

중국의 전자상거래시장 규제동향과 동북아 지역협력방안

尹光云*

-
- I. 서론
 - II. 중국 전자상거래시장의 현황과 특성
 - III. 중국의 전자상거래 정책 및 법적 규제동향
 - IV. 한·중 전자상거래 활성화와 동북아 지역협력방안
 - V. 결론
-

I. 서론

최근의 괄목할만한 중국의 경제성장과 WTO가입은 경제의 개혁개방이 확대와 함께 정보통신의 고도화와 관련 정보기술의 발전을 기반으로 한 중국의 IT 산업 및 전자상거래부문이 급속하게 진전될 것이며 특히 인터넷서비스를 포함하는 부가통신서비스산업부문을 중심으로 변화와 영향을 미칠 것이 예상되어진다.

이러한 가운데 중국 정부는 취약한 국내 IT산업을 보호 육성하기 위하여 많은 정책적 노력을 기울이고 있다. 또한 중국정부는 21세기 정보사회 경제활동의 중요요인으로 전자상거래를 인식하고 인터넷 전자상거래 활성화정책의 추진과 함께 전자상거래부문의 육성을 위한 외국인 투자유인정책의 적극적인 추진이 예상되고 있다.

이와 관련 중국 정보산업부에 의하면, 중국은 네티즌의 증가와 컴퓨터 보급률의 증가로 중국 전자상거래 성장의 견인차 역할을 할 것이며, 시장규모는

* 부경대학교 국제통상학부 교수.

1999년 3억 달러에서 2000년에는 23억 달러, 오는 2003년에는 40억 달러로 성장할 것으로 예상되고 있다. 1999년에서 2005년 기간의 연평균증가율은 37%에 이를 전망이다, 2010년 이후 성장에 가속도가 붙어 미국에 이어 세계 2위의 전자상거래 시장을 형성할 것으로 전망하고 있다.

이러한 중국의 경제적 변화와 관련 한국경제의 입장에서는 기회와 위기라는 동전의 양면적 상황에서 궁극적으로는 한중 양국간의 협력을 필요로 하고 있다. 이에 따라 한중 양국은 2000년에 와서 인터넷분야에서의 협력강화를 위하여 사이트의 기업정보를 통합 검색할 수 있는 시스템을 구축키로 합의함에 따라 한중 양국의 무역업체간 전자상거래 확대를 도모하고 있다.

한편 중국의 경제개혁과 관련한 기존의 연구는 주로 기업의 소유구조를 중심으로 한 생산문제나 경영형태 또는 개혁개방의 역사적 평가 등이 주를 이루었으나, 4단계에 걸친 개혁개방이후 “九五”계획의 첫째 목표로서 추진되고 있는 高新技術産業¹⁾에 대한 연구나 전자상거래 관련 연구가 미흡한 것이 사실이다. 더욱이 전자상거래 관련연구에 있어서도 법제도적 접근을 비롯한 비교법적 연구가 부족한 점은 더욱 분명하다.

다시 말해 한중 양국간에 전자상거래 활성화가 추진되고 있는 과정에도 중국의 전자상거래관련 법제에 대한 연구의 미비는 물론 중국 관련법제의 미정비 등으로 인하여 향후 발생할 수 있는 전자상거래관련 분쟁을 어떻게 효율적으로 대처할 것인가에 대한 문제제기와 함께 한·중 양국간에 우선 전자상거래 법제부문 협력의 필요성과 이를 토대로 동북아지역 협력으로의 발전이 요구된다 하겠다.

이에 본 논문에서는 중국의 전자상거래 시장의 현황과 특성을 고찰하고 전자상거래 시장의 정책 및 법적 규제동향을 분석하여 전자상거래시장활성화를 위한 법제도면에서의 한·중협력과 나아가 동북아 지역협력을 모색하고자 한다. 본 논문은 문헌연구와 자료분석을 중심으로 고찰하고 있다.

1) 高新技術이란 용어는 벤처산업과 관련하여 중국에서 최근에 정착되기 시작한 용어로서, 최근에 와서 高技術 대신 高新技術이란 용어를 사용하여 벤처산업의 성격을 드러내고 있고, 하이테크로 번역하기도 한다.

II. 중국 전자상거래시장의 현황과 특성

1. 중국 전자상거래시장의 현황

중국의 전자상거래 실태와 관련하여 우선 전자상거래의 기반이 되는 중국의 정보통신 및 인터넷기반 실태를 살펴보고 중국 전자상거래 시장동향을 고찰한다.

먼저 중국의 정보통신기반실태와 관련하여, 중국인터넷정보센터(China Internet Network Information Center:CNNIC)²⁾가 발표한 2000년 11월부터 2001년 1월까지 조사한 통계자료를 보면,³⁾ 우선 인터넷 사용자 및 네트워크 구축 분야에 대해서 살펴보면, 중국의 인터넷 이용자는 총 2,250만명으로 분석되었다. 지역별로는 북경(12.39%), 광둥성(9.69%), 상해(8.97%) 등 대도시 지역 사용자가 전체의 30%를 차지하고 있으며, 과거 대도시가 50%이상을 차지하고 있는 것에 비하여 상대적으로 많이 낮아졌다. 이는 중국의 대부분의 지역에서 전자상거래가 활성화되고 있음을 반증하는 것이다. 연령별로는 18~24세(41.18%)가 최다점유율을 보인 데 이어 25~30세(18.84%), 18세 이하(14.93%), 31~35세(8.89%) 등의 순으로, 직업별로는 학생(19.3%), 컴퓨터 관련업종 종사자(14.9%) 등에 비해 군인(1.3%), 의료인(1.5%) 등의 점유율이 상대적으로 낮았다.

둘째, 인터넷용 컴퓨터 보급 현황을 살펴보면, 1997년 11월 약 30만대에서 2001년에는 892만대로, 최소 38%에서 최대 95.4%로 지속적인 증가세를 나타내고 있다. 현재 총 인터넷 사용자 2,250만명 중 364만명이 인터넷 전용선을, 1,543만명이 모뎀을, 나머지 343만명이 전용선과 모뎀을 동시에 사용하고 있는 것으로 나타났다.

한편, 인터넷 사용자의 학력별 분포를 보면 4년제 대학생(38.8%), 전문대학생(28.9%), 고등학생(23.45%)의 순이며, 직업별로는 컴퓨터 관련전문직종사자

2) 인터넷 서비스관리 총괄기관인 중국인터넷정보센터(CNNIC: China Internet Network Information Center)는 중국 과학원이 국무원의 지시에 따라 1997년 6월 설립한 기관으로, 1997년 11월 이후 1998년, 1999년, 2000년, 2001년에 각각 인터넷 사용자, 인터넷 네트워크 구축 현황 및 중국어 웹사이트 등록 실태 등을 주요 내용으로 하는 통계보고서를 작성해 오고 있다.

3) <http://www.cnnic.net.cn/news/38.shtml>

(11.9%), 무역업이나 상업관련 종사자(11.2%), 과학이나 교육관련 종사자(10.7%), 당과 행정관련기관(8.6%), 사회서비스업(8.2%) 등의 순으로 나타나고 있다.

셋째, 네트워크 구축 현황을 살펴보면, 중국의 인터넷 네트워크 총용량은 1997년 11월 18.64Mbps에서 1998년 7월 84.64Mbps, 1998년 12월 143.26Mbps, 1999년 7월 241Mbps 그리고 2001년 현재 2799Mbps로 급증세를 보이고 있다. 주요 네트워크 운영업체들은 中國公用計算机互聯网(CHINANET)(1,953M), 中國金橋信息网(CHINAGBN)(148M), 中國聯通互聯网(UNINET)(55M), 中國科技网(CSTNET)(55M), 中國教育和科研計算机网(CERNETCERNET)(117M), 中國移動互聯网(CMNET)(90M) 등이 있으며, 현재 中國長城互聯网(CGWNET)은 건설중이다. 이들 5개의 대형 네트워크 운영업체들이 동 네트워크 총용량을 분담하고 있는 실정이다.

또한 국외와의 네트워크 연결도 활발히 이루어져 현재 총2799Mbps정도이며, 미국, 캐나다, 호주, 영국, 독일, 프랑스, 일본, 한국 등과도 직접 접속이 가능한 상황인 것으로 분석되고 있다.

넷째, 웹사이트 등록 현황을 살펴보면, CNNIC 등록 웹사이트 역시 1997년 11월 4,066개에서 1999년 7월 29,045개로 증가세를 보이고 있다. 지역별 웹사이트 등록현황에 따르면, 북경(36.87%), 광둥성(14%), 상해(9.2%) 등이 절반 이상을 차지하고 있다. 기관별로는 기업체(com) 79%, 네트워크 관련기관(net) 10%, 정부기관(gov) 4%, 학교(ac) 0.52%, 기관(org) 3% 등의 순으로 나타났다.

다음으로 중국의 전자상거래 시장동향을 전자상거래 유형별로 B2B와 B2C 거래를 중심으로 살펴본다.

