



저작자표시-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 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](#)

經營學碩士 學位論文

電子的 環境下의 代金決濟慣行에
관한 研究

－ 中國의 第3者 決濟를 中心으로－



2013年 2月

釜慶大學校 大學院

國際通商物流學科

張 傑

經營學碩士 學位論文

電子的 環境下의 代金決濟慣行에
관한 研究

－中國의 第3者 決濟를 中心으로－

指導教授 尹 光 云

이 論文을 經營學碩士 學位論文으로 提出함.

2013年 2月

釜慶大學校 大學院

國際通商物流學科

張 傑

張傑의 經營學碩士 學位論文을 認准함.

2013年 2月



主 審 經營學博士 趙 燦 赫 (印)

委 員 經營學博士 李 春 洙 (印)

委 員 經營學博士 尹 光 云 (印)

< 목 차 >

표 차례	v
그림 차례	v
Abstract	vi
 제 I 장 서 론	 1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	4
제2절 연구의 방법 및 구성	5
1. 연구의 방법	5
2. 연구의 구성	6
 제 II 장 전자상거래와 전자결제의 이론적 고찰	 7
제1절 전자결제 및 온라인 결제	7
1. 전자결제의 관련 개념	7
2. 온라인 결제의 관련 개념	11
제2절 제3자 결제의 개념연구	12
1. 제3자 결제의 탄생 및 개념	12
2. 제3자 결제의 유형	15
3. 제3자 결제의 흐름	16

4. 제3자 결제의 특징	18
5. 제3자 결제의 산업사슬	20
제3절 선행연구	23
1. 전자상거래의 관련 연구	23
2. 전자결제와 제3자 결제의 관련 연구	26
 제Ⅲ장 중국 제3자 결제의 발전현황	29
제1절 중국 제3자 결제의 발전과정	29
1. 결제게이트웨이방식	30
2. 신용중개방식	30
3. 편리결제방식	31
제2절 중국 제3자 결제시장 발전의 거시적 환경 분석	32
1. 정치 환경 측면	32
2. 경제 환경 측면	35
3. 사회 환경 측면	38
4. 기술 환경 측면	39
제3절 전자상거래 및 제3자 결제시장 발전현황 분석	42
1. 전자상거래의 발전현황	42
2. 제3자 결제의 발전현황	44
 제Ⅳ장 중국 제3자 결제의 문제점	50
제1절 수익방식의 문제	50
1. B2B, B2C에 있어서 제3자 결제 수익의 문제	51

2. C2C에 있어서 제3자 결제 수익의 문제	53
제2절 신용체계 측면의 문제	55
제3절 은행과의 경쟁·협력 관계의 문제	57
1. 제3자 결제와 은행과의 경쟁	57
2. 결제기업들과 은행 협력 간의 경쟁	58
3. 결제기업들과 은행의 경쟁	58
제4절 결제의 안전문제	60
제5절 충전자금의 문제	62
1. 충전자금의 소개	62
2. 충전자금의 귀속 문제	63
제 V 장 제3자 결제 발전의 개선방안	65
제1절 제3자 입법	65
1. 입법의 원칙	65
2. 정부 입법의 개선방안	67
제2절 제3자 결제기업 측면의 개선방안	70
1. 경영의 명확화	70
2. 기업 감독·관리 체계 정비	71
3. 안전한 고객자금 관리체제	72
4. 제3자 결제기업 내부 컨트롤 제도	73
5. 제3자 결제기업 거래 시스템의 안전성 제고	74
제3절 제3자 결제기업 발전 관련 제안	75
1. 소액결제 위주, 핵심경쟁력 강화	75
2. 제3자 결제와 은행 간의 협력	77

제VI장 결론	80
제1절 요약 및 결론	80
제2절 연구의 시사점 및 한계점	81
참고문헌	83



〈 표 차례 〉

〈표 1-1〉 전자상거래가 무역에 미치는 영향	25
〈표 3-1〉 중국 제3자 결제 시장 거시적 분석	32
〈표 3-2〉 기업의 결제 업무 현황	47
〈표 3-3〉 2012년 중국 제3자 결제기업 경쟁력 순위	48
〈표 4-1〉 은행과 제3자 결제의 장·단점 비교	57

〈 그림 차례 〉

〈그림 2-1〉 논문의 연구모형	5
〈그림 2-1〉 2011년 중국 네티즌 전자결제방식 사용 현황	10
〈그림 2-2〉 제3자 결제의 유형	16
〈그림 2-3〉 제3자 결제의 거래흐름도	17
〈그림 2-4〉 제3자 결제의 산업사슬	21
〈그림 3-1〉 중국 제3자 결제 발전 단계	29
〈그림 3-2〉 중국 GDP 성장세	35
〈그림 3-3〉 온라인 결제를 이용하지 않는 이유	40
〈그림 3-4〉 중국 전자상거래 시장 거래액 추이	42
〈그림 3-5〉 중국 네티즌 규모 및 인터넷 보급률 추이	43
〈그림 3-6〉 중국 온라인 결제 이용 현황	44
〈그림 3-7〉 중국 온라인 결제 거래 규모	46

A Study on the Electronic Payment Practice
- Focused on the Third Party Payment in China -

Zhang Jie

Department of International Commerce and Logistics,
The Graduate School, Pukyong National University

Abstract

The development of Internet has led to unprecedented upsurge of electronic commerce and. The third-party-payment market arises as the expedited on-line payment market at this historic moment.

Payment linkage has always been the bottleneck for electronic commerce development in our country. As an important part of E-commerce, the reform of online payment promote the E-commerce's booming.

The third-party payment established a security, effective, convenient and low-cost way to transfer funds between merchant and customer. The third-party payment effectively alleviated the payment pressure on electronic commerce development and became beneficial attempt to tackle the payment difficulty.

But as a creative payment model, its own inevitably has very many problems, especially third-party payment market overheated competition, technical security, regulatory, credit system, corporate earnings, precipitation funds, precipitation capital, hinder the development of third-party payment.

On September 1, 2010, non-financial institution payment service

management approach began implemented to strengthen the supervision of the third-party payment companies. And the guidance of policy offered great opportunities and challenges for the third-party payment platform.

In this study, from third-party payment feature in China reveals the multifaceted risks brought about by the third-party payment, and seeks to explore solutions. First, it gives a description of the third-party payment theory, the concept of third-party payment, characteristics, mode, the payment process, industrial chain. Then, the analyzes the development process, development status of third-party payment market in China. use of PEST analysis from political, economic, social, technological, macro environment analysis of the third-party payment market in China. Then, it reveals revenue problem for the third party payment companies, the credit system, the issue of competition with banks, payment security issues, sedimentation funds. Finally, in order to solve these problems from the government, financial institutions, and third-party payment enterprises to put forward improvement plans.

Key words: E-commerce, online payment, third-party payment, risk

제 I 장 서 론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

20세기 90년대 이래, 컴퓨터와 네트워크 통신기술의 신속한 발전에 따라 인터넷 기술의 응용이 각 활동영역에 침투되었다. 그 중에 포함된 무한한 상업 기회를 추구하기 위하여 기업들의 시선은 전자상거래에 집중되었다. 쉽게 말하면, 전자상거래는 인터넷 기술에 의존하는 모든 기업 활동이다. 전자상거래가 상상할 수 없는 속도로 사회경제의 각 층면에 침투하고 있다. 전자상거래는 거대한 발전 잠재력을 가지고 있다. 새로운 유통방식으로서의 전자상거래는 경제활동효율을 제고하고, 상거래 비용을 줄이고, 경제발전을 추진하는 특징이 있고 전자상거래 활동 중에서 점점 더 중요한 역할을 하고 있다. 이와 같은 인터넷상거래의 편익은 나라마다 인터넷 쇼핑물의 성장과 구조변화를 자극하고 있다. 이러한 추세는 지난 20세기 말에 개혁과 개방으로 급속한 경제발전에 영향을 받은 인터넷 이용과 보급률의 증가로 그 확산이 빠르게 진전하고 있다. 2011년 중국 전자상거래 교역액이 5.88만억 위안에 달하였고, 또한 전년보다 29.2%이 증가하였으며 국내총생산의 12.5%에 상당하였다.¹⁾ 전자상거래가 경제 성장의 주요 원동력이다.

2005년 이래, 중국 전자상거래 시장은 좋은 발전 기세를 유지하고 있

1) 「2010-2011年度中國電子商務發展報告」, 中國商務部, 2010

다. 「중화인민공화국전자첨명법(中華人民共和國電子簽名法)」와 「전자지부지인(電子支付指引)」의 출범이 전자상거래의 거시적 환경에 법률적·정책적 근거를 제공하였다.²⁾

중국의 인터넷쇼핑이 새롭고 매력 있는 쇼핑방식으로 각광을 받고 있으며 많은 기업은 물론 개인까지도 인터넷 쇼핑몰을 개설하여 사이버 점포를 운영하는 붐이 일기 시작했다고 보고하고 있다.

전자상거래의 실현과정은 정보의 흐름, 자금의 흐름, 물적 흐름을 포함한다. 중간 부분으로서의 자금의 흐름은 전자상거래 발전을 제약하는 병목이 되어가고 있다. 온라인 결제의 발전은 전자상거래 교역 중의 자금 흐름의 문제를 해결하였다.

온라인 결제는 전자상거래를 기반으로, 상업 은행을 주체로, 안전한 네트워크를 통하여 거래하는 고객들에게 화폐 지불과 자금 유통을 제공하는 현대화 결제수단이다. 전자상거래의 고속 성장에는 온라인 결제의 발전이 필요하다.

전자상거래의 발전에 대처하여 선진국들의 온라인 결제에 대한 연구와 응용이 점점 성숙해져 왔다. 십여 년 간의 노력으로 중국의 현대화 결제시스템 구축이 순조롭게 진전되어 왔다. 국가소유상업은행들은 신용 카드 온라인 결제 시스템을 구축해 왔다. 중국인민은행의 전자연행시스템, 동성청산시스템³⁾ 등이 벌써 보급되었고, 은행정보교환네트워크의 구축은 규모가 커졌고, 신용 카드 사용이 활발하게 보급되었다.⁴⁾ 이런 은행들이 지원하는 온라인 지불 시스템의 구축은 온라인 지불의 발전을 위한 탄탄한 기반이다.

2) 李鍵, 「中小企業電子商務發展對策研究」, 企業經濟, 2004(12), P.56-67

3) 전자연행시스템(電子聯行系統): 은행 간의 네트워크 시스템. 동성청산시스템(同城清算系統): 같은 도시 내의 은행 청산 시스템.

4) 田世海, 「中小企業電子上午應用模式研究」, 學術交流, 2005(2), P.35-36

온라인 결제는 전자상거래에 중요한 역할을 한다. 20세기 90년대부터 각종 온라인 결제수단이 점점 출현하였다. 온라인 결제는 비용을 낮추고, 안전성을 제고할 기능을 지니고 있다.

중국 전자 상거래 시장의 거대한 잠재력을 발굴하기를 위하여 가능한 한 중국 전자상거래 시장의 발전을 촉진하여야 한다. 그 중에 결제 부분의 문제가 점점 많아져서 업계의 주목을 일으키게 되었다. 각 결제 문제로 인하여 당사자들은 피해를 많이 받고, 분쟁도 많이 발생하고 있다. 이러한 문제를 해결하기를 위하여 중국 국정에 맞는 결제 방식을 새로 창조하여야 중국 전자상거래 시장에 엄청난 변혁을 가져올 수 있다.

현재, 대부분의 쇼핑 사이트들이 제3자 결제를 실시하고 있는데 중국 제3자 결제의 발전 추세는 매우 좋다. 제3자 결제는 전통적인 기업의 경쟁력을 강화하고 전자상거래를 촉진하는 신무기가 되었다. 사회 신용 체계의 점진적 개선에도 불구하고, 제3자 결제 방식이 점차 대체될 수 있지만, 현재 이것은 전자 결제의 병목 문제를 해결할 수 있는 가장 이상적인 방안이다.

미국 Paypal 발전 패턴의 성공이 중국 제3자 결제 기업들에게 중요한 계시를 가져왔다. 중국에서 제3자 결제 플랫폼의 발전초기에는 대부분의 업계 전문가들은 미국 Paypal의 패턴을 복사하는 경향이 있었다. 그러나 많은 연구를 한 후에 중국에서는 Paypal 패턴을 실현하기가 힘들다는 것을 발견하였다. 중국과 미국은 인터넷 결제의 외부 환경의 차이가 매우 크기 때문에 그대로 적용하면 안 된다. 그래서 중국 국정에 적합한 인터넷 결제 방식을 연구·탐색하여야 한다. 본 논문은 전자적 환경 하의 중국 제3자의 온라인 결제 방식을 연구한다.

2. 연구의 목적

최근에는 인터넷과 통신 기술의 발전에 따라 인터넷 이용자의 규모가 점점 커지고 있다. 새로운 전자결제방식으로서의 온라인 결제가 전자상거래의 주요 결제방식이 되었고 신속히 발전해 왔다. 온라인 결제는 2001년의 변동기, 2002년의 침체기, 2003년의 회복기, 2004년의 성장기를 경과한 후, 2005년에 과거 전자상거래의 "걸림돌"에서 "디딤돌"로 변하였다. 제3자 결제가 포함된 신형 전자결제방식은 전자상거래 발전 역사상 중요한 추진력이 되었다.⁵⁾

중국 제3자 결제가 많이 발전하고 사람들이 제3자 결제에 대한 중요도가 점점 높아지고 있지만 중국에서 제3자 결제의 발전은 늦게 시작되었고 개발은 성숙되지 않았다. 금융, 법률, 기술, 신용과 도덕 등 측면에서 아직 문제가 너무 많다.

본 논문은 중국 전자상거래 온라인 결제 면에서 현존하는 문제에 초점을 맞추어 제3자 결제가 전자상거래 발전의 필연적인 추세라고 분석·논증하고, 중국 제3자 결제 플랫폼에 존재하는 문제를 제시하고 대응방안을 세우고 제3자 결제 플랫폼의 발전에 기여하는데 의의가 있다.

5) 孫超, 「第三方支付是電子商務的助推器」, 湖北職業技術學院學報, 2006,3(1), P.67-69

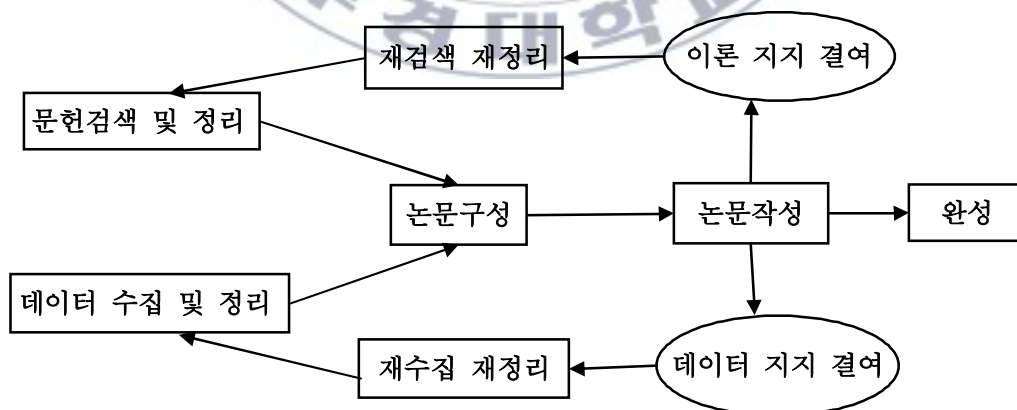
제2절 연구의 방법 및 구성

1. 연구의 방법

본 논문에서는 문헌 검색과 분석 방법으로 접근하여 기존의 선행연구 자료, 단행본, 보고서, 저널, 인터넷, 신문, 방송 등 보도자료, 각종 연구기관(중국국가통계국, CNNIC, iResearch, Enfodesk 등)자료 등을 수집·분석하여 중국 전자상거래 시장에 거시적 비즈니스 현황의 파악과 새로운 정보를 계속 수집·수정하여 제3자 결제업의 최신 동향을 파악하여 전자상거래 환경 하의 제3자 결제 방식의 발전 및 제3자 결제 플랫폼에 대한 연구에 필요한 이론적 기초를 다진다. 많은 조사연구 자료에서 심각한 문제점을 지적하고 있는 문제점을 분석·연구하고 이러한 문제점들에 대한 해결방안을 마련하는 연구방법으로 접근하려고 한다.

논문의 구체적인 연구방법은 다음과 같다.

<그림 1-1> 논문의 연구모형



2. 연구의 구성

본 연구는 총 6 장으로 구성되어 있다.

제1장은 서론 부분으로 연구의 배경과 목적을 설정하고 연구의 방법과 구성을 제시하였다.

제2장은 전자상거래, 전자결제, 제3자 결제에 관한 이론적 배경으로서 제3자 결제의 정의, 특징, 유형, 산업사슬 등을 서술하였다.

제3장은 중국 제3자 결제 시장의 발전과정, 발전 현황을 분석하여 PEST 분석기법을 이용한 중국 제3자 결제 시장의 거시적 환경인 정치 환경, 경제 환경, 사회 환경, 기술 환경을 분석하였다.

제4장은 중국 제3자 결제시장에 있어서 제3자 결제기업의 수익 문제, 신용체계의 문제, 은행과의 경쟁·협력의 문제, 전자결제 안전의 문제, 침전자금의 문제를 분석하였다.

제5장은 제3자 결제업의 문제점을 해결하기 위하여 정부, 금융기관, 제3자 결제기업 등 측면의 개선방안을 제안하였다.

제6장은 본 논문의 결론 부분으로서 본 논문의 내용을 종합적으로 정리하고 연구의 시사점 및 한계점을 제시하였다.

제Ⅱ장 전자상거래와 전자결제의 이론적 고찰

제1절 전자결제 및 온라인 결제

1. 전자결제의 관련 개념

정보통신기술의 급속한 발전으로 인하여 우리의 일상생활은 물론 교육, 상거래, 방송, 언론, 국방 등 모든 분야에서 변화를 일으키고 있는데, 이 중에서 정보통신기술을 이용한 상거래를 전자거래(Electronic Transaction) 내지 전자상거래(Electronic Commerce)라 한다.

초기의 전자상거래는 인터넷과는 관계없이 정보기술을 이용하여 종이 문서가 없는 업무환경을 만들기 위하여 시작되었으며, 주로 전자문서교환(Electronic Data Interchange : EDI)과 같은 기업 간의 거래에서 주로 이용되었다. 그러나 1993년 월드 와이드 웹(World Wide Web : WWW)의 출현으로 개인의 인터넷 사용이 증대됨에 따라 인터넷을 이용한 상거래는 기업 간 거래(Business to Business : B2B)뿐만 아니라 기업과 소비자와의 거래(Business to Consumer : B2C), 소비자와 정부와의 거래(Consumer to Government : C2G), 기업과 정부와의 거래(Business to Government : B2G), 소비자 간의 거래(Consumer to Consumer : C2C) 등으로 그 적용범위가 확대되고 있다. ⁶⁾

최근 기업의 마케팅 활동과 물품주문도 인터넷상에서 이루어짐에 따라 대금결제도 전자적으로 이루어 질 수 있는 새로운 시스템과 기술이 진전되

6) 윤광운, 「전자상거래」, 삼영사, 2011, P.45

고 있다. 전자결제는 어음·수표 등에 의한 장표 방식 결제에 대응하는 개념으로 지급 결제 절차가 장표를 사용하지 않고 전자적인 방식에 의해 이루어지는 것을 의미한다. 전자결제방식의 사용이 증가하게 되면 지급결제의 신속화·간소화는 물론 장표 발행 및 취급비용의 감소로 인한 금융기관의 수지개선 효과도 크게 기대할 수 있다. 전자결제는 전자 지령의 발출 방식에 의하여 여러 가지로 나눌 수 있다. 즉, 온라인 결제, 전화 결제, 이동 결제, POS 결제, ATM 결제 등.⁷⁾

전통적인 결제방식과 비교하여, 전자결제가 다음과 같은 특징을 갖고 있다.

