정을 2018 년 12 월에 성립시켰다.

7 년기간 대부분을 들인 힘든 규제개혁이었다.

규제개혁에는 몇 가지 패턴이 있다. 행정측이 규제개혁을 추진하고 싶고 민간측이 반대하는 경우, 민간측이 규제개혁을 추진하고 싶고 행정측이 반대하는 경우이다. 어업법개정에 대해서는 행정측도 민간측도 긍정적이지 않았다는 의미에서 정말로 힘들었다.

특히 힘들었던 것은 행정측이다. 정책에 계속성이 요구되는 관청에 있어서 지금까지와 전혀 다른 방향으로 키를 돌리는 것은 쉬운 일이 아니었다. 개인의 자질보다는 조직과 구조의 문제이다. 원래 지금의 행정 평가제도는 새로운 도전에 대해서 평가되지 쉽지 않은 인사제도인 것이 근저에 있다. 이러한 영역은 정치가야말로 크게 키를 돌리는 역할을 맡아야 한다.

——방송법이 개정되어 NHK 에 의한 인터넷 동시발신도 해금되게 되었다.

이것도 내가 조정역을 맡은 안건이지만, 원래 NHK 가 인터넷에서 동시발신하는 것을 인정할지 어떨지에 대해서는 논의가 이어져 왔었다. 민방은 당연히 압박이 된다고 반대하고 있었다. 하지만 테크놀로지가 진화하는 가운데 NHK 의 동시발신 플랫폼과 민간발신플랫폼을 함께 한다는 것을 생각할 수 있게 되었다. NHK 와 민방에서는 비즈니스모델이 전혀 다르다. NHK 만이 서브스크립션이며 경영의 안정성이 전혀 다르다. 한편 앞으로 확실하게 축소되어 갈 국내시장 밖에 보고 있지 않은 논의가 반복되어 왔다.

NHK 의 프로그램구성이 민방측의 시청률을 뺏어 간다는 비판도 있는 가운데 NHK 자체를 슬림화하는 개혁도 셋트로 제시했다. NHK와 민방이 함께 플랫폼으로 발신하면 일본에 머물리 않고 전세계에도 발신할 수 있게 된다. 민방도 전세계에 콘텐츠를 발신할 수 있는 체제가 갖춰진다.

수익이 없기 때문에 좋은 콘텐츠가 안 나온다, 좋은 콘텐츠가 나오지 않기 때문에 수익이 없다는 악순환에서 탈출하기 위해서라도 더욱 넓은 시야에서 마켓을 볼 필요가 있다고 생각한다. 지방국이어도 좋은 콘텐츠를 제작하면 전세계에 전개할 수 있을 것이다. 지방국도 경영기반이 안정된 곳도 있다면, 재편을 할 수밖에 없는 곳도 나올 것이다. 어느쪽이든 체력을 제대로 만들어, 좋은 콘텐츠가 나올 환경을 만드는 것이 중요하다.

——청년국장으로서 앞으로 노력해가고 싶은 영역에 대해서 묻고 싶다.

지금 일본은 재해가 다발하고 있다. 재해에 강한 조직을 만들 필요가 있다. 전국에 있는 조직을 통해서 정보수집이 가능하다. 구체적으로 실현되었으면 하고 생각하는 것은 소셜미디어를 사용한 정보발신이다. 소셜미디어의 사용법이 숙지되어 있지 않거나 통일이 없거나 해서 정보가 분산되어 버린다. 트위터라면 위치정보와 사진을 올릴 수 있다. 재해정보를 리얼타임으로 파악하는 것이 가능하게 될 것이다. 그를 위해서도 좋아요를 누르는 정보의 집약성을 높이는 시책이 필요할 것이다.

또, 청년국은 대만과의 외교창구 기능을 가지고 있다. 중국에 경제의존도가 높은 대만은 중국으로부터 압력이 매년 높아지고 있다. 이 의존도를 낮춰갈 필요가 있다.

