



Korea Institute for
International
Economic
Policy

중국 공유경제의 발전 현황과 향후 전망

KIEP 북경사무소(ojh@kiep.go.kr, Tel: 86-10-8497-2870)



차 례

1. 개요
2. 발전 현황
3. 주요 문제점
4. 향후 전망

주요 내용

- 중국의 공유경제는 스마트폰 보급 및 모바일 결제 확대, 정책적 지원 증대 등에 따라 2016년을 전후로 빠르게 성장하고 있으나 일부 문제점이 노출되면서 따라 제도 준비가 강화되고 있음.
- 2018년 중국 공유경제는 성장세 둔화로 인해 자본 투자 규모가 감소했으나, 소수 기업으로 집중되면서 유니콘 기업 수는 사상 최대인 34개를 기록하였음.

 - 중국 공유경제는 생활서비스(54%), 생산능력 공유(27.9%)와 승차 공유(8.4%) 등 3개 분야가 전체 거래액의 90.3%를 차지하고 있음.
 - 2018년 중국 공유경제 이용자 수는 약 7억 6,000만 명이며, 서비스 제공 인력은 7,500만 명임.
 - 자본 투자의 50% 이상이 소수의 플랫폼 기업에 집중되었으며, 초기 스타트업의 투자 유치는 점점 더 어려워지는 추세임.
 - 승차 공유, 음식배달 등 많은 부분에서 혁신이 이루어지면서 서비스 전반의 품질이 개선되었으며, 최근에는 생산능력 공유가 중국 제조업 혁신 모델로 주목받고 있음.
- 한편 공유자전거, 카풀서비스 등 분야에서 문제점이 발생하면서 소비자 보호, 모니터링 강화, 관리·감독 체계 개선 등 정책이 강화되는 추세임.

 - 초보적인 관리감독 가이드라인이 제정되었으나 여전히 △ 효과적인 관리·감독 시스템 부재 △ 정부·기업 간 데이터 비공유 △ 위기 대응체계 부족 △ 불투명한 플랫폼 수요·공급 매칭 시스템 △ 공유경제 기업의 사회적 책임 부재 등이 과제
- 향후 중국의 공유경제는 △ 성장단계 전환 △ 제조 공유 발전 △ 5G, 블록체인 등 신기술 응용 증가 △ 일자리 안정 및 소비촉진 작용 확대 △ 합법화 및 규제화가 진행될 전망

 - 서비스 표준화 및 법제화 추진을 통해 공유경제에서 나타난 문제점을 해결하고, 신기술 도입과 비즈니스 모델 개선 등을 통해 성장단계로의 전환을 추진
 - 생산능력 공유를 핵심 성장동력으로 하여 제조업의 디지털화, 네트워크화, 스마트화 제고를 추진하며, 인공지능과 5G 통신, 블록체인 등 다양한 기술 발전이 향후 공유경제 산업태 및 플랫폼 발전을 촉진할 것으로 보임.
 - 공유경제는 다양한 서비스업 일자리를 창출하고, 서비스 품질 제고를 통해 많은 체험형 서비스 소비 수요를 촉진하였으나 아직 관리감독 체계가 미비해 향후 이를 지속 개선해나갈 계획임.

1. 개요

■ 공유경제(Sharing Economy)는 인터넷 플랫폼을 통해 자원배분의 효율성을 높이는 새로운 경제 형태로 주목받고 있음.

- 공유경제는 유희자원의 재배치로 과잉생산에 따른 환경오염을 방지하고, 경제활동 참여 저변을 사회 전체로 확산하는 효과가 있음.
- 또한 인터넷 플랫폼의 특성상 언제 어디서나 사용 가능하며, 거래비용이 거의 발생하지 않고 거래를 집중시킬 수 있기 때문에 공급 가격을 낮출 수 있음.
- 주택, 차량 등을 보유한 개인 혹은 기업이 임대를 통해 이익을 창출할 수 있고, 서비스 제공에 대한 각종 제약요소가 사라지면서 더 낮은 가격에 더 많은 상품 및 서비스 이용이 가능하게 됨.

