

## 자료 중국의 전자상거래법 시행에 따른 영향

〈요약〉

- 중국에서는 온라인 시장질서 정화와 세수확보를 목적으로 전자상거래법 시행('19.1.1)

### 〈중국 전자상거래법 주요 내용〉

- ◇ (온라인 판매상 등록) 온라인판매상은 사업자 등록을 해야 함. 이때 온라인 판매상은 타오바오와 같은 C2C 플랫폼 내 사업자, WeChat과 같은 SNS 기반 사업자 등을 모두 포함한 개념임
- ◇ (온라인 판매상 과세) 온라인판매상이 법에 따른 납세의 의무를 가지게 됨. 이때 전자상거래 플랫폼 사업자는 세금 관련 정보를 제공할 의무를 가지고 이를 어길 시 벌금을 물게 됨
- ◇ (지적재산권 보호) 짝퉁 거래 적발시 온라인 판매상 뿐 아니라 전자상거래 플랫폼 사업자도 처벌받게 됨

### • 전자상거래법 시행 후 최근 동향

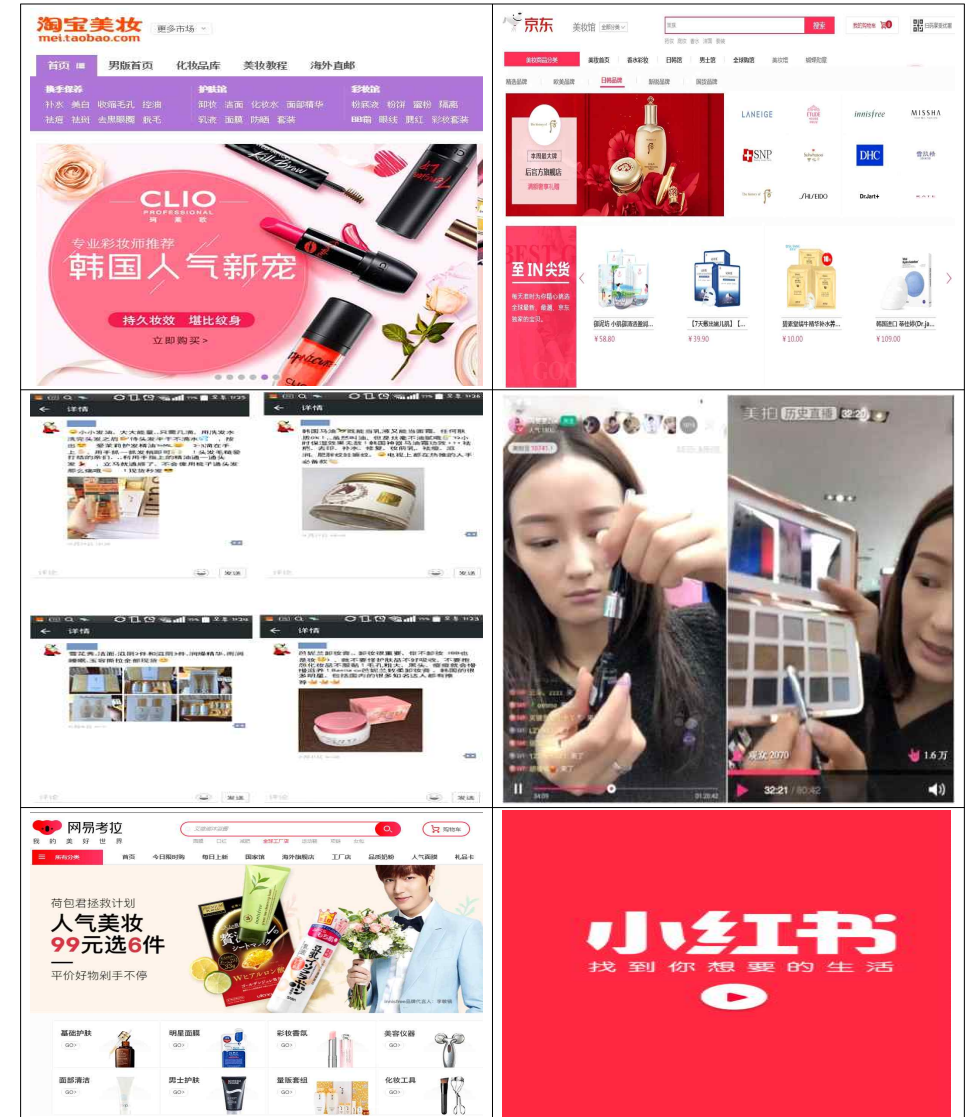
- 편법적인 해외 구매대행(마이공) 축소
- 온라인 판매상의 사업자 등록 및 세금 납부
  - ※ 타오바오 PC버전에서는 점포명 부분에 사업자등록 신고 여부를 알 수 있는 링크가 새로 생김
- 온라인 판매상들이 전자상거래법 시행 이후에는 정품만을 취급하려고 함

