



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

중국 크로스보더 전자상거래
세금개혁과 중국기업의 대응방안에
관한 연구

濟州大學校 大學院

貿易學科

吳 培 妍

2020年 8月

- 1 -

중국 크로스보더 전자상거래
세금개혁과 중국기업의 대응방안에
관한 연구

指導教授 洪 在 成

吳 培 妍

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

2020年 6月

吳培妍의 經營學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 _____ ①

委 員 _____ ①

委 員 _____ ①

濟州大學校 大學院

2020年 6月

A Study on the Reform of China's
Cross-border E-commerce Tax System and
Chinese Enterprises' Strategies

Pei-Yan Wu
(Supervised by professor Jae-Sung Hong)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of
Master of Business Administration

August. 2020.

This thesis has been examined and approved.

.....
.....
.....

August. 2020

Department of International Trade
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	1
제2절 연구 방법 및 범위	2
제2장 중국 크로스보더 전자상거래의 이론적 배경 및 선행연구	4
제1절 중국 크로스보더 전자상거래의 개요	4
1. 크로스보더 전자상거래의 개념	4
2. 중국 크로스보더 전자상거래 모델의 분류	7
3. 중국 크로스보더 전자상거래의 운영 흐름	8
제2절 중국 크로스보더 전자상거래의 출현과 발전	9
1. 중국 크로스보더 전자상거래의 출현	9
2. 중국 크로스보더 전자상거래의 발전	11
제3절 선행연구	17
제3장 중국 일대일로 정책 중 크로스보더 전자상거래의 세계개혁	26
제1절 중국 일대일로 정책	26
제2절 중국 일대일로 정책 중 크로스보더 전자상거래의 법률	30
제3절 중국 일대일로 정책 중 크로스보더 전자상거래의 세계 개혁	33
1. 크로스보더 전자상거래에 포함된 세금 정책	34
2. B2C 크로스보더 전자상거래 세금 개혁의 주요 내용	36
3. 크로스보더 전자상거래 수입상품의 화물 속성	39
4. 크로스보더 전자 상거래 수입품에 대한 체크리스트 관리	40
5. 세계 개혁이 B2C 국제 전자상거래 발전에 미치는 영향	42
제4장 중국 전자상거래 기업에 대한 영향 및 방안	45
제1절 중국 전자상거래 기업에 대한 사례분석	45

1. 넷이즈 카오라 해외쇼핑 (网易考拉海購)	45
1) 소개	45
2) 비즈니스 모델 분석	46
2. 징둥 월드와이드 (京東全球購)	48
1) 소개	48
2) 비즈니스 모델 분석	49
제2절 중국 전자상거래 기업 사례를 통한 영향 및 방안	50
1. 세계 개혁이 넷이즈 카오라 해외쇼핑에 미치는 영향 및 대응방안	50
1) 조세부담변동이 넷이즈 카오라 해외쇼핑에 미치는 영향	50
2) 포지티브리스트가 넷이즈 카오라의 해외쇼핑에 미치는 영향	53
3) 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 대응방안	56
2. 세계 개혁이 징둥 월드와이드에 미치는 영향 및 대응방안	62
1) 조세부담 변동이 징둥 월드와이드에 미치는 영향	62
2) 포지티브리스트가 징둥 월드와이드에 미치는 영향	65
3) 징둥 월드와이드에 대한 방안	67
제3절 세계 개혁정책 시행 후 B2C 중국 전자상거래 기업 발전방안	68
제5장 결론	73
참고문헌	75
Abstract	80

<표 목 차>

<표 2-1> 선행연구 정리	24
<표 3-1> 세금관련 정책 정리	35
<표 3-2> 크로스보더 전자상거래 소매 수입 세금개혁 전후대비	39
<표 4-1> 수직 비교	51
<표 4-2> 수평 비교	53
<표 4-3> 포지티브리스트가 넷이즈 카오라 해외쇼핑에 미치는 영향 SWOT 분석	56
<표 4-4> 세금 개혁 이전에 주요 B2C 크로스보더 상거래 관측방식	57
<표 4-5> 2016년 3월 넷이즈 카오라 해외쇼핑 화장품류 SKU 변화	59
<표 4-6> 세계개혁 전후 세율 변화	63
<표 4-7> 화장품 소매 수입세 부담 변화	64
<표 4-8> 세계개혁 전후 3가지 수입 패턴 변화	65
<표 4-9> 포지티브리스트가 징동 월드와이드에 미치는 영향 SWOT 분석	67

<그림 목차>

<그림 2-1> 전통 무역 흐름도	8
<그림 2-2> 크로스보더 전자상거래 흐름도	9
<그림 2-3> 크로스보더 전자 상거래 작업의 기본 절차	9
<그림 2-4> 중국 수출입 총액 및 성장률	10
<그림 2-5> 2013-2018년 크로스보더 전자상거래 시장거래 규모	15
<그림 2-6> 2013-2018년 중국 크로스보더 전자상거래 규모 수출입 구조	16
<그림 3-1> 세계 개혁 전·후 전자 상거래 소매 수입세 정책 비교	38
<그림 4-1> 보세 수입 모델 흐름도	46
<그림 4-2> 징동 월드와이드 업무 발전 과정	49
<그림 4-3> 넷이즈 카오라 해외쇼핑 2016년 3월 각 품종 SKU 확장 수량	58

제1장 서론

제1절 연구 배경 및 목적

중국에서 1978년부터 개혁개방 정책을 실행한 이후, 중국 국민의 생활수준이 보편적으로 높아졌다. 국가 경제력이 높아지고 점차 세계경제 물결 속에 융합되고 있다. 2000년 후에 컴퓨터와 통신 기술이 급속히 발전하면서 특히 인터넷 사용자가 급격히 증가함에 따라 인류는 인터넷 시대에 접어들었고 쇼핑·교제 등의 인터넷 활동이 빠르게 발전하면서 사람들의 생활방식도 바뀌게 되었다. 또한 유행을 따르는 것이 사람들의 새로운 선택으로 되었다. 제43회 중국 인터넷발전상황 통계보고서¹⁾에 따르면 2018년 12월까지 중국 네티즌은 8억 2900만 명 정도였고 인터넷 보급률은 59.6%였다. 인터넷쇼핑 고객은 6억 1000만 명 정도로 2017년 보다 14.4% 증가했다. 이런 배경에서, 전자상거래는 전통적인 상거래와 비교할 때 편리성과 직관성으로 인해 무역 시장을 빠르게 점령했다. 따라서 전통적인 무역회사는 전자상거래로 점차 전환했다.

크로스보더 전자상거래는 중국 경제의 지속한 발전에 긍정적인 영향을 미친다. 중국도 크로스보더 전자상거래의 중요한 역할을 깨달았고 크로스보더 전자상거래 개발을 지원하기 위한 일련의 정책을 제정했다. 행우세 정책에 따라 B2C 크로스보더 전자상거래에 대해 세금을 징수하였는데 이는 국가세금이 대량으로 유실되게 하여 재정수입에도 영향을 주고 일반 무역기업도 불공정 경쟁이 벌어지게 되었다. 중국의 일부 전문가와 학자들은 B2C 크로스보더 전자상거래는 회색 산업이라고 생각한다. 이윤의 상당 부분은 탈세와 탈세로 인해 발생하기 때문이다. 이런 현상은 중국 세금의 손실을 야기할 뿐만 아니라 과거의 일반 무역을 통해 수입된 일부 전통적인 대외 무역 기업을 유도하여 세금 회피 목적으로 경제 활동을 인터넷으로 이전할 수 있게 한다. 세계 전자상거래 산업의 발전과 관련하여 중국 정부는 “One Belt, One Road”²⁾라는 좋은 정책을 제시했다. 이는 크로스

1) 『第43次中國互聯網發展狀況統計報告』, China Internet Network Information Center, CNNIC, 2019

2) 일대일로(一帶一路, One belt, One road): 일대일로란 중국 주도의 ‘신(新) 실크로드 전략 구상’으로, 내륙과 해상의 실크로드경제벨트를 지칭한다.

보더 전자상거래와 관련된 문제의 연구 및 개발에 대해 큰 의미가 있다.

이러한 배경에서 2016년 3월 24일 재정부, 세관 총서, 국가세무총국이 발표한 '국제 전자상거래 소매 수입 조세 정책에 관한 통지'³⁾는, 종전에 무분별하게 여러 유형의 국제전자상거래 발전을 장려 하던 데로부터 국제전자상거래 기업과 B2B 모델만 격려하는 국제전자상거래 기업으로 변화하여 B2C 국제전자상거래 감독 관리를 날로 엄격히 했다.

본 논문은 중국의 크로스보더 전자상거래 세제(세금제도) 개혁정책을 연구하여 전자상거래 산업발전의 추세에 미치는 영향을 분석하고, 중국 전자상거래 기업에 미치는 영향 및 방안을 도출하고자 하는 것이 목적이다. 본 논문을 통해서 대중이 크로스보더 전자상거래에 대해 더 잘 알고 크로스보더 전자상거래 플랫폼을 잘 활용하여 수입 및 수출 무역에 참여할 수 있도록 한다. 중국의 크로스보더 전자상거래는 중국경제 발전을 촉진하고 더 좋은 방향으로 개발될 수 있다. 연구와 분석을 통하여 크로스보더 전자상거래 기업과 투자자, 소비자들이 올바르게 이성적인 인식을 하고 B2C 크로스보더 전자상거래 업종의 세수감독관리정책과 장래의 발전추세를 알고 과학적이고 효과적인 조치를 취해 세무개혁 새 정책이 가져온 변화와 충격을 대응할 수 있도록 한다.

제2절 연구 방법 및 범위

본 논문은 전자상거래 관련 2차 자료와 국내외 학자의 연구논문을 중심으로 문헌연구와 사례연구를 하였다. 중국 정부가 발행한 "일대일로"전략 중 전자상거래 및 크로스보더 전자상거래 산업의 관련 법률, 세금규정에 대해 분석하였고, 중국 전자상거래 업체의 사례분석을 통해 대응방안을 제시하였다. 이와 관련하여 본 논문은 총 5장으로 구성되었다.

제1장은 서론으로 연구배경, 연구목적, 연구방법을 서술하였다.

제2장은 이론을 기반으로 크로스보더 전자상거래의 개념, 특성, 분류 및 운영 흐름에 대해 고찰하고 선행연구를 서술하였다.

제3장은 일대일로 정책 중, 중국 크로스보더 전자상거래의 법률과 세금정책을

3) 財政部, 海關總署, 國家稅務局, 『關於電子商務零售進口稅收政策的通知』 2016.04.08

분석하였다.

제4장은 크로스보더 전자상거래업체의 사례분석을 통하여 기본정보, 세금정책에 미치는 영향을 분석하고 대응방안을 제시하였다.

제5장은 본 논문의 결론을 정리하여 서술하였다.

제2장 중국 크로스보더 전자상거래의 이론적 배경 및 선행연구

제1절 중국 크로스보더 전자상거래의 개요

1. 크로스보더 전자상거래의 개념

크로스보더 전자상거래는 서로 다른 관세영역의 개인 또는 기업이, 인터넷 및 관련 정보 플랫폼을 통해 실현된 거래이며 지불 플랫폼에 대한 지불계산, 상품운송 및 거래완료를 위한 국제무역 활동을 의미한다.⁴⁾

크로스보더 전자상거래의 협의적 해석은 국경 간 소매이다. 이 거래의 주체는 서로 다른 국가에 속하며, 인터넷을 통해 교역을 완성하고 결제를 진행하며, 상품을 소포 우편 및 특급 우편을 통해 국제 물류로 구매자에게 배송한다.

넓은 의미에서는 국제 무역 전자상거래이며, 전통적인 수출입 무역을 전자상거래 형식인 온라인으로 진행하며 국제 물류 배송을 통해서 무역 거래하는 국제 무역 활동이다.

더 심도 있는 관점은 전통적인 국제무역 상거래가 네트워크화, 전자화 및 디지털화의 형식으로 변화되고 수출입 무역 중에 응용되는 것이다. 전자 자금 이체(electronic funds transfer; EFT)⁵⁾, 온라인 데이터 전송, 전자 운송문서 및 기타 활동을 포함한 것이다.

크로스보더 전자상거래는 인터넷을 기반으로 개발되며 사이버 공간은 웹에 연결된 주소와 암호로 구성된 가상의 객관적인 세계이며 일반 공간이 아니라 물리적 공간과 관련된 새로운 공간이다. 크로스보더 전자상거래는 사이버 공간의 고유한 행동패턴과 가치관에 깊은 영향을 받고 고유한 특성을 보여주고 전통적인 업무와 차별화 될 수 있는 것이다.

4) 王超, 『“一帶一路” 下跨境電商便利化發展的機遇與挑戰』, 北京郵電大學, 2017, p.5

5) 전자 자금 이체(electronic funds transfer; EFT): 지급인과 수취인 사이에 자금을 지급할 목적으로 금융회사 또는 전자금융업자에 개설된 계좌(금융회사에 연결된 계좌에 한한다)에서 다른 계좌로 전자적 장치에 의하여 자금을 이체하는 것을 말한다.

크로스보더 전자상거래의 특징은 다음과 같다.

1) 글로벌화 (Global Forum)

인터넷이 있는 한 전자상거래는 전 세계 어느 곳에서나 발생할 수 있으며 소포 배달과 같은 물류를 통해 세계의 다른 쪽 끝으로 보낼 수 있다. 인터넷 때문에 이러한 방식으로 크로스보더 전자상거래를 위한 글로벌 캐릭터가 탄생했다. 그러나 여러 국가의 문화, 정치 및 법률의 차이로 인해 크로스보더 전자상거래는 위험도 초래한다.

2) 무형성 (Intangible)

크로스보더 전자상거래는 인터넷을 통해 단기간에 완료될 수 있기 때문에 전송된 서비스 및 제품은 네트워크를 통해 여러 데이터 패킷을 보내면 되고 TCP / IP 통신 프로토콜을 통해 소비자에게 보낼 수 있다. 그 형식은 무형이므로 관련 당국이 거래 활동의 내용을 파악하고 감독하기가 어렵다고 한다.

3) 익명성 (Anonymous)

전자상거래에서는 익명 거래가 허용되며 온라인 거래 소비자는 거래 중 실제 신원을 사용하지 않는 경우가 많고 전자상거래는 또한 전 세계적이고 무형적이어서 그 지리적 위치와 신원을 판단하기가 어렵다. 신분을 숨기기 편리하기에 이는 가상세계에서의 자유와 책임의 비대칭을 초래하며 판매자가 신분과 주소를 숨기고 있어 해당 부서는 그 진정한 위치를 알기 어렵다. 전자상거래의 익명성은 납세자들이 탈세지 금융기관과 온라인 되어 조세감독을 회피할 수 있다.

4) 즉시성 (Instantaneously)

크로스보더 전자상거래는 인터넷을 통해 주문, 지불 및 배송 조치를 즉시 완료

할 수 있으며, 즉시 완료, 즉시 취소 및 즉시 변경할 수 있다. 이런 즉시성은 거래의 임의성을 초래하고, 관련 부서는 통제와 감독이 어려우며, 게다가 조세징수 관리부서의 기술이 낙후하여 세금 징수가 어렵다.

5) 무서류 (Paperless)

종이(거래 문서)가 없는 것은 전자상거래의 주요기능 중 하나다. 전자 거래에서 전통적인 거래의 서면 계약서 및 결제 메모와 같은 일련의 종이는 (거래 문서)는 전자 계약 및 전자 시안으로 대체된다. 사용자는 인터넷을 통해 매체로 전자 정보를 수신 또는 전송하며, 전체 정보 송수신 프로세스는 데이터 전송이므로 종이를 사용하지 않는다. 페이퍼리스의 긍정적인 영향은 용지 제한 없이 정보를 전송하고 효율성을 높이는 것이다. 그러나 전통 법규의 많은 규범들은 모두 종이 문서를 기반으로 하기 때문에 종이 없는 거래는 원래 거래 순서를 변경하여 어느 정도 혼란을 야기 시킨다.

6) 급진성 (Rapidly Evolving)

크로스보더 전자상거래는 인터넷 네트워크 시설과 해당 소프트웨어 프로토콜에 의존하며 디지털제품은 끊임없이 변화하고 있고 기술은 전례 없는 속도로 빠르게 진화하고 있다. 그러나 각국은 사회의 안정을 위해 법의 연속성과 안정성을 유지할 것이며, 현재 법률은 전통적 무역에 기반을 두고 있으며, 끊임없이 변화하는 네트워크 거래를 세무법의 규범에 통합하는 방법은 세무 부서의 새로운 주제로 되고 있다. 입법자들은 네트워크 개발에 세심한 주의를 기울여야 하며 크로스보더 전자상거래는 특별 유형에 따라 적절한 관련 법률과 규정을 수립해야 한다.⁶⁾

6) 徐萌萌. 中國跨境電商發展的現狀及問題研究. 安徽大學, 2016, pp.8-9

2. 중국 크로스보더 전자상거래 모델의 분류

1) 상품 운송 방향에 따라 분류

크로스보더 전자상거래는 상품 운송의 분류에 따라 수입 크로스보더 전자상거래 기업, 수출 크로스보더 전자상거래 기업 및 하이브리드 크로스보더 전자상거래 기업 등 세 가지로 분류할 수 있다.

2) 거래 모델의 분류

(1) B2B 모델

B2B 모델은 인터넷을 통해서 상품, 정보 등을 거래하는 회사 간의 비즈니스 행동 패턴이다. 예를 들어, 알리바바의 하이타오 운영 모드는 중소기업 간 비즈니스 수행을 위한 전자상거래 플랫폼이다. B2B 모델은 현재 크로스보더 전자상거래 비즈니스를 위한 대부분의 중국 플랫폼 중에서 선택되며 대표적인 플랫폼은 하이타오 네트워크, 세계 공장 네트워크, 둔황 네트워크, 중국제조 네트워크 등이다.

(2) B2C 모델

B2C 모델은 인터넷을 통해 기업과 소비자 간의 상품 및 서비스 거래를 위한 비즈니스 모델이다. 예를 들어, 판커칭핀(凡客誠品)⁷⁾, 징둥(京東)⁸⁾, 티몰 슈퍼마켓(天貓超市)⁹⁾ 등이다. B2C 모델은 자체 브랜드 이미지 생성에 더 많은 주의를 기울인다.

7) 판커칭핀(凡客誠品): 중국 의류 인터넷 쇼핑사이트 이다.

8) 징둥(京東): 중국 웹서비스 회사이다. 가전·PC·가구·의류·식품·도서 등의 상품을 인터넷으로 판매하고 있다.

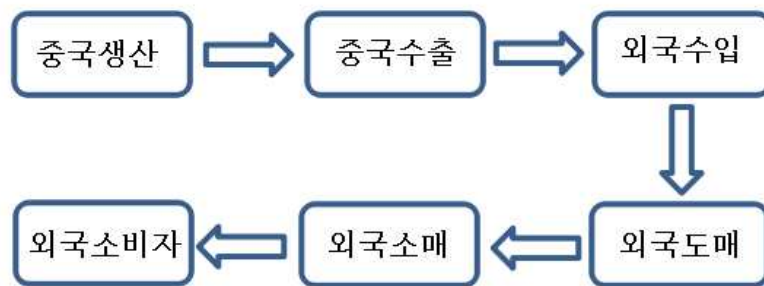
9) 티몰 슈퍼마켓(天貓超市): 중국의 온라인 슈퍼마켓. 한국의 이마트몰처럼 중국에서도 인터넷으로 주문하면 배송이 오는 온라인 슈퍼마켓이다.

(3) C2C 모델

개인도 독립상가로 될 수 있는 C2C모델은 인터넷 거래 플랫폼을 매체로 사용하여 소비자와 상품 또는 서비스를 거래하는 비즈니스 모델이다. 예를 들면, 타오바오¹⁰⁾는 여러 개인 상가들의 큰 모음체이다. 거래 플랫폼으로 타오바오를 통해 전국의 온라인 쇼핑 소비자와 상담해서 판매한다. C2C는 다른 모델보다 융통성이 뛰어나며 C2C 웹 사이트로는 미국에 설립된 ebay와 일본에 설립된 야후경매(Yahoo)가 있다.¹¹⁾

3. 중국 크로스보더 전자상거래의 운영 흐름

새로운 국제 비즈니스 활동모델로서의 크로스보더 전자상거래는 크로스보더 거래 체인을 크게 단축시켜 거래 비용을 크게 줄이고 거래 효율성을 크게 높였다. 전자상거래 플랫폼을 기반으로 하는 기업은 개인 도매상, 소매상과 직접 연계를 구축할 기회를 갖게 되며 나아가서 채널 도매업체, 수입업체, 딜러 등 중간 링크의 원가를 절감하여 기업과 소비자의 윈윈을 실현한다. 전통적인 무역과의 차이점은 <그림 2-1>과 <그림 2-2>를 통해 알 수 있다.



<그림 2-1> 전통 무역 흐름도

자료: 저자 정리

10) 타오타오: 중국 기업인 알리바바 그룹이 운영하는 오픈마켓이다.

11) 崔少娜, 中國与“一帶一路”國家跨境電商發展潛力研究, 天津財經大學, 2018, p.6

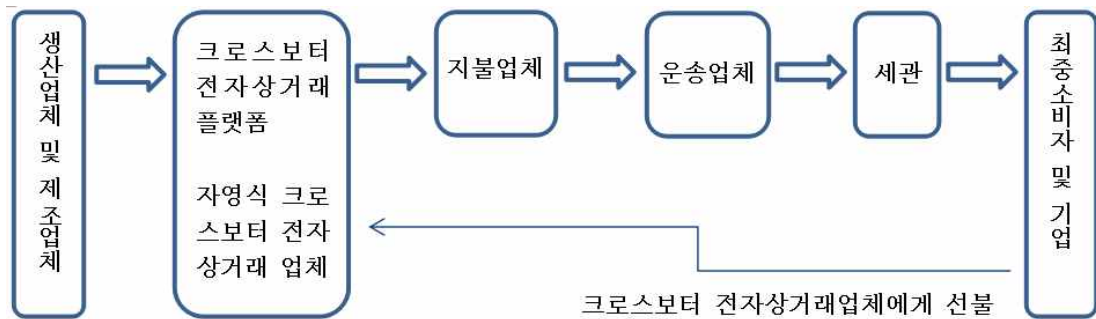


<그림 2-2> 크로스보더 전자상거래 흐름도

자료: 저자 정리

크로스보더 전자상거래는 거래 절차를 크게 단축하고, 중간 링크를 줄이고, 비용을 절감하며, 시장 조사와 같은 정보 처리에 집중한다. 소비자의 입장에서는 거래 중간업체가 줄어들기 때문에 소비자가 선호하는 상품을 저렴한 가격으로 구매할 수 있어 기업과 소비자 모두에게 편리하다.

크로스보더 전자상거래 수출과 수입의 경우, 절차는 정반대이지만 기본 내용은 동일하다. 크로스보더 전자상거래 작업의 기본 절차는 <그림 2-3>과 같다.



