

라이브 방송, '누가' '누구' 물건 판매하는지 밝혀야!

<중화인민공화국 소비자권익보호 실시조례> 7월 1일부터 실시

최근에 발부된 <중화인민공화국 소비자권익보호 실시조례>가 7월 1일부터 시행된다. 일선 공무원 판공청 정책 정례 기자회견에서 시장감독관 리충국 책임자는 <조례>는 소비자 권익보호법의 첫 부대 행정법규로서 우리 나라 소비자 권익 보호사업의 발전 로정에 중요한 이정표적 의의를 갖고 있다고 소개했다.

소개에 따르면 최근 5년 동안 라이브 방송 전자상거래 시장 규모가 10.5배 증가했다. 동시에 판매 후 신고 증가폭이 47.1배에 달해 전통 전자상거래보다 현저히 높았다. 이는 발전과 규범이 아직 불균형하다는 것을 설명한다. 라이브 방송 판매에서의 허위 판매, 판매 상품과 홍보 상품의 불일치, 반품이 어려운 등 문제에 대해 <조례>는 새로운 규범을 내었다.

정보 공개를 강화하는 면에서 <조례>는 경영자가 인터넷, 텔레비전 방송, 전화, 배송 구매 등 방식으로 상품 서비스를 제공하는 경우 그 첫째지, 영상화면, 음성, 상품목록 등에 뚜렷한 방식으로 진실한 명칭과 표기를 해놓거나 설명해야 한다고 규정하였다. 시장감독관리총국 책임자는 라이브 방송 상품 판매 시 반드시

'누가' '누구'의 물건을 판매하는지를 똑똑히 밝혀야 한다고 강조하면서 이는 마케팅의 전제이고 최저선이라고 짚었다.

플랫폼 관리를 준비하는 방면에서 <조례>는 생방송 마케팅 플랫폼 경영자는 소비자 권익 보호 제도를 구축하고 완비하며 소비 분쟁 해결 기제를 명확히 해야 한다고 규정, 소비 분쟁 발생 시, 방송 플랫폼 경영자는 소비자의 요구에 따라 생방송 운영자, 생방송 마케팅 인원 관련 정보 및 관련 경영 활동 기록 등 필요한 정보를 제공하고 소비자의 권익 수호를 적극 협조하며 판매 후 체계를 확실하게 개선하여야 한다고 규정했다.

마케팅 행위를 규범화하는 방면에서 <조례>는 생방송 내용이 상업 광고를 구성할 경우 <광고법>의 관련 규정에 따라 광고 발포자, 광고 경영자 또는 광고 대변인은 의무를 이행하여야 한다고 규정, 또한 규범성 문건인 <인터넷 생방송 마케팅 관리방법>중의 관련 내용을 법정 의무로 승화시킴으로써 플랫폼, 생방송실과 진행자 모두 '책임이 있다'는 것을 명확히 했다.

처음으로 '빅 데이터 분석을 리용한 부동산 가격 실시' 문제 규범

허위 마케팅, '빅 데이터 분석을 리용한 부동산 가격 실시', 자동 요금 지불, 환불난... 등은 플랫폼을 경제 발전과 함께 소비자 권익 보호가 직면한 새로운 문제이다.

지난해 전국 인터넷 소비 신고는 전체 소비 신고의 56%를 차지해 소비자 획득감에 영향을 미치는 중요한 요인이 됐다.

인터넷 소비에 존재하는 문제에 비추어 <조례>는 소비자의 알권리와 선택권을 더욱 잘 보장하기 위해 '교역 기록 위조해 판매 신용 높이기', '기위 팔기', '빅 데이터 분석을 리용한 부동산 가격 실시'를 금지하고 '자동 요금 지불'을 규범하며 '무조건 환불'을 보장하는 등 일련의 새로운 규정을 내었다.

'빅 데이터 분석을 리용한 부동산 가격 실시' 면에서 <조례>는 소비자가 모르는 상황에서 동일한 상품 서비스에 대해 동등한 거래 조건으로 부동산 가격 또는 비용 수취 기준을 설치해서는 안된다고 규정, 우리 나라가 행정법규에서 차별화된 가격 책정을 규범화한 것은 이번이 처음이다.

처음으로 소비자한테 계약해제권 부여

선불식 소비를 규범화하는 것도 이번 <조례> 랍법의 중점으로서 주로 서면계약, 계약대로 리행 강화, 사중 지지를 명확히 하는 3가지 방면에서 경영자의 의무를 한층 더 강화하였다.

