
중국 인터넷 보고서

웨이코리아 번역

BCG

AliResearch
阿里研究院

Baidu 百度
发展研究中心

滴滴政策研究院

INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

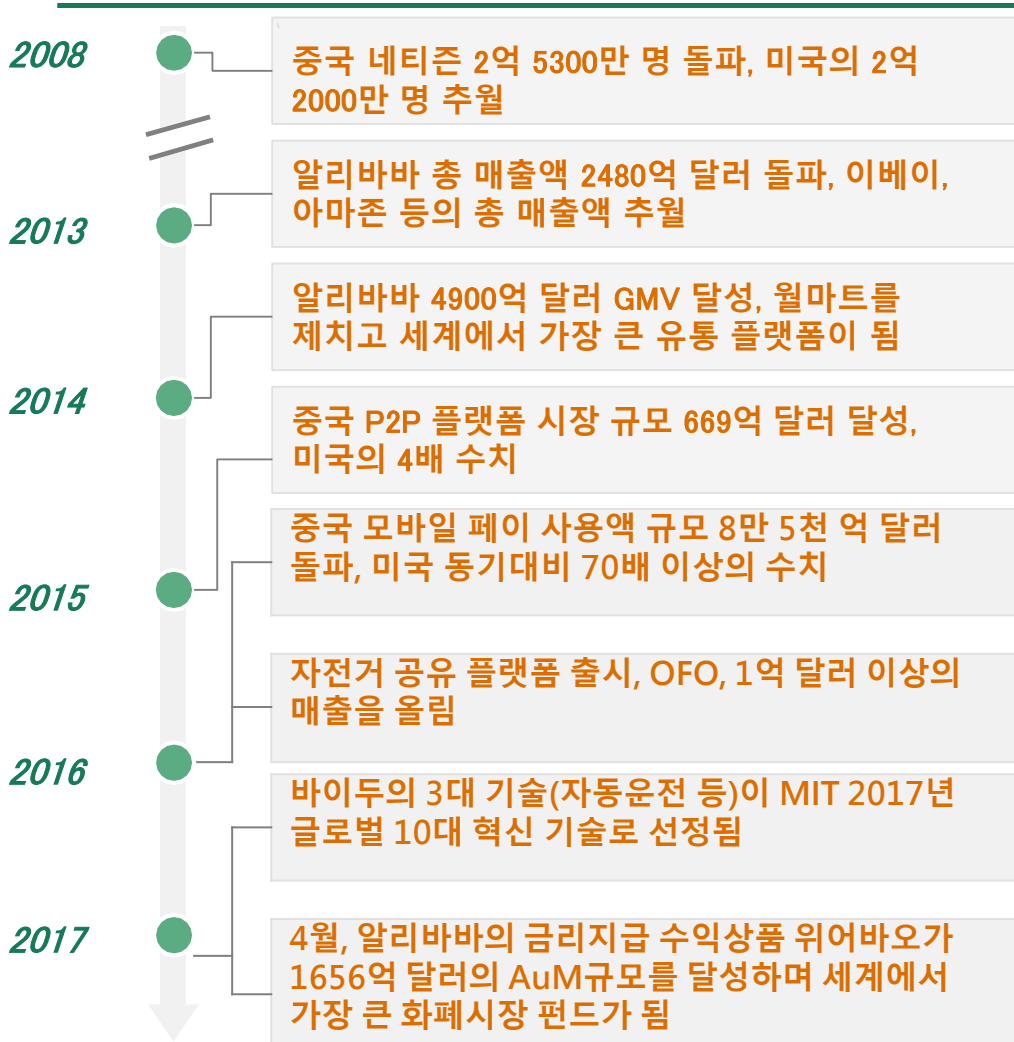
특성

- ✓ 시장
- ✓ 유저
- ✓ 경쟁구도
- ✓ 총평

중국 인터넷에 대한 고찰

- 01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전
- 02 중국 인터넷의 활성화 변화
- 03 중국 인터넷의 성공 요인
- 04 향후 중국 인터넷의 발전 방향
- 05 중국 인터넷의 해외 진출

Intro



중국과 미국, 세계 인터넷 발전을 이끄는 2대 핵심 국가로 성장

본 보고서는 중국 인터넷의 특징과 발전 요소, 향후 발전 방향을 밝히는 것에 의미를 둠

본 보고서는 보스톤 컨설팅 그룹과 중국의 알리바바, 바이두, 디디선두가 협력하여 만들었음을 알림

INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

특성

✓시장

✓유저

✓경쟁구도

✓총평

중국 인터넷에 대한 고찰

01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전

02 중국 인터넷의 활성화 변화

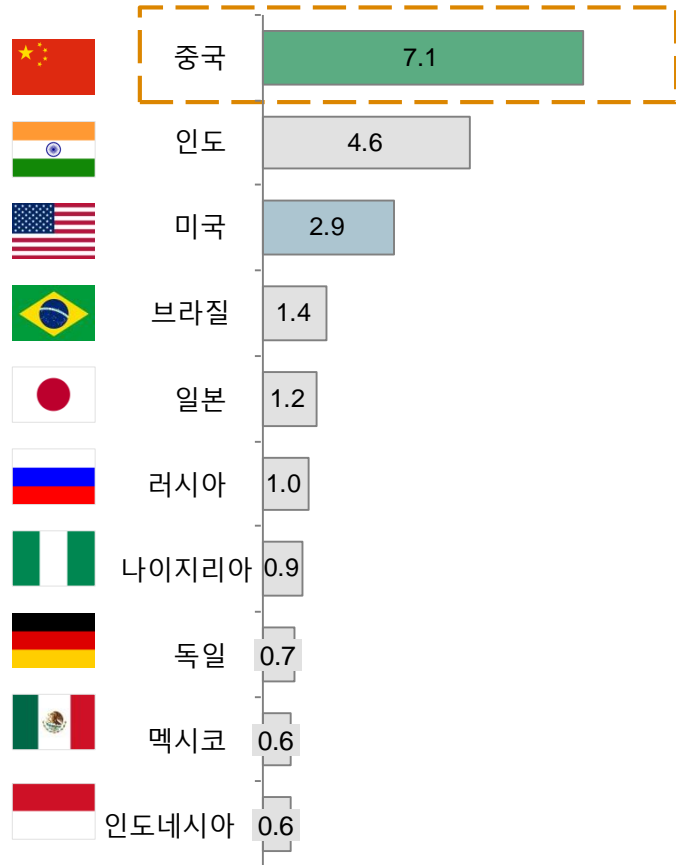
03 중국 인터넷의 성공 요인

04 향후 중국 인터넷의 발전 방향

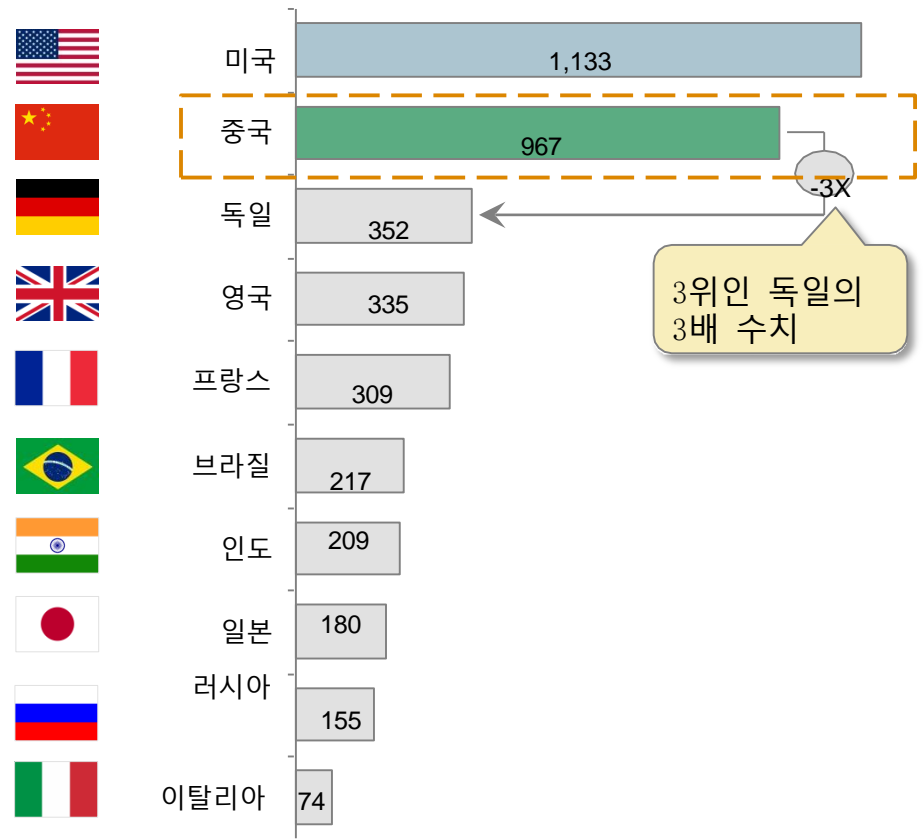
05 중국 인터넷의 해외 진출

시장 규모: 세계 최대의 인터넷 시장으로 떠오른 중국

2016 전세계 네티즌 수 (억 명)



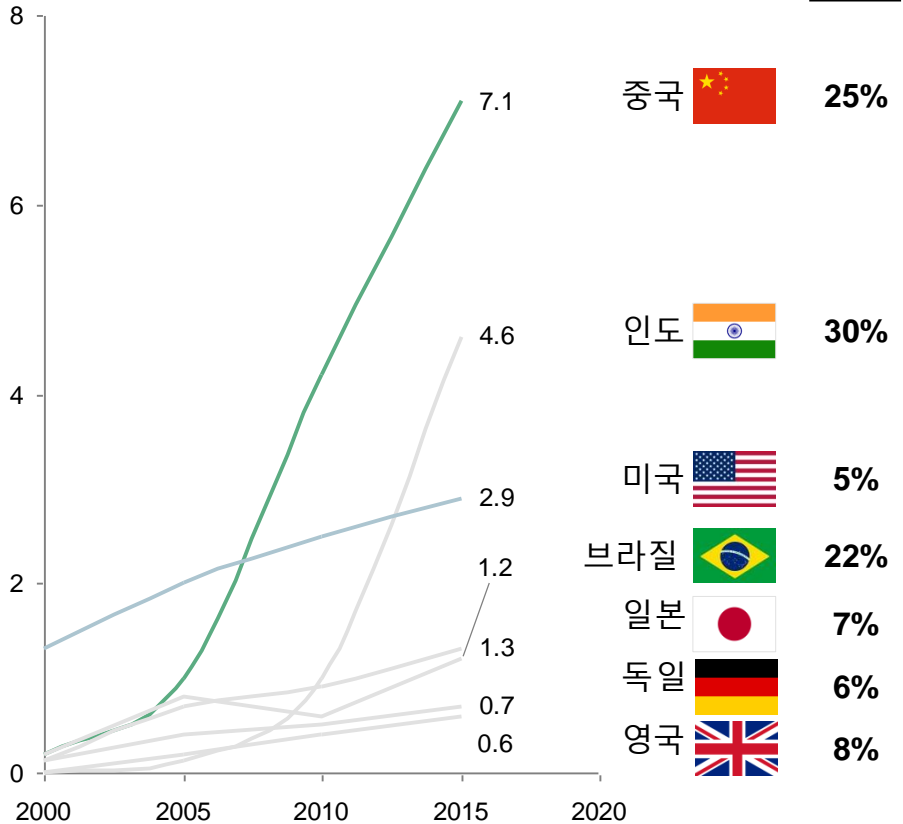
중국의 인터넷 소비 규모



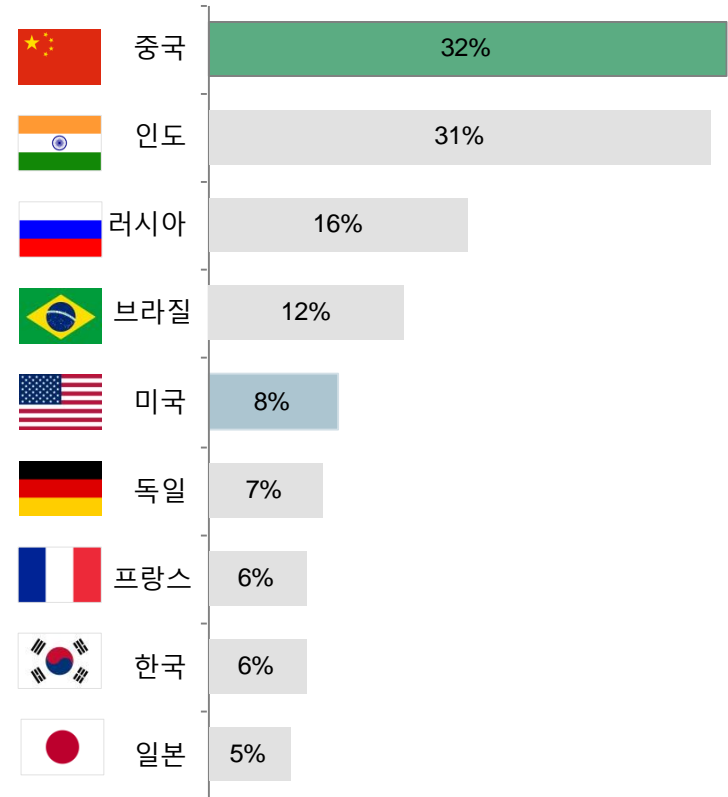
시장 성장: 중국 인터넷 시장의 빠른 성장세

15년 간 전세계 네티즌 증가율

네티즌 수 (억 명)



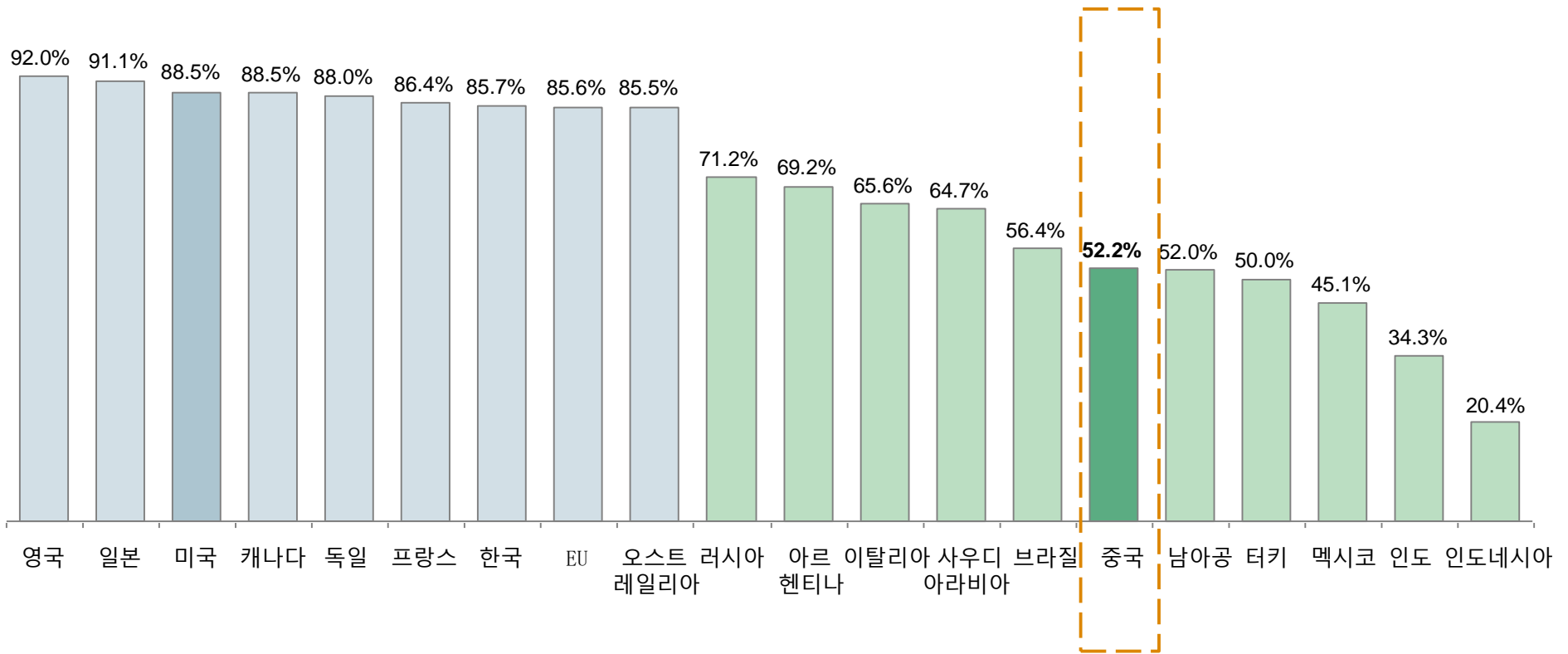
5년 간 인터넷 소비 증가율 32%



시장 잠재력:

