



주간 중국 창업

제 209 호 (2020. 12. 16)

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

- ▶ 화웨이 AI 약물연구개발 강화 (DeepTech 深科技, 2020.12.8)
- ▶ 인터넷 거두들도 뛰어들어 탐내는 소셜 커뮤니티 그룹구매 시장
(신량창세기新浪创事记, 2020.12.10)
- ▶ POP MART 상장 첫날 시가 천억 HKD: 우리는 하룻밤만에 재벌이 된 것이 아니다
(봉황과기凤凰科技, 2020.12.11)
- ▶ 근로자의 근무 방식을 바꿔놓는 AI 사무플랫폼 (텐센트망腾讯网, 2020.12.11)

ISSUE 및 시장동향

- ▶ 블랙테크에서 그레이테크로 뺏어나간 데이터관리 테크놀로지 — 이오왕(亿欧网) 제공
- ▶ 2020 중국 증권산업 시장 현황과 발전 추세 분석: 금융 과학기술과 스마트 증권상의 심층 융합 발전 — 치엔잔산업연구원(前瞻产业研究院) 제공
- ▶ 누가 watsons 를 대체하는가? 중국 로컬 뷰티 컬렉션상점의 흥기 — 36KR 제공
- ▶ 양자컴퓨터 시리즈 76) 인텔 양자컴퓨터의 이정표급 돌파! — 콰이커지(快科技) 제공
- ▶ ICO News Letter by PLAYCOIN 특집 — PLAYCOIN 제공
- ▶ 사장님이 꼭 알아야 할 디자인(151) — 윤형건 교수 제공

일본 전문가 시각으로 본 중국

- ▶ 코로나 감염 확대로 본격화하는 '중업원 쉼어', 일·노동자의 쉼어가 당연한 사회가 된다?
(The PAGE, 2020.12.10)
- ▶ GoTo 정책은 괴멸적인 상황에 처한 영세 서비스업을 돕지 않는다 (DIAMOND online, 2020.12.10)
- ▶ 테크놀로지의 다양성이 IoT 시장의 성장을 가속화한다--2021년 전망
(ZD NET Japan, 2020.12.10)
- ▶ 일본에서도 실험 시작되는 디지털 통화 "흑선 내습"전에 논의 가속을 (Wedge, 2020.12.12)
- ▶ 기적의 전후 경제를 갉아먹던 일본이여, 지금이야말로 제2의 개국을 (Newsweek, 2020.12.9)
- ▶ '불법 취업'은 SNS서 쉽게 찾을 수 있다... 정직하게 일해도 벌지 못하고 '잇따르는 적발 재일 베트남인의 진실' (일간 현대 디지털, 2020.12.12)

“코로나19 대응” 중국 중앙정부 정책 및 백신 동향

◆ 백신

- ▶ 중국 코로나 불활성화 백신 아랍에미리트(UAE) 출시 승인... 면역 효능 86%

(환구시보环球时报, 2020.12.9)

- ▶ 중국 재조합 코로나 백신, 우즈베키스탄서 III기 임상시험 개시 (베이징일보北京日报, 2020.12.11)

KIC 중국 NEWS

- ▶ KIC중국 이상운 센터장, 2020 하이난 자유무역항 MICE 관광 설명회 참석 (2020.12.2)
- ▶ KIC중국, 제 11회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회 개최 (2020.12.11)

주간 NEWS

1. 화웨이 AI 약물연구개발 강화 (DeepTech 深科技, 2020.12.8)

얼마 전 구글 산하의 DeepMind 가 개발한 프로그램 AlphaFold2 는 단백질 구조 예측 콘테스트에서 우승했으며, 단백질 구조에 대한 예측 배점은 92.4 GDT (Global Distance Test)로 실험실 수준과 서로 차이가 나는 것은 틀림없다. Nature 는 이것이 생물학계를 50 년 동안 곤란하게 한 "단백질 접힘" 난제에 대해 획기적인 의미를 지닌다고 지적했다. AI 는 생명 과학 심지어 의학 영역의 발전을 깊이 바꿔 놓고 있다.

최근 몇 년 동안 AI 와 제약 산업의 결합은 부단히 심화되고 있으며, 제약 산업은 AI 의 가장 중요한 응용 장면 중 하나가 되었다. 그 중에서도 AI 를 약물 연구 개발에 사용하는 것은 열렬히 환영받고 있으며, AI 는 현재 이미 약물 치료타겟 발견, 신약 후보 발굴, 화합물 선별, ADMET 성질 예측, 약물 결정형 예측을 포함하여 약물 연구 개발의 많은 장면에서 광범위하게 적용되고 있다.

현재 인터넷 거두 구글과 중국내 인터넷업체 바이두, 알리바바, 텐센트 등이 AI 약물 연구 개발에 연속적으로 진출했다.

며칠 전 화웨이 클라우드 공식 사이트에 따르면 신약 개발을 위한 알고리즘 엔지니어를 모집하고 있다고 밝혔다. 직책은 전산화학 응용에 중사하고 컴퓨터 지원 약물 설계 (CADD) 방법을 진행하여 소분자 약물설계 작업을 하며, AI보조 약물 연구 개발을 할 딥러닝 알고리즘을 개발하는 것이다. 화웨이가 AI 약물 연구 개발 영역 배치를 강화하고 있음은 이렇게 측면의 반영을 통해 알 수 있다.

药物研发算法工程师

领域方向: 机器学习 工作地点: 杭州、深圳

岗位职责

- 1、应用计算化学及计算机辅助药物设计 (CADD) 方法进行小分子药物设计工作;
- 2、开发AI辅助药物研发的深度学习算法。

岗位要求

- 1、计算化学, 计算生物学或相关专业的博士;
- 2、熟悉基于结构的药物设计, 基于配体的药物设计, 分子对接, 虚拟筛选, 同源建模, 药效团模型, QSAR, 化学信息学等; 掌握用模拟和计算软件进行计算机辅助药物设计的方法, 对计算化学或计算生物学的理论有深入理解;
- 3、具备机器学习、深度学习的算法项目经验和理论基础; 熟悉Linux操作系统, 掌握一种或以上编程或脚本语言, 如Python, Shell, Java, C++ 等; 熟悉至少一种深度学习算法框架, 如pytorch, tensorflow等。

投递方式

邮件发送到cloudrecruit@huawei.com, 邮件标题及简历附件命名方式: 博士招聘+姓名+学校+意向职位名称

사진 1) 출처: 화웨이 클라우드 공식 사이트. 약물 연구개발 알고리즘 엔지니어 채용 공고

화웨이 클라우드 AI 약물 R & D 플랫폼 - 의약지능체 EIHealth

화웨이 클라우드공식 웹 사이트에서 "약물 연구 개발"을 검색하면 총 7,000 여 개의 관련 정보를 검색할 수 있으며, 이 정보를 통해 화웨이 클라우드의 AI 약물 연구 개발 측면에서의 전체 발전 여정을 볼 수 있다. 화웨이 클라우드의 AI R & D 플랫폼은 EIHealth (Medical Intelligence Body)로, 이 플랫폼은 화웨이 클라우드의 AI 와 빅 데이터의 장점을 기반으로 구축되어 게놈, 의료 영상, 약물 R & D 서비스를 제공할 수 있다.



医疗智能体

医疗影像、**药物研发**三个领域提供专业AI**研发平台** 立即使用 帮助文档 服务咨询 神农项目 抗疫**药物**筛选可视化平台 “神农项目”在线平台由华为云联合四家科研单位共同**研发**，可以辅助医生和**研发**人员对可能的新冠**药物**进行评估，可以用作抗病毒**药物研发**的科普教育网站，向公众普及**药物研发**的知识 立即访问

来自: 产品

AI助力“抗疫”，超大规模计算机辅助**药物**筛选技术解读

医疗智能体在病毒基因组计算分析、抗病毒**药物研发**和抗疫医疗影像分析领域，将提供海量AI算力和算法的强有力支持。本次联合科研团队发布的研究成果已陆续通过华为云面向生物医药研究机构开放，用于抗病毒**药物研发**。（网站链接：<https://www.huaweicloud.com/product/eihealth>

来自: 开发者 > 博客 作者: 技术火炬手 发表时间: 2020-02-06 06:53:40 3286 0

什么是医疗智能体 - 医疗智能体 EIHealth

提供多个**药物研发**AI模型、AI算法、**药物**知识图谱，支撑药企高效的开展**药物研发**工作。医疗智能体将深度学习算法及**药物**分析服务融入**药物研发**过程，让药企能更快速高效地完成**药物研发**，节约**研发**成本。临床研究 将高性能AI算法赋能临床研究，提供更高质量、更高效的研究方案，全面支撑医疗科研机构及临床研

来自: 帮助中心 > 医疗智能体 EIHealth > 产品介绍

药物研发算法工程师

+智能, 见未来 博士招聘 **药物研发**算法工程师 **药物研发**算法工程师 领域方向: 机器学习 工作地点: 杭州、深圳 **药物研发**算法工程师 机器学习 杭州、深圳 岗位

사진 2) 출처: 화웨이 클라우드 공식 웹 사이트. 화웨이클라우드에서 AI 약물 연구개발 관련 검색량

화웨이 클라우드는 EIHealth 가 딥 러닝 알고리즘과 약물 분석을 약물 개발 프로세스에 융합하고, 약물 개발 AI 모델, AI 알고리즘, 약물 지식 맵을 제공할 수 있어, 제약 회사를 도와 약물 개발 속도를 높이고 R & D 비용을 절감할 수 있다고 한다. 이해한 바에 따르면 AI 기술 플랫폼은 10 억 과정과 백억 엷지의 초대형 규모의 이미지 데이터베이스 검사를 지원할 수 있으며, 동시에 유전과 생물학적 네트워크 데이터를 사용하는 이미지 딥 러닝 알고리즘도 제공할 수 있다. 이 플랫폼의 사용자에는 약물 연구 개발 회사와 과학 연구 기관이 포함된다.

技术优势

 <p>异构加速技术 内置大量生物医疗领域标准分析流程，并结合华为特有的高性能云计算、智能芯片、大数据等领先技术加速计算过程</p>	 <p>图数据库技术 支持十亿节点、百亿边的超大规模图数据库查询，提供适用于基因和生物网络数据的图深度学习算法</p>
 <p>知识图谱技术 基于高性能图引擎技术的知识图谱技术，支持超高精度数据整合、知识提取和推理服务，提供图谱管理、访问及可视化服务。在基因组大数据和医疗大数据的整合分析上有显著的优势</p>	 <p>AutoML技术 拥有全球第一个基于基因组数据自动深度学习的技术框架AutoGenome，深度融合人工智能技术，产生更加健康、快速、准确、可解释的医疗智能模型，加速医疗大健康行业的研究工作</p>

사진 3) 출처: 화웨이 클라우드 공식 웹 사이트. 기술 플랫폼 장점

전염병 발생 기간, 화웨이 클라우드는 과학 연구 부서와 협력하여 ‘신농 프로젝트(神农项目)’ 온라인 플랫폼을 출시했다. 이것은 방역 약물 선별을 위한 시각화 플랫폼이며, 의사와 연구원을 도와 코로나 19 바이러스 약물 연구 개발 등을 도울 수 있다. 예를 들어 올해 2 월 AI 기술 플랫폼은 NSP16 표적 단백질의 대규모 가상 선별에 20 분 정도면 완성된다. 이 표적 단백질 약물 선별에 대해

Saquinavir 와 같은 특정 약물이 코로나 19 전염병을 통제하는 '새로운 증거'가 됨을 증명할 수 있음을 발견했다.



사진 4) 출처: 화웨이 클라우드공식 웹 사이트. 일부 "신농 프로젝트"진행 상황 개요

올해 9 월, 화웨이 클라우드는 Huawei Connect 2020 에서 AI 개발 플랫폼 ModelArts 3.0 을 출시했다. 이 플랫폼은 골간 모형, 연방 학습, 모델 지능형 평가와 진단, 고성능 AI 컴퓨팅의 4 가지 주요 특징을 통합했다. 올해 10 월 2020 년 제 5 회 중국 의약혁신&투자 컨퍼런스에서 중국 과학원 상하이 약물연구소의 장화량(蒋华良) 학자는 화웨이 클라우드 EHealth 팀의 합작 진전 사항을 소개하고 ModelArts 플랫폼을 기반으로 하는 약물 연방 학습 서비스를 공동 발표했다.

AI 제약 회사인 페이미즈커지(费米子科技) 창립자 겸 CEO 인 덩다이궈(邓代国)는 화웨이의 AI 약물 연구 개발에 대해 낙관적이라고 말했다. 약물 연구 개발은 기반 기술에 속하며 Huawei 의 장점은 강력한 기반 기술에 있다.

인터넷 거두가 AI 약물 연구개발을 배치하는 것이 큰 추세

덩다이궈(邓代国)는 AI 약물 연구 개발 분야에 화웨이가 진입할 것이 예상된다며 '하드 코어 과학기술'이라는 전략적 포지셔닝이 화웨이에게 부합된다고 했다, 또한 인구 고령화 현상이 날이 갈수록

가중됨에 따라 중국내에서 더 많은 신약 개발이 필요하며, 약물 연구 개발에 대한 수요가 날로 증가함에 따라 화웨이는 자연스럽게 약물 연구 개발 분야 진출을 고려할 것이라고 보았다.

인터넷 거두들이 AI 신약 연구 개발하는 것이 일종의 추세가 되었고, 그들은 AI 기술과 빅 데이터 방면의 기술적 우위를 바탕으로 단단히 버리며, 의약 연구 개발 분야에서 크게 실력을 보이려 준비하고 있다.

이에 대해 AI 제약 회사 Insilico Medicine 의 설립자이자 CEO 인 Alex Zhavoronkov 박사는 본지와와의 인터뷰에서 "우리는 화웨어도 AI 약물 연구 개발 분야에 진출했다는 소식을 듣고 매우 기쁩니다. 현재 AI 약물 연구 개발은 2000 년 인터넷 산업에 필적하며, 텐센트와 바이두는 이미 모두 잇달아 뛰어 들었습니다. 현재 우리는 대형 제약사들이 AI 시스템을 구축하기 위해 노력하고 있고, 대형 인터넷 과학기술 기업들이 제약 산업에 진출하기 위해 노력하는 시점에 있습니다."라고 밝혔다.

엔비디아는 글로벌 선두 반도체 설계 회사로, 컴퓨팅과 인공 지능을 통해 의료 기기 개발과 바이오 의학 연구 발전을 추진하고 있다. NVIDIA Clara 는 의학 영상, 유전학, 스마트 병원, 신약 개발을 지원하는 종합 플랫폼이다. 올해 10 월 엔비디아는 AI 약물 연구 개발 분야에서 활발한 움직임을 보였다. 먼저 영국에서 가장 강력한 슈퍼 컴퓨터인 Cambridge-1 을 제조하는데 5170 만 달러의 자금을 투입할 것이라고 발표했으며, 이 컴퓨터는 약물 발견을 촉진하는 데 사용될 것이다. 동시에 엔비디아는 GlaxoSmithKline (GSK) AI 실험실과 협력하여 약물과 백신을 개발하고 있다.

구글은 AI 약물 연구 개발 분야에서 괄목할 만한 성과를 거두었다. 2013 년 이후 Google 의 모회사인 Alphabet 산하의 노화 방지 약물 연구 개발 회사인 Calico Life Sciences 는 줄곧 머신 러닝을 이용하여 노화를 지연시킬 수 있는 약물을 찾고 있다. 2017 년 구글은 머신 러닝을 통해 화학 분자의 성질과 예측 속도를 정확하게 예측할 수 있다고 발표했고, 이 예측 속도는 전통적인 양자역학 방법인 '밀도 함수 이론'보다 30 만 배 더 빠르며 이정표적인 의의를 지니는 사건이라고 말할 수 있다. 2019 년 6 월 구글과 Sanofi 는 협력하여 신약 개발을 위한 가상 혁신 실험실을 공동으로 내놓았다.

중국내 인터넷 기업들도 마찬가지로 신약 연구 개발이라는 대량의 수요가 있는 시장을 주목하고 있다. 바이두벤처캐피탈(百度风投)은 <MIT Technology Review>의 10 대 획기적인 발명 "AI 신약 발견"섹션에서 거의 절반의 상위 리스트 기업에 투자했다. 2020 년 9 월 말 바이두 리엔홍(李彦宏)은 직접 지휘하여 AI 약물 연구 개발 회사인 BioMap(百图生科)을 설립했다. 주요 사업은 고성능 바이오 컴퓨팅과 Multi-Omics 데이터 기술을 사용하여 약물 혁신과 조기 선별 조기 진단 등을 가속화하는 것이다.

텐센트는 AI 약물 연구개발회사 징타이커지(晶泰科技)에 여러 시리즈를 투자했다. AI 약물 연구 개발 플랫폼 "원선즈야오(云深智药)"를 직접 건립하고 온라인에 내놓았다. 2018 년 알리클라우드와 정따티엔칭(正大天晴)은 합작을 맺었고, 후자는 알리바바 클라우드의 의료 AI 약물 분자 선별 도움을 받을 것인데 선별 정확도를 20 %까지 높일 수 있다고 한다. 전염병 발발 기간동안 알리바바 클라우드는 전 세계에 무료로 관련 AI 컴퓨팅을 개발하여 새로운 코로나 19 치료제와 백신 개발을 가속화했다. 알리바바 클라우드는 또한 글로벌 보건 의약품 연구 개발 센터인 GHDDI 와 협력하여 AI 약물 연구 개발과 빅데이터 플랫폼을 개발하여 데이터 마이닝, 통합을 진행하고 약물분자와 표적의 성질을 연구하고 있다.

화웨이가 AI 약물 R & D 에 참여하는 써클이 업계에 미칠 영향에 대해 덩따이궈(邓代国)는 산업에 무슨 영향을 미칠 것인지는 결국 화웨이가 AI 약물 R & D 분야에 진출하겠다는 결심이 어떠한지에 따라 것이라고 말했다. 그저 AI 신약 발견을 테스트해 보려는 것인지, 장기적인 전략을 수립하여 하는 것인지는, 화웨이가 AI 신약 발견 분야에서 보여주는 모습과 진전을 지켜보아야 한다.

그러나 Alex 는 다음과 같이 강조했다. "만약 당신이 알고리즘을 사용하여 모든 문제를 해결할 수 있다고 생각한다면 이러한 생각은 다소 비현실적입니다. 근본적으로 신약 발견에는 실험 검증과 임상 검증이 필요합니다. 우리는 AI 약물 발견에 7 년간 종사했으며 최근까지도 이어오고 있지만 우리는 표적을 발견할 수 있고 실험실 데이터만큼 우수한 고품질 화합물 분자를 생성할 수 있는 일부 기술을 장악했을 뿐이며 이제서야 약간의 성공을 거두었습니다."

AI 약물 연구 개발은 AI 발전의 큰 추세로, 실험실의 데이터 분석 부담을 어느 정도 경감시키고 지원하여 생명 과학에 많은 획기적인 발전을 가져올 수 있다. 그러나 이 길은 길고 장애가 많고 요원하다. 몰입하여 방대한 양의 실험실 데이터를 기반으로 부단히 최적화하고 학습해야 한다.

2. 인터넷 거두들도 뛰어들어 탐내는 소셜 커뮤니티 그룹구매 시장

(신랑창세기新浪创事记, 2020.12.10)



사진 1) 출처: 신랑창세기(新浪创事记)

쓸데없이 자질구레한 소셜 커뮤니티 그룹구매, 우두머리들이 연이어 ‘팀을 데리고’ 진군 중

메이투안, 징둥, 알리바바, 핀뉘뉘 모두 이미 인터넷망 점유 일석을 차지한 거두들이며 트래픽과 자원 모두 부족함이 없다.



사진 2) 출처: 신랑창세기(新浪创事记). 징둥 소셜커뮤니티 구매 책임자 샤오홍지에(邵宏杰)



사진 3) 출처: 신랑창세기(新浪创事记). 메이투안요우웬(美团优选) 책임자 천량(陈亮)



사진 4) 출처: 바이지아하오 미래소비(百家号 未来消费). 알리바바 소셜 커뮤니티 그룹구매 책임자 호우옌(侯毅)

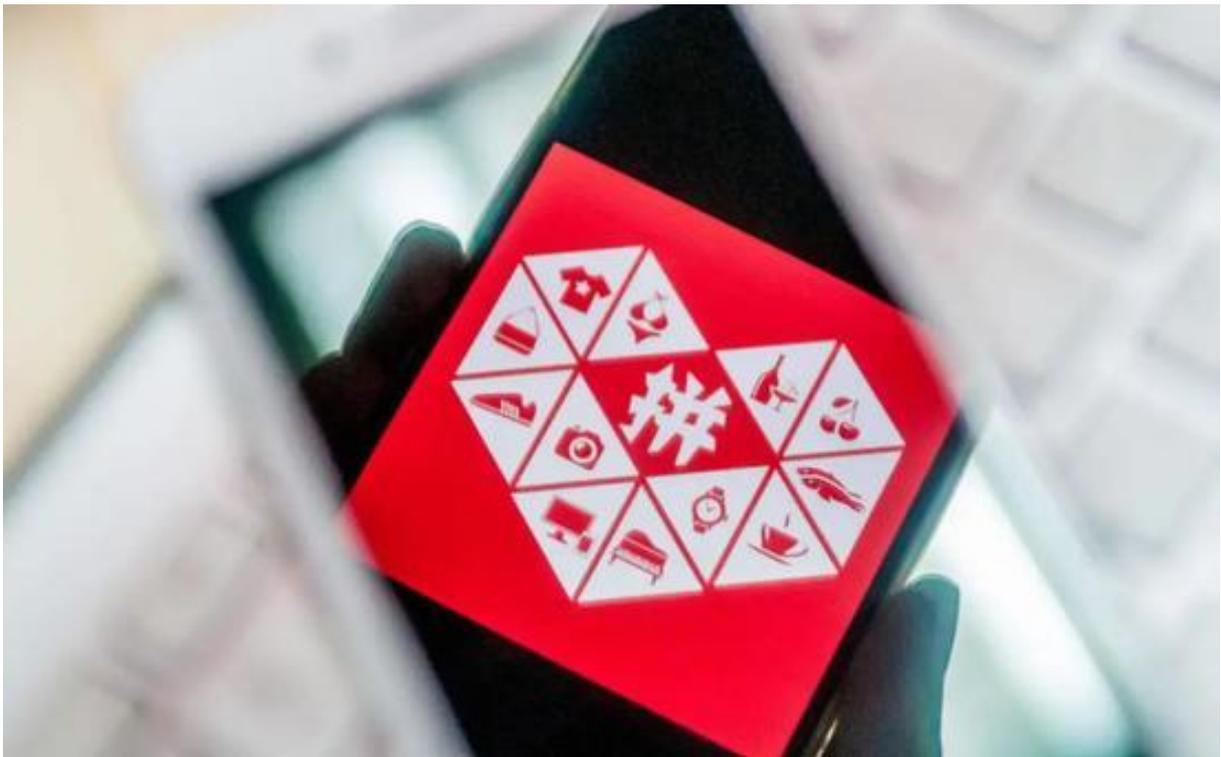


사진 5) 출처: 신랑창세기(新浪创事记). 핀뒤뉘 소셜 커뮤니티 그룹구매 책임자 아부(阿布)

거두들과 수직 플레이어 간의 소셜 커뮤니티 그룹구매 전투

눈길을 소셜 커뮤니티 그룹구매의 2 급 시장으로 돌려보면 썹청요우웬(兴盛优选), 시휘투안(十荟团), 통청성휘 (同程生活)로 대표되는 헤드급 플레이어의 실력으로 볼 때 이 전투는 비교적 논하기 어렵다. 특히 투자측면에서 적지 않은 플랫폼이 투자기관의 주목을 받고 있다.

