



주간 중국 창업

제 207 호 (2020. 12. 02)

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

- ▶ 가장 조용하고 부진했던 중국의 블랙 프라이데이 (팅쉰왕騰訊网, 2020.11.27)
- ▶ 2020 중국 스마트카 미래도전대회 무인차량 영역에서 운행 '최후 1km' 응용 난제
(과기일보科技日报, 2020.11.24)
- ▶ 진러토후타오 창작자플랫폼 투자 확대 (DoNews, 2020.11.25)
- ▶ 금융대출 경색—온라인 대출 기관은 제로로 돌아오고 P2P 는 역사 무대에서 퇴출
(AI 재경사 AI 财经社, 2020.11.27)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ 중국과 미국 주식시장 비교: 중국의 발전 잠재력과 방향 I — 이오왕(亿欧网) 제공
- ▶ 온라인 교육에서 유리한 고지를 차지하기 위한 쟁투 — 36kr 제공
- ▶ 풀리지 않은 샤오미의 증저가, OEM, 무기술에 관한 의문: 고실적에도 미래를 낙관할 수 없는 이유 — 봉황과기(凤凰科技) 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 74) 판지엔웨이팀 새로운 돌파! 냉원자를 사용한 격자로 방정식 관찰
— 평파이신문(澎湃新闻) 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 — PLAYCOIN 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 중국인이 보기에 일본은 시간이 멈춰 있는 것 같다 (JBpress, 2020.11.23)
- ▶ AI의 2021년을 예상 -- 새로운 요구나 용도로 존재감 (ZDNet Japan, 2020.11.26)
- ▶ "왜 20년 넘게 일본 임금은 하락하고 있는가?" 나카노 쓰요시 (中野剛志)가 지적하는 "진짜 이유" (문춘온라인, 2020.11.24)
- ▶ 코로나로 외국인 기능실습생 불법행위 심각화, 국가지원기관도 가담 현실 (yahoo, 2020.11.23)
- ▶ 여성 '자살' 급증...그 너무 '안타까운' 이유는? (현대비즈니스, 2020.11.26)

KIC 중국 NEWS

- ▶ KIC 중국 "제9기 KIC중국 인큐베이션, 제7기 엑셀러레이션 프로그램" 입주식 개최 (2020.12.01)

주간 NEWS

1. 가장 조용하고 부진했던 중국의 블랙 프라이데이 (팅쉰왕腾讯网, 2020.11.27)

올해 블랙 프라이데이 실적이 어땠냐고 묻자 CiCi 라는 사업자명으로 프랑스에서 구매 대행을 하던 그녀는 "정말 너무 힘들다!"고 하소연한다.



사진 1) 출처: 텡쉰왕(腾讯网)

해외구매대행 사업에서 가장 기본이 되는 단위로써 글로벌셀러에게 닥친 위기는 해외구매시장 전체의 축소를 반영한다. 외부로 향한 확장에서 개인 구매대행보다 국제 전자상거래 플랫폼이 더 영향력이 커졌고 글로벌셀러들이 품었던 블랙 프라이데이 연말 프로모션에 대한 높은 기대는 올해 큰 파도를 일으키지 않았다.

이러한 배후에는 코로나 19 전염병의 충격외에도 더 복잡한 요소가 많이 있다.

‘사라지는’ 구매대행 사업



사진 2) 출처: 텡쉰왕(腾讯网). CiCi 가 참고정리를 위해 위챗 모멘트에 올린 내용

전환점은 2019 년이었다. 2019 년 이후 이러한 유형의 (개인) 구매 대행은 기본적으로 사라졌다.

2019 년 1 월 1 일, <중화인민공화국 전자상거래법>이 정식 발효되었다. 관련 조항은 구매 대행인과 웨이상도 반드시 법률에 따라 공상국 등기를 거쳐 영업집조(편집자 주: 한국의 사업자등록증에 해당)를 취득하고 세금을 납부해야 한다고 명시하고 있으며, 법을 위반할 경우 최대 200 만 위안의 벌금이 부과된다.

"솔직히 말하면, 이전의 사람이 구매 대행하는 방식은 회색 영역에 있었습니다. 따라야 할 법률이 생긴 후 구매 대행의 운영 비용이 급격히 증가했습니다."라고 CiCi 대표자는 말한다.

개인 구매대행과 마찬가지로 정규 사업도 마찬가지로 어렵다. 화화(花花)는 5 월에 알리바바 산하의 국제전자상거래 판매플랫폼인 요우핀해외구매(友品海购)에 가입했다. 티몰국제와 카오라(考拉)의 공급체인에 기반하여 입주플랫폼의 대행구매는 원스톱으로 상점을 개설할 수 있었다. 일반적인 소셜마켓과 마찬가지로 플랫폼은 제품발송, 판매 후 처리를 맡고 대행 구매에서 수수료를 가져간다. 화화(花花)는 그녀의 현재 수입 상황이 그저 '아주 적은 돈을 벌고 있는' 상태에 머물러있다고 털어놓았다.

조용하기만한 블랙 프라이데이

바이두지수 데이터에 따르면 대중의 '블랙 프라이데이' 검색도는 전체적으로 먼저 증가한 후 감소하는 추세다.



표 1) 출처: 텡쉰왕(腾讯网). 붉은 박스-왼쪽부터 전체 전년동기간 대비 40%하락, 모바일 전년동기간 대비 42%하락

전환점은 2016 년에 출현했다. 몇 년전 상승을 거친 후 블랙 프라이데이의 검색지수는 2016 년 행사기간에 48117 의 정점에 달했고 이후 하강곡선에 진입했다. 12 월 21 일부터 12 월 27 일까지의 블랙 프라이데이 해당기간, '블랙 프라이데이'검색지수는 전체하루평균가가 전년 동기간대비 40% 하락했고, 모바일 하루평균가가 전년 동기간대비 42% 하락했다.

작년 데이터를 예로 들면 2019 년 블랙 프라이데이 빅세일 온라인 교역액은 74 억 달러였고, 이중 블랙 프라이데이의 발원지 미국 시장이 기여한 금액은 45 억 달러를 초과하며 61.5%의 점유율을 보였다. 2019 년 티몰의 쌍십일절 교역액은 2684 억 위안(약 408.5 억 달러)으로 차이를 육안으로도 볼 수 있다.

그외 쌍십일절 후 쌍십이(双 12)가 블랙 프라이데이를 바짝 쫓아오고 있다. 앞뒤에서 공격하는 쌍십일과 쌍십이(매년 12 월 12 일) 사이에 놓인 블랙 프라이데이는 소비 수요가 분산되어 유실되는 당혹감에 직면해있다. 소셜미디어에서는 네티즌들이 “쌍십일절에 미친듯 사들였다. 청구서가 아직 오지도 않았는데 블랙 프라이데이 때는 정말 살 여력이 안된다.”고 말하는 것을 볼 수 있다.

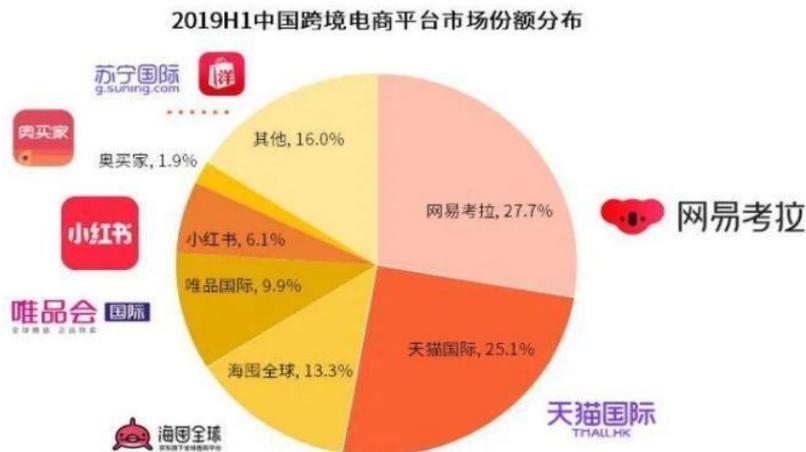
자체 원인도 좋고, 산업 경쟁도 좋다. 총체적으로 외국에서 온 블랙 프라이데이는 중국 경제에서 점점 더 어려워지고 있다. 올해 아마존 차이나는 블랙 프라이데이 행사 기간을 11 월 13 일부터 11 월 전체 기간으로 늘려 ‘역사상 가장 블랙 프라이데이 기간’으로 잡았다. 업계 내 인사는 ‘바로 자신감이 없는 모습’이라고 보았다.

더 이상 맹렬하지 않은 국경간 전자상거래

블랙 프라이데이와 쌍십일절의 격차는 국경을 넘나드는 전자상거래 자체의 한계를 반영하고 있으며, 해외 구매를 위한 특별 전자상거래로서 국경간 전자상거래의 잠재 고객 규모와 영향력은 주류인 종합 전자상거래와 비교되어 논할 수 없다.

더욱이 이전의 맹렬한 진입을 거쳐, 국경간 전자상거래의 투입과 산출을 비교한 후 업계는 이미 냉정함을 되찾았다.

2019上半年中国跨境电商平台市场份额分布



注: 市场份额计算主要通过市场公开数据、企业深度访谈、用户调研, 并结合艾媒统计模型计算 数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒报告中心: report.iimedia.cn ©2019 iiMedia Research Inc

표 2) 출처: 텡쉰왕(腾讯网). 2019 년 상반기 중국 국경간 전자상거래 플랫폼 시장 점유율 분포. 왕이카오라(网易考拉) 27.7%, 티몰국제(天猫国际) 25.1%, 기타 16.0%, 하이툰추엔치우(海囤全球) 13.3%, 웨이핀국제(唯品国际) 9.9%, 샤오홍슈(小红书) 6.1%, 아오마이자(奥买家) 1.9%, 수닝국제(苏宁国际) 1.9%

일반 온라인 쇼핑에 비해 해외 구매는 상품 선택, 물류 등의 과정에 더 많은 투자가 필요하다. 복잡한 시장 환경에서 정품을 얻는 방법과 소비자에게 해외 제품을 보증한 시일안에 배송하는 것은 대다수 플랫폼이 자체 운영하는 방식이다. 자체 운영은 플랫폼이 창고 보관, 구매 등에서 더 무거운 자산 배치를 해야 함을 의미하며, 이는 전략적으로 장기적 손실을 초래한다.

또한 일부 국경간 전자상거래 플랫폼은 C2C 모델을 선택하며 플랫폼은 장면, 물류, 감독과 같은 서비스를 제공한다. 대표적인 플랫폼은 양마토우(洋码头)다. C2C 구매자 모델의 한계도 매우 명확해, 수익 모델은 단일하며 상품의 출처를 통제하기가 어렵다. 2009 년에 설립된 양마토우(洋码头)는 수년간 손실과 가짜 제품 판매에 대한 의구심을 거쳐왔으며, 2019 년이 되어서야 연간 880 만의 수익을 올렸다.

물류 서비스의 확대와 플랫폼+자체 운영의 이중 노선 병행의 전환 등 종합 작용이 이루어지면서 경영 상황은 개선되었지만 양마토우(洋码头)도 새로운 문제에 도달했다. 즉 플랫폼의 배치가 점점 무거워지고 있는 것이다. 투입이 확대됨에 비해 아웃풋은 따르지 못해 직접적으로 수익에 영향을 미친다.

또한 현재 구매자가 높은 거래 서비스 수수료로 인해 양마토우(洋码头)와 같은 플랫폼을 "탈출"하고 사설 도메인 트래픽으로 전환하고 있다. 이는 양마토우(洋码头)의 향후 서비스 영업수익 성장의 숨겨진 위험을 어느 정도 노출시켰다.

중국 상업산업연구원(中商产业研究院)이 발표한 <2020 년 중국의 국경간 전자 상거래 산업에 대한 시장 전망 및 투자 연구보고서>의 데이터에 따르면 2019 년 중국의 해외구매 사용자 수는 약 1.55 억 명, 국경간 전자상거래 소매 수출입액은 1862.1 억 위안 인민폐에 달했다. 그러나 앞 문장에 따르면 시장은 비록 넓지만 해외구매대행 사업은 쉽지 않고 개인 글로벌셀러가 돈을 벌기 어렵고 국경간 전자상거래 플랫폼의 수익성도 문제다.

해외구매가 매혹이 없다

해외는 코로나 19 전염병의 영향으로, 브랜드는 온라인 채널을 더 많이 중시한다. 중국의 방역 통제 업무는 정상화 단계에 접어들었고 경제는 꾸준히 회복되고 있다. 이론에 따르면 공급이 증가하고 수요가 회복됨에 따라 해외 구매는 자연스럽게 일어나야만 한다. 그러나 앞서 언급한 해외구매 대행자가 어려운 것뿐만이 아니라 블랙 프라이데이 빅판촉은 조용하기만 했다.

일에서 이상이 보이면 원인에서 출발해야 답을 찾을 수 있다.

해외구매 추세의 부상은 그해 산루(三鹿) 분유 사건이 촉진시킨 것과 떼어놓고 생각할 수 없다. 2008 년 산루(三鹿) 분유에서 멜라민이 발견되어 중국산 분유에 대한 국민의 신뢰가 순식간에 무너져 해외에서 분유를 구입하는 것이 안전한 선택이 되었다. 해외구매는 이로부터 커졌다.

현재로 돌아와, 시간이 흐르고 시장 배경이 바뀌고, 외국의 달은 더 이상 등글지 않고 중국산 제품은 달콤하게 변신했다.

특히 메이크업, 악세서리 등의 영역에서의 변화는 가장 명확하다. 2019 년 쌍십일절, 성립된지 3 년이 안된 중국산 메이크업 브랜드 완메이르지(完美日记)는 유럽과 미국 브랜드를 추월하여 티몰 메이크업 판매리스트 1 위를 차지했다. 올해 쌍십일절 완메이르지(完美日记)— 화씨즈(花西子) 등 중국산 제품은 여전히 선두 우위를 유지하고 있다.

근본으로 돌아가 국산제품이 환영받는 배후는 소비자의 국산제품에 대한 인정에 있다. 브랜드 자체는 문화적 자신감이 증가한 등의 요인하에 자국산 트렌드의 경쟁력이 두드러졌다. 유럽미국 트렌드, 한국 트렌드, 일본 트렌드 등 대중소비 트렌드에서 중국산 트렌드는 소비자의 우선 순위가 되었다.



표 3) 출처: 텡쉰왕(腾讯网). TOP10 메이크업 브랜드 (11 월 11 일 24 시까지) 1 위 완메이르지(完美日记), 2 위 MAC, 3 위 에스티로더, 4 위 랑콤, 5 위 메이블린, 6 위 화씨즈(花西子), 7 위 지방시, 8 위 아르마니, 9 위 3CE, 10 위 입생로랑

이외 현재 해외의 코로나 19 전염병 상황이 위중함에 비해 안전을 위해 적지 않은 소비자가 자체적으로 해외구매로 향하던 수요를 국내로 돌리고 있다.

중국 질병통제 예방센터의 전염병학 수석 전문가인 우준요우(吴尊友)는 CCTV와의 인터뷰에서 "특정 조건에서 겨울철 저온 환경은 콜드체인 운송환경과 비슷하며, 해외 구매는 바이러스에 오염된 포장물을 받을 위험이 있다. 접촉 빈도가 높고 다수 반복 접촉되면, 감염율이 높아진다."라고 말했다.

소비 회귀 추세

정책적 측면에서 해외 소비 회수를 유도하는 조치가 줄곧 진행 중이다.

1 인당 매년 26000 위안의 해외 쇼핑 한도는, 액수상에서 해외 소비를 통제한다. 화화(花花)는 자신이 구매 대행자로 일한지 몇 달 밖에 안 되었는데 지난 달에 이미 일부 고객의 액수가 한도에 달했다고 말했다. <전자상거래법>은 탈세·조세 회피하는 구매대행자가 활동할 수 없도록 명시적으로 금지한다.

또한 면세 산업을 활성화하는 정책이 좋아 해외 구매 시장에 영향을 미칠 힘을 축적하고 있다.

올해부터 중국 면세 산업의 방향은 크게 바뀌었다. 3 월에는 국가발전개혁위원회를 비롯한 23 개 부서가 공동으로 <소비확대와 품질 제고 촉진에 관한 강대한 시장 형성 가속화 실시 의견>을 발표하고 중국 특유의 면세 제도 구축을 제안했으며, 이에 따라 모든 성시(省市)는 면세 경제 발전을 지원하는 문서를 발행했다. 지난 6 월 왕푸징그룹(王府井集团)은 면세 사업 자격을 취득했다고 발표하고 바이리안주식

(百联股份), 링난홀딩스(岭南控股), 이우상 A(鄂武商 A) 등 많은 기업이 연이어 면세 사업 자격을 신청하기 시작했다.

모두 알고있듯 면세점 상품은 수입 관세, 소비세, 부가가치세 및 기타 세금이 면제되어 자연스럽게 가격 우위가 있다. 가격 우위는 사용자의 해외 쇼핑 원동력 중 하나다. 면세 산업 정책의 자유화와 면세점 배치 최적화는 의심할 여지없이 소비자의 해외 쇼핑 니즈를 중국 내에서 소화하는 것으로 이전시킬 것이다.



사진 3) 출처: 텅쉰왕(腾讯网).

해외 브랜드를 대체할 중국산 제품의 부상, 잠시 대체할 수 없는 제품은 중국 내로 이전되며, 이는 바로 내부 유통을 기반으로 한 새로운 대내외 쌍순환 신배치에 부응하는 것이다.

2019년에는 <전자상거래법>을 실시했고, 2020년에는 전염병이 갑작스럽게 발발했고, 미래에는 면세점의 도전에 대응해야 한다. "이 사업은 기본적으로 끝났습니다."라고 말하는 CiCi는 내일에 대한 희망이 별로 없다. 개인 구매 대행 사업이 실제로 사라진 후 국경간 전자상거래 플랫폼과 해외 구매 시장이 어디로 갈 것인가, 시간만이 답을 줄 것이다.

2. 2020 중국 스마트카 미래도전대회 무인차량 영역에서 운행 '최후 1km' 응용 난제

(과기일보科技日报, 2020.11.24)

제 12 회 "중국 스마트카 미래도전대회"가 2020년 11월 21일 장쑤성(江苏省) 창수시(常熟市)에서 개최되었다. 무인차량 도심 운행 '최후 1km'의 실제 적용 문제를 효과적으로 해결하기 위해, 스마트 교통 시스템, 차량인터넷과 무인차량 기술의 고도 융합, 무인차량의 안전과 교통 효율성 향상을 추진하기 위해, 이번 중국스마트카 미래 도전대회는 콘텐츠 설정 측면에서 차도 조정, 무인차량의 교통 상황 식별 능력, 실제 복잡하고 동태적인 교통 환경의 안전성, 적응성, 민첩성, 스마트함에 대한 고찰이 두드러졌다.



사진 1) 출처: 과기일보(科技日报)



사진 2) 출처: 과기일보(科技日报)

소개에 따르면 이번 대회에 22개 팀이 참가했는데 이중 새롭게 부상하는 무인차량스마트카 연구개발팀, 자동차 제조업체와 합작하는 팀, 기업차량팀 등이 포함되었다. 지난 대회와 다른 것은 이전 대회에서는 단일차량의 스마트수준에 대한 고찰만 했는데, 이번 대회에서는 참가 차량이 실제 도시 구역의 밀집된 교통 환경 속에서 승객을 태우고 보내는 작업을 완전 자율적으로 시뮬레이션하는 임무를 진행할 것을 요구했으며, 자율 주행 차량의 자율성, 전체 연속된 탑승서비스의 효율성을 평가 지표로 사용했다. 이번

대회는 참가 차량이 완전히 자율적으로 지하 또는 지상 주차장에서 출발하여 실제 복잡한 동태적 도로 교통 환경속에서 90 분의 규정된 시간내에 무인차량 운행 서비스를 연속 제공할 것을 요구하며, 주차장으로 되돌아오는 것까지 규정된 시간내에 완성하는 효과적인 서비스의 횡수와 난이도 등을 레벨별로 종합 평가하여 점수를 매긴다.

이전 대회와 비교하면 이번 대회에서는 처음으로 차량인터넷 기술과 무인차량기술을 서로 결합했다.

4G-LTE 통신망과 베이도우(北斗) 위성 내비게이션 기술을 채택하여, 도로 모니터링 비디오 스트리밍 등 정보와 결합하고, 다중 채널 정보 융합을 통해 실시간으로 도로 교통의 혼잡 상황을 판단하고, 지능형 교통 모니터링 센터 클라우드 플랫폼과 여러 무인 차량 간의 양방향 정보를 통해 채널, 스마트 교통 모니터링 정보센터 클라우드 플랫폼과 다수의 무인차량 사이에서 쌍방향 정보 통로를 구축하며, 실시간으로 배포되는 도로 교통상황 정보는 무인차량이 실시간으로 도로 상황 정보를 이용하게 하여 즉시 최적의 경로를 결정하고 계획할 수 있게 하며, 무인차량 운행 서비스의 효율과 안전성을 높인다.

과학기술 회사, 배송 회사, 자동차 제조업체의 무인차량 테스트, 서비스와 달리 이 대회는 실제 복잡하고 동적인 일반 도시 도로 교통 환경에서 동시에 여러 대의 무인차량 스마트카의 연속 다중임무 완성 능력을 테스트했다. 교통 장면은 도로 폐쇄, 시공 도로 점유, 차도 점유, 안내표지 등 시공관리 도로 통제 구간과 위성 내비게이션 신호가 누락된 도로 구간으로 설정되었으며, 보행자, 무인 자율주행 차량, 사람이 운전하는 차량, 청소차량 등 다양한 유형이 혼합된 운행 장면을 설정했고, 밀집된 이동 장애물이 공동으로 실제 교통 트래픽을 형성했다. 동시에 이 대회는 베이도우(北斗) 위성 내비게이션을 이용하여 무인차량에 적합한 주행 환경지도를 만들고, 무인차량이 위성 내비게이션 신호에 의존하지 않고 자체적으로 위치를 감지하는 능력을 테스트하며, 특히 무인차량이 지하 차고에서부터 스스로 나올 수 있는지 등의 테스트 내용을 추가했다.

"중국 스마트카 미래도전대회"는 중국 국립 자연과학재단이 2009 년 창립한 중국 최초의 무인차량 스마트카 대회이며 그 목적은 인공지능 응용 기초 연구와 물리적으로 달성 가능한 시스템의 유기적 결합을 촉진하고, 국가의 중대한 요구를 충족하는 독창적인 연구 성과를 만들기 위함이다. 중국에서 가장 이르고 가장 오래 되었으며 기술 수준이 가장 높은 무인차량대회로 2009 년 씨안西安 (제 1 회, 2 회)을 시작으로 오르도스鄂尔多斯 (제 3 회), 츠펑赤峰 (제 4 회), 창수常熟 (제 5 회~12 회)까지 연속 12 회의 대회를 개최했다.

중국 국가자연과학기금회 정보과학부 상무부주임 장자오티엔(张兆田)은 "중국 스마트카 미래 도전대회"의 영향과 가이드 아래 관련 중국내 관련 부서, 자동차 제조 회사, 정보 기술 회사, 스타트업도 연이어 무인차량, 자율주행 등 관련 기술의 연구 개발 혁신에 적극적으로 힘을 쏟고 있다고 지적했다. 이번 "중국 스마트카 미래도전대회"는 중국의 무인 차량 기술의 발전을 크게 일으키고 중국의 무인 스마트 차량이 단순한 폐쇄 도로에서 실제 복잡한 도로 교통 환경에서 활용되도록 촉진하며, 미국유럽 등 선진국 간의 격차를 단축시켰다. 중국의 스마트카, 무인자율 지상 시스템, 기타 인공 지능 시스템의 미래 발전을 위한 견고한 기반을 마련했으며 많은 연구개발 인재와 팀을 육성하고 보유하게 했다.

이 대회는 중국국가 자연과학기금위원회, 중국인공지능 산업개발연맹, 중국 자동화학회가 주최하고, 창수시(常熟市) 인민 정부가 주관하고 중국 (창수) 스마트카종합기술 연구개발과 테스트 센터가 후원했다. 알려진대로 최근 몇 년 동안 창수(常熟)는 시진핑 신시대 중국특색 사회주의 사상 지도를 견지하고, 새로운 경제 상황에 적극적으로 적응하고, 혁신 주도적 발전 전략을 심화하고, 뚜렷한 선진제조업의 고지와 시스템적 우위를 가진 산업 특색을 구축하고자 노력해오며, 중국 스마트카 산업화의

"창수(常熟) 클러스터"를 구축하기 위해 애쓰고 있다. 동시에 창수(常熟)는 무인스마트카대회를 대학, 과학 연구소와의 교류와 협력을 심화할 수 있는 기회로 삼아 창수(常熟) 자동차 산업을 부단히 첨단수준으로 이끌고, 스마트연결차량으로 대표되는 인공 지능 산업을 중점배양하며, 스마트연결차량의 산업클러스터를 구축하여 중국에서 가장 젊은 현대화된 자동차 도시를 만들고자 하고 있다.