- ① 전자 결제는 디지털 유통을 통해 정보의 전송을 완성하는 새로운 기술이다.
- ② 전자 결제의 작업 환경은 개방형 시스템 플랫폼을 기반으로 되어 있다.
- ③ 전자 결제는 편리하고, 빠르고, 효율적이고 경제적인 장점을 지니고 있습니다.⁸⁾

컴퓨터 기술의 발전에 따라 전자결제의 도구가 점점 많아지고 있다. 이런 결제도구는 크게 3가지로 나눌 수 있다. 사이버 캐쉬(cyber cash), 전자지갑(electric money card) 등을 포함하는 전자화폐류; 스마트 카드, 직불카드(Debit Card), 전화 카드 등을 포함하는 전자신용카드류(digital credit card); 전자수표, 전자이체(electronic funds transfer) 등을 포함하는 전자수표류. 이러한 방식은 각자의 특징과 운행 패턴을 지니고 있어서 다른 거래에 적용될 수 있다.⁹⁾

전자결제는 주로 다음과 같은 형태가 있다.

7) 中國人民銀行, 「電子支付指引(제1호)」, 제2조, 2005

8) 徐勇, 「網絡支付與結算」, 北京大學出版社, 2010, P.13

9) 張淑華, “電子支付工具基本問題探討”, 中國高新技術企業, 2011(05), P.79-81

① 온라인결제: 온라인결제는 전자결제 형식의 일종이다. 넓은 의미로 인터넷을 바탕으로, 은행의 어떠한 디지털 금융도구를 이용하여, 구매자와 판매자 사이에서 발생한 금융교환이자 구매자와 금융기구나 상점 간의 온라인 자금결제, 현금이전, 자금청산, 조회통계 등 과정을 완성하는 방식으로 전자상거래를 위하여 금융서비스를 제공한다. 이러한 온라인결제방식은 결제 매개에 따라 세 가지로 구분될 수 있다: 결제 게이트웨이 방식, 인터넷뱅킹방식, 제3자 결제방식.¹⁰⁾

② 전화결제: 전화결제는 전자결제 오프라인 실현 방식의 일종이다. 소비자가 전화기(고정전화기, 휴대폰 등)나 기타 전화기와 비슷한 단말기설비를 이용하여 전화은행시스템을 통하여 개인은행계좌에서 직접 이루는 결제방식이다. 전화결제는 거대한 잠재이용자가 있는데 키보드가 암호화되지 않아 안전성이 온라인의 정도보다 아주 낮다. 그리고 전화은행결제기능 제공자인 은행이나 전화은행 업무를 개통하는 개인에 제한이 있다. 현재, 전화결제의 응용이 상대적으로 안 되며 셀프금융서비스, 공과금납부 등 전통적인 결제업무만 수행하는 실정이다. 또한 이용자를 유지할 수 있는 업무가 많지 않아 효과적으로 사회와 이용자의 수요를 만족시키지 못한다. 이것은 전화결제 발전을 제약하는 요인 중의 하나이다.¹¹⁾

③ 이동결제(Mobile Payment): 넓은 의미로 거래 쌍방에서 어떤 상품이나 서비스를 위하여 이동적인 단말 설비를 통하여 금융 가치를 교환하는 과정이다. 좁은 의미로 무선통신기술을 바탕으로 이동전화 단말설비를 통하여 비음성 방식으로 하는 자금의 이체와 지불을 말한다.¹²⁾

④ 기타 결제: POS 결제, ATM 결제 등.

iResearch(艾瑞咨询) 조사 연구에 따라 2011년에 81.0%의 중국 네티

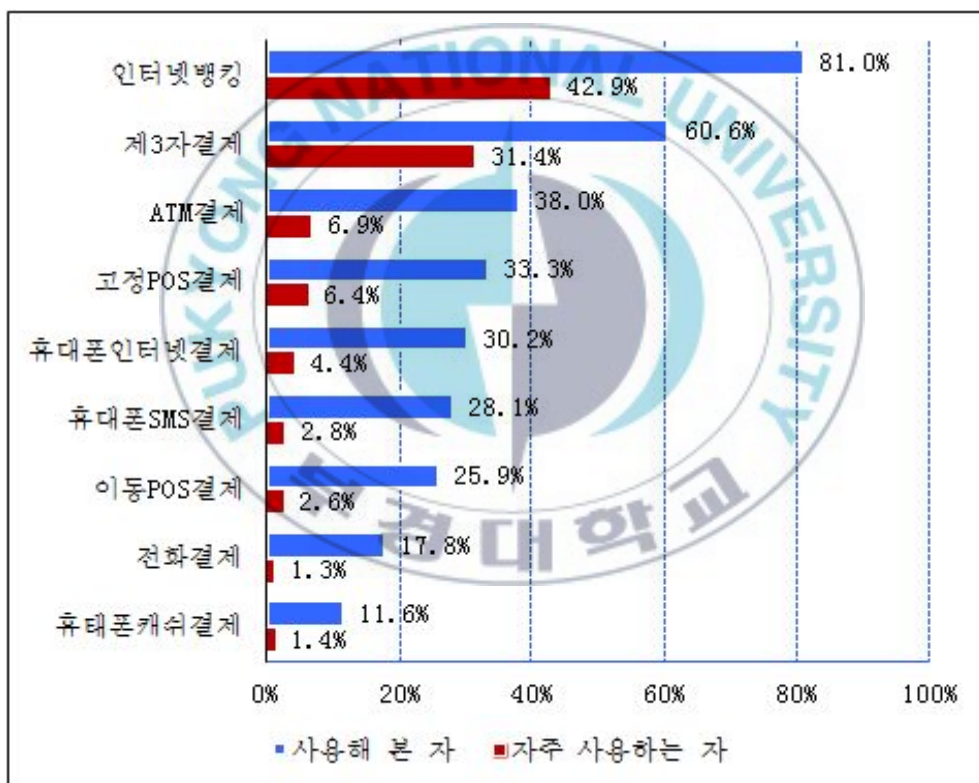
10) 梁文彧, 「第三方支付現狀分析與發展對策」, 技術研究, 2011(10), P41-43

11) 陳秀美, 「從電話支付業務發展軌跡解析經營策略」, 技術交流, 2009(1), P9

12) 2011年中國移動支付行業研究報告簡版, 艾瑞諮詢, 2012.4

즌이 인터넷뱅킹으로 결제함을 선호한다(그림 2-1). 그 중에 자주 쓰는 이용자가 42.9%를 차지하였다. 제3자 결제는 인터넷뱅킹 다음가는 선호 방식이고 이용해 본 네티즌과 자주 이용하는 네티즌이 각각 60.6%와 31.4%이다. 제3자 결제기업과 상업은행들의 협력이 더욱 빈번해 지고 있으며 양자의 협력과 공동발전이 온 결제 체계의 발전을 촉진한다.

〈그림 2-1〉 2011년 중국 네티즌 전자결제방식 사용 현황



iResearch Inc. 2012.4

2. 온라인 결제의 관련 개념

전자결제는 여러 발전 단계를 가진다. 첫 번째 단계, 은행 사이에 전용하는 정보 네트워크를 통하여 안전한 자금이체를 실행하는 단계이다. 즉, 네트워크를 통하여 계좌 간의 거래 정보의 전자적인 전송·결산. 두 번째 단계, 은행과 기타 비금융기구의 컴퓨터 간에 업무를 한다. 셋 번째 단계, 은행 네트워크 단말을 이용하여 고객에게 은행의 각종 셀프서비스를 제공한다. 넷 번째 단계, 은행 판매망 단말기를 이용하여 고객에게 자동납부서비스를 제공한다. 즉, POS 시스템, 상업망과 요금소 등을 이용하여 자금업무를 처리한다. 현재, 최신의 발전단계인 온라인 결제는 인터넷을 이용하여 직접 이체를 한다.

온라인 결제 기업은 처음에 제3자 결제기업이라고도 불렸다. 제3자 결제는 판매자와 은행에서 독립된 제3자임을 강조한다. 그런데 온라인 결제기업은 제3자 기업일 뿐만 아니라 업계의 대부분을 선도 기업들이 판매 서비스를 하고 있다. 즉, 판매도 하고 결제도 한다.

본 논문에서 제3자 기업은 중국 국내에서 설립되고 인터넷에서 쌍방의 중개인으로서 연결기술을 이용하여 결제 플랫폼을 구축하여 매매쌍방과 은행(또는 전화결제, 이동결제, 가상계좌를 운영하는 기업)을 연결하여 온라인 자금 이전 서비스를 제공하는 독립적인 기업법인이다. 온라인 결제기업이 제공하는 결제의 형식이 온라인 결제에만 한정하는 것이 아니고, 대부분의 기업들이 전화결제, 이동결제, 가상계좌결제 등 서비스도 제공한다. 그런데 현재 전화결제와 이동결제의 교역량이 온라인 결제 총액의 3% 밖에 차지하지 못한다.

제2절 제3자 결제의 개념 연구

1. 제3자 결제의 탄생 및 개념

사회경제활동 중에서 결제는 무역 범주에 들어간다. 무역의 핵심은 교환이다. 교환은 물품교부와 자금교부인 양대 대립적인 흐름을 통일하는 것이다. 자유·평등한 정상적인 주체 간에, 교환의 원칙이 등가와 동기이다. 동기교환은 물품교부와 자금교부가 서로 조건이 되고 등가교환의 보증이다.¹³⁾

실제로 물품의 직거래는 동기교환을 쉽게 할 수 없다. 많은 경우에는 물품의 이전(물품의 유통, 서비스의 전환) 과정이 필요하다. 그러나 시간과 공간의 제한 때문에 물품의 이전과 자금의 이전을 동시에 실행하기 어려워서 동기교환이 거의 불가능하다. 비동기교환은 먼저 대가를 받은 자가 도덕과 협의를 위반하고 등가교환의 원칙을 위반할 위험이 있다. 그래서 먼저 대가를 교부하는 자가 상대방의 제약을 받고 피동과 위험을 부담해야 한다. 그래서 비동기교환이 신용의 보장이나 법률의 지지를 받아야 순조롭게 완성될 수 있다.

동기교환(同期交換)은 비등가교환의 위험을 피할 수 있다. 등가교환(等價交換)을 확보하기를 위하여 동기교환의 원칙을 따라야 한다. 이것은 지불방식과 물품인도방식과 서로 잘 맞춰야 수행할 수 있다. 직접교역은 즉시 교부하는 방식이다. 비직접 교역은 단계별로 교부하는 방식이다. 이 방식은 물품교부의 이전 과정의 특징에 따라 지불부터 소유권이전까지 대금을 한꺼번에 완성하는 것이 아니라, 중간에 중개인 위탁의 단계를 추가하

13) 李育林, "第三方支付作用機理的經濟學分析", 商業經濟與管理, 2009(4), P.11-17

며 직접교부를 간접교부로 바꾸는 것이다. 업무도 한꺼번에 교부하는 방식을 단계별로 교부하는 방식으로 변화였다. 그리하여 감독·관리할 수 있는 한 과정이 나타나 순서대로 교부되게 되었다. 이렇게 하면 자금의 흐름과 물품의 흐름이 동시에 진행되게 할 수 있고 지불결제방식은 더 과학화·합리화가 되고 시장 수요에 부합해 진다.

전통적인 결제방식은 즉시성 직접 지불이다. 현금결제와 어음결제가 직접 면대면 교역에 적합하고 동기교환을 실현할 수 있다. 송금결제 중에 전신환송금(T/T, telegraphic transfer)과 온라인송금도 한꺼번에 지불하는 것이다. 신용보장과 법률 지원이 없으면 비등가교환이 될 가능성이 있다. 실제로 구매자가 먼저 대금을 지급한 후에 물품을 받지 못하는 경우 또는 판매자가 물품을 교부한 후에 대금을 받지 못하고 대금 인수 지연, 차감, 거부를 당하고 분쟁이 발생한 경우가 많다.

현실적 유형시장에 비동기교환은 신용보장과 법률지원을 추가하고 진행할 수 있다. 가상적 무형시장에 당사자가 서로 알지도 못해서 생기는 결제 문제는 전자상거래 발전의 병목 현상 중 하나가 될 수 있다. 우선 판매자가 물품 발송한 후에 대금을 받지 못할 것을 걱정하여 우선 물품 발송을 원하지 않을 수 있다. 구매자가 대금 지급한 후에 물품을 받지 못하거나 품질을 보장 받지 못할 것을 걱정해서 우선 대금 지급을 원하지 않을 수 있다. 결국, 쌍방이 위험을 무릅쓰고 싶지 않아서 온라인 쇼핑을 진행할 수 없다. 따라서 이러한 동기교환의 시장 수요에 따라 제3자 결제가 생겼다.

제3자는 신용보장이나 법률지원이 결실할 때에 자금 지불을 하는"중개인"이다. 구매자가 제3자에게 대금을 교부하고 제3자 안전거래 서비스를 제공해 준다. 그 운영의 실체는 대금 지급인과 수취인 사이에서 중간경과계정을 설립하고 대금이전의 통제가능성을 실현하고 양 당사자의 공동의견으

로 대금 처리를 결정한다. 제3자가 중개보관과 감독의 기능을 담당한다. 제3자 기업은 결제위탁으로 결제를 보증한다.

2005년 다보스세계경제포럼(Davos World Economic Forum)에서 알리바바그룹¹⁴⁾ CEO 마윈(馬雲)이 처음 제3자 결제(The Third-party Payment)를 사용하였다. 그 이후에 업계 내에서 인가받고 넓게 사용되고 있다. 그런데 국제 학술계 내에서 새로운 개념인 제3자 결제에 대하여 이해가 달라서 아직 광범위한 인가를 받지 못한다. 2005년에 중국인민은행¹⁵⁾이 출범한 「전자지부지인(電子支付指引)(제1호)」 중에는 "제3자 결제"에 대한 개념이 없었다.¹⁶⁾

제3자 결제는 전자상거래 판매자와 은행에서 독립된 기업이 결제중개인으로서 판매자와 소비자(또는 다른 판매자)에게 결제 서비스를 제공하는 방식이다.

제3자 결제 플랫폼은 플랫폼 제공자가 통신, 컴퓨터와 정보안전기술을 이용하여 상점과 은행 사이에서 연결을 구축하여 소비자, 금융기구와 상점 사이에 대금지급, 현금이전, 자금청산, 조회통계 서비스를 제공하는 플랫폼이다.¹⁷⁾

제3자 결제 플랫폼(the Platform of Third Party Payment)이라는 것은 국내 각 은행과 계약하여 상당한 실력과 신용보장을 갖고 있고 제3자 독립기구가 제공하는 거래지원 플랫폼이다. 매매쌍방 거래과정 중의 "중간

14) 알리바바그룹: 1999년 창립, CEO 마윈(馬雲), 아래에는 알리바바B2B(alibaba.com), 즈푸바오(alipay.com), 티몰(tmall.com), 귀화완(juhuasuan.com)등 13개 회사가 있다.

15) 중국인민은행(中國人民銀行): 중국인민은행은 중화인민공화국의 중앙은행이며 국무원의 지도하에 화폐정책을 제정실시하며 금융업에 대한 감독관리와 거시적 통제를 실시하는 국무원소속 중앙부서이다.

16) 2009-2010年中國網上支付行業發展報告, 艾瑞諮詢, 2010

17) 「網上支付與安全」, 帥青紅 蔣義軍 張英, 北京大學出版社, 2010年4月, P.157

플랫폼"이다. 그리고 은행 감독·관리 하에 매매쌍방 이익을 보장하는 기구이다. 제3자 결제 플랫폼을 통한 거래 중에 구매자가 상품을 선택한 후에 제3자 결제 플랫폼이 제공하는 계정을 이용하여 대금 지불을 진행하며 제3자가 판매자에게 대금 받았으며 상품을 배송한다고 통지한다. 구매자는 상품을 받고 검사한 후에 문제가 없으면 대금을 지급한다고 통지하면 된다. 그 다음에 제3자가 판매자에게 대금을 지급한다. 제3자 결제 플랫폼 통신, 컴퓨터, 정보안전기술을 제공하여 상점과 은행에 신용담보와 기술보장의 직능을 제공한다. 제3자 결제 플랫폼은 새로운 온라인 거래 신용중개인으로 자금 전달하는 기능을 할 뿐만 아니라 매매쌍방에게 구속과 감독할 수 있으며 장기적으로 전자상거래 결제의 신용환경과 안전메커니즘의 문제를 해결하고 전자상거래의 정보류, 자금류, 물류를 조화할 수 있다.¹⁸⁾

제3자 결제와 제3자 결제 플랫폼의 차이점이 아래와 같다.

제3자 결제는 결제 방식이며 결제경로의 일종이다. 이 결제방식은 매매쌍방의 신용중개인으로서의 독립적인 제3자 기구가, 여러 은행의 지불결제 시스템과 연결하게 하여, 매매쌍방의 합법적인 권익을 보장한다. 제3자 결제 플랫폼은 인터넷, 기술, 소프트웨어, 서비스 등으로 구성되어 제3자 결제를 실현하게 하는 플랫폼이다. 제3자 기구에 따라 다른 제3자 결제 플랫폼을 구축할 수도 있다.

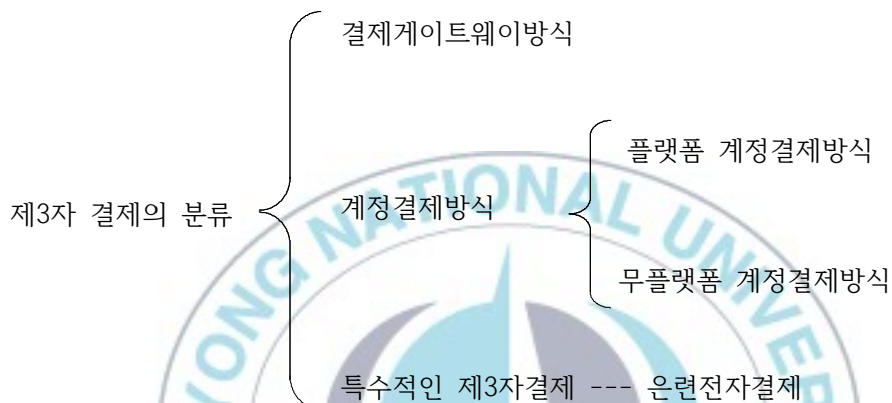
2. 제3자 결제의 유형

제3자 결제는 계정결제방식, 결제게이트웨이방식, 은련전자결제방식 3가

18) 楊國明, "網絡支付產業鏈分析", 東南大學學報, 2006(8), P.101-103

지로 나눌 수 있다. 그 중에 계정결제방식은 거래플랫폼형 계정결제방식과 무거래플랫폼형 계정결제방식으로 나눌 수 있다. 그 구성은 아래의 <그림 2-2>와 같다.

<그림 2-2> 제3자 결제의 유형



자료: 「網上支付與安全」¹⁹⁾

3. 제3자 결제의 흐름

구체적으로 제3자 결제의 흐름은 <그림2-3>과 같다.

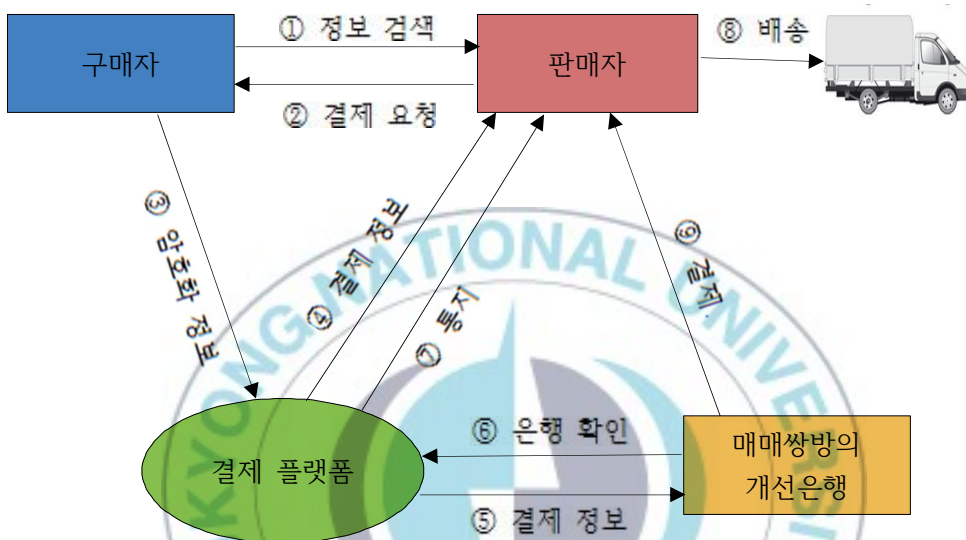
- ① 구매자가 상품 정보를 보고 필요한 상품을 선택한다.
- ② 구매자가 상품 구매를 결정하고 판매자와 거래계약을 한다. 판매자가 구매자에게 결제 요청을 한다.
- ③ 구매자가 제3자 결제 플랫폼에게 계정과 비밀번호와 결제금액 등을 제출한다.
- ④ 제3자 결제 플랫폼은 구매자가 제공한 계정 정보를 받은 후, 구매자

19) 「網上支付與安全」, 帥青紅·蔣義軍·張英, 北京大學出版社, 2010年4月, P.158

의 은행과 연결하여, 제공한 계정 정보를 검증한다.

