

중국 인공지능 법제에서의 소비자 보호 현황과 시사점

목 차

1. 들어가며	/ 01
2. 중국 인공지능 법제에서의 소비자 보호 규범 현황	/ 06
3. 소비자 보호 관점에서 본 중국 인공지능 법제의 특징	/ 29
4. 결론 및 시사점	/ 34

1. 들어가며

- 중국의 인공지능 연구개발회사인 DeepSeek는 2025년 1월 20일 자체 개발한 대형 언어모델(large language models, LLMs) DeepSeek-R1을 출시함
 - DeepSeek-R1은 상대적으로 낮은 비용으로 ChatGPT와 유사한 수준의 성능을 구현하는데 성공하였으며, 이로 인해 국제적으로 큰 주목을 받음
 - 이는 2015년 5월 8일 중국 국무원이 「중국제조2025(中国制造2025)」¹⁾를 발표한 이후 가시화된 주요 성과 중 하나로 평가됨
 - 나아가, 중국 정부의 적극적인 정책 지원과 인공지능 분야에서의 산·학·연 협력 강화와 함께 기술혁신과 글로벌 기술경쟁력 제고를 위한 논의의 한층 촉진하는 계기가 됨²⁾
- 상기한 바와 같이 중국의 인공지능 산업은 국무원이 2015년 5월 8일 「중국제조2025」를 발표한 이래 국가 차원의 전면적인 육성 정책이 본격화됨
 - 「중국제조2025」에서는 중국 산업구조의 업그레이드 및 신흥산업 육성에 집중하기 위한 청사진으로 ‘지능(智能)형 산업을 차세대 산업의 핵심’으로 설정함
 - 이후 국무원은 2017년 7월 8일 「차세대 인공지능 발전 계획(新一代人工智能发展规划)」을 제정하면서 공식적으로 인공지능을 경제 · 사회 · 국방과

1) 「중국제조2025」란 2015년 5월 중국 국무원이 제정한 행동강령으로, 중국 경제의 구조 전환과 혁신사회로의 도약을 목표로 제조강국(制造强国) 실현 전략을 제시한 문건이다.

2) 중국 국가지식재산권국(国家知识产权局), "中国人工智能创新何以令海外惊叹(人民网)"

([https://www.cnipa.gov.cn/art/2025/2/18/art_55_197577.html?utm_source=chatgpt.com\(2025.2.18.\)](https://www.cnipa.gov.cn/art/2025/2/18/art_55_197577.html?utm_source=chatgpt.com(2025.2.18.))).

긴밀히 연계하여 지능경제(智能经济) 발전과 지능사회 구축을 추진하고, 국가안전 확보를 목표로 하는 종합적인 로드맵을 제시함³⁾

- 이 발전규획을 보면 중국이 2025년까지 스마트제조 · 의료 · 스마트시티 · 국방 등에 AI를 적용하여 세계적 수준으로 도달하고, 2030년에는 중국이 AI 중심 국가로 부상한다는 발전 전략을 담고 있음⁴⁾

□ 2025년 11월 현재, 중국에서 인공지능과 관련하여 제정된 법령 등은 약 320여 건에 이르는 것으로 파악됨⁵⁾

- ‘인공지능(人工智能)’을 직접적으로 명시한 규범은 행정법규 2건 · 사법해석 1건 · 부문규장 136건 · 업계 자율 규범 151건임
- 콘텐츠 생성 알고리즘(合成服务算法)과 관련된 부문규장은 16건, 심층합성(일명 ‘딥페이크’)(深度合成)과 관련된 부문규장은 14건으로 확인됨

〈표 1〉 중국의 주요 인공지능 관련 법령 등 현황('25.11.현재)

법령 등 ⁶⁾	명칭	주요 내용	제정 주체 및 공포일
행정법규	「차세대 인공지능 발전 규획」 (新一代人工智能发展规划)	인공지능을 국가 전략기술로 삼고 경제 · 사회 · 국방 등과의 융합을 강조	국무원 (2017.07.08.공포)
	「“인공지능+” 행동을 심도 있게 실시하기 위한 의견」 (深入实施“人工智能+” 行动的意见)	인공지능을 산업·사회 각 분야와 심도있게 결합시켜 스마트경제· 스마트 사회를 조속히 구축	국무원 (2025.08.21.공포)

3) 자세한 내용은 “김인식(2020), “중국 인공지능 산업의 법률 규제에 관한 연구 -신산업에 대한 규제의 관점에서-”, 「한중사회과학연구」 제18권제4호(통권 57호), 8면 이하” 참조

4) 자세한 내용은 “이찬우(2022), “중국 인공지능산업의 발전과 사회적 규제 논의 -개인정보 보호와 디지털권위 주의를 중심으로-”, 「중국연구」 제93권, 270면 이하” 참조

5) 北大法宝法律法规数据库(<https://www.pkulaw.com>). 이 320여 건 중에는 ‘폐지·개정전(前)의 규범’도 포함되며, ‘부문규장’, ‘업계 자율 규범’의 경우에 제정주체가 다수인 경우도 있어 중복되는 사례가 있다.

6) 중국 「입법법(立法法)」에 따라 중국에서 법령 등의 지위는 ‘헌법을 최고 규범으로 하여 법률, 행정법규(行政法规), 지방성 법규, 부문규장(部门规章), 지방정부 부문규장’ 등의 순서로 상하(上下) 위계를 분류할 수 있다. 그중, 행

법령 등	명칭	주요 내용	제정 주체 및 공포일
사법해석 ⁷⁾	「인공지능의 사법적 응용의 규범화와 강화에 관한 의견」 (关于规范和加强人工智能司法应用的意见)	인공지능 기술을 사법(司法) 분야에 체계적으로 도입·응용하여 ‘스마트 법원’ 구축과 디지털 시대의 공정한 사법 절차를 구현	최고인민법원 (2022.12.08.공포)
부문규장	「인공지능 보조진단기술 관리규범(시행)」 (人工智能辅助诊断技术管理规范(试行))	의료기관 및 의료인력이 인공지능을 이용한 보조진단 기술을 임상에 적용하는 경우에 관련된 최소한의 요건을 규정해 의료 품질과 의료 안전을 확보	위생부 (2009.11.13. 공포) *폐지·실효 (2017.2.14.)
	「“인터넷+” 인공지능 3개년 행동실시 방안」 (“互联网+”人工智能三年行动实施方案)	인공지능을 “인터넷+” 전략과 연계하여 향후 3년간 핵심 기술 개발과 산업·서비스 분야의 응용 확산을 추진함으로써 스마트경제와 스마트 사회 구축을 가속화	국가발전개혁위원회, 과학기술부, 공업정보화부, 중앙인터넷정보판공실 (2016.05.18. 공포)
	「차세대 인공지능 산업 발전 3개년 행동계획의 촉진(2018-2020년)」 (促进新一代人工智能产业发展三年行动计划 (2018—2020年))	「차세대 인공지능 발전 계획」과 「중국제조2025」에 근거하여, 2018~2020년 동안 인공지능 핵심 기술 개발과 산업 육성, 제조업의 자동화·고도화, 인공지능과 실물경제의 심층적 융합을 체계적으로 추진	공업정보화부 (2017.12.13.공포)
	「고등교육기관 인공지능 혁신 행동계획」 (高等学校人工智能创新行动计划)	고등교육기관의 인공지능 관련 학제 구축, 기초연구 강화, 인재양성 및 혁신역량 제고를 체계적으로 추진하여, 고등교육 분야의 인공지능 혁신을 통해 국가의 전략적 수요에 부응	교육부 (2018.04.02.공포)

정법규관 법률보다 한 단계 하위에 있는 중국 국무원이 제정하는 상위규범이다. 부문규장이란 중국 국무원 소속의 각 부위원회 등이 법률 및 행정법규, 결정, 명령의 원활한 시행을 위해 각 부처의 권한 범위 내에서 정한 세부 규정으로 한국의 ‘부령’ 또는 ‘시행규칙’과 유사하다. 참고로, 본문의 <표 1>에서는 지면 한계상 ‘업계 자율 규범’ 관련 내용은 생략한다. 나아가, 본문에서 지칭하는 법령은 별도로 명시하지 않는 한 중국 법령을 의미한다.

