

중국 디지털경제와 데이터 활용 기업 사례조사

□ 출장 개요

- 일시: 2019년 9월 10일(화)~9월 14일(토)
- 장소: 중국 베이징 주재 한국대사관, 항저우시 절강대학, 浙商银行 등
- 출장자: 강동수 연구본부장, 이준엽 인하대학교수(항저우시만 동행)
- 베이징 일정: 우리기업 중국내수시장 진출 워크샵(강동수 참석)
 - 일정 및 참석자는 [부록] 참조
 - 코멘트: 중국에 진출한 우리나라 금융기관 부진의 현황 및 대응, 미중갈등에 따른 중국의 개방확대 정책과 활용방안, 일로일로 정책 및 중국 공급망변화에 따른 남서부와 동남아 연계 개발 필요성 등 제시
- 항저우시 면담자:
 - 陽柳勇, 절강대학 금융연구원 부원장, 교수
 - 胡迪明, 절강성 인터넷금융연합회(浙江互联网金融联合会) 행정실 부주임
 - 楊跃, 浙商银行 발전기획부 총경리
 - 叶志桂, 浙商银行 발전기획부 총경리 조리
 - 臧铖, 浙商银行 정보기술부 총경리
 - 吴剑, 浙商银行 정보기술부 총경리 조리
 - 张一锋, 중국조폐공사 블록체인기술연구원 원장(中钞区块链研究院)
 - 郑翀, 중국조폐공사 블록체인기술연구원 부원장(中钞区块链研究院)
 - 张晓伟, 同花顺 금융빅데이터 소비자사업부 총감
 - 王盛, 同花顺 금융빅데이터 소비자사업부

□ 浙商银行

○ 현황

- 2004년 8월 설립, 2016년 3월 홍콩거래소 상장
- 2018년 The Banker 1급 자본금 기준 세계 111위, 자산규모 100위
- 2018년 말 기준, 16개省去 242개 분점, 지점 설립
- 2018년 매출 390억 위안, 순익 115억 위안으로 각각 전년 대비 13.89%, 4.94% 증가.
- 2018년 총자산 1.65조 위안, 예금잔액 9,748억 위안, 대출잔액 8,652억 위안, 부실대출비중 1.2%

○ 인터넷기업과의 경쟁과 협력

- 플랫폼서비스에 적극적인 은행으로 소액대출부문 중국 1위 은행
- 플랫폼서비스를 통하여 중소기업 매출채권을 자산화, 담보로 한 대출 제공
- Ant Finance 등 인터넷은행의 성장에 따라 경쟁이 치열하지만, 반면에 알리바바의 고객데이터를 이용하는 업무협조가 이루어지는 등 협력 프로젝트 또한 적극적으로 시행되고 있음. 예를 들어 현재 알리바바의 타오바오 데이터를 기초로 하여 고객발굴, 대출이 이루어지고 수익은 공동 분배하는 형식의 비즈니스협력이 이루어지고 있음. 따라서 인터넷은행과의 관계에서 협력이 경쟁보다 보편적이라고 판단함.
- 인터넷은행은 소액대출, 개인고객 위주. 중대형기업 및 고액자산가에 대한 인맥관리, 차별화경영으로 전통은행은 여전히 인터넷은행과 비교하여 경쟁력을 유지하고 있음. 절상은행의 경우 최근 기존고객인 중견기업의 기업내 재무공사와 협력 비즈니스 발굴
- 전통은행은 인터넷은행의 기술을 학습, 플랫폼비즈니스 인프라 구축으로 전통은행 고객을 위한 생태계 구축. 예를 들어 인터넷은행의 빅데이터 신용평가 기술을 습득하여 공상관리국, 국세청, 세관, 전력기관 등 정부부처의 빅데이터를 활용, 전통기업 특유의 신용평가가 가능해짐. 또한 법원판결데이터, 노사관계데이터 등 과거에 접근 불가능한 데이터를 사용하여 신용평가 가능. 현재 연구중인 신기술로는 CCTV 차량용 감시카메라를 이용하여 기업의 운수데이터 등도 신용평가에 활용 시도.
- 인터넷은행은 최근까지 네거티브규제의 회색지대에서 경영하며 영업의

급속한 확대가 가능하였음.