■ 중국에서는 스마트폰 보급과 모바일 결제가 확대되고 정책적 지원이 증대되는 2016년을 전후로 빠르게 성장하였음.¹⁾

- 중국은 스마트폰 보급과 2014년 4세대 이동통신(4G)으로 전환되면서 모바일 생태계가 본격적으로 조성되기 시작했으며, 공유경제 분야에서 디디추싱(滴滴出行), 모바이크(mobike), 과하오왕(挂号网), 58따오자(58到家), 더따오(得到) 등의 기업이 등장함.
- 2015년 10월 베이징에서 개최된 당 18차 전체회의에서 공유경제 발전이 국가전략으로 포함되고, 2016년 정부업무보고에 ‘공유경제(共享经济)’가 처음으로 포함되었으며, 이후 수년간 다양한 지원정책이 발표되면서 공유경제의 규모가 빠르게 확대

글상자 1. 중국의 공유경제 유형 구분

- 중국은 공유경제를 상품, 공간, 지식, 인력 등 6가지 공유 품목별 및 교통, 숙박, 요식 등 소비 형태별로 나눠 구분하고 있음.

- 공유경제는 그 범위가 지속적으로 확대되고 있으며, 소비 형태의 경우 거래액이 발생하는 서비스 업종을 중심으로 구분함.

자료: 国家信息中心分享经济研究中心(2016), 「中国共享经济发展年度报告(2016)」, (2月)

1) 공유경제 개념은 2008년 하버드대학교 로렌스 레식(Lawrence Lessig) 교수가 처음으로 제기하였으며, 개인 또는 기업이 소유하고 있던 유희자산(상품)을 수요에 따라 임대하는 행위를 의미.

■ 본고는 중국 국가정보센터에서 2019년 2월 발간한 『중국 공유경제 보고서(中国共享经济发展年度报告 2019)』를 중심으로 발전 현황과 문제점 등을 분석하고 향후 발전 전망에 대해 살펴봄.

- 중국 공유경제 보고서는 2016년 이후 매년 발간되고 있으며, 2019년 보고서에는 2018년에 나타난 공유경제의 특징 및 성장세 둔화에 따른 문제점 등에 대해 분석

2. 발전 현황

■ 2018년 중국 공유경제 규모는 전년대비 41.6% 성장한 2조 9,420억 위안(거래액 기준)을 기록했으며, 생활서비스²⁾와 생산능력(产能)³⁾ 공유, 승차 공유,⁴⁾ 지식 공유가 핵심 분야임.

- 생활서비스 공유 분야는 전체 공유경제 거래액의 54%를 차지하며, 생산능력 공유(27.9%)와 승차 공유(8.4%)를 포함하면 3개 분야가 전체의 90.3%를 차지함.

- 2018년에는 생산능력 공유 분야가 전년대비 97.5% 성장하였으며, 그 밖에 공유 사무실(87.3%), 지식·기능 공유(70.3%) 등 분야도 빠르게 성장하였음.

그림 1. 중국 공유경제 규모(2017~18년)

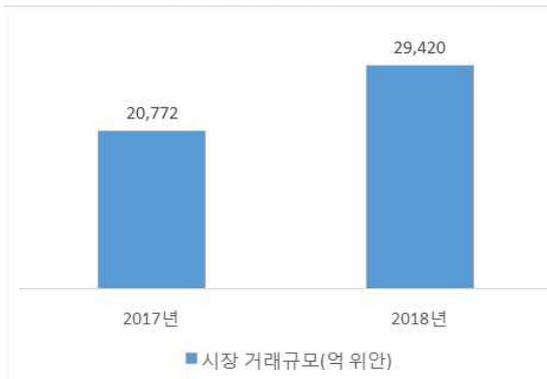
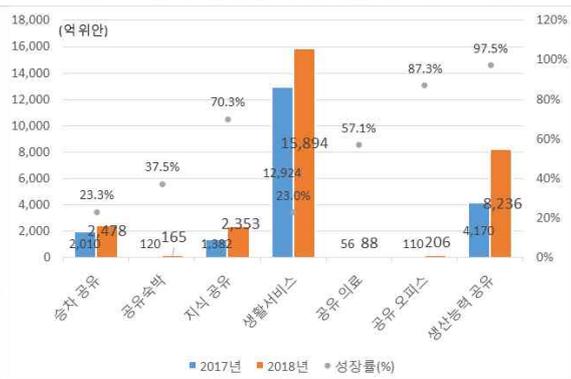


그림 2. 중국 공유경제 분야별 규모(2018년)



주: 2018년 공유경제 통계부터 P2P 대출 등을 포함하는 금융서비스 항목이 제외되었으며, 시장거래액(市场交易额)의 집계방식도 변화됨.

