



# 주간 중국 창업

제 208 호 (2020. 12. 09)

발행처 : 한국혁신센터(KIC)중국  
센터장 : 이상운

전화 : +86-10-6437-7896  
메일 : [info@kicchina.org](mailto:info@kicchina.org)

'주간 중국 창업'의 저작권은 'KIC중국'에 있습니다. 출처 밝혀주시고 무한 활용하십시오.

## 주간 NEWS

- ▶ 창어 5 호 달착륙 성공! 우주항공 관련 기업 중국에 1.5 만개 이상  
(봉황망과기凤凰网科技, 2020.12.2)
- ▶ 오리지널 과학콘텐츠로 한 우물 팠더니 1400 만 달러 투자 획득 (이오왕亿欧元网, 2020.12.1)
- ▶ 아직 생소한 미래시장—사적트래픽 운영플랫폼 개척 (36kr, 2020.12.3)
- ▶ 실제 촬영을 없애 판매상의 비용 절감을 도와줄 알리바바 AI 모델 출시 (TechWeb, 2020.12.3)

## ISSUE 및 시장동향

- ▶ 중국과 미국 주식시장 비교: 중국의 발전 잠재력과 방향II — 이오왕(亿欧元网) 제공
- ▶ 우리는 모두 AI 에 학대당하는 '도구', 미래 AI 사회에 경종을 울리는 윤리적 고민  
— IT 시보(IT时报) 제공
- ▶ 가상현실로 실현되는 인테리어 가구 산업의 '온라인 드림' — 칸차이왕(砍柴王) 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 75) 중국 주장양자컴퓨터 탄생! 가장 빠른 슈퍼컴퓨터보다 100 만억 배 빠름 — 중관촌 online(中关村在线) 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 — PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(150) — 윤희건 교수 제공

## 일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 일본이 한국에 계속 뒤지고 있는 의외의 분야를 아시나요? (현대비즈니스, 2020.12.3)
- ▶ 화제의 나이키광고로 분출... 일본을 덮는 "부인하는 레이시즘"의 정체 (현대비즈니스, 2020.12.2)
- ▶ 중국 "일대일로" 구상, 경제-정치 두 시각에서 본 향후 전망 (겐토샤 골드온라인, 2020.12.2)
- ▶ Libra가 드디어 런칭, 구상시와 현재의 차이는? (ImpressWatch, 2020.12.1)
- ▶ 압도적으로 "성교육 후진국"인 일본에서 지금 "어른의 재배움"이 필요한 이유  
(현대비즈니스, 2020.12.1)

## “코로나19 대응” 중국 중앙정부 정책 및 백신 동향

### ◆ 백신

- ▶ 중국산 코로나 바이러스 백신관련 손춘란 국무원 부총리 입장 발표: 대규모 생산 준비, 올해 긴급사용 대상 공개 (매일경제신문每日经济新闻, 2020.12.3)

## KIC 중국 NEWS

- ▶ 흑룡강성 목단강시 양명구 위원회, KIC중국 방문 및 업무 협의 (2020.11.30)

# 주간 NEWS

## 1. 창어 5 호 달착륙 성공! 우주항공 관련 기업 중국에 1.5 만개 이상

(봉황망과기凤凰网科技, 2020.12.2)

창어(嫦娥) 5 호 탐측기가 달 정면 서경 51.8 도, 북위 43.1 도 부근의 미리 선택했던 구역에 성공적으로 착륙하고 착륙영상도를 전해왔다.



표 1) 출처: 티엔엔차(天眼查). 연도별 우주항공관련 기업 등록수량. (경영범위에 '우주항공'을 포함한 기업 전부, 통계 시간-2020년 12월 2일까지)

신화시디엔(新华视点)은 창어(嫦娥)5 호 탐측기는 달 정면 예정한 곳에 성공적으로 착륙했고, 중국에서 세 번째로 달표면 착륙을 성공한 탐측기가 되었다고 보도했다. 성공적으로 착륙한 후 탐측기는 지면에서의 통제아래 정식으로 연속 약 2 일간의 달표면 탐사 작업을 수행할 것이다.



사진 1) 출처: 봉황망과기(凤凰网科技)

티엔옌차(天眼查) 전문 데이터에서 드러난 바로, 중국은 현재 1.5 만 개를 넘는 기업이 '우주항공'을 사업 범위로 갖고 있고, 기업 상황은 운영 중, 지속, 전입, 진출된 우주 항공 관련 기업이다. 이중 80% 가까이가 유한책임회사이며, 등록자본금으로 보면 52%의 관련 기업 등록자본금이 500 만 위안 이상이다.

지리적 분포로 보면 광둥(广东)의 우주 항공 관련 기업 수량이 가장 많아 5100 개 사에 달하고 전국 모든 관련 기업의 33%를 점유한다. 그 다음은 쓰촨(四川)으로 1000 개 사가 넘는 관련기업이 있다. 이외 장쑤(江苏)와 산시(陕西)에도 모두 900 여 개사가 우주 항공과 관련된 기업이다.

티엔옌차(天眼查) 전문 데이터에 따르면 최근 중국의 우주 항공 관련 기업의 연간 등록량은 매년 꾸준한 성장 추세를 보이고 있다. 2015 년 우주 항공 관련 기업의 연간 등록 건수는 처음으로 1000 개 사를 돌파했다. 2019 년 중국에서 한 해 새로 증가한 우주 항공 관련 기업은 2700 개 이상이었으며, 연간 등록 건수는 사상 최고치를 기록했다. 2020 년 12 월 2 일까지, 중국은 올해 이미 2000 개 이상의 항공 우주 관련 기업이 새로 증가했다. 매 분기마다 평균 500 개 이상의 기업이 새로 증가했으며, 3 분기에는 690 개 사에 달해 신규 증가 수량이 가장 많았다.

## 2. 오리지널 과학콘텐츠로 한 우물 팠더니 1400 만 달러 투자 획득

(이오왕亿欧网, 2020.12.1)

“우리들의 사명은 미래 과학자에 대한 격려와 교육입니다. 우리는 구독형식의 과학교육 모델이 이러한 사명을 완벽하게 실현해 줄 수 있음을 발견했습니다. 아주 가치있는 것입니다.” MEL Science(먼룡과기 钊龙科技) 창립자 겸 CEO 인 Vassili Philippov 박사는 인터뷰에서 이렇게 말했다.

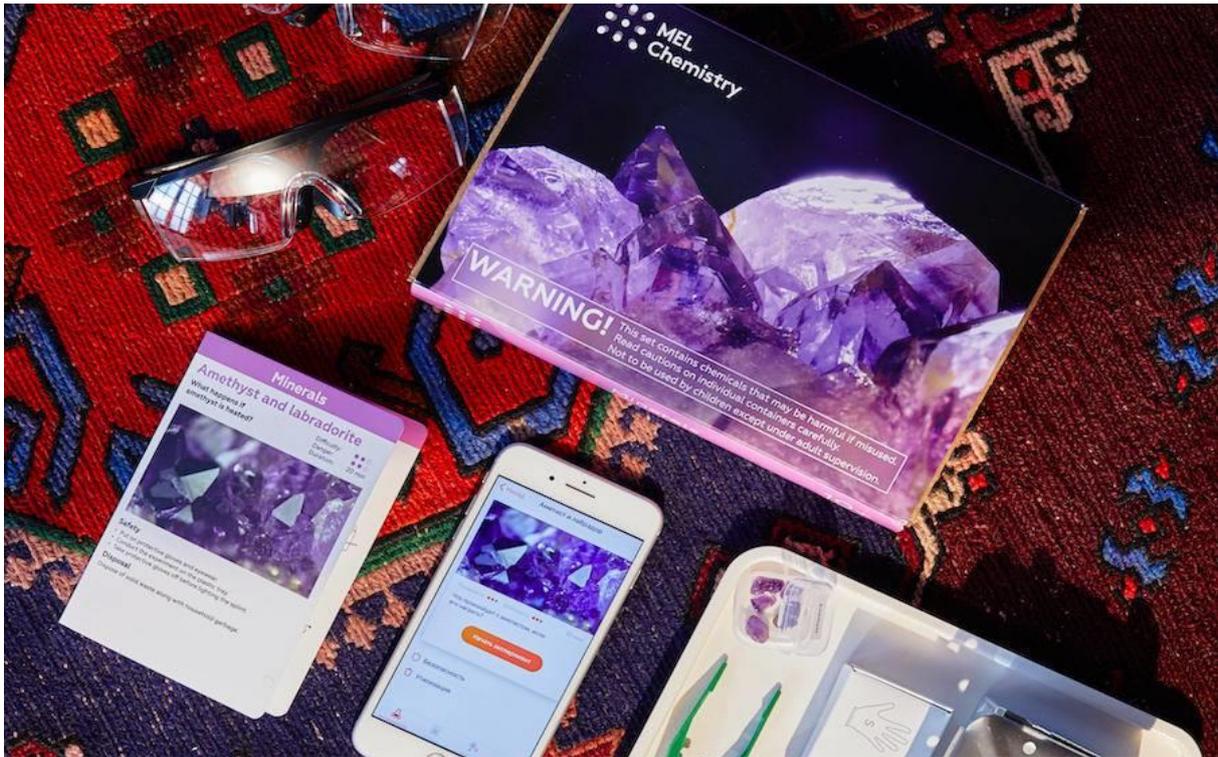


사진 1) 출처: 이오왕(亿欧网)

12 월 1 일 이오왕(亿欧网) 뉴스에 따르면 런던 오리지널 과학교육 콘텐츠 기업인 MEL Science (铂龙科技)는 B 라운드 용자에서 이미 1400 만 달러를 획득했다고 선포했다. 이번 라운드의 투자는 중국 치디홀딩스유한공사(启迪控股股份有限公司)가 참여한 중국러시아벤처캐피탈(RCVF)을 포함하여 사우디 아라비아의 Mubadala 투자기업, 영국 Channel 4 TV 방송국 투자부와 기타 유럽의 투자기업이 했다.

### 화학과 물리의 마이크로 세계를 볼 수 있게 한다

저물어가는 2020 년은 전염병이 우리로 하여금 과학과 기술이 세계 발전에 얼마나 중요한지 더욱 분명하게 인식하게 했다. 어려서부터 아이들을 과학과 기술에 흥미를 갖도록 교육해야 하고, 아이들을 이끌고 과학을 이해하고 깊이 연구하는 것은 쉬운 일이 아니다.

STEAM 오리지널 과학교육 콘텐츠를 전문으로 하는 기업, MEL Science(铂龙科技)는 오리지널의 안전하고 품질이 우수한 교육 셋트를 제공하며 과학실험, 정교한 인터랙티브식 사이버 현실과 증강현실 교육 콘텐츠를 현장과 온라인 과학 클래스에 자연스럽게 결합시켜, 학생들이 진심으로 과학을 좋아하고 과학지식을 주도적으로 탐색하며 과학교육의 핵심 난제를 깊이 이해하는 방식으로 과학을 학습하도록 도와준다.

MEL Science 창립자 겸 CEO Vassili Philippov 박사는 인터뷰에서 “우리들의 사명은 미래 과학자를 격려하고 교육하는 것입니다. 우리는 대다수 국가 모두 과학 교육을 높이길 바란다는 것을 알고 있습니다. 그러나 과학 교육의 효율을 어떻게 높일지는 하나의 난제입니다. 우리는 암기식의 죽은 과학 학습 방식과 비교하여 더 효과적인 것은 아이들이 진정으로 과학 배후의 원리와 과정을 이해할 수 있도록 돕는 것이라고 생각합니다. 그러나 화학과 물리처럼 그 발생 과정이 상대적으로 미세하고 추상적인 과학은 VR, AR 등의 기술을 통해 학생들이 직접 이러한 과정을 볼 수 있게 하고, 인터랙티브형 방식을 통해 이해하게 하기를 바랍니다. 이러한 방식은 아이들이 과학에 대해 진정으로 흥미를 갖게 할 수 있고 관건이 되는 지식 포인트에 관한 이해도 현저히 높일 수 있습니다.”라고 말했다.



사진 2) 출처: 이오왕(亿欧网)

### 글로벌 시장을 향하며 전문성과 안전성은 경시할 수 없다

소개에 따르면 현재 MEL Science 의 상품은 주로 유럽과 미국 지역에서 판매되지만 MEL Science 의 상품 포지셔닝은 전세계를 향해 있어, MEL Science 는 각 국에서 관련 과학과 교육 체계 배치가 다른 것에 대해 일찌감치 고려했다.

"전세계 어느 나라에서나 과학의 원리와 현상은 매우 일치합니다. 이러한 관점에서 볼 때 우리의 과학 학습 목표와 주제는 사실 서로 다른 국가에서 본질적인 차이는 없습니다. 동시에 우리는 또한 서로 다른 국가가 다른 연령대에 하는 과학 학습에 다소 작은 구별이 있다는 것도 이해합니다. 우리는 서로 다른 국가를 위한 수업 과정에서 현지 최적화를 했습니다." MEL Science 창립자 겸 CEO 인 Vassili Philippov 박사는 이렇게 소개했다.

글로벌 시장을 향해 MEL Science 는 전문성 측면에서 콘텐츠 상에 일정한 조정을 고려했고, 안전성도 중요한 고려 요소다.

글로벌 시장에 기반하여 MEL Science 의 기본 사유는 상품 품질을 보증하여 모든 국가의 수요를 충족시키는 동시에 가능한 상품 가격도 합리적이도록 하는 것이다. 이외 MEL Science 는 대량의 무료 과학 교육 자료와 영상을 창작했고 소셜미디어 상에서 십 억이 넘는 시청 횟수를 보이고 있다.

MEL Science 의 창립자 겸 CEO Vassili Philippov 박사는 "MEL Science 는 상품 시장 전략이 매우 유연합니다. 다양한 시장 수요에 근거하여 현지화된 생산을 하기를 무척 희망하지만, 우리는 상품 품질에 관해서는 극도로 중시하며 먼저 다양한 국가의 안전 표준을 충족시킬 수 있어야 하고, 화학, 물리 실험 상품의 안전성을 고려하여 생산 합작 파트너의 선택도 우리는 매우 신중할 것이며 지나치게 빨리 움직이지 않고 착실하게 이 일을 추진해 가길 바랍니다." 라고 말했다.

### 중국을 위한 STEAM 교육이 가져올 변혁

(STEAM 편집자 주:

과학기술에 대한 학생의 흥미와 이해를 높이고 과학기술 기반의 융합적 사고력(STEAM Literacy)과 실생활 문제 해결력을 배양하는 교육을 말한다. STEAM 은 Science (과학), Technology (기술), Engineering (공학), Arts (인문·예술), Mathematics (수학)의 약자다. 출처: pmg 지식엔진연구소)

현재 중국 시장은 STEAM 교육의 개념에 관해 이미 인지하고 있다. 그러나 시장에서 대다수 수업 과정 내용, 상품이 여전히 교학 사유와 교육 배양을 편집한 정도에 집중되어 있고 STEAM 중 S ( Science ) 와 같은 하드 과학 교과 과정은 아직도 콘텐츠가 없다.

MEL Science 도 이 점을 관찰해냈고, MEL Science 창립자 겸 CEO Vassili Philippov 박사는 과거 25 년간 여러 차례 중국을 방문했다. 그는 중국 시장이 상대적으로 기타 국가에 비해 2 가지 명확한 특징이 있다고 여긴다. 하나는 중국 학부모가 자녀의 교육을 매우 중시하여 금전과 시간을 투입하여 아이들의 학습을 지원하기를 원한다는 것이다. 다른 하나는 중국 학부모도 아이의 교육 효율과 결과를 특히 중시한다는 것이다. 이것은 MEL Science 와 같은 아이들 학습 흥미를 계발하고 지식 이해 정도를 높이는 상품이 중국에 진출 확대할 때 매우 큰 도움이 될 수 있다는 것이다.

중국-러시아 벤처캐피탈펀드 고급부총재 류타오(刘涛)는 다음과 같이 말했다: “MEL Science 팀은 국제적으로 선진적인 VR 엔진을 개발했습니다. 그 몰입식 XR 인터랙티브 과학 수업과 생동하는 과학 참여형 실습, 멋진 온라인 코스와 함께 아이들이 과학 지식을 학습하는 방식을 바꾸고, 과학 학습이 더 이상 지루하지 않고 쉽고 재미있게 만듭니다. 중국에서 STEM 교육은 거대한 시장 공간을 가지고 있으며, 우리가 믿는 데에는 이유가 있습니다. 끊임없이 세대교체하는 상품 결합, 고효율의 운영 방식과 집행력에 기반하고 고객 니즈를 정확히 장악하여 MEL Science 는 중국시장에서 거대한 성공을 거둘 것입니다. 그리고 중국의 과학 교육도 크게 도약하는 발전을 이룰 것입니다. 이는 천만 아이들과 가정에 혜택을 가져다줄 것입니다. 이것이 중국러시아 벤처캐피탈펀드가 MEL Science 에 투자하는 가장 중요한 원인입니다.”

이번 자금 조달 후 MEL Science 는 더 많은 제품과 교재를 개발하고 더 넓은 시장으로 확장할 것이다. 소개에 따르면 2020 년 MEL Science 는 원격학습을 지원하는 과학 교육 콘텐츠가 큰 주목을 받아 대량의 수주를 받았다고 했다. 새 용자는 MEL Science 가 다양한 국가, 다양한 유형의 교육 기관 과학 교육 요구를 더욱 충족하고, 전세계의 미래 STEAM 교육을 계속 격려할 것이다.

### 3. 아직 생소한 미래시장—사적트래픽 운영플랫폼 개척 (36kr, 2020.12.3)

기업 위챗과 개인 위챗이 통하게 된지 일 년, SCRM(편집자 주: Social Customer Relationship Management 소셜 고객 관계 관리) 시장 발전은 어떠할까?

기업 위챗 SCRM 서비스업체 천평쑤씨(尘锋信息)는 최근 600 만 달러 A 라운드 용자를 획득했다. 이는 위엔마캐피탈(源码资本)이 선두 투자했고 오랜 주주인 리저우캐피탈(绿洲资本)이 연속 투자했으며 42 장징(章经) 산하의 42 Capital 이 독자 용자고문을 맡았다. 천평쑤씨(尘锋信息)씨는 이번 라운드 용자 후 회사가 상품에 더 매진하며 앱 폐쇄루프를 형성하고 상품 기능을 보완하여 빠르게 시장을 확장해 갈 것이라고 밝혔다.

천평싌씨(尘锋信息)는 일년이 넘는 시간 동안 세 차례의 용자를 받았다. 이전에 천평싌씨(尘锋信息)는 2019년 12월 뤼저우캐피탈(绿洲资本), 창립팀과 유명 기업가가 공동으로 선두 투자하는 것을 받았고, 2019년 9월 뤼저우캐피탈(绿洲资本)과 롱리엔윈통신(容联云通讯)이 공동 선두 투자하는 천만 위안 수준의 엔젤투자를 획득했다.

글로벌 인터넷 트래픽의 증가속도가 둔화되었음은 이미 논쟁할 필요없는 사실이며 이는 인터넷 세계의 주요 화제가 성장에서 운영으로 점차 이동하게 만들었고, 최근 2년간 전국 인터넷에 불붙듯 퍼진 '사적트래픽'이 그 하나의 사례다. 플랫폼 거두들도 박차를 가해 2019년말 기업 위챗과 개인 위챗을 정식으로 전면 상호 소통시켰고 기업 위챗의 거대한 기회를 위해 기업 서비스 트랙의 기업들은 명백히 이를 지나칠 수 없다.

기자가 최근 접착한 천평싌씨(尘锋信息)는 전문적으로 기업 위챗 SCRM 서비스를 하는 기업이며, 2019년 9월 창립했고, CEO 차이즈빈(蔡质彬)은 이전에 IBM에서 근무한 적이 있고, 롱리엔치모(容联七陌)를 창립했고 주로 치모(七陌)기술플랫폼을 자체 연구 개발했다.

올해 기업 위챗생태가 신속하게 발전하며 벤처투자 열기가 줄곧 가라앉지 않았다. 천평싌씨(尘锋信息)의 창립자겸 CEO인 차이즈빈(蔡质彬)은 기자에게 기업 위챗생태가 성립된 후 SCRM 방향의 창업이 크게 두 갈래로 나뉘어졌다고 하며 하나는 작은 C를 향하는 것으로 예를 들면, 전자상거래 운영 트래픽 고객엔드를 돕는 것을 들 수 있고, 다른 한 갈래는 큰 C와 작은 B를 향하는 것으로 일대일 서비스를 전문적으로 하며 예를 들면 자동차, 부동산 등과 같이 체인 전환이 긴 산업을 대상으로 한다고 했다.

천평싌씨(尘锋信息)는 바로 두 번째 종류로 전문 고객 리스트가 비교적 높고 판매체인이 비교적 긴 산업에 SCRM 도구와 서비스를 제공한다. 현재 천평싌씨(尘锋信息)의 주력 상품은 '원스톱 사적트래픽 운영플랫폼'으로 고객 확보 마케팅부터, IP 구축, 소통효율 제고, 고객 선별, 거래 전환, 거래 분석 등의 과정을 포함한다.

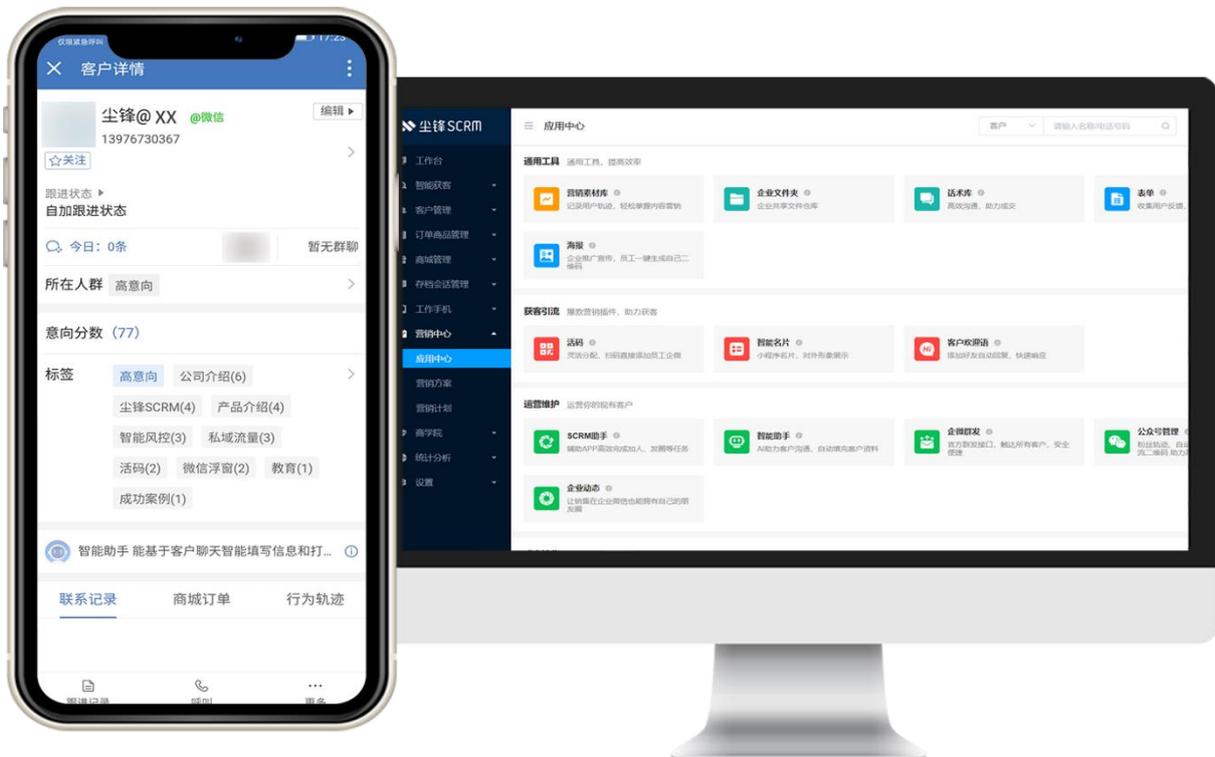


사진 1) 출처: 36kr. 천평싌씨(尘锋信息) 상품을 열거한 사이트

차이즈빈(蔡质彬)은 천평썬씨(尘锋信息)가 제공하는 상품과 서비스는 2 개 영역으로 나눌 수 있는데 하나는 전통적인 CRM 과 기업 위챗생태를 결합한 것이다. 예를 들어 세일즈 직원이 이전에 필요로 하던 계약서, 고객 정보 등을 수동으로 입력하던 것을 기업 위챗에서 이것을 자동화하고 플랫폼에서 잘 정합하여 고객 확보 마케팅, 계약서 관리, 판매 예측 등에 이러한 데이터를 지속적으로 활용한다.

