

## 중국 디지털 경제 발전의 특징과 시사점

오종혁 동북아경제본부 중국팀 전문연구원 (ojh@kiep.go.kr, Tel: 044-414-1286)

## 차례

1. 개요
2. 중국 디지털 경제 발전 현황
3. 중국 디지털 경제의 주요 특징
4. 향후 전망 및 시사점

## 주요 내용

- ▶ 중국에서 인터넷과 ICT 기술이 각종 산업과 융합되어 새로운 업태와 서비스를 창출하면서 사회 전반의 혁신을 가속화시키고 있으며, 중국정부도 이러한 추세에 대해 주목하고 2017년 정부업무보고에 처음으로 디지털 경제(数字经济) 발전에 관한 내용을 포함시킴.
- ▶ 2016년 중국의 디지털 경제 규모는 22조 4,000억 위안(약 3조 8,000억 달러)으로 이는 GDP의 약 1/3에 해당되며, 규모면에서는 미국에 이어 세계 2위 국가로 도약함.
  - 2016년 중국 디지털 경제는 전년대비 16.6% 성장하면서 GDP 성장률(6.7%)을 크게 상회하였으며, 미국, 영국 등 주요 국가 중에서 가장 빠른 성장세를 시현함.
  - 중국 디지털 경제는 ICT 기술이 산업에 적용되어 생산성 향상이 이루어지는 부분을 의미하는 융합 부문 비중이 2016년 76.2%까지 늘어났으며, 특히 금융, 도·소매업 등 서비스 업종의 부가가치 증가가 두드러짐.
  - 알리바바, 텐센트 등 로컬 기업이 디지털 경제 발전을 주도하고 있으며, 거대 내수시장을 바탕으로 성장을 거듭하면서 기업 규모면에서는 세계적인 수준임.
- ▶ 최근 중국 디지털 경제에서 가장 성장세가 두드러지고, 주목도가 높은 분야는 O2O 서비스, 공유경제, 창업 등이 꼽히며, 상기 분야는 중국정부가 강조하는 혁신(创新), 서비스 경제, 공급 측 개혁 및 일자리 창출에 부합하는 분야임.
  - 모바일 기기 확대와 간편 결제가 가능해지면서 현실과 가상을 이어주는 O2O 서비스가 생활 서비스 분야를 중심으로 급성장하였으며, 기업간 경쟁이 촉발되면서 서비스 전반의 품질과 효율이 향상됨.
  - 공유경제는 금융, 생활서비스, 자동차 온라인 예약, 의료 분야 중심으로 고속성장을 이어나가고 있으며, 디지털 플랫폼을 통해 공급 가격을 최대한 낮추면서 새로운 소비 수요를 창출하였음.
  - 중국정부는 혁신을 위한 플랫폼 구축을 핵심으로 하는 창업 생태계를 조성하고 있으며, 기업들도 적극적인 투자에 나서면서 2016년에만 553만 개의 기업 창업을 기록하고, 기업가치가 10억 달러를 넘는 유니콘(unicorn) 기업이 사상 최대 수준으로 증가함.
- ▶ 중국은 인터넷 사용자가 지속적으로 증가하고, 새로운 소비 수요가 끊임없이 창출되면서 향후 디지털 경제 고속성장이 예상되며, 질적 발전을 위해 통신 네트워크 인프라 개선, 산업 분야의 디지털 기술 도입을 확대할 것으로 전망됨.
- ▶ 중국은 디지털 경제 발전과정에서 나타난 새로운 산업과 업태에 대한 규제를 최소화하면서 오히려 신속하게 산업 구조를 전환하고 있는 데 반해 한국은 각종 규제로 인해 혁신이 저해되고 있어 이에 대한 개선방안 마련이 시급함.
- ▶ 향후 중국 플랫폼 기업과의 협력 확대, 창업 협력 및 현지 스타트업에 지분 참여 등 시장 진출 방식 다변화에 대한 고민이 필요함.

## 1. 개요

■ 중국에서 모바일 인터넷 보급이 본격화된 이후 알리바바, 텐센트, 바이두 등 인터넷 기업을 중심으로 한 플랫폼 생태계가 조성되었으며, 인터넷과 ICT 기술이 각종 산업과 융합되어 창출된 새로운 업태와 서비스가 이와 결합되면서 전 사회적으로 다양한 혁신 사례가 발생하고 있음.

- 중국은 2012년을 기점으로 스마트폰 보급 확대, 4G 이동통신 서비스 도입 등으로 모바일 사용자가 빠르게 증가하고 있으며, 2016년 말 기준 중국 인터넷 사용자(7억 3,100만 명)의 95.1%에 해당하는 6억 9,500만 명이 모바일 인터넷을 사용 중임.<sup>1)</sup>
- 모바일 플랫폼을 중심으로 각종 연결이 늘어나고, 관련해서 발생된 데이터가 폭발적으로 증가하면서 이를 처리하기 위한 클라우드 컴퓨팅과 빅데이터 분야도 급성장하고 있음.
- 플랫폼 경쟁을 주도하는 텐센트, 알리바바, 바이두는 강점을 가지고 있는 전자상거래, 게임, 검색 서비스 외에 금융, 운송, 의료, 교육 등 다양한 업종과의 융합을 추진하여 새로운 산업 생태계를 조성해가고 있으며, 이를 통해 나타난 O2O(Online to Offline) 서비스·공유경제 등은 기존 산업 구도를 혁신적으로 변화시키고 있음.
  - 모바일 금융결제 서비스인 알리페이(Alipay), 위챗페이(Wechatpay)는 이미 도시지역에서 현금을 대체하는 결제 수단으로 부상하였으며, 결제 데이터를 활용한 신용평가를 통해 개인별 맞춤형 금융상품을 제공하는 새로운 형태의 서비스가 등장함.
  - 또한 디지털 기술이 실물경제와 결합되면서 나타난 O2O 서비스는 생산자 중심이 아닌 수요자 중심의 시장으로 사회를 변모시키고 있으며, 한정된 자원을 여럿이 차용해 자원 활용도를 높이는 공유 경제가 새로운 소비 형태로 주목받고 있음.
- 신산업 외에도 디지털과 실물경제를 이어주는 각종 혁신 아이디어가 창업으로 이어질 수 있도록 중국정부는 창업 인프라와 정책을 개선하고, 주요 인터넷 기업들은 개방형 플랫폼 생태계를 구축하여 이를 지원하고 있음.
  - 또한 플랫폼 경쟁력 강화를 위해 혁신적 아이디어를 보유한 스타트업에 대한 투자와 협업을 강화하면서 창업이 더욱더 활성화되는 추세임.

■ 중국정부는 민간에서 일어난 인터넷 주도의 혁신을 새로운 성장 동력으로 주목하고, 2015년부터 디지털 경제와 관련한 혁신 환경 구축을 위한 전략 수립과 더불어 각종 지원정책을 발표 중임.

- 중국경제는 성장속도가 둔화되고, 성장구조가 변화하며, 성장 동력이 전환되는 뉴노멀 시대에 진입했음.
- 이에 따라 중국정부는 2013년부터 2015년까지 개최된 아홉 차례의 경제현안회의(经济形势座谈会)에 매번 ICT 업계 대표와 주요 민영 기업가들을 초청하였으며, 다양한 현안에 대한 의견과 발전방안을 청취함.<sup>2)</sup>
- 그 과정에서 실제로 텐센트 마화팅(马化腾) 대표가 제기한 ‘인터넷 플러스(+)'는 2015년에 국가발전전략

1) CNNIC(2017), 「第39次 中国互联网络发展状况统计报告」.