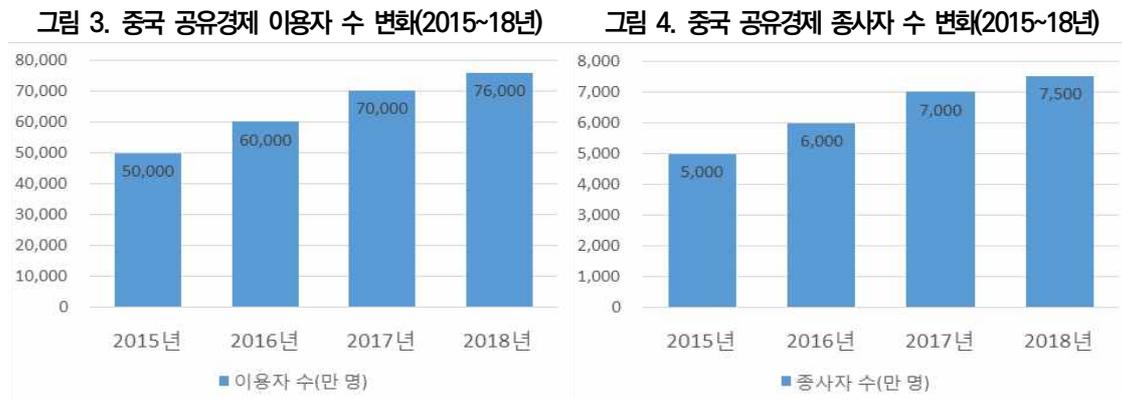
자료: 国家信息中心分享经济研究中心(2019), 「中国共享经济发展年度报告(2019)」. (2月)

자료: 国家信息中心分享经济研究中心(2019), 「中国共享经济发展年度报告(2019)」. (2月)

- 2) 중국 공유경제의 생활서비스 분야는 승차 공유, 숙박, 의료 등을 제외한 나머지를 지칭하며, 음식 배달과 가사 도우미 서비스, 교육 서비스, 물류 운송, 우산, 보조배터리 공유 등으로 그 범위가 지속적으로 확대되고 있음.
- 3) 인터넷 플랫폼을 통해 제조업 인프라 사용권을 공유하는 것으로 설비와 기술 외에도 종합적 서비스 공유를 포함함.
- 4) 고급택시(专车), 개인자가용(快车), 카풀서비스(顺风车), 택시(出租车), 차량렌트(租车), 공유자전거(共享单车) 등이 있음.

■ 모바일 인터넷 인프라가 개선되고, 간편 결제 방식이 보편화되면서 2018년 중국의 공유경제 이용자 규모는 7억 6,000만 명에 달하였으며, 서비스 제공자 수는 7,500만 명을 기록함.

- 공유경제 이용자 수가 2015년 5억 명에서 연평균 1억 명 정도 증가 추세이며, 중국의 인터넷 이용자 규모는 8억 2,900만 명임(2018년 12월).⁵⁾
- 서비스 제공 인력의 상당수는 겸직이나 운전기사, 배달기사 등 분야는 점차 전문화되는 추세로, 2018년 공유 플랫폼 업체의 직접 고용 인력은 598만 명임.



자료: 각 연도, 「中国共享经济发展年度报告」 바탕으로 작성.

자료: 각 연도, 「中国共享经济发展年度报告」 바탕으로 작성.

■ 2018년부터 공유경제 성장세가 둔화되면서 플랫폼 기업에 투자되는 자본 규모가 전년대비 23.2% 감소하였으나(1,490억 위안), 자본이 소수에 집중되면서 유니콘 기업 수는 사상 최대인 34개를 기록⁶⁾

- 최근 수년간 중국 공유경제의 고성장이 이어지면서 자본 투자도 끊임없이 증가했으나, 2018년을 기점으로 승차 공유 서비스 분야에서 처음으로 큰 폭의 감소세를 기록함.
 - 해당 분야에 2017년 1,072억 위안의 자금이 집중되었으나 2018년에는 전년대비 61%가 감소한 419억 위안이 투자됨.
- 기타 영역에 투자된 금액은 전년대비 23.4% 증가한 1,072억 위안을 기록함.
- 한편 전체 투자액의 50% 이상이 소수의 공유 플랫폼 기업에 집중되면서 유니콘 기업 수는 오히려 증가하여, 중국 전체 유니콘 기업(83개)의 41%를 차지
 - 초기 스타트업이 투자 유치를 하는 것은 점점 더 어려워지는 추세임.