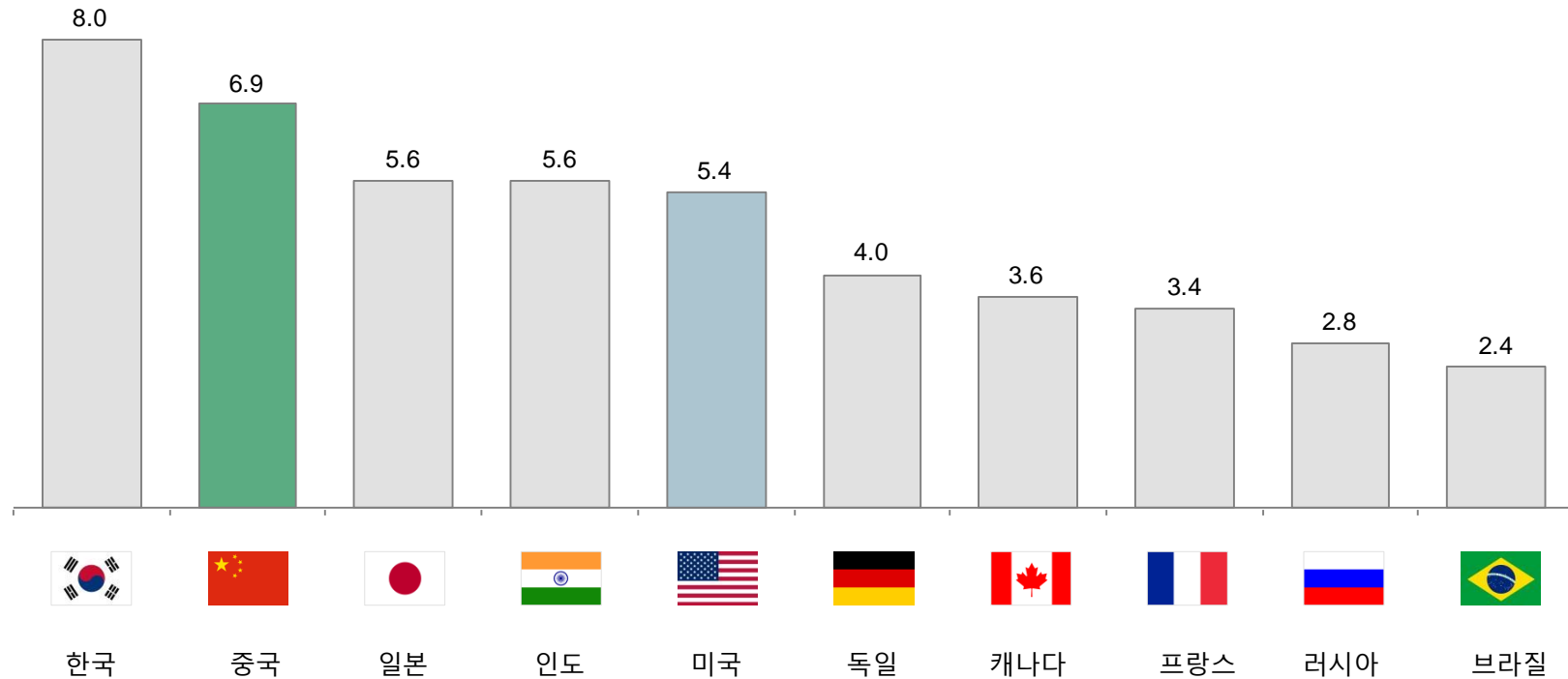
G20 평균 수준보다 낮은 보급률로 미래 잠재력 보유

G20 인터넷 보급률 (2016년7월)



시장 소셜네트워크화: eGDP 6.9%를 달성, 세계 최상위권 수준

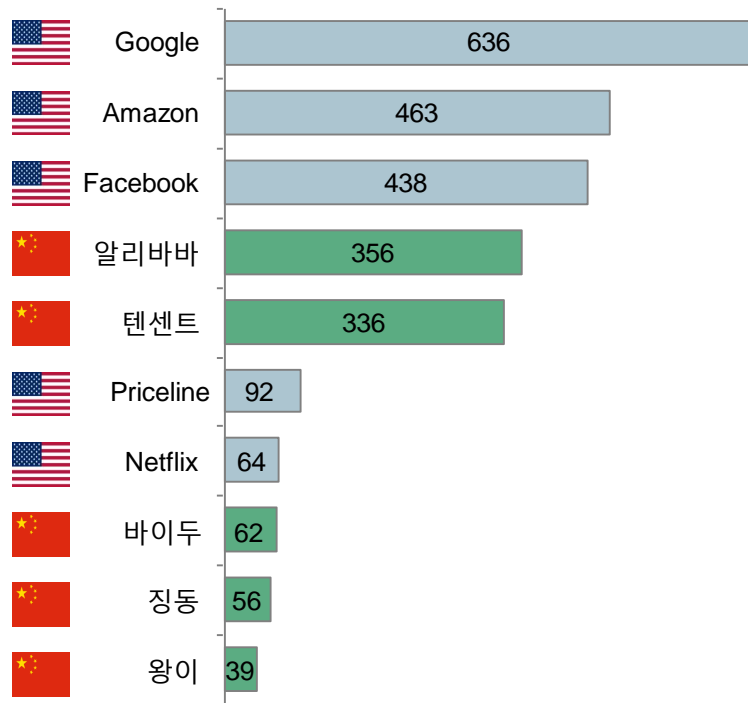
세계 각국의 eGDP: 인터넷 관련 업계 GDP가 전체 GDP에서 차지하는 비율 (% , 2016)



영향력: 중국 인터넷 기업의 글로벌 영향력 증대

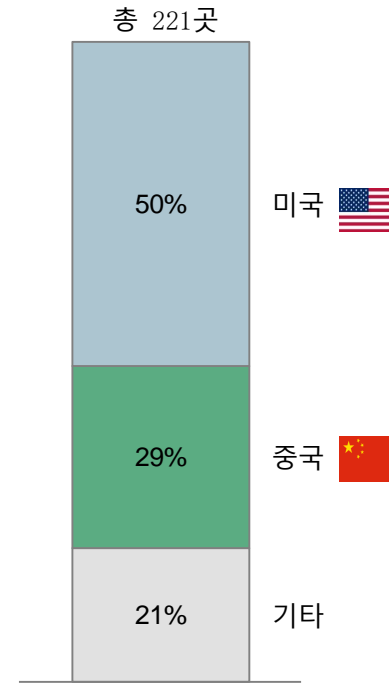
전세계 10 대 인터넷 기업

중국 기업이 5곳 포함됨



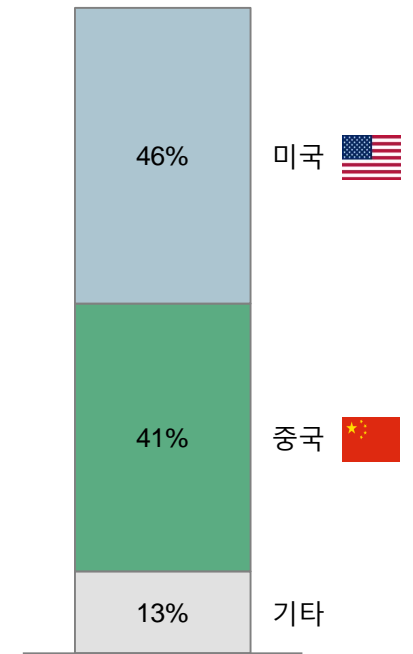
전세계 유니콘 기업들 중 중국계 기업이 30%이상을 차지 (2017)

전세계 유니콘 기업 분포



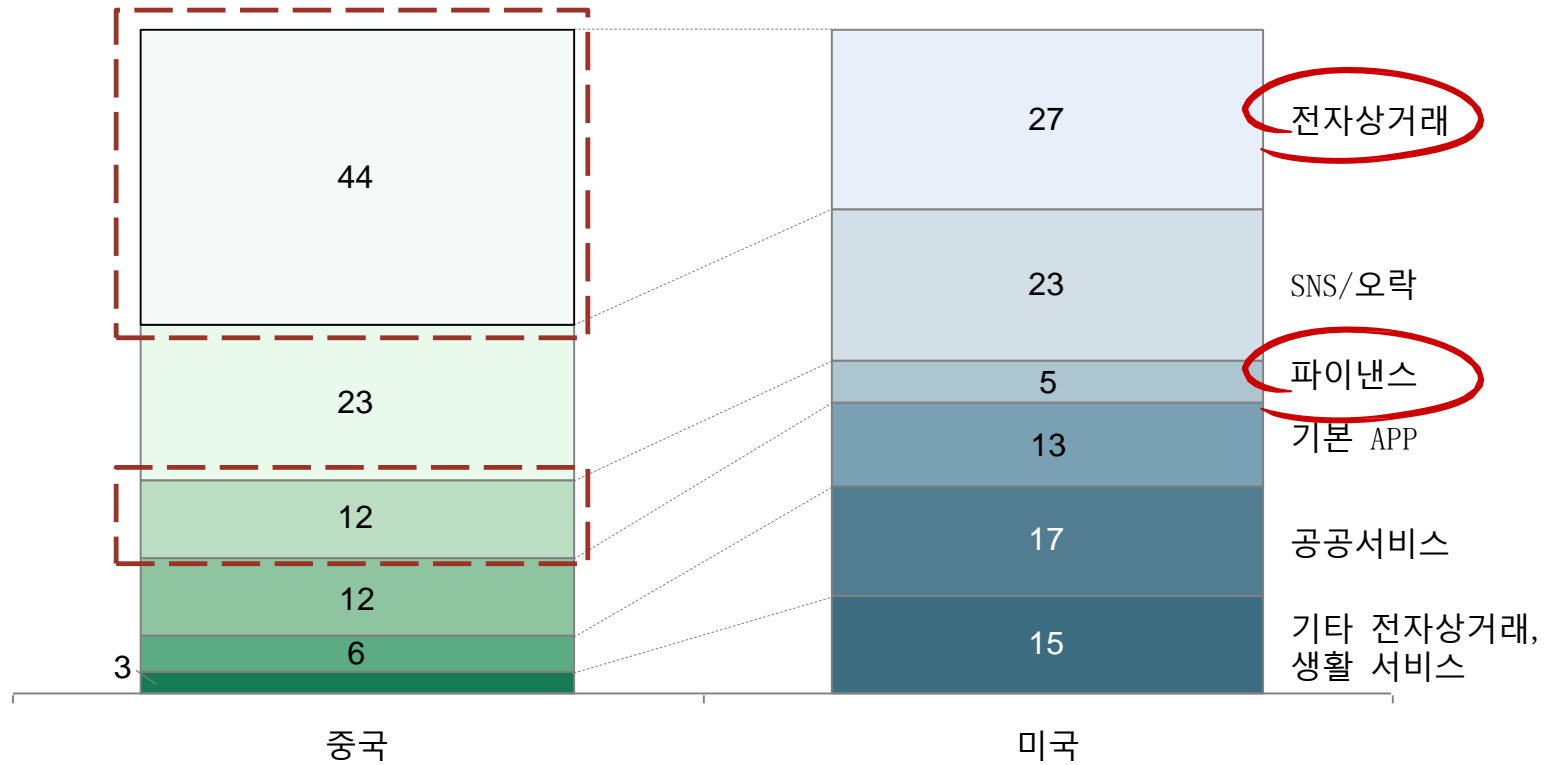
전세계 유니콘 기업 시가 총액

총 시가 예상액 7960억 달러



시장구조: 미국을 뛰어넘은 중국 인터넷 활용 전자상거래 및 파이낸스 업계

2016년 중국 미국 인터넷 업계 분류 (% , 예상액)



INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

✓특성

✓시장

✓유저

✓경쟁구도

✓총평

중국 인터넷에 대한 고찰

01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전

02 중국 인터넷의 활성화 변화

03 중국 인터넷의 성공 요인

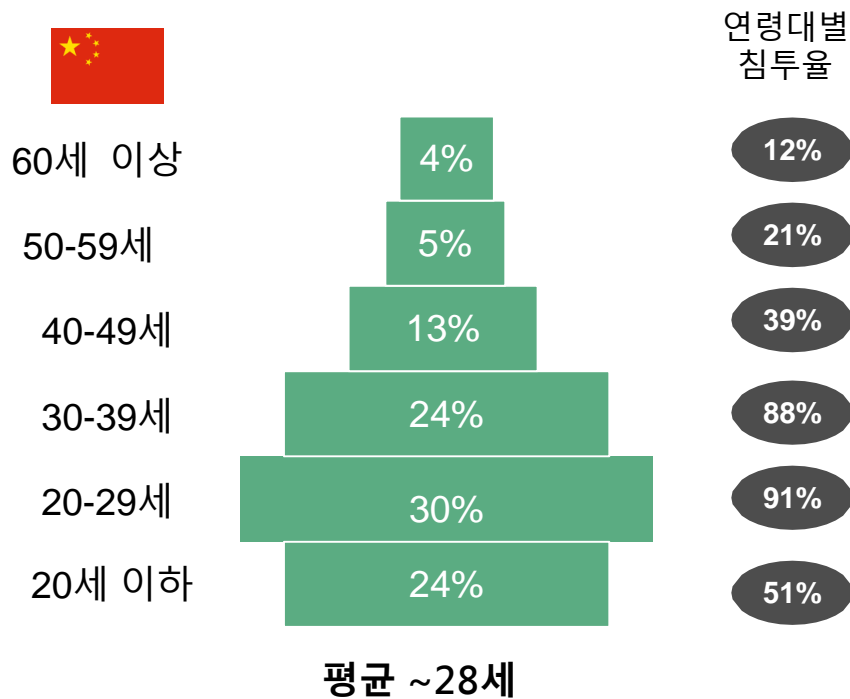
04 향후 중국 인터넷의 발전 방향

05 중국 인터넷의 해외 진출

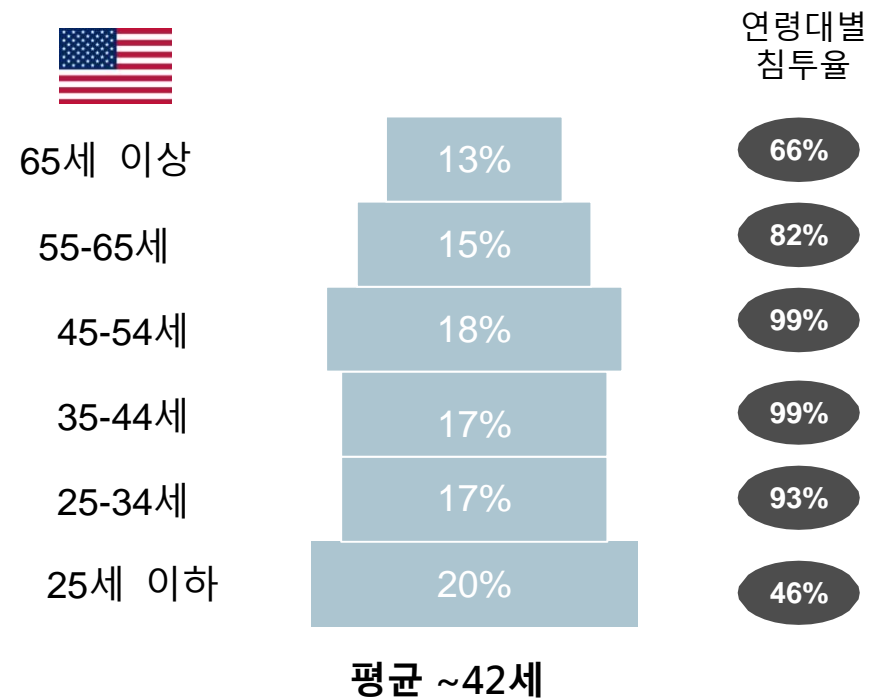
유저:

미국 네티즌보다 평균 14세가 낮은 중국의 젊은 인터넷 유저들

2016 중국 네티즌 연령 분포



2016 미국 네티즌 연령 분포



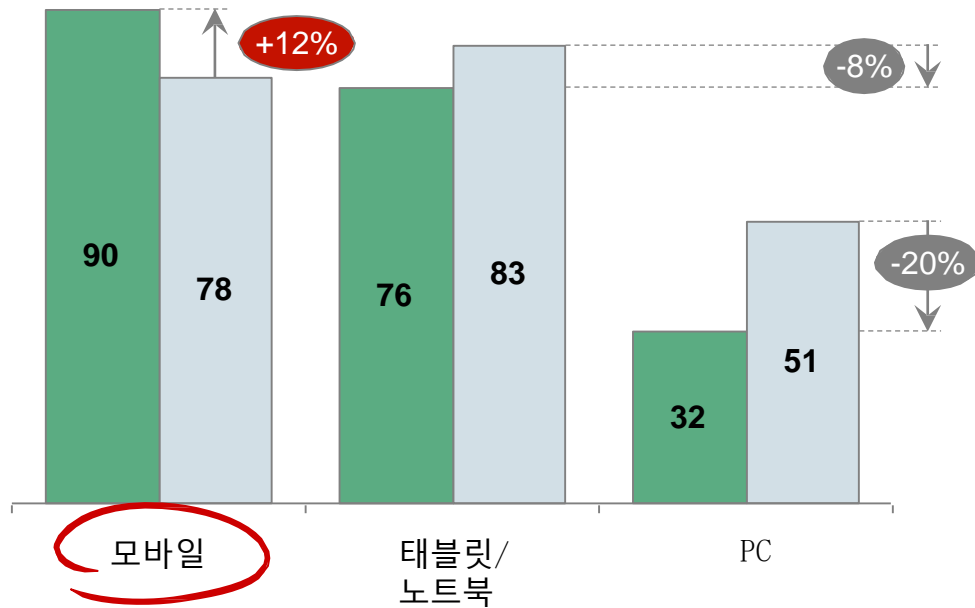
중국 전체 인구에서도 낮은 연령대 비중이 높음. 중국의 젊은 네티즌들의 인터넷 침투율 역시 높음. 이는 미국 네티즌보다 평균 14세가 낮은 수치이며 젊은이들 위주의 콘텐츠가 많음.