- 7) 사법해석이란 중국 법률 체계에 존재하는 특유한 제도로서 중국 최고인민법원·최고인민검찰원에서 특정 법률의 해석이나 적용에 대해서 공포하는 법적 효력(구속력)을 갖는 법률해석 방법으로, 중국에서 중요한 ‘법원(法源)’으로서 역할을 한다. 참고로, 중국 최고인민법원의 사법해석 업무에 관한 규정(最高人民法院关于司法解释工作的规定(2021修正))¹⁾(2021.6.9.개정) 제5조에서는 “최고인민법원에서 공포하는 사법해석은 법적 효력을 갖는다.”라고 정하고 있으며, 제6조는 “사법해석의 형식은 ‘해석(解释)·규정(规定)·규칙(规则)·회답(批复)·결정(决定)’의 5가지 종류로 한다.”고 정한다(자세한 내용은 “임종천(2024), “식품 안전과 징벌적 손해배상제도에 관한 소고 - 중국의 식품 안전 관련 징벌적 손해배상 대표 판례들을 중심으로 -”, 「소비자법연구」 제10권 제2호, 93면 이하” 참조).

법령 등	명칭	주요 내용	제정 주체 및 공포일
부문규장	「국가 차세대 인공지능 표준체계 건설 지침」 (国家新一代人工智能标准体系建设指南)	인공지능 분야의 표준화 전략을 체계적으로 강화하고, 핵심 기술 및 표준 제정을 촉진함으로써 산업의 건전하고 지속 가능한 발전을 지원	국가표준화관리위원회, 중앙인터넷정보판공실, 과학기술부, 국가발전개혁위원회, 공업정보화부 (2020.07.27. 공포)
	「플랫폼 경제 분야의 반독점에 관한 지침」 (关于平台经济领域的反垄断指南)	인공지능·알고리즘 기반 플랫폼 시장에서 발생할 수 있는 독점행위의 규제 및 공정경쟁 질서를 확립하여 플랫폼 경제의 건전한 발전을 촉진	국무원 반독점위원회 (2021.02.07 공포)
	「차세대 인공지능 윤리규범」 (新一代人工智能伦理规范)	인공지능의 전(全)주기에 윤리와 도덕 기준을 적용하여 공정성과 안전성을 확보하고, 기호·차별·프라이버시 침해 등 위험을 예방	국가 차세대 인공지능 거버넌스 전문위원회 (2021.09.25 공포)
	「인터넷정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」 (互联网信息服务算法推荐管理规定)	알고리즘 추천 기술을 사용하는 인터넷 정보서비스 제공자에게 기준 준수, 알고리즘 운영의 투명성 확보, 이용자의 선택권 보장, 개인정보 보호 등을 요구하여 건전한 인터넷 정보 환경을 조성	국가인터넷정보판공실, 공업정보화부, 국가시장감독관리총국, 공안부 (2021.12.31. 공포)
	「인터넷정보서비스 심층 합성 관리 규정」 (互联网信息服务深度合成管理规定)	딥페이크·합성 기술을 활용한 인터넷정보서비스에 대해 제공자와 기술지원자의 책임을 명확히 하고, 알고리즘 심사·실명인증·콘텐츠 표시 등 제도적 조치를 통해 정보 생태계의 건전성과 공공의 안전을 확보	국가인터넷정보판공실, 공업정보화부, 공안부 (2022.11.25. 공포)
	「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」 (生成式人工智能服务管理暂行办法)	인공지능으로 텍스트·이미지·음성·영상 등 콘텐츠를 생성해 제공하는 서비스에 대해 분류·등급 관리, 실명제, 알고리즘 기록 등 제도적 규제를 도입하여 생성형 인공지능 서비스의 건전한 발전과 사회 안전을 확보	국가인터넷정보판공실, 국가발전개혁위원회, 교육부, 공안부, 과학기술부, 공업정보화부, 국가광전총국 (2023.07.10. 공포)
	「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」 (人工智能生成合成内容标识办法)	인공지능을 활용해 생성·합성된 텍스트·이미지·음성·영상 등의 콘텐츠에 대해 제공자가 명시된 표시 등을 하도록 의무화하여 생성형 인공지능 콘텐츠의 투명성을 확보하고 사회적 책임을 촉진	국가인터넷정보판공실, 공안부, 공업정보화부, 국가광전총국 (25.03.07. 공포)

출처: 저자 직접 정리

□ 앞서 본 바와 같이, 중국에는 현재 인공지능 분야를 통합 · 포괄하여 규율하는 단일 법률이 존재하지 않으며, 관련 규제는 기존 법률과 하위 규범인 ‘행정법규’와 ‘부문규장’ 등을 통해 개별적으로 규율함

○ 한편, 중국은 법률 제정에 앞서 국무원에서 ‘행정법규’를 제정하여 입법 효과와 한계를 미리 검증하거나, 해당 주무부처가 ‘부문규장’을 수시로 마련하여 모법(母法)의 세부사항을 먼저 시행하는 방식을 통상적으로 활용함

○ 이러한 입법 방식은 중국 특유의 ‘경험주의입법’으로 불리며, 하위 규범을 먼저 시행한 경험을 바탕으로 이후 법률을 마련하는 방식이 중국 입법에서 일반적으로 나타남⁸⁾

※ 참고로, 한국은 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」(’25.1.21. 제정, ’26.1.22. 시행)(이하, ‘인공지능기본법’)을 통해 인공지능의 건전한 발전과 신뢰 기반 조성에 필요한 사항을 상위 법률 차원에서 규정함

□ 이러한 입법적 특징으로 인해, 중국의 현행 인공지능 법제에서 소비자 보호 관련 규정은 다수의 개별 규범에 분산되어 있으므로 이를 체계적으로 분석하는 작업이 특히 중요함

□ 본고는 중국의 현행 인공지능 법제에서 소비자 보호와 관련된 규정을 체계적으로 검토하고, 이를 바탕으로 소비자 보호 관점에서의 정책적 시사점을 도출하여 향후 우리나라 관련 입법에 참고가 될 수 있는 근거를 제시하고자 함

8) 자세한 것은 “김준영(2018), “중국 헌법상 ‘식품안전’과 식품안전법제의 연구”, 「한중관계연구」 제4권 제2호, 193면 이하” 참조.

