



주간 중국 창업

제 159 호 (2019. 12. 18)

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 AI 지수 보고서 (199IT , 2019.12.12)
- ▶ 중국 5G 고속 건설로 일본 공급상이 큰 돈벌이 (왕이커지, 2019.12.12)
- ▶ 중국 스마트폰 인도 시장을 휩쓸다 (텐센트과기, 2019.12.16)
- ▶ 중국인 해외파 ToB 비즈니스 캐나다 스타트업 주목 (36kr, 2019.12.13)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ Sina News APP 는 폭발적인 정보 시대의 콘텐츠 가치를 ‘발견’하는 데 어떻게 도움이 되나?
-티타늄미디어(钛柴网) 제공
- ▶ ‘AI + AR’기술로 복원한 ‘소생’한 공자 -텐센트과기 제공
- ▶ 2019 년 중국 산업 인터넷의 5 가지 핵심 단어 -이방동리왕(亿邦动力网) 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 26) 교통혼잡을 해결하기 위해 포드가 사용하는 양자 컴퓨팅
- 개세기차왕(盖世汽车网) 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 - PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(106) - 윤형건 교수 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ ‘철저한 도망다니기’ 산케이도 화내는 아베정권의 약화 (President online, 2019.12.14)
- ▶ 손 사장은 왜 적자 우버를 손놓지 않는가? (President online, 2019.12.13)
- ▶ 레이와신센구미 대표 야마모토타로가 로스트제네레이션을 향해 뜨겁게 전하는 ‘소비세 폐지의 길’ (슈프레뉴스, 2019.12.14)
- ▶ 세제 개정의 핵 ‘5G’정비 촉진으로 일본은 ‘후발주자’에서 탈피 가능할까
(현대비즈니스, 2019.12.14)
- ▶ 캐시리스로 바뀌는 중국의 캠퍼스라이프 (닛케이비즈니스, 2019.12.13)

KIC 중국 NEWS

- ▶ KIC중국, 제 8회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회 성황리 개최 (2019.12.7)

주간 NEWS

1. 2019 글로벌 AI 지수 보고서 (199IT, 2019.12.12)

2019 년도 인공 지능 지수 보고서에 따르면 AI 커뮤니티가 활발한 발전을 맞고 있음을 알 수 있다. 전세계의 연구 기관은 교육과 기술 분야에서 놀라운 성과를 거두었다. 지난 몇 년간 인공 지능의 발전은 강력한 지속성을 가지고 있다. 다음은 한 눈에 알아볼 수 있게 해외 매체가 정리한 몇 가지 요점이다.



그림 1) 출처: TheVerge

우선 1998 년부터 2018 년까지 AI 관련 동종 업계 논문 발표수가 300 % 증가했다. NeurIPS 는 회의에 참석한 사람들의 수도 크게 증가하여 .2012 년 대비 800 % 증가한 1.35 만명으로 추정된다.

인공 지능 교육 또한 인기를 얻고 있으며, 머신 러닝에 대한 대학 강좌와 온라인 과정이 계속해서 증가하고 있다. 현재 AI 컴퓨팅은 북미 컴퓨터 과학 전공 졸업생들 사이에서 가장 인기있는 전공이다.

컴퓨터 과학 박사의 21 % 이상이 전문적인 인공 지능 연구 산업을 선택하며 두번째 선택 순위인 전공(보안/정보 보호)의 2 배를 넘는다.

대부분의 지표에서 미국은 여전히 AI 영역의 글로벌 리더다. 중국에서 발표된 AI 관련 논문의 수가 다른 지역보다 많지만 미국에서 발표된 논문의 영향력이 더 크며, 전세계 평균보다 40 % 더 크다.

중국과 미국 양국은 인공 지능 분야에 막대한 투자를(수 천억 달러) 했으며, AI 특허 출원도 다른 경쟁자(순위 2 위인 일본의 3 배)를 능가했다. 동시에 AI 알고리즘이 점점 더 빨라지고 교육 비용도 점점 더 저렴해지고 있다.

유행하는 데이터 세트 (ImageNet) 교육에서 머신 시각 알고리즘에 필요한 시간이 2017 년 10 월 약 3 시간에서 2019 년 7 월 88 초로 단축되었으며 비용도 수천 달러가 감소해 2 위가 되었다.

자율 주행 자동차 산업은 더 많은 민간 투자를 받았으며 (전 세계적으로 약 10 % 미만, 약 77 억 달러), 심지어 의료 연구와 얼굴 식별에까지 투자가 이어졌다. (둘 다 47 억 달러 유치)

가장 빠르게 성장하는 산업 AI 부문은 겉보기만 화려한 것이 아니다. 2018 년 로봇 자동화 프로세스부문은 10 억 달러의 투자를 받았으며 공급망 관리 또한 5 억 달러를 넘게 받았다.

사람들에게 가장 깊은 인상을 주는 동시에 주의해야 할 중대한 문제가 AI 상승폭이 아무리 크다 해도 미디어가 대부분 과장하는 목표와는 거리가 멀다.

다시 말해, 인공 지능의 세계는 급성장하고 있지만 AI 자체는 여전히 몇 가지 중요한 방면에서 고착되어 있다. AI Index 보고에서는 '성과 이정비'시간표에 다음과 같이 썼다.

인공 지능은 이미 도달했거나, 인간의 전문 지식 수준을 초월했지만 특정 영역으로 제한되며 AI 는 여전히 일반 지능에서 극복할 수 없는 격차가 있다.

1990 년대를 되돌아보면, 컴퓨터가 다이아몬드 게임과 장기에서 인류 선수를 물리쳐 사람들 사이에 AI 의 미래에 대한 높은 이상을 불러 일으켰다.

2016 년 이후 AI 는 'Dota 2'등과 같은 게임에서 실력을 발휘하기 시작했으며 2017 년에 인류 피부암 이미지의 분류를 실현했으며 2018 년에는 전문가에 필적하는 중국어-영어 번역 수준에 도달했다.

흥분과는 별도로 업계는 여전히 AI 의 발전 전망에 대해 신중함을 유지하면서도 낙관적이다. 영상과 바둑판 게임을 예로 들어, 그 특징은 명확하고 모방하기 쉬운 규칙을 지녔기 때문에 AI 전개 훈련에 특히 적합하다.

이러한 성과는 통상, 한 사람의 몇 번의 평생에 해당하는 훈련양에 의존하며, 인류는 상대적으로 컴퓨터의 학습 속도를 부각시킨다. 이것 외에 AI 는 동일한 경험을 다른 영역으로 쉽게 복제하는 것은 어렵다.

예를 들어, 인공 지능은 종양 전문의처럼 정확하게 유선암 종양을 판정할 수 있지만 폐암을 판단하라고 하면 이는 역부족이다. (처방을 내리고 진단하는 것은 말할 필요도 없다).

요약하면 AI 시스템은 인간의 일반적인 지능 (5 세 미만의 어린이)이 없는 특정 응용 시나리오에 특화된 '일회용 도구'와 비슷하다.

물론 이것이 AI 가 맞는 것이 하나도 없다는 것을 의미하지는 않는다. 이 보고서에 설명된 바와 같이 기계 학습은 일정한 한계에도 불구하고 자금, 흥미, 기술 성취 측면에서 여전히 상당히 빠르게 발전하고 있다.

2. 중국 5G 고속 건설로 일본 공급상이 큰 돈벌이 (왕이커지, 2019.12.12)

12 월 12 일 해외 매체 보도에 따르면 화웨이와 중국 정부가 5G 에 많은 돈을 쏟아 붓고 있고 일본의 일부 별로 유명하지 않은 소재 공급 업체가 혜택을 볼 것이라고 한다.



사진 1) 출처: 왕이커지. Goldman Sachs 에 따르면 5G 에 대한 중국의 투자는 2025 년까지 1500 억 달러를 초과할 것으로 예상.

11 월말 어느 날 검은 양복을 입은 십여명의 일본 사업가들이 도쿄에 모여 화웨이 고위급경영진이 강연하는 새롭고 이윤이 막대한 산업인 5G 에 대해 들었다. 화웨이 동사장 량화(梁华)는 중국이 얼마나 빠른 속도로 5G 네트워크 (계획보다 훨씬 앞서게)를 구축하고 있는지, 관련된 비즈니스 기회가 얼마나 큰지 설명했다.

량화는 후지필름, 소니, 미쓰비시 중공업 등과 같은 기업과 대학의 고위급 임원과 연구원 앞에서 일련의 시선을 사로잡을 숫자를 제시하며 '일본과 합작하여 우리들의 공급망을 더욱 발전시키겠다'고 약속했다.

중국은 5G 시장에서 미국을 능가할 것이며 일본의 많은 혜택도 누릴 것이다. 그 결과 일본 공급 업체는 중미 경쟁에서 예상치 않은 기회를 잡을 것이다.

화웨이는 꾸준히 재료 구매 업무를 다른 지역으로 옮겨왔으며 일본은 그로부터 이익을 얻었다. 량화는 올해 1 월부터 9 월까지 Huawei 는 일본에 작년보다 600 억 엔 이상이 많은, 총 7,800 억 엔 (약 72 억 달러)을 투자했으며 앞으로 더 많은 투자가 있을 것이라고 암시했다.

일본 공급 업체는 향후 5G 붐에 대비하여 생산을 늘리고 있다. 그들 중 다수는 알려지지 않은 회사이지만, 그들이 제공하는 재료와 부품은 화웨이와 같은 큰 브랜드에게 없어서는 안될 요소다.

도쿠야마(徳山公司 Tokuyama) 도 그 중 하나다. 이 회사는 1918 년에 설립되어 전 세계 고순도 질화 알루미늄 시장의 75 %를 통제한다. 질화 알루미늄은 반도체의 과열을 방지하는데 사용되는 방열 재료의

중요한 구성 요소다. 내년 4월에 생산 능력을 40% 늘릴 수 있도록 일본 남부에 주요 공장을 확장하고 있다.

도쿠야마 (Tokuyama) 총경리인 Yoshiyuki Yamamoto 는 시장 수요 급증, 특히 데이터 센터의 수요를 기대하고 있다. '5G는 데이터 소비를 증가시킬 것이며, 따라서 전세계 반도체와 발열 재료에 대한 산업의 수요는 증가할 것입니다.'라고 말했다.

실제로, 그는 5G가 더 큰 주문 열풍의 시작일 뿐이라고 믿고 있다. 결국, 자동차에서 에어컨에 이르기까지 모든 물건이 네트워킹을 지원하는 칩을 갖추고 있다. 반도체 산업 협회 (Semiconductor Industry Association)에 따르면 2019년 3분기 글로벌 반도체 판매액은 1,067억 달러로 전분기 대비 8.2% 증가했다.

Furuya Metal은 일본의 또 다른 중형 공급 업체다. 전세계 이리듐 화합물의 90%가 모두 이 회사에서 생산되며, 중국 BOE, 삼성 전자, LG 전자가 생산하는 OLED (유기 발광 다이오드) 디스플레이용 인광 재료는 이 재료가 필수적이다.

주요 스마트폰 제조업체는 이미 고해상도 OLED 패널을 채택했으며 Furuya Metal의 Kazuo Oishi 주관의 예측에 따르면 초고속 5G 비디오 스트리밍에 좋기 때문에 이 화면은 더욱 인기를 얻게 될 것이라고 한다. 그는 '지난해 회사의 매출이 크게 증가했다'고 말했다.

이 회사는 자세한 데이터를 제공하지 않았지만 이리듐 화합물을 포함한 화학 제품의 판매는 2017 회계 연도에 비해 두 배가 증가했다고 말했다.

일본 증권업 SBI의 수석 분석가인 Masami Sawato는 일본의 한때 칩, 디스플레이, 완제품 소재전자제품 제조업체에 서비스를 제공한 휘황찬란한 시절이 있었다면서 일본 소재 공급업체들은 지속적으로 전문 기술을 향상시켰다면서 "오늘날 최종 제품은 중국과 한국의 제품으로 대체되고 있지만 여전히 주요 재료는 일본에 있습니다."라고 말했다.

분석가는 올해 일본과 한국의 외교 분쟁이 '일본 공급 업체의 주도적인 위치'를 더욱 돌출했다고 덧붙였다. 일본 수입 재료에 대한 제한으로 인해 한국은 황급히 대응할 수밖에 없었다면서 듣기로 주요 반도체 재료를 독립적으로 개발하고 생산하기 위해 거의 8.5억 달러를 투자했다고 한다.

일본 정부의 포토레지스트, 불화 수소, 불소화 폴리 아미드에 대한 수출 제한으로 인해 일부 국내 기업이 피해를 입었지만 도쿠 야마의 야마모토와 다른 기업들은 자사의 사업에 거의 영향을 미치지 않았으며 동요가 있던 것도 안정되었다고 했다.

일본 부품 업체들도 중국의 5G 투자 혜택을 준비하고 있다.

Murata 제조사의 Tsuneo Murata 총재는 < Nikkei Asian Review (日经亚洲评论) >와의 최근 인터뷰에서 5G 기지국 제품이 '예상보다 수요가 많다'고 말했다. 이 회사는 세계 최대의 다층 세라믹 축전기 공급 업체 (이하 'MLCC'라고 함)로, 통신 장비에서 원활한 전기 흐름을 보장하기 위해 전기를 저장 및 방출하는 초소형 구성 부품이다.

Murata와 Samsung에 이어 세 번째로 큰 MLCC 제조업체인 Taiyo Yuden은 생산 능력을 높이기 위해 이미 100억 엔을 투자했다. 올해 3월이 회사는 MLCC 공장을 세 번째로 열었고 현재 내년 봄에 생산을 시작할 다른 공장을 건설 중이다.

Taiyo Yuden 의 기술 마케팅 매니저 인 Mike Tanahashi 는 “우리는 지난 몇 년 동안 매년 10 % 생산 능력을 증가시켰다.”면서 “우리는 시장 수요가 우리 예상보다 큰 폭으로 증가하여 충분히 MLCC 를 공급하지 못할까봐 걱정하고 있다. ”고 했다.



사진 2) 출처: 왕이커지. Taiyo Yuden 이 공급하는 다층 세라믹 축전기 (좌측), Tokuyama 기 공급하는 질화 알루미늄(우측)

이 회사에 따르면 지난 8 년 동안, 스마트 폰에 사용되는 축전기 수는 거의 두 배가 되었다. 삼성의 첫 5G 휴대폰 갤럭시 S10 5G 등 기타 고급 휴대폰은 약 1,300 개의 축전기로 4G 전화보다 30 % 더 많다.

Mike Tanahashi 는 ‘5G 의 보급으로 더 많은 전력을 저장할 수있는 소형 축전기에 대한 수요가 증가하고 있다’면서 ‘고성능 부품을 공급하는 공급 업체는 소수에 불과하다’고 지적했다.

모든 현상은 중국이 그 많은 부품을 필요로 할 것이며, 아주 빠르게 곧 수요로 할 것이라는 것을 보여준다.

한국과 미국이 5G 네트워크를 처음으로 개통했지만 범위는 제한적이며 중국은 이를 빠르게 따라잡고 심지어 능가하고 있다. 올해 6 월 중국 정부는 일정보다 몇 개월 앞선 5G 라이선스를 발행하여 3 대 모바일 사업자인 China Mobile, China Unicom, China Telecom 이 10 월에 서비스를 시작할 수 있게 했다.

이 세 회사는 첫 달에 9 백만 명의 5G 사용자를 확보했다. 런던에 본사를 둔 산업조직 GSMA 의 예측에 따르면 중국은 2025 년까지 6 억명의 5G 사용자를 보유할 것이며, 이는 전 세계의 40 %를 차지한다.

물론 대규모 투자가 필요하다.

차이나 모바일은 5G 휴대 전화에 2 억 위안의 보조금을 제공하여 사용자가 휴대 전화를 업그레이드하도록 장려할 것으로 예상된다. 이 회사는 또한 200 억 위안 이상의 5G 펀드를 설립하여 이 산업 발전을 촉진할 계획이다.

골드만 삭스(Goldman Sachs)는 2025 년까지 중국의 5G 투자가 1500 억 달러를 초과할 것으로 추정하고 있다.

Huawei 의 량화는 이 기술이 초기에 널리 보급될 것이라고 여긴다. 그는 일본 청취자들에게 5G 가 4G 속도의 두 배 속도로 시장에 침투할 것이며 6 년이 아닌 3 년 내에 발판을 마련할 것이라고 말했다.

또 다른 저명한 일본 회사인 Anritsu 도 성과를 거두었다. 이 회사의 전자 측정 기기는 5G 장비가 제대로 작동하는지 테스트하는데 사용되며 Huawei 와 Qualcomm 과 같은 회사에서는 이 유형의 제품이 필수 도구이다.

올해 상반기 중국 수요 급증으로 Anritsu 영업 이익은 90 % 증가한 66 억 엔을 기록했다.

‘중국의 움직임은 미국의 5G 발전에 대항하는 결의를 보여준다’며 Anritsu 의 수석집행관 Hirokazu Hamada 는 < Nikkei Asian Review(日经亚洲评论)>에 “중국의 경우 5G 는 국가 프로젝트이며 기술주도 지위의 경쟁에서 패배할 수 없다.”고 말했다.

IHS Markit 의 수석 분석가 인 Mitsue Oba 는 5G 를 중국 정부의 중요한 ‘국가 프로젝트’로 간주하지만 ‘중국이 직면한 주요 과제는 고가의 5G 장비가 시장의 주류가 될 수 있는지 여부’라고 경고한다.

중국 통신 사업자들은 보조금과 저렴한 데이터 패키지로 장비 비용을 상쇄하려고 노력하고 있다. 현재 가장 저렴한 패키지는 한달에 128 위안이다.

3. 중국 스마트폰 인도 시장을 휩쓸다 (텐센트과기, 2019.12.16)

2017 년에 Xiaomi 는 인도에 ‘Xiaomi House’라는 오프라인 매장을 개설하여 다른 경쟁 업체와의 격차를 넓혔다. OPPO 와 VIVO 의 경우 인도 시장 확대가 예상보다 빠르지 않다고 한다. 인도 소비자에게 있어 가장 큰 장애물은 가격이다.



사진 1) 출처: 텐센트과기, 인도 구르가온(Gurgaon) 의 샤오미 매장

12 월 16 일 일본 언론에 따르면 중국의 대형 스마트 폰 제조업체가 인도 시장에서 공격적 영업을 강화했다고 밝혔다. 인도 시장에서 Xiaomi 의 출하량은 이미 중국 시장을 넘어섰다. Xiaomi 는 2014 년 인도 시장에 진출했으며 단 5 년 만에 인도의 시장 점유율을 약 30 %로 올려 1 위를 차지했다. 중국 시장은 기본적으로 포화 상태이고 OPPO 와 VIVO 로서는 인도가 두 번째 전장이 되었다.

12 월 14 일 <일본경제신문>의 보고서에 따르면 Xiaomi 는 2015 년 인도 뉴 델리에서 첫번째 신제품 출시회를 개최했다. 회사 CEO 레이 쥘(雷军)의 영어 연설이 많은 주목을 받았다. 중국 네티즌들은 레이 쥘의 영어 연설을 <Are you OK?>라는 영상으로 편집해 Bilibili 웹 사이트에 올렸고 이 작품은 인터넷에서 빠르게 인기를 얻었다.



사진 2) 출처: 텐센트영상. 레이쥘의 'Are You Ok' 제품 소개 영상

Xiaomi 휴대 전화의 전세계 출하량은 2016 년에 36 % 감소한 것으로 보고되었다. 그러나 저가형 Redmi(红米) phone note3 가 인도에서 출시된 후 형세가 바뀌어 반년 만에 230 만 대가 판매되며 인도에서 처음으로 흑자를 달성하고 운영 위기에서 벗어나왔다.