각 대형 거두들은 왜 연이어 올해 소셜 커뮤니티 그룹구매 영역 진입을 선택하는 것일까? 왜냐하면 소셜 커뮤니티 그룹구매 이 영역이 이미 적지 않은 선행자들을 약화 몰락시켰기 때문이다. 푸룽싱청(芙蓉兴盛)의 싱청요우셴(兴盛优选)은 체인점 슈퍼마켓 방식을 탈피하여 소셜 커뮤니티 그룹구매 모델을 연결시켰다.

비록 거두들은 자금과 트래픽을 보유하고 있지만 수직 플레이어도 자신의 강점을 갖고 있다. 소셜 커뮤니티 그룹구매 모델 발명자인 싱청요우셴(兴盛优选)은 2020년 11월까지 이미 전국 13개 성, 166개 지역도시, 1052개 현(县)급 도시, 4904개 향진(乡镇), 37151개 촌락에 진입한 매장 수량이 30만 개를 초과하며 매주 새로 8000~10000개 매장이 새로 늘어나고 있다.

그리고 시휘투안(十荟团)의 현재 업무는 이미 화중, 화남, 화동, 화북, 서북, 서남, 동북 7개 구역, 20개 성(시자치구), 200여개 도시를 포괄하며 20여만 명의 단장(团长)을 보유하고, 전국 2000만 가정 사용자에게 서비스하고 있다.

소셜 커뮤니티 그룹구매 영역에서 수직 플레이어는 먼저 발송하는 장점을 더 갖고 있다. 운영방식이 공급상이건, 공급체인이건 모두 이미 일정한 기반이 있고 갓 시작하는 거두들에 비해 더 '빠르다'. 이외에도 소셜 커뮤니티 그룹구매는 현재 그들도 자금 투입에 부족함이 없는 기회의 입구가 되었다.

올해이후 시휘투안(十荟团)은 이미 4라운드의 용자를 완성했다. 1월 9일 시휘투안(十荟团)은 새로운 용자 8830만 달러의 인계를 완성했다고 발표했다. 5월 30일 시휘투안(十荟团)은 8140만 달러의 시리즈 C1 용자를 완성했고, 7월 29일 8000만 달러 시리즈 C2 용자를 완성했고, 12월 1일에는 알리바바와 시대캐피탈(时代资本)이 연합하여 선두 투자한 1.96억 달러의 시리즈 C3 용자를 완성했다.

시휘투안(十荟团) 외에 싱청요우셴(兴盛优选)도 일찍이 메이투안, 핀뒤뒤에게 통제권을 수역에 내놓았다. 최근 소식에 의하면 싱청요우셴(兴盛优选)은 새로운 시리즈로 2억~5억 달러 금액의 용자를 구하고 있다고 하며, 용자 완성 후 싱청요우셴(兴盛优选)의 평가 가치는 50억 달러 정도가 될 것이라고 했다. 현재까지 통청성휘(同程生活)의 용자금액도 3억 달러를 초과한다.

비록 현재 거두들의 공세가 맹렬하고 단기적으로 돈을 태우는 전략으로 적지 않은 시장을 점유했지만 수직 플레이어는 여전히 안정적으로 시장을 확대하고 GMV를 높이고 있으며 각 거두들이 선두 투자하는 상황하에 발전속도도 느리지 않다.

몇 가지 측면에서 보면 용자 규모이건 시장 진공이건 그들의 전체적인 실력은 인터넷 거두인 알리바바, 메이투안, 징둥 등에게 모두 소셜 커뮤니티 그룹구매 시장을 쟁탈하는 데 중요한 장애물이다. 동시에 소셜 커뮤니티 그룹구매 이 영역의 물량이 인터넷 거두들이 공동으로 우승을 다툰 중요한 전장이라는 의미이기도 하다.

거두들 입장에서 자신이 시장을 장악할 수 있다면 당연히 아주 좋지만, 수직 플레이어에게 투자를 통해 소셜 커뮤니티 그룹구매 일부를 차지해도 손해보는 것이 아니다. 따라서 비록 그들은 모두 포위되어 있어도 과도하게 봉쇄되어 죽지 않을 것이고, 수직 플레이어들이 숨을 쉬고 역풍으로 뒤집을 수 있는 여지가 있다.



사진 6) 출처: 신랑창세기(新浪创事记)

소셜 커뮤니티 그룹구매전은 이미 포화를 열었다. 2021 년 산업경쟁 추세는 어떠할까?

올해는 특수한 원인으로 인해 사람들의 일상 생활에 큰 영향을 미쳤고 소셜 커뮤니티 그룹구매 모델이 사람들이 일상 생활의 쇼핑 문제를 해결하도록 도와주었고 소셜 커뮤니티 그룹구매 발전을 촉진했다. iiMedia(艾媒数据)는 2020 년 소셜 커뮤니티 그룹구매 시장은 맹렬히 발전하여 시장 규모가 720 억 위안에 달할 것으로, 2022년에는 1020 억 위안에 달할 것으로 예상한다고 보도했다.

中国社区团购市场规模



표 1) 출처: iiMedia(艾媒数据) 데이터센터. 중국 소셜커뮤니티 구매 시장 규모. 2019~2022 중국 소셜커뮤니티 구매 시장 규모와 성장률 주황 막대그래프-시장규모(억 위안) 노란 실선-성장률

원인이 이러하기에 거대한 시장 공간과 성장 잠재력을 마주하고 있으며 2020 년 말미에 징둥이 진입하고 인터넷 거두들이 소셜 커뮤니티 그룹구매의 비좁은 트랙에서 서로 마주치고 있다.

인터넷 거두들의 입국에 따라 돈을 태우며 메이투안(메이투안 마이차이 美团买菜, 메이투안 요우셴 美团优选)의 '1000 도시 계획'은 안정적으로 진행되어 11 월 20 일까지 메이투안요우셴(美团优选)은 이미 23 개성 191 개 도시를 커버했다. 그리고 메이투안은 여전히 이 비즈니스에 역량을 지속하며 메이투안요우셴(美团优选)에 수십억 위안을 투입할 것이라고 했다.

보조금으로 유명한 핀뉘뉘는 산하의 뉘뉘마이차이(多多买菜)에 자연스럽게 적지 않은 보조금을 투입했고 초기 '높은 보조금으로 신규 사용자 획득, 고빈도 방문율, 고효율의 마켓 개설'의 3 고 전략으로 시장을 점유했고 짧은 시간내에 효과를 보아 11 월 20 일까지 25 개 성 169 개 도시를 커버했다. 11 월 17 일 핀뉘뉘는 17.5 억 달러의 전환 사채 발행을 선포했다. 이러한 행동은 외부에게 뉘뉘마이차이(多多买菜)가 전투물자를 준비하는 것으로 해석되었다.

언급해야 할 것이 올해 10 월 말 허마요우셴(盒马优选)도 우한에 그룹을 열었다는 것이다. 이전 소식에 따르면 알리바바는 허마(盒马)에 40 억 달러를 투자해 허마요우셴(盒马优选)을 만들었다고 했으나 허마(盒马) 측에서는 실증할 소식이 아직 없다.

확실하다고 할 수 있는 것은 각 거두들 모두 부단히 투입을 확대하고 있으며 최단 시간내에 침강 시장의 고지를 점령하기를 바란다는 것이다. 메이투안 CEO 왕썩(王兴)은 3 분기 재무보고 전화회의에서 연말 전까지 1000 개 이상 도시와 전(镇)을 포괄할 계획이라고 밝혔다.

거두들이 왜 소셜 커뮤니티 그룹구매를 겨냥할까? 바로 1,2,3 선 시장은 이미 거두들의 '나눠먹기'가 정해졌기 때문이며 트래픽과 구매력이 이미 정점에 도달하여 각 플랫폼의 고객 확보 비용은 매년 부단히 증가하고 있기 때문이다. 메이투안, 디디는 160 위안 가까이, 알리페이는 200 위안 가까이 들여야 한 명의 고객을 정확히 확보할 수 있다.

소셜 커뮤니티 그룹구매라는 모델은 기층 소비자그룹에 직접 접촉할 수 있고, 지인이 그룹을 만들어 전파함에 따라 빠른 속도로 트래픽을 확보할 수 있다. 단일 고객 확보 비용이 5 위안이 안 되며 빅플랫폼을 위해 축적할 수 있다. 이것도 뉘뉘마이차이(多多买菜), 메이투안요우셴(美团优选)이 핀뉘뉘(拼多多)와 메이투안 와이마이(美团外卖) APP 에서 단일 항목으로 출현한 원인이며, 작년부턴 올해까지 거의 모든 전자상거래를 하는 인터넷 거두들도 진입한 원인이다.

현재 반찬은 이미 모두 상위에 올랐다. 어떤 맛의 반찬이 소비자의 선택을 받게 될까, 우리는 기대를 갖고 지켜볼 일이다.

3. POP MART 상장 첫날 시가 천억 HKD: 우리는 하룻밤만에 부자가 된 것이 아니다 (봉황과기凤凰科技, 2020.12.11)

POP MART(파오파오마트泡泡玛特)가 오늘 발행가 38.5 홍콩달러로 홍콩증권거래소에 상장했고 총 50.25 억 홍콩달러를 모집했다. POP MART(파오파오마트泡泡玛特)의 개장가는 77.1 홍콩달러이며 발행가보다 100.26% 상승하여 시가 천 억 홍콩달러를 돌파했다.

파오파오마트(泡泡玛特)의 마감장 가격은 60 홍콩달러로 발행가보다 79.22% 올랐고 마감 가격으로 계산하여 파오파오 시가는 953 억 홍콩달러였다. 파오파오는 이로써 중국내 트렌드 문화의 선두주가 되었다.

파오파오 창립자, CEO 인 왕닝(王宁)은 1987 년 출생해 현재 33 세다. IPO 후 왕닝(王宁)과 양타오(杨涛) 부부는 여전히 49.8%지분을 유지했고, 이것은 왕닝(王宁) 부부의 몸값이 500 억에 가까워져 최고의 부호 대열로 올라갔다는 것을 의미한다.



사진 1) 출처: 봉황과기(凤凰科技). 파오파오(泡泡) 창립자겸 CEO 왕닝(王宁)

파오파오는 하룻밤만에 부자가 되지 않았다

비록 아주 젊지만, 왕닝이 창업한 시간은 아주 오래되었다.

왕닝은 일찍이 2019 년 5 월에 “나는 스스로 벽을 칠하며 첫 번째 오프라인 상점을 열어 소매업을 했습니다. 이 때가 2008 년 5 월 13 일로 이번 주말이면 11 년이 됩니다. 우리는 창업노병이며 파오파오 이 단일 브랜드는 9 년이 되었습니다. 단지 최근 2 년동안 모두가 우리들을 많이 듣게 된 것입니다.”라고 말했다.

파오파오가 상장한 당일, 왕닝은 레이디왕(雷帝网) 창립자 레이지엔핑(雷建平)의 인터뷰에 응하며 특별히 모두에게 파오파오의 창업스토리를 공유하고 싶으며 정말로 많은 사람들이 상상하는 것처럼 하룻밤만에 재벌이 된 것이 아니라고 했다.

“우리는 정말로 아주 노력했고, 열심히 노력했습니다. 가장 먼저 삼륜차로 물품을 운반하기 시작했고, 스스로 벽을 칠하고 이렇게 오랜 시간을 거쳐 오늘에 이르렀습니다. 뉴스는 이슈를 쫓길 좋아하므로 모두들 그저 한마디로 흘려보냅니다. 파오파오는 십년이 되었고, 3 년전에도 적자 상태였고 이제 일어난 것입니다.”

왕닝은 오늘 파오파오 팀 모두를 아직 아주 젊게 본다며 현재 젊게 보인다는 것은 좋은 일이지만, 10년 전에는 어린애로 보여 아무도 상대를 해주지 않았고 어떤 자원과 자금도 없어 아주 어려웠다고 했다.

“우리가 첫 번째 상점을 열었을 때, 디자이너 비용을 감당할 수 없어 모두 스스로 했습니다. 나는 통로가 얼마나 넓어야 걸을 때 편안한 지를 몰라 분필을 들고 캐비닛에 그리며 하나갔습니다. 스스로 이만큼 걸어보고 캐비닛 사이의 통로가 적합한지 아닌지를 보았습니다.”

데스크 높이가 얼마나 높아야 가장 편안한지 알기 위해, 왕닝은 ZARA 에 가서 데스크 비율과 치수, 위치, 지면과의 거리 등을 보고 왔다. 왕닝은 파오파오는 0 부터 배우기 시작했고 심지어 모든 조작 시스템, 상품에 어떻게 라벨을 붙일 것인지, 시스템에 상품 정보를 어떻게 연결시킬 것인지, 인쇄는 어떤 재질로 할 것인지 정하는데 아주 긴 시간을 들였다고 했다.

“가장 초기에 첫 번째 상점을 열었을 때 아주 많은 제품을 팔았고, 우리는 매일 광저우, 이우 등 전국 각지로 뛰어다니며 매년 베이징의 도매 시장에 출몰했습니다. 그 시절을 잊을 수 없습니다.”

소우주를 잘 통제해야 더 위대한 일을 한다

왕닝이 최초 회사를 창립했을 때 홍콩회사 'LOG-ON'의 마케팅 방식을 벤치마킹하여 '트랜드 생활 소백화점'을 포지셔닝으로 잡고, 가구, 문구, 박스, 악세서리, 완구 등 라이프스타일 상품을 팔았다. 이와 동시에 왕닝은 유통사에서 IP 운영사로 업그레이드할 방도를 생각하기 시작했다.

2015년 회사는 Sonny Angel 시리즈 트렌드 완구제품 복제율이 꽤 높다는 것을 의식하게 되었고 회사 연간 판매액의 30%를 공헌하고 있다는 것을 알게 되었다. 이로부터 회사는 자체 운영할 트렌드 완구를 출시하여 테스트를 시작했고 2016년 4월 Molly의 IP 권한을 받아 랜덤박스 방식에 접목하여 6월 트렌드 완구 커뮤니티 '파취(葩趣)' APP 을 출시하여 IP 인큐베이팅 운영사로의 전환을 시작하여 중국 트렌드 문화의 개척자가 되었다.



사진 2) 출처: 봉황과기(凤凰科技)

현재 파오파오 최대 IP 는 Molly 형상 위주이다. 투덜대는 듯한 입술, 큰 머리, Q 자를 닮은 신체, 다양한 역할과 분위기로 파오파오는 조형상 많은 팬을 끌어왔다.

파오파오가 젊은이들에게 아주 인기를 얻게 된 것은 주로 랜덤박스 방식에 기인한다. 랜덤박스는 애니메이션, 게임, 영상 작품의 파생(완구, 모델키트)상품 상자나 혹은 디자이너가 독특하게 설계한 완구가 든 박스를 뜻한다. 랜덤박스 형태는 이미 1 세대 신소비자들에게 중독성 소비가 되었다.

이 단계의 창업 역사를 말하며 왕닝은 파오파오가 현재 성공했다고 여기지 않고 모두가 파오파오 팀이 현재 인생의 정점에 있다고 여기지 않기를 바란다며 팀은 여전히 아주 평정한 상태라고 했다.

최근 왕닝과 팀이 가장 많이 말하는 것이 이토록 많은 슈퍼 히어로의 스토리를 보면, 모두가 기묘한 기회를 통해 초능력을 보유하고 슈퍼 영웅이 된다는 것이다. 이는 소우주를 비유하는데 재부가 될 수도 있고, 명예, 권력일 수도 있다.

왕닝은 “우리들 내부에서 계속 이 일을 말하며 우리와 팀이 자신의 소우주를 잘 통제하여 비록 권력, 재부, 명예가 증가하더라도, 우리는 이것을 사용하여 더 위대한 일을 하고 우리가 계속 인내해나가 좋은 브랜드를 만들어 내길 바랍니다.”라고 말했다.



사진 3) 출처: 봉황과기(凤凰科技). 우측이 파오파오(泡泡) 창립자겸 CEO 왕닝(王宁)

4. 근로자의 근무 방식을 바꿔놓는 AI 사무플랫폼 (텐센트망腾讯网, 2020.12.11)

바이두루리우(百度如流)와 같은 AI 사무기능 플랫폼이 제공하는 것은 효과를 높이는 것뿐 아니라 업무 방식을 혁신시키고 신시대와 신생활에 적합한 일종의 작업 문화를 만들고 있다.

(InfoFlow 루리우 如流 편집자 주: 바이두 산하의 차세대 AI 사무 플랫폼으로 AI 시대 가장 선진적인 기업 스마트 정보시스템을 구축했다. 기업통신, 사무협동, 지식관리를 일체로 융합했고 회사 내 정보, 지식을 고효율로 운용하게 했다.)



사진 1) 출처: 텐센트망(腾讯网)

2019 년의 996, 715 근무제, 직장 PUA, '유연한' 작업 등이 2020 바이두페이디엔(百度沸点) '연도 지식 핫워드'리스트에 선정되었다.

이러한 현상은 절대 우연이 아니다. 연초에 각광받던 원격사무 현상에서 무수한 '출근족'의 자조로, 다시 최근 '1000 만인이 60 분 이상 극단의 통근을 감내 중'의 열띤 검색까지 근무와 관련된 화제가 거의 연초부터 연말까지 지속되고 있다.

우리는 사회 경쟁이 치열하고 사장에게 착취당하는 것을 한탄하는 동시에 이러한 문제를 사고해 보아야 한다. 몇 년 전 생활 방식에 대한 토론처럼 우리의 과도하게 바뀐 원인이 근무 방식이 일정한 리듬을 잃었기 때문인가? 혹은 고민하는 근본 원인이 사실은 효율이 낮고 옛 방식을 고수하는 작업 매커니즘에 있는 것일까?

막 종료한 디지털화 전환 세계포럼에서 바이두의 리잉(李莹)은 강연에서 관련 논제를 다루었고 스마트 근무방식을 제안했다.

01 조용히 변화한 근무 방식

연초의 블랙스완 사건은 원격 사무의 호황기를 조성했다.

무수한 기업의 직원이 강제로 집에 머물며 원래 익숙하던 오프라인 업무 프로세스를 온라인 상으로 옮겨와야만 했다. 강제적이고 긴박한 수요에 자극받아 작업 입구를 둘러싼 경쟁은 신속하게 가열되었다.

거두들의 경쟁은 근무 방식 전환의 축소판에 지나지 않았다. 비록 업무와 생산이 차례로 재개된 후 원격사무의 열기는 다소 하강했지만 대다수 기업은 관련 상품을 유지하여 일상 근무에 적용하며 가속화된 기업 근무 방식 진화의 입구를 착실히 열어젖혔다.

한 편으로 전염병은 거울과 같아 기업은 또렷하게 자신에게 존재하는 모든 단점을 볼 수 있었다.

예를 들어 적지 않은 기업이 디지털화 전환의 초기단계에 처해 있고 예컨대 온라인에서의 협업, 디지털 관리 등의 측면에서 심각하게 낙후되어 있었다. 그러나 전염병 기간 강제로 온라인 회의, 원격 출퇴근 기록, 영상 연수 교육, 팀 구성 토론 등의 행위를 어쩔 수 없이 진행하며 새로운 근무 습관이 점차 배양되기 시작했다. 원래 '보충수업'을 위해 디지털화 전환을 수용했던 기업은 어느 정도는 새로운 근무 형태를 위해 이미 디지털화했다.

다른 한편으로 거두는 입구 전쟁에서 일단 낙후된 후 근무 환경을 에워싸고 탐색하기 시작했다.

예를 들어 바이두(百度)는 화상 회의의 문제점을 알게 된 후 "채팅"이 "연는 것"이라는 개념을 제시했다. 바이두의 다자간 대화 기능을 통해 AI 회의 도우미는 참가자의 비는 시간을 자동으로 소통할 수 있으며, 동시에 회의 스마트 녹음 기능을 출시했고, 회의 환경에서 음성 식별의 정확도가 98%를 초과한다. 이와 같은 장면 혁신은 거두들이 각축전을 벌이는 초점이 진입에서 고객 가치로 이동했음을 예시한다.

근무 방식의 진화가 유행에서 돌이킬 수 없는 추세로 떠오른 것 같지만 현재 단계는 종점에서도 아직 멀리 떨어져 있다.

간단한 예로, 대부분의 기업은 효율성을 높일 수 있는 협업 도구를 사용하고, 하나의 프로젝트에 많게는 6 ~7 종의 협업 도구가 있을 수 있다. 도구의 분산과 통일되지 않음이 정보와 지식이 정리될 수 없게 하고 도구를 다루는 데 의외의 시간 낭비가 발생할 수 있다. 원래 협업 도구를 사용하여 절약된 시간은 팀 구성원의 반복적인 작업에 소비되고 효율성에 있어 본질적인 변화가 없다.

이것은 아마도 리잉(李莹)이 지능화 작업 방법을 제안하는 원인일 것이다. 어쨌건 현재 작업 시스템에서는 기업의 연결 방식, 협업 방식과 혁신 기능에 여전히 개선할 여지가 크다.

02 저효율과 반복 작업에 고별

루리우(如流)가 준 답안은 인공 지능으로 작업하는 방식을 재구성하는 것이다.