2019 년에 창수시(常熟市)는 장수성 차량 인터넷 (지능형 커넥 티드 차량) 시범 구역으로 평가받아 차량 인터넷의 신기술 집적, 새로운 응용 프로그램 개발 및 테스트 능력 건설, 산학연 간의 심층 협력 강화, 미래 지향적인 차량-도로 협업 기술 연구 개발, 제품 테스트 인증, 산업 인큐베이션을 위한 기능적 공공 서비스 플랫폼을 중점 구축하여 성과실현과 산업화를 촉진하고자 한다. 2020 년에 창수는 국가발전 개혁위원회와 공신부의 신인프라 프로젝트——"쑤저우(苏州) 5G 차량 인터넷 도시급 검증과 응용"에 참여하여 지능형 네트워크 산업의 클러스터 개발을 적극 추진하고, 전국에 건설 경로를 탐색하고, 모델 표준을 방출하고 발전경험을 제공했다.

3. 진러토투타오 창작자플랫폼 투자 확대 (DoNews, 2020.11.25)

11 월 25 일 2020 진러토투타오(今日头条) 활력 컨퍼런스가 베이징 Kerry 호텔(嘉里大饭店)에서 열렸다. 컨퍼런스는 진러토투타오(今日头条) Slogan 이 '더 큰 세상을 본다'로 업그레이드되었다고 발표했고, '토투타오 전문가플랜'을 내놓으며 전문 작가가 개인 브랜드 파워, 영향력, 수익창출력을 더 높이는데 도움을 주겠다고 했다. 진러CEO 주원자(朱文佳), 콘텐츠생태 총경리 홍페이(洪绯), 부총편집 쉬이룽(徐一龙) 등 8 명의 상품·업무 책임자와 17 명의 저명인사와 창작자가 출석한 컨퍼런스에서 연설했다.

'정확한 견해에 경의를 표한다'를 주제로 2020 년 전체 연도의 발전 데이터를 검토하고, 콘텐츠 생태계의 다양한 산업 분야의 전문 작가들이 생산한 '참된 지식'의 새로운 트렌드를 제안하고, 내년도의 각 분야에 대한 전략 방안과 장려 계획을 발표했다. 메인 포럼 외에도 이 컨퍼런스는 크리에이터 성장, MCN, 콘텐츠 수익화라는 세 개의 테마 포럼을 배치하여 업계 담당자와 초청인사가 함께 콘텐츠 산업의 핫이슈와 미래 발전 추세에 대해 논의했다.



사진 1) 출처: DoNews

"토투타오 전문가 플랜"은 내년에 만 명의 전문 크리에이터가 10 억 위안을 벌 수 있도록 지원

활력 컨퍼런스가 개막할 때 톈우타오의 CEO 주원자(朱文佳)는 진러톈우타오(今日头条)가 새로운 브랜드 업그레이드를 시작했다고 정식으로 선포하고 새로운 슬로건 "더 큰 세계를 본다"를 발표했다.



사진 2) 출처: DoNews. 진러톈우타오(今日头条)의 CEO 주원자(朱文佳)

진러톈우타오(今日头条) 콘텐츠 생태 총책임자인 홍페이(洪绯)는 톈우타오 생태학의 현재 상황과 미래 동향을 종합적으로 분류했다. 2020 년에 진러톈우타오(今日头条)는 처음 콘텐츠를 게시하고 1566 만 명의 신규 사용자를 확보하여 창작자가 76 억의 수익을 올릴 수 있도록 도왔고, 2021 년에는 창작자가 100 억의 수익을 창출하도록 도울 계획이다.

홍페이(洪绯)는 톈우타오에서 "전문가 콘텐츠"가 부상하는 것이 매우 분명하다고 말했다. 전문가는 일정한 전문 지식과 업계 배경을 가진 크리에이터로, 그 창의적인 콘텐츠는 흥미롭고 지식이 풍부하며 사용자에게 인정을 받고 있으며, 전문 콘텐츠의 소비 시간은 1 년 만에 66 % 증가했다.

홍페이(洪绯)의 소개에 따르면 톈우타오 상에서 이미 인정받은 '전문가' 크리에이터에 대한 '톈우타오 전문가플랜' 추진도 순조롭게 진행되고 있으며 이 플랜은 개인 브랜드 구축, 트래픽과 현금 지원, 콘텐츠 수익화 향상 등 각 방면에서 그들이 성장하도록 도울 것이고 내년에는 1 만 명의 "전문가" 크리에이터가 10 억 위안을 벌도록 도울 것으로 예상된다고 했다.



사진 3) 출처: DoNews. 진러투타오(今日头条) 콘텐츠 생태 총경리 홍페이(洪绯)



사진 4) 출처: DoNews.

진러투타오(今日头条) 부총편집장 쉬이룽(徐一龙)은 처음으로 투우타오의 제품의 새로운 형태인 Hot List 를 공개적으로 소개했다. 그에 따르면 '핫 배포'는 추천 배포와 공존하는 콘텐츠 배포 메커니즘이다. 투우타오 핫리스트는 사용자가 더 많은 시간을 절약할 수 있도록 설계되었으며, 현지 핫리스트가 확장된 후, 향후 관심 핫리스트 등의 모델도 개발할 예정이며, 핫리스트가 사용자와 현실 세계 사이의 연결 끈이 되도록 한다.



사진 5) 출처: DoNews. 진러토크(今日头条)의 부총편집장 쉬룽이(徐一龙)

3 가지 생태조치로 우수 오리지널 플랫폼 생태를 구축

우수품질의 콘텐츠 생태계에 대해 진러토크(今日头条)의 콘텐츠 전략 총감인 왕야빈(王亚斌)은 이를 “트래픽과 돈을 더 많이 원창작자에게 분배하여 생태계 참여자——저자와 사용자 모두가 플랫폼의 기능을 구축할 수 있도록 하고, 자아가치의 실현과 수요가 충족됨을 얻게 합니다.”라고 말했다. 토크(今日头条)가 장려하는 오리지널, 실제 사람, 전문 창작, 플랫폼은 트래픽 지원, 분배 치우침, 플랫폼 우선 개통 권의 등을 부여하여 창작자가 더 잘 성장할 수 있도록 지원한다.

이외에도 왕야빈(王亚斌)은 내년에 진러토크(今日头条) 콘텐츠 생태를 최적화하기 위한 3 대 조치를 제안했다. 플랫폼 규칙의 투명성, 크리에이터 성장 시스템, 신용 분류 체계가 그것이고 트래픽 지원과 관리 지원을 통해 우수한 원창작자를 지원하며 전문 분야의 저자를 양성한다.

저자의 IP 구축과 관련하여 진러토크(今日头条)의 콘텐츠 운영총감인 쑤이(孙毅)는 헤드급 IP 가 트래픽 잠재력, 팬 수익 창출, 업그레이드 기회 등의 유지력 모두 더욱 큰 발전 여지를 지닌다고 했다. 따라서 토크(今日头条)는 플랫폼 각인, 슈퍼 헤드 IP 를 구축하고, 전문 크리에이터가 지닌 “참된 지식”의 힘을 증폭시키며, 진러토크(今日头条)의 전문 콘텐츠 생태를 지원한다. 현재 전문 크리에이터 그룹은 매달 1500 명 이상의 팔로워가 증가하며, 발전속도와 규모가 매우 낙관적이다. 전문 크리에이터가 팬 정보, 팬 지식, 팬 엔터테인먼트 콘텐츠를 제작할 수 있는 권한을 부여하는 IPUP 플랜은 영상화와 브랜딩을 핵심으로 하며, 2 년 동안 258 명의 작가를 도왔고, 일일 평균 영상 재생량은 280w 에서 7000w 로 증가했다.



사진 6) 출처: DoNews. 진리투데이(今日头条)의 콘텐츠 전략 총감인 왕야빈(王亚斌)



사진 7) 출처: DoNews. 진리투데이(今日头条)의 콘텐츠 운영총감인 쑤이(孙毅)

100 억 트래픽을 공동 구축하는 MCN 신생태계

MCN은 콘텐츠 산업의 새로운 비즈니스 모델로서 그 발전은 업계에서 많은 관심을 받고 있다. 데이터에 따르면 외부 압력이 높아지고 MCN 경쟁이 치열해지는 현재, 톈우타오의 41개 MCN의 월 평균 구독량은 1억을 초과한다. 평균 매월 MCN으로부터 산출되는 10w 편 이상의 "10w+" 핫 콘텐츠가 나오고,

MCN 산하의 만명 팬 계정수량은 1.1w 에서 2.6w 으로 증가했다. 동시에 MCN 은 토우타오 큰 판에서 소비 점유율이 30 %에 불과하며 앞으로도 여전히 거대한 성장공간을 갖고 있다.

진러토우타오(今日头条) 전략 총감인 왕치(王琦)는 토우타오 신생태가 MCN 발전을 위해 분명한 방향을 이끌 것이라고 했다. 콘텐츠 측면에서 토우타오 주요 사용자의 전문 콘텐츠에 대한 수요가 평균 수준보다 훨씬 더 많은 트래픽을 왕성하게 가져왔다. 형식 측면에서 비디오 콘텐츠 소비는 모든 장르의 절반을 차지하고 있으며 여전히 빠르게 성장하고 있다. 수익화 방식 측면에서는 그룹 운영, 콘텐츠 전자 상거래, 사용자 후원 모두 작년에 대폭 증가를 실현했으며 사용자 후원 금액은 102 % 증가했다.

왕치(王琦) 또한 진러토우타오(今日头条)가 MCN 을 전문적으로 지원하는 조치를 소개했는데 우수한 MCN 프로젝트 관리를 포함하여, 전문 트래픽 지원, 전문 크리에이터 매니지먼트 플랜의 3 대 조치가 있으며 모두 플랫폼 MCN 생태를 최적화하여 열정적으로 창작하는 MCN 이 더 많은 수익을 받도록 한다.



사진 8) 출처: DoNews. 진러토우타오(今日头条) 전략 총감인 왕치(王琦)

풍부한 콘텐츠 수익 창출 방법

정확한 견해를 지닌 창작자가 어떻게 더 많은 수익을 얻도록 하느냐는 토우타오 창작자의 운영 총감인 조우즈이(邹紫祎)가 설명했는데 이는 작년에 토우타오가 지속적으로 생각해오던 바이다. 소개에 따르면 진러토우타오(今日头条)는 현재 다양한 창작 단계에서 저자에게 거의 10 가지 종류의 수익 방법을 제공하여 다양한 팬 수의 콘텐츠 가치를 극대화시킨다. 초급 창작자는 플랫폼에서 제공하는 창작 수익과 라이브 방송에서 사용자가 보내는 후원, '그림 문자 후원', '동영상 후원' 등의 수익을 얻을 수 있다. 어느 정도 트래픽 기초가 있는 중급 창작자의 경우 플랫폼은 콘텐츠 전자 상거래, 콘텐츠 결제, 콘텐츠 마케팅과 같은 높은 단계의 수익화 모델을 개방한다; 10,000 명 이상의 팬을 보유한 창작자는 "거성맵" 플랫폼에 입주하여 상업 주문을 통해 수익을 창출할 수 있다. 동시에, 토우타오는 수익을 얻는 창작자 규모를 확대하고 계산 공식을 조정하는 등의 방식으로 저자의 수익을 높이고, 창작을 지원하는 목적을 달성하고 있다.

조즈이(邹紫祎)는 또한 컨퍼런스 참가자들에게 진러투우타오(今日头条)의 현재 콘텐츠 수익 성과를 보여주었다. 2020 년 1 월부터 11 월까지 전자 상거래 총거래액은 전년 대비 90 % 증가했으며 총 11.3 만 명의 창작자가 콘텐츠 전자 상거래를 통해 수익을 얻었다.

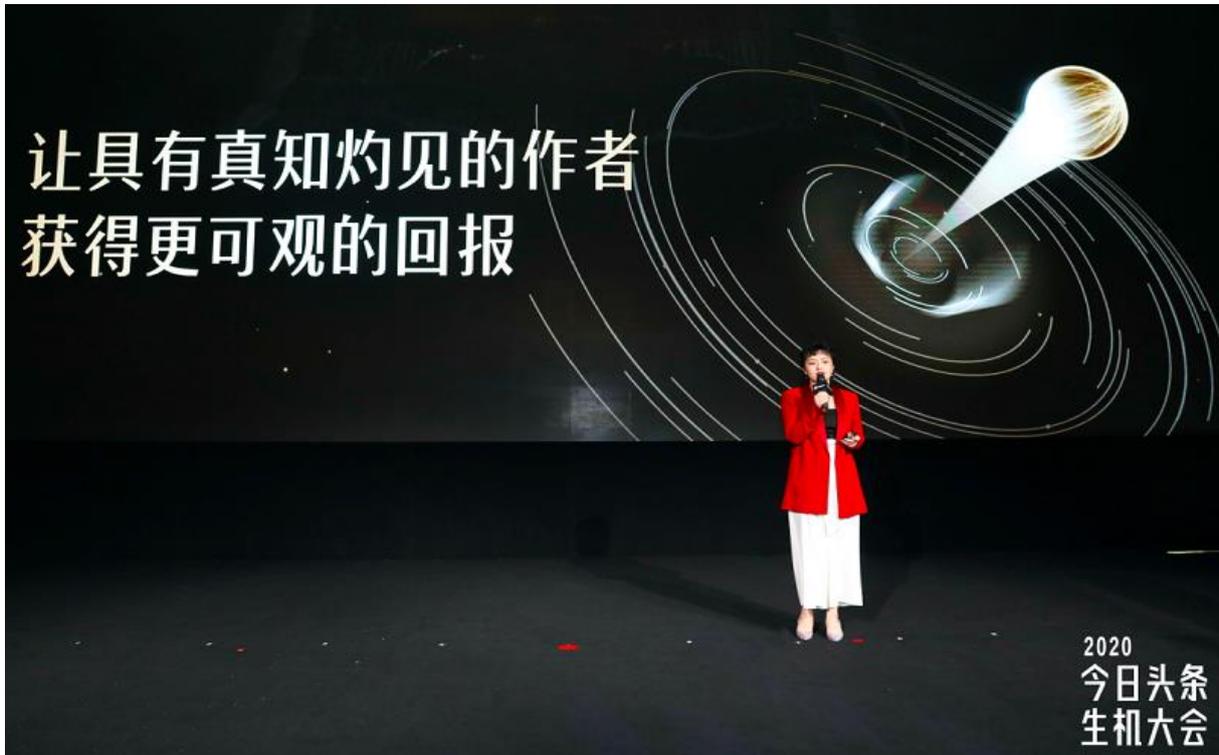


사진 9) 출처: DoNews. 진러투우타오(今日头条) 창작자의 운영 총감인 조우즈이(邹紫祎)



사진 10) 출처: DoNews. 거성맵 업무책임자 덩샤오팡(丁晓方)

진러토투타오(今日头条)는 만명 이상의 팬을 보유한 창작자에게 '거성맵' 콘텐츠 마케팅 채널을 제공한다. 업무책임자인 덩샤오팡(丁晓方)은 연설에서 일련의 데이터를 발표했다. 2020 년 첫 11 개월 동안 토투타오 창작자 중 거성맵에 입주한 사람의 수가 1 만명을 초과했고, 단일 소득은 2019 년에 비해 7 배 이상 증가했으며, 이중 Top5 산업은 각각 자동차, 일상소비품, 금융 서비스, 3C 및 가전 제품, 미디어와 콘텐츠였고, 이외 다양한 산업 분야의 전문가의 상업적 가치도 상승하고 있다. 거성맵은 고객과 전문가를 지능적으로 중재하고 마케팅 측정 시스템을 구축하며, 다원화된 수익화 경로를 개발함으로써 진러토투타오(今日头条) 창작자의 콘텐츠 마케팅 수익화 능력을 지속적으로 강화한다.

"콘텐츠가 더 좋아지고, 추천이 더 정확해지고, 창작자 서비스가 더 자리를 잡기를 바랍니다." 주원자(朱文佳)의 말대로 진러토투타오(今日头条)는 이후에도 콘텐츠에 뿌리를 내리고 더 많은 "정확한 견해"를 볼 수 있도록 하며 창작자와 독자 모두 플랫폼에서 더 발전할 역량을 얻도록 할 것이다.

4. 금융대출 경색—온라인 대출 기관은 제로로 돌아오고 P2P 는 역사 무대에서 퇴출 (AI 재경사 AI 财经社, 2020.11.27)

한때 인기가 있었던 P2P 온라인 대출은 이제 공식적으로 역사의 무대에서 철수되었다.

11 월 27 일 중국 은행보험감독위원회의 수석 변호사인 류푸소우(刘福寿)는 '《재경(财经)》연간 컨퍼런스: 예측과 전략'에서 인터넷 금융 리스크가 대폭 낮추어졌으며 전국적으로 실제 운영하던 P2P 인터넷대출기구는 최정점기의 5000 개 사에서 점차 축소하여 올해 11 월 중순 완전히 제로로 돌아왔다고 밝혔다.

이 결과는 예측할 수 없던 것이었다. 일찍이 10 월 22 일 중국 은행보험감독회 부주석 량타오(梁涛)는 2020 금융가 포럼 연례회의에서 올해 9 월말까지 중국 전국에 실제 운영 중인 P2P 인터넷 대출기관이 이미 6 개 사로 줄었다고 밝혔다. 지난 6 월말에 이 수치는 29 개 사였다. 은행보험감독회 주석 귀슈칭(郭树清)은 전에 매체와의 전문 인터뷰에서 아마도 올해말까지 특별 조정 관리 작업이 기본상 종료될 것이며 정상 관리감독으로 전환될 것이라고 했다.

이와 동시에 왕한(汪涵), 황샤오밍(黄晓明), 후진(胡军), 양디(杨迪)와 같은 많은 연예인들이 P2P 상품의 전속 홍보모델을 맡아 투자자로부터 비난을 받았다. 지난 7 월 1 일 후난 위성 TV 의 MC 왕한(汪涵)이 광고 모델을 한 P2P 상품이 불량 혐의를 받아 37 만 명이 230 억 위안을 사기당하여 여론의 중심이 되었다. 이어 왕한(汪涵)팀은 이 문제에 대해 2018 년 말 광고모델이 이미 끝났다고 답했다. 왕한(汪涵) 본인과 그의 팀은 모든 사람들이 손실을 줄일 수 있도록 돕기 위해 줄곧 관련 부서와 협력하여 플랫폼이 문제 해결을 하도록 촉구했다. 9 월 22 일 배우 후진(胡军)도 '우공이재(悟空理财)'에 전속 모델을 한 연유로 대출자로부터 돈을 갚아 달라는 요청을 받았다. 많은 네티즌들은 당시 자신들이 투자한 우공(悟空) 자산 관리 상품의 환급이 연기되는 현상을 말하며 8 월에 만기인 금융 상품이 9 월 중하순까지도 아직 돌려받지 못했다고 했다.



사진 1) 출처: AI 재경사(AI 财经社)

공개된 자료에 따르면 중국에서 가장 이른 P2P 온라인 대출 플랫폼은 2006 년에 설립되었다. 2012 년 중국의 온라인 대출 플랫폼은 폭발기에 접어 들었고, 그 당시에만 수량이 2000 개가 넘었다. 그러나 2018 년에 P2P 는 자주 부실 문제를 겪었다.



그림 1) 출처: AI 재경사(AI 财经社)

ISSUE 및 시장동향

1. 중국과 미국 주식시장 비교:중국의 발전 잠재력과 방향 I — 이오왕(亿欧网) 제공

중국과 미국의 주식 시장을 분석·비교하는 것은 투자 결정과 정책 건의에 중요한 현실적 의의를 지닌다. 본문은 중국과 미국 주식시장 산업 구조, 가치평가 수준, 회사 관리와 투자자 구조 등의 측면에서 비교하여 심층 원인을 논의한다.

총체적으로 중국과 미국의 주식 시장은 양국의 서로 다른 경제발전 단계와 경제 구성 요소의 차이를 반영하며, 단순하게 기계적으로 대비하고 연결을 추구해서는 안된다. 그러나 등록제 개혁, 건강한 증시 퇴출제도, 발전 상황에 있는 대기구 투자자, 상장회사의 관리수준 향상 등의 측면에서 A 주는 미국의 주식 경험에서 배워야하며 빠르게 자신을 발전시키고 성숙시켜야 한다.

'쌍순환'의 배경하에 중국내 투자자와 기업 용자간의 '내순환'을 순조롭게 통하게 하는 것이 현재 더욱 중요하고 긴박한 임무가 되었으며 상장기업 관리 수준과 수익 능력을 전면적으로 제고시키는 것이 가장 중요한 임무 중 하나다. 이것은 국영기업 경영층의 인센티브 시스템을 개선하고, 더 건강한 법치환경을 조성하며 더 안정적인 정책예측과 민간 기업가의 장기적 신뢰와 기업가 정신이 전방위에서 발휘되도록 개선해야 한다. 동시에 인민폐의 국제화와 자본 프로젝트 개방에 대한 전략적 요구에 따라 자본시장의 개방정도를 높이는 속도에 맞춰 투자의 '외순환'을 촉진시켜야 한다.

1. 상장기업 분포 반영을 통한 중국과 미국 경제구조 차이

1.1 금융과 전통제조업이 A 주를 점유하는 비율이 미국 증시에 비해 현저히 높다

상하이선전 300 지수와 S & P 500 지수 산업 구성 비교

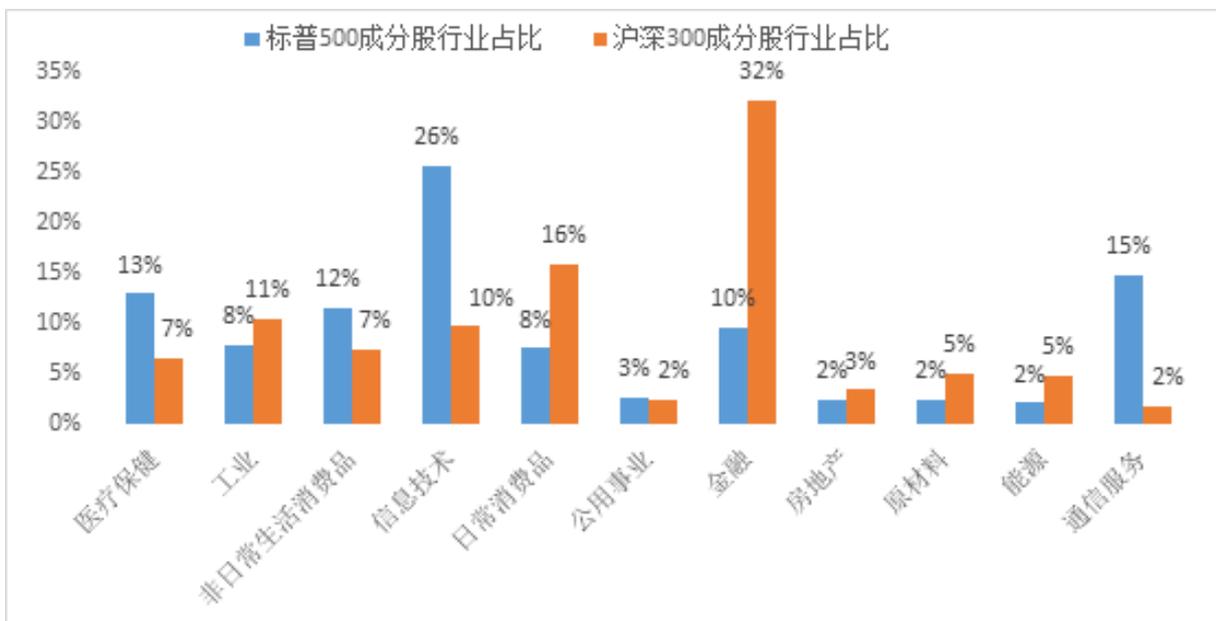


표 1) 출처: Bloomberg, 중타이증권연구소(中泰证券研究所). 왼쪽부터 의료보건, 공업, 비일상생활소비품, 정보기술, 일상소비품, 공공사업, 금융, 부동산, 원자재, 에너지, 통신서비스

과거 3~4 년 중 중국경제는 인구 우세에 힘입어 개발도상국에서 앞서가는 방향을 향했다. 그리고 유럽과 미국으로 대표되는 선진국은 이미 백년이 넘는 산업화 여정을 지나왔다. 산업구조에서 미국의 서비스업과 첨단과학기술산업은 경제총량 중 이미 매우 높은 점유율을 지녔다. 그리고 중국경제는 사십년의 쾌속

발전을 거쳐 전통제조업이 이미 선두에 올랐으나 첨단과학기술과 서비스업 등의 영역은 여전히 쫓아가는 상태다. 이러한 경제 구성은 주식의 차이를 반영한다. 즉 A 주 중 금융, 공업, 원자재, 에너지 등 전통산업의 시가는 비교적 명확하게 미국 증시보다 높은 점유를 차지하고 있으나 통신, 정보 기술 등 고급과학기술산업의 시가는 점유가 현저하게 낮은 편이다.

1.2 상장기업 산업 분포의 차이는 중국과 미국 양국 경제가 처한 발전단계가 차이를 반영

지난 세기인 팔구십년대부터 정보기술혁명과 경제글로벌화가 진전됨에 따라 미국은 한 차례 탈공업화 과정을 겪었고 제 2 차 산업이 GDP 에서 점유하는 비율이 18%까지 떨어졌으며 제 3 차 산업의 점유는 81%까지 올랐다. 이와 동시에 중국 연해지역은 지속적으로 공업화 단계에 들어가는 자신의 이점을 이용했다. 중국과 미국의 상장기업의 산업 구성은 일정 정도 양국 경제가 처한 서로 다른 발전단계를 반영한다.