<그림 2-3> 크로스보더 전자 상거래 작업의 기본 절차

자료: 저자 정리

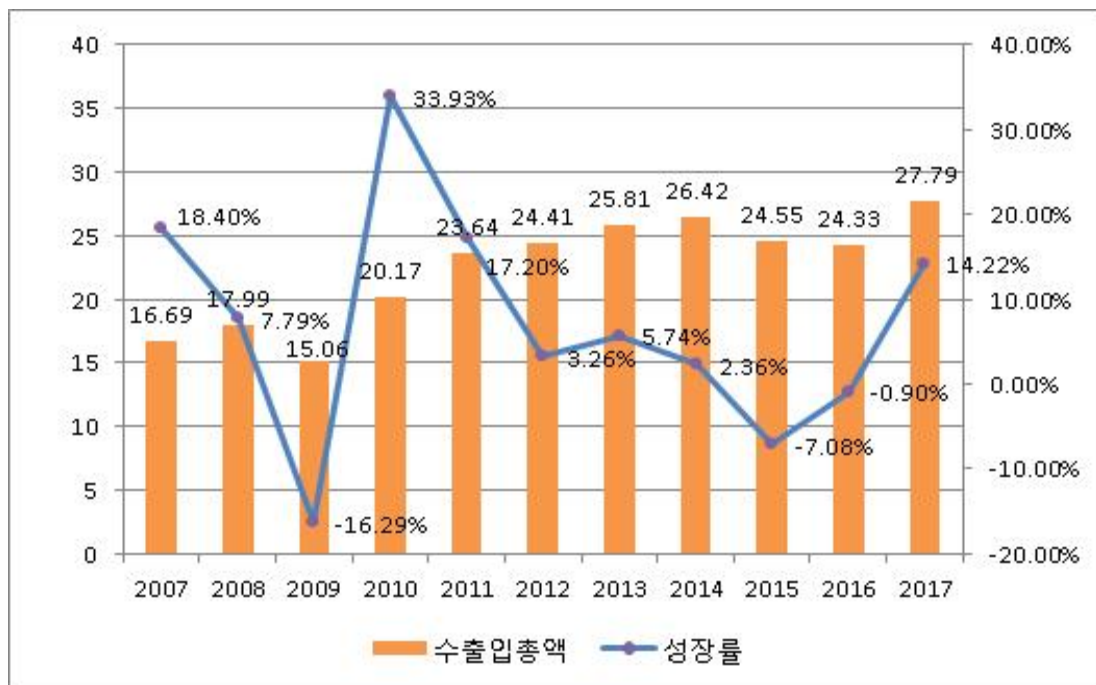
제2절 중국 크로스보더 전자상거래의 출현과 발전

1. 중국 크로스보더 전자상거래의 출현

2008년 서브프라임 모기지론 위기(subprime crisis)가 전 세계로 확산되고 중국

경제도 큰 손실을 겪었다. 몇 년 동안 과소평가 된 후 위안화 환율에 대한 지속적인 감사 압력과 중국의 인건비 상승으로 중국의 전통적인 대외무역산업은 큰 타격을 받았다. 금융위기에 따른 세계경제침체로 국제시장의 수요가 강화되고 중국의 많은 대외무역기업, 특히 비경쟁 중소기업 대외무역기업이 문을 닫았으며 중국의 수출입 무역의 성장률이 크게 떨어졌다.

단위: 조 위안(元)



<그림 2-4> 중국 수출입 총액 및 성장률

자료: 중국 세관

<그림 2-4>를 보면 2007년부터 2017년까지 중국의 총 수출입량은 일반적인 성장 추세를 보였으며 2008년 세계 금융위기의 영향으로 인해 2009년 중국의 총 수출입량은 감소했다. 2007년부터 2008년까지 성장률 측면에서 중국의 총 수입 및 수출 성장률은 평균 15% 이상이었던가 2009년에 급격히 감소했으며 성장률은 마이너스였고 2010-2015년 동안 중국의 총 수출입량은 증가했지만 성장률은 계속 감소하고 있다. 금리가 계속 하락하고 중국의 대외무역 기업의 발전 속도가 느렸다. 중국의 수입 및 수출 무역이 장기간 완화되는 상황에서 인터넷 기술 및

정보 기술의 지속적인 개발로 인해 크로스보더 전자상거래는 낮은 임계 값, 저렴한 비용, 적은 중간 링크, 편리함과 편의성 및 높은 이익 마진으로 인해 큰 발전 잠재력을 가진 새로운 유형의 거래로 부상했다. 현재는 거대한 잠재력으로 발전하고 있는 새로운 유형의 거래로 되었다. 2016년부터 2017년까지 중국의 총 수출입량은 거의 변화가 없지만 성장률은 많이 올라갔다. 이때부터 크로스보더 전자상거래는 급속히 발전하면서 점점 증가하는 추세를 보이기 시작했다.

2. 중국 크로스보더 전자상거래의 발전

1) 발전 과정

알리바바¹²⁾는 1999년에 인터넷으로 중국 공급 업체와 해외 바이어를 연결하여 전자상거래 처음으로 중국의 수출 부문에 진출하여 크로스보더 전자상거래의 프토포 타입이 형성되기 시작했다. 지금까지 크로스보더 전자상거래는 3 가지 단계로 진행되었으며 정보 서비스로 시작해서 현재는 전체 산업체인 서비스로 크게 변모했다.

(1) 1 단계 : 중국 크로스보더 전자상거래의 1 단계 (1999-2003)

크로스보더 전자상거래의 첫 번째 단계의 주요 기능은 기업 정보 및 제품을 위한 타사 네트워크 디스플레이 플랫폼을 제공하는 것이다. 현재, 크로스보더 전자상거래 플랫폼은 인터넷에 상품을 표시하는 것과 동등한 정보 부가가치 서비스를 제공하며 소비자는 이 플랫폼을 사용하여 제품 정보를 이해할 수 있다.

12) 알리바바(Alibaba , 阿里巴巴): 중화인민공화국의 정보기술 관련 기업 그룹이며 지주회사이다. 기업 간 전자상거래(B2B) 온라인 마켓인 알리바바닷컴을 운영하고 있다.

단계 특성	주요 이벤트	영향
<p>첫째, 대외 무역 정보 서비스의 주요 비즈니스 모델인 1 온라인 디스플레이, 오프라인 거래 등;</p> <p>둘째, 이윤 모델은 주로 기업으로부터 멤버십 비용을 징수하는 것이다;</p> <p>셋째, 입찰 촉진 및 컨설팅 서비스와 같은 정보흐름 부가가치 서비스를 도출한다.</p>	<p>첫째, 1999년, 알리바바는 항주에 설립되었으며 주로 온라인 대외 무역에 관한 정보를 제공했다.</p> <p>둘째, 중국에서 가장 초기의 대외무역정보 플랫폼 중 하나이다.</p> <p>1단계에는 대외무역을 제공하는 중국 제조업, 유통업체 등이 있었다. 거래 정보를 기반으로 하는 크로스보더 전자 상거래 플랫폼을 제공한다.</p>	<p>알리바바와 같은 대외무역 정보의 출현으로 대외무역 정보 서비스가 제공되지만 이 단계에서 크로스보더 전자상거래 플랫폼은 온라인 거래를 제공할 수 없으며 정보 제공을 위한 채널 일뿐이다.</p>

(2) 2 단계 : 중국 크로스보더 전자상거래의 2 단계 (2004-2012)

둔황 네트워크가 시작되면서 중국은 크로스보더 전자상거래의 두 번째 단계를 열었다. 현재 크로스보더 전자상거래 플랫폼은 단순한 정보 서비스가 아니라 2 단계에서 해외 거래를 위한 거래 플랫폼을 제공하여 온라인 거래를 수행할 수 있다.

단계 특성	주요 이벤트	영향
<p>첫째, 크로스보더 전자 상거래의 두 번째 단계에서, 크로스보더 전자 상거래 플랫폼은 온라인 거래 기능을 실현하여 상류 및 하류 공급망을 개방하고 B2B 및 B2C의 두 가지 모델을 형성한다.</p> <p>둘째, B2B 플랫폼 모델은 사용자에게 점점 더 선호되고 있으며, 이 모델은 산업 체인을 단축하고 가맹점과 직접 연결하여 가격을 통해 상품의 경쟁력을 직접 강화한다.</p>	<p>첫째, 2004년 둔황 네트워크는 중국에서 온라인으로 접속하여 중국에서 최초의 B2B 온라인 거래 웹 사이트가 되었으며, 중국 수출 기업에 새로운 대외무역 모델을 제공하고 중국 기업의 수출 효율성을 향상시키기 위해 노력하고 있다.</p> <p>둘째, 2010년 둔황 파워캠프의 출범으로 20만 명의 가맹점이 인큐베이션을 거쳐 화핑 그룹으로부터 약 2억 위안의 투자를 받았다.</p> <p>셋째, 2011년, 거래 규모는 100억 위안에 도달하여 세계 전자상거래 웹 사이트에서 6위를 차지했다.</p>	<p>국외 전자상거래의 두 번째 단계에서, 국외 전자상거래 플랫폼은 단순한 정보 채널이 아니며, 해외 전자상거래 플랫폼은 거래에 완전히 관여했으며, 추가 서비스는 지불 서비스 및 물류 서비스와 같은 부가가치 서비스 제공을 통해 제공된다.</p>

(3) 3 단계 : 중국 크로스보더 전자상거래의 3 단계 (2013- 현재)

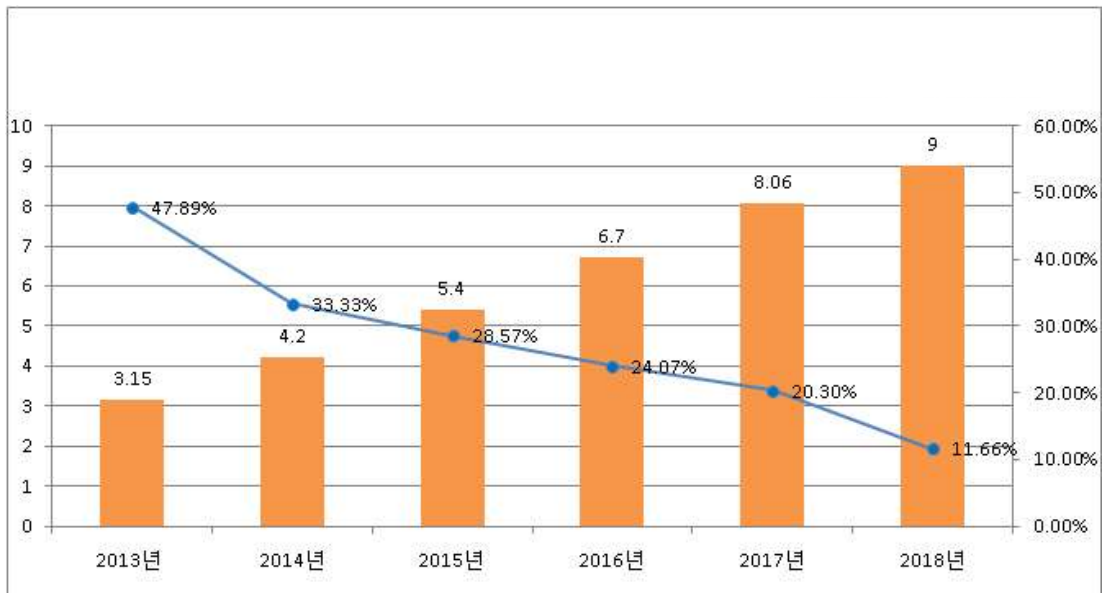
2013년 크로스보더 전자상거래 산업 체인은 비즈니스 모델의 변화를 겪어왔으며 오늘날까지 이어지고 있으며, 이는 크로스보더 전자상거래의 세 번째 단계이다. 이 단계에서 크로스보더 전자상거래의 사용자 그룹은 큰 변화를 겪었고, 공장 및 대외무역 회사는 점차 크로스보더 전자상거래 플랫폼의 주요 사용자 그룹이 되었으며, 크로스보더 전자상거래는 새로운 대외무역 모드가 되고 있다.

단계 특성	주요 이벤트	영향
<p>첫째, 크로스보더 전자 상거래의 3단계에서 대량 주문 비율 증가, 모바일 고객 증가, 대량 주문 증가, 제조업체 증가, 크로스보더 전자 상거래 서비스 최적화 및 업그레이드 계속, 전체 산업체인 서비스가 추가된 크로스보더 전자 상거래 플랫폼.</p> <p>둘째, 대규모 대외무역은 크로스보더 전자상거래 플랫폼에 착수하기 시작했고, 모바일 사용자 수는 급격히 증가했으며, 크로스보더 전자상거래 모바일화 추세는 분명해졌으며, 대량의 도매업자와 구매자는 크로스보더 전자상거래의 주요 원동력이 되었다.</p>	<p>첫째, 2012년 12월 19일, 항저우, 정저우, 닝보, 상하이 및 충칭에 5개의 크로스보더 전자상거래 파일럿 도시가 설립됨에 따라 중국의 국경 간 전자상거래는 새로운 단계로 이동했다.</p> <p>둘째, 2015년 3월 12일, 중국 (항저우) 크로스보더 전자상거래 종합 실험 구역이 승인되어 중국 최초의 파일럿 도시가 되었다.</p> <p>셋째, 2016년 3월 19일, 중국 선전 바오안 지구에서 최초의 중국 크로스보더 전자상거래 서밋이 개최되었다.</p>	<p>전통적인 대외 무역 공장, 공급 업체 및 제조 회사는 크로스보더 전자상거래 산업 체인에 참여하여 전체 공급망 시스템의 중간 부분이 다양화되었다.</p> <p>이 단계에서 크로스보더 전자상거래 모바일 클라이언트 급증, 이동성 추세로, 모바일은 모바일 도구의 사용뿐만 아니라 사고의 변화, 사용자의 새로운 쇼핑 사고의 변화가 전체 국경을 바꿀 것이다. 전자상거래 산업 구조된다. 중국 (심천) 크로스보더 전자 상거래 정상 회의 소집은 크로스보더 전자상거래 산업의 변화와 업그레이드에 대한 아이디어를 명확히 하고 다른 각도에서 크로스보더 전자상거래의 향후 발전 방향을 논의하는데 도움이 될 것이다.</p>

2) 발전 현황

중국의 전통적인 대외무역 발전의 둔화와는 대조적으로, 중국의 크로스보더 전자상거래 규모는 높은 성장을 유지해 왔다. 전자상거래 연구센터의 모니터링 데이터에 따르면 중국의 크로스보더 전자상거래 거래량은 2018년 9조 위안으로 11.6% 증가했다.

단위: 조 위안(元)



<그림 2-5> 2013-2018년 크로스보더 전자상거래 시장거래 규모

자료: 「2018년도 중국 크로스보더 전자상거래 시장 데이터 모니터링 보고서」¹³⁾

2018 년에도 중국의 크로스보더 전자상거래 사업은 계속 성장했으며, 일련의 제도적 지원과 개혁 및 혁신, 인터넷 인프라 개선 및 글로벌 물류 네트워크 구축으로 규모가 날로 커지고 있으며 중국의 대외 무역 성장을 촉진하는 새로운 추진력이 되고 있다.¹⁴⁾

크로스보더 전자상거래의 발전을 가속화하기 위해 국무원은 22개의 크로스보더 전자상거래 종합 테스트 구역을 설치하였다. 신흥 업종인 크로스보더 전자상거래는 정책적 지원 하에 빠르게 발전하였다. 동시에 클라우드 컴퓨팅, 빅 데이터 및 인공지능과 같은 디지털 기술은 크로스보더 무역 생산, 물류 및 지불에 널리 사용되어 업계의 효율성이 향상되었으며 “주오즈(卓志)¹⁵⁾”와 같은 서비스 제공업체의 지속적인 추진으로 크로스보더 전자상거래 산업은 활발한 발전 추세를

13) 『2018年度中國跨境電商市場數據監測報告』, China Internet Network Information Center, CNNIC, 2019

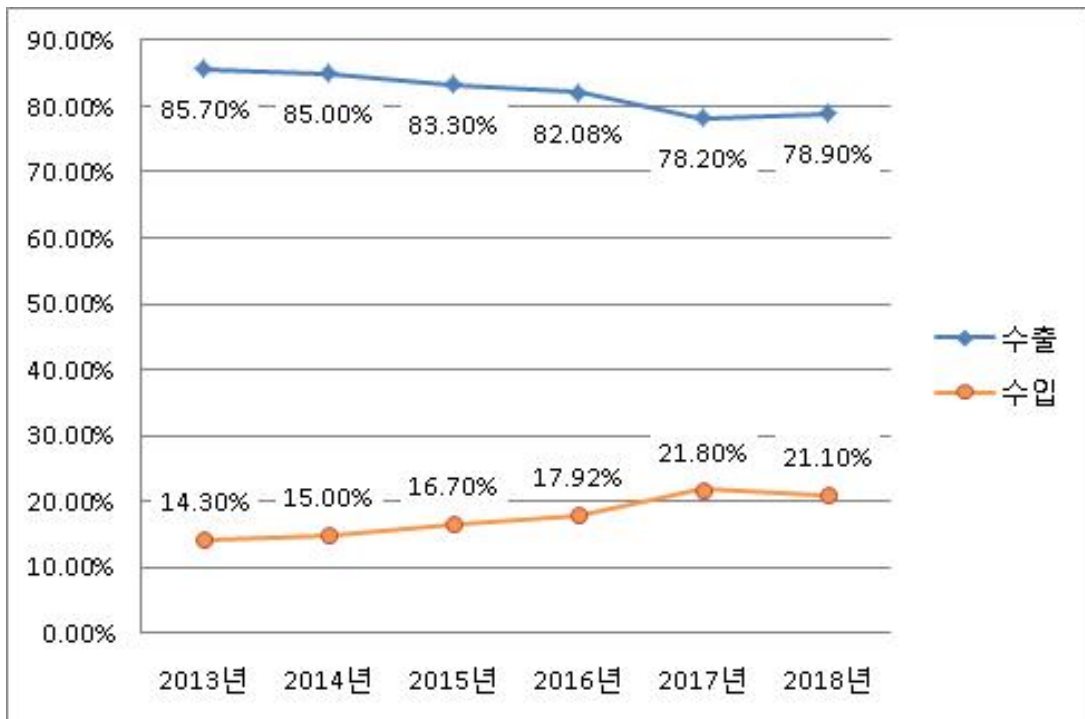
14) 徐萌萌. 中國跨境電商發展的現狀及問題研究. 安徽大學, 2016, p.18

15) 주오즈 (卓志) : 2014년 중중 광저우시 성립된 크로스보더 전자상거래 회사. 주로 국제 물류, 통관, 상품 통관 등 경영하고 있다.

보이고 있다.

중국의 전통적인 국제무역 발전의 둔화와 대조적으로, 중국 크로스보더 전자상거래 규모는 성장을 유지하고 있다. 2013년 중국 크로스보더 전자상거래 거래 규모는 3.15조 위안이며, 2014년에는 4.2조 위안에 달했다. 2015년 중국 크로스보더 전자상거래 총 거래량은 전년 대비 28.57% 증가한 5.4조 위안에 도달했다. 2016년 중국 크로스보더 전자상거래 거래규모는 전년 대비 24.07% 증가한 6.7조 위안에 도달했다. <그림 2-5>를 보면 성장률 측면에서 중국의 크로스보더 전자상거래 거래규모는 2013년에서 2015년 사이에 빠른 성장을 유지했다. 평균 성장률은 25% 이상으로 비록 어떤 해는 하락세를 보이고 있지만, 크로스보더 전자상거래 규모 성장률은 같은 기간 중국 수출입 총액 성장률보다 높았다.

중국의 크로스보더 전자상거래가 증가함에 따라 중국의 대외무역 거래 비중도 증가했으며 해외 전자상거래의 중요성이 점차 커지고 있다. 전자상거래 연구센터의 모니터링 데이터에 따르면 2018년 중국의 크로스보더 전자상거래의 수출입 구조는 수출이 78.9%, 수입이 21.1%를 차지했다.



<그림 2-6> 2013-2018년 중국 크로스보더 전자상거래 규모 수출입 구조
 자료: 중국 전자 상거래 연구소(<http://www.100ec.cn/>)

크로스보더 전자상거래 거래구조에서 수출은 여전히 지배적이며 브랜딩은 최근 몇 년간 주류 트렌드가 되었다. 수출 전자상거래 중에는 해외시장의 거대한 수요와 대외무역 기업의 변화 및 업그레이드 개발이 모두 산업의 빠른 발전에 기여했으며 더 많은 기업이 인터넷에 닿도록 유도했다.

수입 전자상거래 측면에서 소비 업그레이드 및 수입확대 정책으로 인해 시장은 개발의 여지가 컸다. 외국 소매 상품은 현재 일반 무역 모델과 크로스보더 전자상거래 모델 두 가지 경로로 중국에 진출하고 있다. 이 두 가지 전자상거래 모델과 비교할 때 크로스보더 전자상거래 모델은 보다 적극적이고 개방적인 정책의 지원에 거래 프로세스 및 서비스 집약화를 반영하여 해외 브랜드가 중국 소비자에게 더 빠르고 더 잘 판매할 수 있도록 도와준다.

제3절 선행연구

초기 해외 전자상거래 사업은 미국, 일본, 한국 등 선진국의 해외 구매 사업을 기반으로 했다. 새로운 시대에 "One Belt, One Road" 전략이 꾸준히 발전하여 중국 기업의 해외 전자상거래 사업 개발을 위한 기회가 열렸다. 최근 몇 년간 크로스보더 전자상거래에 대한 정부 및 학자들의 관심이 많이 증가했다. 이전에 크로스보더 전자상거래에 대해 심도 있는 연구를 수행한 학자는 적었다. 관련 연구는 최근 몇 년 동안에 집중되었고 그 대부분은 이론에 근거하고 있으며 경험적 연구는 거의 없다. 연구 내용은 주로 개발 동향, 물류, 세금 환급 및 지불에 중점을 두었다.

크로스보더 전자상거래의 수입과 감독 관리 정책 면에서 보면, 상하이 사회과학원 경제연구소 과제팀(2014)¹⁶⁾은 크로스보더 전자상거래는 탈세, 검역검사 및 시장 관리 등 3가지 시스템의 문제점이 있다고 보고 관련 부처가 다각도로 보완해야 한다고 밝혔다. 리우이사(劉伊莎)(2016)¹⁷⁾는 중국 환경전력 사업자가 세 부담의 불합리한 문제점을 드러냈다고 지적했다. 한편, 종래의 행우세(수화물과 우편 물품 수입세) 모델 크로스보더 전자상거래의 조세 제도는 관세와 부가가치

16) 上海社會科學院經濟研究所課題組, 石良平, 湯蘊懿. 『中國跨境電子商務發展及政府監管問題研究—以小額跨境網購為例』, 上海經濟研究, 2014, pp.3-18.

17) 劉伊莎. 『B2C 跨境電商稅制改革的影響及應對策略』, 財會月刊, 2016, pp.69-72.

세를 대체하여, 국가의 조세 이익을 지키는 데 불리하다. 한편, 이전에는 크로스보더 전자상의 수입 무역 세율이 일반 무역 기업보다 더 높아 세수의 공평성을 해쳤다. 왕문성(王文成), 엄안(閔安), 창난난(常楠楠)(2017)¹⁸⁾은 이번 행우세 개혁이 크로스보더 전자상거래 정책 배당금을 끝내는 것이 더 중요하고, 현재 크로스보더 전자상거래는 가격 우세를 유지한다고 했다. 그 제품의 순익이 10%를 넘기 힘들면, 세제 개혁 이후 대다수 상품의 부가가치세는 12% 정도 증가하며, 심지어 일부는 30%를 초과할 것이다. 이는 크로스보더 전자상거래에는 큰 충격임에 틀림없지만, 크로스보더 전자상거래의 시장 발전을 더욱 규범화하였다.

크로스보더 전자상거래의 발전 태도 면에서 보면, 래유위(來有爲), 왕견전(王開前)¹⁹⁾의 연구에서는 해외 전자상거래 서비스와 관련된 거래 플랫폼 서비스, 물류 특급 서비스, 해외 결제 서비스 등의 개발을 연구했다. 크로스보더 전자상거래 산업에 존재하는 문제를 지적하고 크로스보더 전자상거래 시장 감독 시스템 수립 및 개선, 크로스보더 전자상거래 플랫폼 개발을 위한 지침 및 지원을 포함하여 관련 제안을 목표로 제시했다.

강상구, 서현석(2015)²⁰⁾은 중국 전자상거래 시장에서의 원가절감, 현지화, 물류 및 결제 시스템 개선, 차별화된 마케팅 전략 실시, 빠른 통관 시스템 등의 필요성을 지적했다.

홍진영, 심창용,(2017)²¹⁾은 중국 전자상거래 시장의 발전 현황, 법률 규정의 변화, 무역 분야의 분석 및 시사점, 물류 분야의 분석 및 시사점을 제시했다.

갈립, 정창근, 손승표(2016)²²⁾는 중국 중소기업 전자상거래 성공의 네 가지 요소를 제시하면서 첫째는 기업문화, 둘째는 최고 관리자의 실행의지, 셋째는 효율적인 조직구조의 도입, 넷째는 IT 기술에 관한 지식 관리 시스템 (Knowledge management system) 의 도입이라고 했다.

약입빈(鄂立彬), 황영은(黃永穩)²³⁾은 크로스보더 전자상거래 당시 최신 발전을

18) 王文成, 閔安, 常楠楠. 『稅制改革, 跨境電商何去何從?』. 稅務與經濟, 2017, pp.103-107

19) 來有爲, 王開前, 『中國跨境電子商務發展形態、障礙因素及下一步改革』, 2014, pp.68-74

20) 강상구, 서현석. 중국 해외직관 활성화를 위한 한국의 B2C 전자상거래 발전방안. 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2015, 13(2) pp.71-94.

