

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

- ▶ 2019 글로벌 유니콘 목록 중소기업수 중국이 미국 초과 (IT199, 2019.10.21)
- ▶ 베이징에서 열리는 최초의 '2019 월드 5G 컨퍼런스' (과기일보, 2019.10.18)
- ▶ 2019 중국해양경제엑스포 5 대 성과 안기고 폐막 (중국신문왕, 2019.10.17)
- ▶ 세계 최초 5G 원격운전 무인차량 등장! 2019 년 세계 인터넷 컨퍼런스 (중국과기왕, 2019.10.15)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ 집중분석: 틱톡 쾌속 성장, 씨과 조용히 발육 - 36kr 제공
- ▶ 미국의 강호를 흔드는 쇼트클립 - 봉황과기 제공
- ▶ WeWork 상장실패의 의미: 돈 태우는 시대의 종결 - 봉황과기 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 19) 알리바바, 화웨이, 바이두, 텐센트 거두 4 사는 어떻게 양자 컴퓨팅을 발전시킬까 - DeepTech 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 - PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(98) - 윤형건 교수 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 미중무역전쟁에서 일본이 맞는 최대급의 날벼락 (Newsweek, 2019.10.18)
- ▶ 튼베리 연설 뒤에서, 일본미디어가 전하지 않는 '위험한 현실' (현대비즈니스, 2019.10.19)
- ▶ 화웨이가 '대리전쟁'하는 미국기업의 존재 (동양경제온라인, 2019.10.17)
- ▶ 토요타가 노린다, '별이가 안되는 E V장사'를 벌게끔 하는 방법 (DIAMOND, 2019.10.17)

KIC 특별 보고서

- ▶ 독일 국가 산업 전략 2030

KIC 중국 NEWS

- ▶ KIC 중국, 베이징상마테크놀로지회사와 향후 협력 추진 회의 (2019.7.2)
- ▶ 스코넥엔터테인먼트-러커VR, VR공동사업을 위한 전략적 업무협약 체결 (2019.7.10)
- ▶ KIC 중국, 광곡창업카페와 협력 체제 구축 및 향후 협력 추진 회의 진행 (2019.7.2)

주간 NEWS

1. 2019 글로벌 유니콘 목록 중소기업수 중국이 미국 초과 (IT199, 2019.10.21)

후룬(胡润) 연구원은 '2019 후룬 글로벌 유니콘 목록'을 발표했다. 이 목록은 10억 달러 이상의 과학기술 스타트업 순위를 매긴 것으로 목록에 오른 기업의 창업 연도는 10년을 넘기지 않고 사모펀드 투자를 획득하고 상장하지 않았다. 통계에 따르면 전세계 494개의 유니콘 기업이 있으며, 중국의 유니콘 기업은 처음으로 미국의 203개를 초과했다. 인도와 영국은 랭킹 2위와 3위로 각각 21개사와 13개사였다.

또한 글로벌 3대 유니콘은 모두 중국에서 나왔는데, Ant Financial 이 1조 위안으로 1위, 비트바이트는 2위 Didi는 3위이다.



《2019 胡润全球独角兽榜》 - 前十名

	企业名称	估值(亿人民币)	总部
1	蚂蚁金服	10000	杭州
2	字节跳动	5000	北京
3	滴滴出行	3600	北京
4	Infor	3500	纽约
5	JUUL Labs	3400	旧金山
6	陆金所	2700	上海
6	爱彼迎	2700	旧金山
8	SpaceX	2500	洛杉矶
9	WeWork	2100	纽约
10	Stripe	1600	旧金山

표 1) 출처: 2019 후룬 글로벌 유니콘 목록. 글로벌 유니콘 상위 10위.

후룬바이푸(胡润百富)동사장겸 수석 조정 연구원인 후룬(胡润)은 '놀라운 것은 미국이 세계에서 유니콘 기업이 가장 많은 나라가 아니라는 점입니다. 중국의 유니콘 기업수는 미국보다 앞서 있습니다. 신경제가 가져오는 기회는 세계적이며, 단지 당신이 이 업종을 중국에서 크게 하면 단번에 글로벌 선수가 됩니다. 예를 들어 전자 상거래, 클라우드 컴퓨팅, 인공지능, 블록 체인 등 새롭게 부흥하는 업종으로 말입니다.'

‘중국과 미국은 비록 세계 GDP 의 절반과 인구의 4 분의 1 만 차지하나, 전세계 유니콘 회사의 80 % 이상을 보유하고 있으며, 다른 국가에서는 유니콘 사업이 번성 발전할 수 있는 좋은 환경을 조성해야한다는 사실을 알고 있어야합니다.’라고 후룬이 보충하여 말했다

	国家	独角兽数量占全球比重	GDP 占全球比重
1	中国	42%	16%
2	美国	41%	24%
3	印度	4.3%	3.2%
4	英国	2.6%	3.3%
5	德国	1.4%	4.7%
5	以色列	1.4%	0.4%
	全球其他国家	7%	48%

표 2) 출처: 2019 후룬 글로벌 유니콘 목록. 왼쪽부터 국가, 수량 비중, GDP 점유율

글로벌 유니콘 본사는 어디에 있나?

이 목록은 전세계 유니콘 회사가 전세계 24 개국 118 개 도시에 분포되어 있음을 보여준다. 중국은 미국을 능가하여 206 으로 203 보다 선두에 있다. 중국과 미국은 세계 유니콘 회사의 80 % 이상을 차지하고 있다. 유럽에는 35 개의 유니콘 회사가 있고 인도는 21 개의 유니콘 회사를 보유하고 3 위, 영국은 4 위로 13 개의 회사이다.

도시 순위에 따르면 베이징은 글로벌 유니콘 도시다. 82 개의 회사가 있고 샌프란시스코는 55 개 사, 상하이 47 개 사로 3 위이다. 뉴욕에서 25 개로 4 위, 항저우는 19 개 사로 5 위, 심천은 18 개 사로 6 위, 남경은 12 개 사로 7 위, 중국은 '앞서는 7 대 도시'에서 5 석을 점유했다. 지역으로 보면 실리콘 벨리가 102 개 사 (21 %)의 유니콘 회사로 세계를 이끈다.

글로벌 유니콘은 어떤 산업에서 유래할까?

이 목록은 전자 상거래와 금융 기술이 전세계 유니콘 기업의 31 %를 차지하고, 다음으로는 클라우드 컴퓨팅 및 인공지능이 차지하고 있음을 보여준다.

전 세계 유니콘 회사는 25 개 산업에 분포되어 있으며 그 중 '5 대 산업'(전자 상거래, 금융 과학기술, 클라우드 컴퓨팅, 인공 지능, 물류)이 거의 절반을 차지했다.

전자 상거래 산업에서는 총 68 개의 유니콘 기업이 목록에 올랐으며, 그 중 중국이 가장 많은 34 개 사, 다음이 미국으로 17 개 사, 그 다음은 독일로 5 개사였다. 금융 과학 기술 산업에서는 총 56 개의 유니콘 기업이 목록에 올랐으며, 중국과 미국에서 각각 22 개 사와 21 개 사로 가장 많은 수를 기록했으며 영국은 3 위로 6 개 사를 가졌다. 클라우드 컴퓨팅 산업에서는 총 44 개의 유니콘 기업이 목록에 있으며, 미국이 32 개 사로 절대적으로 선두를 달리고 있으며, 그 다음인 중국과 이스라엘은 각각 5 개 사와 4 개 사이다.

全球独角兽总部

	国家	独角兽数量
1	中国	206
2	美国	203
3	印度	21
4	英国	13
5	德国	7
5	以色列	7
7	韩国	6
8	印尼	4
8	法国	4
8	巴西	4
11	瑞士	3
12	瑞典	2
12	日本	2
12	新加坡	2
15	西班牙	1
15	澳大利亚	1
15	哥伦比亚	1
15	爱尔兰	1
15	芬兰	1
15	阿根廷	1
15	马耳他	1
15	菲律宾	1
15	爱沙尼亚	1
15	卢森堡	1

	城市	独角兽数量
1	北京	82
2	旧金山	55
3	上海	47
4	纽约	25
5	杭州	19
6	深圳	18
7	南京	12
8	帕洛阿尔托	10
9	班加罗尔	9
9	雷德伍德城	9
9	伦敦	9
12	广州	8
12	波士顿	8
14	古尔冈	7
15	山景城	6
16	森尼维耳市	5
16	首尔	5
18	圣保罗	4
18	雅加达	4
18	圣地亚哥	4
18	亚特兰大	4
18	圣塔莫尼卡	4
18	巴黎	4
18	柏林	4
18	成都	4
18	香港	4
18	芝加哥	4

표 3) 출처: 2019 후룬 글로벌 유니콘 목록. 전세계 유니콘 본사가 위치한 지역

세계에서 가장 성공한 유니콘 투자 기관은 누구인가?

이 목록은 세쿼이아 캐피탈 (세쿼이아 중국, 세쿼이아 아메리카 및 세쿼이아 인도 / 동남아시아 포함)이 세계에서 가장 성공한 유니콘 투자 기관이며, 세계적으로 알려진 유니콘 기업의 5 분의 1 이 모두 세쿼이아 캐피탈이 투자한 것이며 그 다음으로 소프트뱅크, 텐센트, 타이거 펀드, IDG, 골드만 삭스, 알리바바가 많이 투자했다.

이 목록은 중국과 미국의 차이점은 중국의 대형 과학 기술 회사 (예: Tencent, Alibaba)는 동시에 세계 최대의 스타트업 투자 기관이라는 점이다. 반면 아마존, 구글과 같은 미국의 대형 과학기업은 100 대 투자 기관 대열에 거의 진출하지 못했다.

후론은 '중국 기업은 의심할 여지없이 유니콘 사업을 분할하는 방면에 가장 성공한 것으로 보인다. 세계에서 20 개의 '분할된' 유니콘 기업 중 18 개 사가 중국 기업이다.'라고 밝혔다. 예를 들어 알리바바는 2014 년 알리 페이를 독립시켜 마이(蚂蚁) 금융 서비스를 성립했다:

목록에있는 유니콘 기업의 20 % (4 %)가 대기업에 의해 인큐베이션된 후 외부 투자를 유치하기 위해 분할되었다. Alibaba, 평안과 징둥은 각각 3 개의 유니콘을 분리하였다. 수닝(苏宁)과 왕이(网易)는 각각 2 개사를 분리했다.

유니콘이 되려면 얼마나 걸릴까?

이 목록에서 5 개 유니콘 기업은 설립 1 년 내에 가치평가에서 10 억 달러를 초과했다. 24 개 유니콘 기업과 24 개와 36 개 유니콘 기업이 각각 1 년과 2 년 내에 이 문턱에 도달했다. 약 65 개에 달하는 거의 동일한 수의 유니콘 회사가 각각 3 년, 4 년, 5 년 내에 이 기준에 도달했다. 목록에 있는 거의 60 %에 달하는 유니콘이 성립한지 3-6 년 동안 유니콘의 조건에 도달했다.

2.베이징에서 열리는 최초의 '2019 월드 5G 컨퍼런스' (과기일보, 2019.10.18)

5G 등 차세대 정보 기술로 대표되는 새로운 기술 혁명과 산업 혁신이 현재 빠르게 부상하고 있다. 5G는 이미 세계 각국 디지털 경제 발전 전략에 대한 중요한 지원과 글로벌 산업과 경제 경쟁의 중요한 초점이 되었고 인류 생활 방식과 생산에 중대한 영향을 미친다. 관련 연구에 따르면 2035 년까지 세계 5G 가 전세계에 창출한 경제 생산량은 세계 실제 생산량의 4.6 %를 차지하는 12.3 조 달러에 도달할 것이다. 중국정보통신연구원은 2020-2025 년 기간, 중국의 5G 상용이 직접적으로 가져오는 경제 생산량이 10.6 조 위안에 달하고, 직접적으로 3.3 조 위안의 경제 부가 가치를 창출하고, 간접적으로 약 24.8 조 위안의 경제 생산을 산출하고, 310 만 개의 일자리를 창출할 것으로 예측한다.

2019 년 6 월, 시진핑 국가 주석은 제 23 회 상트페테르부르크 국제 경제 포럼에 참석하여 모두가 지혜를 모으고 힘을 합할 것을 호소하며, 지난 백 년간 없었던 세계의 큰 변화에 맞서 상생 협력하고, 공유 비즈니스를 지속하고, 개방되고 다원화된 세계 경제를 함께 만들자고 하였다. 중국은 5G 기술을 포함한 최신 과학 연구 성과를 각 국가들과 공유하고 새로운 핵심 경쟁력을 공동으로 배양하기를 원한다.

5G 기술 혁신과 산업 혁신은 전 세계 모든 국가의 생산과 사람들의 생활 수준을 크게 향상시키고 평화합작 추세, 개방융합 추세, 개혁혁신 추세로 나아가게 한다. 최근 몇 년간 중국의 5G 기술이 크게 발전하여 중국 기업이 세계로 진출하는 큰 추세는 변하지 않을 것이다. 중국은 특수 조건을 구비하고 신뢰도가 높으며 실력이 강한 5G 기업이 뻗어갈 수 있도록 지속적으로 지원할 것이다. 동시에 중국은 국제 개방을 향해 발전한 5G 산업을 포함한 광활한 시장을 갖고 있으며, 세계의 선진적인 성과를 중국에 적용하는 것을 적극적으로 환영한다.

5G 기술 혁신과 산업 혁신이 가져올 중대한 기회를 더욱 잘 잡기위해, 고품질 혁신 자원을 모으고 5G의 개발 및 적용을 촉진하며 5G 상용화 프로세스를 가속화하며 글로벌 5G 기술이 충분히 교류되고 공동발전하도록 베이징시 정부, 국가 발전 개혁위원회, 과학기술부, 산업과 정보화부가 공동으로 주최한 제 1 회 '글로벌 5G 컨퍼런스'가 2019 년 11 월 20 일부터 23 일까지 베이징 경제 기술 개발구에서 개최된다.

이번 대회的主題는 '5G 세계를 바꾼다. 5G 미래를 창조한다'이며, '국제화, 고급화, 전문화'를 특징으로 하여 국내외 5G 응용 발전을 주류로 하여 포럼, 전시, 응용 설계 공모 대회를 포함한 3 가지 섹션으로 구성된다.

가장 권위있는 관점과 공동 인식이 여기서 발표되고 가장 선진적인 새로운 기술, 새로운 제품 및 새로운 응용 프로그램이 여기에 모여 전시되고, 가장 선구적인 새로운 이념, 창의, 새로운 모델이 여기서 싹틀 것이다.

이 대회는 글로벌 정보 통신 분야에서 가장 영향력 있는 과학자, 세계적으로 유명한 5G 관련 기업, 5G 업계 사용자와 유명 투자자를 모으고, 5G 분야의 최첨단 기술·혁신 응용 등의 교류와 토론으로 에워싸고, 회의·전시·대회 등의 행사를 통해 글로벌 선두의 5G 산업 협력과 자원이 결집되는 우수 플랫폼을 구축하고, 5G 산업의 거대한 잠재력을 충분히 발굴하며 세계 5G 기술 협력 혁신, 적용 및 산업 성숙도를 촉진하여 진정으로 구조적인 개혁의 신동력을 제공하고, 실물경제를 진흥시키고, 제조강국과 인터넷 강국의 신엔진을 건설하도록 한다. 협력 공영을 핵심으로 하는 신형 국제관계를 건설하기 위해 인류 운명공동체에 공헌하는 역량을 만들기 위해 나아간다.

대회 조직위원회에 따르면, 포럼은 개회식, 메인 포럼, 정상 회담 포럼과 폐회식으로 구성된다. 그 중 '미래정보통신기술 국제 심포지엄' '5G 시대 미디어 전파 혁신 발전' 서밋과 5G 애플리케이션 디자인 공모 대회가 11 월 20 일에 먼저 선보일 예정이다. 개회식과 주요 포럼은 11 월 21 일 오전에 개최된다. 정상 회의는 11 월 21 일 오후부터 22 일까지 개최되며 '5G 와 디지털 경제의 새로운 운동 에너지', '5G 와 글로벌 운영사', '5G 와 국제 표준화 및 산업 조직', '5G 보안', '5G 새로운 첨단기업', '5G+스마트교육', '5G+스마트 헬스케어', '5G+스마트도시', '5G+Ultra HD Video', '5G+스마트 교통', '5G+스마트제조' 등 10 여개 주제와 분야가 광범위하게 논의될 것이다. 폐막식은 11 월 22 일 오후에 열릴 것으로 예정되어 있다.

동시에 본 대회는 11 월 21 일부터 23 일까지 면적 20,000 평방 미터에 달하는 5G 개발 및 응용에 중점을 둔 전시회를 개최하는데, '전시 성과를 아우르고 미래를 전망한다', '스마트 시티, 스마트 라이프', '스마트 교통, 즐거운 운행', '스마트 제조, 미래 창조', '스마트 의료로 하면 더욱 건강', 'HD 영상으로 세계 관람'의 6 가지 테마로 5G 개발의 최신 성과와 최신 장면 적용 사례를 보여준다. 이때 5G 스마트 응용은 전체 전시관에 채워져 상호 작용, 미래 지향적 경험을 충분히 체현할 것이다.

소개에 따르면 대회에서 정책 발표, 전략적 협력 체결 등의 활동이 거행되고 5G 연구 결과 및 권위있는 의견이 발표될 예정이며, 동시에 5G 혁신적인 응용 제품 및 기술 혁신의 여러 결과를 공개하기 위해 다수의 '신제품 발표회'가 개최될 것으로 보고되었다.

또한 대회는 글로벌 5G 시연 현장 솔루션을 수집하고 세계 5G 대회 응용 디자인 공모대회를 개최한다. 이 회의의 주최자 중 하나인 베이징시 정부는 줄곧 5G 산업 응용 발전을 적극적으로 홍보하고 있다. 올해 베이징은 '베이징 5G 산업 발전 행동 계획 (2019-2022)'을 발표하고 '1551'공정 실시를 제창했다. '1'은 하나 하나를 혁신한다는 것으로 중고주파수 핵심 장치 기술의 핵심 과정을 혁신한다는 것이다. '5-5'는 5 개 대장면의 5 가지 유형의 응용 프로그램-베이징시 주변부, 베이징 신공항, 2019 베이징 세계 엑스포, 2022 년 베이징 동계 올림픽과 창안지에(长安街)의 업그레이드 개조 등 '5 개' 중대 프로젝트, 중대 행사 장소에서 필요한 수요를 뜻한다. 그리고 5G 자율 주행, 건강 의료, 산업 인터넷, 스마트 시티, 슈퍼 고화질 영상 등 '5 개' 전형적인 장면의 시범 응용을 진행한다. 마지막 '1'은 배양 교육을 뜻하며 5G 산업 신동태를 육성한다.

현재 '2019 세계 5G 컨퍼런스'가 회의, 전시, 시합 참가 신청을 위해 개방되었으니 공식 홈페이지를 참고하기 바란다. www.w5gc.com .