먼저, B2B거래는 인터넷 전자상거래에서 가장 중요한 어플리케이션이다. 중국의 B2B는 주로 정부기관이나 기존 온라인 기업을 중심으로 제공되고 있다. Yankee Group에 의하면, 중기업 이사의 15,000여 업체 중 10%만이 전산망을 구축하고 있는 실정이고, B2B시장 역시 전체 기업간 거래의 0.05%에 불과한 것으로 조사되었다. 그러나 B2B 시장의 성장성은 매우 높는데, 2000년 10억 달러에서 2004년 500억 달러까지 확대될 것으로 예상되는 등 시장잠재력은 매우 높은 것으로 평가되고 있다.

특히 최근에 와서 대기업에서도 B2B 사이트를 개설하여 전자상거래에 진출하고 있고, 여기에 각 업종별 전문 상업사이트가 속속 개설되고 있어, 이는 2000년도 중국 B2B 전자상거래시장 발전의 중요한 요소가 되고 있다.⁴⁾

그 다음으로 B2C거래와 관련, 중국은 여타 선진국과는 달리 B2C를 중심으로 전자상거래가 형성되고 있다는 점이다. 1999년말 현재 1,100여 개의 인터넷 전자상거래사이트 중 B2C가 800여 사이트, 옵션이 100사이트, 원격교육이 180 사이트, 온라인 의료서비스가 20사이트로 나타나고 있다.

이처럼 B2C가 중국에서 확산되는 이유는 중국에서 전자상거래의 가장 큰 장애요인이었던 지불시스템의 안정화에 힘입어,⁴⁾ 중국 전자상거래 사이트의 급속한 성장을 가져왔으며, 그 예로 가장 큰 규모인 8,848.net은 1999년 30만 가입자에 매출액이 1,250만 위안(151만 달러)에 달하고 있다. B2C시장에서 초기에 가장 일반적으로 형성되는 것이 역시 도서로서 중국의 경우 도서판매가 40%를 점하고 있으며, 다음으로 컴퓨터 하드웨어(8%)와 소프트웨어(18%)가 그리고 최근에는 예약(8%)과 주식거래(3%)가 부상하고 있다.

한편 이상에서의 중국 전자상거래 시장현황에 비추어 향후 중국 전자상거래 시장의 전망을 보면 다음과 같다. 중국의 전자상거래 시장은 아직까지 초기단계에 머물고 있지만, 앞에서 살펴본 바와 같이 다양한 솔루션의 등장과 더불어 대기업의 B2B 시장 진입 등으로 크게 활성화가 이루어지고 있다. 특히, 중국의 인터넷 이용자 수가 향후 큰 폭으로 확대되어 2001년에 1,000만 명을 돌파하여 아·태지역에서 일본 다음이 될 것으로 전망되고 있으며, 2006년경엔 8,000만명을 넘어서면서 아·태지역 최대의 인터넷 이용국이 될 전망이다.

이러한 인터넷 이용의 확대에 힘입어 전자상거래 이용자 수도 큰 폭의 성장세를 나타낼 것으로 보인다. 전자상거래 시장전망과 관련하여서는, 2000년 중국의 웹 기반 전자상거래 시장은 11억 달러로 추정되나 2004년경엔 92억 달러로, 2006년엔 272억 달러 규모로 확대와 함께 전자상거래 기업 수도 큰 폭의 성장세를 보일 전망이며, 2004년경엔 4,000사이트를 넘어설 것으로 전망되고 있다(<표 1> 참조).

한편으로는 중국의 인터넷 시장이 그렇게 낙관적이지만은 않다. 지난해 말까지만 해도 선진국, 개도국의 인터넷 기업들은 소위 닷컴열풍에 힘입어 많은 자본을 손쉽게 조달하면서 급성장하였으나 올 초부터 전 세계적으로 맹목적인

4) 문병주·김국희, “중국의 전자상거래 현황과 전망”, 전자통신동향분석, 제15권 제6호, 한국전자통신연구원, 2000. 12 p.99.

5) 중국의 주요은행인 중국은행(Bank of China), 상업은행(Merchants Bank) 그리고 Construction Bank of China 등의 은행들이 온라인 지불을 개시하고 있다.

투자에 대한 재평가가 이루어지고 있어 중국 역시 예외없이 이러한 절차를 밟고 있다.⁶⁾

<표 1> 중국의 전자상거래시장 전망

구분/년도	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
전자상거래 서비스 규모(백만 달러)	7	15	30	56	103	188	317
어플리케이션 서비스(호스팅 포함)	5	11	20	36	63	108	170
설계 / 통합서비스	2	4	10	20	40	80	147
전자상거래 거래 시장(백만 달러)	2,838	4,595	7,458	12,148	19,872	32,655	53,751
B2C	3	13	37	96	239	568	1,216
B2B(웹기반)	1,067	1,812	3,078	5,237	8,924	15,236	26,021
B2B(기타 온라인)	1,768	2,770	4,343	6,815	10,709	16,851	26,514
전자상거래 기업 수(1월 1일 기준)	448	880	1,582	2,640	4,132	6,134	8,680
대형	8	13	22	38	62	102	165
중형	98	201	378	662	1,102	1,915	3,069
소형	342	666	1,182	1,940	2,968	4,117	5,446

자료 : E-Commerce Service for Internet Merchant, 'Ovum, 1999. 12.

그러나 중국의 전자상거래 시장이 이제 그 형성단계에 있어 장기적 관점에서 특히 2000년도 중국의 전자상거래 상황에 비추어 중국의 인터넷기업에는 그다지 큰 영향이 없을 것으로 예측되며 또한 전자상거래 발전에 촉진제가 될 수도 있다고 분석되고 있다.

여기서 인터넷 기업구조를 분석해 보면, 수익을 올린 전자상거래회사와 탄탄한 기술력을 보유한 ASP 회사는 오히려 시장의 주목을 받고 있음을 알 수 있다. 따라서, 중국의 전자상거래 기업은 비교적 큰 폭으로 발전할 수 있을 것으로 예상된다.

중국의 전자상거래 환경에 비추어 발전가능성이 큰 시장으로는 우선 B2B 시장의 경우, 도서, 식품, 건축자재, 물류, 기본소비품, 인쇄 및 종이 등 분야의

6) 최근 中國保險報(2000. 4. 28)는 중국의 상업용 사이트 수는 현재 9,000개 이상이나, 이들 중 상당수가 독창적인 비즈니스 모델을 구축하지 못하고 있어 이중 약 70%가 도산하거나 인수, 합병될 것으로 전망한 바 있다.

B2B 시장이 유망하며, ASP 시장의 경우는 회계 및 재무 관련 솔루션, 고객관리 분야의 솔루션 제공 서비스, 벤처 그리고 전자상거래 지원 서비스 시장 : 운송, 창고, 택배 서비스 및 UPC coding system 시장을 들 수 있으며, 그 외에 인터넷 금융서비스 시장, 교육관련 시장, 무선인터넷 관련 시장, 온라인 증권거래 및 인터넷 보험시장 등을 들 수 있다.⁷⁾

2. 중국 전자상거래시장의 특성 및 문제점

전술한 중국 전자상거래 시장에서 보는 바와 같이 다음에서 중국 전자상거래시장의 특성을 B2B와 B2C거래시장을 중심으로 살펴보면 먼저, 중국 B2B 전자상거래시장의 주요 특징으로는⁸⁾ 첫째, 대기업의 적극적인 전자상거래시장의 진출을 들 수 있다. 중국의 하이얼그룹은 최초로 전자상거래유한공사를 설립하여, 올해초 전자상거래 개방식 교역플랫폼을 출시와 함께 B2B 전자상거래 교역은 6억 위안에 이르고 있다. 이 외에 선전 강자그룹 역시 IBM과 이미 전자상거래 기술합작 협의를 체결한 바 있다.

둘째, 대형 전자상거래 사이트의 활발한 활동을 들 수 있다. 중국 최대 전자상거래 사이트인 8848.net은 1999년 11월까지의 인터넷판매를 통한 매출액 규모가 약 1,200만 위안으로 곧 이익을 낼 것으로 전망하고 있다. 또 귀구동리 인터넷회사는 3,500만 위안을 투자하여 중국 IT전자상거래 공급플랫폼 귀구상청(www.eShop)과 동리사이트(www.eStore)를 개설하였고, 텐상회사는 중문 B2B 인터넷사이트를 개설하여 기업사용자를 위한 인터넷상거래의 토털 솔루션을 제공하고 있다. 이 외에 중원국제정보기술유한공사가 소프트웨어 응용서비스 전과정을 커버하는 ASP서비스 플랫폼인 중국 수마동리사이트를 개설하였다.

셋째, 업종별 B2B 사이트의 활발한 개설을 들 수 있다. 전문상업사이트의 비약적 발전은 최근 중국 B2B전자상거래 발전양상 중에서 가장 활발한 영역이 되고 있다.

넷째, 각종 B2B 솔루션이 출시되기 시작하였다는 점이다. 베이징 랑신정보

7) 문병주·김국희, 전개논문, p.101.