가장 전형적인 특징으로 다양한 일부 사무제품은 가능한 각종 도구의 운용법을 망라할 것이다. 루리우(如流)는 흐름(Flow)식으로 근무하는 기업 서비스 생태계를 구축했다. 저층은 바이두 대뇌의 AI 중간 데스크와 지식 중간 데스크에 기반하며 양대 중간 데스크의 기초상에서 기업 연결 방식, 협업 방식과 혁신 능력에 대해 구분한 통신 플로우, 업무 플로우, 지식 플로우의 서비스를 구축한다.

루리우(如流)의 스마트 작업 플랫폼은 동일한 프로세스 라인에 서로 다른 공장을 집중하고, 인공 지능을 사용하여 서로 다른 과정에서 생산과 데이터 교환을 조정한다. 작업이 기업의 정보와 지식을 효율적으로 전달하는 파이프 라인과도 같게 한다.

만약 전통적인 작업 메커니즘이 단편화되면 루리우(如流)는 인공 지능과 작업 프로세스를 심도 융합하여 기존 사무실 장면의 한계를 뛰어 넘어 언제 어디서나 소통 협력하며, 인력 소모적인 기계 노동과 반복 노동을 최소화한다. 직장에서의 비용 지출 환급 과정을 예로 들어 보자. 직원은 영수증을 종이해 가지런히 붙인 재무 부서에 제출하여 심사 허가를 진행해야 한다. 루리우(如流)에서는 직접 사진을 찍고

업로드 할 수 있고, OCR 기술로 대조확인 후 스마트 심사를 진행하여 바로 보통 직원의 시간 비용을 절약하고 재무의 노동력을 절약한다.

이것은 단지 업무 플로우의 한 측면일 뿐이다. 리잉(李莹)은 강연에서 세 가지 스마트 "프로세스 라인"이 서로 통한 후의 스마트 근무 장면을 묘사했다.

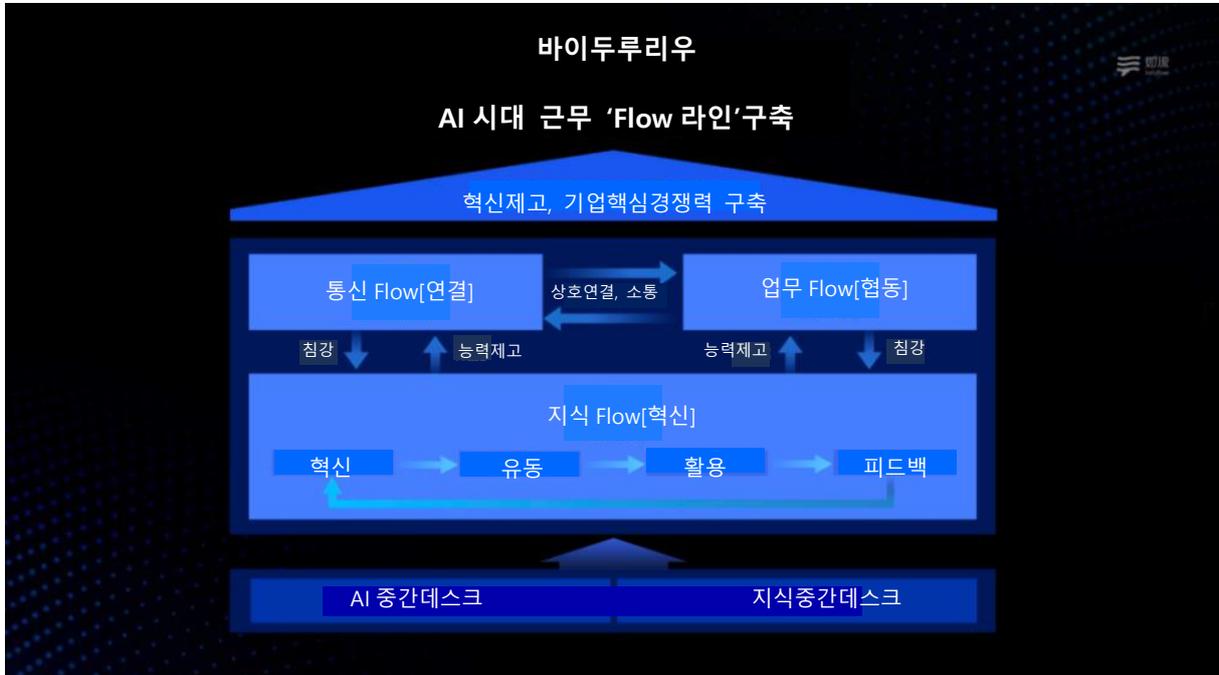


표 1) 출처: 텐센트망(腾讯网)

사용자가 화상 회의를 진행하고자 할 때 AI 컨퍼런스 어시스턴트를 열어 참가자의 시간을 자동으로 전달하고, 스마트 녹음 기능을 통해 음성으로 회의 기록을 생성할 수 있다. 사용자가 작업 중일 때 ERP, OKR, 스마트 승인, 스마트 환급 결제 등 다양한 장면을 자동으로 매칭할 수 있다. 동시에 사용자의 모든 커뮤니케이션과 협업의 정보와 경험이 축적될 수 있으며 지식, 사람, 직책도 유기적으로 연결되고 구성된다.

통신 플로우, 업무 플로우, 지식 플로우의 연결과 통합에 기반하여 지식 축적과 요약의 장벽을 낮출 수 있을 뿐만 아니라 지식을 체계적으로 정리할 수 있어 직원이 필요한 지식을 신속하게 획득할 수 있게 하고, 계속하여 새롭고 도전적인 상황에 적용한다. 현재 작업 방식의 변혁과 다르지 않다.

리우(如流)의 예견은 어떤 회사나 조직에서든 효율성 향상이 업무 방식 변화 작업의 핵심 목표라는 것이다. 결국 치열하게 우승을 다투는 근무 플랫폼으로 말하자면 최종적으로 겨루는 것은 차세대 일하는 방식에 대한 이해이며, 작업 방식의 이해가 투철한 사람은 전환의 혜택을 나눌 수 있다.

03 산업 전환 기회를 잡아라

스마트 작업의 작은 여백은 오히려 산업 혁신이라는 큰 기회를 목표로 한다.

바이두 설립자 리엔홍(李彦宏)의 견해를 참조해 보자: "인공 지능은 하나의 핵심 링크에만 집중하고 하나의 문제점을 해결하더라도 모두 엄청난 산업 기회이며 동시에 우리 매 한 사람에게 더 나은 삶의 경험을 가져올 것입니다. 더 크고 더 깊은 변혁이 산업계에서 발생할 것입니다."

이러한 논리를 따르면 인공 지능이 근무 방식을 재구성한 것이 시대의 리듬에 부응할까? 정확히 말하면 균형은 두 가지 요소가 작용하는 상황하에서 부단히 스마트 작업 쪽으로 기울어지고 있다.

하나는 스마트 경제의 물결이다.

두 달 전, 십사오 계획(十四五规划)에서 명확히 밝혔다: "현대 산업 시스템의 발전을 가속화하고, 경제 시스템의 최적화와 업그레이드를 촉진한다" 인공 지능 시대의 맥락에서 산업 업그레이드의 방향은 의심할 여지없이 스마트 경제다. 유명 시장 조사 기관인 IDC도 보고서에서 2020년 글로벌 GDP의 60% 이상이 디지털화 될 것이며, 각 산업의 성장은 모두 디지털화로 강화된 제품, 운영, 관계에 의해 구동될 것이라고 예측했다.

전통적인 산업 사회가 형성한 근무 방식에 비해 스마트 경제와 디지털화는 일하는 방식에 대한 새로운 요구를 제기하고 있다. 루리우(如流)로 대표되는 스마트 근무 플랫폼의 역할은 기업이 스마트 경제 시대를 포용하는 연결구다.

일찍이 996이 불러 일으킨 여론 광풍과 마찬가지로 궁극적으로 인터넷 세계의 치열한 경쟁에 원인이 있다. 새로운 기회가 출현하면 먼저 그 제품을 만드는 자가 시장을 점유할 수 있고, 효율이 낮은 작업 메커니즘때문에 직원들에게 강압적으로 초과 근무를 하여 진도를 따라잡게 한다. 스마트 경제 시대 경쟁의 치열한 정도는 그 어느 때보다 심화될 것이다. 기업 관리자가 사고해야 할 것은 어떤 근무 방식으로 혁신해야 효율을 높일 수 있느냐이지, 직원을 끊임없이 압박하는 것이 아니다.

두번째는 새로운 시대 인재의 조용한 등장이다.

외부 보고서의 통계에 따르면 2025년에 밀레니얼 세대와 Z세대 근로자가 70% 이상을 차지할 것이며, 이중 신세대의 78%는 기술이 그들의 업무를 더 효율적으로 만들 것이라고 여기며, 근무장소에서 일상생활에 필적하는 소통 협력 체험을 갖기를 바란다. 기업 관리자에게 남겨진 또 다른 도전은 도구를 사용하여 직원의 주의력이 가치있는 일에 쓰이도록 하고, 어떻게 직원 능력을 빠르게 올리는지, 그리고 나서 개인 가치를 조직 경쟁력으로 전환하고, 회사의 효율성을 나선형으로 높이는 데 도움이 되는 방법을 배우는 것이다.

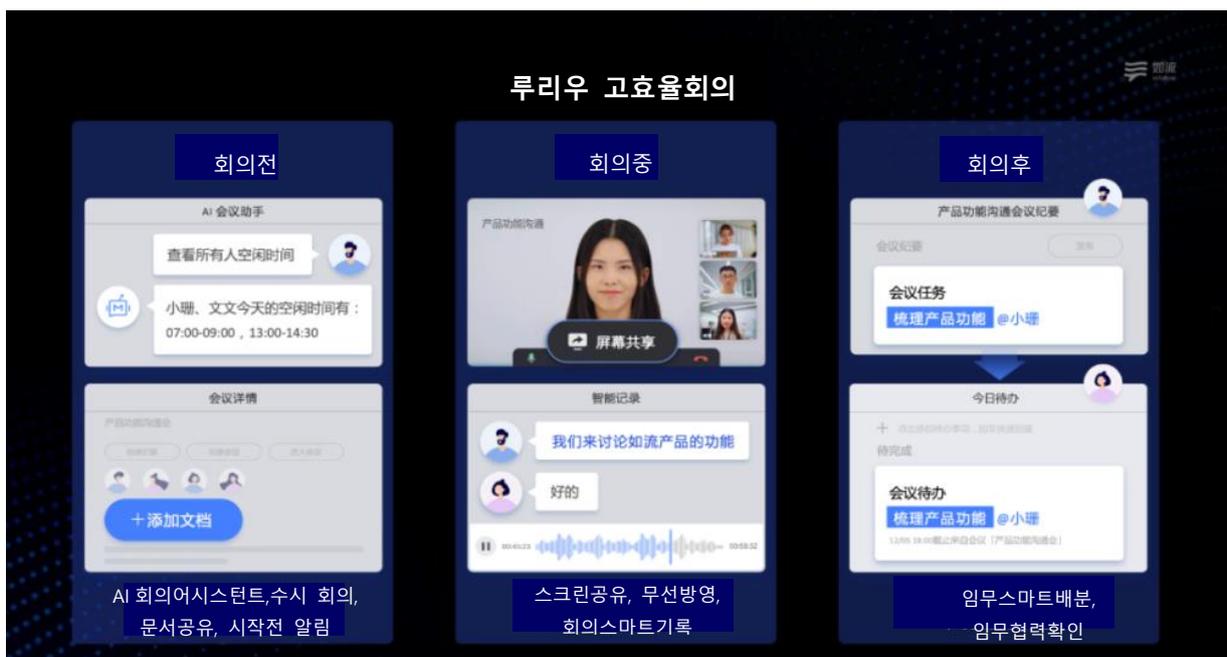


표 2) 출처: 텐센트망(腾讯网)

근무하며 가장 흔하게 접하는 "회의"를 예로 들어 보자. 대부분 강연자는 무대에서 PPT 로 프레젠테이션을 하고 기타 사람들은 데스크 아래에서 수동적으로 보고를 듣고 메모를 하고 있는, 꾸물거리고, 효율이 낮고 시간이 낭비되는 것이 점차 많은 사람들에게 '회의'에 대한 공통된 인식이 되고 있다. 사실 이러한 국면은 해결할 수 없는 것이 아니다. 신세대 인재의 비율이 점점 높아지면 스마트 오피스로 기울게 될지는 이미 더 이상 선택이 아니라 필수가 된다.

바이두리우(百度如流) 등 스마트 오피스 도구가 제공하는 것은 효율을 높이고 혁신적인 작업 방식일뿐 아니라, 신세대와 신세대에 적합한 작업 문화이다. 직원들이 낡은 작업 메커니즘 속에서 뒤처지도록 두는 기업은 결국 산업 전환의 기회를 놓칠 것이다.

04 결어

일찍이 1994 년 경영학의 대가인 피터드러커는 그의 저서 <후기 자본주의사회>에서 다음과 같이 썼다: 지식 사회에서 사회의 기본 경제 자원은 더 이상 자본이나 노동이 아니라 지식이며 미래에도 지식일 것이다.....

안타깝게도 지난 20 년 동안 경제 자원은 근로 시간과 거의 같았고 "지식"의 의미에 대해 생각하는 사람은 많지 않았다. 2020 년은 전환점이 될 것이며 수많은 "근로자"가 특수한 형태로 싸우고 있다. 바이두리우(百度如流)와 같은 플레이어는 지식 관리를 위한 플랫폼을 제공했으며 새로운 화학 반응이 조용히 일어나고 있다.

ISSUE 및 시장동향

1. 블랙테크에서 그레이테크로 뻗어나간 데이터관리 테크놀로지

— 이오왕(亿欧网) 제공

오랫동안 BI와 AI에 집중하고 소매장면을 탐색하며 관위엔데이터(观远数据)는 소매 디지털화 추세 속에서 자신이 발전할 길을 찾는다. 그레이 테크(灰科技) 속에서 더 큰 데이터 가치를 발견한다.

(BI-Business Intelligence 비즈니스 인텔리전스 편집자 주: 기업에서 데이터를 수집, 정리, 분석하고 활용하여 효율적인 의사 결정을 하도록 하는 애플리케이션과 기술의 집합. 기업 경영에서 내비게이션 역할을 수행하는 것. 출처: 한국정보통신기술협회)

(그레이테크灰科技 편집자 주: 블랙테크의 자동화·지능화·융합화의 특성을 구비하면서 특정 문제 해결에 탁월한 효율을 가지는 보다 현실적이고 효과적인 과학기술. 왕하이王淮가 쓴 <왜 지금 '그레이 테크'가 필요한가? 为什么现在需要的是“灰科技”? > 기고문에서 내린 정의. 출처 36kr 보도 2020.5.6)



사진 1) 출처: 이오왕(亿欧网)

부단히 새로워지는 소매전장

오랫동안 중국의 소매업태는 부부가 경영하는 전통적인 상점 위주였다. 20 세기 90 년대에 이르러 완커(万科)산하의 완자슈퍼마켓(万家超市)이 선전에 설립되면서 최초의 우메이 슈퍼마켓(物美超市)이 베이징(北京)에 개업했고 정식으로 현대 소매업이 서막을 열었다. 같은 시기에 <소매상업 영역에서 외자 활용에 관한 회신>이 1992 년 발표되어 까르푸, 월마트 등 대량의 외자 공급업체가 이 거대한 영역에 연이어 진군했다. 1998 년 징둥이 성립되고 2003 년 타오바오가 개설되면서 전자상거래 시대의 신소매가 역사상의 무대를 열었다. 지나간 20 년간의 중국신소매 발전 역사를 회고하면 현대 소매시스템의 내생적

발전, 외국 기업 소매시스템의 진입, 전자상거래로 복잡해졌고, 다원화되고 복잡한 시스템은 중국 소매 디지털화에 충만한 도전과 기회의 생태 네트워크를 만들었다.

이 혼잡한 생태시스템에서 서로 다른 업태, 채널, 브랜드의 기업이 서로 경쟁, 발전, 심지어 전복하며 대다수 플레이어들이 가져온 압박은 모든 역량을 전력을 다해 도시를 공략하는데 사용하게 했다. 그들은 짧디 짧은 20 년 이내에 빠르게 발아 단계를 통과했고, 가장 빠른 속도로 성숙, 착륙, 재혁신했다. 빠른 속도의 변혁은 중국 소매시장의 위치를 세계 선두열에 서게 했다. 이러한 변혁의 속도는 하강하지 않을 것이며 각종 선진 기술과 결합하여 더 빠른 속도로 발전을 향해 갈 것임을 예측할 수 있다.

이것은 마치 소매산업에 매달려있는 다모클레스의 검과 같아 매 소매기업의 신경을 자극하며 동시에 이 환경 속에서 성장하기 시작한 중국 소비자를 자극한다. 세대간의 차이가 가속화되고 커지는 영향으로 그 소비행위는 역으로 소비산업 발전에 영향을 미친다.

중국 체인점 경영협회 평지엔전(彭建真)은 관위엔데이터(观远数据)에서 2020 스마트 전략포럼 상품 발표회에서 소매환경과 과학기술의 영향을 받아 소비자 행위에 주요 4 대 변화가 발생했다고 언급했다: 소비자는 휴대폰 또는 모바일기기에 의탁하는 정도가 현저하게 증가했다: 소비자는 오프라인 매장에 머무는 시간이 짧은지 고려하며 더 줄이기를 원한다: 소비자 구매 루트는 날이 갈수록 다양해지고 있다: 소비자는 점차 건강화, 안전화, 높은 가성비 쪽으로 점차 기울고 있다.

고차원의 시각으로 보면 브랜드, 생산, 소비자간의 연결이 과거 20 년간 부단히 업그레이드되고 복잡해지고 새롭게 재구축되어 마치 황무지 위에 고속도로, 철로, 비행장과 항공노선까지 건설한 것과 같다. 각 주체 사이의 연결은 더욱 간편하고 다원화된 듯하나 아직 더 효율적인 것은 아니고 최종적으로는 전체 시스템의 컨트롤 정도에 더 의존한다.

따라서 소매 산업 발전을 촉진하기 위해 아주 빠른 변혁을 어떻게 대하는지, 기술을 어떻게 잘 이용하는지, 소비자 행위를 어떻게 이용하는지가 소매과학기술산업의 중요한 명제가 된다.

소매 디지털화의 창과 포

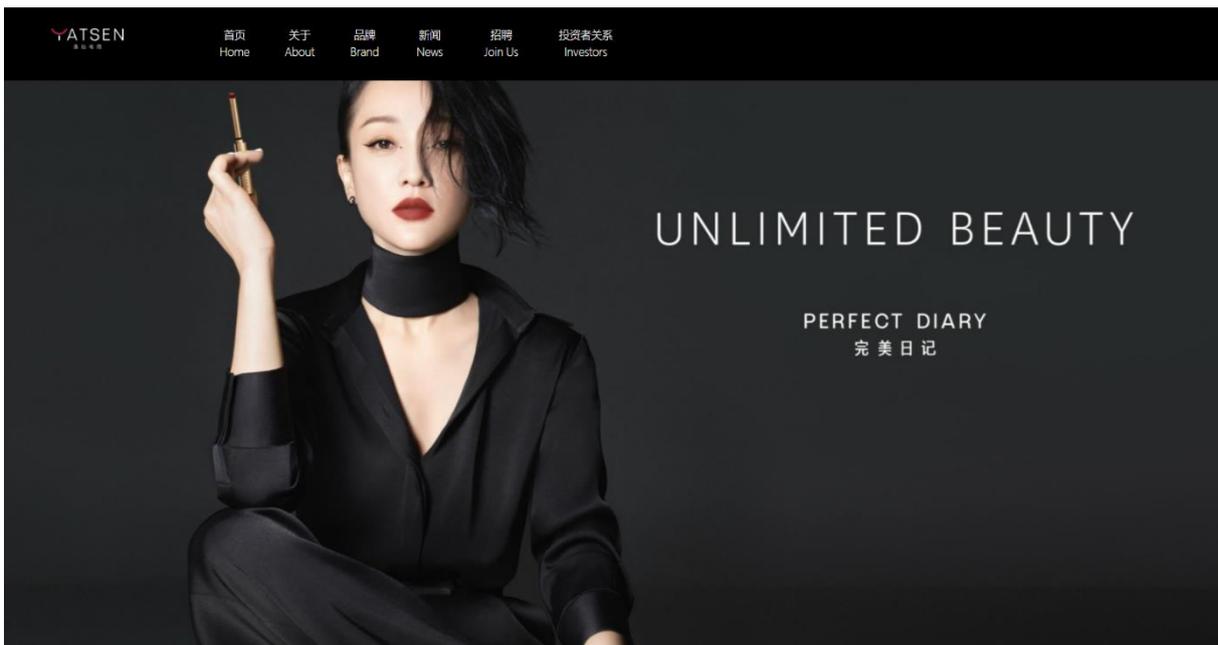


사진 2) 출처: www.yatsenglobal.com

최근 상장한 완메이리지(完美日记 주체는 이센전자상逸仙电商 YATSEN)는 주주모집설명서에서 4년간 발전한 부의 축적 비결을 노출했다——바로 DTC(Direct To Consumer, 소비자 직접 판매)모델과 그 배후의 강력한 데이터 구동이다.

이센전자상(逸仙电商)의 전 채널 DTC 모델은 바로 전자상거래, 소셜미디어, 직영매장의 소비자 '직접 연결'을 통해, 전통 메이크업 시장 중 중간 유통상이 취하던 약 50%의 이윤을 줄여 가격 경쟁력을 높인 것이다. 루트와 마케팅 우세 외에도 DTC 모델은 공급체인 관리와 상품 연구개발 관리를 더 효율적으로 실현할 수 있다.

DTC 모델을 정상적으로 운영하려면 양대 핵심이 필요하다

첫번째, 소비자와 연결하는 디지털 전략이 필요하다. 이는 브랜드업체에 관리 이념부터 관리방식상 강력한 '디지털 구동'시스템을 요구한다.

이센전자상(逸仙电商)은 주주모집설명서에서 "DTC 방식을 이용하여 고객행위와 관련된, 선호와 피드백 대량의 데이터에 실시간 액세스할 수 있다. 이러한 데이터는 우리가 업무에서 빠르게 결정을 내릴 수 있도록 돕고 우리가 고객의 니즈를 더 잘 충족시킬 수 있게 한다."고 밝혔다.

두번째, 적합한 데이터 분석과 앱 시스템 구축이 필요하다. 데이터 구동의 이념에는 적합한 도구의 실현이 필요하다.