특히 언급되는 점은 경영자가 상품 품질을 낮추어 눈가림하기, 서비스 질, 범위 등을 감소하는 상황에 대하여 <조례>는 처음으로 소비자에게 계약해제권을 부여하고 또한 경영자가 반환해야 할 것은 선불금의 잔액만이 아니라 계약 리행 상황과 위약 상황에 근거하여 정해야 한다고 규정한 것이다. 경영자가 주관적인 잘못이 없어도 계약을 리행할 수 없거나 소비자의 계약 리행 원가를 증가시킬 시엔 소비자한테 계약해제권을 부여한다.

강조해야 할 것은 <조례>는 선불식 소비를 위해 전문 벌칙을 내오고 각 관련 행정부서에서 처벌을 진행할 것을 명확히 했다는 점이다. 먼저 돈을 받은 후 도망간 경우 법에 따라 엄중 위법 신용상실 명단에 포함시킨다.

/ 신화넷

중국, 7년 연속 화물무역 제1대국 지위 유지

12일, 상무부 대외무역사에 따르면 2023년 중국의 수출 국제시장 점유율은 14.2%로 연속 7년간 화물무역 제1대국의 지위를 유지했다. 세계경제가 어렵게 회복된 대배경하에서 중국은 국제시장 점유율의 총체적인 안정을 유지하며 비교적 강한 발전 근성을 보여주었다.

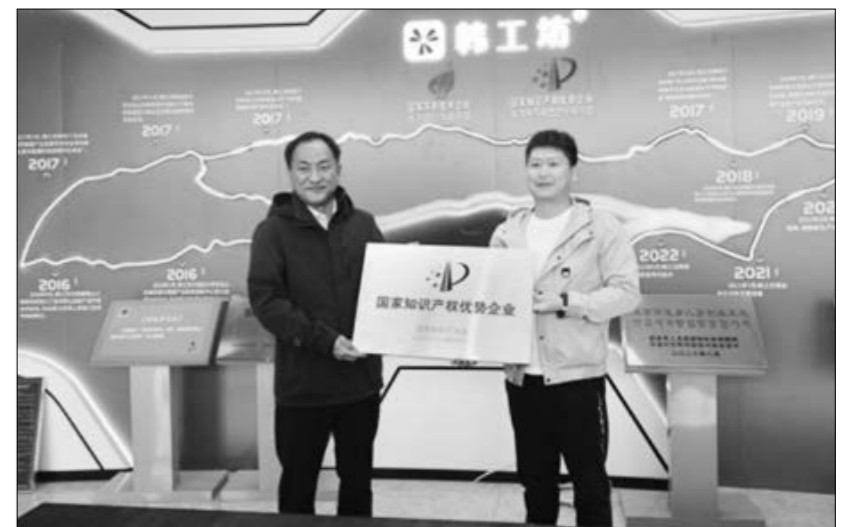
4월 10일 (현지시간), 세계무역기구(WTO)가 2023년 글로벌 화물무역 데이터를 발표한 데 따르면 2023년 세계 수출총액은 23.8만억 달러로 4.6% 감소한 것으로 나타났는데 이는 세계 화물 수출이 2021년과 2022년 2년 연속 증가한 데 이어 3년 만에 처음으로 감소한 것으로 된다.

이런 배경에서 중국의 수출 국제시장 점유율은 14.2%로 연속 7년

간 화물무역 제1대국의 지위를 유지했다. 2023년 중국의 수출입은 5.94만억 달러로, 그중 수출액은 3.38만억 달러로 국제시장 점유율이 14.2%, 2022년과 같은 수준으로 15년 연속 세계 1위를 유지했으며 수입액은 2.56만억 달러로 국제시장 점유율이 10.6%, 2022년 대비 약간 증가해 15년 연속 세계 2위를 유지했다.

안정적인 수출입 시장 점유율은 생산 공급 사슬의 부대 집성 우세와 지속적인 혁신 능력에 의거해 중국의 각종 량질 제품이 국제시장의 환영을 받고 있음을 충분히 보여주고 있다. 동시에 최대 규모 시장의 우세에 의거하여 중국의 수입도 각국의 경제 발전에 강력한 동력을 제공하였다. / 신화사

연길시 3개 기업 '국가지적재산권우세기업' 입선



연길시의 연변항공방건장제품유한회사, 연변과원신에너지과학기술유한회사, 길림연초공업유한책임회사가 일선 국가시장감독관리총국이 발표한 '2023년도 국가지적재산권우세기업' 명단에 들었다. 16일, 연길시시장감독관리국은 이 3개 기업에 '국가지적재산권우세기업' 영예간판을 발급했다.