8) Great China Biz Access, <http://itchina.itfind.or.kr>,

과기유한공사는 Intel사의 지원과 수도인터넷과 제휴하여 기업전자상거래 종합 솔루션을 출시하여 전문 ISP 제공업체들이 호스트의 관리서비스를 제공하는 솔루션으로서, 응용서비스 제공업체가 완벽한 응용소프트 서비스를 제공하게 되었다. 또한 중국 후이푸유한공사와 화푸그룹은 전략적 제휴를 통하여 중국 최대의 인터넷솔루션 제공업체 설립을 목적으로 새로운 상업모델인 BtoBtoC를 개설하는 등 B2B 솔루션이 지속적으로 출시되고 있다.

다음으로 중국의 B2C시장, 즉 인터넷쇼핑 사이트의 특징으로는 첫째, 소비재 및 가정용 전자제품을 중심으로 하고 있다. 인기품목인 소비류 전자제품의 탐색은 식음료류 상품의 20배 이상이 된다. 둘째, 상품의 특성에 따라 중국의 인터넷쇼핑 사이트는 각기 우위를 확보하고 있으나 모든 상품분야서 높은 시장점유율을 점하고 있는 인터넷쇼핑 사이트는 아직 없다. 셋째, 소비자들이 새로운 인터넷쇼핑 방식을 수용하고 있다는 점이다.

한편 이러한 중국 전자상거래시장의 특성에 비추어 중국 전자상거래시장이 가지는 문제점으로서 중국 국무원 경제발전연구센터가 발표한 자료에 의하면,⁹⁾ 첫째, 쇼핑개념과 방식의 낙후를 등 수 있다. 전통적인 구매방식에 비해 인터넷 쇼핑이 낙관적이지 않고 불안정하다는 것이 전자상거래에 대한 보편적인 인식이다. 최근 조사 결과 86%의 사람들은 온라인 금융거래를 하지 않을 것이며, 88%의 사람들은 인터넷 쇼핑을 하지 않을 것이라고 하였다.

둘째, 기업의 전자상거래 상업환경이 미비하다. 중국의 상업활동은 대부분이 off-line에 제한되어 있으며 거래빈도가 높다 하더라도 거래액은 매우 적어 인터넷 거래의 필요성을 느끼지 못하고 있다. 한편, 전자상거래의 환경 즉, 전자화폐, 은행이체, LAN, WAN의 구축 및 인터넷과 인트라넷의 업그레이드 등의 측면이 조성되어 있지 않은 실정이다.

셋째, 기업의 정보화와 금융전자화 체계의 미비를 들 수 있다. 전자상거래의 기초는 상업전자화와 금융전자화라고 할 수 있다. 앞에서 언급한 바와 같이 지불시스템은 갖추어 졌지만, 현재 전국 금융네트워크가 구축되어 있지 않고 금융업의 통합적인 전자화가 미흡한 실정이다. 상업전자화는 금융전자화에 비해 더욱 낙후되어 전자상거래의 발전에 장애가 되고 있다.

넷째, 인터넷의 질적 발전이 미약하다. 전자상거래를 확장함에 있어 가장 큰

9) www.chinaeis.com.참조.

기술적 문제는 인터넷 전송속도와 안전성이다. 현재 중국의 인터넷 전송속도는 매우 느리며 소프트웨어, 회로, 시스템의 안전성에 문제가 있다.

다섯째, 인터넷 보안과 프라이버시 침해를 들 수 있다. 인터넷상에서 거래를 하기 위해서는 많은 개인 인적사항이 필요하기 때문에 전자상거래의 편리성을 도모하는 동시에 안전성을 확보해야 한다.

여섯째, 관리체제와 운영메카니즘의 부조화를 들 수 있다. 현재의 정보산업 관리체제는 특정시장에 집중되어 시장경쟁을 제약하고 있으며 전자상거래의 발전을 막고 있다. 전자상거래의 발전을 위해서는 반드시 체제, 메커니즘, 가격 측면에서의 새로운 개혁이 필요하다.

일곱째, 전자상거래에 대한 지식과 기능부족 등의 제반 문제점을 향후 중국 전자상거래 발전의 장애요인으로 들 수 있다.

Ⅲ. 중국의 전자상거래 정책 및 법적 규제동향

1. 중국의 전자상거래 정책

중국의 江澤民 주석은 1998년 11월의 APEC 지도자 제6차 비공식 회의에서 각국 정부부서들이 전자상거래의 발전에 대해서 거시적인 계획과 지도를 할 것과, 전자상거래의 발전에 도움이 되는 법률과 법규의 환경을 제공할 것을 강조하였다.¹⁰⁾

또한 2000년에 시작한 중국의 제9기 全人大 3차 회의의 첫 번째 안건이 바로 전자상거래입법의 제안이었으며, 이 제안에서 전자상거래입법이 이미 사회의 모든 사람들이 인식하는 것이라고 설명하였다.

중국 정보산업부(Ministry of Information Industry)는 2000년 제5차 세계컴퓨터 박람회에서 제10차 5개년 계획동안의 정보산업발전방향을 발표하였다. 주요 내용을 보면 중국정보산업의 시장규모는 GDP의 3배의 속도로 증가하여 세계 1위를 차지하고, 전자정보제조업의 시장규모는 세계 선진대열에 진입하며, 중대한 정보공정에 사용되는 핵심기술의 국산화를 실현하겠다는 것이다.

10) 周儀, 電子商務法律及案例, 中國國際廣播出版社, 2001, 16面.

특히 여기서 주목할 만한 것은 중국의 인터넷 활성화를 위한 정책이다. 정보산업부는 중문정보처리, 정보검색, 전자상거래, 인터넷교육, 인터넷 병원 등의 응용소프트웨어와 시스템 육성은 물론 중문 플랫폼과 각종 서비스를 제공함으로써 정부, 기업/사업단위, 연합단체, 학교, 개인의 인터넷 사용을 적극 활성화한다는 계획을 세우고 있다. 더욱이 전자상거래를 21세기 정보사회 경제활동의 중요한 요소로 인식하여 전자상거래를 지원하는 법률을 제정하며, 기업들도 전자상거래를 적극 추진해야 함을 명시하였다.

이에 따라 중국정부 역시 전자상거래 및 인터넷정책을 여러 국가기관에서 분담하고 있으며, 기본적으로는 국가위원회(State Council)가 모든 권한을 가지며 실제 전자상거래정책을 주관하는 부서는 정보산업부(Ministry of Information Industry)와 그 외 공안부(Ministry of Public Security) 등 다양한 부서와 기관들이 관여하여 추진하고 있다.¹¹⁾

이와 관련하여 중국의 전자상거래 정책은 특히 중국의 WTO가입으로 인터넷 서비스를 포함한 부가통신서비스의 전면적 개방과 함께 특히 전자상거래의 경우 중국은 외국투자자들을 유치할 비롯한 제반 정책을 강구할 것으로 예상되고 있다.

중국정부는 전자상거래 발전을 위하여 규범화를 위한 정책적 노력을 기울이고 있다. 최근 발표된 중국의 주요 전자상거래 관련정책 동향에 대해 중국 정보산업부는 정부가 제정한 인터넷 및 전자상거래 관련법규가 아직 완벽하게 체계가 잡히지 않았으나, 기존의 법률 및 법규를 수정하여 계약법, 형법, 지적재산법 등을 비롯하여 인터넷 관련범죄, 지적재산권 보호, 전자상거래 신분확인과 관련된 규범을 더욱 강화하고 있다고 밝혔다.

따라서 중국정부는 전자상거래시장을 규제할 관련법규를 제정하기 위하여 주요 관련 부서에 전자상거래관련 법률을 연구, 수정 및 제정하도록 지시하고, 국무원 등은 몇 가지 법률 규정을 선포¹²⁾하였다. 이들 중 주요 규정으로는 「中華人民共和國計算機信息 網絡國際聯網管理暫行規定」, 「中國公用計算機互聯網國際 聯網管理辦法」, 「中國公衆多媒体通信管理辦法」,

11) 그러나 ICP는 국가위원회로 되어 있어 정보산업부는 ISP의 역할을 맡고 있으며, 특히 보안의 경우는 주로 공안부가 맡아 정책을 추진하고 있다. 산업자원부·한국전자거래협회, 2001 전자상거래백서, 2001. 10, p.373 참조.

12) 楊衛東 主編, 中華人民共和國 電子商務與網絡法律匯編, 法律出版社, 2001, 107, 167, 177, 206, 209面.

「計算機信息網絡國際聯網出入口信息管理辦法」, 「中國互聯網絡域名注冊暫行管理辦法」, 「中華人民共和國計算機信息系統安全保護條例」, 「計算機信息網絡國際聯網安全保護管理辦法」 등이 있으며, 이는 중국의 초보적인 컴퓨터 정보 네트워크의 신속한 발전을 위한 양호한 촉진과 규범으로서 작용하고 있다.

이 외에 중국 세무총국은 앞으로 인터넷상거래에 대해 세금을 징수할 방침이다. 또한 전자상거래라는 신종 무역형식이 급속히 발전하면서 전자상거래에 관련된 과세정책의 제정 및 연구가 긴급한 당면과제로 떠올랐다. 이를 위해 중국 세무총국에서는 이미 전문 연구조직을 구성하였으며, 조만간 전자상거래 과세정책의 틀이 잡힐 것으로 보인다.