상장기업의 구체적인 산업 점유비율에서 보면, A 주는 정보기술, 통신서비스 등 과학기술유형의 산업 점유율이 분명하게 미국 증시보다 낮고 중국의 고급과학기술 영역이 여전히 사력을 다해 쫓아가는 상태임을 보여준다. 소비품 산업에서 A 주는 일상소비품(필수 소비품)의 비중이 미국 증시보다 높고 비일상 생활소비품(선택 가능한 소비품)의 점유비율이 미국 증시보다 낮다. 이것은 중국 주민 소득 수준이 미국보다 현저히 낮은 단계인 것과 관련이 있을 것이다.

과거 30 년 중국과 미국의 GDO 중 2 차 산업과 3 차 산업이 점유하는 변곡선 그래프

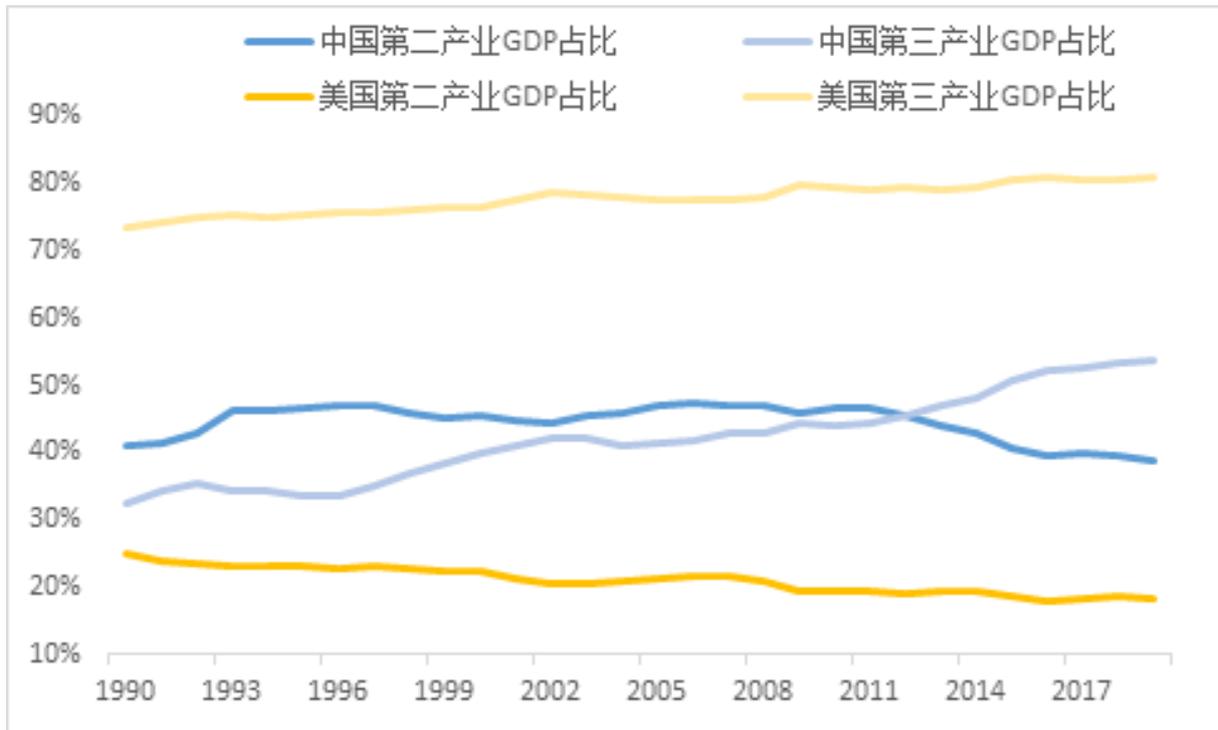


표 2) 출처: Wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所).

그러나 중국의 산업 구조도 지속적으로 개선되었다. 2009 년 이후 전통주기(에너지, 재료, 공업) 산업지수 시가 점유율이 48%에서 25%로 하락했고, 대소비(선택 가능, 소비, 의약) 산업지수 시가 점유비율은 9%에서 30%까지 올랐으며, 과학기술(정보, 통신) 산업지수 시가 점유율은 2%에서 11%까지 올랐고, 금융 산업지수 시가 점유율은 상대적으로 변화가 별로 없고 안정적이다. 중국증권 1 급 산업지수로 보면 소비, 의약, 정보산업 점유율이 현저히 상승했고 에너지산업 점유율은 분명히 하강했다.

중국의 산업구조는 개선되고 있다

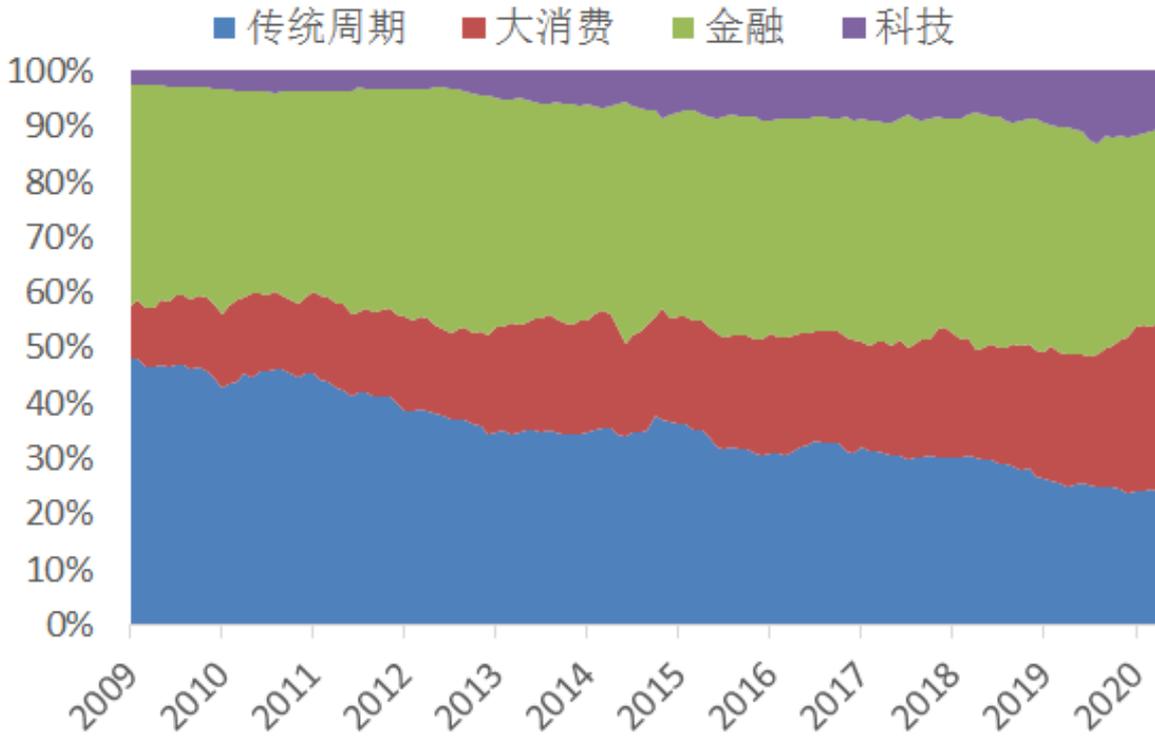


표 3) 출처: Wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所). 파란색 전통주기, 붉은색 대소비, 연두색 금융, 보라색 과학기술

1.3 A 주 국영기업시가 점유비가 비교적 높지만 민간경제 비중이 현저히 상승했다

과거 20년 A 주 국유기업 시가 점유비율 변화

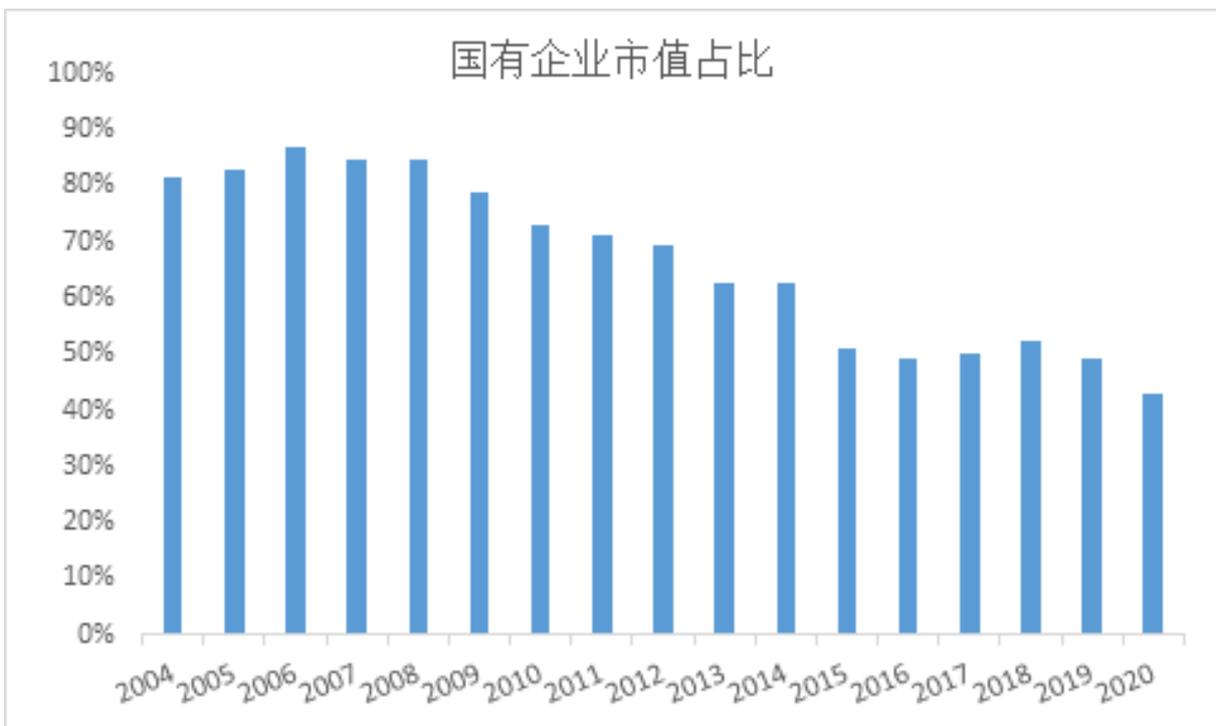


표 4) 출처: Wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所)

미국 등 자본주의 경제구조와 다르게 중국은 공유제 경제 위주의 사회주의 시장경제이며, 국유기업은 경제에서 중요한 지위를 점유하고 있다. A 주 시장의 국유자본기업의 시가 점유비율은 줄곧 비교적 높다. 비록 2007 년이후 국영기업 시가 점유비율이 두드러지게 하강하고 있지만 현재까지도 여전히 40% 이상이다. 금융, 에너지, 전통공업 위주의 국유기업은 A 주에서 점유율이 비교적 높고 이것이 미국 주식과의 중요한 차이이다.

그러나 최근 2 년간 민간경제의 비중이 현저하게 높아졌다. 지수의 시장 가치 관점에서 보면 중국증권사 기업지수(중정민치中证民企) 지수 시가 비율이 상승하는 추세이고 이것은 보다 많은 우수 민간기업의 성장과 관련이 있다. 2017 년과 2018 년에 민간기업지수 시가 점유율은 단계적으로 하락했고 이는 당시에 레버리징으로 쓰리고, 신용이 위축된 정책 환경과 관련이 있을 수 있다. 신용위축이 민간 기업에 미치는 영향은 더 크다. 2019 년이후 민영기업 시가 점유율은 다시 상승세를 회복했다.

민영기업 지수 시가 상승



표 5) 출처: Wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所)

2. 여러 요인으로 A 주 가치가 미국 주식보다 높아짐

2.1 A 주 전반적인 가치 평가 수준은 미국 주식보다 장기적으로 높았다

가중치가 크고 밸류에이션이 낮은 은행주에 영향을 받는 상하이와 심천 300 지수를 제외한 주요 A 주와 미국 주가 지수의 주가 수익률 (PE) 비율을 비교해 보면 다른 주요 A 주 지수의 수익률 비율이 미국 주식보다 오랫동안 높았다. 각 지수 구성 종목의 평균 주가 수익률을 살펴보면 주요 A 주 지수의 주가 수익률이 오랫동안 미국보다 훨씬 높았다.

중국과 미국 주요 지수 PE

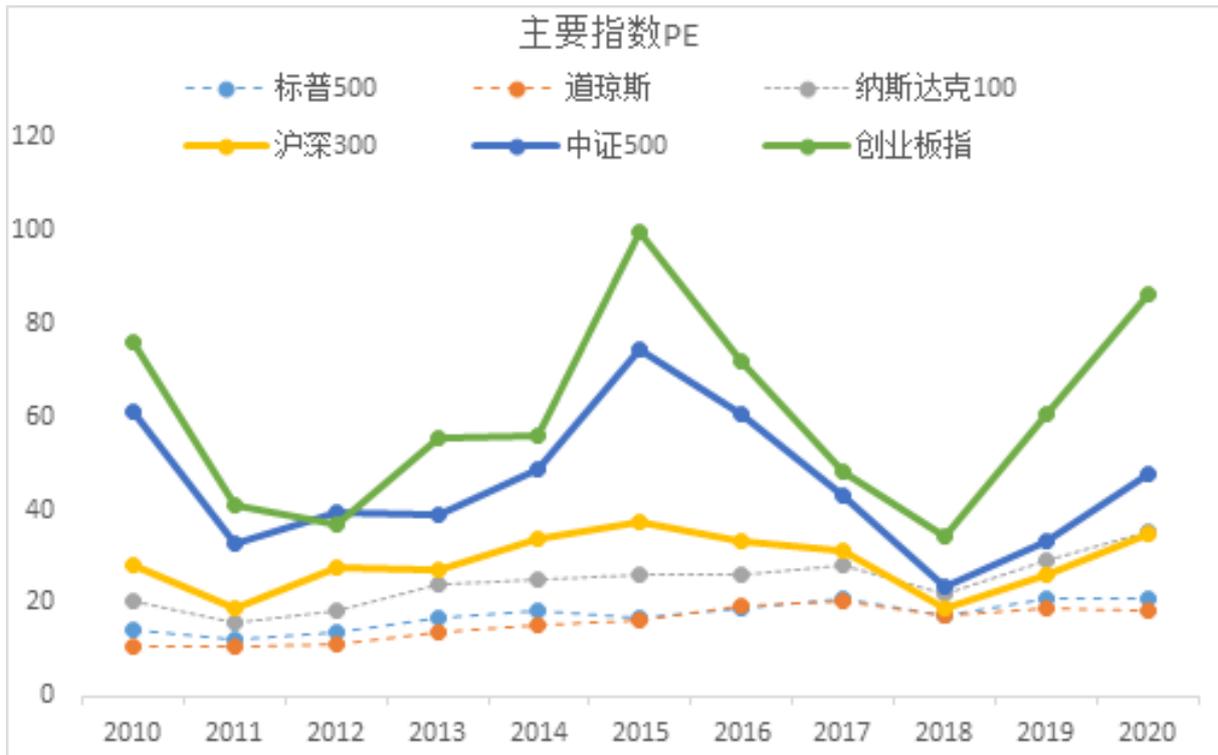


표 6) 출처: Bloomberg, 중타이증권연구소(中泰证券研究所)

2.2 심사제에 따른 A 주의 공급 부족과 엄격한 상장 퇴출 메커니즘의 부재가 A 주식 고평가의 주요 이유

A 주 시장의 장기적인 고평가 현상은 A 주 공급 메커니즘과 관련이 있다. 과거 장기간 실적이 저조한 주식을 쫓는 현상, 예를 들어 엄격한 상장 폐지 제도가 없는 상태에서 작은 시가의 실적이 나쁜 주식의 퇴출 리스크가 제한적이며 동시에 심사제도아래 주식 시장 공급이 불충분하다. 따라서 실적이 매우 열악하지만 "우회 상장", 국경을 넘나드는 합병 인수와 같은 사건이 일어나고 실적이 좋지 않은 우회 상장 주식이 놀라운 이익을 얻을 수 있다.

2016년부터 금융 감독이 매우 엄격해지며 A 주 평가도 하락하는 추세가 되었다. 그러나 2016년 이후 A 주는 총 1269개만이 새로 상장되었으며 상장 폐지된 것은 단지 34개뿐이다. 실적이 저조한 주식의 주가는 상장 폐지에 대한 예측을 충분히 반영할 수 없어 주가와 실적이 불일치하여 A 주 시장의 평가 가치를 높이고 있다. 나스닥 시장에서 상장 기업의 상장 폐지는 매우 보편화된 정상적인 시장 행위다. 통계에 따르면 나스닥 주식의 약 80%는 상장 후 3년째 파산 또는 합병으로 인해 퇴출된다.

2016년 이후 764개 기업이 나스닥 IPO에 상장되었고 714개 기업이 상장 폐지되었으며 상장 폐지 건수는 IPO 건수와 비슷하다. 적자 생존의 시장 메커니즘하에서는 주가와 실적의 매칭도가 더 합리적이며 지나치게 높은 평가 가치를 보이기는 쉽지 않다. 2016년 이후 나스닥 구성 종목의 PE 중앙값은 약 28배였고, 같은 기간 A 주 PE 중앙값은 44배 수준이다.

2016 년 이후 중국과 미국 증시 IPO 와 상장폐지 현황

	현재 회사 수	IPO 수	상장 폐지 횟수	연간 평균 상장 폐지율
나스닥 종합 지수	2761	764	714	5.7 %
WIND 전체 A 지수	3990	1269	34	0.2 %

표 7) 출처: Bloomberg, WIND, 중타이증권연구소(中泰证券研究所)

2.3 A 주 개인 투자자 점유율이 높고 시장 변동이 크다

A 주 시장에는 개인 투자자가 비교적 많고 시장의 비이성적인 정도가 높아 A 주 시장에서 장기적으로 높은 변동성과 높은 전환 현상을 초래했다. 단기 변동이 더 심해지고 투기 분위기가 더 커지면 투자자는 단기 주가 변동에 더 많은 관심을 기울이고, 평가 가치와 같은 중장기 지표에 대한 관심이 줄어든다. 오랫동안 미국의 3 대 증권 거래소 중에서 개인 산발 투자자의 일일 평균 거래량은 전체 교역량의 11% 정도에 불과했다. 올해 상반기 미국 개인 투자자의 교역은 이상현상을 보였고 교역 비율은 약 20 %에 불과했다. 상하이 증권 거래소가 발표한 자료에 따르면 A 주 시장의 개인투자 거래 비율은 연중 80 % 이상을 유지하고 있다.

기관 투자자와 비교할 때 개인 투자자는 종종 기복을 쫓고, 주제에 대해 추측하고, 빈번한 거래를 할 가능성이 높기 때문에 A 주식의 변동성은 오랫동안 미국 주식보다 훨씬 더 높다. 올해 상반기 미국 주식의 소매 거래량이 사상 최고치를 기록했으며 미국 주가 지수 변동성도 높은 수준으로 상승했다.

중국과 미국의 주요지수 변동률 대비

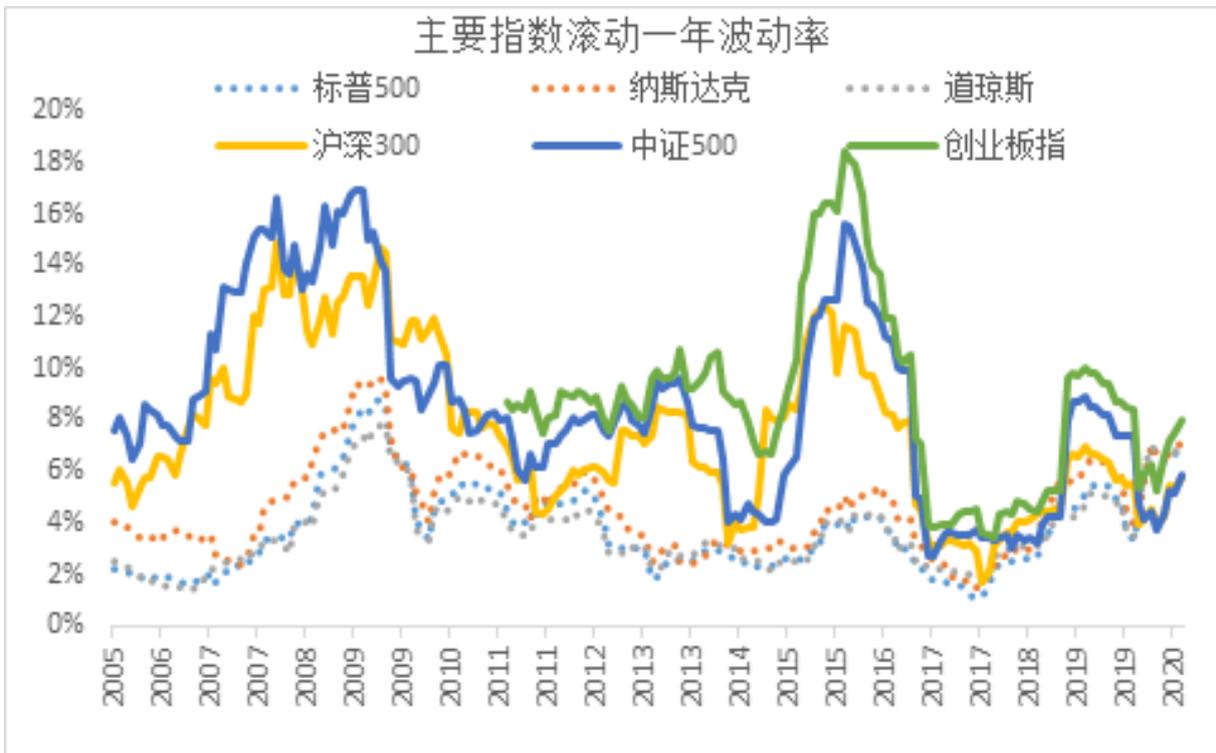


표 8) 출처: WIND, 중타이증권연구소(中泰证券研究所)

2.4 A 주 상장기업 관리수준의 개선 공간 큼

과거 30년간 중국의 경제 성장 속도는 미국보다 훨씬 빨랐으나 A 주 전체 상승폭은 미국주식보다 낮으며 A 주 상장기업의 수익 능력도 분명하게 뒤쳐진다. 경제 성장 속도가 더 높은 환경하에 수익능력은 도리어 현저히 낮다는 것은 A 주 상장기업의 관리 수준을 높여야 한다는 것을 뜻한다.

통계에서도 미국 주식에서 최근 10년 ROE가 안정적으로 15%보다 높은 기업은 161개 사이며 최근 10년 ROA가 안정적으로 10%보다 높은 기업은 53개 사였다. 그리고 A 주 시장에서 최근 10년 ROE가 안정적으로 10%보다 높은 기업은 18개 사이고, 미국 주식 수량의 10%에 해당한다. 최근 10년 ROA가 안정적으로 10%보다 높은 기업은 아직 없었다. 물론 일부 이유로 A 주의 일부 우수 기업 상장이 아직 10년이 안 된 것도 있다. 그러나 A 주 상장기업의 관리 수준 제고 공간이 비교적 크다는 결론을 어렵지 않게 도출할 수 있다.

중국과 미국에서 장기적으로 ROE가 높고 ROA가 높은 주식 수량

	A 주식	미국 주식
지난 10년간 15% 이상의 ROE	18	161
지난 10년간 10% 이상의 ROE	54	298
지난 10년간 최소 8년 동안 15% 이상의 ROE	40	286
지난 10년간 최소 8년 동안 10% 이상의 ROE	107	534
지난 10년간 15% 이상의 ROA	0	12
지난 10년간 10% 이상의 ROA	0	53
지난 10년 동안 최소 8년 동안 15% 이상의 ROA	7	33
지난 10년 동안 최소 8년 동안 10% 이상의 ROA	33	124

표 9) 출처: Bloomberg, WIND, 중타이증권연구소(中泰证券研究所)

2.5 정태적 평가는 미래 기대치의 차이를 어느 정도 반영할 수 있다

미국 주식은 단기적 인센티브가 강하며 정태적 가치는 과소 평가될 수 있다. 이성적이고 효과적인 시장에서 정태적 평가 가치는 미래의 예상 기대를 반영한다. 즉, 상장 기업의 예상 미래 수익 성장 공간이 크면 시장은 현재 더 높은 정태적 평가 가치를 제공하고 그렇지 않으면 더 낮은 정태적 평가가치를 제공한다. 미국 주식 상장 기업은 단기적 인센티브가 강하고, 월스트리트 캐피탈과 경영진의 전문 관리자는 현재 수익을 높이려는 큰 동기를 가지므로 정태적 평가 가치가 상대적으로 낮아 보이게 된다.

