



주간 중국 창업

제 172 호 (2020. 03. 25)

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

- ▶ 중국 정부, 경기회복을 위한 50 억 투자 계획 (중국경제주간, 2020.3.17)
- ▶ 중국의 스마트 제조도 단점 보완해야 (인민일보 해외판, 2020.3.17)
- ▶ AI와 빅데이터가 바꾸어 놓는 건설 현장 작업 광경 (36kr, 2020.3.17)
- ▶ 전염병으로 인한 경기악화로 주식시장 연기하는 AI 기업 (봉황과기, 2020.3.18)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ 글로벌 자동차산업 미래 10년, 여전히 중국을 필요로 하는 이유 — 이오왕(亿欧网) 제공
- ▶ B 스테이션과 지후(知乎)가 미디어화되는 속명 — 티타늄미디어(钛媒体) 제공
- ▶ 신소비를 품은 왕이엔수엔(网易严选)의 변화 — 36kr 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 39) 전염병과의 전투에서도 멈추지 않는 중국 양자컴퓨터 연구
— 과기일보(科技日报) 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 — PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(118) — 윤형건 교수 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 미의 대중 강경책은 문제투성이, 하이테크냉전은 IT산업을 약화시킬뿐 (니쁜닷컴, 2020.3.18)
- ▶ 신형 코로나로 일본 경제는 삼중고 도쿄 올림픽 개최에서도 '1조엔' 소비 침체인가
(AERA, 2020.3.18)
- ▶ 코로나에서 세계경제 격변... 아베노믹스 원점으로 돌아가는 '냉엄한 현실'
(현대비즈니스, 2020.3.22)
- ▶ 코로나로 판명... 일본인이 '만원 전철 통근'을 그만두는 거대 효과 (현대비즈니스, 2020.3.18)

KIC 중국 NEWS

- ▶ KIC중국 참여한 광곡창업카페 2020년 첫 문창청동회(文创青桐汇) '클라우드 피칭대회' 우한에서 개최 (2020.3.20)
- ▶ 알리클라우드, KIC중국 통해 韓혁신기업 위한 마스크 기부 (2020.3.23)

주간 NEWS

1. 중국 정부, 경기회복을 위한 50 억 투자 계획 (중국경제주간, 2020.3.17)

전염병의 영향으로 인프라 투자에서 안정적인 성장의 중요성이 다시 한 번 부각되었다.

경제 회복을 촉진하기 위해 각 지방 정부가 2020 년 주요 프로젝트 계획을 일시에 발표했으며 일부 인프라 투자는 이미 진행되고 있다.

<중국 경제 주간>의 불완전한 통계에 따르면 3 월 10 일까지 25 개 성, 시, 자치구에서 향후 투자 계획을 발표했으며, 22 만 건의 프로젝트 총 투자규모는 49.6 조 위안에 이르렀다. 이 중 2020 년도에 집행을 계획한 총투자 규모는 7.6 조 위안이다.



사진 1) 출처: 인민 갤러리(人民图库). 2020 년 2 월 23 일, 귀주성(贵州省) 비저에시(毕节市) 치싱관구(七星关区)구 텡바현(田坝镇)현 판누어허촌(盘挪河村)의 수자원 관리 프로젝트 건설 현장에서 일하고 있는 모습.

중앙재경대학중재 (中央财经大学 中财) — 중정평위안 (中证鹏元) 재정 투자 금융 연구소 집행 소장인 웬라이청(温来成)은 아마도 올해 작년의 기초상에서 비교적 큰 폭으로 적자율을 높이고, 장기 국채를 더 많이 발행하고, 지방 정부 채권 발행을 늘려 부채를 통해 자금 일부를 조달함으로써 공공 투자를 늘려 경제 성장을 주도할 것이라고 했다.

1. 50 조 투자 계획 배치도

2 월 21 일에 열린 중앙정치국회의에서 강조하길, 효과적인 수요를 적극적으로 확대하고, 소비 회복과 잠재력 발휘를 촉진하며, 효과적인 투자가 핵심적인 역할을 수행하도록 하고, 새로운 투자 프로젝트 개시에 쏟는 역량을 확대하고, 건설 프로젝트의 건설진도를 더 빠르게 해야한다고 했다. 특히 시약, 약품, 백신에 대한 연구 개발 지원을 늘리고, 생물 의학, 의료 설비, 5G 네트워크, 산업용 인터넷의 발전을 가속화한다.

2월 23일 코로나 19 전염병 예방통제 및 경제 사회 발전 작업부 부서회의에서 방역 통제와 경제사회 발전 작업을 잘 통솔하고, 전면적으로 '6 가지 안정화' 작업을 해야 한다고 지적했다. 중국내 실효 수요를 적극적으로 확대하고, 이미 건설 중인 것과 신규 착공에 박차를 가하고 인력, 용지, 자금 등의 요소 보장을 강화한다.

비상 시기에 각 성이 2020년 주요 프로젝트에 대한 투자 계획을 집중적으로 발표했다.

각 지의 중점 공정이 재개되고 중점 프로젝트 명단이 하달되면서 거의 50조 위안에 가까운 투자맵이 수면 위로 떠올랐다.

그러나 50조 위안에 육박하는 인프라 건설 투자 계획이 정말 '전례없는' 거대한 수치인가?

사실상 이러한 중대 프로젝트 투자 계획은 각 성급의 향후 총 투자 계획을 의미하며, 올해의 총 투자 규모를 의미하는 것이 아니다. 여기에는 전년도에 이미 건설을 시작하여 계속 건설해야 하는 것도 있고 올해 계획으로 건설을 시작하는 것도 있고 심지어 심사 승인 단계에 있는 프로젝트 항목도 총투자에 포함되어 있다.

실제로 2020년 내의 총 투자 계획 규모는 7.5조 위안에 불과하다.

중타이 증권(中泰证券)연구소는 총계획 크기로 비교하면 올해 공표한 계획 프로젝트 규모는 증가하지 않았을뿐만 아니라 약간 감소했다. 윈난, 쓰촨, 푸젠 등 11개 성에서 공표한 중점 프로젝트 투자규모를 통계내면 총계가 약 27.68조 위안으로, 2019년에 발표한 27.74조 위안보다 500억 여 위안이 적다.

현재 각 성에서 공표한 구체적인 프로젝트를 놓고 보자면 인프라 건설 투자가 여전히 제 1순위를 차지한다.

예를 들어, 2020년 윈난성의 '4개의 100' 핵심 프로젝트 계획이 발표될 예정이며, 2020년에는 525개의 중점 프로젝트를 추진하며 총투자가 약 5조 위안으로 2020년 계획은 투자 4440억 위안 이상으로 달성한다.

윈난성 발전개혁위원회(云南省发展改革委)의 고정자산 투자처 귀진화(郭金华) 처장은 말하길, 2020년의 '4개의 100' 프로젝트는 하나의 두드러진 특징이 있는데 바로 큰 프로젝트의 점유 비율이 크게 증가했다는 것이다. 525개 프로젝트 중 총 투자액이 50억 위안 이상인 프로젝트가 232개, 총 투자액이 100억 위안 이상인 프로젝트가 146개다. 상그릴라(香格里拉)에서 리장(丽江)으로 이르는 고속도로, 따리(大理)에서 린창(临沧)으로 이어지는 철로, 텡충아이쓰치(腾冲艾思奇) 간부 훈련학원 등 여러 중점 프로젝트가 있다. 이외에도 란창(澜沧)에서 멩리엔(孟连)에 이르는 도로 건설을 시작할 것이고 칭수이허(清水河) 대형 수리시설 건설 등 주요 프로젝트가 기다리고 있다.

<베이징시 2020 중점 프로젝트 계획>에는 300개의 프로젝트가 포함되며 3대 영역을 포괄하며 약 2523억 위안의 투자를 완료할 계획이다. 이 중 100개의 인프라 프로젝트는 662억 위안의 투자를 완료할 계획인데 7개의 국철 프로젝트, 5개의 교외 철도 프로젝트, 16개의 지하철 프로젝트, 12개의 고속도로 프로젝트 및 16개의 도시 도로 프로젝트를 포함한다.

진행 속도를 높이고 승인 속도를 높이며 작업 속도를 높여야 한다.

연내 고속도로, 철도, 간부 훈련학원 등 일련의 중점 프로젝트 건설이 이루어질 것이고 이외 고속도로, 대형 수리시설 건설 등 주요 프로젝트가 공사를 시작할 것이다.

안정적인 성장을 요구하는 압력에 따라, 최근 인프라 프로젝트의 승인 속도도 높아지고 있다.

국가발전개혁위원회가 발표한 자료에 따르면, 3월 3일까지 현재 국가발전개혁위원회가 승인한 인프라 프로젝트는 2286.05 억위안으로 작년 동기보다 930.29 억 위안이 많아졌다. 2월 25일까지 전국 533개 주요 교통 프로젝트의 재개율은 70.17 %였다.

25 个省份公布未来投资计划

地区	投资总规模 (亿元)	投资项目数	2020年投资规模 (亿元)
广东	59000	1230	7000
云南	50000	525	4400
四川	44000	700	6000
福建	38400	1567	5005
山西	37879	7181	8151
陕西	33826	600	5000+
河南	33000	980	8372
湖北	31570	894	—
山东	29000	1021	—
重庆	27200	924	3445
甘肃	22000	2236	4500
广西	19620	1132	1675
河北	18833	536	2402
江西	11195	335	2390
天津	10025	346	2105
湖南	10000	105	—
浙江	8864	537	1473
黑龙江	8856	300	2000
宁夏	2268	80	510
江苏	—	240	5410
贵州	—	—	4300
北京	—	300	2523
西藏	—	179	1872
上海	—	152	1500
安徽	—	251	1254
总计	495536	22351	76287

표 1) 출처: 중국경제주간. 25 개 성이 공표한 향후 투자계획; 왼쪽부터 지역, 투자총규모(단위 억), 투자항목 수, 2020 년 투자규모(단위 억) 순서)

2. 새로운 기본 건설의 중요한 투자 방향

전염병 아래 수 조의 인프라 건설 프로젝트가 예정대로 진행되고 있다. 신규 인프라 건설 프로젝트는 특히 시선을 사로잡으며 이번 투자에서 핫 이슈가 되고 있다.

2018 년 12 월 중앙 경제 실무 회의에서는 새로운 인프라 개념을 처음으로 발표했다. 가리키는 것이 '제조산업 기술 혁신과 설비 업그레이드를 늘리고, 5G 상용 속도를 가속화하며 인공 지능, 산업 인터넷, 사물 인터넷 (IoT)과 같은 새로운 인프라 건설을 강화한다'이다. 따라서 신규 인프라 건설은 주로 첨단 기술산업과 관련된 인프라를 말한다.

올해부터 '신규 인프라 건설'이 새로운 차원으로 높아졌다.

1 월 3 일 국무원 상무회의와 2 월 21 일, 3 월 4 일 중앙 정치국 회의는 모두 신규 인프라 건설을 언급했다. 3 월 4 일, 중앙정치국 상무회의는 '5G 네트워크 및 데이터 센터와 같은 신형 인프라 건설 진행을 가속화해야 한다'고 다시 한번 강조했다.

일반적으로 신규 인프라 건설은 전통적인 '철도, 고속도로, 기초시설' 프로젝트와 다르며 '과학기술적 부분'에 중점을 둔 인프라 건설을 뜻한다. 신규 인프라 건설에는 5G 인프라, 특별고압, 도시간의 고속 철도와 도시간의 철도 교통, 충전소, 빅 데이터 센터, 인공 지능, 산업 인터넷 등을 포함한 7 개의 주요 부문이다.

그 중에서도 '5G'는 의심할 여지없이 핫스팟이며, 지역 지속 성장의 중점 중 하나가 되었다.

불완전한 통계에 따르면, 현재 19 개 성과 도시의 정부 작업 보고서에는 '5G 통신 네트워크 구축 촉진'이 2020 년의 중점과제로 들어가 있으며 그 중 6 개 성과 도시는 2020 년에 새로 건설할 5G 기지국의 수량을 명확하게 계획했다. 그 합계는 17.8 만개를 초과한다.

차이나 모바일은 2020 년 말까지 30 만 곳 5G 기지국 건설 목표를 완성할 계획이며, 차이나 유니콤과 차이나 텔레콤은 가능한 제 3 분기 내에 한 해 25 만 곳 기지국 건설 목표를 달성하려 하고있다.

'현재 방역 통제와 경제 사회 발전 형세의 복잡성을 보며, 5G 개발 가속화의 중요성, 긴급성을 충분히 이해하고 5G 의 빠른 발전을 구체적으로 수행해야 한다.'라고 공업정보화부(工信部)부부장 천자오송은 말했다.

5G 건설에는 칩, 장치, 재료, 정밀 가공 등 하드웨어뿐만 아니라 운영 체제, 클라우드 플랫폼, 데이터베이스와 같은 소프트웨어가 포함된다. 5G 와 빅 데이터, 인공 지능 등 관련 기술의 결합은 수많은 산업을 리드하고 많은 분야에서 디지털 혁신의 기반을 마련할 것이다.

중국 정보통신원 예측에 따르면 2025 년까지 중국의 5G 망 건설 누적 투자는 1.2 조 위안에 도달할 것이라고 한다. 향후 5 년 동안, 산업 기업의 네트워크 변환에 대한 투자 규모는 5 천억 위안에 도달할 것으로 예상된다. 5G 네트워크의 건설은 산업 체인의 상하류와 다양한 산업 응용에 대한 투자가 3.5 조 위안을 초과할 것이다.

경제의 '기압계'로서 자본 시장의 드러난 현황은 의심할 여지없이 경제 활동이 투사된 결과다.

지난 며칠 동안 A 주 시장에서 5G 및 클라우드 컴퓨팅으로 대표되는 '신규 인프라건설' 개념구는 시세가 높고 인기리에 거래되었다.

3 월 10 일, 글로벌 자본 시장과의 밀접한 연동에 대한 우려로 대부분의 사람들은 중국 주식 시장이 유럽과 미국 주식 시장의 급락에 영향을 받을 것으로 예상했다. 그러나 상하이와 선전 시장은 이른

아침에 소폭 하락한 후 반등하기 시작했다. 오후에는 두 도시의 주요 지수가 모두 적색으로 바뀌었고 상하이 증권 지수, 선전 증권 거래소 지수와 창예반(创业板) 지수는 각각 1.82 %, 2.14 %, 2.66 % 증가했다. 이 중 5G 부문은 반등의 선구자가 되었으며, 중정(中证) 5G 통신 테마 지수는 하루에 6.51 % 증가했다.

3. 특별 부채로 투자 확대

그러나 전염병 상황하에서 근본적으로 재정 자원이 이미 부족한 지방의 재정적 압박은 훨씬 더 크다. 돈을 어디에서 오게 하는가는 새로운 대규모 인프라 투자 라운드에서 해결해야 할 문제다.

지방 재정 압력은 얼마나 큰가?

2 월 10 일, 재무부는 2019 년 재정 수입과 지출을 발표했다. 2019 년 전국의 일반 공공예산은 190382 억 위안으로 전년 대비 3.8% 증가하여 예산 보고서의 목표를 달성하지 못했다. 또한 2019 년 세금 수입은 157992 억 위안으로, 재정 수입의 83 %를 차지하며 성장률은 1 %였다. 이 성장률은 1969 년 이후 반세기이래 가장 낮은 성장률이다.

최근 몇 년간 세금 감면과 비용 인하가 중첩되어, 재정 수입과 지출 사이의 모순이 계속 두드러졌다. 지방 정부, 특히 기층 지방정부는 압력을 받고 있으며, 교사가 급여를 요구하고 공무원이 급여를 재촉하는 소식은 이미 드문 경우가 아니다.

세 가지 보장—'기본 생계 보장, 임금 보장, 운영 보장'의 배경하에 중앙 정부는 일시적으로 1100 억 위안을 지방 정부에 '대출'하고 연말에 '상환'할 것을 요구했다.

3 월 3 일 국무원 상무회의에서는 기층정부가 기본 민생 보장, 임금 보장, 운영 보장을 지원한다고 밝혔다. 회의에서 결정하길 첫 번째는 지방 재정 보유 비율을 단계적으로 높이기로 했다. 3 월 1 일부터 6 월 말까지, 이미 정한 각 성급 해당 연도 보유율 비율을 기초상에서 통일적으로 5 % 포인트씩 높이며, 약 1,100 억 위안의 보유용 기금을 신규 증설하여 전부 현금 정부가 사용하도록 준다. 두 번째는 지불 자금의 이체 속도를 높이고, 각 지에서 방역 통제와 '세 가지 보장'이 때에 맞춰 충분한 금액을 지불하도록 우선순위를 두는 것이다. 부족한 지역은 일률적으로 기타 항목의 지출을 줄여야 한다. 세 번째는 더 나아가 일반 지출을 줄이고 방역 통제에 필요한 것 외에 새롭게 증가되는 지출 정책을 엄격히 통제하는 것이다.

'올해 재정 수입 및 지출에 대한 압력은 사실상 꽤 크다. 최근 몇 년간 경제가 하락하고 있기 때문에 2019 년의 재정 수입은 전년 대비 3.8 % 증가했으며 세금 수입 증가는 거의 제로였다. 여기에 세금 감면과 인하를 더해 2020 년 재정은 비교적 뻣뻣하다.'

중앙재경대학의 종차이(中央财经大学中财)—중정평위엔(中证鹏元) 지방재정 투융자연구소 집행소장인 원라이청(温来成)은 기자에게 위와 같이 말했다.

이러한 상황하에 왜 '허리띠를 졸라매면서도' 프로젝트를 밀고 가는가?

원라이청에 따르면, 신종 코로나 전염병이 일으킨 위해성의 관점에서, 전염병의 세계적인 확산과 악화는 심각한 경제적 충격과 사회적 영향을 일으킬 것이다. 만약 세계 경제가 영향을 받는 경우, 더 나아가 중국의 대외 무역에 영향을 미치고 중국 재정 수입에 영향을 줄 것이다.

'따라서 그러한 불확실한 요인들에 직면하여 우리는 먼저 국내 경제를 상대적으로 안정적으로 유지해야 하며, 재정 수입과 지출 조정은 일반적인 방식으로 진행할 수 없다'고 원라이청은 직설적으로 말했다.

그러나 정부 예산내의 재정 투자는 인프라 투자의 '큰 부분'을 차지하지 않는다.

원라이칭은 최근 몇 년 동안 사회 인프라 투자 형태의 관점에서 주요 투자는 여전히 사회 투자가 주가 되며 정부 예산으로 하는 투자는 이러한 인프라 투자의 약 5 %를 차지한다고 지적했다. '정부 투자는 주로 민간 투자를 촉진, 시범, 민간투자를 유도하는 작용에 있다.'라고 말한다.

중타이증권(中泰证券) 연구 보고서에도 예산 내에서 인프라 건설에 투자하는 재정지출 비율이 높지 않은 것으로 나타났으며, 역사적 추세에서 보면, 예산 내 인프라 건설에 자금 투자 비율이 상승한 때는 2015-2017 년에 이 비율이 각각 10.87 %, 11.54%, 11.86 %였다.

"여러분의 판단으로는 현재 경제가 직면한 상황이 1997 년 동남아시아 금융 위기나 2008 년 금융 위기보다 나을 수는 없습니다. 따라서 올해 예산 수입과 지출을 배치할 때 약간의 비상시 조치를 취해야 합니다. 위기에 대응하는 방법, 재정 적자 확대, 부채 발행 확대 등의 방법은 현재의 곤란을 극복한 후에 다시 조정해야 합니다."라고 그는 말했다.

자금 조달의 관점에서 볼 때, 특수 채권 및 정책 은행 금융 채권은 인프라 건설에 '힘을 주는'의 주요 근원이 될 수 있다.

작년 하반기 이후, 특수 채권 발행 용도를 명확히 하고, 1 조 위안의 특수 채권을 미리 발행하고, 특수 채권을 일부 주요 프로젝트의 자금으로 사용하도록 하는 정책이 연이어 나왔고, 이는 인프라 건설 투자를 촉진시키고 안정적으로 성장하고자 하는 의미이다.

최근 관련 부서의 공개 성명에서도 이 신호를 명확하게 볼 수 있다.

2 월 24 일, 재정부 부장 비서 오웬한(欧文汉)은 중앙 부서의 일부 보유자금을 집중 사용하고, 이동 지불 역량을 확대하고, 지방 특별 부채 발행 규모를 확대하고, 자금이 프로젝트를 따르도록 해야 한다고 공개적으로 밝혔다. 2 월 27 일 국가 발전 개혁 위원회 기초사 사장 (国家发改委基础司司长)인 루어귀싼(罗国三)은 언론과의 인터뷰에서 중앙 예산 투자를 가속화하고 금융 기관의 대출 지원을 적극적으로 쟁취하여 더 많은 사회 투자 참여를 이끌고 중대 프로젝트를 건설해야 한다고 말했다.

3 월 4 일, 국가발전개혁위원회 투자사 사장(国家发改委投资司司长) 오우홍(欧鸿)은 다음 단계에서 주요 프로젝트의 건설을 촉진하기 위해 국가발전개혁위원회가 관련 정책 조치를 채택하여 중앙 예산 내에서 투자 하달을 가속화하고 지방 정부가 특별 채권 프로젝트를 준비하도록 조직할 것이라고 밝혔다.

규모가 확대되는 동안 특수 채권 발행도 가속화되고 있다. 데이터에 따르면 2 월 말까지 현재 전국에 발행한 지방 정부 채권은 12230 억 위안이며, 지방 채권 사전 발행 진행률은 이미 66 %에 이르렀다.

중타이증권(中泰证券)은 기축자금 구조를 보면 예산 내 자금과 국내 대출, 자기 구제자금으로 이들 3 대 자금이 기축자금의 90%가량을 차지한다고 분석했다. 예산의 자금 개발은 주로 적자율의 증가와 전입 자금의 증가에서 비롯된다. 자체 모금 자금 중 특수 채권과 정책 은행 금융 채권이 올해 인프라 건설의 주요 원천이 될 수 있다. 프로젝트 자본금 비율 감소에 힘입어 인프라 건설 영역 대출은 제한에 개선이 있을 수 있다.

구체적으로, 예산내 자금(재정 수입+적자 규모+기타 순유입 자금) 규모가 3.4 조 위안, 자기 조달 자금(특별 부채, 정책 은행 금융 부채)가 2 조 위안, 국내 대출이 약 3.4 조 위안이다. 전체적으로 주요 자금은 작년보다 1.5 조 위안 증가하여 인프라 투자의 성장률을 8 %로 높일 수 있다.