그러나 이와 같은 일련의 법규와 규정은 컴퓨터와 인터넷의 건설, 경영, IP 등록, 웹 안전 등 인터넷 발전의 초기단계에 머물고 있으며, 웹상거래의 입법에 대해서 거의 전무한 실정이다. 비록 중국의 신계약법 중에서 전자계약의 법률효력문제에 대해 언급하고 있지만 간단한 규정들이고, 그리고 상해, 광둥 등 경제발전지역 역시 계속적으로 지방자체적인 규정을 가지고 있지만 그 역시 아직 성숙한 단계에 접어든 것은 아니다.

그럼에도 불구하고 입법의 절차상 전자상거래법의 출현은 여전히 오랜 시간을 요구하고 있는 점을 고려 전자상거래관리규정과 규범 등의 제정에 의해 전자상거래의 신속한 발전과 수요에 적용하고 있다.

2. 중국의 전자상거래시장 법적규제 동향

중국의 전자상거래 관련 업무주관 부서들이 최근 제정한 "인터넷상의 경영과 관리에 대한 규정" 등 일련의 주요 전자상거래 규제관련법규 및 그 내용을 검토하면 다음과 같다.

(1) 인터넷상 경영과 관리에 대한 규정

몇몇 지방행정관리부서는 웹상 경영과 관련된 문서를 어떻게 취급할 것인가에 대한 규정을 선포하였으며, 웹상에서 취급하는 문서들은 비록 법률적인 강제력은 없지만 현재 중국의 전자상거래의 입법에 있어서 시범적이고 중요한

경험을 제공하고 있다.

2000년 3월 28일 北京市工商局은 “북경시 공상행정관리국 웹상 경영행위 등기등록의 통지”를 발송하였으며, 이 통지에서 인터넷을 이용한 웹상 경영활동 행위의 식별과 범위를 명시하였으며, 또한 정부서비스의식을 강화하고 기업과 소비자의 합법적인 권익을 보호하도록 하였다. 웹상 경영행위에 대한 감독을 담당할 북경시 공상국은 전국에서 최상위부서이기 때문에 하위부서들의 웹상 경영에 대한 감독과 관리를 지시할 실질적인 권한을 가지고 있다. 이 규정에서 규정한 웹상 경영행위란 북경시 관할구역내에서 국가의 법률과 법규에 의거하여 영업허가증을 취득한 시장주체로서 인터넷을 이용하여 영리를 목적으로 경영활동에 종사하며 또한 경제조직으로 형상을 설계, 제품소개, 판매, 광고행위를 하는 것을 말한다. 이와 같은 행위를 하는 인터넷 경제조직은 웹상 경영행위에 대한 등기신청과 등록을 하여야 한다. 웹상 경영행위의 등기신청과 등록된 웹상의 경제조직은 인터넷을 통하여 북경시 공상행정관리국이 설치한 HD315홈페이지¹³⁾에 신청과 등기를 하여야 하며, 등록에 따른 비용을 징수하지 않는다.

등기등록기관이 인터넷 경제조직으로부터 웹상경영행위에 대한 등기와 등록을 신청을 접수받은 경우 즉시 웹상등기를 등록해주어야 한다. 그와 동시에 웹상경영행위등록번호를 편성하여야 하며, 또한 인터넷을 통하여 등록상표도 제공하여야 한다. 이 규정의 선포이후 2000년 5월 중순부터 218개 기업이 신청하여 등록하였으며, 그 중에서 164개 기업이 허가를 취득하였다. 정보산업부, 공안부서는 웹상관리와 달리 공상부서는 시장주체진입과 감독관리부서이며, 웹상의 감독과 관리범위 역시 경영에 대한 영역으로 제한하였다. 구체적으로 웹상경영행위를 구체화하며, 웹상 서비스업무를 제공하는 ISP, 정보서비스업무를 제공하는 ICP, 기술서비스, 전자상거래, 웹상광고, 매매 등의 활동은 모두 등록당시에 당해 업무범위에 대한 등기와 등록을 한다. 등기등록제도는 공상부서가 웹상경영단위에 대한 합법적인 주체로서 자격을 부여하는 1차적이고 보편적인 심사이며, 등록된 이후에 등록표시를 제공하며, 웹 사용자는 그 등록으로 합법적인 등록기관인지 식별할 수 있다. 이와 같은 등록기관의 완화된 등록제도는 전통적인 “허가증발급”제도와 비교하여 볼 때 매우 진보한 것이며, 인터넷의

13) <http://HD315.com>.

신속한 발전의 요구에 부응한 것이다.

2000년 5월 18일 북경시 공상국은 대외에 웹상경영행위의 “三章約法”을 선포하였는데 이는 “웹상경영행위등기등록의 보충적인 통지”, “웹상광고경영자격의 규범에 대한 통지”와 “전자우편을 이용하여 상업정보를 발송하는 행위에 대한 규범의 통지”를 말한다. 이와 같은 3항의 통지는 시장진입자격에 매우 적합한 자인지를 조사하고, 직업종사분야에서 최고로 관심을 가진 웹상경영행위자 인지를 구분하여 등기와 등록하도록 하고, 웹상광고의 주체자격인정과 전자우편을 남발하여 발송하는 것에 대한 제재 등의 측면에 대하여 규범을 두었다. 또한 웹상 무형의 시장에 대한 관리를 통하여 북경시의 웹경제발전의 촉진과 소비자의 합법적인 권익을 보호하여 부당경쟁행위에 대한 제재를 하도록 하였다. 이와 동시에 웹 경영행위를 감독하는 “공상국 웹 경제전문가 자문위원회”를 운용하여 이를 정식으로 선포하였다. 새로이 성립한 “웹 경제전문가 자문위원회”는 북경시 부분행정부의 지도와 지명한 웹 공사 책임자와 신문매체대표 등 18명으로 구성한다. 이들 위원회의 책임은 “삼장약법”에 대한 감독의 책임이 있다. 또한 추가적으로 “關與웹상경영행위등기등록의 보충통지”¹⁴⁾에서 등록의 범위를 북경시 관할지역외의 시장주체로 확대하였다. 인터넷자체가 국경이 없기 때문에 이후 웹 경영의 규범은 점차적으로 전통적인 지역의 개념을 벗어날 것이다.

(2) 인터넷상의 증권위탁거래

상술한 바에 따라 중국 컴퓨터 정보네트워크의 신속한 발전을 위한 촉진 규범으로서 그리고 전자상거래시장의 규제를 위한 주요 법규로서는 우선, 인터넷상의 증권위탁거래를 규율하는 “웹상증권위탁잠정관리방법”을 등 수 있다. 동규정은 웹상에서 증권거래의 범위를 확대하고, 증권사기를 방지하며, 증권시장의 안정을 도모하고, 소비자의 권익을 보호하기 위하여 중국증권감독은 2000년 4월 14일부터 “웹상증권위탁잠정관리방법”을 선포하였다.¹⁵⁾ 그 행정규정은 총

14) 중국에서 “通知”란 법률적인 내용에 부족한 부분이 존재하는 경우 그 법적인 欠缺이나 미흡한 법적체계를 보완하기 위한 하나의 방법이다: 甄玉金 彭志遠 主編, 新編實用法律辭典, 中國檢察出版社, 1998, 66面.

15) 中國証監會發布, “網上証券委託暫行管理辦法”, 2000年 4月 14日.

6장 35조로 되어 있으며, 여기에는 총칙, 업무범위, 기술범위, 정보공개, 신청자격, 부칙 등의 내용이 있다.

1997년부터 중국은 이미 200여개의 시범적인 웹상의 증권거래기구를 두었으며, 여전히 많은 증권거래기업들이 이 시험적인 거래업무에 참여하였다. 현재까지 웹상의 위탁으로 이루어지는 거래량은 이미 증권시장거래의 2% 내지 5%를 점유하고 있다.

웹상 증권위탁업무범위에 있어서 증명감독회에서 선포하는 증권회사의 경영증권업무 허가증을 취득해야 네트워크상의 증권 위탁업무를 신청을 할 수 있다.

증권감독회의 허가비준을 얻지 못하면 어떤 기관도 이 업무를 할 수 없다. 증권회사 이외의 기타 기관은 증권업무를 할 수 없으며, 기타 유사한 형태의 네트워크상 위탁업무 역시 할 수 없다. 증권회사는 지불이나 여러 가지 거래절차에 따른 기술이나 서비스 및 정보 관련 서비스를 제공하는 비증권 회사와 합작하여 네트워크상의 위탁업무도 할 수 없다.