스마트폰 어플리케이션을 이용한 정보수집, 서비스개발이 가능하였음. 또한 알리바바와 같은 대형 인터넷기업은 차량공유, 의료, 숙박 등 많은 생활서비스형 인터넷기업에 대한 M&A를 통하여 고객 빅데이터의 규모와 범위를 확대하였으며 이는 인터넷은행의 고객이해 및 새로운 비즈니스 발굴 등 시장진입 및 경쟁력 제고에 도움을 줌.

- 그러나 최근 은행업협회의 규정대상에 인터넷은행 또한 포함되며 과거 규제외 회색지대에서 누리왔던 비교우위가 상실됨. 또한 인터넷은행은 많은 수의 잠재적 고객을 보유하고 있으며 전통은행과 고객을 공유하여 수익을 분배하는 협력관계 구축.
- 그러나 향후 10년 후에는 인터넷은행, 전통은행의 경계는 사라질 것으로 예상함. 인터넷은행과 전통은행의 구별 없이 고객서비스 경쟁력이 기업 생존을 결정할 것임.

※ 인터넷은행 감독강화

- 2019년 1월 1일부터 시행되는 규정1)에 따라 비은행금융기관 구매금액 5만 위안 이상, 이체금융 1만 위안 이상의 모든 거래내역을 인민은행에 보고하여야 함. 이에 따라 기존 알리페이, 위챗페이의 금융거래 내역이 모두 인민은행에의 보고, 감독대상이 됨.
- 2017년 12월 1일 인민은행이 발표한 규정2)에 따라 P2P 소액대출 기관의 신설 및 기존 업체의 영업지역 확대 금지. 이 조치를 통하여 중국의 핀테크 비즈니스의 발전에 상당히 기여한 P2P 금융업의 강력한 감독대상이 됨.

1) 『인터넷금융기관의 자금세탁 및 반테러 자금유자 관리규범(시행령)互联网金融从业机构反洗钱和反恐怖融资管理办法(试行)』

2) 『P2P 대출의 규범 정도에 대한 통지(关于规范整顿“现金贷”业务的通知)』

□ 절강대학 금융연구원

○ 현황

- 절강대학 금융연구원은 2010년 절강성 금융연구원과 동시에 설립됨. 정부와 학교간의 학술 및 정책교류의 새로운 모델로서 절강성 서기와 절강대학 총장이 공동으로 설립에 참여한 금융연구기관임.
- 당시 절강성 총서기 陈敏尔(현 충칭시 총서기)이 명예원장임.
- 절강대학 금융연구원은 민간금융, 중소기업금융, 창업금융, 핀테크를 주요 연구 분야로 함. 2010년 이래로 『절강성금융발전보고서(浙江省金融发展报告)』를 출간하고 있음.
- 절강대학 금융연구원은 산하에 금융연구소, 증권선물연구소, 재무관리 및 회계연구소, 위험관리 및 보험연구소, 지역금융발전연구소, 중소기업금융기관연구소, 소형기업융자연구소, 민간금융연구소, 창업금융연구소, 인터넷금융연구소를 두고 있음.
- 절강대학 금융연구원은 산하에 석박사 과정을 두고 있음.
- 절강대학 금융연구원은 매년 여름 금융경제학계학회 (AFR: Summer Institute of Economics and Finance)

○ 절강성 경제 현황

- 절강성은 중국내에서 중소기업, 민영기업이 가장 발달한 지역임. 2017년 절강성 보고에 의하면 절강성 GDP에서 차지하는 비중이 65% 정도임.³⁾
- 浙商이라고 칭해지는 절강성 상인은 중국 최고의 상인으로 알려져 있음. 절강성은 인구 11명당 1명의 사장이 있을 정도로 창업정신이 왕성한 지역임.⁴⁾ 알리바바닷컴의 마윈, 벤츠와 볼보의 최대주주인 지리자동차의 리수푸 등은 이러한 절강상인의 정신을 이어받은 기업가임.
- 절강성은 개혁개방 초기 중국경제 성장의 핵심 동력인 향진기업의 최대 발원지임. 윈저우(温州) 지역에서 민간기업 위주로 발전한 향진기업을 '윈저우모델'이라고 칭함. 이들 향진기업은 완구, 피혁, 안경테, 라이터 등 소상품으로 세계시장 점유율의 50% 이상을 차지함. 현재 세계 최대 시장인 '이우소상품시장(义乌小商品批发市场)' 또한 절강성에 소재하고 있음.
- 그런데 이와 같은 절강성 민영기업의 성장에는 절강성에서 특별히 발달

3) “浙江：民营经济占全省GDP总量65%”，新华社杭州 9月29日

4) “浙江：民营经济占全省GDP总量65%”，新华社杭州 9月29日

한 민간금융(Informal Finance)이 중요한 역할을 함. 주지하는 바와 같이 중국은 국유은행과 국유기업 위주로 금융시스템이 구축되어 있어 민영기업과 중소기업은 매우 차별적인 융자 환경에 처해있었는데 절강성의 경우 사금융으로 이를 보완하여 왔음.