⑤ 검증 성공 후에 제3자 결제 플랫폼은 구매자가 결제할 대금을 구매자의 제3자 결제 플랫폼의 계정에 이체하여 임시 보관한다.

〈그림 2-3〉 제3자 결제의 거래흐름도



자료: 東北新聞網²⁰⁾

⑥ 제3자 결제 플랫폼은 구매자가 대금을 받았고 물품 발송을 준비하라고 판매자에게 전한다.

⑦ 판매자가 상품을 구매자에게 배송해준다.

⑧ 구매자가 상품을 받은 후에 검사하고, 만족한다면 상품 인수를 확인하고 결제하라고 제3자 결제 플랫폼에게 통지한다.

⑨ 제3자 결제 플랫폼은 고객의 확인 정보를 받은 후에, 임시 보관하는 대금을 구매자에게 이체해 준다.

이로부터, 거래플랫폼 계정결제방식 중 제3자 결제 플랫폼이 전 결제 과

20) 자료: 東北新聞網 (<http://www.nen.com.cn/76283017223471104/20061019/2041715.html>)

정에 개입하여 거래 플랫폼에 대해 관리한다는 것을 알 수 있다. 어느 편은 불만이 있다면 제3자 결제 플랫폼을 통하여서 만족할 때까지 조절할 수 있다. 그렇다면 결제가 순조롭게 완성되어 결제의 위험과 비용이 감소되게 된다.

4. 제3자 결제의 특징

가. 제3자 결제의 장점

제3자 결제는 다음의 장점을 가지고 있다.

(1) 편리성

제3자 결제플랫폼은 중요한 참여자로서 각 전자상거래 사이트와 은행과 협력 관계를 맺었다. 사용자가 인터넷에서 거래할 때 어느 은행에 계좌를 보유하고 있는지 걱정할 필요가 없다. 왜냐하면 제3자 결제 플랫폼이 이미 사용자 행위에 대하여 상세한 분석을 하였기 때문이다. 통일적인 결제 페이지의 설정을 통해서 사용자가 각 은행 결제 페이지를 서로 전환하지 않아도 모든 조작을 끝낼 수 있으며 사용자가 편리성을 느낄 수 있다.²¹⁾

(2) 공정성

제3자 결제 플랫폼이 특유의 청산방식을 사용한 후에 최대한 사기와 지불 거절 등의 불법 행위를 방지할 수 있고 운영위험을 줄일 수 있다. 따라서 서로 믿는 거래 분위기를 만들 수 있다. 제3자 청산 방식은 사이트와 은행 간의 이차결제방식을 이용해서 결제 플랫폼이 각 상업은행의 결제게이트웨이를 연결하는 것으로서 존재하는 것이 아니라, 중립하는 제3자 기

21) 孫蕾, "第三方支付行業SWOT分析及發展對策研究", 電子商務, 2012(2), P.119-123

구로서 매매쌍방의 거래정보를 보존하고, 거래행위를 감독할 수 있고, 매매쌍방의 합법적인 권익을 보장한다.

(3) 개방성

제3자 결제 플랫폼은 "다(多)"은행, "다(多)"카드종류, "다(多)"단말의 결제방식을 이용하며 개방정도가 매우 높은 체계이다. 통계에 의하여, 거의 모든 제3자 결제 플랫폼이 전국범위 내의 절대 다수의 은행카드와 전세계범위 내의 국제신용카드의 온라인 결제가 가능하다. 게다가 현재 결제 단말의 형식은 거대한 변화가 생겨서 각종 상업은행카드를 PC로 이용할 수 있을 뿐만 아니라 전화기, 휴대폰 등을 사용해서 결제할 수도 있다.

(4) 안전성

탄탄한 자금을 기반으로 제3자 결제 플랫폼이 완전한 안전결제보장을 만들었다. 한 편으로는, 제3자 결제 플랫폼이 선진적인 전자결제기술을 사용하여 각 은행의 결제게이트웨이와 연결된다. 사용자가 거래할 때 아이디와 비밀번호를 입력하고 게이트웨이를 통해서 정보를 은행에 보내 준다. 은행결제게이트웨이의 안전성으로 보장받을 수 있다. 다른 한 편으로는, 제3자 결제 플랫폼은 안전보호체계를 갖고 있으며, 국제 SSL 128 비트 암호화와 PKI 키 암호체제로 사용자의 정보를 전송하며, 사용자의 정보안전을 보장할 수 있다.

나. 제3자 결제의 단점

제3자 결제는 다음의 단점을 가지고 있다.

(1) 제3자 결제가 가상결제단계의 결제방식이다. 제3자 결제 플랫폼의 결제방식이 가상결제단계에 구축하는 것이어서 다른 실제결제방식에 붙어야 실제결제단계의 조작을 완성할 수 있다.

(2) 이용자 계정의 안전은 제3자 결제 플랫폼의 신용도에 의존한다. 이용자의 은행카드 정보를 제3자 결제 플랫폼에게 보내 준다. 만약에 제3자 결제 플랫폼의 신용도나 보안 수단이 안 좋다면 이용자에게 정보 유실의 위험을 가져온다. 은행에 비해 제3자 결제 중개의 법률지위에 대한 규정을 어겨서 그가 파산하면 소비자 결제 플랫폼의 계정 자금이 파산채권으로 될 수 있어서 보장을 받을 수 없다.

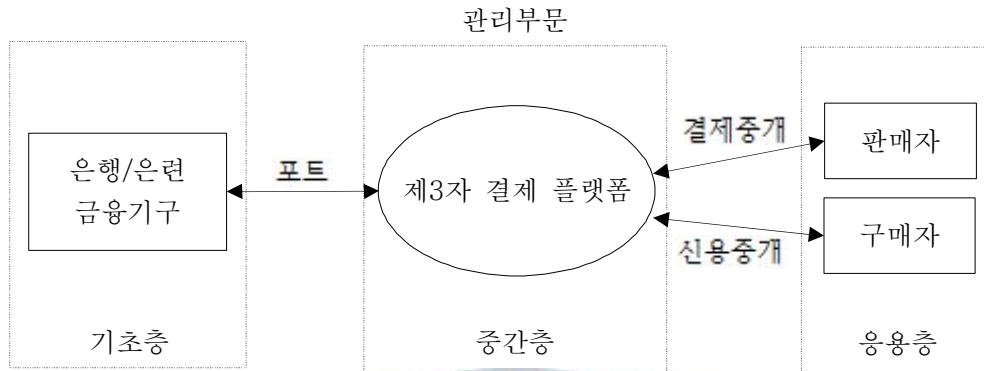
(3) 비즉시성(非及時性)이 자금 기탁의 위험을 가져온다. 거래자금을 제3자 결제 플랫폼의 계정에 맡겨 두는데 제3자 결제 플랫폼은 금융기구가 아니기 때문에 자금 기탁에 위험이 있다.

(4) 계정 자금의 사용범위는 일정한 국한성이 있다. 중국에서는 다수의 제3자 결제 업체들이 모든 고객에게 개방한다고 표명하였다. 그런데 거래 정보의 민감성으로 어느 기업의 결제 플랫폼은 다른 동업자가 이용할 수 없다.

5. 제3자 결제의 산업사슬

시장산업사슬의 분석에 따라 제3자 결제의 주요 참여자는 제3자 결제기구, 은행 등 금융기구, 매매쌍방인 단말 사용자(End User), 거시적으로 제어하고 조절하는 것을 담당하는 감독·관리부문을 포함한다. 구체적으로 구조가 <그림 2-4>와 같다.

<그림 2-4> 제3자 결제의 산업사슬



가. 제3자 결제기업

제3자 결제기업은 인터넷 거래플랫폼(제3자 결제 플랫폼)을 통해서 시장에 진출하여 고객들에게 대금이전, 신용중개, 거래담보 등 서비스를 제공할 뿐만 아니라 전자결제 외 결제청산 등 금융 업무도 한다. 최근에 들어 서비스 범위가 시민 공공요금납부와 복권판매, 심지어 기금 판매 등의 영역으로 확대되었다. 제3자 결제기구를 통해 브랜드 역량강화 및 거대한 이익을 추구하기를 위하여 특유의 결제지불방식이 전통시장에 통합되었다. 그리하여 제3자 결제기구의 감독·관리는 그의 미묘한 시장지위, 특수한 서비스 성질로 인하여 복잡하게 되었다.

나. 은행

온라인 결제 영역에 제3자 결제 시장산업사슬의 기초층에 위치하는 은행은 무엇으로도 대체할 수 없는 지위를 가지고 있다. 은행은 제3자 결제의 발전을 벗어날 수 없다. 온라인 결제 정보가 도용되지 않도록 보장하려

면 은행 전용의 인터넷 기술에 의존하여야 한다. 동시에 제3자 결제 플랫폼 가상계좌의 예금은 은행이 보관한다. 은행과 제3자 결제기구의 협력을 통하여 효과적으로 인터넷뱅킹의 이용률을 제고할 수 있다. 제3자 결제기구와 협력할 때 은행이 상대적으로 신중하지만 제3자 결제의 거대한 거래량 덕분에 사용자가 은행카드업무의 발전을 자극하는 효과가 있다.

다. 사용자

사용자는 제3자 결제 서비스를 사용하며 사용자 수가 많지만 사용자들이 상대적으로 분산되고 시장에 발언권이 없으며 중점적으로 보호받는 대상자이다. 그들은 인터넷 쇼핑의 상품과 서비스보다 자신의 자금이 안전한지, 거래에 사기 행위가 있는지에 더 관심이 있다. 인터넷 판매시장의 수용자이며 사용자들의 소비행위를 통한 제3자 결제기구의 서비스 창조를 촉진할 수 있는 동시에 감독·관리기구의 정책 제정에 인도하는 역할을 한다.

라. 감독·관리기관

제3자 결제 시장의 감독·관리기관은 정부가 설립한 전문기구나 협회 등 자율기구이며 결제·행정·법률수단으로 제3자 결제기구의 경영활동을 규범화하여서 온라인 결제시장의 안정성을 확보한다. 감독·관리부문의 직능은 기술의 감독·관리, 업무의 감독·관리, 내부 단속, 사이버 범죄, 그리고 감독·관리 법률체계의 보완, 국제협력의 강화 등이 있다. 현재, 정부를 대신해서 감독·관리 직능을 행사하는 자인 중국인민은행이 중국 금융시장 위험을 감독·관리하는 주체이며 동시에 금융시장 질서의 수호자이

다.

비금융기구로서의 제3자 결제는 금융기구와의 특성에 불일치가 많이 있지만 현행의 감독·관리정책은 이에 대하여 명확한 규정이 없다. 인민은행이나 은감회²²⁾(銀監會)가 이에 대한 관리를 강화하여야 한다.

제3절 선행연구

1. 전자상거래의 관련 연구

전자상거래는 새로 생긴 것이고 제3자 결제는 참신적인 것이다. 학술연구 측면에서 대부분의 학자들이 제3자 결제기업 발전에 따라 끊임없이 탐구하고 있다. 이러한 연구는 제3자 발전모형, 추세, 특징, 위험, 운영, 법률법규 측면에서 한 것이지만 제3자 결제 위엄 및 위험제어 측면의 연구를 더 깊이 심화시킬 필요가 있다. 전 세계적으로 보면 제3자 결제 발전추세와 수익 분석 측면에 있어서 연구를 심화시킬 필요가 있다. 특히, 「비금융기구지불서비스관리방법」 실시 후 제3자 결제 시장 구조에 거대한 변화가 발생하였다²³⁾. 중국인민은행이 「지불업무허가증」을 발급한 후 위법적인 기업들을 결제 시장에서 배제하였다. 각 제3자 결제 기업이 결제업

22) 은감회: 전칭이 중국 은행업감독관리위원회(中國銀行監督管理委員會)이다. 2003년 4월에 설립된 중국의 은행업 감독기구로 국무원(國務院) 직속 사업기구의 하나이다.

23) 2010년 6월, 중국인민은행이 「비금융기구지불서비스관리방법」을 공포하였으며 이 법에 따라 제3자 결제기업에 정식적인 감독·관리하기 시작하였다. 제3자 결제를 포함한 비금융 결제기업이 2011년 9월 1일까지 「지불업무허가증」을 신청하고 수취하여야 하며 만약에 그렇지 못하면 결제업무를 계속하지 못한다.

무 허가증을 받은 동시에 전자결제 산업 재조정을 시작하여 산업 차별화 경쟁 시대가 임박한다.²⁴⁾

Li Weitian(李蔚田), Yang Xue(楊雪), Yang Lina(楊麗娜)(2009)이 「인터넷 금융과 전자지불(網絡金融與電子支付)」 중에서 인터넷 금융과 전자결제의 이론 체계를 논술하고 외국 선진적 이론, 방법, 실천, 경험을 결합하여 중국 인터넷 결제와 지불 기술의 핵심적인 문제를 논술하였다.²⁵⁾ Xu Yong (徐勇, 2010)이 「인터넷 결제와 결산(網絡支付與結算)」 중에서 인터넷 결제 방식, 시스템, 애플리케이션 등을 소개하였다.²⁶⁾ Shuai Qinghong(帥青紅, 2010)이 「인터넷 지불과 안전」 중에서 결제 체계, 결제 방식, 결제 수단, 각종 대표적인 인터넷 결제 등을 소개하여 각종 결제안전문제, 해결방법, 기술을 소개 등을 소개하였다.²⁷⁾ Wang Huazhong & Qiang Fengjiao(2006)는 기업들이 전자상거래 패턴에 중시해야 하며 네트워크화 시장 환경, 시장공급, 가치취향, 재무요소, 자원체계, 업무흐름 6개 요소로 전자상거래 패턴을 구축한다고 지적하였다.²⁸⁾

Qiao Yang 외 4명²⁹⁾은 전자상거래가 무역에 미치는 영향을 밝혔다. 요약은 다음과 같다.

24) 關國光, 央行 "支付業務許可證" 促進電子支付健康發展, 「金融會計」, 2011(07)

25) 李蔚田·楊雪·楊麗娜, 「网络金融與電子支付」, 北京大學出版社, 2009

26) 徐勇, 「網絡支付與結算」, 北京大學出版社, 2010

27) 帥青紅·蔣義軍·張英, 「網上支付與安全」, 北京大學出版社, 2010

28) 王化中·強鳳嬌, 「電子商務的六要素模式塑造」, 商場現代化, 2006(9C), P.132

29) 喬陽·沈孟·劉傑·楊光·岳強, 「電子商務對國際貿易的影響及應用現狀分析」, 對外經貿, 2012(03)

**<표 1-1> 전자상거래가 무역에 미치는
영향**

적극적 영향	무역 업무 흐름 간소화
	무역 경영 주체 다원화 촉진
	무역 경영 관리 방식을 변혁
	무역 감독·관리 방식의 변혁을 초래함
	서비스 무역과 기술 무역의 발전을 촉진함
소극적 영향	무역 "마태 효과" ³⁰⁾ 가 심화해 짐
	무역 거래 세금의 유실을 초래함

Qiao Yang 외 4명, 「電子商務對國際貿易的影響及應用現狀分析」

선진국들은 전자상거래가 일찍 시작해서 인터넷 결제 시스템이 상대적으로 완전하고 인터넷 결제 이론적 체계가 완숙하고 온라인 결제 안전기술 측면에서 정보안전 핵심적인 기술을 파악하고 전반적인 사업 발전을 신속하게 하고 있다.

선진국들은 전자상거래에 대한 연구 성과가 매우 많고 주로 전자상거래의 정의, 거래 방식, 안전성 등 영역에 많은 연구를 하고 있다. 미국 Emmelhainz 박사가 「EDI전면관리지남(EDI全面管理指南)」 중에서 전자상거래는 전자적인 방식을 통하여 인터넷을 바탕으로 물품이나 사람을 조화하여 상업교환을 수행하는 과정이라고 정의하였다.³¹⁾ Jenkins와

30) 마태 효과: 우세한 자는 조건도 더 유리하고 풍족하게 되어 항상 우세를 점하게 되고, 반대로 열세한 자는 조건도 더 불리해져 가진 것까지 빼앗기는 현상.

31) Ravi Kalakota, Andrew B. Whinaton, 「電子商務管理技術與應用」, 清華大學出版社, 2000

Lancashire이 「전자상무수첩(電子商務手冊)」 중에서 "데이터의 전자적 조립 라인(Electronic Assembly line of data)"이라고 전자상거래를 정의하였다.³²⁾ Ravi Kalakota는 전자상거래가 인터넷으로 만든 사이버 공간이며 시간과 공간을 초월하여 신속한 속도로 전자적 상품 교환을 수행하는 것이라고 생각한다.³³⁾ Debra Cameron은 전자상거래가 컴퓨터와 네트워크를 바탕으로 전자적 도구를 이용하여 상거래와 행정작업을 수행하는 과정이라고 생각한다.³⁴⁾

2. 전자결제와 제3자 결제의 관련 연구

전자상거래의 신속한 발전에 따라 선진국 학자들이 제3자 결제에 관한 이론적 연구는 깊이 진행되고 있으며 주로 온라인 결제의 정의, 도구, 패턴, 안전 규약, 그리고 온라인 결제의 체계 등 측면에서 연구를 집중적으로 진행하고 있다.³⁵⁾

Zhao Ying(趙穎, 2006)는 결제 단계가 중국 전자상거래 발전의 병목이며 제3자 결제가 판매자와 고객 사이에서 안전·편리·저렴하고 효과적인 자금이체 방식으로서 전자상거래 발전의 결제문제를 해결하기에 좋은 방식이라고 지적하였다.³⁶⁾

Dong Renhao(董仁濤, 2006)는 결제방식이 전자상거래에 상당히 영향을 주며 결제방식의 변천 과정이 전자상거래 발전 상태를 결정한다고 지

32) 張潤彤, 電子商務概論, 北京電子工業出版社, 2004

33) Ravi Kalakota, Andrew Whinston. Electronic Commerce : A Manager's Guide [J]. Addison Wesley Longman Inc, 1997.

34) Debra Cameron, Electronic Commerce, The New Business Platform for the Internet [J], Computer Technology Research Corporation, 1997.