그림 1) 출처: 2019 세계 5G 컨퍼런스 공식 홈페이지

3.2019 중국해양경제엑스포 5 대 성과 안기고 폐막 (중국신문왕, 2019.10.17)

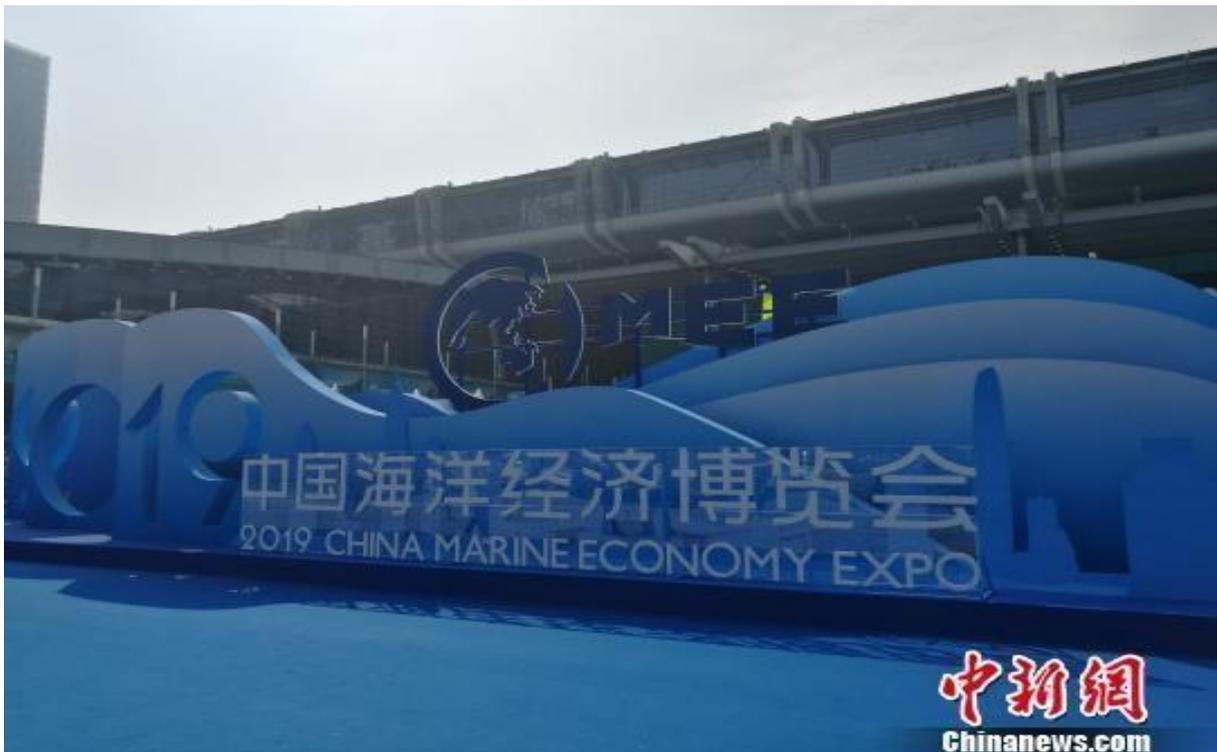


사진 1) 출처: 중국신문왕.14 일부터 17 일까지 선전에서 '푸른 기회, 함께 미래를 창조하다'라는 주제로 2019 년 중국 해양 경제 엑스포 개최

10 월 17 일 중국 심천에서 '푸른 기회, 함께 미래를 창조하다'라는 주제로 2019 년 중국 해양 경제 엑스포가 마감되었다. 조직위원회에 따르면, '중국 해양 제일의 박람회'로 알려진 이 전시회는 다양한

분야에서의 해양 상호 연결 및 실무 협력을 촉진하고 푸른 경제의 발전을 추진하며 해양 문화의 융합을 추진했다.

조직위원회에 따르면, 2019 년 중국 해양 경제 엑스포는 해양 강국 전력의 '중국 스토리'를 알리고, 해양 깊이 발전하는 '중국의 역량'을 전시하고, 글로벌 해양 센터 도시 건설을 가속화하기위한 '중국 플랫폼'을 구축하고, 해양 경제 국제 협력을 형성을 추진하는 '중국 솔루션'과 해양 꿈을 추구하는 시범 합주 '선전 음악' 등 5 대 측면의 성과를 거두었다.

소개에 따르면 2019 중국 해양 경제 엑스포는 해양 경제 자원 개발과 해양 장비 전시 구역, 선박 및 항구 운송 전시 구역, 해양 신흥 산업 전시 구역의 세 가지 주요 부문을 설치했다. 글로벌 해양 경제의 최신 성과, 교룡호(蛟龙号) 유인 잠수함, 선하이 용사호(深海勇士号) 유인 잠수함, '티엔쿤

하오(天鲲号)중형 토사 발굴 흡입선, 중법해양위성(中法海洋卫星)등 기타 '대국 중장비'와 첨단기술 연구 개발 성과가 집중 전시되었다.

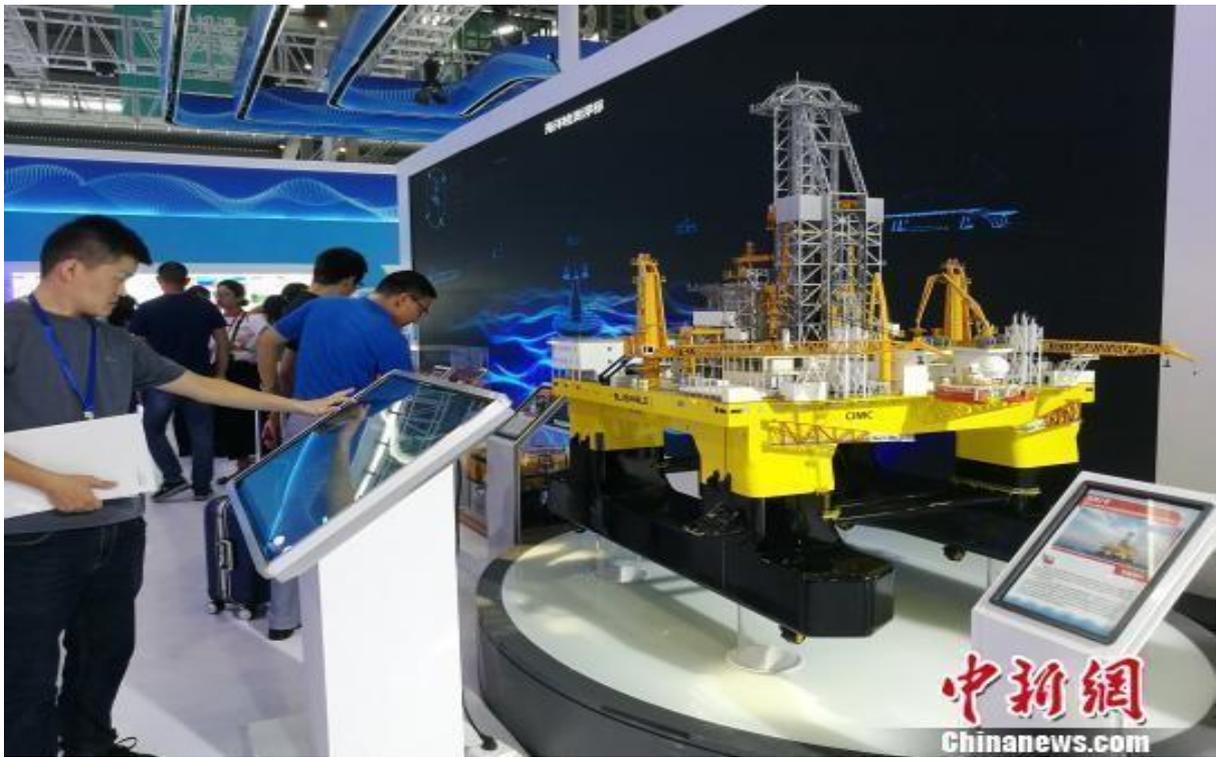


사진 2) 출처: 중국신문왕. 현재 세계에서 가장 최신의 심해 이중 드릴링 타워 반잠수식 플랫폼 란징 1 호(蓝鲸1号)

2019 중국 해양 경제 엑스포는 기술 혁신에 중점을 두고, 해양 산업 각 위치의 30 개 이상의 세부 업종이 참여했다. 전시 총면적은 37,500 평방 미터에 달한다. 21 개 국가의 455 개 전시 업체가 전시회에 참가했고, 432 개의 새로운 기술제품이 첫 발표되었고, 394 개의 계약이 체결되었으며, 계약된 거래 금액은 7.4 억위안에 달했다. 협력 의향을 체결한 것은 1013 개에 달했고 금액은 18.4 억 위안이 되었다.

2019 중국 해양 경제 엑스포는 해양 경제에 관한 12 개의 고급 포럼을 개최했으며, 국내외의 아카데미 회원, 전문 학자, 기업 고위 임원들이 해양 경제 개발, 연구, 통치 및 안보에 대한 경험과 통찰력을 공유하고, 글로벌 해양 경제 발전을 위해 지혜를 불어넣었다.

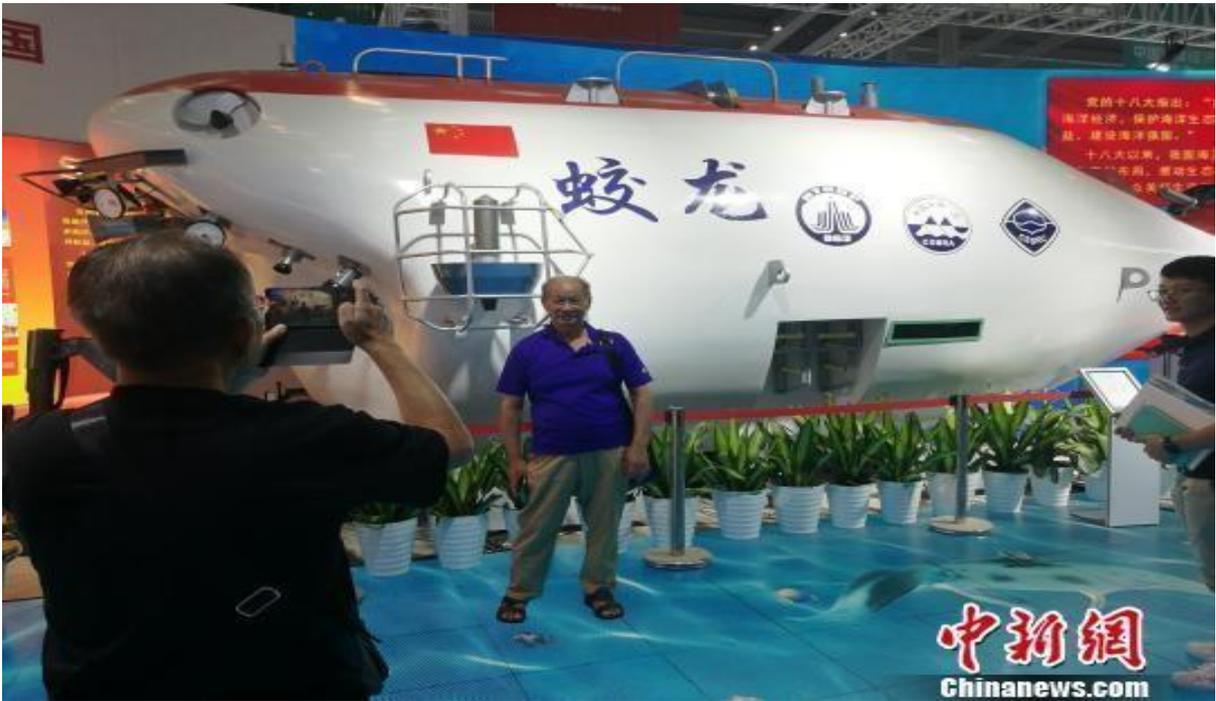


사진 3) 출처: 중국신문왕. 교룡호 유인잠수함

전시회 기간 동안 남색경제국제연맹(Blue Economy International Alliance)이 설립되었으며 170 여개 이상의 중국 및 외국 기업이 가입했다. 중국은 12 개의 태평양 섬 국가들과 남색 경제를 발전하고, 해양 공간 계획을 수립하고, 해양 인재를 양성하는 '남색 파트너십'을 결성했다.

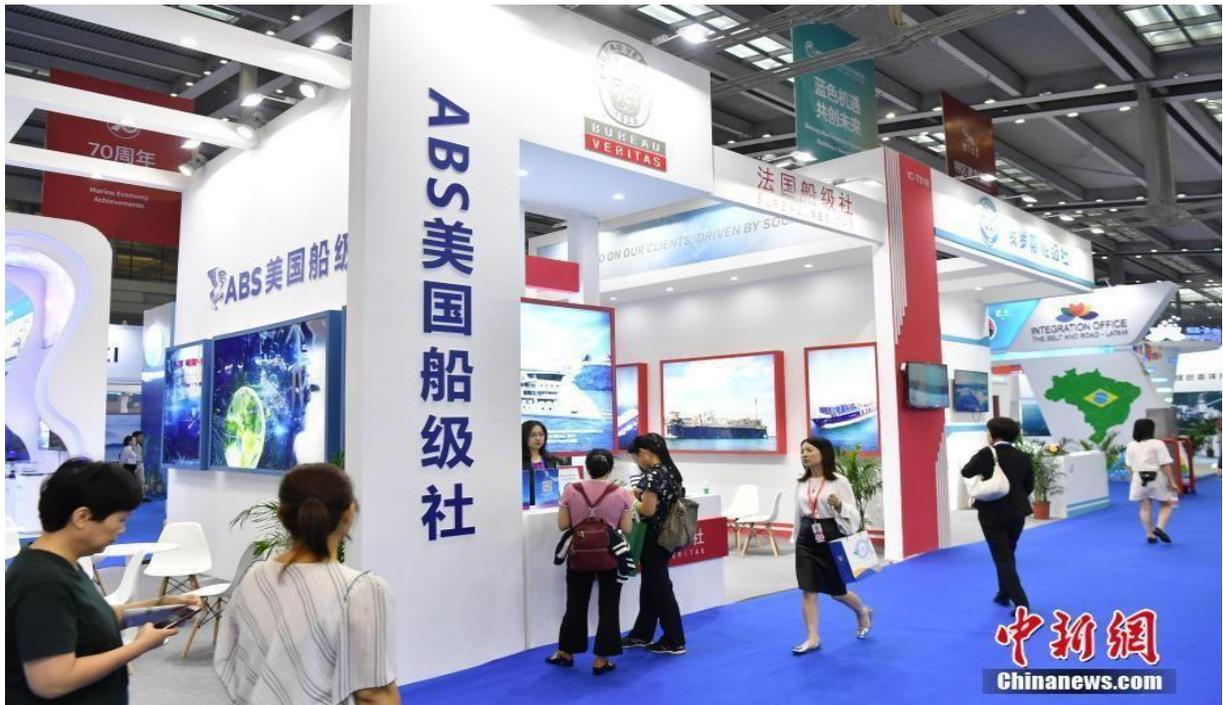


사진 4) 출처: 중국신문왕. 전시관 풍경

중국 해양 경제 엑스포는 심천에서 처음으로 개최한 국가급, 국제화된 종합성 해양 경제 교류 전시회였다. 심천은 향후 국제 일류의 해양 경제 협력과 교류 플랫폼을 구축하려는 희망이다. 또한 미래 몇 년간 천억이상의 자금을 투입하여 글로벌 해양 센터 도시를 건설하고 해양 최고 인재와 첨단 기업, 첨단 자원을 모집하려 한다.

4. 세계 최초 5G 원격운전 무인차량 등장! 2019 년 세계 인터넷 컨퍼런스(중국과기왕, 2019.10.15)

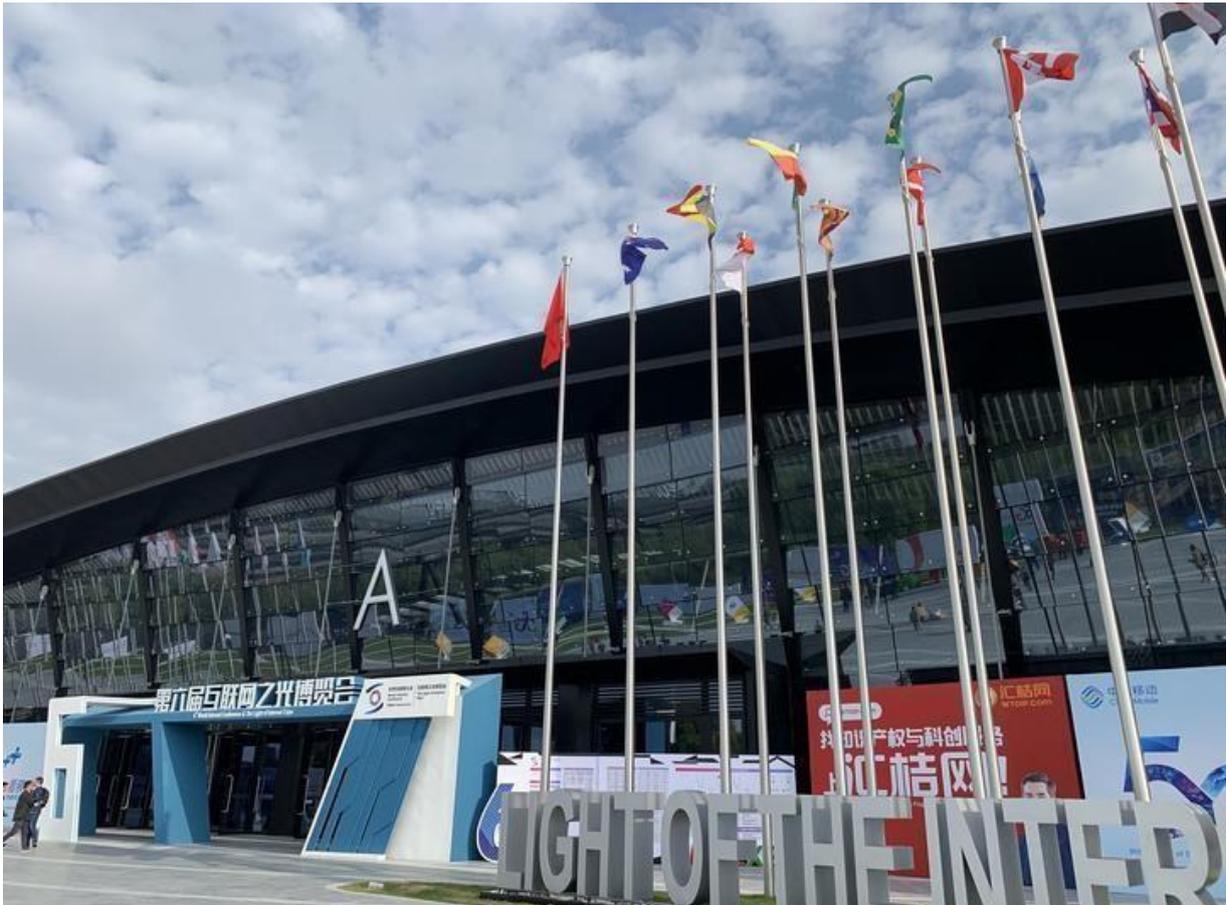


사진 1) 출처: 중국신문왕

일년에 한 번 개최하는 세계 인터넷 컨퍼런스, 10 월 20 일부터 22 일까지 우전(乌镇)에서 열린다. 회의도 개최된다.