비상 시기에 새로운 대규모 인프라 건설과 안정적인 성장이라는 두 가지 큰 책임을 감당할 수 있을까? 아마도 중국 경제에게 시험은 이제 막 시작되었다.

2. 중국의 스마트 제조도 단점 보완해야 (인민일보 해외판, 2020.3.17)

21 세기에 진입한 이후 스마트 제조는 전세계 범위에서 급속히 발전하여 이미 제조업의 중요한 발전 추세가 되었고, 산업 발전과 분업 국면에 심각한 영향을 미치고 있다. 중국이 이번 신종 코로나 전염병에 대응하는 기간, 스마트 제조 중요한 지위와 가치가 더욱 두드러졌고, 스마트 제조 발전은 한 차례 중요한 기회에 직면해 있다. 물론 그 과정에서 새로운 도전이 찾아올 수 있어 관심을 끌 필요가 있다.

스마트 제조는 차세대 정보 통신 기술과 첨단 제조 기술의 심도있는 융합을 기반으로 하며 설계, 생산, 관리, 서비스 등과 같은 제조 활동의 모든 과정에 걸쳐있으며, 자가 감지, 자가 학습, 자가 의사 결정, 자가 실행, 자가 적응 등의 기능을 갖춘 새로운 생산 방식이다.

스마트 제조의 이러한 특성으로 인해 제조 과정에 수반되는 인력 수, 시간, 방식이 모두 매우 유연하기 때문에, 사람들의 이동과 군집을 제한하는 전염병 조건의 요구에 직면할 때, 스마트 제조 기업은 전통적인 제조보다 더 큰 유용성을 가진다. 여유 공간. 예를 들어, 하이얼(海尔) 스마트 인터넷 공장 생산량은 거의 전염병에 영향을 받지 않았으며, 그 중에서도 포산(佛山) 공장은 작업 재개 후 일일 생산 능력은 전년도보다 30 % 더 향상되어 다른 회사가 남긴 시장 공백에서 분명히 이익을 얻고 있다. 스마트 제조된 많은 제품들도 방역에 투입되어 우한 방역전선에서 CT 보조 진단 및 치료, 스마트 살균 로봇, 약물 배송 로봇 등 스마트 제품의 지원을 제공했다. 또한 마스크와 같은 방역 물자에 대한 수요가 급증하여 대량의 기업이 신속하게 방역물자 생산으로 전환하여 전국 나아가 전세계 방역에까지 효과적으로 도움을 주었다. 이 모든 것은 최근 몇 년 동안 중국 스마트 제조의 큰 진보와 분리할 수 없다. 스마트 제조 산업은 이번 전염병을 막아주는 주기동이며 전염병 이후 경제 성장을 주도하는 주요 엔진 중 하나가 될 것이라고 말할 수 있다.

중국의 스마트 제조 산업은 전염병 이후 한차례 거대한 발전 기회를 가져올 것이다.

한편으로, 전염병은 제품 수요와 소비 방식을 보다 지능화시켰다. 방역기간, 학습 오락 상품구매 맞춤 제작 등, 전통 방식으로는 거의 진행할 수 없었고 스마트 소비방식이 중국 소비의 주류와 핫이슈로 자리잡았다. 전염병 이후 5G 기술 발전은 사회 생활의 지능화를 더욱 촉진할 것이며, 스마트 제조의 시장 규모는 크게 확대될 것이다.

다른 한편으로, 전염병의 거대한 충격은 무인 공장, 스마트 공장의 발전을 일으키는데 강력한 추진역할을 했을 뿐 아니라 교육, 소매, 의료 등 서비스업 심지어 육종 산업의 무인화와 지능화 발전을 촉진하여 사회 자본이 스마트 제조에 투입되도록 이끌었다.

그러나 중국의 스마트 제조는 여전히 특정 도전에 직면해 있다. 강력한 스마트 제조는 고급 제조 수준과 지능화 기술 응용이 결합된 제품으로 현재 이 두 가지 측면에서 중국은 모두 선진국과 일정한 격차가 있다.

중국의 스마트 제조가 비록 광범위하게 응용되지만, 실제로 관건이 되는 핵심기술을 실제로 장악한 것은 많지 않다. 스마트 제조 산업은 자본 집약적이고 기술 집약적인 산업으로 선진국과 경쟁하려면 충분한 자본과 인재가 있어야한다. 전염병의 영향으로 전 세계 권위있는 기관은 연이어 선진국의 경제 성장이

하락하고, 중국 제조업의 전통적인 수출 시장이 위축될 것이라고 예측했다. 또한 글로벌 스마트 제조의 고급 인재는 주로 선진국에 집중되어 있으며, 중국의 관련 인재 수는 중국내 스마트 제조 산업의 요구를 충분히 만족시킬 수 없으므로 이는 스마트 제조의 장기적 발전에 영향을 준다. 중국의 스마트 제조 산업은 가능한 빨리 세계의 선진 수준을 따라잡아야 하며, 많은 단점을 보완해야 한다. 이중 가장 중요한 것은 중국내 시장의 거대한 잠재력의 이점을 충분히 활용하고, 우수한 비즈니스 환경을 조성하며, 글로벌 스마트 제조 산업에서 자본과 인재를 유치하는 것이다. 한편으로는 개방성을 높이고 법률과 규제를 개선하며 중국을 투자하기 적합한 환경을 가진 지역으로 만들고, 다른 한편으로는 국제 인재를 유치할 정책을 개선하여 글로벌 인재가 기꺼이 중국에서 취업하고 창업하고 싶어 하게 만드는 것이다.

스마트 제조 산업의 경쟁은 궁극적으로 고품질 자본과 인재의 경쟁에 달려 있으며, 우리는 반드시 글로벌 관련 요소의 경쟁 속에 더욱 적극적이고 개방적인 태도로 임해, 기회를 잡고, 도전을 맞이하며 스마트 제조의 비약적인 발전을 실현하고, 제조강국 건설을 위해 건설한 토대를 제공해야 한다.

저자: 중국과학원 과학기술 전략컨설팅 연구소(中国科学院科技战略咨询研究院) 연구원

3. AI와 빅데이터가 바꾸어 놓는 건설 현장 작업 환경 (36kr, 2020.3.17)

티에자클라우드박스(铁甲云盒)는 이 솔루션이 시공회사의 장비 임대비와 연료 비용에서 약 2.25 억 위안을 절약했다고 한다.



사진 1) 출처: 티에자클라우드박스(铁甲云盒: 铁甲信息技术(北京)有限公司) 공식홈페이지

최근 '새로운 인프라 건설'이 인기를 얻고 있다. 전통적인 인프라 건설은 여전히 수요가 많다.

"중국의 과거 인프라 건설은 대부분이 규모가 크지만 기술과 관리가 취약했습니다." 티에자클라우드박스(铁甲云盒) CEO 인 후딩진(胡丁军)은 기자에게 말하길 건설 시스템과 기업 자체의

문제로 인해 인프라 건설 시공 기업이 장기적으로 작은 이익만 보거나 심지어 적자 상태에 있다고 하며 많은 관리 수단이 여전히 상당히 조악하다고 했다.

인프라 건설 중 토목 공사를 예로 들어 보자. 시공 기업은 종종 사회에서 장비를 임대하여 시공하며 스스로 장비를 보유하는 경우가 아주 드물다. 장점은 무거운 자산의 비율을 줄이고 설비 휴지기와 유지 보수 비용을 절감하는 것이지만 폐단은 끊임없이 설비의 작업 데이터를 임대 결산과 원가계산의 근거로 수집하고 관리해야 하는 것이다.

현재 대부분의 엔지니어링 프로젝트는 여전히 전통적인 수동 관리 방식을 사용하고 있으며 장비 작동 시간, 가동률, 작업대장, 연료 소비 등의 데이터를 여전히 수동으로 기록하며, 수동 기록은 종종 부정확하고 때를 놓치고, 데이터의 진실성을 보장할 수 없으며 각종 생산요소의 최적 배치와 동태 관리에 도움을 주지 않는다. 프로젝트 실시 관리 과정에서 계획한 목표와 표준에 따라 적시에 합리적이며 보완적이며 과학적인 방식으로 기계 설비를 사용하지 않아 이미 기계 효율을 충분히 발휘하는데 심각한 제약이 생기고 많은 자원과 비용 낭비가 발생한다.

이러한 고충에 대응하여, 윈지커지(云致科技) 천진 유한공사(이하 티에자클라우드박스(铁甲云盒) 라 칭함)는 AI, 빅데이터, 사물인터넷 기술에 기반하여 시공설비 정보화 관리 시스템을 스스로 연구 개발하여, 엔지니어링 기계 설비에 '티에자클라우드박스(铁甲云盒)' 스마트 하드웨어를 설치하여 데이터를 수집하고 시공 설비 정보화 관리 시스템과 배합하여 데이터를 분석하며, 시공 기업의 설비 관리 효율을 높이고 운영 비용을 낮추는데 도움을 준다.



사진 2) 출처: 티에자클라우드박스(铁甲云盒)

티에자클라우드박스(铁甲云盒)는 엔지니어링 기계 산업을 위한 인터넷 플랫폼으로, 건설 기계 산업군 소비자, 제조업체와 대리상에게 산업 정보, 온라인 커뮤니케이션, 중고 거래, 교체 관리, 금융 거래 등의 서비스를 제공한다. 티에자클라우드박스(铁甲云盒)는 창립팀원이 Microsoft 아시아연구소, IBM China

연구센터, KPMG China 등에서 근무했으며 일부 팀원은 엔지니어링 기계 산업에서 10 년에 가까운 경력이 있다.

구체적인 응용 사례에 대해 후딩쥘(胡丁军)은 중티에싼쥬리류(中铁三局六公司)는 콘크리트 혼합소와 토공 공사에 티에자클라우드박스(铁甲云盒)를 사용했다고 말했다. 시공업자는 빅 데이터 화면을 통해 콘크리트 혼합 운반차의 위치와 주행 궤도를 즉시 파악하고 시공 장비의 일 교대 기록에 대한 상세한 기본 데이터를 얻을 수 있으므로, 이전 프로젝트 시공 중 실제 시공 데이터 부족 문제를 해결할 수 있다. 티에자클라우드박스(铁甲云盒)의 IOT 관리자데스크에서는 시공 장비의 상세 작업 기록과 주유 데이터를 꺼내 볼 수 있고, 데이터를 종합 분석하고, 설비 작업률과 이용률을 표시하며, 단일 기계 소모에 대한 통계 분석표를 계산하여, 프로젝트 관리에 대한 참고 데이터를 제공한다.

티에자클라우드박스(铁甲云盒)측은 이미 중국중티에(中国中铁), 중국티에지엔(中国铁建), 중국중자오(中国中交), 루차오그룹(路桥集团) 등 대형 시공회사의 약 300 개에 가까운 시공 프로젝트에 설비관리솔루션을 제공했고, 프로젝트 부서는 설비 임대비와 연료비용으로 약 2.25 억위안 인민폐를 절감했으며 철도, 고속도로, 레일 운송, 도시 엔지니어링, 광업, 수리시설 엔지니어링 등에 걸쳐 활용되었다.

동시에 후딩쥘은 티에자클라우드박스(铁甲云盒)와 IoT 팀이 거의 20 억 개에 달하는 각 시공장면의 동적 데이터를 수집하여 시공 회사의 비용 절감과 효율성 향상을 돕고 소셜 사용자가 장비를 원격으로 제어할 수 있도록 도와줄 뿐아니라, 스마트 도시를 건설할 수 있고 비도로 모바일 장비 감독과 큰 자연재해시 시공설비의 배치에도 도움을 줄 수 있다.

4. 전염병으로 인한 경기악화로 주식시장 연기하는 AI 기업 (봉황과기, 2020.3.18)



사진 1) 상탕과기(商汤科技)

중국 인공지능 (AI) 스타트업 상탕테크놀로지(商汤科技)는 올해 홍콩 IPO 에서 최대 7.5 억 달러를 용자받겠다는 계획을 연기했으며 대신 사모 펀드 시장에서 5 억~10 억 달러를 용자받는 것으로 변경했다. 신종 코로나 19 바이러스의 출현으로 주식 시장이 급락함에 따라 상탕테크놀로지(商汤科技)는 주식 매각 계획을 포기한 또 다른 회사가 되었다.

알리바바 그룹, 쉐캅, 소프트뱅크 그룹을 포함한 상탕테크놀로지(商汤科技)의 투자자들은 작년부터 중국투자은행 중진회사(中国投资银行中金公司)와 IPO 를 체결했지만 상탕테크놀로지(商汤科技)가 미국에 '블랙리스트'로 올랐기 때문에 이 계획은 허사가 되었다.



사진 2) 출처: 상탕테크놀로지(商汤科技 Sense Time) 공식 홈페이지 SenseEngine M20 AI 카메라

로이터통신사는 이전에 상탕테크놀로지(商汤科技)의 2019 년 매출이 전년 대비 200 % 증가한 7.5 억 달러에 이를 것으로 전망하는 보도를 했지만, 이에 정통한 인사들은 투자계획에 익숙한 사람들은 투자 계획의 연기로 인해 상탕테크놀로지(商汤科技)의 현금 흐름은 여전히 마이너스라고 전했다. 상탕테크놀로지(商汤科技)는 기존 및 신규 투자자로부터 5 억 달러에서 10 억 달러 사이의 자금을 조달하거나 IPO 사전 용자 라운드를 실시할 수 있다.

상탕테크놀로지(商汤科技)는 용자 계획에 대해 가부를 말하지 않았다. "현재 단계에서는 공유할 새로운 재무 계획이나 정보가 없습니다."라고 했다. 기업 데이터베이스 Crunchbase 의 데이터에 따르면 설립한지 6 년이 되는 상탕테크놀로지(商汤科技)는 이미 용자 자금이 누적 26 억 달러이며, CEO 인 쉬리(徐立)는 작년 9 월 회사의 가치가 이미 75 억 달러를 넘어섰다고 말했다.

작년에 상탕테크놀로지(商汤科技)는 회사의 점점 발전하는 비즈니스 모델을 설명하기 위해 여러 투자자 컨퍼런스를 개최했다. 상탕테크놀로지(商汤科技)의 현재 사업에는 안면 인식, 로봇 배송, 스마트 건강과 교육이 포함된다.

이 사정을 잘 알고 있는 인사는 비록 경쟁사인 광시테크놀로지(旷视科技)의 IPO 계획이 최근 홍콩 증권 거래소에서 승인받았지만 현재 당면한 어려움을 감안하여 상장을 연기하기로 결정했다. 광시테크놀로지

(旷视科技)의 기술도 미국 '블랙리스트'에 포함되었다. "비록 광시테크놀로지(旷视科技)의 IPO가 승인되었지만, 우리는 기다렸다 하는 것이 더 나은 상장 결과를 가져올 것이라고 생각합니다. 그리고 현재의 시장 상황은 실질적으로 잠시 IPO 창구를 닫았습니다."라고 덧붙였다.



사진 3) 출처: 상탕테크놀로지(商汤科技 Sense Time) 공식 홈페이지. SenseCare 폐부 AI 진단분석제품을 칭다오씨하이안선취 인민병원(青岛西海岸新区人民医院)에서 사용하고 있는 모습.



사진 4) 상탕테크놀로지(商汤科技 Sense Time) 공식 홈페이지.



사진 5) 상탕테크놀로지(商汤科技 Sense Time) 공식 홈페이지. SenseU 인터랙티브 광고기기

신종 코로나 19 바이러스 전염병은 이미 20 만 명에 가까운 사람들이 감염되어 거의 8,000 명의 사람들이 사망했다. 세계 경제가 침체에 빠질 것으로 보이므로 투자자들은 연달아 안전한 피난처를 찾아가고 있다. 1 월 중순에 최고치를 기록한 이후 세계 주식 시장은 이미 거의 20 조 달러가 증발했다.

은행 업계 인사는 사모 펀드 시장의 상황이 약간 낮아지면서도 여전히 사모주식권과 벤처캐피탈 펀드는 '착실하게 벌어도 손해를 보지 않는' 기업에 투자하려 하며, 헤지 펀드도 Pre-IPO 용자를 시작하려는 안전한 회사를 찾고 있다.

ISSUE 및 시장동향

1. 글로벌자동차산업 미래 10년, 여전히 중국을 필요로 하는 이유

— 이오왕(亿欧网)제공

전염병의 영향에도 불구하고 중국은 향후 10년 동안 가장 유망한 자동차 시장이다.

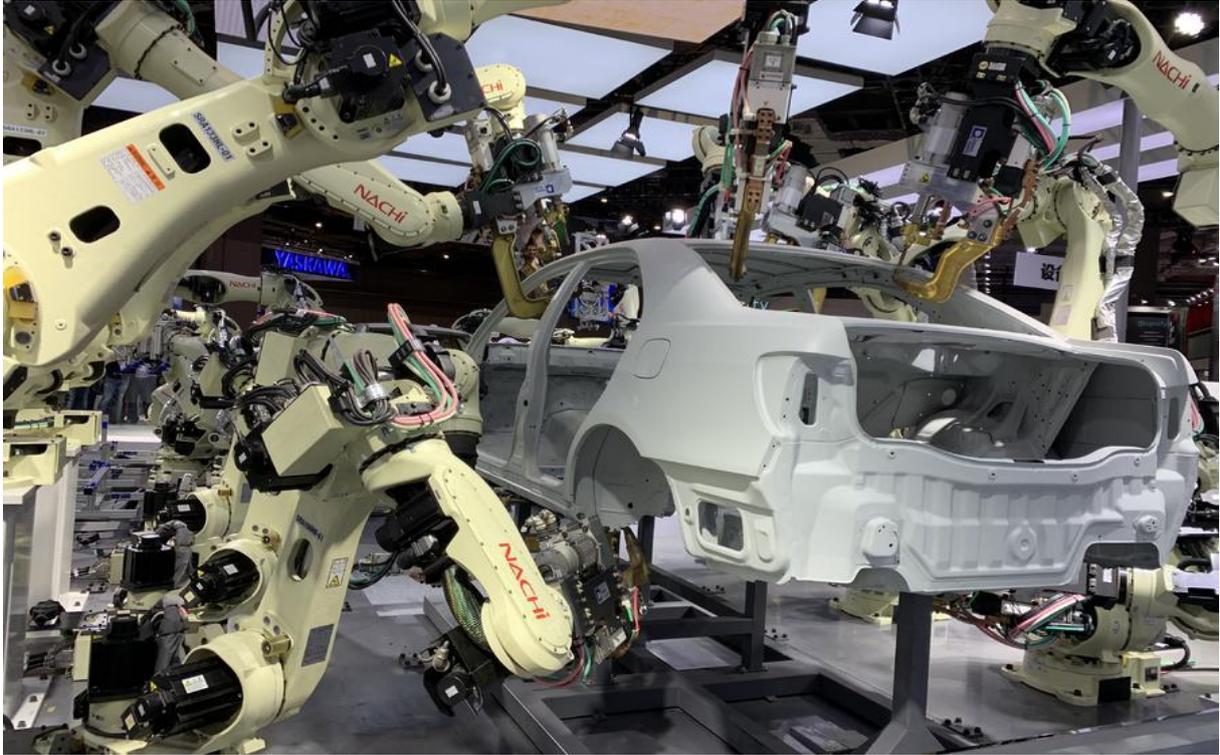


사진 1) 출처: 이오왕(亿欧网)

21세기 들어 세 번째 10년 만에 중국 자동차 업계가 직격탄을 맞았다.

2020년이 시작되어 신종 코로나19 바이러스 전염병이 전국적으로 번지기 시작했고 3월 17일까지 중국의 전국 누적 확진 환자는 8만 1118명, 누적 사망자는 3231명이다.

전염병의 출현으로 전국 각지에 인구 이동을 제한하는 비상 조치가 취해졌다.

사람들의 이동성이 대폭 낮아진 것은 자동차산업에도 막대한 영향을 미쳤다. 생산측면에서는 대량의 근로자들이 제때 조업을 재개하지 못해 자동차업체와 상위 부품업체의 생산이 차질을 빚었다. 수요측면에서는 감염되는 상황을 피하기 위해 소비자들이 집 밖으로 나가는 일이 크게 줄면서 자동차 구매, 택시 탑승, 렌터카 등의 수요가 모두 뚝 떨어졌다.

이 영향은 데이터에도 그대로 반영되었다. 중국자동차협회(中汽协) 데이터에 따르면 지난 2월 중국 자동차 판매대수는 31만 1000대로 전년 동기 대비 79.1% 줄었다. 이 가운데 승용차 시장은 81.7%나 떨어졌다.

비록 전염병 발생의 영향에도 불구하고, 중국은 여전히 전세계에서 가장 성장 잠재력이 높은 자동차 시장이다. 중국의 전염병이 잘 억제된 덕분에 지금 자동차 시장은 이미 회복의 실마리를 찾았다.

2월 셋째 주부터 중국의 자동차 도매 판매는 전년 동기 대비 감소폭이 점차 증가하기 시작했다. 3월 첫째 주 68%까지 떨어졌지만 2월 둘째 주 91%보다 큰 폭으로 상승했다.

이와 동시에 전염병의 발원지인 후베이(湖北)에서도 이미 매일 새로 생긴 환자가 한 자릿수로 안정됐고, 우한(武汉)에 새로 지은 임시병원들도 모두 문을 닫았다. 이 같은 긍정적인 요인에 힘입어 수십 개 우한차 제조업체의 조업이 재개되었다.



사진 2) 출처: Unsplash

중난산(钟南山) 학술원회원은 중국의 경우 6월 말까지는 끝날 것으로 예상했다. 하반기의 전염병 사태가 점차 물러남에 따라 중국 자동차 시장의 수요는 점차 방출될 것이다.

불행하게도, 중국의 전염병이 통제된 지금, 해외에서의 전염병은 더욱 심각해지고 있다. 현재 국외 확진 및 사망자 수는 모두 국내를 넘어섰다. 자동차 업계의 중심인 유럽과 미국에서는 전염병이 빠른 속도로 확산되고 있다.

중국 차시장이 좋아지는 방향으로 전환한 시기에 해외 자동차 시장의 압력은 전염병 때문에 계속 높아지고 있다. 전염병이 전 세계 자동차 산업에 가져오는 충격이 그만큼 크다는 것을 볼 수 있다.