35) 溫斌, 「我國網上支付的現狀問題及對策研究」, 武漢大學碩士學位論文, 2005

36) 趙穎, 「第三方支付的模式分析及問題探索」, 對外經濟貿易大學碩士學位論文, 2006

적하였다.³⁷⁾

Yao Hao(姚浩, 2009)는 국제화 시대에 전자결제로 비용과 시장 범위의 모순을 교묘하게 해소시키고 기업 국제화 전략에 국면을 타개할 수 있다고 밝혔다.³⁸⁾

Zhu Dawei(朱大偉, 2011)는 인터넷 거래에 직면하는 곤경에 대하여 제3자 결제의 "게임의 이론" 모형을 구축함을 통하여 정보경제조건 하에 분석하였으며 제3자 결제 플랫폼이 참여하는 경우에 전자상거래 거래쌍방이 상대방 신용정보를 획득할 뿐만 아니라 거래쌍방에게 자아 구속력이 형성되어 성실하게 거래할 수 있다고 지적하였다.³⁹⁾

Lin Yaohua(林耀華, 2011)는 원거리 통신 매매의 특수성으로부터 출발하여 소비자에게 무조건 해제권을 부여하는 필요성과 합리성을 분석하였다. 그는 원거리 거래에 소비자 권리를 보장하기 위하여 제3자 보장 제도의 중요성을 분석하였다.⁴⁰⁾

Du Wenzhong & Chen Yaogang(杜文中 & 陳耀剛, 2000)는 신용중개가 인터넷 경제 효율의 제고에 결정적인 역할을 한다고 논증하였다. 이런 중개의 핵심은 신용과 안전문제를 해결하는 전문적인 인터넷 인증기구, 인터넷 결제문제를 해결하는 온라인 결제중개, 품질 불확정성을 해결하는 제3자 품질평가기구 등을 포함한다. 인터넷 중개 서비스를 제공하는 기업은 미래에 인터넷 경제의 중요구성이 되겠다.⁴¹⁾

Zhou Qingshan & Zhou Chengxiong (周慶山 & 周城雄, 2003)는

37) 董仁壽, 「支付寶: 從淘寶網看電子商務支付方式」, 商場現代化, 2006(02), P.133

38) 姚浩, 「電子支付: 全球化運行與多元化服務」, 信息網絡, 2009(05)

39) 朱大偉, 「淺談第三方支付之博弈分析」, 2011(09), P.54-55

40) 林耀華, 「試論遠距通訊買賣中的消費者權益保護」, 中國政法大學碩士論文, 2011

41) 杜文中 陳耀剛, 「網絡經濟的仲介存在性及其變動趨勢」, 石油大學學報(自然科學版), 2000(5), P.83-87.

B2C 전자상거래 결제 방식과 신용위험을 분석하였다.⁴²⁾

Wang Feifei(王菲菲, 2009)는 제3자 결제의 산업사슬을 구축하고 현황과 발전추세를 분석하고 제3자 결제를 중심으로 된 서비스 집단이 제3자 결제 가치창출에 좋은 영향을 준다고 주장하였다.⁴³⁾



42) 周慶山, 周城雄, 「我國B2C電子商務支付方式及信用風險分析」, 南方經濟, 2003(13), P.69-73

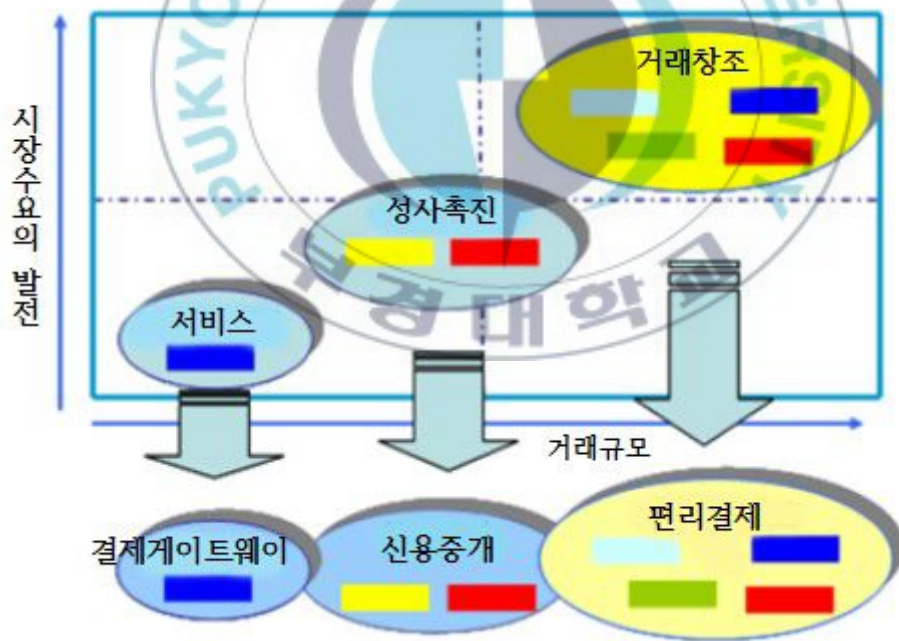
43) 王菲菲, 第三方支付產業價值鏈探析, 電子商務, 2009(1), P.74-77

제Ⅲ장 중국 제3자 결제의 발전현황

제1절 중국 제3자 결제의 발전과정

거래 기능의 측면에서 보면, 중국 제3자 결제 시장의 발전을 세 단계로 나눌 수 있다. 단계마다 새 방식이 시장 발전을 촉진하는데, 고유의 방식을 시장에 남겨두었다. <그림 3-1>과 같다.

<그림 3-1>중국 제3자 결제의 발전 단계



자료: Enfodesk Analysis International,
「中國第三方在綫支付市場年度綜合報告2012」

1. 결제게이트웨이방식 (1999년부터 현재까지)

결제게이트웨이방식은 가장 기본적인 제3자 온라인 결제 방식이다. 제3자 결제 기업은 판매자와 은행을 연결하는 "환승역"이며 전자결제의 연결 효율을 효과적으로 제고할 수 있고 결제 시스템의 구축비용을 감소시킬 수 있다. 결제게이트웨이방식은 이미 거래를 완성한 후 자금의 지불방식이며 제3자 결제 기업이 거래 과정 중에 거의 구현되지 못한다. 결제게이트웨이 방식은 가장 보편적인 제3자 온라인 결제방식이며 모든 제3자 온라인 결제기업이 이 방식을 제공한다. 그러나 피동적인 서비스방식이라서 발전의 속도가 응용시장의 발전에 제한을 받지만, 현재까지 이 방식이 널리 사용된다.

2. 신용중개방식 (2004년부터 현재까지)

중국의 제3자 결제시장 발전을 추진하는 방식은 2004년에 나타난 신용중개방식이다. 이 방식은 즈푸바오(支付寶)가 맨 처음에 사용하였다. 즈푸바오는 제3자 결제시장의 절대 선두가 되었다. 신용중개방식의 진보성은 거래의 성사를 촉진시키는 것이다. 중국 인터넷 거래 신용체계는 불건전해서 직접 거래하기 힘들다. 그런데 신용중개방식은 제3자가 개입하는 방식을 통해서 온라인 결제 중의 신용문제를 효과적으로 해결할 수 있으며 거래의 성사를 촉진시킬 수 있다. 이러한 문제점을 돌파하여 중국 온라인 소매업시장이 빠르게 성장해 나갔다. 신용중개방식의 제3자 결제방식은 결제시장 발전의 주류가 되었으며 가장 많은 사용자를 보유해 왔다. 이러한 신용중개방식의 사용 전제 조건은 고객이 사이버 계정을 신청하는 것이다.

사이버 계정의 출현이 사용자 온라인 결제의 편리성을 제고하며 중국 제3자 결제시장 사용자 인지도(認知度)에서 제일 높은 결제방식이 되었다. 즈푸바오 밖에 텅쑤(騰訊) 아래의 차이푸통(財付通)이 2005년 말에 신용중개방식을 통하여 제3자 결제 시장에 진출하였다. 점점 많아진 기업들이 중국 제3자 결제시장에 진출하고 있다.

3. 편리결제방식(Fast Payment) (2009년부터 현재까지)

편리결제수단방식은 사용자가 자주 쓰는 결제 계정이나 전자지갑과 같은 것이다. 인터넷을 기반으로 하는 결제 수단이며 최신의 기술을 이용하여 이용자에게 효율적인 서비스를 제공한다. "더 바르게, 더 빠르게, 더 편리하게"는 편리결제방식의 구호이다.

제3자 결제는 중국 인터넷 기본 응용 방법이 되었으면서 QQ, 이메일과 같이 중국 네티즌들에게 반드시 써야 하는 응용 도구가 되었다. 즈푸바오가 개인 사용자에게 대하여 개방한 서비스(공공요금납부, 신용카드업무, 이체수납 등)는 즈푸바오를 선호하는 중요한 요인이 되었다. 편리결제수단의 다른 구현은 이동결제 업무이다. 이동통신의 발전에 따라 휴대폰 결제업무가 날로 다양해지고 응용 기술과 고객 서비스가 더 성숙해졌다.

앞서 말한 내용을 종합하면, 중국 제3자 결제시장의 발전은 두 방식의 추진을 통해 이루어졌으며 현 단계 신용중개와 결제게이트웨이방식이 시장 점유율에 있어서 가장 큰 방식이지만 미래 편리결제수단방식이 전자상거래 시장 발전을 가속화시키는 최강 추진력이 될 것이다.

제2절 중국 제3자 결제시장 발전의 거시적 환경 분석

중국 제3자 결제 시장 거시적인 환경에 대하여 PEST분석을 하였고 다음 표와 같다.

<표 3-1> 중국 제3자 결제 시장 거시적 분석



저자 작성

1. 정치 환경 측면

가. "정보화" 발전을 중심으로

중국 정부는 국민결제의 빠른 성장을 실현하기 위하여 노력하고 있다. 후진타오(胡锦涛) 총서기가 17회 공산당대회 보고서에서 산업구조를 활성화

화하고 성과를 향상시키고 소모를 줄이고 환경을 보호하는 것을 바탕으로, 국내총생산은 2000년보다 2020년의 세 배로 증가시킬 계획을 제출하였다. 대회 보고서 중에 "공업화, 도시화, 시장화, 국제화"를 "공업화, 정보화, 도시화, 시장화, 국제화"로 확대하고 정보화의 중요성을 강조하였다.

제3자 결제가 중국인민은행 전자결제체계의 중요한 구성이며 자금류(資金流) 정보화를 수행하는 중요 수단이다. 제3자 결제는 자금 흐름의 효율을 제고하고 자금 흐름의 비용을 감소할 수 있다. 이 정책의 추진으로 중국의 많은 기업들이 제3자 결제 시장에 접근하여 응용을 확대한다.

나. 전자상거래를 "십이오(十二五)"규획으로

중국 중앙정부가 "전자상거래 제12차 5개년 규획"을 발표하였다. 2015년까지 거래총액 18조 위안을 목표로 하여 적극적으로 전자상거래를 발전을 도모한다. 제3자 결제는 전자상거래의 중요한 서비스 산업으로서 국가의 관심과 지지를 받는다. 전자상거래의 발전에 따라 제3자 온라인 결제 시장이 "十二五" 계획 아래 계속 빠른 속도로 발전해 나갈 것이다.

다. 인민은행 감독·관리 강화

제3자 온라인 결제가 계속 정책 감독·관리의 회색지역⁴⁴⁾에 처하며 국가의 공식적인 허가를 받지 않았다. 2010년 6월에 중국 인민은행이 「비금융기구지불서비스관리방법(非金融機構支付服務管理辦法)」을 공포하였으며 제3자 결제 기업이 결제 허가증을 신청하는 방식으로 적법해질 수 있고 신청조건을 대하여 명확한 규정을 하여 허가를 받지 못하면 결제 업무

44) 회색지역(Gray Area): 법률법규 등 불명확한 측면이다.

운영을 금한다. 이 법규는 제3자 결제의 규범화에 대해 촉진하는 의의가 있다. 이후 2010년 12월 중국인민은행이 반포한 「비금융기구지부서비스 관리방법실시세칙(非金融機構支付服務管理辦法實施細則)」은 지불허가증 신청조건과 감독·관리대책을 세분화하였다. 2011년 1월에 인민은행이 「비금융기구지부서비스업무시스템감측인증관리규정(非金融機構支付服務系統檢測認證管理規定)」(징구의견고)(徵求意見稿)을 반포하였으며 「비금융기구지부서비스관리방법」과 공동으로 감독·관리를 한다. 일련의 정책법규의 반포에 따라 중국인민은행이 제3자 결제 시장 안정을 위하여 정책적인 추진을 하고 있다.

라. 각 업계 시장의 감독·관리 강도의 차이

제3자 결제의 직접 감독·관리 체계가 불완전할 시기에 각 기업이 간접적인 법률법규와 자율에 의거하여 경영행위를 규범화한다. 그 중에 지나쳐 버릴 수 없는 것은 제3자 결제 방식이 다른 업종으로의 확장에 있어 업종별 경영행위에 제한을 받는다. 업종에 따라 감독·관리의 특징과 집행력 큰 차이가 있다. 예를 들어서 2009년에 문화부와 상무부가 공동으로 발포한 「인터넷 게임 사이버 화폐 거래관리공작에 관한 규정(關於網絡遊戲虛擬貨幣交易管理工作的規定)」에 사이버 화폐의 적용범위를 명확히 규정하였으며 플랫폼 간의 사이버 화폐의 제3자 결제 응용을 금지한다고 규정하였다.

2. 경제 환경 측면

가. 안정적인 성장

중국 거시결제는 전반적으로 발전이 잘 된다. 경제 성장이 빠르고 안정적이며 중국 제3자 결제 시장의 발전에 적극적인 거시경제 환경을 제공하였다.

중국 경제가 빠르게 성장하고 있다. <그림3-2>에 보면 최근 몇 년 동안 중국 GDP가 연평균 10% 정도의 속도로 성장하고 있다. 2011년 중국 GDP가 전년대비 7조위안을 증가하여 약 47조위안에 달하였다. 가격 요소를 계산하여 약 9.2%를 성장하였다.

<그림 3-2> 중국 GDP 성장세



자료: 중국국가통계국

2008년 중국 거시경제가 안정한 성장을 함과 동시에 미국 서브프라임 모기지론 위기가 일으킨 전 세계적인 금융위기가 중국 경제발전에 일정한 영향을 줬다. 대외무역수출과 관련이 긴밀한 산업들은 큰 충격을 받았다. 중국 경제는 대외무역수출을 내수로 전향하는 흐름을 타게 되었다. 정부가 경제자극방안을 실시하자 2010년에 뚜렷한 경제 상승이 나타났다. 전자상거래는 넓은 경로, 이용자 수요의 접근성, 거래비용의 절약 등에 강점을 가지고 있으며 운영자에게 운영비용을 절약하고 운영규모를 확대할 뿐만 아니라 소비자 구매력을 제고할 수 있다.

나. 경미한 인플레이션

2010년에 정부 경제자극방안과 자연재해의 영향을 받아서 부동산, 일용 소비품, 식품 등의 가격이 예전과 같지 않을 정도로 상승하였고 중국 경제 인플레이션의 추세가 나타났다. 인플레이션을 해소하기를 위하여 중국 정부가 조정조치를 실행하기 시작하였다. 중국인민은행은 2010년에 금융기구 인민폐 지급준비율을 여섯 번 올렸다. 가격의 상승 때문에 더 많은 소비자는 가격 우세가 있는 인터넷 쇼핑을 선택하며 이는 B2C 온라인 소매업의 발전을 추진하였다.

다. 전자상거래의 변영

2010에 중소기업 전자상거래 시장 진출에 대하여 정부 지지의 증가, 중소기업 의식의 성장, 새로운 기업에 대하여 낮은 시장 접근 등에 따라 B2B시장이 균세성장을 한다. 온라인 소매시장이 최근에 급성장하고 있다. 정책 환경의 성숙, 인프라 시설의 구축, 넓은 기술 응용 범위, 서비스 사업

사슬의 완화 등 영향을 받아서 날로 늘어가는 기업이 온라인 소매업 시장에 진출하였다. Enfodesk(易觀智庫)의 통계에 따라 2010년 중국 전자상거래 시장 거래액은 4만억 넘게 되었다. 전자상거래의 발전·번영과 전통 기업 네트워크화 정도의 심화는 제3자 결제시장의 발전에 더 넓은 발전공간을 가져왔다.

라. 인터넷 경제와 소비의 빠른 성장

경제위기가 중국 인터넷 시장의 발전을 부추기며 인터넷 경제와 소비 규모가 날로 늘어가고 제3자 결제시장이 인터넷 경제와 소비의 변형된 모습으로 급속히 성장해 왔다.

마. 제3자 결제에 대한 인지도가 상승

온라인쇼핑의 발전은 제3자 결제 플랫폼의 발전에 널리 보급한 효과가 있고 다른 한편으로는 제3자 결제 플랫폼이 시장 양성과 보급 역량을 강화하여 개인고객에게 결제 서비스를 편리하게 한다. 예를 들어 신용카드 자금상환, 공공요금 납부 등이 있다. 그리고 전자상거래 플랫폼, 은행 등 파트너와 함께 판촉 이벤트를 출시한다. 기업고객에게는 결제기업이 세분화된 업종에 맞는 결제 해결방안을 연구 개발하여 기업 자금흐름효율을 제고하였다. 꾸준한 노력을 통하여 고객에게 제3자 결제 플랫폼의 인지도가 크게 향상되었다. 특히, 2010년에 중국인민은행이 반포한 「비금융기구지부서비스관리방법」에 있어서 허가증 발급의 방식을 통하여 결제기업 지위를 합법화하여 결제기업의 사회공신력을 증강하였다.

3. 사회 환경 측면

가. 이용자 급증

은행카드 이용자와 네티즌이 제3자 결제, 특히 인터넷 온라인 결제의 잠재적인 이용자이며 중요한 발전 대상자이다. 중국인민은행 통계수치에 따라 2010년 말까지 전국 신용카드 발행이 24.15억 개, 전년 동기보다 16.9% 증가하였다. 직불카드 누계발행량과 신용카드 누계발행량의 비율이 9.52:1 이며 신용카드 발행량 비중이 소폭 상승하였다. 은행카드 이체와 소비 업무가 꾸준히 향상되었으며 은행카드 사용도가 35.1%로 증가하였으며 은행카드 지불 기능이 꾸준히 강화되어 이용자에게 은행카드 이용은 점점 습관이 되었다.

Enfodesk(易觀國際) 연구에 따라 중국 은행카드의 사용도와 네티즌의 사용도가 선진국에 비해 격차가 있다. 중국 신용카드 시장과 인터넷 시장의 발전 잠재력이 매우 크고 발전 전망이 좋다.

나. 부정적 수익

중국 시장 규모와 용량이 비교적 크지만 제3자 결제시장 심지어 온 금융 산업에 있어서 감독·관리 체계가 미성숙 상태에 있다. 소수의 사람이 "구멍"을 이용하여 부정적으로 수익을 받는 현상이 실정이다. 예를 들어, 제3자 결제시장에 있어서 신용카드의 불법적인 현금이체, 불법적인 사이트(도박, 마약)는 제3자 결제를 이용하여 결제하는 행위가 있다. 이러한 부정적인 행위로 인하여 은행에 손실을 가져오며 제3자 결제시장의 발전에 해롭다. 이 문제를 해결하기 위하여 감독·관리기관, 은행, 제3자 결제기

업, 그리고 소프트웨어, 하드웨어 기업의 공동적인 노력이 필요하다.

4. 기술 환경 측면

가. 시스템 안정성과 효율성 제고

시스템의 안정성과 효율성은 두 방면에 따라 결정된다. 하나는 제3자 결제기업 자신의 시스템이고 또 하나는 은행의 인터넷뱅킹 시스템이다. 최근에 들어가서 IT기술의 발전에 따라 은행 인터넷뱅킹 시스템이 빈번히 업그레이드되었으며 제3자 결제기업의 IT 시스템이 최근 몇 년에 구축된 것이다. 이는 좋은 처리 효과를 제공할 수 있다.

나. 결제 안전성 제고

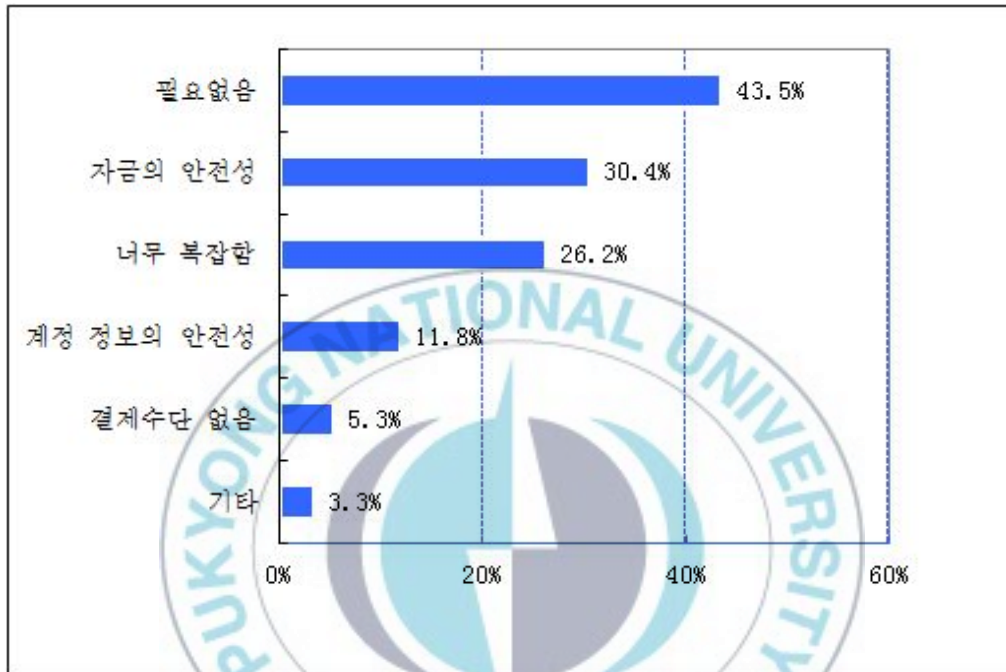
안전성은 금융 영역의 가장 중요한 원칙이다. 안전성의 위험과 안전에 대한 이용자 인식의 부족은 제3자 결제 이용에 영향을 준다. 제3자 결제기업과 은행 협력의 심화와 국제안전표준체계의 도입에 따라 중국 제3자 결제시장의 안전성이 크게 제고되었다.