5) CNNIC(2019), 「第43次《中国互联网发展状况统计报告》」. (2월)

6) 기업 가치 10억 달러 이상인 기업을 의미.

■ 공유경제 발전으로 중국 내 각종 서비스업 전반의 품질 혁신이 이루어졌으며, 더 많은 생활서비스와 융합되면서 새로운 소비문화와 환경이 조성되고 있음.

- 승차 공유는 운수업의 발전과 서비스 개선에 크게 이바지해왔고, 특히 공유자전거는 버스, 지하철 등 대중교통 이용이 불가한 목적지까지의 '라스트 마일(Last mile)' 문제를 보완하는 데 기여
- 2018년 기준 승차 공유 이용자 수는 약 3억 5,000만 명으로 전체 인터넷 사용자의 43.2%가 사용하고 있으며, 2015년 이후 연평균 24.1% 성장함.
- 승차 공유의 대표 기업인 디디추싱은 매일 3,000만 건의 거래가 이루어지고 있음.
- 음식배달을 전문으로 하는 업체가 늘고, 배달 품목이 다양해지면서 이용자 수도 2015년 이후 3년간 47.4% 늘면서 약 3억 6,000만 명을 기록함.
- 숙박 공유는 아직 이용자 수가 다른 분야에 비해 많지 않지만 도시와 농촌 관광 소비 수요가 늘면서 성장률이 3년간 99.5%를 기록하였음.

표 1. 공유경제 생활서비스 분야(의)의 업종별 이용자 규모 및 보급률 비교(2015년, 2018년)

분야	2015년 이용자 수(억 명)	2018년 이용자 수(억 명)	연평균 성장률(%)	2018년 보급률(%)
승차 공유	1.8	3.5	24.1%	43.2%
음식배달	1.1	3.6	47.4%	45.4%
숙박 공유	0.1	0.8	99.5%	9.9%
의료 공유	1.5	3.2	28.0%	19.9%

자료: 国家信息中心分享经济研究中心(2019), 「中国共享经济发展年度报告(2019)」, (2月)

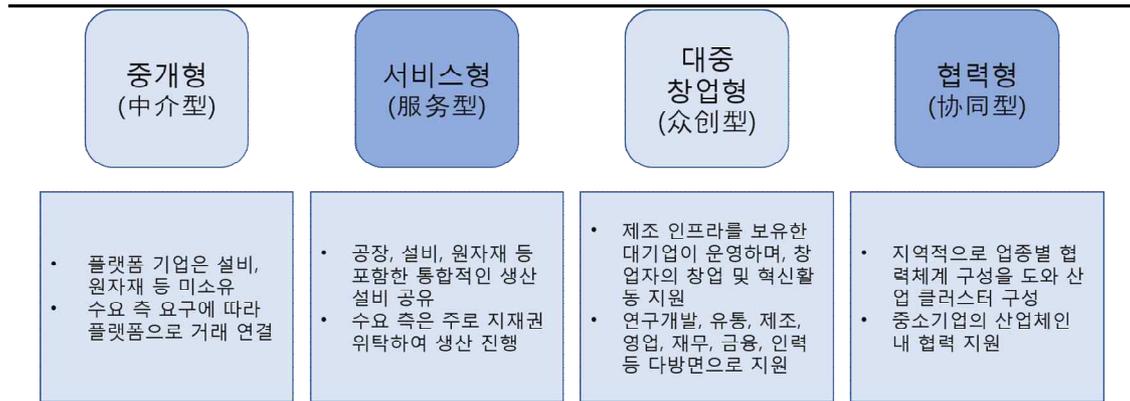
■ 한편 생산능력 공유는 중국 제조업 혁신 모델로 주목받고 있으며, 인터넷 플러스를 통해 구축된 산업네트워크 플랫폼을 기반으로 식품, 철강, 전자, 기계, 가전 등 116개 제조업 분야의 200만여 개 중소기업이 참여하고 있음.