기기 선호도: 모바일에서 접속하는 유저들

중국 미국 네티즌의 모바일 인터넷 침투율

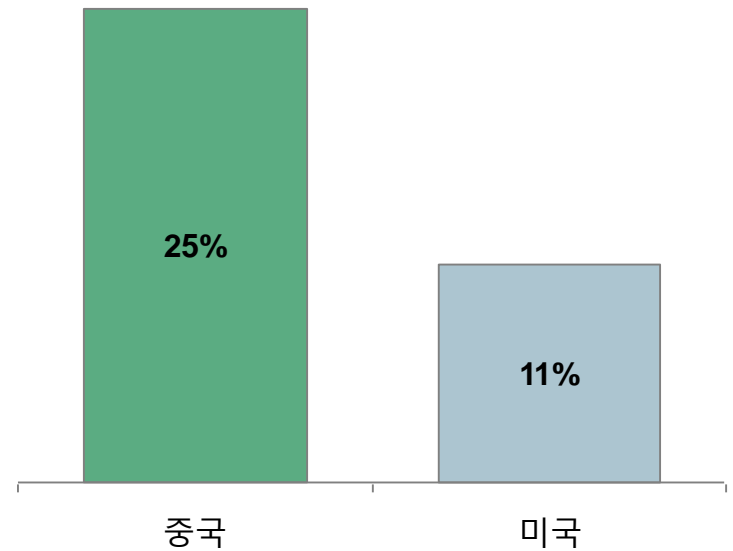
(2015, %)

■ 중국 ■ 미국



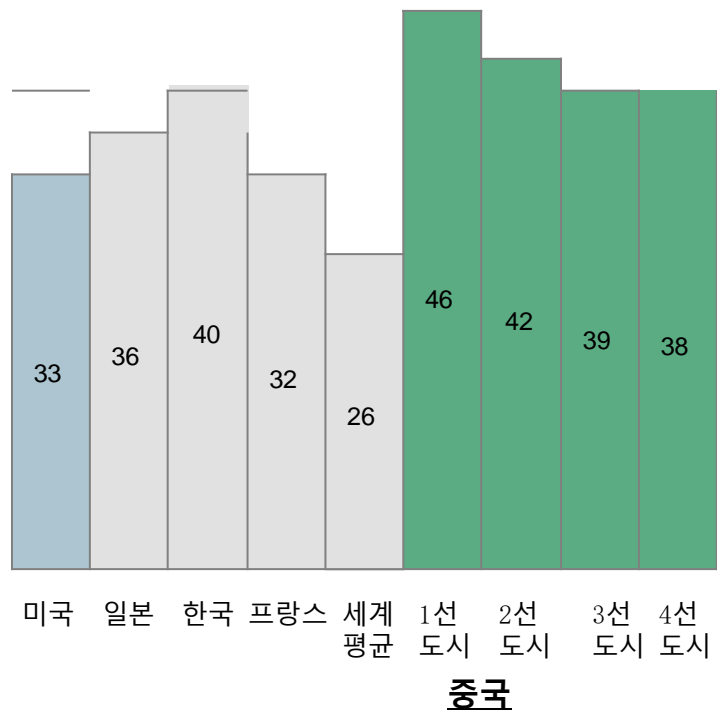
모바일로만 접속하는 네티즌

모바일로만 접속하는
네티즌 비율 (2016, %)



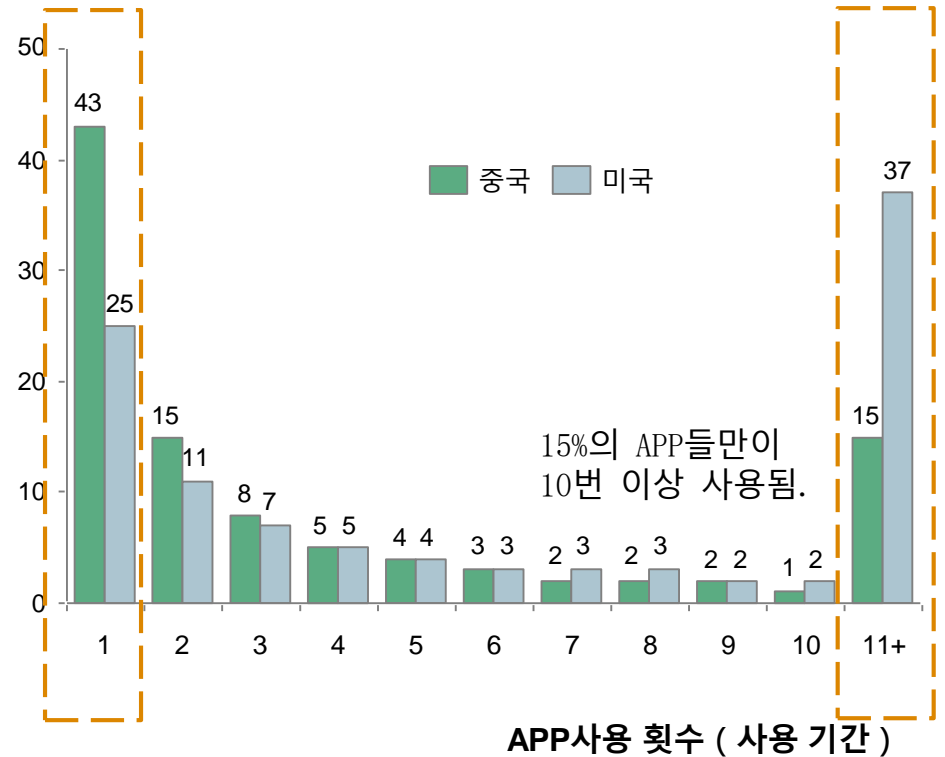
APP 선호도: 중국 네티즌들의 APP 사용 경향

2015년 중국 미국 인당 평균 APP 설치 횟수



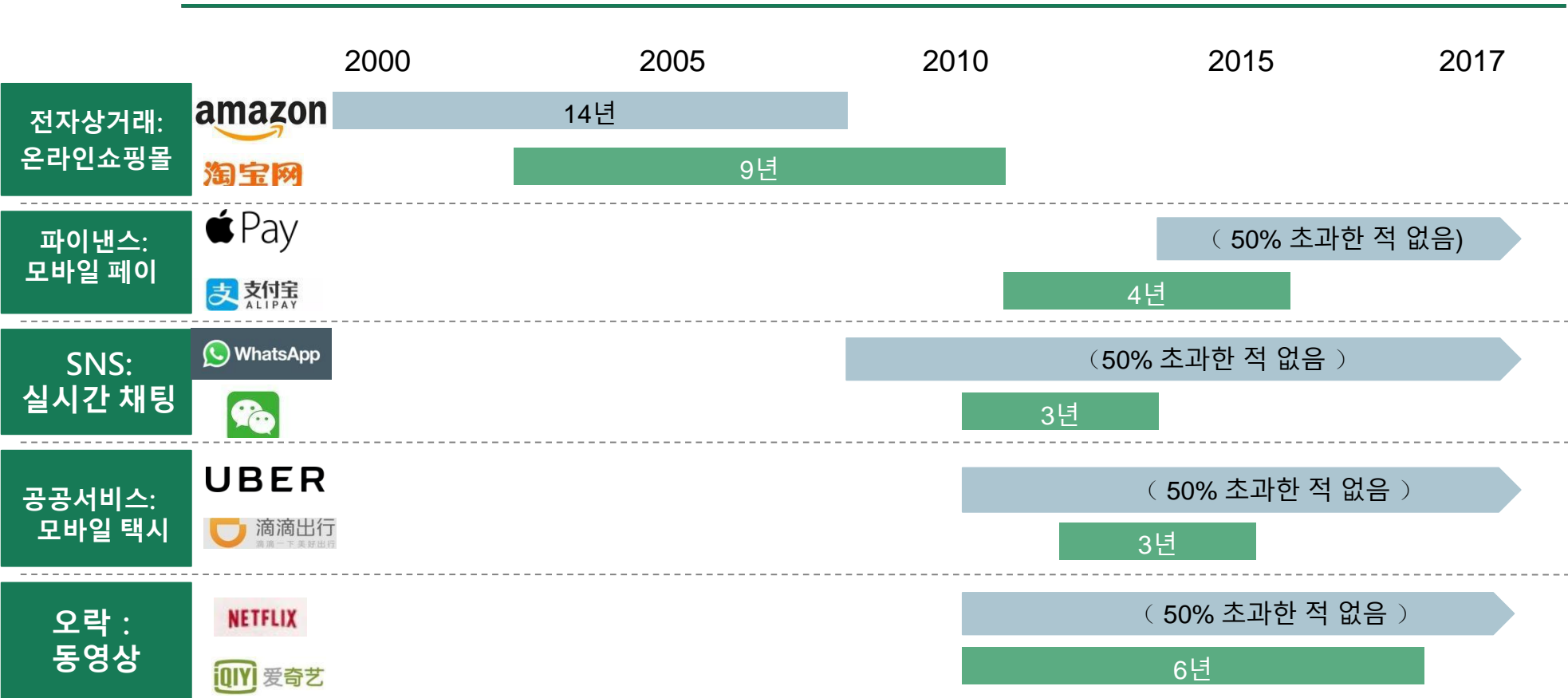
2015년 중국 미국 모바일 APP 사용 횟수 (%)