A 주의 주요 소비주인 귀저우 마오타이(贵州茅台)와 미국 주식의 주요 소비주인 코카콜라, 스타벅스, 맥도널드를 예로 들어 보겠다. 정태적 PE에서 볼 때 귀저우 마오타이(贵州茅台)는 50 배에 가까워 코카콜라(23 배), 스타벅스(27 배)보다 훨씬 높다. 그러나 분석을 더 들어가 보면 미국 주식의 소비주 거물의 부채 비율은 귀저우 마오타이(贵州茅台)보다 훨씬 높다는 것을 알 수 있다. 스타벅스와 맥도널드의 부채 비율은 심지어 100%를 넘어선다.

이론상 자본 구조는 회사의 장기 가치에 미치는 영향이 크지 않지만, 단기 성과에는 매우 큰 영향을 미치므로 현재 정태적 PE가 왜곡될 수 있다.

귀저우 마오타이(贵州茅台)와 미국 소비주 거물의 평가가치와 자산부채율 대비

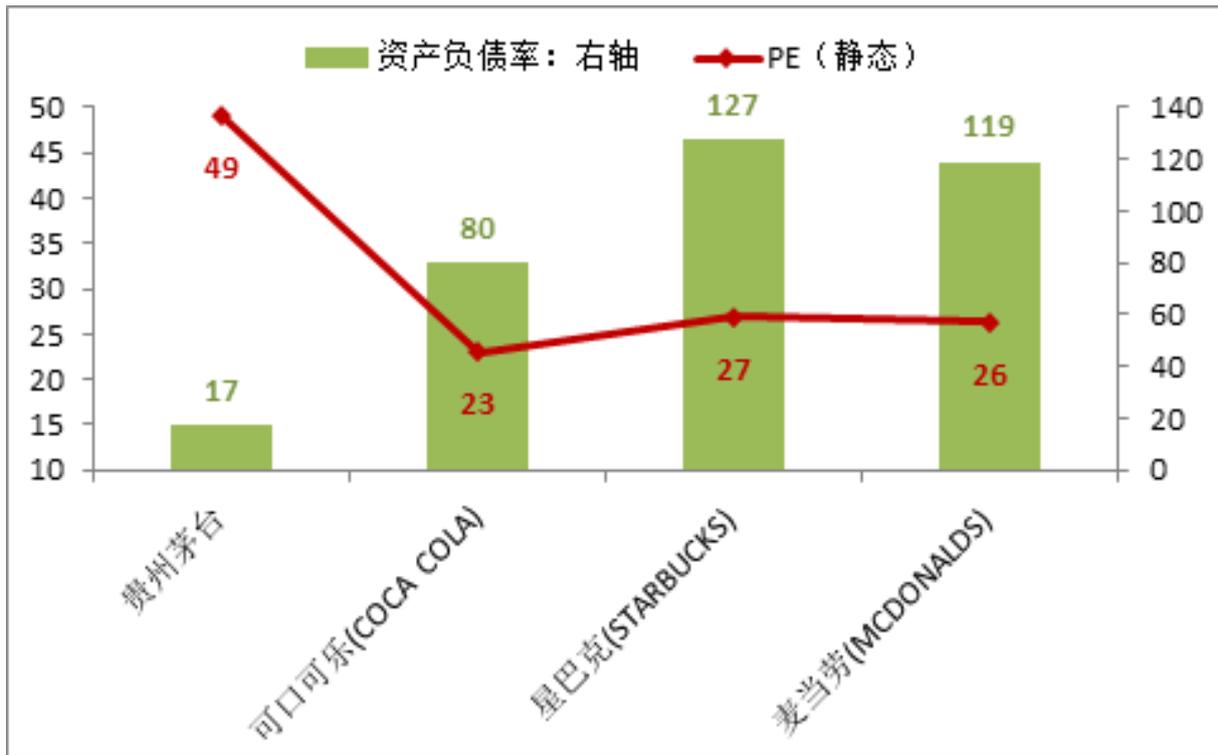


표 10) 출처: WIND, 중타이증권연구소(中泰证券研究所)

또한 미국 S&P 500 지수의 구성주 중 시가 총액이 가장 큰 60 개 기업의 자산 부채 비율, 지난 10 년간 재매입한 주식수 점유 비율, 영업수익 대비 R&D 지출 비율 등을 통계로 보면 전문 관리자가 지배하는 기업이 부채 비율이 높고 환매 노력이 더 많은 반면 R&D 지출 비율은 상당히 낮은 편이다. 전문 관리자들이 회사의 단기 성과와 주가 성과를 더 추구하고 있음을 알 수 있다. 미국 주식 기업의 창립자와 그 후계자가 잇달아 물러나고 (미국 주식의 상당수 기술 회사가 1980 년대와 1990 년대에 설립됨), 전문 경영인이 인수하면서 빠른 성공을 갈망하는 미국 주식의 현상이 더욱 뚜렷해질 것이다.

전문 관리자가 관리하는 회사는 지난 10 년 동안 부채 비율과 환매 비율이 더 높았다.

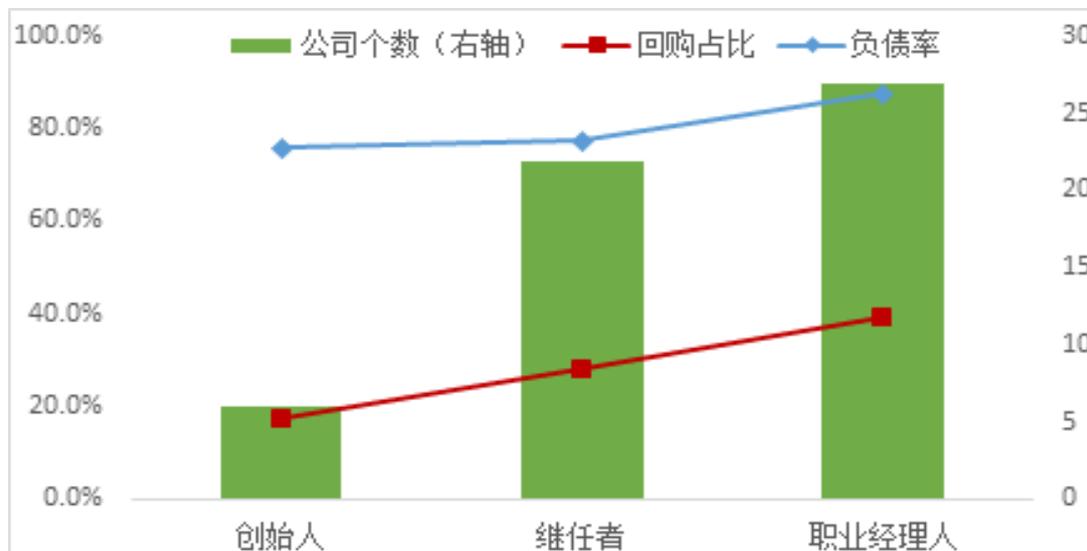


표 11) 출처: Bloomberg, WIND, 중타이증권연구소(中泰证券研究所) 왼쪽 아래부터 창립자, 후임자, 전문경영자. 참고: S&P 500 대 기업 시가 총액 기준 상위 60 개 기업 통계

전문 관리자가 관리하는 회사는 매출 대비 R&D 지출 비율이 낮다.

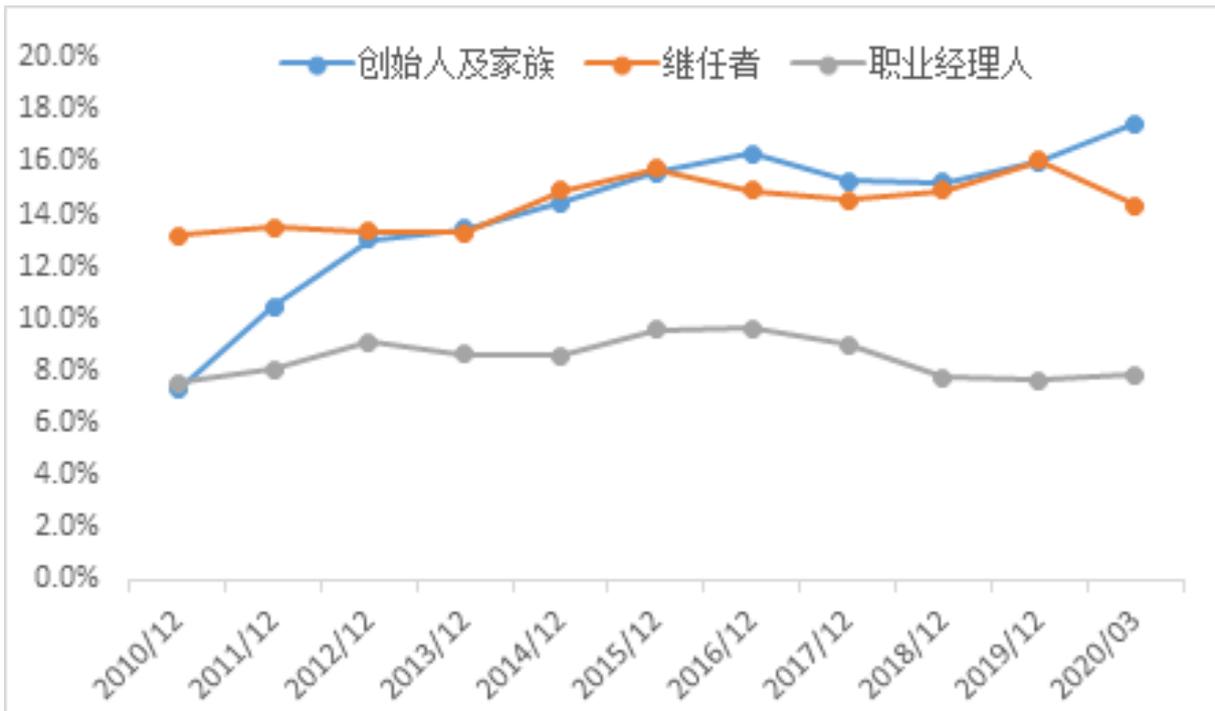


표 12) 출처: Bloomberg, WIND, 중타이증권연구소(中泰证券研究所). 파란선-창립자, 주황선-후임자, 회색선-전문경영자 S&P 500 대 기업 시가 총액 기준 상위 60 개 기업 통계

A 주식의 높은 정태적 평가 가치는 향후 개선 공간이 크다는 기대와 관련이 있을 수 있다. 이론상 "좋은 회사"에 더 높은 가치를 부여하고 "나쁜 회사"에 더 낮은 가치를 부여하는 것이 합리적이다. 그러나 정태적인 평가 가치의 경우 엄격히 말한다면 "미래에 더 좋아질 회사"에 더 높은 가치를 부여해야 한다. 따라서 "A 주 상장 기업은 관리 수준이 낮고 수익능력이 낮기 때문에 평가 가치는 미국 주식보다 낮아야 한다"는 결론은 충분하지 않다. 만약 시장이 A 주 상장 기업의 관리수준과 인센티브 메커니즘이 향후 개선될 것으로 예상한다면 현재의 정태적 평가 가치가 높은 것은 어느정도 합리적이다.

2. 온라인 교육에서 유리한 고지를 차지하기 위한 쟁투 — 36kr 제공

올해 자본 시장에서 가장 인기있는 분야에 대해 논하자면 반드시 의료, 소비, 신에너지 산업이어야 한다. 그러나 가장 많은 자금을 조달하고 가장 많은 돈을 소비하는 분야에 대해 논한다면 이야기하고 싶다면 온라인 교육 산업을 빼놓을 수 없다. 자본을 거의 1000 억 위안 가까이 투입했다.

용자속도는 빠르며 규모는 거대하여 이전 공유자전거, 택시호출, 배달에 뒤지지 않는다. 온라인 교육기관 위엔푸다오(猿辅导)는 올해 연속 3 라운드 of 자금을 조달했으며 총금액은 32 억 달러를 초과한다. 또다른 기업 하오웨이라이(好未来)는 2 급 시장을 통해 15 억 달러를 증가하여 조달했다. 다른 회사인 주어예방(作业帮)도 7.5 억 달러 용자를 받았다. 심지어 3 년 동안 흑자를 보지 못한 토투타오교육(头条教育)도 최근 '따리교육(大力教育)'이라는 신규 브랜드를 독립적으로 출시했다.

돈을 받는데 주저함이 없고 돈을 태우는 데도 주저함이 없다. 이중 하오웨이라이(好未来)는 여름방학 기간 25 억 위안을 태웠고, 꺄쉘이슈에(跟谁学)는 20 억 위안, 이어서 돈을 태워본 적이 없는 왕이요우다오(网易有道)도 11 억 위안을 써버렸고 심지어 어떤 교육기관은 소비한 돈이 45 억 위안 이상이 된다.



사진 1) 출처: 36kr

그렇다면 온라인 교육 경쟁은 어떻게 이처럼 격렬한가? 껀쉐이슈에(跟谁学)의 CFO 인 선난(沈楠)의 판단으로는 단기적으로 보면 치열한 경쟁은 모든 회사에 스트레스를 가져오고 장기적으로 보면 경쟁은 산업 지위를 더 분명하게 할 것이며, 효율이 낮은 회사는 그저 돈을 태우는 속도가 가속화할 것이며 최후에 승리하는 것은 경영효율이 가장 높은 회사일 것이다.

"현재 시장과 자본 상황에 따르면 2021 년 경쟁이 아주 치열할 것이며 2022 년에야 겨우 균형을 이루게 될 것"이라고 껀쉐이슈에(跟谁学)의 창립자 겸 CEO 인 천상동(陈向东)은 보충하여 설명했다.

상업의 본질로 회귀하면 경쟁에서 벗어나기 위함은 자본이 주로 추진하는 것이다. 배후의 핵심은 온라인 교육 산업이 여전히 높은 성장 단계에 있고, 특히 전염병이 온라인 교육 사용자를 2,3 선 도시에서 침강을 가속화했다. 이 무리의 사용자 규모가 거대하기에 모든 회사에게 최후에 승리할 수 있는 기회가 아직 있다.

비즈니스 모델을 다시 살펴보자. 교육은 전형적으로 주기에 대항하는 산업에 속한다. 기관은 사전에 많은 양의 현금(이연 소득)을 받을 수 있고, 나중에 학생들이 수업을 들으며 끊임없이 수입이 확인된다. 환불이 적고 악성 부채가 아주 적다. 동시에 중국 부모의 교육에 대한 투자는 가계 지출에서 1 위를 차지한다. 따라서 유명한 선생님이 있으면 사용자에게 대해 걱정할 필요가 없다. 또한 온라인 라이브방송 대규모 모델의 장점을 방출한다. 즉 주요 강사가 가르치고 조교가 학습 효과를 체크하며, 더 많은 사람들이 양질의 교육 자원을 누리도록 할 수 있는 것이다. 단위 경제 모델의 관점에서도 완벽하게 통한다.

온라인 생방송 대형 클래스는 2017 년 전후에 처음 등장했고 껀쉐이슈에(跟谁学)는 올해 3 월 까오투(高途) 클래스를 없애고, 온라인 생방송 대형 클래스에 집중했다. 천상동(陈向东)의 회고에 따르면 까오투(高途) 클래스는 2017 년 9 월 한 달 흑자였다. 이것은 또한 직접적으로 껀쉐이슈에(跟谁学)가 2018 년에 이윤이 나도록 했다.

지난 11 월 20 일 견쉐이슈에(跟谁学)는 최신 3 분기 재무 보고서를 발표했으며, 회사 재무 보고서에 따라 업계 동향을 확인했다.

01 역사적으로 남겨놓은 문제 해결, 까오투(高途) 클래스 K12 사업 합병

이전에 견쉐이슈에(跟谁学) 그룹 산하에는 견쉐이슈에(跟谁学), 까오투클래스(高途课堂), 샤오자오치멍(小早启蒙), 진요우학당(金圃学堂), 미니교사(微师)의 5 개 브랜드가 있었다. 역사가 남긴 문제로 인해 견쉐이슈에(跟谁学) K12 사업과 까오투클래스(高途课堂)는 줄곧 공존했으며 까오투클래스(高途课堂)가 주력 브랜드였다. 10 월 9 일 견쉐이슈에(跟谁学) K12 비즈니스는 까오투클래스(高途课堂)와 합병하기로 결정했다. 천상동(陈向东)은 또한 최근 재무 보고서에서 견쉐이슈에(跟谁学) 그룹이 과거에 온라인 생방송 대규모 클래스에 주목하였으며, 앞으로도 온라인 생방송 대규모 클래스에 집중할 것이라고 밝혔다.

자원을 통합하고 내부 효율성을 개선하는 것 외에도 견쉐이슈에(跟谁学)는 온라인에서 돈을 태우는 큰 전쟁하에서의 전략을 선택했다. 왜냐하면 견쉐이슈에(跟谁学)는 7 개 분기동안 흑자를 유지하다 손실을 보기 시작했기 때문이다. 이것은 재무 실적 상에서만뿐만 아니라 주가에도 반영된다. 10 월 21 일 애널리스트 회의에서 30% 하락한 후 이번에 재무 보고서에 공식적으로 공개한 바로는 또 8 % 하락했다.

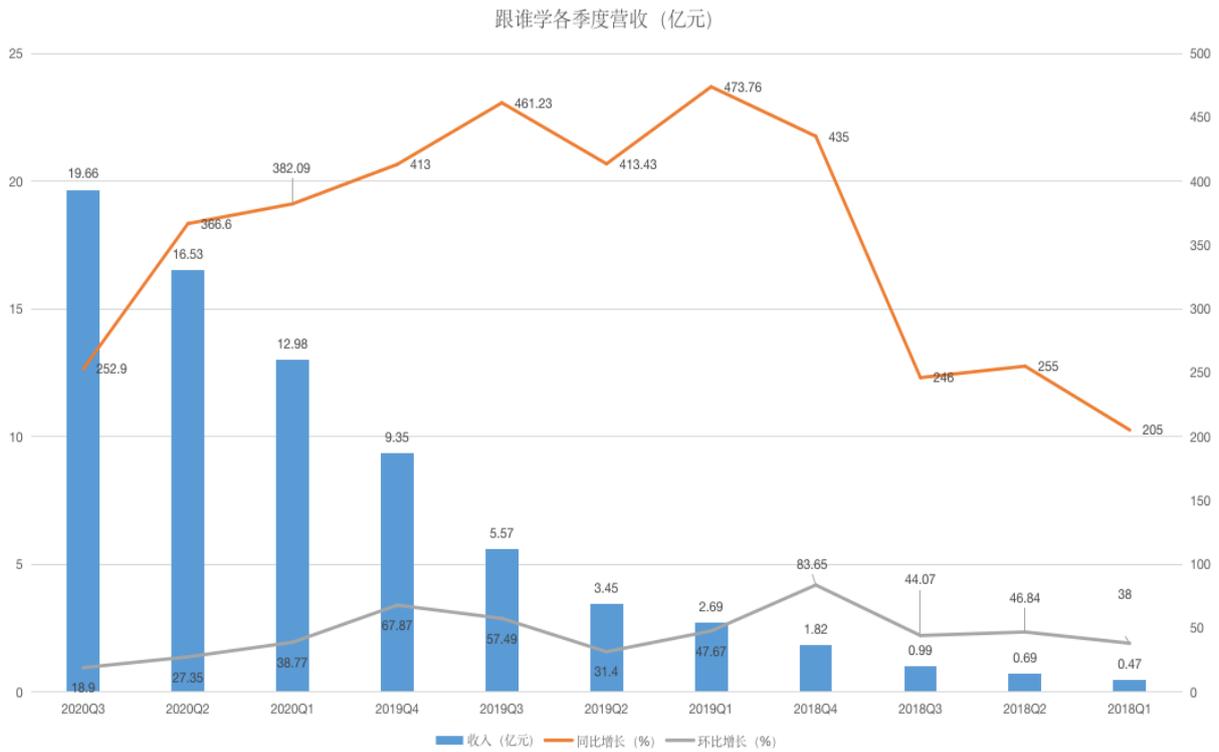


표 1) 출처: 36kr. 파란색 막대-수입(억 위안) 주황선-전년 동기 대비 성장률(%) 회색선-지난 분기 대비 성장률(%)

지난 2 년 동안 견쉐이슈에(跟谁学)의 분기별 영업수익을 보면 사업은 여전히 높은 성장세를 보이고 있다. 3 분기 매출은 20 억 위안에 가까워 지난해와 비슷한 수준으로 창립 이래 신기록을 세웠고 지난해 같은 기간에 비해 3.5 배 높다.

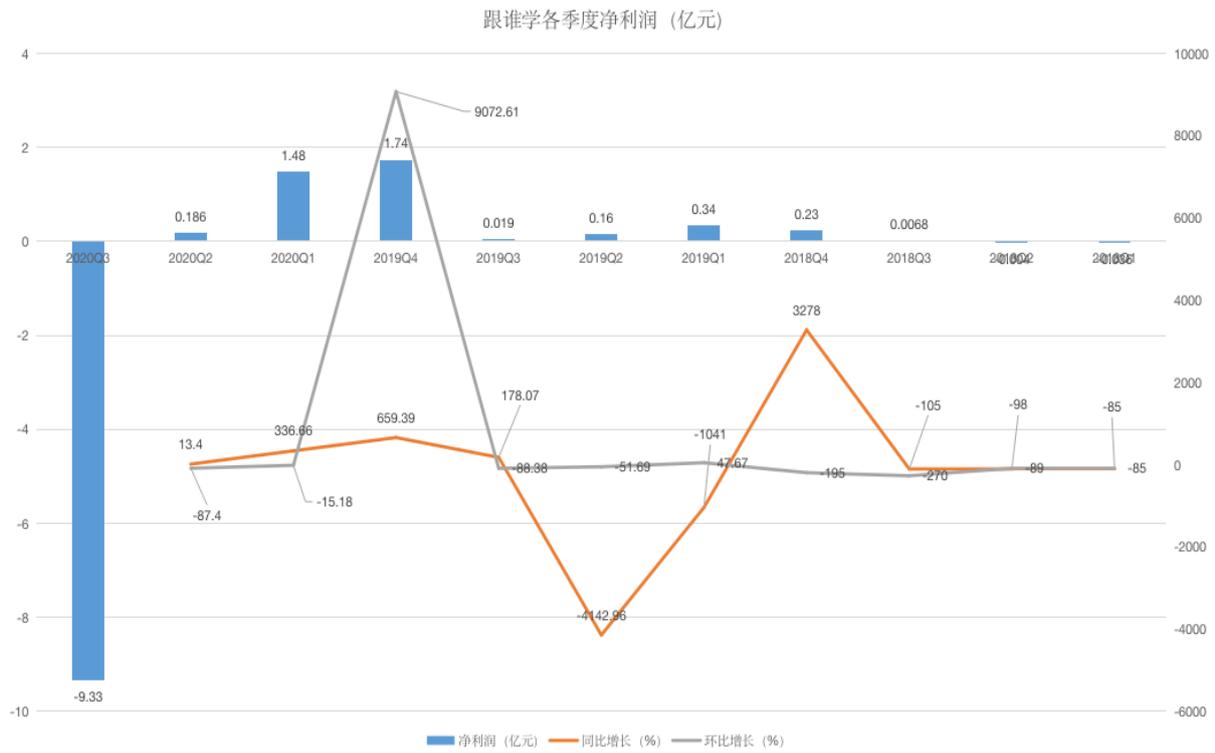


표 2) 출처: 36kr, 파란색 막대-순이익(억 위안) 주황선-전년 동기간 대비 성장률(%) 회색선-지난 분기대비 성장률(%)

순이익 측면에서 견쉐이슈에(跟谁学)의 손실은 9.3 억 위안이고, 작년 같은 기간 영업이익은 190 만 위안이었다. 표에서 견쉐이슈에(跟谁学)의 순이익 변동이 비교적 큼을 볼 수 있는데, 이는 온라인 교육이 아직 대규모 수익을 내는 단계에 도달하지 않았음을 설명한다.

정가 클래스 수업을 듣는 사람 수가 감소하기 때문에 견쉐이슈에(跟谁学)의 총이익률도 전분기 78.1 %에서 74.4 %로 떨어졌다. 이 두 데이터의 변화에 대해 견이슈에(跟谁学) CFO 선난(沈楠)은 계절의 영향을 받는다고 설명했다. 일반적인 상황에서 이어진 수업은 2 분기와 4 분기에 남아있고, 새로 모집한 신입생은 1 분기와 3 분기에 있다. 따라서 3 분기 정가 코스의 수강생 수는 처음 등록하는 신규 사용자이기에 광고를 투입하여 모집해와야 한다. 또한 제공되는 프로모션 과정은 수업에 대한 기여가 제한적이지만 일상 고정 지출은 적지 않다. 2 분기의 연속 수강생과 다른 것은 3 분기 결재한 사람은 줄었지만 판매 비용은 늘었다. 사실상 첫 번째 정가 클래스 수강생으로 보면 3 분기는 전분기 대비 55-60 % 증가했다.

02 자본은 영원히 효율이 가장 높은 기업을 선호한다

인터넷 기업에게는 수익보다 사용자가 더 중요하고, 영업수익보다 이윤이 더 중요하다는 논리가 있다. 이것도 소위 손실전략으로 징둥, 메이투안(美团), 핀뉘뉘(拼多多)이건 모두 아주 오랜 시간 손실을 겪었다. 핀뉘뉘(拼多多)를 예로 들면 작년 3 분기 동기간 손실이 17 억 위안이었고 올해 3 분기에는 처음으로 손실이 흑자로 전환되었고 순이익은 4.6 억 위안을 초과했으며 당일 주가도 20 % 폭등했다. 시장은 핀뉘뉘(拼多多)의 활성 사용자가 가장 빠르게 4 분기에 타오바오를 초과할 것으로 예상된다.