- 생산능력 공유 플랫폼은 중개형과 서비스형, 대중창업형, 협력형 등으로 구분되며, 중개형은 주로 인터넷 플랫폼 기업이 지원하는 방식으로 공급자와 수요자 간의 거래를 중개하고, 안전보장과 분쟁 처리 등의 역할을 담당하는 서비스를 제공함.
- 서비스형 설비 공유는 제조 공정을 모니터링하고 여기서 발생하는 데이터를 분석함으로써 효율성 제고를 추구하며, 통합적인 생산 설비 공유와 위탁생산을 한다는 점에서 주문자상표부착생산(OEM), 제조업자개발생산(ODM) 방식과 유사한 점이 있음.
- 대표적으로 선양공작기계그룹(沈阳机床集团)이 출시한 스마트공작기계 i5는 26성(省) 161개 도시에서 2,000여 개 기업이 사용 중이며, 생산효율을 약 40% 이상 향상시킴.

7) 앞서 언급한 생활서비스 공유와는 다르며 전통과 공유경제를 포괄하는 생활서비스 분야의 업종들을 지칭함.

- 대중 창업형은 제조 인프라를 보유한 대기업이 사용하는 모델로 초기 스타트업에 제조 외에도 금융, 인력 등 다방면으로 지원하는 방식이고, 협력형은 중국 지방정부에서 업종별로 산업 클러스터 구성을 지원하는 방식임.

그림 5. 중국의 제조업 생산능력 공유 유형별 구분



자료: 云联共享(2018), 「解析产能共享的4种模式」. (3月)

3. 주요 문제점

■ 2018년 공유자전거, 카풀서비스 등에서 문제점이 노출되고 성장세가 크게 둔화되면서 공유경제의 지속가능한 발전에 대한 논란이 확대됨.

- 대표적으로 공유자전거 분야에서 한때 25개의 업체가 난립하고, 출혈경쟁을 이어오면서 단기간에 수많은 기업이 도산하는 사태가 발생하였음.
 - 2017년 6월에서 2018년 7월까지 15개 이상 업체가 도산하였으며, 2018년 8월 기준 베이징 공유자전거 191만 대 중 실제 운행되는 비율이 50% 이하로 감소⁸⁾
 - 중국 최대 자전거 제조클러스터 ‘톈진 왕칭튀전(天津王庆坨镇)’에 소재한 업체 수는 500여 개에서 2018년 200여 개로 60% 이상 급감했고, 오포 등에 자전거를 공급하는 상하이 핑황(上海凤凰)도 2018년 상반기 매출과 이익 모두 대폭 감소
- 결국 2018년 업계를 선도하던 오포(ofo)도 사실상 정상적 운영이 어려워졌으며, 모바이크와 헬로우바이크(哈啰单车) 등 경쟁업체들은 사용가격을 인상하고 수익성 제고와 경영 정상화를 추진 중
 - 오포는 자전거 관리가 이루어지지 않고, 예치 보증금 회수 대기자가 1,000만 명을 넘어서는 등 정상적 운영이 어려운 상황

8) 中国战略新兴产业(2018), 「本刊记者提问共享单车退潮? 发改委态度如此明确 | 独家」. (8月 24日)

- 그 밖에도 공유경제 서비스 전반에서 개인정보 유출과 과도한 경쟁에 따른 자원 낭비, 안전문제 등에 대한 논란이 이어지면서 정부의 적절한 관리·감독 모델과 정책 마련 필요성이 대두되었음.
- 디디추싱 카풀서비스(顺风车)의 인명사고, 공유자전거 기업 오포(ofo)의 유동성 악화, 공유우산 기업의 잇따른 파산 등 플랫폼 기업의 부정적 경영 성과 및 정부 관리·감독 미비 문제가 제기됨.
- 베이징대학교 중국전략연구센터는 고속 성장한 중국의 공유경제가 과도한 시장경쟁과 미비한 관리·감독 정책으로 인해 성장 모멘텀을 잃어버릴 수 있다고 밝히며 신(新)업종, 신기술에 맞는 제도 마련의 필요성을 제기함.