Xiaomi 는 인도 시장에서 파죽지세로 성장하고 있다. Redmi 전화의 가성비와 인도 소득 수준과는 매우 잘 매칭된다. 또한 Xiaomi 는 인도의 온라인 쇼핑 발전이 가져온 기회를 포착했다.

보도에 따르면 당시 미국의 아마존과 인도의 플립 카터 (Flip Carter)회사는 인도 시장에서 패권을 놓고 싸우고 온라인 쇼핑 가격에서 계속 경쟁하고 있었다. Xiaomi 의 온라인 판매는 계속 증가했으며 업적은 안정적이었다. 2017 년에 Xiaomi 는 인도에 'Xiaomi House'라는 오프라인 매장을 개설하여 다른 경쟁 업체와의 격차를 넓혔다.

보고서는 OPPO 와 VIVO 가 Xiaomi 와 거의 동시에 인도 시장에 진입했다고 언급했다. 현재 인도에서 OPPO 와 VIVO 의 총 출하량은 Xiaomi 와 기본적으로 동일하다.

OPPO 와 VIVO 두 회사는 처음에 인도에서 국내 시장에서 사용한 것과 동일한 마케팅 접근 방식을 채택했다. 이들은 주로 실제 매장 위주로 개설하고 인기스타를 요청하여 전속 홍보모델로 담당하게 했고 적극적으로 시장을 개척했다.

OPPO 와 VIVO 의 경우 인도 시장 확대가 예상만큼 빠르지 않았다. 인도 소비자의 경우 가장 큰 진입장벽은 가격이다. 중국에서 두 회사의 주력 판매 제품 가격은 휴대폰 당 2500 ~ 3,000 위안 (약 358 ~ 430 달러)이다.



사진 3) 출처: 数码密探 뉴미디어

그러나 미국 조사 기관인 IDC 통계에 따르면 인도에서 스마트 폰의 78 %가 159 ~ 200 달러의 가격에 팔리고 있다. 결과적으로 OPPO 와 VIVO 유통 업체는 인도에서 어떤 때에는 자본을 보호하지 못한다.

OPPO와 VIVO는 효과가 덜한 광고를 줄이고 판매 루트의 이익 배분을 줄이며 오프라인 매장을 약 만개 정도 줄인다. 방침을 조정한 후 2018 년 1 분기에 VIVO 의 출하량이 감소했지만 점차 활력을 회복했다.

VIVO 인도 회사 부총경리인 천즈용(陈志涌)은 한 번은 회의석상 연설에서 힌두어로 '천천히 간다'고 말했다. 일련의 구조 개혁 이후 VIVO 의 2019 년 제 1 분기 인도 출하량은 전년 대비 108.4 % 증가했고 인도 시장을 향해 출시한 'VIVO V15'는 고급 휴대폰 시장에서 크게 환영을 받았다.

OPPO 는 온라인 브랜드 Realme 을 출시했으며, 몇 달 만에 백만 대를 판매해 2018 년 인도 스마트 폰 시장에서 좋은 성과를 보였다.

이 보고서는 OPPO 가 Realme 을 홍보할 때 Xiaomi 가 Redmi 를 홍보하던 마케팅 전략을 복제했다고 지적했다. Realme 도 팬클럽이 있으며 정가는 Redmi 보다 9 루피 (약 0.13 달러) 저렴하다. OPPO 와 Xiaomi 의 경쟁 국면은 분명하다.

한편 인도의 고급 스마트 폰 시장은 미국의 애플과 한국의 삼성 천하이다. 그러나 홍콩 조사 기관의 통계에 따르면 2019 년 1 분기 인도에서 애플의 휴대폰 판매량은 22 만대로 전년 대비 42 % 감소했다.



사진 4) 출처: SAMSUNG NEWSROOM 인도삼성공장

그러나 삼성측은 확장공세를 시작했다. 삼성은 인도 스타를 전속홍보모델로 사용하기 시작했으며 인기 크리켓 행사의 타이틀 스폰서가 되었다. 이것들은 OPPO와 VIVO가 채택했던 전형적인 마케팅 기법이다.

4G 스마트 폰 시장은 이미 중국에서 황혼이며 반대로 인도에서는 막 새벽을 맞고 있다. 중국 제조업체는 인도 시장에서 전면적인 전쟁 단계로 접어들었다. 승리가 궁극적으로 누구에게 귀속될지 시간만이 알려줄 것이다.

4. 중국인 해외파 ToB 비즈니스 캐나다 스타트업 주목 (36kr, 2019.12.13)

AI는 중국 기업가들에게 공정하게 참가할 수 있는 기회를 제공할 수 있다.

최근 5년 동안 AI의 인기는 해마다 증가했다.

조사 연구 기구 CIFAR는 2020년에 AI 관련 시장이 470억 달러에 이를 것으로 예측했다. Deloitte가 발표한 2019년 글로벌 AI 개발 백서는 세계 AI 시장이 2025년까지 6조 달러를 초과할 것으로 예측하고 있다. PWC가 2019년 작성한 AI 산업 예측 보고서에 따르면 2030년까지 AI가 세계 경제에 기여할 산업의 총 생산량은 15.7억 달러에 이를 것이라고 지적했다.

분석 기관의 지속적인 낙관은 AI 관련 스타트업 수량의 기하 급수적인 증가로 이어졌다.

자본이 AI를 추진함에 따라 AI 산업에 대한 투자 시장과 업계 인식이 끊임없이 심화되고 있다. 투자 시장은 점차 합리적으로 돌아왔으며 AI 산업 발전의 초점은 지난 몇 년 동안 기술 추종에서 최근 1~2년간 상업 가치의 발굴로 바뀌었다. 업계 전문가들 영역을 수직으로 세분화하는데 착수하기 시작했으며 AI 기술 구현 문제와 상업 수익성 문제를 해결하기 위해 노력하고 있다.

토론토에 본사를 둔 LUCI.AI는 특정 시나리오에 깊이 관여하는 AI 스타트업이다. LUCI.AI는 올해 7월에 여러 중국인에 의해 정식 설립되었으며 매우 젊은 회사다. 그러나 여러 창립자와 회사의 핵심 구성원은 풍부한 창업 또는 관련 업계 종사 경험이 있다.

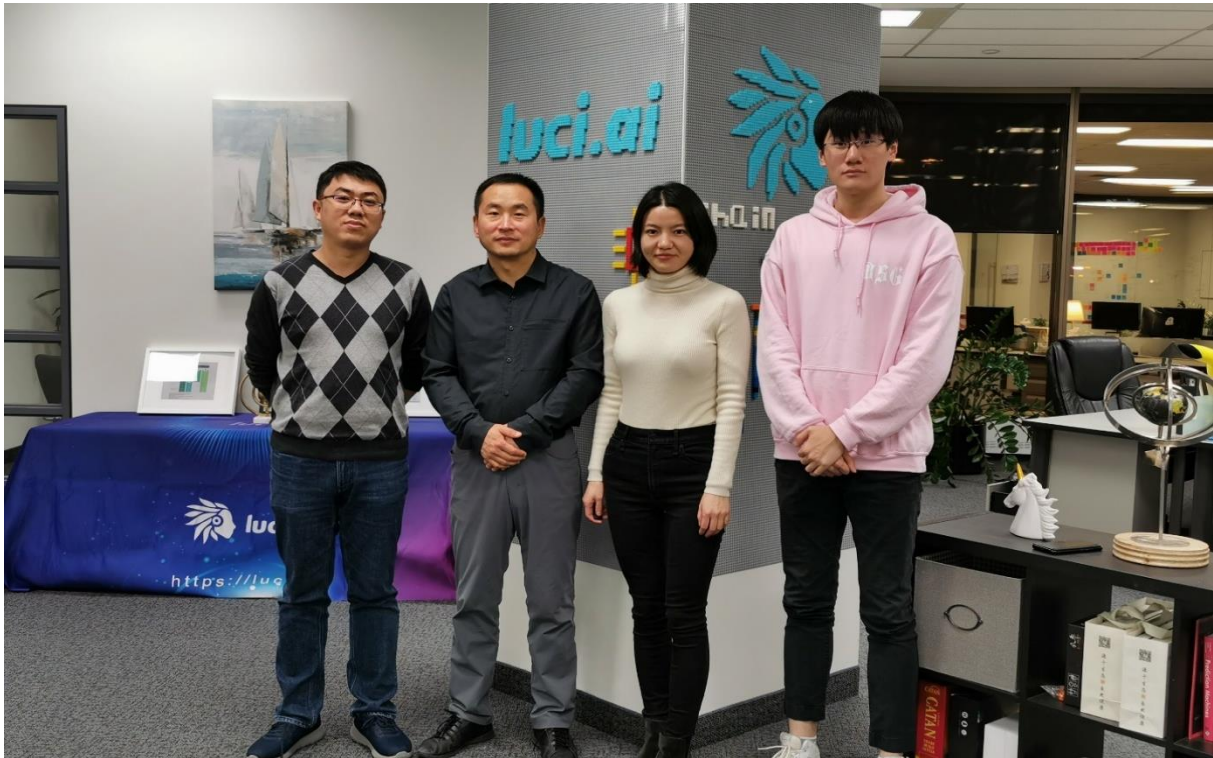


사진 1) 출처: 36kr. LUCI.AI 주요 중국인 멤버들

최근에는 해외창업파 HiTrends와 LUCI.AI의 창립자 중 한 명인 David Wang과 CTO인 장펑(张峰)이 회사의 팀, 제품 및 비즈니스 모델에 관한 견해를 교환했다.

David 본인은 캐나다로 이민오기 전, IT 산업에서 시스템 통합을 수행했으며, web 1.0 기간 동안 씬라사이트(新浪网)에서 광고 업무를 담당했으며, 웹 2.0 기간 동안 Alibaba에서 비즈니스 합작을 담당했다. 이민 후, 그는 다시 중국으로 돌아와 콰이디택시(快滴打车) 설립자 중 한 명과 인터넷 보험 회사를 창립한 적이 있다. 기술 책임자 장펑은 캐나다 퀸즈 대학의 컴퓨터 부서를 졸업하고 중국에서 일하고 창업하는 동안 AI에 100건 이상의 특허를 신청했다.

보고서에 따르면 설립 2개월 전에 LUCI.AI는 첫 번째 제품의 개발, 테스트 및 온라인 업로드를 완료했다. 이것은 음식 배달 디자인에 기반한 실시간 최적화 시스템으로 현재 토론토 최대의 몇 개 회사, 주로 중국인이 음식 배달을 하는 유형의 회사에 서비스를 제공한다. 중국 음식 배달 회사의 업무 규모에 따라 이 시스템은 하루 1~2만 건의 주문을 처리할 수 있으며, 시스템은 확장성이 뛰어나지만 여전히 중국인 음식 배달 회사의 업무 규모에 의해 제한되며 매일 1~2만 건의 주문을 처리하고 있다.

David는 AI를 창업 방향으로 선택했는데, 팀 구성원의 관련된 업무 배경 외에도, AI가 해외 중국 기업가가 주류 사회에 진입하는 기회를 줄 수 있기 때문이라고 했다.

그는 최근 몇 년 동안 점점 더 많은 중국인들이 캐나다에서 사업을 시작하기로 선택했지만 여전히 식당, 슈퍼마켓, 부동산 중개인과 같은 전통 산업에 집중하고 있다고 설명했다. 상대적으로 서방국가는 석유, 부동산, 미디어와 같은 전통 산업을 확고히 구축해 놓았고, AI는 첨단 기술 산업으로, AI는 새로운 창업가들에게 공평하게 진입과 경쟁의 기회를 제공할 수 있다.

데이비드는 캐나다는 원래 세계 선도적인 AI 토양을 가지고 있다고 말했다. 인공지능 영역의 거인 인 Hinton, Sutton, Bengio 모두 캐나다 출신이며 딥 러닝과 강화 학습의 리더다. 이로 인해 캐나다에서 이를 바탕으로 인재 시스템을 촉진시켰고 AI 회사에게는 인재의 중요성이 분명하다. 중국과 비교하여 캐나다 AI 인재 수준은 평균적으로 높고 전체 차별화는 더 적다. 인재 우세는 미국 과학기술 회사들이 R & D 센터를 캐나다로 옮기고 그곳에 자금을 주입하도록 유인했다. 2017 년 관련 부서는 인공 지능 전략을 발표하고 1.2 억 캐나다 달러(약 9000 만 달러) 자금과 AI 와 관련된 생태 체인을 지원한다.

팀원의 다년간 종사 경험과 AI 산업에 대한 세심한주의를 바탕으로, LUCI.AI 는 AI 기술 구현을 달성하기 위해 회사 제품 및 비즈니스 배치를 고도의 엔드 투 엔드 맞춤형 통합 서비스를 제공하기로 선택하고 AI 기술의 구현을 실현했다. 특히 AI 커뮤니티의 오픈 소스와 정보화 시대의 빠른 지식 흐름으로 인해, 다른 회사 간의 기술 생성 차이가 AI 기술 격차가 1 년이 안되게 점차 줄어들고 있으므로, 단일하게 기술 혁신만 한다면 거대한 비즈니스 도전에 직면할 것이며, 기술 구현이 발판을 마련하는 관건이 되지만 입지를 세우기 아주 어렵게 되었다. 이것은 지난 몇 년 간 AI 창업열풍에 반영되었다.

따라서 LUCI.AI 는 건축과 소매 산업을 선택, 심층적으로 육성하여, 자체 연구 개발 제품으로 자리 매김하여 기업 운영의 효율을 개선하는데 힘쓰고, AI 가 고도로 맞춤화된 통합 서비스 제공 업체로 자원을 정확히 매칭시켰다. 최신 맥킨지 리서치 보고서에 따르면 현재 시장에 있는 회사의 80 %가 AI 방향으로 산업 업그레이드를 수행할 계획이며 이러한 회사의 66 %가 소매와 공업화 산업에 있으며 AI 산업의 총 생산 가치는 2.6-4.6 억 달러 사이인 것으로 추정된다.

현재 LUCI.AI 는 상술한 위의 산업에서 캐나다의 주요 기업들과 점차 협력 관계를 구축하고 있다. 캐나다 최대의 건축업체와 최대 소매 업체와 합작을 수립했다.

고도로 맞춤화 된 서비스를 위해 David 는 예를 들어 건설 현장에서 자원을 배치하려면 한 세트의 프로세스가 필요하며 건축 재료의 운송 시간, 장소, 순서, 경로, 수량을 포함한다. 회사는 솔루션과 조정 참고 수, 시공 효율과 비용 최적화, Just-in-Time 프로세스 매칭을 실현한다. 동시에, 심도 합작 과정에서 고객이 항상 재료 손실의 어려움을 겪고 있음을 이해하게 되었기 때문에 '도난 방지'문제에 대한 알고리즘을 맞춤형으로 구축하는 것도 향후 프로젝트 단계적 목표가 될 것이다.

David 는 고객 요구 시나리오를 깊게 들어가지 않았다면 AI 기술을 기반으로 설계된 제품은 고객 요구에 대해 편향된 이해를 가질 가능성이 높으며 그 결과 시장에서 팔리지 않을 것이라고 했다. 이점은 To B 의 사업에 특히 중요하다.

고도의 맞춤화도 데이터에 반영된다. 데이터가 자주 변경되므로 데이터를 기반으로 하는 모델을 반복적으로 업그레이드해야 하므로, 일정 시간이 지나면 모델을 다시 조정해야 한다. 장면과의 결합도 AI 구현에 관건이 된다. 데이터 측면에서 LUCI.AI 는 플랫폼 간 데이터 채널을 결합하여 애플리케이션 시나리오를 심화시키며 LUCI.AI 는 시공 현장의 데이터 수집 프로젝트에 드론을 배치하여 AI 가 가장 의존하는 데이터 문제를 해결했다.

수익 모델에서 이 회사는 일회성 프로젝트 요금과 모델 업그레이드 교체의 맞춤비용을 채택했다. 다른 맞춤형 서비스 제공 업체의 경험을 통해 입증된 효과적인 수익 모델이다. 회사의 현재 운영 관점에서 이 모델은 안정적인 현금 흐름을 생성할 수 있으며 신뢰할 수 있는 방식이다.

자금 조달 측면에서, 회사는 설립 초기에 50 만 캐나다 달러 (약 370,000 달러)의 엔젤 투자를 유치했다. 창립자 데이비드 (David)는 중국내외 여러 투자 기관에 연락했으며 2020 년 초에 A 또는 A

라운드 파이낸싱을 수행할 계획이라고 밝혔다. 이 기금은 주로 AI 인재를 모집하고 더 많은 애플리케이션 시나리오를 확장하며 서버 및 기본 개발 리소스에 투자할 것이다.

자금 이외에도 투자자의 선택에 대해, 회사는 배후의 자원 가치를 더욱 중요하게 본다. 다음 전략 계획은 현재 애플리케이션 시나리오에서 수직으로 심화되어 시장을 지속적으로 확장하고 새로운 AI 응용 새 시나리오를 확장하는 것이므로 자원 지원을 제공할 수 있는 투자 기관이 LUCI.AI 의 우선 선택 대상이다. 중국 및 해외 자금에 대해 David 는 각자 고유한 장단점이 있다고 생각한다. 캐나다 벤처 캐피탈 펀드는 중국에 비해 수량이 열세이고 요구가 더 번잡하고 복잡한 불편함이 있지만, 현지의 고객 자원을 가져올 수 있는 장점이 있고, 중국 펀드는 수량과 절차 측면에서 더 우세한 점이 있다.

ISSUE 및 시장동향

1. Sina News APP 는 폭발적인 정보 시대의 콘텐츠 가치를 '발견'하는 데 어떻게 도움이 되나? -티타늄미디어 钛柴网제공

'사는게 뭐 그리 어렵습니까. 나를 괴롭히는 사람은 고소하면 됩니다' '혼자 먹을때도 고독하지 않습니다. 업선된 정보는 바로 최고의 반찬입니다' '어떤 사람들은 주식으로 돈 버는 것이 전부 행운에 의한 것이라고 말합니다. 그렇다면 그들은 내가 얼마나 많은 에너지를 쏟았는지 모르는 겁니다.'

최근에 시작된 씬랑(新浪) News APP 은 이전의 채널을 반복적으로 업그레이드하면서 Sina News APP 는 정서적 마케팅 '전략'을 시작했다.

고대인들은 '예로부터 감정은 깊어 잡을 수 없다. 유일한 방법은 사람의 마음을 얻는 것'이라고 했다.

이번 씬랑의 '정서 마케팅'은 '작은 인물처럼 의인화'하여 친밀감이 있게 하고 여러 실제 장면의 반영에서 사용자의 공명을 불러 일으켜 사용자의 공감을 점점 심화시킨다. Sina News APP 의 정서 마케팅이 등장한 것은 바로 APP 기능 업그레이드의 '내부 수리'가 구체화된 것이다.

'교과서' 마케팅 뒤, 마이크로 콘텐츠 통합을 위한 트래픽의 블루오션

최근 Sina News APP 는 콘텐츠, 제품, 경험을 통합한 일체형 '발견' 채널을 개통했는데 이는 다양한 마이크로 콘텐츠를 취합한 방식으로 소비자의 다원화되고 수직화된 콘텐츠에 대한 수요를 진일보하여 만족시킨다.