2) 이장규 외(2015), 「중속성장 중국경제와 한중 경제협력」, 중국종합연구 협동연구총서 15-40-08, 대외경제정책연구원.

으로 채택되었으며, 이어 2016년 발표된 정부업무보고와 「13.5 발전 계획」에서도 신경제, 빅데이터, 공유경제 발전 등의 디지털 경제 관련 키워드가 포함되었음.<sup>3)</sup>

- 또한 「국가 정보화 발전 전략」에는 2050년까지 중국이 네트워크 강국으로 도약할 수 있는 비전과 이를 실행하기 위한 전략 목표를 3단계로 제시하고 있으며, 같은 해 9월 중국 항저우에서 개최된 'G20 정상 회의'에서 처음으로 디지털 경제 발전과 협력에 관한 국제적 합의를 도출한 바 있음.

표 1. 디지털 경제 관련 주요 정책 문건

정책명	주요 내용
13차 5개년 발전 계획 (第十三个五年规划纲要)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고속 광대역 네트워크, 무선 광대역 통신망 구축, 5G 등 차세대 통신 기술 개발</li> <li>- 클라우드 컴퓨팅, 사물 인터넷 발전, '인터넷 플러스' 생태계 육성, 공유경제 발전</li> <li>- 공공 데이터 개방, 빅데이터 발전 촉진</li> <li>- 데이터 보안, 네트워크 공간 관리 개선 등</li> </ul>
인터넷 플러스(+) (国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 창업, 제조, 농업, 에너지, 금융 등 11가지 분야와의 융합 추진</li> </ul>
국가 정보화 발전 전략 (国家信息化发展战略纲要)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2050년까지 중국 네트워크 강국 도약을 위한 3단계 추진전략 및 56개 중점 업무 제시</li> <li>- 2020년까지 초고속 인터넷 보급률 제고, 통신망 개선, 주변국과 네트워크 연결 및 정보 교류 확대 등 제시</li> </ul>
소프트웨어 및 ICT서비스업 발전 계획 (软件和信息技术服务业发展规划(2016-2020年))	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년까지 연평균 13% 이상 성장, 매출액 8조 위안 달성 목표</li> <li>- 연구개발 투입 확대, 기초 소프트웨어 및 인공지능, 가상현실, 블록체인 등 첨단 영역 경쟁력 강화 등</li> </ul>
빅데이터 산업 발전 계획 (大数据产业规划(2016~2020年))	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년까지 연평균 30% 가량 성장을 통해 산업 규모 1조 위안 달성</li> <li>- 빅데이터 기술 연구개발, 공업 빅데이터 응용 혁신, 빅데이터 응용 발전 등 추진</li> </ul>

자료: 이장규 외(2016), 「중국경제의 구조변화와 한국경제에 대한 시사점」, 대외경제정책연구원; 中国信息化推进联盟信息化协同创新专业委员会 홈페이지 (<http://www.cnwish.org.cn>)를 바탕으로 저자 작성.

■ 2017년 3월 개최된 전국 양회(全国两会)에서는 디지털 경제(数字经济) 발전 촉진에 관한 내용이 처음으로 정부업무보고에 포함되어 주목받았으며, 정치협상회의에서도 디지털 경제 발전과 관련한 다양한 의견이 제시되었음.<sup>4)</sup>

- 디지털 경제는 일반적으로 인터넷과 ICT 기술을 활용하여 발생된 경제활동을 아우르는 의미로 사용되나, 인터넷과 관련 기술이 전통산업과의 융합되는 범위가 넓어지면서 포함되는 경계에 대한 다양한 해석이 존재
- o 중국에서는 디지털 경제를 비롯하여 인터넷 경제(互联网经济), 정보경제(信息经济) 등의 용어가 혼용되어 왔음.<sup>5)</sup>
- 이번 정부업무보고에는 '인터넷 플러스(+)' 연결 확대를 통한 디지털 경제 발전과 더불어 인공지능, 반도체, 5G 이동통신 기술 개발 및 상용화, 공유경제 발전, 인터넷 속도 상향 및 접속료 인하 등의 키워드가 제시됨.

3) 이장규 외(2016), 『중국경제의 구조변화와 한국경제에 대한 시사점』, 중국종합연구 협동연구총서 16-49-08, 대외경제정책연구원.

4) 양회는 중국의 연례 정치행사로 '인민대표회의(입법기구)'와 '정치협상회의(정책건의기구)'를 의미함. 매년 1~2월에 지방양회가 각 성(省)별로 개최되며, 3월에 전국 양회가 개최되고 있음.

5) 이장규 외(2016), 『중국경제의 구조변화와 한국경제에 대한 시사점』, 중국종합연구 협동연구총서 16-49-08, 대외경제정책연구원.

- 같은 기간 열린 정치협상회의에 위원으로 참여하는 중국 텐센트 마화텅(马化腾), 바이두 리옌홍(李彦宏) 등 ICT 업계 대표들도 디지털 경제 발전방안에 대한 정책 아이디어를 제시하였음.
- o 텐센트의 마화텅은 디지털 경제 발전 및 콘텐츠산업 경쟁력 강화 등 7가지의 정책 의견을 제시했고, 바이두의 리옌홍은 인공지능(AI) 기술을 활용한 미아 찾기, 교통 시스템 개선 등을 제시함. 그밖에 반도체 산업 지원 강화, 정보화를 통한 교육 강화 등의 의견이 나왔음.

표 2. 2017년 전국 양회 기간 언급된 디지털 경제 관련 키워드 정리

전국 양회	관련 키워드
인민대표회의 정부업무보고	디지털경제 발전: 인공지능, 반도체 및 5G 이동통신 기술 개발 및 사업화, 공유경제 발전, 인터넷 속도 향상 및 접속료 인하, 인터넷 플러스(+) 발전 등 기타: 제조2025 실시, 혁신 창업 지원 확대, 농촌 전자상거래 촉진, 홈 네트워크(数字家庭)구축, 온라인 교육 발전 등
정치협상회의	-
텐센트(마화텅)	디지털 경제 발전 및 네트워크(网络) 강국 전략 추진, 디지털 콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 통한 글로벌 문화산업 주도권 획득, 빅데이터 환경하의 개인 정보 보안 외
바이두(리옌홍)	인공지능 얼굴 인식 기술 활용 미아 찾기, 인공지능 영상인식 기술 활용 교통신호 제어, 인공지능과 다른 산업간 협력 강화 외
TCL (리둥성, 李东生)	반도체 산업 지원 및 기업 투자에 대한 세제 경감 외
레노버 (양위안칭, 元庆)	정보화를 통한 우수 교육자원 보급 확대(산학연 협력을 통한 가상현실 교육 항목 추가 외)

자료: 정부업무보고(政府工作报告); 「马化腾2017年两会七大建议抢先看」(2017. 3. 3), 「腾讯研究院」; 「양회 무대 중국 CEO 말말말, '디지털경제·반도체·AI' 핵심 테마로」(2017. 3. 6), 「뉴스핌」을 바탕으로 저자 정리.

## 2. 중국의 디지털 경제 발전 현황

■ 2016년 중국의 디지털 경제 규모는 22조 4,000억 위안(약 3조 8,000억 달러)으로 전체 GDP의 30.1%를 차지하였으며, 미국에 이어 세계에서 둘째로 큰 규모로 성장함.