### • 시사점

- 위생행정허가를 받고 정도(正道)를 걷는 업체들에게는 전자상거래법 시행이 기회로 작용
  - ※ 불법적인 유통은 증장기적 측면에서는 쇠퇴할 수밖에 없음
- 지적재산권 확보는 선택이 아니라 필수
- 일시적인 시장 위축 및 가격 상승이 우려되나, 올해 상반기까지는 관망세 지속
- 위생행정허가를 아직 받지 못한 제품은 국경(국경간 전자상거래 :Cross-border E-commerce)을 활용하는 방법이 있음
  - ※ 국경간 전자상거래를 통해 판매할 경우 위생행정허가를 받지 않아도 됨. 또한 2019년 1월 1일부터 1회당 거래금액 한도는 기존 2,000위안에서 5,000위안으로 상향 조정, 연간 거래금액 한도는 20,000위안에서 26,000위안으로 상향 조정되었음

### □ 중국 온라인 유통 채널

- 중국에서는 타오바오, 징둥, 샤오홍수 등 플랫폼 외 위챗 모멘트, 생방송 등의 방식으로 판매가 활발하게 이루어지고 있음



## □ 전자상거래법 시행에 따른 영향

- 중국에서는 2019년 1월 1일부터 전자상거래법이 시행되었음
- 전자상거래행위의 규제 및 안전성 보장, 소비자 권익 보호, 시장 질서유지, 전자상거래의 건전한 발전을 위해 제정됨

〈참고〉

### 〈중국 전자상거래법 주요 내용〉

- ◇ **(온라인 판매상 등록)** 온라인판매상은 사업자 등록을 해야 함. 이때 온라인 판매상은 타오바오와 같은 C2C 플랫폼 내 사업자, WeChat과 같은 SNS 기반 사업자 등을 모두 포함한 개념임
- ◇ **(온라인 판매상 과세)** 온라인판매상이 법에 따른 납세의 의무를 가지게 됨. 이때 전자상거래 플랫폼 사업자는 세금 관련 정보를 제공할 의무를 가지고 이를 어길 시 벌금을 물게 됨
- ◇ **(지적재산권 보호)** 짝퉁 거래 적발시 온라인 판매상 뿐 아니라 전자상거래 플랫폼 사업자도 처벌받게 됨

※ 출처 : 삼성증권 보고서(2018.9.5.)

- 브랜드로부터 정식 수권을 받아 정도(正道)를 걷는 업체들한테는 전자상거래법 시행이 기회로 작용
- 전자상거래법이 시행되면 타오바오에 입점한 업자들이 사업자 등록을 하고, 세금을 내야하며, 위조품 유통 시 처벌을 받게 됨
- 전자상거래법 시행 이후 타오바오 유통상들이 정품만을 취급하려 하기에 온라인에서 판매되고 있는 제품의 소비자 가격이 올라갈 수밖에 없음
- 전자상거래법은 시장질서 정화와 세수확보의 목적으로 시행되었으며, 전자상거래법 시행 이후 불법으로 제조, 유통된 제품이 온라인 시장에서 퇴출되고 있어 온라인 시장이 정화되고 있음
- 웨이상이나 타오바오에서 개인몰을 운영하던 곳 중 규모가 있고, 자금력이 뒷받침되고 고객층, 네트워크 기반이 있어 수익을 낼 수 있는 곳은 사업자등록증을 내고 사업을 지속하고 있음