또한 기업 위챗이 고객과 소통하는 과정에 깊이 침투하므로 천평썬씨(尘锋信息)도 소통과정에 기반하여 가장 우수한 판매 사례를 취득하게 된다. AI 는 대량의 사례로 진행한 학습에 기초하여 판매 과정에서 관건이 되는 단계를 표준화하고 최종적으로 서비스 인력과 고객 소통을 시뮬레이션하여 세일즈를 돕는 작용을 한다.

또 하나의 영역은 기업 위챗생태 상에서의 소셜커뮤니티 운영시스템이다. 이전의 CRM 시스템 안에서 고객과 소통하는 부분은 비교적 단순했지만 기업 위챗과 개인 위챗이 서로 통하게 된 후 모멘트, 위챗 커뮤니티, 일대일 대화 등이 모두 접촉 포인트에 속하며 천평썬씨(尘锋信息)는 이러한 접촉포인트를 융합하고 마케팅 자동화를 수행하는 한 세트의 소셜커뮤니티 운영시스템을 건립했다.

체인 전환의 측면에서 보면 고객이 기업 위챗에 진입한 후 시스템은 고객에 대한 레벨을 분류하고 서로 다른 운영 집행 방안을 취해 소셜커뮤니티를 운영한다.

사용자 그룹에서 보자면 차이즈빈(蔡质彬)은 첫 번째 영역은 주로 판매부서를 위해 설계하고, 두 번째 영역은 판매와 운영 분야에서 공동 사용한다고 했다. 또한 천평썬씨(尘锋信息)는 고객의 수요에 근거하여 여러 추가 서비스를 제공하는데 중소 기업 고객에게 부족한 운영팀의 경우 천평썬씨(尘锋信息)의 합작 파트너는 운영서비스, 마케팅 솔루션, 구체적인 콘텐츠를 대신 제공받을 수 있다. 운영능력을 보유한 대기업 고객에 대해서 천평썬씨(尘锋信息)는 상품에 훈련센터를 설치하고 참고할만한 유사한 마케팅 방법론의 콘텐츠를 제공할 수 있다.

고객의 맞춤화 수요에 대해 천평썬씨(尘锋信息)도 예를 들면 부동산 산업 고객의 현장 체크인, 영상녹화, 접대 배치 등 중요 상황에 대한 기능 모듈도 맞춤 제작하고 맞춤형 연구개발을 제공할 수 있다.

현재 천평썬씨(尘锋信息)는 세일즈팀 인원수에 따라 구독료를 받고 매년 표준 버전과 기업 버전 2 개 가격대를 제공하며, 교육, 소매, 자동차, 가구, 부동산 등의 산업을 아우르며, 기업 서비스 외에 대행운영 회사 서비스도 제공하며, 올해 영업수익은 수천만 위안으로 예상된다.

기업 SCRM 의 발전 추세에 대해 차이즈빈(蔡质彬)은 현재 시장은 아직 발전 초기 단계로 고객은 사적 트래픽 운영에 비교적 관심있는 단계이며, 각 서비스업체도 탐색하고 있는 시기다. 본질상 기업 위챗 SCRM 은 기술상 진입장벽이 그리 높지 않지만 내년 이 트랙에 출현할 상품은 산업화야말로 각 기업이 경쟁하는 최우선 과제가 될 것이라고 예측했다.

팀 측면에서 현재 천평썬씨(尘锋信息)는 약 300 여 명이 있으며 주로 연구개발, 영업, 운영 인력이다. 이번 라운드의 용자후 천평썬씨(尘锋信息)는 부단히 상품을 개선하여 좋은 앱 폐쇄순환루트를 만들고 지속적으로 미니프로그램 등 응용기능 영역을 확장하고 상품의 결함을 보충할 것이다. 시장 전략면에서 천평썬씨(尘锋信息)도 시장에 계속 빠르게 랜딩하여 더 많은 산업과 장면의 솔루션을 개발할 것이다.

## 투자자 관점

위엔마케피털(源码资本)의 장성전(张星辰)은 “천평썬씨(尘锋信息)는 여러 해 기업서비스 영역을 연구해왔다. 온라인 마케팅의 각종 방법을 연구해왔을 뿐 아니라 강력한 연구개발팀을 보유하고 있다.

우리는 사적영역 트래픽과 관련된 미래 시장을 좋게 보고 있으며 천평쑤씨(尘锋信息)가 이 블루오션에서 지닌 가능성을 더 긍정적으로 보고 있다. 우리는 천평쑤씨(尘锋信息)가 반드시 이 기회를 잡아 더 개선된 상품을 내놓고 산업에 영향력을 미치며, 우수한 상품으로 더 많은 기업 고객이 마케팅 어려움에서 탈피하도록 도와 발전하도록 할 것이다.”라고 말했다.

뤄저우캐피탈(绿洲资本)의 장진지엔(张津剑)은 ‘심도깊은 디지털화, 사람을 핵심으로’를 주장하며 “공급체인을 업그레이드하는 것은 뤴저우(绿洲)가 지분 비율을 높이는 방향이다. 기업 서비스는 인내심과 신뢰가 필요하며 초기에는 더욱 그러하다. 우리는 단기에 연속하여 2 개 라운드 선두 투자를 했고, 팀을 잘 파악하는 동시에 회사를 위해 시간을 벌기를 바란다.”라고 말했다.

#### 4. 실제 촬영을 없애 판매상의 비용 절감을 도와줄 알리바바 AI 모델 출시

(TechWeb, 2020.12.3)

전국에서 최초로 AI 모델—타지(塔玑)가 정식으로 알리바바에서 저작권 보호 플랫폼에 등장했다. 이는 알리바바가 자체적으로 연구 개발한 것으로 의류 판매상에게 제공되어 모델의 정적 이미지, 쇼트클립, 라이브방송 솔루션에 쓰이며, 판매상의 부담을 줄이고 이미지 도용의 위험을 낮추고, 혁신 기술을 사용하여 지적재산권을 보호하며, 혁신적인 창조물을 보호하게 된다.



사진 1) 출처: TechWeb. 모델 실제 촬영 스마트솔루션-타지(塔玑) Target Face

소개에 따르면 이 AI 모델은 혁신 알고리즘기술을 이용하여 목표한 사람 얼굴 (Target Face) 에 기반하여 수천수만 종의 오관 결합을 생성하며, 세계에서 유일무이한 사이버 페이스를 형성한다. 동시에 알고리즘 기술을 이용하여 의류 평면도를 3D 이미지로 전환하여 모델의 몸 위에 ‘입혀’, 판매상의 새로운 인력과 지출 비용을 낮춘다.

알리바바의 수석 알고리즘 전문가 허위엔(何源)은 판매상이 의류 평면 이미지를 업로드한 후 스스로 다양한 얼굴, 표정, 메이크업 상태, 신체 유형, 배경 이미지 등을 선택할 수 있고, 상응하는 의류와 매칭한

후 자신의 특정 촬영스타일을 형성하면, 알고리즘 시스템은 1 일 이내 자동 렌더링하여 품질이 우수한 모델 이미지, 샘플 페이지를 만들어 판매상에게 교부한다.



사진 2) 출처: TechWeb

소개에 따르면 타지(塔玑)-모델 실제 촬영 이미지 스마트솔루션은 컴퓨터 시각과 도형학 영역에서 인물 얼굴과 합성하고 의류 이미지 식별, 3 차원 모델 구축과 렌더링 등 선진적인 AI 기술을 결합하여 획기적인 발전을 이루었다. 관련된 알고리즘은 CVPR , ACM MM, AAAI 등 국제 정상급의 학술회의에 수록되었고, 현재 이미 5 개 항목이 국가발명특허를 신청했다.

이미 있던 정태적인 이미지 외에도 타지(塔玑)는 판매상을 위해 동태적으로 전시하는 쇼트클립과 라이브방송 솔루션도 탐색할 것이다. 알리바바는 기술혁신을 통해 판매상이 직면한 실제 문제를 해결하도록 추진하여 판매상이 더 많은 열정을 창조혁신에 쏟고 상업이 진보하도록 촉진하기를 바란다고 했다.

# ISSUE 및 시장동향

## 1. 중국과 미국 주식시장 비교: 중국의 발전 잠재력과 방향 Ⅱ

— 이오왕(亿欧网) 제공

KIC 주간 중국 창업 207 호 <중국과 미국 주식시장 비교: 중국의 발전 잠재력과 방향 I>편에 이어서

### 3. 중국과 미국 주식시장 비교가 주는 통찰

#### 3.1 등록제와 상장 폐지 제도 등 시장 개혁 가속화

I 편 분석에서 발견했듯이 A 주와 미국 주식의 산업구성 등에서의 차이는 주로 양국 경제 발전 단계와 구성에 의해 결정될 수 있으며, 더 많게는 “주식 시장은 경제를 반영한다”는 객관적인 결과임을 알 수 있다. A 주가 장기적으로 높은 평가를 받는 이유는 자본 시장 제도 측면에서의 차이 때문이다. 등록 제도, 상장 폐지 제도 등 시장화 개혁을 가속화하는 것이 현재 A 주가 가장 필요로 하는 것이다.

등록제와 상장 폐지 제도를 가속화하면 공급을 효과적으로 확대하고 적자 생존을 실현하며, A 주의 전반적인 평가를 합리적인 수준으로 유지할 수 있다. 미국 나스닥 시장을 예로 들어 보면, 상장 후 누적 상승폭이 1000 배가 넘는 기업은 6 개 사, 100 배 이상은 50 개 사, 10 배 이상은 200 개 사이지만 상장 폐지된 기업은 누적 1 만개가 넘었다. 나스닥 지수의 급격한 상승과 큰 기업의 출현은 모두 큰 파도에도 살아남는 적자 생존에 기반하고 있음을 알 수 있다.

중국 경제는 이미 주식 시대에 접어 들었고 기업간 적자 생존 경쟁이 심해지고 등록제 개혁 추진이 가속화되어 더 많은 기업이 자본 시장에서 경쟁할 수 있도록 하고 있다. 또한 상장 폐지 제도하에서 낙후 기업은 도태되고 우량 기업은 유지된다. 이렇게 해야만 상장기업의 전체적 수준을 높일 수 있고, 주식 시장의 자원 배분 기능을 최적화하여 그 기능을 진정으로 발휘하게 할 수 있다.

A 주 거두들의 ROE 지수는 비교적 높고, 수익능력 우세도 확대되고 있다

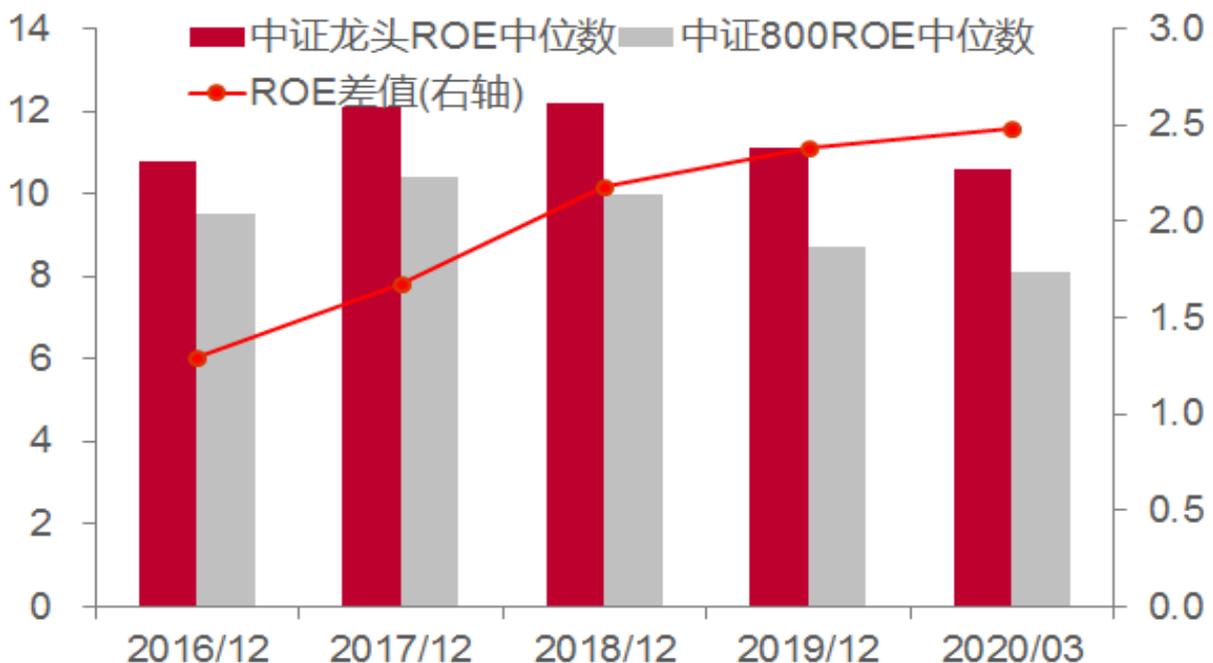


표 1) 출처: wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所). 붉은 막대 그래프-중정 거두기업 ROE 중앙치, 회색 막대 그래프-중정 800ROE 중앙치, 붉은 실선-ROE 상감하여 얻은 값(우축)

최근 중국 주식 경제의 특성이 점점 더 뚜렷해지면서, 선두 기업의 수익능력도 비우위 기업보다 현저히 높고 수익능력 격차도 부단히 확대되고 있다. 하위 50%의 소액시가 주식 점유비율의 관점에서 보면 A 주가 여전히 상대적으로 높으며, 하위 50 % 기업의 총시가 점유비율은 2017 년 초 20% 근접한 수치에서 현재 10% 미만으로 떨어져, 선두그룹에 집중하는 비율은 더 커졌다. 그리고 미국 주식 시가 하위 50%의 시장가치 합계는 약 4 % 점유율에 불과하다.

### 3.2 기관 투자자 육성과 강화로 A 주 개방성 높여야

자본 시장이 자원 배분을 최적화하는 기능을 발휘하기 위해서는 전문성 한계가 높은 상장 기업의 자질과 발전 전망에 대한 전문적인 평가가 필요하며, 비교적 높은 전문적 진입장벽이 있어 대부분의 개인 투자자들은 전문적 역량을 충분히 갖기 어렵다. 국내외 실증 데이터 모두 개인 투자자 거래 비율이 증가할 때, 시장 변동성, 전환율, 비합리적 특징이 크게 증가함을 보여주고 있다. 기관 투자자를 육성·강화하고 개인 투자자가 공적 자금 등 전문 기관을 통해 주식 시장 투자에 참여하도록 유도하면, 시장의 합리성 정도를 높이고 자원 배분의 최적화 기능을 더 잘 발휘할 수 있게 할 수 있다.

이외 A 주의 개방정도를 높여, 외자 금융기관의 중국 시장 참여의 폭과 깊이가 증가함에 따라, 외자의 상대적으로 성숙한 투자 관념이 감독관리 요구 등 A 주 시장의 성숙한 발전과 관리감독 제도의 개선을 촉진해야 한다.

### 3.3 상장 기업의 관리 수준을 전면적으로 향상시켜야

A 주 관리감독 부단히 엄격화

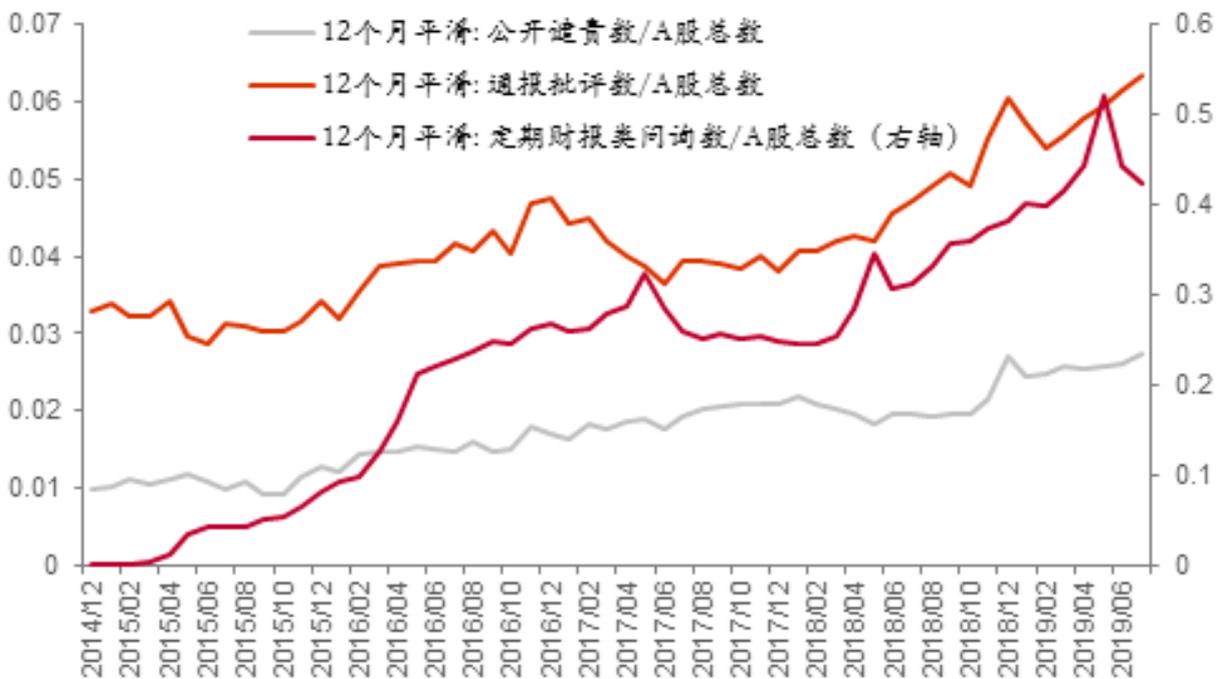


표 2) 출처: wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所)

A 주 상장 기업의 관리 수준을 전면적으로 향상시키고 장기 수익성을 높여야만 장기 투자자와 가치 투자자에게 더 높은 수익을 가져다줄 수 있으며, 자본 시장의 투융자 기능의 건전한 발전을 촉진할 수 있다.

한편으로는 상장 기업의 감독을 강화·개선해야 하고, 위법 적발 비용을 높이고, 각종 제도 셋트 이익과 '허점'을 제거하고, 각종 '단기 수익, 빠른 이익'의 투기 분위기를 억제하고, 상장 기업이 더욱 장기 경영과 장기 수익 능력을 향상시키는데 집중하도록 촉진해야 한다. 최근 몇 년 동안 감독 강도가 크게 강화되었으며 성과도 다소 얻었다. 예를 들어, 감독관리 기관과 교역소가 상장 기업에 대해 정보와 재무 데이터 공개 등의 방면에서 질의, 비평, 질책이 계속 증가하고 있다.

다른 한편으로 상장 기업의 관리 수준을 개선하기 위해서는 보다 시장화된 인센티브 메커니즘, 더 개선된 법치 환경, 더욱 안정적인 정책 예측, 더 강력한 기업가 신뢰와 기업가 정신 등이 필요하다. 전반적인 비즈니스 환경과 사회 문화적 분위기는 상장 기업 관리 수준의 장기적인 개선에 매우 중요하다고 할 수 있다.

### 3.4 여러 조치가 협동 추진되어야 한다

A 주 시장의 발전 성숙을 촉진하는 것은 하나의 체계적인 프로젝트로 각 방면에서의 조치가 협동하여 추진되어야 한다. 예를 들어, 심사 제도와 상장 폐지 제도가 결핍된 상황에서 A 주 공급이 제한되고 '불량주'가 쉽게 조작될 수 있어 전체 가치가 높아지고, 시장 변동이 커지게 만들어 이로부터 투자자가 거래가 찾아지고, 상호 게임을 하며, 단기 투자 이익을 추구하게 될 수 있으며 더 이성적인 기관 투자자들이 발전하고 커지기 어렵게 만들 수 있다. 상장 기업 관리 수준이 낮고, 장기 수익성이 부족한 것도 가치투자 이념이 시장을 잃게 만들 것이다.

다른 한편으로 시장의 전반적인 평가가 비교적 높고 투기 분위기가 농후한 것은 상장 기업의 주주와 경영진이 '빨리 돈을 벌고'과 '허점을 잡으려는' 충동을 더 많이 갖게 만들고 심지어 소수의 기업주가 상장하여 주식을 현금으로 바꾸는 것을 '궁극적인 목표'로 삼고, 전문적인 장기 경영 동력을 잃게 만들 수 있다. 이것은 상장 기업의 수익 능력을 더욱 감소시킬 것이다.

A 주 시장의 발전성숙을 저해하는 이러한 문제들은 서로 영향을 미치고 복잡하게 뒤섞여 있다는 것을 알 수 있다. 여러 조치를 협동하여 함께 추진해야 이러한 악성 순환을 타파하고 A 주 시장의 성숙한 발전을 촉진할 수 있다.

## 4. "쌍순환" 배경하의 개혁 제안

### 4.1 "쌍순환"을 소통시키는 것이 현재 더 중요한 임무다.

중국내 투자자의 투자 수요와 기업의 자금 조달 수요를 '내순환'이라고 하고 중국내 투자 수요와 해외자본을 연결시키는 것을 '외순환'이라고 한다면, '내순환'을 통하게 하는 것이 현재 더 중요하고 시급한 임무다.

한편으로 중국의 가계 저축 잔고는 80 조 위안으로 세계 제일이고, 개발 도상국 수준과 맞지 않으며, 가계 저축률은 45%에 이른다. 이러한 대규모 가계 저축은 주민 소득 격차가 비교적 크다는 문제를 반영하기도 한다. 예를 들어, 중정(中证) 바이주(白酒) 지수는 시장에서 바이주(白酒)의 평균 소비력을 대표하고, 마오타이(茅台)와 우량예(五粮液)는 고급 소비력을 대표한다. 고급 술의 주가는 바이주(白酒) 주식의 상승폭보다 명확하게 더 높게 상승했으며 시장 가치 비중도 해마다 증가하고 있고, 소비의 계층화는 주민 소득 계층화를 보여주고 있다.