이센전자상(逸仙电商)은 개발과 전통적인 SRM, OA, OMS, PLM, POS, KOL 관리 시스템, 실시간 빅데이터 플랫폼과 여러 외부 시스템이 집대성한 플랫폼(물류, 창고, 공급상 시스템)을 사용하는 것 외에도, 가장 직관적인 효과는 바로 상품 개념 탄생부터 상품 출시까지의 과정이 6개월보다 적어, 국제브랜드의 7~18개월의 개발 주기보다 짧다는 것이다.

관위엔데이터(观远数据)의 창립자겸 CEO 수춘위엔(苏春园)은 2020 스마트전략포럼과 상품발표회에서 몇 가지 사례를 공유했다. 허난 정저우(河南郑州)의 미슈에빙청(蜜雪冰城)에서 3년이 채 안 되어 전국 3000개 매장을 1만개로 확장시켰으며 데이터도구와 플랫폼을 통해 모든 매장관리를 하며 '딸기를 휘젓은 요거트'와 같은 히트상품을 신속하게 단일 매장, 단일 도시에서 모든 매장으로 확장하여 판매할 수 있다.

또다른 전형적 사례로는 상하이 Lily 비즈니스패션이 있다. 현재 중국 전역에 1000개 매장이 있고 시간대별로 1000개 각 매장의 경영상태를 살펴볼 수 있다. 예를 들어 패션산업에서 비교적 전형적인 258 황금시간대, 즉 오후 2시, 5시와 저녁 8시에 각기 다른 시간에 만약 목표를 완수하지 못했다면 데이터 분석을 통해 시간대별로 추적하여 어떤 원인이 초래한 것인지 분석한다. 고객 유동량 때문인지, 디스플레이의 문제인지, 서비스 문제인지 등 문제를 찾아낸 후 즉시 사람이 개입하여 증가 기회를 잡을 수 있다.

"원래 소매소비는 많은 물품과 사람을 말할 수 있는데 오늘 강연하는 것 모두 단일 매장, 단품, 단일 시간, 단일 고객, 단일 횟수로 모두 경영의 원소가 되는 부단히 분할된 것입니다. 과거 몇 년간 최대 기술 트렌드는 알고리즘과 컴퓨팅이 꾸준히 강해졌고, 기업이 극히 세분적으로 문제와 기회를 통찰하게 한다는 것입니다. 이 또한 상업의 가장 본질적인 논리입니다. 적합한 지점에 적합한 방식으로 고객에게 적합한 상품 서비스를 하는 것." 오늘날의 소매 디지털화 현황을 논하며 수춘위엔(苏春园)은 이와 같이 말했다.

지금 소매산업 디지털화의 이념은 이미 사람의 마음 속에 깊이 심어졌고 그 파생된 디지털화 도구도 거대한 시장 공간을 가져올 것이다.

전체 디지털시스템 도구는 아래 몇 가지 큰 그룹으로 나눌 수 있다.

첫째, 컴퓨터가 데이터에 대해 가장 먼저 중요하게 요구하는 것은 저장이다. 왜냐하면 초기의 데이터시스템은 데이터베이스 개선을 위주로 진행되었기 때문이다. 1970년 Codd가 제안한 관계형 데이터베이스는 그 후 10년내 빠르게 산업화되어 IBM, Oracle 등 데이터베이스 거두가 탄생했다.

둘째, 이후 발전한 것은 BI를 주체로 한 데이터분석과 의사결정 시스템이다. 20세기 70년대 첫 번째 SAP, Siebel, JD Edwards 등 BI 서비스기업이 탄생했고 끊임없는 발전을 거쳐 오늘날 주류가 되는 데이터베이스+OLAP+데이터 마이닝이 결합한 비즈니스 인텔리전스 분석 시스템이 점진적으로 구축되었다.

셋째, 인터넷의 보급으로 인해 빅데이터, 데이터 안전도 점차 부각되고 전체 데이터분석 시스템도 전통 BI의 기초상에서 민첩화, 지능화, 세분화 발전을 향하고 있다.

디지털화 이념과 민첩화, 지능화, 세분화된 데이터 분석과 앱 도구는 소매 디지털화의 창과 포다.

세분화를 바라보는 관위엔데이터(观远数据)의 그레이테크

소매 소비영역의 새로운 변화에 대해 수춘위엔(苏春园)은 과학기술 서비스 기업은 '블랙테크'를 '그레이테크'로 전환해야 한다고 지적하며, 그레이테크는 3가지 특징을 갖는다고 지적했다: 먼저 반드시 사용자를 위해 서비스하며 업무 가치를 창출해낸다; 다음으로 어느 곳에든 랜딩할 수 있다; 더 중요한 것은 그것이 부단히 진화하는 과정이며 기술적으로 구현되는 것이 많다.

유전자에서부터 말하자면 관위엔데이터(观远数据)의 포지셔닝은 고객에게 AI+BI 능력을 제공하기를 바란다. 현재 관위엔데이터(观远数据)는 이미 적합한 소매 디지털화 전환의 핵심이 되는 특징——민첩화, 스마트화, 세분화의 특징을 갖고 있다. 2019년 관위엔디지털 상품은 총 48회 세대교체를 했고, 2020년에도 아직 끝나지 않았으며 관위엔데이터(观远数据) 상품은 이미 85차례 업데이트를 했다. 관위엔데이터(观远数据) 연합 창립자 겸 CTO 장진(张进)은 '원스톱식 스마트 데이터분석 3.0 플랫폼'을 출시했고 주로 3가지 상품라인—Universe 데이터개발, Galaxy 데이터분석, Atlas 클라우드를 포함한다. 장진(张进)은 3가지 상품라인은 인류가 우주를 탐색하는 것과 같으며 Galaxy는 휴대용 망원경을 수시로 열어 의사결정의 미스터리를 탐구하는 것과 같고, 복잡한 의사결정 프로세스에서 Universe는 강대한 기초로 기업이 거대한 외부를 보도록 돕는 것과 같고, 산업을 육성하고 부단히 실천하는 과정에서 Atlas는 기업이 산업에 가장 우수한 실천을 응집하도록 돕는다.

기능을 높이는 측면에서 Universe 플랫폼은 10억 행의 데이터 규모를 100억 행으로 높이고, 기업이 거대한 양의 데이터와 마주할 때 민첩하고 효율이 높은 의사결정을 하도록 돕는다. 수춘위엔(苏春园)은 관위엔데이터(观远数据)가 어떻게 여러 해 동안 BI 시장을 발전시켰는지 말하길 "기술능력외에도 우리는 더 장기적으로 소매산업의 서비스 이해와 연마과정을 거쳐 진정으로 가치를 창출하는 산업 솔루션을 형성할 것이며 이것 또한 우리가 그레이테크 개념을 내세우는 유래"라고 했다.

실제 배치와 사용 과정은 기업의 서비스 형태와 성장 단계로 인해 천차만별이다. 관위엔데이터(观远数据) 플랫폼의 원스톱식 스마트 분석 상품 대열은 기업의 개성화된 데이터분석에 기반하여 결정은 분석하고 자유롭게 조합을 진행하며, 줄곧 기업 고객의 매 성장 단계에 맞춰 플랫폼의 '원스톱식' 이념을 상품 구조와 서비스 전체 프로세스에 관통하게 하며, 기업이 서로 다른 시기에 다양한 장면 분석과 의사결정 요구를 완성하며 비용은 낮추고 효율은 높이며 비즈니스 성장을 실현시키는 다양한 역할을 하게 한다.

오랫동안 BI+AI 에 주력하고 소매장면을 경작한 관위엔데이터(观远数据)는 소매디지털화의 추세에서 자신이 발전할 길을 찾았고 그레이테크에서 더 큰 데이터가치를 발휘하고 있다.

2. 2020 중국 증권산업 시장 현황과 발전 추세 분석: 금융 과학기술과 스마트 증권상의 심층 융합 발전 — 치엔잔산업연구원(前瞻产业研究院) 제공

중국 안팎에서 경쟁이 날로 치열해지는 배경하에 증권산업감독은 금융 과학기술에 대한 중요성을 갈수록 높이고 있으며 증권사가 정보 기술과 과학 기술 혁신에 대한 투자를 늘리도록 권장한다. 2019 년 중국 증권산업의 정보 기술에 대한 투입은 205.01 억 위안이었으며, 전년 대비 10.49% 증가했다. 현재 증권사의 디지털 변혁은 이미 스마트 증권사 단계에 접어들었지만 중국내 증권사의 금융 과학기술에 대한 응용은 아직 깊지 않고 외국과 비교적 큰 격차가 존재한다. 미래에는 데이터 가치의 심층 마이닝, 자산 관리 지능화 수준 향상과 블록 체인과 같은 기술의 성능을 발휘하는 것이 중국 스마트 증권사 발전의 주요 방향이 될 것이다.

감독은 산업 디지털화 전환과 고품질 혁신을 촉진

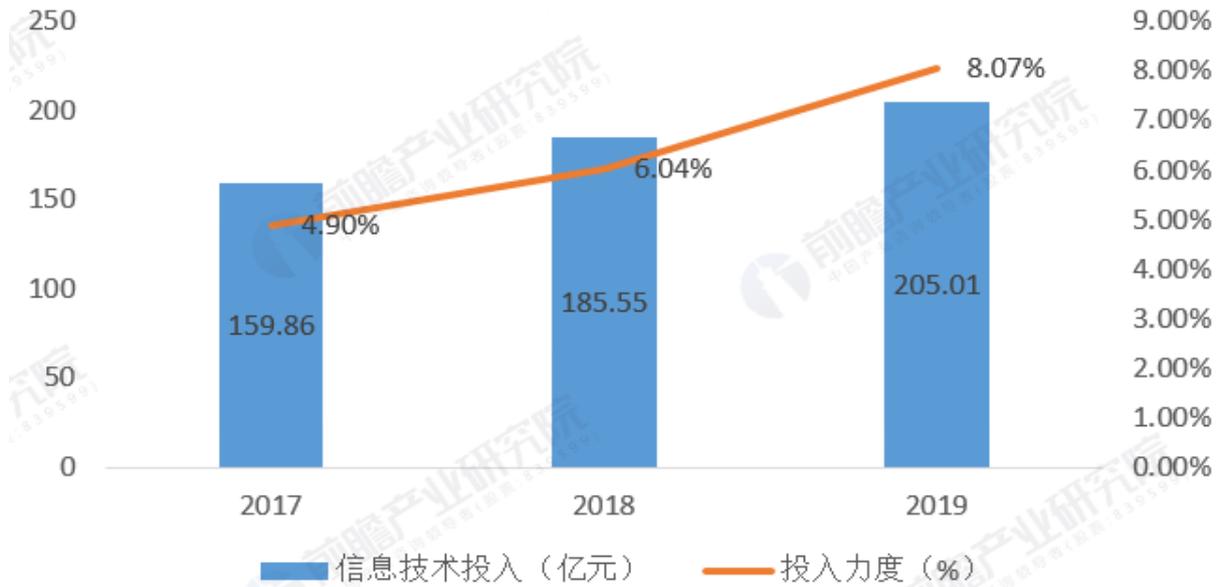
2016 년 국무원은 "과학기술 금융 상품과 서비스의 혁신을 추진하고, 국가 과학기술 산업 및 금융 혁신 센터를 건설"할 것을 제안한 <십삼오 국가 과학 기술 혁신 계획>을 발표했다. 이러한 배경하에 증권산업감독은 금융과학기술에 대한 중시도를 날로 높이고 있다. 정책적 관점에서 중국증권감독회는 증권 회사들이 정보 기술과 기술 혁신에 대한 투자를 늘리도록 장려할 것을 제안한다. "정보 시스템의 안전성과 신뢰성을 확보하는 기초 위에서 금융 과학기술 분야의 연구를 늘리며 인공 지능, 빅 데이터, 클라우드 컴퓨팅 등 과학 기술의 응용을 탐색한다. "많은 증권사가 금융 과학기술을 회사의 지속 발전 전략과 핵심 경쟁력에 접목시켰고, 헤드급 증권사는 연이어 금융 과학기술 분야의 인재 채용과 자본 투자를 늘렸다.

각 대형 증권사 과학기술 투자 확대

중국 증권 협회가 발행한 산업 보고서에 따르면 2017 년 이후 증권산업의 정보 기술에 대한 투자는 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 2019 년 중국 증권산업의 정보 기술 투자는 205.01 억 위안으로 전년 대비 10.49% 증가했고, 2018 년 연간 영업수익 비중의 8.07%를 차지했으며 전년 대비 2.03% 포인트 증가했다.

2019 년에 많은 증권사는 금융 과학기술이 이미 증권사의 디지털 전환을 주도하는 중요한 원동력이 될 것이라고 제안했다. 이러한 배경 하에서 증권사들은 각자 능력에 따라 독립적인 연구 개발, 외부 두뇌 도입, 그룹 권한 부여 등 여러 가지 금융과학기술 발전경로를 선택했다. 2019 년 각 증권사의 과학 기술 투자 수준을 보면, 2019 년 귀타이쥘안(国泰君安) 기술투자 금액이 123916 만 위안으로 가장 높고, 그 다음은 화타이 증권(华泰证券)으로 120236 만 위안, 세 번째는 중신증권(中信证券)으로 113872 만 위안이었다.

图表2: 我国证券行业信息技术投入占营业收入比重(单位: 亿元, %)

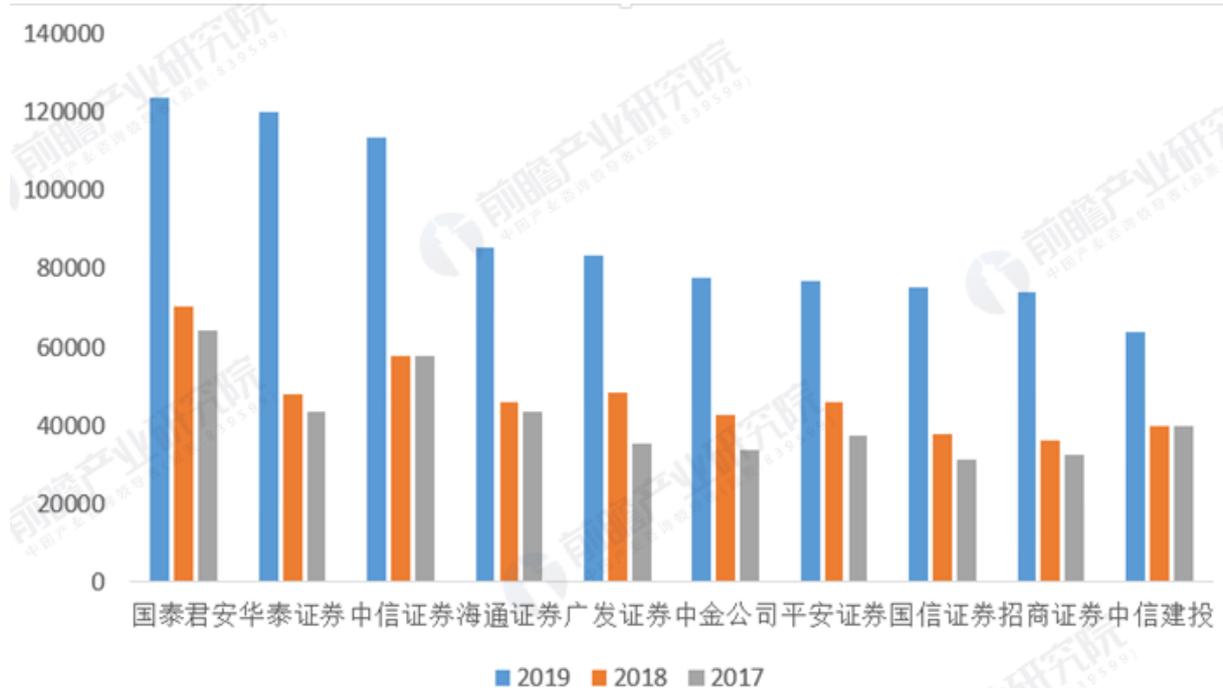


资料来源: 中证协 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

표 1) 출처: 중국증권협회, 치엔잔산업연구원(前瞻产业研究院). 중국 증권산업 정보기술투입이 영업수익에서 차지하는 비율(단위: 억 위안, %)

图表3: 2017-2019年我国大型证券公司技术投入水平(单位: 万元)



资料来源: 中证协 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

표 2) 출처: 중국증권협회, 치엔잔산업연구원(前瞻产业研究院). 2017~2019 중국 대형증권회사 기술투입수준(단위: 억 위안)

증권사의 과학 기술 전환은 스마트 증권사의 단계에 진입

증권회사의 금융 과학기술 변혁은 발전 특징에 따라 3 단계로 나눌 수 있다: 첫 번째 단계에서는 과학기술이 주로 온라인 등록, 거래, 결제에 사용된다. 귀타이췌안(国泰君安), 광파증권(广发证券) 등과 같은 기업은 인터넷에서의 증권 등록 결제 응용에 주목하기 시작했다. 2 단계에서는 중국의 인터넷 사용자가 빠르게 급증함에 따라 온라인 증권 거래 플랫폼이 다양한 증권사의 표준 장비가 되었으며, "손바닥 안의 묘한 주식"등 새로운 방식으로 간편하고 효율이 높은 사용자 체험, 주식 투자 고객의 빠른 증가를 가져왔다. 세 번째 단계는 금융 과학기술과 인공 지능, 빅 데이터, 블록 체인, 클라우드 컴퓨팅 등 기술이 결합되어 증권 산업의 진정한 디지털 전환을 촉진하고 증권 산업의 금융서비스 생태계를 재구성한다. 최근 몇 년 동안 모바일 인터넷, 인공 지능, 빅 데이터, 클라우드 컴퓨팅 등과 같은 디지털 기술의 교차 융합 애플리케이션은 증권 산업에서 운영 효율성을 높이고 수익성을 높이는 효과적인 도구가 되었다.

图表4: 券商科技发展阶段



资料来源: 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

표 3) 출처: 치엔잔산업연구원(前瞻产业研究院). 증권사 과학기술 발전단계. 왼쪽부터 <1993~2000> 인터넷+증권등기 결제/교역방식:증권사사이트에서 등기, 거래, 결제, <2000~2014> 정보화+증권거래, 운영모델:광범위하게 인터넷교역플랫폼 사용, <2014년부터 현재까지> 금융과학기술+스마트증권, 서비스생태계:빅데이터, AI, 클라우드플랫폼, 블록체인이 함께 구성된 증권상 모델과 메커니즘,관리

중국 증권 산업에서 디지털 기술의 적용은 매우 전도유망하다

현재 중국내 증권사는 디지털 기술을 통해 주로 원격으로 계좌 개설, 온라인 거래, 스마트 투자 자문, 스마트 고객 서비스 등의 서비스를 제공하고 최적화하고 있지만, 해외 선진적인 기관에 비해 디지털 기술의 적용 수준은 여전히 비교적 큰 격차가 있다. 모건 스탠리와 제이피모건체이스 등이 대표하는 국제 일류 투자 은행은 두터운 자본력과 강력한 기술 역량 등의 장점을 갖고, 자산 관리, 지불과 결제, 데이터 분석, 규정 적합성 감독관리, 디지털 화폐 등 영역의 응용을 적극적으로 탐색하고 적극적인 효과를 거두고 있다. 미래 데이터 가치 마이닝 탐색, 자산관리 스마트화 수준 제고, 블록체인기술 성능 발휘가 중국 스마트 증권사 발전의 주요 방향이다.

금융 기관 응용 기술의 주요 적용 분야

제이피모건체이스 인공 지능은 2019 년 7 월, 스마트 투자자문 상품 You Invest 를 출시했다. 이것은 투자자의 리스크 수용 능력, 투자 목표와 목표 기간에 근거하여 투자 조합을 추천하고 시장 상황, 상품 가치 및 요인의 변동을 실시간으로 모니터링할 수 있으며 자동으로 투자 조합을 조정한다.

JPM 코인을 출시하여 고객 간의 지불 거래를 즉시 결산하는데 사용한다.

모건스탠리 인공 지능은 2017 년 12 월 디지털 투자 플랫폼인 Access Investing 을 출시하여 투자자에게 다양한 투자 자문 서비스를 제공한다.

빅데이터는 2010 년부터 Hadoop 기술을 사용하여 인프라를 구축하기 시작하고, 구조화된 비정형 데이터를 효율적으로 처리하며, 투자자에게 투자 포트폴리오 분석과 리스크 동태 모니터링을 제공한다.

골드만삭스 블록체인은 2018 년 11 월 블록체인 결제 시스템 CLSNet 을 최초로 사용한 회사가 되었다. 인공지능 자동 거래 절차가 수동 거래를 대체했으며 거래직원 수가 600 명에서 2 명으로 감축되었다.

이상 데이터는 치엔잔산업 연구원의 <중국 증권산업 심층 조사연구와 투자전략계획 분석 보고서>에서 가져온 것이다.

3. 누가 watsons 를 대체하는가? 중국 로컬 뷰티 컬렉션상점의 흥기

— 36KR 제공

허다한 메이크업제품들이 상점으로 유입되며 동질화 현상이 심각하다. 이러한 시장을 세분화한 매장은 단기적으로는 소비자를 획득할 것이나 점점 더 많은 매장이 출현할 때 “평판은 좋으나 실익은 없는” 국면으로 빠져들 것이다.

메이크업 제품이 케익처럼 쌓인 진열대, 립스틱 진열벽, 귀걸이 벽, 메이크업계의 Costco, 포토존.....

샤오홍슈(小红书) 블로거들의 글에서 높은 빈도로 출현하는 이러한 단어는 THE COLORIST, WOW COLOUR 로 대표되는 중국 본토의 저렴한 메이크업 매장으로 전국 각지에서 성황이다.

올해 전염병이 엄중했던 1 월경 WOW COLOUR 는 시장에서 역으로 오프라인으로 진군했다. 얼마전 THE COLORIST 컬러리스트의 모회사인 kk 그룹도 10 억 위안의 시리즈 E 투자 유치에 성공했다.

소비자부터 자본시장까지 모두 이러한 중국 본토에 성행하는 전시매장에 지대한 관심을 보인다. 이와 대조적으로 전통적인 메이크업 상점은 또다른 광경을 드러낸다.

왓슨스 재무보고에는 2020 년 상반기 중국시장 수익 총액이 88.05 억 홍콩달러로 30% 하락, 전년도 동기간 대비 62% 감소했다고 나왔다. 홍콩 메이크업 소매 그룹 SaSa(莎莎샤샤)는 2020 년 3 월까지 영업액이 29.9%하락하여 5717.3 백만 홍콩달러였다.