21) 홍진영, 심창용, 『한국 전자상거래 기업의 대중국 B2C 수출활성화 전략-중국 전자상거래 통관정책변화를 중심으로』, 중국지역연구, 2017. 4(1) pp.81-108.

22) 갈립, 정창근, 손승표, 중국 중소기업의 전자상거래 성공요인에 관한 연구. 무역학회지, 2016. 41(5) pp.285-304.

연구하고 크로스보더 전자상거래의 발전상태를 분석하였으며 크로스보더 전자상거래는 현 시기 국제무역의 새로운 기회라고 지적하였다. 또한 국제 전자상거래의 현존 문제들, 비투명한 세금환급 결제 난제, 국제 물류 발전 지체, 국제 신용과 분쟁 처리, 해외 지적재산권 침범 등을 지적하며 국제 전자상거래 발전을 촉진하는 정책 건의를 제시하였다.

석권(石權)、鐘華(鐘華)(2015)²⁴⁾는, 국가가 소비 수요의 성장 촉진을 이유로, 규제 완화만 할 것이 아니라 발전 정세에 맞추어 상응한 조치를 마련하여, 소비자의 올바른 소비 관념을 적극적으로 유도하고 크로스보더 전자상거래를 규제해야 한다고 했다.

진홍(陳虹)、양성옥(楊成玉)²⁵⁾은 '일대일로' 주변 국가에 대해 실증 분석을 진행한 후, 중국과 '일대일로' 주변 국가는 자유무역지대 구축을 통해 무역 편리화를 촉진할 수 있으며 이는 중국의 투자와 쌍방 경제의 발전에 유리하다는 것을 발견했다.

조숙염 (曹淑艷)²⁶⁾의 "크로스보더 전자상거래 제3자 물류 모델 연구"에서 현재 물류 모델은 세 가지 유형으로 요약된다. 해외 수입 후 대규모 운송, 국제 소포 및 택배이다. 다른 제3자 물류 기관에 따르면, 대외무역 물류유통 모델은 국제 물류회사의 중앙 운송과 대외무역 전자상거래 플랫폼의 중앙 운송으로 나뉜다.

진혜연(2016)²⁷⁾은 중국 전자상거래 업체의 물류 방식과 문제점을 지적했다. 중국에서는 통일된 물류 모델, 제3자 물류와 기업 자영 물류의 세 가지 물류 방식이 병존하고 있으며, 이 세 가지 물류 모델은 각기 장단점이 있다.

유소군(劉小軍)、장빈(張斌)(2016)²⁸⁾은 '일대일로' 정책은 크로스보더 전자상거래의 세관, 검역, 국세, 외화 등의 감독 관리나 창고 저장, 물류 및 지불과 같은 패키지 서비스를 제공하여 크로스보더 전자상거래의 발전에 더 많은 우세를 주

23) 鄂立彬, 黃永穩, 『國際貿易新方式：跨境電子商務的最新研究』, 東北財經大學學報, 2014, pp.22-31.

24) 石權, 鐘華, 『跨境貿易電子商務進口治理體系框架研究』, 海關與經貿研究, 2015, pp.79-89.

25) 陳虹, 楊成玉, 『‘一帶一路’國家戰略的國際經濟效應研究——基於CGE模型的分析』, 國際貿易問題 2015, pp.4-13.

26) 曹淑艷. 『跨境電子商務第三方物流模式研究』, E-BUSINESS JOURNAL 2013, pp.23-25

27) 진혜연, 중국B2C전자상거래 기업의 물류방식이 시장점유율에 미치는 영향, 중앙대학교 대학원, 2016, pp.3-10

28) 劉小軍, 張斌, 『我國與“一帶一路”沿線國家跨境電商物流的協作發展』, 中國流通經濟, 2016, pp.115-120

있고 크로스보더 전자상거래는 물류의 지지와 떨어질 수 없으며, 동시에 물류 발전도 크로스보더 전자상거래의 도움을 필요로 한다고 언급했다.

조관화(趙廣華)²⁹⁾는 크로스보더 전자상거래의 물류 문제를 연구하고, 크로스보더 전자상거래 공급 체인 서비스 기능, 높은 물류 비용 및 느린 시효 문제를 연구했다. 제4자 물류로는 크로스보더 전자상거래의 물류 문제를 개발하기가 어렵고, 크로스보더 전자상거래 및 제4자 물류 결합개발 메커니즘을 분석한다. 공동 혁신, 개선된 공급망 기술 및 향상된 정책 지원이 포함된다.

John S. Wilson, Catherine L. Mann 및 Tsunchiro Otsuki (2003)³⁰⁾는 항만 효율, 세관 환경, 규제, 전자상거래 등 4가지 측면에서 모두 무역량 증가에 기여하지만 항만의 효율은 가장 높은 것으로 나타났다. 이 연구는 연구 방법뿐만 아니라 연구 내용에서도 후기 학자들의 연구에 대해 언급하고 있다.

그 후 Ben Shepherd와 John S. Wilson (2009)³¹⁾도 아세안 국가의 무역 편리화 지표에 대한 분석 결과 수송 인프라와 정보통신기술 개선도 교역량 증가에 큰 영향을 미쳤다고 했다.

크로스보더 전자상거래 개발 중에서 제3자 지불은 핵심 링크이다. 왕행평(王杏平)(2013)³²⁾은 제3자 지불 서비스의 외환관리 관점에서 제3자 지불 플랫폼을 구축하려는 아이디어를 제안했다. 위험을 통제할 수 있는 기초 위에서 무역의 편리화를 촉진할 것을 제기했다. 즉, 비교적 규모가 큰 지불 기관이 국경 간 인터넷 지불 서비스를 위한 파일럿 프로젝트를 수행하게 한다. 지불 기관은 비교적 완전한 위험 관리 기능을 가지고 있기 때문이다. 제3자 지불 사업 관리에 대한 규칙과 규정을 설정하면, 외환 관리는 크로스보더 전자상거래 외환 영수증 및 지출을 정상 계정 주제에 통합하고 공동 감독 및 구조를 강화하며 포괄적인 감독 시스템을 구축한다.

중국의 중소기업 크로스보더 전자상거래 연구원 설립(薛源)³³⁾은 크로스보더 전

29) 趙廣華, 『破解跨境電子商務物流難的新思路：第四方物流』. 中國經貿導刊, 2014, pp.16-20

30) John S. Wilson, Catherine L. Mann, Tsunchiro Otsuki, Trade Facilitation and Economic Development: Measuring the Impact, World Bank Policy Research Working Paper No. 2988, 2003,07, pp.14-23

31) Ben Shepherd, John S. Wilson, Trade Facilitation in ASEAN Member Countries: Measuring Progress and Assessing Priorities. Journal of Asian Economics, 2009, 20 pp. 367-383.

32) 王杏平, 『跨境電子商務與跨境第三方支付管理探究』. 支付創新 2013. pp.54-56

33) 薛源, 『跨境電子商務交易全球性網上爭議解決体系的构建』. 國際商務, 2014, pp.95-103.

자상거래를 위한 글로벌 온라인 분쟁 해결 시스템 구축에 관해 연구했다. 그의 연구에 따르면, 분쟁 해결 메커니즘은 크로스보더 전자상거래가 존재하지 않는 경우 전자상거래의 개발을 방해할 것이다. 분쟁 해결 방법은 크로스보더 거래에 해당하는 메커니즘을 수립해야 하며 개발도상국의 요구를 반영하여 크로스보더 전자상거래를 위한 글로벌 온라인 분쟁 관리 시스템 구축에 적극적으로 참여하도록 국제연합 국제무역법 위원회(UNCITRAL)를 초청할 것을 제안했다.

왕관봉(王冠風)³⁴⁾은 상업화 촉진 메커니즘에 따라 상하이 자유무역 지역의 크로스보더 전자상거래 관행을 분석했다. 상하이 자유무역 지대에서 크로스보더 전자상거래의 건전한 발전을 위해 상하이 자유무역지의 서류 없는 무역역량이 강화되어야 한다. 상하이 자유무역지대 출국물류의 통관 편의성을 실현하고 정책 투명성을 강화하고 공정하고 공평한 크로스보더 무역환경을 보장하기 위해 지역 전자상거래 지원사무소를 설립해야 한다.

황영은(黃永穩)³⁵⁾은 전자상거래 환경에서 중소기업의 국제무역 문제를 연구했다. 전자상거래의 광범위한 심화는 국제 상거래의 형태, 유통 및 운영 메커니즘을 서서히 변화시키고, 대외무역의 운영 프로세스를 단순화하고, 무역을 보다 가상적이고 지능적으로 만들고, 중소기업이 글로벌 시장을 개발하도록 혜택을 주고 있다. 동시에 전자상거래의 사용은 기업 개혁관리 조직을 장려하고 무역 장벽의 한계를 극복하며 전 세계 정부 무역정책의 최적화를 촉진 할 수 있다.

크로스보더 전자상거래 세금 징수와 관련해 미국, 유럽에서는 주로 면세과와 과세과로 나뉜다. 미국은 인터넷 무역의 국내외 거래에 대해 1996년부터 면세 방안을 주장하기 시작했다³⁶⁾. 미 연방정부는 《글로벌 전자상거래 프레임워크》에서 인터넷을 면세지역으로 선포하고, 인터넷을 경유해 거래되는 무형 상품에 대해서는 미국 내 주를 넘나드는 거래든 국경을 넘나드는 거래든 예외 없이 면세할 것을 권고했다. 1998년 미 상원이 《인터넷 면세 법안》을 통과시켜 인터넷 거래에 대해 3년간 면세를 시행하기로 결정하자 이 법안은 연장되었다. 2007년

34) 王冠風, 『貿易便利化机制下的上海自由貿易試驗區跨境電子商務研究—基于平台經濟視角』. 經濟體制改革 2014, pp.38-42.

35) 黃永穩, 『我國中小企業利用跨境電子商務研究』. 東北財經大學學報, 2014, pp.20-22

36) Chou D. The Economics of Taxing Electronic Commerce. Journal of Information Systems Management, 1999, pp.7-14.

《인터넷 면세법 개정안》은 인터넷 거래에 대한 과세 금지를 2014년까지 연장하였다³⁷⁾. 결국 2014년 인터넷 거래 면세기가 효력을 상실하자 미국은 조세 공평을 촉진하고 디지털 제품의 조세 차별을 없애는 한편 소비자의 구매 의욕에도 영향을 주지 않는 《디지털 제품과 서비스 조세의 형평성 법안》을 통과시켰다.

과세과는 유럽 연합(EU)과 일본 그리고 대다수의 주요 개발도상국들이다. 1998년 EU는 인터넷상에서 전자상거래를 하는 기업과 소비자에 대한 부가가치세 부과를 제안했고, EU 회원국 대다수는 인터넷 경영활동을 새로운 잠재적 세원으로 간주하고 전자상거래 활동에 대해 납세의무를 이행해야 한다고 생각했다. 같은 해 6월 발표한 《부가가치세 수입 보호와 전자상거래 추진에 관한 보고서》는 미국의 전자 디지털 제품 관세 부과를 면제해 준다는 관점에 동의하면서도³⁸⁾, 인터넷에 판매되는 디지털 제품은 역무판매에 따라 부가가치세를 징수해야 한다는 관점에서는 EU와 일치하도록 강요했다. EU는 2000년 6월 전자상거래 부가세 신설 방안을 마련해 EU 외의 외국회사가 인터넷을 통해 EU 내 부가세 납세등록을 한 고객에게 물건을 팔거나 과세용역을 제공하며 매출액이 10만 원 이상인 업체는 EU 내에서 부가가치세를 납부하도록 규정하고 있다. 2001년 12월 EU 각국은 인터넷을 통해 EU 소비자에게 디지털 제품과 서비스를 판매하는 EU 이외 지역의 공급업자에 대해 부가가치세를 부과하기로 합의했고 세율은 EU 각국의 현행 부가가치세 법규에 따르기로 정했다³⁹⁾. 2016년 12월 EU 역내 온라인 거래 납부 부가가치세 제도를 규범화하고, 크로스보더 전자상거래 서비스 환경을 개선하기 위하여 EU 위원들은 크로스보더 온라인거래 부가가치세 새 법안을 내놓았다. 연간 영업총액을 기준으로 소형 사업자와 중소형 사업자를 구분하고 크로스보더 전자상거래 사업자들의 부가가치세 납부 방식을 한층 간소화 했다. 새 법안이 시행된 뒤 전자상거래 기업들은 자체 영업규모에 따라 분기별로 EU 규제기관에 부가가치세를 납부하고 있다.

국내외 연구 결과에서 대부분의 학자들은 현재 크로스보더 전자상거래의 세금

37) Cockfield A J. The Rise of the OECD as Informal 'World Tax Organization' Through National Responses to E-Commerce Tax Challenges. Social Science Electronic Publishing, 2006, 8. pp.10-15

38) 孫維佳. 歐盟電子商務立法的框架和特点. 法學雜誌, 2000(5): pp.58-60.

39) 張衛彬. 數字化產品貿易稅收立法探討--以歐盟增值稅改革法案為視角. 財稅法論叢. 2010. pp.22-35

수준, 지불 수준, 물류 수준 등과 같은 특정 부분에 대해서만 연구를 했다. 본 연구는 전자상거래 업종의 발전 측면에서 최신 데이터 정보로 "일대일로" 전략 환경에서 출범한 일련의 법률, 세금 정책들이 중국 크로스보더 전자상거래 플랫폼 및 크로스보더 전자상거래 업계에 미치는 영향 및 대응방안을 연구하고자 하는 것으로 선행연구와 차별성이 있다.

<표 2-1> 선행연구 정리

	연구자(년도)	연구내용
크로스보더 전자상거래 수입과 감독 관리 정책 방면에 관하여	上海社會科學院 經濟研究所課題 組, (2014)	- 크로스보더 전자상거래는 탈세, 검역검사 및 시장 관리 등 3가지 시스템의 문제점이 있다고 보고 관련 부처가 각각도로 보완해야 한다고 제시함.
	劉伊莎(2016)	- 크로스보더 전자상거래 세금부담 불합리문제및 대응방안을 제시함.
	王文科, 閔安, 常楠楠 (2017)	- 크로스보더 전자상거래 기업 세계개혁제도 적용 대응방안 제시함.
크로스보더 전자상거래 발전 태도 방면에 관하여	來有爲, 王開前(2014)	- 중국 크로스보더 전자상거래 발전형태, 장애요소 및 다음단계 발전 의견을 제시함.
	강상구, 서현석(2015)	- 중국 해외직관 활성화를 위한 한국의 B2C 전자상거래 발전방안을 제시함.
	홍진영, 심창용(2017)	- 중국 전자상거래 시장의 발전 현황, 법률/규정의 변화, 무역 분야의 분석 및 시사점, 물류 분야의 분석 및 시사점을 제시함.
	갈립, 정창근, 손승표 (2016)	- 중국 중소기업 전자상거래 성공의 네 가지 요소를 제시함.
	鄂立彬, 黃永穩(2014)	- 크로스보더 전자상거래 당시의 최신 발전을 연구하고 크로스보더 전자상거래 현시기 존재하는 문제들을 지적하였으며 크로스보더 전자상거래 발전을 촉진하는 정책 건의를 제시함.
	石權, 鐘華(2015)	- 크로스보더 전자상거래 수입관리체계 기본연구를 제시함.
	陳虹, 楊成玉(201)	- '일대일로' 주변 국가에 대해 실증 분석을 진행한 후, 중국과'일대일로' 주변 국가는 자유무역지대 구축을 통해 무역 편리화를 촉진할 수 있으며 이는 중국의 투자와 쌍방 경제의 발전에 유리하다는 것을 발견했다.
크로스보더 전자상거래	曹淑艷(2013)	- 크로스보더 전자상거래 제3자 물류 모델 분석 제시함.
물류문제에 관하여	劉小軍, 張斌(2016)	- 중국과'일대일로'연선국가 크로스보더 전자상거래 물류 협력 발전 연구에 대한 제시함.

	진혜연(2016)	- 중국B2C전자상거래 기업의 물류방식이 시장점유율에 미치는 영향을 제시함.
	趙廣華(2014)	- 크로스보더 전자상거래 및 제4차 물류결합개발 메커니즘을 분석 제시함.
	John S. Wilson, Catherine L.Mann, Tsunchiro Otsuki (2003)	- 효율, 세관 환경, 규제, 전자상거래 등 4가지 측면에서 모두 무역량 증가에 기여하지만 항만의 효율은 가장 높은 것으로 나타났다고 제시함,
	Ben Shepherd, John S. Wilson (2009)	- 아세안 국가의 무역 편리화 지표에 대한 분석 결과 수송 인프라와 정보통신기술 개선도 교역량 증가에 큰 영향을 미쳤다고 제시함.
제3자 지불관리에 관하여	王杏平(2013)	- 크로스보더 전자상거래와 크로스보더 제3자 지불관리에 대한 연구 분석 제시함.
크로스보더 전자상거래 의 분쟁 및 자유무역 지역 및 환경에 관하여	薛源(2014)	- 크로스보더 전자상거래를 위한 글로벌 온라인 분쟁 해결 시스템 구축에 관해 연구하고 제시함.
	王冠風(2014)	- 상업화 촉진 메커니즘에 따라 상하이 자유무역 지역의 크로스보더 전자상거래 관행을 분석하고 대응방안을 제시함.
	黃永穩(2014)	- 전자상거래 환경에서 중소기업의 국제무역 문제를 연구하고 대응방안을 제시함.
유럽 전자상거래 세금 정책에 관하여	孫維佳(2000)	- 유럽 전자 상거래 입법 구조와 특징에 대한 제시함.
	張衛彬(2010)	- 디지털제품 무역 세수입법의 관한 연구 제시함.
선행연구와 본 연구의 차별성	전자상거래 업종의 발전 측면에서 최신 데이터 정보로 "일대일로" 전략 환경에서 출범한 일련의 법률, 세금 정책들이 중국 크로스보더 전자상거래 플랫폼 및 크로스보더 전자상거래 업계에 미치는 영향 및 대응방안을 연구하고자 하는 것으로 선행연구와 차별성이 있음.	

제3장 중국 일대일로 정책 중 크로스보더 전자상거래의 세계개혁

제1절 중국 일대일로 정책

1. 일대일로 정책 소개

2013년 9월, 시진핑 주석은 "실크로드 경제지대"를 제기했다. 같은 해 10월에는 "21세기 해상 실크로드"를 제기했고, "일대일로" 공동 건설을 진행하는 것은 중국이 국제 협력을 전개하는 관건적 구상이라는 것을 강조하였다. 해상 실크로드의 북선은 "북아메리카 서해안 - 북태평양 - 일본, 한국 - 러시아 자루비노항 - 훈춘"이다.⁴⁰⁾ 2015년 3월 5일, 리커창 총리는 처음으로 "인터넷+"의 개념을 제기했다. "인터넷+"의 제기로 인해 전통 제조업과 모바일 인터넷, 물류 네트워크, 빅데이터와 클라우드 컴퓨팅 등을 결합시켜 새로운 경제성장을 창출했다. "인터넷+대외무역"의 새로운 무역이념은 크로스보더 전자상거래의 발전을 촉진했고 무역 경로와 공급의 증가로 무역과 투자의 전환을 추진했으며 또한 국제 분업 협력을 촉진하여 "일대일로" 연선 국가들이 자원과 제품의 공유를 실현할 수 있도록 하였다. 2016년 3월, 중국은 대외무역 발전조치를 한층 더 보완하여 크로스보더 전자상거래 종합시험구역을 12개로 확대했다. 2017년 3월 5일, 리커창 총리는 "일대일로" 제의를 착실하게 추진하고 공동 협의, 공동 건설과 공유를 실현하며 해상 합작지점과 육상 경제회랑을 건설하고 대통관 협력 메커니즘을 구축해야 한다고 강조했다. 2017년, 19차 당 대회 정부업무보고는 "일대일로" 건설을 강화하고 정책소통, 시설연통, 자금융통, 무역원활과 민심상통을 기초로 국제협력의 새로운 플랫폼을 구축하여 공동발전의 새로운 동력을 자극시켜야 한다고 재차 지적하였다. 2018년 1월 25일, "중국기업 크로스보더 전자상거래 수출고봉 포럼"에서는 《중국 크로스보더 전자상거래 수출 지침》을 발표하여 크로스보더 전자상거래 3.0시대는 중국기업이 "일대일로"를 통해 전 세계로 진출하는 시대이며 또

40) 바이두(百度)백과사전 一帶一路 <https://baike.baidu.com>

한 중국기업이 글로벌 브랜드를 창립하고 글로벌 소매사업을 전개하는 시대라고 강조하였다.⁴¹⁾

"일대일로"는 경제실체도, 메커니즘도 아닌 협력공영, 상생공조, 상호발전을 위한 제안과 이념으로 경제호화, 정치호신, 문명포용의 공동체를 함께 만들자는 뜻이다. "일대일로"의 심층적인 의미는 다음과 같은 세 가지 측면을 포함한다.

"일대일로" 건설은 중국의 단일 사업이 아니라 각국을 잇는 공동사업이다. "일대일로" 이니셔티브와 그 전기적 연구는 고도의 개방성을 주창하고 있으며, 중국은 연선국이 적극적으로 참여하고 건설적인 조언과 의견을 제시하여 전 세계적으로 자원의 이익 공유를 실현하고자 한다.

"일대일로" 제안은 국별과 지역이 광범위하고 개방 정신을 포용하는 것을 기반으로 폐쇄와 배타 메커니즘을 단호히 배격한다. 현재 "일대일로"는 러시아, 중앙아시아, 남아시아, 동남아국가에 중점을 두고 있으며, 동아프리카, 중동 국가들도 교회지대로 급부상하고 있다. 장기적으로는 유럽, 독립국가, 아프리카 일부 국가도 "일대일로" 협력 분야에 포함될 것으로 보인다. 앞으로는 "일대일로"가 더 많은 국가와 실제, 더 많은 프로젝트를 다루게 될 것이며 더욱 개방될 것이다.

"일대일로" 제안은 지속적이고 협력의 기초가 튼튼하며, 고대 실크로드 협력의 업그레이드이자 연장이다. 기존의 양자 및 다자간 협력 메커니즘을 의존하며, 양호한 발전기반의 지역협력체제와 플랫폼과의 경쟁에 의해 협력되고 더욱 발전되었으며 상하이협력기구, 중국-동남아국가연맹(10+1), 유라시아경제연합 등을 벤치마킹해 새로운 동력과 의미를 더했다.

2. 일대일로 제안이 크로스보더 전자상거래에 미치는 영향

"일대일로" 관련국들은 고속 성장기에 접어들고 있고, 새로운 경제 상황에서 중국 기업과의 경제무역 협력 전망은 넓고 발전 여지는 크다. 크로스보더 전자상거래는 신흥 산업으로서 성장세가 강하여, 전통적인 국제무역의 시공간 제한을 타파하고 전통적인 대외 무역의 변신 업그레이드를 추진하였다.

"일대일로"는 무역 장벽을 제거하는 데 유리하다. "일대일로"의 발단으로 중국

41) 바이두(百度)백과사전 互聯網(<https://baike.baidu.com>)

의 경제세계화 참여가 추진되었다. 2015년 3월 28일 출범한 "일대일로"의 비전과 행동은 투자 편리화를 추진하고 투자와 무역 장벽을 더 낮추고 무역 원활화를 확고히 하는 것이 핵심 내용 중 하나라고 했다. "무역 원활화"는 "일대일로" 연선국의 공통적인 비전과 발전방향으로서 지역경제의 융합발전을 추진하는 기초가 된다. "일대일로" 건설은 관련 대외무역 정책을 잇달아 내놓고 있으며, 연선국의 상호무역 장벽을 서서히 낮추고 자유무역협상체제의 건전화를 추진했다. 자유무역의 선도 하에, 크로스보더 전자상거래와 국제무역에 관한 법률을 더욱 완비할 것이며 이는 중국의 외국 무역 기업이 인터넷을 더 잘 이용하여 외국무역을 발전시키는 데 가이드 역할을 하고, 전통적인 무역경제의 변형을 촉진할 것이다. 요컨대 "일대일로" 건설은 각국의 경제무역 발전을 정책적으로 보장하고, 중국의 전통적인 외국 무역 기업이 인터넷 사고방식으로 경영 모델과 거래 패턴을 전환하는데 유리하고, 크로스보더 전자상거래 기업들을 위한 보다 완전한 경영 원칙과 개선 방향도 수립할 수 있으며 앞으로 크로스보더 전자상거래 관련 기업의 발전에 더 넓은 공간을 제공할 수 있고 양호한 경제태세 전조이다.