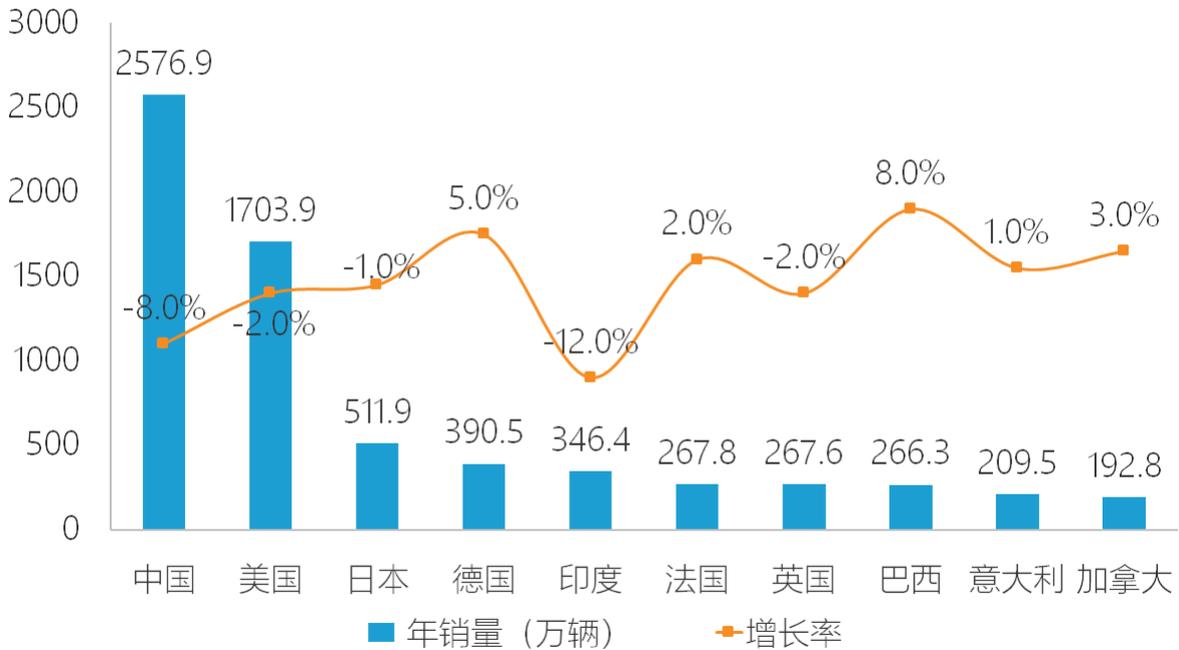
그러나 시야를 멀리 두면 전염병 사태가 종식되면서, 자동차산업 전체가 새로운 발전 단계로 진입하게 된다. 이 시기에는 저성장, 마이너스 성장이 상시적이다. 본지가 보기에, 앞으로 10년 동안 중국은 여전히 전세계 자동차 산업의 중심에 설 것이다.

글로벌 자동차 업계를 휘젓다

2019년 중국의 자동차 판매대수는 전년 대비 8.2% 하락했지만 2576.9만대로 여전히 세계 1위였다.

이에 비해 세계 2 위 시장인 미국의 같은 기간 자동차 판매대수는 1710 만 대에 못 미치고, 전세계 자동차 판매대수는 9000 여만 대에 그쳤다. 이 의미는 중국의 자동차 판매량이 전세계 자동차 판매량의 4 분의 1 이상을 차지하며 세계 2 위를 훌쩍 뛰어넘는다는 것이다.

亿欧 | 2019年全球主要汽车市场销量情况



来源: 数据公司JATO

亿欧 (www.iyiou.com)

표 1) 출처: 데이터회사 ATO. 2019 년 글로벌 주요자동차시장 판매량상황

중국 자동차 시장의 덩치가 큰 만큼 중국 자동차 업계의 요동도 글로벌 자동차업계 흐름에 영향을 미칠 수 있다. 2009 년 중국 자동차 시장이 처음으로 세계 1 위를 차지했다. 이후 2017 년까지 중국 자동차 시장이 줄곧 호황을 누렸다. 반면 전 세계 자동차 시장의 흐름을 보면 이 기간 안정적인 성장세를 보이고 있다.

2018 년 중국 자동차 시장은 성장 여정에서 '급제동'을 밟았다. 2019 년에는 중국 시장이 하락하는 정도가 커졌다. 이에따라 글로벌 자동차 시장도 2 년 연속 하락했다.

이와 함께 중국은 전세계에서 가장 많은 자동차 브랜드를 보유하고 있으며, 이미 대다수 다국적 자동차 거물들의 가장 중요한 시장 중 하나가 되었다. 중국은 폭스바겐·벤츠 등 독일 자동차제조기업의 제일가는 시장이자 도요타·혼다 등 일본자동차 제조기업 두번째 큰 시장이다.

현재 중국 시장의 지위는 이미 글로벌 자동차 시장의 풍향계 중 하나로 자리 잡았고, 중국 소비자의 수요도 주요 선두급 자동차제조사의 최대 관심사 중 하나라고 할 수 있다. 소비자들을 위해 축간 거리를 늘리고, 중국에 특별 공급하는 모델을 밀어주는 것도 모두 중국 시장의 영향력을 보여주는 대목이다.

4 개 새로운 흐름의 중심

중국 시장이 이끄는 것은 당장의 수요뿐 아니라 미래를 향한 새로운 바람이다.

오늘날 전세계 자동차 산업은 전동화, 네트워크화, 자동화, 공유화의 새로운 바람을 향해 나아가고 있다.

수년간 중국은 줄곧 전세계 자동차 산업 전동화의 선도자였다. 2019년 세계 신에너지원 승용차는 221만대가 팔렸다. 그리고 중국 시장에서 신에너지원 승용차 판매량은 106만대로 세계 시장의 48%를 차지한다.

중국은 2009년부터 신에너지차 소비장려 정책을 내놓기 시작했고, 자동차 구매 보조금, 도로권한을 더 주고, 자원 편향 등 여러 방면에서 모두 정책적으로 지원했다. 생산측면에서는 신에너지 마일리지 요구 등 관련 정책이 나오면서 각 자동차 업체들은 신에너지 쪽으로 대거 뛰어 들 수밖에 없었다. 시장 규모 외에도 중국 시장에는 닝더 시대, 비야디 등 신에너지차 핵심 기술을 가진 토종 기업이 탄생했다.

공유자동차 측면에서는 중국의 시장 규모가 전 세계 선두를 달리고 있다. 2019년 말 현재 중국 인터넷호출차량 가입자 규모는 1.85억 명으로 세계 인구 8위인 방글라데시를 제쳤다. 또 중국 인터넷호출차의 유니콘 디디(滴滴)역시 이미 해외 배치를 시작했다. BMW, 님러 등 글로벌 자동차 업체들의 공유자전거 운행 비즈니스도 중국을 해당지역 외의 주요 시범 시장으로 꼽았다.

 2019自动驾驶公司加州路测单次脱离路程前八名					
企业	国别	累计路程 (英里)	脱离次数	单次最高路程 (英里)	脱离率
百度	中国	108300	6	18050.00	0.055
Waymo	美国	1454137	110	13219.43	0.076
Cruise	美国	831040	68	12221.18	0.082
AutoX	中国	32052	3	10684.00	0.094
小马智行	中国	174845	27	6475.74	0.154
Nuro	美国	68762	34	2022.41	0.494
Zomx	美国	67015	42	1595.60	0.627
滴滴	中国	11730	8	1466.25	0.682

来源: 美国加州交通管理局 (DMV)

亿欧 (www.iyiou.com)

표 2) 출처: 미국캘리포니아 교통관리국 (DMV). 2019 자율주행회사 이탈 데이터 상위 랭킹 8위

차 네트워크 영역에서도 중국의 발전 수준은 이미 세계 상위권에 올라 있다.

텐센트, 알리, 바이두 같은 인터넷 회사들 모두 이미 차량 네트워크 기술을 배치하고 있으며 빅데이터 능력은 이들 인터넷 거물들에게 엄청난 경쟁 우위를 가져다줄 것이다. 화웨이도 이미 자동차 산업 진입을 선언하고 스마트 네트워크 분야의 헤드 1이 되는 데 주력하고 있다.

올해 2월 국무원 11부서위원회는 <스마트 자동차 혁신 발전 전략>을 공동 발표하여 스마트네트워크 자동차 산업의 발전 방향을 명확히 제시했다. 동시에 중국은 5G 기지국을 대대적으로 건설하고 있어 V2X 등 차량네트워크 기술 발전에 큰 도움이 될 전망이다.

물론 5G와 V2X 기술의 급속한 발전은 자율운행이 중국에서 상업화 구현을 가속화시키는데 이점이 많을 것이다.

중국은 자율주행 측면의 성적에서도 이미 혁신을 거두었다. 3 월 초 미국 캘리포니아 기동차 관리국(DMV)은 <2019 년 자율주행 이탈 데이터 보고서>를 발표했다. 데이터에서 상위 10 개 기업 중 5 개 사가 중국 기업으로 바이두가 1 위를 차지했다.

마찬가지로 3 월에도 중국은 중국판 자율주행 등급 기준을 발표했다. 이는 미래 자율주행 기술을 위해 관련 정책 제도를 새롭게 뒷받침할 것이다. 앞으로 중국 자율주행 기술 발전을 알아서는 안된다.

베이치산업투자(北汽产投) 총경리 스킴산(史志山)은 본지와와의 교류에서 신에너지, 스마트네트워크 등의 신영역에서 중국은 반드시 세계적인 공급사가 나올 것이라고 밝힌 바 있다.

‘포용하는’ 세상 가속화

중국 자동차 산업의 국제적 위상과 기술 수준이 꾸준히 높아지면서 중국 자동차 업계의 자신감도 커지고 있다. 시기가 무르익어 중국 자동차 업계는 이미 이전의 자기 보호 단계에서 벗어나 산업의 개방 정도도 증가하고 있으며, 세계 자동차 산업과의 교류와 융합도 끊임없이 가속화되고 있다.

2018 년 4 월 국가발전개혁위원회는 자동차산업에서의 외국 투자 지분 제한을 개방하는 시기를 공식 발표했는데, 5 년의 유예기간을 거쳐 중국이 2022 년 승용차에 대한 외국인 지분 제한을 전면 철폐하는 한편 합자시에는 2 개 사를 넘지 않게 한 제한도 취소할 것이라고 했다.

같은 해 10 월 화천바오마(华晨宝马) 설립 15 주년을 맞아 BMW 그룹은 화천바오마(华晨宝马) 지분 비율을 현재의 50%에서 75%로 높이겠다고 발표했다. 2019 년 12 월 다임러 AG 는 현재 베이징벤츠의 지분율을 현재의 49%에서 75%로 높이는 방안을 모색하고 있는 것으로 드러났다.

마찬가지로 2019 년 테슬라는 상하이에 공장을 설립해, 중국내 생산과 판매에 성공해 중국에서 단독 투자하여 공장 건설과 생산에 투입한 최초의 자동차 제조사다.

완성차 공장 외에 중국의 부품업체 개방은 기존 유류차에서 신에너지차 분야로 확대됐다. 2018 년에는 일한계열 동력 배터리 제조업체가 중국에 공장을 건설하는데 속도를 냈다. 올해 2 월 중국 동력 배터리 장착량에서 랭킹 1~3 위 중 줄곧 1 위를 차지했던 닝더시대(宁德时代)를 제외하고, 나머지 2~3 위는 각각 파나소닉과 LG 화학의 2 개 외국 기업이었다.

중국 자동차 산업의 대외 개방 정도는 일부를 통해 전체를 볼 수 있다.

물론 본토 시장 개방, 시장화 경쟁을 독려하는 동시에, 중국 자동차 산업은 점차 ‘해외진출’에 나서고 있다. 2019 년 중국 세관 통계에 따르면 중국의 완성차 수출량은 전년대비 1.0% 감소했지만, 수출 금액은 전년대비 3.28% 증가한 160.45 억 달러이다.

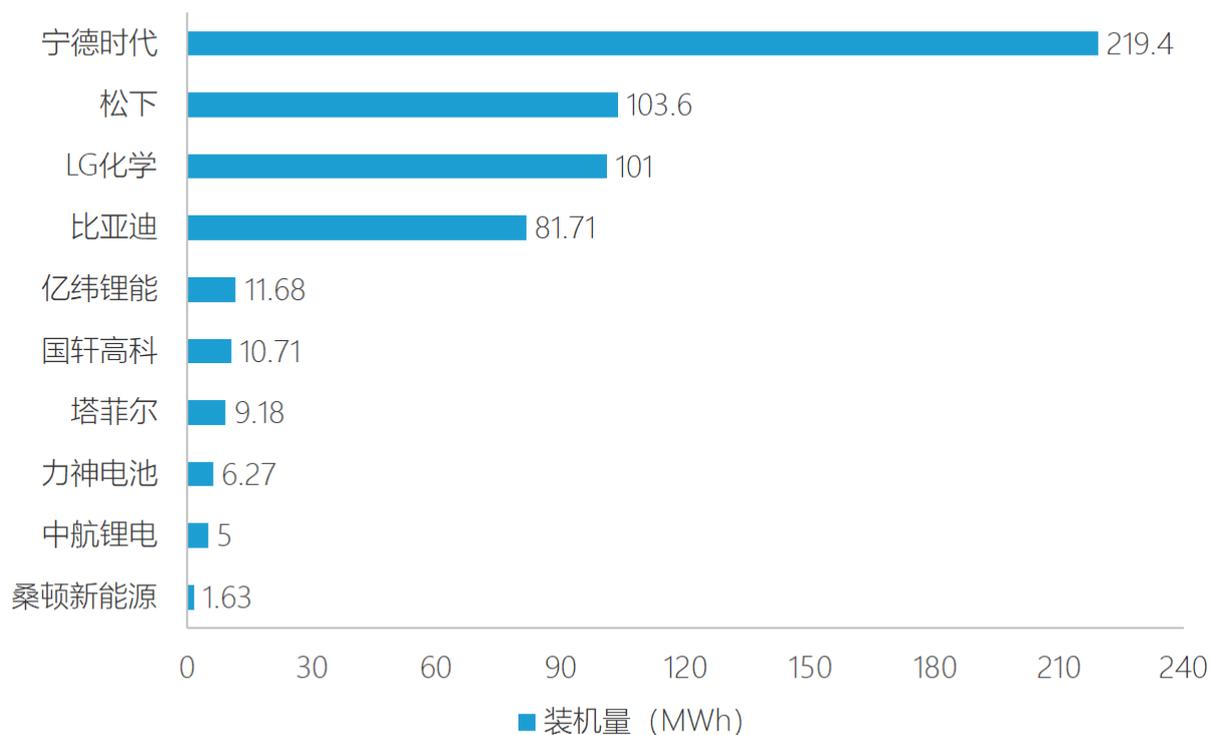
이밖에 중국 자동차업체들도 대거 해외진출 전략을 세웠다. 중국 자동차 브랜드 지리(吉利)는 볼보, 로터스를 인수하고, 펜티엄, 다임러 등의 지분에 참여해 글로벌 자동차 제조사로 자리매김했다. 또한 장청자동차(长城汽车)는 2021 년 WEY 브랜드를 유럽 시장에 내놓을 계획이다.

중국 자동차 업계는 점차 글로벌 자동차 업계와 융합을 가속화하고 있다. 이와 함께 중국 자동차 업계도 세계 자동차 산업에서 발언권 향상에 박차를 가하고 있다.

2019 년 중국의 천명당 자동차 보유대 수는 173 대로 미국의 800 여 대, 유럽의 500 여 대보다 훨씬 낮다. 심지어 1 인당 GDP 가 더 낮은 러시아 이란 등 국가에도 미치지 못한다. 중국 자동차 시장의 발전 공간은 아직 매우 크다고 할 수 있다.



2020年2月动力电池装机总电量TOP10企业



来源: 盖世汽车研究院

亿欧 (www.iyou.com)

표 3) 출처: 카이시자동차연구원(盖世汽车研究院)。 2020년 2월 전기배터리 장착량 Top10 기업

앞으로 10년간 중국 자동차 산업은 한 단계 도약할 수밖에 없다. 향후 10년간의 글로벌 자동차 시장을 연구하려면 중국 자동차 업계는 무시할 수 없는 아주 중요한 것이 되었다.

2. B 스테이션과 지후(知乎)가 미디어화되는 속명 — 티타늄미디어(钛媒体) 제공



사진 1) 출처: 티타늄미디어(钛媒体)

양웨이일도(两微一抖 편집자 주: 웨이신, 웨이보, 도인이 장악한 뉴미디어를 지칭) 이후 app 1 급 레벨은 지후(知乎)일까 아니면 B 스테이션(B 站)일까?

공공 이슈의 참여 능력이나, 사용자가 자발적으로 올리는 전파 의지에서 보든 이 양대 커뮤니티의 전파 외연은 플랫폼 밖으로 넘쳐 흐르고 있다.

코로나 19 전염병이 발병한 후, 지후(知乎)와 B 스테이션 이 두 콘텐츠 커뮤니티 모두 전염병 전문 페이지를 만들었고 웨이보, 위챗 문장 외에도 수많은 사람들이 지후(知乎), B 스테이션으로부터 신종 코로나 19 방역 관련 지식, 전염병 발전 상황, 통제 진행 등에 관한 일련의 정보를 얻었다.

핫이슈 사건에 관한 신흥 미디어 채널인 지후(知乎), B 스테이션 모두 이미 사실상 공공 커뮤니케이션 플랫폼이 되었으며, 공공 화제에 관해 보여지는 모습은 두 제품이 점차 미디어화되고 있는 것으로 보인다.

콘텐츠 또는 소셜 커뮤니티에서 미디어로의 이러한 전환은 웨이보, 트위터, 위챗 등과 같은 플랫폼이 모두 경험한 바다.

이 기사에서는 미디어화 콘텐츠 측면에서 지후와 B 스테이션의 발전 차이와 정보화 시대의 공공미디어 가치에 관해 살펴본다.

1. 즉시로 가는 추세는 정보제품이 미디어화되는 속명?

‘뉴스와 접하지 못하면 심리적 우려는 습관적으로 쌓이게 된다.’

Alan Deborton 은 현대 사회의 기본 특징을 묘사했다. 즉, 사람들이 정보를 즉각적으로 얻고자 하는 수요가 생활 습관으로 고정되어, 이러한 ‘정보’와 ‘뉴스’의 경계가 점차 모호해지는 현상이 특히 두드러진다.

소셜 정보화 정도가 높아질 수록, 즉시 정보를 얻고자 하는 수요가 커져 거의 모든 정보 제품에 영향을 미친다.

지후(知乎)와 B 스테이션 모두 소셜커뮤니티 기반 콘텐츠라는 공통 특징을 가진다. 즉 콘텐츠 응집과 트래픽 누적인데 지후(知乎)는 여러 해를 묶은 문답 기능을 갖고 있고 B 스테이션의 많은 콘텐츠는 '시효성'의 제한을 별로 받지 않는다.

시효가 있는 정보에 대한 사회의 수요는 현재 인터넷 트래픽이 가장 많이 증가하는 것이다. 이로써 생산된 기본 추세는 정보 서비스를 제공하는 플랫폼이 아주 쉽게 트래픽을 얻게 되고 즉각적인 정보로 향해 간다는 것이다.

즉시성이 두드러지는 것은 미디어화의 중요한 특징이다.

이것은 웨이보와 트위터의 '미디어화' 전환에서도 모두 검증된 것이다. 총체적으로 말해서 B 스테이션과 지후(知乎)의 미디어화 과정은 여전히 일종의 성장 전략인 것이다.

다시 지후(知乎)와 B 스테이션의 미디어화 추세를 보라, 어떤 특징이 있고 어디로 향해 가는가?

전염병 확산을 예로 들어 보겠다.

2 월 17 일, 지후(知乎)가 발표한 '전염병 전쟁' 데이터 보고서에 따르면, 전염병 기간 동안 '전염병' 및 '건강'과 관련된 질문이 새로 11.7 만개가 증가했으며 얻은 문답이 50 만개가 넘는다. 관련 문답은 17.3 회 열람되었으며 동의한다를 얻은 수량은 1062 만회에 달한다.

Bilibili 의 '방콕 방역' 빅 데이터 보고서에 따르면 1 월 18 일부터 2 월 18 일까지 사용자는 전염병 관련 영상을 19 억 회 시청했고, 관련 키워드 검색이 1.2 억 회나 되며 총 61218 시간이 되는 관련 영상을 만들었으며 방영 시간은 7 년이 남고 '힘내라'를 전송한 자막은 1235 만 건에 달했다.

전체적인 데이터 전파 관점에서 볼 때, 이 둘 사이에는 큰 차이가 없으며 차이는 전파 세부 과정에서 나타난다.

두 가지 데이터 보고서에서도 드러난다.

지후(知乎)에서 업로드한 '방역페럼' 전문란은 7*24 시간 동안 즉시 업데이트되며 유입량은 거의 10 억 회에 달한다. 국가위생건강위원회, 인민왕, 글로벌 타임즈(环球时报), 신징바오(新京报) 등 3,000 개 사가 넘는 권위있는 미디어와 전문 기구는 지후(知乎)에서 목소리를 내고 과학 지식을 보급했으며, 2 만편의 전문 과학 콘텐츠가 1.56 억회 읽혔다.

한편, B 스테이션은 첫번째로 CCTV 뉴스와 연합하여 실시간 전염병 전문 페이지를 열었으며, 전문 페이지의 누적 열람횟수는 6.4 억회에 달했고 영상 방영 횟수는 9.3 억회, 전염병 전선 라이브방송 시청자 수는 2166 만회, 각 구역 스트리머의 전염병 과학 보급류 영상 누적 방영량은 3.6 억회에 달하고, 7200 만회의 상호 작용을 일으켰다.

앞서 언급 한 바와 같이, '양웨이일도(两微一抖)로 가는 과정에서 지후(知乎)와 B 스테이션은 더 많은 콘텐츠 카테고리를 제공하며 사용자를 미디어, 기관과 연결하는 퍼블릭 미디어의 속성도 보이고 있다.

전반적으로 이 둘의 차이점은 여전히 콘텐츠 형식과 트래픽 배합에 있다.