2. 중국 인공지능 법제에서의 소비자 보호 규범 현황

□ 중국의 현행 인공지능 법제는 단일 법률이 아닌 다수의 행정법규와 부문규장을 중심으로 이루어져 있으며, 소비자 보호 관련 내용은 이를 간접적 또는 직접적으로 도출할 수 있는 규범으로 구분 가능함⁹⁾

○ 간접적 보호 규범¹⁰⁾은 해당 규범이 인공지능 요소로부터 소비자 보호를 직접 명시하고 있지 않더라도, 관련 조항의 해석을 통해 소비자 권익을 간접적으로 보호하는 효과를 도출할 수 있는 규범을 의미함

- 주로 「소비자권익보호법(消费者权益保护法)」 및 동법 「실시조례(实施条例)」, 「네트워크 안전법(网络安全法)」, 「전자상거래법(电子商务法)」, 「개인정보보호법(个人信息保护法)」, 「데이터안전법(数据安全法)」, 「차세대 인공지능 윤리규범」 등이 포함됨

○ 직접적 보호 규범은 인공지능 요소로부터 소비자 보호 효과를 직접 도출할 수 있는 규범을 말함

- 대표적으로, 「플랫폼 경제 분야의 반독점에 관한 지침」, 「인터넷 정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」, 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정」, 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」, 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표식방법」 등이 이에 해당됨

2.1 인공지능 법제에서 소비자 보호를 간접적으로 규정하는 규범

□ 본고에서는 지면의 한계를 고려하여, 중국의 소비자 보호 기본법인 「소비자권익보호법」 및 동법 「실시조례」¹¹⁾의 관련 조항을 중심으로

9) 이러한 구분 방식은 필자가 중국의 소비자 법제와 인공지능 법제를 분석하여 임의로 분류한 것이다.

10) 간접적 보호 규범에는 인공지능 관련 법제가 마련되기 전에 제정된 소비자 권익 보호 등을 위한 법률들이 상당 부분을 차지하고 있음을 알 수 있다.

11) 「소비자권익보호법」은 사업자와 소비자의 권리·의무를 규정하고 민사·형사·행정 책임을 포괄하는 소비자 보호를

인공지능 요소를 간접적으로 규율하는 양상을 검토하는 것으로 간접적 보호 규범의 분석을 대신하고자 함

- 「소비자권익보호법」에서는 ‘강제 거래의 금지(제10조 · 제16조 · 제26조), 허위나 오인을 유발하는 정보 제공의 금지(제20조), 개인정보 처리 시 준수 의무(제29조), 온라인 플랫폼의 책임(제44조) 등’이 인공지능 요소로부터 소비자를 간접적으로 보호하는 규정에 속하는 것으로 볼 수 있음
- 「소비자권익보호법 실시조례」에서는 ‘허위나 오해를 유발하는 정보 제공의 금지(제9조), 가격차별의 금지(제9조 · 제10조), 자동 연장 · 자동 결제 관련 고지 의무(제10조), 기술적 수단을 이용한 강제 거래의 금지(제11조), 개인정보 처리 시 준수 의무(제23조) 등’이 이에 속함

〈표 2〉 「소비자권익보호법」 및 동법 「실시조례」의 인공지능 관련 소비자 보호 규정

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「소비자 권익 보호법」	강제 거래의 금지	· 상품을 구매하거나 서비스를 제공받는 소비자의 강제 거래 거부 권리(제10조) · 사업자의 상품이나 서비스 제공 시 강제 거래의 금지(제16조) · 사업자의 표준약관 및 기술적 수단을 이용한 강제 거래의 금지(제26조)	· 온라인 눈속임 상술 (일명 ‘다크패턴’) ¹²⁾ · 알고리즘 추천 기술 등

위한 기본법으로, 1993년 10월 31일에 제정된 이후 2009년 8월 27일과 2013년 10월 25일(현행)에 두 차례 개정되었다. 동법의 하위 규범인 「소비자권익보호법 실시조례」는 2024년 3월 15일 국무원에서 제정된 행정법규로서, 한국의 ‘시행령’과 유사한 지위를 갖는다. 본고에서는 지면 관계상 관련 조항의 주요 내용과 인공지능 기술에 적용 가능한 규율 요소는 해당 〈표〉로 대체한다.

12) 참고로, 한국은 온라인 눈속임 상술(‘다크패턴’)을 규율하기 위해 2024년 2월 13일 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」을 일부 개정하면서 제21조의2(온라인 인터페이스 운영에 있어서 금지되는 행위)를 규정하는 ‘6가지의 다크패턴 금지행위 유형’을 신설하였다.

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「소비자 권익 보호법」	허위나 오인을 유발하는 정보 제공의 금지	·사업자의 상품과 서비스에 관한 정보 제공 시 허위나 오인을 유발하는 광고의 금지(제20조)	·알고리즘 추천 기술 ·콘텐츠의 생성·추천 기술 등
	개인정보처리시 준수 의무	·개인정보 수집 및 이용시 합법성·필요성 원칙 준수, 목적·방식·범위의 고지, 동의 원칙 준수, 유출의 금지 등(제29조)	·서비스 추천 기술 ·프로파일링 기술 등
	온라인 플랫폼의 책임	·소비자 손해에 대한 온라인 플랫폼의 우선배상 의무, 연대책임(제44조)	·플랫폼 내 인공지능 시스템 관리 기술 등
「소비자 권익 보호법 실시 조례」	허위나 오인을 유발하는 정보 제공의 금지	·사업자의 상품과 서비스 거래 정보, 경영 데이터 조작 금지 ·사업자의 이용자 평가의 변조·조작· 은폐를 통한 허위나 오인을 유발하는 광고의 금지(제9조)	·알고리즘 추천 기술 ·콘텐츠의 생성·추천 기술 등
	가격 차별의 금지	·사업자가 소비자의 부지를 이용하여 동일한 거래 조건임에도 동일한 상품이나 서비스에 대하여 서로 다른 가격이나 요금 기준을 설정하는 행위를 금지(제9조) ·사업자는 상품의 가격과 가격 산정 방식 등의 정보를 명확하게 표시하여야 함(제10조)	·가격 차별 알고리즘 기술 등
	자동연장· 자동결제 관련 고지 의무	·사업자가 자동연장·자동결제 등의 방식으로 서비스를 제공하는 경우에 소비자가 해당 서비스를 받기 전과 자동 연장·자동 결제 등의 예정일 이전에 이를 명확한 방식으로 소비자에게 고지하여야 함(제10조)	·자동결제 등 유도 알고리즘 기술 ·구독서비스 알고리즘 기술
	기술적 수단을 이용한 강제 거래의 금지	·사업자가 기술적 수단을 이용하여 소비자의 상품이나 서비스 구매 시 이를 강제하거나 형식을 바꾸어 강제하는 것을 금지(제11조)	·온라인 눈속임 상술 ·알고리즘 추천 기술 등
	개인정보처리시 준수 의무	·소비자 개인정보의 과도한 수집의 금지 ·경영 활동과 직접 관련이 없는 개인 정보의 수집·이용을 강제하거나 형식을 바꾸어 강제하는 행위의 금지(제23조)	·서비스 추천 기술 ·프로파일링 기술 등