고급 술 주가가 크게 상승

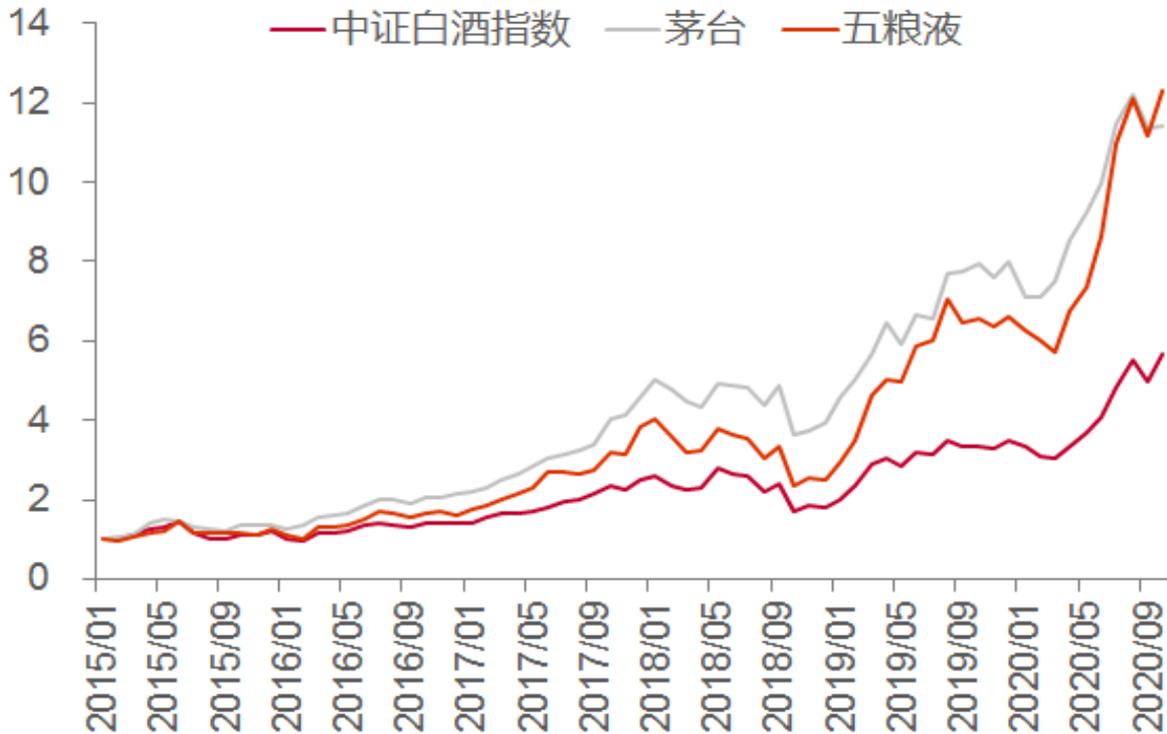


표 3) 출처: wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所). 붉은 선-중정바이주지수, 회색선-마오타이, 주황색선-우량예

순자산이 높은 그룹과 자산점유비율이 안정적으로 높아지고 있다

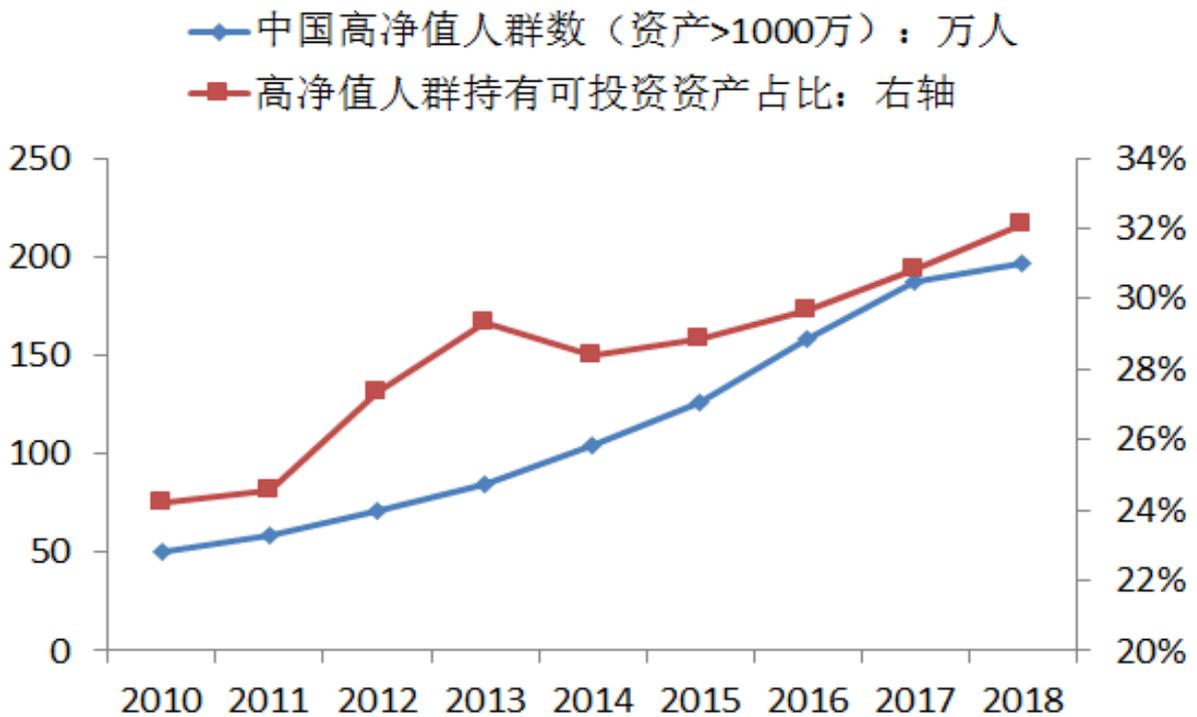


표 4) 출처: wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所). 청색선-고정자산 순수금액이 높은 그룹수(자산>1000 만):만인, 홍색선-고정자산 순수금액이 높은 그룹이 보유한 투자 가능 자산 점유비율(우축)

통계국이 발표한 국민 가처분 소득에 따르면, 고소득 가구의 소득은 중간 소득 가구보다 빠르게 증가하고 있다. 초상은행(招商银行) 개인재부 보고에 나온 데이터도 순자산이 높은 개인 그룹 (자산 > 1,000 만)의 수가 꾸준히 증가했으며, 더욱이 높은 순자산 그룹이 보유한 투자 가능 자산 점유율이 전체 투자 가능 자산의 비율에서 빠르게 상승했다.

따라서 주민 재부(财富) 데이터이건 소비 데이터이건 모두 현재 중국에 존재하는 소득 격차 문제를 무시할 수 없음을 보여주고 있다. 2020 년 전면적으로 샤오강(小康) 사회로 향하는 것을 실현한 후 향후 15 년 동안의 최우선 과제는 소득 격차를 크게 줄이는 것이어야만 한다.

반면 중국내 중소기업은 일반적으로 자금 조달에 어려움을 겪고 있으며, 직접 금융자를 받는 비중은 20 % 미만으로 미국의 직접 용자 비중 (90 %에 근접)보다 훨씬 낮다. 투용자의 "내순환"을 통하게 하게, 사회 용자에서 주주권 용자 비중을 높이면, 기업의 용자 채널을 확장할 수 있고 기업의 레버리지 수준을 낮출뿐만 아니라 우수 주주권과 같은 자산 공급이 부족한 국면을 완화하고, 중국 가계 자산 배치 구조를 개선할 수 있어 부동산 영역의 부분에서 금융상품 영역으로 전환할 수 있다.

중국 가계 자산 배치에서 부동산 비율이 너무 높다

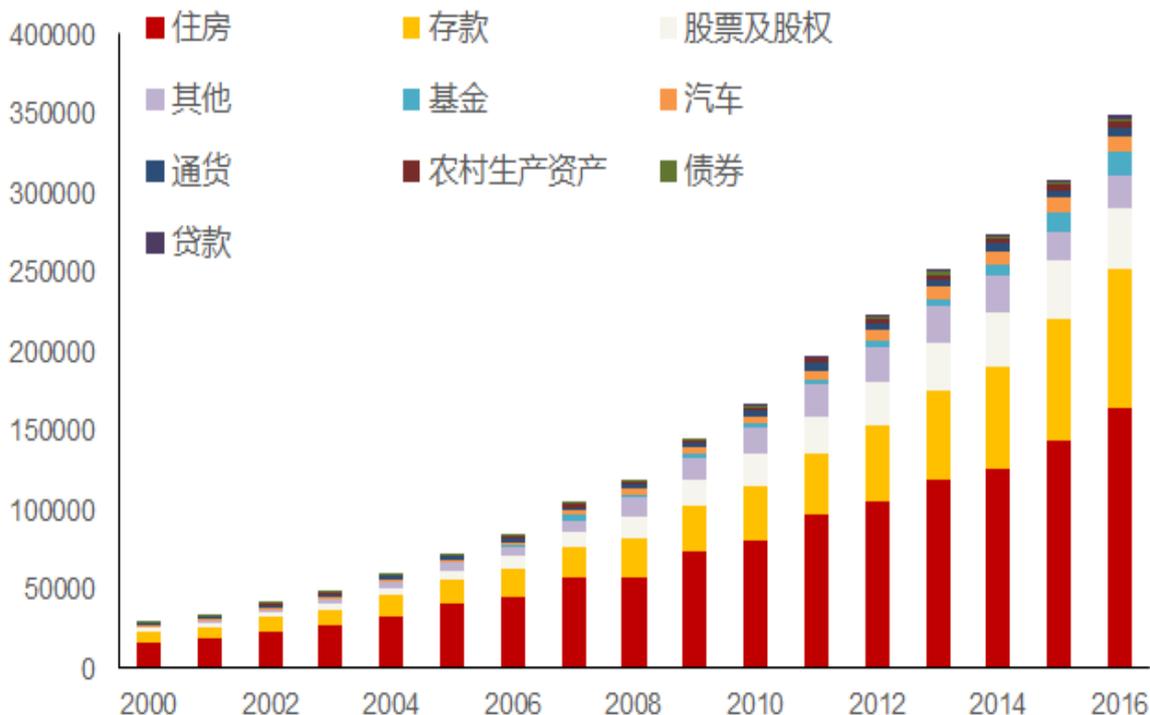


표 5) 출처: wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所). 홍색-주택, 황색-저축, 흰색-주식, 회색-기타, 청색-펀드, 주황-자동차, 군청색-화폐, 갈색-농촌생산자산, 녹색-채권, 자색-대출

상장 기업의 관리수준을 높이는 것은 "내순환"을 뚫는 데 막중한 사항이다. 이를 위해서는 관리감독 수준을 높이고, 국영 기업 경영에서 인센티브 메커니즘, 건전한 법치 환경, 보다 안정적인 정책 예측, 민간 기업가의 장기적인 신뢰와 기업가 정신을 향상시키기 위한 전방위적인 노력이 필요하다.

#### 4.2 투용자의 "외순환"을 순서있게 추진

A 주 시장의 개방정도를 높이고, 투용자의 "외순환"을 촉진하는 것은 해외 금융 기관의 성숙한 개념을 도입하고 각 방면에서 A 주의 성숙한 발전을 촉진하는 데 도움이 된다. 최근 몇 년 동안 QFII 와 RQFII 한도의 지속적인 증가와 최근의 한도 제한 취소, 홍콩 주식과의 상호 연결 메커니즘 구축 등은 A 주

시장의 개방성을 효과적으로 증가시켰다. 그러나 다른 신흥 시장에 비해 A 주 개방도는 여전히 상대적으로 낮다. 중국 주식 시장에서 외국 자본이 보유한 주식의 시가는 A 주 총 시가에서 3%가 안되는 비중을 차지한다. 반면 인도, 대만, 한국 및 기타 신흥 시장과 같은 다른 신흥 시장의 외자 점유 비율은 평균적으로 20 %를 초과한다.

최근 몇 년간 A 주와 국제 시장의 상호 연결 메커니즘이 지속적으로 개선되었다. 해외 투자자가 A 주에 투자하는 경로는: 루구통(陆股通)과 QFII 한도, 중국내 투자자가 해외 시장에 투자하는 경로는: 강구통(港股通)과 QDII 한도로 모두 중국내 주식형 공공 펀드 규모에 가깝거나 이미 초과했다.

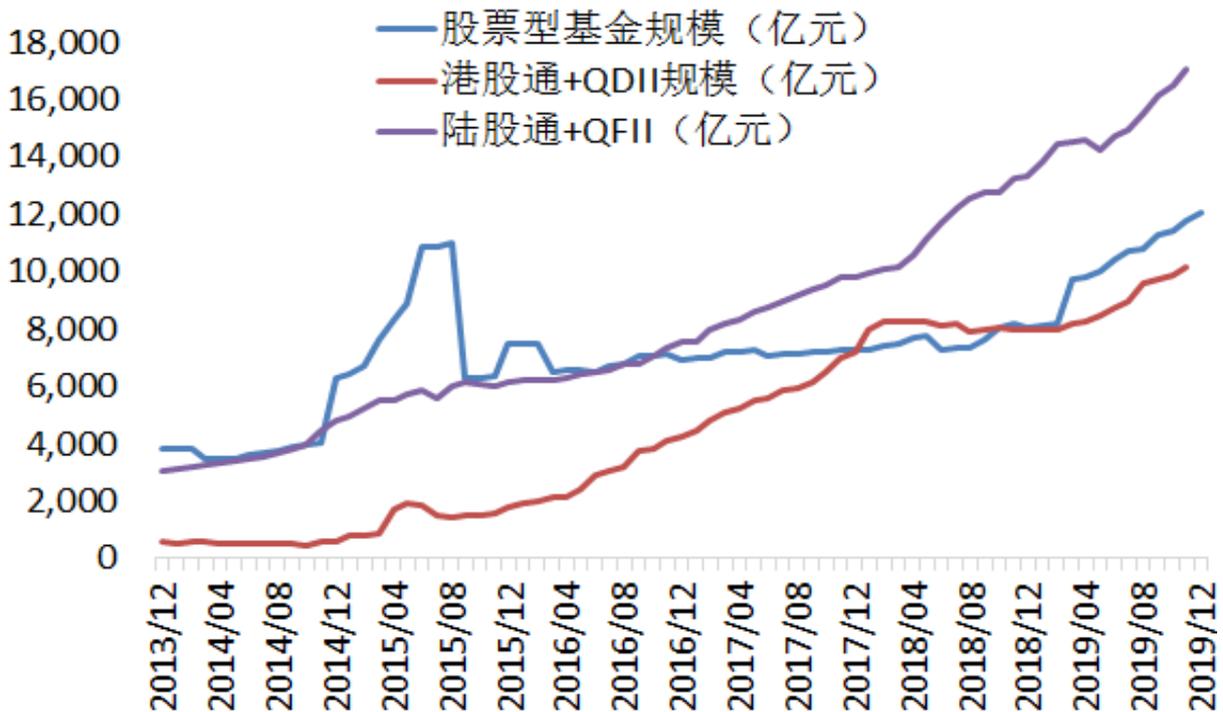


표 6) 출처: wind, 중타이증권연구소(中泰证券研究所). 청색-주식형펀드 규모(억 위안), 홍색-강구통+QDII 규모(억 위안), 보라색-루구통+QFII(억 위안)

외국자본이 보유한 A 주 시장 점유율이 다른 신흥 시장보다 현저히 낮은 상황에서, QFII 와 RQFII 한도를 취소한다고 바로 많은 외국 자본이 유입되지는 않는다 (취소 전 한도는 소진되지 않음). 이는 외국자본이 A 주에 참여하는 깊이와 폭은 주로 시장 판단과 자본의 출입 편리성에 기반한다는 것을 설명한다. A 주 개방도를 높이는 것은 한 편으로 A 주에 대한 매력도를 높이는 것이고 다른 한편으로는, 아마도 인민폐 국제화 속도와 자본 프로젝트 개방 속도에 맞춰야 보조를 맞춰야함을 알 수 있다.

## 2. 우리는 모두 AI 에 학대당하는 '도구', 미래 AI 사회에 경종을 울리는 윤리적 고민 — IT 시보(IT时报) 제공

"AI 가 20 년 내 우리의 생활에 어떤 변화를 가져올까?" 리카이(李开)가 재차 지후(知乎)에 질의를 올렸다. 높은 평가를 받은 답안 하나는 "AI 는 일종의 생각 도구다. 사람들이 복잡한 사회 시스템을 조절하고 개선하는 것을 돕고, 당신의 기억은 기계가 편집해 낸 몽타주가 될 수 있고, 당신의 미래는 이미 AI 에 의해 애매모호하게 예측해 나온다."

바로 <웨스트월드 Westworld(西部世界) > 3 시리즈의 슈퍼 AI——르호보암(Rehoboam)처럼, '말 잘 듣는' 인류로 운명은 일찍이 이미 배치되었다.



사진 1) 출처: Pixabay



사진 2) 출처: Westworld(西部世界). 슈퍼 AI 르호보암(Rehoboam)

최근 몇 가지 기괴한 뉴스가 나왔다.

많은 모델하우스에서 '얼굴식별'시스템을 시작했다. 집을 보러 온 사람이 도대체 '고객'인지 부동산 중개인인지 식별하기 위함이다. 만약 전자이고 두 번째 집을 보러 온 것이 중개업자의 소개에 의해서라면 우대 혜택을 받을 수 없다. 그래서 어떤 사람은 '헬멧'을 쓰기도 한다. 왜 '마스크'가 아닌가? 기술이 첨단이라 마스크를 써도 식별이 되기 때문이다.



사진 3) 출처: 저자가 인터넷에서 검색



사진 4) 출처: 저자가 인터넷에서 검색

985 유명학교의 졸업예정자가 면접 통지를 받았는데 면접관은 로봇 LINA 였다. 이 인공지능 모집 시스템은 2017 년 글로벌기업에 의해 사용되기 시작했다. 눈길부터 동작, 말하는 속도까지 응시자의 가장 미세한 표정까지 알아차려 당신들이 적합한 후보자인지 판단한다. 왜 도태되었을까? 모집회사도 모른다. 왜냐하면 LINA 는 블랙박스이기 때문이다.

어느 전시회에서 전시부스 인력은 일종의 관리 수납데스크 직원인 AI 시스템을 소개한다. 사장은 어느 동작이 업무 동작이 아닌지 지정할 수 있고 임의의 '비업무' 동작은 카메라에 잡혀 모두 경찰에 신고된다. 또 다른 지능 마케팅 시스템은 매장에 들어오는 매 소비자의 일거일동을 카메라로 분석하여 '맞춤제작'한 친근한 서비스를 제공한다.

### AI 는 스마트와 과학기술이라는 명목으로 모든 개인의 생활에 침투하고 있다

2020 년의 코로나 19 전염병은 사회 전체가 디지털화하여 업그레이드하는 속도를 가속화했고, 인공지능은 발명기에서 응용기로 향하고 있다. 그리고 도리어 사람이 점차 감시당하는 추세로 되고 있다.

수많은 SF 소설에서 인류의 미래를 묘사하며 Cyberpunk 가 일상적인 사회 형태라고 한다. 대기업의 독점과 저층의 발버둥, 고도로 발달한 과학, 통제와 반항이 어린 투쟁, 인공지능의 피압제와 각성, 이상하게 된 '도구'와 '기계'인 대다수 사람이 그것이다.



사진 5) 출처: Pixabay

이러한 홀리게 만드는 환상적인 색채, 디스토피아식의 문화가 이토록 매혹적인 것은 점차 문화의 주변부에서 주류가 되고 있는데 이는 그것이 현실이 될 가능성이 너무나 크기 때문이다.

최근 몇 년간 AI 의 비약적인 발전은 딥 러닝 이미지 식별 기능의 대폭 상승과 이로 인해 파생한 기타 기능으로 시작되었고, 음성 인식, 말 뜻 인식과 같이 그것이 가져오는 거대한 상상의 공간은 현실 세계의 디지털화다. 볼 수 있는 장면, 들을 수 있는 소리 모두 신속하게 컴퓨터가 인식할 수 있는 0 과 1 로 '해석'되며 유행하는 화법은 '디지털 쌍둥이'다.

인공지능은 자연히 인류사상 또 한 차례의 혁명이며 프라이스워터하우스쿠퍼 기업은 인공지능이 2030 년에 전세계에 15 조 달러 부의 증가를 가져올 것으로 예측하며 주로 전통 산업과 AI 와의 결합에 의한 것이며 AI 장면화는 디지털경제 발전의 중요한 기점으로 여겨진다.

그러나 공식적으로 인정된 것이 적어도 지금까지 "쌍둥이화"는 단지 현실 세계의 모습일 뿐이며 수천 년 동안 전통 사회에서 형성된 법률과 윤리는 가상 사회에서 동시에 "이식"되지 않았다. 끊임없이 흐르는 데이터로 채워진 "쌍둥이 세계"는 제멋대로 개간할 수 있는 황무지 대륙이다.



사진 6) 출처: Westworld(西部世界)

이전의 몇 가지 뉴스가 공감을 일으켰는데 자연스럽게 그 것에서 유사한 "사이버 핑크" 미래를 어슴프레 볼 수 있었다.

우리는 항상 자신이 "길들인" 도구에 의해 길들여지고, 결국 새로운 "도구"가 된다.

농업 사회에서는 숲에서 나간 인류가 밀에 길들여지고 농부들은 땅에 "묶였고", 산업 사회에서는 노동자들이 기계에 의해 길들여졌고, <모던타임즈>의 채플린은 스페너에 "결박"되었다. 지금은 편협하고, 아직 초기 단계에 있는 인공 지능이 자본에 의해 새로운 "길들임" 도구로 사용된다. '적합한' 지원자 선택, "게으른" 직원과 "수업을 잘 듣지 않는" 학생 감시, 이른바 정확한 콘텐츠를 '수요가 있는' 독자에게 발송, 외식 배달 청년과 인터넷 호출 차량 기사를 더 빨리 움직이게 하는 것 등.....

그래서 우리는 알고리즘의 도구가 되고 시스템에 "채워진다". 미래에는? 인공 지능이 성숙기에 접어 들면 <Westworld(西部世界)>처럼 결국 슈퍼 AI 의 조종에 의한 도구가 될까?



사진 7) 출처: Westworld(西部世界)

인공 지능의 윤리적 관리와 관련하여, 오늘날의 과학자와 사회학자들의 끊임없는 호소도 결코 무시된 적은 없지만 사회의 실제 관리자의 관점에서 보면 정부 차원에서, 여전히 비교적 많은 누락이 있다. 관리감독 부서의 데이터 불법 수집에 대한 징벌, AI 앱 범위의 제한, 부작용의 제거 등의 동작은 여전히 너무 적다.

예를 들어, 얼굴 정보 수집과 관련하여 <사이버 보안법>과 <민법전>은 모두 수집, 개인 정보의 사용에서 합법적이고 정당하며 필수적이어야 한다는 원칙을 명확히 규정하고 있다. <정보 보호기술 개인정보 안전 규범>중에도 규정하기를 개인 정보를 수집하기 전에 개인 정보 주체에게 개인 정보의 수집, 사용 목적·방식·범위·보관 기간 등의 규칙을 별도로 고지하고 개인 정보 주체의 명시적 동의를 얻어야 한다. 그러나 상술한 뉴스 중에서 수집은 명백히 정당한 필요성을 갖추지 않았고 수집된 사람의 동의를 거치지 않았으나 누구도 처벌받지 않았다.

**"이 잔혹한 기쁨은 잔혹한 결말이 될 것이다."**

아마도 미래 인공 지능이 보급된 후 오늘날의 모든 우려가 그저 우습게 여겨질 수 있다.

그러나 만약 데이터 수집과 AI 남용을 더 억제하지 않는다면, 우리는 한 걸음 한 걸음 미리 예정된 "중점"으로만 이동할 것이다.

### 3. 가상현실로 실현되는 인테리어 가구 산업의 '온라인 드림'

— 칸차이왕(砍柴王) 제공

2016년 마윈(马云)은 시대를 혁신하는 5가지 새로운 개념을 제창했다. 즉 신소매, 신제조, 신기술, 신에너지, 신금융으로 이 '5가지 새로움'은 미래에 관련 산업에 새로운 충격을 가져올 것으로 예측했다.