- 중국 디지털 경제 규모는 2005년 2조 6,000억 위안에서 11년 만에 8.6배 증가했으며, 2002년부터 15년째 두 자릿수 성장률을 기록 중임.<sup>6)</sup>
- o 지역별로는 저장(浙江), 광둥(广东), 장쑤(江苏)의 규모가 2조 위안을 상회하였으며, 구이저우(贵州), 헤이룽장(黑龙江)은 각각 37.2%, 34.1%로 가장 높은 성장률을 기록함. 발전 수준을 보여주는 GDP 내 디지털 경제 비중은 상하이(43.8%), 베이징(42.7%), 저장(37.0%) 순으로 나타남.<sup>7)</sup>

6) 中国信息通信研究院(2016), 「中国信息经济发展白皮书」; 「数字经济写入政府工作报告2016年我国数字经济规模达22.4万亿」(2017. 3. 5), 「中国信息化百人会」.

7) 2015년 기준임. 中国信息通信研究院(2016), 「中国信息经济发展白皮书(2016年)」.

- 중국의 디지털 경제 규모는 2009년 영국, 2013년 일본을 각각 추월하였으며, 2016년에는 전 세계 국가들 가운데 가장 빠른 성장세를 시현함.<sup>8)</sup>
  - o 2016년 중국 디지털 경제는 전년대비 16.6% 성장하면서 GDP 성장률(6.7%)을 크게 상회하였으며, 미국, 일본, 영국은 각각 6.8%, 5.5%, 5.4%의 성장률 기록<sup>9)</sup>
- 한편 중국 GDP에서 디지털 경제가 차지하는 비중은 2011년 이후 연평균 약 2%p씩 높아지고 있으나, 세계 주요 국가들과 비교해보면 여전히 낮은 수준임.
  - o 주요국의 GDP 내 디지털 경제 비중이 50% 내외의 수준이나 중국은 30.1%에 불과하며, 특히 디지털 경제가 가장 발전한 미국의 절반 수준에 그침.

그림 1. 중국 디지털 경제 규모 추이

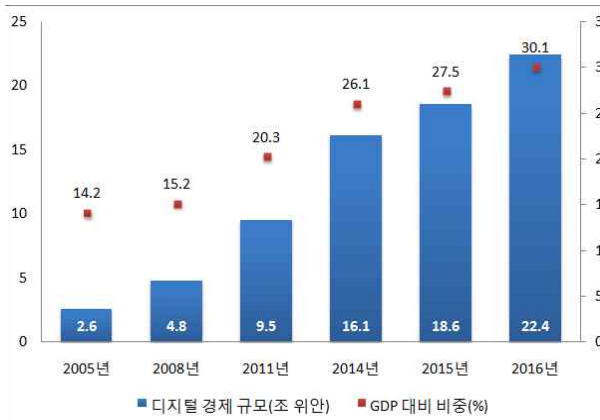
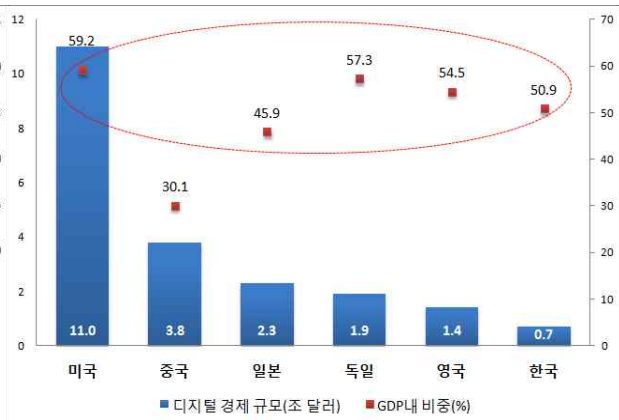


그림 2. 주요국의 디지털 경제 규모 비교(2016년)



자료: 中国信息通信研究院(2016), 「中国信息经济发展白皮书」; 中国信息化百人会(2016), 「2016中国信息经济发展报告」를 바탕으로 저자 작성.

주: 독일, 한국은 2015년 통계를 사용.  
 자료: 中国信息化百人会(2016), 「2016中国信息经济发展报告」; 「“数字经济”写入政府工作报告2016年我国数字经济规模达22.4万亿」(2017. 3. 5), 『中国信息化百人会』를 바탕으로 저자 작성.

### 글상자 1. 디지털 경제 통계 방식<sup>10)</sup>

- 디지털 경제는 인프라(基础型)와 융합(融合型) 부문을 합산하여 규모를 추정
- 인프라 부문은 ICT 제조업, 통신업, 인터넷 산업, 소프트웨어 및 ICT 서비스업이 해당
- 융합 부문은 범용기술(GPT: General Purpose Technology)에 해당하는 ICT를 전통산업에 적용해 생산성 향상이 이루어지는 부문을 집계
- 중국정부는 ‘삼신(三新: 신산업, 신업태, 신비즈니스 모델을 의미)’에 대한 정확한 통계 수집 체계가 구축되어 있지 않기 때문에 이에 대한 산업 분류 작업을 진행 중이며, 향후 공식 통계 수치를 제시할 예정<sup>11)</sup>
- 중국 네트워크 공간 연구원(中国网络空间研究院), 보스턴 컨설팅(BCG), 맥킨지(Mckinsey) 등 기관에서는 별도의 지표를 활용해 각국의 디지털 혹은 인터넷 경제 규모를 추산

8) 「“数字经济”写入政府工作报告2016年我国数字经济规模达22.4万亿」(2017. 3. 5), 『中国信息化百人会』.

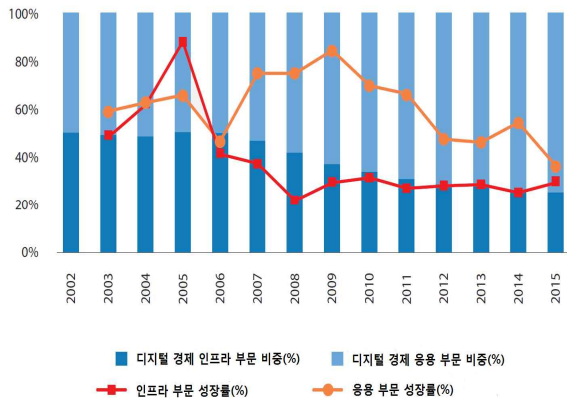
9) 위의 글.

10) 中国信息化百人会(2016), 「2016中国信息经济发展报告」.

■ 중국의 디지털 경제는 융합 부문이 성장을 주도하면서 그 비중이 2016년 76.2%까지 늘어났으며, 서비스업이 디지털과 융합되면서 부가가치가 크게 증가하였음.