'국가지적재산권우세기업'은 국가와 본 지역의 중점 발전 산업 분야에서 중대, 중점 산업 발전 프로젝트를 담당할 수 있는 능력, 자주적 지적재산권 능력을 구비하고 지적재산권 보호와 응용을 적극 전개하며 전면적인 지적재산권 관리 제도와 기제를 구축하여 지적재산권 종합실력을 갖춘 기업을 말한다. '국가지적재산권우세기업'은 기업 능력, 특히 보유량, 특허 응용 전 등 방면에 대한 종합 평가심사를 거쳐 산생된다.

연변항공방건장제품유한회사는 인삼설비 연구개발, 인삼 가공공예 등 방면에서 자주적 지적재산권 40여개를 보유, 연변과원신에너지과학

기술유한회사는 자동차 에어컨부품, 공기 정화 소독 장치, 공업 알루미늄 합금형체, 몰드(模具) 기술 설계제조 등 면에서 자주적 지적재산권 18개를 보유하고 있으며 길림연초공업유한책임회사는 자주적 지적재산권 유호 특허 270여개를 보유하고 있다. '국가지적재산권우세기업'으로 신규 인정받은 이 3개 기업은 지적재산권과 기업의 발전을 확실하게 결합시켜 모두 자주적 지적재산권 능력을 지닌 동시에 그 제품들이 넓은 시장 전망을 가지고 있다.

최근년간 연길시시장감독관리국은 지적재산권 우세기업, 시범기업 육성사업을 부단히 추진해왔다. 광범한 선전, 중점 훈련을 통해 기업의 혁신 열정을 불러일으키고 기업의 지적재산권 종합 응용 능력을 향상시키며 지적재산권 경쟁 우세를 다그쳐 형성하고 기업의 혁신 발전을 효과적으로 지원함으로써 연길시의 지적재산권 강시(强市) 건설에 좋은 기초를 다져놓았다. / 김영자기자 / 사진 연길시당위선전부 제공

대외무역의 '진강경험', 민영기업 수출입 본보기로

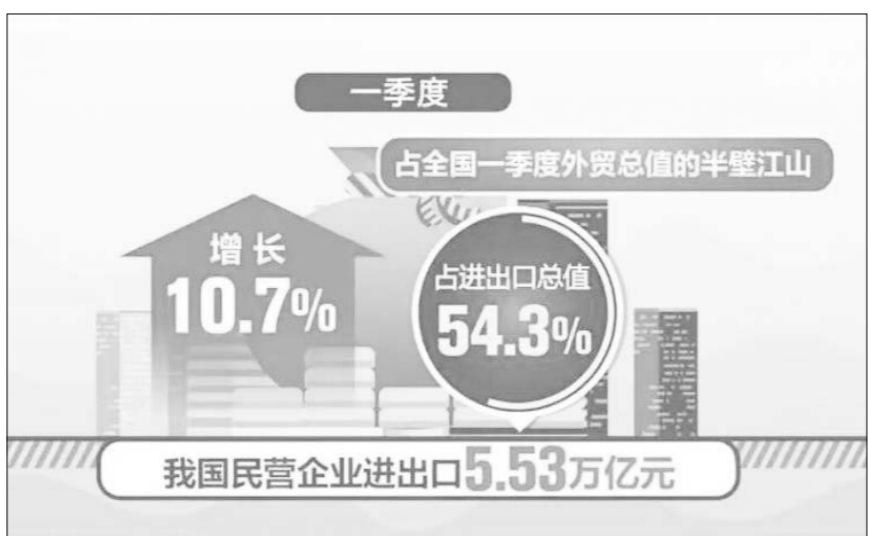
해관총서에 따르면 1분기 우리나라 수출입 규모는 사상 동기 처음으로 10만억원을 돌파, 성장 속도가 6개 분기이래의 최고치를 기록했다. 그중 민영기업의 1분기 수출입액이 5.53만억 원으로 10.7% 성장, 수출입총액의 54.3%를 차지하면서 1분기 대외무역 총액의 '반벽강산'을 차지하였다.