그렇다면 올해 인터넷 컨퍼런스에는 어떤 볼거리가 있나? 어떤 최첨단 기술 성과가 전시되는가?

전세계 첫번째 발표한 스마트 주행 '5G 자동미니공공버스'

누군가 일찍이 이러한 형상의 무인 운전을 묘사한 적이 있다. 장래에 만일 누군가 아직 길에서 사람이 운전하는 차를 사려고 하고 있다면 주변 사람들이 이상하게 보는 광경이 펼쳐질 수도 있다. 바로 현재 당신이 말을 사서 대로에서 몰고 가는 것 같이....



사진 2) 출처: 중시왕(中视网), 제 6 회 세계 인터넷 컨퍼런스-5G 자동 미니 공공버스

이 차는 '6 개의 도로를 볼 수 있을 뿐 아니라 '200 미터 내의 보행자 와 오토바이 등과 같은 장애물을 인식할 수 있으며, 도로 클라우드 협동 스마트시스템 '이청팔방(耳听八方)을 통해 킬로미터 범위의 도로 정보를 제어할 수 있다. 장애물 회피, 차선 변경, 감속, 제동 등 합리적이고 안전한 빠른 반응을 종합적으로 하여 승객의 안전을 보장한다.

앞으로 이 회사는 Wuzhen 을 시범장소로 잡아 더 많은 버스 노선을 개발할 것이다. 우전 정부와 체결한 제휴 계약에 따라, 3~5 년 내에, 우전 110 평방 킬로미터내에서, 우리들의 스마트 인터넷 교통시스템을 홍보하게 될 것이다. 이 차량들은 이번 인터넷 컨퍼런스가 끝난 후, 우전의 3 급, 4 급 공공버스 시스템에 광범위하게 적용될 것이다.

이 '5G 자동미니공공버스'는 도시 주민들의 지하철역에서 주거 지역의 마지막 구역까지의 교통 문제를 해결하는 데 주로 사용된다. 이 차들은 10 월 20 일 컨퍼런스 개막 당일 우전에서 전세계 첫 데뷔를 하게 된다.

우전은 이미 전지역에 5G 네트워크 커버 실현

무인 주행 영역만이 아니다.

올해 3 월, 지아싱(嘉兴)의 첫번째 상업 네트워크 표준을 충족하는 모바일 5G 기지국이 우전에 개통되었고, 우전은 5G 네트워크를 전구역에 도달하게 만들었다. 올해 6 월, 전국 최초의 현금 지역의 국제 인터넷 데이터 전용 통로가 통상(桐乡)에 개설되었다.

일부 미디어는 통상시 당위원회 부서기, 시장 우회요우(于会游)를 인터뷰했는데, '디지털 통상' 구축 목표에 2019 년 말까지 통상시는 힘을 다해 '2111'을 달성했다: 디지털 경제에 200 억위안 투입을 완성했고, 새로 디지털 경제 기업 1000 개를 증가하게 했고, 지능화 개조 프로젝트 1000 개를 실시하고, 클라우드 기업 1000 개가 새롭게 증가하게 했다.

실제로 통상은 작은 반영일 뿐이며, 인터넷은 절강성의 경제 면모를 바꾸었을 뿐 아니라 건강 관리와 교육 등 민생영역에서도 사람들의 삶을 윤택하게 해주었다.

예를 들어, 공항과 기차역에서 흔히 볼 수 있는 고상한 설비 '안면 인식 자동개찰구'는 통상 상양(桐乡尚阳)실험학교 문입구에도 나타났다. 지하 주차장은 지능적으로 맞이하고 보내며, 얼굴 인식으로 학교에 진입하고, 아이가 학교에 들어가건 나오건 부모님들은 모두 통상 교육 APP 을 통해 정보를 수신받을 수 있다.

새로운 전시장+블랙테크의 결합은 새로운 체험 선사.

올해 Internet Light Expo 는 새로운 전시장 Internet Light Expo Center'를 개설하였으며, 새로운 전시관은 흑백 두 개의 색채를 기조로 지붕에는 약 85 만 조각의 작은 청기왓을 사용했고, 우전 전통 물의 지역 건축 스타일을 반영하여 하나로 융화되도록 하였다. 전체 전시관은 5 단계의 연속된 활 선 모양으로 조성되었고, 고개를 쳐들고 앞으로 나아가는 봄 누에 모양과 흡사하다. 새로운 인터넷 기술을 포함하고, 여기에 누에가 고치를 틀고 나비로 변하는 아름다운 우의를 적용시켰다.

다른 하나는 글로벌 인터넷의 지속적인 쾌속 발전이 혁신 유도를 하도록 세계 인터넷의 선도적인 과학기술 성과를 발표한 것이다. 보고서에 따르면 중대한 영향을 미치고 심지어 인터넷 발전 방향을 바꿀 수 있는 '블랙 테크'가 첫번째로 공개될 것이다. 그리고 '우전카휘(乌镇咖啡)'특별 활동, 농가 찻집 또는 카누경주가 있으며 교류하며 상호 작용할 수 있도록 플랫폼을 만들었다.

소개에 따르면 본 컨퍼런스는 '직통우전'이라는 글로벌 인터넷 경기를 새로 설치했고, 원래의 '1+2'와 공동으로 '1+3'의 새로운 구조를 만들었다. (컨퍼런스 각종 포럼 + 주요 과학 기술 성과 발표 + 인터넷 라이트 엑스포) 회의 중에 결선이 열리고 수많은 인터넷 혁신 프로젝트가 선보인다. 회의는 개막식 외에도, 주요 포럼 등 회의 일정과 4 개의 주요 섹션의 20 개 세분화된 포럼이 배치되어 있다.



사진 3) 출처: 중국왕(中国网)



사진 4) 출처: 텐센트과기. 베이커(贝壳)가 집을 구하는데 인터넷 기술을 활용하는 VR 카메라

ISSUE 및 시장동향

1. 집중분석: 틱톡 쾌속 성장, 씨과 조용히 발육 - 36kr 제공

씨과(西瓜 씨과) 비디오가 PUGC(편집자 주: Professional User Generated Content 전문 유저 생산 콘텐츠 UGC+PGC 의 합성 User Generated Content + Professional Generated Content) 비디오 플랫폼의 포지셔닝을 다시금 강조했음에도 영상의 길이는 점점 길어지고 있다.

10 월 11 일, 재경부문 작가 우샤오보(吴晓波)가 새 프로그램 '랜드 마크 70 년'을 조용히 시작했으며, 비즈니스 가이드 성격의 재경 프로그램은 매 회 약 40 분이 소요된다. 작년에 우샤오보의 상업 역사 인물 프로그램인 '10 년 20 명의 사람들'이 아이치이(爱奇艺) 플랫폼에서 독점적으로 방송되었다.

자체 IP 속성을 가진 프로그램 대체 방송 플랫폼은 종종 조용히 수요과 권력이 이동되었다. 마치 당초 까오샤오송(高晓松)이 Youku 에서 iQiyi 로 옮긴 것처럼.



그림 1) 출처:36kr. 씨과 비디오 상영관

우샤오보는 비록 까오샤오송만큼 대중적 영향력을 갖고 있지 않지만 그러나 수직 비즈니스 분야에서 많은 관중을 보유하고 있다.

우샤오보의 프로그램은 씨과 비디오에서 자체 제작 예능 카테고리에 속하며 자체 제작 예능, 영화, 드라마가 모두 집중된 상영관 탭에 집중되어 있다. 상영관 섹션이 있다는 것은 어느 정도상 씨과 비디오의 성장 경로를 단일 쇼트클립 플랫폼으로 정의할 수 없으며 iQiy, Tencent 와 같은 긴 비디오 사이트일 수도 있다.

PUGC 의 곤경

올해 5 월 열린 진통상(金瞳奖) 씨과 비디오 전문세션에서 씨과 비디오 시장& 엔터테인먼트 센터 총경리

씨에동성(谢东升)은 씨과 비디오 플랫폼 포지셔닝을 강조했다. PUGC 비디오 플랫폼. 이것은 공격성이 없는 모호한 진술이며 현재 변화하고 있는 씨과 비디오에도 부합한다.

비디오 미디어의 보급과 다양한 비디오 플랫폼의 생사를 겪고 난 뒤, 중국 시장의 독립적인 비디오 플랫폼은 단지 두 가지 종류이다. 하나는 iQiyi, Tencent 와 같은 드라마와 예능류의 긴 비디오 플랫폼이고 다른 하나는 틱톡, 콰이쇼우와 같이 길이가 1 분 이내인 쇼트클립플랫폼이다.

이전에는 PUGC 콘텐츠가 초기에 Tencent Video, iQiyi 와 같은 긴 비디오 플랫폼에 배포되었으며, 마오파이, 씨과 비디오와 같은 쇼트클립플랫폼이 등장하면서, PUGC 콘텐츠가 쇼트 클립 플랫폼에 배포되기 시작했다. 그러나 이러한 3-20 분 분량의 PUGC 콘텐츠는 기본적으로 Weibo 또는 뉴스 정보 플랫폼에 의해 점유되며 정보 플랫폼을 위한 도구 및 보충이 되며 독립 비디오 생태계는 줄곧 건립되지 않았었다.

콰이쇼우, 틱톡 등 더 쇼트 클립플랫폼이 출현함에 따라, 마오파이(秒拍), 메이파이(美拍)와 같이 일찍이 중국의 YouTube 가 되려고 노력했던 비디오 플랫폼은 거의 생존 공간을 잃었다.

Weibo 와 진르투우타오(今日头条)도 쇼트클립 방면에서 모두 YouTube 의 중국인 제자이지만, 그들은 더욱 중국 실체와 더 잘 결합되고 영상과 정보를 효과적으로 통합한다.

그러나 이것이 씨과 비디오의 답답한 점이기도 하다. 만약 진르투우타오의 트래픽이 없다면 씨과 비디오는 독립 플랫폼으로 존재하기가 어렵고 이러한 관계는 지난 날 웨이보와 마오파이의 관계와 같다.

씨과 비디오의 답답한 위치는 PUGC 콘텐츠 속성에 의해 결정된다. PUGC 콘텐츠는 사용자의 시간을 끌고 트래픽을 생산할 수 있지만 발전 과정은 순조롭지 않다. Weibo 는 일찍이 학습영상 사이트에서 쇼트클립전예 패치 광고를 삽입하는 것을 시도했지만 그 효과는 만족스럽지 않았다. MCN 기구는 틱톡과 같은 새로운 트래픽이 있는 곳을 더 중시하며, 유능한 제작자는 더 긴 콘텐츠를 만든다.

또한 이러한 콘텐츠에는 거의 독점권이 없으며 여러 비디오 플랫폼에 같은 콘텐츠가 있다. 미싱가 왕강(王刚), 리용러(李永乐) 선생 등의 사람은 여러 플랫폼에서 같은 콘텐츠를 찾을 수 있다.

바뀌지 않으면 이 시장에서 씨과 비디오의 독특함은 존재하지 않으며 오늘날의 진러도우타오 응용 프로그램 내부에 배치된 비디오와 비슷하므로 독립성또한 크게 줄어들 것이다.

변화할 수 있는 방식은 자체 제작이다.

고급 자체제작과 숨겨진 구매

2018 년 8 월, 씨과 비디오는 40 억 위안을 투자하여 자체 제작 예능 분야에 진군하여 모바일 오리지널 예능프로그램을 만들겠다고 발표했다. 첫 번째 프로그램은 왕한(汪涵)이 사회를 보는 '제일임무(头号任务)'이다. 자체 제작은 쇼트 클립시장에서 씨과 비디오의 대안이 되었으며 독점성과 품질 향상은 전체 비트 바이트(字节跳动)가 브랜드 광고의 흡인력을 가진 것에 대적하는 것이다.

'랜드 마크 70 년'을 예로 들어 보면 프로그램 타이틀 스폰서는 우량예(五粮液)이다. 씨과 비디오는 이미 상당수의 자체 제작 프로그램을 업로드했다. 귀더강(郭德纲), 멩페이(孟非), 통따웨이(佟大为)가 참여하는 '아저씨 집'을 포함하여 매회 60 분 이상이며 타이틀 스폰서는 라오춘장(老村长)이다. 실제로, 이러한 시간과 스타 라인업은 주류 비디오 웹 사이트 예능프로그램과 이미 크게 다르지 않다.

직접 만든 예능프로그램은 더 많은 브랜드 광고를 유치할 수 있으며 플랫폼의 IP 속성을 드러내고 계속해서 콘텐츠를 제작할 수 있게 한다. 동시에, 브랜드 광고의 진입은 비트 바이트의 광고 생태계를 풍부하게 할 것이며 플랫폼 광고 마케팅 사이의 연동을 더 쉽게 실현하게 할 것이다.

아저씨 집과 제일임무는 모두 훌륭한 스타 진용이 있지만 프로그램 자체는 별다른 관심을 일으키지 않았다. 씨과 비디오는 이 분야의 신입으로 여전히 시행 착오 과정에 있으며, 업계 일선의 예능제작회사 합작 플랫폼은 iQiyi, Tencent 에 집중되어 있으며 씨과는 폭발을 일으키기를 원한다. 더 많은 선두급 제작회사와의 합작 외에도 보다 콘텐츠를 잘 알고 있는 관리자가 필요하고 그들의 요구를 식별해야 한다. 이 방면에서 씨과 비디오도 보충 수업이 필요하다.

씨과비디오가 올해 발표한 데이터에 따르면, 3.5 억명의 사용자를 보유하고, 매일 40 억 회의 방영되고, 1 일 사용자 사용시간은 80 분이다. 작년과 비교하여 사용자는 5 천만명 증가했으며 사용 시간은 10 분 증가했다.

증가한 배경 뒤에는 자체 제작 예능이 눈에 보이는 수단뿐만 아니라 다른 보이지 않는 수단도 있었다. 씨과 비디오는 판권 구매 방면에서도 줄곧 조용히 작업하였고 여기에는 영화, 드라마, 예능, 어린이물 등 다양한 종류와 TV 방송국의 예능프로그램과 애니메이션도 포함한다.

상영관은 이미 소형의 긴 비디오 웹 사이트와 같다. 비록 판권 보유량은 iQiyi, Tencent 비디오만큼 많지는 않지만 축적에는 늘 과정이 필요하다. 현재 씨과 비디오의 판권 구매 전략은 급진적이지 않으며, 구매한 영화와 드라마 저작권은 최신 온라인 콘텐츠가 아니며 더 많은 것이 고전적인 콘텐츠이다.

씨과 비디오는 '빛나는 검(亮剑)'과 같은 고전적인 인기 드라마를 구매했다. '빛나는 검(亮剑)'은 다른 비디오 웹 사이트 중 단지 Youku 만 판권을 보유하고 있으며, 고전 드라마 시리즈 '중대한 육조(重案六组)', '신이 내린

커플(神雕侠侣) '옥관음(玉观音)' 등이 모두 독점 방영 형식으로 씨과 비디오에서 방영된다. 현재 독점 콘텐츠는 여전히 제한적이다.

구체적인 운영 측면에서, 씨과 비디오는 또한 영상의 부분 편집본으로 사용자의 관심을 끌어 완전한 한편을 보도록 하는데 주의를 기울이고 있다. 비록 현재 영화나 드라마에 대한 사전 광고는 없고 비용을 지불할 필요도 없지만, 판권 구매 콘텐츠가 어느 정도 축적되면 비디오 웹 사이트와 유사한 비즈니스 모델이 자연스럽게 건립될 것이다.

자체 제작 및 구매는 긴 비디오 웹 사이트에서 가장 중요한 비즈니스 수단이며, 씨과 비디오는 이 두 영역에서 조용히 힘을 쏟고 있다. 긴 비디오의 창시자는 올해 올해 바이트 비트가 비디오 영역에서 계속 확장될 것이라고 말한 적이 있다. 현재 드라마와 영화 분야는 이미 씨과 비디오에 침투하기 시작했다.

씨과는 길게 많이 변하려 하고 확장을 추진하는 길 위에 서 있다. 따라서 언젠가 씨과 비디오가 웹 드라마를 만든다해도 놀랄 필요가 없다.

2. 미국의 강호를 흔드는 쇼트클립 -봉황과기 제공



사진 1) 출처: 봉황과기

페이스 북이 쇼트 클립 앱인 Lasso 를 출시한지 1 년 만에, 구글은 마침내 참지못하고 Firework 를 내놓고 반드시 이기겠다는 기세를 보이고 있다. 아마존과 마이크로 소프트도 이미 쇼트 클립 영역을 위한 복선을 깔았다.

거대 기업의 연속된 욕망 뒤에는 UGC (사용자 제작 콘텐츠)에서 PGC (전문 제작 콘텐츠)로, KOL (왕홍 달인)에서 MCN (왕홍과 콘텐츠 운영기구)의 쾌속 성장이 있다. 글로벌 쇼트클립 트래픽이 인터넷 총 트래픽을 점유하는 절반이 되는 데에 유혹이 있다.

오늘날 짧은 동영상은 뉴스, 게임, 여행, 미용, 전자 상거래 및 소셜 분야에서 발생하여 시대 인식, 감각 심지어 가치의 밀접한 관계를 전복시켰다. 처음 20 분에서 15 초까지 끊임없이 규칙을 돌파하면서 짧은 영상 마케팅의 가치도 부단히 증가했다.

쇼트 클립 케이크 쟁투에 관해, 미국은 한 차례 거대한 변화를 맞고 있다

Facebook 이 잠들어 있던 에이스를 깨우다.

국내 단편 비디오 플랫폼이 백가쟁명을 벌이는 것과 달리 해외 쇼트 클립 비디오는 주로 YouTube, Facebook, Instagram, Twitter 등의 플랫폼을 사용하여 전파되며 트래픽은 상대적으로 집중되어 있다.

Sensor Tower 보고서에 따르면, 올해 2 분기에 글로벌 쇼트 클립 애플리케이션 중 YouTube 는 전세계 인기 1 위를 차지했으며 사용자는 작년 같은 기간의 두 배인 약 1.38 억 달러를 소비했다.

그중 응용 프로그램 수입의 70 % 이상이 미국에서, 그 다음은 일본에서 7 %, 영국에서 4 % 발생했다.



사진 1) 출처: 봉황과기. 주커버그.

Kwai 는 전년 대비 57 % 증가한 7800 만 달러에 가까운 매출로 2 위를, 틱톡 (Tiktok)은 3 위, 17LIVEAF 와 Picsart 가 뒤를 이었다. 전 세계 젊은이들의 관심을 끌면서 중국의 앱이 다운로드 목록에서 YouTube, Instagram, WhatsApp 등을 쉽게 추월했다.

올해 7 월에 주커버그는 특별히 내부 Facebook 회의를 갖고 전 세계를 흥미하는 쇼트클립에 대응하기 위한 토론을 했다. 실제로 소셜 기능으로 시작한 Facebook 은 지난 11 월 미국에서 쇼트 클립 응용 프로그램 Lasso 를 출시했다.