그런데 안전성 문제는 온라인 결제 발전에 장애가 되었다. CNNIC 보고서 자료⁴⁵⁾(그림 3-3)에 따르면 온라인 결제를 이용하지 않는 네티즌 중 30.4%는 온라인 결제의 자금안전성에 대해 우려한다. 그리고 11.8%의 네티즌은 계정 정보 누출을 우려한다. 자금 및 정보안전을 우려해서 온라인

45) CNNIC, 「2012년 중국온라인결제안전상황보고(中國網絡支付安全狀況報告)」, 2012.10

결제를 선택하지 않는 네티즌이 많다.

<그림 3-3> 온라인 결제를 이용하지 않는 이유



CNNIC 자료 재정리

다. 이동결제 기술 성숙

2009년은 중국 3G를 출시한 해이고 중국 이동 인터넷과 관련된 휴대폰 응용이 비약적으로 성장하기 시작한 한 해이고 이에 따라 휴대폰 결제 기술이 빠르게 보급되었다. 스마트 폰 사용도의 제고에 따라 스마트 폰에 기초한 결제 소프트웨어의 개발과 응용 기술이 점점 성숙해 지고 있다. 3G 기술은 중국 휴대폰 시장의 점진적인 형성에 좋은 기술 환경을 제공하였다. 그 밖에 NFC 기술이 점점 성숙해져 한국과 일본에서 널리 보급되었

다. 2010년에 NFC 기술은 전신업무 운영사, 은련, 제3자 결제기업 등의 관심을 일으켰다. 제3자 결제기업들이 서비스의 범위를 이동결제로 확장하고 있다.



제3절 전자상거래 및 제3자 결제시장 발전현황 분석

1. 전자상거래의 발전현황

전자상거래가 국제 인터넷의 발전에 따라 국제무역에 더욱더 중요한 위치를 차지하고 있다. 참신한 업무와 서비스방식으로서의 전자상거래가 전 세계 고객들에게 더 풍부한 비즈니스 정보, 더 편리한 거래절차와 더 저렴한 거래비용을 제공하고 있다. 전자상거래가 미래 무역방식의 발전방향을 대표하며 그 보급이 각 참여자에게 더 많은 무역기회를 자져오고 동시에 전자상거래가 전통적인 상거래에게 도전장을 내밀었다. 중국 전자상무 연구 센터(中國電子商務研究中心)가 발표한 자료(그림 3-4)에 따라 2011년 12월말까지 중국 전자상거래 시장 거래액이 6조 위안에 달하였고 전년

<그림 3-4> 중국 전자상거래 시장 거래액 추이



자료: 中國電子商務研究中心 2012.3

www.100ec.cn

도 동기와 대비하여 33.3% 증가하였다. 그 중에 B2B시장 거래액이 4.9조 위안에 달하였고 전년도 동기와 대비하여 29% 증가하였으며 안정한 발전 태세를 유지해 왔다. 인터넷 소매시장 거래규모가 8019억 위안에 달하였으며 전년도 동기와 대비하여 3492억 위안 증가하였고 56% 증가하였다.

중국 인터넷정보센터(CNNIC)가 2012년 1월 「중국인터넷발전상황통계 보고」에 따르면 2011년 12월 말에 중국 네티즌 수량이 5.13억 명에 달하였고 2010년 12월 말보다 5580만 명을 증가하였다. 다음의 <그림 3-5>에 정리되어 있다. 인터넷 보급률은 전년 말과 대비하여 4.0% 증가하였고 38.3%에 달하였다.

<그림 3-5> 중국 네티즌 규모 및 인터넷 보급률 추이

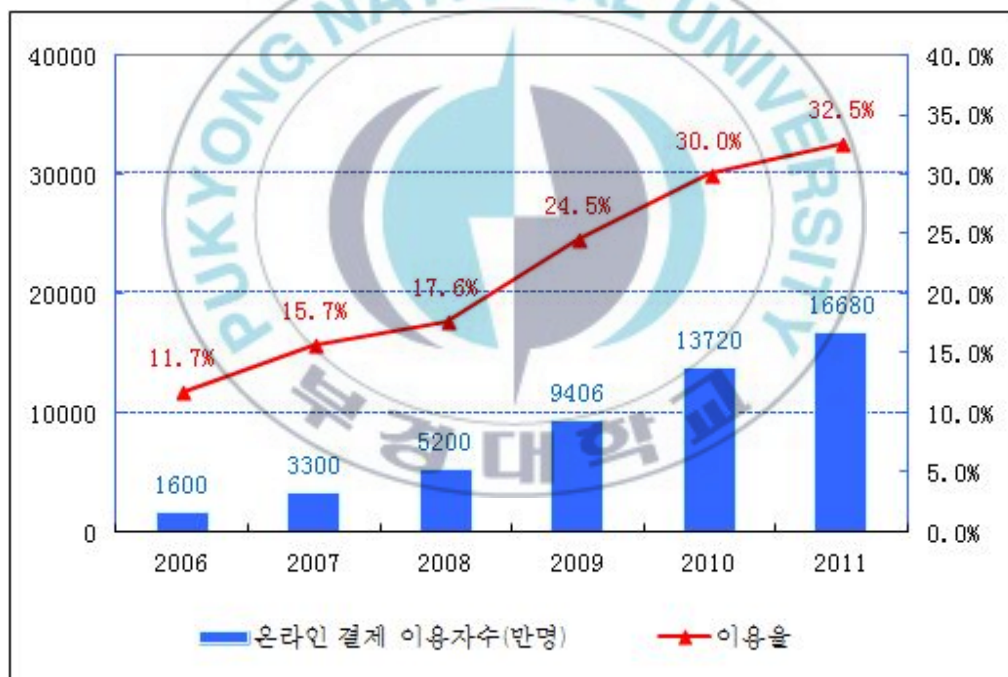


자료: CNNIC 중국인터넷발전상황통계보고 재정리

네티즌이 비교적 안정적으로 증가하였으며 인터넷 보급률이 높은 수준에 달하였다. 네티즌 수량의 증가에 따라 네트워크 애플리케이션이 변화하여 네트워크 중의 온라인쇼핑 이용자수가 2.10억 명에 달하였으며 2011년 말보다 8.2% 증가하였다. 이용률이 39.0%에 달하였다.

2. 제3자 결제의 발전현황

〈그림 3-6〉 중국 온라인 결제 이용 현황



CNNIC 데이터 정리

〈그림 3-6〉에 따르면 중국 온라인 결제 이용자수가 최근 몇 년 동안 빠른 속도로 증가하고 있다. 2011년 말까지 온라인 결제 이용자수가 16680만 명에 달하였으며 이용률이 32.5%로 증가하였다. 2010년 말과

대비하여 이용자가 약 3000만 명 증가하였고 증가율이 21.6%이다.⁴⁶⁾

2011년과 2012년, 중국인민은행이 서비스 기업에게 "지불업무허가증(支付業務許可證)"을 네 번 발급하였다. 결제 허가증은 오랜 기간 결제기업이 서비스 자질에 대한 우려를 해소하였으며 동시에 넓은 시장 발전 공간을 얻었다. 기업이 다양한 협력을 통하여 서비스 영역을 확대하였다. 예를 들어서 편리결제방식과 같은 참신적인 결제방식의 발전을 추진하기 위하여 정부가 많은 정책적인 지지를 하였다.

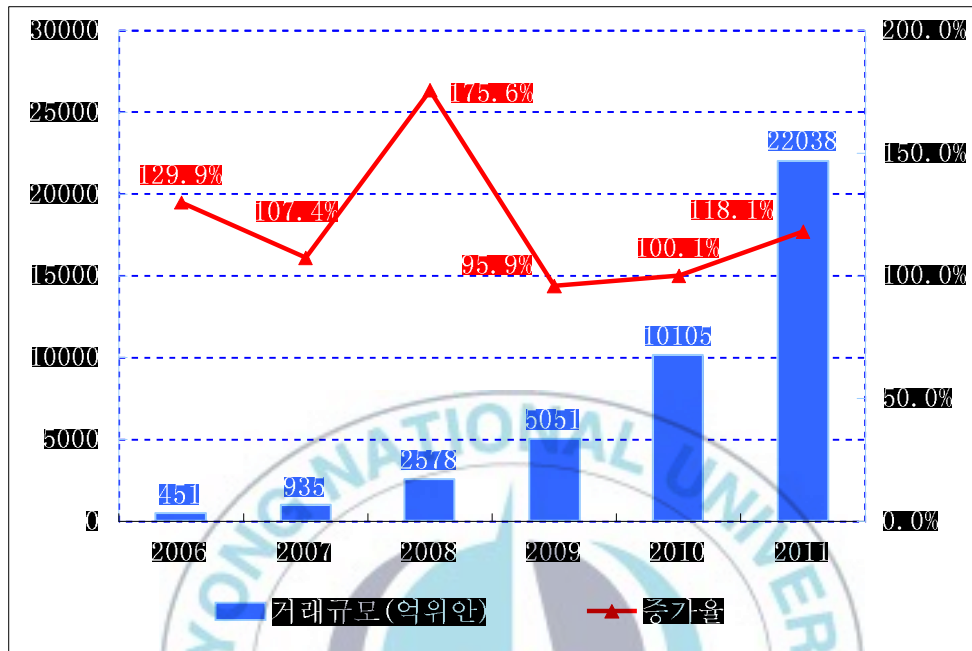
결제 서비스의 범위를 더 많은 유형의 오프라인 거래로 확대하였고 더 많은 네티즌들이 이끌어내서 온라인 결제 이용자로 전환되었다. 동시에 온라인쇼핑과 단체구매의 신속한 발전에 이동결제 이용자의 증가를 크게 이끌어냈다.

결제기업이 이동결제시장의 발전과 이동결제 이용자의 증가를 이끌어냈다. 2012년 상반기까지 중국 이동결제 이용자수가 1382만 명을 증가하였고 45.2%를 증가하였다. 제3자 결제 기업 밖에 운영자와 은행이 온라인 결제 영역에 대하여 정책적 추진, 결제 기술의 혁신, 서비스 방식의 혁신 등을 진행하고 있고 이동결제의 급성장을 추진하고 있다.

iResearch가 발표한 「2011년 중국온라인결제업연도감측보고(中國互聯網支付年度監測報告)」의 연구 <그림 3-7>를 보면, 2011년 중국 온라인 결제업의 거래 규모가 22038억 위안에 달하였으며 전년 동기보다 118.1% 증가하였고 증장속도가 연속 6년 동안 95%를 넘게 되었다.

46) 「第29次中國互聯網發展狀況統計報告」, 中國互聯網絡信息中心, 2012.1

〈그림 3-7〉 중국 온라인 결제 거래 규모



자료: iResearch, 「中國互聯網支付年度監測報告」, 2012.3

2010년 6월, 중국인민은행이 「비금융기구결제서비스관리방법(非金融機構服務管理辦法)」을 공포하여서 중국 제3자 결제업에 공식적으로 감독·관리를 실시하였다. 관련 규정에 따라 비금융기구가 결제서비스를 제공하려면 "지불업무허가증(支付業務許可證)"⁴⁷⁾을 받아야 한다. 그리고 제3자 결제를 포함한 비금융기구가 2011년 9월 1일 전에 "지불업무허가증"을 신청하고 받아야 한다. 만약에 그렇지 못하면 결제업무를 계속하지 못한다.

2011년 5월 26일, 제1군의 27개 제3자 결제기업이 허가를 받았고 주로 전국 범위 내 결제업무를 한다. 이런 기업들은 즈푸바오(支付寶), 차이푸통(財付通) 등이 있다. 제2군의 13개 결제기업이 허가를 받았고 주로

47) 지불업무허가증(支付業務許可證): 제3자 결제업 발전 질서를 규범화하기 위하여 중국인민은행이 발급하는 허가증이다.

지방 업무를 하고 선불신용카드의 발행과 수리(受理)업무를 하는 기업들이다. 이런 기업들에는 상해은행(上海銀聯), 상해더스(上海得仕) 등이 있다. 12월 31일, 중국전신(中國電信), 중국련통(中國聯通), 중국이동통신(中國移動通信) 포함된 61개 기업이 허가를 받았다. 2012년 6월 28일, 왕이(網易), 수닝(蘇寧) 포함된 95개 기업이 허가를 받았다.⁴⁸⁾ 이번에 허가를 받은 기업들은 지방 기업이 많았고 업무범위가 주로 선불신용카드의 발행과 수리, 인터넷 결제, 디지털 티비 결제, 이동전화결제 등으로 포함된다. 현재까지 총 196개 제3자 결제 기업이 결제업무허가증을 받았다.

<표 3-2> 기업의 결제 업무 현황

업무 종류	기업 수(개)
선불신용카드의 발행	118
선불신용카드의 수리	123
인터넷 결제	70
카드 청산	41
이동결제	30
전화결제	10
환전	6
디지털 티비 결제	4

* 저자 정리

네 차례의 발급을 한 후에 허가증을 받은 기업은 선불신용카드의 발급과 수리, 인터넷 결제, 카드 청산, 이동결제, 전화결제, 환전, 디지털 티비 결제 등 업무를 한다. 기업의 결제 업무 현황은 <표 3-2>와 같다. 그러나 사실상 주된 업무는 선불신용카드의 발행과 수리, 인터넷 결제, 그리고 카드 청산 3대의 업무가 있다. 각 기업의 실력에 따라 업무의 범위와 종류가

48) "央行發放第四批支付牌照 網易蘇寧等獲牌", 硅谷動力網 <http://www.enet.com.cn/article/2012/0629/A20120629129587.shtml>

다르다.

제3자 결제 허가증의 발행은 업계에 거대한 영향을 가져왔다. 제3자 결제 기업은 정책 측면에서 인가를 받았고 그의 지위가 합법화되었다. 많은 전통기업들은 제3자 결제를 사용하기 시작하였다. 업무가 확대되고 더 편리해졌다. 산업 운행은 점점 규범화되어 이용자의 자금안전에 보장을 받았다. 최소시장 접근이 높아져서 기업 시장 진입비용이 늘어서 실력이 약한 회사가 허가증을 받지 못한다. 허가증이 없는 기업들이 활로를 스스로 모색하고 업계 내에 기업들 간의 인수 합병하기가 시작되었다. 선불카드와 오프라인 카드 청산업무를 하는 기업들이 주체와 업무 유형의 다원화 발전에 활력을 주입하였다.

많은 기업과 사회공중은 제3자 온라인 결제의 번영에 이끌렸으며 거대한 자금이 누적되었다. 그러나 법률, 자금, 감독·관리 측면에 위험이 점점 분명하게 나타났으며 관리당국의 관심을 일으켰다.

제3자 온라인 결제가 주로 C2C와 B2C 영역에서 응용된다. 「전자지부지인(제1호)」는 전자결제 금액 한도와 누적 금액에 규정을 해서 거래 거래에 제한을 받을 수 있다. 응용 중에 B2B 거래는 거래액이 크고 거래 대상이 상대적으로 집중되어 기업들이 온라인 결제를 선택할 때 은행계좌 이체를 선호한다. B2C 거래는 인터넷뱅킹과 제3자 온라인 결제가 다 있는데 다수의 이용자가 인터넷뱅킹 계좌의 도난당하는 위험을 회피하기 위하여 제3자 결제를 사용하는 경향이 있다. C2C 거래시장은 활발한데 완전한 인터넷 신용체계가 없어서 결제금액이 작고 분산되어 주요 결제는 제3자 온라인 결제 플랫폼을 이용한다.

국가가 내수를 촉진하고 사회 소비를 자극하는 배경 하에 인터넷쇼핑 서비스의 발달이 더 많은 네티즌을 이끌어 인터넷쇼핑을 통하여 일상 소비를 한다. 쇼핑사이트의 빈번한 판촉이 네티즌의 구매 수요를 자극하여 인터넷

쇼핑 이용자 규모의 안정적인 성장을 이끌었다. 2011년 브랜드기업과 B2C 상가는 시장의 절대 주체가 되었고 전통 제조상과 경로상의 인터넷 시장 중의 점유율이 크게 증가하여 인터넷쇼핑이 파생기업의 발전을 촉진한다. 인터넷 거래상품과 서비스 유형이 더 풍부해져 인터넷쇼핑의 빈도와 금액의 현저한 증가를 이끌었다.

현재, 중국에 제3자 결제기업은 주로 두 종류가 있다. 한 종류는 즈푸바오(支付寶), 차이푸통(財付通), 이바오(易寶) 등을 비롯한 네트워크형 결제기업이다. 이러한 기업들이 온라인 결제를 위주로 대형 전자상거래 사이트에 의존하여 신속히 확장되었다. 나머지 한 종류가 은련전자지불(銀聯電子支付), 회푸티안샤(匯付天下) 등을 비롯한 금융형 결제기업이고 업계의 수요에 따라 업무 확장을 한다.

2012년 중국 제3자 결제기업 경쟁력 순위는 다음 표와 같다.⁴⁹⁾

〈표 3-3〉 2012년 중국 제3자 결제기업 경쟁력 순위

순위	회사명(중국어)	결제수단(한국어)
1	支付宝(中国)网络技术有限公司	즈푸바오(支付寶)
2	深圳市财付通科技有限公司	차이푸통(財付通)
3	中国银联股份有限公司	은련(銀聯)
4	快钱支付清算信息有限公司	콰이치안(快錢)
5	上海汇付数据服务有限公司	회푸티안샤(匯付天下)
6	北京通融通信息技术有限公司	이바오(易寶)
7	上海环迅电子商务有限公司	환쑤(環迅)
8	网银在线(北京)科技有限公司	왕인재시안(網銀在綫)
9	通联支付网络服务股份有限公司	통런즈푸(通聯支付)
10	开联通网络技术服务有限公司	카이런통(開聯通)

자료: 中商情報網

49) 中商情報網: <http://big5.askci.com/news/201210/30/3015533070173.shtml>

제Ⅳ장 중국 제3자 결제의 문제점

신용담보형 제3자 결제가 중국 전자상거래 인터넷 결제문제를 해결하는 유효적인 방법이다. 그런데 인터넷 거래 과정 중의 안전 문제를 피할 수 없어 중국 제3자 결제 방식은 더 개선되어야 한다. 선진국의 제3자 결제 방식과 비교하여 중국 제3자 결제 방식은 주로 아래와 같은 문제가 있다. 본 논문은 이 문제들에 대한 개선 방안을 탐구한다.

제1절 수익방식의 문제

제3자 결제기업은 서비스를 제공하는 기업이며 그 수익은 주로 수수료와 서비스 요금에서 생기는 것이다. 현재, 많은 제3자 결제기업 서비스는 무료로 제공하는 것이며 제3자 결제 수익 방식에 도전을 하였다. 선진국의 제3자 결제기업이 건전한 금융체계에 의지하여 적합한 신용카드 수익 방식을 만들었다. 중국의 유명한 제3자 결제기업인 즈푸바오(支付寶)가 많은 고객들에게 서비스를 제공하여 일정한 시장점유율을 차지하며 다른 제3자 결제기업이 안정된 수익방식을 찾고 있다.