'진강경험'

민영경제는 중국식 현대화를 추진하는 역군이며 고품질 발전의 중요한 기초이다. 우리 나라 민영경제 출발지의 하나인 복건성 진강시(천주시 대리 관리시)는 현재 9만 6,000개의 민영기업을 보유, 그 수량은 당시 기업의 97% 이상을 점하며 그 생산액, 세수, 일자리가 차지하는 비율은 모두 90%를 초과한다.

천주해관에 따르면 1분기 진강의 대외무역 수출입액은 218.3억 원으로 동기 대비 40.5% 성장하여 전국의 성장 속도보다 35.5% 높았다. 그중 진강 민영기업의 수출입액은 164.7억 원으로 동기 대비 46.2% 증가했다.

세계를 돌아보면 수염복 100벌중 30벌은 진강에서 나왔고 우산 3개중 1개는 진강에서 생산된 것이며 진강의 운동화 생산량은 세계시장의 20%, 외벽 도자기는 전국의 60%를 차지한다... 진강 사람들은 분투 속



에서 혁신하고 혁신 가운데서 발전하고 있다.

2023년 6월, <역내 포괄적 경제 동반자 협정>(RCEP)은 15개 서명국에 대해 전면적으로 효력을 발생, 중국의 민영기업이 국제경쟁력을 제고하는 데 진일보 도움을 주고 있다. RCEP은 당면 세계적으로 인구를 가장 많이 포섭하고 경제무역 규모가 가장 큰 자유무역협정으로서 소속 역내 90% 이상의 화물무역은 최종 0관세를 실현한다.

천주시 관할구역내의 민영기업에 대해 심입 료해하고 기업이 대외무역 정책의 보너스를 잘 사용하도록 지도해온 천주해관 일선 관원 엄비령은 "진강 민영기업의 가장 큰 특징

은 바로 장기적으로 하나의 제품에 전념하여 진정으로 '전문화, 정밀화, 특색화, 참신화'를 실현한 것이다."라고 소개하면서 1분기 전 천주시 RCEP 원산지 증서의 신청량은 1,074건에 달해 동기 대비 18.28% 증가하고 비자 화물가치는 3.5억 원을 넘어섰다고 말한다. 다시 말하면 이는 천주의 대외무역기업은 수입국으로부터 530만 원이 넘는 관세 감면 및 양도 혜택을 받음을 의미하는데 천주의 수혜 기업은 200여개 대외무역기업에 이른다.

진강의 많은 민영기업은 '진강경험'의 실천자이자 수혜자이다. '진강경험'의 인도하에 649 평방키로메터에 불과한 진강은 중국 신발도시, 세계

잡바도시 등 15개 지역 브랜드, 46개 유명 브랜드를 갖고 있으며 여러 부동한 분야에서 중외에 명성을 떨치고 있는 진강 민영기업은 중국의 업종 본보기로 발전, 장대해졌다.

진강으로부터 시작되었지만 진강에 그치지 않았다. 현재 천주시의 각 시, 현에서는 '진강경험'의 공명 속에서 민영경제와 사회발전이 협동발전하고 있다.

천주시의 석사시에는 현재 1만여개의 민영기업이 있고 역대 생산액 민영기업이 228개, 민영경제 생산액은 전 시 경제총량의 90%를 차지한다. 천주시 남안시의 민영경제는 무에서 유어로, 약하던 데로부터 강하게 발전하여 전 시 90%의 세수, 95%의 지역총생산, 90%의 기술혁신 성과를 기여하였다. 천주시의 안계현은 80% 이상의 세수, 70% 이상의 지역총생산액과 90% 이상의 연구개발 혁신, 도시 일자리, 기업수 모두가 민영경제에서 온다... 2023년 7월, "진강경험"을 부단히 혁신하고 발전시킨다."는 <민영경제 발전의 장대를 추진할 데 관한 중공중앙 국무원의 의견>에 기입되었다. 2024년 첫 근무일, 국가발전개혁위원회는 '첫 회의'로 진강에서 '진강경험'을 혁신 발전시켜 민영경제의 고품질 발전을 촉진할 데 관한 대회를 소집했다. / 중앙 TV 방송넷

제 4 회 중국국제소비재박람회 아이디어 제품들 인기

제 4 회 중국국제소비재박람회(CICPE)가 큰 주목을 받고 있다. 박람회 기간 세계적 회계법인 KPMG가 발표한 보고서에 따르면 리성적 소비라는 대환경에서 소비자는 제품 자체의 품질과 경험을 더 중요시하는 것으로 나타났다.