오늘날, 최근 몇 년 동안 소비자 인터넷에서 산업 인터넷으로 전환하는 과정에서 적어도 처음 세 가지 예측은 현재 서서히 현실화되고 있음을 알 수 있다.

올해 쌍십일절에서 Tmall 3D 장면 구매는 폭발적인 성장을 맞았다. Homestyler(탕핑설계사輪平设计家)의 도움으로 쌍십일절 기간 3D 모델 룸이 누적 10만 개 이상 제작되었으며, 3D 사이버 전시스튜디오를 설립한 바이어는 새로 3,000 이상 증가했고, Tmall의 100층 3D 가상 주택 인테리어 도시는 6천만 명의 "클라우드 쇼핑"을 맞았다.

온오프라인에서 "분할 저주"는 어떻게 해결해야 할까? 중국내 소비 인터넷 경제가 퇴조하고 산업 인터넷이 주목을 받는 큰 배경하에, 디지털 기술과 정보 기술 모두 점차 산업에 서비스를 제공하고 있으며 인터넷 경제와 산업 경제의 통합, 온라인과 오프라인의 통합이 미래 발전의 중점이 되었다.

개방된 산업 건설 경로, 명확한 산업 건설 목표 방향, 세련된 기능 시스템이 전체 산업 인터넷의 발전 추세가 될 것이다.

인테리어와 가구는 산업 인터넷에서 시급하게 혁신이 필요한 산업이고, 매우 일찍부터 산업 인터넷으로의 전환을 시도했다. 그러나 초기 발전 과정에서는 양자간에 해결하기 어려운 폐단이 있어 온라인과 오프라인이 융합하는 산업 인터넷 여정까지 이르기가 순조롭지 않았다.

앞서 업계의 일부 인사들은 다음과 같이 말했다. 인테리어 가구 산업은 줄곧 인터넷에서 가장 멀리 떨어진 산업이었다. 인테리어 산업의 가장 분명한 특징은 파편화이다. 하나는 공급 측면에서의 파편화이고 다른 하나는 시장 분포에서의 파편화다. 이에 더해 산업 진입장벽이 지극히 낮은 것이 지금의 혼란한 산업 현황을 조성했다.

가구 제품의 낮은 구매 빈도, 긴 서비스 주기, 많은 과정, 정보의 비대칭과 같은 난제, 소비자 엔드와 공급망 엔드간 소통의 낮은 효율성, 고객 요구에 대한 느린 피드백으로 인해 가구는 전체적인 효율성이 극도로 낮아졌다.

비록 초기의 인테리어가구 산업은 산업 인터넷을 수용하려고 했지만 산업 모순으로 인해 온라인과 오프라인이 분열되어 통합이 더 어려워졌다. 선진적인 개념과 초고층 빌딩 설계가 있지만 집행에서 진정으로 철저히 실행하지 않으면 업계가 오프라인 및 온라인 통합을 이루고 디지털화 폐쇄 루프로 이동하기는 어려울 것이다.

"신인프라"에서 전염병과 블랙 스완이 변혁을 촉진하며 인터넷 가구 산업은 디지털 전환과 산업 인터넷 발전을 가속화하고 있다.

플랫폼 수준의 기업은 디지털 혁신을 가속화하고, 산업 체인을 움직이고 중소기업이 디지털화 수준을 높이는 것은 산업 발전의 불가피한 경로가 되었다.



사진 1) 출처: 칸차이왕(砍柴王)

Homestyler(탕핑설계사躺平设计家)는 역할을 완벽하게 수행했으며 업계가 전환하는데 "다크호스"가 되어 두각을 보였다.

예를 들어, 올해 쌍십일절 기간, Homestyler(탕핑설계사躺平设计家)는 쥐란즈자(居然之家) 매장의 디지털화 개조를 통해—디자인 도구를 진입점으로 하여 우수한 현지화 서비스와 공급망을 구축하고, 디자이너가 주문을 받고 기업 인테리어 업무를 하는 능력을 주고, 상점, 매장, 같은 도시 체인점의 구매 효율을 높였다. 설계사가 공동 구축하며 Homestyler(탕핑설계사躺平设计家)는 강력한 기술 능력을 쥐란즈자(居然之家)의 우수한 공급체인에 결합하고 설계사의 자원을 결합하여 디지털베이스를 구축하고 공동으로 현지 디자이너에 기반한 생태계를 공동 구축했다.

더 이상 단순히 산업의 디지털화 전환을 위해 제품과 기술을 제공하는 것만으로는 충분하지 않으며, 산업의 가치를 발굴하는 것이 점점 더 중요해지고 있다.

기업은 시급하게 인터넷과 자신의 핵심 비즈니스 장면과의 심도 깊은 융합을 가속화하고, 산업 체인을 재구성하고, 비즈니스 모델 혁신을 달성하고, 전환과 업그레이드라는 완전히 새로운 가치를 획득해야 한다.

Homestyler(탕핑설계사躺平设计家)는 이를 어떻게 실현했는가? 실제로 산업의 모든 과정을 포괄하는 개방형 플랫폼을 구축하고, 업계 디자이너•브랜드•공급 업체 생태 파트너와의 협업 혁신을 통해 수천수만 판매사의 요구에 적합한 장면화 솔루션을 씬없이 하나하나 내놓았다.



사진 2) 출처: 칸차이왕(砍柴王)

포스트 코로나 시대에 "클라우드 상에서의 생활, 영원한 온라인"이 새로운 일상태가 되었으며 디지털화 전환과 스마트 업그레이드가 더욱 가속화되고, 변화가 모든 전통 산업에 파급되고 있다. 전통적인 인테리어 가구 판매사 입장에서 디지털 기술을 어떻게 사용하여 업무 혁신을 더 잘 실현할 수 있는지, 빅 데이터를 통해 어떻게 더 나은 결정을 내리는지, 어떻게 효율성을 개선하여 기업 비용을 줄일 수 있는지 등이 그들이 산업 인터넷의 폐쇄 루프의 도움을 받아 성장과 활력을 만들 수 있는지의 관건이 될 것이다.

인테리어 가구 산업이 "인터넷 제 2 차 곡선" 플랫폼을 열 수 있게 하는 것은 일종의 장면이자 생태계이다. 수요와 공급이 규모화될 수 있는지 여부는 이 산업이 플랫폼형 경제체의 탄생 역치에 도달할 수 있는지 여부를 결정한다.

인테리어 가구 산업은 플랫폼 경제체를 생산하기 위한 기본 규모 조건을 가지고 있으며, 플랫폼화 역시 인테리어 가구 산업의 미래 생태 경쟁에서 궁극적인 의의를 지닌다.

분명히 Homestyler(탕핑설계사翰平设计家)는 산업 전체가 산업 인터넷으로 이동하는 과정에서 핵심 연결점 역할을 하며 이를 관통하는 "디지털화 메인 라인"도 "플랫폼급 인프라"라고 칭할 수 있다.

인프라 건설을 하나의 요소 투입으로 삼아 경제 성장을 직접적으로 촉진할 수 있고, 더구나 인프라는 네트워크 효과가 있다. 이러한 네트워크 효과 자체는 규모의 경제를 가져올 수 있고 인프라의 개선은 파급효과를 갖기 때문에 그 생산성 요소의 생산 효율을 높인다.

가장 깊은 차원의 플랫폼급 인프라는 반드시 인간의 마음 속에 있는 가장 깊은 정서와 장면의 독점적 결합이며, 특히 인테리어 산업의 목표는 "집"이라는 특수한 장면이다.

기업의 디지털화는 목적이 아니라 그저 수단이다. Homestyler(탕핑설계사翰平设计家)는 디지털 기술을 이용하여 제품의 전체 가치 사슬을 포괄하고, 디지털과 사물의 융합 (디지털 공간과 물리적 공간의 융합), 산업 융합 (전통 인테리어 가구 산업과 인터넷의 융합), 온라인과 오프라인의 융합 (온라인 가상 장면과

오프라인 실제 장면의 융합)을 구축하며, 본질상 인테리어 가구 산업의 디지털 전환 여정을 경쟁 논리에서 공생 논리로 변환시키고 근본적인 전환을 발생시킨다.



사진 3) 출처: 칸차이왕(砍柴王)

업계의 "플랫폼급 인프라"를 위해 현재 Homestyler(탕핑설계사翰平设计家) 전체 디자인 생태계는 1000 만 명의 전세계에서 등록된 디자이너를 보유하고 있으며 전세계 5 만 개 판매사와 협업을 진행하고 있고, 온오프라인에 100 만 개가 넘는 실제 상품 모델을 보유하고 있다.

이에 더해 3D 장면 구매 기술, "천인천색" AI 스마트 모델 룸, 3D 가상 라이브 방송 등 첨단 기술과 인테리어 가구 산업 디자인·고객 확보·변환·서비스와 디지털 도구가 특색을 더해 Homestyler(탕핑설계사翰平设计家)는 가구 생태계에서 4 개의 디지털 체인 폐쇄루프를 구축했다. 디자이너 생태계부터 가구 산업 SaaS 솔루션, 인테리어 산업 SaaS 솔루션, 전체 주택 맞춤형 SaaS 솔루션으로 산업 각 참여자에게 기능을 제공한다.

산업의 각 과정을 포괄하는 개방형 플랫폼 구축을 통해 가구인테리어의 전체 산업 체인을 통하게 했다. 이 산업이 진정으로 온오프라인 융합의 디지털 체인 폐쇄 루프를 조성하고, 저층 기술 장면과 협업하며, 각 항목의 합리적인 확실한 힘을 기초로 하여 Homestyler(탕핑설계사翰平设计家)는 다음을 구축했다.

**1. 새로운 패러다임 개발:** 3D/AI/VR/라이브방송 등 기술과 결합하여 현재 온오프라인 판매사에게 더욱 선진적인 인테리어 가구 산업 기술 지원을 제공하고 산업의 지속적인 개선을 추진한다.

Homestyler(탕핑설계사翰平设计家)는 무료로 3D 디자인 도구를 제공할 뿐만 아니라 빅 데이터+HAI 기술에 기반한 수백만 개의 정밀한 주택 배치 데이터 베이스를 갖고, 디자이너가 즉시 검색하고 사용할 수 있게 한다. 타오바오계열 기술부 AceRay 클라우드 렌더링 플랫폼의 빠른 렌더링 기능에 의탁하여, 디자인 미리보기 속도를 대폭 향상했고, 개성화 추천 기술을 통해 정확한 수요 매칭을 이루고, 적절한 콘텐츠를 적합한 소비자에게 배포한다. Homestyler(탕핑설계사翰平设计家)와 타오바오계열 기술이

공동으로 구축한 AI 스마트 모델 룸 등 기술 지원으로 판매사의 3D 모델 룸 생산 수량과 품질을 크게 향상시키고 산업 업그레이드를 촉진한다.

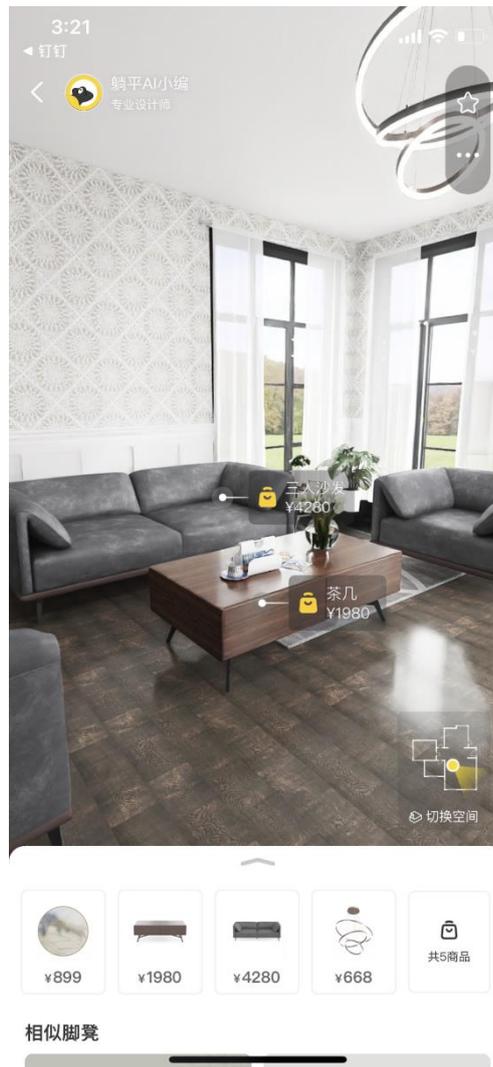


사진 4) 출처: 칸차이왕(砍柴王)

**2. 새로운 산업 구조:** "디자이너 생태계+판매사 디지털 생태계"의 생태 서비스 시스템으로 플랫폼의 "내부순환루프"를 생성하고, 자원 요소의 상호 작용을 촉진하고, 위험에 공동으로 저항하고, 미래의 디지털화를 맞이하며, 최종적으로 산업의 무한한 가치 창출의 원천을 만든다.

Homestyler(탕핑설계사騎平设计家) 플랫폼 상에서 업계의 모든 각 방이 생태 합작 파트너와 자신 사이의 보다 안정적인 상호 작용과 합작관계를 형성하는 것을 촉진하기 위해 노력하고 있으며, 기업과 기업 간에 더 많은 연결과 합작을 달성할 것이다. 하나하나의 크고 작은 연결이 이러한 상호 작용 중에 끊임없이 중첩•통합•형성되어 산업 체인의 상류와 하류 간에 서로 협력하고 가치의 순환을 실현하게 된다.

**3. 새로운 응용 장면:** "3D 장면 구매"는 이미 인테리어 가구 소비에서 일상화된 쇼핑 형식으로 진화했으며 오랫동안 존재할 것이다.

"3D 장면 구매"는 판매사가 Homestyler(탕핑설계사騎平设计家)가 제공하는 무료 디자인도구와 렌더링 서비스에 기반한다. 디자이너가 실제 상품 모델에 배치하였기 때문에 생생하고 꼭 닮은 3D 모델 룸을 생성하며 단품은 구매로 직접 연결되어 소비자가 단품부터 장면으로 소비하도록 유도하며 진정으로 원스톱식 구매를 실현한다.

올해 618 에는 3600 만 명이 '클라우드 쇼핑'에 참여했으며, 쌍십일절에 이르러 티몰 100 층의 '3D Mall' 가상 인테리어도시 클라우드 쇼핑객 수는 6000 만 명을 돌파했다. 이후 "3D 장면 구매"가 소비자의 인테리어 가구 구매의 일상적 형태가 될 것으로 예측할 수 있다.



사진 5) 출처: 칸차이왕(砍柴王)

복잡한 경제 국면하에서 플랫폼과 생태계의 결합은 기업이 공동으로 위험에 저항하고 산업 인터넷을 수용할 수 있는 최상의 솔루션이다.

플랫폼화로 운영하는 기업은 저층 기술 기능에 수평 및 수직 기능을 조합하여 건립하며, 그 연결은 종종 규모화된 상업 생태계와 이어져, 가치 사슬의 선형적 기회와 비교할 때 비즈니스 생태계는 기하학적 수준의 기회를 가져온다.

Homestyler(탕핑설계사躺平设计家)는 온라인과 오프라인의 장벽을 허물고, 인테리어 가구 산업의 전체 체인의 상호 융합과 소통을 진정으로 실현하고, 전체 인테리어가구 산업이 "인터넷의 제 2 차 곡선"을 열 수 있도록 지원한다.



사진 6) 출처: Homestyler(탕핑설계사翰平设计家) 홈페이지

**4. 양자컴퓨터 시리즈 75) 중국 주장양자컴퓨터 탄생! 가장 빠른 슈퍼컴퓨터보다 100 만억 배 빠름** — 중관촌 online(中关村在线) 제공

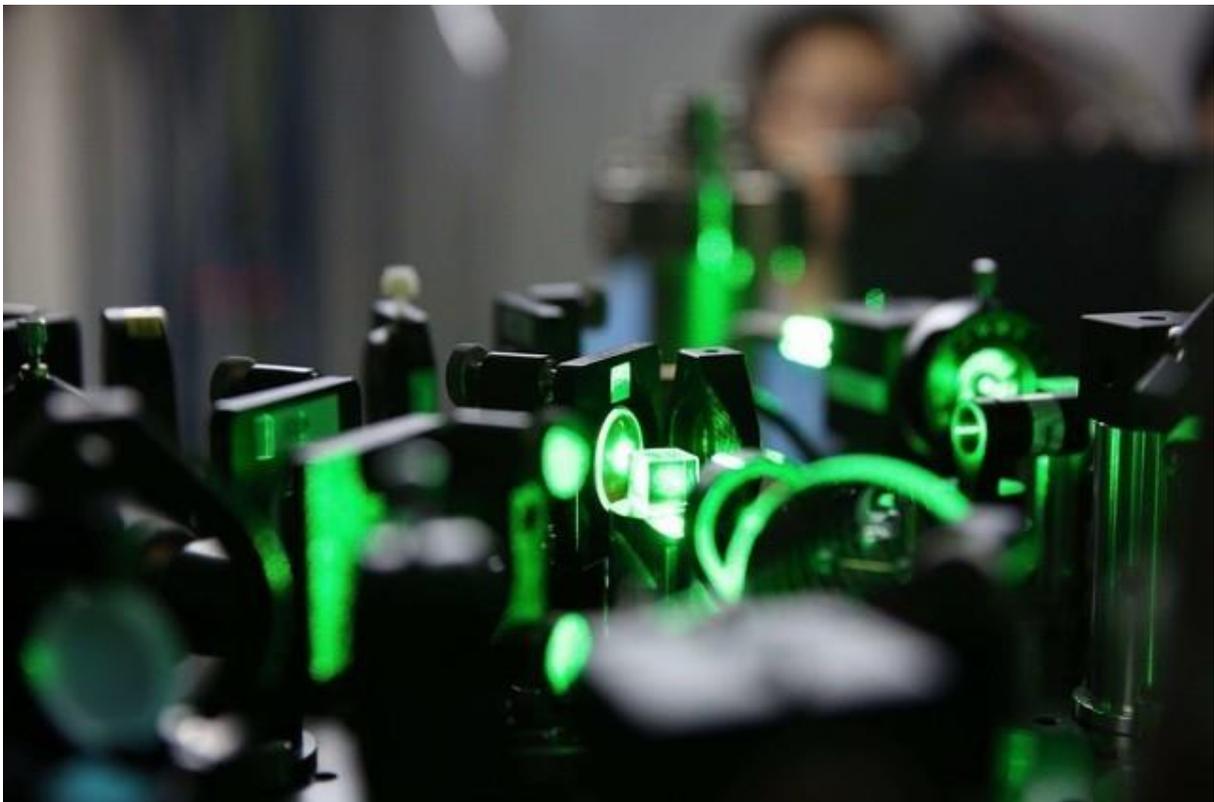


사진 1) 출처: 중관촌 online(中关村在线)

이른바 "과학과 기술이 제 1의 생산력"이며, 최근 몇 년간 중국의 부상은 과학 기술의 혁신과 기술의 혁신과 분리될 수 없다. 최근 중국 과학 기술 대학의 판지엔웨이(潘建伟) 연구팀은 중국 과학원의 상하이 마이크로 시스템 연구소, 국가 병렬 컴퓨터 공학 기술 연구센터와 협력하여 특정 문제를 처리할 수 있는 속도가 현재 가장 빠른 슈퍼 컴퓨터보다 100 만억 배 빠른 양자 컴퓨팅 프로토 타입 "지우장(九章)"을 성공적으로 연구 개발했다.

이러한 성과를 통해 중국은 양자 컴퓨팅 연구에서 첫 번째 이정표——양자 컴퓨팅의 우수성을 성공적으로 실현했으며, 관련 논문은 오늘 (4 일) 국제 학술지 <사이언스>에 게재될 예정이다.

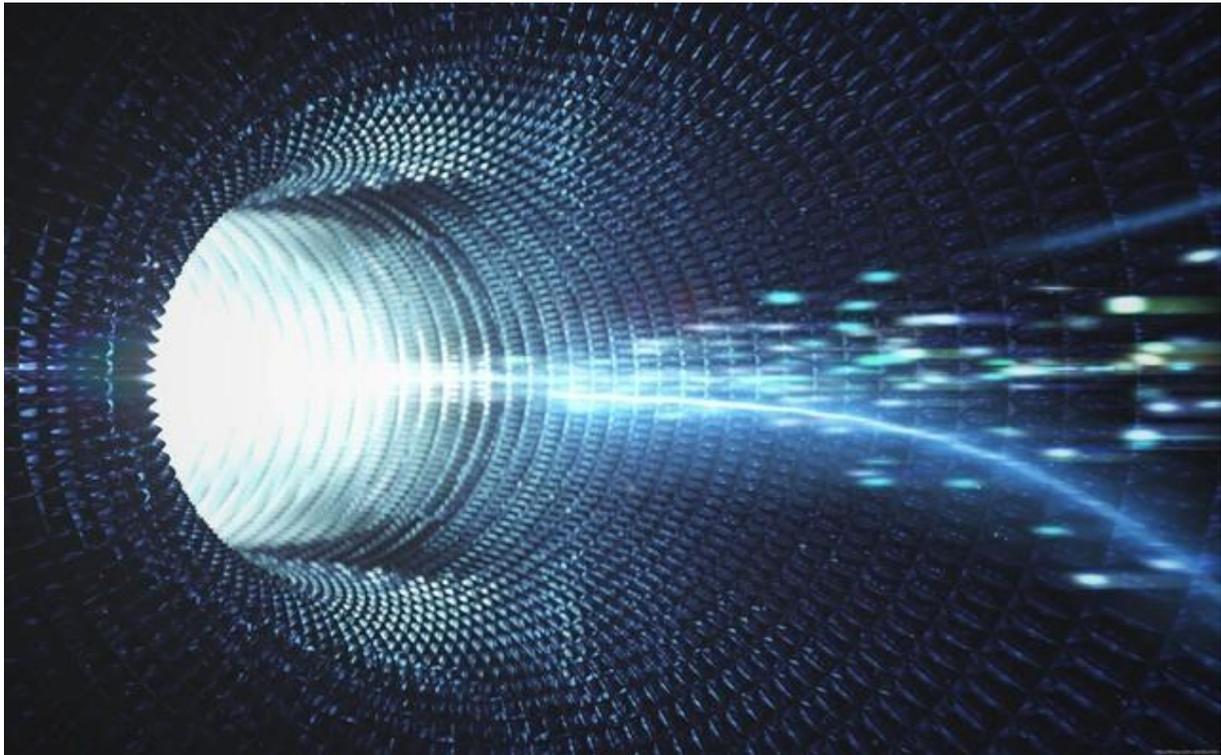


사진 2) 출처: 중관춘 online(中关村在线)

CCTV 보도에 따르면, 이 연구 제작에 성공한 최신 양자 컴퓨팅 프로토 타입은 실험실의 거의 절반을 차지하고 천 개 이상의 부품을 포함하고 있으며, 20 년 이상의 연구 공력을 거쳐 과학 연구팀은 양자 광원, 양자 간섭, 단일 광자 검출기 등의 영역에서 자체 혁신을 이루었고, 76 개 광자 100 개의 모드를 가진 가우스보스(Gauss Bose) 샘플링 양자 컴퓨팅 프로토 타입의 "지우장(九章)"을 성공적으로 구축했다.

실험 결과 "지우장(九章)"은 특정 문제를 처리하는 속도가 현재 세계 1 위 슈퍼 컴퓨터인 "Fugaku"보다 100 만억 배 빠르게 처리할 수 있으며, 동시에 Google 에서 작년에 출시한 53 비트 양자 컴퓨팅 프로토 타입 "Platanus"가 100 만억 배 빠른 것과 동등한 효력을 지니며, 양자 컴퓨팅 여역에서 제 1의 이정표인 양자 컴퓨팅 우월성을 성공적으로 달성했다.