예를 들어 연간 대만에서 일본으로 오는 관광객은 500 만명. 한편 일본에서 대만으로 가는 관광객은 200 만명이다. 더욱 일본에서 대만으로 가는 여행객을 늘려갈 필요가 있다. 예를들어 중학교와 고교의 수학여행에서 대만을 선택하도록 교육위원회에 권유하는 방법도 있을 것이다. 관광만이 아닌, 대만정계와도 교류를 깊게 하고, 서로 투자를 늘리는 활동을 전개해야 한다고 생각한다.

규제개혁은 앞으로도 추진해 간다. 이제부터 일본은 소자고령화가 거부할 수 없게 진전된다. 생산성향상을 호소하면서도 민간의 발목을 잡는 것이 행정이다. 행정수속에서는 아직도 종이가 남고, 게다가 지자체마다 포맷이 다르다. 이러한 하나하나가 민간의 발목을 잡고 있다는 것을 자각해야 한다. 철저하게 테크놀로지로 합리화를 추진해 민간인들의 활동을 지원해 가야 한다고 생각한다.

그것을 위해 걸림돌이 되는 것이 정치와 행정측의 테크놀로지 이해도의 부족이다. 우리들 세대에서 단숨에 디지털화를 추진하고 싶다. 작년 시험적으로 자민당청년국의 전국회의를 웹회의로 실시했다. 민간에서는 당연한 것이지만, 이러한 것을 하나하나 추진해 감으로서 의원자신이 테크놀로지에 접할 기회가 늘어간다. 그렇게해서 페이퍼리스와 웹회의, 소셜미디어 활용등이 나아가게 된다. 전국적으로 잡자기 움직이려해도 상당한 파위가 필요하게 된다. 그를 위해 지방으로부터 바뀌가려고 생각한다.

동시에 행정개혁에도 적극적으로 관여할 생각이다. 최근 예산에 따른 번호메김을 생각하고 있다. 국가예산은 대충 100 조엔. 예산항목은 약 5000 개 있다. 이러한 예산은 집행후, 전혀 검증되지 않는다. 누구한테 썼는지, 어떤 효과가 있었는지, 어떤 기업에 보조금이 나갔는지. 편의점이라면 POS (판매시점정보관리) 로 관리할 수 있듯이, 예산도 제대로 추적할 수 있는 형태로 해야 할 것이다. 예산이 정말로 필요한 사람들에게 제대로 가는가를 체크하고 그렇지 않다면 기간중이라도 수정해 가는 것이 요구된다.

핀테크 업계라면 당연한 일이 국가레벨에서는 실현되고 있지 않다. 국가와 지방지자체의 시스템이 제대로 표준화된다면 국민에 있어서 정당한 환경을 만들 수 있다. 원래는 제대로 예산집행이 검정된 후에 차년도 예산이 만들어져야 할 것이다.

당연히 가시화하고 싶지 않은 저항세력도 있을 것이다. 하지만 그것을 진행할 힘이야말로 개혁의 힘이라고 생각한다.

4.저성장, 소비세증, 소장화...그래도 일본인은 낙관해도 좋다 (Newsweek, 2019.10.2)



사진 1) 출처: GETTY IMAGES

<상황은 결코 암흑은 아니다. 미래는 불투명하지만, 일본은 미래를 선점하는 나라이기 때문이다. 변화의 시대를 잘 이겨내고 손해보지 않기 위해 알아두어야 할 것은? 본지 '소비세증에서 머니를 지킨다 경제초입문'특집에서 >

싫든 좋든 상관없이 변화는 찾아온다.

필요없는 소비세증과 같이 환영할 수 없는 변화도 있다면 캐쉬리스화의 발전과 같이 좋은 면과 나쁜면의 양면을 다 갖춘 변화도 있다. 캐쉬리스화는 쇼핑을 편리하게 하는 반면, 프라이버시에 관한 불안은 씻을 수 없다.

미중무역전쟁과 같이 영향을 읽기 어려운 변화도 있다. 세계를 경기후퇴로 끌어당길 가능성도 있지만, 일미동맹 강화로 이어지거나 장래에는 중국을 좋은 방향으로 바꿀 요인이 될지도 모른다.