'소극적인 출시'의 이유는 Facebook 이 당시 공식적으로 이 제품을 발표하지 않았지만 제품의 상품관리자인 Pan Bowen 이 소셜 미디어에서 이 제품의 탄생을 발표했기 때문이다. 지금 주커버그는 당시 '소극적'이었던 것을 후회하는 것처럼 보인다.

Lasso 의 탄생은 점진적으로 유실되던 청소년 사용자들을 회복했다. 통계에 따르면 2014 년 십대의 71 %가 Facebook 을 사용했지만 올해는 약 50 % 정도에 불과했다. 따라서, 주커버그는 Lasso 를 통해 창의성과 재미를 향상시켜 십대들이 짧은 오락 비디오를 찍을 수 있는 플랫폼을 만들려 한다. 그러나 Lasso 출시 후 반응은 담담하여, Sensor Tower 데이터에 따르면 2018 년 11 월 출시 후 4 개월내 미국의 다운로드 수는 7 만건에 불과했다.

그러나 올해 7 월의 내부 회의에서 주커버그가 Lasso 를 재언급할 때, 후회 외에 약간의 위로도 있었다. 기쁘고 안심이 되게 짧은 비디오 분야에서 Facebook 이 전환할 수 있는 기회가 있다. 신형 쇼트 클립 제품의 영향력이 계속 커짐에 따라 Lasso 는 페이스 북이 싸울 수 있는 에이스가 되었다.



사진 3) 출처: 봉황과기. Lasso 에서 사용자는 립싱크로 녹음 제작하거나 댄스 비디오를 녹화할 수 있다.

따라서 주커버그가 쇼트 클립 영역 부서에서 보자면 미국 시장은 Facebook 의 궁극적인 목표가 아니다. 따라서 주커버그는 다음 단계에서 Lasso 를 멕시코 시장에 진출시킬 계획이며, 제품을 더욱 연마하고, 적용할 수 있다면 전세계에서 확장을 계속 가속화할 것이다.

쇼 커버 그의 외부 관점에서 볼 때 짧은 비디오 케이프에 대해 너무 낙관적 인 이유는 무엇입니까? 아직 현장에서 탐험해야 할 것이 많다.'

어째서 쇼트 클립 이 케이프를 중시하는 걸까, 주커버그가 외부에 발표한 관점에서 단초를 찾을 수 있다. '현재의 쇼트클립은 가장 좋은 애플리케이션이 아니다. 쇼트클립 등이 생산하는 가치와 효능은 아직 정점에 도달하지 못했다. 이 영역은 아직 아주 많은 것을 탐색할 가치가 있다.

구글 Firework 삼키고 전투 환영

Zuckerberg 가 짧은 동영상을 전략적으로 배치했고, 다른 한편인 Google 또한 한가지하지 않았다. Firework 라는 비디오 공유 및 소셜 네트워킹 애플리케이션 인수를 준비하고 있다.

월스트리트 저널 (Wall Street Journal)에 따르면 Firework 는 캘리포니아 세쿼이아에 본사를 두고 있으며 이전에 Snap 과 LinkedIn 에서 일했던 직원이 창립한 Loop Now Technologies 가 소유하고 있으며 회사 목표는 '소셜 모바일 TV 의 미래'이다.

Google 의 동력은 '항상 앞서 나가는 것'이며 구글 또한 비디오 응용 프로그램 영역에서 다른 잠재적 인수 대상을 탐색하고 있다. 보고서에 따르면 인수 외에도 Google 은 여전히 '다른 합작 방식'으로 인수하는 동종의 표적을 포함하여 여러 가능성을 모색하고 있다.

비록 알파벳은 공식적으로 언급하지 않았지만 Firework 기능 업그레이드에서 Google 의 의도를 엿볼 수 있다. 현재 Firework 가 지원하는 영상 길이는 업계 주류의 두 배로 사용자가 30 초 분량의 비디오를 업로드 할 수 있게 허용하고 있다. 또한 이 앱 프로그램의 Reveal 기능은 세로와 가로 모드로 촬영된 비디오를 표시할 수 있으며, 사용자는 두 종류의 비디오 모드를 전환할 때 지연되지 않는다.

또한 가로 화면과 세로 화면 사이의 경계를 깬 Reveal 은 현재 아직 특허를 출원하지 않았으며, 이는 의심할 여지없이 Google 로 하여금 아주 욕심을 내게 한다. 올해 지난 번 용자 중 Firework 가치 평가는 1 억 달러를 넘어섰다.

새로운 세력의 쇼트 클립 앱이 트랙픽을 끌어가자 Facebook 과 Google 은 전쟁을 시작하는 것을 선택했다. 특히 일부 중국 응용 앱은 동남아시아와 같은 신흥 시장을 만족시키지 못하지만 미국, 유럽 및 일본 등과 같은 성숙한 시장에서 확고한 발판을 마련했으며 현재 전 세계 젊은이들의 관심을 끌고 있다.

아마존과 마이크로 소프트는 새로운 경로를 찾았으며 일찍이 복선을 깔았다.



사진 4) 출처: 봉황과기

아마존은 9.7 억 달러 현금으로 Twitch 를 인수했다.

Facebook 및 Google 은 짧은 비디오 경쟁에서 지나치게 과시하는데 비해, Amazon 과 Microsoft 는 꽤 오래된 것처럼 보였으며 각도를 파고드는 것 외에도 다른 방법을 찾고 있다. 또한 몇 년 전부터 오늘날 전투에 대비한 매복을 깔아 놓았다.

5 년 전 아마존은 Twitch 를 9.7 억 달러 현금으로 인수했으며 앞으로 더 비즈니스 전망을 갖춘 것일 수 있게 보인다. 2011 년 Justin.tv 에서 인큐베이션 된 게임인 Twitch 는 매달 3800 만 이상의 방문량과 2000 만 이상의 게이머를 보유하고 있으며 평균 일일 체류 시간은 1.5 시간이다.

아마존은 마이크로 소프트, 소니 등과 같은 거대 기업과 게임 시장의 큰 케익을 나누었으며, 아마존에게 현재 영상 서비스 방면에 Twitch 는 아주 좋은 작용을 한다.

Twitch 라이브 방송에서 일찍이 그저 PC, PS 와 Xbox 상의 소형 비디오 플랫폼이었는데 Amazon 제품 채널을 통해 대중의 눈에 들어오기 시작했다. 시청자 간의 실시간 상호 작용으로 비디오를 통해 게임을 보는 것도 영상 분야에서 아마존이 이러한 전복적인 체험으로 인해 중요한 위치를 차지하게 했다.

그리고 쇼트 클립이 빠르게 굴기할때, Twitch 는 아마존이 이 전장에 참여하는데 게임플레이어의 그룹의 가장 좋은 시작점이 되었다.

아마도 영웅이 보는 것은 동일할 것이다. 마이크로 소프트도 아마존과 비슷한 길을 갔다. 2016 년에 Microsoft 는 설립한지 7 개월 된 신생 게임 생방송플랫폼 인 Beam 을 인수하기로 결정하고 이를 Mixer 로 전환하며 5 천만 달러의 거액을 들여 Twitch 에서 1470 만 명의 팬을 지닌 BJ Ninja 를 스카웃했다. 함께 파는데 소비했다. Ninja 는 Microsoft 클라우드 게임 플랫폼 xCloud 에서 독점 생방송을 하는데 인기가 압도적이며 온라인 사용자의 수가 8 만명을 돌파했다. 이 믹서의 팬 수는 35 만 명으로 급증했다.

비록 당시 Microsoft 의 인수는 차세대 Xbox 에서 스트리밍미디어 라이브 방송 기능을 추가하는 것이지만 스트리밍 미디어 플랫폼을 구축할 수 있는 기초를 다졌다. 3 년이 지난 현재, 비디오 발전 관점에서 Microsoft 를 위해 언제든지 쇼트 클립에 힘을 쓸 수 있고, 돈을 버는 새로운 길을 열게 되었다.

글로벌 스트리밍 전쟁에서, 누구도 죽음을 면하고 금메달을 가질 수 없다.

Google 은 YouTube 와 Stadia 가 있고, Facebook 은 Lasso, Amazon 은 Twitch 가, Microsoft 는 Xbox 와 Mixer 가 있다.

그러나 엔터테인먼트 콘텐츠는 생방송에서 쇼트 클립까지 맹렬하게 발전하며 경쟁은 점점 격렬해지고 있다. 단순히 트래픽 비용의 관점에서 동남아시아, 인도 등의 트래픽 비용은 2~3 년 전보다 3 배나 많아졌다. 따라서 어느 한 회사도 생방송 또는 쇼트 클립 플랫폼이 광고 수익에 의존하여 흑자를 실현하지 못한다. 따라서 해외 플랫폼의 상용화 압력 또한 점차 커지고 있다.

유럽과 미국의 광고 시장은 Google 과 Facebook 에 의해 점유되었다. 그들은 신흥 경쟁 상대로부터 소셜 및 전자 상거래 경험을 배우고 싶어한다. 그러나 라이브방송에서 팬이 돈을 주는 것 등의 측면에서 전세계적으로 여전히 문화적 차이가 있다. 미국, 러시아, 브라질 등의 지역에서 사용자는 엔터테인먼트 콘텐츠를 좋아하지만 돈을 주는 데에는 익숙하지 않다. 따라서 YouTube 의 플랫폼 보조금은 외국 왕홍의 생존 수단이다.

그러나 중국 인터넷 소비자의 70 %는 이미 리자치(李佳琦)식의 전자 상거래 제품 판매 방식과 MCN 의 운영 모델에 익숙해졌으며 광고에 대한 높은 관용도도 의심할 여지없이 판매자의 시도를 만족시킨다. 통계에 따르면 2019 년 중국의 KOL 경제 가치는 약 천억 위안이고, MCN 의 수는 5,000 사를 초과했으며, 매출이 1 억을 초과하는 MCN 의 수량은 6 %를 차지했다.

물론 해외 왕홍은 역시 중국에서 팬 경제의 정수를 배웠다. 예를 들어, 거짓 웃음 boy Gavin 이 홍보하는 제품은 일용품, 아동 식품, 청결용품, 모바일 APP 등을 포함한다. 또한 개인 Taobao 상점을 열었고 욕실 가운, 휴대폰 케이스, 마우스 패드, 베개 등 트렌디한 브랜드와 연대하여 파생 상품을 출시하고 있다.

쇼트 클립 시장이 전세계 흥해를 제시함에 따라 소셜, 전자 상거래 등 영역에서 새로운 적수가 굴기한다. 미래의 해외 소셜 플랫폼은 더 전문적인 MCN 으로 국가와 국경을 넘어 협력할 것이다.

결국, 트래픽을 쫓는 상업 전역에서 누구도 죽음을 불사하지 않고 금메달을 딸 수 없다.

3. WeWork 상장실패의 의미: 돈 태우는 시대의 종결 -붕황과기 제공



사진 1) 출처: 붕황과기

미국에서 두 번째로 큰 유니콘 회사인 WeWork 의 첫 번째 공모 (IPO)가 실패한 후 기업 가치 평가가 급격히 떨어졌으며 현재 평가액은 약 70 억 달러에 불과하며 이는 Softbank 의 비전 기금 470 억 달러의 가치 평가에 강렬한 대비를 일으키고 올해 자본 시장에서 가장 큰 검은 백조가 되었다.

월스트리트는 유니콘 회사를 오랫동안 사랑해 왔으며, 종종 웅대한 비전만 보고 현재의 이익에 관심을 갖지 않았지만 이제는 수익성을 달성하지 못한 회사에 대해 인내심을 잃어버렸다. 바로 모건 스탠리가 말한 바와 같이 이윤을 실현하지 못하는 기업을 위해 후하게 자금을 제공하던 시절은 이미 끝났다.

WeWork 의 주식 공모 실패는 독립적인 사건이 아니며 실제로 미국 자본 시장 정서가 바뀌고 있다. 이전에 Lyft 와 Uber 는 일찍이 IPO 에 대한 높은 평가에 성공했지만, 현재 주가는 급락했다. 우버 주식은 35 % 하락했고 Lyft 는 거의 50 %가깝게 하락했다.

과학 기술 개발은 금융 지원과 분리할 수 없지만, 모든 기술 기업은 교정 후 좋은 결과를 얻기 위해 '돈을 태우는' 방법에 의존하고 있으며, 이는 이미 업계의 공통적인 인식이 되었다. 특히 여러 유니콘 기업에서 여러 번의 용자와 거대한 용자 규모는 사람들을 놀라 말문이 막히게 했다. 예를 들어, WeWork 는 지난 한 해 동안 총 약 72 억 달러의 자금 조달을 완성했다. 중국에서 가장 큰 유니콘 기업인 ANT FINANCIAL SERVICES GROUP (蚂蚁金服)는 3 차례의 자금 조달을 경험했으며, 마지막 자금 조달은 2018 년 8 월에 이루어졌으며, 이때 Temasek 및 Carlyle 과 같은 여러 국제 투자 회사를 포함하여 약 900 억 위안의 자금 규모를 획득했다. 2018 년 중국의 202 개사 유니콘 기업의 총 용자 규모는 약 1,500 억 달러에 달했다. 막대한 자금 조달 규모에 힘입어 회사의 가치와 용자 규모를 증폭시키고 다투어 가격을 올리려하며 금융 시장의 자금이 점점

급증했다. 그러나 이 모든 것들은 WeWork의 IPO 부결로 갑자기 끝났기 때문에 사람들은 미래의 가치 평가는 회사의 돈 벌 수 있는 능력이어야만 하고, 기업이 얼마나 많은 돈을 벌 수 있는지 보아야 하는 것이지, 얼마를 투입해야 하는 것이 아님을 의식하게 되었다.



사진 2) 출처: 신랑재경. 비전투자에서 손실을 보고 있는 손정의

투자의 돈을 태우는 과정에는 처음부터 끝까지 거대한 위험이 따른다. 첨단 기술에 대한 동경하에 사람들은 첨단 기술과 새로운 모델로 포장된 각종 회사를 주의 깊게 살펴봐야 하며, 이들 회사의 지분은 사모 펀드와 벤처 캐피탈에 의해 쫓긴다. 따라서 시장은 이러한 회사의 주가에 대한 평가가 훨씬 더 높으며, 최첨단 기술의 후광을 가진 일부 기업도 명분에 따라 정당하게 돈을 따라 가는 여행을 시작했지만 항상 이상과 현실 사이에는 격차가 크다. 꿈이 깨진 후 거대한 투자 손실이 일어난다.

예를 들어, 우리에게 친숙한 ofo는 공유 경제의 부상하에 총 12라운드의 용자, 평균 분기별 용자, 마지막 라운드에서 8.66억을 용자받았다. ofo를 위해 대량의 투자금액을 제공했지만 투자만 있었지 수익을 내지 못했다. 결국 추락했고 주주, 공급 업체 사용자 등을 포함하여 최대 47.5억 위안의 큰 채권을 남겼다. 통계에 따르면 올해 8월까지 중국의 새로운 경제에서 사망한 상위 15개 기업은 150억 위안 이상의 용자를 획득했다. 최대인 회사는 '그룹 대출 네트워크 (团贷网)'은 25억 위안을 태운 후 사망했으며, 부동산 교역 플랫폼 '아이우지우(爱吾吉屋)'도 22억 위안을 태운 후 하락했다.

돈을 태우는 것은 자본 시장의 게임이며, 과학 기술 자체는 시행 착오의 과정이다. 과학 기술의 발전은 어떤 의미에서든 버블과 분리할 수 없지만 핵심이 되는 질문은 '돈을 태우게 되는 자가 누가 되느냐?'이다. 기업의 자금 조달 단계의 관점에서 초기 단계의 기업은 벤처 캐피탈이 개입하고, 성장 단계에 들어간 후에는 사모 펀드 및 다양한 유형의 펀드이며, 성숙이후에는 주로 은행과 주식 시장에 의존하여 용자를 받는다. 이는 여러

층의 자본 시장이다. 서로 다른 층의 자본 시장과 관련되어 있으며, 사모 펀드와 벤처 캐피탈 투자는 주로 기업이 상장하면 철회하고 이때 수익을 배분받게 된다.

그러나 주식 시장은 투자의 낭비와 실패를 감당할 수 없음을 분명히 해야하며, 더 많은 사모 펀드와 벤처 캐피탈이 위험을 감수해야 한다. 일단 VC 와 사모 펀드가 많은 정크 주식을 증권 거래소에 가져오면 주가는 심각하게 기본에서 벗어 났고 경제학자는 이를 '버블'이라고 부르며, 전체 금융 시장은 필연적으로 재난에 직면하게 된다. 1995 년에서 2000 년 사이에 미국은 인터넷 회사에 과잉 투자하여 거품을 일으켰으며, 나스닥 지수는 6 일 만에 4,500 포인트 이상 떨어졌으며, 직접 용자에 의해 지배되는 미국 금융 시스템의 경우 거품이 터졌다. 그것은 경제에 큰 충격을 주었고 경제의 불황을 촉발시켰다. 이렇게 되면 경제는 큰 불확실성에 빠질 것이며, '비이성적인 변영'의 비용이 엄청나다는 것을 보여준다. 자본 시장의 적당한 거품은 기술 진보를 가속화할 수 있지만, 일단 거품이 너무 크면 경제의 '감당할 수 없는 무게'가 된다.



사진 3) 출처: 신량재경

미국은 현재 금융 시장에 대한 우려로 가득 차 있으며, 일부 의견에 따르면 2000 년 닷컴 버블 붕괴 이전과 비슷하다고 지적했다. 중국의 상황에서 자본의 야만적인 성장은 점점 더 격렬해졌다. 자본의 광기를 억제하고 고열의 자본을 식히는 방법은 신중하게 고려해야 할 중요한 문제이다.

주로 네 가지 측면에 의존한다: 첫째, 이성의 목소리. 적지 않은 연구에 따르면 일부 미디어는 금융 위기중 투자자를 오도하기 쉽고 자본 시장 거품을 불러 일으키는 역할을 한다. 이러한 시기에 시장은 합리적인 목소리가 필요하고, 한 목소리가 아닌 여러 변론을 제창하고 많은 성찰을 하여 더 많은 투자자가 리스크 인식을 하도록 해야 한다. 두 번째는 시스템의 힘이다. 현재 중국은 이미 여러 층의 자본 시장이 건립되었고, 커창반(科创板)도 이미 나왔으며 더욱 완전한 제도를 향해 나아가 투자자의 합법적인 권익을 보호해야한다. 세 번째는 가격의 귀환이다. 주식 시장에 상장된 일부 회사의 경우 정보를 보다 투명하게 공개하고 보다

과학적인 주가 가격 체계를 갖추고, 공평·공정·개방적으로 가격을 책정하며, 좋은 주식으로 사모 주주권에 대해 개선 작업을 해야한다. 네 번째는 정책적 보호이다. 효과적인 화폐 정책과 광범위하고 신중한 관리감독 두개의 기둥이 필요하며, 화폐정책에 대해 사전 조정과 미세 조정이 필요하다.