■ 이에 중국정부는 소비자 보호, 모니터링 강화, 관리·감독 개선 등의 노력을 지속하고 있음.

- 온라인 차량예약 분야에서 택시업 서비스 품질 향상 및 신용체계 개선 요구가 이어짐에 따라 2018년 9월 교통운수부와 공안부는 「온라인 차량예약 차량 및 개인자가용 차량 운행 안전관리에 대한 긴급 통지」와 「온라인 차량예약 플랫폼 및 개인자가용 차량 합승 정보서비스 플랫폼 안전 점검 업무 통지」 등의 규제안을 발표
- 플랫폼에 긴급 상황에서의 신고가 가능하도록 하는 체계를 구축하고, 개인자가용으로 운행하는 콰이 처(快车)와 카풀서비스에 대한 관리·감독 수준을 크게 높임.

표 2. 2018년 중국 공유경제 주요 분야별 시행 규제안

분야	일시	부처	규제안
온라인 차량예약	2018.6	교통운수부	택시 서비스 품질 신용평가 방법(出租汽车服务质量信誉考核办法)
	2018.9	교통운수부, 공안부	온라인 차량예약 차량 및 개인자가용 차량 운행 안전 관리에 대한 긴급 통지 (关于进一步加强网络预约出租汽车和私人小客车合乘安全管理的紧急通知)
	2018.9	교통운수부	온라인 차량예약 플랫폼 및 개인자가용 차량 합승 정보서비스 플랫폼 안전 점검 업무 통지 (关于开展网约车平台公司和私人小客车合乘信息平台安全专项检查工作的通知)
온라인 배달	2018.1	국가약품감독관리총국	인터넷 식음료 서비스 식품 안전 감독관리 방법 (网络餐饮服务食品安全监督管理办法)
	2018.7	국가시장감독관리총국	식음료 서비스 식품 안전 관리 규범 (餐饮服务食品安全操作规范)
인터넷 의료	2018.4	국무원 판공청	‘인터넷+의료’ 발전 촉진에 관한 의견 (关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见)
	2018.7	국가위생위원회 (国家卫健委), 국가중의약품관리국 (国家中医药管理局)	인터넷 진료 관리 방법(互联网诊疗管理办法(试行))
인터넷 콘텐츠	2018.2	중앙인터넷안전영도소조 (中央网信办)	웨이보 정보 서비스 관리 규정(微博客信息服务管理规定)
	2018.8	전국 유해 콘텐츠 관리(扫黄打非) 사무실	온라인 생방송 서비스 관리 업무에 대한 통지 (关于加强网络直播服务管理工作的通知)

자료: 国家信息中心分享经济研究中心(2019), 「中国共享经济发展年度报告(2019)」, (2월)

- 온라인 배달 분야는 플랫폼 기업과 배달 업체, 식당을 각각 구분하여 독립적인 영업 및 위생 허가를 받도록 하고, 식품 안전 모니터링을 강화하는 방향으로 규제를 시작
- 인터넷 의료와 인터넷 콘텐츠 분야도 새로운 규정을 제정하여 관리·감독 체계 전반을 재정비하고 있음.

■ 초보적인 관리감독 가이드라인이 제정되었으나 여전히 △ 효과적인 관리·감독 시스템 부재 △ 정부·기업 간 데이터 비공유 △ 위기 대응체계 부족 △ 불투명한 플랫폼 수요·공급 매칭 시스템 △ 공유경제 기업의 사회적 책임 부재 등이 문제점으로 지적되고 있음.