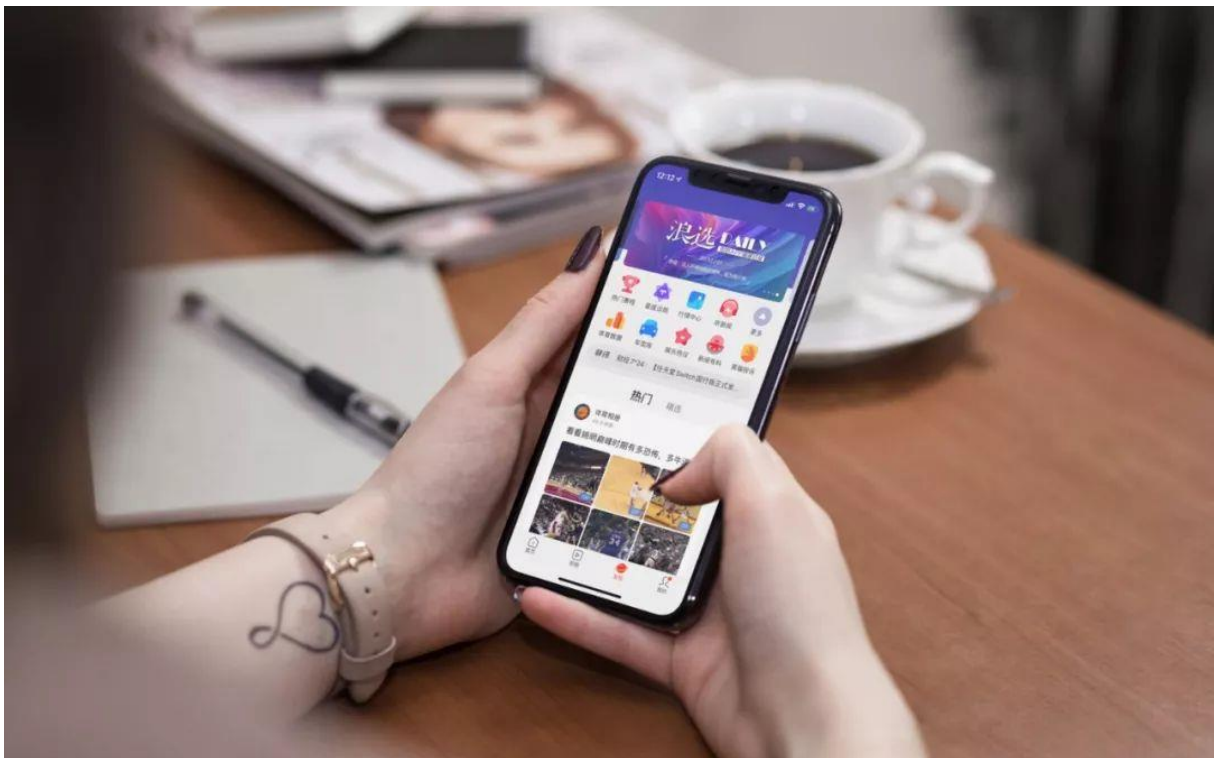


사진 1) 출처: 티타늄미디어

Sina News APP 를 열고 하단의 '발견'버튼을 클릭하면 새 버전의 검색 채널이 이전 버전보다 사용자의 정보 클릭 습관과 더 일치한다는 것을 직관적으로 발견할 수 있다.



사진 2) 출처: 티타늄미디어

이 업그레이드를 통해 Sina News 발견 Channel 은 영화 드라마, 패션, 스포츠, 마음, 군사 등 많은 분야에서 새롭고 흥미로운 인기 콘텐츠를 포함하며, 실시간으로 업데이트하고 사용자의 클릭 경로를 단축하여 제일 먼저 전세계의 최신 뉴스와 흥미로운 콘텐츠를 발견하게 하고 정보를 수집하는 흥미성 요구를 만족시킨다.

둘째, 콘텐츠 측면에서 인기있는 섹션의 콘텐츠는 사용자가 '정보 불안'에 빠지지 않도록 생활에 더 가까운 것이다.

'핫'섹션은 실시간 새롭고 흥미로우며 인기있는 콘텐츠를 기반으로 하는 반면, '추천'섹션은 알고리즘 분석에 근거하여 사용자의 관심사로 향하는 고품질 콘텐츠를 찾아 제공하는 것이다.

알고리즘 추천 메커니즘 하에서 고품질 콘텐츠를 발견하는 정확도를 보완하기 위해 '선택'섹션은 '수동 운영 + 알고리즘'의 이중 규칙 조작 방법을 통해 사용자에게 고품질 콘텐츠를 제공한다. 콘텐츠 분배에서 콘텐츠 품질과 적시성이 첫 번째로 중요하고, 사용자 흥미위주로 가이드하여 사용자를 위해 엄선된 콘텐츠를 공급한다.

수직 콘텐츠 발견에서 발견 채널은 인기있는 시합 일정, 별자리 운세, 업계 현황 센터, 뉴스 청취, 스포츠 데이터, 자동차 모델 저장소, 엔터테인먼트 핫토크, 뉴스, 블랙캣 불만신고 등과 같은 여러 섹션으로 미니어처 버전의 콘텐츠 + 서비스 취합을 형성한다.



사진 3) 출처: 티타늄미디어

‘블랙캣 불만신고’ 섹션을 예로 들어, Sina의 내부 서비스 자원과 콘텐츠 자원의 긴밀한 통합을 통해 검색 채널은 트래픽이 집합하는 마이크로 플랫폼일 뿐만 아니라 사용자 서비스를 위한 마이크로 플랫폼이기도 하다. 발견 채널은 취합한 콘텐츠를 사용자 서비스와 연결하는 동시에, 사용자에게 정보 소비를 제공하여 정보에서 서비스까지의 폐쇄 순환 체험을 만든다.

<정보의 간략사>라는 책에서 James Grecker는 이러한 종류의 정보 초과에 대해 설명했다. 초과 정보를 처리하는 다양한 전략이 있지만 근본 결말 기저로 돌아가면 여과하던가 검색하던가로 본질상 두 종류로 나눌 수 있다. 정보가 저렴해지면 주의력이 귀해진다.

Sina News APP의 ‘교재서’ 유형의 감성 마케팅이 감정으로 연대하고, 귀한 주의력을 획득하고, 마이크로 콘텐츠로 취합된 발견 채널의 정보 통합을 통해, Sina News APP은 취합한 주의력을 유지하고 새로운 트래픽의 블루오션이 된다. 마케팅으로 ‘표식’이 되고, 사용자의 인정으로 ‘깊이’를 강화하고, Sina News APP은 발견 채널을 업그레이드하여 사용자와의 연결을 접촉하고 심화하며 사용자 단말에서 서비스 단말로의 가치 이전을 실현한다.

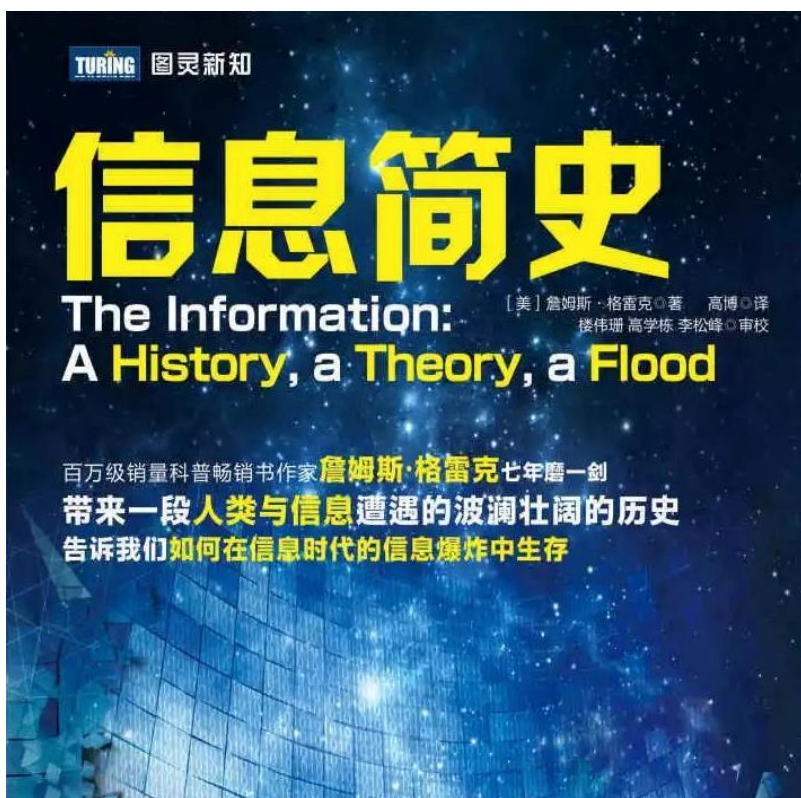


그림 1) 출처: 티타늄미디어. 정보의 간략사 서적

정보 '폭발' 중 콘텐츠가치 + 서비스 가치 재'발견'

미국의 저명한 철학 교수 마이클 패트릭 린치 (Michael Patrick Lynch)는 <제어하지 못한 진상>에서 다음과 같이 말했다. 정보 폭발은 우리의 인지 방식을 변화시키고 있지만 '아는 것'과 '이해하는 것'은 서로 다른 두 가지이다. 사람들은 인터넷을 사용하여 지식을 획득할 수 있지만, 보기만 할 뿐 알아야 하는 것은 아니다.

실제로, 마이클 패트릭 린치가 말한 '아는 것'은 정보 내용의 획득이며, '이해하는 것'은 내용 가치의 흡수와 전환이다.

사실상 미지의 사물에 대해 알고자 하는 사람들의 갈증은 항상 존재했으며, 미지의 영역을 끊임없이 찾고 있다. 특히 현재 환경에서 우리는 주변 환경에 대해 보다 명확하고 정확하게 인지하기를 갈망하고 있으며, 이러한 유형의 인지 요구의 본질 또한 내용 가치의 획득이기도 하다.

인터넷 시대에 '폭발적으로' 정보가 기하 급수적으로 증가함에 따라 콘텐츠 가치는 일종의 '희소한 자원'이 되었다. 방대한 양의 복잡한 정보에서는 의식적인 검색만으로는 더 높은 가치의 콘텐츠 획득 속도를 달성하기가 어렵다. 사람들은 점점 더 '불안해'지고 있다. '인터넷 이후 시대'에서 미디어는 정보의 공급측일뿐 아니라 콘텐츠 가치의 공급측이기도 하다.

2019 년 로이터 뉴스 보고서에 따르면, 상당수의 뉴스 소비자가 대량 뉴스가 자신을 극도로 피곤하게 만든다고 느낀다. 뉴스 소비자의 30 % 이상이 현재 주도적으로 뉴스 읽기를 거부하고 있다고 말했다.

정보의 홍수는 사람들이 콘텐츠 가치를 얻는 길을 더 길게 만들었고, 이러한 배경하에서, 미디어가 정보 공급에서 콘텐츠 가치 공급으로의 전환을 실현하는 것이 훨씬 더 필요하게 되었다.

Sina News APP 는 채널 정보 취합의 심층을 통해, 실제로 정보 폭발 시대에 콘텐츠 가치를 새롭게 재발견하고, 마이크로 버전의 콘텐츠 취합을 통해 콘텐츠 가치가 집결하도록 했다. '요점 뉴스 + 발견'의 이중 엔진 드라이브를 통해 Sina News APP 는 사용자가 콘텐츠 가치를 얻는 경로를 단축하고 콘텐츠 가치를 재발견하도록 실현했다.



사진 4) 출처: 티타늄미디어.

주목할 만한 것이 콘텐츠의 가치를 취합하는 동시에 Sina News APP 은 서비스 가치 공급을 파생시키고 있다.

이번 발견 채널의 업데이트에서 별자리 운세, 업계 현황 센터, 블랙캣 불만 신고 등의 우수한 조정도 Sina News APP 의 서비스 가치에 대한 인식을 은연중에 나타내보였다. 미래에는 서비스 확장을 통해 발견 채널이 마이크로 콘텐츠 취합뿐만 아니라 마이크로 서비스 취합이 되어, 사용자에게 콘텐츠 가치 + 서비스 가치의 이중 핵심을 공급할 것이다.

결론:

오늘날의 미디어 플랫폼은 사용자에게 정보를 전달하기 위한 플랫폼일뿐만 아니라 사용자와의 통신 플랫폼과 서비스 플랫폼이기도 하다. Sina News APP 에 의해 시작된 '발견' 채널은 앞장서서 테스트하고 마이크로 콘텐츠 취합하에 트래픽 블루오션을 발굴하며 동시에 콘텐츠 가치와 서비스 가치 공급으로 사용자 요구를 충족시킨다. 앞으로 Sina News APP 는 계속해서 콘텐츠 + 서비스 가치 공급을 견지하며, 사용자에게 고품질 정보 및 서비스를 제공할 것이다

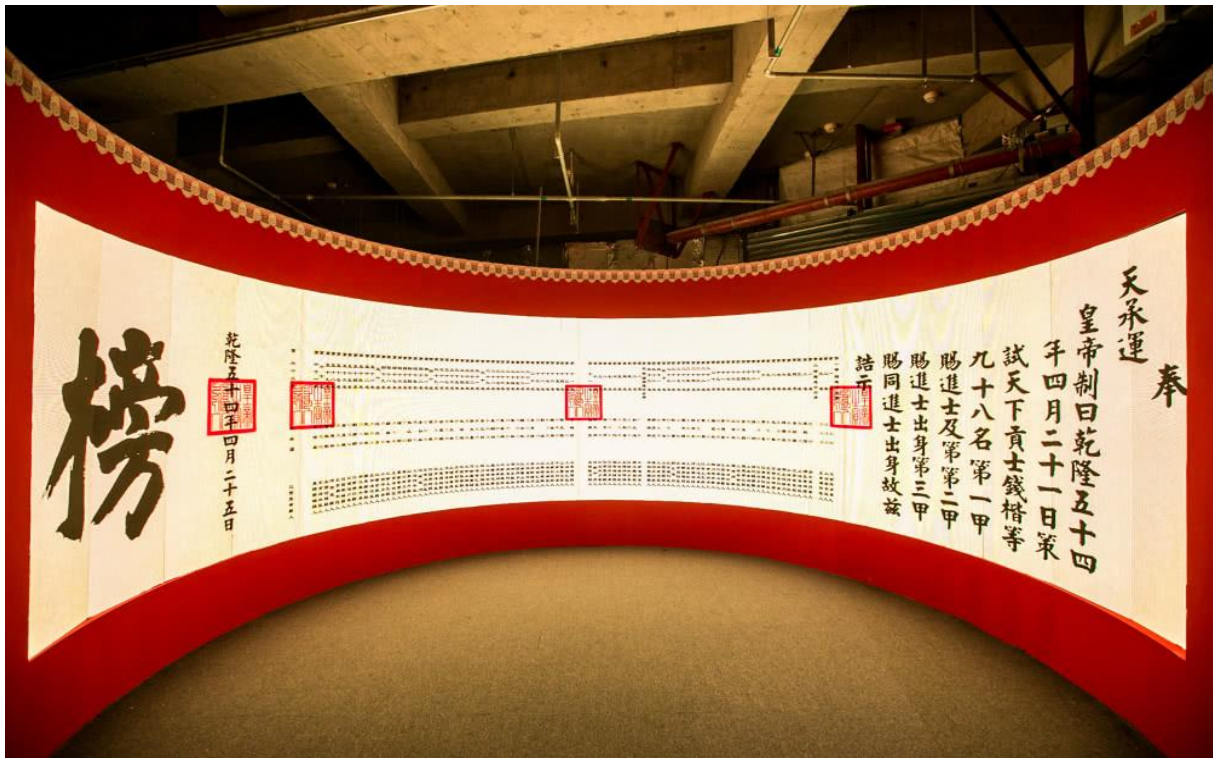
2. 'AI + AR'기술로 복원한 '소생'한 공자 - 텐센트과기 제공

사진 1) 출처: 텐센트과기

전시 현장은 청나라 건륭 54 년의 대금방(大金榜)을 복원했다. 전문가의 지도하에, 제 1 차 기록 보관소가 보유한 '광취 35 년 대금방'제식에 따라 서체, 종이, 도장에 대한 체계적인 연구를 통해 건륭 54 년의 복원을 실현했다.

고대에 시험을 위해 베이징에 가는 것이 어땠을까?

청나라 드라마와 소설이 무수히 많은 연기를 한 후, 엄격한 학술 고증을 바탕으로 고대 수험생이 북경 시험 현장에 들어가는 광경이 복원되어 인터랙티브형 전시로 전국에 순회 전시되고 있다.

현장 실경은 고대학자의 독서와 자기 수양 장면을 시뮬레이션한다. 어린 시절 시험을 통과한 후에는 마을 시험을 준비하기 위해 과거 시험장에 들어가야 한다.

최근 기자는 고궁 박물관이 후원하고 자금서원(紫禁书院)이 기획한 '골드리스트 타이틀(金榜题名)'이라는 인터랙티브형 전시회를 경험했다. 전시회는 열개의 독창적인 기술 설치를 사용하여 3 명 영웅의 드라마로 관객을 끌어들이었으며 '어린 시절 시험', '마을 시험', '회의 시험', '전례 시험' 및 Roll Call Ceremony(传胪大典)의 이동

라인을 통해 참관했다. 이는 정말로 어린이 시험, 마을 시험, 회의 시험, 전례 시험부터 진사 급제까지 고대 과거 응시자의 전 과정을 시뮬레이션했다.



사진 2) 출처: 텐센트과기

현장에서 과거 강남시험장(江南贡院)을 참조하여 한 사람의 시험 응시자 숙소를 만든다. 아래 그림은 강남시험장의 실경이다.

마을시험 여정에서 기획측은 고대 중국에서 가장 큰 과학시험장인 강남시험장을 참고했고 전시장에 후보자의 집을 하나씩 짓고 시험 중에 어려운 환경을 복원했다. 전례 시험 후, 전례현장에는 창작 애니메이션으로 청나라의 Roll Call Ceremony(传胪大典)를 방영하며, 대화 형 답변에서 1~3 위를 차지한 학생들은 '진디엔 세레머니(金殿传胪)'의 기회를 얻게된다.

공자 '소생'

"이러한 경험은 간단해 보이지만 실제로 각 단계는 엄격한 학술 검증을 거쳤다. 예를 들어, 최후의 Roll Call Ceremony(传胪大典)애니메이션은 청나라 자금성의궐, 황제의 복장, 차오주(朝珠 편집자 주:청나라 고급관원 목걸이), 행사에서 연주되는 음악, 모든 것이 시험장과 관련이 있다." 전시 기획팀의 대표이며 자금서원 총감독인 위엔홍휘(袁鸿蕙)는 말했다.

기술은 오늘날과 고대를 연결하여 문화적 유물과 역사적 인물이 오늘날의 생활속에 들어오게 하여 더 나은 대화 형식을 갖게 한다. 전시장에 있는 10 개의 오리지널 과학 기술 인터랙티브 설치는 엄숙하고 진지한 학술을 생생하고 흥미로우며 접촉하면 닿을 수 있게 만든다.

그중 상탕 과기(商汤科技)와 고궁 문화(故宫文化)는 공동으로 '하오서 카오 성상(号舍考生相)'과 '공묘오 지공(孔庙祭孔)' 전시프로젝트를 선보였다.



사진 3) 출처: 텐센트과기

예를 들어, 상술한 시험 과정에서 '하오셔카오성상(号舍考生相)'전시 항목에서 상탕과기는 AI 기술을 적용하여 사람 얼굴의 240 개 주요 지점을 캡처하고 분석했다. 관람자는 어렵고 힘들게 공부하는 응시자 앞에서 바로 '신형합일(神形合一)'을 이룰 수 있다. 머리 움직임을 통해 응시자의 독서 자세를 유도한다.