포스트 코로나시대의 메이크업 제품 트랙에는 ‘얼음과 불의 양대 현상’이 출현했다. 단기적으로 폭풍처럼 유행하는 본토 뷰티 컬렉션상점은 일시적으로 ‘이슈급’의 신소매 품목이 되었으나 이 업체는 결국 왓슨스를 이어가는 것에 불과하며 한 차례 헛된 번영이며 논의를 할 필요가 있는 듯하다.

현지 메이크업 상점의 굴기

베이징 허성휘(合生汇)에 위치한 KKV 는 면적이 200 평방미터이고 SKU 가 수천가지에 달하며 메이크업 용품, 피부 기초화장 제품, 간식류, 영유아 제품, 유행 액세서리 등을 취급한다. 점원은 매장이 비교적 크기 때문에 매월 본사에서 오는 신상품으로 교체되고 매장내의 브랜드도 빠르게 대체된다고 소개했다.

현지 뷰티 컬렉션상점은 모두 위치를 쇼핑중심지 안에서 선택하며, 백평방미터 공간에 근접하고 컨테이너 박스 스타일을 취하며, 먼저 성행했던 국내 생활소비제품 전문매장의 냉담한 원목풍, 북유럽스타일과는 구별된다.

이 새로운 업태는 기존 진열을 따르지 않고 액세서리 월과 메이크업 제품이 천장까지 쌓인 진열장을 만들어 보통 전통적인 진열장 가격 높이보다 1.4~1.5 미터 더 높다.



사진 1) 출처: 36KR

작년부터 뷰티 컬렉션상점이 부각되기 시작했다.

2019년 10월 THE COLORIST(调色师)는 선전(深圳)에서 탄생하여 지금까지 150여 개 매장을 열었다. WOW COLOUR 는 올해 1월에야 광저우(广州)에서 시작했지만 오히려 중국 전역에 100여 개 매장을 개설했고 2020년내 300개 매장으로 확대할 예정이며 2021년전 1000개 매장으로 늘릴 계획이다.

이러한 폭발적 성장 배후에는 자본의 끊임없는 수혈과 조력이 있다.

치차차(企查查)에 나타난 바로 THE COLORIST 의 모회사 kk 그룹은 지난 5년도안 총 5 시리즈의 용자를 거쳐 누적 6억 위안이 넘는 자금을 조달했다. 현재 KK 그룹은 KK 관, KKV, THE COLORIST 3개 신소매브랜드 항목을 내놓았다.

WOW COLOUR 도 마찬가지로 자본의 큰 지지를 획득했다. 치차차(企查查)에 나온 바로 2020 년 1 월 5 일 모회사 색계(광둥)메이크업유한공사(色界 (广东) 美妆有限公司)는 사이만(赛曼)펀드로부터 10 억 위안의 전략적 용자를 얻었다. 사이만 펀드의 창립자 예귀푸(叶国富)는 MINISO(名创优品)의 공동 창립자다.

NOISY Beauty 는 성립 후 지금까지 2 년동안 이미 3 시리즈의 용자를 받았고 푸쑹루이정(复星锐正)이 두 차례 투자했다.

자본이 주목하는 배후에는 중국내 메이크업 시장의 거대한 투자 이득 잠재력이 있기 때문이다.

데이터에 따르면 2022 년까지 중국 메이크업산업시장 규모는 5000 억 위안을 돌파할 것이고 2023 년 중국 메이크업산업 시장 규모는 5490 억 위안 정도까지 성장할 것으로 예측한다. 메이크업 산업 발전 전망이 거대하다.

중국 메이크업의 굴기는 메이크업 전문 매장이 '광분'하여 공략을 가속화하게 만들었다.

유행트렌드 메이크업 상점의 장점이 무엇인가?

본지는 뷰티 컬렉션상점과 인터뷰를 통해 설계 스타일과 색채 요소 등의 방면에서 모두 금속 회색·브라운 계열을 대량 운용했고 이러한 매장 스타일과 제품 선정은 극도로 비슷하여 전체적으로 분별도를 잃고 있음을 발견했다. 심지어 어느 매장을 무작정 들어가면 어느 브랜드인지 구별할 수 없었다. 비록 그들 사이에 차별화를 찾으려 애쓰고 있음에도...



사진 2) 출처: 36KR

THE COLORIST 는 젊은 층 대중시장에 치우친 편이다. 선정 제품은 해외 메이크업 브랜드 위주이고 단일 매장에 70 여 개 국내외 메이크업 브랜드와 6000 개 SKU 를 보유한다. WOW COLOUR 의 6000 여개 SKU 중, 중국산 브랜드와 일리류 국제 메이크업브랜드를 포함하며 중국산 점유율은 70%이다.

싼리툰(三里屯)에 위치한 HARMAY의 선정 품목은 더 고급스럽다. 상품은 국제 일류 메이크업과 기초화장 제품을 보유하며 글로벌 소규모 전문 제품과 HARMAY 동일이름의 독자 브랜드가 있다.

매장을 살펴보니 뷰티 컬렉션상점의 상품은 중저가로 분류되지만 브랜드 상품 가격은 균일하게 온라인 채널보다 높다. 점원은 기자에게 매 상점 모두 1000 개 이상의 SKU를 보유하며 빠른 속도로 신제품으로 교체된다고 알려주었다.

횡적으로 뷰티 컬렉션상점의 비즈니스 모델을 살펴보니, 십 몇 년 전 성행하던 ZARA, H&M 등의 패스트패션 브랜드와 유사하다. 저렴한 가격에 기대어 빠른 속도로 세대 교체하고 소비자에게 트렌드를 쫓는 상품을 제공한다. 온라인 채널과 비교하여 오프라인 상점을 여는 것은 자본과 운영이 더 들어가는 모델이다. 수익이 없는 기업입장에서 반드시 규모화를 통해 수익을 거두어야 한다.

THE COLORIST와 같은 참여자는 '대규모 집합+패스트패션 속도', 패스트 영역의 공급체인 방식으로 메이크업 브랜드를 팔고 중간에 여러 층의 대리시스템을 거치지 않아 해외에서 대규모로 직접 구매하고 브랜드업체로부터 제품을 받는다.

사실 이것은 패스트패션과 본질적인 차이가 있다. ZARA가 패스트패션계의 시조인 것은 공급체인 관리능력이 매우 강하기 때문이며, 상품은 디자인부터 생산까지 단지 5주의 시간만 소요될 뿐이다. 생산은 동남아시아의 공장에서 하고 물류는 항공 운송 방식을 취하며 스페인 바라하드 공항에서 전세계로 향해간다.

소비자는 통상 1개월전 사치품 진열대에서 해당 분기의 신상품을 보게 되며, 1개월 후 '유사한' 스타일이 패스트패션 브랜드 매장에 출현하며, 전통 소매상의 반응과 생산라인은 6~9개월이 넘게 소요된다.



사진 3) 출처: 36KR

그러한 반면 뷰티 컬렉션상점의 패스트패션은 단지 제품교체 속도를 빨리 한 것에 불과한 듯하며 강력한 구매팀의 지원이 필요하다.

뷰티 컬렉션상점이 올해 크게 굴기할 수 있었던 것에 대해 적지 않은 업계 인사가 온라인 채널과 보완성을 갖기 때문이라고 했다.

비록 오프라인이 다소 약화되어 쇼핑센터의 유동량도 전과 같지 않지만 오프라인은 여전히 소비자의 구매 심경과 논리에 빼놓을 수 없는 장면이며, 온라인 구매는 목적성 구매에 편향된다.

피부 기초화장품과 메이크업 제품은 체험이 주요한 품목이며 현재 중국내 경소상 채널은 도리어 분산되어 있다. 전통의 비록 온라인에서 한 무리의 신브랜드를 출시하지만 전체 시장은 오프라인을 완전히 대체할 방도가 없다.

최근 폭발적 인기를 끄는 완메이리지(完美日记)를 예로 들면, 온라인 채널 위주에 소셜마케팅과 유명한 제품판매 방식을 부수적으로 하여 국산브랜드 전자상거래 리스트를 휩쓸었다. 비록 완메이리지(完美日记)도 오프라인 소매로 진군하였으나 줄곧 뜨겁지 않은 상태다.

뷰티 컬렉션상점은 마침 프랑스의 메이크업 제품 오프라인 채널의 취약점을 해결하여 이런 인터넷 사유의 메이크업브랜드가 온라인과 오프라인 루트를 통하게 할 수 있고, 소비자를 위해 테스트할 플랫폼을 제공한다.



사진 4) 출처: 36KR

이외 또 하나 시장 절호의 기회가 있는데 전염병이 지나간 후 전체 오프라인 시장의 상황이 비교적 좋지 않다. 대형 쇼핑센터의 '고객 유동량이 적은' 상점 모두 겨울을 견뎌내기 어렵고 이 브랜드도 대량 교체될 것이며 오프라인의 많은 상가가 철수할 것이다.

점포 임대료는 싸질 것이고 뷰티 컬렉션상점은 이 기회를 틈타 왕성하게 확장하며 자리를 차지할 것이다.

한 쇼핑센터의 책임자가 본지에게 말하길 이러한 유형의 뷰티 컬렉션상점 브랜드가 입점하면 일반적으로 다른 매장에서 같은 브랜드를 오픈하기 어렵다. 비슷한 유형의 상점이 일반적으로 한 브랜드만 허용하는 것과 유사하다고 했다.

뷰티 컬렉션상점의 딜레마

기자가 몇 개 뷰티 컬렉션상점의 고객 유동량 상황을 관찰해보니 진입하는 소비자는 쇼핑센터내 다른 유형의 상점보다 더 많았다. 그러나 실제로 구매하는 사람은 많지 않았다.

또한 적지 않은 고객이 샤오홍슈(小红书)에서 보고 왔지만 보고 난 후 느낌이 그저 그렇고 서비스가 충분히 좋지 않고, 가격이 온라인보다 훨씬 비싸 그저 사진만 찍고 왔다고 말했다.

눈부시게 현혹하는 인테리어 스타일, 상품에 의지해 중국 본토 뷰티 컬렉션상점은 확실히 인기를 얻었지만, 소비자가 흥미를 갖고 상점에 와서 구매행위를 하고 심지어 재구매를 하도록 어떻게 유지할 것인가가 이 시류에 뛰어난 참여자들이 해결해야 할 딜레마다.

최근 뷰티 컬렉션상점의 좋은 날은 지났다는 뉴스가 많이 나왔다.

2019년 10월 1억 달러의 자금 조달을 발표한 KK 그룹은 실제로는 그저 3천만 달러의 투자만 받았다. 전염병의 영향 외에도 가장 근본적인 이유는 프로젝트의 장기적인 비수익과 약한 성장력 때문이다. 또한 KK 그룹은 약속한 실적을 내지 못했고 시리즈 C 투자자와의 일대일 베팅에 실패하여 가맹상이 차례로 "철수"하게 만들었다.



사진 5) 출처: 36KR

올해 5월 30일 WOW COLOUR 창립자 겸 수석집행관 양양(杨阳)은 이직을 발표했고 동시에 많은 매장을 문닫았다. 이전에 매체에서 사정을 잘 아는 인사가 폭로한 자료를 인용한 바에 따르면, 양양이 이직한 한 측면은 사이먼그룹(赛曼集团) 창립자 예귀푸(叶国富)와 경영이념이 맞지 않았고, 다른 한 편으로는 역시 실적이 생각만큼 좋지 않았기 때문이다.

또다른 소식으로는 WOW COLOUR 가 맹렬히 매장을 오픈하는 동시에 일부 매장을 닫고 있다고 한다.

또한 횡적으로 전통 뷰티 컬렉션상점인 왓슨스, 완닝 등 그들이 몰락한 데에는 그들이 합작 브랜드사에게 준 부담이 너무 큰 원인도 있다. 이는 총이윤, 전시비, 바코드비, 홍보비 등 각종 잡다한 비용으로 차출되었고, 환수기일은 매우 길어 합작사가 포기하게 만들었다.

이에 인원 관리, 자본 부족이 더해진다. 오프라인 소매 산업은 종종 거리가 멀고, 분산식 관리를 하여 기업에게 큰 도전을 가져온다.



사진 6) 출처: 36KR

신흥하는 뷰티 컬렉션상점도 마찬가지로의 고충에 직면해 있다. 더 많은 SKU, 다른 점포, 매장 상품 바코드 수량은 여전히 방대하고, 창고 관리, 기본 계좌, 데이터 관리 등 관리 요구가 매우 높다. 이것은 설립한지 얼마되지 않은 브랜드가 대규모로 확대하는 것은 후에 반드시 거대한 '장애'를 가져올 것이다.

또한 대형 상권 위치를 선택하는 것은 투자 비용이 일반적인 뷰티상점보다 훨씬 많다는 것을 의미한다. 전국에 수천수만 개 상점을 복제하려는 것은 쉬운 일이 아니다.

시장의 각도에서 수많은 뷰티 컬렉션상점이 진입하고, 심각한 동질화를 겪고, 이러한 세분화된 상점이 단기에 소비자를 수확하지만, 점점 더 많은 상점이 출현할 때 '소문은 좋지만 실속은 없는' 국면에 빠질 수 있다. 바로 몇 년 전 인기있던 '가구 신소매'가 현재 모두 쇼핑몰에서 철수했듯이 말이다.

중국 본토의 뷰티 컬렉션 상점의 맹아는 점점 더 왕성해지고 경쟁도 격렬해질 것이다. 어떻게 차별화된 운영을 할 것이며 사용자의 충성도를 유지하고 진정한 핵심 성채를 구축할 것이며, 규모화된 이익을 실현할 것이냐가 이러한 뷰티 상점 참여자가 종종 고려해야할 문제다.

4. 양자컴퓨터 시리즈 76) 인텔 양자컴퓨터의 이정표급 돌파!

— 콰이커지(快科技) 제공

인텔은 12 월 4 일 연구소의 Open Day 행사에서 5 대 혁신 기술의 진전 상황을 발표했으며 그 중에는 인텔의 양자 컴퓨팅 확장성에 또하나의 이정표식의 돌파를 획득한 2 세대 저온 제어칩 "Horse Ridge II"가 있었다. 그리고 확장성은 양자 컴퓨팅의 최대 어려움 중 하나다.

1 년 전 인텔은 최대 128 큐 비트 제어를 실현한, 최초의 저온 제어칩 "Horse Ridge"를 출시했으며, 2018년에는 49 큐 비트 양자 컴퓨팅 테스트칩 "Tangle Lake"도 출시했다."

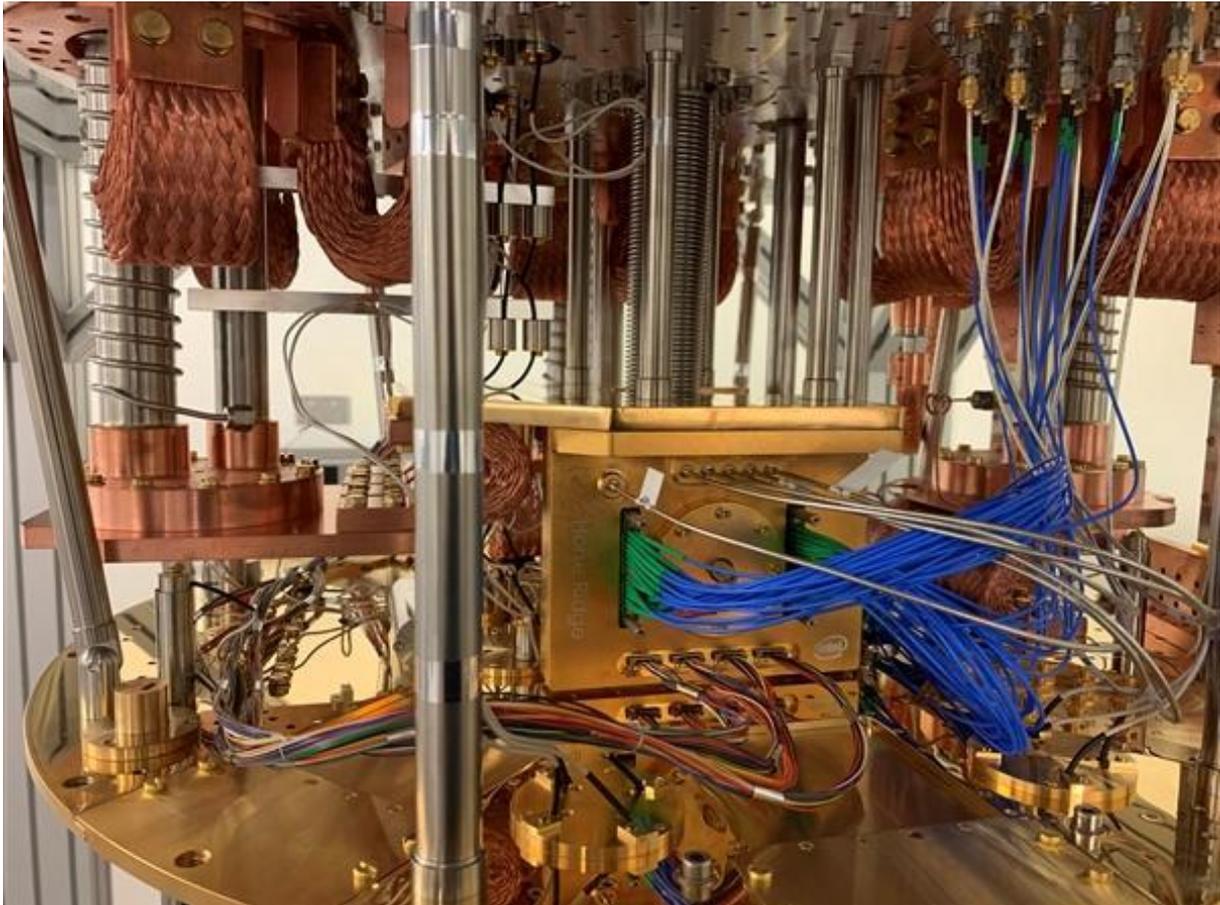


사진 1) 출처: 콰이커지(快科技). Horse Ridge II

양자 컴퓨팅은 일종의 완전히 새로운 컴퓨팅 모델로, 데이터를 0 또는 1 인 이진법(비트)으로 코딩해야 하고 큐 비트를 사용하며, 동시에 여러 상태에 있을 수 있고 큐 비트를 통해 서로 얽히며, 성능의 기하급수적인 향상을 실현하며, 대량의 계산을 수행할 수 있다.

인텔은 초전도 큐 비트와 실리콘 스핀 큐 비트를 포함한 다양한 큐 비트 유형을 줄곧 연구하고 있다. 전자는 IBM 과 Google 등에서도 연구 중이며, 후자는 인텔이 유일무이한 노정을 걷고 있으며 전자 스핀을 사용하고 작은 마이크로파 펄스를 사용하며, 이로써 양자 에너지를 방출하며 더구나 인텔의 현존하는 실리콘 반도체 제조에 매우 적합하다.

새롭게 출시된 Horse Ridge II 는 증가된 기능과 더 높은 집성도를 지원하며 양자시스템을 효과적으로 통제할 수 있다. 큐 비트의 상태를 조종하고 읽는 기능과 다중 큐 비트의 얽힘에 필요한 다중 양자 게이트의 통제 기능을 포함한다.

Horse Ridge 시리즈 제어 칩은 더 이상 장비에 여러 틀을 사용할 필요가 없으며, 더 이상 양자 컴퓨팅 장비를 실행하기 위해 냉각기에 수천 개의 전선이 들고 나가 할 필요가 없지만 고도 집성한 칩 시스템 SoC (System on Chip)로 이렇게 중량이 큰 기기를 교체할 필요가 없다. 따라서 시스템 설계를 간단하게 하고 복잡한 신호 처리 기술을 사용하여 설치 시간을 더 빠르게 하고 큐 비트의 성능을 개선하고, 양자 시스템을 더 큰 큐 비트로 효과적으로 확장할 수 있다.

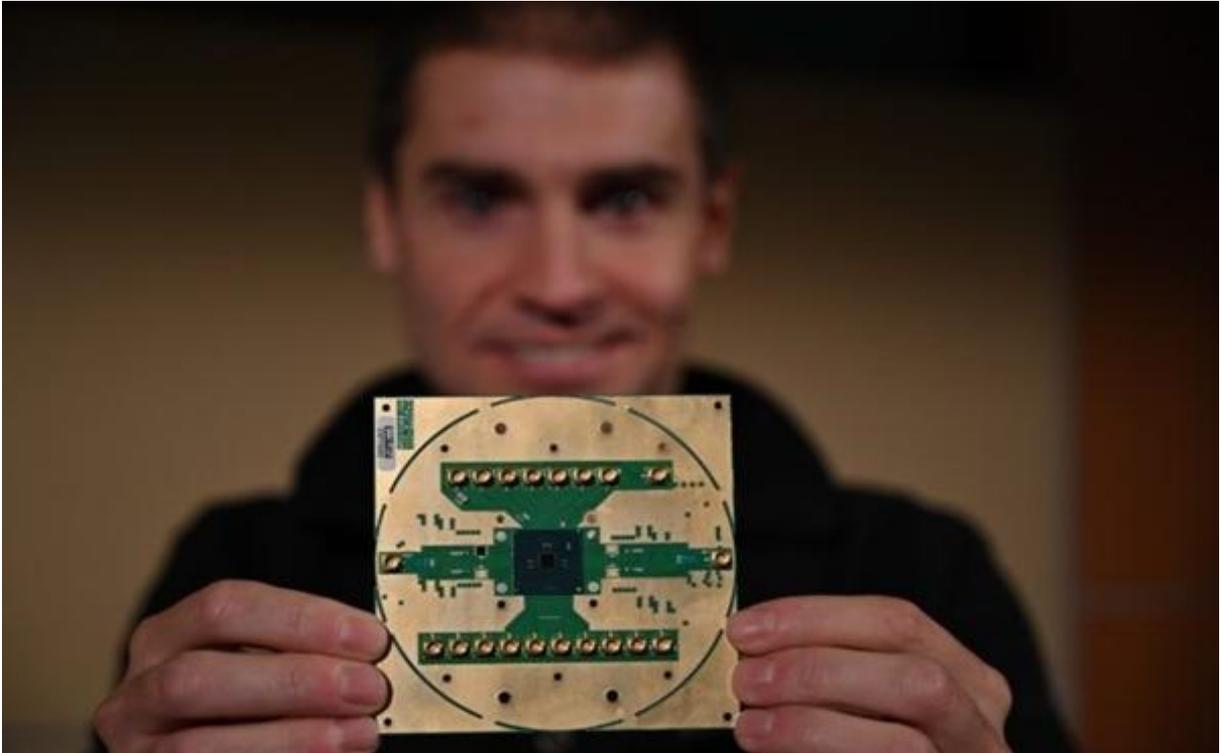


사진 2) 출처: 콰이커지(快科技). Intel의 1세대 저온 양자 제어 칩 Horse Ridge

Horse Ridge II는 1세대 SoC가 생성하는 무선 주파수 펄스에 기반하여 큐비트 구동(Qubit Drive)이라고도 하는 큐 비트의 상태를 조종하는 기능을 설계했고, 동시에 2개의 별도 통제 기능을 외부 전자 제어기에서 더 발전하여 저온 냉각기 내부에서 실행하는 SoC 가운데에 도입했다.