- 절강성의 경우 이들 민영기업에게 사금융 형태의 일종의 지하 금융기관이 자금유자를 제공하는 매우 활발한 민간금융시장이 발달하여 있음.
- 중국 최초의 온라인금융기관인 Ant Finance(蚂蚁金服)가 탄생한 지역도 절강성인 것은 이와 같은 민간금융 위주의 금융문화와 밀접한 관련이 있음.
- 최근 중국경제 성장률이 저하되는 경기침체 상황에서 절강성 경제에 복합적인 영향을 미치고 있음. 민영기업들은 최근의 경기침체 상황에서 상당히 부정적인 영향을 받고 있는 것으로 판단됨. 민영기업이 주로 노동집약형, 수출형 기업이라는 이라는 점, 최근 중국정부의 민간금융에 대한 통제 등으로 상당한 어려움에 처해 있음. 반면 알리바바와 같은 대형 인터넷기업은 박리다매 상품 유통을 주로 담당하기 때문에 경기침체 상황이 오히려 시장확대의 기회로 작용하고 있음.

□ 중국조폐공사 블록체인기술연구원(中钞区块链研究院,
(ZCBTRI: Zhong Cao Blockchain Technology Research Institute)

○ 현황

- 중국조폐공사(中国印钞造币总公司) 산하의 연구소로서 금융 분야의 디지털인프라 구축을 위한 기초 연구를 위하여 설립. 인민은행 100% 지분의 자회사
- 2015년 중국인민은행은 인터넷화폐에 대한 연구를 시작함. 당시 인터넷화폐는 민간의 비트코인과 법정 CBDC(Central Bank Digital Currency)로 구분됨. 같은 시기 인민은행은 블록체인 원천기술에 대한 연구를 시작, 블록체인 표준제정 및 인터넷산업에의 응용을 연구함.

○ 주요 연구 프로젝트

- 2017년 ZCBTRI 설립. 은행스마트카드 표준, 모바일결제, 블록체인 표준에 대한 연구를 시작함. 인민은행의 전자문서, 전자어음의 표준 연구
- 2018년 블록체인 신용증제도 실시
- 중국 외환관리 프로젝트 실시. 국경간 대출, 수출신용장 담보대출 블록체인을 이용한 세관에서 발급한 수출신용장의 은행제출 검증, 제3자 은행에의 수출신용장 재출서류로 활용), 2018년 3월 출시, 2019년 8월까지 10개 은행에서 이용 중.

○ BROP (Blockchain Registration Open Platform)

- 2018년 3월 시범 연구
- 파산소송의 법정 개정에서 채권자 안면인식으로 3,000명의 채권자가 동시 참여하는 소송 진행, 2019년 8월 절강성 파산소송 200억 위안 소송에 이용

○ 인민은행 디지털표준

- 인민은행은 강제성 표준 제정, ZCBTRI은 추천성 표준 제정.
- 안전보장, 기초기술은 인민은행이 제정, 응용기술은 각 은행이 자체적 표준 제정
- 중앙은행은 불건전한 기술의 이용에 대비하여 규범적 기술개발
- ICO(Initial Coin Opening)의 민간발행은 절대 불허
- Supply Chain Finance 적극 지원: 대기업, 1차 하청 기업, 2차

하청기업간의 위조거래 방지 및 거래확인

○ 중국정부의 비트코인 정책

- 이미 발행, 소유한 비트코인에 대하여서는 법적인 보호. 그러나 비트코인의 위안화 태환 및 중개거래는 불허
- 비트코인의 시작은 화폐였으나 현재는 일종의 자산으로서 기능
- 알리페이는 초당 20만 거래 가능기술 보유, 비트코인은 초당 7개 거래만 가능
- 블록체인 기술은 정보의 중앙집중을 의미하는 것이 아니고, 정보의 증명을 용이하게 하는 기술로서 정보 자체를 집중시키는 것이 아님.