사진 4) 출처: 텐센트과기

전시장에서의 상호 작용 외에도 '공묘오지공(孔庙祭孔)'도 이 전시회에서 매우 중요한 AR 인터랙티브 전시 항목이다.

"공자는 가장 성스러운 스승입니다. 우리는 스토리라인을 기획하면서 고려하게 되었습니다. 학생들이 진방티밍(金榜题名)후 고대 의식에 따라 요리 예절과 마시는 예절 등이 전개되고 공자 예방은 가장 중요한 과정입니다. 만약 우리가 밖에서 그러한 배치를 한다면, 전통적인 중국 문화의 중요한 지점을 모두 실현할 수 있으며, 전시장 내의 부족함을 보완할 수 있을 것이라고 생각했습니다."라고 위엔홍휘는 설명했다.

이 전시회는 상탕의 제스처 인식, 얼굴 인식 및 기타 AI 및 AR 기술을 사용하여 고대 예절과 같은 상호동작을 수행하고 가상 공자와 실제 세계 사이의 완벽한 연결을 달성하고 젊은 청중에게 고대인들이 학문을 구하고 스승을 존중하던 경험을 인터랙티브형의 독특한 방식으로 제공한다.

'사기' 공자 가족은 구름에 싸여있다. 기록에 따르면 공자의 키는 9 척 6 촌이다. 현대로 치면 196.8 cm이다.

공자는 키가 거의 2 미터인가? 청중에게 진정으로 그것을 제시하는 방법은 무엇인가?

AI + AR 기술은 전통 문화에 새로운 표현 방식을 부여했다. 상탕과기(商汤科技)와 고궁문화(故宫文化)는 기술을 사용하여 공자를 동일한 비율로 복원하고 실제 장면과 완전히 통합하여 관객이 공자를 따라 고대인의 예절을 배울 수 있다.



사진 5) 출처: 텐센트과기

문화 산업에 힘을 실어주는 AI + AR

자금성 문화로 대표되는 문화 창조 회사는 기술을 통해 새로운 문화 형식을 배양하려고 노력하고 있으며, 상탕과기가 이끄는 인공 지능 회사는 문화 산업에 힘을 실어주기 위해 '서클을 깰' 기회를 찾고 있다.

문화 산업은 상탕과기의 다음 초점이 될 것이다.

현재 대부분의 인공 지능 회사는 대부분 여전히 산업, 금융, 보안 등의 장면을 심층적으로 개발하고 있는데 상탕은 왜 문화 산업에 주목하는 걸까?

상탕과기의 공동 창립자이자 모바일 스마트사업군(移动智能事业群) 총재 왕샤오강(王晓刚)은 말하길, 상탕은 먼저 문화 관광 산업의 시장 가치를 보았고, 두 번째로 기술과 문화의 융합에 대한 사회적 책임을 보았다고 했다.

'한 기업으로서 우리는 그 속에서 상업적 가치를 분명히 볼 수 있습니다. 문화, 관광 산업은 100 억 달러 시장입니다. 상탕은 이 시장에 대한 상업적 기대를 가지고 있지만 문화를 발굴하는 것이 더 중요합니다. 상탕이 담당하는 각 부분에 거는 기대는 다르다. 전체 기업은 교육을 다양 화했으며 문화 여행 부문은 사회적 책임의 가치에 더 가깝다.'

그는 현재 문화 및 관광 부문이 전체 AR 팀의 주요 이슈이며 초기 단계에서 팀의 수입에 압력을 가하지 않았다고 말했다.

왕샤오강의 소개에 따르면, 현재 상탕이 문화 관광 산업에 제공하고자하는 기술은 크게 두 가지 범주로 나뉜다.

기술은 3D 모델링, 디지털화, 가상화를 포함하여 콘텐츠 제조와 생성 프로세스에 관여한다.

앞으로 콘텐츠는 실내 AR 네비게이션, 가상 인물 등을 포함하여 AI + AR 형식으로 표현된다.

이 '진방티밍(金榜题名)'인터랙티브형 전시회는 간단한 테스트일 뿐이며, 미래에는 AI + AR의 지원을 통해 박물관 내 AR 내비게이션, 가상 인간 가이드 등과 같은 실내 몰입형 상호 작용과 체험을 실현할 수 있다.

왕샤오강은 '우리가 가장 먼저 해야 할 일은 0에서 1까지 벤치마킹 프로젝트를 설정하는 것입니다. 중국에는 많은 전시장과 박물관이 있습니다. 그들은 디지털 방식으로 탐색할 의향이 있으며 매우 훌륭한 파트너입니다.'라고 말했다.

그러나 생활에 가까운 상호 엔터테인먼트의 장면과 비교할 때 문화 산업이 착륙하기가 더 어렵다.

북경고궁문화전파유한공사(北京故宫文化传播有限公司)동사장이자 총경리인 류휘(刘辉)의 관점에서 기술은 문화를 위해 서비스한다. '우리는 기술이 문화를 어떻게 잘 보여주고, 어떤 기술을 취할지 고려합니다. 기술과 문화의 좋은 통합은 모든 사람이 서로에 대한 이해와 지식을 바탕으로 합니다.'라고 그는 말했다.

이 상호작용형 전시회를 예로 들어, 실제 과거장면과 지식은 관객에게 더 감동적이며, 기술은 전통 문화를 이해하는 보조 수단일 뿐이다. 따라서 이 전시회에 기술을 실제로 적용하기 위해 고궁문화는 감정요소가 담긴 많은 과정을 설계했다. 위엔홍휘는 "우리의 주요 크리에이티브팀은 수만 단어의 극본을 디자인했습니다."라고 설명했다.

왕샤오강은 또한 인공 지능과 문화 산업의 결합의 열쇠는 기술적인 어려움 외에도 문화와 기술의 긴밀한 협력에 있다고 말했다. '매일 우리는 몇 가지 일반적인 기술을 사용할 수 있지만 핵심은 협력하는 방법입니다. 예를 들어 오늘날의 진방티밍 전시회를 모두 고증해야하며 매우 강력한 문화 학식이 필요합니다.'

상탕과기가 선택한 방법은 헤드 파트너를 찾고 파트너와 혁신하고 탐색하는 것이다. 이번 전시회는 고궁 문화와 상탕 기술의 시험이며, 고궁문화와 상탕과기는 미래에 항저우에 자금서원 분원을 설립하여 인공 지능과 전통 문화 및 교육의 통합을 모색할 계획이다.

왕샤오강은 '일반적으로 AI, AR 및 문화 관광을 결합하는 큰 방향에는 문제가 없으며 탐색할 가치가 있는 콘텐츠가 충분합니다. 그러나 이 시점의 문제는 시장이 충분히 성숙되어 있지 않고 기술이 산업과 융합되어있지는 않지만 여전히 확인해야 할 시간이 필요합니다. 전체 프로세스가 파트너와 함께 탐색하는 과정이라고 생각합니다.'라고 말했다.

사업 개발의 관점에서 볼 때, 문화관광산업 역시 상탕이 AR 사업을 확장하기위한 블루오션이다.

현재 상탕의 연구 개발팀은 많은 3D + AI + AR 핵심 기술을 개발해 왔으며, 이를 바탕으로 여러 제품 팀이 산업별로 구분되어 있으며, AR 관련 제품은 주로 휴대 전화 애플리케이션과 모바일 인터넷 애플리케이션이다. 특히 상호 엔터테인먼트 프로젝트에서 상탕의 바디와 뷰티 기술은 거의 모든 주요 휴대 전화 제조업체와 라이브 방송 플랫폼을 커버했다. 핵심 기술 제품에는 SenseAR 특효 엔진과 SenseAR 개발자 플랫폼 2.0이 포함된다. 올해 5월 상탕대회에서 상탕과기는 AR 안경을 기반으로 한 SenseAR Glass 안경 플랫폼과 클라우드 기반 SenseAR Cloud 클라우드 플랫폼을 도입했다.

생태계에서 상탕은 이미 형성한 '휴대폰 제조업체, 라이브방송 설비 제조업체, 설계개발자'를 핵심으로 한 AR 생태계를 형성했다. 문화 관광 산업의 추가는 의심할 여지없이 상탕의 AR 생태계를 진일보하여 확장하고 이 부분의 사업 범위를 확대할 것이다.

3. 2019 년 중국 산업 인터넷의 5 가지 핵심 단어 -이방동리왕(亿邦动力网)제공

2019 년에는 데이터 센터, 스마트 제조 및 시대추진 등 신개념, 신트렌드를 맞아 산업 인터넷이 심층 발전했으며, 동시에 상장 및 주식 조정과 같은 핵심 단어도 업계의 주목을 받아왔다. 아래는 투어비왕(托比网)이 키워드를 통해 2019 년 산업인터넷 동태를 해석한 것이다.

1. 상장 성패

5 월 10 일, 자오강왕(找钢网)은 홍콩 주식 상장을 중단한다는 계획을 발표했다. 자오강왕(找钢网)의 한 인사는 말하길 '향후 자본 시장의 특정 계획을 위해, 우리는 시장 상황에 따라 시기 적절하게 선택할 것이다. 홍콩 주식 시장 상장 중단은 회사의 자본 시장 전략의 조정일 뿐이며 회사의 일상적인 운영과 장기적 발전에는 영향을 미치지 않는다.'고 했다. 7 월 30 일, 귀리엔주식(国联股份)은 공식적으로 A 주에 주식 코드: 603613 로 상장했다.

토비왕 의견: 많은 기업 용자 라운드가 하반기에 들어섰지만 올해의 '상장'은 여전히 업계에서 가장 인기있는 주제다. 토비가 예측 한 몇 가지 사건에서 밀크웨이(密尔克卫)가 성공적으로 상장되었으며 귀리엔(国联股份)의 주식은 바로 이어졌다. 그러나 B2B 2.0 의 대표로서 자오강왕(找钢网)은 오히려 상장을 중지했다. 상장은 관건이 되는 진입장벽을 넘는다는 것이며, 회사의 비즈니스 모델이 자본 시장에 의해 인정되었다는 것을 나타낸다. 전통 제조업체의 경영 모델과 비교하여 인터넷 기업이 상장하는 길은 보다 어려운 편이며, 그 비즈니스 방식과 수익방식 모두 시장의 진일보한 배양과 검증이 필요하다. 그러나 미래에는 시장이 성숙함에 따라 또한 커창반(科创板) 출현이 더해져 인터넷 기업의 상장으로 가는 길은 비교적 완화될 것이다.

2. 데이터 센터

데이터 중간 데스크는 빅 데이터 산업에서 인기있는 단어로, Ali 가 2015 년에 제안한 '대중 데스크, 소프런트 데스크'전략에서 확장한 개념이다. 데이터 기술을 통해 방대한 데이터를 수집, 계산, 저장 및 처리하는 것이며, 동시에 표준을 통일시킨다. 데이터 중간데스크에서 데이터를 통합한 후, 표준 데이터가 형성되고 저장되어 빅 데이터 자산층이 형성되어 고객에게 효율적인 서비스를 제공한다.

토비왕 의견: 산업 인터넷의 본질은 '효율'이라는 단어와 분리할 수 없다. 올해는 '플라이휠 효과'도 좋고, 사실 모두 데이터화·스마트화의 방식으로 산업을 실현하는데 큰 협력이 있었고, 효율성이 크게 향상되었다. 빅 데이터 폭발 시대에 데이터 수집은 매우 간단해 보이지만, 데이터를 어떻게 각 부문으로 분류하고 고효율로 이용하느냐 이것이 데이터 중간 데스크가 존재하는 의의이다. 업계 사람들은 말하길 미래의 경쟁은 데이터의 경쟁이며 알리바바, 텐센트, 화웨이 등 기업이 줄줄이 자신의 데이터 중간 데스크를 건립하는 목적이 바로 산업 인터넷 프로세스에서 고지를 점유하기 위함이다.

3. 스마트 제조

스마트제조 (Intelligent Manufacturing, IM)는 지능형 기계와 인간 전문가로 구성된 인간-기계 일체화 지능형 시스템으로 제조 과정에서 분석, 추론, 판단, 구상, 의사 결정과 같은 지능적인 활동을 수행할 수 있다. 이는 제조 자동화 개념을 더욱 새롭고 유연하고 지능적이며 고도로 통합된 개념으로 확장한다.

토비왕 의견: 올해 산업 인터넷의 발전에 따라 공급망의 업그레이드는 점차 프론트 엔드 생산제조까지 확장되었으며, 지능형 제조는 산업 개발의 핵심 부분이 되었으며, 원천적으로 생산문제를 해결한다. 빅데이터와 각자 선진 기술을 사용하며 대중소형 공장에서 직면하는 노동비용 상승, 효율 하강, 주문 손실

등의 문제에 새로운 돌파구와 활력을 제공한다. 스마트 제조에서 제공하는 일련의 솔루션을 통해, 더 많은 기업들이 점차 새로운 경쟁력과 시장 발전 국면으로 향하는 구조 조정을 시행했다. 그러나 산업인터넷과 인공지능 등의 기술은 여러 수직 산업의 개발 과정에서 점차적으로 심층 발전해야 하며 앞으로도 갈 길이 멀다.

4. 지분 조정

1 월 18 일, 오프즈왕(欧浦智网)은 지배 주주인 중지투자(中基投资)로부터 <'주주의결권 위탁 협의'실패서한>을 받았으며, '주주의결권 위탁 협의'가 중지투자(中基投资)의 이사회와 주주의 승인을 통과하지 못했다고 했다. 따라서 위탁 계약이 무효화되고 종료되었으며 중지투자(中基投资)는 인수 계약을 받아들이지 않아 오프즈왕(欧浦智网)은 2 급 시장에서 주가가 하락했다. 9 월 9 일, 중지투자는 기한까지 빚을 청산하는 책무를 할 수 없고 자산이 모든 부채를 청산하기에 충분하지 않다며 불산시 순덕구(佛山市顺德区) 인민법원에 파산 청산을 신청했다.

7 월 4 일, ST 관푸(ST 冠福)는 공고에서, 회사가 상반기의 순이익은 2.8 억 ~ 3.5 억 위안이 될 것으로 예상하며 2019 년 반기 실적 예고를 수정했다. 이전에는 상반기의 순이익이 5.5 억~6.8 억위안을 예상했다. 수정한 이유는 이만트(益曼特)건강산업회사 주주권 문제가 아직 완료되지 않았고 3 억 위안의 수입이 해당 기간에 들어올 수 없기 때문이었다. 관푸는 지분조정문제로 업무 성적에 큰 영향을 미쳤으며 더욱이 ST 관푸(ST 冠福)의 업적이 처음으로 변한 것도 아니다.

토비왕 의견: 기업 데이터에서 오프즈왕은 줄곧 '스마트 물류 + 전자 상거래 플랫폼 + 공급망 금융 + 스마트 제품 R & D 제조 + 빅 데이터 서비스'의 융합된 스마트 공급망 서비스 전략을 구현하고 있었다. 빅데이터와 사물인터넷 등의 기술을 이용하고 철강재 등 전통업무의 인터넷화와 스마트화를 실현했다. 전략 방향에서 볼 때 일정한 성장가능성을 가지고 있었다. 주식 분쟁 때문에 결국 플랫폼 사업의 완전한 붕괴로 이어져 매우 안타까운 일이다. 마찬가지로 관푸(冠福)의 경험과 교훈은 창업가들에게 경고를 울린다. 주식 구조의 문제는 회사의 생사와 관련이 있으므로 기업 발전의 어느 단계에 놓였든지 기업의 주주 구조가 최적화되어 배치되었는지, 더 최적화할 여지가 있는지 여부를 항상 고려해야 한다.

5. 풀(pull) 시대

소비자 인터넷에서 산업용 인터넷에 이르기까지 비즈니스 시나리오와 비즈니스 로직이 거대 변화를 겪었다. 일반적인 특징은 '푸시 시대'에서 '풀 시대'로의 전환이다. 푸시 시대는 플랫폼이 이용 정보를 푸시하는 방식으로 고객을 확보하고 유지하는 것을 뜻하고, 풀 시대는 플랫폼의 기술적 수단을 사용하여 고객이 자신의 서비스를 달성할 수 있도록 해주는 것을 말한다.

토비왕 의견: 푸시 시대에서 풀 시대에 이르기까지, 이는 본질적으로 산업 인터넷 시대에서 플랫폼이 고객을 운영하는 방식의 전환이다. 처음에는 플랫폼이 고객 트래픽 풀에 광고 형식으로 플랫폼으로 끌어 들인 후 다시 고객에게 추천하는 방식으로 고객이 비즈니스 형태와 업계 변화를 이해하게 했다. 이러한 플랫폼은 대량의 인건비를 소모해야 하며 고객의 밀접한 유대는 상대적으로 약하다. 산업 인터넷이 발전되면서 플랫폼에 대한 고객의 기능 요구 사항도 변화되었다. 플랫폼은 고객의 다양한 요구에 따라 다양한 비즈니스 모델을 설정하므로 고객은 보다 독립적인 사용 권한을 가질 수 있는 반면, 고객을 얻는 방법은 빅 데이터 시스템을 통해 정확한 전송을 하는 것이며 전화된 고객은 정확한 타겟 고객 분류로 들어간다. 이를 통해 플랫폼은 자원의 손실을 방지하고 인건비를 절감하며 효율성을 향상시킬 수 있으며 이는 산업 인터넷의 큰 특징이기도 하다.

4. 양자컴퓨터 시리즈 26) 교통혼잡을 해결하기 위해 포드가 사용하는 양자 컴퓨팅 – 개세기차왕(盖世汽车网)제공

외국 언론 보도에 따르면, 인터넷으로 연결된 하나의 세계는 수많은 방식으로, 예를 들면 즉시적인 정보 제공, 의료 건강 관리 강화, 영화를 보거나 음악을 듣는 새로운 방법 제공, 가족에게 스마트 스피커를 장착하는 등으로 수십억 사람들의 생활을 향상시켰다. 그러나 많은 진보에도 불구하고 사람들은 더 많은 교통 체증에 빠진 자신을 발견한다. 네비게이션 기술을 사용하면 목적지에 보다 효율적으로 도달할 수 있지만 대규모로 교통을 조정할 수는 없다.



사진 1) 출처: 개세기차왕(盖世汽车网)제공

이를 위해 Ford 와 Microsoft 과학자들은 강력한 양자 기술을 사용하여 수천 대의 차량과 이러한 차량이 교통 혼잡에 미치는 영향을 시뮬레이션하는 파일럿 프로젝트를 시작했다. 비록 양자 컴퓨팅 기술의 발전은 아직 초기 단계지만, 이미 많은 진전을 획득했고, 이러한 유형의 지식으로 오늘날의 문제를 해결하는데 도움을 주고 있고, 또한 지식을 확장하여 내일의 더 복잡한 문제를 해결하는데 쓰고자 한다.

2018 년 연구원들은 시애틀의 교통 체증문제를 해결하기 위해 기존 전통 컴퓨터에서 운행되는 새로운 양자 방법을 연구 개발하는 것을 협력했다.

교통 정체기에는 다량의 운전자가 모두 동시에 주행 최단 거리 노선을 요구하지만, 네비게이션 서비스는 단지 격리된 환경에서만 이러한 요청을 처리할 수 있고 노선 방안을 제공할 때 유사한 요청의 수량은 고려하지 않으며, 같은 경로로 운전해 가려는 계획의 기타 다른 운전자들도 포함되어 있다.