안정적인 화폐 정책은 과도한 거품이 발생하는 것을 방지하고 적당한 유동성을 제공한다. 광범위하고 신중한 관리 감독은 좋은 자본이 충분한 비율을 유지하게 하며 적정성 비율, 레버리지 비율, 유동성 비율 등의 정책 도구를 사용하여 역 순환 조정의 강도와 효과를 높이고, 금융 시스템의 안정성을 강화하며 금융 시스템의 건강한 운영을 확보한다.

4. 양자컴퓨터 시리즈 19) 알리바바, 화웨이, 바이두, 텐센트 거두 4 사는 어떻게 양자 컴퓨팅을 발전시킬까 -DeepTech 제공

최근 Google, IBM, Intel, Ali, Tencent, Baidu 및 Huawei 를 포함한 업계회사들은 서로 연달아 양자 컴퓨팅 실험실을 설립하거나 전문적으로 양자 컴퓨터 기술을 연구하고 있다. 이론에서 실제에 이르기까지 이러한 기업의 양자 컴퓨팅 연구 발전 진행은 어떠할까?

쑤저우에서 개최된 CNCC2019 컨퍼런스에서 Tencent, Baidu, Huawei, Alibaba 로 구성된 '네 거두' 양자 연구 책임자들이 'Quantum Computing: 이론에서 실천까지' 서브 포럼에 모두 모였다. '쑤저우논검(苏州论剑)'에 와서 4 명의 양자 전문가가 중국내 양자 컴퓨팅의 개발 상태와 향후 개발 동향을 공동으로 논의했다.



사진 1) 출처: DeepTech. Tencent 양자실험실의 창립자이자 책임자인 장성위(张胜誉) 'Quantum Computing'의 발전으로 가는 길에 대해 연설

Tencent 양자실험실의 창립자이자 책임자인 장성위(张胜誉)는 <양자컴퓨팅의 발전으로 가는 길>에서의 양자 컴퓨팅을 적용할 수 있는 영역, 양자컴퓨팅의 발전 경로를 잘 설계할 수 있는 방법 등의 문제를 살펴보았다. 그는 현재 양자를 기계 학습에 적용하는데 3 대 과제를 지적했으며, Tencent 의 양자 실험실에서 양자 컴퓨팅과 관련된 알고리즘, 데이터베이스 및 소프트웨어에 대한 탐구를 소개했다.

장성위는 현재 홍콩 중문 대학교에서 종신 교수로 재직 중이다. 푸단대학교(复旦大学) 수학과를 졸업하고 칭화대 학교 컴퓨터 공학과를 졸업하고 잉밍성(应明生) 교수와 함께 공부하고 프린스턴 대학교 컴퓨터 공학과를 졸업했으며 야오지 지 교수(姚期智) 교수에게 사사받았다.

Tencent 가 양자 기술을 배치한지는 2017 년 초부터이며 거링(葛凌) 교수는 Tencent 유업의 수석 대표로 Tencent 에 합류했다. 2018 년 1 월, 홍콩중문대학의 유명한 양자 이론 컴퓨터 과학자 장성위 교수가 Tencent 양자실험실에 합류하여 팀을 구성하고 이끌 책임을 맡았다. 같은 해에 Tencent 는 'ABC2.0'기술 배치 (AI, RoBotics, Quantum Computing)를 제안했다.

현재 Tencent 는 양자 AI 에 중점을 두어 화학 및 약물 연구 개발 분야에 처음 진출했다. 양자 AI 이론에서 Tencent 양자실험실과 외부 과학자 Iordanis Kerenidis 는 최초의 입증 가능한 양자 가속 알고리즘을 개발했다. 네트워크 연결 수에 정비례하는 복잡도를 가진 전통식 알고리즘에 비해, 네트워크 노드 수에 정비례하는 양자 알고리즘 복잡도로 증가한다. 이것은 '제공 수준'의 효율성 향상으로, 인간 두뇌의 '궁극적인 신경망'의 경우 이 알고리즘의 효율성이 7000 배 높다.

동시 이 알고리즘은 양자 컴퓨터의 정확도에 대한 요구 사항이 낮으며 중단기 양자 컴퓨터의 응용에 적합하다. Tencent 양자실험실은 현재 소분자 약물의 발현 과정에서 AI 모델을 도입하고 있으며 제약 산업에서 진보가 이루어졌다. 동시에 실험실에서는 Tencent Cloud 의 컴퓨팅을 사용하여 Alchemy 데이터베이스를 계산하고 발표했다. 이 데이터베이스는 최대 분자 성질 데이터베이스 QM9 보다 샘플 수량, 분자 크기, 원소 조성 등의 방면에서 명확한 증가가 이루어졌다. Tencent 양자실험실은 클라우드 과학 컴퓨터 생태계를 구축하기 위해 SimHub 과학 컴퓨팅 플랫폼의 구축을 탐색하고 있다.



사진 2) 출처: DeepTech. Baidu 연구원 양자컴퓨터 연구소 소장 두안롄야오는 <양자구조와 양자 혈관 시스템>에 대해 연설

Baidu 연구소의 양자컴퓨터 연구소 소장 두안롄야오(段润尧)는 <양자구조와 양자맥 시스템> 강연에서 양자 구조가 직면한 문제와 Baidu 의 최신 개발 '양자맥(量脉)'시스템을 소개했다. 두안롄야오는 칭화대 학교 컴퓨터 공학부에서 학사와 박사 학위를 받았으며 2001 년부터 양자 컴퓨팅과 양자 정보 기술 연구에 종사하고 있으며 양자 얽힘 특성과 응용 분야의 전문가다.

이 보고서에서 그는 먼저 양자 기술발전 추세와 판단에 대해 공유하고 양자컴퓨터 시대를 맞이할 긴급성과 양자 컴퓨팅의 새로운 비즈니스 개발의 중요성을 지적했다.

양자 기술의 개발 동향에 대한 판단을 공유했다. 그 후, '통합 프로그래밍 플랫폼, 양자 하드웨어 인터페이스, 분포식 정보 처리, 양자 인터넷, 양자와 포스트 양자 암호화'의 5 가지 방향에서 직면하고 있는 거대한 기회와 심각한 도전에 대해 분석했고 바이두가 양자 컴퓨팅 플랫폼구축과 생태계 시스템을 통해 대응할 도전에 대해 소개했다. 마지막으로 최근 Baidu 양자컴퓨터연구소가 최신 개발하여 '양자 맥(Quantum)이라 명명한 양자 펄스 클라우드 컴퓨팅 시스템을 소개했다.

두안론태오는 양자맥 시스템이 양자 논리 게이트의 설명을 양자 하드웨어를 제어하는 펄스 시퀀스로 효율적으로 변환할 수 있다고 말했다. 실제 테스트 후 펄스 펄스의 알고리즘 성능은 동일한 유형의 토크에 비해 수십 배 향상되었다.

바이두 연구원 양자 컴퓨터연구소는 2018 년 3 월 성립되어 양자 소프트웨어 및 정보 기술 응용 업무 연구를 전개했고 시드니과학기술대학 양자소프트웨어와 정보센터 창립 주임 두안론태오교수를 바이두양자컴퓨터연구소 소장으로 임용했다. 소개에 따르면 바이두는 5 년 내에 세계 일류 수준의 양자연구소를 설립하고 점차적으로 양자 컴퓨팅을 비즈니스에 통합할 계획이다.

강연 이후의 Q & A 세션에서 두안론태오는 반복적으로 강조했다 양자 컴퓨팅 분야의 연구 개발 보급은 여러 학과간 교차융합이 필요하며, 또한 자 소프트웨어와 많은 중요한 응용 프로그램의 연구 개발이 초급 단계에 있으므로 일정한 불확실성이 존재하며 어떠한 개인이나 사업체는 각자의 강점과 필요에 따라 신중하게 전략적 선택을 해야하며 빈틈없이 고려하여 중점을 놓치지 않아야 한다고 강조했다.

그는 바이두양자컴퓨터연구소는 앞으로 회사 자체의 강력한 기초 기술 능력과 클라우드 컴퓨팅 등의 핵심 비즈니스를 결합시켜, 양자 알고리즘, 양자 AI 애플리케이션 및 양자 아키텍처 개발 3 대 방향의 연구 개발에 중점을 두고, 양자 컴퓨팅 플랫폼을 개발하고 유연하고 효율적인 양자 하드웨어 접속과 다양한 양자 하드웨어 시스템을 채택할 것이며, 최종적으로 클라우드 컴퓨팅 방식으로 양자컴퓨터 능력을 아우를 수 있다. 또한 바이두는 지속 가능한 양자 컴퓨팅 생태계를 힘써 구축하고 학계 및 산업계와 협력하여 양자 컴퓨터 발전을 추진할 것이라고 했다.



사진 3) 출처: DeepTech. Huawei 양자컴퓨터 소프트웨어와 알고리즘 수석 과학자 왕원강(翁文康)은 <양자컴퓨터 전용 응용알고리즘>에 대해 연설

화웨이의 양자 컴퓨팅 소프트웨어 및 알고리즘의 수석 과학자인 왕원강(翁文康)은 '전용 양자 컴퓨터를 위한 응용 알고리즘'에 관해 연설하고 화웨이 양자 기술 관련 연구 성과와 일련의 아이디어를 공유했다.

왕원강은 2018 년 Huawei 데이터 센터 기술 실험실에 합류하여 양자 알고리즘, 양자 인공 지능 및 양자 시뮬레이션 등의 최첨단 연구와 기술 혁신을 주도했다. 홍콩 중화 대학 물리학과 학사와 석사 학위를 취득한 후 일리노이 대학교에서 박사 학위를 취득한 후 하버드 대학교의 양자 관련 박사후 과정에 참여했으며 중국으로 돌아온 후 칭화대 학교의 크로스 정보 연구소에서 조교수로 근무했고 남방과학기술대학 물리학과에서 교수를 역임했다.

왕원강은 현재 산학계에서 실현하는 양자 비트 수가 교과서에서 말하는 양자 알고리즘을 실현하기에는 거리가 멀다고 생각한다. 오늘날 우리가 직면하고 있는 중대 문제는 실질적인 과학적 또는 공학적 문제를 해결하기 위해 최근 양자 칩의 응용을 개발하는 것이다. 또한 일반 사용자가 어떻게 이러한 전용 양자 컴퓨터를 기반으로 한 클라우드 서비스에 접속할 수 있게 하느냐이다. 동시에 이러한 클라우드 서비스는 예를 들면 인터넷 뒤의 서버가 진짜 양자 컴퓨터인지 전통 시뮬레이션 기기인지 확인하는 방법과 같은 많은 학술적 문제를 일으켰다.

양자 컴퓨팅은 화웨이 중앙 연구원 데이터 센터 실험실의 중요한 연구 분야 중 하나이며, 주현재 연구 방향으로는 양자 컴퓨팅 물리와 작동, 양자 소프트웨어, 양자 알고리즘 및 응용 분야가 있다. 지난해 HUAWEI CONNECT 2018 에서 화웨이는 양자라인 시뮬레이터를 탑재한 HiQ 1.0 클라우드 서비스 플랫폼을 대외에 공식 발표했다. 화웨이는 Kunlun 양자 컴퓨팅 시뮬레이터 기기 한 대가 40 큐비트를 실현하고, 최대

144 qubits (22 layer)의 단일 진동 시뮬레이션을 달성할 수 있다고 말했다. 이외에 화웨이는 현재 이미 여러 양자 컴퓨팅 연구팀과 전략적 파트너십을 구축했다는 소식을 전했다.

그는 강연 중 양자 화학 문제는 참여 변수가 너무 많고, 많은 논리 게이트가 필요하고, 고정밀 요구 사항 등의 문제로 더 많은 연구가 필요하다고 언급했다. 화웨이는 올해 양자컴퓨팅클라우드 서비스 2.0, 새로 증가해 업계를 리드하는 양자 화학 시뮬레이션 플랫폼 HiQ Fermion 과 양자 제어 모듈 HiQ Pulse 를 출시했다.



사진 4) 출처: DeepTech. 알리바바 달마 실험실 양자 과학자 덩춘칭 (邓 纯 青)은 <초전도 양자 컴퓨팅의 발전 현황과 전망>에 대해 강연

알리바바 달마 실험실 양자 과학자 덩춘칭 (邓纯青)은 <초전도 양자 컴퓨팅의 발전 현황과 전망>을 주제로 강연했다. 초전도 양자 회로의 관점에서 절열양자컴퓨터와 게이트 전기회로 양자컴퓨터 두 가지 종류의 양자컴퓨터 모델이 실험실에서 구현되며 직면하는 문제에 대해 공유했다. 또한 통용되는 양자 컴퓨터를 달성하기 위한 어려움과 해결방안을 논의하고 Alibaba 양자실험실의 최근 연구 개발을 소개했다.

덩춘칭 (邓纯青)은 현재 알리바바 달마 양자 연구소의 양자 과학자, 하드웨어 팀장이다. 그는 워털루 대학교 양자 컴퓨터 연구소에서 박사 학위를 받았으며 북경 대학 전자과 학사 학위를 받았다. 그는 양자 컴퓨팅 회사인 D-Wave 에서 선임 과학자로 일하면서 차세대 양자 프로세서 개발을 이끌었다.

양자 컴퓨팅의 다양한 물리적 구현 방식 중에서 초전도 회로의 방향은 지난 10 년 동안 큰 발전을 거쳤으며, 현재 양자 컴퓨팅을 위한 가장 현실적인 솔루션 중 하나로 간주되고 있다. 초전도 양자 회로는 설계, 제조, 측량 방면에서 기존의 집적 회로 기술과 높은 호환성을 가져 병용할 수 있으며, 양자 비트 등급과 전환에 대해 매우 유연한 설계와 제어를 실현할 수 있으며, 규모화할 수 있는 잠재력을 갖고 있다.

2017 년 알리바바는 양자 컴퓨팅의 잠재력을 실현하기 위한 목표로, 이전 미시간 대학의 교수 시야오윈(施尧耘)박사에 의해 양자 실험실을 설립했다. 2018 년초 실험실에서 연구 제작한 양자 회로 시뮬레이터 '타이장(太章)'은 81 비트 40 층을 기준으로 한 Google 랜덤 양자 회로를 세계 최초로 성공적으로 시뮬레이션했다. 올해 9 월 알리바바 달마연구원 원장 장지엔핑(张建锋)은 양자실험실이 처음으로 제어 가능한 큐 비트 개발 작업을 완료했다고 발표했으며, 비트의 설계, 제작 준비 및 측량은 모두 자율적으로 이루어졌으며, 이는 달마연구원이 양자칩 연구개발상에서 전체 산업체인의 능력을 구비했음을 보여준다.

덩춘칭(邓纯青)은 알리의 양자 컴퓨팅 경로는 하드웨어를 기반으로 풀스택식 연구개발이라며 '죽기 살기로 덤비는 하드웨어'라고 말했다. 하드웨어 방면에서, 실험실 건설을 완료하고 기본 기능을 완비한 후에는 원래의 창의적 연구 단계에 들어섰다. '타이장(太章)으로 컴퓨터엔진 '알리클라우드 양자개발플랫폼'으로 하기 위해 arXiv.org 를 점차 발표했으며 목표는 알고리즘과 하드웨어 설계를 지원하는 강력한 도구가 되는 것이다.

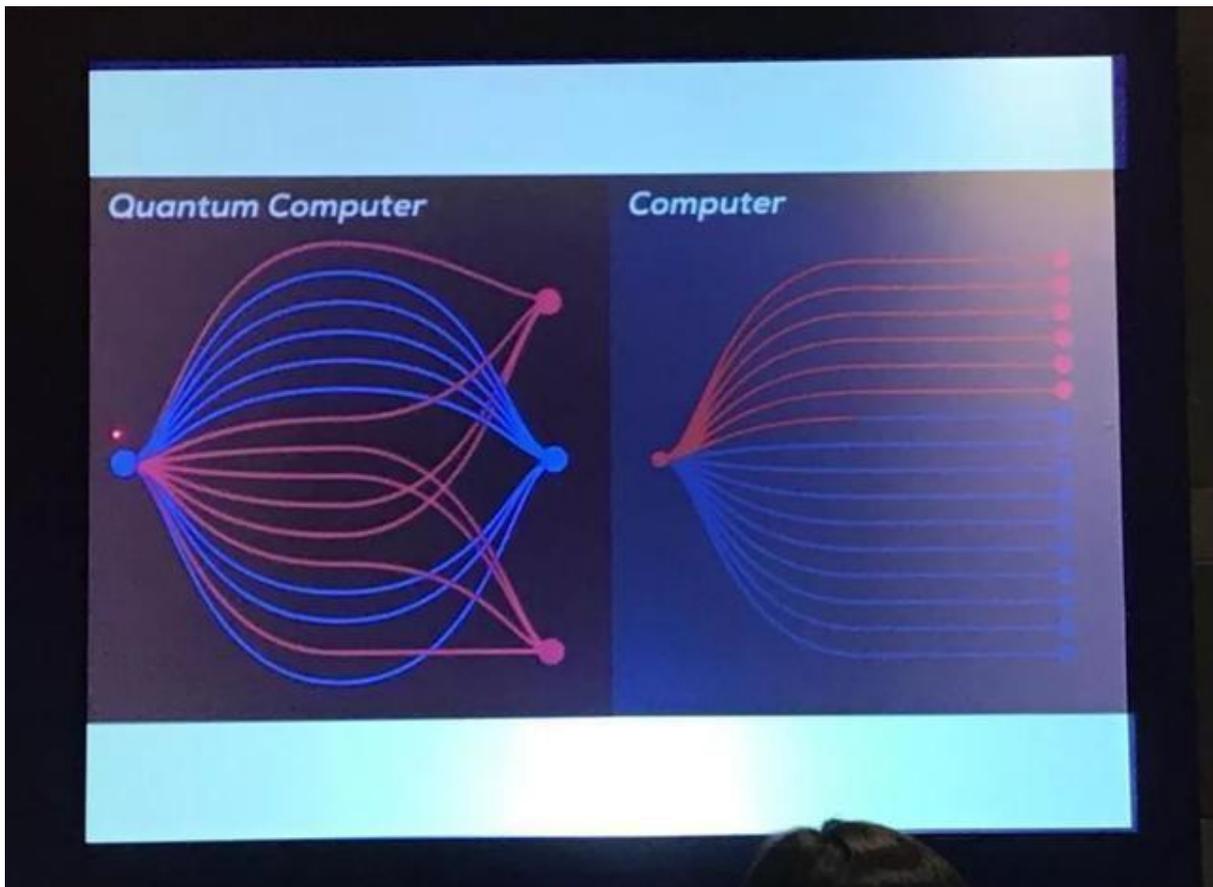


사진 5) 출처: DeepTech. 양자 계산과 고전 계산의 차이점

네 명의 담당자는 현재 양자 컴퓨팅에서 해결해야 할 불확실성과 문제가 여전히 너무 많고 양자 컴퓨터의 상용화를 실현하기에는 아직 먼 길이 남아 있다는데 기본적인 공동 인식을 갖고 있다. 각계 모두 '후대 사람들이 시원하도록 전대 사람들이 나무를 심는' 정신으로 끊임없이 탐색하고 실천해야 한다.