새로운 기능은 다음과 같다.

-Qubit 판독 (Qubit Readout)

현재 큐 비트 상태를 읽을 수 있다. 이 의미는 매우 큰데 왜냐하면 칩에 저지연 큐 비트 상태를 검출할 수 있고, 대량의 데이터를 저장하지 않고도 메모리와 전력 소비를 절약할 수 있기 때문이다.

-멀티 게이트 펄스 Multigate Pulsing

동시에 여러 양자 게이트를 제어하는 기능은 효과적인 큐 비트 읽기, 여러 큐 비트의 얽힘과 조종을 위해 필수적이며 더 확장 가능한 시스템을 만들 수도 있다.

Horse Ridge II는 Intel의 22nm 저전력 FinFET 공정 (22FFL)을 계속 사용하여 제조되고 있으며, 이미 절대 영도보다 섭씨 4도 높은 4 켈빈 (섭씨 -269도)의 온도에서 검증되었다.

현재의 한 대의 양자컴퓨터 작업 환경은 절대 영도보다 몇 분의 1 도 정도 높은 1 켈빈 온도 범위에 있지만, 양자 작업의 기초가 되는 실리콘 스핀 큐 비트는 1 켈빈 온도 또는 더 높은 온도에서 작동하는 특성을 가졌기에 양자 시스템 냉각의 어려움을 크게 줄인다.

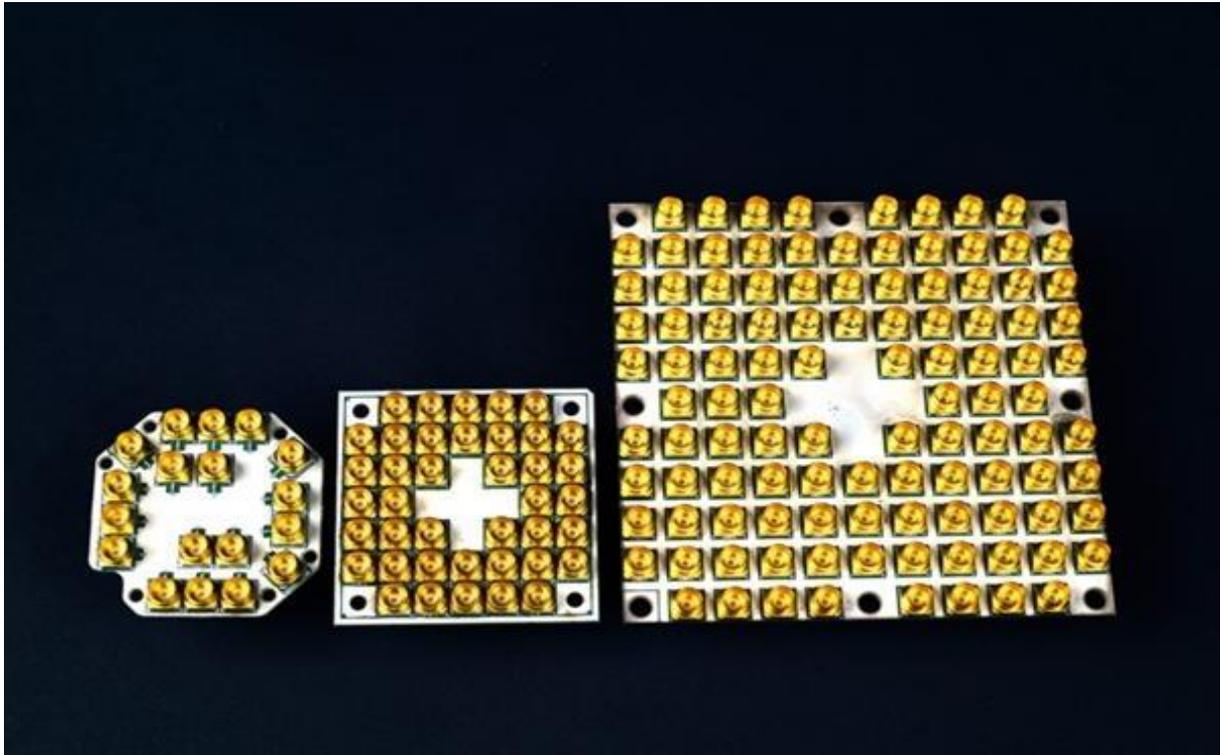


사진 3) 출처: 콰이커지(快科技). Intel 7 비트, 17 비트, 49 비트 양자 칩



ICO News Letter by PLAYCOIN

1. 중국, 디지털 위안화 테스트 이용한 사기 봇물 (조인디, 2020.12.11)

중국에서는 디지털 위안화 관련 뉴스가 계속 나오고 시범 지역과 기업과의 협력 소식도 나오면서 일반 소비자를 현혹하려는 사기꾼들이 끊이질 않고 있다. 우리 돈으로 4 조 2 천억원에 달하는 플러스토큰 다단계 사기 사건에 대한 최종 판결이 나온 지 채 며칠 되지도 않았지만 중국인들 주변에는 위챗 등의 메신저를 타고 유사 사기 행각이 매일 계속되고 있는 것이다. 중국 미디어 디지털화폐연구사는 이에 대해 자세히 알아봤다. 다음은 전문.

#디지털 화폐 사기 막기 어려워

12 월 8 일, 위챗과 알리페이 등 중국 모바일 결제 네트워크 커뮤니티에서는 '디지털 위안화' 'E-CNY' 'DCEP'와 같은 키워드를 담은 메시지가 나돌았고 그룹 참여자를 대상으로 회원을 모집한다는 소식이 전파됐다.

메세지의 핵심을 요약하면 다음과 같다.

1. '당신이 모집한 사람이 등록하면 그는 당신의 1세대(다단계의 1단계)가 된다.' 이 말은 당신이 그들보다 윗 단계에 있기 때문에 더 높은 커미션을 받을 권리가 생긴다는 의미다.
2. 'E-CNY 디지털 위안화를 사용해 지불하면 3%의 커미션이 생긴다.' 커미션이 얼마인지 명확히 알려주고 있다.
3. '은행들도 회원 모집에 나설 것이다. 은행 앱을 다운로드하지 마라. 당신의 이윤을 그들이 빼앗아 갈 것이다.' 은행을 신뢰하지 말라고 주문하면서 실제로는 가짜 앱으로 당신의 돈을 착취하려는 술책이다.
4. '글로벌 디지털 월렛-Plus' 등록시 공개 계좌가 필요하며, 회원은 민간 기업에서 세금을 내는 근로자여야 한다.' 회원 자격을 언급하면서 등록이나 승격의 문턱을 높였다.

내용을 보면, 일반 소비자들이 디지털 위안화에 대해 잘 알지 못하고 있다는 점과 메시지를 받은 사람들이 실제 디지털 위안화 테스트에 참여한 경험이 없다는 점을 교묘히 이용해 디지털 위안화를 통해 커미션을 얻을 수 있는 것처럼 호도하고 있다. 소위 자체 개발했다는 '중양은행 글로벌 디지털 지갑 Plus'를 언급하면서 곧 출시될 이 지갑이 디지털 위안화와 연동되어 있다면서, 개인, 자영업자, 민간 기업에게 회원 가입을 통해 혜택을 받으라고 유인하고 있다.

업계 관계자라면 이것이 '디지털 위안화'라는 이슈를 이용해 한탕 해먹으려는 사기 행각이라는 것을 쉽게 알 수 있다. 그러나 일반 소비자라면 어떨까? 어찌면 그들은 이러한 내용의 진위를 빨리 구별하지 못하고 가짜를 진짜로 혼동할 수도 있을 것이다.

사기꾼들이 커뮤니티 내부 그룹에 공유한 DCEP 학습 과정을 보면 매우 전문적이고 실제 내용도 인민은행이 발표한 내용과 정확히 일치한다. 그러나 핵심은 마지막 부분에 있다. 이들은 오른쪽 제일 위의 PPT 를 아래와 같이 바꿨다. 원문에는 시중은행이 개인과 가맹점 등을 대상으로 디지털 위안화 서비스를 제공하는 것으로 되어 있으나, 여기에 슬그머니 위챗, 알리페이와 자신들이 만든 '지갑 Plus'를 끼워 넣었다. 이 방법은 플러스토큰이 써먹은 것과 똑같다. 플러스토큰은 '중양은행 글로벌 디지털 지갑 PLUS' 부분에 '플러스토큰' 이미지를 넣어두었다.

여기서 그치지 않는다. 커뮤니티 그룹에 보낸 일부 자료 사진에는 진짜 '디지털 위안화' 내부 테스트 현장 사진도 나온다. 예를 들어 아래 사진은 쑤저우 상청구의 디지털 위안화 시범 가맹점으로, 이 매장에서는 내부 테스트 기간 동안 디지털 위안화 지갑의 QR 을 통해 실제 가맹점 정보를 스캔하고 결제도 할 수 있다.

사기꾼들은 보도자료도 치밀하게 작성해 공유했다. 실제 존재하지 않는 상하이 블록체인기술 연구센터는 2018 년 6 월 설립된 것으로 되어 있는데 기사 말미에 나오는 "PLUS 지갑은 중국과 전세계에서 유일무이한"이라는 표현에서 놀라움을 금할 수 없다.

이들이 내놓은 자료에 따르면 사기꾼들은 조만간 관련 홍보를 위한 오프라인 미팅도 준비하고 있는 것으로 나타났다.

#디지털 위안화 테스트, 진입로가 많은 게 문제 키워

현재 중국에서는 디지털 위안화 테스트가 본격화되고 있으며 여러 지역에서 준비가 계속되고 있는 것으로 알려졌다. 최근 보도에 따르면, 디지털 위안화 테스트 지역은 베이징 인근 송안신구, 쑤저우, 청두, 선전과 베이징 동계올림픽 외에도 상하이, 창사, 하이난, 칭다오, 다롄, 시안 등 6 개 지역에서 준비중인 것으로 나타났다.

인민은행 디지털화폐연구소 무창춘 소장은 "디지털 위안화가 연구와 발행되는 과정에서 '경마 모델'이 사용될 것"이라고 말했다. 이른바 '경마 모델'은 자율성을 전제로 테스트 참가 지역이 직접 사용처와 기술을 선택하는 것을 가리키는데, 테스트 효과가 좋으면 테스트 당시의 환경을 그대로 실사용에 채택하는 것도 가능하다.

'경마 모델'은 당연히 '기술중립적'이고 다양한 솔루션을 수반한다. 예를 들어 앱 기반 소프트웨어 지갑 솔루션, 휴대폰 SE 기반 하드웨어 지갑 솔루션, 심(SIM) 카드 기반 또는 실물 카드 같은 하드웨어 지갑 솔루션 등이 시장에 나오고 채택될 수 있다. 그러나 테스트 과정에서 지역마다 서로 다른 방식과 솔루션을 사용함으로써 공식 앱과 유사 앱도 끝없이 등장할 수 있다.

현재 여러 은행과 디지털 연구소에서 테스트한 내용을 살펴보면, 앞서 선전 지역에서 진행한 디지털 위안화 홍보 이벤트는 디지털 연구소가 독자 개발한 '디지털 위안화' 앱을 기반으로 한 것인데, 당시 선전 지역 통합 관공서 앱인 'i 선전'도 테스트 기반으로 사용될 수 있다는 소문이 있었다.

쑤저우 디지털 위안화 홍보 이벤트는 쑤저우 생활 서비스 포털 앱 '쑤저우 다오'를 통해 수행된다. 사용자는 이 앱을 통해 신청과 추첨을 받게 된다. 당첨된 사람에 한해 홍보료를 받게 되는데 홍보료는 6 개 시중은행 가운데 본인이 선택한 은행의 앱을 깔고 그 안에 있는 '디지털 위안화' 앱에서 지갑을 개설하고 체험할 수 있다. 그런데 통합 포털 앱 외에도 6 개 시중은행은 자사의 모바일 뱅킹 앱과 이번 서비스를 위해 독립적으로 운영되는 앱에서도 디지털 위안화 테스트가 가능하도록 했다. 즉 테스트할 수 있는 진입로가 쑤저우의 경우만 해도 여러 가지라는 뜻이다.

예를 들어 건설은행이 청두에서 시범 운영하는 앱은 '팬더'라고 불리고, 농업은행 내부 테스트용 앱은 'ABC-안드로이드 자체 개발 지갑'이라는 좀 더 캐주얼한 앱이다. (위 사진) 이들 앱을 사용하려면 상응하는 화이트리스트가 필요하지만 일반 사용자이나 업계 관계자 모두 유사 앱이 있다면 어떤 게 진짜인지 알아내기 쉽지 않다. 진짜와 똑같이 만든 가짜 앱도 한 둘이 아니다.

#진짜와 가짜 어떻게 구별하나?

현재 디지털 위안화의 구현 방식은 내부 파일럿 테스트 단계지만, 다양한 진입로를 통해 테스트 중이기 때문에 실제로 수많은 가짜들이 양산됐고, 심지어 이런 열기에 편승한 사기 행위가 빈발하고 있어 많은 중국 소비자들을 혼란스럽게 하고 있다.

일반 소비자 입장에서는 '디지털 위안화'를 최대한 신중히 살펴보는 것밖에 다른 방법이 없다. 실제 대다수 중국 소비자들은 아직 테스트에 참여할 기회가 없다. 관심있는 사람이라면 공식 발표된 이벤트와 정보를 귀담아듣는 수밖에 없는 것이다.

반면, '투기'라는 개념 자체를 버려야 한다. 디지털 위안화는 법정 통화이자 현금의 디지털화인데다 수집이나 투기의 가치도 없기 때문에 어떠한 수익의 기회도 없다. 따라서 '마케팅 홍보'나 '수익 공유 커미션'에 디지털 위안화 개념을 사용하는 모든 프로젝트는 가짜고 그런 것은 존재하지 않는다.

한편 무창춘 소장은 얼마전 강연에서 "운영 기관, 서비스 대행기관, 가맹점 간의 수수료 문제는 당사자가 시장 기반 메커니즘에 의해 결정해야 한다"고 말했다. 현재 디지털 위안화는 기술적으로 내부 테스트 단계에 불과하며 시장 적용은 아직도 각종 협의가 더 필요하다는 것이다. 서비스 기관이나 가맹점의 경우 비즈니스 모델화하기 위해 협의점을 찾는 데도 시간이 필요하다.

2. 바이든 시대 앞두고 中·佛 협력 강화 (아주경제, 2020.12.10)

시진핑(習近平) 중국 국가주석과 에마뉘엘 마크롱 프랑스 대통령이 전화통화를 통해 양국의 협력 강화를 약속했다.

10 일 중국 관영 신화통신에 따르면 전날 시 주석은 마크롱 대통령과의 통화에서 "세계의 불확실성의 증가함에 따라 각국 정상들은 책임감을 느끼고, 국제 질서 수호를 위해 노력해야 한다"며 "중국은 프랑스와 관계 발전을 위해 협력을 강화하고, 긴밀한 소통을 유지할 것"이라고 밝혔다.

그러면서 시 주석은 "중국과 유럽연합(EU) 관계의 건전하고 안정적인 발전을 위해서도 양국의 노력이 필요하다"며 "중국, EU 는 투자, 환경기후, 디지털 분야에서의 고위급 대화를 개최하는 등 양측 관계를 새로운 차원으로 끌어올리기 위해 협력해야 한다"고 강조했다.

마크롱 대통령도 "양국은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19) 방역과 관련 좋은 협력을 해왔고, 다양한 분야에서의 교류와 협력이 포괄적으로 추진된 바 있다"며 "백신 개발, 개발도상국 발전을 위해 노력한 중국의 역할을 높이 평가한다"고 했다.

이어 그는 "양국의 협력 강화가 필요하다"며 "향후 중국 재방문을 희망한다"고 덧붙였다.

신화통신에 따르면 정상은 양국의 생명과학, 달·화성 탐사, 위성 연구개발 분야에서의 협력에 대해서도 논의했다. 이외 2022 년 베이징 동계올림픽과 2024 년 파리올림픽 개최를 기회로 교류와 협력을 강화하기로 했다.

사장님이 꼭 알아야 할 디자인 (151)

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.

“디자인적 해결”이란

스탠퍼드의 “디스쿨” 이름은 “디자인스쿨”의 약자이다. 이름에서 알 수 있듯이 교육근간이 디자인이다. 특징은 다양한 전공의 학생이 모여, 지역 및 글로벌이 봉착한 문제를 디자인적으로 해결한다.

예를 들어, 탄소 배출을 줄이는 위한 제조 방법, 폐원단으로 지역 활성화하는 방안, 노인 계층의 고독과 무위 해결을 위한 사회 관계망 구축 방안, 빈곤 자녀의 학습 향상 방안 등 크고 작은 현안을 다룬다.

상기의 문제가 먼저 디자인의 대상이 될 수 있을까 의구심이 간다. 그리고 이것 어떻게 디자인적으로 해결할 수 있을까?”

문제 해결을 위해 아이디어 내는 것부터 시작한다. 그러하게 하기 위해서는 해당지의 환경과 문화, 사용자를 알아야한다. 다양한 아이디어가 나온다. 현재 자기의 입장에서 실현 가능한 것을 선택한다. 아이디어가 기술이 필요하면 그런 기술을 가지고 있는 사람하고 협업한다.

예를 들어, 전기가 없는 마을 아이의 저녁에 학습과 활동을 하기 위해 밝은 불이 필요하다. 전기 공급 문제는 국가에서 전신대를 세우고 전선으로 그 마을에 전기를 공급하는 일이다. 당장 그 마을을 위하여 그렇게 할 수 없다. 어쩔수 없이 여전히 촛불로 불을 밝힌다. 수 천년동안 내려온 방식을 21 세기에도 하고 있다.



축구 공안에 진동을 감지하는 센서와 충격 동력을 흡수하여 전기에너지를 생산하는 시스템으로 전기등을 밝히는 축구공 - 소케볼(사진은 네이버에서)

이런 문제에 대하여 하버드 대학생 제시카 메듀스(Jessica O. Mathews)와 줄리아 실버맨(Julia Silverman)이 만든 "소케볼"은 축구 공안에 충전기를 넣어 낮에 축구를 하는 동안 충격을 축구 공안에 있는 충전기에 충전한다. 이 충전된 전기로 전기등을 밝히는 제품이다.



축구 공안에 진동을 감지하는 센서와 충격 동력을 흡수하여 전기에너지를 생산하는 시스템으로 전기등을 밝히는 축구공 - 소케볼(사진은 네이버에서)

원리는 간단한 유도 코일 기술(inductive coil technology 전자기유도현상)로 공 안에 진동을 감지하는 센서와 이것을 이용한 발전 장치로 충격 동력을 흡수하여 전기 에너지를 생산하는 시스템이다. "흔들어 불을 밝히는 손전등과 같은 원리"이다. 30 분 동안 가지고 놀면, 3 시간 동안 불을 밝힐 만큼의 전기에너지가 생성된다.

이 축구공을 제안한 학생은 저개발국가에 봉사하러 갔다가 해당 마을에 전기가 없는 걸을 알았다. 전기가 없는 상태에서 태양 혹은 풍력 전기를 생각하였지만, 엄청난 예산이 들어가서 엄두를 낼 수 없고, 아이가 저녁에 학습 혹은 활동을 할 수 있게 2~3 시간 정도 밝힐 수 있으면 될 것 같다는 생각에서 시작하였다.

이들 학생은 마을의 아이를 위하여 아이디어를 내서 제품을 만들었다. 환경과 사용자를 알았기에 적당한 해결안이 나왔다.

유니크한 아이디어라고 생각한다. 그런데, 다수가 하는 축구에, 공은 하나이고, 다른 사람들도 이 축구공을 가지고 싶어 할텐데 그럴 때는 어떻게 대처를 하여야하나? 하고 생각을 하였다. 당연히 이런 문제는 발생을 할 것이다. 그럼 다시 이 문제를 해결하기 위하여 아이디어를 내고, 필요한 기술이 있으면 기술자와 협업하면 된다.

"문제해결을 위해 해당 지역의 환경과 사용자를 이해하여 최적의 기술로 목적을 달성하는 행위"가 "디자인적 해결"이다.

미래는 이런 디자인적 해결 주도로 프로젝트를 하여야 한다. 문제가 있는데 우리는 이런저런 것이 없고, 안된다고 자기를 중심으로 놓고 문제를 보지 말고 "문제 해결"을 최우선으로 놓고 아이디어를 내야한다.

그러면 어떤 방식으로든 문제는 풀린다. 그럼 다음 방안으로 업이 쉽다. "디자인적 해결"은 아이디어를 실현하기 위하여 주동적으로 진행하며 부족한 부분은 협업으로 문제 해결하는 방법이다.

일본 전문가 시각으로 본 중국

1. 코로나 감염 확대로 본격화하는 '종업원 쉼어', 일·노동자의 쉼어가 당연한 사회가 된다? (The PAGE, 2020.12.10)

신형 코로나 바이러스의 감염 재확대로, 일손 부족의 업계가, 일손이 잉여가 되고 있는 업계로부터 파견자를 받아들이는, 이른바 '종업원 쉼어'가 활발하게 되고 있다. 미즈호 은행과 같이 주휴 4 일 제도를 도입하는 등, 수가 줄어 든 일을 모두가 쉼어 하는, 사실상의 일자리 나누기를 단행하는 기업도 나왔다. 향후는, 일이나 노동자를 사회 전체로 쉼어 하는 움직임이 한층 더 확대될 가능성이 있다.