중국국제소비재박람회는 아태지역에서 규모가 가장 큰 소비제품전시회로 알려져 많은 브랜드들이 이곳을 신제품의 선발지로 선정한다.

물을 넣지 않고도 옷감이 상하지 않고 척척 잘 다려지게 하는 다리미, 안마 기능이 있는 깔창, 머리만 대면 잠이 오는 '숙면뿔', 옷에 묻어도 지워지는 크레용... 생활 속 불편한 점을 효과적으로 해결한 기발한 아이디어 제품이 소비자의 체험과 구매욕을 불러일으켰다.

디지털 및 서비스 소비 전시구역에서는 '지시한 대로 움직이는' 과대신



비(科大讯飞) 주식유한회사의 AI 청소 로봇—작업 도중 액체 얼룩을 만나면 자동으로 후진해 바닥을 닦은 뒤 다시 청소를 이어가는 청소 로봇이 많은 바이어들의 발길을 사로잡는다.

질강성 전시관에서는 100년 역사를 가진 전통 명가 브랜드인 '왕성기' 부채가 인기를 끌었다. 이 부채는 우산 기능을 겸비하고 있어 물에 닿아도 찢어지지 않을 뿐만 아니라 시, 서예, 그

림 등 전통적 문화 요소를 가미해 살짝 흔들면 먹향이 은은하게 퍼진다. "좋은 제품이라면 혁신에 대한 모색을 통해 소비자의 취향 신호를 '캐치'해야 한다." 항주 왕성기부채유한회사 관계자는 부채의 크기와 자체 성능 및 예술적 스타일 모두 오래된 부채에 생기를 불어넣는 요소로 작용했다고 설명한다.

소비시장의 변화는 중국 경제 운영의 핵심으로 떠올랐다. 국가통계국이 16일 발표한 통계에 따르면 1분기 사회소비재 소매판매 총액은 12조원을 돌파, 1인당 서비스 소비지출은 전년 동기 대비 12.7% 확대됐다.

국가통계국 부국장 성래운은 중국 각지에서 소비 브랜드를 구축하고 소비 여건을 개선하고 있어 '항후 중국 소비시장이 더욱 좋아질 것'이라고 진단했다. / 신화넷

금값 상승세 지속, 금약세사리 환매해도 될까?

금값이 지속적으로 상승함에 따라 황금 환매가 크게 증가했다. 많은 금가게들에서는 황금 환매 업무를 시작했는데 일부 소비자들은 수중에 있는 금을 현금화해야 할지 고려하고 있다.

황금 환매가격 어떻게 확정 할까?

20년간 황금 환매에 종사해온 장선생은 황금을 구매할 때의 가격 차이는 주로 공예에서 체현되는 반면 환매는 일시동인한다고 말했다. 정규적인 금가게에서 구입한 금괴라면 금값이 모두 동일하므로 당일 금값 (당일 실시간 금값 - 수수료 = 금괴 회수가격)을 참고해야 한다. 중국공상은행 한 지점의 황금 환매사에 따르면 중국공상은행의 금 환매 정책은 상해황금거래소 AU99.99 황금 견적을 기준으로 그 람당 4원의 수수료를 덜어내는데 바로 고객이 실시간으로 입금한 환매가격이라고 한다. 중국농업은행이 환매할 수 있는

황금은 본은행의 자체 상품으로서 환매가격은 당일 금거래소 견적에 따라 조정되며 구체적으로는 당일 상장된 가격을 기준으로 한다.

황금 환매는 정규적인 상가 선택해야

중국농업은행의 한 지점 직원은 환매 시 제품 포장이 온전해야 하고 환매증명서, 구매 시 거래증명서 등 자료가 온전해야 한다고 말했다. 이 은행은 환매할 때 구매 상품권, 금포장 및 전체 제품의 외관을 확인한다. 환매 수요가 있는 고객은 환매 취급 시 원활한 처리를 위해 신분증, 농업은행카드, 황금제품, 제품인증서 및 구매증빙을 지참해야 한다.

전문가들은 금환매시장에 상가들이 많아 자칫 잘못 선택할 수 있으므로 일반인의 경우 정신을 똑바로 차리고 낮은 가격만 추구하지 말고 허위선전을 경계해 권익을 보호해야 한다고 조언했다. / 인민넷 - 조문판