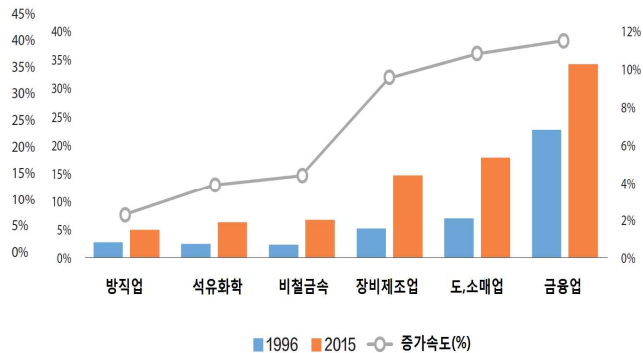
- 2000년 초반 중국의 ICT 산업이 빠르게 성장하면서 디지털 경제의 인프라 분야 비중이 약 50%대를 유지하였으나, 2008년 금융위기를 전후로 ICT 제조 분야의 성장세가 둔화되고, 산업 고도화에 대한 수요 증가로 인해 융합 부문의 성장세가 두드러지고 있음.
- 또한 최근 중국정부가 '인터넷 플러스(+)'<sup>12)</sup>, '빅데이터 발전 정책'<sup>13)</sup> 등을 발표하면서 산업분야에서 소프트웨어와 더불어 빅데이터, 사물인터넷, 클라우드 컴퓨팅 등 ICT 기술 활용을 늘이는 추세임.
- 주요 업종 가운데 서비스 분야의 디지털 경제 비중이 가장 빠르게 늘어나고 있으며, 그중 금융 및 도·소매업은 디지털 기술과 결합되어 빠르게 생산성 향상이 이루어지면서 20년간 10%p 이상 부가가치가 증가

그림 3. 디지털 경제의 부문(인프라, 융합)별 발전 추세



자료: 中国信息化百人会(2016), 「2016中国信息经济发展报告」.

그림 4. 중국의 주요 업종별 디지털 부가가치 비중 변화



자료: 中国信息化百人会(2016), 「2016中国信息经济发展报告」.

■ 중국 제조업은 ICT 기술 도입 정도(量化融合)가 점차 향상되고 있으나 아직 전반적인 발전 수준은 높지 않은 편임.

- 중국 제조업 정보화 지수(中国制造业信息化指数)<sup>14)</sup>는 36.9로 전년대비 1.3p 상승하였으나 이를 독일 인터스트리 4.0의 분류기준으로 놓고 보았을 때 2.0에서 3.0으로 넘어가는 과도기 수준에 해당함.<sup>15)</sup>
- 세부 업종별로는 전력, 담배제조업의 ICT 기술 도입 비중이 가장 높게 나타났으며, 이어서 전자, 석유화학, 교통설비 제조업 순으로 나타남.
- 칭다오 홍링(红领), 청두 GE 등 중국 내에서도 이미 스마트 제조가 도입된 공장도 있으나 아직 전반적으로 신기술에 대한 인식이 낮은 편이고, 제조 설비의 디지털화와 네트워크화도 각각 44.1%, 38.2%에 머물러 있어 아직 스마트 제조를 전면 실현하기는 어려운 수준임.<sup>16)</sup>

11) 「我国将加强新经济统计」(2016. 12. 29), 『新华网』.

12) 「关于积极推进“互联网+”行动的指导意见」.

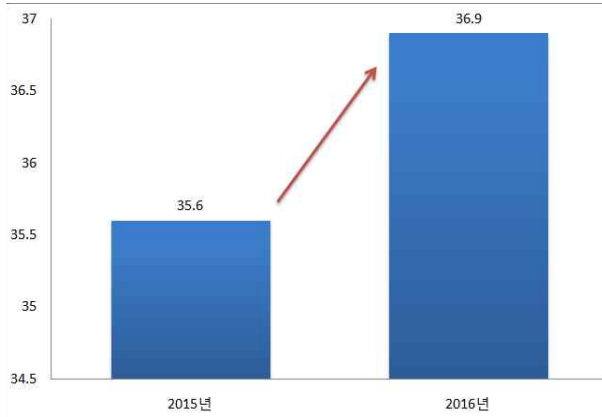
13) 「关于促进大数据发展的行动纲要」.

14) 중국정보화100인회(中国信息化百人会)와 중국양화융합(量化融合)서비스연맹이 공동으로 발표한 지수임. 스마트제조 수준을 보여주는 지표이며, 100을 기준으로 평가.

15) 中国信息化百人会(2016), 「2016中国信息经济发展报告」.

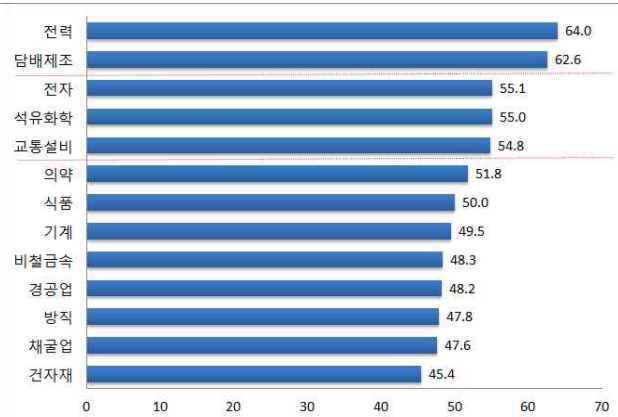
16) 「“数字经济”写入政府工作报告2016年我国数字经济规模达22.4万亿」(2017. 3. 5), 『中国信息化百人会』.

그림 5. 중국 제조업 정보화 지수



자료: 中国信息化百人会(2016), 「2016中国信息经济发展报告」.

그림 6. 주요 업종별 ICT 기술 도입 수준



자료: 「“数字经济”写入政府工作报告2016年我国数字经济规模达22.4万亿」(2017. 3. 5), 「中国信息化百人会」.

■ 중국의 디지털 경제는 알리바바, 텐센트, 바이두 등 로컬 기업이 발전을 주도하고 있으며, 거대한 내수시장을 바탕으로 성장을 거듭하면서 기업 규모면에서는 세계적인 수준임.

- 중국에 해외 인터넷 기업이 단독으로 진출하기 위해서는 서버 중국내 설치, 중국 법에 따른 소스파일 공개 등 까다로운 규정을 만족시켜야 하는 까닭에 구글, 페이스북 등 글로벌 업체들도 중국 내 직접 사업을 추진하지 않고 있음.<sup>17)</sup>
- 이에 따라 미국에서 생겨나 성공한 비즈니스 모델이 1~3년 뒤에 중국 시장에 맞게 변화되어 등장하는 추세를 보이고 있으며, 해당 분야를 중국 업체들이 대부분 장악하고 있음.
- o 텐센트와 알리바바는 2016년 말 시가 총액 기준 전 세계 기업 순위에서 18, 20위를 차지<sup>18)</sup>

표 3. 미국, 중국의 주요 인터넷 서비스 시작 시기 비교

분야	미국		중국	
인스턴트 메신저	1995년	MSN	1998년	QQ
전자상거래	1996년	아마존(Amazon)	2000년	알리바바
검색엔진	1998년	구글(Google)	2000년	바이두(百度)
SNS	2004년	페이스북(Facebook)	2005년	샤오웨이왕(校内网)
동영상	2006년	유튜브(Youtube)	2007년	요쿠(优酷)
SNS	2006년	트위터(Twitter)	2008년	웨이보(微博)
모바일 메신저	2008년	왓츠앱(WhatsApp)	2011년	웨이신(微信)
차량호출·공유	2009년	우버(Uber)	2012년	디디(滴滴)

자료: 中国信息通信研究院(2017), 「互联网发展趋势报告(2017年)」를 바탕으로 작성.

17) 이장규 외(2016), 『중국경제의 구조변화와 한국경제에 대한 시사점』, 중국종합연구 협동연구총서 16-49-08, 대외경제정책연구원.

18) 阿里研究院(2017), 「数字经济2.0」.