"일대일로"는 크로스보더 전자상거래의 발전을 위해 정책적 지원을 제공한다. 크로스보더 전자상거래는 중국의 해외 무역 전환의 중점이자, "일대일로"에 있는 나라가 협력을 심화시키는 새로운 형식으로, 중국은 잇달아 일련의 우대 정책을 내놓아, 크로스보더 전자상거래의 발전에 정책 배당금을 가져다주었다.

"일대일로" 제안은 통관 서비스를 최적화하는 데 유리하다. "일대일로"의 건설은 연선국 세관의 협력을 강화하여 통관의 편리화 변혁을 추진하였으며, 크로스보더 전자상거래의 발전을 가속화하였다. 2015년 5월, 시안은 "'일대일로' 세관 고위 포럼"을 개최했고 중국, 마케도니아, 헝가리, 세르비아의 세관 서장은 다각도로 통관 편리화 협력을 심화하여 간편하고 편리하고 효율적인 '통관 통로'를 구축하기로 했으며 중국 상품을 그리스 비레에프스 항구에서 마케도니아, 세르비아를 거쳐 다시 헝가리 철도로 EU에 들어갈 수 있게 했다. 동시에, 중국 측의 적극적인 선도 하에, 4개국은 통관 제도와 조정 메커니즘, 리스크 분석과 통제, 데이터와 정보 공유 및 세관의 합동 범집행 등의 협력을 달성했다. "일대일로"의 제안 하에, 정보공유를 더욱 강화하여, "녹색통로"를 조성하고, 시범기업의 통관 효율을 높여, 크로스보더 수출입 기업의 편리화 정도를 높일 수 있도록 하였다.

동시에 통관의 큰 환경을 정비하고 통관 절차를 간소화해 무역 편리화를 촉진하고, 중점산업의 변형과 발전을 지원하며, 중러 대외무역의 빠른 도약을 돕는다. 통관 서비스 수준이 향상된 기초 하에서 중러 크로스보더 전자상거래는 필연적으로 소비자에게 더욱 안전하고 편리한 서비스를 제공할 것이다.

“일대일로” 제안은 중국 중소 무역 기업이 크로스보더 무역을 전개하는 데 유리하다. 금융위기로 글로벌 대외무역이 장기 침체에 빠진데다가 위안화 절상으로 국제시장 환경이 불안정하고 경쟁이 치열해 중국의 수출무역이 부진하고 자금력이 약한 중소 대외무역업체들은 생존이 어렵거나 부도, 합병에 나서고 있다. “일대일로” 건설은 연선국의 크로스보더 무역 발전을 위해 인프라 정비, 유리한 정책, 편리한 운영 절차 등을 제공하여 중소무역업체를 생존의 어려움에서 벗어나게 하고 변신을 실현했다. 현재, 매년 크로스보더 전자상거래 플랫폼을 통해 신규 등록하는 주체 중 중소기업 및 자영업자가 90% 이상을 차지하고 있으며, 크로스보더 전자상거래는 “일대일로” 배경 하에 생겨났고 중소 무역 기업의 양성 건강 발전을 촉진하였다.

“일대일로”는 크로스보더 물류업을 추진하는 데 도움이 되고, 물류 인프라를 보완한다. 철도의 경우, 해철연운, 국제철도통로를 전개하고 있으며, 항공시설의 경우 직항로 여러 개와 유럽 노선 9개를 개통 시켰으며, 파이프라인 건설에 있어서는 여러 개의 에너지 통로를 만들었고, 화물 운송 반열의 경우, 위신오번열, 난주호, 아시아유럽대륙교 반열이 개통되었다⁴²⁾. “일대일로” 건설은 물류업의 운영 효율을 높였다. “일대일로”는 연선국의 경제 무역 협력을 촉진하고 더욱 완벽한 법규 정책을 수립하였으며, 크로스보더 물류 산업의 일련의 배송 서비스 표준과 품질 표준을 마련하여 기업의 배송 성과와 해외 사업의 선호와 능력을 제고하였다. 또한, 중국의 물류 기업과 국제 대형 택배회사와의 제휴를 추진해, 다원화된 물류의 새로운 모델을 개발해 고효율 물류 시스템의 구축을 추진했다.

“일대일로” 제안은 중국 기업의 글로벌 소매 판매에 도움이 된다. “일대일로” 제기 후, 전 세계 크로스보더 전자상거래업자는 큰 규모, 작은 차이, 빈번한 인수 합병의 전반적인 태세로 운영을 추진하였고 중국 기업들은 이런 계기를 빌려 상품을 해외로 수출하는 무역 장벽을 낮추고 있다. 따라서 크로스보더 전자상거래

42) 韋斐琮, “一帶一路”戰略紅利下跨境電商發展對策, China Business and Market, 2017年 第3期

기업은 '일대일로'를 배경으로 중국 기업이 글로벌 소매 판매를 발전시켜 글로벌 브랜드를 구축하는 데 앞장설 것이며 중국이 세계로 나아갈 또 하나의 새로운 통로이기도 하다.⁴³⁾

제2절 중국 일대일로 정책 중 크로스보더 전자상거래의 법률

《중국전자상거래법》은 정보 네트워크를 통한 거래 수단으로 데이터 메시지를 사용하여 정부 조정, 기업 및 개인에 의해 생성되는 다양한 상업 거래 관계이며, 이러한 상업 거래 관계와 밀접한 관련이 있다. 사회적 관계와 정부 관리 관계의 법적 규범에 대한 일반적인 용어이다.

2013년 12월 27일, 중화인민공화국 상임위원회는 공식적으로 전자상거래에 관한 중화인민공화국 법률의 입법 절차를 시작했다. 2018년 8월 31일, 제13차 인민대표상임위원회 제5차 회의는 2019년 1월 1일부터 시행되는 전자상거래법을 통과하기로 투표했다. 2017년 전국 전자상거래량은 전년 대비 11.7% 증가한 29.16조 위안에 이르렀으며 온라인 소매 판매는 전년 대비 32.2% 증가한 7.18조 위안에 이르렀다. 전국 온라인 쇼핑 사용자 수는 전년 대비 14.3% 증가한 5억 3,300만 명에 이르렀으며 전자상거래 직원은 직간접적으로 4,250만 명을 고용했다. 관련 부서와 전문가의 분석 및 예측에 따르면 중국의 전자상거래 거래 규모는 2020년에 38.2조 위안에 이를 것으로 예상된다.

중국은 세계 최대의 전자상거래 시장이 될 것이며, 전자상거래 산업은 개발 잠재력과 국제 경쟁력이 가장 높은 산업이 될 것이다. 전자상거래의 급속한 발전과 비교할 때 중국은 아직 전자상거래에 대한 구체적인 법률 제정하지 않았으며 실제로 전자상거래의 규제 및 지침은 주로 부서별 규제에 의존한다. 전자상거래의 기존 법률과 규정은 정리, 보완, 수정 및 개선되어야 한다. 전자상거래의 지속 가능하고 건전한 발전을 촉진하려면 법률을 강화해야 한다.

소비자 건강과 서비스와 관련된 상품의 경우, 전자상거래 플랫폼 운영자가 플랫폼에서 운영자의 자격을 검토할 의무를 이행하지 못하거나 소비자에 대한 보안 보증 의무를 이행하지 않아, 소비자에게 피해를 입히면 법에 따라 해당 책임

43) 梁穎, “一帶一路” 視域下中俄跨境電商發展對策研究. 哈爾濱商業大學, 2018, pp.11-14.

을 진다. 전자상거래 플랫폼 운영자는 플랫폼에서 운영자에게 소비자의 합법적 권리 및 이익 침해에 대해 필요한 조치를 취하지 않거나 플랫폼에서 운영자의 자격 검토 의무를 이행하지 않거나 소비자에 대한 보안 보증 의무를 이행하지 않으면 기한 내에 수정 명령을 내릴 수 있으며 5만~50만 위안의 벌금이 부과될 수 있다. 심각한 경우에는 영업 정지를 명령하고 50만 위안 이상 200만 위안 이하의 벌금을 부과한다.

전자상거래 산업의 개발 과정에서 발생하는 문제를 목표로 <중국전자상거래법>의 현재 요구 사항은 다음과 같은 명확한 요구 사항을 제시한다.

1. 지적권(지적재산권) 보호 규칙의 확립

지재권 권리인이 지적권을 침해당했다고 여길 경우 지적권 침해 관련 근거를 제출하며 전자상거래 플랫폼 경영자에게 삭제, 은폐, 링크 단절, 교역과 서비스 중지 등 필요한 조치를 요구할 수 있다.

전자상거래 플랫폼 경영자가 플랫폼 내 경영자가 지적권을 침해하였음을 알거나 알게 된 경우 삭제, 은폐, 링크 단절, 교역과 서비스 중지 등 필요한 조치를 취해야 하며, 조치를 취하지 않은 경우 침해자와 함께 연대책임을 져야 한다.

조치를 취하지 않은 경우 유관 지적권 행정부서에서 정정을 요구하고, 기한 내 조치가 이뤄지지 않은 경우 5만 위안 이상 50만 위안 이하의 벌금을 선고할 수 있으며, 사태가 엄중한 경우 50만 위안 이상 200만 위안 이하의 벌금을 선고할 수 있다.

2. 단골 바가지, 끼워 팔기 등의 설정 금지

빅 데이터를 활용, 예를 들어 항공권을 알아보는 중에 공항마중차량, 호텔 SPA 이용권 등을 번들링 하는 등 소비자들이 관심을 가질만한 상품추천과 함께 끼워 파는 경우가 종종 있는데, 플랫폼 이러한 판매행위가 금지된다.

법률상 전자상거래 경영자는 소비자 취미나 소비 습관에 근거하여 특정 상품이나 서비스 검색결과를 제공할 때 개인특징을 타깃팅하지 않은 검색결과도 제

공하여 소비자 권리를 보장해야 한다고 규정했다.

전자상거래 경영자는 제품이나 서비스를 번들링 할 경우 소비자가 명백히 알 수 있는 방법으로 고지해야 하고, 번들링을 기본설정으로 해서는 안 된다고 규정했다.

상기 규정위반 시, 시장 감독관리 부서는 기한 내 수정을 지시하고, 위법으로 취득한 재산을 몰수하며, 5만 위안 이상 20만 위안 이하의 벌금을 선고할 수 있고, 사태가 엄중한 경우 20만 위안 이상 50만 위안 이하의 벌금을 선고할 수 있다.

3. 보증금 반환에 불리한 조건의 설정 금지

온라인에서 호텔을 예약하거나, 공유자전거 사용 시에는 보증금이 보통 요구되는데, 이와 함께 보증금 반환 문제가 드러나기 시작했으며 특히 공유자전거 보증금 반납 문제가 불거지면서 사회적 이슈가 되기도 했다.

이에 따라 법률조항은 전자상거래 경영자는 약정에 따라 소비자로부터 보증금을 받을시, 환불방식과 프로세스를 반드시 명시해야 하며, 소비자에 불리한 조건을 설정해서는 안 된다고 밝혔다.

소비자가 보증금 반환을 요구할시, 환불조건에 부합하면 즉시 환불해야 하며, 상기 규정을 위반하는 경우 유관 부서에서 정정을 요구하고 5만 위안 이상 20만 위안 이하의 벌금을 선고할 수 있으며, 사태가 엄중한 경우 20만 위안 이상 50만 위안 이하의 벌금을 선고할 수 있다.

4. 소비자 권익 침해시 전자상거래 플랫폼의 책임 부담

전자상거래 플랫폼 경영자는 플랫폼 내 상품판매 혹은 서비스 제공자가 사람과 재산안전 요구에 부합하지 않음을 알고 있어야 하며, 여타 소비자 권익을 침해하는 행위가 있음에도 필요한 조치를 취하지 않은 경우 법에 의거, 연대책임을 져야 한다.

소비자 생명건강과 관련된 제품이나 서비스의 경우, 전자상거래 플랫폼 경영자

가 플랫폼 내 경영자의 자격심사를 다하지 못했거나, 소비자 안전보장 의무를 다하지 못해 소비자에 피해가 발생한 경우 법에 의거 상응하는 책임을 져야 한다.

5. 법적 조치 강화

광군제(11.11) 등 일자에 판촉행사를 할 때 일부 대형 플랫폼은 다플랫폼에서 판매하지 않을 것을 강요하는 경우가 있는데, 법률상 처벌이 가능하고 벌금 금액을 대폭 인상하여 처벌강도를 강화한다.

또한 국경 간 전자상거래에 종사하는 전자상거래 경영자는 수출입 감독관리 관련 법률과 행정법규를 준수할 의무를 부과하는 조항을 추가하기도 한다.

소비자 권리를 침해하거나 안전보장 의무를 다하지 못한 경우(38조 2항, 37조 2항 등), 연대책임을 진다고 되어있었으나, 상응하는 책임을 질 것으로 변경되어 형평성을 기한다.⁴⁴⁾

제3절 중국 일대일로 정책 중 크로스보더 전자상거래의 세제 개혁

“일대일로”전략이 각계에서 주목을 받고 있으며, 해당 지원 정책이 차례로 도입되었다. 크로스보더 전자상거래를 중국 경제발전의 새로운 성장 지점으로 만들기 위해 중앙정부와 지방정부의 관련 부서는 관련 우대정책을 실시했다. “일대일로” 크로스보더 전자상거래 정책은 효과 영역에 따라 세 가지 범주, 즉 세금 정책, 통관 정책, 지불 정책 및 기본 지원 및 격려 정책으로 나눌 수 있다. 전자상거래와 크로스보더 전자상거래는 정책 중심의 신흥 산업이기 때문에 정책 변화에 매우 민감하다. 정책 구현을 촉진하면 신흥 산업의 빠른 개발과 번영에 도움이 될 수 있으며 엄격한 정책의 구현으로 신흥 산업이 즉각적으로 발생할 수 있다. 예를 들어, 2016년 4월 8일에 시행된 《크로스보더 전자상거래 소매 수입 및 세수책》은 2주 이내에 시점도시의 크로스보더 전자상거래 사업이 급격히 줄어들었고 크로스보더 전자상거래 회사는 근로자를 해고하고 생산라인 수를 많

44) http://news.cnr.cn/native/gd/20180622/t20180622_524278719.shtml 電商法三審：保護網購消費者權益 2018-06-22 10:23:00 來源：人民日報

이 줄였다. 세금 정책, 통관 정책, 지불 정책은 정확히 이런 정책이다.

1. 크로스보더 전자상거래에 포함된 세금 정책

세금 정책은 “일대일로”개발의 초점이며, 국제 무역에 종사하는 기업과 국가의 정당한 권리와 이익을 어느 정도 보호할 수 있다. 또한 관련 국가의 경제발전에 도움이 되지 않는 악의적 덤핑 및 기타 행동을 효과적으로 억제한다. 따라서 일반적으로 경제발전을 위한 공정한 세금 환경이 조성되며, 시장에 자원을 배분하는 데 결정적인 역할을 하는 세금 시스템의 개혁과 개선을 보장하는 것이 목적이다. 환급 된 세금 시스템은 상품의 유통에 도움이 되고 통일된 법인소득세 시스템은 공정 경쟁에 도움이 되고 특히 해외 소득세 공제 시스템은 크로스보더 투자의 이중 과세를 제거하는 데 도움이 된다.⁴⁵⁾

45) 中國國際稅收研究會課題組, 龔輝文, 『服務“一帶一路”戰略稅收政策及征管理研究』 國際稅收, 2015, pp.9-14.

<표 3-1> 세금관련 정책 정리

공포일자	공포부서	문건
2013.08	국무원	《국제전자상거래 소매수출 관련정책지지 실시에 관한 의견》
2013.12	재무부, 국세총국	《크로스보드 전자상거래 소매 수출 세금 정책 통지》
2015.06	국무원	《글로벌 전자상거래 발전 촉진에 관한 지도의견》
2015.09	국무원	《크로스보더 전자상거래 온라인 구매의 보세 수입 관리 강화》
2016.03	재무부	《크로스보더 전자상거래 소매 수입 및 세수책》
2016.07	국가세무총국	《수출 세금환급(면제) 신고 관련 문제에 관한 공고》
2017.06	품질검사총국	《수출 세금환급(면제) 신고 관련 문제에 관한 공고》
2017.11	국무원	《중국무원 관세 위원회 소비재 수입 관세통지》
2018.06	국무원	《수출입화물 세관신고서 규범》
2018.11	재무부, 관세청국, 세총국	《직구 전자상거래 소매수입세수정책개선에 관한 통지》
2018.11	재무부	《국경 간 전자상거래 소매 수입 상품 리스트 조정에 관한 공고》

크로스보더 전자상거래 세금 관련 정책의 해석 및 분석을 통해 세금 정책이 주로 세제 개혁, 세율 조정 및 세금 면제 주제 조정에 초점을 맞추고 있음을 발견했다. 다음은 특정 정책 해석의 결과이다.

2012년 말, 항저우를 포함한 5개 도시가 관세청에 의해 최초의 시범 도시 배치로 확인되었으며, 크로스보더 전자상거래는 중요한 국가 개발 산업의 대열에 공식적으로 포함되었다. 3년간의 초기 개발 후, 다양한 시범 도시에서 비즈니스의 빠른 개발로 인해 국가와 사람들은 크로스보더 전자상거래 개발의 중요성과 크로스보더 전자상거래 개발이 경제에 미치는 긍정적인 영향을 더 많이 확신하게 되었다. 이와 관련하여 2016년 4 월 국가는 크로스보더 전자상거래를 포함하도록 수입세 정책을 개혁하여 업계의 중요성을 공식적으로 확인했으며 이는 산업 발전이 성숙 단계에 진입했음을 의미한다. 그 이후 2018년 말까지 중국은 10 개 이상의 관련 정책 및 규정을 공표했으며, 2016년에 공표 된 크로스보더 전자상거래

세금 정책을 3배 연기하고 크로스보더 무역 과세의 다른 측면을 조정하고 규제했다. 2018 년 말에 혁신적인 조정 정책이 도입되었으며, 크로스보더 조정을 규제하고 안내하기 위해 시범 도시의 크로스보더 무역 감독에서 얻은 장기 경험을 바탕으로 세율, 세금 주제 목록, 단일 및 연간 세금 제한에 대한 과학적이고 합리적인 조정이 이루어졌으며 국제 무역의 번영과 장기 발전을 추진했다. 위의 분석을 통해 국가가 "세금"의 기본 수준에서 크로스보더 전자상거래의 법적 지위를 처음으로 인정한 것을 알 수 있으며, 동시에 국가가 이를 강조하는 세금 정책의 수에서도 볼 수 있다. 공포 된 정책의 내용은 국가가 지속적으로 세금을 줄이고 품목 목록을 늘려 크로스보더 전자상거래 수입 및 수출 무역의 규모를 확대하고 있음을 보여준다.

2. B2C 크로스보더 전자상거래 세금 개혁의 주요 내용

"스빠신정⁴⁶⁾"을 시행하기 전에 중국의 세관은 B2C 크로스보더 전자상거래를 위한 행우세 시스템을 구현했다. 행우세는 수하물 및 우편물에 대한 수입세의 약자이다. 행우세는 관세와 수입세 징수(소비세 및 부가세)를 하나로 결합한 특별 형태의 단순화된 세금 시스템이다.

행우세의 과세 대상은 중국 세관이 요구하는 금액을 초과하지만 합리적인 수량의 개인적으로 사용하는 물품이다. 관세법 및 관세 규정에 따라 상품과 상품 간에 차이가 있으며, 특히 개인용으로 합리적인 수의 개인이 수하물을 가져 오는 승객 수하물 항목, 개인 우편 항목 및 기타 개인용 개인 항목을 말한다. "자용"이란 인바운드 여행자가 판매 또는 임대 아닌 친척 및 친구 자신에게 사용하거나 선물하는 것을 의미한다. "합리적인 수량"은 인바운드 승객의 실제 여행 조건에 따라 세관에서 규정한 정상 수량을 나타낸다. 인바운드 거주 승객이 소지한 해외 인수의 총 가치는 5,000 위안 이내여야 하고 중국에 체류하려는 인바운드 비거주 승객의 총 가치는 2,000 위안 이내여야 한다.

2013 년 중국에서 크로스보더 전자상거래 시범도시를 개방한 이후, 행우세 통

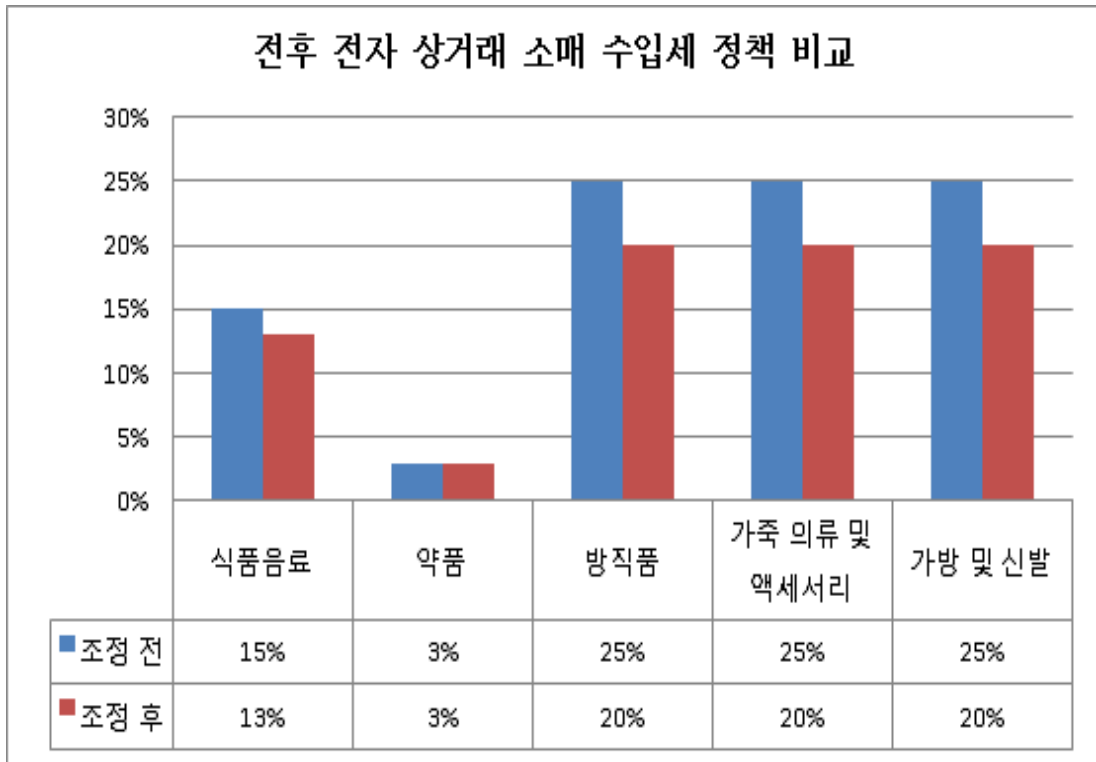
46) 스파신정: 《크로스보더 전자상거래 소매 수입 및 세수책》의 약자이다. 이 정책은 2016년 4월 8일부터 시행하기 때문에 사팔 세제 개혁이라고 요약한다.

관은 크로스보더 전자상거래 및 해외직구의 주요 통관 모델이 되었다. 세관은 행우세 세액이 인민폐 50위안 및 50위안 이하이면 면세하고, 50위안의 기준 액을 초과하는 경우 세금 전액을 징수한다. 행우세 품목 분류와 완납가격은 세관총서 2012년 제15호에 고시된 《인바운드 승객의 수하물 및 개인 우편 물품에 대한 수입세 분류표》(이하 《분류표》)와 《인바운드 승객을 위한 수하물 및 개인 우편 품목의 세금 완납 가격표》(이하 《완납가격표》)에서 정한다. 수입 행우세는 “완납가격 × 세율”공식에 따라 계산되며, 행우세 별도 세율표에 따라 각기 다른 유형의 품목은 그에 상응하는 단일 수입 세율이 10 %, 20 %, 30 %와 50 % 네 가지가 있다. 2016 년 “스빠신정”이 실시된 후, B2C 크로스보더 전자상거래에 대해 더 이상 우편 물품에 따라 행우세를 징수하지 않고 대신 화물별로 관세와 수입 부가가치세, 소비세를 부과하도록 했다. 동시에 《수입품 수입 관세 조정에 관한 국무원 관세세칙위원회의 통지》(국무원 관세세칙(稅則)위원회 [2016] No. 2)에 따르면 관세청은 2012년 제15 호에 공표한 《분류표》 및 《완납가격표》의 분류 및 세율도 조정했다⁴⁷⁾.