- [효과적인 관리·감독 시스템 부재] 공유경제에서 나타나는 신업태는 기존 관리감독 시스템으로는 효과적 관리가 어렵고, 공유 서비스를 제공하는 기업 특성상 소재지와 실제 영업지역 간 불일치, 모호한 규범으로 인한 불법 서비스 제공 등의 문제가 발생
- [정부·기업 간 데이터 비공유] 기업은 서비스 개선을 위해서 고객정보 수집 및 활용을 하고 있으며, 정부는 기업 관리와 국민안전보장 등을 위해 데이터 열람이 필요하지만 기업 비밀 보장, 효과적인 감독체계 결여 등 문제로 인해 공유 불가
 - 이로 인해 기업의 영업비용 증가, 정부의 위기 대응능력 감소 등 문제가 발생
- [위기 대응체계 부족] 2018년 발생한 디디추싱 카풀서비스(顺风车) 사건⁹⁾처럼 적절한 위기 대응체계가 미비하여 발생할 수 있는 문제가 공유 자동차, P2P 퀵 서비스, 공유 숙박, 공유 요식 배달업 등에서 제기되고 있어 이용자 안전보장을 위한 장치 마련이 필요한 상황임.
- [불투명한 플랫폼 매칭 시스템] 공유경제 플랫폼은 수요자의 성별, 연령, 취향, 소비습관 등 개인정보를 분석해 적합한 공급대상을 추천하거나 연결하는 것이 핵심이나 수요·공급 메커니즘에 의한 가격 결정 시스템의 불투명성 문제가 제기되고 있음.
 - 콘텐츠 공유 플랫폼은 트래픽 수집 메커니즘¹⁰⁾에 따라 특정 거짓, 선동, 광고 등의 정보가 대중들에게 쉽게 노출될 수 있는 문제를 갖고 있음.
- [공유경제 기업의 사회적 책임] 공유경제 기업은 사회 참여적 특성을 가지며 공공재 속성의 상품을 제공하기 때문에 높은 사회적 책임을 감수해야 하지만 고속성장과 이익 극대화만을 추구하는 기업들이 공유경제에 대한 소비자 인식을 악화시키고 있음.¹¹⁾

9) 2018년 상반기 카풀서비스(顺风车) 이용객이 운전기사에 의해 살해당하고 시체가 유기된 사건으로, 앱에서 안전장치가 제대로 작동하지 않았고, 사건 발생 이틀 동안 해결하지 못하면서 온라인에서 반향이 컸음.

10) 콘텐츠 공유 플랫폼이 갑작스레 트래픽이 증가하는 실시간 인기 콘텐츠를 발굴하는 메커니즘으로 정보의 건전성, 정확성 등의 속성을 고려하지 않는 콘텐츠 분류 방식.

11) 오포(ofo) 유동성 악화 사태 이후 공유 수면실, 공유 우산 등 기업이 도산하고 갑작스레 서비스가 중단되면서 공유경제가 소비자들에게 일종의 거품 혹은 신뢰할 수 없는 분야라는 이미지를 심어주고 있음.

4. 향후 전망

- 중국 공유경제는 향후 △ 성장단계 전환 △ 제조 공유 발전 △ 5G, 블록체인 등 신기술 응용 증가 △ 일자리 안정 및 소비촉진 작용 확대 △ 합법화 및 규제화가 진행될 것으로 보임.

표 3. 중국 공유경제의 발전 추세와 주요 내용

발전 추세	주요 내용
성장단계 전환	<ul style="list-style-type: none"> - 공유경제 도입단계에서 성장단계로 전환 - 성장속도가 빠르고 다양한 혁신 사례가 발생하지만, 각종 사회문제 및 분쟁 증가 - 향후 3년간 연평균 30% 이상 성장 전망
제조 공유 발전	<ul style="list-style-type: none"> - 창업 증가 - 신모델 육성 - 공급측 개혁 추진
신기술 응용 증가	<ul style="list-style-type: none"> - 인공지능 기반 신분 조회, 콘텐츠 관리, 의사결정 지원, 리스크 예측, 서비스 평가, 네트워크 보안 감독 등 응용 확대 - 5G, 블록체인 등의 기술 지원 확대
일자리 안정, 소비촉진 작용 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 일자리 창출 - 취업방식 변화 - 소비 잠재력 활성화
합법화 및 규제화 가속도	<ul style="list-style-type: none"> - 관리감독 강화 - 표준화 체계 구축

자료: 国家信息中心分享经济研究中心(2019)를 바탕으로 정리.

- [성장단계 전환] 공유경제 성장에 대한 쟁점이 존재하나 분야별로 서비스 표준화와 법규화를 통해 과열 경쟁 억제와 정책 불투명성이 해소되고, 신기술 도입과 비즈니스 모델 개선, 제조업 패러다임 전환 등이 이루어지면 성장단계로의 전환이 가능할 것으로 보임.