미래는 불투명하지만 일본인은 낙관해도 좋다. 이유는 두가지 있다.

첫번째로 구조적인 저성장에 고민하고 있는 나라는 일본만이 아니게 되었다. 'Japanification (일본화)'라는 영단어를 검색하면 몇만건이나 히트한다. 전세계에서 초저금리상태가 가속되고 있는 것에서도 명확한 것과 같이 많은 나라에서 성장으로의 기대가 시들어져 있다.

두번째로 일본은 지금까지 수십년에 걸쳐 이 상황을 경험해 왔다. 저성장시대에 심리적대응이 이미 만들어져 있어 새로운 대처법도 만들어 내고 있다.

소장화의 진행에서도 세계가 일본을 뒤쫓고 있는 듯하다. 지금 유럽에는 일본보다 출생률이 낮은 나라가 10 개국 이상 있다. 남녀평등과 두터운 육아지원으로 알려진 북유럽의 핀란드에서도 합계 특수 출생률은 일본과 큰 차이가 없다.

방글라데시와 네팔 등 가난한 나라도 인구유지에 필요한 출생률을 겨우 지키고 있는 것에 지나지 않는다. 인구감소는 세계적인 문제가 되고 있는 중이다.

일본사회에서 고령화가 진전되고 있는 것은 사실이지만, 사람들이 은퇴생활을 보내는 연수가 늘어나지 않는다면 고령화는 문제가 아니다. 일본은행의 이코노미스트, 세끼네토시타카씨에 따르면 지금의 일본 고령화는 옛날보다 생물학적으로 젊어져 있다. 지금의 70~74 세의 평균적인 걷는 속도는 10 년전의 65~69 세와 같은 정도라는 연구도 있다.

현재 65 세 이상의 일본인 취업률은 약 25%. 서유럽에서는 이 비율이 5%에 못 미치는 나라도 있다. 일본에는 80 대에 에베레스트등정에 성공한 사람과 포르노배우로 활약하는 사람도 있다. 일본은 고령자가 건강한 나라인 것이다.

일본에 심각한 경제적 불균형이 존재하는 것은 부정할 수 없다. 기업수익이 과거최고에 달하고 있는 것을 옆에두고, 일반시민의 임금이 정체되어 있는 것은 가장 그런 예이다. 이 상황에서 소비세율을 올린다면 폐해 쪽이 크다. 원래 일본 국가재정이 위기에 직면하고 있다는 인식도 올바르지 않다. 일본은 세계최대의 대외채권국이기 때문이다.



그림 1) 출처: Newsweek_Japan

< 일본의 임금은 상승으로 향할 가능성이 높다 >

그러나 일본의 임금은 상승으로 향할 가능성이 높다. 구조적인 인력부족에 고심하고 있는 일본에서는 일하는 쪽의 교섭력이 강해질 것으로 예상되기 때문이다.

그렇게 되면 회사는 고가의 노동력을 유효하게 활용해야 한다. 그 결과, 노동환경이 개선되어 유연하고 열린 기업문화가 형성되어 여성과 고령자와 외국인의 수용도 나아가게 될 것이다.

초저금리에 의해 일본의 예금자가 받는 이자는 거의 소멸했다. 그러나 주식의 배당이 늘어나면 상황은

호전한다. 일본기업의 배당은 옛날에 비교해 상당히 늘었지만 유럽에 비하면 아직 적다. 주식투자에서 더욱 안정적인 배당수입을 가져올 수 있도록 해야 할 것이다.

그러한 변화가 실현되면 주식시세가 몇십년이나 상승하지 않아도 개인투자자는 배당수입을 기대할 수 있다. 그 경우, 배당을 노후의 생활자금으로 돌릴 수 있고, 증세와 같은 시련에도 대응하기 쉽다. '은행구좌족'과 '배당족'의 차이는 하늘과 땅만큼 크게 벌어질 것이다.