2019 년 4 월 3 일, 국무원 총리인 리커창 (Li Keqiang)은 국무원 회의를 주재하고 수입품에 대한 행우 세율을 낮추어 수입과 소비 확대를 추진하기로 결정했다. 2019 년 4 월 9 일부터 수하물 및 개인이 소지한 우편물에 부과되는 행우 세율이 감소되었다. 그중에서도 식품, 의약품 및 기타 상품의 경우 세율이 15 %에서 13 %로 감소했으며 섬유 및 전기 제품은 25 %에서 20 %로 감소했다⁴⁸⁾.

47) 중화 인민 공화국 관세 행정공고, 《 중화 인민 공화국 국무원 공보 》. 2016.

48) http://www.gov.cn/xinwen/2019-04/03/content_5379474.htm?_zbs_baidu_bk
2019-04-03 21:41



<그림 3-1> 세계 개혁 전·후 전자 상거래 소매 수입세 정책 비교
자료: 중국 관세청

<그림 3-1>에서 보면 조정에 따라 세금 항목 1 및 2에 대한 세율은 각각 현재 15% 및 25%에서 13% 및 20%로 감소했다. 조정 후 행위 세율은 각각 13%, 20% 및 50%이다. 13% 범위에 적합한 품목에는 서적, 신문, 음식, 금 및 은, 가구, 장난감 및 의약품이 포함된다. 20% 범위에 적합한 품목에는 스포츠 용품 (골프 및 장비 제외), 낚시 용품, 섬유 및 제조 제품이 포함된다. 50% 범위에 적합한 품목에는 담배, 주류, 보석류 및 보석류, 고급 시계 및 고급 화장품이 포함된다.

C2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼은 행위세 감면 혜택을 누릴 수 있다. 세금 감면은 해외여행, 특히 수입 전자 상거래 전자상거래 플랫폼 및 크로스보더 전자상거래 플랫폼을 사용하는 판매자에게 큰 혜택을 준다. 이 모델을 통해 판매하는 판매자는 비용을 줄일 수 있다. "양마토우(洋碼頭) " "타오바오 글로벌 쇼핑몰(淘宝全球購)" 등 해외직구+ 등록된 상호에 기반 한 C2C 플랫폼은 의심할 여지없이

가장 큰 수혜자이다⁴⁹⁾.

3. 크로스보더 전자상거래 수입상품의 화물 속성

<표 3-2> 크로스보더 전자상거래 소매 수입 세금개혁 전후대비

항목	세금개혁 전	세금개혁 후
물품 속성	물품	상품
미지급세금	행우세	관세+부가 가치세+소비세
한도	단번 한도액 1,000위안	단번 한도액 2,000위안, 개인 연간 거래 한도액 20,000원
세수입	한도액 이하: 10%, 20%, 30%, 50%, 대부분의 상품에 10%의 세율이 적용된다.	한도액 이하: 관세(잠정관세율 0%)+(수입단계 부가가치세 + 소비세)×70%
	한도액 이상: 일반 무역으로 정수.	한도액 이상: 일반 무역 방식 전액 과세.
관세지급필가격	주요하게 「 수입물품 과세 가격표 」를 참조한다.	상품 소매가격, 운임, 보험료
세금 감면 금액	50위안	50위안 면제 액수를 축소

자료: 중국 세관총서서류 (<http://www.customs.gov.cn/publish/>)

<표 3-2>은 세금개혁 전후의 크로스보더 전자상거래 소매수입상품에 대한 조세정책의 주요 변화를 나타내고 있다. 세관법에 따르면 중국은 수입 상품을 화물과 물품으로 구분하며 각자 적용되는 조세와 감독관리제도는 큰 차이가 있다. 물품이란 개인이 해외로 나갈 때 휴대하는 수하물과 입국할 때의 물품과 기타 물

49) <http://www.bjnews.com.cn/finance/2019/04/09/565528.html> 新京報 記者: 潘亦純 編輯: 趙澤 2019-04-09 07:35:49

품을 가리키며 비무역성을 지닌다. 물품을 제외한 상품은 화물로 간주된다.

크로스보더 전자상거래 사업자에게 있어 소비자품 세금 부담의 변동은 소비자 수요에 영향을 주고 그 역할을 통해 기업의 공급 구조와 규모에 영향을 줄 수 있다. 일반적으로 세 부담 증가는 수요 감소로 이어져 공급 증가를 약화시킨다. 세금 개정 전, 중국은 B2C 크로스보더 전자상거래 소매 수입 상품에 대해 우편 물품에 따라 행우세를 징수하였다. B2C 크로스보더 전자상거래 사업자의 대다수가 우편을 통해 상품을 수입하지만, 그 거래는 무역의 성격을 띠고 있으며, 구매부터 판매까지 전 과정에 걸쳐 행우세만 부과된다면, 그 총세 부담은 같은 종류의 일반무역 수입상품과 국내 생산 상품의 세 부담보다 낮아 불공정한 경쟁을 이룬다. 이에 따라 중국은 크로스보더 전자상거래 수입상품을 구매하는 개인을 납세의무자, 전자상거래기업 및 전자상거래 플랫폼 또는 물류기업을 수취대납의 무자로 하는 등 B2C 크로스보더 전자상거래 세제를 개혁하였다. 크로스보더 전자상거래 수입 상품의 화물 속성을 명확히 하고 일반 무역 수입화물과 마찬가지로 관세 및 수입품 부가가치세와 소비세를 부과했다. 단, 일시적으로 납부세액의 30%를 할인하고 50위안의 면제금액을 취소했다.

4. 크로스보더 전자 상거래 수입품에 대한 체크리스트 관리

"스빠신징"이 실시되기 전에 중국 세관 구매금지 상품만을 규정한 "네거티브 리스트"를 시행하고 세금 개정 후, 세관은 B2C 환적 사업자가 수입할 수 있는 상품을 '긍정적 리스트'로 작성할 수 있으며, 구체적인 규정은 '크로스보더 전자상거래 소매 수입 품목'이다. 2016년 4월 7일과 15일에 발표된 두 개의 리스트에는 식품, 의류, 신발, 모자, 가정용 전기, 화장품, 기저귀, 어린이용 장난감, 젓, 생선, 보건품, 의료기계, 특수 식품 등 모두 1293개의 8위품목이 포함되어 있다.

"정면 리스트(正面清單, 포지티브 리스트)"는 질량감독 총국, 약품감독국 등 여러 부처가 공동으로 관리하여 수입품의 안전을 보장하고 합법적이며, 크로스보더 전자상거래 소매수입을 요구하는 것은 일반 무역수입의 관리 요구와 동일하다. 세금 개정 전에 크로스보더 전자상거래 소매수입은 선적서류, 계약서, 송장, 선하증권 등을 제공하여 입국할 수 있다. 새 개정 후, "정면 리스트"는 비고에서 리스

트 중 포함한 상품 검사검역 감독관리는 국가법규에 따라 수행하며 직매입품은 검사통관서 면제, 인터넷 구매 보조 상품의 "1선" 입구 때 물품의 성질에 따라 통관검사를 진행한다. "2선" 입구 때 통관단⁵⁰⁾ 검사가 필요 없다. 법에 따라 등록 또는 비치를 거쳐야 하는 의료기기, 특수식품 등은 국가 관련 법규에 따라 집행한다. 보건품의 경우 상품의 원산지증명서를 제공해야 한다. 영수증, 선적장, 선하증권, 식약감국, 수입 보건품 위생허가증 등 십여 건의 외국 무역 증권을 일부 물품 공급원이 영세한 소형 크로스보더 전자상거래 사업자는 세금 개정 후에도 독립 경영을 지속하기 어렵다. "정면 리스트"의 반포는 무역의 공평을 촉진하고 B2C 크로스보더 전자상거래의 발전 질서를 수호하며, 가품의 입국을 차단하고 소비자의 권익을 보호할 수 있다.

크로스보더 전자상거래 종합시험구의 통계에 따르면 4월 8일부터 4월 15일까지 새로운 세제 개혁정책을 시행한 결과 정저우, 선전, 닝보 및 항저우의 종합 시험구역 수입량은 각각 70%, 61%, 62% 및 65% 감소했다. 새로운 규제 모델 하에서 일부 상품의 원산지 증명서와 같은 문서를 입수하기가 어렵기 때문에 궁극적으로 통관을 취소하는 것이 불가능하다. 또한 등록 및 출원이 필요한 건강 제품, 화장품 및 기타 제품은 오랜 시간이 걸리고 단기간 내에 국가에 입국할 수 없어 크로스보더 기업의 재고 부족 위기를 악화시키고 일부 중소기업은 폐쇄되었다.

"정면 리스트"의 상급한 반포로 인해 관련 규제 정책을 시행 한 후 일련의 문제가 발생했으며 일부 크로스보더 전자상거래 회사는 큰 손실을 입었다. 중국은 B2C 크로스보더 전자상거래 관련 규제 요건으로 1년의 전환 기간을 부여하기로 결정했다. 즉, 계속 시범 모식에 따라 감독관리를 진행하고 시범 도시에서 운영하는 인터넷쇼핑 보세상품 '제1선'에 대해 통관서류를 잠시 검사하지 않고 화장품, 영아유아 조제분유 등의 첫 수입 허가 비준서, 등록 또는 등록 요구를 잠시 집행하지 않는다. 과도기 정책 이행 이후, B2C 국경 간 전자상거래는 점차 안정적인 개발을 향해 나아갔다. 크로스보더 전자상거래 소매 수입 감독 모델의 전환을 꾸준히 추진하기 위해 중국은 감독 전환 기간을 2017년 말까지 연장했다.

50) "제 1 선"은 국내 자유 무역 지역과 국외의 선을 의미하고, "제 2 선"은 국내 자유 무역 지역과 국외 자유 무역 지역 외부의 경계를 의미한다.

2017년 9월에 전환 기간이 2018년 말까지 다시 연장되었다. 이는 크로스보더 전자상거래 소매수입 감독관리가 이미 제3의 과도기에 들어섰음을 의미한다.

5. 세계 개혁이 B2C 국제 전자상거래 발전에 미치는 영향

1) 단기적인 영향

소비자들은 세계 개편 후 일부 품목의 수입품 가격 인상 영향을 직접 받는다. 새로운 세제는 식품, 보건, 임산부, 영아유아, 생활용품 원가에 비교적 큰 영향을 준다. 전에 징수를 거의 면제하던 데로부터 총 가격이 11.9%인 크로스보더 전자상거래 종합세금을 징수하는 것으로 전환하였다. 한정 액을 초과하거나 전면 명세서에 없는 상품에 대해서는 일반무역 수입화물 전액에 따라 관세와 수입 부가가치세를 징수하고 과세소비품에 대해서는 소비세를 납부해야 한다. 이는 크로스보더 전자상거래의 구매원가를 높이게 되며 원가의 상승은 최종적으로 소비자에게 전이된다. 하지만 가전제품 및 일일 청소제품과 같은 수입제품에 대해 지불되는 세금의 양이 감소되었으며, 그 감소도 38.1%에 도달했다. 이로부터 크로스보더 전자상거래 세계 개혁의 영향으로 세금 감면이 단기적으로 핫스팟이 되고 세금 인상 품목에 대한 시장경쟁이 더욱 심화 될 것임을 보여준다.

새 세제는 수입품의 수입 모델에 영향을 미칠 것이다. 왜냐하면 새로운 세제의 가장 큰 변화 중 하나는 B2C 전자상거래에 대해 행우 세에 따라 징수하는 50원 면세한도의 개혁이다. 이후로는 이 조항이 취소될 것이다. 새로운 세제 하에서 보세 모델은 더 이상 "정진영출(整進零出⁵¹)"의 우세를 갖지 못하며, 게다가 이 패턴은 많은 자금을 차지하기 때문에 이는 보세 비품 모델에 크게 의존하는 크로스보더 전자상거래 업체에게는 큰 타격이 될 수밖에 없다. 새로운 정책을 시행하기 전의 대규모 전자상거래 판촉 활동은 미래에는 찾아보기 어려울지 모르지만, 티몰국제, 넷이즈 카오라 해외쇼핑, 양마두 및 징동 월드와이드와 같은 B2C 크로스보더 전자상거래 발전 속도는 단기적으로 크게 떨어질 수 있다.

51) 정진영출(整進零出): 판매자는 언제든지 상품을 수령 가능하고 상품을 수령 할 때 세금을 내고 자본 점유를 줄이며 소비자는 온라인 쇼핑 상품을 더 빨리 얻을 수 있다.

새로운 세제가 시행되면 중국의 크로스보더 전자상거래의 플랫폼의 운영원가가 더 높아져 업계에서 새로운 카드가 등장할 것으로 예상된다. 이 부분의 신규 원가를 상품마다 할당하면 소비자의 상품 가격에 대한 민감도를 고려해 크로스보더 전자상거래 플랫폼은 탄력성이 높은 제품을 일부 지원할 수 있어 가격 탄력성이 떨어지는 것은 그대로 가격을 올릴 수 있다. 자금력이 풍부한 플랫폼은 비교적 규모가 작은 크로스보더 전자상거래 플랫폼에 비해 위기를 막을 수 있는 역량을 가지고 있다. 그러므로 크로스보더 전자상거래 통합 속도가 빨라질 것으로 보인다.

2) 장기적인 영향

장기적으로는 새 세제가 소비자 쇼핑 체험을 최적화해 새로운 소비 업그레이드의 시작을 예고하고 있다. 앞으로 2000원 미만의 수입품은 일부 고가품, 가죽, 가방, 뷰티 제품, 소형 수입 가전제품의 판매를 촉진하여 소비자의 관심을 더욱 높일 수 있으며, 사실 일부 크로스보더 전자상거래는 적극적으로 상품구조를 조정하고 있다. 게다가 확대한 '3단(주문, 지급증, 물류장)'을 보급하는 것이 파일럿 비즈니스 모델을 보다 편리하게 할 수 있고 크로스보더의 물류 원가 절감에 도움이 되며, 상품 인도시간이 대폭 단축되어 소비자의 구매 애프터서비스의 체험을 한층 향상시킬 수 있다.

다음으로 크로스보더 전자상거래는 수입업체의 업종도 바꾸면서 주체 구조도 바꾼다. 새로운 세제에서, 일련의 "조합권(組合拳)"을 낼 수 있는 유력한 크로스보더 전자상거래 기업들은 이번 위기를 안정적으로 이행할 수 있는 수단을 많이 이용했다. 예를 들어, 그들은 공급 체인 모델과 상품구조를 통합하고 선진적인 과학기술을 구사하여 비용을 더 낮출 수 있다. 그러나 작은 크로스보더 전자상거래 사업자들에게 이번 세제는 그들의 성장의 길에서의 생존 시험대가 될 것이다. 예를 들어, 해외 구매대행, 해외 바이어 소매점의 감소 등, 크로스보더 전자상거래의 구매 채널을 꼭 개선할 필요성이 있다고 생각한다. 그중에서 실수가 있으면 시장에서 영원히 사라질 수 있다. 이와 함께 월마트가 앱에 '글로벌 e-세일즈'를 출시하는 등 일반 무역상도 경쟁에 나설 것으로 보인다. 그러므로 세금 개정이

시행되면 B2C 크로스보더 전자상거래는 우승열패라는 치열한 경쟁 구도를 보일 것이다.

물론 개혁의 목적은 항상 업계를 규범적이고 건강한 방향으로 발전시킨다. 새로운 세제는 크로스보더 전자상거래의 세무구조를 다지고 있으며, 미래의 동적 조정과 정책 세분화를 위한 안내문서이다. 수입품 리스트 제도의 개혁도 정부 부처의 규제 효율성을 크게 높일 것으로 보인다. 장기적으로는 더욱 최적화된 크로스보더 전자상거래 시스템을 구축하여 크로스보더 전자상거래를 예전보다 규범적이고 건강하고 공정한 방향으로 발전시킨다. "회색"조작의 난이도가 크게 높아질 것으로 예상할 수 있다. 그리고 크로스보더 전자상거래 업계와 전통 크로스보더 무역업계 사이의 경쟁도 더 공평하고 투명해질 것이다.

중국의 크로스보더 전자상거래에 영향을 주는 정책에는 세금 정책뿐만 아니라 통관 정책, 지불 정책 등이 있다.

제4장 중국 전자상거래 기업에 대한 영향 및 방안

제1절 중국 전자상거래 기업에 대한 사례분석

1. 넷이즈 카오라 해외쇼핑 (网易考拉海購)

1) 소개

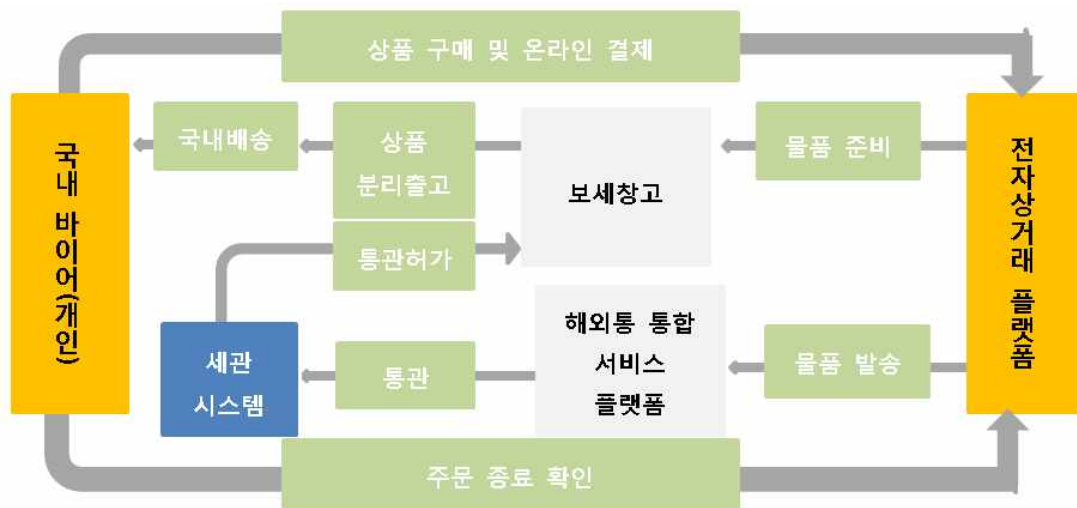
넷이즈(网易)하의 종합 전자 상거래 회사 넷이즈 카오라 해외쇼핑 (网易考拉海購) 는 2015 년 1 월 공식적으로 출범했다. 주로 크로스보더 비즈니스를 다루며 미용 및 화장품, 의류 가방, 모자 및 유아용품, 가정생활품, 영양제 및 건강 관리 및 기타 분야를 포함하는 다양한 제품을 판매한다. 1 년 전에 설립된 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 2016 년에 “B2C 상품 전자상거래 서비스 인증서”를 획득 한 최초의 중국 B2C 국제 전자상거래 회사가 되었다. 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 플랫폼 출시 관점에서 중국의 B2C 크로스보더 전자상거래가 발발했을 때 온라인으로 전환하기로 결정했으며, 그 당시 중국에는 이미 티몰 글로벌 (天貓國際), 웨이핀후의 (唯品會) 및 샤오홍슈 (小紅書)와 같은 대형 전자상거래 플랫폼이 있었다. 출시 후 징둥 월드와이드 (京東全球購) 및 기타 B2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼과 같은 많은 강력한 경쟁업체가 등장했다. 그러나 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 고유한 장점으로 인해 전통적인 전자상거래 대기업을 능가하고 치열한 경쟁에서 자리를 차지하며 크로스보더 전자상거래 산업의 새로운 리더가 되어 단기간에 포위 공격을 뚫을 수 있었다.

넷이즈 카오라 해외쇼핑은 설립 후 1년 만에 중국의 B2C 크로스보더 전자상거래 “스빠신정”의 영향에 직면했지만 “8 월 18 일 새로운 거래”가 시행된 후 한 달 이상 효과적인 대응 전략을 채택하고 판매 실적이 회복되었다. 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 2016년 황스이(双十一), 2015년 황스이(双十一)의 판매량을 23 분 초과했으며 첫 시간의 판매량은 1억 5천만을 넘어 섰다. 세관 통계에 따르면, 항저우, 닝보 및 기타 여러 곳의 주요 크로스보더 보세 구역은 “블랙 프라이데이” 첫

판매 보고서 카드를 넘겨주었다. "쌍십이절(双十二)"의 날, 항저우, 정저우 및 기타 무역 지역에서 판매 1 위를 차지했다.⁵²⁾

2) 비즈니스 모델 분석

수익 모델 측면에서 넷이즈 카오라 해외 쇼핑은 자영업자 모델을 채택하고 직접 판매하여 제품 품질을 보장한다. 전통적인 모델에 따르면 상품은 해외 유통 업체에서 소비자로 연결되는 최소 4 개의 링크를 통해 25 ~ 51%의 추가 수익을 거둘 필요가 있으며 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 해외 구매는 미국, 독일, 이탈리아, 일본, 한국, 호주 및 기타 장소에 설치된다. 생산품 원산지를 깊이 하여 중국 시장에 적합한 상품을 직접 구입하다. 또는 해외 창고에 직접 제품을 구매하여 국내의 모든 수준의 도매 업체가 필요하지 않고 중간 링크 비용을 줄이고 운영 비용의 5% -7% 만 청구하면 기존 모델보다 제품 가격이 20% -44% 낮아 넷이즈 카오라 해외쇼핑 플랫폼의 제품 가격 및 품질의 핵심 경쟁력이 향상된다.



<그림 4-1> 보세 수입 모델 흐름도

자료: 저자 정리

B2C 크로스보더 전자상거래의 수입 모델은 보세 모델과 직구 모델 두 가지로

52) <http://money.163.com/17/0217/01/CDEIDTLL002580S6.html>
2017-02-16 23:48:37

來源: 每日經濟新聞網易財經

나닌다. <그림 4-1>에 표시된 것처럼, 보세 모델은 해외 시장에서 다양한 국내 소비재를 집중적으로 구매하고 먼저 대량 컨테이너 운송을 통해 국내 해외 보세 구역의 창고로 상품을 운송하는 해외 전자상거래 플랫폼을 말한다. 고객이 주문을 하면 보세 구역의 창고에서 소비자에게 직접 배송된다. 장점은 가맹점의 물류 비용과 인건비를 절약 할 수 있으며 물류 속도는 국내 주문과 거의 같으며 소비자의 수익 요구를 충족시킬 수 있다는 것이다.

직접 운송 모델은 인터넷 플랫폼에서 처음으로 특정 제품을 출시하는 크로스 보더 전자상거래를 말하며, 국내 소비자가 주문한 후 판매자는 소비자의 주문 요구 사항에 따라 해외 시장에서 중앙 집중식 구매를 수행하고 해외로 포장하며 해외에서 직접 포장한다. 운송, 통관, 국제 물류 회사를 통한 개별 패키지 형태의 입국 및 국내 물류 회사로 이전하여 소비자에게 우편 발송한다. 보세 수입 모델과 비교하면 직접운송, 직접수입 모델은 해외에서 배송하기 전에 주문을 받았으므로 소비자에게 더 많은 선택권을 부여하고 소비자의 개별 요구를 더 잘 충족시킬 수 있지만 배송이 느리고 물류비용이 높다. 그리고 반품 및 교환 과정이 이 비교적 번거롭다는 단점이 있다.