네트워크상의 증권위탁업무를 증권업무를 신청하기 위해서는 반드시 16가지 내용의 신청자료를 원본 1부와 복사본 3부를 구비하여, 각각 증권감독회 기관관리부와 정보중심과 소재지 파출지구에 발송해야 한다. 또한 증권업무를 취득하려면 “증권경영기관영업부정보계통기술관리규범”에서 요구하는 네트워크상의 위탁업무를 행하는 증권영업범위내에 있어야 한다. 또한 네트워크상 위탁증권회사를 행할 때 반드시 네트워크상 위탁 고객이 제공하는 필요 대체 거래 방식에 의해야 하며, 정해진 기간내에 네트워크상 투자가가 제공하는 서면장부에서 진행해야 한다. 네트워크상 위탁업무를 증권회사는 직접적으로 고객이 제공하는 컴퓨터상의 네트워크나 전화 등의 방식으로 현금 교환 서비스를 직접적으로 할 수 없다.

안전성의 측면에서 네트워크상 증권위탁업무절차는 반드시 안정적이고 자료의 복구가 용이함을 보장하여야 한다. 기술과 관리측면에서 고객거래 데이터의 안전과 완전함 그리고 명확함이 보장되어야 한다. 고객거래의 명령코드 데이터는 최소한 15년간 보존되어야 하며, 관련된 데이터 전송의 안전과 신분 등 중요한 사항에 대해서는 반드시 국가 권익 기관의 안전성에 평가를 받아야 하고, 네트워크상 위탁과 보호 관리제도는 반드시 국가 권익 기관으로부터 안전성에 대한 인증을 받아야 한다. 또한 네트워크상 위탁절차상의 일일장부와 회계기록 관련 소프트웨어의 기억장치는 반드시 타당하게 관리 조절하여야 한다.

(3) 인터넷상의 도서와 음악 및 영상제품의 발행에 관한 규정

신문출판사는 2000년에 선포한 “出版物發行管理暫行規定”에서 1차로 웹상서점의 관리문제를 명확하게 하였다. 본 규정 18조에서 비준을 통하여 출판발행 업무에 종사하는 단위는 신문출판행정부서가 비준한 경영범위에 근거하여 원 부서에 등록된 이후에 웹상 출판물의 판매활동을 할 수 있으며, 출판물발행단위가 아니면 “웹상서점” 혹은 웹상출판물매매활동을 할 수 없다. 문화부 역시 “關於音像製品網上經營活動有關問題的通知”를 통하여 音像제품에 대한 웹상 경영활동에 대한 지침을 하달하였다. 이 “通知”에서 音像제품웹상경영활동에 있어 허가증제도를 실시하며, 音像시장행정관리부서의 등기와 비준을 거치지 않은 경우 독단적으로 音像제품 웹상 경영활동하는 것을 금지한다고 규정하고 있다. 영상제품웹상경영활동에 종사하는 영상제품경영단위는 반드시 관할소속 지방 성, 자치구, 직할시 音像행정관리부서에 신청하여 등록하고, 비준을 득한 이후에 경영을 할 수 있다. 외상투자, 중외합자합작의 정보통신을 운영하는 웹상의 경영단위는 音像제품에 대해서 웹상 경영활동을 금지한다.

(4) 인터넷상의 교육에 관한 규정

2000년 4월 20일에 교육부는 “關於加強對教育網站和網較進行管理的公告”를 선포하여 웹상의 교육활동의 범위를 확대하였다. 이 “공고”의 규정에서 中小學校의 명의로 중소학생의 인터넷학교와 인터넷교육홈페이지를 통한 교육을 하기 위해서는 반드시 省級교육행정부서의 동의를 얻고, 국가교육행정부서에 보고하여 심사와 비준의 과정을 거쳐야 한다. 이미 인터넷학교를 시행하고 있는 경우 새로이 그 절차를 보고하고 비준을 받아야 하며, 비준을 받지 못한 학교는 웹상의 교육활동을 정지하여야 한다. 아직 국가행정부의 비준을 받지 못한 어떤 단위 혹은 기구도 “인터넷대학”이라는 명칭을 사용할 수 없으며, 웹을 통한 학교명의를 사용하여 IP주소를 등록하고 그에 상응한 홈페이지를 만들거나, 학생의 모집 등과 같은 학교활동을 할 수 없다. 원거리 교육이라는 명칭을 사용하거나 혹은 위성을 이용한 원격교육을 할 수 없다. 이미 이와 같은 업무를

하고 있는 경우 새로이 그 업무절차를 보고하여 비준을 받아야 하며, 비준을 받지 못한 학교는 그와 관련된 모든 활동을 중지하여야 한다.

(5) 인터넷 안전관리에 관한 규정

현재 중국의 컴퓨터네트워크관리측면에서 가장 상위의 법률은 “中華人民共和國計算機信息 網絡國際聯網管理暫行規定”¹⁶⁾으로서 이에 대한 내용은 다음과 같다.

국무원정보화업무추진을 위한 하위부서인 국무원정보관리부서(國務院信息辦)를 조직하고 국제간 인터넷 운영에서 발생하는 중대한 문제를 해결하기 위해서 협조할 책임을 지며, 구체적인 관리규정을 제정한다.

또한 어떠한 기업이나 개인은 반드시 중국 전신국 국가공용전신망에서 제공하는 국제수출입정보통신국제인터넷망을 사용하여야 한다. 현재 중국의 中國金橋信息网, 中國教育科研网, 中國科學技術网 등은 각각 電子工業部, 國家教育委員, 中國科學院 등에서 책임을 맡고 있다. 그리고 국제인터넷을 이용한 경영활동이나 비영업활동에 가입하려는 기업은 국제인터넷경영허가제도와 비준제도를 각각 취득하여야 한다. 사용자의 이익을 보장하기 위해서 특히 상술한 인터넷 등록기업은 사용자에게 서비스를 제공할 업무능력을 가지고 있어야 하며, 사용자에게 기술과 관리교육 등의 책임을 부담한다. 국제인터넷업무에 종사하는 기업이나 개인은 국제인터넷을 이용하여 국가의 안전을 위해하거나 국가비밀을 누출하는 등의 위법행위를 하여서는 안되며, 사회안정과 질서를 해하는 정보나 음란물 등을 제작 열람 복제 발송 등의 행위를 하여서는 안된다. 위의 규정이외에 본 규칙을 위반한 처벌방법에 대해서도 규정하고 있다.

중국 郵電정보총국에서 건설과 운영 및 관리를 담당하고 있는 중국 공영컴퓨터네트워크(Chinanet)는 중국인들에게 컴퓨터국제인터넷서비스업무를 제공하고 있으며 이들 서비스에 대한 규정은 “中國公用計算機互聯網國際聯網管理辦法”¹⁷⁾에 근거하고 있다. 이 규정에서 중국 공용 인터넷 접속 기업들에 대한 설비조건, 관리절차, 사용자에 대한 관리방법 및 사용자와 기업간의 상호 권리

16) 國務院 1996年 2月1日 頒布, 1997年 5月20日 修正.

17) 郵電部 1996年 4月 3日 頒布.

와 의무 등에 대한 명시 등 규정하고 있다. 또한 기업과 개인 모두 국가의 법률과 법규를 준수함과 동시에 본인이 제공하는 정보에 대한 책임을 부담할 것을 규정하고 있다.

중국 대중매스미디어통신망관리에 대한 규정은 “中國公衆多媒体通信管理辦法”¹⁸⁾이다. 중국우전전신총국이 국가공용전신망에 대한 기초설비와 경영을 담당하고 있으며, 업무범위는 전국적인 대중매체통신과 정보서비스이다. 동 규정은 최초로 법률형식을 빌어서 서비스경영자와 정보제공자의 개념을 명확히 구분하고, 전자에게 경영허가제도를 실시하고 있으며, 후자에게는 신고제도를 운영하고 있다.

IV. 한·중 전자상거래 활성화와 동북아 지역협력방안

1. 한·중 전자상거래 협력동향

한·중 양국간 전자상거래분야의 협력동향과 관련하여, 최근 중국의 WTO 가입으로 궁극적으로는 시장경제원리의 적극적 도입으로 국내시장의 개방과 기업의 경쟁력 강화 등 시장환경의 급격한 변화를 맞이하고 있는 점은 한국의 입장에서는 기회와 위기를 동시에 대응해야만 하는 결과를 나타나고 있다.

이러한 가운데 정보통신의 고도화와 관련 정보기술의 발전에 따른 전자상거래분야의 활성화는 곧 한·중 양국간의 전자상거래분야의 협력모색의 필요성이 요구되며, 따라서 급속히 발전하는 양국의 전자상거래시장의 동향을 배경으로 많은 정책적 노력을 보여왔다. 즉, 한·중 양국의 협력모델의 정립과 관련하여 한 예로서 양국을 대표하는 무역진흥기관인 한국의 대한무역투자진흥공사(KOTRA)와 중국국제무역촉진위원회(CCPIT)가 2000년 7월 12일 베이징의 KOTRA-CCPIT업무협의회에서 한국의 대표적 무역포털사이트인 “실크로드 21”과 중국의 “Chinaproducts.com” 사이트의 상호 배너 교환과 기업정보 통합 검색시스템의 구축을 합의함으로써 한·중 수출입 업체간 전자상거래 확대에 획기적인 협력방안을 마련하였다.

18) 郵電部 1997年 9月 10日 頒布, 自1997年 12月1日起 施行.