지후는 역시 Q & A 텍스트의 내용이 지배적인 위치를 차지하고 우선 순위를 '우수한 질문에 대답하는 것 위주'로 표시하고 고품질 문답이 가장 중요하다.

B 스테이션은 영상을 제일가는 형식으로 취하고 우선 순위는 '테마 선택 비디오 -UP 주'이지만, 실제로 스트리머를 중심으로 한 '방사 반경'은 여전히 B 스테이션 전파의 중요한 형식이다.

이외에도 지후(知乎) Hot List 를 시작으로 지후(知乎)는 '웨이보 핫검색'식의 운영 전략을 제시하기 시작했으며, 플랫폼의 추천 유입 기능을 지속적으로 향상시켰고, 전염병 소식 전파와 관련된 계획과 운영도 뛰어났다.

B 스테이션은 공식 미디어와, 특히 CCTV 뉴스와의 협력으로 TV 라디오 매체의 부분적인 방송 기능을 이어받았다.

이와 관련하여 더 분명한 차이점은 지후와 B 스테이션의 방송 주체의 차이이다.

비교적 진짜인 지후 네티즌이 '제기한' 답변과 '선택된' 답변은 어느 정도 응답자의 권위성을 없애며, 자주 일종의 '저자가 이미 죽었다'는 의미가 된다. 문답의 주체성은 독자에게 기울어져 있고 이러한 형식은 비교적 대인 전파에 적합하지 대중 전파에는 적합하지 않다.

따라서 지후 답변 혹은 전문 테마의 총량은 적지 않지만 트래픽은 비교적 분산되어 있으며 단일 질문이나 답변을 수백만 또는 수천만까지 생성하기 어렵다.

B 스테이션은 UGC 가 지배하는 콘텐츠 커뮤니티이지만 최근에는 트래픽의 누적 효과가 점점 더 두드러지고 있다.

우선, 비디오 형식은 여전히 콘텐츠 생산을 위한 가장 높은 진입장벽이며 실제로 '모든 사람마다 제작'할 수는 없다. 둘째, B 스테이션의 영상도 비록 '원 클릭 3 링크' 사용자 선택 메커니즘이지만 콘텐츠 해석에 관한 발언권은 여전히 UP 주에게 있다.

비록 모두가 B 스테이션이 학습 소프트웨어라고 하지만 B 스테이션의 콘텐츠는 전체적으로 광범위하게 오락화되었으며 사용자는 각자 '수박 먹는 사람'의 역할을 하며 서로 다른 취향에 따라 자신에게 맞는 '수박'을 선택한다.

'수박'맛이 좋은지 아닌지는 사람마다 다르며 이는 각자의 흥취에 따라 간다.

양자간의 전파주체의 차이를 반영한 사례 하나

무사재경(巫师财经), 업데이트되고 안정적인 '하드코어 재경'비디오를 통해, B 스테이션은 3 개월 동안 (현재 2854.4 만명) 수백만 명의 팔로워를 유지했으며, 2019 년 B 스테이션의 다크호스 UP 주가 되었다. 그러나 도반豆瓣), 지후(知乎)에서 사기, 개조, 표절 문제는 곧 잡아낼 것이다.

이는 플랫폼 내 주체성의 차이로 인한 관중 피드백의 차이이다.

두 플랫폼의 주요 계정 상태에서 이로 인한 트래픽 집계 차이 확인할 수 있다.

2019 년 9 월 QuestMobile 에서 발표한 <2019 중국모바일인터넷 추계대보고>에 따르면 지후의 월 평균 활성사용자 수는 4865 만 명이며 같은 기간 동안 B 스테이션의 월 활성사용자 수는 1 억을 넘었다.

B 스테이션과 지후(知乎)의 월 활성사용자 데이터의 차이는 두 배가 나지만 두 플랫폼 헤드 계정의 팔로워 크기 차이는 두 배를 넘는다.

지후(知乎) 네티즌 통계에 따르면 2019년 6월까지 지후 플랫폼에서 백만 명 이상의 팔로워를 보유하고 있는 사용자는 단지 장지아웨이(张佳玮)와 리카이푸(李开复) 두 명이다.

현재 이 목록에서 상위 10위 사용자 중 장지아웨이와 리카이푸는 팔로워 성장이 매우 제한적이며 장샤오베이(张小白), 리마오(李淼), warfalcon, 티엔지순(田吉顺)이 막 백만 명 이상의 팔로워를 확보했다.

그러나 B 스테이션에서는 수백만 팔로워가 점차 일종의 측정 단위가 되었으며 B 스테이션 서클의 팔로워 효율은 여전히 가속화되고 있다.

란징훈슈이(蓝鲸浑水)는 1월 통계를 발표했으며, 2019년 백대 Up 주 중에서 팔로워 수가 가장 많은 라오판지아(老番茄)는 777만 명의 팔로워를 보유하고 있었다. 팔로워 수가 가장 적은 100대 Up 주는 백만이 넘는 팔로워를 보유하고 있었다. (bilibili 공식 계정 팔로워 제외)

또한 상위 100개의 UP 마스터 목록에 없는 37명의 UP 마스터가 있으며 백만 명 이상의 팔로워가 있다 (공식 빌리 빌리 계정 제외).

현재 라오판지아(老番茄)의 팔로워 수는 956.6만 명에 이르렀으며, 핑티모(冯提莫)는 B 스테이션에서 4일간 생방송한 후 백만 명의 팔로워를 얻었다.

중국법정대학 교수 루어상(罗翔)의 형사법 과정이 B 스테이션에서 인기를 얻은 후, 3월 9일 루어상은 B 스테이션에서 '루어상이 알려주는 형법' 계정을 개설하고 단지 3일만에 2분 정도의 개인 소개 영상의 방영량이 330만회를 초과하고 팔로워 수가 100만을 초과했다.

B 스테이션은 여전히 광범위한 엔터테인먼트 비디오 플랫폼이며, 트래픽의 집계 효과는 더 진일보할 것이다.

2. 소셜커뮤니티 미디어화의 두 가지 가능성

지후(知乎), B 스테이션은 하나는 그래픽과 문자위주, 다른 하나는 영상 위주로 함께 두면 비교적 소셜커뮤니티 제품의 특징에 기인하며 공동 관심과 행동 방식을 모은다.

마찬가지로 UGC 커뮤니티, Q & A가 핵심인 지후는 '묻고' '답'이 없는 것이 불가능하다. 그러나 영상 콘텐츠가 핵심인 B 스테이션의 경우 실제 UGC 콘텐츠는 여전히 스트리머에 의해 올라간다.

결국, 동영상 댓글 자막은 커뮤니티 문화이지 창조가 아니다.

앞에서 언급했듯이 지후(知乎)는 독자의 주체성에 더 편향되며, 이 모델은 '대인 커뮤니케이션'에 더 적합하다. 지후 사용자가 무엇을 묻고, 무엇에 답변하는가, 어떤 문답을 열람하는가, 주로 사용자의 개인 관심사, 인지 수준, 약한 커뮤니티 관계 등을 기반으로 한다.

'문제'의 기본 커뮤니케이션 체인에 기초하며, 지후의 단일 콘텐츠는 '대중 전파' 즉 '폭발'되기가 아주 어렵다.

따라서, 플랫폼 측의 콘텐츠 운영이 매우 중요하다. 온라인 지후 핫리스트는 지후가 주도적으로 핫 이슈의 트래픽을 추구한다는 것을 의미하며 결국 꾸준히 '새로운 뉴스'의 특징이 독자의 흥미를 불러 일으킬 것이다.

지후가 미디어화를 추진하는 것은 웨이보, 트위터와 유사한 그 해의 제품 미디어화 전략이며, 새로운 사건은 아니다. 그러나 현재 주목과 뜨거운 토론을 불러 일으키는 다양한 정보가 새로운 여론의 장을 형성하고 있다.

반면에 B 스테이션의 미디어화는 실제로 원래 콘텐츠 프레임 워크에 여전히 있다. 테마 주제를 설정하는 것은 비일상적인 형태의 수단에 불과하다.

B 스테이션 미디어화의 또 다른 특징은 바로 주류 매체와 합작하여 예를 들면 CCTV 뉴스와 협작하여 전염병 상황을 보도하고, 인민일보, Global Times 와 연합하여 만화 작품을 내보는 것이다.

앞으로 더 많은 주류 미디어가 B 스테이션을 홍보의 핵심 플랫폼으로 사용할 것으로 예상된다.

B 스테이션의 미디어화는 제품 포지셔닝의 변화나 일종의 고정화, 전문 통로가 되는 것이 아니며 임시 주제, 심지어 송년완회 등 유연성이 강화된 설정이며 원래의 스트리머 주 핵심 콘텐츠 생태를 변경하지 않는다.

결국 미디어 콘텐츠는 자연스럽게 파편화되고 반구조적이며 '지식'에 상반된다.

일반적으로, 미디어화는 B 스테이션과 지후로서 콘텐츠의 조정일뿐만 아니라 상업화의 일종의 복선이다.

3. 우리는 어떤 종류의 공공 미디어가 필요한가

당대 온라인 여론의 장은 고립된 섬이 아니라 분리되어 있지만 때때로 연결되어있는 전체다.

모모(脉脉 편집자 주: 인맥 네트워크로 취업을 하는 소셜커뮤니티 앱)에 의해 촉발된 '직장 996(职场 996 편집자 주: 9 시에 출근하여 9 시에 퇴근하고 10 시간 일하며 월요일부터 토요일까지 주 6 일을 일하는 IT 기업의 일반적인 근무형태를 뜻함)화제는 Weibo 에서 널리 퍼진 후 지후, 위챗의 토론 환경으로 되돌아갔으며, UP 주는아귀축생 영상을 만들어 B 스테이션에 올렸고 우리는 이러한 종류의 정보가 전파, 소화, 재생산되는 환경에 놓여있다.

이 과정에서 사람들의 관심, 논쟁, 공감은 '섬을 대륙으로 연결하는' 첫 번째 단계다. 많은 문제가 어렵거나 해결할 수없는 경우에도 더 보편적인 가치를 지닌 공공의제가 비로소 드러나게 된다. 비록 많은 문제들이 해결하지 어렵거나 심지어는 풀리지 않는 것일지라도 말이다

"우리가 얻는 너무 많은 정보는 우리 자신의 소화 능력을 넘어서는 데이터 또는 추상적 사실입니다."(Alan Deburton, News Rush)

사람들은 지금처럼 시시각각 뉴스와 정보의 충격에 직면한 적이 없으며 개인에게 정보 과부하로 인한 공황, 불안, 흥분, 질투 등의 정서는 그다지 유용하지 않다.

Alan Deburton 에 따르면, 뉴스 (원래 국제 뉴스)의 가장 큰 이점은 사람들이 자신의 개인적인 한계를 극복하고 공감을 확장하며 자신 이외의 다른 화제에 주목하고 우리와 다른 사람들 사이의 상상력 접촉을 장려해 실질적 지원과 상호 이해를 하는데 도움이 된다는 것이다.

B 스테이션 UP 주 @ 林 晨 同学은 1 월 24 일 Volg '우한 봉쇄 후 24 시간'을 발표했는데, 이는 B 스테이션에서 848 만 방영, 웨이보에서 3659 만 번 방영되었으며 CCTV 에서도 이용해 우한 이외의 더 많은 사람들이 공감하게 했다.

웨이보 사용자 @ 孔维 w 는 2 월 2 일에 <우리들의 최고로 좋은 시대, 바로 지금> 이라는 편집영상을 발표하여 9688 만회 방영되었고 웨이보 네티즌의 평론 중 '선량', '감동'이라는 단어가 가장 높은 빈도로 쓰여졌다.

과학뉴미디어 PaperClip 은 2 월 2 일에 <코로나 19 폐렴에 관한 모든 것>이란 영상을 발표했는데 전문성을 띤 이미지로 대중 과학을 보급했다. 이 영상은 텐센트영상에서 4758.8 만회 방영되었고 웨이보에서는 1.1 억회 방영되었으며 많은 관영 매체에서 연달아 퍼갔다.

'뉴스를 확인하는 것은 귀에 조개 껍질 하나를 대고 전인류의 포효로 자신을 잠기게 하는 것과 같다. 더 무겁고 참혹한 사건을 통해 우리는 사소한 일에서 벗어나야 하고, 더 큰 명제가 우리 자신만의 근심과 의혹에 집중했던 것을 덮어버리게 됩니다.'

코로나 19 전염병 상황에서, 이러한 전염병에 있는 개인의 운명에 초점을 맞춘 작품은 소셜 미디어를 통해 전파되어 오늘날 사람들에게 심리적 지원을 제공할뿐만 아니라 우리들이 겪고 있는 역사를 검토할 수 있는 기준이 될 것이다.

3. 신소비를 품은 왕이엔수엔(网易严选)의 변화 — 36kr 제공

왕이엔수엔(网易严选)은 브랜드 업그레이드를 진행하고 있으며 브랜드 발전 노선을 점차 구체화하고 있으며, 향후 왕이엔수엔(网易严选)은 브랜드 향상을 위해 힘쓰고 전문적으로 라이프 스타일 홈 브랜드 방향으로 집중하여 사용자 경험을 보장하고 품질을 추구하는 신소비 브랜드 이미지를 만들어내려 하고 있다.



사진 1) 출처: 36kr

전염병 기간, 허다한 전자 상거래 플랫폼이 운송을 중단하거나 지연할 때 왕이연수엔(网易严选)은 '가격인상 없음, 폐점 없음, 물류 운송정지 없음'과 '0.01 위안 기부 마스크'실시로 사용자에게 깊은 인상을 남겼다. 후베이성 내에는 거의 70%가 7일 이내에 배송 완료되었고, 후베이성 이외 지역에는 택배의 거의 70%가 3일 이내에 배송 완료되었다.

사실, 한 기업이 사용자의 마음을 사로잡았을 때, 그것은 바로 그 비즈니스 모델이 진일보하여 검증되었다는 방증이다.

'M형 소비'중의 왕이연수엔(网易严选)

2016년 4월, 왕이연수엔(网易严选)이 공식적으로 오픈되었다.

왕이(网易)가 연수엔(严选) 비즈니스를 출시할 때 세간에는 많은 말들이 있었다. 예컨대 '슬리퍼와 타월로 천하를 두드린다'는 얘기부터, 링레이(丁磊)의 '이커머스로 왕이를 재구축한다'는 작은 목표 등..... 이러한 스토리의 배후에는 인정할 수밖에 없는 사실이 있었는데 바로 왕이연수엔(网易严选)이 전자 상거래 산업에 미치는 영향을 알볼 수 없다는 것이다.



사진 2) 출처: 36kr

좀 더 세심한 사람들은 또 다른 배경을 생각할 것이다. 2015년 겨울은 중국 제조산업에서 특수한 시기였다. 제조업 이전의 영향으로 '계란을 한 바구니에 담았던' 무수한 공장이 파산을 선언했다. 왕이연수엔(网易严选)과 유사한 플랫폼이 출현했고 변화를 추구는 제조 공장이 인터넷과 연결하여 기회의 창을 열었다.

링레이의 이커머스 꿈이든 제조업의 인터넷에 대한 갈망이든 모두 어느 정도는 왕이연수엔(网易严选)이 탄생한 원인을 설명할 수 있다. 이 단계에서 왕이연수엔(网易严选)이 하는 것을 보고 이해해야 하고, 미래 선택할 수 있는 방향은 더 거대한 거시적 추세 위에, 즉 사회적 소비 구조의 진화에 세워져야 한다.

중국내 거주자의 가처분 소득과 지니 계수의 관점에서 장기적으로 고소득층과 저소득층의 소득 격차는 계속 증가할 수 있으며, 중국의 사회 소비 구조는 점차 일본의 세기 초 'M 자형 소비'에 가까워짐을 보여준다. 한쪽은 고급 소비품으로 대표되는 소비 행위이며, 다른 한편은 상대적으로 실용적인 소비 행위로 중국은 거의 2년간 여러 소비 방식이 동시에 존재했다.

그러나 '다원적 대립'의 소비 현상은 분명히 'M 형 소비'의 전부가 아니다. 두 극단의 중간에 또 하나의 거대한 소비자 그룹이 있고 그들은 가성비가 좋은 지출을 하면서 주도적으로 서비스하고 개성화된 제품 품질을 중시한다. 일본 시장에서 Uniqlo, MUJI 와 같은 브랜드가 새로운 중간 브랜드로 자리잡았다. 중국 시장이 비슷한 소비 구조를 보일 때, 이 소비자 그룹의 요구를 충족시키는 것이 왕이옌수옌(网易严选)의 선택이다.

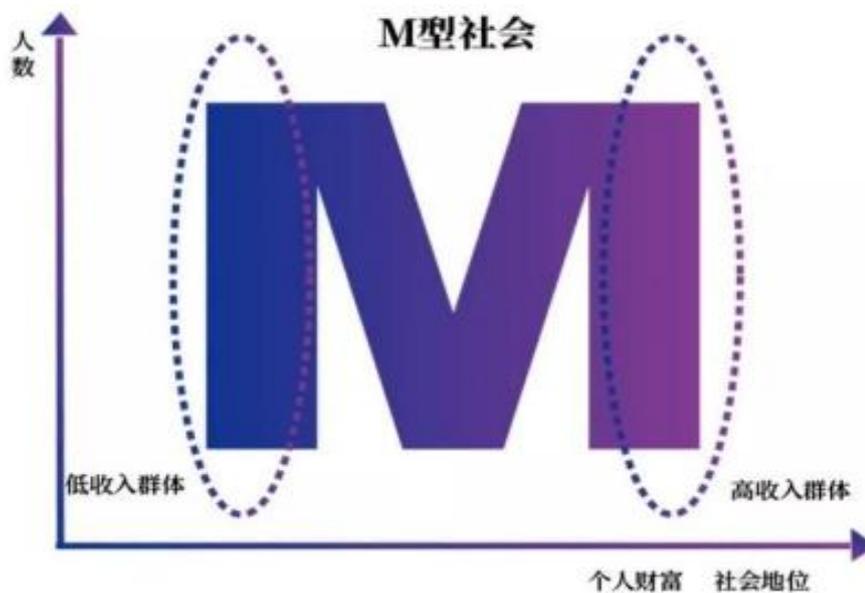


표 1) 출처: 36kr. M 형 사회, X 축-개인재부, 사회지위, Y 축-사람 수, 왼쪽은 저소득 그룹 오늘쪽은 고소득 그룹이 M의 대칭이 되는 자리에 있다.

결국 왕이옌수옌(网易严选)과 같은 자영 브랜드의 출현은 'M 형 소비'와 인터넷이 충돌한 산물이라고 할 수 있다.

2019년 6월 아이미디어컨설팅(艾媒咨询)이 발표한 <2019 New China Brand 시대 중국브랜드 발전 전문테마 연구보>에서 여러 가지 요인으로 인해 중국내 소비자는 더 이상 국제 브랜드를 맹목적으로 추구하지 않으며 점점 더 새로운 중국 제품이 중국 소비자의 인정을 받고 있다. 이중 왕이옌수옌(网易严选)으로 대표되는 혁신적인 국가 브랜드는 품질과 가성비를 추구하고 중국인 소비의 업그레이드 요구를 만족시키며 새로운 국가브랜드의 대표가 되었다.

왕이옌수옌(网易严选)과 같은 전자 상거래 브랜드가 새로운 소비 트렌드에 미치는 영향은 이미 육안으로 볼 수 있으며, 특히 사용자 습관 측면에서, 왕이옌수옌(网易严选)은 중국을 대표하는 브랜드로 사용자 인식을 재구성하고 있다.

전환점 위에 놓인 왕이옌수옌(网易严选)

왕이엔수엔(网易严选) 자체로 돌아가서 왕이엔수엔(网易严选)이 이전에 공식적으로 한 말을 참고해보자. '현재 왕이엔수엔(网易严选)은 여전히 발전의 첫 단계에 놓여 있다. 실제 제조업체와 합작하는 최상의 모델을 찾고, 공급망의 비용을 잘 통제해야 한다. 엔수엔(严选)과 실제 제조사의 결합이 이미 아주 좋을 때까지 기다려 공급체인 원가는 낮아지고 품질 각 방면에서 엔수엔(严选) 기준에 도달할 때 우리는 제 2 단계에 진입한 것이라 할 수 있다. 제 2 단계는 발전 규모를 필요로 하지만 반드시 제 1 단계의 기반 위에서 건립해야 한다.'



사진 3) 출처: 36kr

시간상에서 보자면 왕이엔수엔(网易严选)은 4 년이상 운영되며 기본적으로 제 1 단계를 완성했고 현재 규모화의 전환점에 처해 있고 점점 더 많은 도전도 따라오고 있다.

예를 들어, 현재 단계에서 왕이엔수엔(网易严选)의 상품의 풍부성 정도는 사용자의 모든 요구를 충족시킬 수는 없지만 SKU(편집자 수: stock keeping unit. 재고품이 선반에 진열될 때의 단위란 데에서의 호칭으로 유닛 컨트롤을 전제로 한 상품단위. 출처: 패션전문자료사전)의 증가는 각 제품 재고 관리의 어려움도 수반한다. 현재 왕이엔수엔(网易严选)의 평균 재고주기는 90 일로, Uniqlo 의 83 일과 거의 같은 수준이다. 문제는 SKU 가 더 풍부해진 후에도 지금과 같은 우수한 재고 현황을 유지할 수 있느냐이다.

다시 예를 들어 왕이엔수엔(网易严选)은 사용자 의사 결정 비용을 절감할 수 있다는 이점을 계속 보유하고 있으며, 플랫폼의 SKU 가 계속 확장될 경우 평판이 그저그렇게 될 수 있고 심지어 품질이 기대보다 훨씬 낮은 제품이 있을 수도 있다. 일단 이러한 상품이 일정 비율을 차지하면 반드시 사용자의 브랜드 충성도는 사라지게 된다.

비즈니스의 빠른 발전과 동시에 왕이(网易)도 인사쇄신을 단행했다.

왕이엔수엔(网易严选)의 창업 멤버인 량진(梁钧)은 왕이(网易)로 돌아와 엔수엔(严选)의 CEO 를 담당했으며, 스웨이(石闻一)는 왕이엔수엔(网易严选)의 COO 가 되었다. 외부에 그리 알려지지 않은 두 명의 '새로운 얼굴'은 또한 외부 세계가 왕이엔수엔(网易严选)의 '다음 행보'에 더 큰 호기심을 갖게 했다.