분명하게 네 거인은 각기 다른 양자 탐사 경로를 선택했다. 각 회사는 모두 각자의 장점을 결합한 기초 상에서 자체 하드웨어와 소프트웨어를 선택해 발전하기로 선택했다. 현재의 관점에서 볼 때 양자 알고리즘과 소프트웨어는 상대적으로 투자가 적고 개발이 쉽고, 하드웨어는 난도와 비용으로 인해 비교적 장기적인 배치가 필요하다. 미래 양자컴퓨터의 혁신을 실현하기 위해서는 하드웨어의 지지를 필요로 하며 또한 새로운

알고리즘의 출현을 필요로 한다. 하드웨어와 알고리즘의 발전은 서로를 촉진할 것이며 '킬러 응용 프로그램'이 출현하려면 더 많은 관심과 자금 투입을 해야 하며, 하드웨어의 혁신은 알고리즘 설계 공간을 대폭 확장시킬 것이다. 예일대 스텔링 응용 물리학과 물리학 교수 (Sterling Professor) 이자 초전도 큐비트의 발명가 중 한 사람인 Schoelkopf 교수는 다음과 같이 말했다. '하드웨어와 소프트웨어의 결합은 문제를 가장 쉽게 처리하도록 선택해줍니다. 실용 양자 컴퓨터의 실현은 사람들이 상상하는 것보다 더 빠를 수 있다.'

이 포럼은 CCF 이론전문위원회 부주임, 학공위(晋中学院学工委) 주임보조 중과원계산소 쉰샤오밍(孙晓明)연구원이 주석과 사회를 맡았으며 중과원계산소 장자린(张家琳) 부연구원이 공동 주석을 맡았다.

ICO News Letter by PLAYCOIN



1. 꾸준히 오는 중국 암호화폐 거래소 '한국은 전략시장' (이데일리, 2019.10.13)

중국계 암호화폐 거래소가 계속 한국시장에 들어오고 있다. 비록 정부의 정책기조 불확실성이 상당하지만, 한국 개발자·창업자들이 진행하는 다양한 블록체인 프로젝트와 높은 관심을 겨냥하는 행보다. 하루빨리 국내 관련 산업 육성에 나서야 하는 이유라는 지적도 나온다.

13 일 IT·블록체인 업계에 따르면 최근 중국계 암호화폐 거래소 사업자들이 한국어 서비스와 함께 한국 시장에 진출했거나 진출을 타진하고 있다. 앞서 지난 10 일에는 드래곤엑스(DragonEx)라는 거래소가 한국어 서비스와 함께 한국 진출을 발표했다. 공식 론칭 행사에 발표자로 나선 케빈 쉰 공동창업자(CPO)는 '한국시장 서비스를 론칭하며 본사와의 팀워크 운영체제에서 더 큰 성과를 거두길 바란다'고 말했다.

드래곤엑스는 30 만명 이상이 이용하고 있으며, 채굴 거래 방식을 취하고 있는 점이 특징이다. 거래 규모는 국내 대형 거래소와 맞먹을 정도라는 것이 이들의 주장이다. 아직 한국지사 설립 단계는 아니지만, 한국어 서비스와 함께 케이체인, 문정아중국어 등 한국 파트너와 손잡고 한국 개발자들의 블록체인 프로젝트에 대한 지원을 제공하겠다는 계획을 발표했다.

이 같은 흐름은 후오비, 바이낸스, 오케이이엑스 등 다른 중국계 사업자도 비슷하다. 후오비는 2017 년 한국에 진출했고 그해 10 월 한국법인을 설립했다. 지난해 가을에는 서울에서 '후오비 카니발' 행사를 통해 블록체인과 암호화폐 산업에 대해 조망하기도 했다.

현재 글로벌 블록체인 투자 프로젝트의 한국 사업은 물론 블록체인 협업 카페·사무실 공간인 '후오비 블록체인 커피하우스', 유망 프로젝트 상장 공모전 등을 진행하며 활발하게 움직이고 있다.

세계 최대 규모 거래량을 보인 바이낸스도 한국 관련 사업을 활발하게 진행하고 있다. 한국지사는 설립하지 않았지만, 'CZ'라 줄여 부르는 장평자오 창업자를 비롯해 주요 경영진이 지속적으로 한국을 찾아 투자자나 언론 등과 접촉하며 동시에 국내 유망 프로젝트 발굴을 위한 움직임을 계속하고 있다. 오케이이엑스(OKEx) 역시 지난해 한국 파트너 오케이인코리아와 제휴를 맺으며 한국 진출을 시작했고, 지난해 12 월 서울에서 진행한 콘퍼런스에서는 선물 마진거래 상품을 비롯한 다양한 사업과 상품을 소개하기도 했다.

블록체인 업계 관계자들은 이들 업체가 한국 시장에 지속 진출하는데 대해 △투자 열기와 블록체인 프로젝트 창업이 활발할 높은 시장성 △중국 본토와 가까운 지리적 이점 △향후 올 수 있는 사업기회 포착 등을 노리고 있다고 풀이한다.

이미 '광풍'이란 표현으로 전해진 높은 투자열기는 물론, 블록체인 활용 창업이 계속 이어지는 점에 주목하고 있다. 또 중국 본토와 가깝기 때문에 일정 부분 문화적으로 통하는 면이 있는 동시에, 암호화폐 사업이 금지돼있는 중국 측 인사들을 행사에 함께 초청하기에 편리한 점도 고려되고 있는 것으로 알려졌다. 나아가 최근 블록체인 규제특구로 지정된 부산시를 비롯해 여러 지방자치단체가 블록체인 산업 육성이 큰 관심을 보이는 점 역시 매력적이다.

국내 한 암호화폐 거래소 관계자는 '일단 시장을 함께 키우는 측면에서는 (중국계 업체의)한국 진출도 나쁘지 않은 흐름'이라며 '정부의 명확한 규제 기준이 마련되면 공정한 경쟁이 가능해지지 않겠느냐'고 말했다.

2. 中 CBDC·페북 리브라, 달러 헤게모니 위협...외신 '美 연준, 자체 암호화폐 발행 재고려' (코인리더스, 2019.10.15)

미국 연방준비제도(Fed·연준)가 자체 디지털 화폐(암호화폐) '페드코인(FedCoin)' 발행을 고려하고 있는 것으로 알려졌다.

15 일(현지시간) 암호화폐 전문 미디어 비인크립토(Beincrypto)는 미국 정치 전문 미디어 폴리티코(Politico)의 최근 보고서를 인용, '미국 내 다수 은행 기관이 '페드코인' 연구 필요성을 강조하고 있다'며 '특히 최근 페이스북 암호화폐 프로젝트 리브라(Libra) 출시 계획이 공개되면서 중앙은행 자체 발행 디지털 화폐 연구 필요성이 대두되는 분위기'라고 전했다.

미디어에 따르면 '페드코인' 안건은 미국 워싱턴 DC 에서 열리고 있는 국제통화기금(IMF)·세계은행연차총회에서 중점적으로 논의될 예정이다.

이와 관련해 크리스토퍼 지안카를로(Christopher Giancarlo) 미국 선물거래위원회(CFTC) 전 위원장과 다니엘 고핀(Daniel Gorfine) CFTC CIO(최고혁신책임자)는 이날 공동으로 기고한 WSJ 칼럼에서 '50 년 전 미국인 닐 암스트롱은 인류 역사상 최초로 달 표면에 발을 디뎠다. 50 년 후 미국은 달러의 디지털화를 이룰 것이다'고 전망했다.

이어 '디지털화폐 발전이 전 세계 달러 지배력을 위협하고 있다. 디지털화폐 발행에 대한 주요국 움직임도 빨라지고 있다. 미국이 뒤쳐지지 않기 위해서는 새로운 시대에 달러의 디지털화를 이뤄야 한다'고 강조했다.

또한 '디지털 달러는 정책 당국의 승인 하에 블록체인 기반으로 발행되고, 독립된 민간 기관의 모니터링, 신뢰할만한 금융 기관의 운영이 병행되어야 한다'며 '파일럿 프로그램을 통해 시범적으로 운영하고, 운영 범위를 점차적으로 확대할 수 있다'고 덧붙였다.

현재 페이스북 스테이블코인(가치안정화 코인) 리브라는 각국 정부와 의회, 관련 기관의 강력한 규제 압박 속에도 프로젝트 출시에 대한 강한 의지를 드러내고 있다. 이와 관련해 미국 경제 전문 방송채널 CNBC 에 따르면 버트랜드 페레즈(Bertrand Perez) 리브라 협회(Libra Association) 최고운영책임자(COO)는 '리브라 정식 출시 후 파트너사가 100 여 곳에 달할 것'이라고 강조했다. 리브라협회는 전날 공식 채널을 통해 미국 최대 암호화폐 거래소 코인베이스(Coinbase)를 비롯한 21 개 주요 파트너사를 공개했다.

중국 인민은행이 발행하는 디지털 화폐(央行数字货币·CBDC)도 조만간 출시될 것으로 보인다. 앞서 지난 8 월 중국 관영 영자지 차이나데일리는 CBDC 가 2020 년 상반기 출시를 목표로 하는 페이스북 암호화폐 리브라보다 빨리 출시될 수도 있다고 보도한 바 있다. 실제 중국인민은행은 2014 년부터 CBDC 발행을 연구해 왔으며, 최근 준비를 마쳤고, 위안화 가치와 연동되어 1:1 비율로 발행될 것으로 알려졌다.

이에 블록체인 핀테크 전문기업 체인파트너스는 최신 보고서를 통해 '난항을 겪고 있는 페이스북의 리브라와는 달리, 중국의 디지털 위안화 프로젝트는 순항하고 있는 듯하다'며 '리브라의 '위안화 패싱'(페이스북 통화 바스켓 구성: USD 50%, EUR 18%, JPY 14%, GBP 11%, SGD 7%)에 위기 의식을 느낀 중국 중앙은행은 디지털 위안화 개발을 가속화하고 있다. 중국은 화웨이, 텐센트, 알리바바 등의 자국 기업을 동원해 전세계에서 가장 빨리 CBDC 를 출시하고 대중화 할 가능성이 높다. 리브라가 규제 리스크에 직면해 지지부진 하는 사이, 중국의 디지털 위안화가 내수뿐 아니라 개도국을 중심으로 국제적으로 활성화되게 된다면 이는 미국 달러 헤게모니에 심대한 피해를 끼칠 잠재력이 있다'고 지적했다.

한편 캐나다 현지 미디어 밴쿠버선(vancouver.sun)에 따르면, 스티븐 폴로즈(Stephen S. Poloz) 캐나다중앙은행 총재는 최근 인터뷰를 통해 '암호화폐의 '직접적인 위협'을 방지하기 위해 디지털 화폐 발행을 고려하고 있다'고 밝혔다.

3.블록체인계 위챗 꿈꾸는 바나나톡, 암호화폐 이슈 메이커 선언... '칠일일신(七日日新) 실천해 나갈 것' (코인리더스, 2019.10.18)

글로벌 블록체인 소셜네트워크서비스(SNS) 프로젝트인 바나나톡(프로젝트명 BNA)가 '칠일일신(七日日新)'전략을 내놓으며 침체돼 있는 암호화폐 시장을 리딩하겠다는 이슈 메이커를 선언했다.

블록체인계 위챗(Wechat·微信)이 되겠다는 야심찬 목표로 출발한 바나나톡은 중국의 400 만 코인 유저와 함께 채팅창에서 주소 없이 코인 이체와 즉석 에어드랍을 선보이며, 현재 프로젝트 일거수 일투족이 화제에 중심에 서 있다.

이같은 업계와 생태계의 큰 관심 속에 바나나톡은 1 년 동안 매주 1 개 이상의 호재를 쌓아가겠다는 '칠일일신'이라는 획기적인 전략을 발표하며 또 한번 시장 이슈를 선점하고 있다.

칠일일신은 날이 갈수록 새롭게 발전함을 뜻하는 '일신우일신(日新又日新)'이라는 고사성어에서 나온 것으로, 바나나톡 프로젝트팀의 강력한 성공 의지를 피력한 것으로 풀이된다. 업계에서는 이러한 발표 배경에 바나나톡이 그동안 쌓아온 준비된 호재들이 많은 것으로 보고 있다.

바나나톡 운영사인 주홀딩스의 조우창 대표는 '칠일일신 전략은 매주 한 개 이상의 호재 발표를 약속한다는 의미로 청사진만 발표하며 실행하지 않는 기존 코인 업체에 대한 사회 전반의 부정적 인식을 적극적 실천을 통해 변화시켜 나가고, 이를 통해 업계 신뢰를 되찾겠다는 프로젝트의 결연한 실행 의지와 사회적 책무를 표명한 것'이라고 강조했다.

칠일일신 기획은 이미 주홀딩스그룹이 2015 년 중국 주커피(Zoo coffee, 动物园咖啡)를 통해 남규리, 윤상현을 모델로 내세워 한해 동안 진행했었던 전략으로, 1 년 동안 매 일주일마다 신제품을 출시하며 당시 중국진출 3 년 만에 전국 200 호점을 달성할 수 있었던 가장 주요한 마케팅 활동으로 평가받고 있다.

이에 조우창 대표는 '바나나톡도 과거 주홀딩스의 영광을 다시 바나나톡으로 재현하기 위해 매주 새로운 전략 발표를 통해 실천해 나갈 것'이라며 '이를 통해 현재 부진을 겪고 있는 암호화폐 시장에 활력을 불어넣고, 시장이 나아가야 할 방향을 제시해 나가는 게임 체인저가 될 것'이라고 밝혔다.

현재 바나나톡은 칠일일신 전략에 맞춰 글로벌 거래소 BNA 토큰 상장, 소셜 거래소 및 iOS 버전 출시 등 폭발적 이슈를 준비하고 있다.

이와 관련해 조 대표는 '현재 바나나톡은 안드로이드 버전만 출시된 상태이지만 안드로이드 유저만으로 하루 동시접속자수 수천 명을 기록하고 있다. 조만간 iOS 버전이 정식 오픈되면 폭발적인 바나나톡 유저 증대가 예상된다'며 '이밖에 연내 3 곳 이상의 글로벌 암호화폐 거래소에 BNA 상장을 계획 중에 있고, 최초의 소셜 거래소 또한 아직 오픈 전에 있어 많은 코인 홀더들의 관심과 기대가 증폭되고 있다'고 전했다.

바나나톡의 주목할 만한 마케팅 전략이 암호화폐와 블록체인 시장에 얼마만큼의 영향을 끼칠지 귀추가 주목된다.

4.중국건설은행, 무역금융 플랫폼 BCTrade2.0 확대 적용 (코인데스크코리아, 2019.10.18)

중국건설은행(中国人民建设银行)이 무역금융 플랫폼에 블록체인 간 거래, 은행 간 거래를 지원하는 새로운 기능을 추가한다. 최근 건설은행의 무역금융 플랫폼에서 처리한 거래량이 530 억 달러를 넘어서는 등 상승세가 이어지면서 플랫폼을 확장하기로 한 것이다.

중국건설은행의 지즈훙 부행장은 새로 업그레이드한 BCTrade2.0 을 공식 출범하는 자리에서 새 플랫폼을 통해 중국 수출업체들에 더 나은 금융 서비스를 제공할 수 있다고 말했다.

지난해 4 월 처음 선보인 중국건설은행의 무역금융 플랫폼은, 지금까지 수출업체와 은행, 그리고 기타 금융 기관 사이에서 총 535 억 달러 이상의 무역 금융 거래를 처리했다. 건설은행은 플랫폼을 통해 수출업체에 수출 중장기 어음을 할인된 가격에 팔아 즉시 현금을 얻을 수 있는 팩터링(factoring, 채권 매입) 및 할인 서비스를 제공한다.

새로이 추가된 체인 간 거래 기능을 통해 중국건설은행의 국내 및 해외의 54 개 지점 간에 거래를 더 빨리 처리할 수 있게 된다. 또한, 40 개의 다른 중국 내 은행, 외국은행, 상업은행과 비은행 플랫폼과도 무역금융 거래가 가능해졌다.

중국건설은행은 새 플랫폼을 운영하기 위해 자회사인 젠신(Jianxin) 금융 서비스를 통해 2 억 3 천만 달러의 자금을 마련했다. 그리고 상하이로 기반으로 하는 핀테크 회사를 지난 4 월에 세웠다.

중국건설은행은 블록체인 기술을 이용하여 수출을 지원하는 무역금융 시스템의 효율성을 높이는 데 주력해왔다. 이번 업그레이드를 통해 지난해 1 월에 시작된 블록체인 기반 팩터링 시스템이 사실상 완성되었다.

‘이번 기술 개발은 중국의 일대일로 구상에 참여하는 국가 간 무역을 증진하기 위한 경제정책과 중국 내 진짜 경제를 키워내고자 하는 노력과도 긴밀히 연결되어 있다.’

중국의 4 대 국영 상업은행인 중국건설은행과 공상은행(ICBC), 중국은행, 그리고 중국농업은행이 모두 지난 2 년 사이 블록체인 기술을 기반으로 한 금융 서비스를 출시했다.

자산 규모 기준 세계 최대 은행인 중국공상은행은 블록체인 금융 플랫폼에서 중소기업의 팩터링 거래를 이미 지원하고 있다. 지난 2 월 플랫폼을 출시한 이래 지금까지 9 개월간 총 1300 여 이용자가 640 억 달러어치 거래를 처리했다.

중국은행은 지난 8 월 특허를 받은 송금 시스템을 이용해 한국으로 달러화를 보내는 송금 거래를 성공적으로 처리했다. 중국농업은행은 지난 2017 년 8 월 구축한 전자상거래 블록체인 금융 시스템을 이용해 농산물 생산자들의 온라인 거래를 돕고 있다.

중국 중앙은행인 인민은행은 지난달 홍콩, 마카오와 중국 남부 광둥성 일대의 중소기업을 위한 블록체인 무역금융 플랫폼을 출시해 운영하고 있다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (98)

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.

‘아 이럴 수도 있네’

상하이 디즈니랜드가 개장 후, 1 년만에 투자금을 회수하고 흑자로 전환하였다고 한다. 이렇게 빠른 시간에 투자금을 회수한 것은 유별나게 디즈니를 사랑하는 중국인이 아니었다면 불가능하였을 것이다.



(디즈니가 제작한 영화 주인공은 각종 상품에 라이선스로 활용되어 있다.)

디즈니가 제작한 영화의 주인공을 각종 제품에 캐리터화하였다.

2019 년을 9 월, 월트 디즈니사는 2020 년 디즈니 영화 홍보를 위한 예고편 상영을 상하이 와이탄에 있는 전시장을 빌려 공개를 하였다. 홍보관 입구부터 디즈니의 캐리터화 되어 라이선스로 로열티를 받는 상품들이 전시되어있었다.