이러한 양국간의 전자상거래협력의 동향에 비추어 한·중 양국의 전자상거래 활성화를 위한 지역간의 협력적 요인으로서 첫째, 경제학적 측면에서의 경제적 상호의존적 측면과 둘째, 전자상거래 시장의 상호보완적 측면 등을 들 수 있다.

여기서 특히 한중 양국의 전자상거래 시장의 상호보완성과 관련하여, 먼저 중국의 B2C시장은 아직 성숙되지 않은 상황이나, B2B 국내시장은 신속한 발전을 보이고 있고 B2B 해외시장 역시 시장의 흐름이 가장 큰 것으로 나타나고 있다.¹⁹⁾ 그리고 대외무역은 아직 정부에서 직접 관리하에 있으며, 원활한 결제와 물품유통의 안전성 보장, 네트워크 조건이 뛰어나며 예로서, 중미 공동개발 사이트로서 “美商網”을 통하여 중국 4만여 기업과 1만2천여 해외 구매고객을 연결하는 한편 설립 1년간 거래규모 6,000만 달러에 달하는 것으로 나타나고 있다.²⁰⁾

이러한 중국 전자상거래 시장의 특징이자 문제점으로는 첫째, 외형적인 성장세와는 달리 기업내부의 체질은 여전히 취약한 점이다. 특히 B2B부문에서 전자상거래의 전체 수행과정에서 얼마나 전자화하였는지를 5점 척도로 조사한 결과, 실제 구매·판매업무는 대부분 2점에도 못미치는 것으로 나타났다. 설혹 B2B 참여기업의 경우에도 정보검색 등 부가서비스 외에 거래활동은 거의 수작업이나 오프라인 관행에 의존하고 있는 셈이다.

둘째, 기업들의 인적관리측면에서도 최고정보책임자(CIO)가 있는 기업의 경우는 99년에 비해 오히려 줄어든 것으로 나타나 전자상거래활동을 위한 조직적인 대응은 미미한 것으로 평가된다.

한편 우리나라의 경우는, 전자상거래 시장이 급속히 팽창하고 있는데, 우리나라의 전자상거래 시장에 관한 최근 조사한 자료에 의하면, 2000년 전체 산업활동 중 전자상거래 시장비중이 1.671%, 17조4000억여원 규모로 99년에 비하여 배로 늘어났다. 전년 대비 지난해 국내총생산(GDP) 성장률이 11%수준임을 감안하면 전자상거래부문은 산업평균에 비해 무려 8배에 달하는 급성장세를 나타내고 있다.

19) He Chun, “중국의 기업간 전자상거래(B2B) 동행과 전망”, 동북아지역의 사이버 무역동향과 한·중·일 협력방안-2000년도 ASEM개관기념 사이버무역 국제세미나 자료집, 한국통상정보학회, 2000. 7. p.94~99 참조.

20) 중국의 유명 상업 소매사이트로는, 8848, EC123, 800Buy, FN365 등이 활동하고 있으며, 여기에 전통기업은 자체 상업사이트 구축과 신흥 중개사이트가 개시되고 있다.

그리고 시장규모는 기업간(B2B) 거래형태가 매우 높은 비중을 점하고 있다는 점이다. 지난해 B2B거래는 1조1781억원으로 전년 4조7000억여원에 비해 70%이상 급성장하였으며 전체 전자상거래 시장규모에서도 46.9%를 차지 전체 전자상거래시장을 주도하고 있다. 그리고 기업소비자간(B2C) 거래부문도 3조여억원으로 급속한 성장세를 기록하고 하고 있다. 이에 반해 기업정부간(B2G) 거래는 아직 미미한 편이다. 이 B2G시장규모가 99년 1500억여원에서 2000년 2000여억원 증가하는데 그쳐 공공부문에서는 지금까지도 전자상거래의 사각지대가 되고 있다.

특히 B2C시장의 주종인 인터넷 쇼핑몰부문은 전반적인 닷컴기업의 위축에도 불구하고 강력한 상승탄력을 기록해 전체 전자상거래시장에서 선도적인 위치를 차지하고 있다. 지난해 시장규모는 전년에 비해 배로 증가하였고 올해 또한 76%의 성장세가 예상된다.

그리고 일본의 전자상거래의 현황 및 특성을 “2000년 일본 전자상거래 시장 규모·실태조사보고서”에 의하면, 일본의 전자상거래 시장은 당초 예상보다는 다소 빠른 속도로 성장하며 이 분야의 선진국인 미국과의 격차를 조금씩 좁혀가고 있다. 그러나 내용적으로는 특히 기업간(B2B) 전자상거래에서 일부 산업에 지나치게 의존해 불균형적 성장이 심화하는 문제점도 보이고 있다.²¹⁾ 일본 전자상거래 시장규모는 지난해 약 23조엔으로 2년전에 비해 2배이상 확대되었고 앞으로도 급성장 기조는 지속돼 2005년에는 100조엔을 넘을 것으로 전망된다.²²⁾

이상에서의 우리나라와 중국 그리고 일본을 포함하는 동북아 전자상거래시장의 규모를 고려하고 또한 전자상거래의 거래적 특성이라 할 수 있는 가장 시장규모가 크고 특히 최근 인터넷의 활용증대로 증가세를 나타내고 있는 소위 B2B, 기업간 전자상거래시장의 활성화와 그리고 정보기술산업의 급속한 발전을 토대로 한 정보유통, 화폐유통, 상품유통, 보험체계, 신용평가(제품, 기업체) 등 전자상거래의 기업경영적 측면과, 여기에 전자상거래의 효용과 관련 소비자 측면에서 낮은 가격, 풍부한 내용, 안전성, 신속한 정보, 물자, 교육, 오락 요소 등과 기업측면에서의 원가절감, 효율성 제고, 경영모델의 용이한 전환, 시

21) 福永 康人, “일본의 기업간 전자상거래(B2B) 동행과 전망”, 동북아지역의 사이버무역동향과 한·중·일 협력방안-2000년도 ASEM개관기념 사이버무역 국제세미나 자료집, 한국통상정보학회, 2000. 7. p.108 이하참조.

22) 전자신문, 2001년 2월 19일자.

장개척, 고부가 서비스 제공 등의 효과와 벤처투자자에게는 전자상거래를 통한 높은 이윤추구를 그리고 웹사이트 구축자에게는 업종별 특색이 있는 네트워크 플랫폼과 해결책 제시 등의 경제적 제효과를 시장참여자에게 제공하는 점²³⁾ 등을 고려할 때, 향후 한·중 양국을 포함하는 동북아시아 전자상거래 협력의 모색은 필연적인 것으로 보아 이에 대한 법적 연구의 필요성은 물론 대응책의 모색이 요구된다.

2. 한·중 전자상거래 활성화에 의한 동북아 지역협력방안

사이버공간을 이용하는 전자상거래시장의 특성을 기반으로 한 한국과 중국 양국간의 협력과 여기에 일본을 포함하는 동북아시아 전자상거래협력체제의 구축은 필연적인 것으로 보아진다.

이러한 전자상거래의 지역협력문제와 관련하여, 우선 한·중 양국간의 주요 협력영역으로서 첫째, 법제도적 측면에서의 지역협력과 둘째, 요소기술적 측면에서의 협력 그리고 셋째, 정책분야에서의 상호협력 등을 들 수 있으며, 특히 이들 세 분야에서의 긴밀한 상호협력체제의 구축은 전자상거래의 활성화의 도모와 함께 궁극적으로는 21C 세계 선도산업으로서의 정보기술분야의 발전에 부응하는 것이 되어 동북아시아 지역국가간의 유기적인 협력네트워크 및 전자상거래 벨트의 구축으로 경쟁이익보다는 협력이익의 증대를 가져오는 효과를 가져올 수 있을 것으로 본다.

이와 같이 한·중·일 동북아시아간의 협력문제는 지리경제적 내지 사회문화적 측면을 포함하는 역사 발전과정의 관점에서 해상교역활동을 비롯한 제부문에서의 지역협력을 이미 오래 전 고대로부터 경험한 바 있으나,²⁴⁾ 최근의 동북아시아의 새로운 지정학을 잉태하고 있는 제반환경을 고려할 때,²⁵⁾ 전자거래분야에서의 동북아협력문제는 한국을 중심으로 하여 협력네트워크 구축을 시도하는 노력이 필요하다고 보아진다.

23) David Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*, Microsoft Press, 1997, p.1~20 참조.

24) 고대 우리나라와 중국 그리고 일본간의 동북아 경제교류협력사와 관련하여서는 夏秀瑞·孫玉琴, 中國對外貿易史(第1冊), 對外經濟貿易大學出版社, 2001. 3. p.67이하; 井上秀雄, 古代朝鮮, 日本放送 出版協會, 1977. 4, p.246~247 참조.

25) 이영형, “동북아 국제관계의 지정학적 해석”, 동북아연구, 제5권, 경남대학교 극동문제연구소, 2000, 12. p.268 참조.