제3자 결제 플랫폼은 서비스를 제공하는 기업 조직으로서 서비스를 보장하는 전제로 수익을 받는 것으로 주요 목표를 한다. 그런데 중국 제3자 결제시장 현황은 경쟁자가 많고 시장 한계가 있다. 다수의 제3자 결제 플랫폼이 무료로 서비스를 제공하고 있지만 거액의 자금을 투자하였기 때문에 수익 방식을 우려한다. 그렇다면 문제가 생겼는데 즉 제3자 결제 플랫

폼이 어떻게 수익을 얻을 것인지, 특히 중국 특유한 금융체계 구조 하에 있어서 수익 문제를 해결할 것인지 각계가 주목하는 문제가 되었다.

미국 Paypal 결제 시스템의 성공은 신뢰받는 신용카드 결제 기초에 있다. 신용카드 결제의 높은 위험성 때문에 이용자가 2% 수수료를 내고 Paypal 결제를 이용하는 것을 원한다. 중국 결제업에는 직불카드를 인터넷 결제 기초로 하는 것이며 그 위험성이 신용카드 결제체계보다 작다. 그래서 이용자가 인터넷 결제 서비스를 이용할 때는 납부할 요금이 2%보다 작아야 결제를 원한다. 심지어 거래 비용을 부담하는 것을 원하지 않는다. 그리고 고객은 은행에도 수수료를 내야 하기에 제3자 결제에 남겨주는 수익이 아주 작게 된다. 이렇다면 제3자 결제기업이 어떻게 수익을 얻을 수 있을지가 매우 중요한 문제가 된다.

1. B2B, B2C에 있어서 제3자 결제 수익의 문제

B2B, B2C 영역에는 제3자 결제기업과 은행과의 협력이 아주 중요하다. 일부 제3자 결제 플랫폼에 있어서 자주 쓰는 수십 가지의 은행카드와의 직통 서비스를 실현하였으며 더 많은 소비자에게 온라인 결제 방식을 제공한다. 소비자가 그의 고객이 아니며 그의 고객은 판매상과 은행이다. 그의 수익은 은행에서 나오는 수익을 나눠서 받거나 거래 시 판매상에게 받는 서비스 비용이다. 이 방식은 제3자 결제 플랫폼과 은행이 먼저 수수료를 정한 뒤 은행에 납부하여 이 요금률에 총이익률을 놓아서 고객에게 비용을 수취한다.

서비스 기능의 동질성이 부정적인 경쟁을 초래하였다. 더 많은 고객들을 이끌기 위하여 일부 제3자 결제 기업이 고객의 비용을 여러 번 낮추고 해

택도 많이 주었다. 많은 제3자 기업이 손해를 받으면서 운영하고 있다. 부정적인 경쟁을 정지해도 제3자 결제기업의 희망이 보이지 못한다. 관련된 자료에 따라 2011년 중국 인터넷 결제 거래액은 2만억위안에 달하였으며 서비스 수수료를 0.3%로 치면 제3자 결제기업의 총이익이 60억위안만 되지만 그렇게 많은 제3자 결제기업을 먹여 살리기는 어렵다. 그리고 현재 반 정도의 제3자 결제기업들이 수수료 없이 온라인 결제를 제공하고 있다. 이러한 온라인 결제 환경 하에서는 결제기업에 대하여 거래액이 클수록 손해가 더 크다.

은행 업무의 발전은 결제 서비스 제공자에게 도전장을 내밀었다. 제3자 결제 서비스 제공자의 중요한 파트너로서 은행은 결제기업에서 큰 비중의 수수료를 빼낸다. 은행이 수취하는 수수료를 기초로 제3자 결제기업이 수익으로서 비용을 추가하였고 이는 거래 비용을 증가시켰다. 일부 제3자 결제 제공자는 본전을 까먹고 경영을 해야만 하며 강제한 은행에 비교하여 이익 공간이 아주 작다. 동시에 개별 은행이 제3자 결제 서비스 제공자보다 작은 요금률로 제3자 결제기업과 경쟁을 벌인다.

요컨대, 제3자 결제 서비스의 직접 결제 수익은 경쟁 관계로 대폭적으로 인하되었다. 그리고 은행에 주는 거래 수수료가 높아서 결제 서비스의 총이익률이 상당히 작다. 일부 실력 있는 인터넷 서비스 공급자가 스스로 결제 플랫폼을 구축하여 무료 전략으로 시장을 개척하고 제3자 결제기업에는 수수료 표준을 인하할 수밖에 없다. 게다가 중소기업이 은행에서 상대적으로 낮은 수수료를 받지 못하여 각종 방법으로 서비스 비용을 낮춰야 한다. 인터넷 결제 공급자가 쉽게 이탈할 수 없어 경쟁 상태를 유지한다. 이러한 방식을 이용한 사이트는 치열한 염매전쟁을 하고 살아남는다. 사실 대부분의 제3자 결제기업들이 어쩔 수 없이 다른 업무에 이윤을 내고 결제업무에 보조적인 수입으로 받아들이고 있다.

2. C2C에 있어서 제3자 결제 수익의 문제

C2C에 있어서 제3자 결제 방식의 특징은 중국 인터넷 거래 신용 현황에 대하여 출시된 안전납부업무이다. 제3자 결제 플랫폼이 신용중개로서 구매자가 계약에 부합한 상품을 받기 전에 매매쌍방에 대금을 임시로 보관한다. 제3자 결제 플랫폼은 사용자에게 다음과 같이 약속한다. 만약에 결제 플랫폼을 통해 사기를 당하면 전액 배상을 받을 수 있다. 이러한 보장 서비스는 여러 기업들이 실행하고 있으며 보증금 전용계좌를 만들어서 고객 신고 문제에 대하여 먼저 배상금을 지불하는 제도이다. 안전납부 서비스를 이용하는 고객은 주로 단일 소비자이며 그 수입이 주로 침전자금의 이자와 수수료에서 나온다.

가. 침전자금의 이자

제3자 결제가 중개 담보인으로서 거래 기간 내 한 동안에 거래 자금을 제3자 결제 플랫폼의 은행 계좌에 보관하며 그 금액은 상당히 거대하다. 거래 자금은 제3자 결제 플랫폼에 유지시간이 보통 7-8일이다. 그렇다면 연 거래액이 500억 위안인 결제 플랫폼은 침전자금이 10-15억 위안이다. 만약에 은행이 계약에 의하여 이자를 지불하면 제3자 결제 규모의 확대에 따라 이자는 안정된 수입이 될 수 있다. 장구한 이익으로 볼 때 이자 수입의 규모가 끊임없이 결제 도구와 금융기구의 양호한 관계를 보장되게 한다. 그런데 현 단계에는 이러한 수입이 매우 미미하다. 침전자금의 계좌는 중국은감회(中國銀監會)가 감독·관리하고 있으며 다른 높은 수입의 투자 경로를 제한한다. 중국은감회의 감독·관리 하에 침체 자금이 제3자 결제 기업에 높은 수입을 가져올 수 없다.

나. 서비스 수수료

C2C에 기반으로 된 제3자 결제가 전자상거래 거래 플랫폼을 위하여 서비스하는 것이며 이용자 규모의 확대와 거래량의 제고를 위하여 결제 서비스가 무료로 제공된다. 무료는 제3자 결제 플랫폼이 C2C 시장에 진출 시에 보편적으로 사용하는 책략이며 시장 발전을 촉진하는 동시에 무료는 이 시장의 규칙이다. C2C는 대리 및 소매상 상거래 활동의 네트워크화이며 외국 C2C 시장에 주로 개인 경매가 시장 점유율을 차지하는 상황과 완전히 다르다. 중국 C2C 시장의 판매자 집단은 주로 상인으로 구성되어 있어서 이익을 추구하는 심리가 비교적 강하다. 그래서 무료 C2C 정책은 C2C 시장에서 현저한 효과를 얻을 수 있다.

현재, 결제 서비스 제공자의 이익 결원은 전자 결제업종이 진정한 성숙까지 기다란 거리가 있다. 또한 성숙은 산업 환경, 이용자 습관, 기업 행위가 지극히 중요한 결정적인 요소로 될 수 있다. 현재 중국 제3자 결제는 초보 단계에 처해서 명확하고 합리적인 이익분배 가치사슬이 아직 완전히 형성되지 않았다. 생존과 발전을 위하여 제3자 결제 비즈니스 모델에 대하여 철저히 탐색하여야 중국 국정에 맞는 길을 찾아낼 수 있다.

다. 제3자 결제 수익의 영향 요소

제3자 결제는 실제적으로 인터넷의 깊은 응용과 전자결제의 소요에 적응하기 위하여 생긴 거대한 시장 잠재력을 갖추는 산업사슬이다. 이 산업사슬의 전단이 온라인 판매자와 소비자로 구성되고 중간이 여러 개의 온라인 결제 수단과 상응하는 기술을 제공하는 제3자 결제기업으로 구성되고

후단이 상업은행, 주식은행 등 온라인 국가 금융기구로 구성되어 있다. 전자 결제 산업 사슬에 있어서 핵심 3방은 은행, 제3자 결제기업, 고객이다. 은행은 기초결제층에서 통일적인 플랫폼과 포트를 제공하여 현실적인 자금을 제어하고 회전하게 한다. 중간결제층은 실력이 있는 은행이나 다른 포트기술 제공자들이 정보 통합, 기술 가공 등 2차 개발을 하며 산업사슬의 중간층인 제3자 결제 서비스층이 형성되었으며 사이버 자금의 제어와 회전을 실현한다. 응용결제층은 최종 소비자(인터넷 쇼핑물, 소비자)가 구성된 응용층이며 많은 제3자 결제 도구와 연결되어 있다.

전반적으로 보면 치열한 경쟁으로 제3자 결제 시장의 집중 정도가 상대적으로 낮다. 상업은행, 제3자 결제기업, 전자상거래 기업의 산업 융합이 잘 어울리지 못한다. 제3자 결제 시장은 네 가지의 경쟁이 존재한다. 즉 산업경쟁, 고객경쟁, 은행경쟁, 서비스방식의 경쟁이다. 이러한 경쟁들의 분화 및 조합이 제3자 결제의 발전에 대하여 강한 영향을 준다.

제2절 신용체계 측면의 문제

중국 신용체계가 미비하여 시장경제-상업비용이 추가되어 제3자 결제의 신용 문제가 심각하다. 신용체계의 미비와 소비자의 우려가 제3자 결제의 발전에 부정적인 영향을 준다.

현재, 중국 전자상거래에 있어서 대표적인 신용방식이 세 가지가 있다. 즉 제3자 신용담보방식, 인터넷 중개방식, 연합 신용방식이다. 이러한 신용방식들이 고객의 온라인 가입, 정보 발송, 계약 체결, 결제결산 등 고리에 일관되며 전자서명기술과 결합하여 이용자 신분을 인증한다. 그리고 이 과정 중에 이용자 행위를 구속하고 감독하고 거래의 진실성을 보장하고 전자

상거래의 신용문제를 일정한 정도로 해결하였다. 그러나 온 전자상거래 신용체계에는 여러 폐단이 존재해 있다.

첫째, 기초신용정보 공유 체제가 매우 부족하다. 위에서 지적한 신용방식들은 국부의 해결방안으로서 다른 전자상거래 기업들 중에서 응용되고 있다. 각 전자상거래 기업은 자기 기업에 가입한 개인고객과 기업고객의 신용정보를 수집하였는데 정보의 합리적 공유가 부족하다. 하지만 시장경제 중에 고객의 신용정보가 바로 전자상거래 기업에 대하여 가장 중요한 자원이다. 전 사회에는 좋은 정보공유체제가 나오기 전에 기업 중 이러한 신용정보가 자기 기업에서 수집·응용되며 정보의 양이 작고 정보를 획득하는 비용이 상대적으로 높고 정보의 가치가 떨어진다. 전 사회에 대하여 좋은 정보공유체제가 없으면 각 전자상거래 기업의 신용정보가 통합과 관리를 안 되고 신용기초가 안정성과 권위성을 결여된다.

둘째, 전자상거래에 대한 신용평가체제가 부족하다. 중국 기업의 신용평가에 대하여 신용평가가 관련된 관리 법규가 이미 나왔다. 예를 들어서 AAA, AA, A, B, C 다섯 개 등급으로 나뉘었다. 하지만 전자상거래 기업이 특수한 기업으로서 운영 중에 중개 담보의 책임을 져야 된다. 이러한 기업 신용은 은행 신용, 중소형 기업 신용과 다르며 이러한 특수한 업종에 더 엄격·규범·과학·권위적인 업종신용평가표준이 있어야 그들의 행위를 구속하고 규범화할 수 있다.

셋째, 전자상거래 신용체계는 체계의 이념을 결여해서 사회 신용체계에 융합하지 못한다. 전반적으로 말해서 사회 신용체계는 세 측면을 포함한다. 하나, 시장 거래자를 위주로 하는 기초신용이다. 둘, 법률제도, 국제관례, 상업관습을 위주로 하는 제도신용이다. 셋, 정부 감독·관리를 위주로 하는 감독신용이다.

현재, 상대적으로 중국 기초 신용정보가 분산되고 개방정도가 낮고 정보

를 획득하는 비용이 많아서 전자상거래에 신용평가 체제를 개선할 필요가 있다. 기초신용, 제도신용이 부족하기 때문에 제3자 결제를 포함하는 전자상거래 업종에 대한 감독·관리가 설득력을 잃는다.

제3절 은행과의 경쟁·협력 관계의 문제

1. 제3자 결제업 은행과의 경쟁

제3자 결제와 은행 등 금융기구의 사이에 일정한 경쟁이 존재한다. 비금융 결제 기구가 은행에 상응하는 결제 과정을 완성할 수 있다. 동시에 비금융 결제기구가 상응하는 기기를 통하여 단말 서비스를 완성할 수 있다. 금융기구가 제3자 결제의 도전에 대처하기 위하여 온라인 결제를 개선하고 있다. 제3자 결제와 금융기구의 경쟁이 점점 치열해진다. 그러나 경쟁

기구	〈표 4-1〉 은행과 제3자 결제의 장·단점 비교		제안
은행	①신용도가 높다 ②이용자가 많다 ③결제 최종 수행자 ④주류된 게이트웨이결제 ⑤강한 실력	①중소 고객을 위한 서비스가 결여 ②서비스 혁신 이념 부족 ③은행들 간의 협력이 미비	자원 공유 협력 강화 공동 발전
제3자 결제 플랫폼	①강한 시장 분석능력 ②강한 기술적 창조력 ③차별적 서비스	①신용도가 낮다 ②감독·관리 결여 ③은행에 의존성이 있다	

중의 협력이 발전의 추세이다.

2. 결제기업 그룹과 은행 그룹 간의 경쟁

은행은 금융기구로서 기초적인 결제 플랫폼을 구축한다. 동시에 제3자 온라인 결제에 통일적인 결제 게이트웨이를 제공한다. 제3자 온라인 결제는 각 은행과의 밀접한 협력을 바탕으로 고객에게 통합적인 온라인 결제 게이트웨이를 제공한다. 제3자 결제 게이트웨이가 은행 내부 게이트웨이와 연결하여 통일적인 결제 포트가 형성되어 온라인 판매상에게 서비스를 제공하는 동시에 판매상에게 여러 은행과의 결제를 더 편하게 한다.

제3자 결제기업에 협력 은행 수가 증가할수록 제3자 결제 업무 범위가 넓어져 경쟁력이 강해진다. 각 상업은행과의 협력을 밀접하게 할 수 있는지, 그리고 은행과의 협상 중에서 가격을 최적화할 수 있는지는 결제기업이 경쟁의 주요수단이 되었다.

3. 결제기업들과 은행의 경쟁

미래에 중국 은행 산업이 통합한 후에는 은행 조직이 제3자 결제기업을 완전히 대체할 수 있다. 제3자 결제 플랫폼은 C2C를 바탕으로 된 방식과 B2B나 B2C를 바탕으로 된 방식으로 나눌 수 있다. C2C 방식은 고객에게 미미한 수수료를 수취하거나 전혀 수취하지 않는다. B2C나 C2C 방식은 은행과의 협력을 중시하다. B2B 영역에서 많은 대기업들이 결제 플랫폼을 개발하여 은행이 제공하는 시스템을 이용하여 결제를 이행한다. B2C 영역에서 제3자 결제 플랫폼과 은행 간에 경쟁이 있으며 제3자 결제 플랫폼의 기술 방안과 서비스를 이용하지 않고 인터넷뱅킹 결제 게이트웨이를 연

결하여 결제한다.

현재, 많은 은행들이 온라인 결제에 대량 투자하였다. 이 뿐만 아니라 중국인민은행의 허가를 받고 중국에서 인터넷 뱅킹을 개설하는 외자 은행은 수십 개가 되었으며 중국 제3자 결제에 대한 큰 충격을 초래하였다.

업무 측면으로 보면 은행, 은련, 제3자 결제기업 간에 경쟁이 많이 있지만 협력도 많이 있다. 제3자 결제기업이 없으면 은행 카드의 거래량과 이용률이 그렇게 활약할 수 있다. 그래서 어떠한 이익의 충돌과 대립이 일시적이다. 양성적인 경쟁이 있어야 규모의 경제를 신속하게 실현할 수 있다. 각자의 관계는 경쟁에 향하여 발전하지 않고 반드시 코피티션⁵⁰⁾에 향하여 발전할 것이다. 많은 제3자 결제기업들이 고객을 위하여 서비스한다는 것을 목표로 계속해서 은행과의 협력을 강화하고 있다.

환선(環迅) 결제 CEO 마오준민(毛軍民)은 다음과 같이 언급하였다. 제3자 결제기업과 은행 간에는 분담 협력이 있으며 제3자 결제기업과 은행이 고객에게 서비스를 제공하고 제3자 결제의 고객이 동시에 은행의 고객이다. 양자의 공동노력으로 온라인 결제단체의 확장을 촉진한다.⁵¹⁾

통련(通聯) 결제 CEO 승원슨(熊文森)은 다음과 같이 언급하였다. 제3자 결제가 은행업무의 확장과 보충이다. 공동협력을 해야만 고객에게 더 좋은 서비스를 할 수 있다. 제3자 결제기업이 많은 어려움에 부딪혔다. 그러므로 은행과 제3자 결제기업이 협력해서 이러한 발전 중의 문제들을 공동으로 해결해야 한다. 은행은 제3자 결제기업 업무발전의 기초이며 동시에 그의 생명선이다.

50) 코피티션: 협동(cooperation)과 경쟁(competition)의 합성어로, 기업 간 극단적인 경쟁에서 야기될 수 있는 위험요소를 최소화하고, 자원의 공유화나 공동 R & D 등의 협력을 통해 서로 윈윈(win-win)하자는 비즈니스 성공 전략이다.

51) 毛軍民, "第三方支付已規範化發展", 中國電子商務研究中心. <http://b2b.toocle.com/detail--6028440.html>

제4절 결제의 안전문제

제3자 결제는 개방적인 인터넷을 바탕으로 하는 것이어서 수시로 트로이목마 바이러스, 해커 등의 공격을 받을 수 있다. 트로이목마 바이러스는 컴퓨터에 잠복해 있다가 계정 비밀번호와 정보를 훔칠 수 있다. 해커는 시스템 버그나 고객 안전의식의 박약을 악용하여 고객의 컴퓨터에 침입하여 고객 온라인 결제 계정의 관련 정보와 비밀번호를 절취할 수 있다. 이런 것은 제3자 결제의 안전성을 줄인다.

동시에 중국 온라인 결제 인프라 구축은 통일적인 계획이 부족해서 기술의 불통일이 혼란한 국면을 만들었다. 초상은행(招商銀行) 온라인 거래 중의 화폐결제는 네트워크 시스템을 이용하여 수행한 것이다. 이 결제 시스템은 인터넷 통신 SSL⁵²⁾ 규약을 사용하고 있다. 건설은행은 고객에게 인증카드를 발급하는 방식을 이용한다. 중국은행은 개인결제 방면에서 SET 규약⁵³⁾을 사용하여 안전 제어하며 기업 인증 방면에서 SSL 규약을 사용한다. 통일적인 계획이 없어서 온라인 결제 시스템의 운영 효율이 낮아지며 안전 방면의 잠복 위험을 가져오며 소비자의 이익에 손해를 입는다.