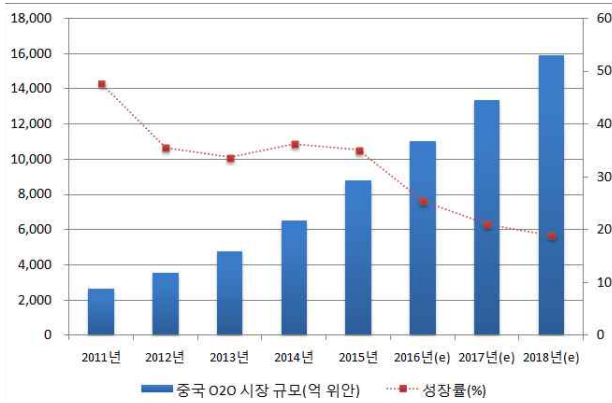
### 3. 중국 디지털 경제의 주요 특징

- 최근 중국 디지털 경제에서 가장 변화 폭이 크고, 주목도가 높은 분야는 O2O 서비스, 공유경제, 창업 등이 있으며, 상기 분야는 중국이 추진하는 혁신(创新), 서비스 경제, 공급 측 개혁 및 일자리 창출에 부합하는 분야라는 특징이 있음.

#### 가. O2O 서비스

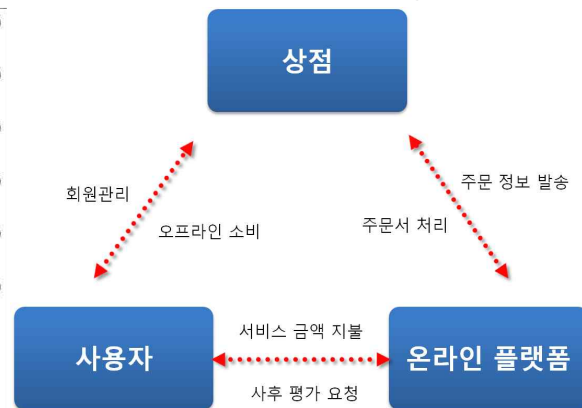
- 중국에서 모바일 기기 확대와 더불어 간편 결제가 가능해지면서 현실과 가상을 이어주는 O2O 시장이 생활 서비스 분야를 중심으로 급성장하였으며, 기업간 경쟁을 통해 규모에 비해 낙후되어 있던 서비스업 전반의 품질과 효율성이 크게 개선됨.
- O2O 서비스는 사용자가 온라인 플랫폼을 통해 오프라인 상점과 연결되어 소비를 하는 구조를 의미하며, 중국에서는 음식배달 업체인 어러머(饿了么)가 2009년 처음으로 O2O 서비스를 시작함.
- 알리바바, 텐센트, 바이두를 중심으로 O2O 서비스에 대한 투자가 집중되면서 시장 규모가 5년간 5배 가까이 성장했으며, 2016년 시장 규모가 전년대비 25.5% 증가한 1조 1,044억 위안으로 확대됨
- 중국 O2O 시장은 음식배달, 교통, 여행 분야 등 생활서비스와 밀접한 분야의 비중이 높은 편이며, 대체로 유사한 비즈니스 모델간 경쟁이 치열해지면서 2015년부터는 성장률이 점차 둔화되는 추세임.

그림 7. 중국 O2O 시장 규모 추이(생활 서비스 분야)



자료: iResearch(2016), 「中国O2O行业发展报告」.

그림 8. O2O 서비스 방식



자료: iResearch(2016), 「中国O2O行业发展报告」.

- 중국 O2O 서비스는 통신 인프라가 잘 갖춰진 대도시를 중심으로 발전되고 있으며, 발전 분야에 있어서는 권역별로 다소 차이가 있음.
- 상하이로 중심으로 하는 화동(华东) 지역은 오랜 기간 수익모델이 구축되어 온 관광, 외식 및 숙박, 생활 서비스 분야가 발전했으며, 베이징을 중심으로 하는 화베이(华北)지역은 실생활에서 자주 쓰는 유통, 금융, 교통 및 물류, 교육 등 분야가 강점임. 선전, 광저우를 중심으로 하는 화남(华南)지역은 비즈니스 서

비스와 의료 분야가 발전함.

- O2O 서비스 발전 초기에는 업종 별로 업체들이 난립했으나 경쟁을 통해 음식배달 분야는 어러머(饿了么), 바이두 배달(百度外卖), 티켓예매는 거와라(格瓦拉), 다마이(大麦网), 여행은 씨트립(携程)과 투니우(途牛) 등 소수 업체 중심으로 시장이 재편됨.

그림 9. 지역별 인터넷 플러스(+) 산업 지수



자료: Tencent(2016), 「中国“互联网+”指数 2016」을 바탕으로 작성.

표 4. 중국 O2O 시장 분야별 대표기업

업종	음식배달	티켓예매	여행	부동산
대표 기업	饿了么 百度外卖	Gewara 格瓦拉 @ 电影 大麦 damai.cn	携程 途牛 tuniu.com	链家 蚂蚁短租
업종	의료	차량	교육	법률자문
대표 기업	好药师 J1.健一网	滴滴打车 神州租车	好未来 学大教育	麒麟律师 KYLINLAW 法斗士

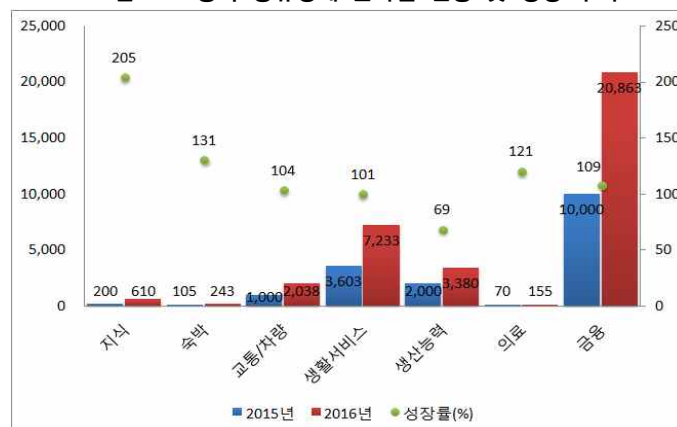
자료: iResearch(2016), 「中国O2O行业发展报告」.

## 나. 공유경제

■ 최근 중국에서는 공유경제(共享经济)가 정책적 지원을 받으면서 빠르게 성장하고 있음.

- 중국에서 처음으로 공유경제 서비스가 등장한 것은 2011년으로 이후 모바일과 O2O 서비스가 확대되고, 정책적 지원이 더해지면서 시장이 폭발적으로 성장함.
- 중국정부는 2016년 정부업무보고에서 처음으로 공유경제를 언급하였으며, 이후 각종 정책 문건에서 공유경제 발전을 장려하는 내용이 포함됨.

그림 10. 중국 공유경제 분야별 현황 및 성장 추이



자료: 国家信息中心分享经济研究中心 外(2017), 「中国分享经济发展报告2017」을 바탕으로 작성.

- 중국 공유경제는 금융, 생활서비스, 자동차 온라인 예약, 의료 분야가 선진국보다 빠르게 발전하고 있으며, 2016년에는 거래액이 전년 대비 103% 증가한 3조 4,520억 위안을 기록함.<sup>19)</sup>
- o 서비스업에서 발생하는 부가가치의 3.15%가 공유경제 분야에서 발생함.<sup>20)</sup>

■ 공유경제는 수요와 공급 간 불일치와 유휴자원의 활용 문제를 디지털 플랫폼을 통해 해결하였으며, 공급 가격의 인하를 통해 새로운 수요를 창출하기도 하였음.