그러나 시장의 변화도 봐야 한다. 제 3 자 데이터를 통해 올해 3 분기 일부 기업의 S & M 비용이 45 억을 초과할 수 있음을 알 수 있고 동시에 ROI 관점에서 보면 여전히 시장에서 가장 효율적이다.

이것은 또한 기업이 높은 효율성을 유지하는 한 높은 성장과 높은 수익이 공존할 수 있다고 자본 시장이 믿게 만든다. 온라인 교육 분야에서 기업의 효율성을 측정하는 지표는 2 가지인데 LTV (고객 생명주기 총가치)와 현금 흐름이다.

견쉐이슈에(跟谁学)의 내부에서 LTV는 고객 확보 비용, 총이익률, 지속 수강 결재 비율의 세 가지 요소로 결정된다. 고객 확보 비용은 내외부 트래픽을 통한 정상 가격 클래스의 비용이다. 총이익률은 고객 단가와 운영 효율성에 의해 결정된다. 가장 중요한 지속 결재 비율이 생사를 결정한다.

3 분기 보고서를 보면 견쉐이슈에(跟谁学) 초등학교 부분이 가장 높은 수입을 올린 것으로 나타났다. 초등학교 수업의 단가가 중·고등학교보다 다소 낮기 때문에 이는 초등학교는 인구수가 중·고등학교보다 더 많이 기여한다는 것을 의미한다.

CFO 로서 선난(沈楠)은 세분화된 마케팅 비용을 지출했다. 21 억의 지출 중 효과류 투자에 쓰인 비용은 약 15 억 위안이었고, 브랜드 활동에 지출된 비용은 5000 만 위안, 나머지는 인건비, 서버, 인터넷 비용이었다. 사전에 투입된 영향으로 인해 현금 수익과 투입 비용간에 불일치가 있다. 예를 들어 3 분기에는 4 분기의 판촉 수업 과정 배치를 위해 2 억 위안을 넘는 효과 투자가 있었고, 3 분기에는 상응하는 현금 수익이 없어 2 분기 이전의 2 억 위안 투자 비용보다 낮을 수 있다. 따라서 최종 견쉐이슈에(跟谁学)는 새로운 트래픽 모집에 투입한 ROI는 약 1.3 정도이다.

그렇다면 견쉐이슈에(跟谁学)는 가장 효율적인 회사일까? 아닐까? 계속 증명되어야 할 것이다. 예상에 따르면 4 분기 수익은 20.76~21.16 억 위안으로 전분기 대비 소폭 증가했다.

03 롱체인의 온라인 교육, 전략을 테스트하고 조직 능력을 검증

전체 인터랙티브 체인의 관점에서 기업이 정가 과정의 사용자를 확보하려면 프론트 엔드 광고를 거치거나 소개를 통한 고객 확보, 시범 수업, 전환, 유지, 지속 수강 지불이 필요하고, 백 엔드의 교학에는 교육, 배움, 훈련, 테스트, 평가, 지도교사의 개성화된 서비스를 경험해야 한다.



사진 2) 출처: 36kr

알려진 바에 의하면 견쉐이슈에(跟谁学)의 현재 평균 학급 수용 인원은 2800 명으로 지난 분기에는 2000 명, 작년 같은 기간에는 1400 명에 불과했다. 튜터도 15,000 명으로 늘렸고 운영 센터도 15 개로 늘렸다.

창립자로서 천상동(陈向东)의 일관된 관념은 조직 능력의 성체가 한 회사가 궁극적으로 승리할 수 있는 핵심 능력이라는 것이다. 견쉐이슈에(跟谁学)는 창업 첫 3 년 만에 가장 어두운 순간을 경험했고 그에 상응하는 위기 의식, 높은 기준, 자기 비판 능력, 반성 능력 등은 항상 견쉐이슈에(跟谁学) 사람들의 피에 스며 들고 견쉐이슈에(跟谁学) 사람들의 골수에 깊이 심어졌다.

산업 전반에 걸쳐 기본은 어떤 변화도 없지만 평가 가치 논리는 실제로 바뀌었고 점차 비즈니스의 본질로 돌아왔다. 까오링(高瓴)의 투자 추세를 예로 들어 보면 일찍이 2 분기에 하오웨이라이(好未来)에 5 억 달러 이상의 자금을 추가 투자했고 이는 790 만 주수에 상응한다. 그러나 최근 3 분기에는 보유 지분을 거의 47 % 줄여 단지 3.13 억 달러만 남았고 이는 411.9 만 주에 해당한다. 이 비율은 하오웨이라이(好未来)의 몇 년간의 변화 중 전례가 없었다. 따라서 최후에는 어떻게 고객을 확보해 높은 위치를 선점하는가, 누가 진정으로 돌파할 수 있는지, 누가 실질적인 이윤과 현금 흐름을 얻을 수 있는지, 누가 자본이 주목하는 가장 빛나는 우수 기업이 될 수 있는지도 알 수 없고 지켜볼 일이다.

3. 풀리지 않은 샤오미의 증거가, OEM, 무기술에 관한 의문: 고실적에도 미래를 낙관할 수 없는 이유 — 봉황과기(凤凰科技) 제공



사진 1) 출처: 봉황과기(凤凰科技) 제공

화웨이가 이익을 실추한 후 레이쥘(雷军)은 공개적으로 유감을 표시했고 샤오미는 바로 이어서 낭보를 전해왔다.

생산이 긴박했던 1 분기, 해외에서 전염병이 폭발한 2 분기를 거쳐, 11 월 24 일 샤오미 그룹의 2020 년 3 분기 재무 보고서에 따르면 해외에서 스마트 폰이 폭발적으로 판매됨에 따라 이번 분기의 총수익과 순이익이 모두 단일 분기 사상 최고로 나타났다. 총 수익은 721.6 억 위안으로 전년 대비 34.5 % 증가했고 전분기 대비 34.8 % 증가하여 시장 추정치 702 억 위안보다 높았다. 조정 순이익은 41.3 억 위안으로 전년 대비 18.9 % 증가했다.

샤오미의 3 대 판도는 스마트 폰 판매가 인도 이외의 시장에서 강세를 보이고 있고, 유럽 시장은 거의 100 % 성장하고 있으며, IoT 성적이 합격했고, 인터넷 서비스가 그런대로 괜찮다고 요약할 수 있다. 후의 두 영역의 성장은 해외 시장, 특히 유럽의 공로가 크다. 구체적인 데이터에 따르면 샤오미의 4 분기 스마트 폰 수익은 476 억 위안으로 전년 대비 47.5 % 증가했고, IoT 와 생활소비품 분야의 수익은 181 억 위안으로 전년 대비 16.1 % 증가했으며, 인터넷 서비스 수익은 58 억 위안으로 전년 대비 8.7 % 증가했다. .

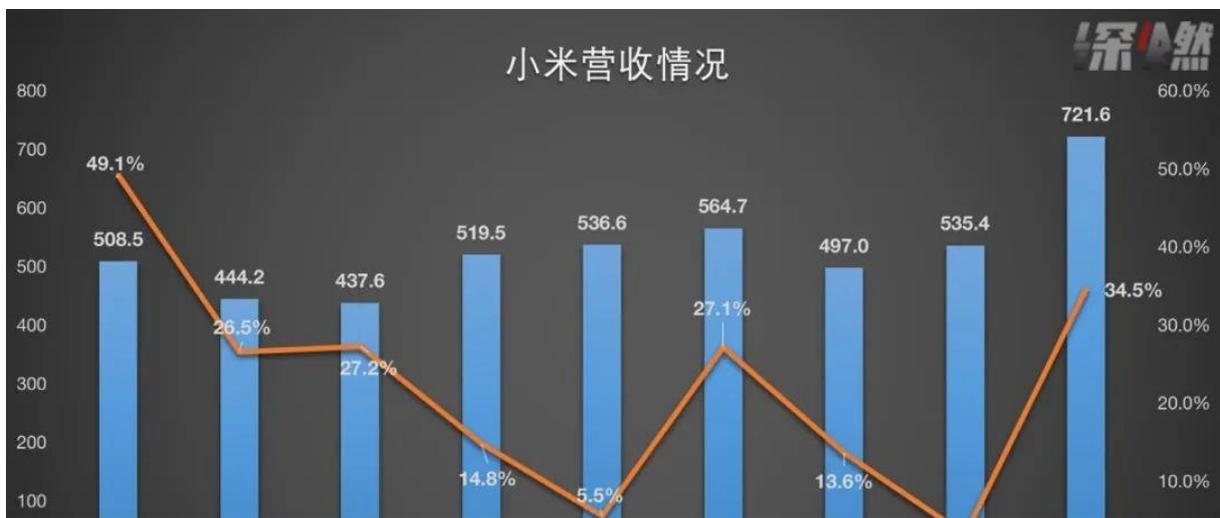


표 1) 출처: 필자 선란(深燃) 제작. 샤오미의 2 년간 각 분기별 영업수익 상황

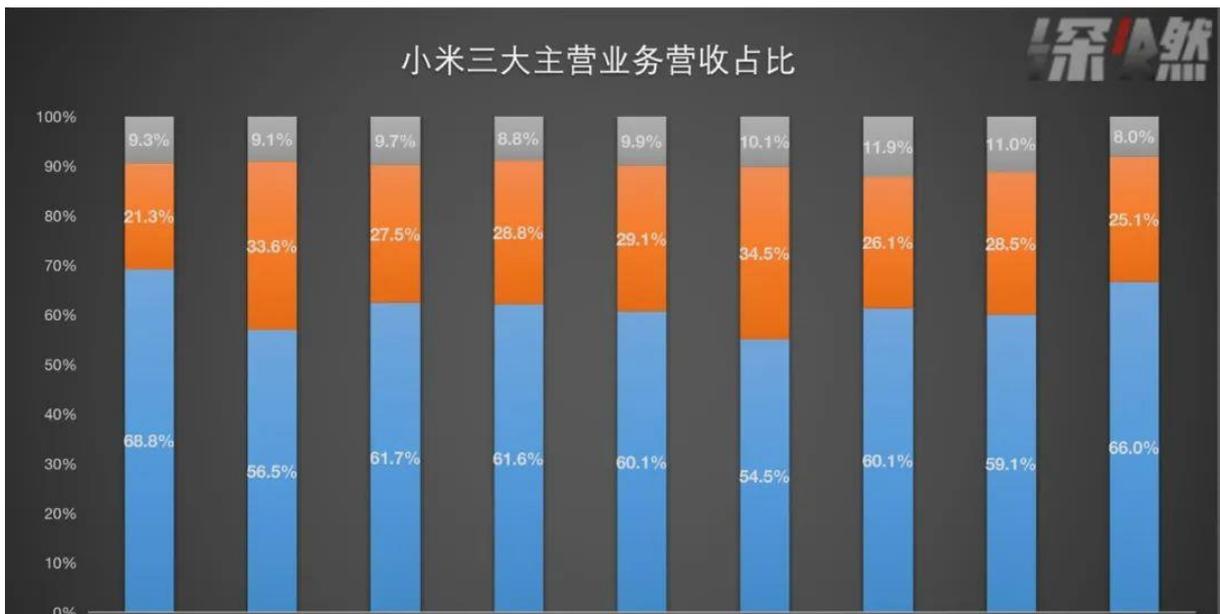


표 2) 출처: 필자 선란(深燃) 제작. 샤오미 2 년간 3 대 영업수익 점유율 대비. 파란색-스마트폰, 주황색-IoT 와 생활소비품, 회색-인터넷서비스

샤오미과학기술 동사장 겸 CEO 레이쥘(雷军)은 외부 세계에서 보는 샤오미에 관한 세가지 주요 "오해"를 다음과 같이 요약했다. 샤오미의 제품은 모두 중저가 제품이고, 샤오미 제품은 모두 대형 제작하여 브랜드만 붙인 것이며, 샤오미에는 기술이 없다고 여긴다.

재무 보고서 데이터는 사람을 속일 수 없을 것이며 레이쥘에게 반문한다. 샤오미의 고급화 여정이 순조롭게 진행되고 있는가? 샤오미 기술은 어떠한가? 샤오미는 도대체 대형제작 모델인가? 외부 세계의 샤오미에 대한 세 가지 주요 "오해"가 각인된 인상인가?

샤오미의 고급화 여정은 아직 순조로운가?

표면적으로는 휴대폰 사업에서 잇달아 승전보를 전하고 있다.

재무 보고서에 따르면 올해 3 분기 샤오미의 전체 스마트 폰 매출은 476 억 위안으로 전년 대비 47.5 % 증가했으며 스마트 폰 판매량은 4660 만 대로 전년 대비 45.3 % 증가해 다른 휴대폰 제조업체를 훨씬 능가했다. 재무 보고서는 또한 제 3 자 기관인 Canalys 의 통계를 인용했는데 샤오미의 글로벌 시장 점유율은 13.5 %로 세계 3 위, 중국 본토에서는 12.6 %로 4 위를 차지했다.

시장 점유율의 상승은 주로 해외 시장에서 비롯되며, 경쟁 상대는 기본적으로 철수했다. 서유럽 시장은 인도를 대체하여 샤오미의 주축 시장이 되어 휴대폰 출하량이 2 배 증가했고 증가속도는 107 % 이상이며, 시장 점유율 13.3 %로 두 배 증가했다. 적지 않은 업계 관계자가 그 이유를 화웨이의 강제 철수로 귀결짓고 있다.

휴대폰의 이익이 좋을뿐만 아니라 샤오미의 전체 해외 시장 수익은 창립 이래 신기록을 세워 398 억 위안이 되었고 전년 동기 대비 52.1 % 성장, 점유율은 55 %를 차지했다.

재무 보고서에서 샤오미는 중국내 휴대폰 시장의 성과를 "양과 가격이 함께 발전한다"고 표현했다. 전년 대비 18.9 %의 성장률을 기록했으며 시장 점유율은 작년 같은 기간의 9.0 %에서 12.6 %로 4 위를 차지했다.

재무 보고서에는 구체적인 출하량이 언급되지 않았다. 이에 대해 IDC 데이터에 따르면 3 분기 화웨이는 3510 만대, 시장 점유율 41.4 %로 1 위, 4 위인 샤오미는 출하량 1100 만대, 시장 점유율 13 %로 TOP5 제조사 중 유일하게 성장하고 있는 브랜드로 전년 대비 13.4 % 증가했다. 이 계산에 따르면 샤오미의 중국내 휴대폰 출하량이 공헌한 비율은 23.6 %에 불과하다.

China Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share, and YoY Growth, Q3 2020 (shipments in millions)

Company	2020Q3 Shipments	2020Q3 Market Share	2019Q3 Shipments	2019Q3 Market Share	YOY Growth
1. Huawei	35.1	41.4%	41.5	42.0%	-15.5%
2. vivo	15.0	17.8%	18.1	18.3%	-16.9%
3. OPPO	14.1	16.6%	16.4	16.6%	-14.2%
4. Xiaomi	11.0	13.0%	9.7	9.8%	13.4%
5. Apple	7.0	8.3%	8.1	8.2%	-13.1%
Others	2.5	3.0%	5.0	5.1%	-49.6%

표 3) 출처: IDC

사실상 샤오미의 고급화 노선의 효과는 효과가 제한적이다

휴대폰의 총이익률은 지난해 같은 기간 9.0 %에서 8.4 %로 떨어졌다. 애플과 화웨이는 총이익률이 30 %를 넘는 경우가 많았다.

"10 년을 노력했지만 샤오미 제품이 중저가형이라고 생각하는 오해는 여전히 깊다. 어떻게 해결해야 할까? 나는 하나의 아이디어를 생각했는데 바로 모두가 이해하는 고급형 휴대폰, 모두가 이해하는 고급형 제품을 만드는 것이다. 모두가 이해하는 고급 휴대폰이 무엇인가? 비싸게 파는 것인가? 나는 모른다." 레이쥔의 이러한 발언에 대해 상품 매니저 심사원은 높은 가격이 고급 제품을 대표하는 것이 아니고 고급 제품이어야만 높은 가격을 유지할 수 있는 것이라고 여긴다.

샤오미 휴대폰의 현재 평균 판매 가격은 지난 8 개 분기의 가격을 이어가고 있으며, 약 1,000 위안 좌우를 유지하며 작년 같은 기간의 1007 위안에서 1022 위안으로 올랐다. 그러나 올해 3 분기 실적은 작년 같은 기간보다 좋았고 전체 평균 판매 가격은 67 위안 올랐다.

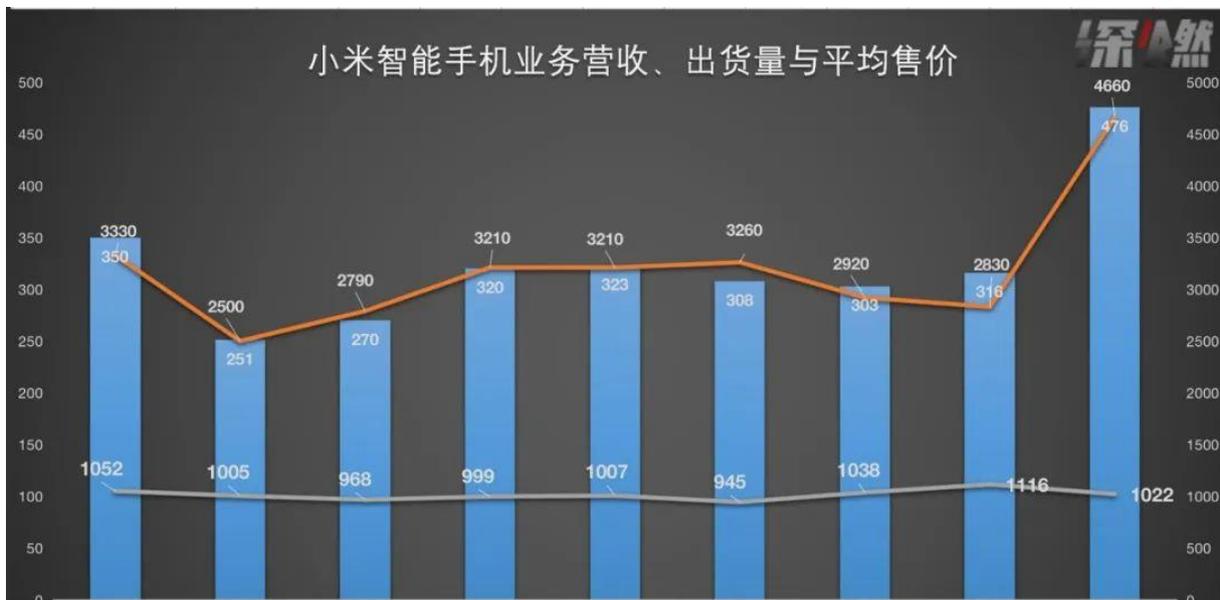


표 4) 출처: 필자 선란(深燃) 제작. 샤오미스마트폰 영업수익, 출하량, 평균판매가

사실상, 샤오미의 가성비 우세는 지속적으로 글로벌 시장에서 힘을 발휘하고 있다. Canals 데이터에 따르면 2020 년 3 분기 세계 10 대 베스트셀러 모델 중 Redmi 휴대폰은 3 위를 차지했으며 판매 가격은 1,000 위안 범위에 집중되어 있다.

한 가지 분명한 변화는 샤오미가 2 분기처럼 더 이상 고급형 휴대폰 판매량을 강조하지 않고 그저 고급형 모델만 내놓았다는 것으로, 이것은 외부에서 고급형 휴대폰의 판매가 기대에 미치지 못하고 판매량은 여전히 중저가형 휴대폰에 의존하는 것으로 보여지는 것이다. 샤오미는 전환하여 올해 첫 10 개월 동안의 전체 판매량을 공개했다. 중국 본토에서 정가 3,000 위안 이상, 해외에서 300 유로 이상 가격이 책정된 스마트 폰의 글로벌 판매량은 이미 800 만 대를 넘어섰다.

휴대폰 총이익률뿐만 아니라 전체 총이익률과 R & D 투자 비율 지표에서도 샤오미의 고급화 징후는 보이지 않는다

재무 보고서에 따르면 샤오미의 전체 총이익률은 2019 년 3 분기 15.3 %에서 2020 년 3 분기 14.1 %로 떨어졌다. IoT 와 인터넷의 총이익률은 각각 62.9 %에서 12.8 %에서 14.2 %로 증가했고, 62.9%에서 60.4 %로

떨어졌다. 후자의 경우 샤오미는 금융 과학기술과 게임 비즈니스의 총이익률이 감소했기 때문이라고 설명했다.

고급화 루트는 단번에 얻지 못하지만 샤오미는 R & D 투자에 힘을 기울이지 않은 것 같다. 이번 분기 연구개발에 23 억 위안을 투입했고 총수익의 3.2 %를 차지해 지난해 같은 기간 3.7 %보다 낮았다. 사실상 지난 2 년 동안 샤오미는 항상 R & D 투자에 신중을 기해 왔으며, 적어도 지난 8 개 분기 동안 총영업수익 중 R & D 투자 비율은 항상 3 %~4 % 사이에서 통제되었다.

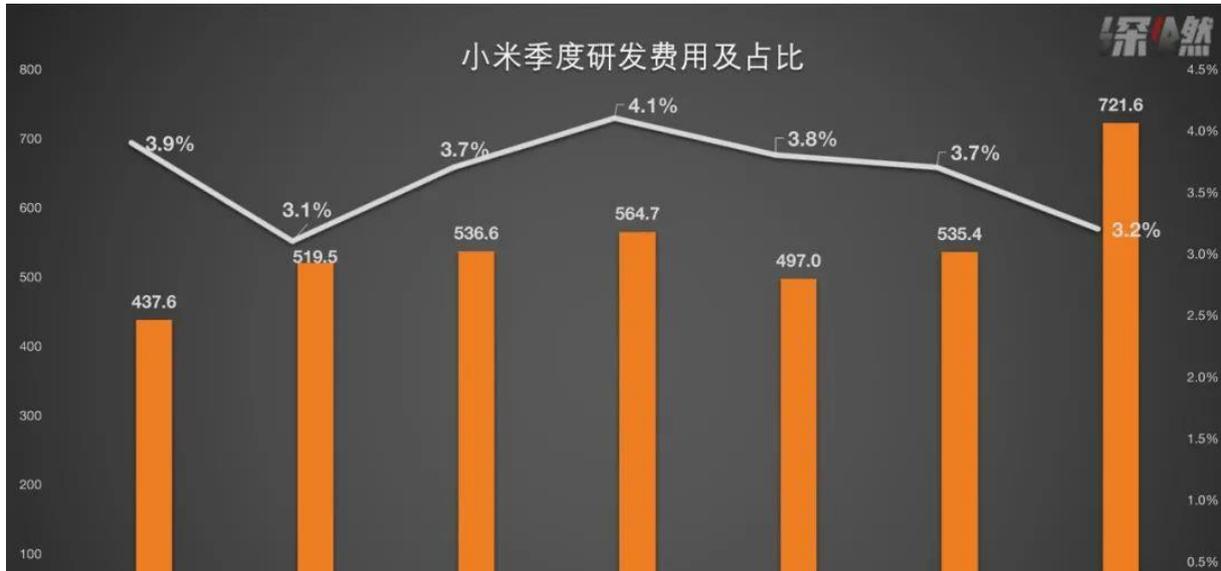


표 5) 출처: 필자 선란(深燃) 제작. 샤오미 분기별 R&D 비용과 점유비율

비교하자면 2019 년 화웨이의 R & D 비용은 1,317 억 위안으로 총 매출의 15 % 이상을 차지했다.

기술이 없고 순전히 OEM 을 하는 샤오미가 잘못된 걸까?

레이쥘(雷军)은 외부에서 "샤오미 제품은 모두 OEM 하여 브랜드만 붙인 것이고 샤오미는 기술이 없다."고 의심한다며 속상해했다.

OPPO, vivo 모두 자신의 공장 생산 라인이 있으며 화웨이도 자신의 공장이 있고 폭스콘과 비야디(比亚迪) 등에 OEM 생산을 하기도 한다. 샤오미의 대행 공장은 주로 2 개 사인데 폭스콘과 ENVADA 이다. 폭스콘은 주로 샤오미 휴대폰의 모델 시리즈와 같은 플래그십 제품을 담당하고, ENVADA 는 주로 샤오미의 흥미 시리즈와 같은 가성비 높은 제품 유형을 담당한다.

중국의 상위 여러 휴대폰 제조업체 중 "순수 OEM 은 샤오미 한 회사뿐"이라고 원위엔(文渊)싱크탱크의 창립자인 왕차오(王超)는 OEM 방식이든 공장 방식이든 모두 생산을 조직하는 방식의 일종이라고 말했다. 가장 중요한 것은 효율성이 높은지, 돈을 벌 수 있는지의 여부이다.

레이쥘도 매우 속상해한다. OEM 은 매우 선진적인 생산 모델이다. 왜 사람들은 OEM 을 오해할까? 샤오미 방식때문에 모두가 위탁 제작하는 생산 방식에 대해 오해하면 안된다.