나쁜 뉴스투성이? 뉴스는 나쁜 것이라고 각오해 두는 것이 좋다. 중요한 것은 현명하게 투자를 계속하는 것. 그리고 고령이 되어도 건강하게 계속 지내는 것이다.

일본에서는 사람들의 생활수준, 건강상태, 자산, 삶의 쾌적함이 계속 향상되어 왔다. 변화에 적응능력에 뛰어난 일본에서는 앞으로도 그러한 진보가 계속될 것이다. 세계는 일본에서 눈을 떼지 않는 것이 좋다. 미래는 여기에 있다.

5. 중국인이 일본의 '관광공해'의 원인이라는 생각은 잘못되어 있다

(현대비즈니스, 2019.10.1)



사진 1) 출처: 현대비즈니스

상승곡선으로 증가를 이어가는 외국인관광객. 특히 증가가 현저한 것이 중국인이다. 10 월 1 일부터 시작하는 중국의 대형연휴에서 8 억명이 해외여행을 나가, 가장 인기관광지가 일본이라고 한다. 그리고, 그들이 불러일으키는 혼잡, 매너위반, 경관파괴 같은 폐를 끼치는 상황을 가리키는 말이 '관광공해'이다.

‘일본의 어디가 안 좋은지?’에 대한 중국네티즌의 놀라운 대답
관광공해가 확대를 계속하는 배경으로서 실은 ‘받아들이는 일본측이 진정한 의미에서의 『개국』에 대응되어 있지 않은 것에 있다’라고, 동양문화연구자 알렉스카씨는 경종을 울린다.



사진 2) 출처: 현대비즈니스

관광공해가 확대되고 있는 직접이유

바루셀로나를 비롯한 세계각국의 관광지가 고민하고 있는 관광공해이지만, 저널리스트 키요노유미씨와의 공저인 『관광망국론』에 자세하게 쓴 대로 그 요인은 다양하다. 그는 다음과 같이 말한다.

일본국내에서 말하면 관광입국전략의 근본인 외국인 입국자, 특히 중국인에 대한 비자의 완화조치를 들 수 있지만, 세계에서 공통요인으로서 아래의 것들을 생각할 수 있습니다.

- 신흥국으로부터 관광객 증가
- LCC(Low Cost Carrier)의 대두로 해외여행체험의 허들이 현저하게 낮아진 점
- SNS 등 언어벽을 넘는 정보의 무료화가 보급되고, 거기에 '셀카'라는 새로운 자기표시 트렌드가 생겨난 점

신흥국 관광객 가운데 특히 커다란 현상은 중국인관광객의 폭발적인 증가입니다.

중국국가통계국에 따르면 중국인 해외여행자수는 2005년에는 3000만명이었지만, 16년에는 1억 3000만명으로 크게 증가. 유엔세계관광기구의 '국제관광지출'에 따르면 세계에서 관광소비액도 2위인 미국에 2배의 차를 두고 단독이 되었습니다.

일본정부관광국의 '방문객수 추이'에 따르면 방일하는 중국인관광객도 16년에 과거최대인 637만명이 되어, 전년대비로 25%이상이나 늘어났다고 합니다.

중국인 특히 단체의 최악의 매너가 특출나게 눈에 띄는 것은 수가 압도적으로 많기 때문에 어쩔 수 없을지도 모릅니다. 그러나, 현재 중국에서는 여권을 발급받은 사람은 아직 인구의 몇%에 불과하다고 하며 금후 연간 1000 만명 단위로 수습자가 늘어날 것이라고 합니다.

중국인 다음으로는 역시 인구가 압도적인 인도인의 관광객도 기다라고 있습니다. 인바운드수의 신장과 함께 '관광공해'는 앞으로도 우리들의 상상을 넘는 규모로 퍼져갈 것이 예상됩니다



사진 3) 출처: Getty Images. 도내의 가전양판점에서 쇼핑을 마친 중국인관광객

‘원인은 중국인’이라는 낙인은 잘못

단 ‘관광공해의 원인은 중국인이다’라는 선입관은 잘못되었습니다. 한나라가 경제성장을 이루고 그 국민이 전세계를 활보하게 되면 세계각지에서 알력이 일어나는 것 등은 세상의 관행이기 때문입니다. 그렇기 때문에 외국인이 일본을 엉망으로 만든다는 안이한 논조에 동조해서는 안됩니다.