- 상품과 서비스의 거래가 디지털 플랫폼에서 이루어지기 때문에 비용이 거의 발생하지 않으며, 규모의 경제가 실현되므로 자연스럽게 공급 가격을 최대한 낮출 수 있음.
- 차량 호출·공유 서비스인 디디추싱(滴滴出行) 플랫폼을 통해 2015년(택시, 렌트, 대리운전, 버스 등) 서비스를 주문한 건수는 14억 3,000만 건(누적기준)으로, 이는 지난 6년간 우버(Uber) 서비스 주문건 수(누적기준)을 상회함.<sup>21)</sup> 디디추싱은 하루 1시간에 불과할 정도로 사용 빈도가 낮은 개인 자동차 사용량을 13% 증가시킴.<sup>22)</sup>
- 화물운송 플랫폼 ‘휘차방(货车帮)’은 개인 사업자가 화주를 찾기 위해 소모되는 시간과 비용을 감소시켜 줌. 플랫폼 활용을 통해 공차율이 크게 감소하면서 2015년 유류비가 500억 위안 절감되었고, 이산화탄소 배출이 2,700만 톤 감소함.<sup>23)</sup>
- 숙박 공유 플랫폼인 투지아는 관광지의 개인 별장 혹은 미분양 아파트를 빌려 여행객에게 제공하는 서비스를 제공하여 부동산 공실률(去库存)을 낮추는 데 기여함.<sup>24)</sup>
- 의료 서비스를 제공하는 스타트업 과하오왕(挂号网)은 대도시에서 집중되어 있는 의료기관을 O2O 서비스와 결합하여 진료 예약 및 수납 편리성을 제고하였으며, 의료 자원 공유를 통해 온라인 진료 및 수술까지 가능케 함.<sup>25)</sup>

■ 그밖에 공유경제는 높은 산업 연관 효과를 나타내며 전통산업 발전을 촉진시킴.

- 최근 중국에서 공유 자전거 시장이 가장 주목받고 있으나 2017년 예상되는 시장 규모는 9,400만 위안(약 160억 원) 수준임. 다만 자전거와 자물쇠, 빅데이터 등 이를 뒷받침 하는 각종 제조, 서비스 분야가 동시 성장하기 때문에 연관가치는 1,740억 위안(약 30조 원)에 이를 전망이다.<sup>26)</sup>

19) 张新红(2016), 「数字经济与中国发展」, 『电子政务 E-GOVERNMENT』, 2016年第11期.

20) 腾讯研究院(2016), 「中国分享经济全景解读报告」.

21) 张新红(2016), 「数字经济与中国发展」, 『电子政务 E-GOVERNMENT』, 2016年第11期.

22) 马化腾(2016), 『分享经济: 供给侧改革的新经济方案』.

23) 「数字经济 中国经济转型升级新引擎」(2016. 11. 13), 『网易财经』.

24) 「途家网创始人: 房屋分享经济静待爆发期」(2016. 3. 5), 『环球网』.

25) 「医疗+分享, 会擦出怎样的火花?」(2016. 8. 8), 『腾讯研究院』; 微医(과하오왕)홈페이지, <https://www.guahao.com>를 바탕으로 정리.

26) 「車·숙박 등 中 공유경제, 1년새 103% 성장」(2017. 4. 5), 『조선비즈』.

## 다. 창업 활성화

- 중국정부는 창업을 통한 일자리 창출과 혁신을 위한 새로운 플랫폼 구축을 핵심으로 하는 창업 생태계를 조성하고 있으며, 기업들도 스타트업에 대한 적극적 투자에 나서면서 전국적으로 창업 열기가 고조<sup>27)</sup>
  - 2015년 중국정부는 ‘대중창업, 만중혁신(大众创业, 万众创新)’이라는 창업 슬로건을 발표하고, 혁신 아이디어를 갖춘 스타트업을 지원하기 위해 창업 지원 인큐베이터인 ‘대중창업공간(众创空间)’ 설치를 전국적으로 확대함.
    - 또한 각종 창업 규제를 없애 진입 문턱을 낮추고, 스타트업에게 자금 지원 및 각종 지원 정책을 추진하고 있음.
  - 알리바바, 텐센트 등 인터넷 기업들도 자사가 보유한 클라우드 서비스, 데이터 등을 개방하거나 공유하면서 스타트업에 대한 지원을 확대했으며, 동시에 스타트업에 대한 투자도 지속하고 있음.<sup>28)</sup>
  - 안정적 창업 기반이 조성되면서 창업된 기업 수가 2011년 117만 개에서 2016년에는 553만 개로 4.7배 증가하였음. 2016년 기준 하루 평균 약 1만 5,000개의 기업이 탄생하고 있으며, 전체 창업의 80.6%는 서비스업에 집중됨.
    - 세부적으로는 인터넷 및 ICT 서비스 업종의 비중이 높은 편임.

그림 11. 중국 내 창업 추이(2011~16년)

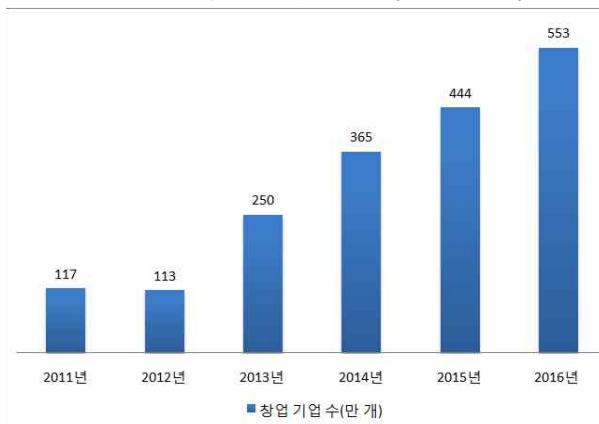
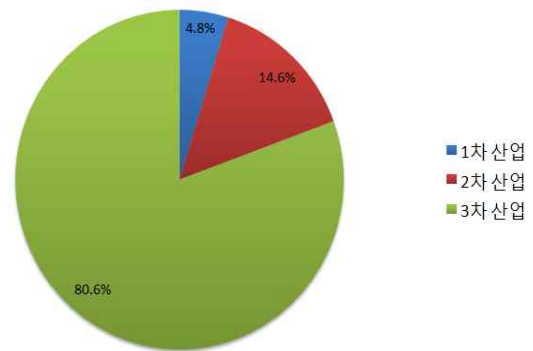


그림 12. 중국 창업 분야(2015년)



자료: 오중혁, 박진희, 김홍원(2016); 国家工商总局(2017)을 바탕으로 작성.

자료: 오중혁, 박진희, 김홍원(2016).

- 스타트업이 내놓은 제품과 서비스에 대해 경쟁적인 투자가 이어지면서 기업가치가 10억 달러를 넘는 유니콘(unicorn) 기업이 사상 최대 수준으로 증가하였음.
  - 2016년에도 스타트업에 대한 투자가 사상 최대치를 기록했으나 O2O 서비스, 공유경제 분야에서 악성경쟁으로 인해 수익성이 악화되면서 창업 투자를 받기가 점점 더 어려운 분위기로 전환되고 있음.<sup>29)</sup>

27) 오중혁, 박진희, 김홍원(2016), 「중국 지역별 창업 생태계 분석 및 시사점: 청두, 우한을 중심으로」, 연구자료 16-13, 대외경제정책연구원.