외부에서 습관적으로 경시되는 것이 량훙(梁钧)은 일찍이 2003 년 이전에 왕이(网易)의 부총재를 역임했으며 동시에 왕이(网易) 무선 사업부 책임자였다. 이후 왕이에서 나와 점차 미디어 시야를 보이게 되었다. 스웨이(石闻一)는 왕이(网易)에서 일하기 전 루어란베이커(罗兰贝格)와 까오성(高盛)에서 일했다. 그 후 이직해 고급 중고차 거래 플랫폼인 '요이차(又一车)'를 창립했다. 신관리층의 '창업가' 신분은 여지없이 덩레이의 심중의 비중과 전환점상에 있는 왕이엔수엔(网易严选)이 창업가 정신이 필요함을 혹은 창업가와 태생적 민감성을 필요로 한다. 덩레이(丁磊)의 마음의 무게인 변곡점에서 인터넷이 엄선하기 위해서는 창업가의 마음가짐이 필요하다거나, 창업자의 태생적 예민함이 그대로 담겨 있다.

미디어 인터뷰에서 량훙(梁钧)의 진술에 따르면 2020 년은 왕이엔수엔(网易严选)의 브랜드 상승의 원년으로 간주되며, 직설적으로 말해 왕이엔수엔(网易严选)의 특징 중 하나는 품질 관리라고 했다. 왕이엔수엔(网易严选)은 '초심으로 돌아가 내공을 수련하고 긴 안목을 설립하는' 전략이 뚜렷하지 않은 것은 아니다. 며칠 전 스웨이(石闻一)는 혼돈대학(混沌大学) 편집자 주: 혁신과 관련된 교육을 하는 온라인교육기관의 생방송 수업에서 왕이엔수엔(网易严选)의 운영방법론을 외부에 알리고, 자원을 고효율로 이용하는 DTC 방식을 고수하며, 저배율의 정가를 통해 우수한 공급업체와 사용자를 직접 연결하며, 품질 관리 측면에서 요구는 좋아요 평가율이 반드시 95 % 이상이어야 한다고 했다. 라이브방송 과정은 많게는 7500 개에 달하는 댓글이 교류가 일어났으며 어떤 네티즌은 스웨이를 '재능과 미모를 겸비한 COO'라고 칭찬했다.

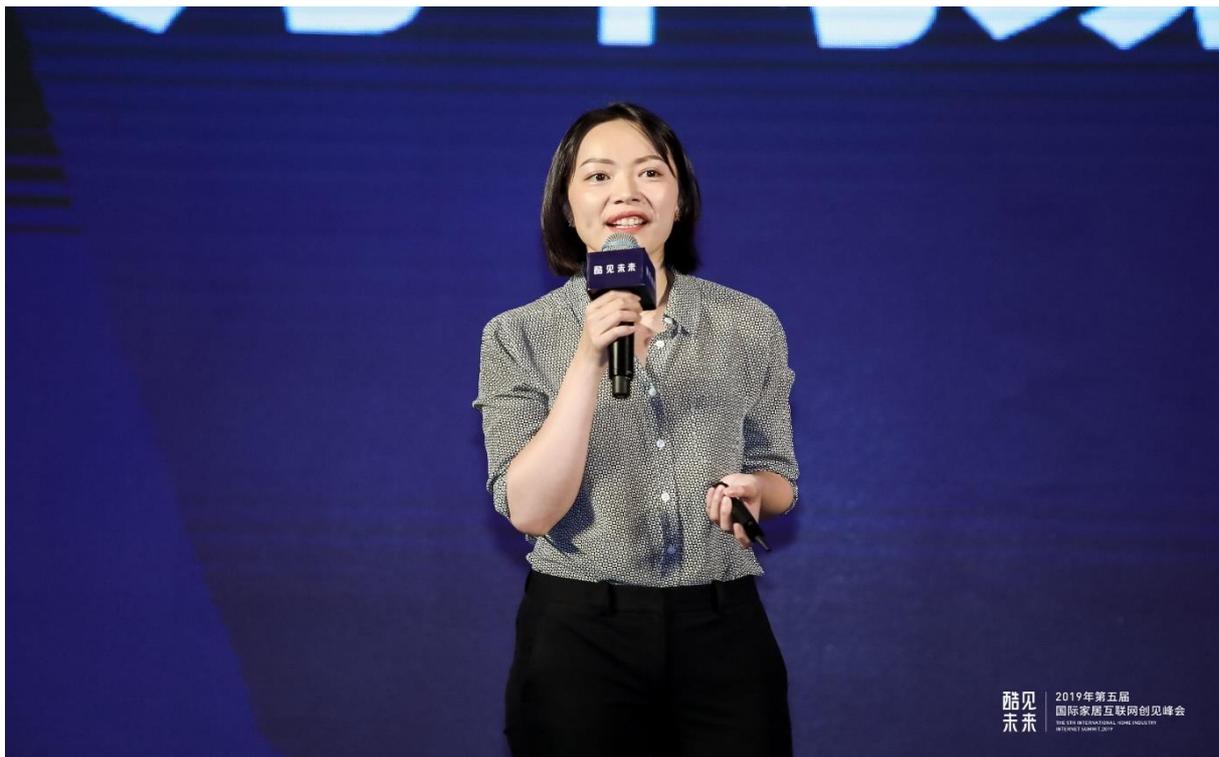


사진 4) 출처: 커지콰이바오(科技快报) 왕이엔수엔(网易严选)부총재 스웨이(石闻一)

사실, 왕이엔수엔(网易严选)가 이러한 선택을 하는 데에는 이유가 없지 않으며, 'M 형 소비'구조 하에서의 소비는 점점 더 합리적이 될 것이다. 바로 자신을 기쁘게 하고 신경을 덜 쓰게 한다. 브랜드는 더 나아가 사용자의 마음을 만족시키고 끊임없이 성숙되게 연마해야 한다. 동시에 카테고리 입구에서 브랜드 입구까지 제품을 구매하는 소비 구매에 대한 소비의 방향이 점점 더 분명해지고 있다. 복잡하고 광대한 상품풀에 직면하여, 사용자들은 브랜드를 통하여 자신의 '개성 설정'을 표현하고 있으며, 브랜드 포지셔닝의 세분화는 맹목적으로 규모화를 추구하는 것보다 훨씬 가치가 있다.

잠재적인 소비 트렌드와 왕이엔수엔(网易严选)의 전략적 주장을 이해한 후, 왕이엔수엔(网易严选)의 비즈니스 공간을 판단하는 것이 더 객관적일 수 있다.

공개된 정보에 따르면, 왕이(网易) 채용 웹 사이트에 교육, 음악, 전자 상거래, 게임 등 핵심 부문을 포함하여 2,600 개 이상의 새로운 일자리가 개설되었다. 현재 전염병의 원인으로 인해 왕이(网易)는 '클라우드 모집' 모델을 출시했으며, 구직자는 온라인으로 직책부와 원격 인터뷰를 신청할 수 있으며, 요건을 충족하는 사람들은 전자 서명으로 원격 입사 절차를 밟을 수 있다.



사진 5) 출처: 36kr, 왕이의 클라우드 구인구직

클라우드 입사를 통해 막 왕이엔수엔(网易严选)에 들어온 신입 사원에 따르면, “전염병 기간 동안 왕이엔수엔(网易严选)로부터 offer 을 받았으며 매우 기쁩니다. 일자리를 찾을 때의 걱정과 불안감이 사라졌고 안심이 되었습니다. 특히 이번에는 전염병기간에 참가한 사람으로서 후베이 공익활동 자원봉사자로 참여했으며 스스로 운이 매우 좋다고 생각합니다.”

현재 적지 않은 직원들이 여전히 '클라우드 입사'를 통해 왕이엔수엔(网易严选)에 들어온다.

왕이엔수엔(网易严选) 담당자의 소개에 따르면 왕이엔수엔(网易严选)은 현재 브랜드 향상을 위해 힘쓰고 전문적으로 라이프 스타일 홈 브랜드 방향으로 집중하여 사용자 경험을 보장하고 품질을 추구하는 신소비 브랜드 이미지를 만들어내려 하고 있다고 한다.

4. 양자컴퓨터 시리즈 39) 전염병과의 전투에서도 멈추지 않는 중국 양자컴퓨터 연구 — 과기일보(科技日报) 제공

'지난 2 개월 동안 난징 대학교 전자 공학부 장자바오(张蜡宝) 교수, 우페이형(吴培亨) 학술원 회원팀과 중산대학(中山大学) 차이쑤롄(蔡鑫伦)교수가 합작하여 실험실에서 최초로 칩 기반 양자 통신 수신기의 연구개발과 테스트를 완성했다. 이는 미래 실용 양자 통신에서 중요한 한 걸음을 더 나아간 것이다.' 3 월 21 일 난징 대학교 고체 미세 구조 물리학 중점 실험실인 마샤오송(马小松) 교수는 기자에게 전염병 기간, 그들은 수중에 국가 중점 연구개발 계획인 '인공 미세 결합구조 중의 양자, 양자 유사 효과, 기능 집적 광자 칩'을 연구하고 있었으며 단계적 발전을 거두었다고 했다. 이 프로젝트는 칩 소자 간 호환성 문제를 돌파하고, 핵심 기술을 발전시키고, 효율적인 다기능 집적광 양자 칩을 개발하고, 특정 양자 정보 처리를 실현하려 하고 있다.

최근 신종 코로나 19 바이러스의 영향으로 남경 대학교는 개학 시기를 늦추었지만 고체미구조 물리 국가 중점실험실이 촌각을 다투는 과학연구에 영향을 주지는 않고, 여러 팀이 원격 모니터링과 사제 온라인 토론하는 방식으로 테스트했다.

중국 광학 발전에서 십대 진보를 골랐고 양자 통신에 파고 들었다

마샤오송(马小松) 팀에는 우한 호적의 연구원생 장페이위(张佩瑜)를 포함하여 약 30 명이 있다. 전염병 기간 중 장페이위는 집에 돌아가지 않았고 춘절 연휴 시작일부터 1 월 31 일까지 그녀는 양자 통신 수신기의 준비를 위해 계속 실험실에서 칩 양자 통신 모듈을 제작했다.

전염병이 발병함에 따라 장페이위도 점차 원격 모드를 시작했으며 실험실에서 장비를 조정한 후, 그녀와 팀의 교수와 학생들은 시험 진행 상황을 원격으로 모니터링 할 수 있었다. 마샤오송(马小松)과 모두 함께 수치를 시뮬레이션하고 이론을 도출하며 칩을 설계했다.

마샤오송(马小松)은 "팀원들은 전국각지에서 왔습니다. 학교로 돌아가 실험할 수 없기 때문에 우리들은 매주 30 명의 온라인 그룹 회의를 했고, 모두 그들이 읽은 최신 문헌을 갖고 토론하고 학습으로 알게 된 것을 교류합니다."라고 말했다.

3 월 20 일, 마샤오송(马小松)과 주시닝(祝世宁) 학술원 회원팀은 빛의 파장과 입자 두 가지 성질의 통제가능한 양자 중첩을 갖고 '2019 년도 중국 광학 10 대 진전'을 획득했다.

난징대학의 고체 미세 구조 물리학 국가 중점 실험실 주임 천옌펑(陈延峰)은 전염병 기간동안 실험실에서는 전염병을 예방하고 통제하는 동시에 질서있게 과학 연구를 수행하고 있다고 소개했다. "만약 실험실에서 일을 하려면 사전에 신고해야 합니다. 우리는 실험하는 교수와 학생들에게 마스크를 제공하기 위해 외부연락계에 갑니다. 관리사무소도 실험실 공공구역을 매일 소독합니다."

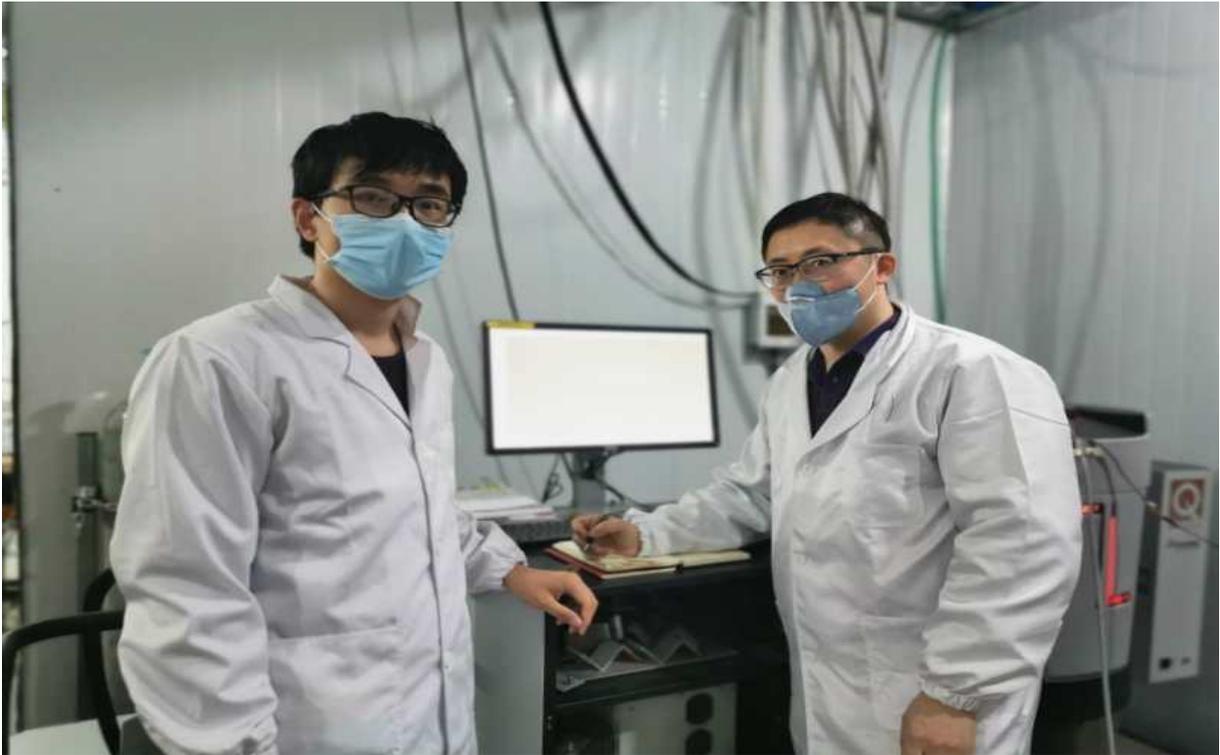


사진 1) 출처: 과기일보(科技日报). 3 월 20 일 난징대학교 고체 미세 구조 물리학 중점 실험실에서 실험을 수행한 송평치(宋凤麟)와 장민하오(张敏昊)

온오프라인 브레인 스토밍

젊은 교수인 송평치(宋凤麟) 교수도 계속 전염병에 맞서 싸우고 있다. 그의 연구팀은 현재 중국 자연과학기금위원회의 <원자 집합체 디랙 전자시스템 복합계통의 강한 자기장 수송 및 새로운 양자 상태>에 관한 연구를 수행하고 있다. 전염병기간 동안 그는 팀을 이끌고 망형태 양자 장치와 단일 집합체 기기의 제작준비와 측량을 했다. “지난 며칠 동안 우리는 이미 실험실에서 우수한 품질의 자기성 망형태 재료 단일결정을 약간 배양했습니다. 또한 단일 분자 일렉트렛 존재에 관한 핵심 증거를 얻었으며, 이는 미래에 단일 원자 메모리의 제작준비에 대한 희망을 갖게 합니다.” 라고 송평치 교수가 말했다.

학교가 아직 개학하지 않았기 때문에, 그의 팀은 젊은 교수 몇 명이 분업 협력하여 진행했고 매 교수는 서너 명의 대학원생과 소그룹을 만들어 연구했다. 각 그룹은 온라인에서 집단 학습을 했고 작업안을 토론하여 확정했다. 난징에 머무르는 젊은 교수들이 모두의 필요에 따라 실험실 현장 운영에 집중한 다음, 온라인으로 데이터를 획득해, 함께 물리과정과 양자 효과를 분석했다.

“이전에 우리들은 이미 우리는 이미 분말 샘플을 이용해 단일 분자 주극체의 단일 기기 메모리 기능을 구현했지만, 팀원 중 한 미국 학자는 치밀한 블록 재료에서 검증을 해야 최종적으로 우리의 결론을 증명할 수 있다고 제안했다. 한 근무 학생이 여전히 간쑤(甘肃)에 있기 때문에 나와 왕보궈(王伯根), 류준밍(刘俊明)교수와 토론을 했는데 직접 분말을 치밀한 블록체에 눌러 놓아야 가능하다고 생각합니다. 이들 전, 나와 공학원 장산타오(张善涛)교수와 함께 실험실에 가서 시험해 보았습니다. 본래 아주 어려운 것으로 생각했는데 의외로 한번에 고품질의 압력조각을 얻을 수 있었습니다.” 송평치는 흥분하여 말하며, “비록 현재 실험실은 매일 단지 한 명만 가서 실험을 할 수밖에 없지만 남경대학의 엔즈보(颜志波), 샤먼대학의 씨에쑤위엔(谢素原) 교수와 중국인민대학 리웨이(季威) 교수 등 협력하는 교수도 큰 힘으로도 팀워크가 아주 잘 되고 기발한 생각이 끊이지 않아 연구 개발 계획은 기한내 완성할 수 있게 되었습니다.”라고 말했다.

ICO News Letter by PLAYCOIN



1. 게임허브, 암호화폐 거래정보 플랫폼 코인팜 온라인 인수 완료 (한국일보, 2020.03.12)

블록체인 전문기업 ㈜게임허브(대표 김호광)가 지난 2월 28일에 일 사용자 7만명에 이르는 암호화폐 파생상품 거래 정보 플랫폼인 코인팜 온라인을 인수했다고 밝혔다.

게임허브는 기존의 블록체인 게임 프로젝트인 플레이코인(PLY)을 사업적 한계를 극복하기 위해 여러 프로젝트를 하나의 얼라이언스로 통합하여 생태계를 구축하는 PlayX(PLX)로 리브랜딩했다.

이번에 인수한 코인팜 온라인이 가장 먼저 PlayX 얼라이언스에 합류했으며, 이에 따라 코인팜 온라인이 발행한 암호화폐 CFO 토큰이 PLX로 편입되었다.

게임허브 김호광 대표이사는 '이번에 인수한 테라팜의 코인팜 온라인은 바이낸스와 어필리에이트 협약을 마쳤으며 앞으로 더 많은 실 사용자 유입 및 추가 매출이 기대되는 프로젝트'라며 '앞으로도 다양한 프로젝트와 긴밀한 협업을 통해 PlayX 생태계를 확장시키고 새로운 가치를 발굴하는 데 주력하겠다'고 전했다.

실제로 게임허브는 PlayX 얼라이언스에 시장성 및 기대 수익이 높은 다양한 프로젝트들을 편입시키고 있다.

뷰티한국과 추진하는 MCN 플랫폼, 모델협회 및 실연자협회 등과 추진하는 음원 저작권 플랫폼, 자체 블록체인 기술로 개발한 월렛 기반 B2B 사업, 한정판 스니커즈 플랫폼 사업 등이 PlayX 얼라이언스에 편입될 예정이다.

뿐만 아니라 게임허브 자체 브랜드 가치 제고를 위해 나스닥에 상장되어 있는 바이오메리카 사와의 기술 협약, 한국도로공사에 블록체인 기술 자문 지원까지 진행하며 수준 높은 블록체인 기술력을 다양한 분야에 제공하고 있다.

한편 CFO는 지난 2019년 11월 26일 싱가포르에 등록된 암호화폐 거래소인 ZG.com에 상장되어 있으며 CFO와 PLX간 스왑 일정 등에 대해서는 논의 중에 있다.

2. PLX 바이백 이벤트 공지 (플레이엑스, 2020.03.17)



안녕하세요, 플레이엑스팀입니다.

소중한 홀더분들 및 가격 방어를 위해 PLX 바이백(BUY-BACK) 이벤트를 준비했습니다!

이벤트기간: 2020년 3월 17일(화)부터 2020년 3월 31일(화)까지

이벤트 기간 내에 랜덤으로 바이백이 진행되며 최소 5억원 상당의 바이백이 진행될 예정입니다.

앞으로도 홀더분들을 위해 최선을 다하는 플레이엑스가 되겠습니다.

3. 게임허브 파트너사 오즈, 한국모델협회와 패션·시니어·키즈 모델 등 소속 회원 '초상권 보호' 위한 MOA 체결 (무비스트, 2020.03.17)

한국모델협회(회장 임주완·이하 KMA)가 최근 늘고 있는 초상권 및 인격권 침해 등의 법적분쟁으로부터 패션·시니어·키즈 등 소속된 모델 회원의 기본적인 권익을 보호하기 위한 조처에 나섰다.

KMA와 주식회사 오즈(OZ)는 16일 오후 3시 서울 논현동 소재 협회 사무실에서 모델 초상권과 관련한 합의각서(MOA)를 체결했다. 이에 따라 오즈는 모델들이 직면할 수 있는 분쟁을 온라인 시스템 단속을 통해 중재하고 협의를 끌어내는 역할을 하게 된다.

핵심은 명예훼손과 초상권 침해이다. 흔히 초상권 침해는 명예훼손과 연결될 이중 법적 분쟁 소지를 갖고 있다.

초상권이란 자기 자신의 초상(얼굴)이 함부로 촬영, 공개, 또는 상업적으로 이용되지 않을 독점권을 말한다. 얼굴이 아니더라도, 지인이 봤을 때 본인 식별이 가능한 수준의 신체 일부만 촬영되더라도 초상권 침해로 인정돼 손해배상을 청구할 수 있다.

쉽게 말해 영상과 사진에 대한 허락을 받지 않으면 초상권 침해가 인정된다. 또 허락을 받더라도 사용 내용에 대해 설명해주지 않아 동의 범위에서 벗어날 경우 초상권 침해가 될 수 있다.

■ 회원 동의하에 초상권 단속 권리 위임

명예훼손은 당사자 특정, 사실의 적시, 사회적 평가 저하 3가지의 요건이 성립되면 인정된다.

최근 유튜브 등 동영상 공유 플랫폼과 이를 기반으로한 제작 활동이 늘면서 이같은 저작권 및 권리 침해 사례가 다수 발생하고 있다.