상상을 넘는 상상을 하는 디즈니는 그 상상을 어떻게 사실 이상으로 표현할 수 있을까? 실로 놀랍다. 디즈니 영상물을 보는 아이들은 여과 없이 받아드려 영상물 내용이 그대로 그들의 세계관이 되어버린다고 한다. 이 얼마나 무서운가? 디즈니는 영상물로 전 세계의 아이들을 지배하고 있다는 생각을 하였다.

일반 상품 전시장을 빠져나와, 2020 년 디즈니 예고편을 상 할 상영관으로 향하였다. 입구에는 디즈니의 수십 명의 스텝이 핸드폰이 있냐고 내방객에게 일일이 물어보고 있다. 요즘에 핸드폰 없는 사람이 어디 있겠는가? 스텝들은 핸드폰을 자기들이 준비한 케이스에 넣어드리며 선물을 하나 드리겠다고 한다. 다들 별 생각 없이 그렇게 하라고 하는 것 같았다.

필자도 핸드폰을 건네주었다. 스텝은 조그만 케이스에 나의 핸드폰을 집 넣었다. 그리고 기념품과 함께 돌려주었다. 친절하다고 생각하면서 다시 핸드폰을 꺼내려고 케이스를 열어보려고 하니 완전 밀봉이 되어 있어 열수가 없었다. 두꺼운 형식으로 되어있는 케이스라 칼, 가위로 뜯어 내면 몰라도 일반적인 사람의 손 힘으로는 어려웠다.

상영관에서, 내년 2020년 월트 디즈니가 전 세계에 상영할 '라이온 킹', '백설공주', '물란' 등의 예고편을 보았다. 중간에 멋진 신이 있어 사진을 찍고 싶었지만, 찍을 수가 없었다. 아마 핸드폰을 가지고 있었다면 많은 사람들은 핸드폰으로 예고편을 찍고 있었을 것이다. 이걸 염려한 디즈니는 모든 관람객을 핸드폰을 자기들이 준비한 케이스에 집어넣었다.

관람객이 약 천명 정도였는데, 어느 누구 하나도 핸드폰으로 예고편을 찍는 사람은 없었다. 모두가 예고편을 감상하고 있었다. 예고편 관람을 마치고 출구에 디즈니의 스태프들이 케이스의 잠금을 풀고 핸드폰을 돌려주고 있었다. 그리고 케이스는 회수하고 있었다.



(케이스의 잠금 장치는 '분실 방지 잠금 장치'였다.)

케이스의 잠금 장치는 옷 매장에서 상품 분실 방지를 위하여 달아놓은 '분실 방지 잠금 장치'였다.

'이것을 여기에 이렇게 응용하였구나' 하며 필자는 무릎을 쳤다.

공공장소에서는 경우에 따라 핸드폰 사용을 금한다. 말로 권유해서는 안 되는 경우가 있다. 그렇다고 물리적 방법은 문제를 가져온다. 거부감이 없는 좋은 방법이 필요하다. 이런 방법은 어느 정도 문제를 원만하게 해결하여 준다.

그러면서도 핸드폰이 밀봉된 케이스 안에서 울리면 끌 수가 없지 않은가?

이 문제는 어떻게 해결하려고 하는지 의문이 갔다. 디즈니의 스태프들은 케이스에 넣기 전에 핸드폰의 전원 스위치를 꺼 버렸다. 디즈니는 다르다. 지적 재산권을 중요시 생각하는 그들은 고객들과 갈등을 하지 않으면서 원만하게 지내는 방법으로 이런 것을 고안하였다.

디자인 핵심은 문제를 해결이다. 문제 해결은 다양하다. 중요한 것은 사용자에게 배려하며 해결하느냐가 중요하다. 디즈니는 그런 면에서는 고수이다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

1.미중무역전쟁에서 일본이 맞는 최대급의 날벼락 (Newsweek, 2019.10.18)



사진 1) 출처: Newsweek, 미중 패권싸움은 전세계와 일본의 경제에 있어서 커다란 마이너스이다

서플라이체인망이 미중경제를 제대로 묶고 있는 지금, 대중무역역이 큰 나라일수록 미중무역전쟁에 의한 아픔도 크게 된다.

무역전쟁은 ' 승자가 없는 전쟁 '이다. 당사자 쌍방이 경제적인 손실을 받는데다가 관계없는 다른 나라까지 끌려 들어가게 된다.

지금의 미중무역전쟁은 틀림없이 제 2 차대전후 가장 격렬한 무역전쟁일 것이다. 미국 동맹국도 포함해 많은 나라들이 날벼락을 맞고 있다.

왜 그럴까. 경제의 글로벌화가 앞선 지금, 전세계로 연결된 서플라이체인망이 미중경제를 제대로 묶고 있기 때문이다. 대중무역역이 큰 나라일수록 미중무역전쟁에 의한 아픔도 크게 된다. 일본에 있어서 중국은 최대의 무역상대국. 그래서 일본은 선진국중에서도 최대급의 날벼락을 맞게 된다.

날벼락에는 직접적인 것과 간접적인 것이 있다. 미국에 수출되는 중국제품에는 일본제 전자부품과 재료가 많이 사용되고 있다. 미국이 중국제품에 제재관세를 부과하면, 실질적으로는 일본제품에도 고관세가 걸린다고 생각하면 된다.

예를들어 중국수출에 접하는 타국에서 수입한 부품과 재료의 비율은 금액에서 대충 33%. 2017 년 일본의 대중수출은 약 1360 억달러로 그중에 적어도 약 450 억달러분이 중국에서 다른 나라들로

일본 전문가 시각으로 본 중국

수출되고 있다고 봐도 좋을 것이다. 중국 수출에 접하는 대미수출 비율은 20%임으로, 450 억달러의 20%에 해당하는 약 90 억달러의 일본제품에 고관세가 걸리는 계산이 된다.

직접적인 날벼락에는 또하나, 일본기업이 중국으로부터 공장철수를 정한 경우에 베트남과 인도등으로 이전할 때 비용이 든다. 서플라이체인 재편에는 거액의 코스트가 발생한다. 이전처 나라에 새로운 공장을 건설하고 노동자를 육성해야만 한다. 이전처 국가의 인플라가 미정비라면 수송코스트등도 중국보다 비싸게 든다.

인바운드 고객도 줄어든다

간접적인 것으로서는 세계경제성장이 둔화되어, 일본제품과 서비스의 수요가 줄어드는 것을 들수 있다. 지금 중국은 세계경제의 최대 견인역으로 세계경제성장에 공헌도는 28%에 이른다. (미국은 11% 못 미친다) 무역전쟁에서 중국경제가 감속하면 세계경제성장에 브레이크가 걸리고, 결과적으로 일본제품 수요도 저하한다.

인바운드수도 대폭감

게다가 무역전쟁으로 중국의 외화수입이 줄기 때문에, 일본으로 인바운드 중국인관광객도 대폭으로 줄어 들 것이다. 작년 인바운드관광객이 일본에 떨어뜨린 돈은 약 410 억달러. 그중 중국인이 사용한 돈이 가장 많은 140 억달러에 이른다. 만약 중국인관광객이 20% 줄어 들면, 대충 30 억달러의 관광수입을 잃어버리게 된다.

미중무역전쟁이 테크놀로지에서의 우위를 싸우는 본격적인 패권싸움으로 증폭된다면(지금의 형세에서는 그렇게 될 듯하다. 일본경제는 더욱 심각한 아픔을 입게 될 것이다.

미정부는 중국의 첨단기술로 역세를 차단하려고 한다. 중국의 통신기기대기업 화웨이테크놀로지즈가 미정부의 제재대상이 됨으로서 반도체제조장치에서 세계제 3 위의 일본기업 토쿄일렉트론은 중국기업과의 거래정지를 발표했다. 금후, 많은 일본기업이 미정부의 압력으로 중국기업과의 거래를 피할 수밖에 없게 될 것이다.

10 월에는 각료급의 미중통상교섭이 있을 예정이지만, 무역전쟁은 바로 가라앉을 것 같지 않다. 안전보장에서 미국에 의존하며 지역에 있어서 중국의 영향력확대를 경계하는 일본은 미중의 패권싸움에서는 미국측에 붙을 수밖에 없다. 굉장히 민폐인 이 상황에도 견딜 수밖에 없다.

2.툰베리 연설 뒤에서, 일본미디어가 전하지 않는 '위험한 현실'(현대비즈니스, 2019.10.19)



사진 1) 출처: 현대비즈니스. 그레타씨를 비판할 상황인가

9 월 23 일에 뉴욕에서 열린 ' 유엔 기후 액션 · 서밋 2019 ' . 스웨덴의 16 세 소녀 그레타툰베리씨가 말한 연설과, 코이즈미진지로 친환경대신의 질의응답 모습이 일본에서도 보도되어, 2015 년의 기후변화협약당사국총회 COP21 파리회의보다도 훨씬 많은 사람들의 화제에 오르게 되었다.

지금 아파트를 '사기 좋은 곳'안 좋은 곳'을 실명공개하다

하지만 무섭게도 이번의 액션서밋에서는 정부, 투자가, 기업에서 굉장한 수의 공약이 있었음에도 불구하고, 일본 보도기관은 그 내용을 거의 어디도 전하지 않는 이상사태가 발생하고 있다.

서밋에서 '여러분들은 그 공허한 말로 내 아이들 시대의 꿈을 빼앗았습니다'여러분들은 우리들을 배신하고 있습니다 '라고 스피치한 그레타씨. 그 결과, '환경 문제만이 아닌 경제도 중요한 것을 어른들이 그레타씨에게 알려줘야 한다 '고 비꼬는 의견과 ' 동일본 대지진에서 원자력발전이 정지한 일본에서는 좀처럼 어려운 논의이다 '라는 논조가 일본에는 넘쳐나게 되었다.

이러한 이야기를 일본국외 비즈니스맨과 투자자에게 하면, '언제까지 20 년전과 같은 이야기를 하고 있습니까. 좀 더 업데이트해야 합니다'고 말 듣게 되는 결말일 것이다.

그러면 이번의 유엔기후액션서밋에서는 어떤 것이 있었는가. 보도록 하자.



사진 2) 출처: iStock

거액자금이 움직이게 되었다

유엔기후액션서미트는 하나의 국제회의이지만 지금의 주역은 정부만이 아닌, 기업과 투자자도 마찬가지로 존재감을 발휘하고 있다. 이번도 자본주의 자금을 크게 움직이고 있는 투자자가 먼저 큰 선언을 하였다.

세계 주요기관투자가 515 기관은 9 월 19 일, 서미트에 참가하는 각국정부에 대해서 주문을 하는 공동선언을 하였다. 참가한 기관투자가의 운용액은 합계로 3770 조엔이라는 어마어마한 금액이다. 전미 최대 연금 기금 칼퍼스, 록페라 캐피탈 매너지먼트, 약사인 베스트먼트 메네자즈, HSBC 글로벌 어셋메너지먼트, UBS 어셋메너지먼트, BNP 파리바어셋 메너지먼트 등, 자산규모가 큰 기관투자가가 이름을 내고 있다.

일본에서도 미쯔비시 UFJ 신탁은행, 미쯔이스미토모트러스트어셋메너지먼트, 노무라어셋메너지먼트, 닛세이어셋메너지먼트, 닛코어셋메너지먼트등 이름이 있다.

기관투자가로부터 주문내용은 파리협정에서 각국이 자주적으로 선언한 CO2 삭감목표가 불충분하기 때문에 2020 년까지 삭감목표를 끌어올릴 것. 또 정부정책을 모두 파리협정과 정합성이 있는 내용으로 할 것.

또 석탄화력발전을 단계적으로 전폐하고 나아가 화석연료의 소비량을 삭감하기 위한 정책과제인 탄소세를 도입한다는 내용이었다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

과학자에 의하면 파리협정에서의 각국정부의 삭감목표가 모두 달성되어도 실은 파리협정에서 정한 국제적인 골(기온상승을 2 도 혹은 1.5 도 이내로 억제한다)은 달성되지 않는다.

2 도나 1.5 도로 기온상승을 억제하는 데에는 적당한 에너지절약과 절전을 하는 것만으로는 아무래도 안 되는 것이다.

그렇기 때문에 기관투자자는 더욱이 기후변동을 억제할 만한 규제를 강화하고 정책을 도입하도록 정부에 압력을 가하고 있다.



사진 3) 출처: iStock

은행의 '용자'가 바뀐다

이번에는 투자가뿐만이 아니라, 은행으로부터도 거대한 선언이 있었다. 9 월 23 일에는 은행 대출이 환경이나 사회에 어떤 영향을 주는지를 자체적으로 측정해 공표하는 '유엔책임은행 원칙'이 발족. 굉장한 것이 세계 131 의 은행이 자율적으로 서명했다.

일본에서는 메가뱅크 3 개 은행과 미츠이스미토모트러스트홀딩스가 해외에서는 씨티그룹, 스탠더드차타드, BNP 파리바, 소시에테제네랄, 크레디아그리콜, 독일은행, ING, UBS, 레드잇스위스 등이 모두 참가했다. 서명 은행에는 4 년 이내에 6 가지 원칙을 완전히 준수할 것이 의무화되어 있다. 당연히 그 중에는 기후변화에 대한 임팩트를 공표하는 것도 들어간다.

이 은행 130 곳 중 35 개사는 9 월 23 일 이 내용에 멈추지 않고 새롭게 활동을 시작했다. 활동의 이름은 '기후액션에 관한 집단적 공약'이다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

35 개사는 앞으로 3 년 이내에 대출처 기업에서의 CO2 삭감목표를, 파리 협정과 정합성 있는 형태로 책정하는 것이 의무화되어 매년 진척공표도 필수가 된다. 이것에 참가한 것은, 스탠다드차타드, BNP 파리바, 소시에테·제너럴, 크레디아·아그리콜, ING 등이다.



사진 4) 출처: iStock

기후변동이 '거대한 경영리스크'로 바뀐다

이들 은행이 목표 달성하려면 기본적으로 2 개밖에 길이 없고, CO2 배출량이 많은 대출처에 삭감하도록 요구하거나 CO2 배출량이 많은 기업에 대출을 멈추거나의 어느쪽이 된다. 거기에 은행이 스스로 공약한 것이다.

투자자도 은행도 기후변화가 이상기후나 해수면 상승을 가져와 사회를 뒤흔들만한 위기를 발생시킨다고 생각하고 있기 때문이다.

실제로 주요국 금융당국은 기후변화가 리먼 쇼크급 혹은 그 이상의 금융위기를 일으킬 것을 우려해 금융당국에 의한 '업계단체'를 발족하고 있다. 거기에는 일본, 중국, 홍콩, 캐나다, 영국 프랑스 독일 이탈리아 네덜란드, 스위스, 스웨덴, 싱가포르 등 42 개국·지역이 참가. 트럼프 정권이 이끄는 미국은 없지만 9 월 24 일 주 정부에서 뉴욕주 금융감독국(DFS)이 참여하게 되었다.

기후변화에 금융위기 위험이 있다면 투자자라도 당연히 그에 대응하려고 한다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

기관 투자가 12 기관은 서미트와 같은 9 월 23 일, 투자처 기업에게 비즈니스모델의 탈탄소화를 요구하는 약속을 즉시 시작했다. 12 기관에는 보험세계대기업 알리안츠와 스위스재보험 등이 있다. 운용액 260 조엔이나 된다.

금융기관이 금융위기를 느끼고 있는 것처럼 기업도 기후변화가 거대한 경영리스크가 된다고 생각한다. 먼저 글로벌 기업 87 개사가 파리 협정에서 정한 '2 도 목표 '보다 높은 ' 1.5 도 목표 '를 달성하기 위한 CO2 삭감 목표를 스스로 부과하겠다고 선언했다.

참여한 기업은 편집적인 기업이 아니라 일본에서도 친숙한 유니레버, 다농, 네슬레, 이케아, 로레알, 노키아, 에릭슨, 버버리, 리바이스, HP 등. 일본기업에서는 마루이그룹, 아식스의 2 곳만 참여했다.



사진 5) 출처: iStock

'2050 년'까지 CO2 배출량 제로로

기업으로부터의 액션은 아직 많이 있다.

다보스 회의에서 유명한 '세계경제포럼'은 9 월 23 일 CO2 배출량이 많은 중공업에서 2050 년까지 CO2 배출량을 제로로 하는 미션을 짚어진 활동을 8 개나 발족했다. 대상이 된 것은 트럭버스, 해운, 항공, 알루미늄, 시멘트, 자동차, 종합과학, 철강의 8 개 업계. 각각에는 선진기업자신이 자주적으로 가맹하여 활동을 이끌어 간다.

유감스럽게도 일본 기업으로부터의 리더쉽은 없지만, 유럽기업이 경쟁하듯이 참가를 표명하고 있다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

액션을 시작하는 각업계

또 세계경제포럼은 별도로 자동차 업계에서는 EV 와 자동 운전을 추진하고, 승용차의 CO2 를 95%삭감하는 활동도 발족. 거기에는 BMW, 포드, Uber 가 간부기업이 될 것이 정해졌다.

에너지를 일상적으로 대량소비하는 부동산 업계에서도 2050 년까지 CO2 배출량을 제로로 하는 활동이 9 월 23 일에 생겼다. 유럽의 건설회사나 건축자재업체들과 함께 금융 기관이나 케냐, 터키, 아랍에미리트, 영국의 4 개국 정부도 가맹했다.

식품 소매업계에서는 식품과 원자재 생산에서의 CO2 배출량을 줄이기위해, 2030 년까지 식품 폐기물을 반감시키는 활동이 발족. 유럽의 소매 대기업 월마트, 테스코, 이케아푸드, 메트로 등에 나란히, 일본에서도 이온이 가맹했다. 가맹기업은 구입처기업까지 삭감을 공약시키게 한다.

혼자 남는 일본

금융기관과 기업이 움직이면 당연히 각국정부도 움직인다. 이번 서미트에서는 2050 년까지 CO2 배출량을 제로로 할 것을 자주적으로 선언한 기업은 65 개국에 이른다.

그 가운데, 영국, 프랑스, 독일, 이탈리아, 스위스, 벨기에, 스페인등 주요국의 이름도 있어, EU 로서도 선언. 더욱이 캘리포니아주, 뉴욕주, 하와이의 미 3 개주도 마찬가지로 주정부로서 자주 공약했다.

일본에서는 도쿄도와 요코하마시 만이 선언에 합류했다.

동시에 70 개국은 파리협정에서 표명한 각국의 삭감목표를 2020 년까지 자주적으로 끌어올린다고 선언. 거기에도 영국, 프랑스, 독일, 네덜란드, 스페인, 스위스, 멕시코등의 국가명이 있다. 일본정부로서는 2050 년까지 CO2 제로에도 2020 년까지 삭감목표 인상에도 참가하고 있지 않다.

환경대책을 추진하게 되면 경제나 우리들생활이 희생이 된다고 이야기되었던 시대는, 전세계에서는 예전에 지나가 버렸다.

투자자도 기업도 정부도 경제성장과 우리들 생활을 지키기 위해 기후변동대책을 추진하고 있다. 자 그럼, 일본국민은 언제 눈을 뜰 것인가.