28) 中国信息通信研究院(2016).

29) 오중혁, 박진희, 김홍원(2016).

- 해당 분야의 시장 주도권을 잡기 위해 출혈성 경쟁이 이어지고 있음. 디디추싱이 과거 2015년에 수 조 원에 달하는 보조금 경쟁 끝에 합병을 선언하였으며, 최근 자전거 분야의 모바이크(Mobike)와 오포(fo) 등이 유사한 경쟁을 지속함.
- 그러나 새로운 소비 공간이 지속적으로 창출되면서 시장을 주도하는 스타트업은 높은 기업가치 평가를 받음.
- 중국의 300대 유니콘 기업은 시가 총액이 4,233억 달러에 달하며, 기업당 약 14억 달러 규모로 평가됨.
- 높은 기업 가치를 평가받은 분야는 인터넷 금융, 전자상거래, 자동차, 교육, 의료 등 서비스 업종이며, 해당 분야를 주도하는 앤트파이낸셜(Ant financial)이 600억 달러, 샤오미가 450억 달러, 디디추싱이 276억 달러로 평가됨.

그림 13. 스타트업 투자 분야(2016년 3분기)



자료: 오종혁, 박진희, 김홍원(2016. 재인용).

그림 14. 유니콘 기업 현황 및 기업가치(2016년 6월)



자료: 오종혁, 박진희, 김홍원(2016. 재인용).

## 4. 향후 전망 및 시사점

### 가. 향후 전망

- 중국의 인터넷 사용자가 지속적으로 증가하고 있어 디지털 경제에서도 인구보너스 효과가 나타날 것으로 예상됨.
- 중국 인터넷 사용자 수는 7억 3,100만 명으로 전 세계에서 가장 큰 시장이나 아직 인터넷 보급률은 53.2%(2016년 기준)에 불과하며, 매년 4,000만 명 이상 사용자가 증가하는 추세임.<sup>30)</sup>
- O2O 서비스, 공유경제 등 새로운 소비 수요가 지속적으로 창출되고 있어 향후 디지털 경제의 고성장이 지속될 것으로 전망됨.
- 국가정보센터(国家信息中心)에 따르면 공유경제는 중·노년층의 사용증가와 더불어 농촌으로 그 범위가 확대되면서 향후 5년 간 40% 내외의 성장을 이어나갈 것이며, 이에 따라 2020년이면 GDP의 10% 수준으로 규모

30) CNNIC(2017), 「第39次 中国互联网络发展状况统计报告」.

가 확대될 것으로 보임.<sup>31)</sup>

- 인터넷 업종별 사용자 수(2015년 기준): 전자상거래 3억 9,000만 명, 온라인 교육 1억 1,000만 명, 의료 1억 5,000만 명, 차량 예약 3억 명<sup>32)</sup>

■ 중국정부는 디지털 경제를 발전시키기 위해 통신 네트워크 인프라 개선, 산업 분야의 디지털 기술 도입 확대 등을 추진할 것으로 보임.

- 디지털 경제로의 전환은 수요와 공급이 불일치하는 하는 문제를 해결하여 효율적 자원 배분이 가능하게 하고, 기업 관리 시스템의 최적화와 시장에서의 공정한 경쟁, 전통산업의 업그레이드, 비즈니스 모델에서의 혁신을 가져오는 효과가 있음.<sup>33)</sup>
- 중국정부는 2017년 통신요금 인하, 광대역 인터넷·4G 이동통신망 사용 가능 지역 확대 등 통신 네트워크 인프라를 개선을 중점적으로 추진할 예정임.
- 차이나 모바일, 차이나 텔레콤, 차이나 유니콤 등 주요 통신 사업자들은 4G 이동통신망 보급 확대, 전국 모든 도시지역에서 초고속 광대역 사용, 중소기업의 인터넷 사용료 인하 등을 추진함.<sup>34)</sup>
- 한편 인터넷과 융합되어 혁신 현상이 두드러지는 서비스 업종 중심이나 향후 제조업에서도 디지털 활용 수준을 높이도록 지원할 것으로 보임.
- 서비스 분야는 디지털 기술과의 결합을 통해 부가가치가 크게 증가하는 효과를 거뒀으며, 공유경제는 일자리 5,000만 개를 제공함.<sup>35)</sup>
- 중국의 노동인구 감소에 대응하고자 제조분야에서도 ICT 기술을 적극 도입하여 스마트 제조를 촉진시킬 전망

■ 중국의 알리바바, 텐센트, 바이두 등 플랫폼 기업을 중심으로 서비스 고도화 경쟁이 예상되며, 데이터를 기반으로 하는 C2B 형태의 신업태가 지속적으로 창출될 것으로 전망됨.

- 중국정부는 양회에서 공유경제, 스마트 홈 구축, 온라인 교육 확대 등의 키워드를 제시하였으며, 2017년 관련 산업이 주목받을 것으로 예상됨.
- 스마트폰 외에도 각종 사물간 연결이 가속화되면서 스마트 가전, 사물인터넷(IoT) 기기에 대한 수요가 도시를 중심으로 증가할 것 전망됨.
- 알리바바는 머지않아 신소매(新零售) 시대가 열릴 것으로 예상했으며, 빅데이터 분석을 통해 개인별 맞춤형 제작, 결제 데이터를 통한 신용상품, 클라우드 서비스를 통한 데이터 처리 등이 각광받을 것으로 전망됨.

■ 중국에서 디지털 경제가 발전된 동부 연해지역은 스마트 제조, 인터넷 플러스와 연계 고도화를 강조하고 있으며, 산업 기반이 상대적으로 취약하고, 발전이 더딘 중서부 내륙 지역의 경우 빅데이터, 클라우드 컴퓨팅 등과 전통산업

31) 「数字经济：中国转型增长新变量」(2016. 11. 24), 中华人民共和国国家互联网信息办公室.

32) 中国互联网协会, 中国互联网络信息中心(2016), 「中国互联网发展报告(2016)」; 张新红(2016), 「数字经济与中国发展」, 『电子政务 E-GOVERNMENT』, 2016年第11期; 「2015滴滴出行运营数据：近3亿用户 全年里程128亿公里」(2016. 1. 21), 『中商情报网』.

33) 이장규 외(2016), 「중국경제의 구조변화와 한국경제에 대한 시사점」, 중국종합연구 협동연구총서 16-49-08, 대외경제정책연구원.

34) 「工信部：去年全国光纤宽带用户占比达到72%」(2017. 3. 7), 『经济参考报』.

35) 「数字经济：中国转型增长新变量」(2016. 11. 24), 中华人民共和国国家互联网信息办公室.

융합을 통한 도약식 경제 발전을 최우선적으로 추진할 것으로 전망됨.