중국의 APP 중 43%는 단 한 번만 사용됨



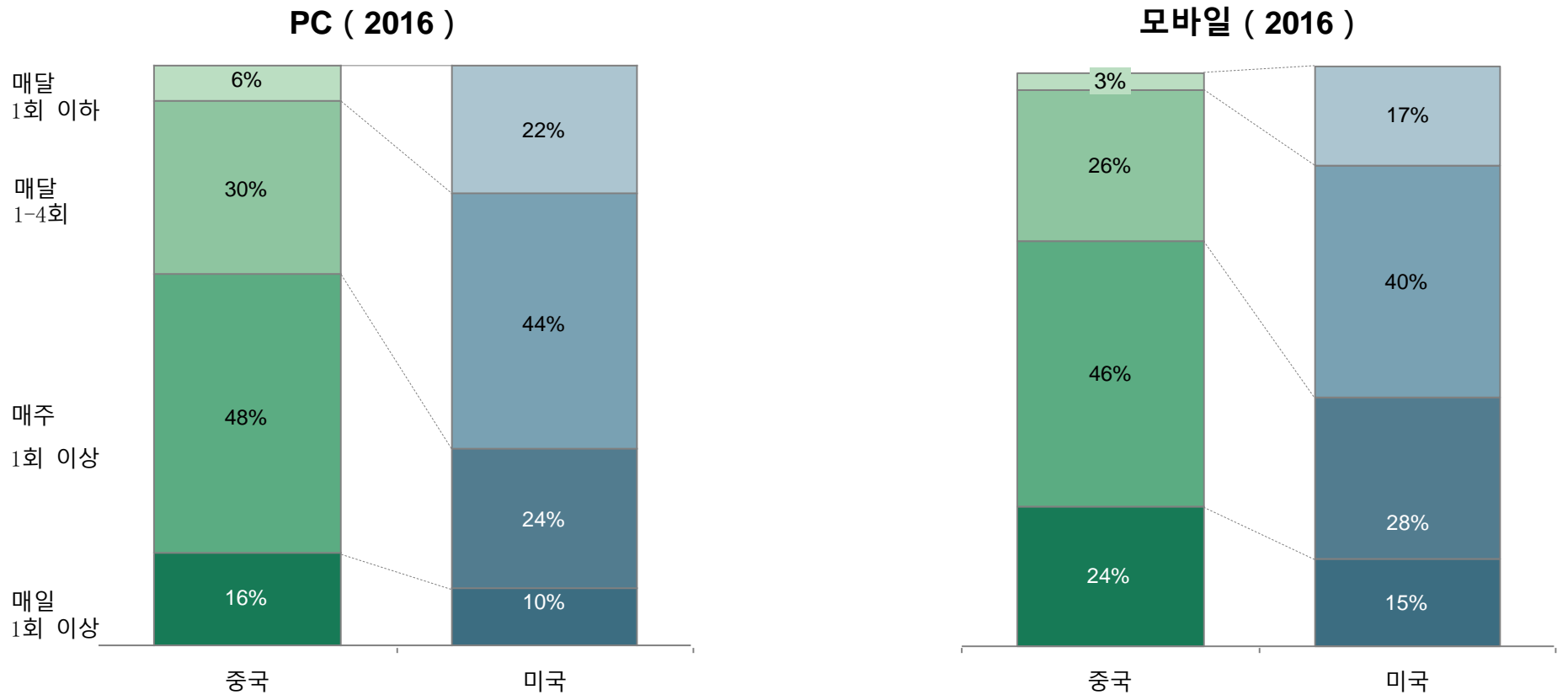
APP 선호도: 높은 핵심 APP 침투율

중국, 미국 네티즌들의 총 사용 시간 중 50% 이상을 차지하는 APP



소비 선호도: 온라인 쇼핑을 선호

중국 네티즌들의 높은 온라인 쇼핑율



INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

특성

✓시장

✓유저

✓경쟁구도

✓총평

중국 인터넷에 대한 고찰

01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전

02 중국 인터넷의 활성화 변화

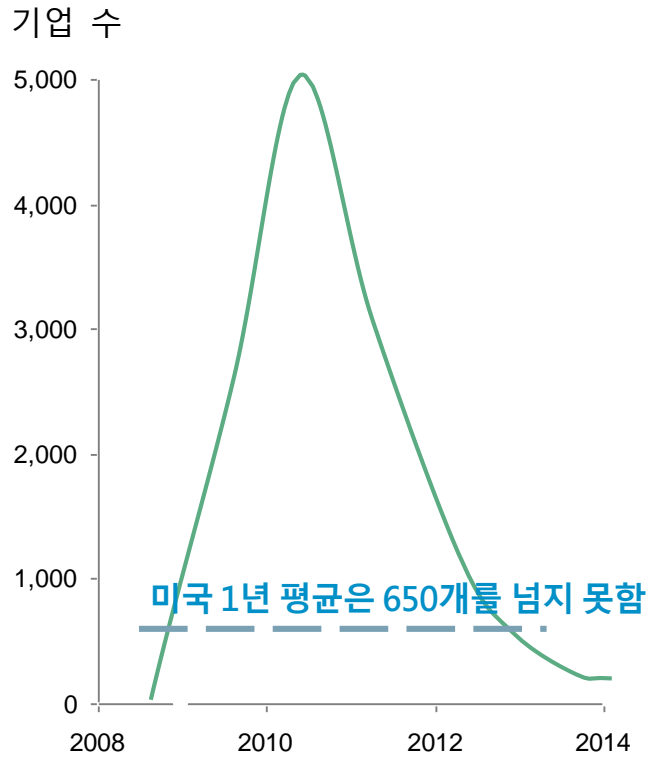
03 중국 인터넷의 성공 요인

04 향후 중국 인터넷의 발전 방향

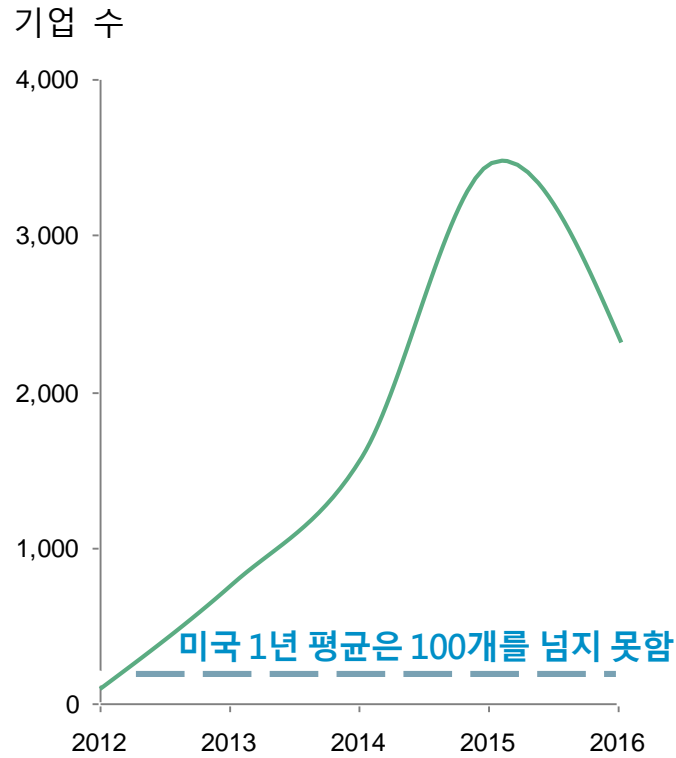
05 중국 인터넷의 해외 진출

경쟁구도: 성공한 기업 수는 많지만 짧은 기업 수명

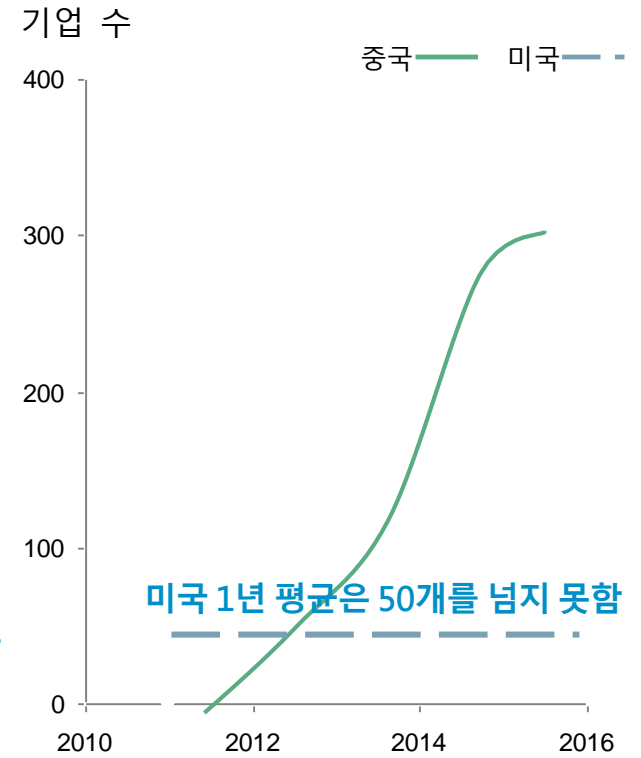
소셜커머스



온라인신용대출P2P

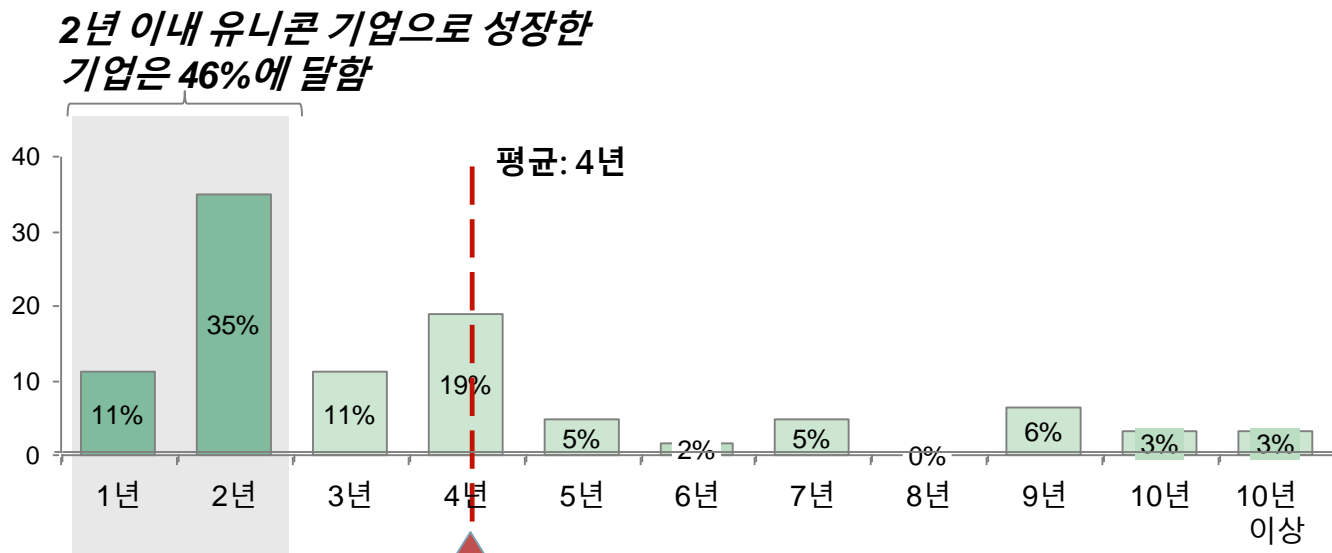


온라인생방송

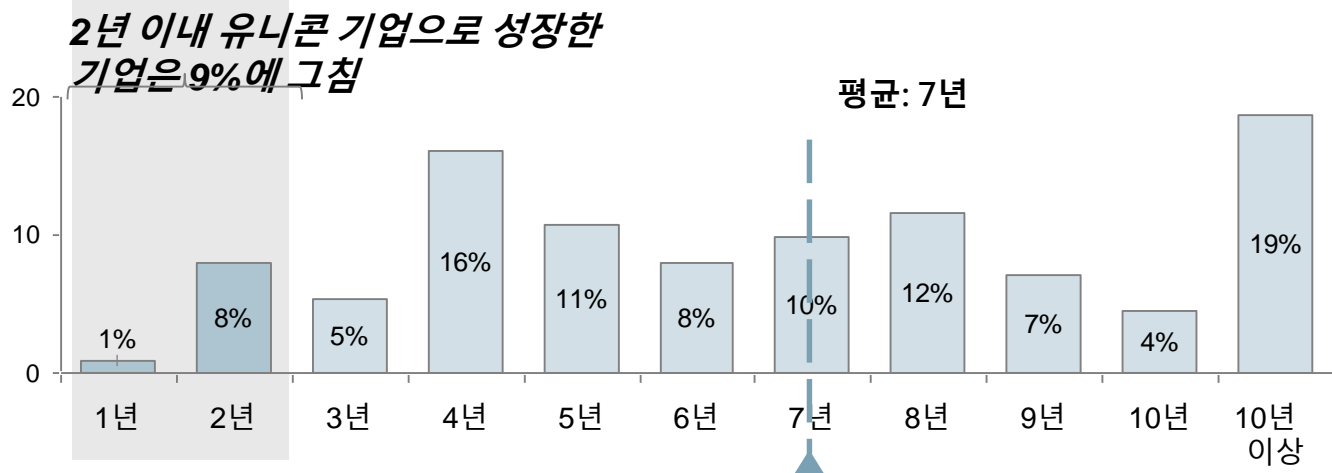


경쟁 특징 : 짧은 기간 내 성공할 수 있는 환경

중국 인터넷 기업이
10억 달러 이상의
시가 총액을
달성하기까지
걸리는 시간 분포도
(1997-2017)



미국 인터넷 기업이
10억 달러 이상의
시가 총액을
달성하기까지
걸리는 시간 분포도
(1997-2017)



INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

특성

- ✓ 시장
- ✓ 유저
- ✓ 경쟁구도
- ✓ **총평**

중국 인터넷에 대한 고찰

- 01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전
- 02 중국 인터넷의 활성화 변화
- 03 중국 인터넷의 성공 요인
- 04 향후 중국 인터넷의 발전 방향
- 05 중국 인터넷의 해외 진출

총평: 중국 인터넷가 보여주는 중국의 3대 특징

크고 독특함

중국은 이미 세계 최대의 인터넷 시장으로 성장하였으며 영향력이 매우 강함

- 중국은 7.1억명의 네티즌을 보유하고 있으며 이는 인도와 미국을 합친 만큼의 수치임.
- 인터넷 소비 규모는 세계 2위.
- 중국 인터넷의 규모와 수량으로 세계 최상위권에 오름.

중국 인터넷과 미국 인터넷의 비교

- 시장 구조로 보면 중국 전자상거래 및 파이낸스 업계의 점유율이 높음.
- 중국 네티즌들의 연령대가 낮으며 새로운 것을 좋아하는 경향.

빠른 성장세

중국 인터넷 경제의 빠른 성장

- 25%의 네티즌 연평균 증가율, 32%의 인터넷 소비증가율을 보임.
- 중국 인터넷 네티즌 보급율은 52%로 G20 중 낮은 수치를 보임. 높은 잠재력 기대 가능.

중국 인터넷 APP과 서비스의 보급율이 빠르게 상승하며 APP 침투율이 증가함

- 중국의 모바일 페이 규모는 미국의 70배, 새로운 APP의 유저들에 대한 커버율은 50%를 초과

활성도 변화

중국 인터넷 경제의 활성도가 높고 변동폭도 큼

- 사이클이 빠르고 서비스 및 APP의 변화가 빠름
- 성공한 기업 수가 많지만 기업들의 평균 수명 역시 짧아짐

중국의 인터넷 경제가 던지는 의문



INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

특성

- ✓ 시장
- ✓ 유저
- ✓ 경쟁구도
- ✓ 총평

중국 인터넷에 대한 고찰

01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전

02 중국 인터넷의 활성화 변화

03 중국 인터넷의 성공 요인

04 향후 중국 인터넷의 발전 방향

05 중국 인터넷의 해외 진출

중국 인터넷 발전의 핵심 3요소

1

기존 시장을 활용

- 많은 인구와 연령대가 낮은 인구
- 값싸고 풍부한 젊은 인력
- 넉넉한 화폐 공급과 활성 VC
- 정부가 지원하는 기본 인프라

2

투명도 높은 기업

- 상품, 서비스, 기업의 활동이 온라인에서 보여지기 때문에 빠르고 공개된 정보를 볼 수 있음
- 개방 및 공유는 인터넷의 핵심으로 기술의 빠른 발전을 이룸

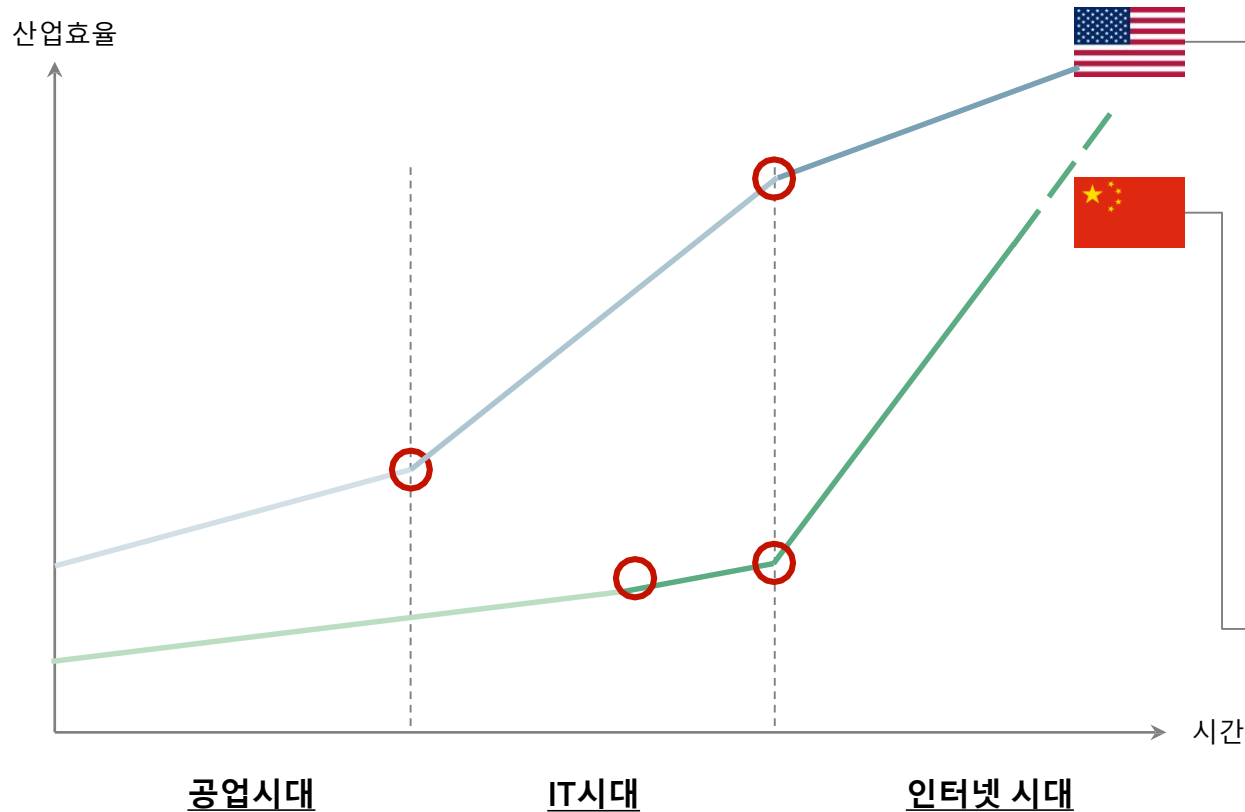
3

빠른 성장

- 중국은 빠른 경제 성장을 이룩했기 때문에 오프라인 판매 커버리지와 신용카드 결제 등의 기존 인프라가 부족함
- 낮은 출발점에서 시작해 기존 인프라의 수요와는 별개로 인터넷 기술을 발전시킴

기존 인프라의 부족, 이에 대한 수요와 별개로 발전한 중국의 인터넷

중국과 미국의 발전사



인터넷의 역할

점진적인 발전

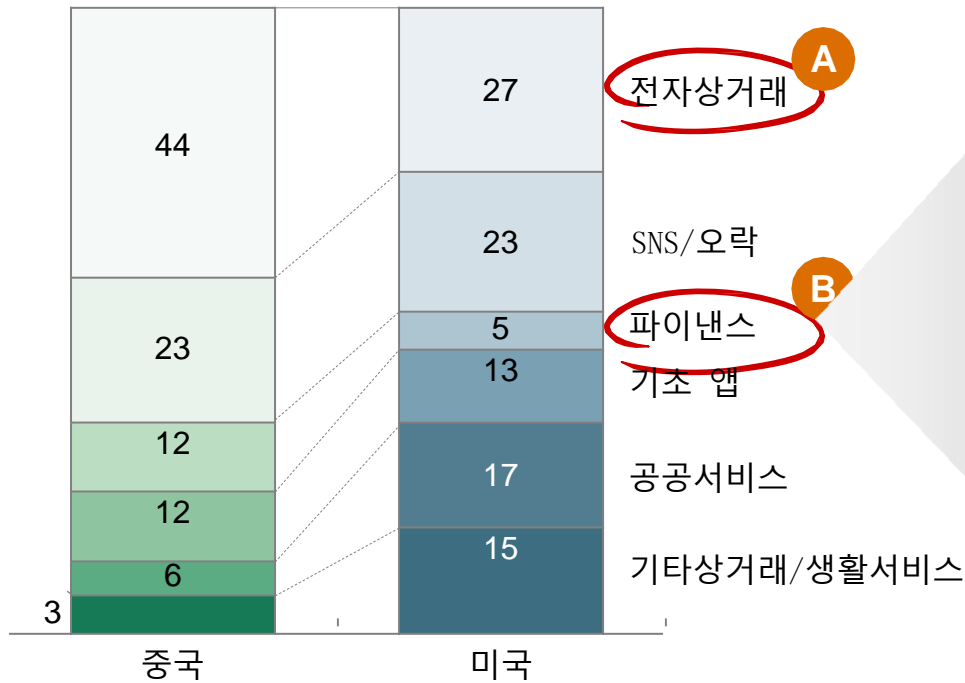
- 기존 경제 발전을 통해 이룩된 일정한 소비 습관
- 인터넷의 등장으로 경제는 점진적인 발전을 이룩하게 되며 탄탄한 기초 경제를 활용할 수 있음