출처: 저자 직접 정리

2.2 인공지능 법제에서 소비자 보호를 직접적으로 규정하는 규범

2.2.1 「플랫폼 경제 분야의 반독점에 관한 지침」

- 2021년 2월 7일 중국 국무원은 플랫폼 경제 분야의 독점행위를 예방 및 규제하고, 시장의 공정경쟁을 보호하며, 플랫폼 경제의 규범적이고 질서 있는 발전의 촉진과 소비자 이익 등을 보호하기 위하여 본 지침을 제정함(본 지침 제1조)
- 본 지침은 ‘제1장 총칙, 제2장 독점의 합의, 제3장 시장지배적 지위의 남용, 제4장 사업자 결합(합병), 제5장 행정권력의 남용을 통한 경쟁의 배제 및 제한, 제6장 부칙’ 등 총 24개조로 구성됨
- 특히, 본 지침에서는 ‘차별적 대우(差別待遇)’¹³⁾ 행위를 규율하여 거래 상대방인 소비자를 보호하는 규정을 명시함
 - (차별적 대우) 시장지배적 지위를 가진 플랫폼 경제 분야의 사업자는 그 시장지배적 지위를 남용하여 정당한 이유 없이 거래조건이 동일한 거래 상대방에게 차별적 대우를 하여 시장경쟁을 배제하거나 제한할 가능성이 있음(본 지침 제17조)
 - (판단 기준) 차별적 대우의 판단에는 다음의 요소들을 고려함(본 지침 제17조)
 - 빅데이터(大数据)와 알고리즘(算法)에 근거하여 거래상대방의 지불능력, 소비 기호, 사용 습관 등에 따라 차별적인 거래가격 또는 기타 거래조건을 실시하는 경우

13) 한국 「공정거래법」에서의 ‘차별적 취급’과 유사한 개념으로 보인다. 차별적 취급이란 거래거절에까지 이르지 않더라도 사업자가 부당하게 거래지역 또는 거래상대방별로 가격, 수량, 기타 거래조건 등을 유리 또는 불리하게 하여 차별취급하는 행위를 말한다(신현운·최난설현(2024), 『경제법(제9판)』, 법문사, 324면).

- 차별적인 기준, 규칙, 알고리즘을 실시하는 경우
- 차별적인 결제조건과 거래방식을 실시하는 경우

□ 결국, 본 지침 제17조에 따라 빅데이터, 알고리즘 등 인공지능 요소를 이용하여 플랫폼 이용자인 소비자에 대하여 가격 차별 등 차별적 대우를 실시하는 경우에는 「반독점법」에 따라 처벌¹⁴⁾될 가능성이 있음

〈표 3〉 「플랫폼 경제 분야의 반독점에 관한 지침」의 주요 소비자 보호 규정

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「플랫폼 경제 분야의 반독점에 관한 지침」	차별적 대우의 금지 (제17조)	·시장지배적 지위를 가진 플랫폼 경제 분야의 사업자가 빅데이터와 알고리즘을 이용하여 차별적인 가격 및 거래조건 등을 실시	·빅데이터와 알고리즘을 이용한 가격 차별 기술 등 ¹⁵⁾

출처: 저자 직접 정리

2.2.2 「인터넷정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」

□ 2021년 12월 31일 중국 국가인터넷정보판공실 · 공업정보화부 · 공안부 · 국가시장감독관리총국은 부처 공동으로 알고리즘 추천 활동을 규범화하고,

14) 「반독점법」제57조는 “사업자가 본법의 규정을 위반하여 시장지배적 지위를 남용한 경우에는, 반독점 집행기관은 위법행위의 중지를 명령하고, 불법수익을 몰수하며, 전년도 매출액의 1퍼센트 이상 10퍼센트 이하의 범위에서 과징금을 부과한다.”고 정한다.

15) 참고로, 알고리즘 기반 가격 차별과 관련하여 ‘다이내믹 프라이싱’이 문제될 수 있다. 다이내믹 프라이싱은 정가(fixed price) 체계가 아닌 시가(market price) 방식에 따라 가격을 일정하게 고정하지 않고 수요·공급·시간 등 다양한 조건에 따라 유동적으로 조정하는 가격 전략을 의미한다. 과거 항공·호텔·전자상거래 등 제한된 분야에서 활용되었으나, IT 기술 발달과 데이터 분석 능력의 고도화에 따라 적용 영역이 확장되고 있다. 다만 가격 조정폭이 과도하거나 합리성이 결여된 경우에는 소비자 반발이 발생할 수 있기 때문에 운영 과정의 투명성과 공정성 확보가 중요한 과제로 지적되고 있다(KB 금융지주 경영연구소(2024), “‘정가 대신 시가’ 다이내믹 프라이싱(Dynamic Pricing), 누구를 위한 가격전략인가?”, 「연구보고서」, 1면 이하).

알고리즘 추천 서비스의 질을 제고하며, 네트워크 환경의 건전한 발전 등을 위한 목적으로 본 규정을 제정함

□ 본 규정은 ‘제1장 총칙, 제2장 정보서비스 규정, 제3장 이용자 권익의 보호, 제4장 관리감독, 제5장 법적 책임, 제6장 부칙’ 등 총 35개조로 구성됨

○ 본 규정은 중국 역내(境内)에서 알고리즘 추천 기술을 적용하여 인터넷 정보 서비스(‘알고리즘 추천 서비스’)를 제공하는 경우에 적용됨(본 규정 제2조)

○ 본 규정에서 ‘추천 알고리즘 기술의 적용’이란 생성합성(generation and synthesis), 개인화 푸시(personalized push), 선별정렬(selection sort), 검색필터링(search filtering), 통제결정(scheduling decision) 등 알고리즘 기술을 적용하여 이용자에게 정보를 제공하는 것을 의미함(본 규정 제2조)

□ 특히 본 규정 제3장에서는 알고리즘 추천 서비스가 소비자를 차별하거나 과도한 영향을 미치는 것을 규율하여 소비자를 보호하는 규정을 명시함

○ (알고리즘 추천 고지 및 정보의 공개) 알고리즘 추천 서비스 제공자는 그가 알고리즘 추천 서비스를 제공하는 상황을 이용자에게 명확한 방식으로 고지하고, 알고리즘 추천 서비스의 기본 원리 · 목적 · 주요 운영 시스템 등을 적절한 방식으로 공개하여야 함(본 규정 제16조)

○ (서비스 종료 선택권의 보장) 알고리즘 추천 서비스 제공자는 이용자에게 그 개인 특성에 맞지 않는 옵션이나 알고리즘 추천 서비스를 편리하게 종료할 수 있는 옵션을 제공하여야 하며, 이용자가 알고리즘 추천 서비스의 종료를 선택한 경우에는 알고리즘 추천 서비스 제공자는 즉시 관련 서비스 제공을 중지하여야 함(본 규정 제 17조 제1항)