미국인은 1950 년, 60 년대에 프랑스와 이탈리아에 관광을 가, 안아무인으로 행동해 ‘추한 미국인’이라고 기피되었습니다.

그 후 경제력을 불린 독일인과 일본인이 ‘추한 독일인’추한 일본인’이라고 불렸습니다. 거품경제 때에는 일본인관광객도 파리의 고급브랜드점등에서 “사재기”를 해서 빈축을 샀습니다.

물론 받아들이는 측의 수용능력을 훨씬 넘어 증대하는 중국인관광객에 대응은 필요합니다. 그러나, 그것은 ‘중국인관광객이 나쁘다’라는 이야기는 결코 아닙니다. 관광입국을 이루기 위해서는 세계의 누구나를 받아들이며, 그 상황을 컨트롤한다는 자세가 중요한 것입니다.

쇼와시대(1925~1989)인 채로 남아있는 관광업

일본의 ‘관광업’에는 예전부터 전형적인 스타일이 있습니다. 회사사람들이나 동네 아저씨 아줌마가 단체로 대형버스를 타, 대형여관에 숙박하며 왁자지껄 즐긴다라는 여행회사가 준비하는 대량생산, 대량소비형의 패턴입니다.

21 세기가 되어 그 패턴은 끝난 콘텐츠로 변해, 쇼와모델의 대형여관의 폐업이 줄어었습니다. 그러나 아직 숙박과 여행업계는 그 스타일을 끌고 있어, 지금 시대에 매치한 패턴으로 전환되어 있지 않습니다. 규제와 룰에 깔려 있는 것도 기본적으로 그 패턴인 채입니다.

그러나 21 세기형 산업으로서 관광업, 특히 인바운드를 전제로 한 관광업은 일본에 있어서 전혀 새로운 영역입니다. 누구나 예상하지 못했던 인바운드러쉬 시대에는 규제도 매너지먼트도 새로운 방법을 창조적으로 생각해 가야합니다.

그것은 관광업의 혁명으로 이어집니다.



사진 4) 출처: iStock

일본 관광업의 전형은 한물간 콘텐츠화 되고 있다

나는 2000 년대에 교토의 구시자에 점재하는 전통적인 가옥을 개장해서 한동대여 숙박으로 전환하는 사업을 시도했습니다. 종래의 호텔과 여관과 같이 극진한 서비스를 갖춘 것이 아닌, 손님한테 열쇠를 건네고 '마음대로 쓰십시오'라는 스타일은 이 때 생겨난 것입니다.

교토의 정취있는 도시분위기는 목조 가옥이 만들고 있습니다. 그러나 그것들은 지금 시대에는 살기에는 오래되고 불편해 공실화가 급속하게 진전되고 있습니다. 어떻게든 그 흐름을 멈출 수 없을까 하고 머리를 짜 낸 끝에 나온 틀이 가옥을 한동채 대여로 하는 '전통가옥스테이'였습니다.

현재는 인바운드 붐과 함께 낡은 가옥을 숙박지로 리노베이션하는 움직임이 교토만이 아닌 전국에 퍼지고 있습니다. 그러나 우리들이 시작한 당사, 옛주택을 숙박시설로서 살리는 사업이 성공하리라고는 누구도 생각하지 않았습니다. 주변에 있는 교토 사람들은 '손님들은 시티호텔을 선호한다'고 칸이라면 풀서비스가 아니면 안된다'이라고 입을 맞추었고, 마지막으로 '그런거 여기서는 잘 안 될거야'라고 부정적인 말을 던지곤 했습니다.