## ICO News Letter by PLAYCOIN

### 1. 엔트그룹 상장 중단으로 본 중국 공산당 권력과 대기업의 '역학구조'

(글로벌이코너믹, 2020.12.07)

2020년 11월 3일 세계 금융계는 놀라운 뉴스를 접했다. 마윈(馬雲) 회장이 운영하는 알리바바 그룹의 핀테크 자회사 엔트 그룹의 상하이 및 홍콩 증시 상장일이 예정일인 11월 5일 이를 전 전격 중단됐다. 상장 규모는 무려 340억 달러로 세계 기업 상장 역사상 최대 규모였다.

현재까지의 우리 기억에 이와 같은 전격적인 상장 취소 사례는 존재하지 않는다. 자본주의 시장경제에서는 사실상 불가능한 일이 발생한 셈이다. 상하이 증권거래소는 그 이유를 분명하게 설명하지 않았고, 언론의 추측이 있을 뿐이다.

10월 24일 상하이에서 열린 와이탄금융서밋 연설에서 마윈은 "위대한 혁신가들은 감독 자체를 두려워하진 않지만, 뒤떨어진 감독은 무서워한다... 기차역을 관리하는 방식으로 공항을 관리할 수 없듯이, 과거와 같은 방식으로 미래를 관리할 순 없다... 현재 중국 금융 시스템은 건전성이 문제가 아니라, 금융 기관들이 제 역할을 하지 않는 기능의 부재가 문제다"고 꼬집었다. 결국 중국 현 금융시스템의 기능 부재, 금융을 감독 관리하는 당국의 후진성, 그리고 이들 모두를 개혁하려는 의지의 부족 등을 정면 비판했다고 볼 수 있다. 바로 그런 비판적 언급이 당국을 자극하며 상장 중단 사태를 맞았다는 전언이다.

위의 해석에도 일리는 있다. 하지만 다음의 질문을 던져보면 문제가 간단치 않음이 드러난다. 중국경제에서 시장의 작동 범위는 어디까지일까? 비슷한 맥락에서 개인 소유권은 어느 정도 보장되고 있을까? 1979년 덩샤오핑에 의해 중국의 개혁개방이 시작된 것은 모두가 아는 사실이다. 시장원리의 도입과 개인의 경제적 자율권 확대가 개혁의 핵심 내용이었다. 공유 및 배급제를 특징으로 하는 공산주의 국가가 시장원리를 받아들이는 것은 쉬운 일이 아니다. 당연히 시장의 범위는 어디까지이고 시장은 기존의 사회주의 경제와 어떻게 조화를 이룰 수 있는가가 쟁점으로 떠오를 수밖에 없다.

1982년 당시 최고의 경제전문가이며 실력자였던 천윈(陳雲)이 이 문제를 조정했는데, 지금도 회자되는 유명한 조룡경제론(鳥籠經濟論)이 등장한 배경이다. 계획경제가 주(主)이며, 시장은 보(補)라는 주보론(主補論)이 핵심 내용이다. 즉, 새장 안의 새와 같이 시장은 새장이라는 계획경제의 테두리 내에서 인정되고 작동한다는 원칙이 제시됐다. 기업에 대해서도 비슷한 원칙이 확립됐다. 1994년 국무원에 의해 확정된 대기업에 대한 국영의 원칙, 즉 조대방소(抓大放小)가 그것이다. 큰 기업은 국영이 원칙이고 그 규모는 향후 더 커질 것이지만 작은 규모의 기업은 민영화시킨다는 가이드라인이었다. 중국의 경우 7대 기간 산업의 기업 모두가 국유인 이유를 알 수 있는 대목이다.

눈부신 경제성장, 미국을 따라잡을 수도 있다는 예측 등에 힘입어 중국경제가 서구식 시장원리와 소유권에 기초, 작동 및 발전했다고 생각하는 경우가 많다. 하지만 이미 오래전 확립된 조룡경제론과 조대방소 원칙은 지금도 유효하고, 공산당 정권이 경제를 운영한다는 기본 방침에는 거의 변화가 없다. 따라서 중국에서 외형상으로는 민간이라 하더라도 기업의 규모가 커지면 자연스레 덩치 큰 기업에 대한 정부의 간섭과 통제는 심해질 수밖에 없고, 그 결과 큰 사업체의 경우 사실상 국유기업과 비슷한 성격을 띠게 된다.

마윈의 기업들은 규모가 너무 커졌다. 특히 AI와 블록체인을 다루는 거대 기업 엔트의 출현은 주민 통제를 최우선 과제로 여기고 있는 중국 공산당의 핵심 수단을 엔트 그룹이 장악할 수도 있다는 것을 의미한다. 어떤 방식으로든 공산당 통제가 필요했던 대목이다. 이렇게 보면 마윈 회장의 대정부 비판의

의도가 무엇이었는지가 오히려 궁금해지는 부분이다. 개인적인 성향이였을까, 아니면 더는 참기 어려운 수준의 정부 통제가 기업과 금융 발전에 너무 치명적이라는 현실에 대한 절박한 인식이였을까? 아무튼 이번 엔트 그룹 사태는 공산당 권력과 중국의 민간기업이 어떤 관계인지를 잘 보여준다. 조류경제의 원칙이 설파하듯 시장 작동과 개인 소유의 범위는 계획경제 내에서 가능하다는 지고의 원칙이 다시 표면화됐다고 볼 수 있는 부분이다. 요컨대 마윈의 기업에도 같은 원칙이 적용된 셈이며 바로 그런 점이 중국식 사회주의 시장경제의 특징이라고 볼 수 있다.

재상장은 빨라야 6 개월 뒤어나 가능할 것이란 전망이다. 한껏 달아올랐던 중국 공모주 시장, 특히 '중국판 나스닥'으로 불리는 커창반(과창판·과학혁신판)에 대한 투자 열기가 꺾이면서 관련 펀드에도 영향을 미치는 게 아니냐는 우려가 나왔지만, 미래에셋자산운용과 우리자산운용 등 국내 주요 자산운용사들은 이에 아랑곳하지 않고 새로운 펀드를 선보이고 있음. 중국 정부의 전폭적인 지원을 고려할 때 커창반을 필두로 한 중국 공모주 시장의 성장세는 흔들림 없이 계속될 가능성이 크고 엔트그룹의 상장 연기 역시 장기적으로는 긍정적으로 작용할 것이라는 전망이다.

## 2. '디지털 위안화', 쑤저우시 선전 두 배 공개 테스트 (바이 뉴스, 2020.12.06)

중국 정부가 중앙은행 발행 디지털 화폐(CBDC)인 '디지털 위안화' 도입에 속도를 내는 가운데 선전(深圳)에 이어 쑤저우(苏州)에서도 디지털 위안화 대규모 공개 테스트가 진행된다.

6 일 신화통신, 평파이신문 등 중국 매체에 따르면 쑤저우시 정부는 지난달 말 발표한 공고에서 '쌍스얼(双 12) 쑤저우 쇼핑 페스티벌'을 맞이해 중국인민은행과 공동으로 쑤저우 시민 10 만 명에게 200 위안, 총 2 천만 위안(약 33 억 원)의 디지털 위안화를 지급한다고 밝혔다.

쑤저우 정부는 디지털 위안화를 추첨 형식을 통해 지급하고 추첨은 5 일 0 시부터 시작해 6 일 24 시까지 진행되며 추첨 결과는 11 일 공지할 예정이라며 테스트 기간은 11 일부터 27 일까지라고 표시했다.

쑤저우 정부 관계자는 "이번 대규모 공개 테스트는 디지털 위안화 쑤저우 시범 사업을 심도 있게 추진하기 위한 것"이라며 "이는 디지털 위안화 개발 과정의 정기적인 테스트일 뿐 디지털 위안화의 정식 발행을 의미하지는 않는다"고 선을 그었다.

이번 쑤저우 대규모 공개 테스트는 참여 인원과 금액이 앞서 선전에서 진행한 공개 테스트의 두 배에 달한다. 이번에 지급되는 디지털 위안화는 지정 오프라인 매장뿐만 아니라 전자상거래업체 징둥닷컴에서 온라인으로 사용이 가능하다.

앞서 징둥그룹 인공지능(AI)·블록체인 계열사인 징둥수커(京东数科)는 중국인민은행 디지털통화연구소와 전략적 제휴 관계를 맺고 모바일 결제와 블록체인 기술 기반 플랫폼을 구축하기로 했다.

징둥수커 관련 책임자는 "쑤저우 디지털 위안화 시범 사업에 기술과 서비스를 제공해 운영 기관과 더 많은 사용 환경을 연결할 것"이라며 "디지털통화연구소, 쑤저우시 정부 등과 지속해서 협력해 디지털 위안화 전자지갑 생태계 구축을 가속하고 디지털 경제와 실물경제 융합 발전을 돕겠다"고 밝혔다.

이번 쑤저우 테스트의 가장 핵심 포인트는 인터넷이 연결되지 않은 오프라인 상황에서도 디지털 위안화 사용이 가능하다는 점이다. 알리페이나 위챗페이 등 중국에서 많이 쓰이는 제 3 자 결제 서비스는 인터넷이 연결되어야 사용이 가능하지만 디지털 위안화 오프라인 결제는 전자지갑이 설치된 스마트폰을 통해 디지털 위안화를 현금처럼 쓸 수 있다.

이는 버스나 지하철 등 대중교통 이용 시 NFC(근거리 무선 통신) 칩이 내장된 스마트폰으로 요금을 결제하는 방식과 유사하다. 현재 쑤저우 대부분 상점은 NFC 결제가 가능한 POS 기를 설치했다.

한편 앞서 선전 대규모 공개 테스트에 참여했던 중국은행, 공상은행, 농업은행, 건설은행 등 중국 4 대 국영 은행 외에 교통은행과 우정저축은행(邮储银行)이 이번 쑤저우 테스트에 참여한다.

### 3. 무협 "중국 Z세대 핵심 소비층으로...마케팅 전략 세분화해야"

(아주경제, 2020.12.04)

최근 중국에서 'Z세대'가 주요 소비층으로 떠오르고 있어 우리 기업들이 이들에 맞춰 마케팅 전략을 바꿔야 한다는 분석이 나왔다.

4일 한국무역협회 상하이본부의 '새로운 소비 트렌드를 이끌 중국의 Z세대' 보고서에 따르면, 중국에서 1995~2009년 출생한 Z세대는 올해 중국 전체 소비시장의 40%를 차지할 것으로 예상돼 차세대 주요 소비층으로 부상했다.

Z세대 인구수는 작년 기준 약 2억 6000만 명으로 전체의 18.6%를 차지한다.

이처럼 Z세대가 성장한 것은 이전 세대들(1995년생 이전)보다 경제 수준이 높아짐에 따라 소비 수준도 함께 상승했기 때문이다.

2018년 기준 Z세대의 한 달 평균 가처분 소득은 3501 위안으로 중국 전체 인구의 한 달 평균 가처분 소득(2344 위안)보다 많다.

보고서에 따르면 중국의 Z세대는 다시 아이돌 팬덤층, 서브컬처(하위문화) 팬덤층, 애국소비층으로 구분된다.

아이돌 팬덤층의 78%는 여성으로, 주로 중국판 인스타그램인 샤오홍슈처럼 콘텐츠 소비와 제품 거래가 동시에 이뤄지는 애플리케이션을 통해 소비 활동을 하는 것으로 분석됐다.

반면에 서브컬처 팬덤층은 남성이 과반을 차지한다. 이들은 애니메이션, 만화, 온라인·모바일 게임 관련 콘텐츠에 열광하는 특징이 있다.

애국 소비층은 가성비 좋은 중국산 브랜드와 중국풍 디자인을 선호하는 소비층이다. 중국 알리 연구원에 따르면, 중국 국산 브랜드 구매자 중 Z세대 비중이 50%를 넘는다.

심준석 무역협회 상하이본부장은 "Z세대는 중국의 경제성장과 함께 탄생한 풍족한 세대이지만, 부모 세대인 X세대의 경제적 어려움을 보고 자랐기에 실용적 소비 성향도 보인다"며 "우리 기업이 이런 Z세대를 공략하려면 주요 소비층별로 마케팅 전략을 세분화하는 것이 중요하다"고 조언했다.

## 사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (150)

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.

### 안전과 감성으로 터치하기

새벽에 일어나 차를 한잔 마시면서 시작한다. 전기포트에 찬물을 넣고 스위치 온하면 물이 끓기 시작한다. 이 포트 몸통에는 투명창이 있다. 내부에 어느정도 물이 차 있는지 확인을 할 수 있다. 나는 이것이 마음에 들어서 구입을 하였다.

막상 사용하면서 문제점 하나 들씩 들어오기 시작하였다.



왼쪽은 전기 코드를 콘센트에서 완전 빼면 몸통의 창에 아무런 불이 들어오지 않는다. 가운데 사진은 콘센트에 꽂혀 있으면 스위치 켜고 끄고에 상관없이 항상 파란 불이 들어온다. 오른쪽은 물을 끓이기 위해 스위치를 켜면 빨간 불로 바뀐다.

전기 코드에 꽂혀 있으면 스위치 상관없이 항상 파란 불이 들어와 있다. 이걸 괜찮다. 전기 값 걱정 할 만큼 전기요금이 나오는 것은 아니지만, 굳이 이렇게 할 필요가 있을까 하는 생각이 든다. 사용하지 않을 때는 완전 전기를 차단하고 찬물을 넣을 때 파란불이 들어오면 좋겠다. 아니면 물이 안에 조금이라도 있으면 파란불이 들어오면 좋겠다.

물을 끓이기 위해 스위치를 넣는 순간 빨간 불로 바뀐다. 물이 100 도까지 끓고 나면 자동으로 꺼지면서 파란불이 들어온다. 포트 안의 물은 100 도 C 이다. 포트의 몸통은 안의 물의 온도로 만질 수 없을 만큼 뜨겁다. 만지면 화상을 입을 수도 있다.



물이 끓는 동안 내내 빨간 불이 들어온다. 100 도까지 끓고나면 자동으로 꺼지면서 파란불이 들어온다. 처음보면 파란색여서 안심할 수 있지만, 잔열로 포터는 만질 수 없을 정도로 뜨겁다.

물이 끓기 시작하면서 100 도까지 끓는 동안 내내 빨간 불이 들어온다. 100 도까지 끓고나면 자동으로 꺼지면서 파란불이 들어온다. 포트 안의 물은 100 도 C 이다. 포터는 파란불로 변하였지만, 잔열로 계속하여 끓고 있다. 포트 몸통은 물의 온도로 만질 수 없을 만큼 뜨겁다



물이 100 도까지 끓고 나면 자동으로 꺼지면서 파란불이 들어온다, 파란불로 변해 보기에는 상온같지만, 몸통은 내부 물의 온도로 만질 수 없을 만큼 뜨겁다.

그런데 상온때와 같은 파란색으로 표시하고 있다. 누가 보면 파란 불이니 생각없이 포터의 몸통을 만졌다가는 화상을 입을 수 있다. 물이 끓을 때는 빨간 불이었다면, 물을 다 끓고 나서 자동으로 꺼진 후, 상온이 될 때까지는 계속하여 빨간 색, 혹은 뜨겁다는 경고로 주황색으로 유지되어 보는 사람에게 경각심을 주어야 한다. 이런 것이 없어 안전사고 위험에 노출되어 있다.

물을 끓이는데 끓이는 동안에 나는 물 끓는 소리가 시끄럽다. 감성적으로 맘에 편한 소리를 할 수 있다. 물이 끓는데 잔잔하게 끓는 소리를 낼 수 있다. 감성이 없이 배려가 없다. 소리를 감성적으로 디자인하여야 한다. 마음만 먹으면 얼마든지 할 수 있다.

상기의 항목이 개선되면 명품이 될 텐데 그런 아쉬움이 남는다. 개발할 때는 기능적으로 접근하겠지만, 이젠 소비자의 안전, 감성을 고려하여야 한다. 세상이 이미 그렇게 되었다.

# 일본 전문가 시각으로 본 중국

## 1. 일본이 한국에 계속 뒤지고 있는 의외의 분야를 아시나요?

(현대비즈니스, 2020.12.3)

일한이 “자유무역협정”으로 이어졌다



사진 1) 출처: 현대비즈니스

11 월 15 일, 일본, 중국, 한국, ASEAN 10 개국, 호주, 뉴질랜드 총 15 개국은 세계 인구, GDP, 무역액의 30%를 차지하는 거대한 FTA(Free Trade Agreement: 자유무역협정)인 RCEP(Regional Comprehensive Economic Partnership: 지역적 포괄적 경제동반자)에 서명하였다.

지금까지 한국과 일본의 양자간에는 FTA 가 체결되지 않았고, 한일 양국을 포함한 멀티 FTA 도 존재하지 않았기 때문에, 비준 등 각국의 국내절차를 거쳐 RCEP 가 발효되면 한일도 FTA 로 연결되게 된다. FTA 추진 속도는 한일 간에 큰 차이가 있었다. 1990 년대에도 한국은 일본과 마찬가지로 WTO 를 중시하고 FTA 체결에 소극적인 입장을 취해왔다. 그러나 외환위기의 충격이 마무리된 1999 년경부터 한국은 FTA 에 대해 적극적인 자세로 돌아섰다. 이번 FTA 에서는 한국의 FTA 체결 전략을 살펴보고자 한다. 일본에서는 2002 년 11 월에 싱가포르와의 FTA(참고로 일본은 일반적으로 FTA 라고 부르지 않고 EPAC Economic Partnership Agreement: 경제동반자협정)가 발효되었으나, 한국에서는 2004 년 4 월에 간신히 최초의 FTA 인 한-칠레 FTA 가 체결되었다. 또한 칠레와의 FTA 가 서명된 뒤인 2003 년 8 월에 한국 정부는 FTA 로드맵을 수립하였다. 로드맵에서 단기적으로는 일본, 싱가포르, 인도, 멕시코, 캐나다, EFTA, ASEAN 과 중장기적으로는 미국, 중국, EU 와 같은 국가와 FTA 를 체결하는 전략이 제시되었다. 단기적으로 FTA 를 맺기로 한 국가·지역 가운데 일본 및 멕시코와는 교섭은 하였으나 타결되지 못하였으며, 다른 국가·지역과는 캐나다가 조금 늦었지만 모두 체결했다. 나아가 장기적인 대상국·지역에 대해서도 EU 와는 2011 년, 미국과는 2012 년, 중국과는 2015 년에 FTA 를 체결했다. 한국은 자국과 FTA 를 체결한 국가의

GDP 를 '경제영토'라고 부르고 있다. 한국의 '경제 영토'가 전세계의 GDP 에서 차지하는 비율은 2010 년까지는 10%미만이였다. 하지만 2011 년 이후 큰 비중이 높아져 2019 년에는 76.7%를 기록했다. 더욱이 서명한 RCEP 가 향후 발효되면, 경제 규모로 보면, 한국은 세계의 5 분의 4 가 넘는 나라·지역과 FTA 를 맺는 것이 된다. 한편, 일본은 한국에 비해 주요국과의 FTA 체결이 늦어지고 있다. 한국은 미국과의 FTA 를 2012 년에 발효시킨 반면 일본은 2020 년과 8 년 정도 늦었다. EU 는 한국이 2011 년, 일본이 2019 년과 역시 8 년 정도 뒤쳐진 것이다. 그리고 중국과 한국은 2015 년에 FTA 를 발효시켰는데 반해, 일본은 RCEP 체제에서 향후 FTA 가 발효될 전망이다.

### 일본 자유화율도 낮다

또 한국의 FTA 는 일본의 FTA 와 비교해 자유화율이 높다. FTA 에 대해서는 제품 전체의 어느 정도의 비율을 자유화했는지가 중요하다. 자유화율, 즉 관세가 최종적으로 제로가 되는 품목수가 전체 품목수에서 차지하는 비중이 클수록 큰 경제효과를 기대할 수 있다. 한국측의 자유화율을 품목기준으로 보면 싱가포르, ASEAN, 베트남, 중국은 95%를 밀돌아 상대적으로 낮지만 미국과의 FTA 에서는 한국측의 자유화율이 99.7%이며 EU 도 99.6%로 높은 수준이다. 한편, 일본이 체결하고 있는 FTA 의 자유화율은 거기까지 높지 않아 한국에 비하면 충분하다고 할 수 없다. 일본은 한국에 비해 주요국과의 FTA 체결이 늦고, FTA 의 자유화율도 높지 않은데, 그 이유는 농업문제가 존재하기 때문이다. 일본은 쌀을 비롯해 보리, 전분, 설탕, 쇠고기, 돼지고기 등의 농산품에 대해 완전 자유화에는 원칙적으로 응하지 않을 태세다. 이들 농산품 등을 자유화하지 않으면 상대국은 FTA 체결에 난색을 표할 가능성이 있어 FTA 협상은 난항을 겪는다. 또한 FTA 를 체결하더라도 FTA 의 자유화율은 낮아지고 결과적으로 상대국에 대해서도 많은 제품에 대해 자유화의 유보를 인정해야 한다. 다만 한국의 농업도 경쟁력이 있는 것은 아니며 보호가 없으면 폐업을 해야 하는 농가가 많다는 점은 마찬가지이다. 그러나 한국은 농업 부문에서 반대를 누르고 자유화율이 높은 FTA 을 적극적으로 맺고 간 것이다.

### 한국에서 FTA 를 체결할 수 있는 이유

한국이 농업 부문의 반대를 억누를 수 있었던 요인으로는 한국에는 족의원이 없었기 때문. 한국에서는 1,2선의 국회의원이 많으며 국회의원 300명 중 6선이 1명, 5선이 13명, 4선이 19명에 불과하다. 대통령이 여당 총재 겸 공천권 및 자금을 모두 장악하던 시절(김대중 정부까지)에는 다선에 따른 의원들의 목소리가 커지길 꺼렸고, 몇 차례 당선한 의원은 공천을 내지 않는 경향이 있고 지금도 그 자취가 있음이 종전의 적은 이유 중 하나라 생각된다. 또 당선 횟수가 늘어나자 현지와와의 유착이 생기고 비리로 은퇴에 몰릴 의원도 적지 않았던 점도 사유로. 게다가 일본에서는 여당 의원이 다선되면 대신과 총리 대신을 목표로 하는 것도 있지만 한국에서는 장관(일본의 대신에 해당)에는 민간인이 임용되는 경우가 많고 국회 의원이 임용되는 경우는 많지 않다. 더욱이 대권을 목표로 할 경우 다선되면 유리할 게 전혀 없다. 따라서 국회의원으로서도 스텝업 차원에서 다선되어도 별 의미가 없다고 할 수 있다. 어쨌든 한국에서는 다선 의원이 적다. 또 특정 분야의 정책에 종사하면 유착이 생길 가능성이 있으므로, 의원이 소속된 국회의 위원회가 교체되는 등, 국회의원이 특정의 정책에 정통하기 어렵다. 따라서 한국에서는 오랫동안 특정분야의 정책에 종사하며 정통한 족의원이 생기지 않고, 농업 부문에 대해서도 예외는 아니다. 일본에서는 농업부문의 의견을 대변하는 족의원이 정부의 정책결정에 큰 영향력을 미치지만, 한국에서는 농업부문을 대변하는 국회의원이 없어 정부에 영향력을 미칠 수 없다. 이러한 사정도 있어, 한국은 일본에 앞서 자유화율이 높은 FTA 를 체결해 갔다. RCEP 가 서명되어 한일이 함께 참가하는 FTA 가 만들어졌지만, 한국은 일본보다 자유무역의 과실을 향유하는 상황임에는 변함이 없다.