모델들은 일부 크리에이터들이 기업의 제품을 소개하는 과정에서 공인으로서 보호받을 초상권 권리를 침해당하고 있지만, 이에 대한 뚜렷한 법률상식 및 제재 수단이 없어 골머리를 앓고 있었다.

이번 MOA에 따라 KMA는 회원의 동의하(자필서명)에 개인이 갖고 있는 초상권 단속 권리를 오즈 측에 위임하게 된다.

오즈는 회원들의 활동 기간을 토대로 빅데이터를 수집하고 분석해 소셜네트워크서비스(SNS), 동영상 공유 플랫폼 등 다양한 분야에서 발생하는 초상권 문제를 해결할 예정이다.

단 단속의 최종결정, 정산은 초상권자인 개인이 갖는다.

회원 개인이 크리에이터 즉, 영상 게시자등과 직접 대면할 필요 없이, 동의없는 제 3 자의 영업으로 발생하는 불이익을 방지하게 된다. 모델 회원이 속한 소속사와도 긴밀한 소통을 취할 예정이다.

최홍준 오즈 대표이사는 '대형 온라인 스트리밍 플랫폼을 대상으로 초상권자들의 잊혀져 있던 권익을 보호하므로써, 제 2 의 부가가치를 창출하고 또한 제 3 혹은 제 4 의 발생할 수 있는 기본권리관련 문제점을 미연에 방지하는데 힘쓰겠다'고 말했다.

임주완 KMA 회장도 '한국모델협회는 엔터테인먼트 관련 협회 최초로 초상권 문제를 선두적으로 대응하게 됐다'며 '본격적인 디지털 저작권 시대를 맞아 모델의 저작권과 초상권을 존중하는 풍토가 조성되기를 바란다'고 했다.

오즈, 한국뷰티협회, 양측 모두 게임허브 파트너사이며, MOA 를 통해 진행하게 되는 사업은 PlayX 와도 긴밀한 협력 하에 진행될 예정이다.

4. 알리바바 해외 직구 플랫폼 '카오라해고', 블록체인 추적 시스템 채택

(BLOCKMEDIA, 2020.03.18)

중국 최대 온라인 B2B(Business-to-Business) 거래 플랫폼 알리바바 산하 해외 직구 플랫폼 '카오라해고(考拉海购)'는 블록체인을 통해 유통 추적 시스템을 채택했다고 18 일 밝혔다.

중국 사회신문사 신징보(新京报)는 '알리바바 산하 카오라해고가 블록체인 추적 시스템으로 16 일 업데이트했다'며 '그는 앤트파이낸셜(Ant Financial)이 개발한 블록체인을 이용해 상품의 유통 과정을 추적하는 시스템을 자사 플랫폼에 탑재했다'고 보도했다.

이 시스템을 통해 온라인 구매자는 알리바바의 결제 애플리케이션 알리페이(Alipay)로 상품 QR 코드를 스캔해 블록체인에 기록된 상품 준비부터 통관, 배송 등 모든 과정을 살펴볼 수 있다. 업데이트된 '카오라해고'는 소비자 구매 완료 페이지에 추적 아이콘을 제공하며 고유 태그에 블록체인 QR 코드와 위조 방지 지문을 새로 추가했다.

알리바바가 공개하는 데이터에 따르면, 이 시스템으로 원래 해외 직구에서 발생한 ▲상품 불일치 ▲물류 정보 누락 ▲직구 상품 추적 어려움 등의 문제가 해결될 수 있다.

조걸신(赵杰臣) 카오라해고 공급 관리자는 '블록체인이 카오라해고 플랫폼에서 소비자에게 물품의 출처, 현재위치, 도착지를 알리고 정보를 투명하게 만드는 가장 큰 역할을 맡고 있다'고 강조했다.

현재 카오라해고가 판매 중인 모든 상품에는 블록체인 시스템 적용을 완료했으며, 알리바바는 앞으로 이 시스템을 62 개국, 2897 개 브랜드의 상품으로 확대해 적용할 계획이다.

5. 中 앤트파이낸셜, 블록체인 기반 지하철 티켓 발부(BLOCKMEDIA, 2020.03.19)

중국 거래 플랫폼 알리바바 산하 핀테크 회사 앤트파이낸셜(Ant Financial)은 블록체인 기술을 통해 지하철 티켓을 상해 등 여러 도시가 포함된 창장삼각주 도시군(长江三角洲都市群)에서 발부했다고 19 일 밝혔다.

엔트파이낸셜은 자사의 엔트 블록체인을 먼저 대중교통에 도입하며 이로 발부한 지하철 티켓은 중국 창장삼각주 도시군에서 실용한다고 설명했다.

창장삼각주 도시군은 ▲상해(上海) ▲난징(南京) ▲항저우(杭州) ▲쑤저우(苏州) ▲닝보(宁波) ▲온주(温州) 등 27 개 도시를 포함해 중국에서 도시화 수준이 가장 높은 지역이다. 이 지역의 주민들은 거주 도시의 지하철 앱으로 QR 코드를 스캔해 다른 도시까지 지하철을 이용할 수 있으며, 교통비 계산도 실시간으로 받아볼 수 있다.

오팡(吴方) 엔트파이낸셜 솔루션 아키텍트는 '도시 간 다니기에 가장 큰 어려움은 격지 결제였다'며 '엔트 블록체인 기술을 적용해 이 지역 모든 지하철 회사들이 해당 승차 섹션과 가격 정보를 취합해 자동 결제를 실현했다'고 설명했다. 또 '앞으로 블록체인 기술을 활용해 전국 교통 QR 코드의 통합 개발을 추진할 계획'이라고 덧붙였다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (118)

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.

굿 아이디어는 굿 가치

비행기를 자주 타는 필자는 4 시간 이상 비행할 것 같으면 통로에 좌석을, 4 시간 미만이면 창가에 주로 앉는다.

창공을 나르는 동안 비행기 안에서 밖의 풍경을 보는 것은 또 다른 재미가 있다. 그런데 중간 정도에 앉으면 날개가 시야를 가려 지상의 풍경을 넉넉하게 볼 수 없다. 비즈니스 석 혹은 뒤 부분 좌석에 앉게 되면 창공의 풍경과 땅의 풍경을 넉넉하게 감상하지만, 뭔가 확 트인 맛은 없다. A3 정도의 창 크기로 이미 시야는 제한을 받고 있기 때문이다.

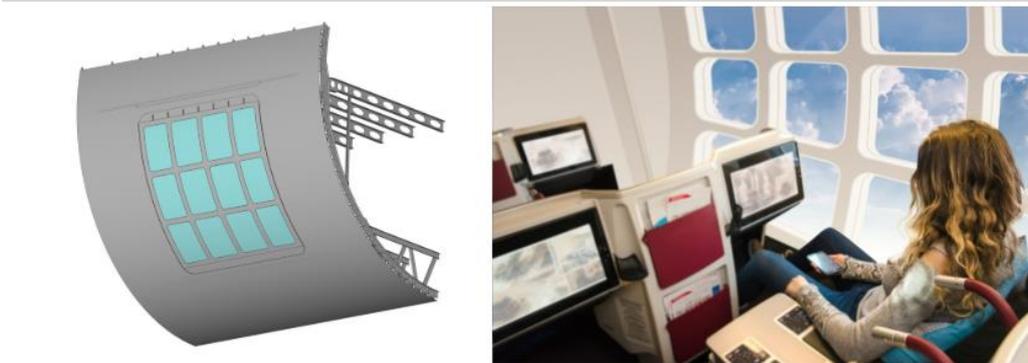
비행기 구조상 어쩔 수 없다고 생각하였다.



화물칸에 승객이 탈 수 있는 공간을 만들어 새로운 경험을 제공하고 있다.

여객기는 위 부분은 승객이, 아랫부분은 화물들이 적재되어 있다. 화물을 놓는 공간을 위의 그림같이 여러 개의 창으로 만든다면 좋지 않을까? 비행 중 구름으로 수놓은 하늘과 다채로운 지상의 모습을 탁 트인 시야로 볼 수 있다.

대다수 승객은 비행기를 타면 좀 밖을 보고, 그리고 먹고 자는 것이 전부였다. 여객기라 하며 단지 이동 수단에 불과하였다. 비행을 하며 한 폭의 파노라마를 볼 수 있는 공간이 된다면 가치는 남달라진다.



항공기 하부 짐칸 문에 유리창을 그대로 끼워 넣으면 된다.

디자이너 플로리안 발조트(Florian Barjot)의 작품으로 하늘 위에서 지구를 가장 아름답게 감상할 수 있는 콘셉트로 탄생한 디자인이다. 기존의 비행기 화물칸 부분에 창을 끼워 놓는다. 아직은 아이디어 단계이지만, 실제로 비행기 화물칸 부분에 이런 좌석 혹은 룸이 있으면 좋겠다.

비행하며 구름과 창공을 감상하고, 땅 아래 펼쳐진 강과 산과 바다. 웅기종기 모여 있는 집과 논밭 등, 어디 이런 멋진 풍경이 있겠는가?

기존의 비행기에서는 조그만 창으로는 건너보는 듯한 느낌에서, 큰 창을 통하여 바로 손에 잡힐 것 같은 입장감으로 승객은 새 다른 경험을 한다.



일본의 나나츠보시 ななつ星 철도여행 열차의 맨 뒤 칸에서 펼쳐지는 풍광

일본의 구주(九州)의 한 철도를 타는데 승차료가 200 만 원에서 1000 만원이다. 초고가인데도 예약하기 위해선 일 년을 기다리고 추첨으로 당선이 되어야 한다. 얼마나 매력적이면 이럴 수 있을까? 행운의 사람은 맨 뒤 칸에 탁 트인 유리 창으로 시시각각으로 변화하는 풍경을 보고 있으면 세계 유일의 명화를 보고 있는 느낌이 들 것이다.

지상에서 보는 느낌도 좋지만, 하늘 위에서 탁 트인 풍경 역시 말 못 할 경험을 줄 것이다. 기존의 것을 가지고 독특한 아이디어로 가치를 발현할 수 있다. 디자인의 역할이다.

굿 아이디어는 굿 가치를 창출한다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. 미의 대중 강경책은 문제투성이, 하이테크냉전은 IT 산업을 약화시킬뿐

(니쁜닷컴, 2020.3.18)



사진 1) 출처: 시사통신, 트럼프 미대통령(좌)와 중국의 시진핑 국가주석(우), 가운데는 아베신조수상, G20 서밋에서

신형코로나 바이러스에 의한 폐렴의 확산과 함께, 세계경제의 장래를 좌우하는 것은 2020 년의 미중 경제관계의 행방이다. 2018 년 후반 이래 미-중의 경제 갈등은 '두 개의 독립된 극(劇)'이 동시에 진행되고 있다고 본다. 트럼프 대통령의 백악관이 주도하는 무역전쟁과 초당적 대중 강경파가 주도하는 이른바 '하이테크 냉전'이다. 후자는 결코 대통령이 주관하는 것이 아니다.

창을 거둔 무역분쟁

'예측불능'이라는 평을 듣는 트럼프 대통령이지만, 미중 무역전쟁에 관해서는 알기 쉬웠다. 화려한 불평을 거듭했지만 결국 수입확대와 시장접근, 지재권 제도개선 등 조기에 성과가 예상되는 논점을 추구하고 산업정책과 보조금 등 뿌리 깊은 쟁점을 미루는 선별책을 취했다. 미중 양측이 제재관세를 전면적으로 부과하는 전면 무역전쟁은 하고 싶지 않다는 속내가 역력했다. 그것은 경제, 특히 주가가 타격을 받아 재선에 영향을 미치기 때문일 것이다.

중국 측도 '차선책'을 추구하는 모습이 역력했다. 수입확대나 시장접근에서 큰 폭의 양보를 했는데도 미국 측이 부과한 제재 관세의 과반이 잔존해 버린 결과는 본의 아니겠지만 그렇다고 전면 무역전쟁을 선택할 의도나 여유는 중국에도 없었다.

그래서 미중 쌍방에게 나쁘게 말하자면, 끝이 뻗은 시골연극처럼 됐다. 단지, 요즈음의 신형 폐렴화 때문에 중국 경제가 감속하면 수입 수치목표가 미달에 끝나, 가을의 미 대통령 선거전에도 분쟁이 재연될 리스크는 있으므로 주의는 필요하다.

신경이 쓰이는 하이테크 냉전

한편, 과거 1 년여간 하이테크 측면에서 미국이 취해 온 정책은 대미외국투자위원회(CEFIUS) 강화로 보이는 중국으로부터의 투자제한 외에 미국 정부·기업의 중국산 IT 기기 이용금지, 이른바 '엔티티 리스트'에 게재된 중국 기업에 대한 IT 기기 등의 수출금지(제 3 국에 의한 미국제 기술의 재수출 포함) 등 확대되는 등, 각국이 5 G 통신망을 정비함에 있어서 중국의 통신기기 제조업체, 화웨이의 5G 통신기기를 사용하지 않도록 동맹국에 강요하는 등, 여러 가지 정책이 강화되었다.

안전 보장우려는 말을 꺼내면 끝이 없다. 이것으로도 아직 미흡하다는 듯 규제가 더 강화될 것이라는 전망도 있다. 미국이 우려하는 중국의 안전보장 리스크와 이에 기초한 미국의 정책에 대해 일본은 어떻게 대응해야 할까. 필자는 다음과 같이 생각한다.

첫째 센카쿠 열도의 실효지배를 조금씩 하려는 시도와 일본 방위관련 기업에 대한 조직적인 사이버 공격의 예를 들 것도 없이, 중국이 일본의 안전보장에 미치는 리스크는 부정할 수 없다.

둘째, 좋고 나쁨을 떠나 미국과의 동맹에 의해 안전보장을 담보하고 있는 일본에 있어서, 미국이 안전보장을 명목으로 요청해 오는 내용을 거절하는 것은 매우 어렵다. 미국의 요청에 따르는 것은 후술하는 것처럼 일본의 산업경제에 큰 마이너스를 초래할 우려가 높지만 그것은 동맹유지를 위한 비용으로 인식될 것이다.

그러나, 그렇다고 해도, 미국의 대 중국 하이테크 냉전은 극단적인 정책이며, 이하와 같이 미 진영의 고립을 초래할 우려가 있다.

서측의 IT 산업을 상처주고, 중국을 이롭게 할 뿐

IT 산업은 세계무역기구(WTO)가 1996 년 IT 협정에서 관세제로를 부르짖은 이후, 자유무역과 세계화로 발전해 온 산업이지만 최근의 미국의 강경책은 'IT 산업은 자유무역 적용제외 업종으로 한다'고 느닷없이 선언한 것이나 다름없다.

특히 무거운 벌칙으로 담보된 거래 금지·보이콧형 규제는 비즈니스 활동을 위축시키는 마이너스 효과가 지극히 크다. 글로벌하게 발전해 온 IT 서플라이 체인(supply-chain)도 끊겨 버린다. 서방 IT 산업이 중국과의 거래를 버리게 되면 타격은 크다. 일렉트로닉스 산업이 쇠퇴한 일본에 있어, 전자 부품 산업만은 건강함을 유지해 왔지만, 향후 미국의 정책이 한층 강화되어 가면, 이 업계도 쇠퇴할 수밖에 없다. 한국 대만 더 나아가 미국 IT 산업도 같은 운명이다.

한편 미국이 내놓은 거래금지 조치로 반도체 공급두절 위험에 직면한 중국 측은, 배구(倍旧) 지세로 자국 반도체 산업을 키우기 시작했다. 화웨이의 스마트폰에 사용되어 온 미국산 부품도 점점 국산으로 대체되고 있다고 한다. 미국의 강경책은 바로 의도와는 정반대의 결과를 초래할 것으로 우려된다.

또 미국은 전 세계에서 정비가 시작된 5G 통신망 정비에서 화웨이 등 중국산 기기를 쓸어낼 것을 요구해 왔으나 현재 미국 진영에 가세한 것은 일, 호주, 베트남 등 3 개국 정도, G7 에서도 영국, 독일이 '조건부 화웨이 도입' 방침이어서 G7 이외의 G20 주요국들에 대해서는 대부분 '화웨이 환영' 방침을 밝히고 있다.

그렇게 되는 것은, 너무나 극단적인 '배제'방침은, 고비용, 정비지연, 통신품질의 악화 등 디메리트가 너무 크기 때문이다.

데이터경제를 둘러싼 제도간 경쟁에 지다

21 세기는 취득 데이터량의 다과(多寡)가 경제 경쟁력을 좌우하는 '데이터 경제경쟁'의 시대가 된다고 해, 그 데이터 경제의 구조나 룰을 둘러싸고 미 중이 서로 경쟁하는 결과, 21 세기는 데이터나 디지털 경제를 무대로 세계경제가 미 중 양진영에 디커플(분열) 해, 블록 경제화한다고 하는 언설이 있다.

중국은 자국 데이터를 장벽을 세워 보호하는 한편, 타국에서는, 마음대로 데이터를 취득하는 '비대칭·불공평한 경쟁'을 진행하고 있어 프라이버시나 시큐리티에 대한 배려도 부족하다고 미 진영은 주장하여, 대항하는 블록을 구축하려고 한다.

그러나, 눈을 동남아시아 국가연합(ASEAN)이나 중동, 인도, 아프리카 등으로 돌리면, 선진국을 웃도는 스피드로 경제의 디지털화·스마트폰화가 진행되고 있다. 그곳에서는 화웨이와 ZTE 의 하드웨어가 큰 점유율을 가졌고 소프트웨어 앱에서는 알리바바와 텐센트 등 중국 플랫폼 기업들이 현지 유망기업에 활발한 인수합병(M&A)을 전개해 민간 기반 얼라이언스를 확대하고 있다. 즉 블록의 구축에서는, 중국이 선행하고 있는 것이다.

그것은, 중국의 지금까지의 움직임이 민간·비즈니스 주도였기 때문이다. 한편 미국은 정부 주도, 게다가 배제 조치 등 디메리트투성이의 구조에의 참가를 요구하고, 상대국 정부에 공갈과 같은 압력을 하고 있다. 가맹국 획득의 경쟁에서는, 메리트, 매력을 서로 경쟁해야 하는데, 이런 방식으로 중국을 이길 수 있다고는 생각할 수 없다.

이러다가는 미국과 추종국이 남은 세계로부터 고립되고, 21 세기 기술경쟁에서도 뒤지는 결과를 초래할 수 있지 않을까.

미 궤도수정에 기대

두 가지 희망을 계속 갖고 싶다.

하나는 기술개발의 행방이다. 지금은 중국의 일당지배와 패권확대를 지지하는 것 같지만, 상황이 바뀌어, 기술이 공산당의 일당지배에 최후통첩을 건넬 가능성에 기대하고 싶다.

또 하나는 미국의 변화 가능성이다. 미국은 자주 실수를 하지만 수정력도 높은 나라다. 패권을 둘러싼 미·중의 싸움은 앞으로도 계속되겠지만, 지금의 극단적인 정책은 장래 수정될 가능성이 있다고 생각한다. 일본은 안전 보장에서 미국을 추종하지 않을 수 없는 나라이지만, 미국에 과격하 정책의 부정적인 점을 주의환기해, 따른다고 해도 '이윽고 수정될 수 있을 것'의 심정으로 따르는, 강인함을 가지고 싶다.

2.신형 코로나로 일본 경제는 삼중고 도쿄 올림픽 개최에서도 '1 조엔'

소비 침체인가 (AERA, 2020.3.18)



사진 1) 출처: AERA. 뉴욕주식시장이 블랙먼데이 이후의 급락을 기록함으로 닛케이 평균주가는 한때 1 만 7 천엔을 깼다. 세계동시주가하락에 제동이 걸리지 않는다 / 3 월 13 일 오전, 나고야시 (c) 아사히신문사

신종코로나 바이러스의 감염 확대가 세계 경제를 급격히 갇아먹고 있다. 경기후퇴에 들어가 소비 증세 후의 일본에 있어서도, 경제에의 타격은 헤아릴 수 없다. AERA 2020 년 3 월 23 일호는 일본 경제의 상황을 전문가에게 들었다.

WHO(세계보건기구)가 마침내 팬데믹(세계적 유행) 선언을 단행한 신형 코로나 바이러스의 감염확대는 건강 측면뿐 아니라 다양한 분야에 영향을 미치고 있다. 특히 감염 확산 방지를 위한 이동제한과 시설폐쇄, 행사 중단 등이 경제에 미치는 영향은 가늠하기 어렵다. 출구가 보이지 않는 투쟁에 사회 전체가 피해를지고 있다.

'경기후퇴 국면에 접어들었던 차에 지난해 가을 소비증세가 더해지면서 신형 코로나 바이러스가 몰려들면서 삼중고에 허덕이고 있다. 21 세기 이후 일본 경제에 최악이었던 리먼 쇼크에 육박하는 상태라고 할 수 있다.

제일생명경제연구소 경제조사부 수석 이코노미스트 나가하마 토시히로씨는 신형 코로나 바이러스화의 일본 경제의 전체 상황을, 총부감 한다.

주가하락은 세계적으로 연쇄되면서 전례 없는 불확실성이 시장에 공포감을 불러일으키고 있다. 닛세이 기초 연구소 차프 이코노미스트 야지마 야스지씨는 이렇게 말한다. '기업이나 개인이나 최악의 상태가 언제 어떻게 찾아올지 예측이 서면 앞질러 대응할 수 있지만 전혀 모르겠다. 경제에서는 불확실성이 매우 높은 상황에서는 불안이 불안을 부른다. 이 불안의 연쇄가 시작되면 봉쇄하기가 힘들죠'

소비자 불안의 한 요인은 마스크 등 일부 상품을 구하기 어려워지고 있다는 점이다. 거리를 걸어 넘어뜨려 약국이나 슈퍼마켓을 돌아다녀도 마스크는 여전히 살 수 없고, 화장지 등도 일부 점포에서는 여전히 품귀 상태가 계속되고 있다.

언제 끝날지 모르니 사재기를 하는 것은 개인들로서는 옳은 판단이지만 사회 전체에서 일어나면 부족한 일이 더 과잉반응을 부른다. SNS 가 발신하는 오정보가, 수요와 공급의 미스매치를 확대하는 방향으로 유도해 패닉을 일으키고 있다(야지마씨)

2003 년에 사스(SARS 중증급성호흡기증후군)가 유행했을 무렵에는 아직 스마트폰이 보급되지 않았고, 09 년에 세계에서 유행한 신형 인플루엔자 무렵에는 SNS 가 지금처럼 보급되지 않았다. '바이러스에는 ○○가 듣는다'라고 한 근거가 없는 루머가 일순간에 전국에 유포해, 판매장으로부터 여러가지 상품이 '증발'하는 현상은, 확실히 SNS 시대의 패닉이라고 말할 수 있다.