그런데 뚜껑을 열어 봤더니, 숙박은 예약으로 가득. 해외에서의 손님이 많을 것으로 생각했지만 '한채로 대여하는 스타일은 잘 안 울거야'라고 했던 일본국내의 손님이 많았던 것은 운영측인 우리들로서도 예상외의 일이었습니다. 이제 돌이켜보면 그것은 아마도 한물간 콘텐츠 관광업에 대한 식상에서 새로운 스타일을 갈구하던 고객이 많았다는 것에 표현일지도 모릅니다.

세계적으로 계속 변하고 있는 관광산업

일찍이 휴대전화 도코모는 iPhone 에 쫓 저항하고 있었습니다. 그러나 소프트뱅크가 '좋다 해보자'라고 iPhone 을 도입했더니, 모두가 줄줄이 몰려들어 마지막에는 도코모도 바꾸지 않을 수 없게 되었습니다.

현재의 일본은 세계에서 iPhone 쉐어가 높은 시장입니다.

2000 년대 초에 마케팅 세계에서 화제가 된 말이 '티핑포인트'입니다. 이것은 『뉴요커』지의 기자였던 말콤그랜드웰의 저서『티핑포인트 어떻게 해서 작은 변화가 큰 변화를 낳았는가』의 타이틀이기도 하며 '한 아이디어와 유행 혹은 사회적 행동이 문지방을 넘어 단숨에 흘러들어가 들불처럼 퍼지는 극적순간'을 가리키고 있습니다. 여기에서 전용되어 현재는 '임계점'한계치'라는 의미로 자주 사용되게 되었습니다.

어느시대에도 기존 시스템과 세력을 무너뜨리는 무언가가 없다면 산업은 활성화되지 않습니다. iPhone 은 제대로 통신산업에 티핑포인트를 가져왔습니다. 세계 관광산업도 마찬가지로 티핑포인트를 맞고 있습니다. 중국인관광객만도 이미 세계 관광지가 커다란 영향을 받고 있는 중에, 앞으로 인도, 중동, 남미, 그외 각국, 각지역에서 관광객이 더해져 관광은 차원이 다른 산업으로 확대해 갈 것입니다.

진정한 의미에서의 '개국'을 할 수 있을까

그러나 사회, 경제, 문화 각각의 분야에서 그 한계치에 대한 준비는 아직 되어있지 않습니다. 문제는 일본뿐 아니라, 세계각국에 공통되는 것이지만 특히 일본에 있어서 주의해야 할 것은 일본에서는 인바운드가 폭발적으로 늘어나기까지 진정한 의미에서의 '개국'을 경험하지 않았던 것에 있습니다.

IT 혁명이 본격화된 20 세기말부터 세계조류는 격변했습니다만, 일본은 금융, 통신, 법률, 행정, 교육, 등 사회 모든 분야에서 시스템 업데이트가 늦어졌습니다. 기존의 노후화한 시스템에 녹이 들어 때가 끼이고, 삐걱거림이 눈에 띄기 시작했습니다. 다양한 나라로부터 다양한 사람들이 '여행'관광'이라는 명목으로 유입. 그러한 입국임팩트를 급격하게 경험함으로써 문제는 한번에 표면화했습니다.

자국에 대한 외부로부터의 유무를 묻지 않는 변화로서의 '개국'은 최근 4,5 년전에 막 시작된 것입니다. 그것이 일본에 있어서 얼마나 충격일까는 상상하기 어렵지 않습니다. 그렇기 때문에 관광을 유익한 산업으로 하기 위해서는 충분한 각오가 필요하게 됩니다. 지금까지와는 다른 대응, 정책을

KIC 중국 NEWS

1. 튀황주(拓荒族) - KIC 중국 MOU 체결 (2019.9.25)



사진 1: (왼쪽부터) KIC 중국 이상운 센터장, 튀황주(拓荒族) 이사장 이세종(李世忠)

2019년 9월 25일, KIC 중국과 튀황주(拓荒族)가 MOU를 체결했다.

이번 튀황주와의 MOU 체결 장소는 KIC 중국으로, 튀황주(拓荒族) 이사장 이세종(李世忠)과 튀황주 부국장 순광이(孙广毅)가 참석했다.