사진 1) 출처: 로이터/아프로. ANA, JAL 등으로부터 600 명의 직원을 받아들일 것으로 보도된 가전 양판점 노지마

가전 양판점 노지마는, 코로나 위기로 대량의 종업원이 잉여된 전일본 공수(ANA)나 일본 항공(JAL), 도요코인등에서 600 명의 종업원을 받아들인다고 보도되고 있다. 임금은 노지마 측이 지불하지만, 부족한 부분에 대해서는 파견자를 내는 기업 측이 보전한다. ANA 와 JAL 은 코로나 위기로 대폭적인 항공편의 감편에 몰렸으며, 객실 승무원과 지상 직원 등이 대량으로 남아 있다. 또한 호텔 업계도 가동률이 현저하게 저하되고 있어, 역시 현장의 사원의 대부분이 일이 없는 상태이다. 이 외 선술집 체인인 와타미등 외식산업을 중심으로 잉여인원을 다른 업계에 파견시키는 케이스가 증가하고 있다. 미국에서는 이미 일손이 잉여되어 있는 기업이 일손부족의 기업에 인재를 제공하는 종업원 쉼어가 행해지고 있지만, 일본에서도 이러한 움직임이 본격화해 왔다고 생각해도 좋을 것이다. 코로나 위기로 많은 업계가 매출의 감소에 시달리고 있지만, 한편으로 택배나 통신판매 등 일손부족이 보다 심각화되고 있는 업계도 있다. 최종적으로는 전직등에 의한 고용으로 조정될 것이지만, 불안정한 경제상태가 계속되는 현 상황에서는 회사에 적을 둔 채, 파견이라는 형태로 노동자가 이동하는 편이, 종업원에게 있어서도 기업에 있어서도 안심이다. 한편, 미즈호은행과 같이, 주휴 4 일제 도입을 통해서 사실상의 일자리 나누기를 스타트시킨 기업도 있다. 미즈호는 희망하는 사원은 주휴 3 일 또는 4 일을 선택할 수 있지만, 이 제도를 선택한 사원은 휴일은 늘어나지만 그만큼 임금이 낮아진다. 회사로서는 휴일에 자격시험 등을 열심히

하는 것을 상정하고 있는 듯하지만, 감소한 일을 많은 종업원이 공유하여 인건비를 억제하면서 고용을 유지하는 '잡 셰어링' 제도라고 간주할 수도 있을 것이다. IT의 인프라가 한층 더 발달하면, 사람이 부족한 업계와 잉여 업계를 실시간으로 연결할 수 있게 된다. 앞으로의 시대는 부업도 포함해, 전직이라고 하는 형태를 취하지 않고 다양한 일을 하는 것이, 당연해져 올지도 모른다. (The Capital Tribune Japan)

2. GoTo 정책은 괴멸적인 상황에 처한 영세 서비스업을 돕지 않는다

(DIAMOND online, 2020.12.10)



사진 1) 출처: PIXTA

올 3 분기의 기업 상황은, 전기에 비하면 개선되었다. 그러나, 영업이익은, 대전년 동기비로 4 할감소라고 하는 큰 침체다. 인원 수는 지난해보다 약 100 만 명 줄었다.

서비스업은 매출액 23.0%, 영업이익 80.0% 감소라는 큰 감소다. 숙박업, 음식서비스업, 생활관련서비스업은 적자로 전락하여 인력을 대폭 감원하고 있다. 특히 위기상황이 영세기업이다. 제 3 차 코로나경제대책으로 GoTo 트래블과 이트는 내년 6 월까지 연장되었지만 GoTo 정책은 꼭 필요한 대상에 보조를 해주지 않고 있다.

3 분기 법인기업 조사 개선했지만 이익은 전년대비 40% 줄어

12 월 1 일에 공표된 7~9 월기의 법인기업 통계조사는 일본 경제의 현황에 관해서 중요한 정보를 밝히고 있다. 우선, 전체 산업(금융기관을 제외한다), 전체 규모에 대해서 보면, 4~6 월기 보다는 상황이 개선된 것을 알 수 있다. 대전년 동기비를 보면, 매출고는 4~6 월기의 17.7% 감소에서 7~9 월기에는 11.5% 감소로, 영업이익은 64.8% 감소에서 39.0% 감소로, 각각 개선했다. 인원계는 6.5% 감소에서 4 월기로부터 4.9% 감소로 개선되었다. 그러나, 영업이익이 전체적으로 전년 동기 대비로 4 할 감소라고 하는 상황은,

사태가 여전히 심각한 것을 나타내고 있다. 4~6 월기부터는 약 100 만명 증가했지만, 작년 동기보다 약 100 만명 적다(또한, 이 숫자와 노동력 조사의 숫자의 관계에 대해서는 나중에 기술하겠다).

서비스업 이익 80% 줄어 숙박업-오락업 인력 30% 이상 감축

서비스업에서는 경제 전체에 비해 훨씬 심각한 상황이 계속되고 있다.

서비스업의 매출액은 대전년 동기비 23.0% 감소, 영업이익 79.9% 감소로 큰 침체를 이루고 있다. 그 중에서도 숙박업, 생활 관련 서비스업, 오락업에서는 매출 감소율이 50%를 넘고 있다. 숙박업, 음식 서비스업, 생활 관련 서비스업은 영업이익이 적자를 보이고 있다. 숙박업과 생활관련 서비스업에서는 작년 이익의 몇 배 규모의 적자를 보이고 있으며, 영업이익의 감소율은 600% 초과, 300% 초과와 같은 매우 높은 비율이다. 이는 사업의 존립이 위협받는 사태이다(또한 운수업은 매출액 감소율은 그다지 높지 않지만 영업이익은 적자가 되고 있다). 이에 반해 소매업, 부동산업에서는 매출액은 오히려 늘고 있다는 점에 주의해야 한다. 서비스업 전체에서 6.7%의 감소다. 숙박업, 오락업에서는 인원이 작년 동기에 비해 30%이상 삭감되는 비정상적인 상황이 되었다. 이와 같이 코로나에 의한 영향은 경제 전체에 고루 발생하고 있는 것이 아니라, 업종에 따라서 영향의 정도가 매우 다르다. 그리고, 일부의 업종에서는 지극히 심각한 상태가 되고 있는 것이다.

숙박 음식서비스 오락업 영세업체는 파멸적 상황

영향의 정도는 기업의 규모에 따라서도 다르다.

숙박업, 음식 서비스업, 오락업에 대해 대기업(자본금 10 억엔 이상)과 영세기업(1000 만엔 이상 2000 만엔 미만)을 비교해 보자. 매출액 감소율은 이들 업종을 보더라도 영세기업의 감소율이 대기업의 감소율보다 상당히 컸다. 이것이 특히 두드러진 것이 음식 서비스업에서 대기업의 감소율은 7.4%에 불과한 반면 영세기업의 감소율은 21.4%로 나타났다. 그리고 오락업을 제외하고 영세 기업의 감소율이 대기업보다 높은. 인원의 변화율을 보면 어떤 업종에서도 대기업과 영세 기업 사이에 큰 차이가 있다. 숙박업에서는 대기업이 7.1%감소에 그치는 것에 비해 영세 기업은 무려 64.4%나 감소했다. 음식 서비스업을 보면 대기업이 인원이 증가하고 있는 것에 대해서 영세 기업에서는 감소했다. 오락 분야는 대기업의 감소율이 12.4%인 반면 영세 기업의 감소율은 17.5%다. 이처럼 코로나에 의해서 영향을 받고 있는 업종 중에서 특히 심각한 영향을 받고 있는 것이 영세 기업이다. 게다가 주목해야 하는 것은 오락업을 제외하고 매출액에서 봐도 인원계 혹은 인건비계로 보아도 영세 기업이 대기업보다 숫자가 큰 것이다. 음식 서비스업의 경우에는 영세업체 인력은 대기업의 3 배, 오락업의 경우 영세업체 인력은 대기업의 1.6 배다.

인력조사로는 알 수 없는 영세 서비스업 참상

이상에서는 고용 상황을 법인기업 통계조사에 의해 보았다. 이것을 노동력 조사로 보면 어떻게?

법인 기업 통계 조사와 시기를 맞추기 위해서 노동력 조사에서 8 월의 숫자를 보면, 고용자 수는 전년 동월 대비 80 만명의 감소이다(12 월 하루에 공표된 10 월 전년 동월비는 47 만명 감소). 그러나 법인 기업 통계 조사에서는 전술처럼 인원이 약 100 만명 감소하고 있다. 또 법인 기업 통계 조사에서는 4~6 월기부터 7~9 월 기간에 인원이 약 40 만명 늘고 있는데, 노동력 조사에서는 5 월부터 8 월까지 고용자 증가는 15 만명에 그쳤다. 이처럼 숫자는 상당한 불일치가 있다. 이 차이는 아마 휴업자의 취급의 차이에 의한 것(노동력 조사에서는 고용자 중에 포함하고 있지만, 법인 기업 통계 조사에서는 인원 속에 담고 있지 않을 가능성이 있다). 또 노동력 조사는, 업종별, 기업 규모별 차이가 자세히 모른다. 위에서 지적했듯이 법인기업통계조사는 서비스업, 특히 영세업체가 극히 심각한 상태임을 보여준다. 그러나

노동력 조사 결과를 보는 것만으로는 이런 참상을 알 수 없다. 노동력 조사에서는 산업별 상황이 나타난다. 그것을 보면, 고용자의 감소율이 꽤 높은 업종이 있는 것은 알 수 있다. 그러나 그 감소율은 법인기업 통계조사의 숫자와 전혀 다르다. 예를 들어 숙박업은 인력조사에서 -9%다. 법인기업 통계조사에서는 마이너스 30.3%로 나타났다. 위에서 설명한 바와 같이 상황은 기업 규모별로 상당히 다르고 심각한 것은 영세기업이다. 그러나 노동력 조사로는 기업 규모별 상황을 알 수 없다. 대체로 말하면 법인기업 통계조사가 보여주는 심각한 고용 상황은 노동력 조사로는 알 수 없다고 할 수 있다.

혜택은 고급 호텔이나 부자들에게, 진정으로 필요한 대상을 돕지 않는다

GoTo 캠페인은 관광, 외식 등의 가격을 낮춤으로써 이러한 수요를 진작시키려는 정책이다. 위에서 살펴본 바와 같이 상황이 심각한 것은 영세업체이다. 하지만 GoTo 는 가격을 낮추는 정책이기 때문에 지출은 비싼 것을 지향하기 쉽다. 예를 들어 숙박이라면 싼 료칸이 아닌 고급 호텔로 가는 사람이 많을 것이다. 숙박업에서는 영세기업의 매출액 감소율이 대기업의 매출액 증가율보다 훨씬 크다.

7 월 말에는 이미 Goto 트래블이 시작되었으므로, 이는 Goto 트래블 정책의 효과가 영세 숙박업체에는 미치지 못한다는 것을 보여준다(자본금의 크고 작음과 가격의 높낮이가 반드시 비례관계에 있는 것은 아니다. 그러나 상당히 높은 상관관계가 있다고 해도 좋을 것이다. 게다가 이러한 지출을 하고 있는 사람의 대부분은 소득감소의 영향을 받지 않은 사람들일 것이다(해고된 사람들은 관광여행을 하거나 외식을 할 여유는 없을 것이다). 즉 경제 전체로 말하면 비교적 풍족한 계층에 대해 원조를 주고 있는 것이 된다. GoTo 가 사람들의 이동이나 접촉을 촉진해 신형 코로나 바이러스의 감염확대를 확산시킬 위험이 있다는 점에서 큰 문제를 갖는 것은 말할 필요도 없는 일이다. 뿐만 아니라 공적인 보조가 정말로 필요한 사람에게 가지 않는다는 점에서도 큰 문제가 된다.

3. 테크놀로지의 다양성이 IoT 시장의 성장을 가속화한다--2021 년 전망

(ZD NET Japan, 2020.12.10)

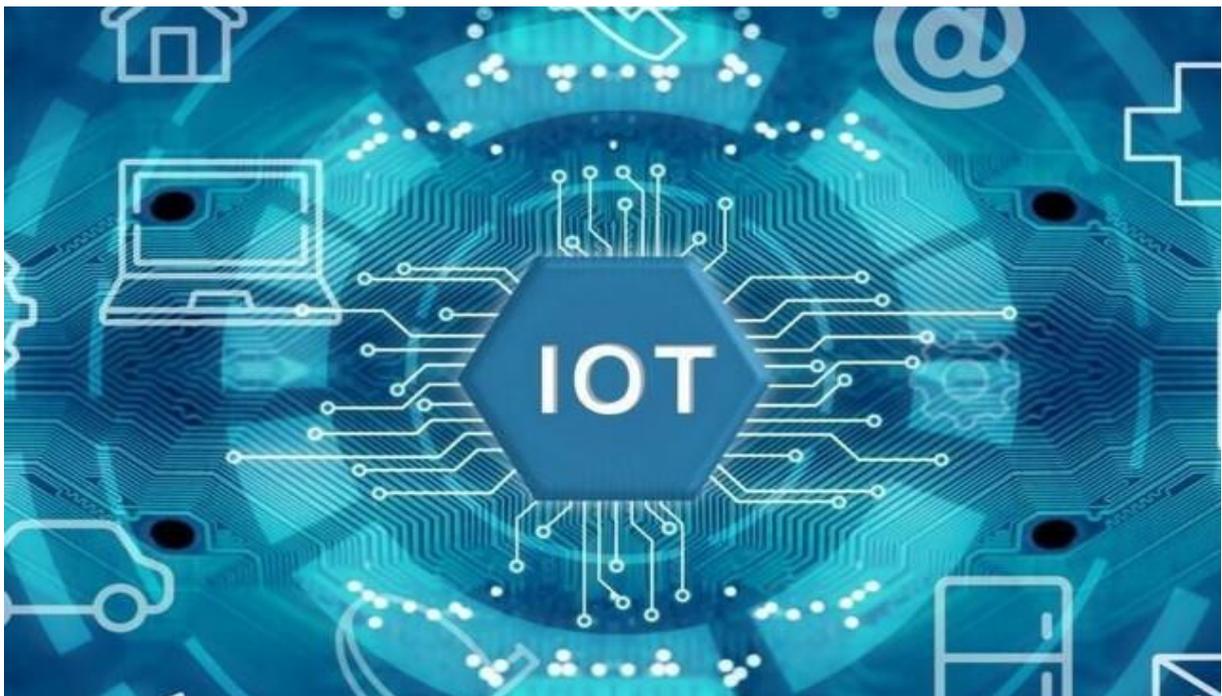


사진 1) 출처: ZD NET Japan, 테크놀로지의 다양성이 IoT 시장 성장을 가속화한다--2021 년 전망의 이미지

기업이나 종업원은, 코로나 사태로 인해서, 일적인 면에서도 개인의 생활 면에서도 이전보다 테크놀로지에 의존하게 되었다. 2021년에는 네트워크 기술의 다양성 고조를 배경으로 커넥티드 헬스케어나 스마트 오피스, 리모트로에서의 설비 감시, 위치정보 서비스 등의 분야에서 사물 인터넷(IoT)을 활용한 새로운 애플리케이션, 기술, 솔루션에 대한 수요가 높아질 것이다. Forrester Research는 2021년에 다음과 같은 일이 일어날 것으로 예상하고 있다.

네트워크 접속 시장의 질서가 문란해진다. IT 리더는 무선접속 선택의 폭이 너무 많아 고민하게 될 것이다. Forrester Reserch는 기업들이 혼란스러운 무선통신 시장에 대한 이해를 높이면서 5G나 Wi-Fi를 도입하는 노력은 2020년 수준보다 더 악화될 것으로 예상했다. 지금은, 'Starlink'의 400기 이상의 저궤도 위성이 위성통신 서비스를 제공하게 되어 있어 장거리 접속 시장에 있어서의 보완적인 선택사항이 되어 있다. 2021년에는 위성통신과 기타 저전력 통신기술에 대한 관심이 20% 늘어날 것이다. 커넥티드 디바이스 제조사들이 의료 분야 이용 사례에 주력하게 된다. 2020년에는 수많은 사람이 집 안에 머무르다 만성질환이 관리되지 않은 상태로 방치되거나 암이 발견되지 않거나 예방 가능한 증상이 발견되지 않는 사태가 발생했다. 2021년에는 웨어러블 디바이스나 센서를 사용하여 재택으로 환자의 건강상태를 조사하는 프로 액티브한 인게이지먼트가 활발해질 것으로 예상된다. 재택 모니터링의 편리성과 자신의 건강에 관한 정보, 코넥티드 헬스 디바이스의 가격 저하 등에 대한 사람들의 평가가 높아짐에 따라 소비자의 디지털 헬스 디바이스에 대한 관심은 높아질 것이다. 스마트 오피스에 대한 대처에 의해서 종업원 체험의 변혁이 가속화된다. 2021년에는 코로나화의 영향으로 일부 기업이 비용이 많이 드는 사무용 부동산을 처분할 것이다.

그러나 Forrester Research는 적어도 기업의 80%가 포괄적인 온프레미스의 직장 복귀 전략을 수립할 것으로 예상했다. 이 전략에는 IoT를 사용한 종업원의 안전성 제고 방안과 스마트 조명, 에너지 소비와 환경의 모니터링, 센서를 이용한 공간 이용 효율의 향상 등에 의한 자원 효율의 개선, 왕래가 빈번한 지역의 적극적인 감시 등이 포함된다. 커넥티드 디바이스의 편재가 드디어 기존 비즈니스의 파괴적 변혁을 일으킨다.

2020년에는 제조업, 유통, 공익사업, 제약업 등의 기업에서 원격 운용으로의 전환이 이루어져 지금까지는 접속되어 있지 않았던 설비가 접속되기 시작했다. 이러한 커넥티드 설비의 접근으로 리모트에 있는 전문가에 의한 장기간에 걸친 조업정지나 경비가 드는 출장 없이 수리에 대한 의존도가 높아지고 있다. 2021년에는 필드 서비스 기업과 산업 분야의 OEM 기업이 네트워크에 접속된 설비와 기계에 대한 고객의 수요에 대응하기 위해 적극적인 대응을 추진할 것이다. 소비자와 종업원의 위치 정보가 편리성 향상의 열쇠가 된다. 신형 코로나 바이러스의 유형에 의해서, 고객이나 종업원에게 편리성이 높은 체험을 제공하는데 있어서의 위치 정보의 중요성이 높아졌다.

2021년에는 기업이 고객과 직원에게 가상 대기열과 주문품 점포 수령, 예약 서비스 등을 제공할 때 편리성을 높이기 위해 위치정보를 활용해야 한다. 위치정보를 효율적으로 이용하기 위해서는 기술 파트너 기업과 소비자가 신뢰하고 컨트롤하고 있는 서드 파티의 위치정보 제공사업자와의 협력이 필요할 것이다. 2021년에 중요한 비즈니스와 테크놀로지의 트렌드를 파악하기 위한 Forrester에 의한 '2021 Predictions Guide'의 전자책은 다운로드 가능해졌다. 본 논문은 Forrester Research의 프린서펠 애널리스트 Michele Pelino가 집필했다. Forrester의 사이트에 오리지널 기사가 있다. 이 기사는 해외 Red Ventures 발 기사를 아사히 인터랙티브가 일본으로 편집한 것입니다.

4. 일본에서도 실험 시작되는 디지털 통화 "흑선 내습"전에 논의 가속을

(Wedge, 2020.12.12)



사진 1) 출처: JIJIPHOTO. 10 월 디지털 통화 실험이 이루어진 중국 선전 매장

10 월, 일본 은행은 디지털 통화의 대처 방침을 공표해, 내년도 전반의 시뮬레이션을 시작으로 실증 실험을 개시한다고 발표했다. 일본은행은 현시점에서 디지털 통화의 발행을 결정한 것은 아니지만, 외부 환경은 급속히 성숙하고 있는 만큼 도입을 향한 첫걸음으로 받아들여진다.

各国の中央銀行によるデジタル通貨に関する動き

中国人民銀行	20年4月、実証実験開始。10月には深圳で5万人規模で実施
イングランド銀行	20年3月、導入案を公表しパブリックコメントを募集
スウェーデン国立銀行	20年2月に「e-Krona」実験開始、来年まで継続
欧州中央銀行 (ECB)	20年10月、方針公表。21年に導入を判断
米連邦準備制度理事会 (FRB)	20年6月、パウエル議長が「真剣に検討」と表明、研究着手

표 1) 출처: Wedge. 각종자료를 근거로 Wedge 작성. 각국 중앙은행에 의한 디지털통화에 관한 움직임

도표 위에서부터 아래로 중국인민은행 20년 4월, 실증실험개시. 10월에는 선전에서 5만명규모로 실시

영국은행 20년 3월, 도입안을 공표해 퍼블릭커멘트를 모집

스웨덴국립은행 20년 2월에 "e-Krona" 실험개시, 내년까지 계속

유럽중앙은행(ECB) 20년 10월, 방침공표. 21년에 도입을 판단

미연방준비제도이사회(FRB) 20년 6월, 파우웰의장이 "진지하게 검토"라고 표명, 연구착수

이미 외국에서는 움직임이 가속화되고 있다. 일본도 참가하고 있는 국제결제은행(BIS) 공동연구의 틀에 대해 조심스러워하던 미국도 급히 동참했다. 일본에서는 다른 주요국에 비해 현금이 광범위하게 사용되고 있다. 그러나, 그것을 지지하는 높은 편리성-고밀도 ATM 네트워크 등은, 일본은행도 인정하듯이 인구 감소나 대도시의 집중아래에서 그 유지에는 의문이 있다. 게다가 경제 전체의 디지털화가 진행되는 가운데 현금이라는 물리적인 지불수단의 잔존은 데이터 활용 등을 통한 소비자 서비스와의 연계에 지장을 준다. 물론 통화의 디지털화가 필요하더라도 금융당국의 적절한 감독 아래 민간에 맡기는 것도 효과적인 방법이다. 그러나, 주된 담당자가 되어야 할 민간 금융기관은 구조적으로 저수익에 고민하고, 신속한 개발이나 도입에는 높은 장벽이 있다. 중국의 디지털 위안화 도입이 달러에 있어서 직접적인 위협이 된다고 하는 국제통화 패권의 관점보다, 당분간 중요하게 되는 것은, 자국 통화와 그것을 지지하는 시스템의 자립성이다. 글로벌하게 거대한 고객 기반을 가진 플랫폼 포머에게는 지불-결제와 소비자 서비스와의 제휴를 통한 상기를 살리기 위해 통화 유사한 지불 수단을 도입하는 인센티브가 강하다. 27억 명의 유저를 거느린 페이스북이 주도한 디지털 통화 구상 '리브라'는 그 일례다. 통화는 이용자가 많을수록 편리성이 높아진다는 '네트워크 외부성'을 가지므로, '리브라'가 좌절되더라도 해외에서 잇달아 동종의 시도가 이루어져 일본에서 침투해 나갈 가능성이 있다. 예를 들면, 인바운드 관광객의 급증 하에서 중국인의 요구에 대응하기 위해서 알리페이가 일본 내에서도 급속히 이용범위가 확대된 것을 생각하면, 이것은 공상의 논의가 아니다. 금융규제 등에 의해서 일본 국민에 의한 해외발 지불수단의 사용을 저지할 수 있었다고 해도, 디지털 통화를 지지하는 테크놀로지의 경쟁이라는 다른 중요한 과제는 남는다. 중국의 중앙은행 디지털 통화나 미국의 플랫폼에 의한 디지털 지불 수단 등은 자국에서 잘 도입되면 거대한 시장에서의 성공에 증명된 신뢰와 비용 경쟁력을 입수하게 된다. 일본의 금융기관이나 IT 기업이 디지털화의 요청에 부응하는 가운데, 그러한 해외발 기술을 도입하는 인센티브가 높아질 가능성은 휴대전화 5G 기술의 예를 생각하면 쉽게 이해할 수 있다. 엔화라는 자국통화를 유지할 수 있어도 그것을 지탱하는 시스템이 해외산에 지배되면, 디지털 통화를 활용한 소비자 서비스의 경쟁력도 동시에 손상될 뿐만 아니라, 최악의 경우에는 지불이나 이용자의 데이터가 해외 시스템 제공자에게 축적되어 활용될 리스크도 고려할 필요가 있다. 그리고 일단 독점적인 지위를 획득하면 이를 바꾸기 어렵다는 특성을 지닌다.