## 2. 화제의 나이키광고로 분출... 일본을 덮는 “부인하는 레이스즘”의 정체

(현대비즈니스, 2020.12.2)

‘나는 어떤 존재?’



사진 1) 출처: 현대비즈니스

NIKE 의 광고가 화제다. NIKE 가 2020 년 11 월 27 일 공개한 2 분 분량의 영상에는 축구를 하는 3 명의 선수가 등장한다. 모두 학교에 다니는 여학생이기도 하다. 각자 축구에 몰두하는 모습이 나오는데, 그 행방을 가로막는 일상의 인종주의(everyday racism)를 포함한 어려움과 그에 대한 저항과 연대의 계기가 담겨져 있다.

아래에서는 특히 레이스즘과의 관련성 때문에 광고의 내용에 주목한다. 이들은 저마다의 어려움에 처한 일상생활을 한다. 한복을 입고 거리를 활보할 때 고개를 숙여야 한다. 화장실에서 다른 여학생으로부터 묶은 머리를 대충 만진다. 집단에 둘러싸여 가방을 끌고, 프린트가 어지럽게 흩어져, 뛰쳐나가지 않을 수 없는 것은, 집단 괴롭힘에 직면하는, 아마 ‘일본인’ 여학생이다. 각각의 곤란이 교대로 비추어져 간다. 그렇기 때문에, 어느 여학생은 스마트폰으로 ‘현대의 제일문제를 고찰한다’라고 제목을 붙인 연재 칼럼을 읽고, 또 다른 학생은 반 레이스즘을 명확하게 내걸면서 활약을 계속하는 프로 테니스 플레이어 오사카 나오미씨의 동영상을 바라본다. 하지만, 온라인 공간은 엠파워먼트의 계기를 가져오는 것과 동시에, 중상에 노출되는 리스크를 상승시키는 공간이기도 하다. 앞의 오사카 나오미씨의 동영상에 붙은 ‘그녀는 미국인? 일본인?’이라고 하는 일방적으로 정체성을 묻는 마음없는 코멘트는, 그것을 바라보는 10 대의 아스리트에게도 없고, 가차없이 꽃혀있다. 일본인이라고 생각되는 여성의 아무렇지도 않은 TikTok 의 투고에는, 중상의 코멘트가 나타난다. ‘일본인’ 여성의 곤란과 교착하면서, 인종적 마조리티가 마이너리티를 주연화(사회의 성원으로로서 받아들일 수 없다) 해, 문제화(열약한 존재로서 폄하하는) 하는 일상의 인종주의의 프로세스가 그려지는 가운데, 인상적인 ‘이야기’가 차례차례로 나타난다.

나, 혼자 떠있어? 더 친숙한 편이 좋은걸까? 여기에 있으면 안되는거야? 모두가 좋아하지 않으면 참지않으면 신경쓰는척 하지않으면..'

"그런 건 못 기다려"

그러나, 다음의 '지금까지 쪽 그랬다. 그것이 당연하다고, 생각했어'라고 하는 '이야기'를 계기로서, 영상 표현도 음악도 일거에 변전한다. 트레이닝이나 연습에 몰두하는 가운데, 이윽고 3 명은 만나, 자랑스러운 듯이 학교를 활보하는 여학생으로서, 그리고, 활약하고, 웃는 얼굴을 보이는 운동으로서 비추어져 간다. 하지만, 그런 일은 없을지도 모른다는 것은 언젠가 누구나가 있는 그대로 살 수 있는 세계가 된다고? 그렇지만, 그런 것은 기다릴 수 없어" 계속 움직인다. 자신을. 미래를. You Can't Stop Us""-----마지막에 등장하는 "You Can't Stop Us"의 US 의 부분은 "You Can't Stop Sports"의 "Sports"를 " 덮어쓰기"하는 표현이 이루어지고 있다. NIKE 의 스포츠는 인종 차별 정책이 침투하고 어려움에 찬 일상 생활에 대한 대응을 피할 수 없게 되면서도 주체적으로 활약하는 선수들의 것이라는 선언과 인종적 마조리티/마이노리티를 가릴 것이 아니라 각각의 선수의 전도를 막는 인종 차별 정책을 비롯한 어려움에 대한 저항과 연대를 권유하는 — — 그리고 그 도구로서의 자사 제품 구매로 초대 — — 시각적 메시지가 해방되어 있다.

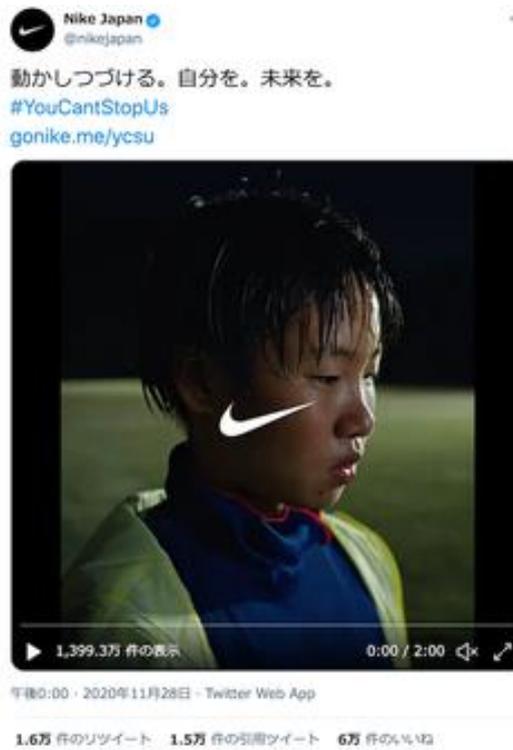


사진 2) 출처: 현대비즈니스

이 광고가 보는 이의 가슴을 울리는 소구력을 가지게 된 것은 정중하게 당사자들의 경험이나 상황, 모습에 대한 청취 등을 실시한 것처럼 보여지는 세세한 표현이 여기저기 박혀 있기 때문이다. 물론, '곤란을 안은 '소비자'의 성공스토리'를 그리며 자사의 제품을 매출해 나가는 수법은 새로운 것은 아니다. 하지만, 현대 일본 사회에 있어서 레이시즘에 대한 저항을 명확하게 밝힌 광고 표현이 좀처럼 보이지 않기 때문에, 그 소구력은 배증되고 있다. 즉,"부재"에 의해서 반 인종 차별 정책의 주체로서 NIKE 이 선명하게"눈앞" 하고 있다. 혹은 NIKE 의 광고"눈앞"에 의해서, 일본 사회의 액정 화면부터 거리에 이르기까지 존재하는 엄청난 상품·서비스의 광고 표현에 인종 차별 정책에 대한 저항이 없다는 "부재"을 역력히 감지됐다고 할 수 있다. "그런 거 기다릴 수 없어"" 움직이는 "이라는 메시지에 의해서, 10 대

선수들이 저항할 수밖에 없는 일본 사회의 인종 차별 정책에 의한 지속적인 어려움을 예상시킴으로써 광고를 목격한 사람들을 반 인종 차별 정책 프로젝트에 참여하는 기운을 높이고 혹은 그 필요성이 제기되고 있는 점도 주도라고 생각한다. 일본 사회에서 NIKE 을 입는 것은 이제 반 인종 차별 정책 프로젝트에 참여하는 계기인 것이다. 2 년전에, 레이시즘에의 항의를 표시하려고 국가 제창으로 일어서지 않았던 NFL 선수 캐퍼닉을 광고에 기용한 것에 이어(참조 "나이키 신광고에 미식축구선수 무릎 꿇고 인종차별에 항의"), 이번에는 무대를 일본사회로 하여, NIKE 가 차낸 공은 확실히 일본사회에 살고 있는 우리들의 발밑에 왔던 것이다.

## 여섯 개의 포인트

Nike Japan 의 트윗에는 많은 코멘트가 올라오고 있다

이 광고에는 찬사가 쏟아지고 있고 그 자체가 보도되기도 한다. 애슬리트에 대한 차별, 집단따돌림을 그리는 나이키의 동영상에 가슴을 친다. 그러나, 한편으로, 상기의 광고가 첨부된 NIKE 의 트위터의 투고에는, 폭풍과 같은 욕설로 둘러싸인 경우도 있다. 그것들을 인용하는 것은 매우 망설여지지만, 일례를 든다면, [일본사회에 인종차별은 없다, 왜냐하면 자신의 신변에는 존재하지 않았기 때문이다]라는 코멘트이다. 이 코멘트를 시작으로, NIKE 에 전해진 수많은 코멘트는, 우리들에게 일본사회의 인종차별에 대해 생각하기 시작하기 위한 단서를 몇 개나 주고 있다. 열거한다. -----(1) 현대 일본 사회에 인종차별은 존재한다. (2) 일본의 레이시즘은 다양한 루트를 가진 사람들의 미래를 빼앗으려 하고 있다. (3) 광고는 인종차별을 부인하고 싶은 사람들에게 동요를 주고 있다. (4) 인종차별의 부인과는 신경 쓰지 않아도 되는 사람들=마조리티의 특권의 행사이다. (5) 자신의 주위에서 인종차별이 없다. 라는 것은 (일본 사회에 레이시즘이 있다)는 것과 양립하기 때문에 논점 모두 의의있는 발전일지도 모른다. -- -- -- -- 영성한 부분도 있지만 우선은 차례로 확인한다

(1)현대 일본 사회에는 인종 차별이 존재하는 영상 작품에 접수된 부정적인 코멘트가 인종 차별의 증거이다. 왜냐하면 일상의 인종 주의(everyday racism)이란 먼저 지적한 주변화 문제화뿐 아니라 "그것은 별 문제는 아니다"와 문제를 왜소화했거나 아예 문제의 존재를 부인하는 "억압"의 프로세스이기 때문이다. 오히려 현대 사회에서 인종적 마조리티가 "우리는 레이 시스트가 아니다"라고 부인하면서 인종 차별을 하는 것은 인종 차별 정책 연구에서 지적되고 온 것이다. 현대 일본 사회에는 "부인하는 인종 차별 정책"이 존재하는 것을, 코멘트 군은 그 존재 자체에 의해서 밝히고 있다.

(2)일본의 인종 차별 정책은 다양한 통로를 가지는 사람그들의 '미래'를 빼앗으려고 하는 영상 작품에 비춰진 수많은 곤란도, 투고에 전해진 코멘트도, 애슬리트의 만전한 퍼포먼스나 학생으로서의 풍요로운 생활을 훼손하는 것이다. 그것들은 모두, 마이너리티의 '현재'와 '미래'를 빼앗으려고 시도하는 것이다. 그것은 마이너리티의 주변 사람들의 '현재'와 '미래'를 빼앗는 것이기도 하다. 또 그 소수자가 선수라면 그 몸 기예에서 반복되는 퍼포먼스에 갈채를 보낼 것이었다, 마이너리티 마조리티를 포함한 모든 사람들의 "현재"과 "미래"를 빼앗는 것이기도 하다.

(3)광고는 인종 차별을 부인하고 싶은 사람에게 흔들림을 주고 있는 구조적 불평등, 불공정로부터 불이익이 생기지 않는다(혹은 이익이 초래된다). 사회적 위치에 자리 잡고 있기 때문에 사회 문제와 차별 현상을 "신경 쓰지 않고 사람들"이 일본 사회의 마조리티(다수파)인(케인 우에하라 편 『언급 사회학』 2019, 케인 2020"『인종 차별에 번뜩 생각이 안 떠올라』 일본인은 큰 특권이 있다는 현실"). 그런 의미에서 마조리티는 구조적 불평등과 불이익에 의해서"신경 쓰지 않고 특권"을 부여받고 있는 존재이다. NIKE 의 광고는 특권을 가진 마조리티에 동요를 주고 있다. 왜냐하면 그들이 마조리티인 이유가 구조적 불평등,

불공정하게 의거함으로써 비로소 가능하게 되고 있음을 NIKE의 광고가 선명하게 드러내고 있기 때문이다. 마조리티에게 자신의 포지션이 구조적 불평등, 불공정에 의해서 성립되고 있다는 "기분 나쁨"에서 "탈각"하려면 사람들을 마조리티화/마이너리티화시키는 구조를 시정할 수밖에 없지만, 사회 문제와 차별 현상을 왜소화·무효화한다는 부인이 "손쉬운 방법"으로 채용되기 십상이다."일본 사회에 인종 차별은 없다" "NIKE는 일본 헤이트의 CM을 제작한" 것과 같이 실제로 발생하는 인종 차별 정책의 존재를 정면으로 부인하고 광고의 문제 제기과 영화상 표현을 굳이 거스르고 이해함으로써 부인하든, 이러한 "손쉬운 방법"을 채용하게 할 정도로 NIKE의 광고는 임팩트 있었다고 할 수 있다.

(4)인종 차별의 부인은 "신경 쓰지 않고 사람들=마조리티"특권의 행사인 원래 구조적 불평등, 불공정으로 사람들은 마조리티화·소수자화 과정에 휘말리면서 각각 분류된다. 마조리티와 소수자의 관련성은 고정적이고 이항 대립적인 것이라기보다는 그라데이션도 있고 심지어 어떤 "축"으로 마조리티성/마이너리티성을 잡느냐에 따라서도 보통 수단에서 논하는 것은 아니다. 왜냐하면 사람들을 둘러싼 차별에는 의사 과학적인 "인종"라는 구분에 따른 것이나, 젠더, 성적 장애, 층층, 지역간 격차 등, 다양한 불평등·불공정이 관계되기 때문이다. 그리고, 각각의 불평등과 불공정이 얽힌 가운데, 상대적으로 '신경 쓰지 않아도 되는 특권'이 부여되는 포지션에 자리 매김되는 마조리티와 그렇지 않은 마이너리티가 나타난다. 그러므로, 억압받는 마이너리티가 있고, 그 궁상이 밝혀졌을 때에, 그것을 부인하는 것은, 불평등·불공정에 의거한 특권의 행사로 파악된다.

(5) '자신의 주위에서 인종차별이 없다'는 것은 '일본 사회에 애당초 레이시즘이 생기고 있다'는 것과 양립하는 장소이다. 일본사회에 레이시즘이 존재하는 것은 구체적인 보도를 포함하여(참조 '직장의 흥내' 파견지는 차별 그만'), 계속 지적되어 왔다(스기타 슌스케, 사쿠라이 신에이 편 2019 『대항언론』 호세이 대학출판국, 양영성 2020 『레이시즘이란 무엇인가』 지쿠마 신서). 따라서 '인종차별은 없다'는 언명이 내려지는 사태가 있는 것이야말로 '자신의 주위에서 인종차별이 없다'는 것과 '일본사회에 레이시즘이 있다'는 것을 양립시켜 버리는 증거이다. 따라서, 원래 차별이란 '나도 할지도 모르는' 것으로 파악하는 편이 적절하다. 그러므로 매우 귀찮은 현상이다. 다소 사족이지만 혹시 만일 "차별이 없어지나요?"라는 질문이 접수된 경우 응답하는 측은 "모든 차별을 지각하는 것도 반대로 모든 차별이 해소되었다는 것을 지각하는 것도 물리적으로 불가능하므로 우선은 찾는 대로 차별을 지적하고 비판하고 개입하고 자성할 수밖에 없다"라고 응답하는 것이 요구되게 생각한다.

(6)인종 차별에 저항하는 마조리티도 존재하는 NIKE의 광고에 전해진 코멘트 모두 비난이 아니다. 광고로 엔파워먼트된 소수자의 목소리가 볼 수 있으면 특권을 부여된 마조리티의 자성과 함께 반 인종 차별 정책에 대한 목소리를 높이는 많은 사람들의 목소리도 보인다. 불평등, 불공정으로 사람들이 마조리티화/마이너리티화되기 때문에, maturity가 그 '특권을 적절하게 행사(혹은 '이양한다')함에 따라 불평등·불공정을 초래하는 사회구조가 변용할 수 있다. 'minority가 능동적인 주체로서 목소리를 높이는' 것이 우선되어야 하는 상황도 있을 것이다. 'minority가 특권을 적절히 행사한다'가 요구되는 경우도 있을 것이다. 이러한 시사점도 NIKE의 광고 하에 제기되고 있다. 이상의 6가지 사항이 NIKE에 접수된 코멘트가 시사하는 현대 일본사회의 레이시즘에 대해 사고하기 위한 기본적인 단서이다.

## 짓 뜯긴 다이버시티

한편, NIKE가 차낸 공이 확실히 현대 일본 사회의 레이시즘에 대해 시사를 주는 것이라고 해도, 아니, 오히려 그렇기 때문에, 생각해야 하는 것이 있다. 그것은 다양성·매니지먼트와 "부인하는 인종 차별 정책"와의 연관성이다. 다양성·매니지먼트의 정의는 그것만으로 별고가 필요하지만, 우선, 본고는, "기업이 다양한 이해 관계자에게 상품·서비스를 제공하거나 다양한 성원을 기업의 중요 직책에 등용함으로써

이익을 창출하는 경영 방법이나 체제"의 함의에 간직하다. 왜 이런 논점을 꺼내는가 하면 얼마나 NIKE의 광고가 "다양한 사람들의 생활 안전과 직결된 반 인종 차별 정책적 광고에서 멋진 "것이라고도 1997년 스웨트 슈트 문제처럼 이제는 기업의 사회적 책임을 묻는 전형적인 예로서 거론할수록 노동자를 착취했던 과거가 사라지는 것은 아니고(참고"미국 나이키가 고난 끝에 배운 CSR 는?"). 무엇보다 일본의 미야시타 공원에서 시부야 구와 함께 노숙자 강제 퇴거에 연루된 것은 너무도 기억에 새로운(참조"호모 내셔널리즘과 스포츠 메가 이벤트: 밴쿠버 2010 부터 도쿄 2020 올림픽까지 "). 즉 기업의 다양성·매니지먼트란 이익을 낳는다. "길들여 익숙하게 만들 수 있을 다양성"을 찬양해야 할 "다양성"으로 선별하고 그로부터 이익을 창출하는 한편 기업에 이익의 원천으로 찾을 수 없는 소수자의 착취와 억압·배제를 실행할 때 기업이 자기 보신을 꺾하다 때문에 "선별된 마이너리티"을 "방패" 할 때가 있는 것이다. 이런"치기리토라된 다양성"이라고 불러야 할 방법은 기업이나 행정인 사람들이 소수자화되는 불평등, 불공정에 의거,"창조"에 관련된 비판 받을포인트를 여럿 안고 있다(참조 '따라서 다이버시티--오오사카 나오미 선수가 가시화한 사람들'). 따라서, NIKE 광고의 '훌륭함'을 가지고, NIKE 를 전면적으로 긍정하는 자세는 발밑을 잡혀질 가능성을 가진다. 따라서, '일본사회에서 NIKE 를 몸에 걸치는 것은, 이미 반 레이시즘의 프로젝트에 참가하는 계기'일지도 모르지만, 다른 사회문제나 차별현상에 가담하는 계기가 될 수도 있다.



사진 3) 출처: gettyimages

**소구력(訴求力)을 가진 것은 비판받아야 할**

하지만 이런 "실은 다양성·매니지먼트는 위험"하다고 비판하더라도 애당초"반 인종 차별정책을 내세우는 다양성·관리도 충분히 이뤄지지 않고 있다"라는 현대 일본 사회의 상황에서는 다양성·매니지먼트 비판 자체가 공전하는 "불안함"도 있다. 오히려 이런 어설픈 상황이기 때문에 NIKE의 광고는 호소력 있어 버린 것이다. 그것은 일본 사회의 다양한 기업이 인종 차별 정책에 대해서 명확하게 대처하지 않는 "신경 쓰지 않고"것처럼 서서 행동하고 왔다는 문제를 시사하고 있다. 그것은 기업이 "인종 차별 정책에 저항하지 않는다"것으로, 소비자와 종업원이 가져올 수 있는 인종 차별의 가해성의 부인인, 본고에서 지적했다.

"부인하는 인종 차별 정책"과 상보적 관계에 있는. 그러므로 현대 일본 사회에서 NIKE 의 광고가 호소력을 가진 것 자체가 비판의 대상이 되어야 한다. 왜냐하면 NIKE 의 광고의 호소력을 낸 것이야말로 "부인하는 인종 차별 정책"을 포함하고 일본 사회의 일상 생활에 침투한 인종 차별 정책과 그것을 뒷받침하는 불평등, 불공정하고 있기 때문이다. NIKE 의 광고에 관련된 사람들이 차 낸 공은 NIKE 신발을 신는지 여부를 생각하는 소비자의 발밑과 일본 사회에서 전개하는 모든 기업의 발밑에서나 뒹굴고 있다. 다음에 공을 차는 전에, 아니, 이제 눈앞에서 인종 차별 정책은 발생하고 있으니 일단 차기 시작하면서도 한 상품·서비스를 구매하는 몸에 두른 것과 인종 차별 정책에 저항하는 일의 다의성과 거리감에 대해서 생각하지 않으면 안 된다. 그것은 별로 NIKE 가 설치되어 있는 수법이 넓다신고 난타하는 사람들을 고객으로 아예 버리고 있을 가능성이 있기 때문만은 아니고(참고"인종 차별을 정면으로 묘사한 나이키의 CM 은 왜 만들어졌는지"), 찬반 양론 어느 쪽이든 SNS 에서 화제성을 확보하는 것 자체가 기업 이익에 직결하는 커뮤니케이션 자본주의적인 것이기 때문이라도 없는(이토 마모루 편 2019『 커뮤니케이션 자본주의와 < 공통 >의 탐구 — 포스트 휴먼 시대의 미디어론』 도쿄 대학 출판회). 어쨌든, 인종 차별 정책은 다양한 형태를 취하는 때문이다. NIKE 의 공을 차기 시작하면서 기업"중"의 인종 차별 정책에 눈을 향하(참조"인종, 국적에 철없는 언동"레이셜 해리스 먼트"가 기업으로 과제에 ")차별이나 배제라는 입장에서 제도를 만들지 않는 "이라고 설명하는 문부 과학성 담당 과장의 코로나 사회에서 레이시즘을 부인하는 말을 놓치지 않고(참조 급부금 지급, 조선대 배제에 항의) 10 대도 안 된 여덟 살 소녀가 제도에 의해 인생을 파괴당할 뻔한 불평등 불공정에 목소리를 낼 필요성도 있기 때문이다. 어찌됐든 공은 차여질 때를 기다리고 있다.



사진 4) 출처: gettyimages

### 3. 중국 “일대일로” 구상, 경제-정치 두 시각에서 본 향후 전망

(겐토샤 골드온라인, 2020.12.2)

2013 년에 중국·시진핑 국가 주석이 제창한 ‘일대 일로 구상(BRI)’. 연선제국·지역의 기대를 모으는 한편, 프로젝트를 둘러싼 충돌이나 채무누적의 염려에 의한 부정적 평가, 심지어 주요국으로부터 정치적 야망이라는 경계의 소리가 오르는 등, 여러 나라의 BRI 에 대한 해석 방법, 평가는 다양하다. 이번 팬데믹을 받아 중국이 BRI 를 어떻게 전개해 나갈지, 관계 각국이 주목하고 있다. 본 기사에서는 BRI 의 향후 전개에 대해서 불확실요인을 바탕으로 경제·정치 양면에서 고찰한다. 본고는 필자가 개인적으로 정리한 것이다.