도약적인 성장

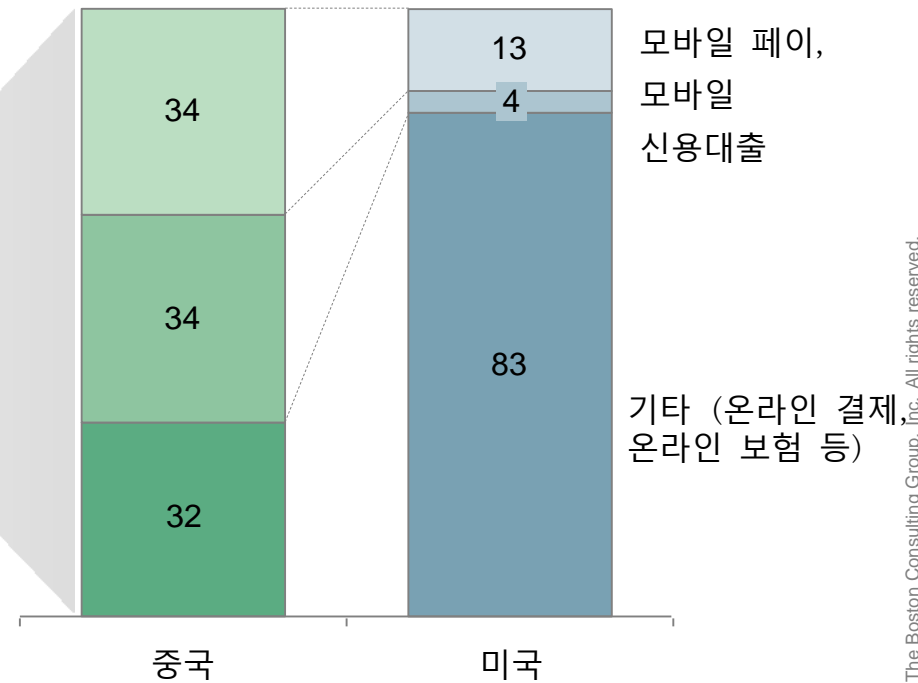
- 기존 스마트/모바일 시장은 인프라의 부족으로 시장수요를 만족시키지 못함
- 인터넷의 발전으로 시장 수요를 충족시키고 시장을 선두함

도약적인 성장으로 독특한 시장을 이룩한 중국 인터넷

2016년 중미 인터넷 매출 비중 (%)



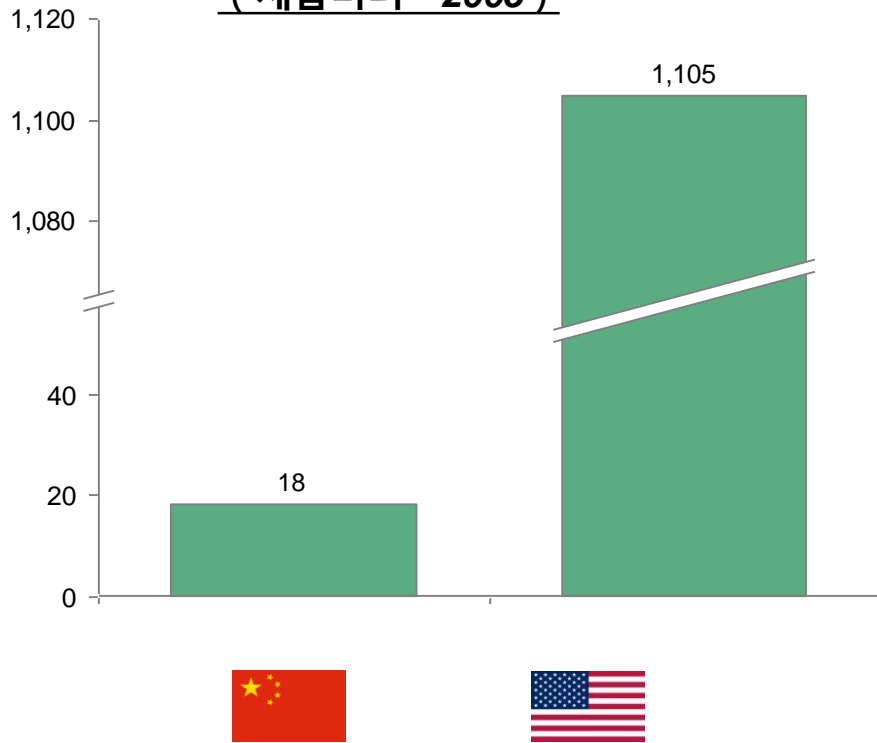
2016년 중미 온라인 파이낸스 부문 매출 비중 (%)



A 인터넷 발전 초기 전자상거래 시장 케이스스터디

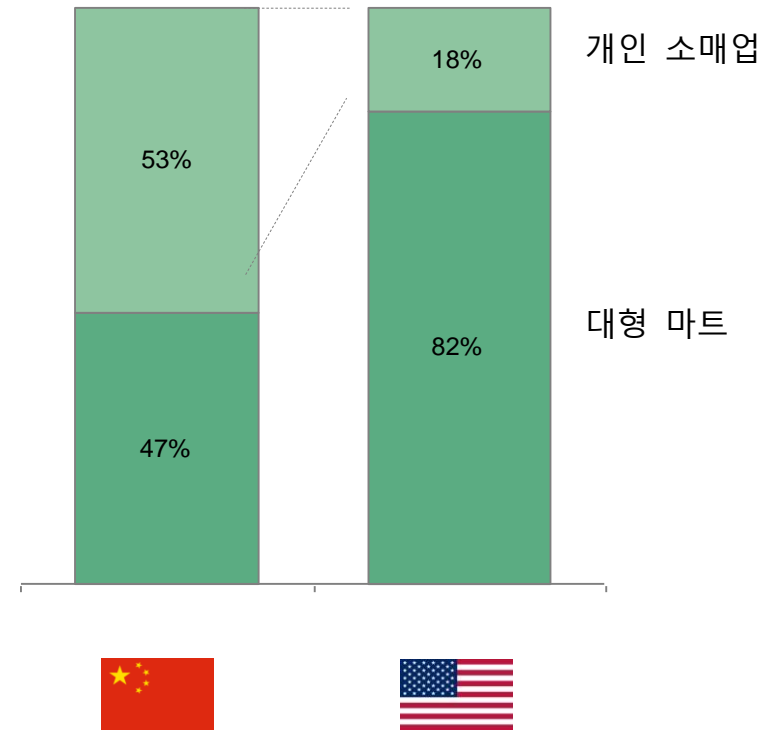
구매 수요를 만족시킬 수 없음

1천 명당 판매업체 커버리지
(제곱미터 · 2005)



효율이 낮은 개인 소매업이 주를 이룸

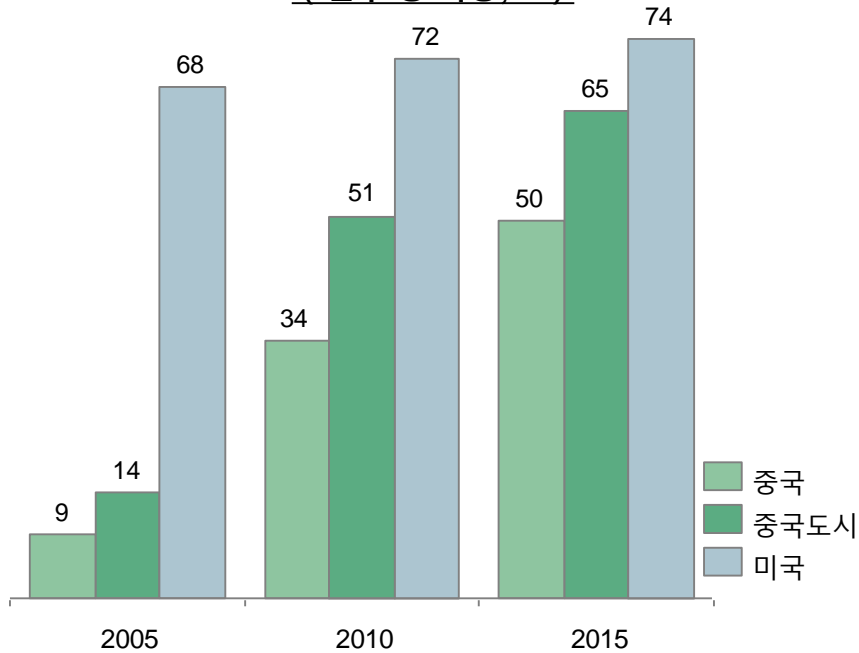
일용품 소매액 비중 (2005)



A 인터넷 발전 초기 전자상거래 시장 케이스스터디

인터넷의 커버리지 성장

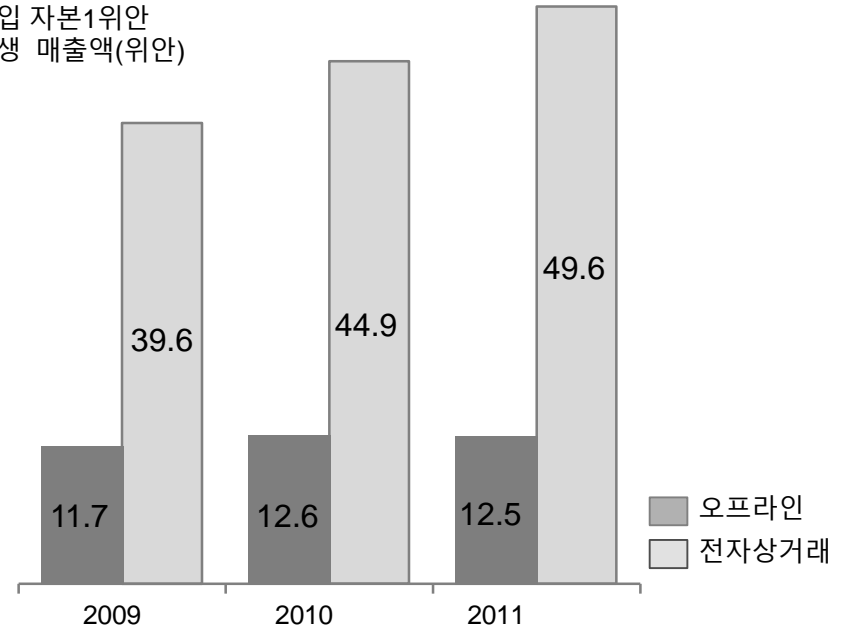
2005-2015년 인터넷
커버리지 범위
(인구 중 비중, %)



전자상거래의 단계적인 판매 시스템

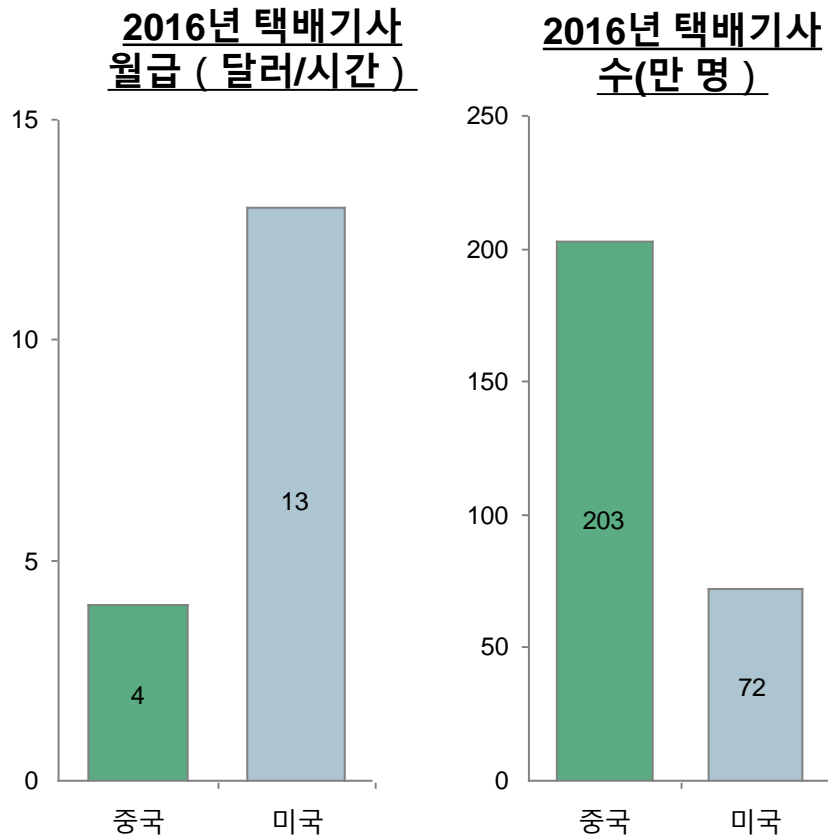
전자상거래와 오프라인 판매업의 효율
비교 (2009-2011)

투입 자본1위안
발생 매출액(위안)