레이쥘의 해석은 왕차오(王超)가 보기에 자신감이 없는 표현이다. "자신감이 없음은 그가 이 사건을 또렷하게 보지 못하기 때문입니다. 샤오미가 올해 성공한 주된 이유는 화웨이가 타격을 입었기 때문입니다. 그렇지 않았다면 샤오미는 이렇게 큰 수혜를 입을 수 없었을 것입니다. 애플은 외부의 비판 때문에 OEM 생산 방식을 바꾼 적이 없습니다."라고 말했다.

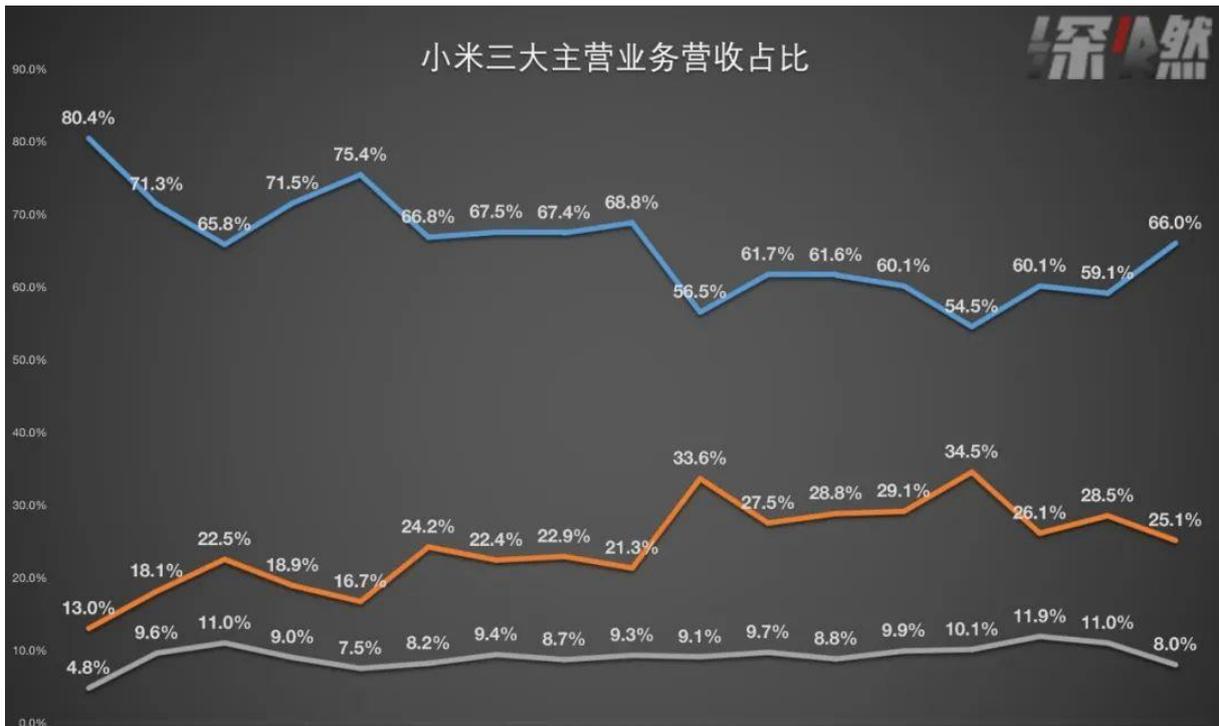


표 6) 출처: 필자 선란(深燃) 제작. 샤오미 3대 주영업수의 점유비율. 파란색-스마트폰, 주황색-IoT와 생활소비품, 회색-인터넷서비스

휴대폰을 제외한 하드웨어 사업의 성과는 무난한 편

IoT와 생활소비제품 사업에는 스마트 TV, 웨어러블 기기, 스마트 스피커 등이 포함된다. 전형적인 특징은 트래픽 입구로서의 잠재력이며, 이번 분기 영업수익은 181억 위안으로 점유율이 29.1%에서 25.1%로 감소했다. 성장률은 지난해 같은 기간에 비해 16.1% 증가했는데, 이는 주로 해외 시장에 기인한 것으로, 처음으로 손목 웨어러블 기기, 스쿠터, 청소 로봇 등 상품의 해외 판매가 국내 시장을 넘어섰다.

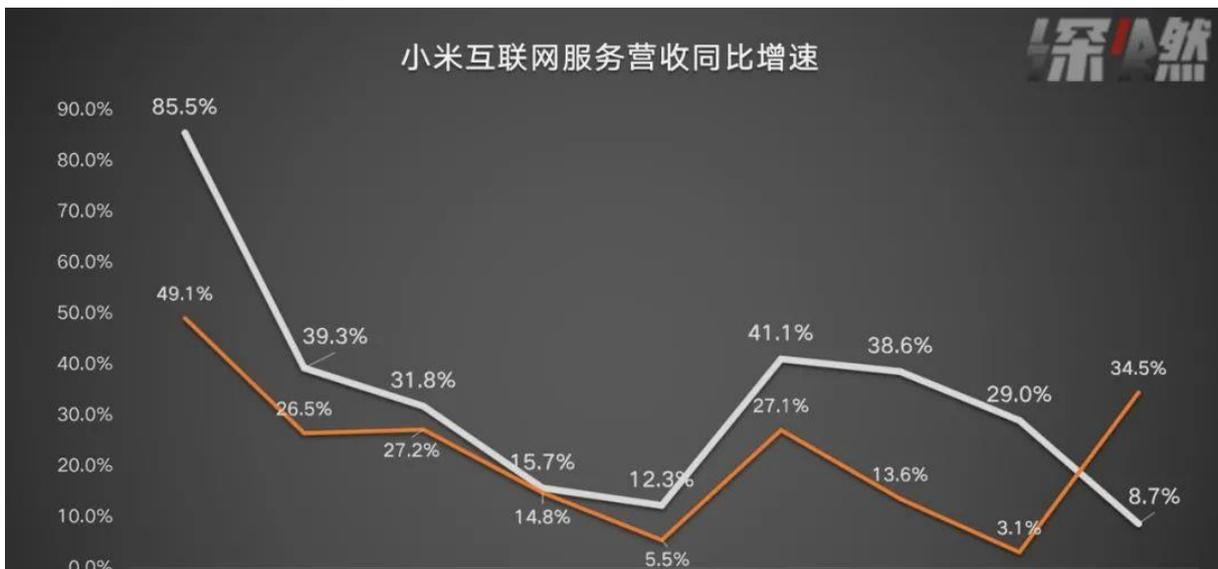


표 7) 출처: 필자 선란(深燃) 제작. 샤오미 인터넷서비스 영업수익 전년동기간 대비 성장률 대비

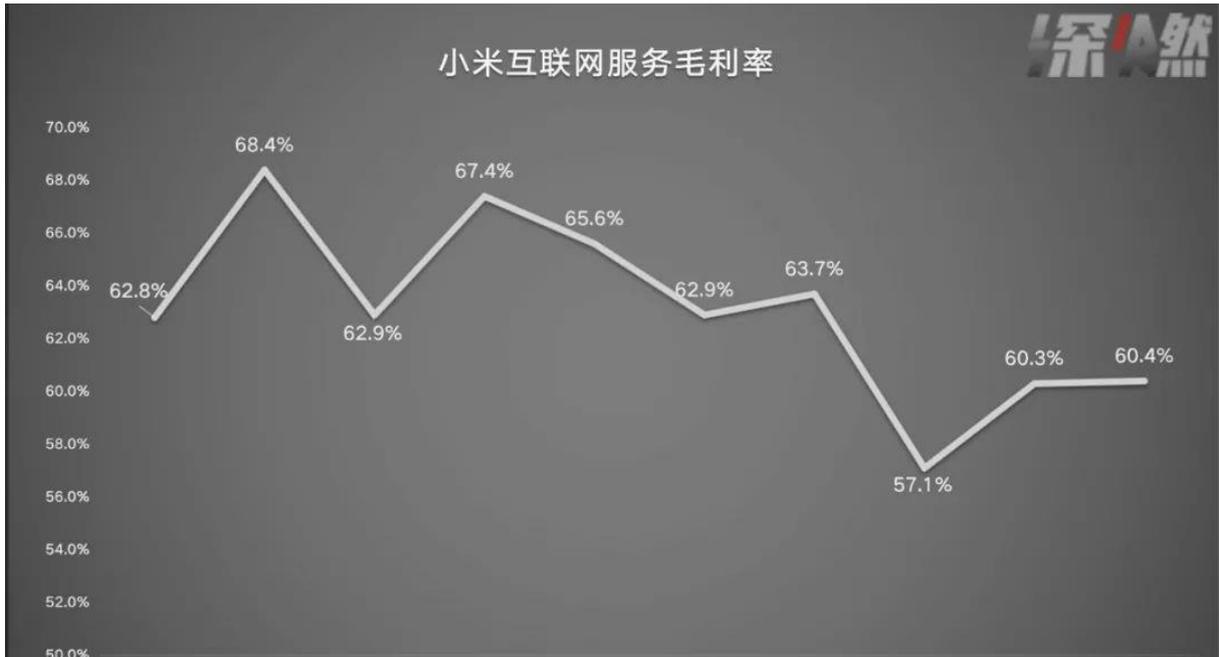


표 8) 출처: 필자 선란(深燃) 제작. 샤오미 인터넷서비스 총이익율

그러나 사용자 데이터는 주목할 만하다. 올해 9 월까지 샤오미의 AIoT 플랫폼은 2.9 억 대의 기기를 연결하여 전년 대비 35.8% 증가했으며, 5 대 이상의 기기를 연결한 사용자 수는 전년 대비 59.0% 증가한 560 만 명에 도달했다. 샤오아이 통슈예(小爱同学)의 월간 활성 사용자 수는 전년 대비 35.5% 증가한 7840 만 명에 달했으며, 미자(米家) APP 의 9 월 월간 활성 사용자 수는 전년 대비 34.2% 증가하여 4310 만 명이 되었다.

업계 관계자는 샤오미의 비즈니스 모델을 간단하게 요약하여 저마진 하드웨어 제품으로 사용자와 트래픽을 확보하는 것이라고 한다. 즉, 하드웨어로 고객을 확보한 다음 생태적 이익 (비하드웨어 비즈니스)으로 보조하는 것이다. 이 모델의 기초는 후자가 높은 성장과 높은 총이익을 유지한다는 것이다.

매출의 약 10 %를 차지하는 샤오미의 인터넷 서비스 사업은 사업수익이 58 억 위안이고 총 이익률은 줄곧 60%좌우를 유지해 타 부문보다 훨씬 높고 상당히 안정적이다.

그러나 고성장은 점차 가능성을 잃었다. 전년 대비 성장률은 2018 년 3 분기의 최고점인 85.5%에서 계속 하락했으며 2019 년 3 분기에는 바닥으로 떨어졌다. 이후 두 개 분기에서는 광고 사업 또는 게임 사업의 증가로 인해 이번 분기는 사실상 바닥으로 떨어졌다.

스마트폰 시장 점유율에서 3위 브랜드라는 눈부신 분기 보고를 들고서도 레이쥘은 여전히 해석을 못하고 답답해하며, 중저가형과 기술적 문제에 관한 의구심을 명확히 풀기 위해 나왔다. 왜 그런가?

린즈(林芝)는 "사용자로 하여금 줄곧 샤오미가 저가형 휴대폰의 걸출한 대표자라고 생각하게 할 수는 없다"면서 이 때에 나와 명확히 하는 것이 좋은 시기라고 했다. 심사관은 레이쥘의 목적이 주가를 높이는 것이며 주주는 샤오미를 고품질 자산으로 포장해야한다고 믿는다. 샤오미는 올해 1 월 9 일 레이쥘과 지배 주주가 1 년 내에 샤오미 주식 보유량을 줄이지 않겠다고 약속했다고 공식적으로 발표했다. CFO 조우쇼우즈(周受资)도 똑같이 약속을 했지만 린빈(林斌) 부동산장을 비롯한 다른 고위급 임원들은 주식 보유량을 줄이지 않겠다고 약속을 하지 않았다. 올해 9 월 샤오미 그룹 동사장 린빈(林斌)이 3.5 억 주식을 매각했다는 소식이 눈길을 끌었다.

심사관은 고급 시장에 미치는 영향에 기반하여 시기 문제를 판단했다. 2016 MIX 이후 샤오미 휴대폰 가격이 3000 위안 이하로 포지셔닝되었고, 홍미(红米) 브랜드의 포지셔닝이 상승하며 샤오미 브랜드 좌우와 서로 싸우는 현상이 일어났다. 올해 진정으로 고가인 휴대폰 샤오미 10 시리즈가 등장했지만 브랜드를 고급화하는 창구 시기를 놓쳤다.

하나의 상징적인 사건은 올해 4 월 애플이 출시한 아이폰 SE2 가 3000 위안 대까지 떨어졌고, 심지어 주요 전자 상거래 플랫폼의 보조금으로 2500 위안 가격대에 도달했고, 출하량도 세계 1 위에 올라 전세계에서 두 번째로 많이 팔린 휴대폰이 되었다는 것이다. 이것의 올해 2 분기 전세계 판매량은 1400 만 대를 넘어섰고, 대량의 아이폰 초기 모델을 교체하는 사용자와 안드로이드 진영을 체험했던 사용자들을 휩쓸었다.

왕차오(王超)는 "샤오미는 결코 고급형 휴대폰을 만들지 않을 것이며 탈출구가 없을 것이다. 레이쥘이 종합 순이윤율에 대한 방법을 약속한 것은 자신의 정서를 위한 것이지 실제로는 주주들을 매우 화나게한다"고 말했다.

그러나 샤오미에 익숙한 많은 사람들은 샤오미 제품의 중저가 제품에 대한 외부 세계의 인식이 비교적 오랜 시간 지속될 것이라고 판단했다. 아마도 레이쥘(雷军)은 한동안 답답해해야 할 듯하다.

4. 양자컴퓨터 시리즈 74) 판지엔웨이팀 새로운 돌파! 냉원자를 사용한 격자로 가우스 방정식 관찰 — 펑파이신문(澎湃新闻) 제공

우리는 건축이나 비행기를 설계할 때 엔지니어는 컴퓨터를 갖고 각종 계산과 시뮬레이션을 해야 한다는 것을 알고 있다. 만약 우리가 미세 세계의 '양자 건축'을 연구한다면 어떨까?

이중 미세입자의 복잡한 변화와 상호작용은 전통적인 컴퓨터의 능력 범위를 훨씬 초과한다. 가장 좋기로는 양자 방식을 사용하여 양자 문제를 시뮬레이션하는 것이다.

"자연은 정통적이지 않다. 만약 당신이 자연에 대해 시뮬레이션을 하고자 한다면 당신은 컴퓨터를 양자화하는 것이 가장 좋다." 이것은 저명한 물리학자 리처드 파인만(Richard Feynman)이 1980 년대 제출한 양자컴퓨터에 관한 구상이다.

11 월 19 일, 중국 과학 기술 대학 판지엔웨이(潘建伟), 위엔전성(苑震生), 독일 하이델베르크 대학, 이탈리아 트렌토 대학 공동 연구자들이 "Nature"잡지에 실린 논문에서 초저온 원자 양자 컴퓨팅과 시뮬레이션 연구에서 중요한 돌파를 했다고 발표했다. 71 개의 격자 점을 가진 초저온 원자 광학 격자 양자 시뮬레이터를 개발하고, 양자 전도 역학 방정식의 Schwinger Model 을 성공적으로 시뮬레이션했다. 그 중 초냉각원자에서 속박 조정을 통해 실험에서 국부 범위의 양적 불변이 관찰되었고, 처음으로 마이크로 양자 제어 수단을 사용하여 전하 와 전기장의 관계를 설명하는 가우스 정리가 양자 다물체 시스템에서 검증되었고, 규모화된 양자 컴퓨팅과 양자 시뮬레이션 방법을 사용하여 복잡한 물리적 문제를 해결하는데 중요한 돌파구가 이루어졌다.

소위 양자 시뮬레이터는 특정 양자 물리학 문제를 해결할 수 있는 양자 컴퓨터의 단순화 버전으로 이해할 수 있다. 과학자들은 극저온의 원자를 질서있게 배열하여 "전하"와 "전기장"의 상호 작용을 시뮬레이션하여 중요한 물리학 방정식을 해결했다.

원자들을 순순히 "연기"에 협력하게 하기 위해, 이 냉원자 연구팀은 10 년 이상 노력했다.

원자를 정렬

올해 6 월, 이 연구팀은 일찍이 또 다른 최고 학술지 <사이언스>지에 냉원자의 정확한 조종의 비밀에 대한 논문을 발표했다.

공상 과학 영화 <테넷(Tenet)>은 "엔트로피", 즉 혼돈의 개념을 가져왔다. 정상적인 상황에서 원자들은 혼란하게 움직일 것이며 인류의 지배에 맡기지 않을 것이다. 모든 양자 물리학자들은 몽매간에 원자들의 열역학 엔트로피를 줄여 관찰과 조작을 쉽게 하길 추구한다.

어떻게 원자를 묶어둘까? 사실 국제적으로 일련의 성숙한 방법이 있다. 즉, 레이저의 결속 작용을 사용하여 원자를 하나하나 광학 격자에 가두는 것이다. 그러나 이러한 시스템의 온도는 여전히 매우 높고 팀은 혼란스럽고 일부 격자 포인트의 원자는 튀어나왔고, 일부 격자 포인트에서는 두 개의 원자가 함께 있다.

이를 위해 팀은 새로운 유형의 냉각 방법을 만들었다. 그들은 두 개의 특제 레이저를 사용하여 일부 원자를 초유체로 바꾸었고, 이 초유체 원자는 이웃의 엔트로피를 빠르게 흡수한다. 그런 다음 레이저를 사용하여 이러한 초유체 원자를 비우고 깨끗이 비우고 광학 격자에는 그저 더 차가운 원자들만 남겼다.

이렇게 거듭된 냉각을 거쳐, 그들은 1 만 개의 루비듐-87 원자를 절대 0 에 가깝게 냉각시켰고, 각 원자가 운반하는 열역학적 엔트로피는 0.0019 kB 로 이전 방법보다 65 배 낮아 세계 기록을 세웠다.

복잡한 문제 시뮬레이션

이번에 <Nature>에 발표한 성과는 위에서 상술한 "Science"논문의 후속작으로, 가지런하게 정돈된 냉원자가 진정으로 사용되었다고 말할 수 있다.

nature

Explore our content ▾

Journal information ▾

Subscribe

[nature](#) > [articles](#) > [article](#)

Article | Published: 18 November 2020

Observation of gauge invariance in a 71-site Bose-Hubbard quantum simulator

Bing Yang, Hui Sun, Robert Ott, Han-Yi Wang, Torsten V. Zache, Jad C. Halimeh, Zhen-Sheng Yuan ,
Philipp Hauke  & Jian-Wei Pan 

Nature **587**, 392–396(2020) | [Cite this article](#)

2 Altmetric | [Metrics](#)

사진 1) 출처: Nature 공식 사이트

연구팀은 격자에서 한 개 71 격자 x 36 격자 영역을 선택했으며 체인 길이는 이전의 모든 유사 작업에서 사용된 양자 다물체시스템을 초과한다. 양자 시뮬레이터의 규모가 클수록 일부 "부작용"의 영향이 작아진다.

규범이론에서 "전하"와 "전장"은 광학 격자 상에서 입자 수의 분리와 격자 점 사이의 입자 수 밀도 관련으로 입증할 수 있다. 연구진은 시스템을 미세 조정하고 그리드 지점의 상태 변화를 추적하여 전기장과 전하의 관계를 설명하는 가우스 법칙을 테스트한 결과 가우스 법칙 위반이 오차 범위 내에 있는 약 10 %임을 발견했다.

"Nature"의 기고문 심사위원은 이 작업이 "양자 시뮬레이션 방법 연구에서 격자 게이지의 중요한 이정표"라고 여기며 "격자 게이지 이론 시뮬레이션에서 양자 시뮬레이터 모듈의 실현에서 특정 모형의 전체 시뮬레이션까지 진정으로 한 걸음을 더 나아갔다."라고 평가했다.

알아야 할 것이 게이지 이론은 물리학 건물에 대한 프레임 워크 의미를 지닌다. 하전 입자와 전자기장 간의 상호 작용을 설명하는 양자전동역학(QED)은 최초로 널리 알려진 게이지 필드다. 자연계에는 네 가지 근본 힘이 있는데, 양전닝(杨振宁), Mills, Glashaw, Weinberg, Sanam 등과 같은 물리학자의 노력을 통해 전자기력, 약한 상호 작용력, 강한 상호 작용력이 모두 이 프레임에 포함되고 단지 인력이 남는다.

이 기사의 시작 부분에서 언급했듯이 규범 이론과 관련된 문제의 복잡정도를 고전 컴퓨터가 처리하기 어렵다.

우리는 과학자들이 더 복잡한 상호 작용을 시뮬레이션하기 위해 점점 더 많은 냉원자를 사용할 수 있을 때, 인류가 물리 세계에 대해 어떤 새로운 통찰을 얻을 수 있을지 기대를 하지 않을 수 없다.

ICO News Letter by PLAYCOIN



1. 5G, 전통 산업의 업그레이드와 새로운 스마트 디지털 라이프 촉진

(ACROFAN, 2020.11.30)

25 일 오전, 2020 년 세계 5G 컨벤션 '5G 및 미디어 산업의 변화 및 변혁 포럼(5G and Media Industry Change and Transformation Forum)'이 광저우에서 개최됐다.

중국 과기일보(Science and Technology Daily) 대표는 개회사에서 "미디어는 5G 시대의 '선구자'가 됨으로써, 미디어 분야에서 5G 기술의 적용을 가속화하고, 5G 기술 적용에 대한 올바른 여론을 창출해야 한다"고 지적했다. 더불어, 그는 미디어가 객관적이고 엄격한 작업을 사용하고 부드러운 스토리텔링 방식을 채택해 광범위한 대중에게 과학적이고 합리적인 관점을 전달해야 한다고 강조했다. 또한, 그는 '하나의 데이터베이스, 두 개의 날개, 세 개의 플랫폼(One Database, Two Wings, Three Platforms)'이라는 목표를 소개하며, 5G 등의 신기술을 활용해 미디어의 심층적인 통합 개발을 추진하고 있다고 밝혔다.

Li Xudong 광둥성 과학기술부 부국장은 "광둥성은 5G 산업용 애플리케이션 개발을 적극적으로 추진하고 있다"고 언급했다. 5G 시대가 시작되고, 5G 가 사회생활의 모든 측면과 세부적인 부분에 점점 스며들며 따라, 우리는 그것이 미디어 산업에 새로운 변화를 가져올 것임을 납득할 수 있게 됐다. 이어 Li Xudong 광둥성 과학기술부 부국장은 "이번 포럼이 중국 전역의 미디어 통합 발전을 촉진하고, 새로운 주류 미디어 구축을 가속화하는 데 큰 동력이 될 것"이라고 말했다.

Fang Zhenghui 중국 외문출판발행 사무국(China Foreign Languages Publishing Administration) 부국장은 "심층적인 미디어 통합을 가속화하는 방법에 대해 강조해야 할 세 가지 핵심 사항이 있다"라며 "첫째는 더욱 개방적인 태도로 새로운 기술을 수용할 것, 둘째는 좀 더 예리한 시각으로 새로운 기술을 추적할 것, 마지막 셋째는 더욱 포용적인 마음으로 신기술을 적용할 것"이라고 설명했다.

기조연설 섹션에는 국내외 유명 미디어, 기술 기업, 학계 및 산업계 엘리트들이 깊이 있는 학술 토론 및 미디어에서의 새로운 5G 구축의 적용 및 개발에 대해 연설을 진행했다.

참석자들은 향후의 과학연구 실태가 맞이한 일련의 주제, 즉 5G 기술 국제 협력을 통한 인류사회 발전 기여와 미디어 부문에서 5G 기술 적용의 전망 및 과제에 대해 토론했다. 일부 참석자는 뉴미디어 산업체인 개발을 비롯해 5G 와 AI, VR, 블록체인 및 기타 기술과의 결합을 기반으로 한 뉴미디어의 개발 촉진 당위성을 언급했다.

모든 참석자는 국내외 미디어에 대한 5G 기술의 적용 촉진에 관한 의견을 나누고, 5G 기술의 글로벌 촉진 활성화를 위한 건설적 조언을 아끼지 않았다.

이들은 5G 가 미디어, 인간과 컴퓨터의 공생 및 자기 진화를 모두 갖춘 지능형 미디어 통신 시스템 구축을 위한 핵심적인 기술 지원을 제공할 것이라는 데 동의했다. 미디어 산업에서 5G 의 파괴적 혁신은 시초부터 나타나고 있다.

이번 회의의 진행은 Fang Hanting 과기일보 부사장이 맡았다.