이러한 배경하에서의 우선, 한국과 중국 양국간의 전자상거래 법제도적 협력과 관련하여 첫째, 인터넷의 영향력이 확대되고 관련 환경이 급격히 변화함에 따라 이에 맞는 각종 법·제도에 관한 비교법적 연구의 필요성과 둘째, 인터넷 유통관련 책임소재, 지적 재산권 분쟁 등의 사례분석 및 법률적용 관계에 관한 검토의 필요와 셋째, 차세대인터넷 서비스의 품질수준 보장과 객관적인 평가를 위한 법·제도적 기반의 마련과 넷째, 인터넷 관련 공정경쟁, 상호제공 등에 관한 방안마련에 등에 대한 필요성을 들 수 있다.²⁶⁾

이상의 전자상거래관련 법률분야의 협력기반을 바탕으로 다음의 한·중 양국간의 확대된 협력방안을 들 수 있다. 첫째, 전자상거래 관련분야의 공동 시범사업의 전개를 들 수 있다. 현재 전자상거래가 적극 추진되고 있는 중국의 일부 지역과의 협력기반을 조성한다. 즉, 베이징, 광둥, 상하이 등의 정보화가 선두 위치인 지역은 전자상거래를 이미 실시하고 있으며 네티즌들도 적극적인 반응을 보이고 있다. 관련 부문에서는 위 지역의 전자상거래 활동을 지속적으로 살펴 경험을 쌓도록 한다.

둘째, 전자상거래에 유리한 환경 구축이다. 기업정보화와 금융전자화의 돌파구를 찾아 조건이 되는 기업과 전문은행은 국가경제무역위원회, 인민은행의 지원 하에 내부 조건을 완벽화 해야 한다. 정보산업부와 국가 관련부문에서는 전자상거래의 정책, 법규, 법률, 표준, 규범 등을 제정하며 특히 온라인 거래의 안전성을 확보해야 한다.

셋째, 선별적인 전자상거래의 과학기술예측과 연구의 진행을 들 수 있다. 국가 863계획 및 국가기술혁신계획은 관련 과제를 포함시켜야 하며 전자상거래의 기초기술, 관련기술을 중국내 과학기술 인원들이 습득하도록 하여 자체 지적재산권을 확보해야 한다.

넷째, 온라인 안전인증 체계 구축이다. 전자상거래의 실시는 온라인 안전지불을 전제로 해야 하며 안전인증(CA)메커니즘과 시스템의 구축이 필요하다. CA는 국가에서 위임한 권위있는 기구가 재정하며 비밀보증, 검증, 위임, 자동

26) 전자상거래관련 법제도적 연구와 관련하여 박복재, “전자상거래 관련법 비교연구”, 1999년도 통상정보학회 학술발표대회 논문집, 한국통상정보학회, 1999 ; 손경환, “전자상거래의 법적 문제”, 무역상무연구, 제11권, 한국무역상무학회, 1998 ; 이영형, “동북아 국제관계의 지정학적 해석”, 동북아연구, 제5권, 2000 ; 윤광운 외, 전자상거래론-EC와 국제무역-, 삼영사, 1999 ; 정완용, “전자상거래의 법적 문제점에 관한 고찰”, 정의법학, 제32권 제1호, 경희법학연구소, 1997 ; 内田 貴, 電子商去來と法, *NBL*, No. 600~603, 1996. 9, 1~10 참조.

검사철수 등의 기본기능이 포함되어 인터넷 거래의 안전성을 확보해야 한다.

다섯째, 중국 EC촉진위원회 설립이다. 부총리가 직접 책임지고, 정부, 기업, 소비자단체 등으로 구성된 중국 EC촉진위원회와 사무소를 설립하여 전자상거래의 업무, 기술, 정책, 법률과 국제지역협력을 담당할 필요가 있다.

여섯째, 전자상거래 전문인력 육성 및 교류를 들 수 있다. 대중국 전자상거래 교육을 통하여 30% 내지 40%가 전자상거래의 응용기술과 관련지식을 습득하도록 하여야 하고, 전자상거래 및 금융관련 지식을 습득한 전문인력을 육성하여야 한다.

일곱째, 전자상거래 분야에서의 국제협력을 도모하여야 한다. 중국 업체의 전자상거래는 아직 시작단계에 있기 때문에 정부가 중국내의 기업과 국제기구, 다국적 기업 간의 협력을 추진하여 미국, 유럽지역의 B2B, B2C 방식의 전자상거래 경험을 참고할 수 있다.

한편 이상의 한·중 양국의 협력기반과 함께 여기에 일본을 포함하는 동북아시아 지역 전자상거래분야의 협력의 필요성에 따른 협력과제로는 첫째, 동북아시아 지역 전자상거래 지역협력기구의 설치를 통하여 정보교류체계의 구축을 들 수 있다.

둘째, 전자상거래 협력주체와 관련 국가차원과 민간차원의 이원적 접근을 통하여 정책공조체제를 시급히 구축하고 상호정보교류를 활성화시킬 필요가 있다.

셋째, 연구개발 협력방안을 들 수 있다. 즉, 전자상거래 관련요소기술과 비즈니스모델의 공동개발을 통하여 동북아 3국간의 전자상거래 협력과 관련하여 특히 중요한 것으로 전자상거래관련 기반요소의 국제적 표준 등을 비롯한 제반문제에 대한 협력 또한 필요하다.

넷째, IT관련 인력의 양성과 교류를 들 수 있다. 전자상거래 관련 기술인력의 훈련 및 양성과 나아가 공통자격인증제도 등에 의한 상호교류를 통하여 동북아시아 전체의 IT동북아벨트의 구축으로 상호이익을 도모할 필요가 있다. 이상의 전자상거래분야의 협력은 전자상거래의 제반 경제적 효과 및 특성을 고려할 때, 전자상거래부문의 국제적 협력은 매우 긴요하며, 그 중에서도 한중 양국간의 지역협력을 기반으로 일본과 나아가 북한²⁷⁾까지도 포함하는 명실상

27) 인터넷의 확산은 남북한과 동북아관계에 중요한 영향을 미치며 이와 관련 남북경협과 e-business의 발전전망과 관련하여서는 권오홍, “인터넷과 남북경협 : 오프라

부한 동북아 국가간의 전자상거래 협력문제는 주요한 과제가 되고 있다. 특히 동북아지역 국가간의 전자상거래분야에서의 협력문제는 경쟁체제 대신 상호협력적 측면에서 전자상거래 활성화의 기반을 구축하는 것이 바람직하며, 여기에는 상호이익을 그 근거로 법제도적 부문에서의 협력을 기반으로 하고 전자상거래관련 인력과 기술 그리고 자본 등의 제분야를 포함하는 다각적 협력체제를 민간부문의 상호교류를 통하여 구축하는 것이 무엇보다도 중요하다.

V. 결 론

전자상거래의 분야는 이제 동북아지역의 경제적 기반을 보다 활성화시키고 국제화시키는 원동력으로 작용할 것이라는 관점에서 보면, 특히 중국의 경우 전자상거래는 이제 막 태동하기 시작한 분야이며, 현재 순조롭게 발전하고 있다. 그러면서도 중국의 전자상거래 관련 법률부문에 있어서는 해결하여야 할 많은 문제를 가지고 있다. 또한 우리나라의 경우 역시 전자거래기본법 등을 제정, 시행하고 있는 정도에 불과하다.

전자상거래 시장의 활성화에 비추어 동북아 주요국의 대내적 인프라기반의 정비가 시급한 과제인 점 등을 고려할 때, 향후 동북아지역의 전자상거래협력의 기반조성을 위해서는 무엇보다도 법제도적 측면에서의 상호협력이 긴요한 과제가 되고 있다.

따라서 이와 같은 전자상거래의 법제적 측면에서의 문제와 그에 따른 협력과제를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 전자상거래관련 법률제정의 지연에 따른 문제이다. 정보산업의 발전사를 살펴보면 관련 법률제도의 제정이 모두 정보산업의 발전의 뒤를 따르고 있다. 인터넷의 발전이 수 년 동안 이루어졌고, 전자상거래 역시 몇 년의 기간이 경과하였으나, 세계 각국은 물론 동북아지역 국가 역시 현재 Internet과 관련한 완전한 법률의 제정과 협력이 요청되고 있다.

둘째, 전자상거래의 부단한 급증으로 전통적인 무역규범들과 상충되거나 수용하기 어려운 점과 직면하고 있다. 전통적인 무역계약 역시 서면에 의해서 체

인 대비 장단점과 경영전략”, 인터넷과 북한, 경남대 극동문제연구소/(주)하나로통신 편, 2000. 12. p.261~282 참조.

결되었으며, 자필서명 혹은 인장으로 자신의 신분을 판별하였다. 하지만 웹상에서 전자화폐, 전자서명의 운용으로 인하여 유형계약의 법률규정은 웹상의 무형의 계약에 적용하기 어려우며, 따라서 무형의 웹상의 계약은 권리와 의무를 어떻게 확정할 것인가에 대한 명확한 규정을 확립할 필요가 있다.