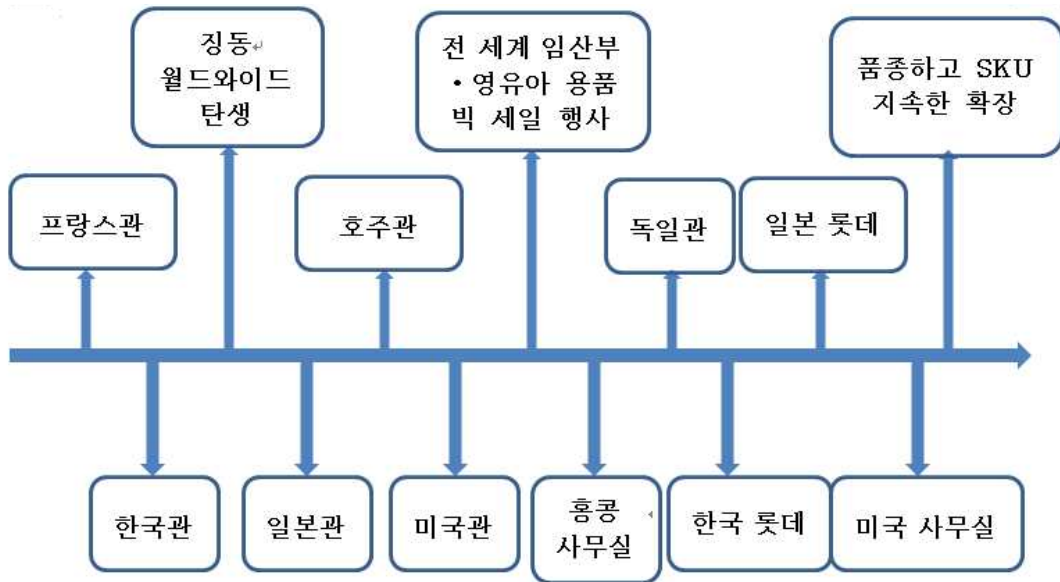
넷이즈 카오라 해외 쇼핑은 주로 보세 모델을 채택하고 있으며 보세 창고를 보유한 최대 규모의 해외 전자 상거래 기업이 되었으며 보세 재고는 90 % 이상을 차지한다. 항저우, 정저우, 닝보 및 충칭의 보세 창고 면적은 20만 평방미터를 초과했다. 이 모델을 통해 넷이즈 카오라 해외쇼핑 플랫폼에서 판매되는 제품은 국내 보세 창고에 사전에 재고가 제공되며, 사용자가 구매할 때 국내 보세 창고에서 직접 제품을 보내 국제 물류 시간과 비용을 크게 줄여 배송 속도가 아주 빠르다.

2. 징둥 월드와이드 (京東全球購)

1) 소개

유강동(劉強東)은 1998년 중관촌(中關村)에 징둥 회사를 설립했고 2004년 크로스보더 전자상거래 분야에 본격적으로 진출했다. 징둥은 전자통신 업무에 발을 들여놓기 시작하여, 중국 최대 규모의 자영식 전자사업자가 되어, 브랜드 판매수가 많을 뿐만 아니라, 그 점유율이 중국 B2C의 자영식 전자사업자 시장에서 57%에 달할 정도로 전자상거래의 인기를 증가시켰다. 2014년 4월, 징둥은 분석을 거쳐 해외 사업부를 설립하여 해외 시장에 본격적으로 진출하였다. 이는 징둥의 글로벌화 전략 강화의 중요한 방책이다. 징둥은 국경을 넘나드는 업무를 전개하는 조치로 더 많은 소비자를 끌어들이고 동시에 기업의 새로운 이윤 성장점을 형성하였다.

징둥 월드와이드는 글로벌 업무를 보급하기 시작하였다. 2015년 초 징둥은 해외 시장 개척을 위해 유강동이 직접 대표단을 이끌고 프랑스와 한국을 방문하였다. 관련 업무 제휴를 논의하여, "프랑스관", "한국관"을 성공적으로 가동하였다. 징둥 월드와이드 최초 점포는 450개가 넘고, 브랜드 수는 1200개가 넘으며, 상품 수는 15만종이 넘는다. 상품의 종류는 식품 보건, 임산부, 영아유아 용품, 의류, 신발, 화장품, 선물, 가방 등이 포함된다. 중국 이용자들은 글로벌 구매를 통해 해외의 양질의 상품을 더 쉽고 빠르게 선택할 수 있다. 동시에 징둥은 eBay와 공동으로 출시한 "eBay 해외 베스트" 코너에 함께 접속하여 소비자가 eBay에 있는 베스트 상품을 수시로 구매할 수 있다. 징둥은 이어서 "일본관", "호주관", "미국관", "독일관"을 가동하였으며 해외 기업을 많이 도입했다. "유닐레버(Unilever)", "샤샤(SaSa)", "UKFI", "일본 롯데"등이 징둥 월드와이드에 입주하여 징둥 월드와이드는 빠른 속도로 호조를 보이고 있다.



<그림 4-2> 징동 월드와이드 업무 발전 과정

자료: 저자 정리

2) 비즈니스 모델 분석

징동 월드와이드의 주요 업무는 글로벌 직구, 글로벌 특판(特賣)하고 글로벌 브랜드 3대 부분으로 나뉜다. 현재 11개의 큰 종류를 포함한다. 3대 부분 중에서 임산부·영아유아 용품, 뷰티 케어, 건강 기능 식품이 현재 가장 많이 검색되고 가장 많은 소비자의 사랑을 받고 있는 품목이다.

징동 월드와이드는 중국에서 늦게 시작한 크로스보더 전자상거래 사업으로 기타 크로스보더 전자상거래 사이트 경영 경험을 참고하면서 많은 준비를 한 후, 자기 발전에 적합한 독특한 경영 모델을 수립하였다. 징동 월드와이드는 "자영+플랫폼"의 비즈니스 모델을 결합한 것으로, "자영"이라는 뜻은 징동 자체가 상품을 조달하고, 보세 구역 내의 전문 서비스 지향 기업이 해당 지원을 제공하면 온라인상에서 판매하게 된다. "플랫폼"모델은 해외 판매자가 플랫폼 공급 업체로서 계약 방식으로 징동에 진주한다. 사용자 경험을 향상시키기 위해 징동은 표준 제품 및 핫아이템에 대한 소비자의 긴급한 요구를 충족시킬 뿐만 아니라 룬테일

(The Long Tail)⁵³⁾ 제품으로의 전환도 충족시킨다. 이 밖에 징동은 6대 상품 통제 조치를 설치할 뿐만 아니라, 판매자의 위조품 판매 행위에 대한 처벌을 강화하여, 상인들이 가짜 상품을 판매하는 위반 행위가 있어 경동이나 소비자한테 적발되어 고발될 경우, 1,000달러의 엄격한 벌금에 처해진다. 그러므로 소비자는 상품에 대한 불안감을 감소할 수 있다.

전체적으로 볼 때, 징동 월드와이드가 선택한 비즈니스 모델은 전통적인 무역을 넘어섰다. 플랫폼 모델은 징동이 해외 브랜드 사업자와 협력하여 소비자가 직접 해외 사업자로부터 상품을 구입할 수 있다. 한편, 징동 글로벌은 해외에 해외창고를 설립하고 국내에 보세창고를 설치했으므로 배송 속도가 아주 빠르다. 현재 징동 월드와이드는 회사의 비교적 현저한 업무가 되었고 회사의 수입 증가를 촉진시켰다.

제2절 중국 전자상거래 기업 사례를 통한 영향 및 방안

1. 세계 개혁이 넷이즈 카오라 해외쇼핑에 미치는 영향 및 대응방안

1) 조세부담변동이 넷이즈 카오라 해외쇼핑에 미치는 영향

(1) 수직 비교

B2C 크로스보더 전자 상거래 회사는 "스빠신정"을 시행하기 전에 행우세를 지불했으며, 개인이 규정된 한도인 1,000 위안 을 초과하여 인바운드 상품을 우편으로 발송할 경우는 상품 조항에 따라 반품이 필요했다. 세계 개혁 후 크로스보더 수입에 대한 단일 거래 한도는 2,000 위안이다. 한도를 초과하고 개별 연간 한도를 초과하는 단일 거래 및 2,000 위안을 초과하는 세금 지불 가치를 갖는 단

53) 롱테일(The Long Tail): long tail(롱테일)은 다품종 소량 생산된 비주류 상품이 대중적인 주류 상품을 밀어내고 시장점유율을 높여가는 현상을 말한다. 『와이어드(Wired)』 편집장 크리스 앤더슨(Chris Anderson, 1961~)이 2006년에 출간한 『롱테일(The Long Tail)』에서 역설한 개념이다.

일 불가분의 제품은 모두 일반 거래 방법에 따라 완전히 과세된다. 따라서 세금 납부액은 1,000 위안(세금 포함) 내에서 세 부분으로 나눌 수 있으며 세금 납부 가격은 1,000-2000 위안 사이이며, 세금 납부 가격은 2,000 위안보다 더 많다. 수직 교차 전자상거래 종합세금을 수직으로 비교 분석한다. 먼저 단가, 관세가 1,000 위안 (포함) 이내인 제품을 분석한다.

<표 4-1> 수직 비교

(단가 / 단일 지불 가격 ≤1000 위안)

품목	세제 개혁 이전	세제 개혁 이후	변화
임산부·영유아 식품<500위안	0%	17%×70%=11.9%	+11.9%
임산부·영유아 식품≥500위안	10%	17%×70%=11.9%	+1.9%
화장품<100위안	0%	(17%+30%)×70%=32.9%	+32.9%
화장품≥100위안	50%	(17%+30%)×70%=32.9%	-17.1%
세면 용품<100위안	0%	17%×70%=11.9%	+11.9%
세면 용품≥100위안	50%	17%×70%=11.9%	-38.1%
의류 가전제품 시계<250위안	0%	17%×70%=11.9%	+11.9%
의류 가전제품 시계≥250위안	20%	17%×70%=11.9%	-8.1%

주: 2016년 화장품 소비세 개혁 및 2017년 일부 소비세 수입 관세 조정은 포함되지 않는다.

<표 4-1>에 표시된 대로 넷이즈 카오라 해외쇼핑에서 구매 한 제품을 임산부·영아유아 식품, 화장품, 세면 용품, 의류 및 가전제품 시계의 네 가지 범주로 분류한다. 면세 액은 50위안 이하로 정해져 있으며, 가장 저가 상품에 대한 세율은 11.9 % 증가한 반면 고가 상품에 대한 세율은 감소한 것을 볼 수 있다. 예를 들어, 100위안 이상의 면세에 대한 세율은 38.1%, 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 해외 구매 중에서 3 가지 카테고리의 임산부 및 영아유아 식품, 일본 및 한국 화장품 및 세면도구의 가격이 낮아졌으며 이제 이 부분은 세금을 11.9 % 인상하여 최종 구매 가격에 반영 될 것이다.

1,000 위안부터 2,000 위안까지의 단가 또는 관세가 있는 상품의 경우, 세금 개

혁 전에 개인 우편물이 1,000 위안을 초과하면 세금은 일반 거래 방법에 따라 전액 지불된다. 따라서 단가 또는 관세가 1,000 위안부터 2,000 위안 까지 사이이면 네 가지 유형의 상품 모두에 대한 세금 부담이 줄어든다. 단가와 관세가 2,000 위안을 초과하면 세금 개혁 이후에 일반 무역 모드에서 전체 세금이 부과되며 세금 부담은 변하지 않는다.

(2) 수평 비교

현재 중국에서 해외 상품을 구매할 수 있는 주요 방법은 3 가지가 있다. 하나는 일반 무역을 통해 국가에 들어가는 상품을 구매하는 것이다. 즉, 오프라인 매장에서 구매하는 것이다. 두 번째는 B2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼을 통해 국가에 들어가는 상품을 구매하는 것이다. 세 번째는 해외 직구를 통해 국내로 들어오는 상품을 구매하는 것이다. 일반 무역을 통해 국가에 입국하는 물품은 전액 과세된다. 그러나 크로스보더 전자상거래 소매 수입을 통해 관세는 잠정적으로 0으로 설정되며 부가가치세 및 소비세는 과세 대상 금액의 70 %로 일시적으로 감소한다. 세금을 계산할 때 세금 기준이 다르지만 새로운 세금 제도는 해외 전자 상거래 소매 수입에 30 %의 세율 할인을 제공한다. 따라서 일반 무역을 통해 국가에 입국하는 현재의 상품 세 부담은 B2C 전자 상거래 플랫폼을 통해 입국하는 물품보다 더 높다.

중국에서 B2C 크로스보더 전자상거래 과세 시스템 개혁을 시행하는 동안 관련 행우세 정책도 조정되었으며 해당하는 4 가지 세율은 10 %, 20 %, 30 % 및 50 %이다. 5%, 30 % 및 60 %의 세 번째 세금 항목에 대한 세금 면제는 여전히 50위안이다. C2C 방식, 즉 사람 대 개인은 행우세금 시스템에 적용 할 수 있으며 C2C 인바운드 상품과 B2C 인바운드 상품의 세금 차이는 아래에서 구체적으로 측정된다. 먼저 단가 또는 관세가 1000 위안 이내의 제품을 분석하고 계산 방법은 수직 비교와 동일하다.

<표 4-2> 수평 비교

(단가 / 단일 지불 가격 ≤1000 위안)

품목	세제 개혁 후 B2C 방식	세제 개혁 후 C2C 방식
임산부·영유아 식품<333위안	17%×70%=11.9%	0%
임산부·영유아 식품≥333위안	17%×70%=11.9%	15%
화장품<83위안	(17%+30) ×70%=32.9%	0%
화장품≥83위안	(17%+30) ×70%=32.9%	60%
의류<166위안	17%×70%=11.9%	0%
의류≥166위안	17%×70%=11.9%	30%

<표 4-2>에서 볼 수 있듯이 단가 또는 일회성 면세 가격이 행우세 면세 가격보다 낮은 경우 B2C 세금 부담이 C2C보다 높다. 단일 가격 또는 일회성 면세 가격이 행우세 면세 가격보다 높을 경우 B2C 세금 부담은 상당히 낮아진다. C2C에서 세금 정책에 따라 단가와 관세가 1,000 위안 에서 2,000 위안 사이인 경우 개인이 인바운드 상품을 1,000 위안을 초과하는 경우 일반 무역에 따라 세금이 전액 지불되며 현재 B2C 플랫폼을 통해 수입되는 상품 잠정적인 0 % 관세가 여전히 시행되고 부가가치세 및 소비세가 법정 과세액의 70 %로 일시적으로 부과되므로 단가와 관세가 1,000 위안에서 2,000 위안 사이 때 B2C 세금 부담은 C2C보다 낮다. 단가와 관세가 2,000 위안을 초과하는 경우에는 C2C 및 B2B 방법은 일반 거래 방법에 따라 완전히 세금이 부과된다.

2) 포지티브리스트가 넷이즈 카오라의 해외쇼핑에 미치는 영향

(1) 장점요인(Strengths)

넷이즈 카오라 해외쇼핑은 자영 우세 때문에 구매, 운영 보급까지 줄곧 전문팀이 있어 “포지티브리스트(正面清單, 정면리스트)”의 출범에 따른 악영향을 낮추기 위해 빠른 조정을 할 수 있다. “포지티브리스트”는 보세비품 모드로 통관서류를

제공해야 하고 중소기업이 해외 물품원을 개척하지 못하고 원산지증 등을 증명하지 못하는 경우 우편통로에 의존할 수밖에 없고 물류비용이 크게 오른다. 그래서 “포지티브리스트” 규정은 넷이즈 카오라 해외쇼핑처럼 해외 1위 품목을 보유한 대형 크로스보더 전자상거래를 더욱 경쟁력 있게 만들고 있다.

이 밖에, 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 넷이즈 그룹의 자금과 전략적 지원을 받을 수 있다. 중국 최초이자 최대 인터넷 기업 중 하나인 넷이즈 그룹은 영향력이 강하다. 따라서 해당 정부기관과의 협력 최적화 정책 시에는 가능한 위험에 대해 예측 판단, 대비의 우세가 있다. 그러므로 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 동등 업계에 비해 더 강력한 리스크 대응 능력을 가지고 있다.

(2) 약점요인(Weaknesses)

새로운 세계 개혁에 의하면 “포지티브리스트”내의 상품에서만 크로스보더 전자상거래에 의한 소매 수입으로 갈 수 있게 된다. 이 정책으로 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 대량의 고객을 유실시켰다. “포지티브리스트”실시 이후, 넷이즈카오라 해외쇼핑은 일부 상품을 처분하고, ‘코알라 일부 상품 하대설명’을 발표했다. 소비자 세금계산서에 일부 품목이 “포지티브리스트”로 당분간 나오지 못하도록 했다. 정부가 “포지티브리스트”정책을 서둘러 실천하지 못해서 히트상품이 리스트에 포함되지 않았다. 단기간에 소비자들은 쇼핑 페이 등 수단을 사용해서 물품들을 산다. 이것도 정부 과도기 설치 요인 중 하나이다.

이 밖에도, 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 국내 보세창고 비품 모델 위주의 전자상거래 플랫폼이다. 보세비품 모델도 마케팅 모델의 90% 이상을 차지하고 있으며, 세계 개혁이후 중국 국내 보세창고의 이점이 점차 줄어들고 있다. 그리고 많은 자금을 점용한다. 이것도 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 불리요인이라고 한다.

(3) 기회요인(Opportunities)

“포지티브리스트”의 통일적 적용과 함께 상품의 통관 난이도를 낮추고 통관의 효율성을 높일 수 있다. 과거 중국은 특정 항구를 시행하고 크로스보더 전자상거

래는 각 항구를 실시간으로 파악하는 정책이 필요했다. “포지티브리스트”가 나오면 모든 항구(특수정책 지원구역 제외)는 품목이 거의 일치하고 통관 절차가 통일화되고 표준화된다. 미래에는 넷이즈 카오라 해외쇼핑이 여러 항구에서 더욱 편리하고 원활하게 진행될 것이다.

또한, 중국은 크로스보더 전자상거래의 소매 수입에 관한 감독 요구의 이행을 2018년 말까지 연기하고, 시범 도시에서 운영하는 인터넷구매 보세상품 “1선”에 대해 수입 허가를 보류하고 통관 때 검사하지 않는다. 화장품, 유아 분유 등의 승인, 등록, 비고를 일시 실행하지 않는다. 임산부·영아유아와 일반용품은 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 주력 품목 중 하나이다. 과도기적으로 설치된 넷이즈 카오라 해외쇼핑에 상대적으로 충분한 시간을 할애하고 해외 제조업체의 라이선스, 원산지증 등을 취득하는 증빙서류를 발급해 왔다.

(4) 위협요인(Threats)

생활수준과 삶의 질 향상에 따라 갈수록 많은 소비자가 상품의 아이덴티티화와 차별화를 추구하는 것으로 전환한다. “포지티브리스트”에는 하이토의 히트 제품인 스팀안대, 바닥청소로봇 등이 아직 올라 있지 않다. 중국 국내의 “리스크” 출현 이후, 모든 관문을 뚫을 수 있는 제품의 풍부화를 어느 정도 저해하고 있다. 따라서 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 상업 구조를 꾸준히 조정해야 하며 그렇지 않으면 경쟁력을 잃어갈 수 있다.

<표 4-3> 포지티브리스트가 넷이즈 카오라 해외쇼핑에 미치는 영향 SWOT 분석

강점(S)	약점(W)
<ul style="list-style-type: none"> - 우수한 운영팀과 국가 정책 동향 예측 능력 있음 - 해외 1위 품목을 보유한 대형 크로스보더 전자상거래 기업 	<ul style="list-style-type: none"> - 부분 상품 판매중단, 기업에 손실을 줌 - 보세창고 약점으로 많은 자금이 필요
기회(O)	위험(T)
<ul style="list-style-type: none"> - 일관적인 정책으로 통관이 편리함 - 시범 도시에서 운영하는 인터넷구매 보세상품은 정책 시행 시간 연장, 과도기간에서 필요한 서류 준비됨 	<ul style="list-style-type: none"> - 상품이 풍부하지 않음 - 동종 업계의 경쟁이 증대됨

이 같은 SWOT 분석을 보면 “포지티브리스트” 정책이 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 기회이자 도전임을 알 수 있다. 이에 따라 “포지티브리스트”의 규제가 유예되는 과도기에 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 새로운 방향을 모색해 새 정책이 미칠 나쁜 영향에 대비해야 한다.

3) 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 대응방안

(1) 세계 개혁 전 관측 전략의 실행

이번 B2C 크로스보더 전자상거래는 구조를 비교적 크게 바꾸었다. 조정으로 상품의 가격이 각각 다른 폭으로 변동하였으며, 원래 행우세에 있던 50위안의 징수 면제 배당금을 취소하였다. 이것은 틀림없이 넷이즈 카오라 해외쇼핑과 같은 보세 모델 위주의 B2C 크로스보더 전자상거래의 원래 경쟁력을 약화시킬 것이다. 그래서 많은 B2C 크로스보더 전자상거래는 세계 개혁 통지가 발표된 후, 우선 보세 창고를 정리하고 새로운 정책에 따라서 보세 창고의 구조를 조정한다.

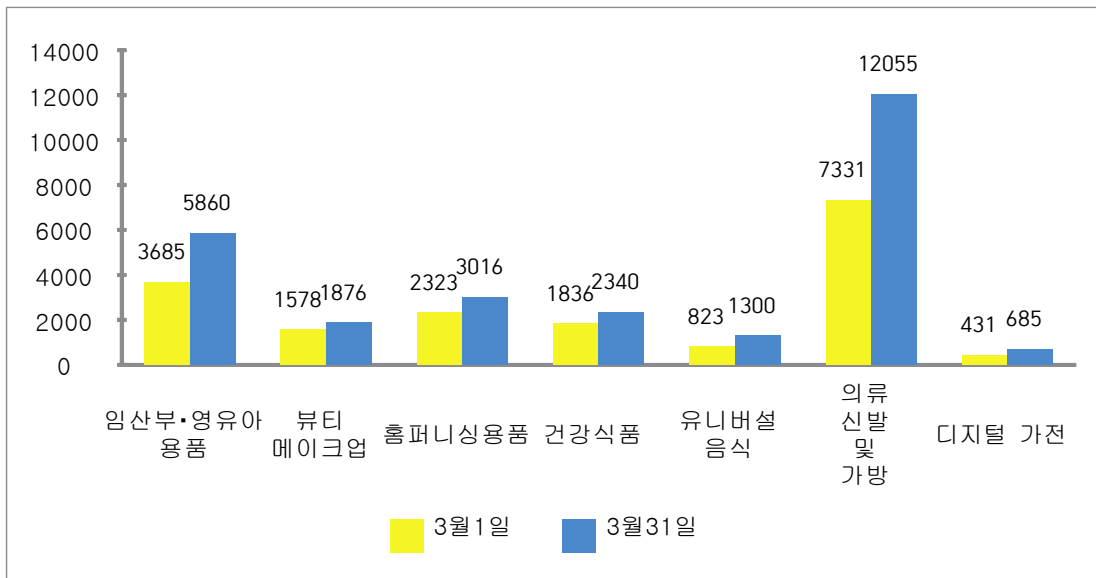
<표 4-4> 세금 개혁 이전에 주요 B2C 크로스보더 상거래 판촉방식

기업	대응책	실행 범위	시행기한	세금을 상계하는 효과
넷이즈 카오라 해외쇼핑	만장만지엔 (滿減) ⁵⁴⁾	규정한 품목	4월15일까지	세금을 거의 상계하다.
양마토우	무료 배송과 조세청부	규정한 품목	4월30일까지	완전 면세
샤오홍슈	만장만지엔 (滿減)	만장상품	3월31일까지	세금을 거의 상계하다.
징동 월드와이드	2+1	임산부·영유아 용품	4월15일까지	세금을 거의 상계하다.
웨이핀후이	무료 배송과 조세청부	뷰티와 임산부·영유아 용품	4월10일까지	완전 면세

자료: 중국 전자상거래 연구소(<http://www.100ec.cn/>)

<표 4-4>에서 보면 세제 개혁을 앞두고, 넷이즈 카오라 해외 쇼핑, 양마토우, 샤오홍슈, 징동 월드와이드 등 주요 B2C 크로스보더 전자상거래는 대규모 판촉 활동을 시행하였는데, 이들의 단기적인 대응책이 대동소이하고 주된 목적이 두 가지임을 알 수 있다. 첫째는 '과도기 보조금'을 제공함으로써 소비자가 시장 점유율을 확대하도록 하는 것이다. 이는 크로스보더 전자상거래의 사업자들이 새로운 세금 변화에 추가적인 비용을 부담하는 능력을 반영하고 있지만 단기적인 행위이다. 둘째는 보세창고를 공매하고 신정에 대비해 보세 비품 구조를 조정하기 위해 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 세제 개혁과 재고정리로 많은 상품들이 특혜 세일을 하고 있으며, 99원을 구입하면 480원의 쿠폰을 되돌려준다. 이 대책은 보세창고를 깨끗이 정리하고 신정에 대비해 상품을 비축하는 것이다.