그러나 만약 이러한 개성화된 노선 시스템을 대체하여 보다 균형 잡힌 노선 시스템을 연구 개발할 수 있고, 더욱이 운전자의 다른 노선 요구를 고려할 수 있어, 가장 최적화된 노선을 제안할 수 있다면, 동일한 도로를 공유하는 차량의 수를 최소화할 수 있고, 매 한사람 한사람의 시간과 불편을 덜어줄 수 있다. 그러나 균형잡힌 노선 시스템을 설계하는데 가장 큰 장애는 다량의 컴퓨팅 자원이 소요된다는 것에 있다.

간단히 말해서, 전통적인 컴퓨터가 수많은 경로 계획에서 최적의 경로를 찾는 것은 불가능하며, 양자 컴퓨팅의 도움이 필요하다. 본질적으로 기존 디지털 컴퓨터는 정보를 1 또는 0 으로 전환하고 바로 비트이다. 그러나 양자 컴퓨터에서 정보는 큐 비트로 처리되며 측정하기 전에 두 종류의 상태로 존재할 수 있다. 측량할 때 1 또는 0 으로 무작위로 출현될 수 있지만, 출현하는 비율은 양자 역학 규칙에 의해 제어된다.

최종적으로 양자 컴퓨터는 정보를 더 빠르게 처리할 수 있다. 과학자들은 비양자 하드웨어에서 양자 컴퓨터의 특성을 시뮬레이션하려고 테스트했는데, 양자 기술에 기반함으로써 촉진되었고, 특정 양자 행위를 시뮬레이션할 수 있었고, 특정 전통 하드웨어 상에서 운행하는 강력한 알고리즘이었다.

대량의 데이터를 처리할 수 있는 기능을 통해, 양자 컴퓨팅은 운전자에게 균형잡힌 경로 계획을 제공하여 교통이 원활하고 통근이 효율적이며 심지어 오염이 줄어들게 한다.

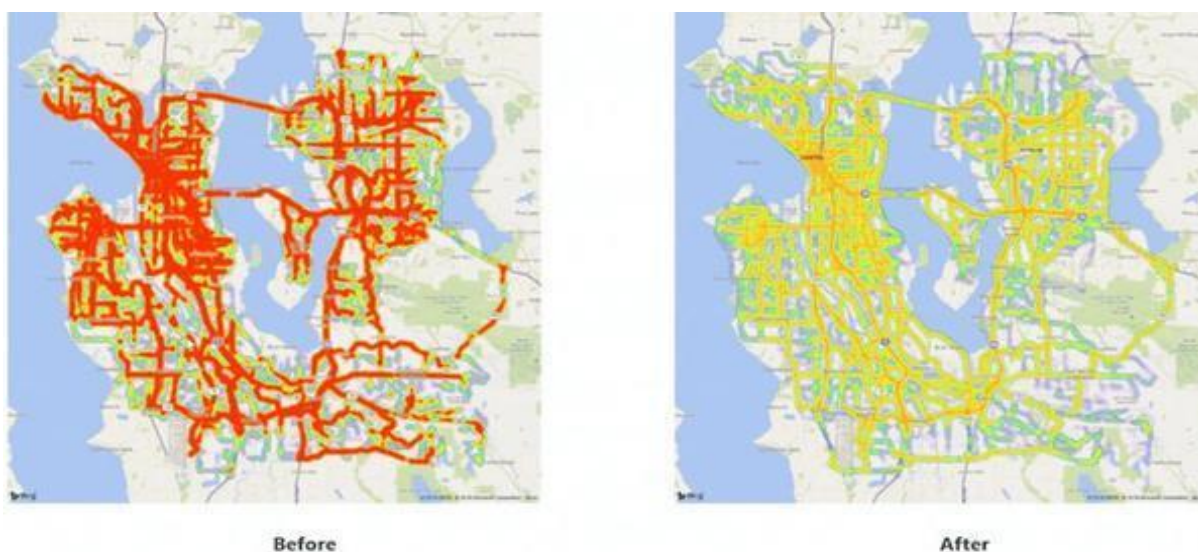


그림 1) 출처: 개세기차왕(盖世汽车网)제공

포드와 Microsoft 는 합작하여 몇 종의 서로 다른 가능성을 측정하는 테스트를 해보았다. 그 중 한번 보급에 최대 5,000 대 자동차의 장면을 포함하고, 매 1 대의 차량에는 모두 10 개의 서로 다른 경로를 선택할 수 있으며, 동시 출발 요구, 시애틀시를 횡단하는 노선 제공을 요구한다. 20 초의 시간내에 시스템은 균형 잡힌 경로 제안을 차량에 전송하여 이전 경로 제안에 비해 전체 교통 정체 현상이 73 % 개선되었다. 동시에 평균 출퇴근 시간도 8 % 단축되었으며, 이 시뮬레이션 차량은 매년 5.5 만 시간 이상의 교통정체 시간을 절약할 수 있었다.

결과가 매우 좋았으므로 Ford 와 Microsoft 는 합작을 확대하여 더 진일보하고 개선된 이 알고리즘으로 더욱 현실적인 장면에서 그 효과를 검증했다. 예를 들어, 도로가 폐쇄된 것으로 알려진 경우 이 방법은 여전히 유사한 결과를 내놓을 것인지, 경로 선택이 모든 운전자에게 공평한지, 일부 운전자가 제안된 경로를 따르지 않는 것을 선택할 수 있는지를 검증해본다. 균형 잡힌 노선 계획이 실제로 도시 교통을 개선할 수 있도록 보장하기 위해서이다.

작년에 Ford 는 NASA 와 합작을 제휴하여, 차량 경로 계획 효율에 관한 유사한 프로젝트를 개진했지만 Ford 의 양자 컴퓨팅 팀은 Microsoft 및 기타 파트너와 함께 현재 나날이 커지고 있다. 앞으로 이 기술을 로봇, 공기동력학 등의 영역에 어떻게 사용할지 조사하고, Ford 는 방법을 찾도록 힘쓰고 사람들을 위해 더 좋은 제품과 체험을 창조한다.

ICO News Letter by PLAYCOIN



1. 전자 신문 엔터테인먼트-게임허브코리아, 미디어 전용 블록체인 지갑 공동개발 (네이버뉴스, 2019.12.9)

블록체인 기술을 미디어 산업에 직접 적용한 블록체인 지갑이 국내 최초로 개발될 예정이다. 전자신문엔터테인먼트(대표 소성렬)와 게임허브코리아(대표 김호광)는 빠르게 변화하는 미디어 환경에 대응하기 위해 '전자신문 e 미디어 월렛(가칭)'을 공동 개발하기로 9일 합의 했다.

미디어 월렛은 기존 디지털 자산 관리 기능에 정보 제공을 더한 차세대 블록체인 지갑으로, 이전 세대 블록체인 지갑에 비해 보안 및 편리성이 강화됐고, 이용자 상황에 맞는 맞춤 정보와 뉴스를 빠르고 정확하게 제공할 것으로 기대되고 있다.

이번 협력 사업에서 전자신문엔터테인먼트는 미디어의 전문성이 필요한 콘텐츠 생산, 제작, 배포 및 마케팅을 담당하며, 게임허브코리아는 개발사로서 앱 제작, 스마트 기기와의 연동, 사업자 연계를 위한 백엔드 개발을 담당한다. 또한 상호 협력해 기업 고객을 위한 블록체인에 특화된 인큐베이팅과 마케팅 사업도 공동으로 전개할 예정이다.

게임허브코리아 김호광 대표는 '블록체인 지갑은 디지털 자산 관리에 주로 이용됐지만, 환경 변화에 따라 빠르게 진화하고 있다. 전 세계 많은 개발자의 노력으로 블록체인 지갑은 온라인 결제에서부터 정보 제공에 이르기까지 다양한 응용 분야의 필수 도구로 자리 잡았다. 우리는 지난 2년간 자체 개발한 블록체인 지갑을 여러 기업 고객에 공급해 왔다. 보안과 편리성이라는 두 마리의 토끼를 동시에 잡은 일은 그동안 이뤄낸 성과라고 자부한다'라고 포부를 밝혔다.

전자신문엔터테인먼트 소성렬 대표는 '우리는 블록체인 지갑과 미디어가 만나서 이뤄내는 혁신에 주력할 것이다. 소비자는 실생활에 유용한 기능과 꼭 필요한 정보를 동시에 얻게 될 것이며, 사업자는 이전보다 훨씬 효과적인 방법으로 고객과 소통하게 될 것이다. 우리는 이 미디어 월렛을 명실상부 블록체인 네트워크에서의 포털로 발전시키고자 한다'라며 공동 사업의 배경을 설명했다.

한편 양사는 미디어 월렛 내부 테스트를 거쳐 내년 1 분기에 1차 버전을 출시할 것을 목표로 하고 있으며, 스마트폰 사업자, 제휴처 및 관련 사업자와 협력을 확장해 나갈 예정이다.

2. 플레이코인 바이백 및 소각 내용 공지 (플레이코인, 2019.12.9)

안녕하세요 플레이코인 팀입니다.

2019년 11월 19일 중국의 파트너사인 CoinGame 이 중국 정부 방침에 따라 서비스를 종료했습니다. PlayCoin 과 협력을한지 3주도 되지않는 시간이었습니다.

2019년 12월 5일 CoinGame 의 수익 정산을 받았습니다. 코인게임에서 정산받은 총 매출은 약 100ETH와 400만 PLY 입니다. 100ETH는 시장에서 12월 6일부터 12월 9일 월요일까지 PLY를 매입하고 400만 PLY와 합쳐 소각할 예정입니다.

플레이코인 매입(바이백) 진행 현황은 아래와 같습니다.

[매입 시간]

1 차. 2019 년 12 월 6 일 21 시 29 분에 30 ETH 을 매각하여 시장가로 플레이코인을 매입했습니다.

2 차. 2019 년 12 월 7 일 21 시 50 분에 ETH 을 매각하여 시장가로 플레이코인을 매입했습니다.

3 차. 2019 년 12 월 8 일 21 시 40 분에 ETH 을 매각하여 시장가로 플레이코인을 매입했습니다.

[매입/소각 ETH 주소]

<https://etherscan.io/address/0x2364027e79036f6c1B8f47689Ab193B199Ebf785#tokentxns>

현재 거래소에서 순차적으로 출금 중입니다. 거래소에서 소각 코인 출금이 완료되면 이더스캔의 스냅샷 공개 후 스마트 컨트랙트로 영구 LOCK (소각)을 진행하겠습니다.

항상 노력하는 플레이코인팀이 되도록 하겠습니다.

감사합니다

3. 중국 블록체인 기술, 성숙 단계에 접어들어 (블록체인투데이, 2019.12.9)

아시아에 소재한 회사 포캐스트의 연구소 포캐스트 인사이트가 중국 내 블록체인 기술 통합 수준에 대한 포괄적인 연구를 진행했다. 12 월 5 일 포캐스트 인사이트는 중국 정부 및 기업들이 국가 전역에 걸쳐 블록체인 기술이 적용되고 있는 방법에 대해 첫 보고서를 발행했다. 보고서에 의하면 블록체인 기술은 빠르게 성숙을 하고 있으며 실제 생활 내에서 실용적인 사용 사례를 다수 보이고 있다고 한다.

포캐스트 인사이트는 최대 강대국이 혁신 기술을 경험하는 과정을 알기 위해 중국에 소재한 블록체인 학계 그리고 지도층들에 대해 심층 분석을 진행했다.

보고서는 중국 내 블록체인 실행을 중국 외의 다른 국가들과 비교를 했으며 중국 기업들과 소비자들이 일상 생활에서 기술을 경험하는 방법, 블록체인 특히 경쟁에서 중국의 입지 그리고 중국 중앙은행인 인민은행이 미국 달러와 경쟁을 하기 위해 디지털 화폐를 발행하는 방법 등에 대해 면밀히 검토했다.

언론매체들은 중국이 블록체인 개발을 통해 2018 년에서 2023 년 사이 매년 성장률이 65,7%나 될 것이며 블록체인 기술 예산은 2023 년 말 20 억 달러가 넘을 것이라고 보도를 했다. 중국의 시진핑 주석이 최근 블록체인 기술 수용 발언을 한 이후 중국은 블록체인 혁신에 있어서 주요 국가로 부상했다.

시진핑 주석은 대출, 보건, 위조지폐 방지, 자선, 식품 안전성 등 발전이 필요한 다양한 실용적 사용 사례를 발표했으며 블록체인 기술로 인해 중국은 이론적인 혁신과 산업의 발전을 도모할 수 있을 것이라고 언급했다.

4. 이더리움, 하드포크 후 중국 블록체인 등급에서 2 등 차지 (블록체인투데이, 2019.12.10)

중국의 정부 지원 기술 단체가 15 번째 블록체인 기술 평가를 발표했다. 기술 평가에서 최근 하드포크를 경험한 이더리움이 상위 2 위를 차지했다. 중국의 정부 주도 단체 CCID 는 12 월 6 일 35 가지 자산에 대한 등급을 발표했다.

최근 등급 발표에서 이오스는 상위 1 위를 유지했으며 이더리움은 트론(TRX)을 밀어내고 3 위에서 2 위로 등급이 상승했다. 비트코인(BTC) 네트워크는 9 위를 차지했으며 리플은 18 위를 차지해 상위 10 권 안에 들지 못했다.

이더리움의 등급 상승은 최근 네트워크 업그레이드가 어느정도 큰 역할을 했다고 할 수 있다. 하드포크 이전에 이더리움의 공동 설립자 비탈릭 부테린은 업그레이드 후 이더리움 네트워크가 초당 3,000 트랜잭션을 거래할 수 있을 전망이라고 설명한바 있다.

5. 중국은행, 中 최초로 블록체인 채권 발행 (코인리더스, 2019.12.12)

중국 4대은행 중 하나인 중국은행(Bank of China)이 중국 최초로 블록체인을 통한 채권 발행에 성공했다.

중국은행은 4 일(현지시간) 홈페이지를 통해 블록체인 기반으로 200 억위안(약 3 조 3800 억원) 규모의 채권을 발행했다고 밝혔다. 해당 채권은 중소기업 지원을 목적으로 2 년 만기, 표면 이자율 3.25%로 발행됐다.

보통 상업은행이 3 년 또는 5 년 만기의 국내 금융 채권을 발행하는 것과 달리 중국은행은 중국 내 대형은행 최초로 2 년 만기 금융채를 발행했다.

중국은행은 '이번 채권 발행에 자체 블록체인 기반 채권 발행 시스템을 활용했다'면서 '이는 중국 최초의 블록체인 기반 채권발행 원장 시스템'이라 밝혔다.

해당 시스템은 채권발행 준비, 회계 제출, 가격 책정 등 3 단계로 구성됐다. 채권 발행인, 회계 책임자, 수탁사, 직접 투자자와 같은 4 가지 주체의 접근 권한 사용을 지원하는 동시에 채권 생성, 정보 유지 보수, 공시 발표, 수탁사 구성, 네트워크 파일 관리, 채권 구매 신청, 주문 요약, 가격 책정 등의 기능을 구현했다.

중국은행은 블록체인 기술이 채권 발행 과정에서 정보의 비대칭 위험을 줄이고, 채권 발행 비용 절감과 효율성이 향상될 것으로 기대하고 있다. 또 채권 발행과 관련된 정보가 위조 불가능한 형태로 체인 상에 저장돼 후속 회계 감사나 관리에도 용이할 것으로 보고 있다.

한편, 스페인 대형은행인 산탄데르은행(Santander Bank)은 지난 9 월 이더리움 블록체인 네트워크를 통해 발행한 2000 만 달러(약 240 억원) 규모의 채권을 조기 전액 상환했다.

해당 채권을 발행할 당시 산탄데르은행은 '퍼블릭 체인을 통해 채권을 발행하고 관리하는 최초의 기관이 됐다'고 밝힌 바 있다. 이때 은행은 발행자와 투자자 역할을 동시에 맡았다.

이와 관련해 산탄데르 디지털 투자은행 이사 존 웰런(John Whelan)은 '증권 발행과 관련한 모든 과정이 블록체인으로 관리될 수 있다는 것을 분명하게 입증했다'고 밝혔다. 그는 이더리움 거래 조회사이트인 이더스캔(Etherscan)에 퍼블릭 블록체인 상에서 이뤄진 거래를 공개하기도 했다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (106)

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.

문화를 담아내는 디자인

2018 년 평창 동계 올림픽에서 남녀 피겨 댄스에서 한국계 미국인 민유라(1995 년생) 와 그녀의 파트너 미국인 알렉산더 겐린(Alexander Gamelin 1993 년생)가 출전을 하였다. 이 팀은 한복 스타일의 스케이팅 옷을 곱게 차려 입고 아리랑을 주제곡으로 화려하게 빙판에 수를 놓았다.

한복은 한국 문화를 담고 있는 한국 전통 의복이다.



민유라(여)와 알렉산더 겐린(남)의 평창 올림픽 피겨 댄스 대회에서 한복 스타일의 옷을 입고 연기를 하고 있다.

민유라는 연분홍 저고리에 빨간 치마로 한복의 전통 색상을 잘 살려 입었다. 저고리엔 파란색 반투명 천의 긴고름을 붙였고, 목 선을 강조하는 하얀 깃을 부착하였다. 한복의 아름다움을 한꺼 돈 보이는 한복 그대로이다. 단지 피겨 댄스 하기 편하게 개선을 하였다.

한국 전통 한복에서 착안하여 온 디자인이다. 한복에서 중요 요소인 긴고름과 하얀 깃을 잡아 디자인하니 한복이 스케이팅 복이 되었다.



일본 전통 기모노의 오비를 한 복장을 입은 아사다마오 선수가 경기를 마치고 관중에게 인사를 하고 있다.

아사다마오(浅田真央, 1990 년생)는 일본을 대표하는 피겨 스케이팅 선수이다. 일본인도 자국 문화에 대한 자긍심이 높다. 그녀의 피겨 스케이팅 복은 일본의 기모노의 디자인 요소가 들어가 있다. 기모노의 기본은

허리에 매는 띠, 오비(おび)에 있다. 일본 전통 기모노의 오비를 그녀의 피겨 스케이팅 복에 맞춰 디자인하였다.

바람에 하늘하늘 날리고 속이 비쳐 보이는 얇은 천으로 만든 스케이팅 복에 긴고름과 깃을 , 오비를 부착하였다. 한국과 일본 전통 의상이 현대 스포츠 의류로 변모하였다.

자국 문화를 자랑스럽게 생각하는 선수들이, 세계 무대 올림픽 혹은 각종 대회에서 자국 문화를 알리고자 하는 마음이 엿보인다.

디자인은 실용적으로 문화를 쉽게 담을 수 있는 그릇이다.

디자인은 자기 연출이며 자기표현이다.

그리고, 자기 정체성을 명확하게 해 준다.

이래서 디자인은 메시지가 된다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. '철저한 도망다니기' 산케이도 화내는 아베정권의 약화 (President online, 2019.12.14)



사진 1) 출처: 시사통신포토, 임시국회가 폐회해, 기자회견을 하는 아베신조수상

기자회견에서는 드물게 '저자세'였던 이유

임시 국회가 12 월 9 일 폐막했다. 이번 국회에서는 '벚꽃을 보는 모임' 문제를 놓고 야당이 아베 신조 총리를 강하게 몰아붙였다.

아베 총리는 9 일 기자 회견에서 벚꽃을 보는 모임의 문제에 대해서 이렇게 말했다.

'국민 여러분으로부터 여러 가지 비판이 있는 것은 잘 알고 있다'

기자회견에서는 드물게 아베 총리는 시종 '저자세'였다. 이 '저자세'에는 문제를 어떻게든 해결하고 싶은 아베 총리의 속셈이 숨어 있다.