그는 5G 시대, 특히 디지털 경제 시대에 미디어는 '사회의 풍향계'라고 결론지었다. 데이터 중심, 지능형 연결, 미디어 싱크탱크에서부터 장소 기반 몰입, 범중양화, 그리고 생태 미디어에 이르기까지, 우리는 시초부터 미디어 산업의 여러 측면에서 5G 기술의 파괴적 혁신을 확인할 수 있다. 예컨대 데이터 주도가

심화됨에 따라, 데이터의 이면을 논리적으로 분석하는 작업이 데이터 뉴스의 새로운 분야가 될 것이며, 일부 싱크탱크, 데이터 및 전문 데이터 뉴스 제작자는 점차 '이벤트 종결자(event terminator)'가 될 것이다.

향후 5G 기술은 분명 미디어 산업의 변화를 끌어낼 것이다. 5G 기술은 모든 것은 결국미디어라는 트렌드를 야기했다. 각 미디어가 새로운 시스템에서 복수의 커뮤니케이션 주체(사람과 스마트 기기)와 조화롭게 공존하기 위해서는 생태계를 구축해야 한다. 이러한 생태계는 풀 미디어, 홀로그램 미디어, 풀 미디어 및 풀 이펙트 미디어의 요건이 반드시 충족될 때, 5G 시대에 살아남고 발전할 기회가 있다.

기조연설 섹션에는 Zhao Jianguo Guangming Daily 부편집장, Zheng Bo Economic Daily 부편집장, Cui Baoguo 칭화대학 신문방송학부 교수, Li Qin 중국 런민대학 신문방송학부 교수, Qu Jing 화웨이 홍보 및 커뮤니케이션부 부사장, Hou Mingjuan 쉐컴 부사장, Zhang Jun 텐센트 기업 마케팅 및 홍보 총관리자, Wu Junhua 신비정보(iFlytek) 부사장, Savitskii Alexei 스푸트니크 뉴스통신사 편집국장 고문 등이 참석했다.

2. 中 미디어 "디지털 위안화 시범지에 상하이 등 6 개 지역 추가" (TOKENPOST, 2020.11.24)

중국 유력 미디어 차이신왕에 따르면 중국 당국이 디지털 위안화 시범 지역에 상하이, 창사(长沙), 하이난(海南), 칭다오(青岛), 다롄(大连), 시안(西安) 6 개 지역을 추가했다. 앞서 중국 당국은 디지털 위안화 '4+1' 전략을 발표하고 선전(深圳), 쑤저우(苏州), 웅안신구(雄安), 청두(成都)를 비롯해 동계올림픽 개최지를 시범지로 선정했다.

3. 中 첫 블록체인 기반 디지털 채권 발행 무산 (바아이 뉴스, 2020.11.23)

중국 건설은행(이하 '건설은행')이 추진하던 30 억 달러(약 3 조 3330 억 원) 규모의 첫 블록체인 기반 디지털 채권 발행이 무산됐다.

23 일 로이터 통신에 따르면 말레이시아 기반 디지털 채권 거래소인 푸상(Fusnag)은 발행사의 요청으로 디지털 채권 발행을 취소했다고 밝혔다.

해당 채권은 건설은행 말레이시아 라부안 지점이 블록체인 기반 디지털 채권을 발행해 수익금을 건설은행 라부안 지점에 예치하기 위해 만든 특수목적 장기 채권으로 주목받았다.

지난주 건설은행 라부안 지점 관계자는 "라부안 지점은 해당 채권 발행사가 아니고 채권 발행을 주관하고 발행 컨설턴트 역할"이라며 "우리는 비트코인을 포함한 암호화폐 거래를 하지 않는다"고 밝혔다.

라부안은 말레이시아의 역외금융 중심지다.

앞서 일부 매체가 푸상 거래소에서 달러나 비트코인으로 해당 채권을 거래할 수 있다고 보도했지만 실상은 푸상 거래소에서 먼저 암호화폐를 달러로 변환한 다음 해당 채권을 달러로 구매하는 방식이었던 것으로 알려졌다.

푸상 거래소 관계자는 "해당 채권은 13 일 발행할 예정이었지만 건설은행 라부안 지점 대표가 발행을 연기해달라는 요청을 했다"라면서 "20 일 건설은행 라부안 지점이 해당 채권을 발행하지 않겠다는 서한을 보냈다"고 전했다.

헨리 충(Henry Chong) 푸상 거래소 최고경영자(CEO)는 "건설은행 라부안 지점이 해당 채권 발행 중지 이유를 밝히지 않았다"며 "중국 첫 디지털 채권 발행이 무산돼 실망했지만 우리의 IPO 과정과 상장 신청 방면에서 어떠한 법률, 관리 감독, 운영, 기술 등의 문제는 없다"고 강조했다.

한편 디지털 채권 발행 취소와 관련해 베이징의 건설은행 측은 언급을 회피했다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. 중국인이 보기에 일본은 시간이 멈춰 있는 것 같다 (JBpress, 2020.11.23)



사진 1) 출처: JBpress, 중국 상해의 야경

코로나 유행 이전에 일본을 방문한 중국인 여행자가 일본에 대해 "시간여행을 한 것 같다"는 소감을 밝혔다는 기사를 본 적이 있다. 그 여행자가 왜 그렇게 생각했는가 하면, 중국에서는 일반화되어 있는 QR 결제나 배차앱, 쉐어사이클 등의 서비스가 일본에서는 보급되어 있지 않고, 옛날의 중국처럼 느꼈기 때문이라고 한다. 실은 필자도 요 몇 년, 일본에 귀국할 때마다 '타임 슬립 한 것 같다'라는 감각을 계속 가지고 있었다. 왜냐하면, 일본은 거리풍경이나 풍경, 생활의 변화가 너무나도 부족하고, 문자 그대로 시간이 멈춰 있는 것 같은 인상을 받고 있었기 때문이다. 도대체, 왜 일본은 변화가 적은 것처럼 보이는 것일까? 이번에는 필자가 느끼는 중국과의 차이를 한번 말씀드리고자 한다.

특별한 것은 일본쪽?

필자가 일본에서 변화가 적다고 느끼는 이유는 한치 앞을 내다볼 수 없을 정도로 변화가 심한 중국에서 평소 지내고 있는 것이 무엇보다도 클 것이다.

경제도 빠르게 변하고 있다. 예를 들면 임금 하나를 취해 봐도, 상하이 시내에서의 음식점 종업원의 모집 임금은, 10 년전에는 약 2000 위안(약 3.2 만엔) 정도였는데, 최근에는 6000 위안(약 9.5 만엔) 정도로 약 3 배나 상승했다(물론 물가도 상응하게 상승하고 있지만). 한편, 일본내에서는 최근 10 년간, 각종 통계를 보는 한에서는 아르바이트의 시급이 그다지 변하지 않았다. 그 상황에서 일손부족이 외쳐지고 있는 것을 보면, '왜 사람이 부족한데 시급을 인상하지 않는 것일까?' 등 의아하게 느껴지기도 한다. 이러한 임금의 변화는 그 나라 전체의 경제성장이 관련되는 만큼, 물론 그것만으로 '일본은 중국에 비해 변화가 적다'라고는 단언할 수 없다. 그러나, 상품이나 서비스가 되면 이야기는 다르다. 전기자동차, QR 코드 결제, 교육이나 동영상 전송과 같은 온라인 서비스 등에 주목하면 그 보급 정도는 역시 일본보다 중국이 압도적으로 앞서 있다. 이러한 상황에 대해 "중국은 규제가 느슨하기 때문" "제도가 특별하기 때문"이라고

변명할 수도 있을지도 모른다. 그러나 상기의 분야는, 중국 뿐만 아니라 타국과 비교해도 일본에서는 보급이 늦어지고 있다고 한다. 필자가 각종 데이터를 보는 한 확실히 일본의 뒤처짐을 부정할 수 없으며, 지금은 특별한 것은 오히려 일본쪽이 되어가고 있는 실정입니다.

절대적으로 부족한 일본 벤처

그럼 왜, 일본에서 새로운 상품이나 서비스가 좀처럼 보급되지 않는 것인가. 가장 큰 원인은 역시 신흥 벤처 기업이 부족하다는 것이다.

이전에는 벤처기업으로 불린 소프트뱅크나 유니클로도, 지금은 완전히 노포의 중진 기업이 되었다. 그러나 유니클로가 사업을 확장한 2000 년경 이후에는 일부 휴대전화 게임회사를 제외하고는 새로운 상품 및 서비스를 담당할 벤처기업이 일본에 거의 나타나지 않고 있다. 예를 들어 중국은 2014 년 설립된 상하이 蔚来汽车(NIO), 동영상 전송 서비스에서는 2009 년 설립된 哔哩哔哩(bilibili) 등 비교적 젊은 기업들이 시장을 이끌고 있다. 드론의 DJI 에 이르러서는 2005 년 설립되면서 중국 국내뿐만 아니라 세계시장에서도 최대의 점유율을 차지하고 있다. 이처럼 창립 20 년이 채 되지 않았음에도 불구하고 각 업계를 부흥시키는 벤처기업이 최근 일본에서는 절대적으로 부족하다. 앞서 서술한 바와 같이 새로운 상품이나 서비스는 기존 기업보다 벤처기업이 담당하는 것이 많은 것은 역사적으로도 분명하다. 역설적이지만, 근년의 일본 사회가 변화가 부족한 이유는, 벤처 기업이 나타나지 않는 것, 성장하지 않는 것이 큰 원인이라고 말할 수 있을 것이다.

좀비 기업이 저해 요인으로

그럼, 왜 일본에서 벤처 기업이 탄생하지 않는 것인가. 결론부터 말하자면 정부의 진흥책에 문제가 있다고 필자는 보고 있다. 일반적으로 일본의 벤처기업의 진흥책은 [중소기업 지원책]으로서 묶이는 경향이 있다. 게다가 이러한 정부의 중소기업 지원책으로는 장래 성장이 예상되는 분야의 신설 기업뿐만 아니라 이미 성장 정점을 지나 향후 축소가 불가피한 업계의 중소기업도 지원 대상에 포함되기도 한다.

중국의 경우 벤처기업 지원책에는 전기자동차나 드론 등 지원 대상으로 하는 구체적인 기술 및 서비스 분야가 규정되어 있다. 서비스 분야가 규정되어 있다. 동시에, 실질적으로 경영이 파탄났으며, 자금 융자로 연명하고 있는 이른바 "좀비기업"은 적극적으로 도태해 나가는 모습을 보이고 있다. 한편, 근년의 일본의 중소기업 지원책은, "산업을 근거로 지탱하는 옛날 그대로의 중소기업이야말로 일본의 힘"과 같은 캐치프레이즈가 여기저기에서 발견된다. 하지만 더 이상 성장을 기대할 수 없는, 죽어가는 '좀비 기업'을 지원해 연명시키고 있다면 잠재력을 갖춘 신흥기업의 성장을 저해할 위험이 지적된다. 벤처기업을 창출하기 위해서는 이런 좀비기업의 도태도 요구된다. 좀비기업의 도태에 대해서는 "직장을 잃는 사람이 생겨 사회가 불안해진다"는 비판이 반드시 제기된다. 기분은 모르는 것은 아닙니다만, 근년 일본에서도 서비스가 개시된 푸드 딜리버리 서비스의 우버잇을 시작해 새로운 서비스나 산업의 등장은, 방대한 고용을 낳을 가능성을 내포하고 있다. 기존 중소기업을 도태해서라도 신흥벤처기업을 지원하는 가치는 높다고 할 수 있다. 또한 단순히 벤처기업의 부족에 한하지 않고, 아직까지 도장이나 팩스를 사용하는 일본의 업무 풍경을 보고 있으면, 일본인 자신이 거품붕괴 이후, 사회의 변화에 대해 매우 소극적인 것 같다. 그러한 소극성이 그대로 사회 전체의 풍조가 되어, 벤처기업이 나타나지 않는 일도 있어, 변화가 부족한 사회를 형성하기에 이른 것은 아닐까. 일본에서는, 휴대 전화를 비롯한 세계와 다른 독자 규격이 발전하는 일이 많아, 그러한 상황이 '갈라파고스화'라고 불렸다. 그러나 근래에는 낮은 규격이나 서비스가 그대로 연명되는 등, '실러캔스화'라고도 해야 할 특징을 띠고 있다. 격렬함을 더하는 국제 경쟁에 살아 남기 위해서도, 변화를 두려워하지 않고, 벤처기업을 적극적으로 지원해, 새로운 상품이나 서비스를

진행시켜 도입해 가는 것이, 일본에 있어서 향후 보다 중요하게 되고 있다.

2. AI의 2021년을 예상 -- 새로운 요구나 용도로 존재감 (ZDNet Japan, 2020.11.26)

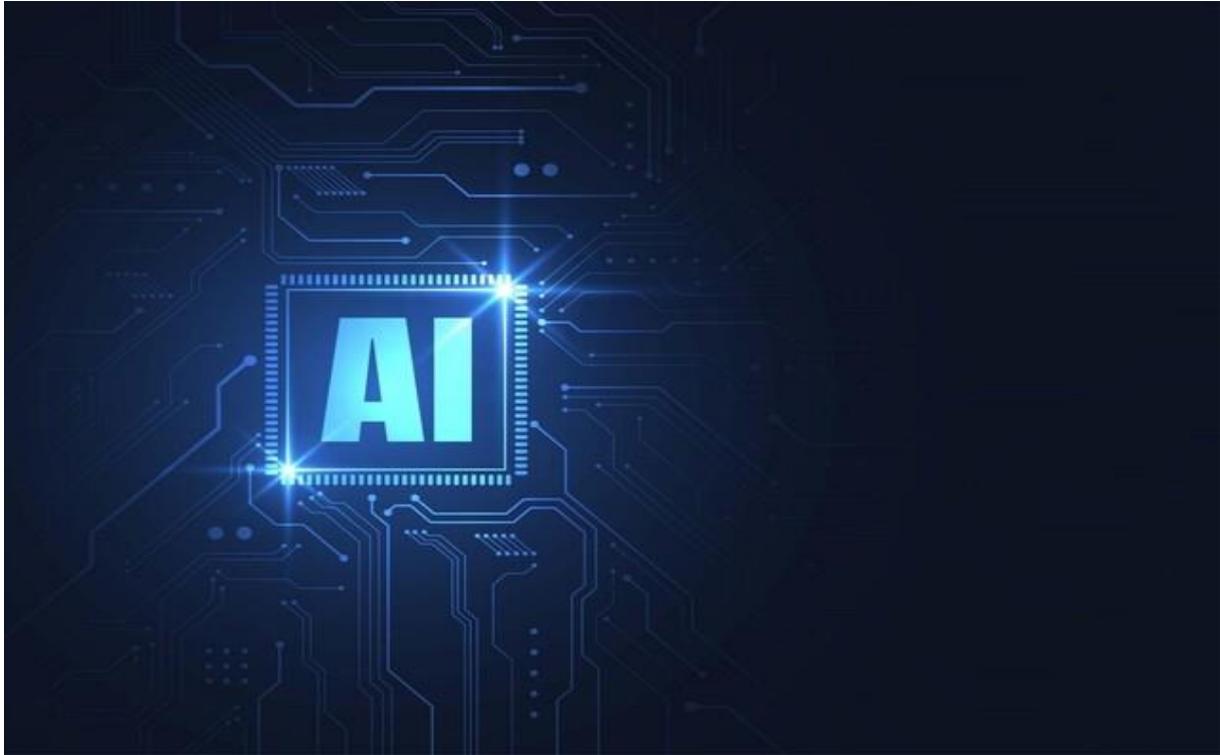


사진 1) 출처: ZDNet Japan

인공지능(AI)은 자극적이다. AI는 변혁을 위한 힘의 원천이다. AI는 신비롭다. AI는 무섭다. AI는 도처에서 활약한다. 우리는 최근 몇 년간, 이러한 표현을 반복해 들려오고 있다(그리고 그것은 향후도 계속될 것이다).

그러나 전례 없는 상황인 오늘날 분명한 것은 한 가지 있다. 그것은 기업이 단기적으로, 그리고 장기적으로 힘을 기르는데 안전하고 창조적인, 그리고 대담한 AI 적용 방법을 찾아내야 한다는 것이다.

2020년은 리더에게 있어서 탄력을 주는 동시에 필요성을 창출하고, AI를 그 영성한 점 등도 받아들이기 위한 자신감을 주는 해였다. AI와 관련한 신뢰의 결여나, 데이터 품질의 빈약함, 일부 사람들에게 대한 데이터의 부족, 적절한 톨이나 인재의 부족이라고 하는 문제는 여전히 남아 있다. 2021년에는 기업과 기업 임원들이 이런 난제들에 정면으로 맞서게 될 것이다. 더구나 그것은 스스로 원해서가 아니라 그렇게 해야 하기 때문이다. 바야흐로 AI가 빛을 발할 때다.

Forrester Research는 2021년이 다음과 같은 해가 될 것이라고 예측하고 있다. AI와 기계학습(ML)이 새로운 유스케이스와 익스피리언스에 도입돼 침투한다. 2021년에는 용감한 기업이 리모트 워크 전용의 홀로그래픽 회의나, 온디멘드에서의 퍼스널라이즈 된 제조라고 하는 새로운 개척지에서 AI를 활용하게 될 것이다. 이러한 기업은, 전략적 계획을 게임화해, 회의실에서 시뮬레이션을 만들어 내, 인텔리전트한 옛지 익스피리언스로 이행해 간다. 이것들을 생각하면, 운이 좋은 후속 기업은 자동화된 ML(AutoML)을 이용해 노코드로 AI에 관한 5종류의, 혹은 50종류, 500종류의 유스 케이스를 지금까지 이상으로 신속히 실장해, 종래의 코드 퍼스트 어프로치라고 하는 예전과 같은 방식으로 ML에 임하는, 실력과 실적이 있는 데이터

과학자 팀을 가진 경합 타사를 앞지르게 된다. 직장의 AI 에 따라 자동화이나 오그멘테이션 등의 요구가 가속화된다. 적응력을 높이고 성장을 목표로 하는 기업의 3분의 1 이상은 2021 년에 로케이션 베이스, 즉 물리적으로 사람과 접하는 워커와 자택에서 작업하는 지식 워커 모두에게 직장의 변혁을 가져올 목적으로 AI 에 눈을 돌릴 것이다. 여기에는 지적인 문서 추출이나, 고객 서비스 에이전트의 강화, 직장 복귀를 향한 건강 상태의 추적, 소셜 디스토텐싱을 향한 반자율형 로봇과 같은 분야에서의 AI 의 적용이 포함될 것이다.

2021 년은 AI 전용의 신뢰 있는 데이터를 향한 진보를 기대할 수 있다. 2021 년은 AI 의 뛰어난 면과 나쁜 면, 추악한 면이 두 가지 형태로 드러날 것이다. 그것들은 AI 를 훈련시키기 위한 데이터셋을 사용자가 작성할 수 있게 하는 합성 데이터와 그 반대말, 즉 의도적으로 AI 를 혼란시키기 위한 흔들기를 하는 가짜 데이터다. 기업은 또, 컨슈머의 이익 단체나, 감독 기관으로부터, 컴플라이언스나 윤리적인 이용을 보증하기 위한 데이터의 감사 증거 등, AI 용 데이터의 출자를 명확하게 한다는, 새로운 압력을 받게 될 것이다. 2021 년에는 데이터의 내력과 품위, 이용 추적을 지원하기 위해서 블록체인과 AI 간의 연계가 보다 본격화되게 될 것이다.

Forrester 의 "2021 Predictions Guide"의 전자책은 다운로드 가능하게 되었다. 본 논문은 Forrester Research 의 바이스프레지던트이자 리서치 디렉터인 Srividya Sridharan 이 집필하였다. Forrester 의 사이트에 오리지널 기사가 있다. 이 기사는 해외 Red Ventures 발 기사를 아사히 인터랙티브가 일본으로 편집한 것이다.

3. "왜 20 년 넘게 일본 임금은 하락하고 있는가?" 나카노 쓰요시 (中野剛志)가 지적하는 "진짜 이유" (문춘온라인, 2020.11.24)

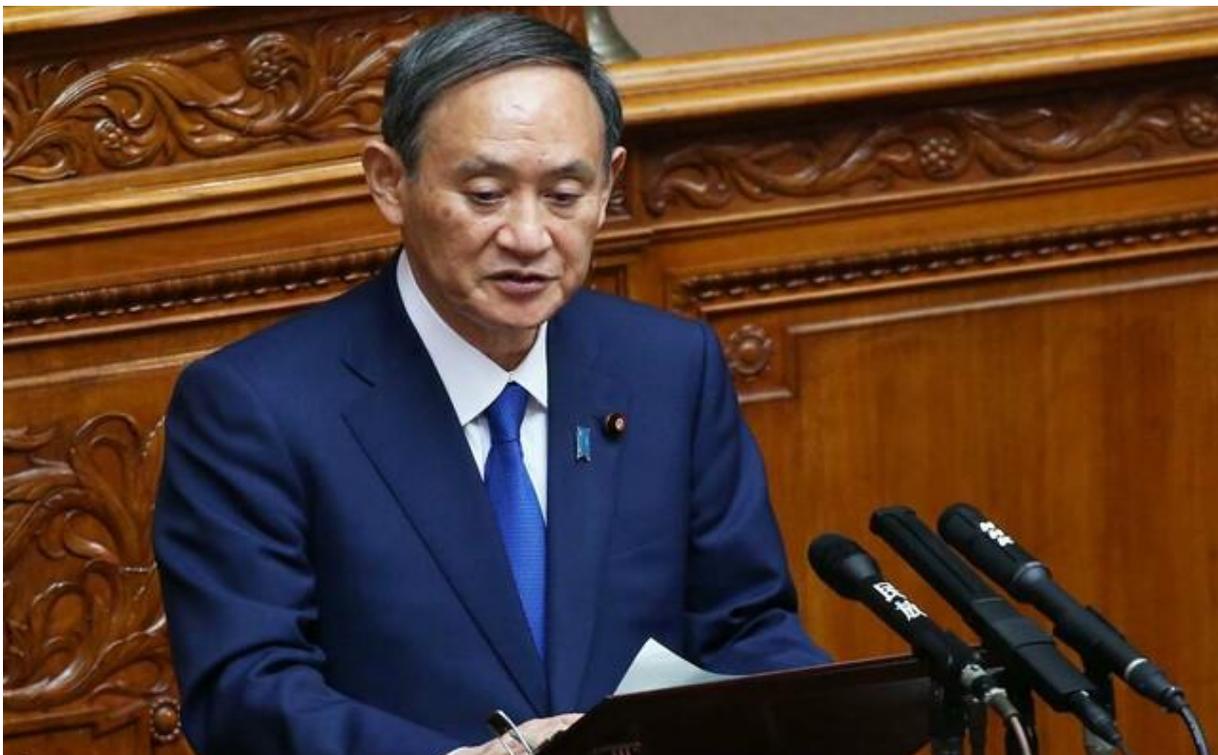


사진 1) 출처: AFLO, 스가수상

스가 총리는 10 월 26 일 소신 표명 연설에서 최저임금의 전국적 인상에 나서겠다고 큰소리쳤다. 이 임금인상을 또 다른 지론인 중소기업 개혁으로 실현하려는 것 같은데 과연 이 정책은 먹혀들 것인가. <임금 상승>의 중요성에 주목한 것 자체는 전적으로 옳다. 과거 20 년 이상에 걸쳐서 일본 경제가 안고 있는 최대의 문제가, '임금의 하락'에 있는 것은 틀림없기 때문이다' 이렇게 평가하는 것은, 평론가 나카노 타케시씨다. 하지만, 그 다음, 이렇게 지적한다.

'아베노믹스' 하에서 실질임금은 급락했다

<일본의 '실질 임금'은 1998 년 이후, 감소 경향에 있다. 그뿐만이 아니다. 아베 전 정권의 이른바 아베노믹스 하에서는 실질임금이 더 급락하고 침체됐다. 하기가 아베 전 정권 역시 임금 상승을 목표로 해 왔을 것이다. 실질임금은 민주당 집권 때보다 못한 수준까지 하락해 침체된 것이다. <왜 지난 20 년 이상 임금이 하락해 왔는가>, 특히 "왜 아베노믹스는 임금 급락을 초래했는가"를 반성하고, 지난 20 년간 정책에서 대전환을 해야 한다"고 말하면서 나카노씨가 특히 중시하는 것은 "임금주도형 성장전략"과 "이윤주도형 성장전략"이라는 두 가지 '성장전략'의 구별이다. <'임금 주도형 성장 전략'이란, '임금 상승'을 경제성장의 추진력으로 하는 전략이다. 임금이 상승하는 것은, 일손이 부족할 때이다. 예를 들어 고도 성장기의 일본은 만성적인 일손 부족이었다. 저출산 고령화도 일손부족을 초래한다. (생략) 노동조합의 힘이 강해 기업이 노동조합의 임금인상 요구에 응하지 않을 수 없는 상황에 있는 것도 임금상승의 중요한 요인이 된다. (생략) 실제로 전후부터 1970 년대까지의 일본 경제는 이러한 '임금주도형 성장전략'에 의해 비교적 높은 성장률을 실현하고 있었던 것이다.

<그러나, 80 년대 무렵을 경계로, 일본의 성장 전략은, 점차 '임금 주도형'에서 '이윤 주도형'으로 이행해 갔다. 특히 1990 년대 후반부터 오늘날에 이르기까지 성장전략이라고 하면 이윤주도형 성장전략을 뜻하게 됐다. 이른바 '구조개혁'이란, '이윤주도형 성장 전략'과 거의 같다고 생각해도 좋다.