#### 투자 수요가 증대되는 의료·공중 위생서비스 분야



사진 1) 출처: PIXTA

2020 년 11 월 25 일의 게재 기사, 『코로나사태는 ‘일대 일로’ 구상을 어떻게 바꾸어 가는가?』에 이어 팬데믹이 BRI 에게 주는 영향에 대해 해설한다. 의료 분야의 수요증가와 민간부문의 역할 확대 중국 내외에서의 의료·공중위생 서비스 분야에 대한 투자 수요가 증대하고 있다. 특히 연선 제국·지역의 상당수는 원래 의료 인프라가 갖추어지지 않고, 팬데믹의 영향으로 중국의 의료기술 관련 기업이 진출할 기회가 증가한다. 중국은 감염 상황의 파악에 AI(인공지능) 등 최신 기술을 활용하고 있지만, 벌써 인도나 타이 등, 이것을 본받아 스마트 시티 건설을 계획하는 연선 제국도 있어, 거기에 중국과기 공사가 투자를 시작하는 움직임도 있다. 알리바바, 화웨이, 텐센트 등 정보통신 관련 거대기업은 이미 BRI 로 위상을 높이고 자금차를 메우는 등 융자기능도 갖게 돼 있어 이런 경향이 강해질 것이라는 예측도 있다. 민간부문이 가장 투자 리턴이 높다고 간주하는 프로젝트는 국제 공급망과 관련되어 있는 경우가 많아, 구체적으로는 생산기지를 중국에서 보다 생산비용이 낮은 국가·지역으로 이전하는 한편, 소비기지로서는 중국내와 BRI 연선 국가·지역의 시장을 노리는 프로젝트가 될 것이다.

**BRI 연선 국가 대출 2020~2021 년 상환 시한**

채무 변제 문제 2015, 16 년에 BRI 연선 제국에 공여된 용자의 상당수는 원본·이자의 변제 유예 기간이 5~6 년으로 설정되어 있기 때문에, 20, 21 년에 변제 기한을 맞이한다. 팬데믹으로 채무국이 경제적 타격을 받는 가운데 변제가 되어, 중국 당국은 신규용자보다 이 변제 처리에 분주할 우려가 있다. 중국 당국의 대응으로 일부 소규모 무이자 대출의 상환을 면제해주면서 기본적으로는 (때로 금리 변경 등 계약조건 변경이나 재용자를 동반한) 상환 기한을 연장하는 선택지가 취해질 것이라는 예상이 많다. 서방 싱크탱크 Rhodium 의 추계에 의하면, 지금까지 재협상으로 변제 유예로 한 것이 58%에 달한다(더 교섭중의 것을 제외하면 73%) 중국 학자로부터도 '중국은 채무 문제를 해당국의 경제발전을 통해서 해결하려고 하는 입장. 단순한 채무면제는 해당국의 장기적인 발전에 있어서 오히려 마이너스. 대아프리카 무이자 용자 외에는, 채무면제는 별로 없을 것이다'라고 견해가 나와 있다(중국 상무부 국제 무역 경제 협력(협력) 연구원 소웨이 부연구원이 중국 관제 미디어 환구 시보 지상에서 5 월에 주장). 중아 특별 서밋에서의 시주석 발언도, 무이자 용자의 변제 면제와 그 외의 변제 기한의 연장을 언급했다.

**채무문제의 '국제적 리더십' 속셈**

외교정책적 관점 첫 번째로 팬데믹으로 큰 경제적 타격을 입은 연선제국이나 지역에 대해 BRI 를 통해 원조하는 심리적 한계효과가 높아지고 있다고 생각되므로(즉 곤란한 상황 하에서는 작은 원조라도 이전보다 상대방으로부터 큰 평가를 받을 것으로 기대된다), 중국 당국이 그러한 원조는 효과적인 외교전략의 일환이라고 판단할 가능성이 있다.

둘째, 미국 트럼프 행정부는 홍콩 국가안전유지법이나 무역 문제에 더해 팬데믹을 '중국 바이러스'라고 규정하고 중국과의 긴장을 고조시키고 있다. 2020 년 8 월, 대 중국 제재의 일환으로, 미국 기업과의 거래를 금지하는 기업 리스트에, 남지나해에서의 인공섬 등 (미국이 말하는) 군사 관련 시설의 건설에 중요한 역할을 완수하는 중국 기업 24 사를 추가했는데, 그 중에 BRI 프로젝트로 중심적 역할을 완수하는 국유기업인 중국 교통 건설 산하의 5 사가 포함되었다. 이에 따라 중국은 반대로 미국 제재에 대항하는 관점에서(즉 제재에 굴하지 않거나 제재의 영향은 없음을 보여주기 위해) BRI 를 굳이 추진할 가능성이 있다.

셋째, 채무의 뒷 비판의 행방이다. 팬데믹이 발생하기 이전부터 스리랑카에서의 함반토타항 프로젝트(※1)를 전형적인 예로 들어 '중국의 BRI 는 상대방을 채무의 함정에 빠뜨리는 외교'라는 국제적 비판이 있지만 영국 왕립 국제문제연구소(통칭 채텀하우스)는 20 년 3, 8 월의 리포트에서 스리랑카에 대해 '프로젝트마다 그 스리랑카 경제에 주고 있는 영향은 크게 다르다. 예를 들면 콜롬보 국제 화물 터미널 등, 큰 이익을 가져오고 있는 프로젝트도 있다' '스리랑카가 안는 문제는 대외 채무 총액이 부풀어 오른 것으로(18 년 347 억달러, 대 GDP 대비 39%), 대 중국 채무(동 50 억달러, 5.6%)만이 특별히 문제가 되는 것은 아니다(※2)', 또 일반론으로서 'BRI 는 지정학적 프로젝트가 아니고 경제 프로젝트' '프로젝트는 요청 베이스로 행해지고 있어 요청한 국가가 프로젝트의 실효성, 재무상의 지속 가능성을 보증해야 하는 것이다'라고 지적(※3). ※1 2016 년말까지의 누계 적자 3 억달러를 조금 넘는 것으로 보인다. 17 년에 중국의 국유기업인 초상국 항만에 운영권을 양도. ※2 스리랑카의 대외 채무는 2012 년 237 억달러(GDP 대비 34%)에서 2018 년 347 억달러( 39%), 이 가운데 대중국 채무는 22 억달러(-3.2%)에서 50 억달러(-5.6%)로 증가했다. 18 년의 대중국 이외에는, 일본 34 억달러, 기타 바이(2 개국간) 채무 22 억달러, 국제기관 79 억달러, 금융시장(스리랑카가 발행한 국제채의 외국인 투자가 보유) 162 억달러(스리랑카 재무성·중앙은행 통계). ※3 채텀하우스 리포트의 저자 중에는, 스리랑카 정부하의 싱크탱크에 소속된 동국학자가 들어있는 것에 주의. 서방선진국 싱크탱크가 발표한 리포트로서 중국 당국에 있어서 편리한 내용으로, 환구시보등이

빠짐없이 이것을 중국 내외에 소개하고 있는데, 중국에 대한 "채무의 함정" 비판이 선진국 중에서도 한 겹바위가 아님을 나타내고 있다. 중국은 팬데믹을 받아 G20 가 20 년 4 월에 합의한 채무 지불 유예 이니셔티브(※4)에 참가하는 것을 약속하고 있으며, 또 선진국 중심으로 도상국의 채무 변제 문제를 검토하는 파리 클럽과의 협력도 필요하게 될지도 모른다. 중국은 팬데믹을 채무 문제에서 국제적인 리더십을 발휘할 절호의 기회로 삼을 가능성이 있다. 향후, 국제사회에서 '채무의 함정' 비판이 한층 더 높아질지 여덟지는, 국제적 골조 안에서 중국이 채무 문제로 어떠한 대응을 해 나갈지에도 좌우되게 될 것이다. Debt Service Suspension Initiative(DSSI). 최빈국에 대해 2020 년 5~12 월에 기한을 맞이하는 공적 채무의 상제를 일시적으로 유예. 20 년 9 월의 G7 성명은 기한 연장에 합의해, 또(중국 국가 개발은행등을 염두에 두고) '몇개의 나라가 국유로 정부의 관리하에 있는 은행을 상업은행으로서 분류해, 공적 채권자와 동등의 취급을 하고 있지 않다'라고 비판. 그 후, 10 월의 G20 성명에서 6 개월 연장을 합의. 또 G20 성명에서는, 아마도 중국등과의 조정의 결과라고 생각되지만, G7 성명에서의 상기 비판이 '모든 공적인 2 개국간 채권자는, 완전하고, 투명성 높게, 이 이니셔티브를 실시해야 한다'라는 문언으로 수정되었다. 국제금융협회(IIF)의 2008 년 5 월 추계에서는 DSSI 대상국의 대외채무 전체 중 25% 이상이 대중국 채무. 또한 서방 씹크탱크 Rhodium Group 의 추계에 의하면 DSSI 대상국의 20~24 년에 상환기한이 도래하는 대중 채무는 530 억달러, 상환 총액의 약 25%, 68 개국에 달한다고 하며, 그 중 상당수가 BRI 관련으로 보인다.

#### 경제요인-정치외교요인 어떻게 판단하나

이상, 경제적 관점에서는 (1)중국 자신과 BRI 연선 국가·지역이 팬데믹으로 받은 큰 경제적 타격, (2)국내적으로는 금융 리스크 저감을 위한 딜레버리지의 계속·강화에 의한 자금 압박, (3)국제사회의 '채무의 함정' 비판, (4)지금까지의 BRI 용자가 변제를 맞이하는 것에 대한 대응에서 어느 쪽인가 하면, BRI 를 가속시키는 것에는 신중해지는 요인이 많으며, 그 중에서 리턴이 확실하고 지정학적으로도 중요한 동남아시아를 보다 중시한다는 선택적 전략을 취할 가능성, 또한 민간 부문의 관여와 의료 분야의 협력과 협력의 폭이 크다. 한편 정치외교적으로는 중국이 신형 코로나의 팬데믹을 거친 현재의 정세에서 연선 국가나 지역에 대한 영향력을 높이는 수단과 미국에 대항하는 수단으로 BRI 추진을 가속화하는 것을 생각할 수 있다. 다시 말해 중국 당국이 경제 요인과 정치 외교 요인을 어떻게 판단해 저울질하느냐에 따라 향후 BRI 협력이 가속화될지, 반대로 제동이 걸릴지가 결정될 것이며 협력 방식도 크게 달라지게 된다.

#### 4. Libra 가 드디어 런칭, 구상시와 현재의 차이는? (ImpressWatch, 2020.12.1)

암호 자산·블록체인에 관련된 많은 뉴스 중에서 놓칠 수 없는 화제를 픽업. 일주일 분량의 최신 정보에 해설과 함께 왜 중요한지 필자의 고찰을 전해보겠습니다.

##### Libra 가 드디어 런칭

2019 년에 그 전모가 밝혀져 큰 화제가 되었던 Facebook 주도의 Libra 가, 최단 시일 내에 2021 년 1 월에 론칭할 예정으로 밝혀졌다. Libra 는, 구상 발표 직후에 각국의 규제 당국으로부터 거듭되는 지적을 받아 대폭적인 방침 전환을 피할 수 없게 되었다. 구체적으로는 여러 개의 법정통화를 담보로 한 다른 통화 바스켓형 스테이블코인을 포기하고 단일 통화마다 발행하게 되며 우선 미국 달러를 담보로 발행하는 것이다. 운영은 계속해서 Libra 협회가 실시하며 스위스의 제네바에 본거지를 두고 있다. 스테이블코인을

발행하기 위해서는 스위스 금융시장감독국(FinMA)에서 라이선스를 취득해야 했는데, 이에 목표가 컸을 가능성이 높다. 후반 파트에서 Libra 구상 시와 현재의 차이에 대해 정리하고자 한다. 참조 소스 페이스북 주도 암호화폐 리브라, 최소 21년 1월 론칭인가=Financial Times 보도



사진 1) 출처: ImpressWatch

### 비트코인 회의파 인사들이 미 재무장관으로

속속 드러나는 바이든 정권의 인사지만 이번 주는 암호자산업계에서 가장 연관성이 깊은 재무장관 자리가 채워졌다. 미국 연방준비제도이사회(FRB)에서 사상 첫 여성 의장을 지낸 옐런 씨가 기용될 것으로 보인다. 재무장관으로서도 여성 최초. 옐런 씨는 암호자산에 회의적인 자세를 가진 인물로 알려져 있다. 2017년에는 비트코인을 매우 투기적인 자산이라고 언급하며 결제시스템에서의 역할은 매우 작다는 견해를 보였다. 그 밖에도 FRB에서 의장을 맡은 5년간, 매년처럼 다음과 같은 발언을 반복하고 있다. 2014년: 'FRB가 비트코인을 감독 및 규제할 수 없다.' 2015년: '어떤 혁신도 기본적으로 억제해서는 안 된다.' 2016년: '블록체인은 기존 결제 시스템에 큰 영향을 미칠 가능성이 있다.' 2017년: 'FRB는 비트코인에 대해 어떠한 규제도 하지 않는다. 한편, 비트코인 관련 사업자에 대한 규제를 적절히 정비해야 한다.' 2018년: "나는 비트코인 팬이 결코 아니다. 비트코인의 결제는 매우 적고, 그럼에도 불구하고 대부분 불법이다." 블록체인과 같은 테크놀로지의 혁신은 권장하면서도 비트코인에 대해서는 회의적이다. 여기에는 일본은행과 같은 역할을 담당하는 FRB에서 의장을 맡았던 입장도 관련될 것이다. FRB의 관할에는 암호자산업계와의 관련성이 높은 규제당국이 복수 존재한다. 예를 들면 금융범죄단속네트워크(FinCEN)나 통화감독청(OCC), 미국 내국세청(IRS) 등을 들 수 있다. 이번 대통령 선거의 영향으로 의회는 이른바 비틀림 상태에 빠질 것으로 예상된다. 암호자산업계뿐 아니라 예산편성 등 중요 국면에서 재무장관의 조정력이 시험받을 것이다.

### 이더리움 2.0으로 가는 첫걸음

2020 년 최대 토픽으로 꼽을 수 있는 빅뉴스를 소개한다. 웹 3.0 시대의 모든 기반시스템인 이더리움이 '이더리움 2.0'을 향한 첫 걸음을 내딛는다. 이번에 이더리움 2.0 의 단계 0 에 해당하는 'Beacon Chain'을 가동시키기 위해 필요한 524,288ETH(300 억엔 이상)가 무사히 공급되어 최초의 블록인 '제네시스 블록'이 12 월 1 일부터 형성되게 되었다. 이더리움은 낮은 처리성을 의미하는 '스케일러빌리티(scalability) 문제'에 시달리고 있어 현 상태로는 많은 애플리케이션을 처리할 수 없다. 거기서 진행되고 있던 것이, '이더리움 2.0'을 칭하는 대형 업데이트다. 크게 4 개의 국면으로 분류되어 약 5 년간의 기간을 들여 론치전의 개발이 진행되어 왔다. 이번 주, 드디어 그 첫걸음이 되는 단계 0 이 스타트한다. 단계 0 을 스타트시키려면, 시큐리티의 관점에서 앞에서 서술한 52 만 ETH 이상이 시장에서 이더리움 네트워크에 공급될 필요가 있었다. 이 조건을 무사히 클리어 한 것으로, 단계 0 가 개시된다. 덧붙여 제공된 52 만 이상의 ETH 는, 단계 1.5가 실장될 때까지 끌어낼 수 없다. 여기까지 약 5 년간 걸린 것을 가미하면 이 52 만 이상의 ETH 를 끌어 내는데 35 년간은 필요로 하는 것은 아닌가. 이것은 즉 약 300 억엔 이상의 ETH 의 매도 압력이 단번에 줄어 든 것을 의미한다. 최근 몇일의 ETH 의 가격 인상은 이 영향을 근거로 한 것이었다고 말할 수 있을 것이다.

### 이번 주의 왜 라브라는 왜, 어떻게 바뀌었나

이번 주는 Facebook 주도의 Libra 나 이더리움 2.0 에 관한 토픽을 다루었다. 지금부터는, Libra 의 변화에 대해 해설과 필자의 고찰을 말하겠다.

【정리】담보 자산을 복수 통화에서 단일 통화로 변경 운영을 담당하는 Libra 협회의 면면이 완전히 Libra 에 남겨진 과제에서는, 새로운 해설과 함께 필자의 고찰을 설명해 나가자. 농구형에서 단일형으로 작금의 CBDC 논쟁의 불씨가 된 Libra 는, 2020 년은 완전히 자취를 감추고 있었다. 규제 당국으로부터의 지적을 받아 구상시의 것부터 설계를 크게 변경할 필요가 없게 되어 버렸던 것이다. Libra 구상시와 현재의 차이에 대해 정리해 나가고 싶다. 우선은 담보자산에 대해서다. Libra 는 스테이블 코인이기 때문에 어떤 자산을 담보로 하여 발행된다. 구상할 때는 농구형 스테이블코인으로 불리며 여러 나라의 통화(USD/EUR/GBP/JPY)를 담보로 할 예정이었으나 현재는 각 통화에 대해 Libra 를 개별적으로 발행하는 단일형 스테이블코인으로 되어 있다. 예정된 담보 자산은 미국 달러(USD) 유로(EUR) 영국 파운드(GBP) 싱가포르 달러(SGD)다. 구상시부터 일본엔(JPY)이 제외되고 싱가포르 달러(SGD)가 추가된 형태가 되고 있다. 담보자산의 방침 전환은 바스켓형의 경우 어느 Libra 가 어느 자산을 담보로 발행되었는지 불투명해져, 자금세탁의 온상이 되어 버릴 가능성을 지적했기 때문이다. 달라진 Libra 협회 Libra 가 이토록 큰 화제가 된 이유는 Libra 를 운영하는 Libra 협회의 면면이 무시무시했기 때문이다. 발표 시점에는 총 28 개의 기업·단체가 가맹을 표명하고 있으며, 2020 년까지 100 개 단체를 목표로 한다는 방침을 밝혔다. 당시에는 PayPal, MasterCard, VISA, Airbnb, Uber, Spotify, ebay, a16z 와 같은 쟁쟁한 인물에 충격을 받은 것으로 기억한다. 현재는 위에서만 봐도 PayPal, MasterCard, VISA, Airbnb, UberCard 가 탈퇴해 발표 당시만큼의 충격이 없어졌다. 2020 년이 저물고 있는 현재도 가맹기업·단체는 총 27 개에 그치고 있다. 탈퇴가 잇따른 이유는 Libra 협회에 가입되어 있다는 이유만으로 자사 및 본업 서비스에도 악영향을 미칠 수 있다는 우려를 표한 기업이 많았기 때문이다. 그 만큼, 당시 라브라가 받은 규제 당국의 지적은 격렬했던 것이다. Libra 가 클리어 해야 할 최소 과제 2021 년의 론치가 예정된 Libra 이지만, 아직 클리어 해야 할 과제도 많이 남아 있다. 그 중에서도, Libra 를 관리하기 위한 지갑(Novi(노비)이라고 하는, 구 Calibra(카리브라))를 제공하기 위한 대처가 중요하다. 지갑의 개발 자체는 이미 마쳤다고 하지만, 미국에서 서비스를 제공하려면 주 마다 총 50 개의 라이선스를 취득하지 않으면 안 된다. 또한 Libra 가 규제 대응에 쫓기고 있던 2 년간, DeFi 시장의 열기에 의해서 많은 스테이블 코인이 탄생한 것도 장애물이 될 것 같다. Libra 만이 이와 같이 규제 대응에 쫓기고 있는 것은, 그 영향력이 크기 때문이며, 향후에도 계속될 것이

예상된다.

## 5. 압도적으로 “성교육 후진국”인 일본에서 지금 “어른의 재배움”이 필요한 이유 (현대비즈니스, 2020.12.1)

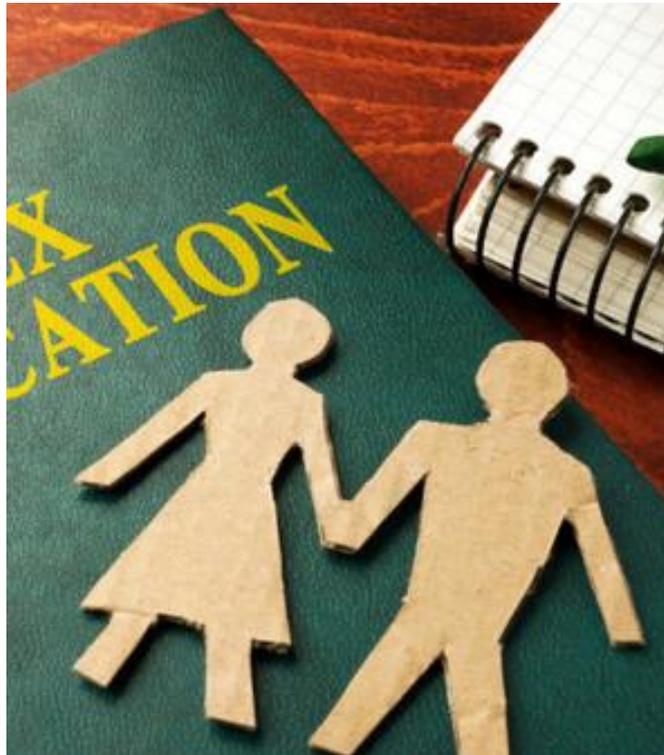


사진 1) 출처: 현대비즈니스

어린이의 성피해가 최근 증가하고 있다. 경시청 사이트 "없애자, 아동의 성피해"에 따르면 레이와 원년(2019)의 아동 매춘 사범 등(아동 매춘, 음란한 행위(아동복지법), 음란한 성행위 등(청소년 보호 육성 조례)) 검거 건수·검거 인원·피해 아동 수는 2,629 건, 2,037 명, 1,754 명으로 모두 전년 대비 증가.

이와 함께 레이와 원년의 아동 포르노 피해 및 "아동이 스스로를 촬영한 화상에 따른 피해"를 당한 학생 수가 과거 최대를 기록했다고 한다. 필자인 Ai 씨는 양호실 선생님으로서 여러 학교에 10 년 근무하는 가운데 수업에서는 다 전달할 수 없는 "성에 대한 일"이 많음에 답답함을 느껴 트위터에서 "콘돔 소믈리에" 활동을 시작했다. 어린이의 성 피해를 막는 수단으로 중요한 것이 성교육이다. 성교육 하면 섹스에 대해 가르친다고 생각하는 어른도 많지만 실제로 성교육에서 배워야 할 것은 성행위 그 자체가 아니다. 어른들이 그렇게 생각하는 이유는 기존 학교의 성교육에 문제가 있기 때문이라고 Ai 씨는 말한다.

### 우리들이 받았던 “성교육”

여러분은 성교육에 어떤 이미지를 가지고 있는가? 최근에는 SNS 나 뉴스미디어 등을 통해 성교육이 부각되는 경우가 늘고 있다. 그 이유 중 하나는 학교 현장에서의 성교육이 제대로 이루어지지 않았기 때문이다. 솔직히 나는 초등학교 때부터 고등학교까지 받은 성교육 수업에 대해 거의 기억이 없다. 초등학교의 숙박 행사전에 '생리에 대해'의 설명을 들은 것, 고교 1 학년의 보건의 수업에서 HIV/AIDS 에 관해서 배운 것, 그러한 아련한 기억은 있지만, 그 이외의 기억은 거의 남아 있지 않다. 어쩌면 그런

사람들이 대부분이 아닐까. 자신이 받은 성교육은 거의 기억을 못하던 나도 양호교사(보건실선생님)가 되어 보건체육수업을 통해 성교육을 해왔다.