11 월 8 일에 공산당이 문제를 추궁하고 이후 정부는 내년도 개최 중지 및 초청 규모의 재검토 등을 잇달아 발표하고 조기 수습을 시도했다. 그러나, 소비자청으로부터 행정지도를 받은 적이 있는 자기치료기 판매회사 '재팬라이프'의 전 회장이 벚꽃을 보는 모임에 출석한 의혹 등, 새로운 문제가 차례차례로 부상했다.

이 때문에 아베 총리에게 비원의 헌법 개정 국회논의는 전혀 진척되지 않았다. 지금까지의 기자회견에서는 개헌 논의를 연초쯤이나 시작하고 싶은 생각을 보이고 있지만 과연 아베 총리의 의도대로 갈 수 있을까?

임기내에 아베수상에 의한 헌법개정은 극히 어렵다

현실 문제로 2021 년 9 월 말까지의 자민당 총재 임기 내에 아베 총리가 헌법 개정을 실현하기란 매우 어렵다. 아베 총리는 7 월 참의원 선거에서 개헌 논의의 시비를 쟁점으로 내걸어 승리한 것을 전제로 임시 국회에서 야당을 끌어들이는 개헌 논의를 추진하겠다고 버르고 있었다.

임시 국회에서는 중의원 헌법 심사회가 자유 토론을 3 번 했다. 그러나 이 심사회에 회부된 국민 투표법 개정안은 심의되지 못하고 결국 5 국회 연속으로 계속 심의가 정해졌다. 총리는 12 월 9 일 기자회견에서 '국민 여러분의 목소리는 『(개정 논의를) 좀 더 제대로 앞으로 나아가라』는 것이 아닐까 생각한다'고 말해, 그 표정에는 억울함이 배어 났다.

특기인 외교에서 내각지지율을 회복시키고 싶지만...

아베 총리는 앞으로 자랑으로 하는 외교에서 자신의 존재감을 더욱 어필하고 내각 지지율을 회복하고 내년 1 월 소집의 정기 국회에서 개헌 논의를 가속할 셈이다.

실제로 아베 총리는 9 일 기자회견에서 '12 월 중에 이란의 하산 로하니 대통령의 방일을 조정하고 있다'며 '미국과 동맹 관계가 있고 동시에 이란과 오랫동안 좋은 관계를 유지해 온 일본 특유의 길잡이가, 국제 사회에서도 요구되고 있다'고 설명했다.

아베 총리는 12 월 15~17 일에는 인도를 방문하고 모디 총리와 회담한다. 12 월 하순에는 중국에서 일중한 정상 회의에 참석, 중국의 시진핑국가 주석과 한국의 문재인 대통령과 각각 정상 회담을 갖는다.

시씨와의 정상회담에서는 홍콩의 민주화운동을 중국과의 외교에 어떻게 이용할 수 있을까? 미국은 홍콩의 운동을 지원하는 홍콩인권민주화법을 통과시켜 중국을 압박하고 있다. 문씨와의 정상회담에서는 일본에 유리한 징용공 문제 해결의 실마리를 찾을 수 있을지 여부이다.

어쨌든 아베 총리의 외교 수완이 시험될 것이 틀림없다.

자기 멋대로 하며 국회와 국민을 우롱하는 아베정권

이 임시국회 폐회와 관련해 신문들은 다양한 사설을 쓰고 있다.

12 월 10 일자 아사히 신문의 사설은 '설명 책임을 재고하지 않고 논쟁에서 도망 다니다. 아베 정권의 입법부 경시도 갈때까지 간 것 같다'고 썼다. '도망다니다' '갈때까지 간'이라는 표현은 아베 총리를 싫어하는 아사히 사설답다. 제목인 '정권 전횡을 잊지 않겠다'는 강한 표현에도 아사히다운이 묻어 있다. 덧붙여서 전횡이란 제멋대로 횡포한 행동이나 태도를 가리킨다. 숫자로 야당의 반대를 무릅쓰고 '아베 1 강'으로까지 불리는 아베 정권은 바로 이 전횡으로 국회와 국민을 우롱해 왔다. 아사히 사설은 벚꽃을 보는 모임의 문제에는 다음과 같이 지적하고, 문제의 규명을 요구한다.

'정치의 공평·공정에 대한 신뢰는 정책 수행의 기초이다. 세금으로 조달되는 공적 행사를 아베 총리가 사물화 하고 있지 않았나 하는 의심을 방치한 채 앞으로 나아갈 수는 없다'

'수상의 사물화' 벚꽃을 보는 모임의 문제의 본질은 여기에 있다.

'수상은 본회의 등에서 일방적으로 변명하는 일은 있었지만, 일문일답으로 따지는 위원회 질의에 응하는 일은 끝까지 없었다. 참의원 예산위원회에서 자민당 출신 위원장이 제안한 총리 없는 자리의 질의조차 여당의 반대로 실현되지 않았다. 이상할 정도의 논전 회피다'

'일방적인 변명' '논전 회피' 국회 중계를 보고 있으면, 아사히 사설의 이 지적을 잘 알 수 있다.

정권에 있어서 불편한 데이터를 국회에 제출하기를 꺼린다

스가와라 가즈히데 경제산업상과 카와이 가쓰유키 법무상 자신에 의한 설명 책임, 거기에 수상의 임명 책임을 다룬 후, 아사히 사설은 '정권에 있어서 형편이 나쁜 데이터를 국회에 내놓기 꺼리는 것도 이 정권의 상투 수단'이라고 쓰고 이렇게 지적하고 있다.

'일미무역협정의 승인수속은 임시국회 최대의 초점이었지만, 야당이 요구한 경제효과의 시산 등은 나타내지 않아 검토에 필요한 정보가 충분히 갖추어졌다고는 말하기 어렵다. 성과를 서두르는 트럼프 정권에 배려한 내년 1 월 1 일 발효후 심의하는 수밖에 없다' 아베 행정부는 트럼프 대통령의 미국 제일주의에 크게 가담하고 있다고 생각한다. 그렇게 비판받아도 어쩔 수 없을 것이다.

아사히 사설은 '연간으로 봐도 국회를 등한시하는 아베 정권의 전횡성은 두드러졌다'고 비판하면서 야당이 요구한 정기국회 예산위원회 개최나 임시국회 조기 소집 등의 요구가 무시됐음을 든다. 마지막까지 아사히사설은 아베 정권을 혹평한다.

'국회를 닫고, 해가 바뀌면, 일련의 문제도 잊을 수 있다--수상은 그렇게 높은지 모른다. 그러나 정치권력이 국민에 대한 설명을 포기한 먼저 기다리는 것은 민주주의의 토대 붕괴이다'

'민주주의의 토대의 붕괴'.사구 한발짝도 이 1 년 아베 정권과 아베 총리의 언동을 되돌아 보면 그렇게 느낀다.

야당이 정권의 불상사를 고치는 것은 당연하다

좌파의 아사히 사설에 대해, 우파의 요미우리 신문의 사설(12 월 8 일자)은 총리 주치의 벚꽃을 보는 모임에 대해서는 이렇게 언급한다.

'공적을 남긴 사람들을 위로하는 것이 본래의 목적이지만, 수상측은 현지 후원 회원들을 다수 초대하고 있었다. 벚꽃을 보는 모임의 취지에 반하고 있어 절도를 잃었다는 비판을 면할 수 없다.정부가 개최 기준의 근본적인 재검토를 결정한 것은 당연하다'

이 지적은 좋을 것이다. 신경쓰이는 것이 '임시국회 폐막으로 정책 논의의 열화를 우려한다'라는 제목과, 다음 서두이다.

'비리사건에 대한 추궁에 노력을 쏟아 여야의 정책논쟁은 깊이가 없었다. 걱정스러운 사태이다'

'비리 추궁'에 노력을 쏟는 것이 왜 문제인가? 야당이 국회에서 정권의 비리를 고쳐, 정권으로서 본연의 모습을 요구하는 것은 당연하다. 그것을 '우려할 사태'라고 단언하는 요미우리 사설은 어떤가.

다음 구절을 읽으면 요미우리 사설이 무엇을 걱정하고 있는지 알 수 있다.

여야당이 모두 잘못하고 있는 것은 아니다

'입헌 민주당 등 야당 5 당은 추궁조사 본부를 설치했다. 관계 부처 담당자를 불러 일일이 문제점을 들었다. 중참 양원 예산위원회에서 총리 출석에 대한 집중 심의도 요구했지만, 여당은 응하지 않았다'

'야당은 아베 내각의 이미지 다운을 노리고, 정부·여당은 야당의 공세를 계속 이어갔다. 국회 전술상 줄다리기로 시종해 본질적인 논의는 부족했다. 언론의 부로서, 한탄스럽다'

요미우리 사설이 지적하는 본질적 논의란 소비세 인상의 영향이나 당수 토론 개최, 헌법 개정 등의 논의이다.

요미우리사설의 이 주장. 얼핏 보면 여야가 함께 당리당락의 국회전술에 시간을 들인 결과 중요한 국회 심의를 못했다고 싸운 양측 판결처럼 받아들여진다.

그러나 문제의 본질은 아베 총리가 벚꽃을 보는 모임이라는 공적 행사를 사물화한 데 있다. 더구나 아베 총리는 야당의 질문에 제대로 대답하지 않고 있다. 아베 총리가 도망치니까 야당이 추궁한다. 아베 총리가 제대로 답변했더라면 국회의 정책 논쟁은 진행됐을 것이다. 여야가 함께 틀린 게 아니라, 여당을 이끄는 아베 총리가 틀린 것이다.

왜 요미우리 사설은 그렇게 쓰지 않을까? 요미우리 사설은 어디까지나 아베 정권 옹호인 것이다. 요미우리가 사설은 '여야는 각각의 문제의식을 표명하고 토론을 심화시켜 나가는 것이 중요하다'고 매듭짓고 있지만, 열린 입이 닫히지 않는다.

‘지금부터라도 늦지 않다. 모는 것을 밝혀 신년을 맞이하면 된다’

12 월 10 일자 산케이 신문의 사설(주장)은 '임시 국회 폐회 역할 했다고 말할 수 없어'로 요미우리 사설과 마찬가지로 국회 논란이 미흡했다는 취지의 제목을 세웠다.

그러나 정권에 대한 비판은 잊지 않고 있다. 어떤 논조의 신문이라도 정권비판은 제대로 해야 할 것이다.

‘아베 신조 총리는 재임기록이 최장이 되었지만, 정권의 이완이 두드러졌다. 불상사로 중요 각료 두명이 사퇴했다. 설명 책임이 지금도 이루어지지 않은 것은 어찌된 일인가’

산케이사설 후반부의 지적이지만 아베 정권의 문제는 모두 '완만함', '느릿함'에서 비롯되었다. '모리, 카케 문제도 벚꽃을 보는 모임의 문제도 그 뿌리는 같다. 최근이라면 주간문춘(12 월 19 일자)이 특종 보도한 '총리 보좌관과 후생 노동성 여성 심의관의 불륜'의 배경에도 아베 정권의 '느슨함' 늘어짐이 보인다.

마지막으로 산케이사설은 이렇게 호소한다.

‘입헌 민주당 등 야당 4 당은 『벚꽃을 보는 모임』의 문제 추궁 때문에 40 일간의 회기 연장을 요구했다. 여당은 재해, 경기 대응의 보정 예산안, 레이와 2 년도 예산안 편성이 급하다며 거절했다. 내각부에 의한 초청자 명단 파기등이 있어, 수상이나 정부측의 설명은 충분하지 않았다. 문제가 없다면 지금부터라도 늦지 않았다. 모든걸 밝히고 새해를 맞이하면 된다’

나도 그렇게 생각한다. 국회의 막이 닫혔다고 해서 야당은 규명의 손을 늦춰서는 안 되고, 아베 총리는 자진해서 의혹이나 문제에 흑백을 가려야 한다.

2. 손 사장은 왜 적자 우버를 손놓지 않는가? (President online, 2019.12.13)



사진 1) 출처: NurPhoto / 시사통신포토. 2019 년 11 월 6 일 기자회견에서 말하는 소프트뱅크 G 회장겸사장인 손정의씨. 소프트뱅크는 이 7 - 9 월의 2 사분기의 순손실은 7040 억엔으로 발표.

라이드웨어 사업 대기업의 우버는 매출액은 성장하고 있지만 계속 적자다. 지금은 소프트뱅크 그룹 산하에 있어 손정의 사장의 투자판단 여부가 문제시되고 있다. 릿쿄대학비즈니스스쿨 타나카미치아키 교수는 '손 사장은 '운전자 불필요'라는 미래에 있어서 우버가 폭발적으로 성장할 것이라고 생각하고 있을까'라고 지적한다—

※본글은 타나카미찌아키 『소프트뱅크로 점치는 2025 년의 세계』(PHP 비즈니스신서)의 일부를 재편집한 것이다.

투자사업 그 자체에 우려가 높아지고 있다

소프트뱅크 그룹의 2019 년 7-9 월기 결산은 약 7000 억엔의 영업 손실을 냈는데, 그것은 소프트뱅크·비전·펀드가 보유하는 종목의 미실현 평가 손실(순액)이 동 4 분기말에 약 5380 억엔에 달했던 것이 주된 요인입니다.

투자 회사로서 소프트뱅크 그룹의 상징이 10 조엔 규모의 소프트뱅크·비전·펀드입니다. 동펀드를 통해 많은 기업에 투자가 되고 있습니다만, 이번 결산에서의 막대한 평가손을 입어 소프트뱅크 그룹의 투자사업 그 자체에 대한 우려가 높아지고 있습니다. 특히 소프트뱅크·비전·펀드의 평가 손실 계상에 큰 영향을 미친 것이 라이드웨어 사업의 우버 종목등 1 조 1276 억엔의 공정 가치 감소였습니다.

그룹의 라이드웨어사업은 세계의 8-9 할이나

소프트뱅크 그룹은 지금까지 차례차례로 라이드웨어 회사에 투자를 실시해 왔습니다. 처음에는 인도에서 오라를 운영하는 ANI 테크놀로지스에 대해서였습니다. 2014 년 10 월에 총 2 억

1000 만달러의 출자를 해, 최대 주주가 되고 있습니다. 이어서가 싱가포르의 마이 택시(글러브로 사명 변경)에 2014 년 12 월에 2 억 5000 만달러를 출자하고 최대 주주가 되었습니다.

다음에 소프트뱅크 그룹이 투자를 한 것이 중국. 2015 년 1 월에 알리바바 등과 공동으로 6 억달러를 출자한 快的打車가 그 1 개월 후에 滴滴打車와 합병해 중국 최대의 택시 배차 서비스 기업 디디(滴滴出行)가 되었습니다. 그리고 우버의 전체 지분의 약 15%를 77 억달러에 인수하기로 우버와 합의한 것이 2017 년 12 월, 이듬해 1 월에 주식을 취득해 필두 주주가 되었습니다.

즉, 소프트뱅크 그룹은, 인도의 오라, 동남아시아의 그랩, 중국의 디디, 그리고 미국, 유럽, 남미, 아프리카, 호주 등 세계 각지에 진출하는 우버라고 하는, 지역 넘버원의 라이드 웨어 회사에 투자를 실시하고 있는 것입니다. 그 세계 점유율은 8 할 모두 9 할이라고도 불리고 있습니다.

상장해 유저도 늘었지만, 적자체질이 이어지고 있다

2019 년 5 월에는 라이드웨어 업계의 선두인 우버가 뉴욕 증권 거래소에 상장했습니다. 초가는 공개 가격 45 달러를 밑도는 42 달러로 상장시 시가 총액은 약 760 억달러(약 8 조엔). 그것은 GM과 포드의 시가 총액을 크게 웃도는 정도였습니다. 다만 그 뒤 11 월부터 12 월 초 시점에서는 주가가 30 달러 이하, 시가 총액도 500 억달러 이하로 추이. 상장 직후에 비하면 적어도 30%정도로 주가는 하락, 시가 총액에서 보는 업체 가치도 훼손된 것이 됩니다. 이는 월간 액티브 유저 수와 매출액은 순조롭게 증가하고 있지만 그 해 9 월기까지 6 분기 연속으로 최종 적자를 계상하고 있는 것에 대한 투자자의 우려를 품고 있기 때문이라고 생각됩니다.

월간 액티브 이용자 수는 9 월 말에서 1 억 이상으로 전년 동기 말부터 25%이상 증가. 7-9 월기의 분기 매출액은 3813 백만달러(약 4150 억엔)로 전년 동기비로 약 30% 늘어나고 있습니다. 연도 매출액에서 보더라도 2017 년에는 전년 대비 106%, 2018 년 이 42%의 성장을 기록하고 있습니다.

한편 동분기 영업 손실은 1106 백만달러(약 1200 억엔)로 전년 동기의 영업 손실 763 백만달러에서 손실 폭이 늘어나고 있습니다. 연도 영업 손실로 보아도 2016 년은 3023 백만달러, 2017 년 4080 백만달러, 2018 년 3033 백만달러로 적자 체질임이 명백한 것이죠.

택시, 배달, 배차서비스를 지탱하는 4 가지 강점

그럼 여기서 우버의 회사 개요 등을 자세히 살펴봅시다. 우버는 트래비스 카라 니크 씨와 개릿 캠프 씨가 2009 년 3 월에 창업해 미국 캘리포니아 주 샌 프란시스코에 본사를 두고 있습니다.

미국 증권 거래 위원회(SEC)에 신청한 IPO 계획서 'FORM S-1'(2019 년 4 월 11 일자)에 따르면 우 버는 '세계를 바꾸는 기회를 창출한다'라는 미션 아래, '퍼스널 모빌리티' '우버 잇' '우버후레이토'라는 3 개의 플랫폼을 제공한다고 합니다. 그리고, 이들 플랫폼의 기반으로, 대규모 '네트워크·최첨단 테크놀로지·오퍼레이션·엑셀런스·프로덕트'에 관한 전문성'을 들고 있습니다.

특히 '대규모 네트워크'와 '최첨단 테크놀로지'는 우버의 사업을 특징짓는 것입니다. 전자는 드라이버, 고객, 레스토랑, 운송업자 등, 나아가 빅데이터, 테크놀로지, 인프라로 구성되어 있습니다. 후자는 마켓플레이스, 루팅, 페이먼트와 관련된 테크놀로지. 특히 마켓플레이스 테크놀로지는 수요예측, 매칭이나 프라이싱에 활용되고 있습니다.

AI'미켈란젤로'를 구사한 합승 서비스도

우버의 주력사업은 '퍼스널 모빌리티', 즉 라이드쉐어입니다. 그 비즈니스 모델은, 자동차를 소유하지 않고 드라이버도 고용하지 않는, 그 대신 물건이나 서비스의 제공자인 드라이버나 택시 회사와 그 구입자인 승객을 중개한다고 하는 것. 또, 라이드 쉐어 이외에도, 온디맨드 배달 서비스 '우버·러쉬', 운송 트럭 배차 서비스 '우버·플레이트', 등록 레스토랑등의 요리를 일반인 '배달 파트너'가 옮기는 '우버·잇'등 여러가지 서비스를 제공하고 있습니다.

특히 지적해 두고 싶은 것은, 우버는 테크놀로지 기업이며, '빅 데이터×AI' 기업이라는 사실입니다. 우버는 기계 학습 플랫폼 '미켈란젤로'를 구축해, 누구나가 AI 를 활용할 수 있도록, 사내의 개발 환경을 정비하고 있습니다.

AI 활용의 한 예가 '우버풀'입니다. 이것은 같은 방면으로 향하는 다른 유저와 합승하는 것으로, 낮은 요금으로 승차할 수 있는 서비스이지만, 이 서비스를 운영하려면 정확한 도착시간을 예측하고, 어느 유저를 합승시킬지 자연스럽게 산출해야 합니다. 우버는 여기에 AI 를 이용한 독자적인 경로 검색 엔진을 활용하고 있는 것입니다.