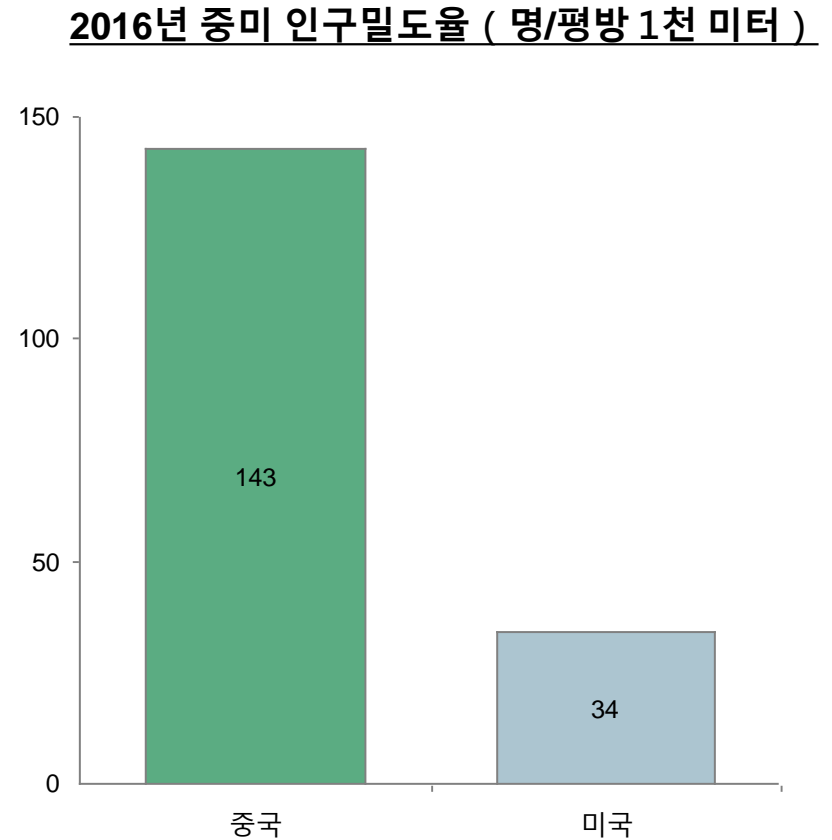


A 인터넷 발전 초기 전자상거래 시장 케이스스터디

중국의 풍부하고 저렴한 노동력

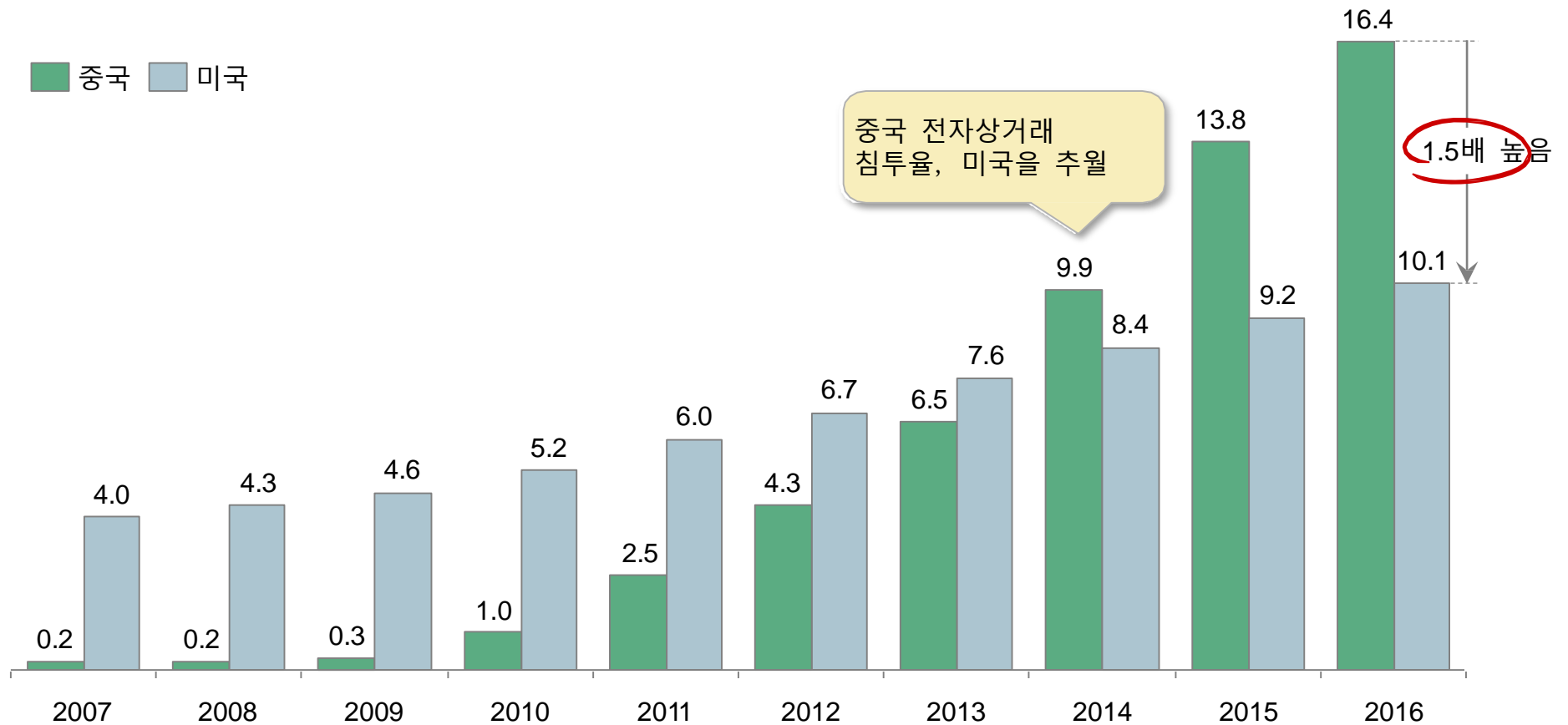


중국의 높은 인구밀도율과 택배 사업의 효율



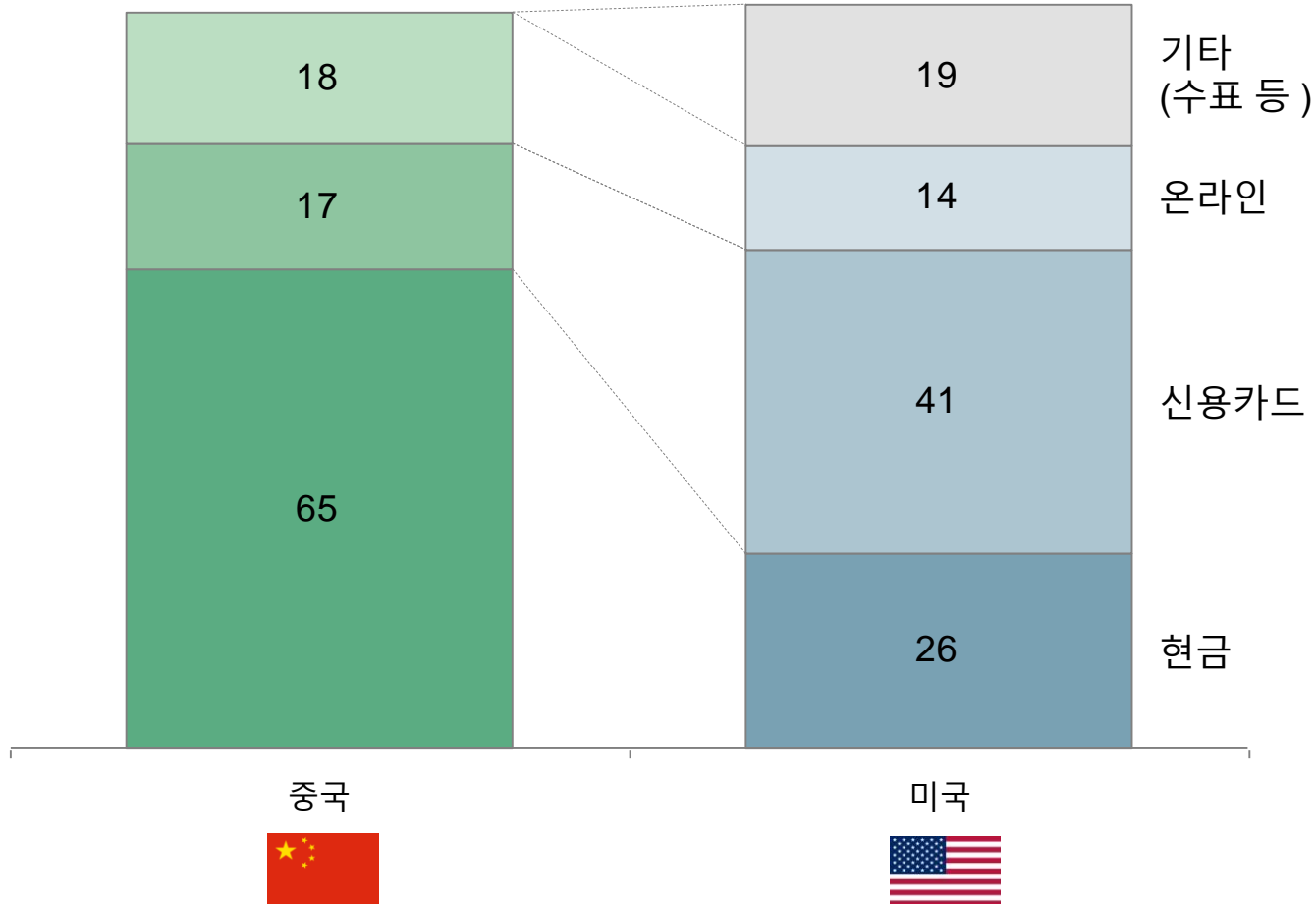
A 인터넷 발전 초기 전자상거래 시장 케이스스터디

중미 총소비에서 전자상거래 매출액의 비중 (%)



B 인터넷 파이낸스 관련 모바일페이 케이스스터디

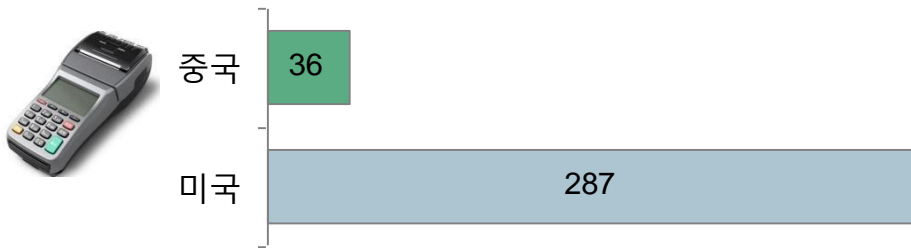
2011년 중미 지불 수단 비교 (%)



B 인터넷 파이낸스 관련 모바일 페이 케이스스터디

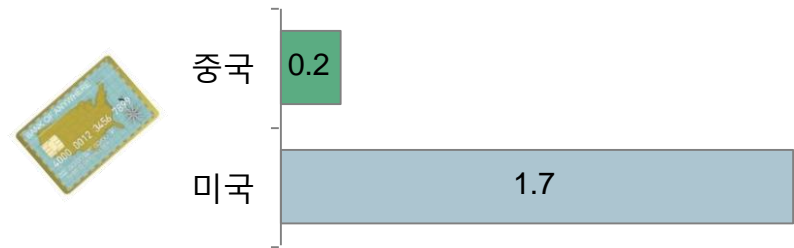
기존 지불 인프라의 부족으로 효율이 낮은 POS

2011년 중미 인당 평균 POS기 보유량 (대만 명)



중국의 낮은 신용카드 보급률

2011년 중미 이당 신용카드 보유량 (장/명)



주요원인

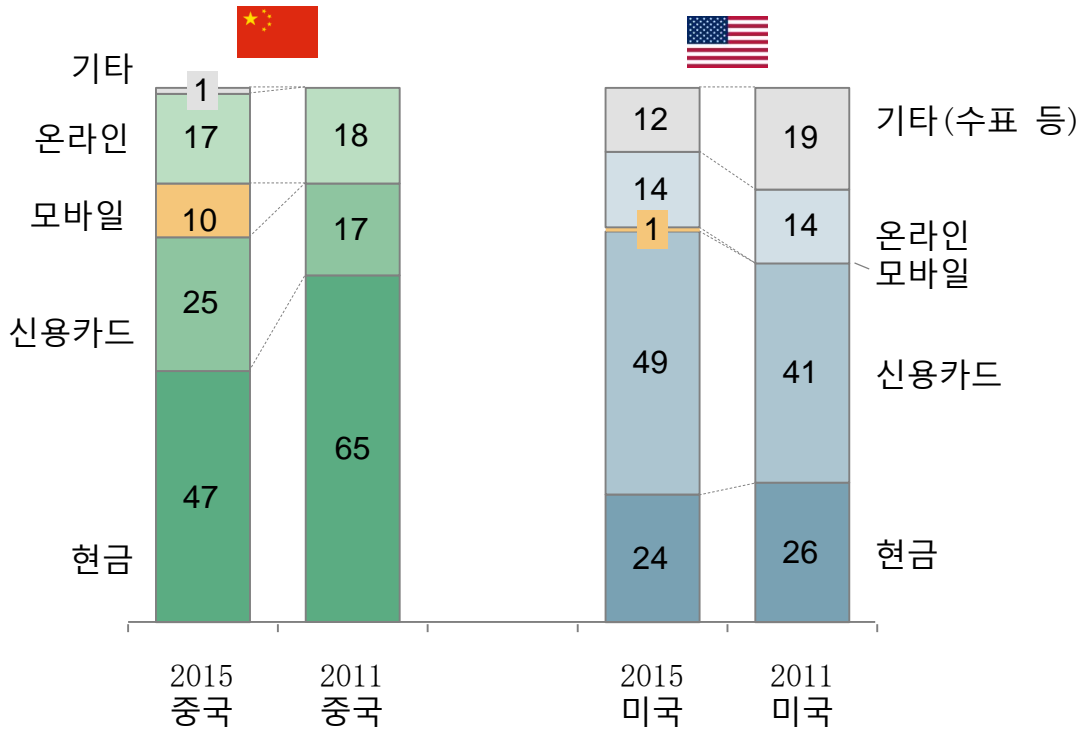
- 중국에서 대부분을 차지하고 있는 작은 규모의 사업체들은 사용 방법이 복잡한 POS기 사용이 어려움.
- POS기를 이용한 범죄행위 때문에 중국의 관련 법률이 매우 엄격함

- 개인인증 시스템이 발달하지 않아 신용카드를 쉽게 발급 받기 어려움
- 신용카드의 낮은 보급으로 신용카드 사용 습관이 존재하지 않음

B 인터넷 파이낸스 관련 모바일페이 케이스스터디

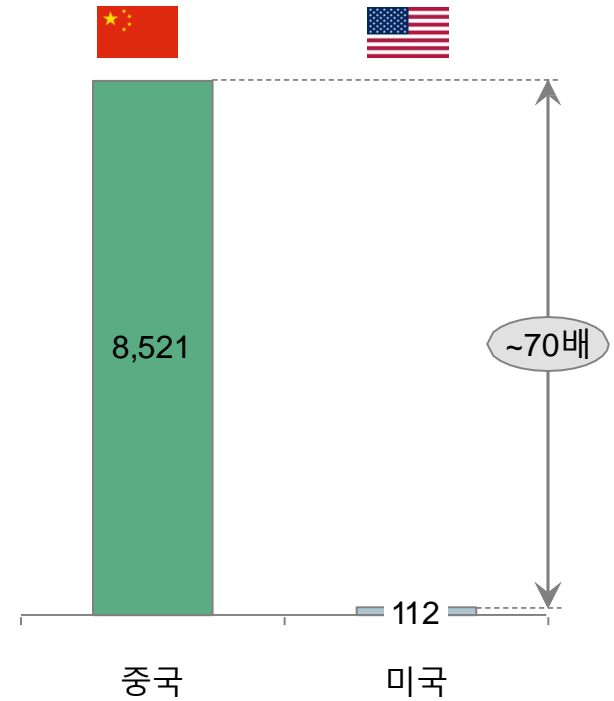
현금 지불 대신 모바일 지불을 선택

2015 vs 2011 지불 수단 비중(%)



빠른 발전으로 2016년 미국의 70배

중미 모바일 지불 사용 금액 (십 억 달러)



INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

특성

✓시장

✓유저

✓경쟁구도

✓총평

중국 인터넷에 대한 고찰

01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전

02 중국 인터넷의 활성화 변화

03 중국 인터넷의 성공 요인

04 향후 중국 인터넷의 발전 방향

05 중국 인터넷의 해외 진출

중국의 유니콘 기업들은 기술형 발전이 아닌 APP형 발전 비중이 높음

기업 매출 비중



기술형
발전

자체 기술 개발과 보유를
통한 부가가치 창조

10%

6곳

39%

44곳

APP형
발전

콘텐츠와 APP개발,
판매방식 상의 혁신으로
부가가치 창조

90%

57곳

61%

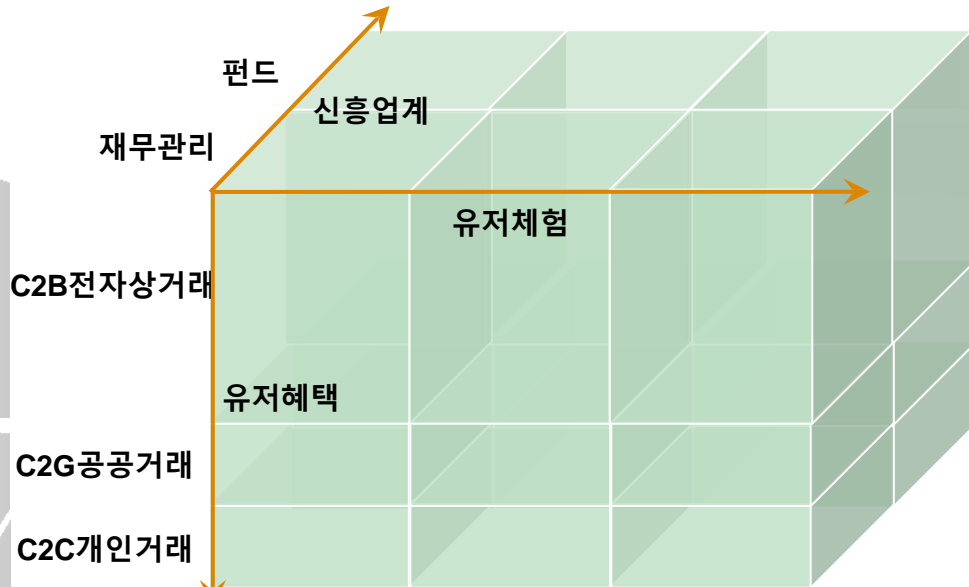
68곳

APP형 발전의 알리페이 케이스스터디

알리페이만의 서비스

알리페이 케이스스터디 (PayPal과 비교하여)

PayPal 알리페이



PayPal	알리페이
✓ PayPal credit	"즐마신용" 신용대출
/	신용대출
/	신용주택
/	신용임대
/	신용주문
✓ PayPal MMF	"위어바오"