사진 2) 출처: iStock

네, 여러분들이 알다시피 학교수업은 문부과학성이 내는 학습지도 요령을 바탕으로 만들어져 있다. 학습지도 요령은 어느 학교에서나 똑 같은 교육수준을 유지하기 위해서 만드는 기준이고, 그것을 바탕으로 교과서가 만들어지고 각학교마다 수업이 이루어진다. 발달단계에 입각하여 단계적으로 배울 수 있도록 구성되어 있는 등 편리한 반면 학습지도요령을 크게 벗어나 지도하는 것은 어려우며, 우리 교원이 '교과서 이상의 것을 가르칠 수 없다'는 이유 중 하나이기도 하다. 예를 들어 중학교 보건체육 교과서에서는 '수정'이나 '성병'에 대해서는 배우지만 '성교(섹스)'나 '피임', '인공임신중절'에 관해서는 학습지도요령에서 '다루지 않는다'고 되어 있기 때문에 교과서에는 나오지 않는다. 그 때문에 성교를 가르치지 않고 수정을 가르쳐야 하기 때문에, 질과 자궁안에 이미 정자가 존재하는 그림부터 설명해야 한다. 콘돔은 '성병 예방구'로서만 소개되지만, 일러스트나 사진은 없고, 구체적으로 붙이는 방법의 지도 등은 실시하지 않는다. 또, 가르치는 교원도 중고등학교라면 보건 체육과의 교원이 메인이 되지만, 반드시 성교육에 관해서 충분한 지식이나 최신 정보를 가지고 있는 교원이 지도하고 있는 것은 아니다. 성적을 매기기 위해 일문일답 시험으로 지식을 묻고, 그 결과로 이해했는지 여부를 평가하기 쉽다. 성교육에 할애할 수 있는 수업시간은 연간으로 몇 시간밖에 되지 않는다. 이 밖에도 가르쳐야 할 단원이 많기 때문에 성교육을 의욕적으로 실시하기 위해서는 수업 이외의 시간을 확보해야 한다. 또 담당 교사나 관리직, 보호자, 지역과의 협력 체제도 영향을 준다. 즉, 아이들이 충분한 성교육을 받을 수 있는지 여부는 어린이와 관련된 어른들에게 달려 있는 것이다.

### 일, 압도적 성교육 후진국



사진 3) 출처: iStock

유네스코가 발간한 '국제 섹슈얼리티 교육 안내서'에서는 성교육의 시작은 5 세부터가 바람직하다고 여겨지고 있다. 일본에서 성교육을 시작하는 것은 초등학교 4 학년(10 세)이므로, 이 시점에서 세계기준에서 보면 큰 차이가 있는 것을 알 수 있다. 왜 5 세부터인가, 5 세부터 도대체 무엇을 가르치는가 하고 놀라는 분도 있을 것이라고 생각하지만, 우선은 '몸에는 다양한 파트가 있는 것' '그 중에서도 프라이빗 파트는 특히 중요한 것' '자기 몸의 중요한 점은 타인에게 보이거나 만지게 하지 않는 것'을 전합니다. 이것을 최초로 배움으로써, 자신의 프라이빗 파트를 타인에게 보이거나 만지게 하는 것, 그리고 타인의 프라이빗 파트를 보여 주거나 만지게 하는 것, 만지게 하지 않는 것'을 전할 수 있다. 이를 배우지 않으면 성피해를 당해도 SOS 를 내지 못하거나, 자기도 모르게 성 가해자가 될 수 있는 것이다. 우리가 학교에서 배워온 성교육은 보건수업시간에 다루는 내용이 대부분 다수를 담당한다. 따라서 성교육이라고 하면 제 2 차 성장이나 생리현상, 임신, 피임, 성병 등을 배우는 교과목으로 생각하는 분이 대부분이라고 생각한다. 하지만 유네스코가 세계 성교육의 기준으로 삼는 '국제섹슈얼리티 교육 가이드선스'에 따르면 성교육에서 본래 배워야 할 범위는 더 넓으며, '성적 동의', '성피해', '젠더 이해' 등 건강교육 외에도 '안전교육', '인권교육'에 근거한 주제도 포함하여 구성되어 있다. 이들은 '포괄적 성교육'이라고 불리며, 우리가 학교에서 배워온 이른바 '성교육'에 지나지 않는다. 부모세대가 올바르게 성교육을 업데이트하는 것은 '아이를 성피해자에게도 가해자에게도 시키지 않기' 위해 필요한 예방교육이라고 할 수 있다.

### 성교육 불충분으로 인한 여러 가지 폐해

성교육이 필요한 것과 마찬가지로 성 교육이 부실함으로써 일어나는 일에 대해서도 언급하고 싶다. 일찍부터 성교육을 하면 성이 문란해진다는 말을 들어보셨겠지만 실제로는 그렇지 않다. 오히려 성교육을 적절한 시기에 충분히 받지 못한 데서 오는 폐해가 더 크다. 예를 들어 성교육이 불충분하다는 것은 파트너십의 이해도 불충분하다는 것으로도 이어진다. 예를 들어 파트너 간의 폭력을 데이트 DV 라고 부르는데 데이트 DV 는 중고생에게도 널리 퍼지고 있다. 이것도 올바른 파트너십을 쌓는 법을 배울 기회가 없기 때문에 일어나고 있다고 해도 과언이 아니다. 치한은 그것을 '성폭력'이라고 인식하지 못하고

'자주 있는 일'로 넘겨버리는 아이도 있다. 이런 나도 치한의 피해를 당한 사실을 친구에게는 이야기했다고 해도, 자신의 부모에게 말한 적은 한번도 없다. '아무일도 일어나지 않았으니 괜찮다'라고 부모가 생각하고 있어도, 아이가 '성피해를 당한 것을 말하지 못할 뿐'이라고 하는 경우도 있을 수 있다. "무엇이 성피해인가?" "성피해를 당했을 때 어떻게 해야 하는가"를 먼저 알고 있지 않으면 피해로 받아들일 수 없거나, 피해를 당해도 적절한 대응을 할 수 없게 되어 버린다.



사진 4) 출처: iStock

이외에도 젠더 이해에 관해서는 자녀를 둔 부모로서 꼭 올바르게 알고 싶은 분야 중 하나이다. SDGs 의 골로서 '성평등'의 실현이 내걸리고 나서, 일본에서도 LGBTQA(SOGI)에 관해서 미디어나 SNS 에서 화제에 오르게 되어, 조금씩 성평등 이해가 진행되고 있는 것처럼 보인다. 하지만, 자신의 아이가 만약 성소수자라면? 그 가능성이 있다고 상정해 아이와 접할 수 있는 부모는 그렇게 많지 않다. 나는 동갑내기 게이 친구가 있는데, '어차피 이해되지 않기 때문에 아직껏 부모에게 말하고 있지 않다'라고 이야기하고 있다. 본가에 돌아갈 때마다 '결혼은?'이라는 질문을 받았기 때문에 귀성하지 않게 되어 버렸다고 한다. 이렇게 말 벗이 가까이 없었으면 섹슈얼 마이놀리티라는 가정 없이 무의식적으로 웬지 한 말에서 누군가를 훼손하고 있던 것이다. 아는 것보다 모르는 일에 더 큰 위험이 있다는 것을 알게 된 계기였다. 우리 세대가 무의식적으로 사용하기 쉬운 "남자니까" "여자 주제에 "라는 젠더 바이어스가 걸린 문구와 이성애를 전제로 한 발언 등도 성에 대해서 올바른 지식을 쌓아 감으로써 " 어찌면 이 발언은 누군가를 다치게 할?" 자신의 언동을 되돌아보게 될 것이다.

#### **배우지 못했다면 다시 배우면 된다.**

우리가 받아온 학교 성교육은 원래 세계 기준으로 보면 '학습 부족'이라고 할 수 있다. 학습 부족 때문에 성교육은 부끄럽다, 서툴다고 느끼게 될 뿐이다. 학습 부족으로 인해 누군가에게 상처를 주거나 상처를 줄 우려는 많은 상황에서 도사리고 있다. 성교육을 배우는 것은 그것들을 예방하는 스킬을 기르는 것으로

연결된다. 자신의 우연한 말이 아이에게 상처를 주고 있을지도 모른다, 자신의 아이가 누군가를 상처 주고 있을지도 모른다, 그런 위험도 성교육을 배움으로써 예방할 수 있다.



사진 5) 출처: iStock

성교육을 배워야 하는 이유를 알게 되면 곧바로 성교육이 부끄럽지 않게 될 것이다. 성교육을 배우면 다양한 가치관을 접하게 된다. 그것을 통해서, 사람과의 관계 방법이 훨씬 바뀔 것이다. 지금까지와는 다른 시점에서 '상대에게 불쾌감을 주지 않는가' '자신의 발언이 치우쳐 있지 않은가'라고 신경쓰게 되기 때문이다. 처음에는 아이를 위해서라고 배운 성교육을 계기로 하여, 자신과 아이뿐만이 아니라, 남편이나 아내, 자신의 부모나 형제등과의 파트너십을 재검토하거나 보다 좋은 파트너십을 쌓아 올릴 수 있게 되기도 한다. 다시 배우는 것은 지금부터라도 늦지 않다. 성인인 우리야말로 성교육을 업데이트해 보면 어떨까.

# “코로나19 대응” 중국 중앙정부 정책 및 백신 동향

## <백신>

### 중국산 코로나 바이러스 백신관련 손춘란 국무원 부총리 입장 발표: 대규모 생산 준비, 올해 긴급사용 대상 공개 (매일경제신문每日经济新闻, 2020.12.3)

코로나 바이러스 인한 글로벌 사망 사례는 이미 근 149 만 명, 확진 사례는 6430 만 명이다. 코로나 바이러스 계속되고 있고 백신이 키워드가 되고 있다.

영국은 12 월 2 일(현지시간) 미국 화이자와 독일 바이오신기술회사(BioNTech)의 코로나 바이러스백신 사용을 승인했다. 그 백신은 다음주부터 영국 전역에 제공될 것이다.

미국에서 CNN 이 최근 입수한 문서에 따르면 화이자의 첫 코로나 바이러스백신은 12 월 15 일 인도될 예정이며, 뒤이어 모더나의 1 차 백신도 12 월 22 일 인도될 예정이다. 문건은 동시에 이달 내 화이자 백신 생산량 2250 만제, 모더나 백신 생산량 1800 만제를 예상한다.

영미에서 잇따라 백신 인도를 승인했을 때 중국 현지 백신은 어떻게 진행됐을까?



사진 1) 출처: 촬영망

### 손춘란: 대규모 생산 준비할 것

신화통신에 따르면, 국무원 부총리 손춘란과 국무위원 왕융은 2 일 베이징에서 신종 코로나 바이러스 백신 개발과 생성을 조사 연구하였다. 중국 식품의약품 관리연구원, 북경과흥회사, 국약중생베이징회사 등을 고찰하여 신종코로나 바이러스 백신 연구 연구의 난관, 생산 공장 건설, 서명 발급 준비 등에 대해 깊이 이해하고 백신의 성과를 충분히 인정했다.

손춘란은 코로나 바이러스 발생 이래 국무원 연합방호통제체제 과학연구 연구팀 백신연구개발 전문반과 관련 있다고 지적하였다. 시진핑 총서기의 중요한 지시 정신을 심도 있게 관철한다. 당중앙, 국무원의 결정과 배치를 실현하고, 한시도 늦출 수 없는 전시 상태로 백신을 각 방면에서 추진하며, 과학 연구자들은 분초를 다투어 전력공격을 하였다. 관문은 부처와 지방이 앞장서고, 생산업체는 대승적, 담대함으로 백신을 추진해 중요한 단계적 진전을 이룩하는 것이다. 현재 5 개 기술 노선의 14 개 백신이

임상시험에 들어가 있다. 5 개의 백신은 절차에 따라 Ⅲ기 임상시험을 진행하고 있으며, 긴급 사용생산 준비는 순차적으로 진행되고 있다.

손춘란 국무원 부총리는 "다음 단계는 백신Ⅲ기의 임상시험을 과학적으로 계속 엄격하게 추진하고, 법규와 국제인증을 엄격히 적용해야 한다"고 말했다. 가능한 기술 표준은 심사 비준 작업을 잘 하여, 백신을 확보한다. 안전이 효과적이어서 각 방면의 검사를 견뎌낼 수 있다. 대규모 생산 준비를 철저히 하고, 품질 관리감독, 생물 안전 등의 법규, 절차와 요에 따라야 한다. 반드시 백신의 전 과정을 체계적으로 소급하여 법에 따라 위법 행위를 엄벌하고 양호한 시장 환경을 조성해야 한다. 백신 출시 후 접종 배치 방안을 연구해 인파 범위, 접종 순서, 시기를 분명히 해야 한다. 간혹 질병통제기구와 말단 접종업체의 인력교육을 미리 조직하는 것도 생각해 볼 수 있다. 겨울철 방역 수요에 따라 올해에는 항구 관련 종사자와 일선 단속요원 등 고위험군 긴급사용을 완료했다. 백신은 대중의 생명과 안전에 관계되므로, 각 관련 부서는 백신의 연구개발, 생산, 유통, 사용 등의 관리 제도를 엄격히 해야 한다. 서명 발급과 감독 능력 건설을 강행하여, 연구개발 업체와 생산 기업의 해결을 돕는문제를 안고 백신 지식을 전개하다. 이러한 선전교육을 보편화하여, 국민들에게 과학적으로 이치에 맞게 하며 이성적으로 백신을 인식하고 예방접종과 개인방호에도 적극적이될 수 있다.

**손춘란이 일컫는 중국 5 종 임상 코로나 바이러스백신은 다음과 같다.**

국약그룹 산하 우한생물연구소의 멸활백신

②국약그룹 산하 베이징생물연구소의 멸활백신

③군과원 연합 코히노사가 개발한 아데노 바이러스 캐리어 백신

④안후이 지페이룽코마바이오제약유한공사의 재조합 단백질 백신

⑤베이징 코싱중비생명공학유한공사의 멸활백신

**중국 백신 개발 상황**

11 월 25 일, 국약그룹 석성이(石晟怡) 부사장은 국약그룹이 이미 국가약감국에 코로나 바이러스백신 출시 신청서를 제출했다고 전했다.

그러나 국약그룹은 이 문제에 대해 대외적으로 관련 발표를 하지 않았다.

앞서 11 월 6 일, 제 3 회 홍차오국제건강과학기술혁신포럼이 제 3 회 진박회 전시관 내에서 개최되었다. 포럼에서 류징푸 국약그룹 회장은 코로나 바이러스백신 관련 이슈를 거론하면서 현재 수십만 명이 국약그룹 산하 코로나 바이러스멸활백신 2 종을 긴급접종했으며 심각한 부작용은 단 한 건도 없으며 접종 후 출국인원이 5 만 6000 명에 달해 현재 감염이 한 건도 없다고 밝혔다.



사진 2) 출처: 중국 국약그룹 공식 WeChat 계정

류징푸의 주장대로라면 상술한 이경 인원은 중국석유, 석유화학, 전자과학기술, 국제그룹 등 단위에 관련된다. 류징푸는 또 멕시코 사무소에서 모회사의 사례를 공유했다. 그의 소개에 따르면 모 회사는 전세계 180 여개 국가와 지역에 사무소가 있고 멕시코 사무소는 총 99 명으로 한 방에서 근무하고 있으며 그중 81 명이 코로나 바이러스백신을 맞았고 18 명의 미접종 인원이 있다. 사무실에서 전염병이 확산된 후 10 명이 감염되었으며 모두 18 명의 미접종 인원에서 발생하였다.

류징푸는 과학연구의 시험 데이터에서든 세계 각지의 사용이든 모두 코로나 바이러스백신의 유효성을 증명한다고 밝혔다.

백신의 미래의 생산능력에 대해 류징푸는 올해 말까지 국약그룹 코로나 바이러스백신 생산능력은 대략 1 억제 좌우에 달할 수 있으며 국가 요구에 따라 내년 생산능력은 10 억제를 초과해야 한다면서 "내년에 특히 중국 인민이 사용할 수 있도록 보장할 수 있다"고 말했다.

코히노바이오는 11 월 7 일 군과원과 공동으로 개발한 재조합 코로나 바이러스백신(아데노바이러스 캐리어) 국제 III 기 임상시험을 멕시코에서 개시하고 이미 백신접종을 실시했다고 공시했다. 일찍이 코히노바이오는 2020 년 말부터 2021 년까지 멕시코에 3500 만제의 코로나 바이러스백신을 공급하겠다고 발표했다.

군사과학원 군사의학연구원 천웨이 원사팀이 인솔해 개발한 이 협력 백신은 세계 최초로 임상 I 기에 들어간 백신으로 이미 6 월 25 일 중앙군위 보건국으로부터 발급받은 군 특수약품 배치(유효기간 1 년)를 받은 것으로 알려졌다.

11 월 28 일, 2020 제 1 회 중국 보건건강과학기술혁신발전대회에서 윤위동 코싱홀딩스생명공학유한공사 회장은 베이징 코싱중비생명공학유한공사가 개발한 코로나 바이러스백신 케르래복이 브라질에서 실시한 III 기 임상연구를 12 월 초에 중기 분석을 완료할 예정이라고 밝혔다.

코싱중비가 개발한 멸활백신은 현재 브라질, 인도네시아 등에서 3기 임상시험을 진행하고 있다. 앞서 한 매체는 이 백신이 지난 11월 10일 브라질 보건규제기관인 국가보건감독국으로부터 실험 중단 결정을 받았다고 보도했다. 그 후, 그 회사는 신종코로나 바이러스 백신 임상 시험을 재개할 수 있는 허가를 다시 받았다는 성명을 발표했다.



사진 3) 출처: 코싱홀딩스 생명공학유한회사 WeChat 계정

이 백신도 지난 7월 22일 중국 코로나 바이러스백신 긴급사용 허가를 받았다. 10월 중순, 절강에서 코로나 바이러스백신 긴급접종을 가동해 사용한 것이 바로 이 백신이다. 절강성 자싱시 긴급통제센터 공식 WeChat 내용을 보면, 이 지역에서 긴급접종에 사용되는 코로나 바이러스백신은 성급 부서에서 베이징 코싱바이오에 일괄징수했으며 백신 가격은 200 위안/개(병), 접종 2차 총 400 위안이다.

코싱중위는 이미 8월에 코로나 바이러스 멸활백신의 생산을 전면 가동했으며 전기 생산결과에 따르면 대략 생산능력은 3억제/년이며 올해부터 연말까지 약 1억제의 코로나 바이러스 멸활백신(반제품 포함)을 생산할 수 있다고 밝혔다.

지피바이오 계열사 안후이지페이룽코마바이오제약유한공사가 개발한 코로나 바이러스백신은 이 회사와 중과원 미생물이 공동 개발한 것으로 B형간백신, 게르마늄간백신, 자궁경부암백신과 유사한 기술노선을 적용해 재조합 소단위 백신에 속한다.

이 백신은 11월 18일 후난 상탄현에서 중국 부분 III기의 임상시험을 시작했다. 해외에서는 곧 우즈베키스탄에서 III기 임상시험을 시작할 것이다. 이 백신은 이미 우즈베키스탄으로 운송되었으며, 몇 명의 중국 전문가도 이미 도착했으며, 그들은 자원 봉사자를 모니터링하고 우즈베키스탄을 훈련시킬 것이다. 또한 인도네시아, 파키스탄, 에콰도르도 단계 III 임상 시험을 시작할 것이다.

이 회사는 9 월에 의약품 생산 허가 변경을 취득한 것으로, 코로나 바이러스백신을 재조합하는 사항을 추가했다고 한다. 백신 공장은 이달에 가동에 들어가, 시험 생산이 순조롭고 연산도 잘 된다. 3억/1년 도스 이상 생산가능하며 가격은 알려지지 않았다.

### 백신 가격과 공급량

증권시보에 따르면, 11 월 27 일에 열린 제 1 차 중국 위생 건강 과학 기술 혁신 발전 대회에서 공학 아카데미의 학자 인 종남산은 화이자와 모더나의 3 개월 임상 시험 결과가 충분하지 않다고 말했다. 백신 보호율이 유일한 지표는 아니다.(참고: 화이자 백신의 3기 임상시험 7 월 27 일에 검사가 시작되었고, 11 월 18 일에 화이자와 바이오엔텍은 코로나 바이러스백신 3기 임상연구를 마쳤다고 발표했다)

현재 관심도가 가장 높은 백신에 대해 종남산은 자연면역이 비현실적이며 과학적이지 않다는 것을 지적했다. 임상시험 중 14 종의 코로나 바이러스백신 중, 중국의 백신이 착실히 나아간다고 말했다.

"이미 3 차 결과를 발표한 해외 백신보다 뒤지지 않을 것"이라며 "모더나, 화이자 등의 발표를 앞두고 있다. 그 결과 모두 효율성과 보호 효율이 90%를 넘었다하지만 이 수치가 지표 중 하나일 뿐 좋은 백신인지 아닌지는 다른 요인도 고려해야 한다.

또한, 대중은 백신의 가격 책정에 대해 우려하고 있다. 국가 위생건강위원회는 앞서 온라인의 소문이 모두 사실이 아니라고 소개했으며, 대부분 본의와 다르게 전달된 것이라고 밝혔다. 코로나 백신의 가격은 수요와 공급에 기초하지 않지만 비용. 코로나 백신의 가격은 일반 대중의 수용 범위 내에 있어야 한다.

10 월 20 일, 정중웨이 국가보건위원회 의료 및 보건과학기술개발연구센터 소장은 올해 말까지 중국의 코로나인 백신의 연간 생산능력이 6 억 1 천만 회용량에 달할 것으로 예상하고 있으며, 내년에는 중국 코로나인 백신의 연간 생산능력이 효과적으로 확대될 것으로 예상된다.

# KIC 중국 NEWS

## 1. 흑룡강성 목단강시 양명구 위원회, KIC 중국 방문 및 업무 협의 (2020.11.30)



사진 1) 출처: KIC 중국. (왼쪽부터) KIC 중국 이상운 센터장, 흑룡강성 목단강시 양명구 위원회 상무위원 등치펑(董奇峰)

### [KIC 중국 연구원 황소정]

지난 11월 30일, 흑룡강성 목단강시 양명구 위원회 상무위원(黑龙江省牡丹江市阳明区委常委)에서 KIC 중국 방문 및 업무협의를 진행했다.

이번 방문 업무협약에는 KIC 중국 이상운 센터장, 흑룡강성 목단강시 양명구 위원회 상무위원 등치펑(董奇峰)으로 양명구 위원회의 주요 인사가 참석한 가운데 진행되었다.

KIC 중국 이상운 센터장은 현 KIC 중국 센터에 대한 소개에 이어, 한국의 과학기술기업에 대한 소개와 추후 계획에 대하여 소개를 진행하였다.

흑룡강성 목단강시 양명구는 목단강시 하부 관할 구역으로, 양명구에는 행정면적 1,345 km<sup>2</sup>의 목단강 시구 동부에 위치하고 있으며, 철령진(铁岭镇), 화림진(华林镇), 오림진(五林镇), 마도석진(磨剑石镇), 양명전진(前进)을 포함하여 관할하고 있다.

2013년 전체 인구 25만 3000명 가운데 13만 7000명이 농업인구다. 또한 양명구의 관광산업이 가속화되어 경박타운, 연꽃신진 등 25개 중점관광사업에 21.6억 위안을 투자하여 4A급 관광단지를 신설하였으며, 경박호 가을겨울관광문화제 등 동계관광사업을 전개하였으며, 블라디보스토크, 제주도 노선을 개설하여 국경을 넘는 여행의 편리성을 더욱 높였으며, 목단강시는 '아름다운 중국 여행'에 포함되었다.

마지막으로 흑룡강성 목단강시 양명구 위원회 상무위원 등치평(董奇峰)과 KIC 중국 이상운 센터장은 양 기관의 사업의 번창을 기원하며 향후 한국측에 협력 의향이 있는 기업이 나타날 경우 적극적으로 지원할 것을 협의했다.

또한 중국 흑룡강성 중점 육성산업과 관련된 사업에 중점적으로 검토하고 추후 협력하여 추진할 수 있도록 다양한 의견들이 논의됐다.