54) 만지엔(滿減): 일정 금액 초과하면 할인해주는 혜택.



<그림 4-3> 넷이즈 카오라 해외쇼핑 2016년 3월 각 품종 SKU 확장 수량⁵⁵⁾
 자료 : "넷이즈 카오라 해외쇼핑 3 월 제품 조정 연구 보고서"

<그림 4-3>을 보면 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 다양한 SKU에서 의류, 신발, 가방류인 SKU의 수량, 상승폭이 전체 1위를 차지했으며, 의류 품목의 확충만이 전체 플랫폼을 차지하고 있다. 3월 의류, 신발, 가방의 SKU수는 4724개, 월 증가폭은 약 64% 증가했으며, 하루 평균 150여개의 SKU가 새로 생겨났다. 또 넷이즈 카오라 해외쇼핑이 임산부·영아유아 용품의 SKU 수량을 과장하고 있다. 3월 중 2175개 SKU가 새로 생겼다. 비율은 2%로 5,860개이다. 미장품류는 3월에 SKU가 298개 올라 월 19% 증가하는데 그쳤지만 다른 품목에 비해 수량 확대가 더디게 이루어졌다.

55) SKU (Stock Keeping Unit) : 원래 의도는 재고 단위의 양이며, 크로스보더 전자 상거래의 경우 전자 상거래 플랫폼의 제품 관리 시스템에서 개념으로, 제품의 품목을 나타내며, 품목마다 다른 SKU 코드가 있다.

<표 4-5> 2016년 3월 넷이즈 카오라 해외쇼핑 화장품류 SKU 변화

뷰티 메이크업	3월1일	점유율	3월31일	점유율	월 증가 수량	점유율 증폭
피부 관리	907	57%	1100	59%	193	1%
마스크	186	12%	179	10%	-7	-2%
메이크업	317	20%	426	23%	109	3%
션 케어	77	5%	63	3%	-14	-2%
향수	91	6%	108	6%	17	0%
총계	1578	100%	1876	100%	298	—

자료 : "넷이즈 카오라 해외쇼핑 3 월 제품 조정 연구 보고서"

뷰티는 그동안 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 핵심 품목으로 세제 개혁 이전에는 일본, 한국 단가 백 원 이하 상품 위주로 운영됐다. 고단가 상품은 기본적으로 홍콩창, 해외창으로 직송되어 고객에게 도착하는데 한편으로는 원가가 많이 드는 반면 고객 체험감은 상대적으로 떨어진다. <표 4-5>에서 알 수 있듯이, 세제 개혁 후, 넷이즈 카오라 해외쇼핑 미장류 SKU에 큰 변화가 있으며, 주목할 만한 것은 마스크, 션 케어 이 두 개의 세분품류가 감소하고 있다. 이 두 제품의 가격은 비교적 낮아서 세제 개혁 전에 행우세로 계산하면 100원 이하의 수입 화장품에 대해서는 면세가 된다. 예를 들어, 메디힐 팩의 경우 과거에는 많은 환치기 업체들이 행우세를 이용하여 면세 혜택을 누리왔는데 세금 포함 가격은 약 99원이고, 세제 개혁 후에는 32.9%의 환치기 종합세를 더 내야 했다. 이에 따라 세금 포함가격은 약 132원으로 30여원 올랐으며 소비자들은 단기간에 이처럼 큰 폭의 가격 인상을 받아들이기 어려울 것으로 보인다.

분석을 통해 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 상품 구조를 조정해 한일 저단가 뷰티 비중을 더욱 낮추겠다는 의도로 풀이된다. 종합하면, 세제 개혁 후, 임신부·영유아 용품의 비중이 안정되고, 구미 고단가 화장품, 의류, 사치품이 미래 넷이즈 카오라 해외쇼핑에서 제일 발전할 것으로 보인다.

(2) 홍콩창고를 이용한 정책 위험의 회피

중국 B2C크로스보더 전자상거래의 세계 개혁 이후, 홍콩의 수요가 급증했다. 국제무역항은 물론 공급사슬, 무역약관, 국제금융 등에서도 강세를 보이고 있다. "정면 리스트" 이내에서는 검증은 통관 전표를 취급하고 통관 전표의 취급은 화비안 등록, 포플라 등록이라는 전제 때문에 많은 화물을 통관할 수 없다. 이에 따라 일부 중국 B2C 크로스보더 전자상거래는 홍콩에 화물을 방치해 두고 직송 모드로 전환하기로 했다. 그동안 창고 원가가 높았던 홍콩의 경우, 세계 개혁 이후 임대료가 단시간 내 30~50% 급등했다.

"스빠신정" 이 발표됐지만 시행되지 않는 사이, 넷이즈 카오라 해외쇼핑 플랫폼은 히트 화장품을 대량으로 사재기해 홍콩에 주문한 뒤 택배로 소비자에게 직접 발송했다. 플랫폼은 홍콩창고 출하검사에서 최신 행우세율을 추출하고 지연 때문에 직송 시간을 줄일 수 있는 정책 리스크를 일시적으로 회피했다. 넷이즈 카오라 해외쇼핑 홈페이지에서 홍콩의 일반 직송 상품을 구매하는 것으로 일정 비율을 과세하고 플랫폼은 이 세금을 전액 청구할 수 있지만 고객은 주문번호와 세금 납부 증빙서류를 제공해야 한다. 이 방법은 크로스보더 전자상거래를 통해 수입을 신고하고 소비자가 플랫폼에서 구입한 물건을 세관에 개인 물품 형태로 수입 신고해 행우세를 적용하도록 한 것이 아니라 화물이 세관에 압류되면 세금을 내지 않고도 납품이 지연되는 결과를 낳게 된다.

넷이즈 카오라 해외쇼핑은 홍콩에만 전적으로 의존하지 않고 독일, 네덜란드, 프랑스 등에 해외창고를 재빨리 설립해 유럽 현지의 프리미엄 히트상품을 직접 조달한다. 한편 해외의 업무 중심을 업그레이드하고 해당 물류 공급 체인의 발전을 가속화하고 있다.

(3) 물류 창고 저장 체계의 최적화

2016년 8월 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 국내 첫 크로스보더 전자상거래의 플랫폼은 물류업체와 소비자, 브랜드 공급사 사이의 통로를 직접 뚫었다. 크로스보더 전자상거래의 결제 사이클은 보통 40~60일이 소요되며, 과거 결제 사이클은 1개

월이었지만 오늘날 넷이즈 카오라 해외쇼핑 플랫폼에서는 결제 사이클이 한층 더 단축되어 "일결(日結)"이 되었다. 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 물류 기업의 전통적인 결제 모델을 오프라인 인공에 의존하는 문제를 해결하고 크로스보더 전자상거래의 자금 회전 기간을 단축하고 인건비를 절감하며, 물류 파트너의 적극성을 높여주었다.

또한 자동화 창고를 짓고, 물품 분류, 무게 측정, 포장 등은 로봇을 이용하고 삼차원 측정기, 데이터 자동맞춤 시스템 등 첨단 기술수단으로 물건을 고르고, 비용을 절감하며, 인력을 줄였다. 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 항저우, 닝보, 정저우, 충칭 등 곳에 지은 대형 보세 창고를 활용해 지역별 배송을 하면서 효율을 극대화하는 한편 물류비 절감을 꾀하고 있다.

이러한 혁신적인 운영 방식과 넷이즈 그룹의 막강한 자금력으로, 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 세금 개정이 B2C 크로스보더 전자상거래에 가져오는 난제를 극복할 수 있게 되었으며, 물류 창고 시스템을 더욱 최적화함으로써 소비자들은 넷이즈 카오라 해외쇼핑을 통해 상품을 구매하는 것은 중국내 상품을 구매하는 것과 거의 동일한 속도이며 저장, 상하이 일부 지역에서는 심지어 '당일 도착'도 가능하다.

(4) 일대일로 (一帶一路)의 적극적 구현

전통적인 대외 무역에서 약간의 피곤한 모습을 보이던 경제가 여건상 "일대일로" 발전전략과 "인터넷+" 등 중요한 개혁조치로 인해 해외 무역형 기업 발전은 전례 없는 기회를 맞았다. 이 때문에 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 일대일로에 적극 호응하여 특유의 "자영+대량 직구입" (批量直采) 모델을 대대적으로 발전시켜 원산지에서 직접 대량 구매하는 등 저가를 보장하고 있으며 "일대일로" 국가들과의 무역 협력에도 적극적이다.

넷이즈 카오라 해외쇼핑은 우선 태국의 유명 기업인 TAIPATEX와 라텍스 제품을 놓고 무역협력을 벌이고 있으며, 중앙tv가 전 과정에 참여해 직설적으로 구매에 나섰다. 태국과의 합작으로 2016년 태국의 라텍스 베갯벌 산업이 대중 수출을 배로 늘리고 원자재 수출에서 완제품 수출로 비즈니스 이익을 6배로 늘리는

구조적인 업그레이드를 이뤄냈다. 태국 주재 대사관이 수여한 “중태경무 훌륭한 기업상”도 받았다. 이후 2017년까지 넷이즈 카오라 해외쇼핑 “일대일로” 국가의 제휴 브랜드는 280개에 육박하며, 이 중 제휴 브랜드 수가 가장 많은 국가는 태국으로 누적 브랜드 수가 86개에 이르렀다. 한편, 해외 브랜드는 넷이즈 카오라 해외쇼핑의 하이마트의 입주 사업자가 되고 사업자가 직접 우편으로 보낸다. 크로스보더 전자상거래가 종합세를 낼 필요가 없다. 한편 해외 제조공장은 제품의 디자인과 생산에만 집중하면 되고 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 브랜드의 시장 보급을 담당하며, 상품을 제조사에서 소비자에게 직접 공급해 중간원가와 브랜드 프리미엄을 대폭 줄였다. “일대일로” 이니셔티브를 적극 실천해 넷이즈 카오라 해외쇼핑은 협력의 상생 모델로 삼았다.

2. 세계 개혁이 징동 월드와이드에 미치는 영향 및 대응방안

1) 조세부담 변동이 징동 월드와이드에 미치는 영향

(1) 수직비교

크로스보더 전자상거래 수입품에 대한 세율은 중국이 처음에 행우세에 따라 10%, 20%, 30%, 50% 등 네 등급으로 분류하고 부동한 상품에 적용했다. 세계 개편 후, 크로스보더 전자상거래 소매 수입 상품들은 새로운 크로스보더 전자상거래 소매 수입세를 부과하는데 이는 관세 및 부가가치세와 소비세를 모두 합한 종합세금이다. 세율도 유형별로 15%, 30%, 60%로 크게 바뀌었다. 세계개혁 전후 크로스보더 전자상거래 소매 수입 상품 유형에 대응한 세율은 아래 <표 4-6>와 같다.

<표 4-6> 세제개혁 전후 세율 변화

세제개혁 전			세제개혁 후		
세목	적용한 상품의 종류	세율	세목	적용한 상품의 종류	세율
1	금은제품, 컴퓨터, 식품, 음료 서적, 영상 신호 기록 장치, 카메라, 영화, 녹취테이프 등	10%	1	컴퓨터, 동영상 카메라, 디지털카메라, 금,은, 가구, 신문, 간행물, 교육용 영상재료, 완구, 게임기, 프로그램, 기타 오락용품, 정보기술 제품, 식품, 음료 등	15%
2	방직품, TV 카메라, 기타 가전제품, 자전거, 시계, 시계 및 기타 부품과 부속품	20%	2	방직품 과 기타 전기용품, 운동용품(골프공 및 구를 제외한), 낚시용품, 자전거, 세목 1 및 3 중 포함되어 있지 않은 상품	30%
3	골프공 및 골프기구, 고급손목시계 등	30%			
4	화장품, 담배, 술	50%	3	화장품, 담배, 술, 고급 시계, 귀중품 및 보석, 골프 및 공구	60%

자료: 艾瑞諮詢研究院 (iReaserch)

크로스보더 수입 상품의 종합 세율 변동을 보다 정확하게 이해하기 위해 징동 월드와이드 화장품 소매 수입 상점을 예로, 신규정은 조세 부담률의 변동에 따라 화장품 소매 수입의 세금 부담 변화에 대해 구체적으로 추산했다. <표 4-7>에 제시된 표와 같다.

<표 4-7> 화장품 소매 수입세 부담 변화

단위: 위안(元)

상품 종류	가격 구간	세제개혁 전	세제개혁 후			변화
		행우세	관 세	부가세	소비세	
화장품 (소비세 불포함)	<100	0	0	11.9%	0	11.9% 증가
	100-1000	50%	0	11.9%	0	38.1% 감소
	1000-5000	83.9%	0	11.9%	0	72% 감소
	>5000	83.9%	10 %	47%	26.9%	0
화장품 (소비세 포함)	<100	0	0	11.9%	21%	32.9% 증가
	100-1000	50%	0	11.9%	21%	17.1% 감소
	1000-5000	83.9%	0	11.9%	21%	51% 감소
	>5000	83.9%	10 %	47%	26.9%	0

자료: 艾瑞咨询研究院 (iReaserch)

위 <표 4-7>에서 볼 수 있듯이 세제 개정 전후의 화장품 소매 수입세 부담은 매우 큰 변화를 보이며 소비세를 포함한 화장품류의 경우, 가격이 100위안보다 작은 화장품은 세금 부담이 32.9% 증가했고, 100~1000위안 사이의 화장품 세 부담은 17.1% 감소한 반면, 1000~5000위안 범위의 화장품 세 부담은 51% 감소했다.

(2) 수평비교

징동 월드와이드는 크로스보더 소매 상품 수입 모델에 대해 보세 모델, 직배송 모델, 일반 무역 모델을 채택해 왔다. 세제 개정 이후 수입 패턴에 따라 상품의 세율이 크게 바뀌었고, 보세 방식은 기존의 3단에서 4단으로 나뉘져 새로운 거래 제한 규정이 생겼다. 직배송 패턴은 기존 4단에서 3단으로 나뉘지지만 일반 무역 패턴은 바뀌지 않았다. 아래 <표 4-8>는 이 세 가지 수입 패턴이 세제 개정 전

후의 변화와 조정을 보여준다.

<표 4-8> 세계개혁 전후 3가지 수입 패턴 변화

	세계개혁 이전	세계개혁 이후
직배송 방식 (直郵模式)	50위안 징수 기준에 따라 은행 행우세를 징수한다. 세율은 4개 단계로, 각각 10%, 20%, 30%, 50%이다.	50원 징수 기준 변하지 않고 세 율을 각각 15%, 30%, 60%로 3 단계로 조정하였다.
일반 무역 수입	수입 환절 증치세(進口環節增值 稅) + 부가가치세 + 소비세를 전액 징수	수입 환절 증치세(進口環節增值 稅) + 부가가치세 + 소비세를 전액 징수
보세 수입 모델	행우세를 징수하고 세율은 10%, 20%, 30%, 50% 등 네 단계이 다. (50위안 이내는 면제된다).	수입 환절 증치세(進口環節增值 稅) + 부가가치세 + 소비세를 징수, 세액 50위안 이하의 면제 액을 취소한다. 일건 한도 5000위안 내에서, 관 세 세율을 잠시 0으로 설정하고 납세액의 30%할인으로 징수한 다. 만일 원가가 5,000위안을 초과할 경우에는 일반무역수입품에 대 하여 전액 과세한다.

자료: 艾瑞諮詢研究院 (iReaserch)

2) 포지티브리스트가 징동 월드와이드에 미치는 영향

(1) 장점요인(Strengths)

징동 월드와이드는 중국 최고의 크로스보더 전자상거래 기업으로 새로운 정책
을 접하고 곧바로 관측정책을 나와 포지티브리스트(정면리스트)에 따른 영향을
줄이고 일부 산모와 유아 상품들을 한해 2+1 행사를 진행했다. 또한 포지티브리

스트 규정으로 인해 수입품은 통관서류, 원산지증명서류 등을 제공해야 하는데 소형 점포는 이런 것들을 제공하지 못하고 포지티브리스트가 주는 압력을 완화시켰다.

징동 월드와이드는 징동그룹 소속으로 자금조달 능력이 뛰어나고 정부와 크로스보더 전자상거래를 최적화하는 정책을 논의할 때도 조언과 의견을 제시해 새로 나온 정책에 대한 예비판단능력이 있다.

(2) 약점요인(Weaknesses)

포지티브리스트는 일부 품목을 제한하지만, 모든 품목의 전자상거래 플랫폼은 적시에 품목을 조정할 수 있다. 예를 들어 시계, 유제품과 같은 품목의 세율이 비교적 높으므로, 징동 월드와이드는 적절한 수축을 시행하는 반면, 우세 품목인 중간 가격대의 화장품 및 일부 식품과 술에 대해서는 적절히 확대한다. 그러나 갑작스런 포지티브리스트 정책으로 징동 월드와이드 보세창고에 대량 쌓여있는 화물 중 일부는 포지티브리스트에 없으므로 재고 철거 처리를 하여 플랫폼에 어느 정도 손실을 입혔다.

(3) 기회요인(Opportunities)

새로운 수입 포지티브리스트가 발표되자 징동 월드와이드는 솔선해서 품목 조정책략을 선포하다. 합격되지 않는 상품에 대해서는 크로스보더 전자상거래의 방식으로 매매하는 것이 더 이상 허용되지 않는다. 리스트에 없고 합격되지 않는 상품은 재고 철거 처리해야 한다. 포지티브리스트 시행 이후 통관을 잘 계획하고 통일적으로 배치했다. 이는 징동 월드와이드와 같은 대형 크로스보더 전자상거래 업체에게는 반가운 소식이 아닐 수 없다. 징동 월드와이드는 그동안 글로벌 브랜드와 직접 계약을 체결하는 방식으로 무역을 해왔고 원산지 증명, 원공장 위임장 등 일련의 절차를 쉽게 밟을 수 있다. 플랫폼 상품 소개를 제때에 업데이트해 사용자들이 더 빨리 적합한 상품을 살 수 있도록 한 점이 징동 월드와이드 구매의 경쟁력을 높였다.

(4) 위협요인(Threats)

많은 히트 상품이 포지티브리스트에 포함되지 않기 때문에 징동 월드와이드에 피해를 줄 수 있으며, 게다가 포지티브리스트는 크로스보더 전자상거래 상품 유형을 통일하였으며 이는 미래의 크로스보더 전자상거래 기업 경쟁에 적지 않은 영향을 미칠 것이다.

<표 4-9> 포지티브리스트가 징동 월드와이드에 미치는 영향 SWOT 분석

강점(S)	약점(W)
<ul style="list-style-type: none"> - 바로 행사 조정 - 원산지, 통관서류 완비 - 정부 정책 예측 능력 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 갑자기 상품의 비중을 조정하여, 보세창고 상품의 적체가 초래되었음
기회(O)	위험(T)
<ul style="list-style-type: none"> - 일관된 정책으로 통관이 더 편함 - 엄격한 상품 품질로 서류 쉽게 받을 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 상품 풍부하지 않음 - 동종 업계의 경쟁이 증대

SWOT의 분석을 통해 포지티브리스트는 징동 월드와이드의 걸림돌일 뿐만 아니라, 제품의 구조를 조정할 수 있는 기회이기도 한바, 포지티브리스트 정책을 통해 기회를 발견하고 혁신을 거듭하며 기업에 새로운 활력을 불어넣어야 한다.

3) 징동 월드와이드에 대한 방안

(1) 상품다양화 추진

세계개혁 실시 후, 징동 월드와이드는 업무 구조를 최적화하고 적절히 조정해야 한다. 징동 월드와이드의 보세창고 사업으로 말하자면, 100위안 이상의 화장품과 가정용품, 소형가전제품이 보세창고에 들어가는 물류는 기존의 해외직구보다 적어 보세창고에 대량 사재기를 할 수 있다. 또한 해외창구 건설, 해외직구를 위한 쇼핑모델 제공, 해외수입상품을 풍부하게 하여 소비자의 요구를 충족시킬 수 있다.

(2) 공급체인 최적화

징동은 사업자 입점 시에 기존의 신분, 신용 등의 증명서를 철저히 검토하여 사업자가 브랜드의 권리를 획득할 수 있도록 판매 상품의 해외 공급원을 보증한다. 징동은 자영 공급 사슬을 뚫어 해외 브랜드와 직접 연락한다. 상품 특성에 맞게 최적의 공급 사슬을 배치하여 회원의 장기적인 안정과 진실한 신뢰성을 실현함으로써 리스크 최소화를 실행해야 한다.

(3) 물류배송체계 자체구축

징동 월드와이드의 경우 해외창고 및 보세창고를 완비하여 자체 물류배송관리 체계를 구축하여 해외상품의 배송을 실시한다. 집약화 된 대규모 집중구매(상위로의 프리미엄 상승)를 통해 물류비용을 절감해야 한다.

제3절 세계 개혁정책 시행 후 B2C 중국 전자상거래 기업 발전방안

1. 물류원가 절감

중국 B2C 환치기 세계 개혁으로 환치기 상품 수입 세율이 오른다. 이 중 저가 화장품, 보건품, 영아유아 용품 가격이 대폭 인상되며, 종전 기본 면세 액인 1.9%에서 현재는 구매 총액을 납부해야 한다. 반면 크로스보더 전자상거래 업체는 순이익률이 거의 10% 미만이다. 기존 금리를 그대로 유지하려면 대다수 상품의 가격을 최소 15%, 일부 품목은 심지어 50% 가까이 인상해야 한다. 저단가 상품은 단기간 동안 가격 상승 압력을 받게 되고 이용자는 가격에 민감한 고객이다.

크로스보더 전자상거래의 종합세금 완납 가격은 상품 소매가격, 중국과 다른 나라 운임 및 보험료 등을 포함하며, 물류 운임도 사업자의 운영 원가 산정에 중요한 지출이므로 물류비용을 낮추고 물류 효율을 제고하는 것이 현재의 B2C 크로스보더 전자상거래의 중요한 책임이다. 크로스보더 전자상거래는 선진적인 과학기술 수단을 이용하여, 크로스보더 물류의 각 부분을 정비하고, 서비스의 질을 보증하는 전제하에 물류 할증가를 최대한 낮추어 세금 인상에 따른 악영향을 최소화해야 한다.

실력이 강한 대형 크로스보더 전자상거래에 대해서 나토리 물류, 징동 물류 등,

국제 물류 수송을 보완해 상품의 특성과 이익률에 따라 해상 운송, 육로 운송, 공중 운송을 합리적으로 계획할 것을 추천한다. 동시에 크로스보더 전자상거래 기업은 도시별 판매량과 창고 용량에 따라 창고를 조달하고 국내 전체 물류의 운송거리를 줄이고 국내 운송원가를 줄일 수 있도록 국내 화물배송센터의 배치를 합리적으로 계획해야 한다.

이외에도, 일부 중소 크로스보더 전자상거래 기업은 중국 내의 성숙한 제3자 물류회사를 선택해 협력하고 물류 전략 컨소시엄을 구축하며, 물류회사의 전문 서비스, 위험 회피, 크로스보더 전자상거래 사업자의 물류 운영 효율성을 향상시키고 물류 서비스 원가를 낮출 수 있다. 동시에 소비자의 만족도도 향상시킬 수 있다.

2. 실시간 제품구조 조정

"스빠신정"이 50위안 면제를 취소했다. 일부 품목의 세 부담도 높아져 관련 상품의 구매 원가가 상승할 수밖에 없다. 또 개인은 납세의무자, 전자상거래 업체, 플랫폼하고 물류업체로서 관련 세금을 원천 징수할 수 있도록 했다. 일반 무역업체의 경우 수입품에 붙는 대부분의 수입처 부가가치세는 공제를 통한 세 부담 전환이 가능하다. 이러한 요인들은 모두 B2C 크로스보더 전자상거래의 이익에 부정적인 영향을 미칠 수 있다. B2C 크로스보더 전자 상거래의 사업자에게 적절한 세제 개혁활동을 실시하여 제품 구조를 실시간으로 조정할 수 있도록 권고한다. B2C 크로스보더 전자상거래의 사업자는 상품의 완납 가격과 실제 가격의 차이, 서로 다른 종류의 가격대별 소비재의 세금 부담률 증감 변동 상황과 '전면리스트' 상의 상품 종류의 변화를 분석하여, 적시에 매입품의 종류를 조정할 수 있고 불필요한 고세부상품(高稅負貨品)을 실시간 검색할 수 있다.