결림돌이 되는 인건비문제는 자동운전으로 해결한다

먼저 우버의 적자 체질을 지적했지만 2019 년 9 월기 결산(1~9 월까지 9 개월간)을 보면 매출액 100 억 7800 만달러에 대해서 매출 원가 52 억 8100 만달러, 판매 관리비와 R&D 등의 영업 비용 124 억 2200 만달러로 76 억 2500 만달러의 영업 손실이 나고 있습니다. 매출원가에는 보험비용이나 데이터센터비용이 포함되어 있습니다만, 큰 부분을 차지한다고 생각되는 것이 운전자에 대한 인센티브 등 인건비입니다.

우버가 현행 비즈니스 모델인 채로 계속 성장한다면 변동비인 인건비도 계속 증가할 것입니다. 그러면, 원가율을 낮춰서 코스트 구조를 개선하는 것은 어렵다고 생각됩니다. 또, 현재 드라이버는 개인 사업주의 자리 매김이지만, 종업원 취급이 되면 인건비는 더욱 비싸질 것으로 예상됩니다.

거기에서, 기대되는 것이 자동운전입니다. 우버는 2015 년부터 자동 운전 기술 연구 개발에 착수해 현재는 자동 운전 부문을 스핀 아웃시킨 ATG 에서 자동 운전의 연구 개발이나 실증 실험을 진행하고 있습니다.

자동운전이 사업화되면, 우선 매출원가의 큰 부분을 차지하는 인건비를 대폭 삭감할 수 있습니다. 자동운전에서는 '빅데이터×AI', 클라우드 컴퓨팅, 데이터센터 등이 중요시 되는데, 이들 비용은 인건비에 비하면 작고 고정비화됨으로써 규모확대에 따라 그 단위비용도 낮아질 것입니다.

왜 손씨는 라이드쉐어에 투자를 쏟아 붓는가

즉, 유인 드라이버로부터 자동운전으로 대체하면, 코스트 구조를 압박하는 주된 원인이었던 원가율을 낮추고, 수익성을 높일 수 있는 것입니다. 또, 라이드쉐어 회사의 테두리를 넘어 트랜스포트·네트워크·컴퍼니로서 MaaS(모빌리티·아즈·아·서비스)에 의해서 큰 부가가치를 낳는다고 하는 성장에도 기대할 수 있습니다. 우버의 수익성이나 성장성은 자동운전의 실현에 달려있다, 라고 해도 과언이 아닌 것입니다.

소프트뱅크 그룹의 손정의 사장은 왜 우버 등 라이드쉐어 회사에 투자를 하고 있을까요? 필자는, 그것은, 라이드 쉐어 회사가 차세대의 모빌리티의 패권을 장악한다고 생각했기 때문이라고 보고 있습니다.

자동운전 기술의 연구개발은 일취일장입니다만, 자동운전이 실현되었을 때, 최초로 도입되는 것은 버스나 택시같은 상용차로, 자가용보다 먼저 자동운전차가 될 것은 거의 틀림없습니다. 왜냐하면, 자동운전차는

당초 고비용이기 때문에 높은 가동률로 그것을 흡수할 수 있는 라이드쉐어부터 들어가는 것이 정석으로 여겨지고 있기 때문입니다.

완전 자동운전차가 완성되더라도 일반인이 손대기 어려운 고가격이 될 가능성이 높습니다. 그러나, 라이드 쉐어라면, 자동 운전차가 고가격에서도 사업으로서 채산이 맞을 것으로 전망되고 있습니다.



사진 2) 출처: President online. 타나카미찌아끼 『소프트뱅크로 점치는 2025 년의 세계』(PHP 비즈니스신서)

우버는 각지역에서 경쟁에 이길수있을까

우버의 플랫폼과 수익성·성장성의 관계에 대해서 우려점을 하나 지적해 둘 필요가 있습니다. 그것은 우버의 플랫폼은 '규모의 경제'가 먹이기 어려운 구조로 되어 있다는 것입니다.

플랫폼은, 그 토대·기반 위에 더 많은 고객을 획득하고, 보다 많은 상품·서비스를 제공함으로써 '규모의 경제'를 효과를 내면서 수익을 올려 성장해 갑니다. 그런데 우버의 서비스는 지역마다 제공되게 됩니다. 자동운전이 실현되었다고 해도, 지역별로 보면, 사업 규모나 고객수가 한정됨으로써 단위 코스트의 저하가 효과가 없고, 스케일 메리트를 살릴 수 없다는 측면도 있을 것입니다. 또한 한정된 지역내에서의 경쟁이기 때문에 플랫폼으로서의 종합력을 충분히 발휘할 수 없을 것으로도 생각됩니다.

뉴욕 대학 비즈니스 스쿨의 스코트 갤러웨이중 교수는 테크놀로지 뉴스 웹 사이트 'Recode'의 창업자이자 저널리스트 카라·스위샤 씨와의 대담에서 우버를 민박 플랫폼 'Airbnb'와 비교하여 '라이드쉐어라면(서비스 지역이 한정되므로) 로컬에서 수요와 공급을 저렴하게 만들어 낼 수 있다', 한편으로 'Airbnb'는 글로벌 수요를 개척 필요가 있다', '그래서 우버는 로컬에서 많은 사업자와의 경쟁에 노출된다'라고 말하고 있습니다 (2019 년 9 월 21 일자 'Introducing Pivot with Kara Swisher and Scott Galloway'의 해당 부분을 필자가 번역). 이런 '규모의 경제'의 관점에서도 우버의 수익성·성장성을 봐갈 필요가 있겠지요.

시나리오분석을 감안해 장기적으로 볼 필요가 있다

우버는 적자체질에서 벗어날 전망이 보이지 않고 주가도 상장시에 비하면 침체되어 있습니다. 최근 몇 년 단위로 말한다면, 상당히 어려운 사업 운영이 강요될 것으로 예상됩니다.

한편, 보다 장기로 본다면, 특히 자동운전 기술의 진화나 그 사회실장의 스피드에 대해서, 사스테나비리티나 웨어링의 가치관의 변화가 라이드 웨어 회사, 더욱이 소프트뱅크 그룹의 시가총액을 움직이는 큰 요인이 된다고 분석하고 있습니다. 그것은 전술한 대로 자동운전이 사회 실장된 타이밍에 있어서는 상업차로서 대응할 수 있는 라이드 웨어 회사가 기존의 플랫폼이나 빅데이터를 살려 수익화하기 쉽고 각종 플레이어 중에서도 유리할 것으로 생각되기 때문입니다.

이번 분기 결산에서는 우버등의 평가손으로 인해 소프트뱅크 그룹의 투자 사업에 대한 염려가 높아졌습니다. 그러나, 필자는, 이러한 시나리오 분석도 났으면서, 소프트뱅크 그룹이나 라이드 웨어 회사를 봐 갈 필요도 있다고 생각하고 있습니다.

3.레이와신센구미 대표 야마모토타로가 로스트제네레이션을 향해 뜨겁게 전하는 '소비세 폐지의 길' (슈프레뉴스, 2019.12.14)



사진 1) 출처: 슈프레뉴스, 뜨거운 메시지를 전하는 야마모토타로씨

증세를 내건 여당이 이기는 현실

10 월 1 일 소비율이 8%에서 10%로 늘었다. 아베노믹스의 혜택을 실감하기는 커녕, 반대로 실질임금이 계속 낮아지는 가운데 증세지만, 이제는 '어쩔 수 없다'고 생각할 수밖에 없다.

그런데 그런 체념에 아니라고 들이대는 남자가 있다. 올해 7 월 참의원 선거에서 눈길을 끌었던 '레이와신센구미'를 이끄는 야마모토 다로이다. 9 월 18 일부터 홋카이도·리시리 섬을 시작으로 전국 연설을 계속해 온 그는 각지에서 '소비세 폐지'를 힘차게 호소했다.

하지만, 재차 의문스럽게 느끼는 것은, 어떻게 소비세 폐지를 실현하는가 하는 것. 그 길을 곰곰이 본인에게 물었다.

올해 7 월 참의원 선거에서는 야마모토 씨의 '레이와'가 소비세 폐지를 호소해 2 석을 차지했는데 결과만 보면 증세 필요성을 호소한 자민·공명의 여당이 승리했다고 할 수 있습니다. 유권자들 사이에서도 소비 증세를 어떻게 생각해야 할지 당황스러운 것 같습니다.

야마모토타로(이하, 야마모토) 소비세율을 올릴 때마다 이 나라가 확실히 약해지고 있다는 것이 저의 기본적인 인식입니다. 그 가장 알기 쉬운 예가, 세율을 3%에서 5%로 올린 1997 년이죠. 이때는 같은 해에 일어난 아시아 통화 위기도 겹쳐 소비 증세가 일본 경제에 심각한 타격을 주었습니다. 그 후의 본격적인 디플레나 취직 빙하기로 이어지는 요인 중 하나가 된 것은 분명합니다.

세율이 8%로 인상된 14 년 경제에의 영향이 적게 보일지도 모르지만 실제로는 중국이나 미국 등을 중심으로 한 호조의 세계 경제라는 외적 요인에 힘입어 있었을 뿐 일본 경제 자체는 디플레 그 자체였습니다.

참고로, 나는 역진성(※1)이 해소된다면 소비세가 나쁘다고 생각하지 않습니다. 오히려 '과열된 국내소비를 식힌다'는 목적으로 소비세를 활용하는 것은 과도한 인플레이션을 억제하는 효과적인 수단 중 하나라고 생각하고 있습니다. 이는 지구온난화 대책으로 이산화탄소 감축을 위해 '환경세'나 '탄소세'를 도입하는 것과 비슷한 사고방식이네요.

하지만, 지금의 일본은 인플레이입니까? 이 나라 어딘가에서 소비가 과열되고 있습니까? 실제로는 국내소비가 얼어붙고, 디플레이션에 시달리고 있는 것이 일본 경제의 실태인데, 그 상황에서 소비 증세를 강행하여 냉랭한 소비에 더욱 찬물을 끼얹다니, 어리석고, 미친 짓입니다.

(※1)소비 증세할 정도로 저 소득자의 수입에 대한 생필품(식료품 등)의 비용 비율은 높아지고 고소득자보다 세금 부담률이 커지는 것.

다만 지난번의 참의원 선거에서는 주요 야당이 10 월부터 소비 증세에 반대했지만 크게 의석을 늘릴 수 없었다. 야마모토 나는 야당은 납득하고 있지 않다고 생각합니다. 12 년 12 월 제 2 차 아베 정권의 성립 이후 국회에서 여야가 대립한 법안을 되돌아보면, 안보법제나 비밀보호법, 공모법, 카지노 법안, 입관 법 개정.....과 반대의 목소리가 큰 가운데 무리하게 성립시킨 법안이 많이 있었지요.

그런 일이 있을 때마다 자민당이나 아베 정권에 대해 비판적인 여론의 목소리도 많았는데, 선거가 되면 정권 교체도 이뤄지지 못하는 것은 야당이 유권자에게 매력적인 '경제정책'을 내세우지 못했기 때문입니다.

당연한 일이지만, 선거에서 유권자가 무엇을 중시해서 투표할 후보자를 선택하냐면, 역시 연금이나 고용, 사회보장, 경기대책 등 눈앞의 생활에 직결된 경제정책이거든요.

모두가 '누가 자신의 삶을 풍요롭게 해줄것인가?'에 주목하고 있는데, 지금까지 야당은 '헌법이'라든지 '입헌주의가'라지만 아무도 사람들을 끌어들이는 경제정책을 어필해 오지 않았다. 그것이 선거에서 계속 지는 이유 중 하나가 아닐까요?

소비세는 법인감세의 구멍메꾸기라고는 하지만, 유권자 중에는 '소비세를 폐지하면, 사회보장제도가.....'라는 불안을 느끼고 있는 사람도 많다.

야마모토 그런 사람들에게, 반대로 내가 듣고 싶은 것은 '그럼 소비세는 정말 사회보장의 충실을 위해 사용되고 있는 거야?' 라는 것. 기억하고 있을까요? 14 년에 소비세율이 5%에서 8%에 올랐을 때 '소비세율

인상분은 전액 사회 보장의 내실화와 안정화에 사용됩니다'라는 정부 홍보 포스터가 일본 전국에 붙어 있었습니다.

그럼 실제로 어떠했던가? 15 년도 이후 매년 8 조 엔의 소비 증세 3%분 중 사회 보장의 내실화에 사용되고 있는 것은 불과 1.35 조엔. 그 외에 '기초 연금의 국고 부담 분을 2 분의 1 에 끌어올리기 위한 재원'으로 약 3 조 엔이 충당되고 있고, 이쪽은 사회 보장의 안정화라는 것이 되겠지만, 나머지 3.4 조엔(※17 년 3.3 조엔)의 사용처는 '후대로 돌려 경감'(※2)으로 되어 있어, 이른바 '나라의 빚 상황'에 사용되고 있습니다. 여보세요, 잠깐만요! 소비 증세 분 3%는 전액을 사회 보장의 내실화와 안정에 쓰는 것 아니었나? 바로 아베 총리가 국회에서 '증세 분의 8 할은 빚을 갚는데 사용했다'라고 말해버렸으니까, 이 사람들에게 조타 지휘를 맡겨서는 장래는 또 다른 쇠퇴 이외에 길이 없다.

게다가, 그렇지 않아도 돈이 돌지 않는 세상으로부터 소비 증세로 돈을 짜내 놓고, 그것을 사회에 환원한다면, 일부에서 성장은 전망할 수 있지만, 무엇에 사용했는지도 알 수 없는 '빚 상황'에서는 존재했던 돈을 소멸시키게 된다. 경기 따위가 좋아질 리 없다.

(※2)좀 더 자세히 말하면'국채 발행 등으로 해왔던 후대의 부담을 빚을, 소비세에 의해 경감한다'라는 것.

소비증세는 사회보장제도를 위해 핵심으로 쓰이지 않는다고

야마모토 그렇습니다. 현실에는 아베 정권이 된 후 7 년간 사회 보장비가 이미 4 조엔 이상 삭감되었다. 그래도 '소비증세는 사회보장을 위해서'라는 정부의 말에 납득하는 겁니까? 라는 이야기 입니다.

그럼 소비세는 무엇때문에 사용되는가? 저는 '법인 감세를 위한 재원'이라고 생각합니다. 소비세가 도입된 1989 년부터 2016 년 사이의 소비 세수와 법인세 수의 수입 감소 금액을 나타낸 그림이지만, 법인세수의 감수액은 소비 세수 분의 실제로 73%나 된다.

1990 년과 2018 년 세수의 비율을 비교한 것을 보면 90 년은 37.5%이던 법인세 최고 세율이 지금은 23.2%로 인하되고 있을 뿐만 아니라, 소득세 최고 세율을 84 년 70%에서 5 년 후의 89 년에는 50%로 낮아지고 있고, 거기에서 더 18 년에는 45%까지 떨어지고 있습니다.

그 중에서 유일하게 소비세만 높아지고 있어 소비 세수가 13.1 조엔의 흑자인 반면 법인 세수와 소득 세수의 마이너스가 각각 6.1 조엔이니깐 모두 12.2 조엔의 세입 감소. 여기까지 오면, 소비세가 무엇에 사용되고 있는지는 누가 보기에다 분명한것죠?

아베노믹스로 대기업은 버블기를 웃도는 과거 최고이익을 올리고, 세상에서는 빈부격차도 퍼지고 있는데, 법인세율이나 소득세 최고세율은 인하되고, 그만큼을 소비세로 보전한다. 이 구조를 방치하고 있는 한 앞으로도 소비세는 계속 인상할 것입니다. 나는 이것을 바꾸고 싶다.

거기에서 소비세 폐지로. 그냥 현재 그대로 소비세를 폐지하면 연간 20 조엔 이상의 재원이 상실될 것입니다.

야마모토 소득세나 법인세를 소비세 도입 전(89 년)의 세율에 되돌리면 된다. 그 위에 소득세는 누진성을 높여 법인세율에도 누진성을 도입한다.

- 단, 대기업이나 부유층에 대한 과세를 그렇게까지 강화하면 오히려 불경기가 되지 않을까?

야마모토 개인 소비의 성장이 충분히 커버할겁니다. [도표 4]을 보세요.

최근 나는 현재 94 세의 마하티르 모하마드 씨가 지난해 총리에 부활하고 소비세를 폐지한 말레이시아를 시찰했는데, 동국의 개인 소비액은 올해 4~6 월기에는 전년 동기 대비 7.8%증가, GDP 도 4.8%증가로 호조인 거예요. 소비세 폐지로 개인소비가 환기되면, 일본 경제에도 절대로 좋은 영향이 있을 것이라고 믿습니다.

야마모토타로가 '깨부수는' 것

참의원 선거 후, 야당 공투의 열쇠를 쥔 존재로서 주목받는 '레이와'와 야마모토씨입니다만, 야당 중에서는 소비세 감세에조차 신중한 사람이 많은 가운데, 어떻게 소비세 폐지를 실현할 생각입니까? 야마모토 말씀대로, 여당은 물론, 야당에도 재무성의 '세뇌'에서 소비증세에 적극적이거나 '재정균형', 긴축'으로 뇌가 굳어진 사람들이 적지 않습니다. 솔직히, 그런 사람들을 국회 내에서 다물게 하는 것은 난이도가 높다고 생각하지만, 저는 갑자기 거기에 주력할 생각은 없고, 마지막이면 된다고 생각하고 있습니다.

그들을 움직이려면 더 강력한 다른 설득 재료가 필요합니다. 그것은 무엇이냐면 '표가 있다'는 것을 알게 하는 것. 즉 현실에 소비세 폐지를 요구하는 이만큼의 민의가 있고, 그것은 구체적인 표로 이어진다는 것을 보여주면 그들은 따라온다.

관료도 마찬가지입니다. 당연히 지금까지 소비세를 고집해온 재무부는 우리의 주장을 받아들이지 않을 것입니다. 그렇다면 그들이 받아들일 수밖에 없는 상태, 즉 민의를 가시화할 수밖에 없다.

그러기 위해서도, 우선은 무엇보다도 국회 안이 아닌 밖을 향해 대화를 계속해 유권자의 사람들에게 알기 쉬운 말로 말을 건네는 것으로 큰 민의를 형성해 나가는 것. 그것에 답이라고 생각합니다.

선거 중에도 말했듯이 진심으로 정권을 잡으려 간다는 생각에 변함이 없습니다. 다만 그것은 '우선 『레이와』가 야당제일당이 되지 않으면 안 된다'라는 이야기도 아닙니다.

아마도 공명당이나 혹은 한때의 유신(일본유신회) 정도의 의석수를 확보할 수 있다면 나름의 영향력을 기대할 수 있다. 문제는 우리가 그렇게까지 당세를 확대할 수 있을 때까지 이 나라에 사는 사람들의 기력이 버틸 것인가입니다만.....

--이미 포기하고 있는 사람들에게 '정치'라는 수단을 상기시키기 위해서는 무엇이 필요할까요?

야마모토 예컨대 지금 30 대 후반부터 40 대 초반의 '빙하기 세대' '로스트제네레이션'사람들이 계속 국가로부터 버림받은 상황에서 어른이 된 사람들로 그들 개개인에 '자신을 가지세요'라고 해도 아마 힘들겠죠. 왜냐하면 그들은 자신들이 계속 불안정한 삶을 강요당하고 있다는 것을 '자신 때문'이라고 믿어왔기 때문입니다.