현재, 신분 인증 방면에 조직된 인증센터가 있다. 지방 정부가 설립한 인증센터도 있으며 사회 중개인 제3자 기구가 설립한 인증센터도 있다. 온라인 결제 업무를 개방하는 은행에는 서로 다른 인증센터가 발급한 인증서가 사용된다. 각 인증센터가 채용하는 규약과 표준이 다르고 발급하는 증

52) SSL (Secure Sockets Layer): 보안 소켓 계층. 사이버 공간에서 전달되는 정보의 안전한 거래를 보장하기 위해 넷스케이프사가 정한 인터넷 통신규약 프로토콜을 말한다.

53) SET (secure electronic transaction): 인터넷을 비롯한 모든 종류의 네트워크에서 안전하게 금융 결제를 할 수 있도록 해주는 공개적인 보안체제. 인터넷 전자상거래에 대한 금융결제를 안전하게 할 수 있도록 하는 보안상의 규격으로, 물품이나 금융 결제상의 거래마다 새로운 형태의 암호 값을 설정해 이용자 이외에는 확인할 수 없도록 하는 보안 시스템이다.

서도 달라서 인터넷뱅킹의 서비스 효율에 큰 영향을 준다. 동시에 권위를 잃고 각 은행 간에 상대방 인증을 인가하지 않아서 각 은행 간의 네트워크 통용과 타행 결제를 보장할 수 없다. 규범화의 측면에서 보면 정부가 통일적인 인증센터를 만들어야만 인증센터 공정과 권위의 역할을 할 수 있다. 온라인 결제의 안전성을 보장하기 위하여 통일적인 안전 인증 체계를 구축하는 것은 급선무가 되었다.

그리고 온라인 결제 수단이 온라인 결제 업무의 담체이며 온라인 결제의 주요 구성 부분이며 온라인 결제를 실현하는 필수 조건이다. 온라인 결제 수단이 없으면 고속도로가 교통수단을 수반하지 못하는 것과 같아 고객 간 자금 이전이 실현되지 못하여 지불 결제가 완성되지 못한다. 그래서 온라인 결제 수단이 온라인 결제에서 없어서는 안 되는 중요한 부분이다.

현재, 중국 전통적인 지불 결산 중에 수표, 환어음, 추심, 위탁 추심, 은행 카드 등 다양한 결제 방식이 있다. 온라인 결제 업무 중에 기본적인 결제 방식은 은행카드와 같은 은행 시스템 내의 자금이전이 있다. 알다시피 이것은 온라인 결제 업무에 부적합하다. 총 발행량이 수억 장 된 은행카드에는 중국정부가 상대적으로 성숙한 직불카드 온라인 안전결제체계를 이미 구축하였다. 전통적인 금융과 신흥 IT 기술기업들이 계기를 찾아서 시장에 진출하여 인터넷 개인 대 개인 결제, 사이버 캐쉬, 직불카드, 이동결제 등 참신적인 응용들이 형성되어 다양화된 시장 수요를 만족시킨다.

외국 온라인 결제 방식은 온라인 결제 업무의 변화에 따라 다양화·개성화가 되었다. 외국에서 자주 이용하는 온라인 결제 방식은 신용카드, 전자수표, 사이버 캐쉬, 그리고 다른 전자 화폐가 있다. 중국은 전자수표가 별로 이용되지 않는다. 한 측면에서는 「어음법(票據法)」의 제약을 받으며 각 은행이 전자수표 업무를 못 하게 된다. 다른 한 측면에는 중국 금융전자화 발전과 시장 수요가 관련이 있다. 최근에 각 지역이나 각 은행 간에

동성청산(同城清算) 시스템을 구축하여 결제 비밀번호를 결제 지령을 확인하고 고객 인증 규약과 사후 서류전송 방식과 「어음법」은 불일치하다. 그런데 이 방법은 진정한 전자수표가 아니고 종이수표의 전자화 처리일 뿐이다. 향후에 온라인 결제 환경을 개선하기 위하여 제3자 결제 기업을 포함한 모든 참여자의 공동노력이 필요하다.

제5절 침전자금의 문제

1. 침전자금의 소개

제3자 결제 기업이 자금을 이체하는 자와 자금을 수취하는 자 간의 연결자로서 고객 간 자금을 이체하는 시간과 자금을 수취하는 시간이 불일치하기 때문에 일부 자금이 제3자 결제기업의 계좌 내에 잠시 머문다. 이 부분 자금이 침전자금(沉澱資金, Precipitation capital)이라고 부른다.

제3자 결제기업이 신속한 발전에 따라 그 거래 규모가 급속히 확대하여 최근 몇 년 동안 거래액이 급증하였다. 예를 들어, 2012년에 중국 최강 제3자 결제기업인 즈푸바오는 침전자금 규모가 약 200-300 억위안이 있다. 이렇게 거대한 침전자금에 대하여 엄격한 관리를 하지 않으면 많은 문제를 가져올 수 있다. 제3자 결제기업이 침전자금에 대한 비규범적인 처리가 유동성 문제를 일으키니 소비자에게 이익 손해를 가져올 수 있다. 이 밖에 인터넷 거래의 은폐성으로 감독·관리를 실시하기가 힘들고 자금의 불법 이전, 돈세탁 등 범위 활동에 기회를 제공한다.

2. 침전자금의 귀속 문제

거액 침전 자금의 사용권 문제와 수익 귀속 문제는 갈수록 업계의 중시를 받는다. 제3자 결제기업이 침전잔금을 이용하는 권리가 있는지 침체자금이 은행 계좌에 존재해야 할지, 만약에 이자나 다른 수익이 생기면 그 소유권 귀속 등 문제를 살펴보고 분석하겠다.

미국에 제3자 결제 플랫폼의 침전자금이 저금이 아닌 부채로 삼는다. 미국 연방저금보험공사(FDIC)는 저금보험의 제공을 통하여 침전자금의 감독·관리를 실현한다. 규정에 따라 제3자 결제 플랫폼의 침전자금을 FDIC 보험은행 무이자 계좌에 맡겨야 하고 이러한 이자로 소비자 구매 상한의 가치가 10만 달러인 보험에 보험료를 지급한다. 제3자 결제기업이 고객 자금을 이용하여 투자하는 것이 제한이 된다.

유럽연맹이 제3자 결제기업에 대한 정의는 저축은행과 유사한 기업이다. 규정에 따라 비은행 전자결제기업은 전자결제 서비스 업무를 하려면 금융기구가 발급하는 영업허가증을 받아야 한다. 그리고 중앙은행 계좌에 대량 자금을 저축해 있다. 미국 방식과 같이 제3자 결제기업이 침전자금을 이용하여 투자와 불법 활동을 금한다.

아시아에는 제3자 결제 플랫폼이 늦게 출현하였다. 법률 규정과 감독·관리 수단이 아직 성숙하지 않는다. 각 국가가 관련된 법률법규를 반포하였지만 제3자 결제 플랫폼에 대하여 맞춰서 전문적인 법률법규를 만든 국가가 아주 적다. 침전자금의 용도 문제가 아직 명확하지 않는다.

중국은 제3자 결제기업에 대한 관련된 입법이 불완전이며 주로 「계약법(合同法)」, 「전자지부지인(電子支付指引)」, 「전자서명법(電子簽名法)」 등 관련된 법률법규가 있다. 2010년 6월 14일에 발표하고 2010년 9월 1일부터 발효된 「비금융기구지불서비스관리방법(非金融機構服務管理

辦法)」가 제3자 결제 플랫폼 법률의 한 공백에 대한 보충이며 시장 진입, 위험 제어, 감독·관리 책략 등 측면에서 규정을 하였다.

중국인민은행이 발표한 「비금융기구지불서비스관리방법실시세칙(非金融機構支付服務管理辦法實施細則)」 중에 침전자금을 예비지불금에 명확히 포함시켰으며 결제기업이 실제 납부할 자금과 고객 예비지불금의 비율이 10% 넘게 되어야 한다. 그렇다면 제3자 결제기업의 자금 압력을 늘리는 동시에 일부 위험을 완화시킨다.

침전자금의 이용권과 수익의 귀속문제에 대하여 많은 학자들이 다른 견해를 제출하였다. 중국인민은행 해구중심지점 과제팀이 「계약법」 규정에 따라 제3자 결제 플랫폼이 무단 침전자금을 사용할 권리가 없으며 보관 서비스를 제공하는 기업이라고 제출하였다. Pan Xinping(潘辛平, 2007)는 감독·관리가 효과적이지 못하는 경우에 제3자 결제기업이 이차를 지급하면 대량 자금의 유입을 일으켜 새로운 위험을 가져올 수 있어서 이자를 지급하기에 부적합하다고 지적하였다. Feng Ran(馮然, 2009)는 증권회사가 침전자금을 응대하는 성공 경험을 제3자 결제 영역에 옮기면 안 된다고 지적하였다.

제 V 장 제3자 결제 발전의 개선방안

제1절 제3자 입법

1. 입법의 원칙

입법 원칙은 제3자 결제 입법에 꼭 준수해야 하는 기본적인 원칙이며 공동적인 지고 사상과 원칙으로서 온 입법 체계에 일관된다. 제3자 결제 입법 체계 중 기본적인 강령으로서 입법 원칙은 제3자 결제 법제 건설에 기초적인 향도 역할을 하고 제3자 결제 입법의 영혼과 핵심이다. 제3자 입법은 금융법률 관련된 원칙에 의하여 업계 질서 유지를 원칙으로, 업계 발전을 지도 사상으로, 소비자 권리 보호를 중시하고, 소비자와의 법률관계를 공평·평등·협상의 이념으로 규범화한다. 마지막으로 제3자 결제 발전 현황과 실제 소요를 결합하게 하여 중국 국정에 적합한 입법 지도 사상과 입법 원칙을 세운다.

가. 교역 촉진의 원칙

정책 방면에서 적당한 인센티브 조치를 이용하여 전자결제의 보급과 운용 및 업계 자율·자치를 촉진한다. 정책 및 법률법규의 제정 상에는 인도성(引導性)·임의성(任意性)을 강조하여 당사자에게 최대한 발전 공간을

만들어 제3자 결제 플랫폼의 발전을 촉진한다.

나. 소비자 보호의 원칙

입법은 소비자 권익 보호를 강화하여 제3자 결제기업 정보, 기술, 업무면의 우세를 이용하여 계약체결, 분쟁해결 등 방면에서 관련된 규정을 출범하여 소비자 권익을 침해하는 행위를 방지하여 거래 공평을 유지한다. 특히, 소비자와 관련된 표준계약체결 방면에 상세한 규정을 출범하여 제3자 결제기업이 표준계약을 이용하여 소비자 권익을 침해하는 부정적인 행위를 엄격히 처벌하여 안전한 거래를 지킨다.

다. 자금 안전의 원칙

고객 자금에 대한 감독·관리가 매우 중요하다. 우선, 제3자 결제 플랫폼 자유자금계좌와 고객자금계좌로 구분한다. 그 다음, 보증금 제도를 구축한다. 제3자 결제기업이 상업은행에 일정한 자금을 보증금으로 투입하여 나타날 수 있는 시장위험을 방지한다. 마지막으로 관리기구의 감독·관리 역할을 강조한다. 고객 자금을 보관하는 상업은행이 고객 자금의 동향을 감시한다.

라. 정부감독과 업계자치를 결합한 원칙

「계약법」 기본 원칙은 당사자 자유·평등한 협상을 통하여 거래 규칙을 제정하는 것이다. 이 원칙은 제3자 결제 방식 중에서 이용될 수도 있다. 제3자 결제기업이 이 자치 원칙을 준수하여야 하며 평등 협상을 통하

여 이용자에게 제3자 결제 서비스 협의를 제정한다. 협의 중에 당사자가 선택하는 업무내용, 기술표준, 권리의무, 책임구분, 위험분담, 분쟁해결 등 조항에 대하여 명확히 규정하여야 한다. 업계내부 기술표준, 규정, 표준계약 등 업계내부 규범은 평등 협상의 원칙을 관철하며 업계 자치의 융통 및 저비용의 특성을 발휘하여 중요한 법률 보충이 된다. 제3자 결제의 특수성 때문에 높은 안정성이 요구되어 금융업이 국가 경제안전에 관련된다. 그래서 정부가 관리부문을 통일적으로 관리하여 온라인 쇼핑업의 신용과 안전을 제고하여 온 업계 발전에 중요한 추진 역할을 한다.

선진국은 시장이 성숙해서 업계자치협회 관리가 중요한 역할을 하며 국가가 거시 측면에서만 인도와 감독 역할을 한다. 후진국에는 시장 발전이 미비해서 시장 체제가 불완전해서 국가가 미시시장에서 입법을 통하여 행정과 경제수단으로 관리할 필요가 있다. 예를 들면 시장진입조건의 완화, 업무허가증의 발급, 업계 규정 제정의 지도, 업계협회 설립의 지지, 업계 도덕 규범화 등 방식을 통하여 규범화된 시장운영체제를 양성하여 제3자 결제의 발전을 보장한다.

2. 정부 입법의 개선방안

가. 법률법규의 정비

「전자결제지인」의 적용범위를 확대하거나 전문적인 법률법규를 제정하여 제3자 결제를 규범화한다. 은행이나 기타 금융기구와 달리 제3자 결제가 비금융기구의 특성을 가지고 있지만 그 업무범위와 운영패턴이 전통적인 은행금융기구에 비하여 차이가 있어서 의무이행과 책임부담을 규정하여

야 한다. 제3자 결제기업의 시장진입표준에 금융기구와 다른 규정을 하여야 한다. 만약에 표준이 높게 되면 업계의 발전을 제한할 수 있다. 거래자금의 안전을 어떻게 유지하고 고객의 권익을 어떻게 보호하는지에 명확한 규정을 하며 각자의 권리와 의무를 구분한다. 잠재적인 시장위험에 대하여 방비와 감독·관리를 강화하여야 한다. 제3자 결제기업이 결제 서비스 업무를 하려면 필요한 자질, 신규 자본금, 심사 과정, 신용등급의 평가, 구체적인 결제 흐름을 명확한 규정을 한다. 제3자 결제기업이 다른 금융기업과 같이 자금세탁 방지, 인터넷 도박 방지 등 국가 금융안전과 질서를 지키는 의무가 있다.

나. 주체 지위 명확화

인터넷 거래 중에 제3자 결제기업이 거래에 직접 참여하지 않아서 거래에 직접적인 이해관계가 없다. 그가 불특정적인 고객에게 제공하는 공공서비스 성질을 가지는 제3자 서비스이다. 제3자 결제기업은 공공적인 서비스 기구와 달리 유상 공공서비스를 제공하는 것이어서 일반적인 상업주체와 다르다. 서비스 제공자가 제공하는 서비스는 금융업무와 관련된 것이어서 사회 각계의 관심을 받는다. 제3자 결제 서비스 제공자의 주체지위가 금융기구의 법률 성질을 가지는 비은행 금융기구이다. 그래서 제3자 결제기업을 금융법률규범 감독·관리 시스템에 포함시켜야 한다.

다. 안전관리 강화

제3자 결제의 침전자금을 관리하여야 한다. 제3자 결제 플랫폼 자유자금 계좌와 고객자금계좌로 구분한다. 결제기업이 멋대로 침전자금을 유용하여

대출, 투자 등 행위를 금한다.

보증금 제도를 강화한다. 제3자 결제기업이 그의 계좌 개설은행에 일정한 보증금을 저축하며 만약에 제3자 결제기업은 경영 위기가 나옴과 이러한 위기가 고객 자금의 안전을 위협할 때 은행이 이 부분의 자금을 동결하여 위험을 제어한다. 이런 보증금 제도가 이정한 정도로 고객 자금의 안전을 보장할 수 있으며 고객이 제3자 결제기업 경영 위기 때 손해를 방지할 수 있다.

라. 감독·관리기구 확립

감독·관리 기구를 확립한다. 감독·관리 기구를 명확히 확립해야 업계의 발전을 보장할 수 있다. 제3자 결제기업이 "비금융기구" 성질의 특수성 때문에 어느 한 부문이 그를 관리할 수 없다. 그래서 한 부문이 주로 관리하고 여러 개의 부문이 협동으로 관리하는 제도를 이용할 수 있다. 중국인민은행이 일상적인 업무를 감독·관리하고 정보산업부의 관리부문이 인터넷 기술 측면을 감독·관리한다. 전신감독·관리부문이 협조로 중국이동과 중국전신에 관련된 업무를 관리하여야 한다.

마. 업계 자율 강화

제3자 결제업의 규모가 점점 확대하고 있어서 감독·관리부문이 도와주고 업계 협회를 설립할 수 있다. 한편으로 업계 협회는 "자아규범, 자아관리"의 역할을 발휘하여 다른 한편으로 결제기업이 서비스, 기술 측면에서 혁신하고 결제업무를 중심으로 업무 영역을 확대한다.

제2절 제3자 결제기업 측면의 개선방안

제3자 결제는 중국 전자상거래 발전에 대하여 거대한 추진 역할이 있다. 지나쳐 버릴 수 없는 것은 제3자 결제기업 전자화폐의 유통과 인터넷 신용팽창이 현실 경제 발전에 많은 위험을 가져왔다. 그리고 제3자 결제 내·외적 경쟁이 치열하다. 이러한 문제들 때문에 제3자 결제 발전 전망이 흐릿하게 되었다. 그래서 제3자 결제기업이 경제 발전에 추진 역할을 하려면 제3자 결제기업의 법률지위를 명확하게 하여 감독·관리를 강화하여야 한다. 제3자 결제기업 자신이 새로운 업무를 확장하여 수익 능력을 증진시켜야 할 것이다.

1. 경영의 명확화

가. 제3자 결제기업의 법률지위와 경영업무 명확화

제3자 결제기업 결제청산조직의 법률지위와 시장 진입조건을 명확하게 해야 한다. 「지불청산조직관리방법(支付清算組織管理辦法)」에 의하여 제3자 결제기업은 지불청산을 제공하는 비은행류(非銀行類) 기구이고 제공하는 서비스는 은행 지불결산 업무의 보충이다. 제3자 결제기업 시장 진입 조건과 관리부문에 제출할 자료와 증명문서를 명확히 알아야 한다.

나. 제3자 결제기업의 경영 행위 명확화

제3자 결제기업의 경영 범위를 명확하게 해야 한다. 즉, 당사자에게 대

금 이전 서비스를 제공하여 지불청산 서비스와 관련이 없는 업무 종사함을 금지한다. 제3자 결제기업의 요금 기준을 규범화하여 서비스 요금 기준은 정부 지도와 시장 조절의 결합 방식을 채택할 수 있다. 완전한 정보강제공시제도를 세우고 제3자 결제기업이 기업 중대한 사항, 경영 업무와 서비스 행위, 서비스 기준 등에 대하여 공시해야 하며 고객의 알권리를 지킨다.

2. 기업 감독·관리 체계 정비

가. 제3자 결제기업의 감독·관리 주체 확립

법률법규에 의하여 제3자 결제기업의 감독·관리 부문은 주로 중국인민은행, 공상행정관리부문, 정보산업관리부문, 세무기관 등이 있다. 각 부문이 제3자 결제기업에 대한 감독·관리 직능을 명확하게 하여야 한다. 중국인민은행은 제3자 결제기업의 주요 감독·관리자이며 그 업무에 대하여 시장진입, 거래행위, 경영행위 등 권리를 수행한다.

나. 비현장과 현장 감독·관리의 결합

과학기술 수단으로 동태적인 위험 감시·예보 시스템을 만들어 제3자 결제기업에 위험 예보를 즉시 보낸다. 제3자 결제기업의 재무보고, 중대사항보고, 거래분쟁, 소송안전보고 등을 분석하여 그 분석 결과에 의하여 지도를 내린다. 현장 감독·관리는 제3자 결제기업 거래위험, 업무경영위험, 침전자금위험 등 방면에 편중해야 한다. 동시에 현장 감독·관리를 통하여 제3자 결제기업 내부 제어 체계를 평가하고 내부 제어 체계 강화를 독촉

한다.

3. 안전한 고객자금 관리체제

우선, 운영자금과 고객결산자금을 분리한다. 제3자 결제기업 경영 행위를 쉽게 감독·관리할 수 있도록 상업은행이 고객자금 전용계좌를 설립하여 단독으로 보관·계산·통계를 해야 한다.