- **(이용자 태그 선택권의 보장)** 알고리즘 추천 서비스 제공자는 알고리즘 추천 서비스에 사용되는 개인 특성에 관한 이용자 태그(user tags)를 이용자가 선택하거나 삭제할 수 있는 기능을 제공하여야 함(본 규정 제17조 제2항)
 - **(중대한 권익 침해 시 설명 및 책임 의무)** 알고리즘 추천 서비스 제공자가 알고리즘을 적용하면서 이용자 권익에 중대한 영향을 미친 경우에는 법에 따라 설명을 하고 그에 상응하는 책임¹⁶⁾을 부담하여야 함(본 규정 제17조 제3항)
 - **(취약계층¹⁷⁾에 대한 보호)** 알고리즘 추천 서비스 제공자가 고령자에게 서비스를 제공하는 때에는 고령자의 이동 · 진료 · 소비 · 업무처리 등의 수요를 충분히 고려하여 국가의 관련 규정에 따라 지능화된 고령 친화 서비스를 제공하여야 함(본 규정 제19조)
 - 나아가, 법에 따라 전기통신 네트워크 사기¹⁸⁾ 정보의 모니터링 · 식별 · 처리를 수행하여 고령자가 알고리즘 추천 서비스를 안전하게 이용할 수 있게 편의를 제공하여야 함(본 규정 제19조)
 - **(가격 등 거래 조건에서의 차별적 대우의 금지)** 알고리즘 추천 서비스 제공자가 소비자에게 상품을 판매하거나 서비스를 제공하는 때에는 소비자의 기호 · 거래 습관 등의 특징을 근거로 한 알고리즘을 이용하여 거래 가격 등 거래 조건에서 불합리한 차별적 대우의 위법 행위를 하는 것을 금지함(본 규정 제21조)
- 상기 사항 제16조와 제17조를 위반하는 사업자에게는 유관부처에서 경고하고, 기간을 정하여 시정명령을 할 수 있으며, 시정명령에 응하지 않거나 정황이 중한 경우에는 정보 업데이트의 중지를 명령하고, 1만 위안 이상 10만 위안 이하의 과징금을 부과함(본 규정 제31조)

16) '상응하는 책임(相应责任)'이란 행정적 · 형사적 · 민사적 책임을 모두 포괄하는 개념이다.

17) 본 규정 제18조에는 '미성년자'에 대한 규정도 동시에 마련되어 있다.

18) 우리나라의 '전기통신금융사기' 또는 '보이스피싱'에 해당된다.

- 한편, 제19조와 제21조를 위반한 사업자에게는 유관부처가 관련 법률·행정 법규 및 부문규장의 규정에 따라 처리함(본 규정 제32조)¹⁹⁾

〈표 4〉 「인터넷정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」의 주요 소비자 보호 규정

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「인터넷 정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」	알고리즘 추천 고지 및 정보의 공개 (제16조)	· 알고리즘 추천 서비스 제공 상황을 이용자에게 명확한 방식으로 고지 · 알고리즘 추천 서비스 기본 원리·목적·주요 운영 시스템 등을 적절한 방식으로 공개	· 알고리즘 추천 서비스 관련 제반 기술 등
	서비스 종료 선택권의 보장 (제17조 제1항)	· 알고리즘 추천 서비스를 편리하게 종료할 수 있는 옵션 제공 · 알고리즘 추천 서비스의 종료선택 시 즉시 관련 서비스의 중지	· 알고리즘 추천 서비스의 선택권 관련 기술 등
	이용자 태그 선택권 보장 (제17조 제2항)	· 개인 특성에 관한 이용자 태그를 이용자가 선택·삭제할 수 있는 기능 제공	· 알고리즘 추천 서비스의 데이터 통제 기술 등
	중대한 권익 침해 시 설명 및 책임 의무 (제17조 제3항)	· 이용자 권익에 대한 중대한 영향 유발 시 법에 따른 설명 및 상응하는 책임 의무 부과	· 중대한 영향 유발 알고리즘 기술 등

19) 본 규정이 취약계층 보호나 소비자 차별 금지와 관련된 처벌방법을 직접 명시하지 않은 것은 상위 법령과의 연계를 통해 처벌 범위를 확대하려는 입법적 고려에 따른 것으로 보인다.

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「인터넷 정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」	취약계층에 대한 보호 (제19조)	·고령자 권익의 보장 ·고령자의 이동·진료·소비·업무처리 등의 수요를 고려한 지능화된 고령 친화 서비스 제공 ·전기통신 네트워크 사기 정보의 모니터링, 식별, 처리 수행 ·고령자가 알고리즘 추천 서비스를 안전하게 이용할 수 있는 편의 제공	·안전 확보 관련 제반 알고리즘 기술 등
	거래 조건에서의 차별적 대우의 금지 (제21조)	·소비자의 기호·거래 습관 등의 특징을 근거로 한 알고리즘을 이용하여 거래 가격 등 거래 조건에서 불합리한 차별적 대우 등을 금지	·알고리즘 서비스를 이용한 가격 차별 기술 등

출처: 저자 직접 정리

2.2.3 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정」

- 2022년 11월 25일 중국 국가인터넷정보판공실 · 공업정보화부 · 공안부는 인터넷 기반 정보서비스의 심층합성(深度合成, deep synthesis) 관리를 강화하고, 국가안전과 사회공공이익을 수호하며, 공민 · 법인 및 기타 조직의 합법적 권익을 보호하기 위하여 본 규정을 제정함(본 규정 제1조)
- 본 규정은 ‘제1장 총칙, 제2장 일반 규정, 제3장 데이터와 기술 관리 규범, 제4장 감독 · 검사 및 법적 책임, 제5장 부칙’ 등 총 25개 조문으로 구성됨
- 본 규정은 중국 역내(境内)에서 심층합성 기술을 이용하여 인터넷정보서비스(‘심층합성 서비스’)를 제공하는 경우에 적용됨(본 규정 제2조)

○ 본 규정에서 말하는 심층합성 기술이란 딥러닝(deep learning) · 가상현실(virtual reality) 등 생성합성 알고리즘을 이용하여 텍스트 · 이미지 · 오디오 · 동영상 · 가상 장면 등의 네트워크 정보를 제작하는 기술을 의미하며, 다음의 것들을 포함하나 이에 한정하지 않음(본 규정 제23조 제1항)²⁰⁾

- 텍스트 생성, 텍스트 스타일 변환, 문답 대화 등 ‘텍스트 내용의 생성 · 편집 기술’
- 텍스트 음성 변환, 음성 변환, 음성 속성 편집 등 ‘음성 내용의 생성 · 편집 기술’
- 음악 생성, 장면음 편집 등 ‘비(非)음성 내용의 생성 · 편집 기술’
- 얼굴 생성, 얼굴 교체, 인물 속성 편집, 얼굴 조작, 자세 조작 등 ‘이미지 · 동영상 내용 중 생물학적 특성의 생성 · 편집 기술’
- 이미지 생성, 이미지 향상, 이미지 복원 등 ‘이미지 · 동영상 내용 중 비(非)생물학적 특성의 생성 · 편집 기술’
- 3차원 재구성, 디지털 시뮬레이션 등 ‘디지털 인물 · 가상 장면의 생성 · 편집 기술’

□ 본 규정에서는 인공지능 생성합성 콘텐츠의 표시 의무, 생체정보 편집 시 편집 대상 개인의 동의, 표시의 삭제 및 조작 금지 등을 통해 생성형 인공지능으로부터 소비자를 보호하는 규정을 명시함

○ (생체정보 편집 시 편집 대상 개인의 동의) 심층합성 서비스 제공자²¹⁾와 기술지원자²²⁾가 얼굴 · 음성 등 생체인식정보 편집 기능을 제공하는 경우에는 ‘심층합성 서비스 이용자²³⁾가 해당 사실을 편집 대상 개인에게 알리고, 그로부터 별도의 동의를 받아야 함을 고지’하여야 함(본 규정 제14조)²⁴⁾

20) 본 규정 제23조는 딥페이크(Deepfake) 기술도 포함하고 있는 것으로 이해된다.