새로운 세제에서 B2C 크로스보더 전자 상거래의 고객 단가가 2,000위안 이하인 히트상품과 롱 테일 상품에 중점을 두어야 하며 이러한 상품의 우세는 점차 드러날 것이다. 200위안에서 500위안 사이의 임산부 영아유아 식품, 보건품 등의 상품을 추가로 구매하는 것을 제안하며, 현재 중국은 둘째 아이 낳기를 허락하는데 관련 테마 소비재의 수요가 지속적으로 추진될 것이다. 종합세가 그전의 행위

세 부담에 비해 떨어지고, 화장품 사재기도 100위안에서 2000위안까지 추가할 수 있으며, 2016년 10월 1일부터는 화장품 소비세율도 낮아졌기 때문에 이런 품목의 수요는 더욱 높아질 것이다. 마지막으로 250위안에서 2000위안까지 의류용 신발의 예비품을 늘리는 것을 제안하는 것은 그 세 부담이 이전에 행해진 우편물에 비해 낮아진 것 외에도 할인 포인트의 향상이 이 품목의 소비에 자극이 될 것이다. 세금 부담이 큰 품목은 2000위안이 넘는 개별 상품 사재기를 삼가 해야 한다. 그래서 일반 무역형태에 비해서 우세가 사라진다.

치열한 동업 경쟁을 피하기 위해서 B2C 크로스보더 전자상거래 사업자는 소비자 선호추세와 생활수준에 따라 높아지는 소비 수요를 심층적으로 분석하여 플랫폼 상품 SKU를 합리적으로 확장해야 한다. 예를 들어, 하이테크 전자류 제품, 중국 국내 희소 제품, 가상 제품, 그리고 롱 테일 제품 등은 크고 완전하거나 작고 정교한 방식으로 자주적인 특색을 이뤄야 한다.

3. 해외 공급체인 강화

중국 사람은 생활수준과 소비력 향상으로 해외에서 더 풍부한 상품을 추구하는 한편 중국 국내에서 발생한 분유, 화장품 등의 품질문제와 식품안전문제로 인해 해외상품의 품질에 대해 더 믿는다. 분유, 종이, 기저귀 등 해외 산모용품은 크로스보더 전자상거래 중 가장 많은 비중을 차지하지만 해외 브랜드 업체, 중간 판매업체의 공급체계가 불안정한 경우도 있다. 대다수 해외 브랜드업체는 중국 국내 B2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼과 직접 계약하지 않는다. 일부 소규모의 국내 크로스보더 플랫폼은 해외 개인구매자를 구하거나, 구매 대행을 하거나, 해외 오프라인 매장에 가서 물건을 구입하는 등의 비정규적인 수단으로 상품을 비축한다. 그러므로 B2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼의 해외 공급 체인이 아주 취약하다.

새로운 세제 하에서, "정면리스트"의 발표는 B2C 크로스보더 전자상거래 업체들이 해외 공급 체인을 좀 더 맞춤형으로 심도 깊게 확장할 수 있게 해주고 해외 브랜드 업체와의 긴밀한 협업을 통해 플랫폼 자체의 핵심 경쟁력을 높인다. 크로스보더 전자상거래 업체들이 해외 공급 전문 체인 팀을 구성하여 해외 유

명 브랜드 공급업체와 직접 협력할 것을 권장한다. 해외 공급 체인의 강화로, 공급 체인의 중간 고리에 발생하는 추가 물류비용을 줄일 수 있을 뿐만 아니라, 제품의 공급 품질을 더욱 잘 보장하고 소비자의 호감도 얻을 수 있다. 이렇게 하면 소비자의 가격 변동에 대한 민감도를 줄일 수 있다. 동시에 B2C 크로스보더 전자상거래 업체는 플랫폼 자체의 수입 경로를 풍부하게 하여 의가권(議價權)은 물론 정가권(定價權)까지 따내고, 공급자를 설득하여 가격을 낮추며 세계 개혁 후, 세금 징수 감소 부분을 보완해야 한다.

실력이 있는 크로스보더 전자상거래 업체는 자체 상황에 따라 해외 창고를 구축할 수 있다. 해외 창고는 소비자에게 전표 제조, 세관 신고, 물류 상태 추적 등에 관한 물류 통관 서비스 정보를 제공할 수 있으며, 크로스보더 플랫폼 쇼핑 과정에서 마주치는 상품 물류정보 조회, 통관과 세관 신고 등 문제를 해결해 줄 수 있으며 동시에 소비자의 끊임없이 변화하는 구매 습관을 충족시킬 수 있어 크로스보더 전자상거래 업무를 더욱 원활하게 할 수 있다. 해외 창고 관리에서는 아마존의 창고 관리 모델을 벤치마킹할 수 있다. 아마존이 상품을 접수할 때, 백그라운드 상품 수는 실시간으로 업데이트된다. "판매 가능"과 "판매 불가능"의 두 가지 상태로 상품을 구분하고, 현재 판매 가능한 수량을 명확히 한다. 접수는 되었지만 아직 정리되지 않은 상품에 대해서는 백그라운드에서 "판매 불가" 상태로 나타난다. 상품 처리가 끝나고 상품이 온전한지 검사한 후, 포장까지 정확해야만 "판매가능"으로 나타난다. 파손, 불량 등이 검출된 미처리 제품에 대해서는 따로 놓아둔다. 구매자는 구매하기 전에 플랫폼에서 상품 주문 후 바로 출하될 수 있는지 여부를 알 수 있다. 아마존도 백그라운드 디스플레이의 수에 따라 해당 공급업체에 제때에 납품하도록 주의를 줄 수 있고 재무 임원은 백그라운드의 데이터를 통해 해외제고원가를 정확히 산정할 수 있다.

4. 사용자 체험 향상

쇼핑 체험 및 애프터서비스도 해외직구 소비자들한테는 크로스오버 플랫폼 선택의 중요한 영향 요소이다. B2C 크로스보더 전자상거래 세계 개혁 후, 크로스보더 인터넷 구매 가격의 우세와 품종의 우세가 상대적으로 약화되었다. 따라서

B2C 크로스보더 전자상거래 플랫폼은 플랫폼 소비 서비스 개선, 플랫폼 업그레이드 가속화, 애프터서비스 최적화 및 혜택 혁신 등을 통해 소비자의 체험을 향상시켜야 한다.

플랫폼 건설에 있어서는 이중 언어 안내, 3D 탈의실 등을 시행하고 상품사용 체험교류 커뮤니티 등을 만들어 서로 다른 소비 집단에 맞춤형 서비스를 제공하고 쇼핑을 유도할 수 있다. 플랫폼 서비스 면에서는 여러 종류의 모바일 지불을 추진하고, 브랜드 제품의 글로벌 품질 보증 등을 추진할 수 있다. 또한 특정 조건을 충족시키면 운송비와 세금을 면제해 주고 적립한 마일리지를 현금화 하는 등 다양한 혜택 방식을 적용하여 더욱 많은 소비자를 유치할 수 있다.

현재 해외직구 소비자들 가장 걱정하는 문제점 중 하나가 바로 가짜상품문제이다. 이런 불안전함은 주로 거리감과 정보의 불투명함에서 비롯되며, 전자상거래 사업자와 물류에 대한 이중적인 불신은, 그들이 플랫폼 상품의 정품 여부에 대해 의문을 갖게 한다. 중국소비자협회가 2017년 '쌍11' 온라인쇼핑 조사체험상황을 통보한 결과, 해외직구 상품이 가짜로 가장 많이 의심되는 것으로 나타났다. 이는 주로 국내에서 생산되고 판매되는 상품과 달리 해외직구 상품의 공급원은 비교적 넓으며, 일반적으로 여러 국가, 여러 산지, 여러 경로에 걸쳐 있으며, 상품 공급원의 복잡함은 필연적으로 가짜위험을 증가시킨다.

B2C 크로스보더 전자상거래업자는 "전점후창(前店后倉)"식의 O2O 체제를 만들 수 있다. O2O 오프라인 매장의 설립은 전통적인 소매시장과의 차별화와 전환을 이루고 있으며, 소비자들은 온라인에서 주문하고, 오프라인에서 찾거나 또는 온라인에서 주문하여 오프라인에서 교환할 수 있다. 그러나 O2O 매장 설립은 오프라인 범위가 한정되어 있고 임대료가 비싸며 운영원가가 높다는 등의 문제가 있기 때문에 크로스보더 전자상거래 O2O 모델은 독립적으로 발전하기는 어렵고 보완으로는 적합하며 체험관 형식으로 사용자 체험을 향상시켜 오프라인 체험을 통해 플랫폼에 대한 신뢰도와 충성도를 높이고, 크로스보더 전자상거래 기업에 좋은 브랜드 이미지를 심어줄 수 있다.

제5장 결론

본 연구는 국가 수입 및 수출 세금정책이 크로스보더 전자상거래 산업에 미치는 영향을 시작점으로 논술, 해석 및 분석을 통해 최근 몇 년 동안 넷이즈 카오라 해외쇼핑하고 징동 월드와이드의 거래 데이터를 분석하고 비교를 진행했다. 국가별 수출입 세금정책은 크로스보더 전자상거래 산업의 발전에 중요한 역할을 하고 있으며, 기본 수입 및 수출 세금정책은 중국의 크로스보더 전자상거래 산업의 발전에 도움이 된다. 최근 몇 년 동안 중국은 상품 수입 및 수출을 규제하고 소비자가 세금감면 및 면제를 통해 크로스보더 전자상거래 회사를 이용해서 해외 제품을 구매하도록 장려하기 위해 수입 및 수출 세금을 감면하는 정책을 제시했다.

"스빠신정"의 구현으로 B2C 크로스보더 전자상거래 산업은 새로운 성숙화와 형식화 시대로 들어섰으며, 이 단계는 크로스보더 전자상거래 산업의 기업들에게 도전이자 기회이다. B2C 회사가 시장경쟁에서 기회를 포착하고 발전할 수 있는지 여부의 핵심은 자체제품 품질과 다양한 제품을 제어하고 차별화된 사용자 경험의 만족도를 극대화하는 것이다. 이를 위해 기업은 국가정책 및 규정을 지속적으로 이해하고 연구하고 정책방향을 파악하고 시장개발 동향을 파악하고 산업발전과 국내 및 해외 소비자 시장의 발전추세를 결합하고 소비자 시장의 역동적인 변화에 따라 합리적으로 계획해야 한다. 적시에 개발 목표를 조정하고 회사 자체의 관리수준과 운영기능을 개선하고 개발을 계속 파악하며 기업의 지속 가능한 개발을 달성해야 한다.

현재, 새로운 세금정책의 긍정적인 효과가 처음에 밝혀졌지만 정책 시행단계에서 여전히 몇 가지 문제가 있다. 첫째, 세금 모델을 통일해야 하며 개인 물품 및 크로스보더 전자상거래 품목에 대한 세금정책을 통합하여 "쇼핑"세금 회피를 방지하고 세금공평을 달성해야 한다. 둘째, 세금정보 및 거래에 대한 액세스 통합을 달성하기 위해 세금관리를 강화하고 세금신고 소프트웨어를 적극적으로 개발해야 한다. 관련 말단부서는 적극적으로 정책을 협조하고 이행해야 한다. 구현 프로세스에서 발견된 문제는 지속적으로 수정 및 개선되어야 하며, 국경 간 수입

및 수출의 품질 및 효율성은 지속적으로 개선되어야 하며, C2C 수입 및 수출 거래의 감독 및 일련의 관행 강화가 필요하다. 주민을 통제하고 세수 손실을 막을 수 있는 효과적인 과세 시스템을 건립하고 수입이 유실되는 것을 방지해야 한다.

참고문헌

【국내문헌】

갈립, 정창근, 손승표, 『중국 중소기업의 전자상거래 성공요인에 관한 연구』, 무역학회지, 2016. 41(5): pp.285-304.

강상구, 서현석, 『중국 해외직관 활성화를 위한 한국의 B2C 전자상거래 발전 방안. 전자무역연구』, 2015. 13(2): pp.71-94.

진혜연, 중국B2C전자상거래 기업의 물류방식이 시장점유율에 미치는 영향, 중앙대학교 대학원, 2016

홍진영, 심창용, 『한국 전자상거래 기업의 대중국 B2C 수출활성화 전략-중국 전자상거래 통관정책변화를 중심으로』, 중국지역연구, 2017. 4(1): pp.81-108.

【영문문헌】

Ben Shepherd, John S. Wilson, Trade Facilitation in ASEAN Member Countries: Measuring Progress and Assessing Priorities. Journal of Asian Economics, 2009, pp.367-383.

Chou D. The Economics of Taxing Electronic Commerce. Journal of Information Systems Management, 1999, 16 pp.7-14.

Cockfield A J. The Rise of the OECD as Informal 'World Tax Organization' Through National Responses to E-Commerce Tax Challenges. Social Science Electronic Publishing, 2006,08.

John S. Wilson, Catherine L. Mann, Tsunchiro Otsuki, Trade Facilitation and Economic Development: Measuring the Impact, World Bank Policy Research Working Paper No. 2988, 2003,07

【중문문헌】

China Internet Network Information Center, CNNIC, 『第43次中國互聯網絡發展狀況統計報告』, 2019

財政部, 海關總署, 國家稅務局, 『關於電子商務零售進口稅收政策的通知』 (財政關稅[2016]18号), 2016

China Internet Network Information Center, CNNIC, 『2018年度中國跨境電商市場數據監測報告』, 2019

王超, 『“一帶一路”下跨境電商便利化發展的機遇與挑戰』, 北京郵電大學, 2017, p.5

徐萌萌, 『中國跨境電商發展的現狀及問題研究』. 安徽大學, 2016, pp.8-9

上海社會科學院經濟研究所課題組, 石良平, 湯蘊懿, 『中國跨境電子商務發展及政府監管問題研究—以小額跨境網購為例』, 上海經濟研究, 2014, pp.3-18.

劉伊莎, 『B2C 跨境電商稅制改革的影響及應對策略』. 財會月刊, 2016, pp.69-72.

來有為, 王開前, 『中國跨境電子商務發展形態、障礙因素及下一步改革』, 2014, 05

鄂立彬, 黃永穩, 『國際貿易新方式：跨境電子商務的最新研究』, 東北財經大學學報, 2014, pp.22-31.

石權, 鐘華, 『跨境貿易電子商務進口治理體系框架研究』. 海關與經貿研究, 2015, pp.79-89.

劉小軍, 張濱, 『我國與“一帶一路”沿線國家跨境電商物流的協作發展』. 中國流通經濟, 2016, pp.115-120

王文成, 閔安, 常楠楠, 『稅制改革, 跨境電商何去何從?』. 稅務與經濟, 2017, pp.103-107

陳虹, 楊成玉, 『‘一帶一路’國家戰略的國際經濟效應研究——基於CGE模型的分析』, 國際貿易問題, 2015, pp.4-13

薛源, 『跨境電子商務交易全球性網上爭議解決體系的構建』, 國際商務, 2014, pp.95-103.

- 王冠風, 『貿易便利化机制下的上海自由貿易試驗區跨境電子商務研究—基于平台經濟視角』, 經濟体制改革, 2014, pp.38-42.
- 黃永穩, 『我國中小企業利用跨境電子商務研究』. 東北財經大學學報, 2014
- 曹淑艷, 『跨境電子商務第三方物流模式研究』. E-BUSINESS JOURNAL 2013, 03
- 趙廣華, 『破解跨境電子商務物流難的新思路: 第四方物流』. 中國經貿導刊, 2014, pp.16-20
- 王杏平, 『跨境電子商務與跨境第三方支付管理探究』. 支付創新 2013.10
- 崔少娜, 『中國與“一帶一路”國家跨境電商發展潛力研究』, 天津財經大學, 2018, p.6
- 徐萌萌, 『中國跨境電商發展的現狀及問題研究』, 安徽大學, 2016, p.18
- 孫維佳. 『歐盟電子商務立法的框架和特點』, 法學雜誌, 2000 pp.58-60.
- 張衛彬. 『數字化產品貿易稅收立法探討——以歐盟增值稅改革法案為視角』, 財稅法論叢. 2010.
- 韋斐琮, 『“一帶一路”戰略紅利下跨境電商發展對策』, China Business and Market, 2017年第3期
- 梁穎, 『“一帶一路”視域下中俄跨境電商發展對策研究』, 哈爾濱商業大學, 2018, pp.11-14
- 中國國際稅收研究會課題組, 龔輝文, 『服務“一帶一路”戰略稅收政策及徵管研究』國際稅收, 2015, pp.9-14.
- 中國關稅廳—《中華人民共和國國務院公告》. 2016.
- 張夏恒, 『跨境電商類型與運作模式』. 中國流通經濟, 2017 p.25.
- 劉禹, 『我國跨境電商發展的新思考』. 中國流通經濟, 2017 pp.39-45.
- 施正文, 劉奇超, 『論中國關稅法的定位與架構』. 海關與經貿研究, 201, pp.1-16.
- 李佳珂, 盧超揚, 文汪艷, 『“海淘”對中國消費者及企業的影響研究』, 金融經濟 2013 pp.7-9.
- 文瑞. 『中國跨境電子商務發展的“痛點”分析』. 區域經濟評論, 2015 pp.70-74.
- 呂雪晴. 『我國跨境網絡購物熱潮下的冷思考』. 經濟縱橫, 2015 pp.48-51.
- 劉奇超, 施正文, 『中國進境物品進口稅制度改革: 國際比較與立法思路』, 國際稅

- 收, 2017 pp.69-74.
- 李鵬博, 馬峰. 『進口跨境電商啓示錄』. 北京電子工業出版社, 2016. pp.69-116.
- 李霞, 『网易考拉海購模式分析』. 電子商務, 2016 p.67.
- 張麗霞. 『跨境進口電商：保稅備貨VS 直郵進口』. 對外經貿實務, 2015 pp.65-67.
- 李鵬博, 『馬峰.進口跨境電商啓示錄』. 北京電子工業出版社, 2016. pp.69-116.
- 狄昌婭, 『行郵稅改綜合稅后我國跨境電商(B2C)影響与發展之策』. 對外經貿實務, 2016 pp.93-96.
- 徐斌, 『新稅制下跨境電子商務發展方向研究』. 財會學習, 2016 pp.151-152.
- 李孟哲, 『跨境電商稅收新政影響及對策分析』. 稅務管理, 2016 pp.48-54.
- 莫岱青, 『跨境電商新稅制的多元影響』. 新產經, 2016 pp.65-66.
- 余建明, 『跨境電子商務零售進口稅收新政評析』 海關与經貿研究, 2016, pp.97-106.
- 徐磊, 『后政策紅利時代海關監管制度對跨境進口電商的影響及建議』 中國流通經濟, 2018 pp.52-61.
- 馬慧敏, 吳贊晔, 『中國跨境電商經營模式的比較与選擇』, 區域經濟評論, 2018 pp.91-96.
- 鐘崢, 『我國跨境電商物流模式存在的問題与對策』, 商業經濟研究, 2018, pp.107-109.
- 王馨妍, 『网易電商：工匠精神回歸』. 首席財務官, 2015, pp.29-31.
- 李鵬博, 『馬峰.進口跨境電商啓示錄』. 北京電子工業出版社, 2016. pp.16-50.
- 嚴行方, 『跨境電商業務一本通』. 北京人民郵電出版社, 2016. pp.208-241.
- 陳祎民, 『跨境電商運營實戰：思路·方法·策略』. 北京中國鐵道出版社, 2016. pp.19-39.
- 阿里巴巴網絡技術有限公司, 『擋不住的跨境電商時代』. 北京中國海關出版社, 2015. pp.5-31.
- 劉小凡, 『我國跨境電子商務進口增值稅征管問題研究』. 中國財政科學研究院, 2017. pp.11-34.
- 賈舒琦, 『海關稅收新政對跨境電商企業的影響分析--以零售進口商品爲例』 上海海關學院, 2017. pp.17-29.
- 易亞蘭, 『跨境電子商務零售進口稅收新政對跨境網購的影響及對策』, 浙江財經

大學 2016. pp.13-20.

李鐸, 陳克遠, 『稅改前夜, 跨境電商忙“甩貨”』, 北京商報, 2016. 3. 29.

李子晨, 『洋碼頭海外直購直郵模式顯優勢』, 國際商報, 2016. 5. 11.

【기타자료】

一帶一路, 百度百科, <https://baike.baidu.com>

互聯網+, 百度百科, <https://baike.baidu.com>

央广网, 電商法三審: 保護網購消費者權益, <http://baijiahao.baidu.com/s?id=1603938386292878495&wfr=spider&for=pc>

中華人民共和國中央政府, http://www.gov.cn/xinwen/2019-04/03/content_5379474.htm?_zbs_baidu_bk

新京報网, <http://www.bjnews.com.cn/finance/2019/04/09/565528.html>

每日經濟新聞, <http://money.163.com/17/0217/01/CDEIDTLL002580S6.html>

中華人民共和國財務部, <http://www.mof.gov.cn/index.htm>

國家稅務總局, <http://www.chinatax.gov.cn/>

ABSTRACT

A Study on the Reform of China's Cross-border E-commerce Tax System and Chinese Enterprises' Strategies

Wu, PeiYan

Department of International Trade

GRADUATE SCHOOL JEJU NATIONAL UNIVERSITY

With the development of electronic information technology and economic globalization, more and more small and medium-sized enterprises and individuals begin to participate in global trade, has formed the new pattern of world inclusive trade . Under the mode of "Internet + Foreign Trade", a series of changes have taken place in the global market pattern, industrial division of labor and trade rules. Cross-Border E-commerce retail imports as an addition to the general trade, rapid development in recent years, make consumers directly involved in the trade, the pattern of imports, importation channels, import industry has a huge influence.

Since the emergence of B2C Cross-Border E-commerce in China, it has played a great role in promoting the growth of foreign trade, leading the consumption trend and creating jobs. Wang Yang, vice premier of the state council, pointed out at the International Cross-Border E-commerce Conference that Cross-Border E-commerce is the fastest growing trade mode in the Internet era. In recent years, the Chinese government adheres to encourage

innovation, prudent, coordination of the condominium concept, promote Cross-border E-commerce industry in developing specifications, developing in the specification, rush out of a Cross-border E-commerce industry development path with Chinese characteristics. In order to further standardize the B2C Cross-Border E-commerce industry, in March 2016, the general administration of customs promulgated the "Notice on the Tax Policy on Cross-Border E-commerce Retail Import" ,this policy is mainly to establish a long-term tax on Cross-Border retail imports mechanism, from the early give priority to in order to promote to give priority to in order to promote and specifications. In the future, Cross-Border E-commerce will gradually move from barbaric growth to stable and healthy development, and relevant policies and measures will be introduced in succession, bringing new opportunities and challenges to them.

In this paper, by analyzing the "48 New Policy" that changes in the tariff rate and customs value makes Cross-Border E-commerce retail import taxes levied more reasonable, although increasingly stringent regulatory mechanisms will eliminate a number of small and medium-sized Cross-Border E-commerce enterprises, but also will encourage healthy and standardize development of the industry. On the basis of macroscopic analysis to NetEase Koala as the research object, found that the new tax system has a great impact on food, health care, mother and baby, and daily necessities, and from the basic exemption in the past has been changed to a comprehensive tax of 11.9% . But the electrical appliances, consumer taxes under the new tax system was reduced by 8.1% to 38.1% respectively. The internal consumption structure of Cross-Border online shopping will also change according to the increase and decrease of the specific tax rate of different consumer goods and different price ranges. In addition, because of the abolition of the 50 CNY exemption from the postal tax, the "whole into zero out" advantage obtained by Cross-Border E-commerce enterprises through the bonded mode no longer

exists. This has a huge impact on NetEase Koala. In order to cope with 48 New Policy, NetEase Koala has made corresponding adjustments and innovations in product structure, operation mode, logistics and warehousing. Through the study of its strategy, we suggest that the B2C Cross-Border E-commerce enterprises should adjust product structure, transform development mode, strengthen overseas supply chain and continuously improve user experience under the premise of standardized accounting and tax payment. At the same time, the relevant departments should further improve the construction of the customs supervision system and standard of Cross-Border E-commerce in China according to the actual situation.