인건비 절감으로 기업이윤 늘려왔다

즉, 나카노씨에 따르면 1970 년대까지 임금주도형 성장전략으로 성장해 온 일본 경제도 1980 년대, 특히 1990 년대 이후 채택된 구조개혁이라는 이름의 이윤주도형 성장전략으로 계속 침체돼 온 것이다. <'기업이윤'을 늘리는 데, 가장 손쉬운 방법은, 인건비를 삭감하는 것이다. (생략) 이러한 '이윤주도형 성장 전략'하에서는, 기업은 이윤을 늘리지만, 노동자는 임금이 내려가므로 소득을 줄이는 결과가 된다. 그러나 근로자의 소득이 줄어들면 수요가 줄어들어 기업제품은 팔리지 않을 것이다. 그래서, 기업은, 수요를 국내(내수)가 아닌 해외(외수)로 요구하게 된다. 인건비를 절감하고 기업이윤을 늘리기 위해 값싼 노동력을 얻을 수 있는 나라로 생산거점을 옮겨간다. 이른바 글로벌리제이션이다>

"이윤주도형 성장전략(=아베노믹스)"에서 "임금주도형 성장전략"으로의 대전환 필요성을 설파하는 나카노 쓰요시 씨 "아베노믹스 계승으로는 "임금인상"할 수 없다" 전문은 "문예춘추" 12 월호 및 "문예춘추 digital"에 게재되어 있다.

4. 코로나로 외국인 기능실습생 불법행위 심각화, 국가지원기관도 가담 현실 (yahoo, 2020.11.23)



사진 1) 출처: 아프로

군마현내 농업법인에서 일하는 스리랑카인 기능실습생 여성(이하 A 씨)이 실습처에서 상습적으로 폭력과 폭언 피해를 당한 사실이 10 월 16 일 그녀를 지원하는 노동조합 종합지원유니온의 군마현청내 기자클럽에서 기자회견을 통해 밝혀졌다.

회견장에서는 농업법인 사장의 아들이 A 씨 등 스리랑카인 실습생을 스리랑카로 돌아가라! 너 같은 놈! 이라며 장시간에 걸쳐 고함을 지르는 음성테이프가 흘러나왔다. 고용주인 일본인 남성이 실습생 스리랑카 여성을 일방적으로 매도해 실습생이 그만! 이라며 공포에 질려 울부짖으며 주고받는 모습에 회견장에 있던 모두 숨을 삼켰다고 한다.

A 씨의 용기 있는 고발에 따라 군마현내 언론사를 통해 인권침해 사실이 드러났다. 이에 따라 실습처를 감리지도해야 할 입장에 있는 감리단체나 외국인 기능실습기구(OTIT)에 의해 바로 보호돼 다른 안전한 실습처를 소개받을 수 있을 것으로 기대됐다.

하지만, 사태는 예상외로 추이한다. A 씨의 감리단체는 폭력·폭언 피해를 당한 실습장에서 그대로 일하도록 설득하기 위해 아파트를 전격 방문해 본인의 뜻에 반해 A 씨를 '연행'하는 비정상적인 행동을 한 것이다.

본 기사에서는 A 씨가 근무처의 농업 법인을 고발하게 된 경위와 그 후에 A 씨가 관리 단체에서 받은 불법인 인권 침해 실태, 본건에 대한 외국인 기능 실습 기구의 대응에 대해서 살펴봄으로써 기능 실습 제도 자체에 내재하는 문제점을 부각하겠다.

실습처인 농업법인에서 발생한 인권 침해 사례들

스리랑카인 기능 실습생 여성 A 씨가 일본에 온 것은, 2019년 1월의 일이다. 모국에 병약한 남편과 자녀 2명을 남겨두고 와 '외벌이' 노동자로서의 역할을 기대하고 있다는 것이다. A 양뿐만 아니라 이런 배경을 가진 기능실습생은 매우 많다.

A 씨의 실습처=고용주는 군마현내에 있는 가족경영 농업법인으로 소송채와 오이의 재배를 하고 있다. A 양에게 폭력폭언 등 가해 행위를 한 사람은 이 법인 사장의 아들(그가 실습 법률상 책임자)이다. 일본 방문 당초는, 심각한 일손부족 때문에, A 씨등 실습생은 장시간 일할 것을 강요받아 2개월 이상의 연속 근무나 과로사 라인을 넘는 월 100시간 가까운 잔업을 강요당하는 일도 있었다고 한다.

4월 이후에는 코로나에서 일자리를 잃는 등 일본인 노동자가 다수 채용되면서 업무량에 비해 인력이 과잉인력이 생겨났다. 오래전부터 사장 아들의 갑질은 있었지만 이때부터 극심해졌다고 한다. A 양 등 실습생은 '필요없다' '돌아가도 좋아' 등 일상적으로 말해 업무 중에 마음에 들지 않는 것이 있으면 발길질하고 두들겨 맞게 되었다.

일손이 부족하기 쉬운 농업의 귀중한 담당자로서 끌려온 실습생이, 코로나의 영향으로 일본인 노동자를 채용할 수 있게 되면, 이번에는 방해자 취급을 받게 되는 현실. 외국인 기능실습생은 결국 고용의 조정변에 지나지 않았던 것이다. 그리고 올해 7월에는 첫머리에서 소개한 대로 사장 아들이 기능실습생 3명이 사는 아파트(회사 기숙사)로 몰려가 스리랑카로 돌아가!, 너 필요없어! 등으로 10여 분 동안 실습생을 호통치는 사건이 발생했다.

계기들은 실습생들이 자기들 3명의 쉬는 날을 맞춰달라고 부탁한 것 같은데 이런 사소한 부탁에 격앙되는 것은 이상하다. 또 여성 3명이 사는 아파트에 사용자 남성이 멋대로 들어가는 것도 용서받을 수 없다.

또 다른 날에는 사장 아들이 갑자기 아파트로 몰려가 A 양 등에게 밥을 짓게 하고 술을 따라주다가 만취해 아파트에서 잠을 청하기도 했다. 이들은 중대한 인권침해 행위다. 이어 올해 9월에는 사장 아들이 근무 중 화를 내 A 씨에게 해고라고하며, 감리단체를 통해 다음 날 이후 출근을 금지한다는 뜻을 전달해 A 씨를 사실상 해고했다.

노조에서 부당해고 철회

A 씨는 그 후, 지인을 통해서, 외국인 노동자를 조직하는 노동조합 '종합 서포트 유니온'에 상담·가입했다. 그리고 9월 28일 고용주인 농업법인에 대해 부당해고 철회, 폭력·갑질 사과와 재발 방지, 최소 주 1일 휴일 부여, 임금·잔업료 전액을 지급하라며 단체교섭을 제의했다.

2시간가량의 협상 끝에 A 씨의 해고 철회와 폭력 갑질자의 사과와 재발 방지를 합의하고 사장 아들과 떨어져 A 씨가 취업할 수 있도록 하겠다고 약속했다. 또 종합지원유니온은 감리단체인 도요 워크스사업협동조합(치바현 가시와시)에도 협의를 신청해 다른 실습처를 조속히 찾고 새로운 실습처가 발견될 때까지는 안전하게 일할 수 있도록 감리단체로서 책임을 지고 농업법인을 지도하기로 합의했다.

물론 원래 폭력행위의 피해를 본 직장으로 조기 복귀하는 것은 안전상 바람직하지 않을 것이다. 하지만 A 씨로서는 다음 실습처가 정해지지 않은 채 퇴직하면 수입이 끊길 뿐 아니라 기능실습 비자의 갱신 여부도 불확실하기 때문에 이 시점에서 퇴사 결정을 내릴 수 없었다고 한다. 그 때문에, 경찰에 직장·아파트 주변의 순찰을 요청한 후에, 농업 법인에서의 취업을 계속한다고 하는 판단이 되었다.

감리 단체에 의한 인권 침해라는 용서할 수 없는 이차 피해

이후의 이야기를 이해하기 쉽도록 하기 위해 여기서 감리단체의 위상과 역할에 대해 설명한다.

외국인 기능실습제도에서 감리사업을 하려면 외국인 기능실습기구(OTIT)의 심사를 받아 법무대신으로부터 감리단체로 허가받아야 한다. 그리고 감리단체는 기능실습의 적절한 실시를 위한 지도·감사나 기능실습생 보호에 대한 역할을 담당하게 되어 있다.

실습처 기업의 지도나 실습생의 보호를 감리단체가 담당해, 감리단체의 허가나 그 취소의 심사 실무를 외국인 기능 실습 기구가 담당한다고 하는 제도 설계에 의해서, 기능 실습의 적절한 실시나 기능 실습생의 인권을 담보 받는다고 하는 '겉모습'이 되어 있는 것이다.

하지만, A 씨의 감리 단체인 토요 워크스 사업 협동조합은, 이러한 '겉모습'과는 정면으로 반하는 행동을 하고 있었던 것이다.

복직한 지 일주일쯤 지나자 실습하는 농업법인이 A 씨를 굳이 혼자 있게 하거나 힘든 일을 시키고 거절하면 돌아가라고 하는 등 음해성 괴롭히기에 나섰다. 이에 대해 노동조합이 토요워크스 사업협동조합과 상의해도 "A 씨에게 책임이 있다"는 말만 되풀이하는 것은 물론, 마침내 노조와 연락마저 끊게 됐다.

그리고 10 월 17 일에는 토요워크스사업협동조합 대표이사가 남성 2 명과 함께 A 씨의 아파트로 갑자기 들이닥쳐 A 씨를 본인의 뜻에 반해 '연행'한 것이다. A 씨는 놀란 나머지 일단 차에 태워졌지만 대표이사들이 "회사는 반성하고 있다" "노조는 당신 이익에 반한다" "이것은 노조에는 말하지 말라"며 "노조를 그만두도록 권장해 이대로는 안 된다"고 생각하면서 차에서 도망쳤다. 결국 노동조합이 경찰에 신고하고 A 씨는 일시적으로 경찰서로 보호되는 등 '경찰 사태'까지 벌어졌다.

물론 헌법 28 조는 노동자가 노동조합에 가입할 권리 등을 노동 3 권(노동기본권)으로 보장하고 있다. 또한 실습생도 노동조합법상의 노동자인 것에 대해서는 다툼이 없다. 노동조합을 그만두도록 권장하는 것은 실습생의 권리인 노동 3 권을 침해하는 행위로 실습생의 권리를 옹호해야 하는 감리단체의 역할에 정면으로 반하는 행위다.

그럼에도 불구하고, 노동조합이 토요워크스사업협동조합의 사무소에 항의하러 갔을 때에도, 대표이사는 '(나는) 노동조합을 그만두라고 하고 있다' '(이유를 추궁 당하면) 당연하다. 나는 감리 단체니까'라고 명언하고 있다. 그리고, 그 자리에서 도망치듯이 차에 올라타자, 뒤에 사람이 있음에도 불구하고, 후방으로 급발진한 데다가, 연속 30 초 가까이 경적을 계속 울렸던 것이다. 변호사에 의하면, 이러한 행위는 '방해 운전'(선동 운전)이나 폭행죄등에 해당할 우려가 있다고 한다.

이처럼 A 씨의 감리단체인 토요워크스사업협동조합은 감리단체로서의 자질이 결여되었다고 하지 않을 수 없을 것이다.

행정기관도 도와주지 않는다 -- 무거운 업무를 시작한 외국인 기능실습기구

여기까지 읽히면, 그래도 나라나 자치체등의 행정 기관이 도와주는 것은 아닌가라고 생각될지도 모른다. 그러나 아무도 도와주지 않는 게 현실이다.

A 씨와 종합 서포트 유니언은, 군마현청, 군마현경, 마에바시 노동기준 감독서, 외국인 기능 실습 기구, 출입국 관리국에 각각 상담·신청을 하고 있다.

그러나 군마현청과 출입국관리국은 무응답, 군마현청은 증거가 불충분해 입건이 어렵다는 설명만 되풀이했다. 또한 마에바시 근로기준 감독서는 노동기준법 위반은 지도할 수 있지만 폭력·갑질 지도는 관할 밖이라는 설명이었다.

감리단체의 허가심사를 관장하는 외국인기능실습기구만 해도 갑질 음성데이터를 주고 있음에도 불구하고 도요워크스사업협동조합 측의 설명을 곧이듣고 A 씨에게도 나쁜 점이 있다며 도요워크스사업협동조합에 문제해결을 맡긴다는 견해를 나타냈다고 한다. 이러한 대응에, A 씨도 실망을 감추지 못하고 '일본이 이런 나라라고는 생각하지 않았다'라고 지원자에게 불평하고 있었다. 그 후 종합지원유니온이 몇 차례 외국인기능실습기구에 신청을 반복하자 최초 신청으로부터 한 달 이상 지난 11월 8일에 농업법인과 A 씨 등 실습생에 대한 조사가 이루어졌다. 그리고 외국인 기능실습기구에서 종합지원유니온에 대해 다른 감리단체를 통해 새로운 실습처의 후보를 찾았다고 연락이 와서 며칠 전 면접을 거쳐 채용 내정이 되었다. 이는 문제 해결을 위한 큰 발걸음이라고 할 수 있다.

외국인 기능실습생들에 대한 인권침해와 맞서 싸울 필요성

최근 외국인 기능실습생들의 실종 불법취업 소식이 잇따르고 있다. 외국인 기능실습생의 궁상과 분리된 형태로 이 같은 소식이 알려지면 마치 기능실습생이 범죄자처럼 들리게 된다.

그러나 이 같은 사건의 상당 부분은 외국인 기능실습생의 근로문제나 빈곤문제에서 비롯됐다. A 씨처럼 직장에서 폭력·갑질·임금 미지급 피해를 당하는 실습생은 끊이지 않는다.

A 씨처럼 노동조합 등 지원단체와 연결되는 경우는 전체의 극히 일부다. 많은 경우 아무도 도와주지 않는 것이 현실이라는 것을 이번 사례에서도 충분히 이해할 수 있다. 더구나 기능실습생은 이직의 자유에 제한이 가해지고 생활보호 등 복지 접근권(생존권)도 보장돼 있지 않다. 많은 실습생에게 있어서, '실종'이나 '불법 취업'이외에는, 무권리 상태에서 '노예'와 같이 일할 것인지, 빈곤 상태에 빠질 것인지 밖에 선택지가 없다. 그렇다면 내몰린 실습생 중 일부가 실종이나 불법 취업으로 내몰릴 판이다.

이번에는 종합 서포트 유니온이 A 씨를 지원해 실습처·감리단체와 투쟁해 외국인 기능실습기구와의 절충을 통해서 새로운 감리단체·실습처로 이적을 실현시킬 수 있었지만 곤경에 처한 기능실습생은 수천, 수만 명에 이를 것이다.

많은 기능 실습생이 직면하는 상황을 개선해 나가기 위해서는, 그들 그녀들의 권리 행사를 지지하는 움직임이 퍼져 갈 필요가 있다.

내가 대표를 맡는 NPO 법인 POSSE 를 시작해 외국인 기능 실습생의 권리 행사를 지지하는 시민의 자원봉사 활동의 확대는 급무이다. 외국인 인권옹호에 관심 있는 분들은 지원활동에 참여하기 바란다.

콘노하루타카^々野^々晴^々貴 | NPO 법인 POSSE 대표. 고용·노동정책연구자

NPO 법인 'POSSE' 대표. 연간 3000 건 이상의 노동·생활 상담에 관여하여 노동·복지 정책에 대해 연구·제언하고 있다. 저서에 '파업 2.0'(집영사 신서), '블랙 기업'(분순 신서), '블랙 바이트'(이와나미 신서), '생활보호'(치쿠마 신서) 등 다수. 2013년에 '블랙 기업'으로 유행어 대상 톱 10, 다이부츠 지로 논단상등을 수상. 교도 통신사, '현론', 도쿄 신문사·'신문을 읽다'연재중. 히토츠바시 대학 대학원 사회학 연구과 박사 후기 과정 수료. 박사(사회학). POSSE 는 젊은이의 노동 문제와 외국인이나 LGBT 등의 인권옹호에 임하고 있다.

5. 여성 '자살' 급증...그 너무 '안타까운' 이유는? (현대비즈니스, 2020.11.26)

39.9%증가의 충격



사진 1) 출처: 현대비즈니스

이제는 긴급한 사태다. 신형 코로나 바이러스 감염자 수가 아니다. 급증하고 있는 자살자다. 경찰청이 11월 9일 시점의 숫자로 발표한 2020년 10월의 자살자수(속보)는 2153명으로 전년동월비 39.9%증가했다. 신형 코로나 만연 이후 4월의 17.6%, 5월의 15.0% 감소로 큰폭으로 줄고 있었지만 7월의 2.6%증가에서 증가로 돌아섰다. 이 통계는 속보치 발표 후에 사인이 특정되는 등 숫자가 바뀌지만 최신 수치로의 전년비교에서는 8월 17.8%, 9월 10.0%증가로 크게 증가. 10월에 39.9% 증가라는, 적어도 2012년 1월 이후, 본 적도 없는 증가율을 보이고 있는 것이다. 그런 가운데서도 '여성' 자살은, 전례 없는 증가를 나타내고 있다. 8월에 전년 동월 대비 42.2% 증가하며 세상을 놀라게 했지만 10월에는 무려 82.6% 증가. 지난해 10월의 1.8 배다. 후생노동성 조사에서는 여성 중에서도 40대 사람의 자살이 142명으로 전년 동월의 2.29 배에 달한다는 것이 밝혀졌다. 이 데이터에 대해 후생노동성은 신형 코로나 바이러스의 영향이 장기화되는 가운데 일과 DV=도메스틱 바이올런스, 육아와 간병 고민 등이 심각해지고 있는 것이 배경에 있을 가능성이 있다. 또 연예인의 자살을 전하는 보도의 영향을 받고 있을 우려도 있다'라고 하고 있다. 확실히 8, 9월의 증가시에는, 연예인의 자살이 잇따른 것으로부터, 그 영향을 지적하는 소리도 있었다. 하지만, 이만큼 '이상치'가 길어지면, 그러한 일과성의 문제는 아니라고 생각된다. 분명히 신형 코로나의 영향, 그것도 경제적 영향이라고 봐야 할 것이다. 경제적으로 쪼들린 사람들이 장래에 절망해 스스로 죽음을 택하고 있는 것은 아닐까.

여성 비정규직 대폭 줄어

총무부가 발표하는 "노동력 조사"를 보면 여성이 직장을 잃고 경제적으로 곤궁하고 있는 것 아니냐고 묻는 데이터가 있다. 2013년 1월 이후 증가했다"고용자 수"의 전년 동월비는 올해 4월 이후 마이너스로 돌아섰다. 분명히 고용 사정이 급변한 것이다. 이후 9월까지 6개월째 감소세를 이어간 것. 그런데

이상하게도 정규직 직원은 계속 늘고 있다는 것이다. 그 한편, 대폭적인 감소가 되고 있는 것이 '비정규 고용'. 그 중에서도 여성의 비정규 고용이 격감하고 있다. 9 월 데이터만 봐도 1 년 전에 비해 73 만 명, 4.8%나 일자리가 줄었다. 여성 파트만 해도 26 만 명 감소다. 입장이 약한 비정규직의 여성이 일자리를 잃고 있는 것이, 이 데이터로부터도 분명히 알 수 있다. 이 경향은 4 월 이후 계속되고 있어 비정규직의 여성의 실업이 길어지고 있는 모습이 나타난다. 시간제의 경우, 사회보험의 가입 대상이 되지 않게 일하고 있는 사람도 적지 않기 때문에, 고용지제로 실직해도, 실업보험등을 받을 수 없는 케이스가 많다고 보여진다. 시간제나 아르바이트가 일자리를 잃었을 경우에, 구제책으로서 조성금을 지급하는 구조도 나라에서는 만들었지만, 음식점이나 소매점 등 영세 사업자에게는 수속 신청을 실시하는 지식이 부족하기도 해, 좀처럼 지급이 퍼지지 않았다. 이러한 세대에서는 대체로 예금액이 적은 것도 있다. 즉 일자리를 잃음으로써 한꺼번에 생활곤궁에 몰렸을 가능성이 높은 것이다.

우선 생활이 성립될 수 있도록

자살자를 늘리지 않기 위해서, 상담창구의 정비등을 실시하는 것도 필요하지만, 현재의 경우, 우선의 생활을 성립시키기 위한 지원 시스템이 불가결하다. 고용조정 조성금이나 실업급여, 생활보호등의 구조를 총동원하여, 생활이 와해되는 것을 어떻게든 막는 것이 중요하다. 1 인당 일률적으로 10 만엔을 지급한 특별정액지급금을 자금이 필요한 사람에게 지급하는 새로운 구조도 시급히 도입해야 할 것이다. 수입이 감소해 생활이 어려운 사람들에게 시구정촌의 사회복지협의회가 '긴급소액자금'을 대부하는 구조도 있다. 이를 사용한 사람도 이미 100 만 명을 크게 넘어섰다. 월 20 만엔을 3 개월간 대여해주는 제도 등이지만 신형 코로나의 영향이 장기화하면서 그 자금도 고갈되는 사람들이 생겨나고 있다. 수중의 자금을 공급하는 구조를 큰폭으로 확충하는 것이 요구되고 있다. 일단, 발밑의 생활자금을 확보할 수 있었다고 해도, 그것만으로 충분한 것은 아니다. 지속적인 장래희망을 유지해야 경제적 요인으로 자살하는 사람이 줄어들지 않는다. 새로운 일자리를 공급하는 일이나, 새로운 일자리를 위한 직업 기술의 취득 지원등에서, 앞을 내다보도록 하는 것도 정부의 중요한 역할일 것이다. 이번 신형 코로나로 인한 경제의 타격은, 음식점이나 소매점, 숙박업 같은 '현장'과 가까운 곳을 덮치고 있다. 이 점, 금융 위기에 의해서 은행이나 수출기업등에서 시작된 리먼-쇼크와는 크게 다르다. 고용 조정 조성금 등 비교적 규모가 큰 기업이 이용하는 것을 전제로 한 구제책으로는 늦지 않은 것으로 판명되었다. 자영업자를 포함한 경제적으로 취약한 존재, 사회적 약자가 가장 먼저 타격을 입은 것. 신형 코로나 감염자가 다시 증가하는 제 3 파가 현실로 나타나자 도쿄도 등은 다시 영업 자제를 요청하기로 했다. 이에 따라 또다시 식당 여성 파트타임 등이 일자리를 잃을 것으로 예상된다. 약자를 곤궁에 몰아넣지 않기 위한 새로운 구제책을 시급히 쓰지 않으면 더욱 자살자가 늘어날 수 있다.

KIC 중국 NEWS

1. KIC 중국 “제 9 기 KIC 중국 인큐베이션, 제 7 기 엑셀러레이션 프로그램” 입주식 개최 (2020.12.01)

[KIC 중국 최현아 연구원]

2020 년 12 월 1 일, 과학기술정보통신부 산하 한국혁신센터(KIC 중국)에서 “제 9 기 중국 인큐베이션, 제 7 기 엑셀러레이션 프로그램” 입주식을 개최하였다. 본 행사의 장소는 중관촌 창업거리 5 번건물 2 층 KIC 중국 대회의실에서 진행되었으며, 이번 행사의 주요 대상인 입주 기업 대표 및 관계자 등 20 여 명이 참석하였다.



사진 1) 출처: KIC 중국. 참가기업 단체사진

KIC 중국의 주최로 진행된 해당 입주식은 내빈 소개 및 이상운 센터장의 축사로 시작되었다. KIC 중국 이상운 센터장은 축사를 통해 “최근 한국이 코로나 3 차 대유행이 본격화된것에 반해 중국은 현재 비교적 안정적인 상황이어서 프로그램을 진행할수 있어 다행”이라고 전했다. 또 코로나 19 의 여파로 입주 기업의 범위를 중국 시장 기 진출 국내 기업 또는 중국시장 진출을 희망하는 국내기업을 대상으로 확대하였으며 두달동안 기업의 홍보와 네트워킹에 최선을 다하겠다고 전했다.

또한 주중한국대사관 노경원 과기정통관, 멘토단 대표 김도학 박사, 스타샷 김동욱 대표 등이 본 입주식을 위해 축사를 하였다.



사진 2) 출처: KIC 중국. 주중한국대사관 노경원 과기정통관 축사

이어 스타샷, 스코넷이 입주기업 대표로 5 분간의 로드쇼를 진행했으며 나노에코웨이, 오픈소싱, 보타메디를 비롯한 7 개사에서는 각 기업당 1 분의 기업소개 발표시간을 가졌다.



사진 3) 출처: KIC 중국. 케이크 커팅식

본 입주식은 입주 기념 케이크 커팅식과 기념 촬영으로 막을 내렸다.

또한 KIC 중국이 진행하는 본 인큐베이션 프로그램은 총 2 개월동안 진행될 예정이다. 이번 제 9 기 중국 인큐베이션, 제 7 기 엑셀러레이션 프로그램에는 총 24 개의 기업이 선발되었으며 제조업, IOT, 정보통신업, 코스메틱, 의료기기 등 여러 다양한 분야와 업종의 기업들로 구성되어 더욱 기대가 된다.