21) ‘심층합성 서비스 제공자’란 심층합성 서비스를 제공하는 조직 또는 개인을 의미한다(본 규정 제23조 제2항).

22) ‘심층합성 서비스 기술 지원자’란 심층합성 서비스에 기술적 지원을 제공하는 조직 또는 개인을 말한다(본 규정 제23조 제3항).

23) ‘심층합성 서비스 이용자’란 심층합성 서비스를 사용하여 정보를 제작·복제·게시·전파하는 조직 또는 개인을 말한다(본 규정 제23조 제4항).

24) 본 규정 제14조의 취지는 다음과 같다. ‘심층합성 서비스를 운영하는 플랫폼 서비스 제공자와 기술 제공자는

- **(심층합성 서비스 이용 생성·편집 정보 표시의 부착)** 심층합성 서비스 제공자는 그 서비스의 이용을 통하여 생성하거나 편집한 정보에 대하여 이용자의 사용에 영향을 미치지 않는 표시(标识)²⁵⁾을 부착하는 기술적 조치를 취하여야 하며, 법률·행정법규 및 국가의 관련 규정에 따라 로그(log) 정보를 보존하여야 함(본 규정 제16조)
- **(혼동·오인 방지를 위한 심층합성 서비스 이용 생성·편집 정보의 명확한 표시)** 심층합성 서비스 제공자가 다음의 심층합성 서비스를 제공하여 대중(公众)의 혼동 또는 오인을 초래할 가능성이 있는 때에는 생성 또는 편집된 정보 내용의 합리적 위치·구역에 명확한 표시(prominent mark, 显著标识)을 하여 대중에게 심층합성 상황을 고지하여야 함(본 규정 제17조 제1항)
 - 지능형 대화·지능형 작문 등 ‘자연인을 모방하여 텍스트를 생성·편집하는 서비스’
 - 합성음성, 모사음성 등 ‘음성을 생성하거나 개인 식별 특성을 현저히 변경하는 서비스’
 - 얼굴 생성, 얼굴 교체, 얼굴 조작, 자세 조작 등 ‘영상·이미지 기반의 개인 식별 특성을 변경하는 서비스’
 - ‘몰입형 실감 장면의 생성·편집 서비스’
 - 기타 정보내용을 생성하거나 현저히 변경하는 기능의 서비스
- **(심층합성 표시의 삭제·변조 등의 금지)** 어떠한 조직이나 개인도 본 규정 제16조 및 제17조의 심층합성 표시를 삭제·변조·은닉하기 위한 기술적 수단을 사용하는 것을 금지함(본 규정 제18조)

서비스 이용자가 다른 사람의 얼굴이나 목소리를 편집하려는 경우에는 그 서비스 이용자에게 다음의 사항을 반드시 고지하여야 한다. 즉, 편집 대상이 되는 개인에게 이를 법에 따라 알리고, 그 개인으로부터 단독·별도의 동의를 받아야 한다.’는 것이다.

25) 본문에서 ‘표식(标识)’의 번역과 관련하여, 맥락에 따라 ‘표시’로 번역되는 것이 자연스러운 경우도 있다. 하지만 표식의 주요 목적이 인공지능 생성·편집 콘텐츠를 기술적으로 식별하거나 추적성을 확보하는 데 있다는 점, 그리고 중국어 원문을 충실히 반영할 필요성을 고려하여 본문에서는 ‘표식’이라는 용어를 사용한다.

- 본 규정을 위반한 심층합성 서비스 제공자와 기술 지원자는 관련 법률 및 행정법규의 규정에 따라 처벌을 받으며, 중한 결과를 초래한 경우에는 법에 따라 가중하여 처벌됨(본 규정 제22조)²⁶⁾

〈표 5〉 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정」의 주요 소비자 보호 규정

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「인터넷 정보서비스 심층 합성 관리규정」	생체정보 편집 시 편집 대상 개인의 동의 (제14조)	· 심층합성 서비스 이용자의 편집 대상 개인에 대한 관련 사실의 고지 및 그로부터 별도의 동의 취득 필요	·얼굴 합성 교체 조작 기술 ·음성 생성 및 음성 모사 기술 ·생체인식정보 기반 처리 기술 등
	심층합성 서비스 이용 생성·편집 정보 표시의 부착 (제16조)	· 생성·편집한 정보에 대한 표시 부착 · 로그 정보의 보존	·생성형 알고리즘 기술 ·심층합성 알고리즘 기술 ·합성 알고리즘 기술 ·인공지능 생성 여부 식별 기술 ·인공지능 생성 과정 로그 기록 등
	혼동·오인 방지를 위한 심층합성 서비스 이용 생성·편집 정보의 명확한 표시 (제17조)	· 대중의 혼동 또는 오인을 초래할 가능성이 있는 경우에 생성 또는 편집된 정보 내용의 합리적 위치 구역에 생성·편집 정보임을 명확히 표시	·텍스트 생성 기술 ·음성 생성 및 음성 모사 기술 ·얼굴 합성, 교체, 조작 기술 ·가상 장면 생성 기술 ·기타 정보내용의 변형 생성 기술 등
	심층합성 표시의 삭제·변조 등의 금지 (제18조)	· 심층합성 표시를 삭제·변조·은닉 하기 위한 기술적 수단 사용의 금지	·인공지능 표시 제거 기술 ·딥페이크 회피 기술 등

출처: 저자 직접 정리

26) 본 규정에서 처벌방법을 구체적으로 명시하지 않은 것은 기술 변화 속도가 빠른 심층합성 기술을 규율하기 위해 불가피하게 ‘개방형 규정방식’을 채택한 데에 더하여, 중국 특유의 ‘경험주의입법’도 동시에 작용한 결과로 이해된다.