일반 시민뿐 아니라 일부 국가 정상들의 대응도 냉정하지 못해 보인다. 아베 수상은 전문가들의 의견을 묻는 일 없이, 특별한 근거도 제시하지 않은 채 이벤트의 자숙이나 초중고의 임시 휴교를 요청. 트럼프 대통령이 11 일 영국을 제외한 유럽에 14 일간 체류한 외국인의 입국을 금지한다고 발표해 미국과 유럽 양쪽에서 대규모 항의 시위가 벌어지고 있다.

다만 일본에서는 10 일경까지로 했던 스포츠 및 문화행사 자제 요청을 10 일 정도 더 연장하겠다고 아베 총리가 밝히면서 관중 경기 개최를 모색하던 선발 고교야구는 사상 첫 중단에 몰렸다. 미지의 바이러스의 감염을 막으려면, 사람이나 물건의 흐름을 차단할 수밖에 없는 것도 사실이다.

WHO 의 팬데믹 선언 다음날인 12 일 '감염의 절정은 지났다'고 발표한 중국에서는 바이러스 차단에 어느 정도 성공한 것으로 보여 발생원인 우한 시와 후베이 성의 봉쇄를 철저히 한 효과가 큰 것으로 알려졌다. 일당 독재정치가 가능하게 한 사실상의 계엄령이라고도 할 수 있는 엄중한 조치였지만 이것이 성공사례로 받아들여지는 측면이 있다.

트럼프 대통령의 발표에 앞서 9 일에는, 이스라엘의 네타냐후 수상이, 대상국을 결정하지 않고 입국을 사실상, 금지한다고 발표. 감염확대가 심한 나라도 그렇지 않은 나라도, 서로 입국 금지나 도항 제한등의 조치를 취해, 세계의 분단이 진행되고 있다.

시민 생활에의 영향도 심각함을 더하고 있어, 관계자나 환자에게 감염자가 나온 병원이 일본 각지에서 외래 진료를 정지. 이탈리아는 12 일부터 2 주간, 전 국토에서 약국과 식료품점을 제외한 점포의 폐쇄를 결정했다. 미국에서는 4 대 프로스포츠 중 시즌 중이던 NBA 와 NHL 이 시즌을 중단했고 MLB 도 개막 연기를 발표했다. 자동차 경주 F1 도 13 일부터 열린 개막전을 취소했다. 하지만, 그런 각국의 관민이 함께 한 대책을 내버려두듯이, 바이러스 확대는 지금도 스피드를 올리고 있다.

경제에의 타격은 헤아릴 수 없지만, 가장 알기 쉬운 것이 방일 외국인의 극단적인 감소일 것이다. 교토와 도쿄긴자는 눈에 띄게 활기를 잃고 비행기도 신칸센도 호텔도 텅 비었다.

2019 년 인바운드 소비는 4.8 조 엔으로 중국이 36.8%를 차지하고 있습니다. 설령 올 상반기에 코로나가 종식해 도쿄올림픽이 개최된다고 해도 1 조 엔 가까운 침체는 각오하지 않을 수 없다. 연기된 시진핑 국가주석의 일본 방문이 가을 무렵에 가능해지면 이를 계기로 중국인 관광객이 급격히 회복될 가능성도 있지만 올림픽이 취소되거나 현 상황이 내년까지 이어진다면 영향을 가늠할 수 없습니다.(전출 나가빈 씨)

3. 코로나에서 세계경제 격변... 아베노믹스 원점으로 돌아가는 '냉엄한 현실'

(현대비즈니스, 2020.3.22)



사진 1) 출처: 현대비즈니스

코로나·바이러스, 주식의 급변동, 원유·기타 상품시황의 하락, 그리고 미 대통령 선거, 여러가지 일이 겹쳐, 지금의 세계는 오리무중.

그 가운데 세계 경제에는 뭔가 근본적인 패러다임 변화가 일어나고 있다. 그 정체가 확실히 인식되지 않기 때문에, 과도하게 패닉하거나 반대로 쉽게 보거나 하고 있다. 거기서, 지금, 동시 병행적으로 일어나고 있는 몇 개의 대변화를 추출해, 그 성질을 생각해 보았다.

팬데믹도 금융 버블붕괴도 컨트롤 하에

9 일자 파이낸셜타임스에 칼럼니스트 라나 폴루하가 썼다(11 일자 니혼게이자이신문이 번역 게재).

미국은 소비가 GDP 의 70%를 차지하는 소비주도 경제이지만, 1970 년대부터 실질임금 상승은 멈췄기 때문에 금융자산(특히 주식)의 상승분이 미국의 소비 증가, 그리고 경제성장을 뒷받침하게 되었다, 라고. 즉, 미국에서의 임금이 너무 오른 것으로, 공업이 일본, 독일등과의 경쟁에 저 공동화, 임금 수준의 상승은 멈췄던 것이다.

미국 경제는 금융업에 그 성장의 대부분을 의존하게 되었고, 서민들까지 연금저금을 주식으로 운용하게 되었기 때문에 주가와 소비, 그리고 성장률은 강한 연동성을 나타내게 되었다.



사진 2) 출처: Gettyimages

그래서 미국에서는 금융자산을 부풀리기 위한 수단이 비정상적으로 발달해 간다. 일단 규제 완화로 고위험 고수익 금융상품이 쏟아져 나오고 그것은 거품을 형성했다가 거의 10 년마다 폭락해 소동을 빚게 됐다.



사진 3) 출처: Gettyimages

근년, 최대의 것은 2008 년의 리먼 위기이다. 이때는 정크채 가격하락이 이를 보유하고 있던 금융기관 상호자산상태에 대한 의구심을 불러와 금융거래가 막히면서 경제활동 전반의 위기를 초래했다. 하지만, 이번은 아직 거기까지 갈 기색은 없다. 가장 중요한 국채 시장은 아직 버티고 있다.

리먼사태 때 은행뿐 아니라 기타 금융기관에도 정부가 개입하고 자동차회사까지도 공적자금을 쏟아 붓고 구제하는 전례가 생겼기 때문에 정부가 만용을 부려 신속한 개입을 해나가면 사태를 어떻게든 헤쳐 나갈 수 있을지도 모른다.

재정 적자가 인플레이션을 일으키지 않는 시대

그리고 위기 때 정부가 거액의 구제금융을 풀어도, 대부분 기업의 장부에만 남을 뿐 시장에 전액이 곧바로 빠져나가는 것도 아니다. 설사 나갔더라도 하이퍼 인플레이션은 일어나지 않는다. 왜냐하면 가격이 오르면 물건 서비스 생산은 빠르게 늘어나고 부족한 만큼은 수입할 수 있기 때문이다.

최근, 선진국은 중국을 중심으로 하는 저임금국으로부터의 물건 수입으로, 경기부양을 위해서 돈이 얼마가 되어도 인플레가 되지 않는, 희유한 상황하에 있다.

중전 직후의 일본, 그리고 소련 붕괴 직후의 러시아에서는, 지금까지 당국이 발행해 온 통화류가 시장에 넘쳐 각각 1 만% 이상, 6000%의 하이퍼 인플레가 일어났지만, 이것은 모두, 국내의 생산 능력이 현저하게 낮고 더욱이 수입을 위한 외화도 부족했기 때문에 일어난 일.

지금의 선진국들은 증산, 수입 모두 가능하다. '재정적자·통화증쇄는 그 통화의 신용을 잃게 해 환율의 폭락과 고인플레이션을 초래한다'라고 하는 지금까지의 논리는, 수정되어 버려져 있는 것이다.

그래서 요즘 선진국 정부는 예전 같으면 선심성이라는 비판을 받았을 정책을 거리낌 없이 연발하고 있다. 트럼프는 코로나바이러스 대책에 500 억 달러나 되는 예산을 약속했고 아베 내각도 학교폐쇄로 피해를 본 가정에 대한 보상 조치를 발 빠르게 발표했다.

일본에서는 '총리 관저'가 재무성을 억압하고 있기 때문에 과감한 정책을 취할 수 있는 면도 있지만, 이러한 일련의 소득보전적인 정책은 최근 몇 년 동안 선진국에서는 트렌드가 되고 있는 것이다.

로봇의 다용 등으로 생산성이 높아지는 한편, 취직처는 감소하는 선진국 사회에서는, 정부가 시민에게 돈을 나눠 줌으로써 경제가 돌고 있는 것이다. 패러다임(기본적인 사물의 사고방식)은 여기서도 바뀌고 있다.

단지, 현재 미당국에 의한 과도라고도 말할 수 있는 반응이 물류·생산을 저해하면, 일시적인 물건 부족, 혹은 가격 폭등이 일어날 것이다.

'중국패싱'은 인플레를 낳을까

이와는 별도로 '글로벌 서플라이 체인에서 중국의 퇴장'이라는 패러다임 변화가 진행 중이다. 이는 값싼 중국산 공산품이 가게에서 사라짐으로써, 최근 10 년 이상 선진국에서 정착해 온 디스플레이션에 가까운 상태를 바꿀 것인가?

중국이 세계의 서플라이 체인(supply-chain)을 벗어나는 것은 공산품에는 가격 상승 압력으로 작용할 것이다.

하지만 대부분의 공산품에서 노임은 원가의 10%도 차지하지 않는다. 중국을 대신해 동남아시아, 서남아시아 국가에서의 생산을 늘릴 수 있고, '지산지소'로 현지에서의 로봇을 다용해 생산도 할 수 있다.

게다가 중국 경제가 하락하면서 원유를 비롯한 세계 상품 시황은 하락하기 때문에 이는 인플레이션을 없애는 방향으로 작용할 것이다.

이에 따라 '돈이 남아돌아도 인플레이션이 일어나기 어려워진' 현대 경제의 양상은 바뀌지 않을 것이다. 개발도상국은 저임금을 활용하면서 공업으로 풍요로워지고, 선진국들은 돈을 찍어 국민에게 나눠주며, 로봇으로 생산시켜 더욱 풍요로워지는 구도가 이어질 것이다.

한편, 코로나·바이러스는, 중국 경제의 저성장 트렌드를 결정적인 것으로 할 가능성이 있다.

2008 년의 리먼 위기에서는, 그것을 계기로 한 중국의 대두가 현저했다.

1993 년의 대외개방 이래, 급속히 유입하는 외자와, 외자가 국내에서 생산하는 물건의 수출이 가져오는 방대한 무역 흑자(국내에의 외국 직접투자와 무역 흑자를 더한 금액은, 2000 년대를 통틀어 연간 30 조엔상당을 넘었다)로 고도 성장을 연출한 중국은, 2008 년의 리먼 위기로 수출이 급감.

대단한 사태가 될까 생각되었지만, 중국 정부는 2 년간에 60 조엔에 상당하는 관민의 대응자 조치를 실행. 그로 인해 오히려 붐을 연출해, 그 국력을 배경으로, 2012 년 총서기에 취임한 시진핑은 강경한 대외 정책을 실시해 온 것이다.

중국은 그 후 수출도 회복해, 2015 년에는 600 억 달러 이상의 무역 흑자를 올리게 되고 있었지만, 트럼프에 의한 고관세를 계기로 수출은 감소해, 금년 1~2 월에는 무역 적자를 기록. 거기에 코로나·바이러스와 춘절휴가로, 많은 공장이 조업정지라는 상황에 빠져 있다.

2008 년 때와 달리 이번은, 중국이 내수확대를 위한 여력이 부족하다. 2008 년의 대규모용자는 상업은행에서만 90 조엔 이상의 불량채권이 되어 시장에 체류하고 있으며, 재정 적자는 2019 년에 이미 약 90 조엔분에 달하고 있기 때문이다. 무리해서 더 이상의 자금을 시장에 투입하면 그것은 인플레이션을 향진시킨다.

이렇게 해서 코로나·바이러스는, 트럼프아래에서 진행해 온 '중국 제외'를 완성시키게 될 것이다.

중국산 물품에 대한 고관세, 그리고 중국으로 고도기술 이전 금지는 미국과 세계 기업들로 하여금 '중국에서 물건을 만들어 수출하는' 지금까지의 행태는 더 이상 이뤄질 수 없음을 인식시켰다. 중국에서의 임금 수준이 올라간 것도 그 배경이다.

지금까지는, 중국경제는 고도성장을 특징으로 했지만, 지금부터는 정체와 그로 인한 국내의 이해대립격화가 특징이다.

외국기업에 있어서 중국의 국내시장용 생산과 수출은 여전히 중요하지만, 그것은 더 이상 늘지 않고 중국기업과의 경쟁에도 노출되어 이익률로부터는 매력이 없는 것이 될 것이다.

중국은 ASEAN 국가와 대경제권을 만들 수 있다는 시각도 있지만 중국과 ASEAN 국가간 무역대중은 대미 수출용 제품을 만드는 데 분업의 결과이므로 미중 관계가 수그러들면 중국 ASEAN 경제관계도 수그러드는 것이다.

저성장의 중국국내에서는 이해 대립이 첨예화된다. 그런 문제로부터 국민의 관심을 회피시키기 위해 당국은 해외에서 팽창 모험정책에 나설지도 모른다. 동남아 국가를 중심으로 중국이 공산주의 혁명을 조장하던 시절도 있었음을 기억해야 한다.

어쨌든, '일대 일로'관계의 프로젝트는 방치, 혹은 탁상의 플랜으로 끝나는 것이 증가할 것이다.

게임 체인저로서의 석유가격

코로나 바이러스로 인한 세계 경제 침체는 원유가격의 침체를 불러왔고 원유 생산국들간의 불화를 초래해 현재는 사우디 아라비아와 러시아가 증산을 경쟁하면서, 가격 인하 경쟁 속에서 시장에서의 점유율을 확보함과 동시에, 미국의 셸오일 구축을 피하려 하고 있다.

셸오일의 생산원가는 최소 배럴당 30 달러 이상으로 현재 많은 유전에서 수지를 밀고고 있다. 사우디에서의 원가는 6~10 달러, 러시아에서의 원가는 20 달러 이하이다. 다만 양국 모두 유가가 너무 떨어지면 현재의 예산 세출 수준을 유지할 수 없게 된다.

셸오일 생산이 감소하면 미국은 원유 대량수입을 재개할 것이다. 사우디 아라비아는 그런 점에서 다시 중요성을 되찾고 미국에 반이란 정책을 촉구할 것이다.

더욱이 셸오일이 추락하는 반면, 달러는 중동원유수입의 대가로 대거 해외로 유출돼 달러 세계 지배를 오래 끌게 될 것이다.

사람들은 곧 달러 세계 지배를 비난하지만, 달러는 국제 기축통화가 아니면 점점 감가돼 구매력을 잃고 미국 시장은 축소된다. 달러 지배가 있어야 일본도 중국도 독일도 미국에 많은 수출을 할 수 있다.



사진 4) 출처: Gettyimages

바이러스소동을 틈탄 전제주의 지배 강화

‘코로나 불황’에 돈으로 맞서지 못하는 나라의 정부는 옥죄기를 강화한다.

유가 폭락에도 시달린 석유 의존국 러시아는 ‘푸틴=종신 대통령’이라는 껍질에 갇혀 지내려 했고, 중국은 인구 500 만의 우한시를 봉쇄하는 등 강권조치로 대처했다. 일본에서는 중국의 강력한 국가 지배를 부러워하는 사람도 많아 국가 권력이 강화되는 것을 대수롭지 않게 여기기는커녕 오히려 그것을 대망하는 목소리도 보인다.

그것은 개개인의 취미 문제인데, 인간 A가 자신의 욕망을 달성하기 위해 국가권력을 사용해 인간 B의 권리를 억압하는 것은 흔히 있는 일로, 그것은 피했으면 한다.

이번에 아베 총리가 신종플루 등 대책 특별조치법 개정을 완료하고도 이 법이 총리에게 수권하고 있는 비상사태 선포에 신중한 자세를 보인 것은 높이 평가받아 마땅하다.

트럼프 대통령이 군림하는 미국은 돈도 넉넉히 투입할 태세지만 '자유' '민주주의'라는 말을 입에 담지 않는 트럼프는 13일 선포한 국가비상사태를 앞으로 어떻게 정치적으로 악용할지 알 수 없다.

1933년 히틀러가 총리에 임명된 지 얼마되지 않아 국회의사당 방화사건이 벌어지고, 히틀러는 이것을 비상사태로 하여 시민권의 대부분을 정지. 야당 정치인을 다수 체포하고, 게다가 그 한 달 뒤에는 정부가 입법권도 장악해 독재체제를 수립하고 있다.

현대의 트럼프는 과연 그렇게까지 하진 않겠지만 대규모 집회를 금지하면 8월 민주당대회에서 대항후보가 선출되는 것을 방해할 수도 있는 것이다.

아니, 그럴 때가 아니다. 미 당국자들은 코로나 문제 종식까지 18개월이 더 걸릴지 모른다고 말하기 시작했다. 이는 대선을 1년 연기하기 위한 복선이 아닌가.

미국 역사상 전례는 없지만 트럼프라면 보수성향 판사로 굳어진 대법원 지지에 의지해 단행할 수 있다. 미국 내에서는 이미 트럼프를 이 점에서 견제하는 논조가 나오기 시작했다.

유럽에서도 EU 국가 간 국경이 부활하면서 이동이 잠시 제한되고 있다. 21세기에 이르러 역사는 역방향으로 회전하기 시작했다.

그리고 노인지배

코로나 바이러스는 세계에서의 전제주의적 지배를 조장하고 있는 것만이 아니다. 전 세계의 노인지배(gerontocracy)를 강화하고 있다.

미국의 대통령 예비선거는, 바이든과 샌더스라고 하는, 모두 75세 이상, 후기 고령자에 의한 싸움으로 되어 있고, 중국에서는 시진핑은 66세이지만, 그 사고방식은 마오쩌둥 시대의 것으로, 중국의 현대 사회와의 괴리는 현저하다.

러시아에서는, 67세의 푸틴이 '러시아는 아직도 소련 붕괴 후의 위기적 상황에 있다'라며, 대통령의 임기제한을 철폐, 생명이 있는 한 러시아를 이끄는 자세를 나타내고 있다.

독일에서도 지금까지의 2대정당, 크리스토프교민주동맹과 사회민주당은 사회실태와 맞지 않게 되어, 대폭적인 새 단장을 강요당하고 있음에도 불구하고, 65세의 메르켈은 후계자를 결정하지 못하고 있다.

그리고 일본에서도 아베 총리 자신은 아직 65세이지만, 자유민주당이라는 정당, 아니 야당까지 포함한 대부분의 정당이 그 사고방식, 조직형태와도 이미 시대에 뒤떨어진 존재가 되어 있다. 노인 지배라기보다 제도의 노령화인 것이다.

노화된 정치는 사회, 특히 젊은 세대와의 접점을 잃는다. 그 '차이'가 표면화할 때, 사회는 지진과 같이 크게 흔들리는 것이다.

3월 하순으로 예정됐던 G7 외무장관 회담은 화상회의 방식으로 열리게 됐다. 코로나바이러스로, 정상이나 장관 레벨, 그리고 사장 레벨의 왕래가 사실상 불가능하게 되어 있다.

리먼 위기는 2008 년 G20 정상회의 출범을 낳았지만 비슷한 일은 이번에 없다. 6 월 미국에서의 G7 정상회의는 미국 대선 이후로 늦춰질 수도 있다.

16 일에는 G7 정상들이 사상 첫 화상회의를 했는데, 이래서는 초보 정상 혹은 영어 실력이 떨어지는 정상들이 힘들어진다.

원점으로 돌아가는 아베노믹스

아베노믹스는 원점으로 돌아갈 수 있다. 인플레이 기대를 부추김으로써 기업의 투자욕을 북돋우고 성장률을 끌어올리려는 계획이 전혀 실현되기 전에 지난 7 년간 지속된 엔화 약세는 엔고로 되돌아가려 하고 있다.

그러나 일본에는 이제 금리인하로 엔고를 막을 여지가 없다. 2018 년 때와 똑같은 구도로 금리인하를 하지 않는 일본 엔화에는 수요가 몰릴 것이다. 그리고 위기 때, 기업은 해외에 보유 자금을 일본으로 불러들이기 때문에, 그로 인해 엔고는 한층 더 양진한다. 2012 년, 엔화는 1 달러 80 엔을 밑도는 엔고가 되어 있었다.

단지, 지금의 일본의 정세에서는, 정권 교체는 일어나기 어렵다. 지금의 의석배분으로는 야당은 국회 해산, 총선을 강요할 수 없기 때문이다. 그래서 아베 정권이 바뀔지, 다음 총리가 누가 될지는 전적으로 자민당 내부의 역학에서 결정되게 될 것이다.

만약 아베 정권이 남는다면 2%의 인플레이션 목표 등 과거의 체면은 단호히 버리고 철면피의 아베 3.0 으로 리셋하면 좋겠다.

4. 코로나로 판명... 일본인이 '만원 전철 통근'을 그만두는 거대 효과

(현대비즈니스, 2020.3.18)



사진 1) 출처: 현대비즈니스

일본은 이미 불황기에 들어갔다

미중 무역마찰과 소비증세가 영향을 주어, 우리 나라의 2019년 10-12월기의 GDP(개정치)는, 연율환산으로 7.1% 감소가 되었다.

중국발 신형코로나 감염확대로 2020년 1분기 GDP도 마이너스가 되는 것을 피하지 못하고, 그 마이너스 폭이 어느 정도 될지 주목되고 있다.

일본에서 감염이 확대된 원인은 중국으로부터의 도항 금지를 후베이성에만 한정된 정부의 부적절한 대응에 의한 것이지만, 이제 와서 정부를 탓할 수만도 없다. 일본은 이미 불황기에 들어갔다고 하는 전문가가 늘고 있는 가운데, 이 교훈을 살려 얼마나 일본의 장래를 밝게 해 나갈지를 생각하지 않으면 안된다.

그러한 시점으로부터 나는, 이번 신형코로나 소동이 긴 안목으로 보면 일본 경제에 있어서, '재앙을 전환해 복이 되는' 큰 기회가 된다고 파악하고 있다. 그것은, '텔레워크'라고 하는 일하는 방식이 겨우 많은 사람들에게 인지되는 계기가 되었기 때문이다.