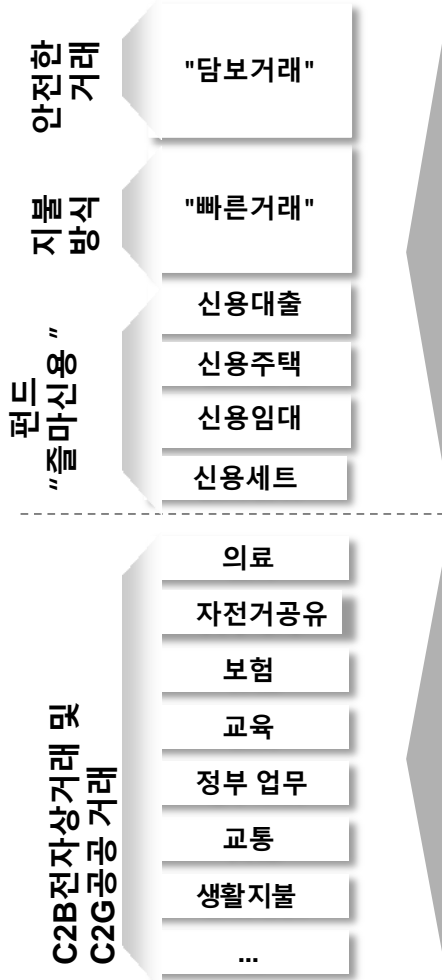
	안전한 거래	지불 장점	지불방식
알리페이	"담보거래"	"빠른거래"	(e.g. QR코드 지불, 지문 지불, 안면인식 지불)
PayPal	/	/	✓

APP형 발전의 알리페이 케이스스터디

알리페이의 혁신

출발점

중국 특색의 시장 수요



전자상거래의 초기 도입으로 판매자와 구매자 사이의 신용이 부족

중국 온라인 banking의 번거로운 사용법

개인인증 및 신용 시스템의 부족

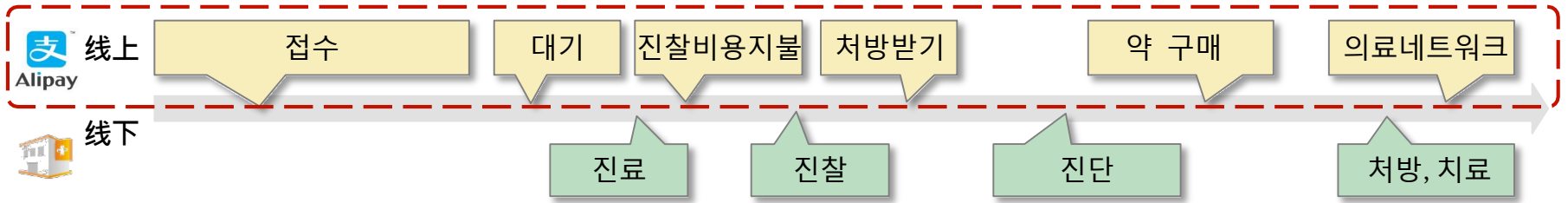
1
기존 신용카드, 온라인 지불의 불편함 등으로 만족시킬 수 없었던 초과 시장 수요를 만족시키며 사용자를 늘림

대량의 APP과 사용 반경 확대를 통해 유저 커버리지를 늘리고 사용자 수를 늘림

2
온/오프라인의 적절한 활용으로 사용자를 늘림

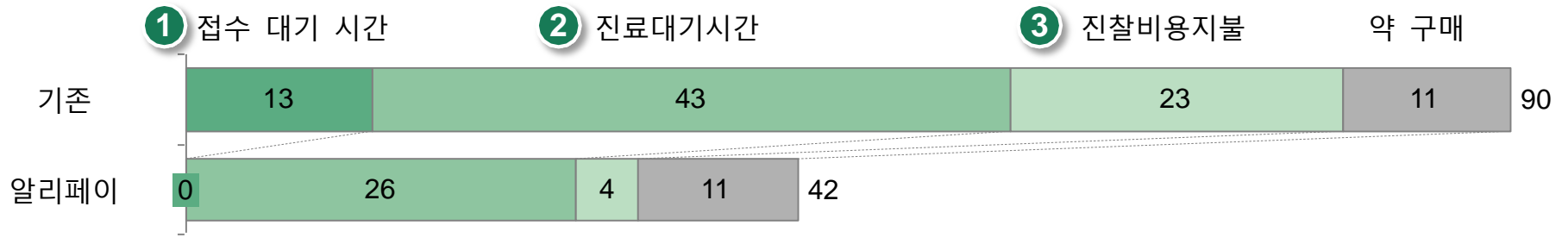
온/오프라인 결합, 알리페이 메디컬 케이스스터디

온라인
접수
방식



현저히
감소된
대기
시간

예) 광주 여성 어린이 병원,
환자가 병원에 방문하는 시간(분)



접수 대기 시간 단축

접수-진찰 시간 40% 단축

지불 시간 80% 단축

INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

특성

✓시장

✓유저

✓경쟁구도

✓총평

중국 인터넷에 대한 고찰

01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전

02 중국 인터넷의 활성화 변화

03 중국 인터넷의 성공 요인

04 향후 중국 인터넷의 발전 방향

05 중국 인터넷의 해외 진출

중국 인터넷의 4대 성공 요인

중국 특유의 인터넷 시장

1

본토
맞춤형
응용방식

- 경제, 사회, 문화적인 특색 때문에 중국 시장은 미국 시장과 차이가 존재함
- 단계가 존재하는 중국의 경제, 사회 구조 때문에 유저들의 수요가 다양함
- APP형 발전을 기초로 하여 중국 시장 상황에 맞춘 대안

2

시장
적응력

- APP형 발전을 통해 다양한 기업들의 경쟁구도가 심화되어 기술발전이 가속화 됨
- 유저들의 실시간 수요에 맞는 개량성 기술 발전으로 시장 수요를 만족시키고 시장에 완벽히 적응

3

온/오프라인
결합

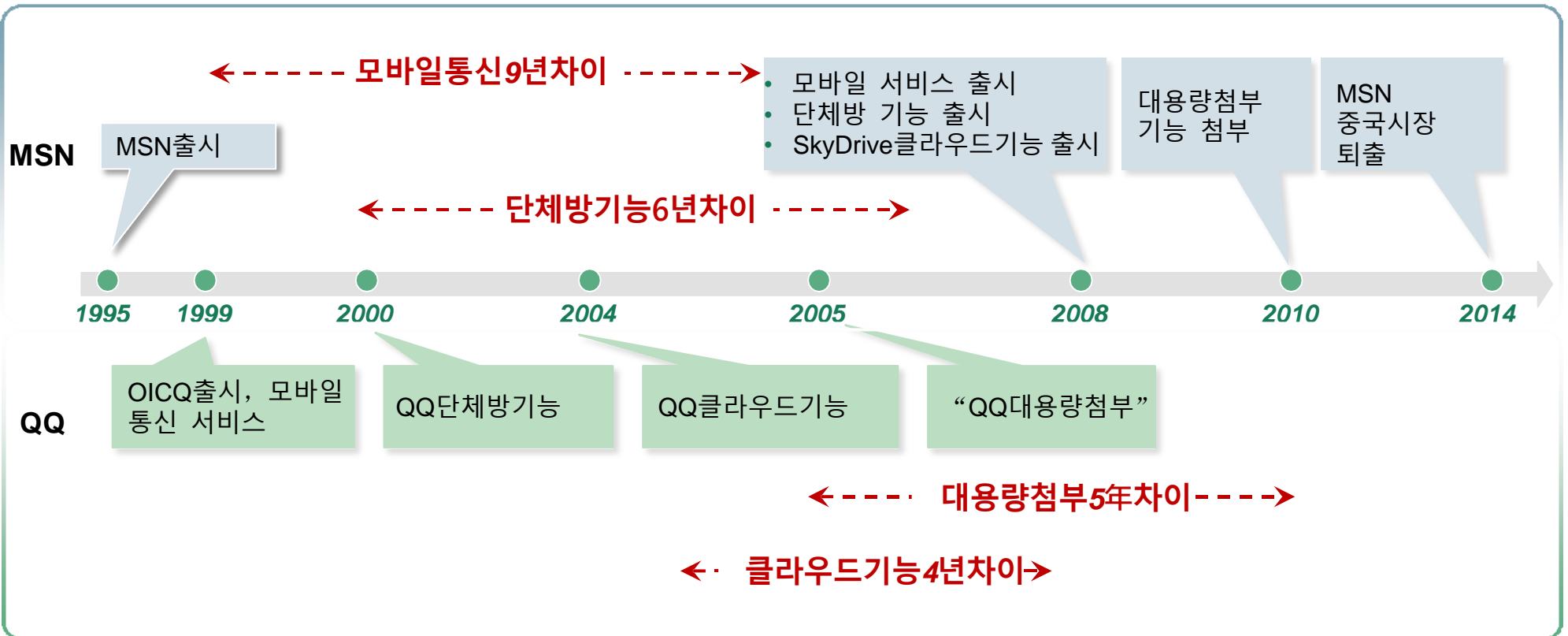
- 온/오프라인의 단점을 상호보충
- 유저 커버리지를 확대하기 위해 온/오프라인 통합 시스템 운영

4


생태계
구축

- 온/오프라인 결합을 위해서는 여러 요소가 필요하며 이들이 연결고리 역할을 하여 생태계를 구축함
- 기업의 생태계 구축이 유행처럼 필수 조건이 됨

시장 적응 능력 케이스스터디: QQ vs. MSN



디디 택시 서비스 생태계 구성 케이스스터디

GPS	<ul style="list-style-type: none">• 모바일 맵 서비스 기업 3곳이 협력• 5억이 넘는 유저• 4천 만이 넘는 일 활성 유저
페이 서비스	  <ul style="list-style-type: none">• 수 억 명에 달하는 월 활성 유저
프로 모션	   <ul style="list-style-type: none">• 위챗 지갑 내 메뉴에 디디 택시 서비스 삽입, 추가적인 다운로드 없이 위챗을 통해 서비스 사용 가능• 위챗페이만을 사용해야 하는 시스템으로 디디 공식계정을 필수적으로 팔로우 해야함• 디디 공식계정의 위챗 팔로워는 191만으로 입소문 효과를 냄• 홍bao 기능으로 위챗, 모멘트, 웨이보, 알리페이 친구에게 전달 가능

INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

특성

- ✓ 시장
- ✓ 유저
- ✓ 경쟁구도
- ✓ 총평

중국 인터넷에 대한 고찰

- 01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전
- 02 중국 인터넷의 활성화 변화
- 03 중국 인터넷의 성공 요인
- 04 향후 중국 인터넷의 발전 방향**
- 05 중국 인터넷의 해외 진출

중국 인터넷의 발전 방향

빠른 성장세와 줄어드는 시장 변동

과거의 시장 수요를 만족시키는 방식으로 발전을 이루는 현상이 줄어들 것

- 인구보너스 ↓ : 인구 노령화
- 노동력보너스 → : 해외인구 유입, 노동력 비용이 상승
- 자본보너스 ↓ : 화폐정책으로 VC자본시장이 발전할 것
- 기초인프라보너스 → : 기초 인프라가 누적

새로운 기회

새로운 시장 상황을 새로운 기회로 전환

- 신유통업과 같이 새로운 발전 방식은 온/오프라인 기업체들에게 새로운 기회를 부여
- 기존 부족했던 인프라와 시장 수요를 만족시켜줌에 따라 온/오프라인 통합 및 생태계를 구성한 기업들이 자본을 축적하고 새로운 국면에 적응할 수 있도록 함

기술형 발전으로의 전환

APP형 발전에서 기술형 발전으로의 전환 (예: 인공지능 기술)

- 중국 및 미국의 인공지능 기술은 세계 최고 수준
- 중국의 거대한 인터넷 시장과 대량의 유저들을 활용

1 신형 인터넷 발전 방향 케이스스터디

자전거 공유 업계



유저습관

QR 코드 스캔 등의 방식으로 많은 유저들이 습관으로 지니고 있는 방식을 활용



모바일페이

위챗페이, 알리페이 등 편리한 모바일페이 활용



데이터플랫폼

위챗, 알리페이 등 대형 플랫폼에 삽입되어 별도 APP 다운로드 없이 기능 사용이 가능



위치서비스

위치 추적 기능을 활용해 더 나은 관리 시스템 구축



2 신형 인터넷 발전 방향 케이스터디

알리바바의 오신일평 방안

예시



신소매

- 네슬레 카페를 출시하여 빅데이터 기반 프로모션을 진행하는 방식으로 티몰에서 기존 수준과 비교해 20배에 달하는 매출이 발생
- 무인 카페 ‘타오카페’를 열어 유저 정보를 수집하고 매출을 올림
- 온라인에서 신선 식품을 판매해 신 유저를 늘림



신제조

- 티몰 내 7개 업계 40개 브랜드 협력
 - 예) 식품 포장, 스마트 반지, 만두 전문점 우파자이 종즈 선물세트 등
- 유저들에게 새로운 서비스를 제공하고 업무 효율을 늘림



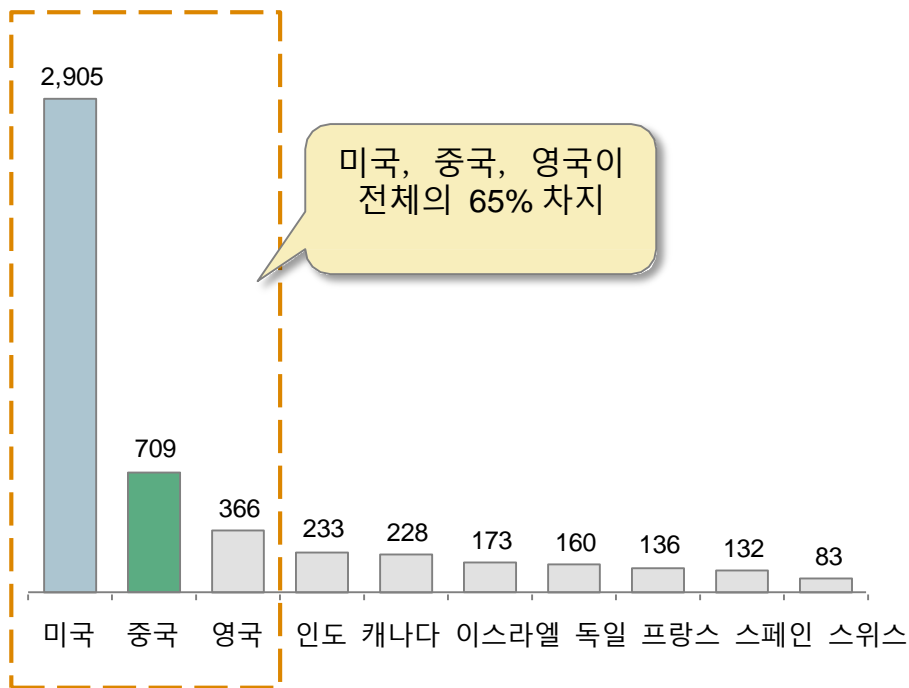
신금융

- 마이 파이낸스를 통해 평등한 금융 서비스를 제공. 6년 간 마이 파이낸스의 예금은 1만 억 위안을 돌파 했으며 그 중 소수의 농가 유저들을 제외한 대부분의 유저들의 평균 예금은 3만 위안 이상

3 신형 인터넷 발전 방향 케이스스터디

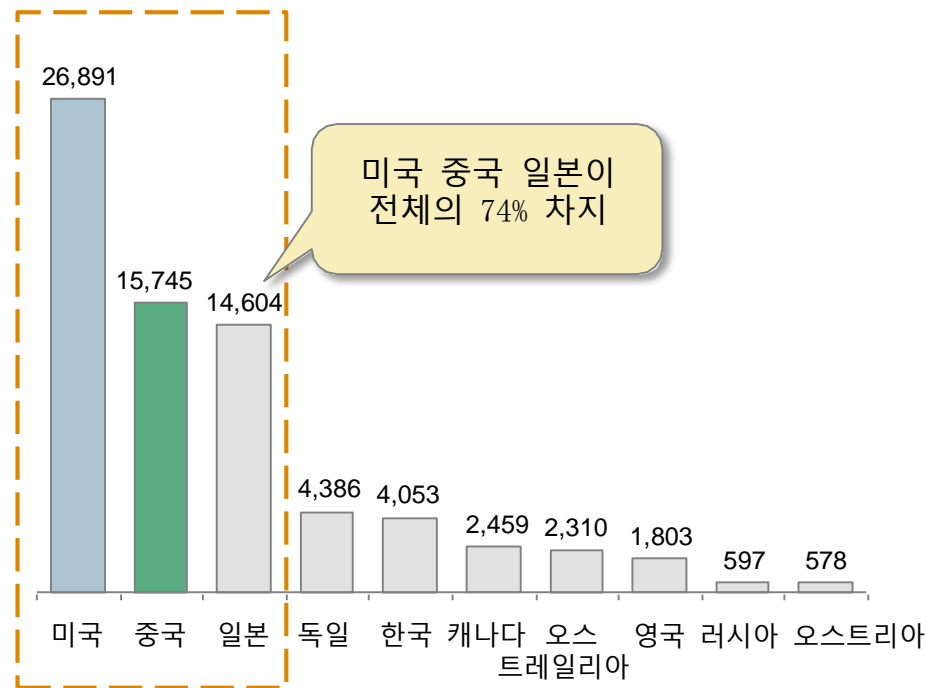
주요국 인공지능 기업 수 분포

(2016)