- 규모가 크지 않거나, 위조품을 판매하던 곳, 위생허가를 받지 않은 제품을 판매하던 곳은 리스크가 크기 때문에 사업을 접는 경향을 보이고 있음
- 타오바오 PC버전에서는 점포명 부분에 사업자등록 신고 여부를 알 수 있는 링크가 새로 생겼음
- 파이공, 즉 면세점에서 물건을 사서 구매대행 형식으로 판매하는 형태는 지금은 온라인 판매 시 거래 내역이 다 노출됨

## □ 지적권 관련

- 상표등록을 하지 않은 상태에서 급히 중국시장에 판매하는 경우가 있는데, 이는 엄청난 리스크를 안고 사업을 하는 것과 마찬가지로이며, 온라인몰에서 위조품, 병행수입 제품이 유통되더라도 이에 대한 대응을 하기 어려움
- 중국에는 전문적인 상표 사냥꾼들이 있어서 한국산 화장품의 상표를 중국에 먼저 출원하여 선점한 후, 해당 브랜드가 중국 진출하면 거액을 요구하는 경우가 빈번하게 발생하고 있음

## □ 국경간 전자상거래(cross boarder : 콰징) 관련

- 중국정부는 중국 소비자가 해외 상품을 보다 간편하게 구매할 수 있도록 하고, 파이공과 같이 정식 수입절차를 거치지 않은 해외 소비재의 유통을 줄이고, 불법 수입으로 인한 세수 손실을 막는 등 여러 목적으로 보세창고수입 방식을 허용하고 있음
- 그러나 그 주체는 외국기업은 될 수 없으며, 1인당 구매 한도가 있으며, payment 단에서도 바로 뜨기 때문에 한도보다 많이 사면 걸림
- 판매자가 많은 제품을 미리 보세창구에 보관했다가 주문이 오면 물건을 배송하는 것인데, 보세물류창고 보관비용 등 운영상의 경비가 많이 듦

<참고>

**<국경간 전자상거래(Cross-border E-commerce)>**

- ◇ 2018년 11월 21일 개최된 중국 국무원 상무회의에서 국경간 전자상거래 소매 수입정책을 연장 및 확대하기로 결정함
- ◇ 주요 내용
  - 국경간 전자상거래 소매 수입 상품에 대하여 초도 수입 허가증, 등록증을 요구하지 않는 정책의 시행기간을 연장함
  - 국경간 전자상거래 소매 수입 정책의 적용범위를 기존의 15개 도시에서 22개 도시를 추가함
  - 1회당 거래금액 한도를 2,000위안에서 5,000위안으로 상향 조정하고, 연간 거래금액 한도를 20,000위안에서 26,000위안으로 상향 조정함
  - 37개 시범 지역:
    - 기존 시행 도시(15개):  
상하이(上海), 항저우(杭州), 닝보(宁波), 정저우(郑州), 충칭(重庆), 광저우(广州), 선전(深圳), 푸저우(福州), 평탄(平潭), 톈진(天津), 허페이(合肥), 청두(成都), 다롄(大连), 쑤저우(苏州), 칭다오(青岛)등
    - 신규 추가 도시(22개):  
베이징(北京), 후허하오터(呼和浩特), 선양(沈阳), 창춘(长春), 하얼빈(哈尔滨), 난징(南京), 난창(南昌), 우한(武汉), 창사(长沙), 난닝(南宁), 하이커우(海口), 구이양(贵阳), 쿤밍(昆明), 시안(西安), 란저우(兰州), 샤먼(厦门), 탕산(唐山), 우시(无锡), 웨이하이(威海), 주하이(珠海), 둥관(东莞), 이우(义乌) 등