- 베이징시는 인터넷 플러스와 연계하여 소매 판매, 금융 활성화를 추진할 방침이며, 광둥성은 스마트 제조업 발전 및 산업 클라우드 플랫폼 구축, 인공지능 발전을 강조하였음.<sup>36)</sup>
- 그밖에 후난성, 쓰촨성, 산시성, 네이멍구 등 중서부 내륙지역에서는 인터넷 인프라 확대, 빅데이터 육성, 정보화를 통한 경제발전 등을 키워드로 제시함.<sup>37)</sup>
- 한편 구이저우성(贵州省)은 2017년 2월 전국에서 처음으로 「디지털 경제 발전전략(贵州省数字经济发展规划(2017-2020年))」을 발표하였음.<sup>38)</sup>
  - o 구이저우성은 2020년까지 빅데이터 산업을 경제발전의 핵심 축으로 삼고, 공공데이터와 서비스산업과의 융합을 통한 발전을 추진함.
  - o 구이저우성 정부는 이미 데이터 플랫폼 원상구이저우(云上贵州)를 구축하고, 교통데이터를 활용한 택시 관리 및 납부 서비스를 운영하고 있으며, 구이양 인터넷병원(贵阳互联网医院)을 설립하여 원격 진료 서비스를 시행 중임.<sup>39)</sup> 현대자동차도 구이양시에 커넥티드카 개발 및 연구를 위한 빅데이터 관련 연구소를 설립하였음.<sup>40)</sup>

## 나. 시사점

■ 중국은 디지털 경제 발전과정에서 나타난 새로운 산업과 업태에 대한 규제를 최소화하면서 오히려 신속하게 산업구조를 전환하고 있는 데 반해 한국은 각종 규제로 인해 혁신이 저해되고 있어 이에 대한 개선방안 마련이 시급함.

- 중국은 기업이 혁신을 주도하고 정부가 지원하는 방식을 통해서 신산업과 업태가 끊임없이 배출되고 경쟁을 통한 질적 제고가 이루어지는 특징을 보임.
  - o 중국은 네거티브 규제정책을 시행하고 있어 핀테크, 공유경제 등 융합을 통해 나타난 업종이 빠르게 발전할 수 있었으며, 관련해서도 다양한 스타트업이 발전하고 있음.
- 반면 한국은 발전된 ICT 인프라를 보유하고 있음에도 불구하고 포지티브 방식의 규제로 인해서 혁신이 활성화되지 못하고 있음.
- 신산업 분야는 시장형성 초기 단계에는 가이드라인 수준으로 규제를 최소화하여 육성을 도모하고, 사후규제 혹은 업계 자율규제 방식으로 접근하는 것이 필요할 것으로 보임.<sup>41)</sup>
- 또한 디지털 경제 시대에 맞게 규제 해소에 대하여 사회적 공감대를 형성하고, 업계 및 학계 등 다양한 채널을 통해 개선 및 발전 제안을 수렴해야 할 것임.

■ 디지털 중국으로 변화함에 따라 시장을 주도하는 플랫폼 기업과의 협력 확대가 필요하고, 차별화된 제품과 서비스를

36) 이상훈 외(2017), 「중국 주요 지역의 2017년 경제정책 방향 및 시사점」, 지역 기초자료 17-02, 대외경제정책연구원.

37) 위의 글.

38) 「贵州发布省级数字经济发展专项规划」(2017. 2. 8), 『新华网』.

39) 오종혁(2016. 6. 16), 「구이저우성, 2016 중국 빅데이터 산업 박람회 개최 배경 및 전망」, 이슈분석, CSF.

40) 「현대차, 중국 구이저우성과 빅데이터센터 위한 합작 협의서 체결」(2016. 11. 9), 『매일경제』.

41) 오종혁, 박진희, 김홍원(2016), 「중국 지역별 창업 생태계 분석 및 시사점: 청두, 우한을 중심으로」, 연구자료 16-13, 대외경제정책연구원.

개발하는 것이 필요함.

- 인터넷과 모바일의 확대는 시·공간 제약을 없앴지만, 각종 규제로 인해 중국에서 외자기업이 인터넷 사업을 진행하기는 사실상 쉽지 않아 시장진출 전략에 있어 플랫폼과의 협력이 필요함.
- 중국은 온라인 소비 비중이 2016년 14.8%까지 높아지면서 대형마트, 백화점을 위협하는 주요 소비채널로 부상하였으며, O2O 서비스, 공유경제 등 플랫폼 기반의 정보소비가 확대되고 있음.<sup>42)</sup>
- o 중국정부는 2025년 정보소비총액이 12조 위안으로 확대되고, 전자상거래 거래 규모는 67조 위안에 달할 것으로 전망<sup>43)</sup>
- 따라서 플랫폼 기업의 영향력이 과거와 달리 크게 높아졌고, 이들과의 협력 필요성도 증가하고 있음. 다만 협력 확대를 위해서는 차별화된 요소를 만드는 노력을 지속해야 할 것임.
- o 텐센트의 위챗은 2016년 말 기준 8억 9,000만 명의 사용자를 연결하고 있음.<sup>44)</sup> 위챗은 전통 산업, 금융, 전자상거래, 민생서비스, 창업 분야까지 연결하는 만능 플랫폼으로 진화 중임.
- 또한 온·오프라인 결합 확대, 증강현실(AR), 가상현실(VR) 등을 통한 체험형 소비의 증가, 지우링허우(1990년대 출생자)가 주력 소비층으로 등장하는 등 소비시장 전반이 변화하는 것도 주목해야 함.
- 중국 서비스 소비가 고도화되면서 온라인 교육과 의료 서비스 등 전문 서비스의 발전이 예상됨에 따라 관련 시장으로의 진출을 고려해야 함.

■ 중국과의 창업 협력 확대를 통한 내수시장 진출방안 모색 및 중국 스타트업 지분 참여에 대한 고민이 필요함.

- 중국의 디지털 경제 성장에는 빠른 실행력을 갖춘 스타트업의 역할이 중요하게 나타났으며, 경쟁과 혁신을 통해 새로운 시장을 끊임없이 창출해냄.
- 중국에는 첨단과 전통산업이 모두 공존하고 있어 여전히 많은 분야에서 혁신 수요가 존재하며, 일부 지방 도시는 혁신 능력을 보유한 한국 스타트업과의 협력을 희망함.
- 따라서 정부간 협력이 가능한 쓰촨성 청두(成都)를 우선적으로 거점화하여 인력과 시장정보 교류 확대, 스타트업의 중국 진출 및 창업 성공률을 높이기 위한 전문가 그룹 도입, 인큐베이터 운영 협력방안 등을 모색해야 함.<sup>45)</sup>
- 또한 한·중 간 창업기지와 벤처캐피탈(VC) 간 협력을 통해 우수한 스타트업을 공동 발굴하여 글로벌 시장을 개척하거나 전략적 투자자 발굴에 나설 필요가 있음.<sup>46)</sup>
- 그밖에 중국 내 기술력과 시장성을 보유하고 있는 유망 스타트업을 발굴하는 노력이 필요하며, 지분 출자를 통해 시장에 진출하는 방안도 고려해야 할 것임. **KIEP**

42) 오종혁(2017), 「중국, 2016년 온라인 소비 현황 및 전망」, CSF 이슈분석 2017-25, 대외경제정책연구원.

43) 迟福林(2016. 12. 17), 「中国经济转型趋势与数字经济发展」.

44) 中国信息通信研究院产业与规划研究所(2017), 「微信经济社会影响力研究」.

45) 오종혁, 박진희, 김홍원(2016), 「중국 지역별 창업 생태계 분석 및 시사점: 청두, 우한을 중심으로」, 연구자료 16-13, 대외경제정책연구원.

46) 오종혁, 김홍원(2015), 「중국 주요지역의 ICT 창업환경 분석」, 중국 권역별·성별 기초자료 15-02, 대외경제정책연구원.