긴 통근시간은 정말로 필요한 것인가

텔레워크란 '텔레(tele)=떨어진 곳에서'와 '워크(work)=일한다'를 조합한 조어로, 정보통신기술(ICT)을 활용해 장소나 시간에 구애받지 않는 유연한 근로방식을 말한다.

텔레워크는 일하는 장소에 따라 주로 '재택근무', '새틀라이트 오피스 근무', '모바일 근무'의 세 가지로 나뉘는데, 내가 가장 중요하게 생각하는 것이 '재택근무'이다. ('새틀라이트 오피스 근무'에 관해서는, 대기업의 장시간 노동의 도피처가 되는 케이스가 있기 때문에, 그다지 좋은 인상을 가지고 있지 않다).

텔레워크는 원래 도쿄 올림픽·패럴림픽 때의 도로정체나 철도혼잡을 완화하기 위해 NEC나 후지쯔, 파나소닉 등 일부 대기업에서 조금씩 도입이 진행되어 왔다.

그런데, 텔레워크가 일본의 생산성을 크게 끌어올리는 잠재력을 내포하고 있는 것에 대해서는 잘 알려져 있지 않다.

재택근무로 '생산성이 2~30%'은 올라가는 이유

총무성의 2016년도 조사에 따르면 텔레워크를 도입하는 기업의 생산성은 도입하지 않은 기업의 1.6배나 된다는 결과가 나왔다고 한다. 실제로 텔레워크를 도입한 기업의 90%가 효과를 실감할 수 있었다고 응답하고 있다.

2016년 단계에서는 조사대상이 되는 샘플수가 적으므로 생산성에서의 효과를 그대로 받아들이는 것은 삼가하고 싶지만, 그래도 감각적으로는 생산성이 적어도 20%~30%는 쉽게 오른다는 것은 알 수 있다. 왜냐하면 대도시권에서는 매일 통근(通勤)이 통근(痛勤)이라고 표현될 만큼 육체적 및 시간적 부담이 크기 때문에 그 부담을 없앨 수 있는 것만으로도 효과가 클 것이기 때문이다.

총무성의 2016년의 통계에 의하면, 카나가와현의 통근 시간이 1시간 45분으로 가장 길고, 그 다음이 치바현이 1시간 42분, 사이타마현이 1시간 36분, 도쿄도가 1시간 34분으로 되어 있어 전국 평균인 1시간 19분과 비교하면, 도쿄권에서는 특히 통근 시간이 길어지고 있다.

전국적으로든 도도부현별로든 어디까지나 평균 시간이기 때문에, 도쿄권에 한정되지 않고 대도시권으로 통근하고 있는 사람이라면 통근에 2시간 걸리는 것도 결코 드물지는 않을 것이다.

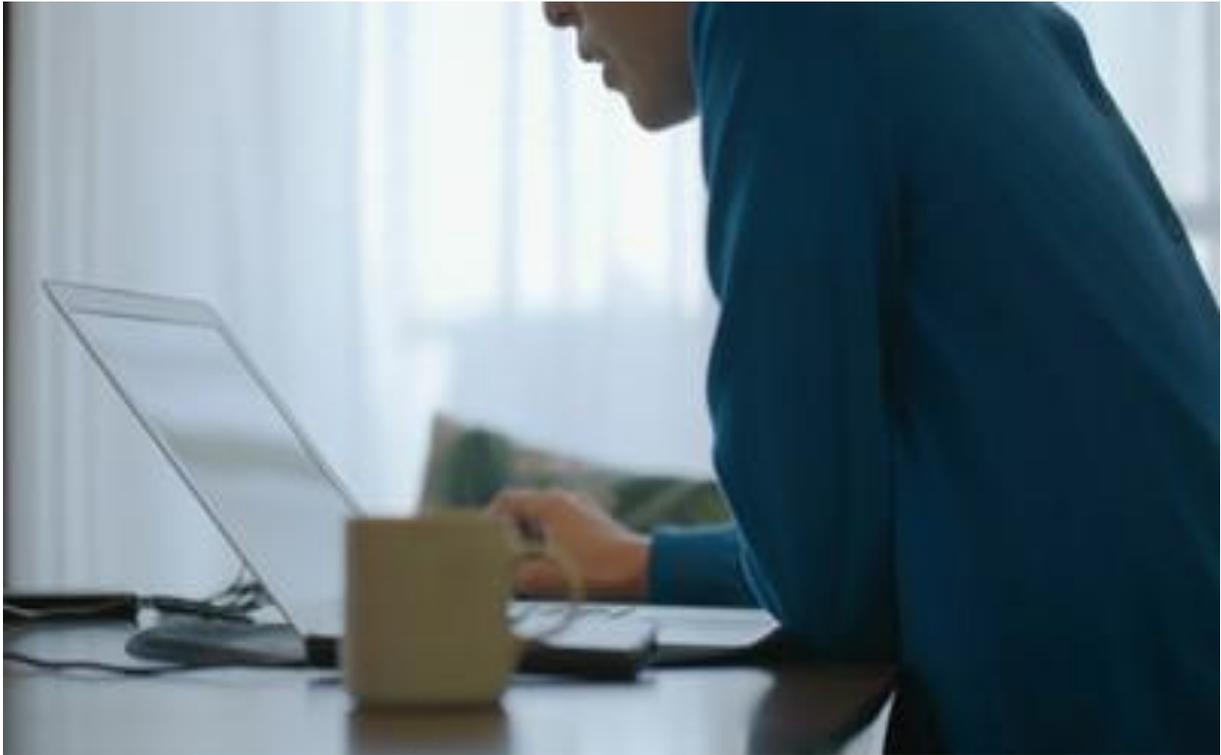


사진 2) 출처: 현대비즈니스

재택근무가 일반적인 근무 방식이 되었을 경우, 그러한 통근 시간이 없어지는 만큼, 회사 근무보다 빠른 오전 8시부터 일을 시작해 저녁 4시~6 시에는 끝낼 수 있게 된다.

게다가 만원 전철에 흔들리는 통근으로 체력을 소모하지 않고 처음부터 일에 집중할 수 있다는 장점도 있다. 당연히, 일에 있어서의 생산성을 높이면서, 잔업이 되는 시간도 줄일 수 있는 것이다.



사진 3) 출처: 현대비즈니스

1 일 90 분이상의 시간을 절약할 수 있다

그 동안 매일의 통근에 할당하고 있던 시간을 주저없이 일에 돌릴 수 있다면 얼마나 많은 성과를 거둘 수 있을지 여러분들도 상상하실 수 있을 것이다.

예를 들어 하루에 1 시간의 통근시간을 절약할 수 있다면 1 년간 240 시간, 즉 30 일 일하는 만큼의 시간을 절약할 수 있다(연간 240 일 근무의 경우). 도쿄권에 근무하는 사람들은 평균적으로 하루 90 분이상의 시간을 절약할 수 있게 되는 것이다.

게다가, 통근으로 인한 피폐가 없어지면 일에 대한 집중력이 한층 높아져, 장노동 시간을 줄이는 효과가 예상된다.

그 결과 일본의 출산율이 높아지는 효과도 기대할 수 있다.

프랑스나 스웨덴등의 사례를 보면, 노동 시간을 짧게 하도록 개정하면 출생률이 높아진다는 것은 실증되고 있고, 후생 노동성의 2014 년의 조사에 의하면, 남편의 가사·육아 시간이 길수록, 둘째 아이의 이후의 출생 비율이 증가하고 있다고 하는 실태가 밝혀지고 있다.

텔레워크의 보급은 육아로 이직할 수밖에 없었던 여성들이 다시 일할 기회를 줍니다.

부부가 일함으로써 경제적으로 안정되는데 더해, 여성이 자유로운 근로 방식을 선택할 수 있다면, 둘째 아이나 셋째 아이를 갖고 싶어하는 강한 동기 부여가 된다고 생각된다.



사진 4) 출처: 현대비즈니스

근무방식은 '시간'에서 '성과'로

텔레워크의 효과는 그뿐만이 아니다. 예를 들어, 이번 신형코로나 감염확대의 방지책으로 초·중·고등학교의 일괄 휴교보다 만원전철의 혼잡완화 쪽이 효과적이라는 것은 이론의 여지가 없을 것이다. 예를 들어, 작년처럼 대형 태풍이 일어나 대중교통이 멈췄을 때, 혹은 동일본 대지진과 같은 대규모 지진이 일어나 도시 기능이 마비되었을 때, 텔레워크는 기업과 직원 모두에게 큰 위험 회피책이 될 수 있다.

텔레워크에 더 부차적인 효과가 있다면, 그것은 우리의 근로방식 의식이 '시간'에서 '성과'로 바뀌는 계기가 된다는 것이다.

성과를 효율적으로 발휘할 수 있는 환경이 정비됨에 따라, 회사에 통근하는 메리트가 적어져, 회사 밖에서 자유롭게 일하는 메리트에 대한 관심도가 높아져 가는 것이다.

그런 의미에서는, 정부의 일하는 방법 개혁에 따라서 노동시간의 단축을 진행시키는 기업이 많은 가운데, 이번 코로나 소동을 발판으로, 텔레 워크로 일하는 사람들이 극적으로 늘어났으면 좋겠다고 생각하고 있다.

많은 기업이 일하는 방식을 '주 2 일은 회사근무, 주 3 일은 재택근무'라는 형태로 바꿀 수 있는 것만으로도, 일본의 생산성은 크게 증가하는 것, 나아가 일본 경제가 인구감소 하에서도 떠 받칠 수 있는 것을 기대할 수 있다고 하는 것이다.

현재 텔레워크를 본격적으로 도입하고 있는 것은 일부 대기업이 주체가 되고 있지만, 가능한 한 많은 기업이 생산성 향상과 저출산 대책의 양립이 가능하다고 인식하고, 텔레워크를 근무 형태의 핵으로 도입하기를 간절히 바라고 있다.

KIC 중국 NEWS

1. KIC 중국 참여한 광곡창업카페 2020 년 첫 문창칭동회(文创青桐汇) '클라우드 피칭대회' 우한에서 개최 (2020.3.20)

후베이성 우한 쌍창에 힘을 기여하기 위해 3 월 20 일, 광곡카페가 주최하고 KIC 중국도 참여한 2020 우한 광곡 문창칭동회 클라우드 피칭대회가 성공적으로 개최했다.



사진 1) 출처: 광곡창업카페. 사진설명- (온라인 피칭대회 화면)

그 동안의 피칭대회는 오프라인 방식으로 진행돼 왔으나 올해는 코로나 사태 때문에 광곡창업카페는 우한의 첫 문화창의 피칭대회를 온라인으로 선보였다.



사진 2) 출처: 광곡창업카페. 사진설명- (참가기업 왕로 대표)

이번 행사 주최측인 광곡창업카페 총경리 리루송(李儒雄)은 코로나 19 로 인해 격리된 상태지만 사회에 대한 사명과 역할은 격리될 수 없었다.

후베이성 우한 쌍창의 중요한 추진력으로서” 오프라인에서는 당분간 조건을 갖추지 못하면 온라인을 통하고, 대인대면에 어려움이 있으면 인터넷으로 만나고, 광곡창업카페는 정부의 코로나 19 사태 특별 방침 및 경제발전 배치에 적극 호응하는 동시에, 쌍창 서비스 사업을 순차적으로 추진하여 창업자들이 난관을 극복하고 업무와 자본의 리스크 대응 능력을 증대할 수 있도록 돕는 것이 이번 온라인 피칭의 성과 중 하나이다.”

코로나 19 대응 기간동안 광곡창업카페는 시간과 공간의 한계를 넘어서, 디지털유전자를 가진 “코로나 대응” 프로젝트를 선별해 온라인 교육, 자원 매칭, 정책강연 등의 서비스를 제공하며, 이번 코로나 19 사태에 대응한 것으로 알려졌다.

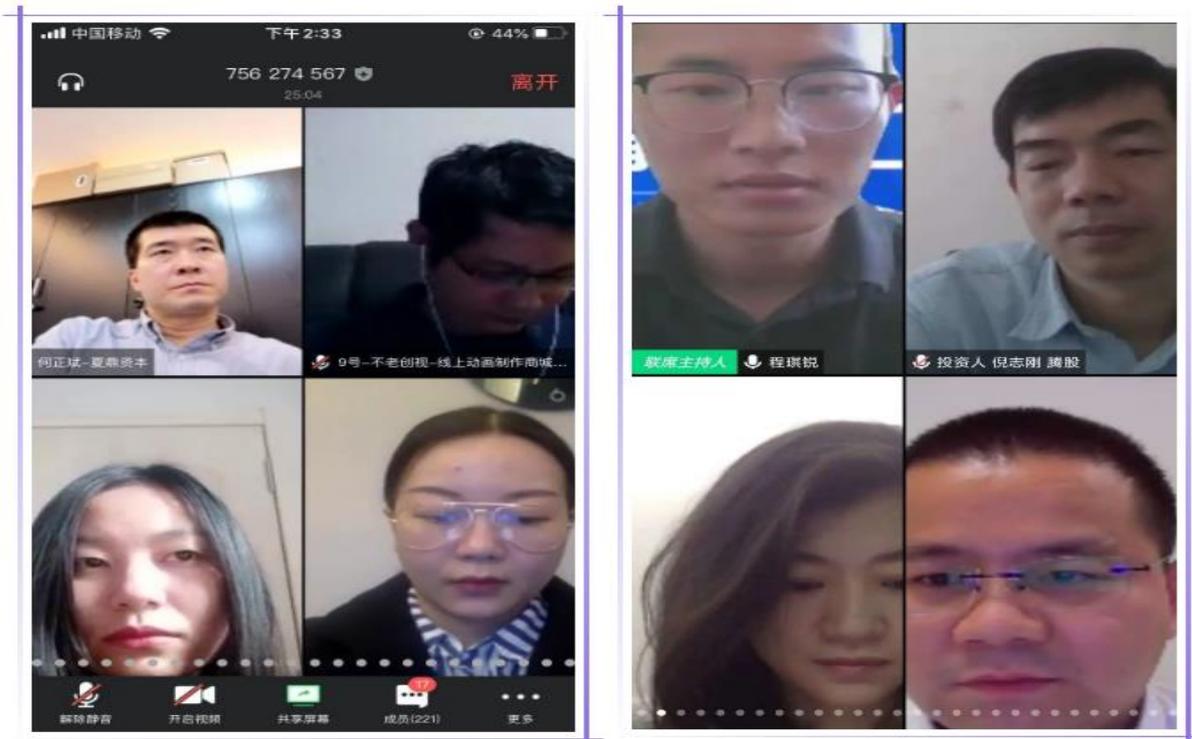


사진 3) 출처: 광곡창업카페. 사진설명- (온라인 피칭대회 화면)

이번 “예술의 힘으로 맞서다” 프로젝트에는 후베이 (湖北)와 우한 (武汉) 현지 외에도 베이징 (北京), 선전 (深圳), 항저우(杭州), 청두 (成都), 시안(西安)과 한국 등 국내외 투자자와 창업자들이 함께 힘을 보태었다.

피칭대회에는 “우한일기 동영상 MCN”, “아이디어 인터랙티브 교실”, “에스로봇” 한국 기업인 “스코넥”등 현재 코로나 사태와 관련된 여러 온라인 교육, 온라인 오피스, 스마트로봇 등 디지털 기술로 이루어진 문화창의(文创) 프로그램이 포함됐다.

반면 특수 상황에서의 피칭대회는 각 창업주들이 프로젝트를 온라인으로 소개하는 피칭대회 PPT 를 텐센트 미팅을 통해 화면공유로 하나씩 보여주고 설명하며 전문기관 투자자 30 여명과 소통 및 평가를 했다



사진 4) 출처: 광곡창업카페. 사진설명- (참자자 피칭대회 관련 자료)

우한시위 선전부 부부장 우톈용(吴天勇), 대한민국 과학기술정보통신부 산하 기관인 KIC 중국(한국혁신센터 중국) 이상운 센터장, 후난성 하이테크추진센터 부주임 후옌(胡焱), 우한시 과학기술국 성과전환처 란충(阮聪), 우한시 과학기술국 과학기술 협력처 황징(黄静), 동호 신기술 개발구 부국장 샤티엔(夏天), 우한시 중소기업발전추진센터 왕펑(王鹏) 등 귀빈이 이번 클라우드 피칭대회에 참석했다.

우한시 선전부 부부장 우톈용(吴天勇)은 축사를 전했다. 어려운 상황에서 발전을 추구하고, 혁신 정신은 영원히 사라지지 않는다고 말했다. 그리고 여전히 적극적으로 개척하고 혁신적인 발전을 도모하는 모습을 볼 수 있다는 것을 기쁘게 생각하며, 오늘과 같은 온라인 컨퍼런스를 통해 아이디어를 보여주고 성과를 추구하는 것이 바로 우리의 혁신적인 창업자에게 필요한 투지와 정신이라고 밝혔다.

코로나의 영향으로 온라인 소비가 주력이 되었다. 디지털 콘텐츠를 핵심으로 하는 디지털 문화산업이 돌변해 역세상양 하는 특징을 보이고 있는 것으로 나타났다.

구체적으로 온라인 교육, 게임, 애니메이션, 모바일 동영상, 클라우드 여행 등 디지털 콘텐츠에 대한 수요가 증가현상을 나타내고, 관련 분야의 트래픽 증가중이며, 사용자 규모 및 일 평균 가입자 수는 꾸준히 늘고 있다.

우톈용은 "문화 쌍창"이 중국 문화산업의 질적 증대와 도약을 돕고, 중국 경제에서 가장 활발한 세력으로 부상했으며, 이후 우리 국민경제의 새로운 성장점이 될 것이며, 더 나아가 버팀목 산업으로 나아갈 것이라고 지적했다.

또한, 베이징 창세자본 (北京创势资本) 파트너 자오웨이 (焦伟)와 항저우 보러 공업디자인 주식회사 (杭州博乐工业设计股份有限公司) 설립자이자 중국 디자인업계 10 대 걸출 청년 저우리강(周立刚)이 창업자에게 각각 <2020 년 이후 신형 코로나 바이러스 신경제 주기 투자 분석> 및 <디자인 마인드와 빅데이터로 코로나 사태를 파헤친 후 히트치는 기회> 를 주제로 온라인에서 깊은 나눔

시간을 가지고, 두 게스트는 각각 현 시장 상황을 겨냥해 창업자에게 투자할 만한 업종과 폭발적인 제품의 디자인 아이디어를 심층 분석했다.

저우리강(周立刚)은 이번 코로나 사태가 많은 사람의 삶을 변화시킨 동시에 창업자들에게 많은 기회를 주었으며, 제품 마케팅, 디자인 마인드가 더욱더 중요해졌으며, 산업 디자인은 더 이상 단순히 하나의 외관이나 조형 설계가 아닌 미학, 공학, 경제학을 바탕으로 사용자의 욕구와 응용 장면을 주목해서 제품을 정의하고 디자인함으로써 비즈니스 가치와 사회적 가치를 창출해야 한다고 말했다.



杭州博乐工业设计股份有限公司
创始人、董事长周立刚线上接入分享中

사진 5) 출처: 광곡창업카페. 사진설명- (저우리강 멘토)

창업자들의 시각과 달리, 투자자로서 자오웨이(焦伟)는 현재의 추세보다 잠재적 기회를 더 중시한다. 도전이 있으면 기회도 있는 법, 그러나 현재의 번영이 꼭 기회만은 아니다, 단계적인 인기 상품은 이번 사태가 지난후에 열기가 떨어지는 것은 필연적이다.

이번 행사는 우한시위 선전부의 지도와 동호신기술개발구 과학창신국 주관으로 광곡창업카페가 주최하는 동시에 KIC 중국 (한국혁신센터 중국), 창장천사회(长江天使汇), 후베이성 인터넷 문화기업 협회, 우한 애니메이션 협회, 중남민족대학 자산경영관리 유한회사, 베이징 콰이더우회(快投会) 인터넷기술 유한회사등의 지지를 받았다.

바이러스와 싸우는 이 시점에는 “문화예술”로 힘을 보태 문화쌍창의 불꽃이 우한시를 밝히고 경제를 번영시키며 봄꽃이 활짝필 수 있도록 함께하기를 바란다.

2. 알리클라우드, KIC 중국 통해 韓혁신기업 위한 마스크 기부 (2020.3.23)



사진 1) 출처: 머니투데이. 알리바바클라우드 혁신센터(장춘기지)가 한국혁신기업에게 전달해 달라며 마스크 6000 매를 기부했다./사진제공=KIC

[머니투데이 베이징 김명룡 특파원] 중국 지린성 장춘에 위치하고 있는 알리클라우드 혁신센터가 KIC 중국을 통해 어려움을 겪고 있는 한국혁신기업에게 전해 달라며 마스크 6000 매를 기부했다.

이날 오전 10 시 베이징 중관춘 KIC 중국(센터장 이상운)에서는 마스크 전달식이 진행됐다. 알리클라우드는 '한국의 어려움을 겪고 있는 혁신스타트업을 위해 사용해 달라'며 마스크를 기부했으며 KIC 중국을 통해 한국으로 전달된다.

알리클라우드는 코르나 19 발병률이 높은 지역에 있는 한국 혁신스타트업기업들에게 전해달라고 부탁했다.

KIC 중국의 이상운 센터장은 "알리클라우드 혁신센터에서 기부해 준 마스크를 한국내 어려움을 겪고 있는 혁신스타트업 기업을 위해 사용할 것"이라며 "KIC 중국은 향후 알리클라우드 혁신센터(장춘) 및 51 개 혁신센터와 힘을 합쳐 중국에 있는 한국기업, 중국 진출을 준비하는 한국 기업, 한국으로 진출하려는 중국 기업을 위해 교량 역할을 할 것"이라고 말했다.

그는 "기부받은 마스크는 대한민국 중기부 산하 창조경제혁신센터 협의회(전국 19 개)로 전해져 피해가 큰 지역 위주로 배부된다"고 덧붙였다.

한편, KIC 중국과 알리클라우드 혁신센터는 2017 년부터 한국과 중국에서 양국의 스타트업 및 중소혁신기업들에게 네트워크 구축 및 양질의 협력관계를 구축해 오고 있다.

알리 클라우드 혁신센터는 알리바바 그룹 산하에 인터넷, 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터등 과학기술 "쌍창"(双创) 인큐베이션 서비스 플랫폼으로 중국 전역에 52 개 센터를 운영하고 있다.