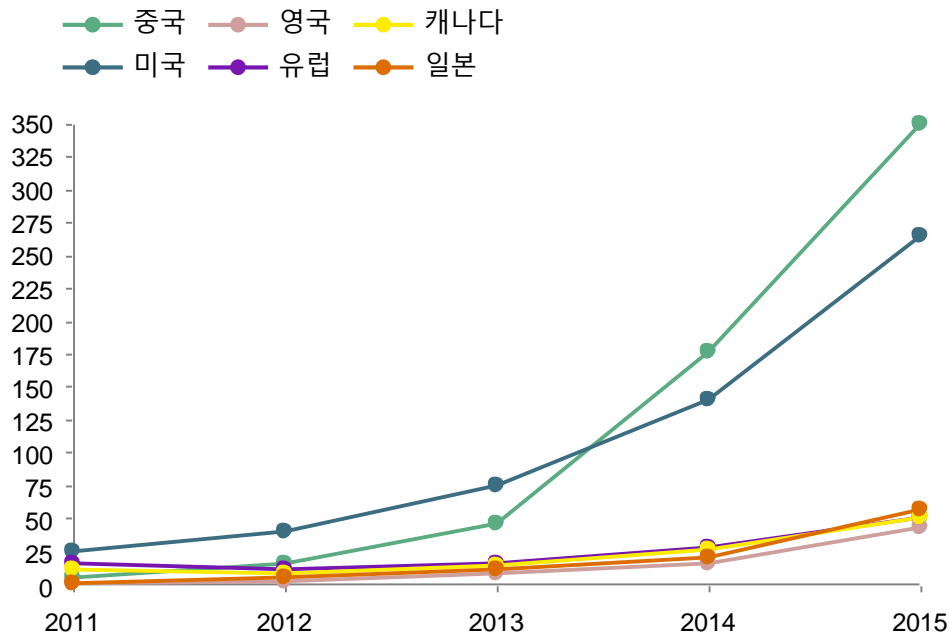
인공지능 기술 강국 분포

전세계 인공지능 특허 보유 수 (2016)

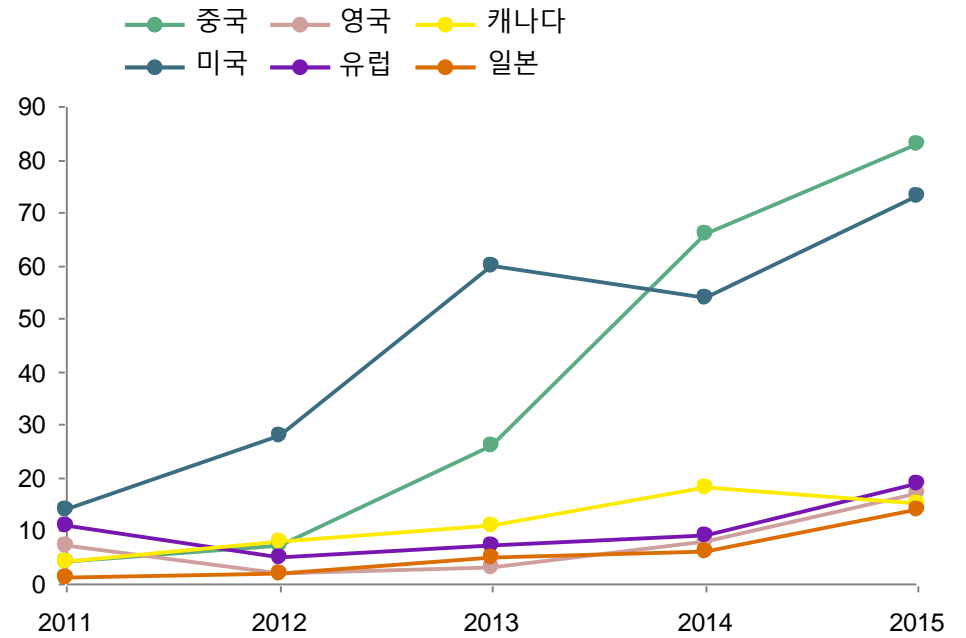


3 신형 인터넷 발전 방향 케이스스터디

논문 발표 수



논문 활용 수



3 신형 인터넷 발전 방향 케이스스터디



2017년 4월, 바이두가 발표한 자동 운전 기술

내용

전면적이고 안전한 소프트웨어 플랫폼을 통해 자동 운전 기술을 개발할 것. 차량 플랫폼, 하드웨어 플랫폼, 소프트웨어 플랫폼, 클라우드 데이터 서비스를 운영 예정. 환경 감지 능력, 도로 체크 능력, 차량 제어 등 기술을 핵심으로 내세움. 여러 기업들과의 협력을 통해 진행.

성과

현재 전 세계 60개의 자동차 기업의 200개가 넘는 모델들이 바이두와 협력 과정 중에 있음. 기타 부품과 관련 업계들 역시 협력을 통해 생태계 구축 중에 있음.

바이두의 요약

타 기업들과의 기술 공유로 효율을 높이고 생태계를 구축하며 제조기술과 빅데이터 기술을 종합하여 활용

미국과는 달리 자동차 공장을 전체적인 규모로 도입하여 효율을 높임

- 중국의 제조업은 발전 과정 중에 있기 때문에 개방성이 더욱 강함

- 2016년, 체리기차와 바이두의 협작으로 20대의 L4급 자동 운전 자동차를 발표함.

바이두는 개방적인 협력과 플랫폼 기술을 활용하여 빠르고 효율적인 기술 발전을 이룸

INDEX

Intro 중국 인터넷 현황

특성

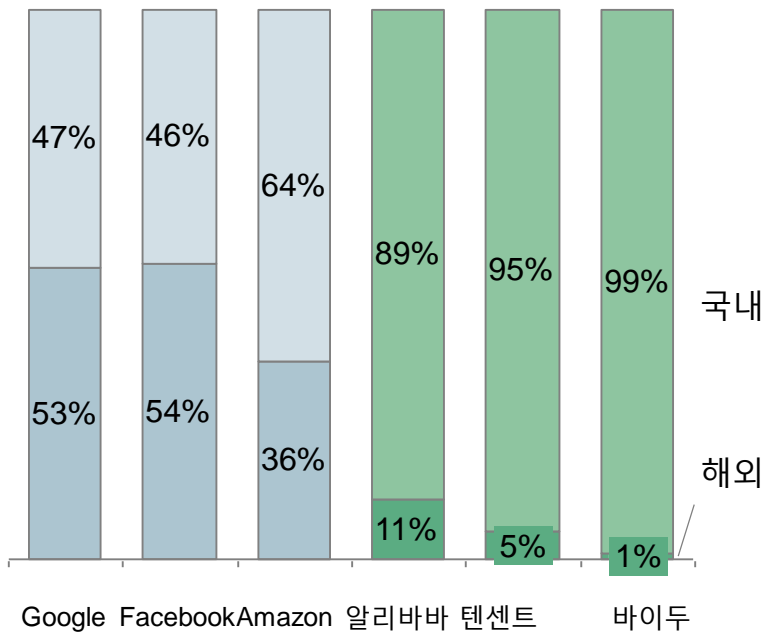
- ✓시장
- ✓유저
- ✓경쟁구도
- ✓총평

중국 인터넷에 대한 고찰

- 01 중국 인터넷의 큰 규모와 빠른 발전
- 02 중국 인터넷의 활성화 변화
- 03 중국 인터넷의 성공 요인
- 04 향후 중국 인터넷의 발전 방향
- 05 중국 인터넷의 해외 진출

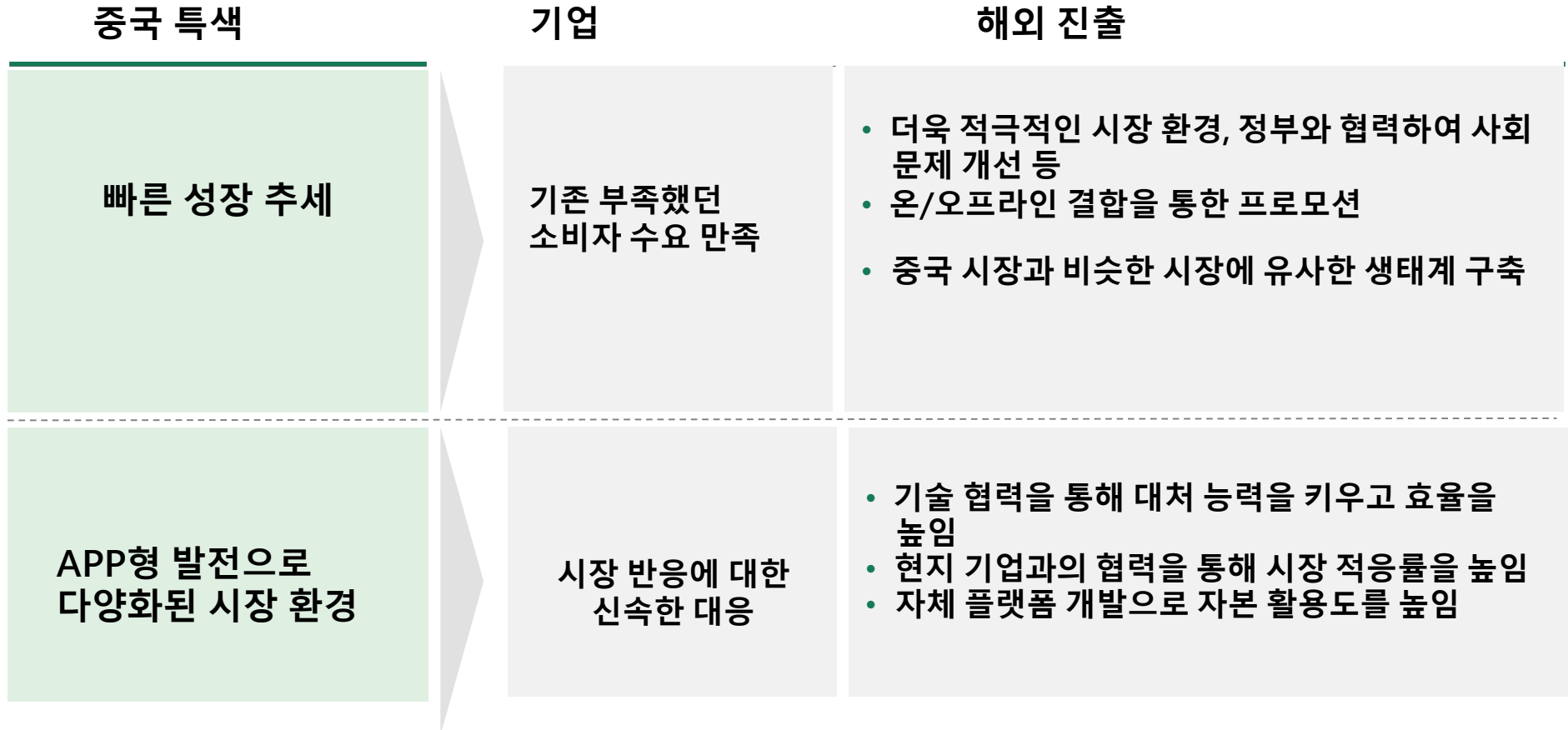
전략 수출 중심의 중국 인터넷 해외 진출

2016년 기업 매출 국내외 발생 비중



알리바바	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 프로젝트는 전자상거래, 파이낸스, 차이나아오, 클라우드, UC 위주 기술발전을 위해 현지 기업과의 협력을 도모 2025년까지 해외 GMV의 50% 점유를 목표로 함
바이두	<ul style="list-style-type: none"> 소프트웨어 개발 기술 등을 활용하여 인공지능 기술을 수출 할 예정 미국, 일본, 인도, 브라질, 인도네시아, 태국, 이집트 등의 신흥 인터넷 국가를 공략 본토화 플랫폼 구성으로 200여개 국가 유저들에게 서비스 제공
텐센트	<ul style="list-style-type: none"> 신흥국가들인 동남아시아 국가들에 위챗을 수출 글로벌 시장에 모바일 게임 발표 전세계에서 사용되는 빅데이터 기반 클라우드
	<ul style="list-style-type: none"> 택시 서비스 APP의 글로벌화 해외 여행 방면의 기능(예: 해외에서 택시부르기) 국제 협작과 신기술 발전 (예: AI, 빅데이터)

전략 수출 중심의 중국 인터넷 해외 진출



케이스스터디: 알리바바의 인도, 동남아 진출

협력을 통한 Paytm, 세계 3대 모바일페이 서비스로

투자

- 2015년 인도 One97 기업의 모바일페이 Paytm에 대한 투자로 대주주가 됨

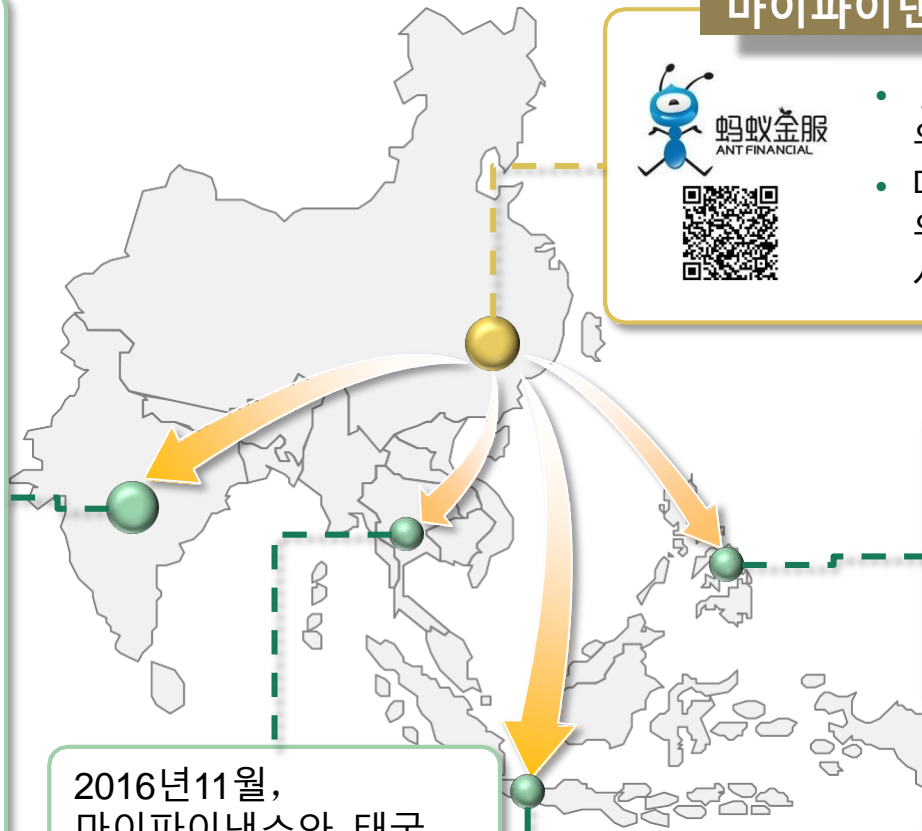
기술전환

- 인도에서 가장 유명한 모바일페이로 성장
- 마이파이낸스와의 협력

인력

- 마이 기술 대학을 열어 직원 교육을 진행
- 직원 수준을 일정히 유지시킴

시장점유율 74%
2억 2천만 모바일 유저
200만 거래처



마이파이낸스의 QR코드 스캔



- 2014년 부터 QR 코드 위주의 사업을 진행
- 마이 파이낸스 QR코드 위주의 모바일페이 서비스 제공

2016년11월,
마이파이낸스와 태국
페이 기업 Ascend
Money가 협력 계약을
맺음

2017년2월,
마이파이낸스와 필리핀
빅데이터 금융 기업
Mynt가 협력해 300만
유저를 보유한 Gcash,
모바일페이 출시

2017년4월12일,
마이파이낸스와
인도네시아 Emtc그룹이
협력 계약을 맺음

THANKS

소셜 채널 운영 및 광고문의
웨이코리아 Weikorea
+82-2-514-8707
contact@weikorea.com