그 다음, 고객 결산자금 보증금 제도를 설립하여야 한다. 제3자 결제기업은 관리부문 지시에 의하여 보증금을 중국인민은행에 보관해 놓는다. 보증금의 인출은 조직규모, 관리, 운영상태 등 차별비율 인출을 수행하여 중국인민은행이 제3자 결제기업에 정기 평가를 하여 합리적인 인출 비율을 결정한다.

그 다음, 합리적인 침전자금 이용 제도를 설립하여야 한다. 제3자 결제기업이 합리·합법적인 투자를 허락할 수 있어 상응하는 수익을 얻을 수 있다. 단, 위험이 낮고 유동성이 높은 화폐 시장에 대한 투자만 가능하며 자본 시장이나 다른 위험이 높고 유동성이 낮은 영역에 투자함을 금지되어 투자 위험이 낮추게 된다.

마지막, 고객 결산 자금 수익의 분배를 규범화해야 한다. 제3자 결제기업이 고객 계좌를 통하여 이자를 분배하거나 사전에 고객과 협의를 체결하여 이자 귀속을 안배한다.

4. 제3자 결제기업 내부 컨트롤 제도

가. 양호한 내부 컨트롤 제도

제3자 결제기업이 각 업무 중에서 명확한 내부 컨트롤 제도를 제정하여 내부 컨트롤 원칙 및 기본요구를 규정하여 한다. 분업이 합리하고 직책이 명확하고 관계가 분명한 조직기구를 설립하여 모든 위험과 내부 컨트롤에 관련된 부문 및 인원의 직책과 권한을 명확하게 한다.

나. 유효적인 고객 관리제도

제3자 결제기업이 고객과 업무 관계를 맺을 때 신분증이나 다른 자료를 통하여 고객 신분을 기록·확인한다. 제3자 결제기업은 중국인민은행이 만든 공민 신분정보 시스템을 이용하여 고객 신분 진실성을 확인하여야 한다. 불법분자가 부정적인 거래를 하여 다른 관계자의 손해를 방지한다.

다. 은행 간의 청산 관리 강화

제3자 결제기업이 엄격한 책임분리제도와 심사수권제도를 실행하여야 하며 은행 즉시 정산제도를 실행하여야 한다. 필요한 기술 수단을 이용하여 지불지령 완전성·일치성, 지불청산업무 처리의 즉시성·정확성, 서비스의 안전성을 확보하여야 한다.

라. 직원과 기업 내부 컨트롤 강화

직원의 도덕 위험과 조작 위험을 방지하기 위하여 기업 내부 컨트롤 제도를 실시하여 관련된 부문에 책임을 구분한다. 직원에게 위험의식과 직업도덕의식을 상기시켜 직원의 내부 컨트롤 의식을 제고하여 위험의 발생을 방지한다.

마. 내부 컨트롤 감독 평가 체계 구축

제3자 결제기업이 정기적이나 부정기적으로 내부 컨트롤 체계의 충분성, 합리성, 효과성, 적합성을 평가하며 규정 위반, 위험, 사고를 즉시 보고·교정하여 상응하는 예방조치를 제정한다. 동시에 내부 컨트롤 평가결과, 성과 감시, 데이터 분석을 이용하여 내부 컨트롤 평가 체계의 효과성을 제고한다.

5. 제3자 결제기업 거래 시스템의 안전성 제고

가. 통일적인 제3자 결제 서비스 기술 표준 제정

제3자 결제 서비스 업무 기술 표준은 기초업무표준, 안전표준, 시스템조작표준, E전자정보교환표준 등을 포함하여 제3자 결제 서비스 시스템의 안전성을 확보하는 동시에 앞으로 플랫폼 간의 연결에 방향을 찾는다.

나. 제3자 결제기업 안전 관리 체계 구축

정보 시스템 개발부문, 관리부문, 응용부문의 책임을 명확히 한다. 시스템 위험 방지 조치 표준화와 제도화를 한다. 데이터 베이스 심사 제도를 제정하여 독립적인 심사부문이 정기적이나 부정기적으로 데이터, 정보 등 기술 안전 보장체제를 검측·심사를 하고 시스템의 기술 위험을 평가하여 개선방안을 제정한다.

다. 기술 안전 보장 체계 완화

안전성 표준에 부합된 독립적인 설비를 만들어 정보의 완전성, 안전성, 효과성을 확보한다. 기능이 강대한 방화벽 시스템과 트로이목마 바이러스 감시 시스템을 구축하여 정기적으로 시스템 버그(bug)를 검사한다. 시스템 고장 복구처리 능력을 보장하기 위하여 효과적인 응급조치를 제정하여야 한다.

제3절 제3자 결제기업 발전 관련 제안

1. 소액결제 위주, 핵심경쟁력 강화

중국 제3자 결제기업이 발전 과정 중에 어려움이 많다. 제3자 결제기업이 비금융 청산조직의 일부이지만 그가 대외에는 인터넷 은행과의 강한 경쟁을 대항하여야 하며 대내에는 동업자의 경쟁을 대치하여야 한다. 치열한

경쟁 환경 하에 살아남아 지속적으로 발전하기 위하여 제3자 결제기업이 소액결제를 위주로 하여 핵심 경쟁력을 강화하여야 한다. 그렇다면 인터넷 은행의 우세를 피할 수 있을 뿐만 아니라 자신 특색 있는 경영업무를 지속적으로 발전할 수 있다.

가. 소액결제 위주

점점 성숙해 지는 중국 인터넷 결제 환경에 따라 인터넷 은행은 온라인 결제 방면에 일정한 기술 경험과 고객 경험을 쌓았으며 제3자 결제기업과의 직접 경쟁을 피할 수 없다. 최소한 인터넷 은행이 제3자 결제기업이 소액결제 방면의 위세를 흔들지 못한다.

그 원인은 다음과 같다.

첫째, 은행은 기술과 인원 측면에 투자가 굉장히 거대한데 소액결제 업무는 거래액이 부족하고 빈도도 낮아서 서로 부적합하다.

둘째, 중소형 결제기업은 자신의 자질이 은행의 요구에 도달하지 못한다.

셋째, 소비자에게는 안전거래의 요구를 만족시켜야 할 뿐만 아니라 다(多) 선택의 결제요구를 만족시켜야 한다. 이것은 제3자 결제기업만 할 수 있다.

그래서 제3자 결제기업은 신용중개의 우세를 발휘하여 소액결제를 위주로 발전하는 것이 은행의 경쟁에 부딪혀 필연적인 선택이다.

나. 차별화 경쟁 실시, 핵심경쟁력 강화

제3자 결제기업이 은행의 경쟁에 부딪히는 뿐만 아니라 동업자 간에 경

쟁이 매우 치열한다. 이런 치열한 경쟁 하에 제3자 결제기업이 살아남기 위하여 자신 업무 우세를 강화시켜야 한다. 시장 세분화와 "특색 경영"을 강화하며 동질화 경쟁의 국면을 타파할 뿐만 아니라 전자상거래 발전에 좋은 영향을 준다.

다. 업계 내 협력 강화

제3자 결제 산업사슬 중 다른 기업과의 협력을 강화하여야 한다. 기업 자신의 특색적인 우세와 전략적인 수요에 의하여 다른 기업과 협력, 합병, 조정 등에 참여하고 산업 일체화에 향하여 발전한다.

2. 제3자 결제와 은행 간의 협력

가. 결제업무 허가증 발급

업무허가증을 적당히 발급하며 제3자 결제기업을 감독·관리하여 불합격한 중소 결제기업을 탈락한다. 허가증 발급을 통하여 결제기업 시장진입 허가 제도를 만들어 기업경영을 규범화하여 업계 발전에 적극적인 의의가 있다.

나. 업무 감독·관리 강화

신용카드 결제업무를 엄격하게 관리해야 한다. 입법을 통하여 제3자 결제기업은 화폐 서비스 기업으로서 반 돈세탁 감독·관리를 받아 수상한 거

래, 기록 등을 즉시 보고한다.

침전자금 관리를 강화해야 한다. 우선, 제3자 결제 플랫폼은 이용자 침전자금을 기업운영자금에서 분리하여 은행에 교부하여 관리를 받아 중도자금의 안전을 보장한다. 그 다음, 은행이 제3자 결제 플랫폼 자금에 대한 엄격하게 감사하여 돈세탁 등 후환을 해소시킨다.

다. 제3자 결제 플랫폼이 은행과 다방면 협력 촉진

앞으로도 중국 C2C 시장에 제3자 결제 방식에는 은행과 제3자 결제 플랫폼이 협력 관계이어서 양자가 다방면 협력을 강화해야 한다. 첫째, 은행이 제3자 결제 플랫폼과 공중요금 인터넷 납부업무를 시행할 수 있다. 둘째, 제3자 결제 플랫폼 거래기록 등 정보는 은행에 제공되어 이런 정보는 중요한 근거가 되어 은행이 대출을 방출한다. 셋째, 양자 대금안전, 돈세탁 방지, 침전자금 등 문제를 해결하기 위하여 협력을 강화한다.

라. 수익 방식과 이익 분배 방식 세움

제3자 결제의 수익 방식은 중국 전자상거래 성숙화 과정의 필연적인 추세이다. 합리적인 수익 방식을 어떻게 세우는지, 은행과 제3자 결제 플랫폼 간의 이윤 분배는 제3자 결제 방식 연구의 중점과 난점이 되었다. 제3자 결제 플랫폼이 인터넷 거래하는 회원에게 적당한 수수료를 요구하여 합리적인 비율로 수익을 분배할 수 있다.

마. 제3자 결제기업 경쟁력 강화

제3자 결제의 핵심 경쟁력은 서비스 혁신이다. 결제 플랫폼이 결제 기술의 혁신이 필요하다. 이 뿐만 아니라 결제기업의 혁신 중점은 산업사슬에 각 참여자 간의 협력 혁신, 전자상거래 플랫폼과 기업의 서비스 혁신, 전통적인 물류 등 시장에 결제수요를 이끌기 위한 서비스 혁신에 두며 혁신 업무를 세우고 서비스 업무를 증가하고 인터넷 결제업무를 확대한다. 이 과정 중에 제3자 결제기업이 고객과 잘 교류하여 고객의 반영에 의하여 서비스와 체제를 혁신하여 업무를 확대한다.



제VI장 결 론

제1절 요약 및 결론

새로운 유통방식으로서의 전자상거래는 경제활동효율을 제고하고, 상거래 비용을 줄이고, 경제발전을 추진하는 특징이 있으며 전자상거래 활동 중에서 점점 더 중요한 역할을 하고 있다. 중국 전자상거래가 선진국들보다 늦게 시작되었지만 그 발전 속도는 매우 빠른 상태를 나타내고 있다. 제3자 결제는 바로 거대한 시장수요 하에 생성된 것이다.

신형 결제방식으로서 제3자 결제가 일정한 정도로 전자상거래 중의 안전문제와 신용문제를 해결하였다. 전통적인 자금이체방식에 비해 제3자 결제가 화물품질, 거래신용, 반품교환요구 등을 효과적으로 보장할 수 있다. 온 거래과정 중에 거래쌍방을 구속·감독한다. 면대면 거래를 하기 어려운 전자상거래에 거래의 성공을 보장하기 위하여 제3자 결제가 필요한 지지를 받는다. 그래서 전자상거래의 신속한 발전에 제3자 결제업도 비약적으로 발전하고 있다.

제3자 결제 플랫폼의 출범에 있어서 아래 네 가지의 장점이 있다.

첫째, 여러 은행과 협력하는 방식으로 여러 개의 게이트웨이 포트를 제공하면서 인터넷 거래를 편리하게 하였다. 판매자에게는 각 은행의 인증 소프트웨어를 설치할 필요가 없으니 일정한 정도로 비용과 절차가 간소화되었다.

둘째, 제3자 결제기업이 중개인으로서 상가와 은행과의 협력을 성사시키고 윈윈의 국면을 가져왔다. 상가에게는 기업운영비용을 줄이고 은행이 제

3자 서비스 시스템을 이용하여 서비스를 제공하고 게이트웨이 개발 비용을 줄일 수 있다.

셋째, 거래 조회, 거래 시스템 분석 등 부가가치 서비스를 제공할 수 있다.

넷째, 거래쌍방의 상세한 거래 기록이 보류되고 거래쌍방의 분쟁에 증거를 제공한다.

한마디로 말하면 제3자 결제가 결제안전문제와 거래신용문제를 동시에 해결하는 이상적인 방식이다.

2010년 6월, 중국인민은행이 「비금융기구결제서비스관리방법(非金融機構服務管理辦法)」을 공포하여서 중국 제3자 결제업에 공식적으로 감독·관리를 실시하였다. 관련 규정에 따라 비금융기구가 결제서비스를 제공하려면 "지불업무허가증(支付業務許可證)"을 받아야 한다. 그리고 제3자 결제를 포함한 비금융기구가 2011년 9월 1일 전에 "지불업무허가증"을 신청하고 받아야 한다. 만약에 그렇지 못하면 결제업무를 계속하지 못한다.

2011년과 2012년에 네 차례의 발급을 한 후에 결제기업들이 결제업무허가증을 받았다. 제3자 결제 기업은 정책 측면에서 인가를 받았고 그의 지위가 합법화되었다. 제3자 결제 허가증의 발행은 업계에 거대한 영향을 가져왔다. 많은 전통기업들은 제3자 결제를 사용하기 시작하였다.

제3자 결제가 전자상거래 산업의 발전을 촉진하고 있지만 제3자 결제방식이 여러 가지 문제점들을 내포하고 있다. 이 중에서도 치열한 가격경쟁으로 인한 제3자 결제 서비스의 질적 저하와 지불에 있어서 노출 위험의 존재 등의 문제가 아직도 많이 있다. 그리고 인터넷 기술안전, 감독·관리 방식, 신용체계 미비, 수익문제, 침전자금 등 문제점들이 제3자 결제방식의 발전을 저해하고 있다.

이러한 문제점들을 개선해야 할 것으로 사료된다. 입법기관은 제3자 결

제 발전 현황과 실제 소요를 결합하게 하여 중국 국정에 적합한 법률법규를 세워야 한다. 관련된 관리부문들은 협력을 하고 은행과 기업에 대한 감독·관리를 강화하여야 한다. 제3자 결제기업은 업무 혁신을 하여 기업경쟁력을 강화하여야 한다. 이러한 문제점들을 해결하기 위하여 정부, 은행, 민간결제기업 등의 공동노력이 필요하다.

본 논문은 중국 제3자 결제의 발전 현황을 시작해 중국 전자상거래에 있는 문제점과 개선방안을 탐구하였다. 본 논문의 연구 성과가 제3자 결제 산업의 업무방식의 혁신, 수익, 그리고 경쟁력 제고에 중요한 의의를 기여한다.

제2절 연구의 시사점 및 한계점

본 연구는 중국 제3자 결제 시장의 발전 현황을 살펴보고 그 중에 시장 발전을 저해하고 있는 제3자 결제의 문제점과 개선방안에 관하여 논의하였다.

그런데, 본 연구는 제3자 결제의 위험 분석이 서술적인 분석이고 제3자 결제의 발전에 따라 연속적·체계적인 통계 데이터를 수집하여 실증적인 분석을 할 필요가 있다.

본 연구는 주로 문헌연구에 치중하여 실증적인 분석이 미흡하고 제3자 결제의 확산이 점점 심화해지고 있어 구체적인 사례분석을 통한 심층적인 연구를 수행하지 못한 한계점을 가지고 있다. 이에 향후 연구를 보완하기 위하여 제3자 결제의 미래방안에 대한 실증분석을 통하여 연구할 필요가 있다.

그리고 향후 법률법규를 보완하기 위하여 미국, 한국, 유럽 등 온라인

결제 선진국의 법안을 참고·비교하여 중국의 법률법규 개선방안에 대한 더 깊은 연구도 필요할 것이다. 특히, 중국 국정을 깊이 연구하고 중국 국정에 적합한 법률법규를 탐구·출범하는 것이 매우 중요한 과정이 될 것이다.

그리고, 제3자 결제기업들의 시장경쟁력을 제고하기 위하여 경쟁력의 영향요소를 연구할 필요가 있다. 그렇다면 제3자 결제업이 전자상거래의 발전을 촉진시킬 수 있다.



<참고 문헌>

<단행본>

윤광운, 「전자상거래」, 삼영사, 2011

李蔚田·楊雪·楊麗娜, 「网络金融與電子支付」, 北京大學出版社, 2009

徐勇, 「網絡支付與結算」, 北京大學出版社, 2010

帥青紅·蔣義軍·張英, 「網上支付與安全」, 北京大學出版社, 2010

張潤彤, 電子商務概論, 北京電子工業出版社, 2004

<논문>

陳秀美, "從電話支付業務發展軌跡解析經營策略", 技術交流, 2009(1)

董仁濤, "支付寶: 從淘寶網看電子商務支付方式", 商場現代化, 2006(02)

杜文中·陳耀剛, "網絡經濟的仲介存在性及其變動趨勢", 石油大學學報(自然科學版), 2000(5)

關國光, "央行 '支付業務許可證' 促進電子支付健康發展", 「金融會計」, 2011(07)

李鍵, "中小企業電子商務發展對策研究", 企業經濟, 2004(12)

李育林, "第三方支付作用機理的經濟學分析", 商業經濟與管理, 2009(4)

梁文彧, "第三方支付現狀分析與發展對策", 技術研究, 2011(10)

林耀華, "試論遠距通訊買賣中的消費者權益保護", 中國政法大學碩士論文, 2011

喬陽·沈孟·劉傑·楊光·岳強, "電子商務對國際貿易的影響及應用現狀分析", 對外經貿, 2012(03)

孫超, "第三方支付是電子商務的助推器", 湖北職業技術學院學報, 2006,3(1)

孫蕾, "第三方支付行業SWOT分析及發展對策研究", 電子商務, 2012(2)

田世海, "中小企業電子上午應用模式研究", 學術交流, 2005(2)

王菲菲, "第三方支付產業價值鏈探析", 電子商務, 2009(1)

王化中·強鳳嬌, "電子商務的六要素模式塑造", 商場現代化, 2006(9C)

溫斌, "我國網上支付的現狀問題及對策研究", 武漢大學碩士學位論文, 2005

姚浩, "電子支付: 全球化運行與多元化服務", 信息網絡, 2009(05)

楊國明, "網絡支付產業鏈分析", 東南大學學報, 2006(8)

張淑華, "電子支付工具基本問題探討", 中國高新技術企業, 2011(05)

趙穎, "第三方支付的模式分析及問題探索", 對外經濟貿易大學碩士學位論文, 2006

周慶山·周城雄, "我國B2C電子商務支付方式及信用風險分析", 南方經濟, 2003(13)

朱大偉, "淺談第三方支付的博弈分析", 2011(09)

Debra Cameron, Electronic Commerce, The New Business Platform for the Internet [J], Computer Technology Research Corporation, 1997.

Ravi Kalakota, Andrew B. Whinaton, 「電子商務管理技術與應用」, 清華大學出版社, 2000

<보고서>

艾瑞諮詢, "2011年中國移動支付行業研究報告簡版", 2012.4

艾瑞諮詢, "2009-2010年中國網上支付行業發展報告", 2010

艾瑞諮詢, "2011年中國互聯網支付年度監測報告", 2012

CNNIC, "中國網絡支付安全狀況報告", 2012.10

"第29次中國互聯網發展狀況統計報告", 中國互聯網信息中心, 2012.1

中國第三方在線支付市場年度綜合報告2012, 易觀國際, 2012.3

中國人民銀行, "電子支付指引(제1호)", 제2조, 2005

中國商務部, "2010-2011年度中國電子商務發展報告", 2010

<인터넷 사이트>

艾瑞諮詢 <http://www.iresearch.com.cn>

東北新聞網 <http://www.nen.com.cn>

硅谷動力 <http://www.enet.com.cn>

易觀國際 <http://www.analysys.com.cn>

易觀智庫 <http://www.enfodesk.com>

中國國家統計局 <http://www.stats.gov.cn>

中國互聯網信息中心 <http://www.cnnic.net.cn>

中國商務部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中國知網 <http://www.cnki.net>

中商情報網 <http://www.askci.com>