2.2.4 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시²⁷⁾방법」

- 2023년 7월 10일 중국 국가인터넷정보판공실 · 국가발전개혁위원회 · 교육부 · 과학기술부 · 공업정보화부 · 공안부 · 국가광전총국은 생성형 인공지능의 건강한 발전과 규범 적용을 촉진하고, 국가안보와 사회 공공이익 유지 등의 목적을 위해 본 방법을 제정함(본 방법 제1조)
- 본 방법은 ‘제1장 총칙, 제2장 기술발전과 거버넌스, 제3장 서비스 규범, 제4장 관리감독과 법적 책임, 제5장 부칙’ 등 총 24개 조문으로 구성됨
 - 본 방법은 생성형 인공지능 기술을 이용하여 중국 역내의 대중에게 텍스트 · 이미지 · 오디오 · 동영상 등 콘텐츠를 생성하여 제공하는 서비스(‘생성형 인공지능 서비스’)에 적용됨(본 방법 제2조)
 - ‘생성형 인공지능 기술’이란 텍스트 · 이미지 · 오디오 · 동영상 등 콘텐츠 생성 능력을 갖춘 모델 및 관련 기술을 의미함(본 방법 제22조 제1호)
 - ‘생성형 인공지능 서비스 제공자’란 생성형 인공지능 기술을 이용하여 생성형 인공지능 서비스를 제공하는 조직 또는 개인을 말함(본 방법 제22조 제2호)
 - ‘생성형 인공지능 서비스 이용자’란 생성형 인공지능 서비스를 사용하여 콘텐츠를 생성하는 조직 또는 개인을 의미함(본 방법 제22조 제3호)
- 본 방법에서는 생성형 인공지능 서비스의 차별 방지, 개인정보 보호, 콘텐츠 표시, 불법 콘텐츠 통제 등을 통해 소비자가 인공지능 요소로부터 침해받지 않도록 보호하는 규정을 마련함

27) 중국 법률에서 ‘임시(暂行)’는 해당 법령의 본격적인 제정에 앞서 일정 기간 시험적으로 시행하는 방식을 의미하며, 이는 중국 특유의 ‘경험주의입법’을 반영한 것으로 이해된다.

- **(이용자 개인정보의 보호)** 서비스 제공자는 이용자의 입력정보와 사용기록에 대한 보호의무를 이행하며, 불필요한 개인정보의 수집을 하지 못하고, 이용자 신원을 식별할 수 있는 입력정보와 사용기록을 불법적으로 보유하거나 이를 불법적으로 제3자에게 제공할 수 없음(본 방법 제11조)
- **(심층합성 콘텐츠 표시 의무)** 서비스 제공자는 「인터넷정보서비스 심층합성 관리규정」에 따라 이미지 · 영상 등 생성 콘텐츠에 대하여 표시를 하여야 함(본 방법 제12조)
- **(불법 콘텐츠의 통제)** 서비스 제공자가 불법 콘텐츠를 발견한 때에는 즉시 생성 중지 · 전송 중지 · 삭제 등의 조치를 취하고, 모델 최적화 훈련 등의 조치를 통해 시정하며, 관련 주무부처에 보고하여야 함(본 방법 제14조)
- 본 방법의 규정을 위반한 서비스 제공자는 관련 법률 · 행정법규에 따라 처벌됨(본 방법 제21조)
- 법률 · 행정법규에 규정이 없는 경우에는 주무부처는 그 직무에 따라 경고, 기한 내의 시정 등을 명령함
- 만약 서비스 제공자가 시정하지 않거나 정황이 엄중한 경우에는 주무부처는 관련 서비스의 제공 중지를 명령함

〈표 6〉 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」의 주요 소비자 보호 규정

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」	심층합성 콘텐츠 표시 의무 (제12조)	·서비스 제공자의 이미지·영상 등 생성된 콘텐츠에 대한 표시	·딥페이크 생성 기술 ·심층합성 기술 ·합성 알고리즘 기술 등

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」	이용자 개인정보의 보호 (제11조)	·서비스 제공자의 이용자 입력 정보와 사용기록에 대한 보호 ·불필요한 개인정보의 수집 금지 ·이용자 신원을 식별할 수 있는 입력정보와 사용기록의 불법적 보유 및 불법적 제3자 제공 금지	·로그 기록 시스템 기술 ·이용자 식별 가능 알고리즘 기술 등
	불법 콘텐츠의 통제 (제13조)	·불법 콘텐츠 발견 즉시 서비스 제공자의 생성 중지 · 전송 중지 · 삭제 등 조치 ·주무부처에 대한 보고	·콘텐츠 필터링 기술 ·유해 콘텐츠 자동 탐지 기술 등

출처: 저자 직접 정리

2.2.5 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」

□ 2025년 3월 7일 중국 국가인터넷정보판공실 · 공업정보화부 · 공안부 · 국가광전 총국은 인공지능의 건전한 발전을 촉진하고, 인공지능이 생성합성한 콘텐츠의 표시를 규범화하기 위해 본 방법을 제정함(본 방법 제1조)²⁸⁾

○ 본 방법은 기존에 제정된 부분규장들 간 적용의 실효성 · 통일성 확보를 위해 실무적으로 필요한 사항들을 규율하기 위한 목적으로 제정된 것으로 이해됨

□ 본 방법은 총 14개 조문으로 구성됨

○ 본 방법은 「인터넷 정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정», 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정», 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」에서 규정한

28) 기존에도 「인터넷 정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정», 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정», 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」 등이 시행되고 있었지만, 표시 방법에 관한 규정이 구체적이지 않고 기술 발전 속도 또한 빨랐기 때문에 서비스제공자의 실무적 적용에 어려움이 있었다. 이에 기존 규정의 공백을 보완하고 규범 간 정합성을 확보하기 위해 본 방법이 제정되었다(이상우(2025), “중국의 AI 생성 콘텐츠 규제 동향과 시사점”, 「CSF(중국전문가포럼) 전문가오피니언», 대외경제정책연구원, 2면 이하).

상황에 따른 네트워크 정보서비스 제공자(‘서비스 제공자’)가 수행하는 인공지능 생성합성 콘텐츠의 표식(labeling)에 적용됨(본 방법 제2조)

○ 본 방법에서 말하는 ‘인공지능 생성합성 콘텐츠’란 인공지능 기술에 의해 생성되거나 합성된 텍스트 · 이미지 · 오디오 · 동영상 · 가상 장면 및 기타 정보를 말함(본 방법 제3조)

- 인공지능 생성합성 콘텐츠의 표식에는 명시적 표식과 암시적 표식이 포함됨
- 명시적 표식(explicit labels)이란 생성합성된 콘텐츠 또는 이용자와 시스템이 상호작용하는 환경(interactive scene) 인터페이스²⁹⁾에 추가되는 표식을 말하며, 이는 문자 · 음성 · 도형 등의 방식으로 제시되어 이용자가 명확하게 인지할 수 있음
- 암시적 표식(implicit labels)이란 기술적 조치를 통해 생성합성된 콘텐츠의 파일 데이터에 추가되는 표식을 말하며, 이는 이용자가 쉽게 인지하기 어려움

□ 본 방법에서는 인공지능 생성합성 콘텐츠에 대한 표식 의무와 표식의 삭제 · 변조 금지 등을 통해 소비자가 인공지능 생성물임을 명확히 식별하고 허위정보로부터 보호하는 규정을 명시함

○ (서비스 제공자의 명시적 표식 의무) 서비스 제공자가 제공하는 생성합성 서비스가 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정」 제17조 제1항³⁰⁾에 해당하는 경우에 다음의 요구에 따라 생성합성 콘텐츠에 명시적 표식을 추가하여야 하며, 생성합성 콘텐츠의 다운로드 · 복제 · 내보내기 기능을 제공하는 경우에는 파일의 요구에 부합하는 명시적 표식이 포함되도록 보장하여야 함(본 방법 제4조)

- 텍스트의 시작 · 끝 또는 중간에 적절한 위치에 문자 알림 또는 통용되는 부호 알림 등의 표식을 부착하거나, 이용자와 시스템이 상호작용하는 환경 인터페이스 또는 텍스트 주변에 명확한 알림 표식을 부착함(제1호)

29) 쉽게 말해, 이용자와 인공지능 서비스가 상호작용하는 화면(UI)을 말한다.