튀황주는 선도적인 마케팅 및 사무 일체화 네트워크 플랫폼으로 기업에 무료의 기업 소셜 서비스를 제공한다.

또한 기업 재무 소프트웨어, CRM 고객 관계 관리 시스템, HRM 인적 자원 관리 시스템 및 다양한 마케팅류 애플리케이션으로 ERP 기업 오피스 플랫폼과 자체 미디어 전원 마케팅 플랫폼을 구성한다.

마케팅, 인큐베이션, 투자 기능의 삼위일체인 기업 발전 생태계를 구축하고 있으며 기업의 초창기, 성장, 발전 등 각 단계의 주요 수요를 전체적으로 충족시킬 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

또한 기업 워크로드를 효율적으로 변화시키고, 기업 운영 비용을 낮추고, 효율성을 증진하며, 빅데이터를 통해 더 나은 서비스를 중소 마이크로 기업에 제공한다.

튀황주(拓荒族)와 KIC 중국은 한국 혁신 기업의 중국 내 혁신창업 협력에 관련한 내용 논의 및 향후 협력 관련 MOU를 체결하였고 점진적으로 공식적인 협력을 진행할 예정이다.

양사의 핵심 역량과 자원을 활용하여 '한중 창업자를 위한 전문화, 맞춤형 창업 서비스, 중한 혁신 창업기업 상호 연계, 상호 협력, 발전 촉진, 중한 과학기술 기업의 성공적인 착지와 쌍방향 투자를 강화할 예정이다.



사진 2: MOU 체결 사진

KIC 중국은 우수한 한국의 인재들이 중국으로 진출할 수 있는 발판으로서 정체성을 다지는 기회가 되었고, 향후 상호 협력을 통해 더 넓은 범위에 다양한 기회를 제공하는 등의 발전을 기대해 본다.

2.중국 전자상회, 주중한국대사관 및 KIC 중국 방문, 협력과 발전 협의

(2019.9.26)

중국전자상회(CECC) 왕닝 회장 일행은 2019 년 9 월 26 일 주중 한국대사관 노경원 정통관과 재중 한국혁신센터(KIC 중국) 이상운 센터장의 초청을 받아 주중 한국대사관을 방문하였다. 각 기관의 대표는 전자정보 분야의 미래 협력과 발전을 위해 교류와 토론을 진행했다.



사진 1) (왼쪽부터) 중국전자상회 허우밍(侯明) 부주임, 주중한국대사관 노경원 과기정통관, 중국전자상회 왕닝(王宁) 회장, KIC 중국 이상운 센터장

회담에서, 노경원 정통관은 "중국과의 디지털 산업 협력뿐만 아니라 한국의 다른 산업도 디지털화하고 싶다. 디지털 경제를 매우 중시하고 있는 한국은 현재 4 차 산업혁명을 주제로 첨단 정보통신기술을 경제사회 전반에 융합시키고 있다"고 말했다. 이에 왕닝 회장은 중국 전자상회도 한국의 각 산업협회와 더 많이 교류하면서 다자간 관계의 발전을 촉진하고 관련 분야에서 협력하고 싶다고 밝혔다.

왕닝 회장은 2019 년 10 월 11-13 일 허베이(河北) 석가장(石家庄)에서 열린 '2019 중국국제디지털경제박람회' 및 10 월 26-28 일 마카오에서 개최되는 '제 15 차 전자경제박람회'에 노경원 참사관과 이상운 주임을 초청했다. 그리고 이번 포럼에는 KIC 중국이 한국 양질의 과학기술 창업기업을 추천하고 아시아전자포럼 이노베이션 어워드 선정 등에 참여해 줄 것을 요청했다.

이번 회동을 통해 양국의 향후 디지털 경제 협력을 공고히 증강하고 지속적으로 심화할 수 있을 것으로 기대해 본다.



사진 2) (왼쪽부터) 주중한국대사관 노경원 과기정통관, 중국전자상회 왕닝(王宁) 회장