셋째, Internet보급에 따라서 지식재산권분쟁이 나날이 증가하고 있으며, 이와 같은 법률체계는 어떻게 재정하며, 누가 재정하며, 어떠한 원칙에 따라서 준수하여야 하고 그 효력은 어떻게 보장할 것인가 하는 문제에 직면한다. 만약 성숙되고 통일된 법률계통으로 중재를 진행하지 못한다면 분쟁은 해결할 수 없을 것이다. 이와 같은 일련의 문제는 현재 관련 법률을 제정할 때 고려하여야 할 과제가 되고 있다.

넷째, 전자상거래는 금융결제, 신분보장, 전자거래의 기대와 소비자의 권익과 같은 일련의 법률규정에 대한 문제를 가져오고 있다. 전자상거래를 실현하고, 우수한 전자상거래 환경을 만들어 주는 것이 지속적으로 필요하다. 중국의 시장경제법제가 아직 완전하게 이루어지지 않은 상황에서 이와 같은 일련의 전자상거래법률을 제정하여 전자상거래에서 발생하는 각종분쟁을 해결하고 사기 등의 사건발생을 방지하는 것이 매우 필요하다. 따라서 향후 이러한 제반 부문을 포함하는 외에 전자지불제도와 전자상무규약을 제정하여 국제무역의 원만한 진행을 도모함과 동시에 수출입무역 관련 법률제도의 정비를 필요로 하고 있다.

다섯째, 표준화되고 통일된 규정이 아직 없다는 것이다. 현재 중국은 전자상거래와 관련된 안전 비밀보호, 인증 등 기술적인 수단과 표준규범의 제정 등의 측면에 있어서 신속한 진전이 없어 중국의 전자상거래 발전을 저해하고 있다. 장기적인 관점에서 볼 때, 표준과 규제는 전자상거래 발전에 매우 중요한 부분이다. 예를 들면 전자판권관리제도, 세수제도 등에 대한 것이다. 표준화는 웹의 교환에 유리할 뿐만 아니라 공정한 경쟁을 촉진한다. 하지만 중국이 현재 전자상거래발전에 대해서 오로지 관련기술표준과 관련법률정책이 제정되기를 기다리고 있는 상태이다. 따라서 전자상거래 표준과 관련한 법제의 마련이 요구된다.

이상에서와 같이 전자상거래분야의 특성상 국제적 협력은 매우 필요하며, 그 중에서도 한중 양국과 나아가 일본을 포함하는 동북아 지역국간의 전자상거래 협력부문은 주요한 과제가 되고 있다. 이에 따라 특히 한·중일 3국간의 전자상거래분야에서의 협력문제는 법제의 정비를 기반으로 하여 경쟁체제의

유지보다는 상호협력적 측면에서 전자상거래 활성화의 기반을 구축하는 것이 바람직하며, 여기에는 무엇보다도 상호이익을 그 근거로 하여 협력체제를 구축하는 것이 중요하다는 점이다. 또한 동북아지역을 중심으로 한 교역협력을 역사적 관점에서는 중국을 중심으로 이루어져 온 점을 부정하기가 어려운 점을 인식한다면 이제는 전자상거래분야의 새로운 기회를 맞이하여 우리나라를 중심으로 한 동북아지역 협력체제의 전개를 통하여 주도적인 위치에서 추진해 나갈 필요가 있다고 본다.

參 考 文 獻

- 권오홀, “인터넷과 남북경협 : 오프라인 대비 장단점과 경영전략,” 인터넷과 북한, 경남대 극동문제연구소/(주)하나로통신 편, 2000. 12.
- 문병주·김국희, “중국의 전자상거래 현황과 전망,” 전자통신동향분석, 제15권 제6호, 한국전자통신연구원, 2000. 12
- 박복재, “전자상거래 관련법 비교연구,” 1999년도 통상정보학회 학술발표대회 논문집, 한국통상정보학회, 1999. 7.
- 손경환, “전자상거래의 법적 문제,” 무역상무연구, 제11권, 한국무역상무학회, 1998. 2.
- 이영형, “동북아 국제관계의 지정학적 해석,” 동북아연구, 제5권, 경남대 극동문제연구소, 2000.
- 윤광운 외, 전자상거래론-EC와 국제무역-, 삼영사, 1999.
- 정완용, “전자상거래의 법적 문제점에 관한 고찰,” 경의법학, 제32권 제1호, 경의대학교 경희법학연구소, 1997
- 福永 康人, “일본의 기업간 전자상거래(B2B) 동행과 전망,” 동북아시아의 사이버 무역동향과 한·중·일 협력방안-2000년도 ASEM개관기념 사이버 무역 국제세미나 자료집, 한국통상정보학회, 2000. 7.
- He Chun, “중국의 기업간 전자상거래(B2B) 동행과 전망,” 동북아시아의 사이버 무역동향과 한·중·일 협력방안-2000년도 ASEM개관기념 사이버 무역 국제세미나 자료집, 한국통상정보학회, 2000. 7.
- 산업자원부·한국전자거래협회, 2001 전자상거래백서, 2001. 10.
- 한국인터넷정보센터·전자신문사, 인터넷연감 2000, 2000. 7
- 信息産業部政策法規司, 中華人民共和國信息産業法規匯編, 中國法制出版社, 2001.
- 梅紹祖 外 2, 電子商務法律規範, 清華大學出版社, 2000.
- 朱家賢·蘇号明, 法治网-網上糾紛·立法·司法, 中國經濟出版社, 2000.
- 周儀, 電子商務法律及案例, 中國國際廣播出版社, 2001.
- 姚立新, 電子商務透視, 京制管理出版社, 1999.
- 張平, 網絡知識產權及相關法律問題透析, 光州出版社, 2000.
- 中國企業家雜誌社 主編, 網羅財富—電子商務給我們帶來什麼?, 經濟日報出版社, 2000.
- 賈永軒 主編, 營銷網絡設置与管理, 經濟科學出版社, 1998.
- 郭 杼 主編, 數據庫直銷—21世紀最具潛力的營銷方式, 首都經濟貿易大學出版社, 2000.
- 李 琪 主編, 網絡貿易, 長春出版社, 2000.

- 王春和 等編著, 網絡營銷, 河北人民出版社, 2000.
- 屈云波 靳麗敏 編著, 網絡營銷, 企業管理出版社, 1999. 1.
- 錢世德 編著, 電子商務人們, 科學出版社, 1998年.
- 周黎明 著, 網絡淘金, 廣東人民出版社, 2000. 4.
- 甄玉金 彭志遠 主編, 新編實用法律辭典, 中國檢察出版社, 1998.
- 孫清平, “促進電子科技產業化爭取國際貿易主動權,” 外貿經濟, 國際貿易, 中國人民大學書報資料中心, 2000, 7.
- 劉滿達 “網絡商務案件管轄權的實証論析,” 國際法學, 中國人民大學書報資料中心, 2000.
- 游桂云, “電子商務的發展對我國的啓示,” 國際貿易問題, 2000年 第1期.
- 宋玉華 黃海英, “世貿組織爲網絡貿易免稅的背景 `效應与前景,” 國際貿易問題, 2000年 第2期.
- 李曉動, “電子商務—21世紀全球商務主導模式,” 國際貿易問題, 2000年 第3期.
- 姚立新, “電子商務下的國際貿易創新研究,” 國際貿易問題, 2000年 第3期.
- 劉永偉, “論電子商務的關稅問題,” 國際貿易問題, 2000年 第3期.
- 黃 沛, “中國電子商務网站面臨的問題及對策,” 國際貿易問題, 2000年 第6期.
- 黃海莫 宋玉華, “網絡營銷, 重在策略,” 南開管理評論(津), 1999年 第6期.
- 鄒家培, “應加強電子商務与稅收的研究,” 中國稅務報, 2000年5月.
- 胡 浩, “電子商務: 國際稅收新問題,” 中國財經報, 2000年3月.
- 王 佐, “電子商務与物流,” 經濟管理, 2000年 第5期.
- 夏秀瑞·孫玉琴, 中國對外貿易史(第1冊), 對外經濟貿易大學出版社, 2001. 3.
- 內田 貴, 電子商去來と法, NBL, No. 600~603, 1996. 9, 1-10.
- 井上秀雄, 古代朝鮮, 日本放送出版協會, 1977. 4,
- David Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*, Microsoft Press, 1997.
- E-Commerce Service for Internet Merchant, 'Ovum, 1999. 12.
- Great China Biz Access, <http://itchina.itfind.or.kr>.
- <http://www.cnnic.net.cn>
- <http://HD315.com>
- 전자신문

ABSTRACT

Regulation and Cooperation of of e-Commerce Market in China

Yun, Kwang-Woon

This paper aims to analyze the status and prospects of chinese e-commerce, review previous literature, and provide future direction for cooperation with far east asian area

This study deals with the reform, the open and entering WTO of China economy to suddenly change domestic IT industry, legal regulation of Chinese e-commerce market and cooperation with far east asian area.

Especially, Chinese e-commerce market is much developed in recently, but relative legal system is unsatisfactory. Therefore this paper research firstly the present conditions and characteristics of Chinese e-commerce market, secondly Chinese e-commerce policy and legal regulation tendency, thirdly the e-commerce activity between Korea and China, and cooperation with far east asian area.

Key Words : e-Commerce, Cooperation