그렇지만, 사실은 인간 혼자 열심히 하더라도, 할 수 있는 것은 뻔합니다. 그렇기 때문에 사회가 있고, 사람들의 발밑의 토대를 지탱하는 것이 정치의 중요한 역할인데, 그것을 포기당해 왔다.그것은 당신의 노력이 부족했던 것이 아니라, 당신의 삶의 목이 졸리는 정책이 계속되어 왔을 뿐이라는 것을 알아주셨으면 한다.

-그밖에, 어떤 메시지를 보내고 싶니?

야마모토 대기업이나 일부 부유층들은 정치 메커니즘을 잘 이해하고 있으며, 그 수법을 우리도 배워야 한다는 것. 그들은 '표'를 쌓아 올림으로써, 오랜 세월 자신들에게 이익을 유도하고, 법인세와 소득세 감세를 실현해 왔다. 그 보전을 우리가 소비세로 해야 한다니, 그런 멍청한 이야기는 없겠죠?

그래서, '우리도 '그들'을 본받아서, 정치를 컨트롤 해보자!'라고 말하고 싶습니다. 자민당에 투표하는 사람은 유권자의 불과 3 할 정도. 단 3 할로 이처럼 좋아하는 거 맘대로 할 수 있는 것을 보면, 우리도 모이면 큰 힘이 될 것.

한방, 해보자, 다같이! 부숩버린다!! 아니, 박살내다'는 다르다. 저 정당과 겹치니까(웃음). 야마모토 이전에는 나도 자주 말했지만, 지금은 사용하기 힘들어졌어(웃음). 뭐, NHK 를 부숩자 뻔하다는 이야기입니다.

4.세제개정의 핵 '5G'정비촉진으로 일본은 '후발주자'에서 탈피가능할까

(현대비즈니스, 2019.12.14)



사진 1) 출처: 현대비즈니스

'세금의 계절'을 맞아

자민, 공명 양당은 12 월 12 일 2020 년도 여당 세제 개정 대강을 결정했다. 그 핵이 되는 것이, 일본 경제의 성장 견인에 중점을 둔 세제개정이다—

그레타 연설의 뒤에서 일본 메스컴이 전하지 않는 '위험한 현실'
나가타초와 가스미가세키에서는 '세금의 계절'인 연말이 되면 여당의 자민, 공명 양당이 아우르는

세제개정 대강령에 관심이 집중된다. 그리고 지금 이번 세제개정 대강 결정을 주도한 자민당의 아마리 아키라 세제조사 회장에 정치권의 이목이 집중되고 있다.

자민당 세제조사회(이하, 자민당 세조)의 조직 재편(룰 만들기)부터 세제개정 대강안 논의까지, 그 중심이 된 것이 아마리씨이다.

10 월 31 일 시작된 자민당 세조의 비공식의 간부 모임 '인나'에서 이코노미스트 의견수렴을 시작으로 12 월 11 일에 열린 정부 회장·소위원회 회의 최종 정리까지 15 회 모임이 열렸다.

그 '세금 조사 일정'(A4 판 1 장)을 보면, 일반 대중에게는 전혀 친분이 없는 '마루바쯔', '마루 정(1)'

※1. 마루정처리라는 말에 눈이 간다. '마루 정'은 나가타초·가스미가세키의 업계 용어로서 보통은 정부 여당의 유력 정치가가 관여한다(이해가 있는)안건이라는 뜻이다. ※(1)는 실제로는 동그라미 숫자의 1

차세대통신규격 '5G'

일례를 든다. 필자의 수중에 동 10 일에 자민당 본부 9 층 901 호실에서 열린 자민당 세금 조사 소위원회(마루정처리)에서 협의·결정된 내용이 상세히 기술된 종이가 있다. '마루정등처리안 개요'의 법인과세, 개인소득과세, 국제과세 등에서 '부회 요망중점항목 일람에 없는 항목(안)'의 지방세 관계까지 방대한 양이다.

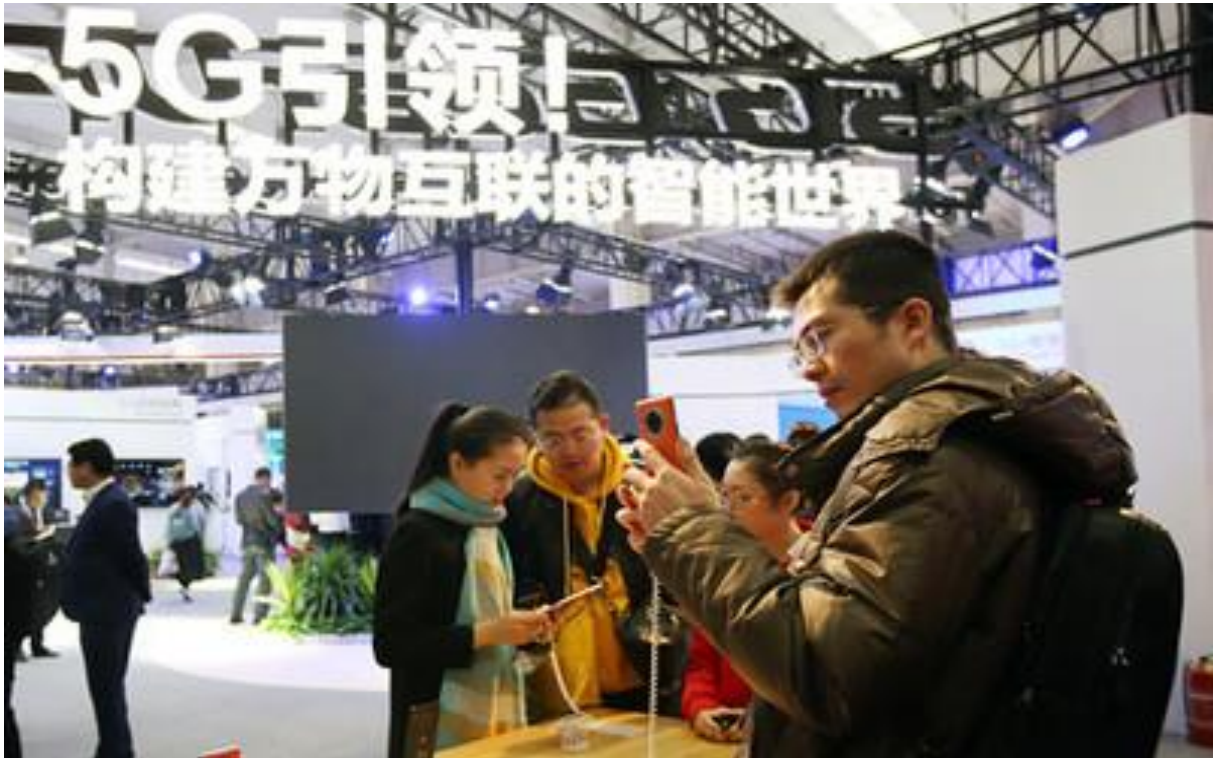


사진 2) 출처: gettyimages

이러한 각 주제에 관한 협의를 거쳐서 11 일 최종 정리에 이르며 12 일 세제 개정 대강이 결정한 것이다.

참고로 10 일 자민당 세제 조정 정부 회장·소위원회에는 아마리 회장 이하, 호소다 히로유키 부회장, 이시하라 노부테루 부회장, 노다 다케시 최고 고문(전 세금 조사 회장), 누카가부 시로 고문(전 소위원장), 미야자와요 우이치 소위 원장(전 세금 조사 회장), 하야시 요시마사 소 위원장 대리 등 정치인, 부처 측에서 재무부의 야노 코오지 주세국장, 주 택정 주세국 심의관 이하 11 명, 총무성에서 카이가 히데유키 자치 세무 국장, 이나오카 신야 자치 세무국 심의관 이하 8 명이 참석했다.

이번 세제 개정 대강의 핵심은 말할 필요도 없이, 《차세대 통신 규격 '5G'의 통신망 정비를 촉진하는 세제 지원 방안인 투자액의 15%를 법인세에서 세액 공제하기로 했다.》(일본 경제 신문 12 일자 조간)이다.

이는 바로 '5G 정비에 중국 업체들이 지나치게 침투하는 것을 막는 『경제 안전 보장』의 관점을 세제에 포함하는 새로운 시도이다 '(신문)라고 할 수 있을 것이다. 아베 관저가 얼마 전 '경제안전보장'의 관점에서 추진하고 있는 내각관방 국가안전보장국(NSS)에 경제반을 설치한 것과 연동하는 것이다.

미중하이테크 패권항쟁의 격화속에서

당초 자민당 세제 조정 인나에서는 법인 세액 공제 9%인상으로 합의할 것으로 알려졌다. 그런데 성장 중시 노선에 집착하는 아베 총리가 불충분하다는 뜻을 알리자, 아마리 회장이 인나에 대해 개별적으로 담합을 해 15%로 착지시킨 것이다.

그 배경에는 미·중 하이테크 패권항쟁의 격화 속에서 일본도 경제와 안보 분야는 불가분하다는 아마리씨의 강한 위기감이 있었다. 디지털 이코노미화 하는 동남아국가연합(ASEAN 아세안) 신흥기업에 비해 일본의 디지털 트랜스포메이션(DX)은 뒤떨어진 것이 현실이다. ASEAN 기업의 DX 파트너는 알리바바, 텐센트 등 중국 기업이 압도적일 뿐만 아니라, 이 지역의 창업가는 다수의 사업자와 소비자를 연결하고, 디지털 경제를 견인하는 플랫폼을 목표로 하고 있다.



사진 3) 출처: gettyimages

이러한 가운데, 디지털화에 맞는 세제정비를 실시한 다음 일본이 DX의 기폭 스피드 가속화로 나아가지 않으면, 창업 얼마 되지 않은 유니콘 기업이 지수함수적으로 성장하는 활기찬 아시아 여러 나라로부터 뒤쳐질 염려가 있는 것이다.

요즈음 아베 관저의 '관저관료'의 '독주'가 화제가 되고 있지만, '경제안전보장'의 관점을 세제에 도입해 기업의 투자촉진을 목표로 하는 아마리·자민당 세금조사를 전면 지원하고 있다면, 그것은 괜찮다고 하고 싶다.

5. 캐시리스로 바뀌는 중국의 캠퍼스라이프 (닛케이비즈니스, 2019.12.13)



사진 1) 출처: 닛케이비즈니스. 슈퍼의 한쪽에 설치된 셀프레지

‘대학생활’이라고 하면 먼저 무엇을 이미지할까? 공부, 동아리, 아르바이트 등 사람에 따라 그것은 다양할 것이다. 중국의 대학은 원칙적으로 전 기숙사제로, 부지 자체가 ‘학’, ‘식’, ‘주’ 일체의 한 거리가 되어 있다. 제가 근무하는 대외 경제 무역 대학 캠퍼스 내에서도 약 1만 5천명의 학생이 생활하고 있다.

합계 2000 개가 넘는 짐을 보관할 수 있는 택배박스는 매일 많은 학생들이 이용하고 있다.

북경의 거리에서는 모든 장소에서 캐시리스화가 진행되어 현금 없이 생활할 수 있는 사회가 실현되고 있으며, 대학 내에서도 지갑을 들고 다니는 학생은 적다.

대학 구내에 처음 자동 판매기가 설치된 것이 2017 년 후반. 처음에는 음료 전용뿐이었으나 최근에는 음식도 취급하는 냉장고 타입의 자판기도 설치되었다.

사전에 등록을 마친 뒤 자판기에 붙어 있는 QR 코드를 스캔하면 문이 열리므로 상품을 꺼내고 문을 닫기만하면 완료. 각단에 붙어 있는 카메라가 어떤 제품을 꺼냈는지를 식별하고 자동으로 정산을 끝내고 주는 구조다. 이 타입이면 드링크류 이외에 스낵류도 판매할 수 있기 때문에 배가 고플 때 등에 부담없이 구입할 수 있다.

또, 학내에 있는 소형 슈퍼마켓에서는, 작년부터 모바일 결제 대응의 셀프레지가 도입되었다. 스스로 상품의 바코드를 스캔해, 화면에 나타나는 QR 코드를 스마트폰으로 읽어 지불하는 구조다.

이 슈퍼에서는, 점포 구석의 폭 2~3 미터 정도의 공간에 6 대를 설치하고 있다. 작은 공간에서 많은 고객에게 대응할 수 있고 인건비도 들지 않는다. 예전에는 유인 레지 2 대밖에 없는 피크시에는 장사진이 되어 있었지만, 셀프 계산대의 도입에 따른 혼잡은 상당히 해소됐다.

또한 학내에서는 쉼터 자전거로 이동하는 학생도 적지 않다. 중국 전체에서 보면 쉼터자전거의 수는 2017 년 피크에 대비 감소했고, 붐은 지나갔다고 할 수 있으나 이미 일반 시민에게 중요한 교통 인프라의 하나이다. 실제로 나도 거의 매일같이 이용하고 있어 매우 아끼고 있다.

인터넷통판대응의 택배박스

대외경제무역대학 한쪽에는 아시아 최대라고도 불리는 여학생 전용숙소 '홍원루 虹遠樓'가 있다. 상공에서 보면 P 자형을 한 10 층 빌딩으로 약 1 만명의 여대생이 살고 있지만 이들이 인터넷에서 구입한 상품이 매일 대량으로 배달된다.

국가 통계국의 데이터에 따르면 사회 소비품 소매 총액에서 차지하는 온라인 결제 비중은 2015 년 2 월 8.3%에서 2019 년 10 월에는 19.5%까지 급상승하고 있지만 대학에서도 '타오바오'나 '징둥'이라는 인터넷 쇼핑몰에 쇼핑을 하는 대학생이 늘어나고 있는 것이다.

이전에는 방대한 수의 배달물은 숙소 옆에 산더미처럼 쌓여 배달업자의 담당자가 하나하나 전해주고 있었다. 그 일각은 매우 더럽고 학외의 업자나 학생들로 인산인해를 이루고 있었다. 또, 연락을 해도 좀처럼 가지러 오지 않거나 부재중이거나 하는 문제도 생기고 있었다. 택배박스 설치로 인해 이들 문제가 해소되었다.

시스템은 매우 단순하다. 배달이 완료되면, 짐이 담긴 박스의 번호와 패스워드가 기재된 문자메시지가 보내지기 때문에, 그것을 입력하면 문이 열린다. 혹은 채팅 앱 '위챗'에 사전 등록해 두면 패스워드를 사용하지 않고 원탭으로 문을 여는 것도 가능해지고 있다.

학내에 설치된 택배 박스는 합계 2184 개의 크고 작은 여러가지 짐이 수납 가능하며 많은 학생들에게 매일 이용되고 있다.

여담이지만 '중국은 독자 정책을 취해 왔기 때문에 제멋대로인 어린 아이가 많다'고 자주 듣는다. 어린 시절에는 그럴지도 모르지만, 많은 학생들을 접해 온 내가 볼 때 중국 대학생들의 협조성은 비교적 높다고 느낀다.

기숙사는 4~5 인실이 일반적으로 약 15 평방 미터의 원룸으로 아래가 책상인 로프트 침대가 인원 수 놓여져 있는 무기질의 공간이다. 내가 처음 유학한 1996 년 환경은 더 열악하며 8~10 명이 한 방에서 살고 있었다. 이러한 환경에서의 집단생활을 보냄으로써 학생들의 협조성이 길러지고 있는지도 모른다.

현금과 모바일결제가 사용할 수 없는 시설

학내에서는 거의 100% 캐시리스화가 실현되고 있지만 대학 전용 전자 결제 카드 밖에 사용할 수 없는 곳도 있다. 샤워와 학식이다. 공통적인 것은 학외와 비교해서 가격이 싼 것이다.

한 남학생에게 이야기를 듣자 '1 회 10 분 가량 샤워 쓰지만 1 위안(약 15 원)선으로 매우 싸다'라고 한다. '식'의 장소는 기본적으로는 학식이다. 최근에는 메뉴의 다양화도 진행되어 정식, 덮밥, 면류 등 이외에도 꼬치나 찌개 요리 등도 제공하고 있다. 몇 년 전과 비교하면 맛도 많이 좋아졌다고 느낀다.

매력은 뭐니뭐니해도 그 저렴함이다. 내가 좋아하는 것은 본격적인 돌솥을 이용한 돌솥비빔밥. 고기 없이 야채 비빔밥이 10 위안(약 150 엔), 닭소보로를 넣어도 13 위안(약 195 엔)으로 학외보다 매우 싸다. 중국 대학에서는 학식에 대해 국가로부터의 보조금이 충당된다고 들은 적이 있다. 복리후생의 일환이기 때문에 현금이나 모바일 결제를 사용할 수 없게 함으로 학생이나 교직원 이외의 이용을 제한하고 있는 것이라고 생각할 수 있다.

이상과 같이 중국 대학에서의 캠퍼스 라이프는 말 그대로 '생활'의 장이 되고 있다.

내가 처음으로 대학을 방문한 2002 년은 낡고 더러운 건물이 많아 기숙사에는 에어컨도 붙어 있지 않았다. 그것이 근래에는, 새로운 연구동이나 교학동, 체육관등이 차례차례로 세워져 최신의 설비도 도입되어 대학에 있어서의 생활환경은 해마다 쾌적해지고 있다. 최근 몇년간의 테크놀로지의 진보로 인해 중국인들의 생활은 크게 변하고 있지만, 학내에서 며칠 동안 생활하는 것만으로 그 일부를 체험할 수 있다.

근년 일본에서 주목받고 있는 사회인의 재배움(리커런트) 교육. 그 일환으로서 비록 단기간이라도, 중국에서 캠퍼스 라이프를 보내보는 것도 좋은 경험이 될 것이다.

KIC 중국 NEWS

1. KIC 중국, 제 8 회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회 성황리 개최

(2019.12.7)



사진 1) 출처: KIC. '제 8 회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회' 단체사진

[KIC 중국. 황대연 연구원] 지난 7 일 KIC 중국에서 대학생들을 대상으로 진행된 '제 8 회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회'가 성황리에 개최되었다.

본 설명회는 KIC 중국이 주최하였으며, 북경한국총유학생회, 북경청년창업연구회(KBSA)의 협력하에 진행됐다. 금번 설명회는 50 여명의 학생들이 참석하여 만석을 이루었다.

'기업가정신과정 창업 및 취업 설명회'는 재중 한국유학생을 위해 정기적으로 개최되는 행사로, 창업과 취업 방면의 멘토를 초청하여 특강과 Q&A 에 중점을 두고 진행된다. 금번 설명회에서는 창업의 트레저헌터 김희수 중국대표와 취업의 인민대학교 김병철 교수를 초청하였다.

김희수 대표는 현재 중국의 왕홍시장과 트레저헌터에서 진행하고 있는 프로젝트, 발전 과정과 경험을 주제로 강의를 하였으며, 김병철 교수는 현 중국의 외국인 창업지원정책, 취업시장, 유학생들이 취업을 위해 준비해야 할 사항 등에 관해 학생들과 이야기를 나누었다.

특강이 끝난 후, 창업과 취업, 두 조를 이루어 평소 학생들이 가지고 있던 궁금한 점과 고민을 멘토와 나눌 시간을 가졌다. 학생들은 두 멘토를 중심으로 둘러앉아 멘토의 경험과 지식을 공유하였다.

본 설명회는 KIC 중국의 배영윤 고문의 축사로 마무리하였다.

배영윤 고문은 한국 유학생들의 중국 대학생활에서의 마음가짐과, 급변하는 중국 시장에서의 준비 등 진심어린 조언으로 본 설명회를 마무리했다.



사진 2) 출처: KIC. KIC 중국 이상운 센터장 개회사