디지털 시대의 사회 자본

네트워크 외부성 하에서는 일본이 디지털 통화의 개발이나 도입에서 선행해도, 중국이나 미국에 비교한 국내 시장 규모의 작음을 생각하면, 국제 경쟁력을 가지는 것은 실제로는 어렵다. 그럼에도 조사연구 및 실증실험에서 선행하고 있지만, 일본과 마찬가지로 각각의 경제규모가 작은 유럽 국가와 기술 및 제도에 관한 국제표준의 수립 등의 면에서 연계를 도모하는 길은 남아 있다. 그러한 가능성을 찾는 데도, 혹은 최종적으로 국제표준을 채택한다 하더라도 그 일각을 담당함으로써 디지털기술 및 소비자 서비스의 경쟁력을 유지하는데 있어서도, 일본에서의 디지털 통화의 개발과 도입을 가속화할 필요가 있다. 일본에서도 캐쉬리스 지불의 이용이 높아지고 있으며, 금융기관에 더해 타 업체로부터의 참여도 활발해져 경쟁이 심화되고 있다. 본래 바람직한 움직임인 한편, 수단의 난립으로 이용자의 편리성이 오히려 저하되거나 업자간의 경쟁이 소모전이 되거나 하는 부작용도 밝혀지고 있다. 또, 신인의 높이가 현금 이용을 지지해 온 만큼, 새로운 지불 수단에도 높은 보안이 요구된다. 중앙은행이 안전성이 높고 효율적인 디지털 통화를 도입해 폭넓은 사업자에 대해서 인프라로서 제공함으로써 이용자의 편리성을 높이면서 이노베이션을 원활화하는 것이 요망된다. 중앙은행 디지털 통화는 디지털 시대의 새로운 사회 자본으로 평가된다. 물론, 디지털 통화를 개발하고 도입하는 데 있어서는 민간의 식견과 기술의 활용이 요구된다. 개발에서 선행하는 중국이나 유럽 제국과 같이 일본에서도 중앙은행과 금융기관이나 IT 기업등의 공동

작업이 불가결하다. 디지털 통화의 운영에 수반해 얻을 수 있는 지불이나 이용자의 정보를, 이용자의 권리나 의향을 존중하면서, 민간 사업자에 의한 소비자 서비스의 효율화나 고도화에 활용할 수 있도록 하기 위한 공리도 중요한 과제이다. 즉, 앞에서 본 국제전략의 시점도 포함해 '올 재팬'의 대처가 필요하다. 통화라는 금융경제의 근간에 변경을 가하는 것은 금융업계에 머무르지 않고 모든 국민의 일상생활에 큰 영향을 미친다. 이를 위해 새로운 디지털 통화가 높은 안전성과 효율성을 갖추는 것은 물론 통화의 진화 필요성에 대한 폭넓은 이해와 지지를 얻는다는 전제다. 실제 도입에는 관련 법률 개정이 필요할 가능성도 있어 중앙은행과 관련된 업계에는 여론을 환기시키기 위한 노력도 필수적이다.

5. 기적의 전후 경제를 갉아먹던 일본이여, 지금이야말로 제 2의 개국을

(Newsweek, 2020.12.9)

외국인(그것도 아시아인)에게 있어서 일본은 이제 특별히 매력적인 나라가 아니고, 여러 가지의 선택지 중 하나일 뿐이다.



사진 1) 출처: Newsweek. 일본 사회는 외국인 노동자가 없으면 성립할 수 없게 되어 있다

계속되는 신형 코로나사태에서도 마스크 착용 등 일본인의 매너가 돋보였지만 동시에 몇 가지 문제도 노출됐다. 온라인화의 지연, 여전한 통근 러시, 사회적으로 고립된 사람들 등이다. 그 중에서도 의외의 것은, 어느새 일본의 노동 현장이 외국인 노동자에게 의지하고 있었다는 사실이 아닐까.

우리 집 근처에서 대규모 해체공사를 하고 있는데, 그 현장 감독님과 이야기를 해도 하청을 받고 있는 것은 중국인이라고 한다. 그들의 기동력은 일본인에게는 없는 것으로, 불평도 하지 않고 열심히 일한다, 그들이 없으면 이제 해체공사는 성립할 수 없다, 라고 했다. 일본인은 아시아에서 넘버원의 지위를 오랫동안 유지해 왔다. 풍요롭고 안전한 아시아 제일의 선진국이라는 것이 일본의 자랑거리였다. 나도 10 여 년 전만 해도 일본인들로부터 걸핏하면 일본은 좋은 나라죠? 일본에 오길 잘했지? 라는 말을 듣곤

했다. 하지만, 풍부한 일본, 가난하고 불쌍한 다른 아시아, 라고 하는 구도는 지금은 반드시 성립되지 않게 되었다. 확실히 지금도 일본은 풍부하고 깨끗하고 안전하지만, 외국인(그것도 아시아인)이 모두 공부나 일하러 오고 싶은 나라인가 하면, 그렇지도 않게 되어 버렸다. 이제 일본은 여러 가지 선택지의 하나일 뿐이다. 어느덧 외국인에게 일본은 그렇게 많이 벌 수 없는 나라, 살기 힘든 나라가 되어 버렸다. 요란하게 지난해 시작된 특정 기능자격증 수용도 목표 수용 수에 크게 못 미치는 것이 현실이다. 이런 말을 하면 꼭 일본에 외국인은 필요 없다고 말하는 사람이 일정하게 된다. 외국인은 일본사회에 친숙하지 않다, 규칙을 지키지 않는다, 치안이 나빠진다, 라고 하는 것이다. 그러나 더 이상 그런 말을 할 때가 아니라고 이해하는 일본인이 다수일 것이다. 공사장·편의점·음식점·간호시설·농가·어선·공장 등에서 일제히 외국인 노동자가 없어져 버리면, 어느 곳도 운영이 불가능하게 된다. 외국인 노동자뿐만이 아니다. 홍콩에 국가안전유지법이 적용되면서 외자기업이 다른 아시아 도시로 본사 및 거점(HQ)을 옮긴다는 소식을 듣고 나는 이제 일본이 나왔구나 하고 기대했는데 아쉽게도 일본으로 옮긴다는 소식은 별로 들리지 않는다. 내가 독일 자본 제조업체에 근무할 때도 아시아 HQ 는 싱가포르였다. 일본은 법인세가 높고 영어를 구사할 수 있는 인재(나는 굳이 이 말을 사용한다)가 적기 때문에 아시아 HQ 를 둘 수 없다는 것은 외자 기업에 근무하는 사람의 상식이다.

<일본이 업데이트를 소홀히 한 탓>

일본 출신이 아닌 내가 보면 이런 작은 나라 일본이 패전 후 잿더미에서 세계 2위의 경제대국이 됐다니 아시아의 기적이다. 전후의 어느 기업가나 정치가의 이야기를 읽어도 감탄해 버린다. 외부의 지식과 기술을 탐욕스럽게 받아들여 부지런하고 참을성 있고 규율 바르게 나라를 발전시켜 왔다. 그런데도 지난 10 여 년간 일본은 선인들이 구축한 풍요로운 사회 위에 계속 안주하면서 유산을 탕진했다고 생각한다. 영어, 외국인, 다양화, 교육, 일하는 방법, 임금.....이것들에 대해 큰 변화를 바라지 않고, 사회를 업데이트 시켜 오지 않았다. 국가와 도쿄도에 외자 기업 유치책이 있는 것은 알고 있다. 최근에도 금융청은 내년 1 월부터 해외펀드의 신규 진입을 유도하기 위해 등록 절차와 감독에 영어로 대응한다고 밝혔다. 특정 기능 자격에 사람이 모이지 않는 것이나, 기능 실습생이 어려운 취급을 견디지 못해 도망치는 이야기도 겨우 뉴스가 되게 되었다. 변혁을 위해 일본의 엉거주춤한 자세가 겨우 올라가고 있다고 믿고 싶다.

6.'불법 취업'은 SNS 서 쉽게 찾을 수 있다... 정직하게 일해도 벌지 못하고 '잇따르는 적발 재일 베트남인의 진실' (일간 현대 디지털, 2020.12.12)

잇따른 적발 재일 베트남인의 진실

외국인 불법 잔류자 수는 올해 7 월 1 일 현재 8 만 2616 명에 이른다. 30 만명 가까이가 불법 잔류하고 있던 1990 년대보다 크게 줄었다고는 하지만 최근에는 증가 추세가 계속되고 있다. 국적별로 1 위를 차지하는 것이 1 만 5511 명인 베트남이다. 이 중 실습생이 불법 잔류가 된 것이 8770 명, 유학생이 3525 명으로 총 베트남인 불법 잔류자의 약 80%를 차지한다. 새끼돼지 등의 도난과 관련돼 체포된 베트남인 중에도 전직 실습생 등 불법 잔류자가 상당수 포함돼 있었다. 실습생의 불법 잔류는 직장에서 실종돼 불법취업을 계속한 끝에 일어난다. 지난해 직장에서 실종된 실습생이 8796 명에 이르렀지만 약 70%인 6105 명은 베트남인이었다. 그 원인을 신문이나 텔레비전은 '받아들이는 곳에 나쁜 기업이 있어, 실습생의 인권을 침해하고 있기 때문이다'라고 보도하기 십상이다. 그러나 실종에는 블랙 기업의 인권침해보다 더 큰 원인이 있다. 실습생이 일본 방문시에 안고 있는 '빛'이다.



사진 1) 출처: 일간 현대 디지털. 베트남 내에 넘쳐나는 일본 유학 알선업자

베트남인 실습생의 경우, 50 만~100 만엔 정도의 빚을 지고 일본을 방문하는 케이스가 많다. 일본에서 일하고, 변제하려고 하지만, 실습생의 실수령임금은 월 10 만엔정도에 지나지 않는다. 실습생에게는 일본인과 동등 이상의 임금을 지불하는 규칙이지만, 도도부현마다의 최저임금만 지불하고 있으면 문제가 되지 않는다. 거기에서 아파트비등이 빠져 실수령 임금이 빠져 버리는 것이다. 이래서는 돈을 벌기 위한 목적은 고사하고, 빚도 좀처럼 변제되지 않는다. 그래서 직장에서 실종돼 불법취업을 일삼는 사람이 늘어난다. 실습생으로 일하고 있는 것보다 불법취업을 하는 것이 벌 수 있기 때문이다. 실습생 이상의 빚을 지고 일본을 방문하는 유학생은, 한층 더 비참하다. 빚을 갚으면서 유학간 일본어학교에 지불하는 이듬해 학비도 모아야 한다. 유학생에게 인정받는 주 28 시간 이내 아르바이트로는 불가능하다. 그래서 학비 지불을 피해 불법취업을 하려고 학교에서 잠적하는 유학생이 적지 않다. 40 만명 이상으로 급증한 재일 베트남인 사회에는 SNS 등을 통한 독자적인 네트워크가 있다. 직장에서 실종된 실습생이나 학교를 그만둔 유학생들이 불법 취업처를 찾는 것도 어렵지 않았다. 재일 베트남인 사정통이 말한다. 일자리를 잃는 실습생이나 아르바이트를 찾지 못하는 유학생이 늘고 있다. 이전에는 불법취업을 해 월 20 만엔 이상 버는 베트남인도 있었지만, 최근에는 코로나의 영향으로 취업처를 간단하게는 발견되지 않는 것 같다. 불법 잔류자에게는 어려운 상황이다. 그 결과, 공지에 몰린 베트남인들 중에, 범죄의 유혹에 넘어가는 자가 나타난다.

“코로나19 대응” 중국 중앙정부 정책 및 백신 동향

<백신>

1. 중국 코로나 불활성화 백신 아랍에미리트(UAE) 출시 승인... 면역 효능 86% (환구시보环球时报, 2020.12.9)



사진 1) 출처: 환구시보(环球时报)

아랍에미리트(UAE) 국영통신(WAM)에 따르면 아랍에미리트 보건예방부는 오늘 중국 국영 제약사 시노팜(중국의약집단유한공사)에서 개발한 새로운 코로나 불활성화 백신에 대해 등록한다고 승인했다. 이번 결정은 앞서 중국 국영 제약사 시노팜(중국의약집단유한공사, 이하 중국 시노팜)이 낸 신청에 응해 나온 대응이다.

아랍에미리트 보건예방부와 아부다비 보건부는 또 이미 중국 시노팜이 제출한 임상시험 데이터 3기를 검토했다고 UAE 통신이 전했다. 125개의 서로 다른 국적을 보유한 약 3만 1000명의 지원자가 진행한 임상시험에 따르면 3기 임상 시험을 통해 해당 불활성화 백신은 86%의 효능을 보이며, 중화항체의 혈청전환 비율은 99%, 경증의 중증, 위중 전이 예방 효과는 100%에 달했다는 분석 결과를 얻었고, 심각한 안정성 문제는 없었다고 밝혔다.

아랍에미리트(UAE) 통신은 이 백신이 사실 지난 9월 이미 본국에서 코로나 바이러스 최전방에서 분전하고 있는 의료인을 보호하기 위해 긴급 사용 허가를 받았다고 밝히기도 했다. UAE가 이 긴급 사용승인에 대해 공식 실시한 후속 평가조사 결과는 중국 시노팜 측이 제공한 임상시험 데이터와 유사해 백신이 효과적이고 안전한 것으로 나타났다.

2. 중국 재조합 코로나 백신, 우즈베키스탄서 III 기 임상시험 개시

(베이징일보北京日报, 2020.12.11)

주 우즈베키스탄 중국대사관 공식사이트에 따르면 12 월 10 일, 중국산 코로나 백신 안후이 지페이룽코마바이오제약회사 재조합 코로나 바이러스 백신 국제임상 III 기 시험이 우즈베키스탄에서 가동되었다.



사진 1) 출처: 베이징일보(北京日报)

장옌(姜岩) 주 우즈베키스탄 대사는 중국과 우즈베키스탄 양국은 코로나 바이러스에서 상호협조하며 효과적인 방역 협력을 전개하고 있다고 밝혔다. 우즈베키스탄에서 백신 III 기 임상시험을 진행하는 것은 중국 - 우즈베키스탄 양국의 방역과 바이오의약품 분야 협력의 또 하나의 중대한 성과로 중국 - 우즈베키스탄 전면 전략 동반자 관계의 높은 수준을 구현하고 양국의 '건강 실크로드' 공동건설 협력의 내포를 더욱 풍부히 할 것이다. 현재 글로벌 코로나 바이러스 형세는 여전히 엄중하며, 중우 방역 협력은 여전히 중히 여기고 있다. 이 백신 실험이 성공하고 전염병을 이겨낼 수 있는 유력한 무기가 되어 우즈베키스탄 및 각국 인민들에게 복을 마련해 주길 바란다.

우즈베키스탄은 중국 측이 재조합 코로나 백신 III 기 임상시험을 진행하는 첫 국가다. 무사예프 우즈베키스탄 부총리는 우즈베키스탄 정부는 시험의 원활한 진행을 위해 필요한 보장을 제공할 것이며 우즈베키스탄 - 중국 백신 협력은 반드시 풍성한 성과를 거두어 양국 인민이 난관을 함께 할 수 있도록 도울 것이라고 말했다.

중국질병통제 센터장인 가오푸(高福) 중과원 원사는 영상 축사에서 현재 전 세계는 안전하고 효과적이고 지속적인 효과가 있는 백신을 기대하고 있다면서 코로나 백신 재조합이 최적의 선택의 하나가 되어 국제사회가 하루빨리 전염병을 통제하고 경제사회발전을 회복하는데 조력하길 바란다고 밝혔다.

중국과학원 미생물연구소와 안후이 지페이룽코마바이오제약유한공사(安徽智飞龙科马生物制药有限公司)가 공동 개발한 재조합 코로나 백신이 올해 11월 18일 중국 국내 III기 임상시험을 개시한 것으로 알려졌다. 우즈베키스탄은 이 백신 최초의 해외 임상시험 지점으로 계획대로 5000명의 지원자가 실험에 참여할 예정이다.

11월 18일 중국 외교부 대변인 조리지안(赵立坚)에 따르면 중국은 이미 5개의 코로나 백신이 아랍에미리트(UAE), 브라질, 파키스탄, 페루 등 여러 나라에서 III기 임상시험을 진행하고 있고 또 다른 여러 백신이 I, II기 임상시험 추진에 박차를 가하고 있다. 12월 9일, 아랍에미리트 보건예방부는 중국국약그룹이 연구개발한 코로나 백신에 정식 등록을 부여한다고 발표했다. 아랍에미리트 보건예방부는 성명에서 이는 백신 안전성과 유효성에 대한 아랍에미리트 정부의 중대한 신뢰라고 밝혔다.

KIC 중국 NEWS

1.KIC 중국 이상운 센터장, 2020 하이난 자유무역항 MICE 관광 설명회 참석

(2020.12.2)

[KIC 중국 최현아 연구원]

12 월 2 일, “자유무역항 , 다채로운 하이난”을 주제로 2020 하이난 자유무역항 MICE 관광 설명회가 북경



쿤타이호텔에서 성공적으로 열렸다.

사진 1) 출처: KIC 중국. 설명회 현장사진

이번 행사는 해남성 관광과 문화 방송 체육청에서 주최하고, 해남성 회의상 관광과 전시업협회에서 주관하였으며 해남고려휴가 국제여행사유한공사에서 협력하였다. 이번 행사는 해남성 관광 문화청에서 자유무역항건설을 가속화하고 국제관광소비센터의 배경하에 “Incentive+전시회”, “Incentive(Travel)”, “Incentive+면세”를 해남관광소비의 새로운 이슈로 만드는 것이다. 이번 행사는 베이징의 한국기업가 50 여명과 한국혁신센터(KIC 중국) 센터장, 북경조선족기업협회 회장, 한국모두투어 북경지사 지사장등 많은 게스트들이 참석하였다.

행사에서는 해남성 관광과 문화 방송 체육청 국내시장과 명절행사처 부처장 왕웨찬, 북경 조선족기업가 협회 회장 강성민등이 축사를 했다.

이어 중국 남해 연국원 해남 자유무역항 연구센터 센터장 위토우가 해남도 정책에 대하여 설명했으며 해남 바다 건강 관광 영업연맹 비서장 덩쉐쥘이 건강 관광에 대하여 설명했다. 설명회에 참석한 게스트들은 집중하여해남자유무역항 및 해남회의 관광에 관한 정보를 귀담아들었다.

설명회에서는 해남 관광상품 시스템과 해남회상 관광자원을 사진으로 보여주며 해남 면세쇼핑, 문화관광, 마을관광, 스포츠관광 등의 히트 상품을 선보여 자유무역항 해남회 하이라이트인 해남회상 관광의 면모를 과시했다.

또 해남회상 관광자원 소개, 해남면세책 소개, 메리어트관광그룹 해남구역 호텔 전체 소개 등 다양한 홍보행사가 마련돼 해남회상 관광의 매력을 전방위적으로 과시하였다.

2. KIC 중국, 제 11 회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회 개최 (2020.12.11)

[KIC 중국 최지연 연구원]



12월 11일, KIC 중국은 제 11 회 기업가 정신 과정 창업 및 취업 설명회를 개최하였다.

이번 행사의 개최 배경은 한중 청년, 대학생을 대상으로 중국 현지 창업성공의 관건요소를 이해하고 리더십을 높이고자 함이다.

그림 1) 출처: KIC 중국. 제 11 회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회

본 행사는 중관촌 창업거리 5 호 2 층 KIC 중국(한국혁신센터)에서 진행되었으며, KIC 중국 주최, 북경한국유학생총회, 북경청년창업연구회, 중국조선족학생중심에서 협조를 해주었다. 이번 행사에 한중 대학생, 청년창업가 등 온라인, 오프라인 모두 110 명이 참여하였다.

본 행사 일정은 KIC 중국 이상운 센터장의 축사로 시작되었다.

KIC 중국 이상운 센터장은 “주소란 강사님의 말씀이 젊은 한중 청년들이 진로나 창업에 많은 도움이 되었으면 좋겠고 자유로운 교류 시간을 통하여 많은 지식을 얻어갈 수 있기를 바라며 내년에는 코로나 때문에 못한 행사들 진행할 예정이니 많은 참여 부탁드립니다.” 라고 입장을 밝혔다.



사진 1) 출처: KIC 중국. KIC 중국 이상운 센터장의 축하 모습

다음 일정에서는, 주소란 강사님이 “창업의 핵심 성공 요인 및 리더십”에 대한 주제로 강연을 하였다. 창업하려면 세상의 흐름을 알고 내적동기를 찾아내며 창업형식을 이해하여 고객을 발견하고 검증하여 파트너를 잘 사귀며 내가 어떤 CEO 가 되어야 하는지에 대한 정보를 공유하였다.



사진 2) 출처: KIC 중국. 주소란 강사님이 강의하는 모습

이번 창업 교육을 통하여 한중 대학생들은 중국 창업 환경에 대한 이해도가 더욱 깊어 졌고 중국 창업에 한걸음 더 가까워지는 계기가 되었다.

마지막으로 앞으로 활발한 소통을 기약하고 젊은 청년창업가들의 성공을 기원하며 이번 제 11 회 기업가정신과정 창업 및 취업 설명회를 마무리 지었다.