□ 통화순(同花顺网络信息股份有限公司)

○ 현황

- 1994년 설립. 중국 최대의 금융정보자문 기업
- 자본시장데이터, 기업데이터, 공시자료, 연구보고서, 거시경제보고서 제공
- 주식매매 플랫폼 제공: 레벨1 플랫폼은 매수, 매도가 제공. 레벨2 플랫폼은 초당 매수, 매도가 제공
- 2003년 모바일 플랫폼 제공
- 2011년 고객 1억명 돌파
- 2017년 AI 투자컨설팅 상품 판매. 개당 8만 위안 가격으로 2,000명에게 판매 이후 절판.
- 2018년 매출 138,689만 위안, 순익 63,393만 위안
- 현재 주요 비즈니스는 금융거래, 음성인식, 스마트의료 3개 부분임.
- AI음성은 은행이 주요 고객임.

□ 허마셴성(盒马鲜生)

○ 현황

- 허마셴성(盒马鲜生)은 알리바바가 2016년 3월 개장한 신선제품 판매 매장임. 온라인쇼핑몰 전문업체인 알리바바가 최초로 개장한 오프라인 신선식품 유통업체임.
- 모바일 주문이 가능하고 매장 반경 3km 이내 지역은 1시간내 배달이 가능함.
- 허마셴성(盒马鲜生)은 오프라인 고객체험 공간으로서 알리바바의 마윈이 제시한 '新유통'의 실험장이기 때문임.
- '新유통'은 온-오프라인 융합, 중간 유통단계 축소, 빅데이터를 기반으로 한 고객수요 맞춤형 자체개발 PB상품 개발 등을 특징으로 하고 있음. 특히, 신선식품의 신속배송을 실현하기 위하여 빅데이터 기반의 최적물류경로를 도입하고 있음.
- 허마셴성(盒马鲜生)은 제품 체험장소이며 물류창고로서 활용하고, 최적 물류경로를 선택, 최단 시간내에 제품 배송의 시스템을 구축함. 빅데이터를 기반으로 한 다양한 고객수요를 사전에 파악, 제품에 반영하기 때문에 재고비, 물류비의 절약이 가능함.
- 중국에서는 백화점, 대형 슈퍼마켓 등 오프라인 매장이 경쟁력을 잃고 사라지는 추세임. 마윈은 오프라인 매장이 경쟁력을 상실하는 근본 원인에는 온라인 비즈니스와의 융합에 실패하였기 때문이라고 진단함. 오프라인 유통채널 또한 온라인, 빅데이터 등과의 결합을 통하여 새로운 유통이 가능하다는 비즈니스 모델임.
- 2018년 4월 28일 '新유통'경영전략에 따라 알리바바의 오프라인 종합쇼핑센터 More Mall(亲橙里)을 개장함.

[허마셴성 매장]



[More Mall(亲橙里) 항저우 매장]



[부 록] 우리기업 중국 내수시장 진출 워크숍

시 간	순서 및 참석자
13:30-13:40	개회 및 대사님 인사말씀
13:40-14:45	<p>【1세션】 중국의 변화와 내수시장 진출 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사회 정영록 서울대 국제대학원 교수 • 발제 전병서 경희대 중국경영MBA 교수 • 토론 1 양평섭 KIEP 세계지역연구센터 소장 • 토론 2 강동수 KDI 연구본부장 • 토론 3 김병유 무역협회 북경지부장 • 자유발언
14:45-15:00	휴 식
15:00-16:40	<p>【2세션】 분야별 중국 시장 진출 (사례 중심)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사회 박한진 KOTRA 본부장 • 발표 1 [소비재] 김상윤 오리온 고문 • 발표 2 [스타트업] 강민구 화동미디어 대표 • 발표 3 [新유통] 김희수 트레저헌터 글로벌 대표 • 발표 4 [금융] 박승찬 용인대 중국학과 교수 • 발표 5 [보건의료] 문주영 포레스트힐스랩 전무 • 토론 1 조영삼 산업연구원 부원장 • 토론 2 임병익 중국창신경제연구소장 • 토론 3 연원호 KIEP 부연구위원 • 토론 4 고영화 SV인베스트먼트 고문 • 자유발언
16:40-17:00	휴 식
17:00-18:00	【3세션】 종합토론
18:30-20:00	만찬