3. 화웨이가 '대리전쟁'하는 미국기업의 존재 (동양경제온라인, 2019.10.17)



사진 1) 출처: 동양경제온라인. 미국제재에 의해 화웨이는 스마트폰등 판매가 실속하고 있다

10 월 10~11 일 워싱턴에서 장관급의 미중 무역 회담이 열렸다. 5 월에 회담이 결렬된 이후 양측 모두 추가 관세를 부과하는 등 두 초 강대국의 대립은 격화되어 왔다.

특히 10 월 15 일부터 실시예정인 2500 억달러 상당의 중국제품에 대한 제재관세(제 4 탄)를 회피할 수 있을지가 초점이었지만 중국 측이 미국 농산품의 매입 등에서 양보. 관세 인상을 미루는 부분적인 합의에 도달했다.

단지, 미중 대립의 초점은, 이미 무역 문제뿐만이 아니라 하이테크 패권의 행방으로 옮겨가고 있다. 미국이 가장 적대시하는 것은 차세대 통신 규격 ' 5G '에서 핵심 기술과 경쟁 우위성을 잡고 있는 화웨이기술이다. 미국은 화웨이에 대해 심한 제재를 과하는 한편, 배제를 일시적으로 유예하는 등 정책이 고양이 눈처럼 빙글빙글 변화해 왔다.

현재 화웨이는 스마트폰 등의 판매 실속에 시달리며, 중국에서 사업을 벌이는 미국 기업들도 크게 동요하고 있다. 미국은 미국 원산품 등의 수입을 허가하지 않는 기업을 열거한 '엔티티-리스트'를 공표하고, 화웨이와 그 관련 회사를 가장 먼저 넣었다. 이에 대해 중국도 '신뢰할 수 없는 기업 리스트'의 공표를 준비하고 있다.

화웨이 제품을 차압

일본 전문가 시각으로 본 중국

이 리스트 안에는 틀림없이 어느 미국계 기업이 들어갈 것이다. 그것은 플렉스(Flex, 구 회사명 '플렉스트로닉스')이다.

플렉스는 1969년 미국에서 창업한 세계 2위의 EMS(전자 기기의 제조 수탁 서비스)기업이다(등기는 싱가포르). 이 회사는 화웨이의 일부 네트워크와 말단 제품의 OEM(상대편 브랜드의 생산) 위탁을 도급 받고 있으며, 양측의 업무 제휴는 수십 년이나 계속되어 왔다.

상당히 비즈니스상의 관계가 긴밀했을 두 회사에서 지금 미중의 대리전쟁이라고도 부를 수 있는 암투가 일어나고 있다.

5월 16일 미국 상무부 산업안전보장국(BIS)가 화웨이와 산하의 자회사 68 곳을 '엔티리스트'에 넣자, 플렉스는 바로 화웨이용 상품을 차압했다. 세계 각지에 있는 이 회사의 OEM 공장에 대해 생산정지와 상품출하 거부를 포함한 화웨이용 업무정지를 일방적으로 통보한 것이다.

화웨이와 플렉스는 재료를 보내 가공 받는다고 하는 OEM 생산 모델을 채용하고 있다. 화웨이가 가공에 필요한 설비와 재료를 구입하여 플렉스에게 보내 가공을 위탁하고 있다. 그러므로 플렉스가 일방적으로 화웨이와의 제휴를 정지하면 후속 생산 업무에 심각한 영향을 미친다.

당시, 화웨이의 새로운 플래그십 기인 'P30'시리즈가 불티나게 팔리고 있을 때라 广东省 珠海市의 플렉스 '남공장'에는 P30 시리즈의 생산 라인이 있었다. 이에 따라 화웨이는 남은 재료와 생산 설비를 철수하지 않을 수 없게 되었다.

미국 법률을 방패로 반환거부

5월 20일 밤, 화웨이는 150대의 화물차를 마련하여 국내의 주요 공장인 플렉스의 珠海 공장에서 재료와 장치를 철수하려 했다. 현지 언론 보도에 따르면 당일 밤 이 공장의 게이트에는 큰 화물차가 줄이었고 그 길이는 6킬로미터에 달했다고 한다.

그러나, 이 화물차의 대군은 짐칸을 비운 채 돌아가게 되었다. 플렉스 측이 '화웨이의 재료에는 심사가 필요하다'고 밝혔고, 관련된 수출규제 법규를 위반하지 않은 것이 확인된 후에 반출을 허용하겠다고 완강히 우겼기 때문이라고 한다.

후에 10차례 이상에 걸쳐 협상을 거듭했지만, 플렉스는 미국의 법률을 방패로, 珠海 공장에서 압류하고 있는 화웨이의 물자를 반환하는 것을 거부했다. 그 사이에 쌍방에서 여러차례 해결책이 제기됐으나 플렉스 측이 동의를 파기하는 상황이 계속됐다.

그 동안 화웨이는 변호사를 통해 플렉스에 대해 서한을 보내, '플렉스의 행위는 심각하며, 계약서에 기록된 분쟁의 범주를 초월하고 있다'는 것을 지적하고, 화웨이에 소유권이 있는 모든 재료와 장치를 반환할 것을 요구하며, 응하지 않을 경우 그에 따른 모든 손실을 플렉스 측이 질 것을 전달했다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

플렉스 측도 변호사를 통해 화웨이 측에 회신하고, 미국의 수출 규제에 관한 법률에 따라 플렉스에는 화웨이가 소유권을 주장하는 재료와 장치에 대해 심사할 의무가 있다는 생각을 나타냈다.

월 중순에 플렉스는 화웨이의 재료와 장치를 반환하기로 최종적으로 동의했다. 하지만 플렉스는 이러한 장치와 재료를 미국의 엔티리스트에 들어가 있는 화웨이와 관련 기업 68 개 업체 외의 '제삼자'기관에 넘길 것을 요구하고 그것에 따른 비용 부담도 화웨이에 촉구했다.

화웨이는 7 월 말로 언론에 대해서, 플렉스가 압류하고 있는 물자의 가치는 7 억위안(약 105 억엔)에 상당하며, 플렉스와 협상을 거쳐서 이미 이 회사는 약 4 억위안(약 60 억원)어치의 물품을 회수하고 있지만 나머지 부분에 대해서는 아직 계획이 서 있지 않다고 말하고 '플렉스가 왜 우리의 물자를 몰수하는지 전혀 이해할 수 없다. 미국의 금지령을 마음대로 해석하고 있다'며 분노의 목소리를 냈다.

침병으로서의 화웨이를 공격

플렉스는 왜 이렇게까지 강경한 태도를 보이는가? 구글은 정부의 명령에 따라 화웨이와의 일부거래를 중지하고 있지만 한편으로 화웨이에 대한 금지조치의 완화를 미국 정부에 촉구하고 있는 것으로 알려졌다. 그 이유는 밝혀지지 않았지만, 플렉스는 미국이 상당히 강제적으로 화웨이를 배제해 나갈 것이라고 믿었을 것이다. 그렇다면, 침병으로서 먼저 화웨이를 공격해야 한다고 움직였음에 틀림없다.

화웨이는 8 월 5 일에 변호사를 통해서 서한을 플렉스에 보내고 수입에 대한 영향이나 재료낭비, 설비의 교환 등에 기인하는 손실로서 '수억위안'의 배상을 요구했다. 화웨이에게 이 반격은 그저 시작일 뿐이다. 왜냐하면 이에 이어 화웨이는 플렉스를 서플라이 체인에서 배제하기로 했기 때문이다.

미국 정부에 의한 금지령이 실시되고 화웨이와의 제휴가 중단됨으로써 플렉스도 큰 악영향을 받고 있다. 2019 년도 제 1 분기(3 월 28 일~6 월 28 일)결산에 따르면 플렉스의 매출액은 61 억 7600 만달러로 전년 동기의 63 억 9900 만달러를 밑돌았다. 순이익은 4487 만달러로 전년 동기 대비 61.3%로 대폭감소했다.

2018 년도에만 플렉스는 화웨이와 약 25 억달러(약 2700 억엔)의 거래가 있어, 동사의 총 매출액의 약

10%를 차지하고 있다. 화웨이는 이 회사에게 가장 큰 고객이다. 플렉스가 화웨이의 서플라이 체인에서 배제된다는 소식이 전해진 후 이 회사 주가는 연일 크게 하락했다.

앞으로 플렉스가 화웨이라는 큰 고객을 완전히 잃을 가능성이 높다. 화웨이와의 제휴가 끝났기 때문에 본래 화웨이의 스마트폰 제조를 위해 설립된 플렉스 長沙 공장도 조업을 정지하고 있다. 중국의 경제미디어 『財新』 보도에 따르면 '2019 년 3 월부터 플렉스의 長沙공장의 제 1 기 프로젝트의 생산이 좌절하고 5 월에는 이 공장에서 생산이 정지되었다'라고 한다.

공개 자료에 따르면 플렉스의 長沙 공장의 총 면적은 620 무(약 41 헥타르)로 주로 생산되는 것은 스마트폰 단말기와 AI 전자 제품으로 50 억위안(약 750 억엔)이 투입됐다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

플렉스는 창샤(長沙)공장에서 철수할 의사가 있으며 그중에서도 제 2 기 프로젝트는 이미 중국 전기차 업체인 최대 比 亜 迪 (BYD)에 인계되어 있다. 그 후에도 이곳에서는 화웨이의 스마트폰의 OEM 생산 업무가 계속 이루어진다고 한다.

화웨이에 있어서 플렉스가 가진 OEM 생산능력은 결코 불가결하지는 않다. 최근 현지보도에 따르면, 지금까지 플렉스에게 주문하고 있던 업무는 모두 대만의 폭스콘(富士康)이 맡게 되었다고 한다.

구조조정으로 공장직원이 강력항의

플렉스는 더욱 자사 공장 직원을 달래야 한다. 8 월 3 일 자사가 화웨이 사업 부문에서 구조조정을 시작했음이 다수 언론에 오르내렸다. 이는 화웨이의 서플라이 체인에서 제외된 후 취한 선후책이다. 플렉스는 직원 배치에 관한 문제는 이미 해결하고 있다고 밝혔으나 사실 정리하고 보상안에 직원들은 응하지 않고 있다. 인터넷에 떠도는 동영상에서는 이전에 화웨이 업무를 맡고 있던 이 회사의 珠 海 南 공장 직원들이 공장 문에 모여 현수막을 내걸고 항의를 하고 손해배상을 요구하는 등 구조조정은 난항을 겪고 있다.

이러한 실적의 악화, 고객의 유실, 종업원의 항의와 같은 영향은 플렉스가 직면하고 있는 주요한 문제가 아니다. 왜냐하면 중국정부가 작성한 '신뢰할 수 없는 기업리스트'에 동사가 들어가는 것은 거의 확실하고, 향후, 보다 심각한 문제가 기다리고 있기 때문이다.

4.토요타가 노린다, '벌이가 안되는 E V장사'를 벌게끔 하는 방법 (DIAMOND, 2019.10.17)



일본 전문가 시각으로 본 중국

사진 1) 출처: DIAMOND, 토요타 초소형 E V 양산형 (앞쪽) 과 컨셉모델

EV는 돈 벌이가 안된다 현상에서도 규제대응이 최우선

도요타를 포함한 자동차 메이커 각사에 의한, 자문자답이 계속되고 있다.

최근 2018 년 세계 시장에서의 EV 판매량은 약 121 만대(도요타 조사). 그 중 절반 이상이 중국시장용. 이는 중국 정부가 추진하는 EV의 판매 대수 규제에 따른 것이다.

그 외, 미국 캘리포니아주나 북유럽 등, 판매 대수 규제나 판매 장려금 제도가 강화되고 있는 나라나 지역 밖에, EV는 팔리고 있지 않은 실정이다.

자동차 메이커의 상당수는 EV에 대해서 '테슬라나 재규어 등 일부 고급차 등을 제외하고, 아직까지 규제라는 백업 없이는 자립해서 보급하지 않는다'고 생각하고 있다.

도요타가 2019년 6월에 EV 전략을 발표했을 때도 일본 시장에서 EV 보급이 앞으로도 상당한 완만한 성장 전망. 혼다도 2019년 7월에 혼다 기술 연구소(사이타마 현 와코 시)에서 열린 일부 언론발표의 기술설명회 '혼다미팅'에서 신형 EV의 '혼다 e' 양산형을 공개한 것이지만, 동사 간부들은 '일본에서는 당분간 EV 보급은 제한적. 그 후의 성장률도 낮다'라고 시장의 움직임을 견적한다.

왜, EV의 보급은 느린가?

이유는 단순하다. 자동차 메이커에게 EV는 돈을 버는 비즈니스가 아니기 때문이다.

EV 역사를 부감 현상은 제 5 차 EV 붐

EV 보급의 열쇠는 (1) 축전지 가격이 내려갈 것, (2) 1 회 충전의 항속 거리가 충분히 길 것, 그리고 (3) 충전 인프라가 마련될 것이라는 기술적인 3 점은 예부터 지적되어 왔다.

최근 이들 3 점에 대해서는 개선되어 왔지만 그래도 EV 보급이 활발해지고 있지 않다. 왜, 그렇게 되어 버리는가?

그 점을 깊이 파고들기 위해서, 자동차 산업사에서 EV의 존재를 되돌아보고 싶다.

EV는 지금까지 크게 5 차례 붐이 도래하고 보급할 가능성이 있었는데 그 중 1 회부터 4 회째는 실패로 끝났다.

1 번째는 1900년대 초두. 가솔린 엔진에 비해 구조가 간소하고, 도시지역 택시 등에서 채용되지만, 가솔린 엔진의 개발이 진행되어 보급에 실패.

일본 전문가 시각으로 본 중국

2 번째는, 그리고 70 년 가까이 뒤 1970 년대 초두. 미 머스키법을 계기로 하는 배기가스 규제와 오일쇼크로 EV 에 주목한다. 납전지의 기술 혁신 진행하지 않는 등으로, 보급에 실패.

3 번째는 1990 년. 미국 캘리포니아주 환경국에 의한 ZEV(제로 이미션 차) 규제의 시행으로 EV 판매 대수의무화. 자동차 업계내로부터의 반발이나 정치적인 배경으로, 보급에 실패. 그 후에도 EV 보급에 관해 ZEV 법의 영향력 지속된다.

4 번째는 2010 년. 닛산이 만든 EV 전략. 곧 체제로 강행 돌파를 목표하지만 타사가 추종하지 않고, 본격 보급에 이르게 한다.

그리고 현재는 5 번째.

2015 년에 디젤 비리 문제가 불거진 독일 폴크스바겐 그룹이 2016 년 중기 경영 계획에서 EV 이전을 발표. 모터, 전지, 제어 제품등에서 거액의 구매를 건 것으로 EV 시장을 지지. 또 중국이 2019 년부터 EV 판매량 의무화를 수반하는 NEV(신에너지 차)에 관한 규제를 내놓고 있지만 EV 판매 장려금 제도의 새 방식이 명확하지 않은 것, 또 미중 무역 전쟁으로 중국 경제 침체 등의 영향으로 세계 EV 시장을 지탱하는 중국 EV 시장의 전망은 불투명한 정세다.

결국, EV 는 환경 대응이라는 구호만으로는 보급되지 않고, 규제가 있어 어떻게든 만들어지고 있다. 많은 자동차 메이커에 있어서 장래의 양산 효과를 예측할 수 없고, 하드웨어 단체의 판매 비즈니스에서는 별 수 없다, 라는 사이클에서 벗어나지 못하고 있다.

EV 단체로 비즈니스가 되지 않는다? 비즈니스로서 통괄팩키지로

이러한 세계 정세를 정밀 조사한 후에, 토요타는 세계에 앞서 일본에서 새로운 EV 비즈니스에 도전한다. 도쿄 모터쇼를 앞둔 10 월 초 MEGA 웹(도쿄도 코토구)에서 언론 설명회를 열었다.

그것에 따르면 'EV 를 만들고, 고객이 사주신다, 라는 종래의 발상에 얽매이지 않고, 보다 좋은 사회에의 공헌을 시야로, 폭넓게 오픈하게 동료를 모집해, 새로운 비즈니스 모델의 구축을 향한 시도를 추진'(토요타의 프리젠테이션 자료)이라고 한다.

구체적으로는 개발 제조 후, 차량의 판매나 리스, 사정 판별, 중고차 판매나 전지의 리유스, 주변 서비스 등을 거쳐 최종적으로 전지의 리사이클에 이르는 에코 시스템을 만든다.

이러한 에코 시스템은 이미, 하이브리드 차로 구축되어 있어 그것을 EV 에 응용하지만, 중요한 것은 서비스 사업으로서의 통괄 팩키지화이다. 토요타 딜러나 지역의 각종 사업자나 지자체와 연계해, 지역에서의 최적화를 목표로 한다. 2020 년 5 월에 전국에서 실시하는 전점포 전차종 병매에 의한 사실상의 딜러 개편에도 직결되는 움직임이다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

상재(아이템)은 2020 년 동절기 발매 예정의 초소형 EV 과 보행 영역 EV 가 있다.

보행 영역 EV 에 대해서는 서서 타는 승차형(전륜 구동)이 2020 년 겨울 무렵, 앉아 타는 타워(후륜 구동)과 휠체어 연결 타입(전륜 구동)이 2021 년의 발매 예정이다. 보행 영역 EV 는 6 월 EV 사업 전략 발표에서 선보이고 있지만 초소형 EV 의 실제 차량은 이번이 첫공개. 비즈니스용 등을 고려한 컨셉 모델도 등장했다.

초소형 EV 는 2 인승에서 길이 2490mm× 전폭 1290mm× 전체 높이 1550mm 로, 경차보다 한층 더 이상 작은 보디 사이즈이다. 최소 회전 반경은 경차보다 작은 직경의 3.9m. 모터는 차체 후부에 있는 후륜 구동 최고 속도는 시속 60 kg. 구동용 리튬이온 2 차전지는 차체 바닥면에 있다. 전지 용량은 미공개이지만, 만충전의 항속 거리 100km 과 보디 사이즈에서 생각해 10kwh 정도는 아니냐고 개발 담당자에게 묻자 '음, 그 정도'라고 회답했다.

이 초소형 EV, 본연재로 오랫동안 다루고 있는 초소형 모빌리티의 동료이다. 국토교통성의 워킹그룹에서의 검토를 근거로 하여 충돌시험 요건에 대해서도 경차에 비해 완화되고 있지만 완성된 것은 꽤 훌륭하다. 토요타 품질로 제대로 만들어져 있어 벤처기업에서 같은 정도의 상품화는 어렵다고 느꼈다. 판매할 경우 가격은 이번에 미공개였지만 현실적으로는 B2B(사업자용)과 B2G(지방 자치 단체와 공공 기관용)의 토탈 서비스로서 리스 계약하는 등의 방식이 될 가능성이 높다고 본다.

어느 쪽이든, 토요타에 있어서 EV 는 '어마어마하게 벌 수 있는 장사'가 아니라, 당분간은 사회공헌을 감안해 '그럭저럭 해 나갈 수 장사'에 머무르게 될 것 같다.

KIC 특별 보고서

독일, 국가산업전략 2030

KIC 중국 NEWS

1.KIC 중국, 베이징상마테크놀로지회사와 향후 협력 추진 회의 (2019.7.2)