- 중국의 공유경제는 현재 도입기를 지나 성장 과도기적 상황에 있으며, 고속 성장과 다양한 혁신 사례가 나타나는 동시에 각종 사회문제가 발생하고 이에 대한 찬반대립도 심화되는 추세임.¹²⁾
- 서비스별로 기존 규제방식으로는 해결이 어려운 부분이 지속적으로 발생하고 있고, 수익모델이 단순하여 자본투자가 뒷받침되지 않으면 사업의 영속성 유지가 어려움.
 - 하지만 공유경제 발전을 여전히 장려하고 있으며, 규제감독에 있어 신중하게 대응할 것으로 보여 향후 3년간 연평균 30% 이상 성장이 전망됨.

12) 공유경제 발전 단계를 도입기, 전환기, 성장기, 성숙기 등 4단계로 구분.

■ [제조 공유 발전 생산능력 공유를 핵심 성장동력으로 하여 제조업의 디지털화, 네트워크화, 스마트화 제고를 추진할 전망

- 2018년 11월 중국 공업정보화부, 국가발전개혁위원회 등은 인터넷 플러스를 활용한 대기업 및 중소기업 혁신 협력, 생산능력 공유, 유통망 공유를 장려하는 정책을 발표함.
- 향후 생산능력 공유를 통해 제조 자원의 배분 및 활용 효율성이 제고되고, 공정 혁신이 가속화 될 것으로 보임.

■ [신기술 응용 증가] 인공지능, 5G 통신, 블록체인 등 다양한 기술 발전이 향후 공유경제의 신업태 및 플랫폼 발전을 촉진할 것으로 전망됨.

- 승차 공유앱에 인공지능 기술 등을 적용해 매칭 시스템 구조 변화와 도로 상황 예측 강화가 이루어질 것으로 보임.
- 숙박 공유, 금융 분야에서는 생체인식 기술을 통해 신원 조회를 간소화하는 동시에 보안성을 강화할 것임.
- 의료 공유에서는 원격의료, 병리 임상 분석 등에 인공지능, 5G 통신이 활용되어 의료접근성이 크게 확대될 것으로 기대

■ [일자리 안정 및 소비촉진] 향후 공유경제 발전은 중국의 고용 안정 및 확대와 주민 소비 잠재력 제고에 있어 중요한 역할을 하게 될 것으로 보임.

- 공유경제를 통해 신규 일자리 창출뿐만 아니라 전통적인 취업 방식의 전환과 유연한 일자리 창출이 가능하며 교육, 문화, 오락, 의료, 교통, 통신 등 다양한 서비스 업종에서 신업태가 파생되고 있음.
- 또한 서비스 품질을 빠르게 업그레이드하면서 체험형 소비를 중심으로 소비 수요를 촉진함.

■ [합법화 및 규제] 공유경제의 관리감독 시스템 구축을 위한 규범 마련 및 표준화를 추진할 계획임.

- 중국은 2018년부터 공유경제 분야에서 관리감독을 강화하고 있으며, 2019년 1월부터 전자상거래법 시행과 더불어 공유경제의 분야별 규범 및 안전·위기 대응방안을 제정할 예정임.
 - 각 부처별로 인터넷 콘텐츠와 숙박, 의료, 금융 등 분야를 대상으로 서비스 제공자에 대한 인허가 과정에서 운영에 대한 적법성을 점검할 예정임.
- 또한 향후 숙박공유, 의료공유, 온라인 음식배달, 공유오피스 등에서 공유경제의 특징에 부합하는 각종 서비스 표준이 마련될 전망이다. **KIEP**

[참고자료]

- CNNIC. 2019. 2. 「第43次《中国互联网络发展状况统计报告》」.
- 国家信息中心分享经济研究中心. 2016. 2. 「中国共享经济发展年度报告(2016)」.
- 国家信息中心分享经济研究中心. 2017. 2. 「中国共享经济发展年度报告(2017)」.
- 国家信息中心分享经济研究中心. 2018. 2. 「中国共享经济发展年度报告(2018)」.
- 国家信息中心分享经济研究中心. 2019. 2. 「中国共享经济发展年度报告(2019)」.
- 云联共享. 2018. 3. 「解析产能共享的4种模式」.
- 中国战略新兴产业. 2018. 8. 24. 「本刊记者提问共享单车退潮? 发改委态度如此明确 | 独家」.

자료 정리: 중국 대외경제무역대학 경제학원 박사과정 은종서(unjongsu@gmail.com)