30) 상기한 「인터넷정보서비스 심층 합성 관리 규정」 제17조 제1항 참고.

- 오디오의 시작 · 끝 또는 중간의 적절한 위치에 음성 알림 또는 오디오 리듬 알림 등의 표식을 부착하거나, 이용자와 시스템이 상호작용하는 환경 인터페이스에 명확한 알림 표식을 부착함(제2호)
 - 이미지의 적절한 위치에 명확한 알림 표식을 부착함(제3호)
 - 동영상의 시작 화면과 재생 주변의 적절한 위치에 명확한 알림 표식을 부착하거나, 동영상의 끝과 중간의 적절한 위치에도 명확한 알림 표식 부착 가능함(제4호)
 - 가상 장면의 경우에 시작 화면의 적절한 위치에 명확한 알림 표식을 부착하며, 가상 장면이 지속되는 서비스 과정에서도 적절한 위치에 명확한 알림 표식 부착 가능함(제5호)
 - 기타 생성합성 서비스 장면은 그 자체의 응용 특성에 따라 명확한 알림 표식을 부착함(제6호)
- (서비스 제공자의 암시적 표식 의무) 서비스 제공자는 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정」 제16조³¹⁾의 규정에 따라, 생성합성 콘텐츠의 파일 메타데이터³²⁾에 암시적 표식을 부착하여야 하며, 암시적 표식에는 생성합성 콘텐츠 속성 정보, 서비스 제공자의 이름 또는 코드, 콘텐츠 번호 등 제작 요소 정보가 포함(본 방법 제5조)
- 서비스 제공자가 생성합성 콘텐츠에 디지털 워터마크 등의 형태로 암시적 표식을 추가하는 것이 장려됨
- (전파 서비스제공자의 식별 · 표식 의무) 네트워크 정보 콘텐츠 전파 서비스를 제공하는 서비스 제공자는 다음의 조치³³⁾를 취하여 생성합성 콘텐츠의 전파 활동을 규범화하여야 함(본 방법 제6조)

31) 상기한 「인터넷정보서비스 심층 합성 관리 규정」 제16조 참고.

32) 파일 메타데이터(File metadata, 文件元数据)란 특정한 인코딩 형식에 따라 파일 헤더에 삽입되는 기술적 정보로서 파일의 출처·속성·용도 등의 정보를 기록하는데 사용되는 것을 말한다(본 방법 제5조 제3항). 쉽게 말해, 파일 데이터에 대해 설명하는 데이터인 것이다.

33) 네트워크 정보 콘텐츠 전파 서비스제공자는 제1호~제3호의 상황이 있는 경우에는 파일 메타데이터에 생성·합성 콘텐츠 속성 정보, 전파 플랫폼의 이름 또는 코드, 콘텐츠 번호 등 전파 요소 정보를 추가하여야 한다(본 방법 제6조 제2항).

- 파일 메타데이터 안에 암시적 표식이 포함되어 있는지 확인하고, 파일 메타데이터가 생성합성 콘텐츠를 명확히 나타내는 경우에는 게시되는 콘텐츠 주변에 명확한 알림 표식을 적절한 방식으로 부착하여 대중에게 해당 콘텐츠가 생성합성 콘텐츠를 명확히 알림(제1호)
 - 파일 메타데이터에서 암시적 표식이 확인되지 않았으나 이용자가 생성합성 콘텐츠를 밝힌 경우에는 적절한 방식으로 게시 콘텐츠 주변에 명확한 알림 표식을 부착하여 대중에게 해당 콘텐츠가 생성합성 콘텐츠일 수도 있음을 알림(제2호)
 - 파일 메타데이터에서 암시적 표식을 확인할 수 없고, 이용자가 생성합성 콘텐츠를 밝히지 않았으나, 플랫폼이 명시적 표식 또는 다른 생성합성 흔적을 탐지한 경우에는 그 콘텐츠를 의심되는 생성합성 콘텐츠로 식별하고, 게시되는 콘텐츠 주변에 명확한 알림 표식을 적절한 방식으로 부착하여 대중에게 해당 콘텐츠가 의심되는 생성합성 콘텐츠를 알림(제3호)
 - 필요한 표식 기능을 제공하고, 이용자가 게시하는 콘텐츠에 생성합성 콘텐츠가 포함되어 있는지를 스스로 신고하도록 안내함(제4호)
- (생성합성 콘텐츠 표식의 삭제 · 변조 등 금지) 어떠한 조직이나 개인도 생성합성 콘텐츠의 표식을 악의적으로 삭제 · 변조 · 위조 · 은닉하는 것을 금지하며, 타인의 상기한 악의적 행위를 위해 도구나 서비스를 제공하여서도 안되고, 부정한 표식 수단을 통하여 타인의 권익을 침해할 수 없음(본 방법 제10조)
- 본 방법은 인공지능이 생성합성한 콘텐츠에 의무적으로 명시적 · 암시적 표식을 부착하여 소비자가 해당 콘텐츠가 인공지능에 의해 생성된 것임을 용이하게 식별하고 허위정보나 조작된 콘텐츠로부터 보호받을 수 있도록 법적 · 실무적 근거를 제공한다는 점에서 의미가 있음

〈표 7〉 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」의 소비자 보호 규정

구분	해당 규정	주요 내용	인공지능 관련 규율 요소
「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」	서비스 제공자의 생성합성 콘텐츠에 대한 명시적 표시 의무 (제4조)	·서비스 제공자는 서비스 제공시 생성합성 콘텐츠 여부를 명시적으로 표시 ·생성합성 콘텐츠의 다운로드, 복제, 내보내기 기능 제공시 명시적 표시가 포함되도록 조치	·인공지능 기반 텍스트, 오디오, 이미지, 동영상, 가상장면 등 생성·합성 기술
	서비스 제공자의 생성합성 콘텐츠에 대한 암시적 표시 의무 (제5조)	·서비스 제공자는 서비스 제공시 생성합성 콘텐츠의 파일 메타 데이터에 기술적으로 암시적 표시 부착	·디지털 워터마킹 기술 ·메타데이터 기반 기술 ·인공지능 생성물 추적 기술 등
	전파 서비스제공자의 식별·표시 의무 (제6조)	·네트워크 정보 콘텐츠 전파 서비스 제공자의 생성합성 콘텐츠에 대한 식별·표시 의무 ·파일 메타데이터에서 암시적 표시의 확인 및 콘텐츠 주변에 명확한 알림 표시 추가	·인공지능 콘텐츠 탐지 알고리즘 기술 ·플랫폼 기반 콘텐츠 모니터링 기술 ·인공지능 생성물 판정 알고리즘 기술 등
	생성합성 콘텐츠 표시의 삭제 및 변조 등 금지(제10조)	·생성합성 콘텐츠의 표시에 대한 악의적 삭제, 변조, 위조, 은닉 금지 등	·워터마크 제거 기술 ·메타데이터 변조, 삭제 기술 등

출처: 저자 직접 정리

〈그림 1〉 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」에 따른 ‘텍스트’ 콘텐츠 표시 예시³⁴⁾



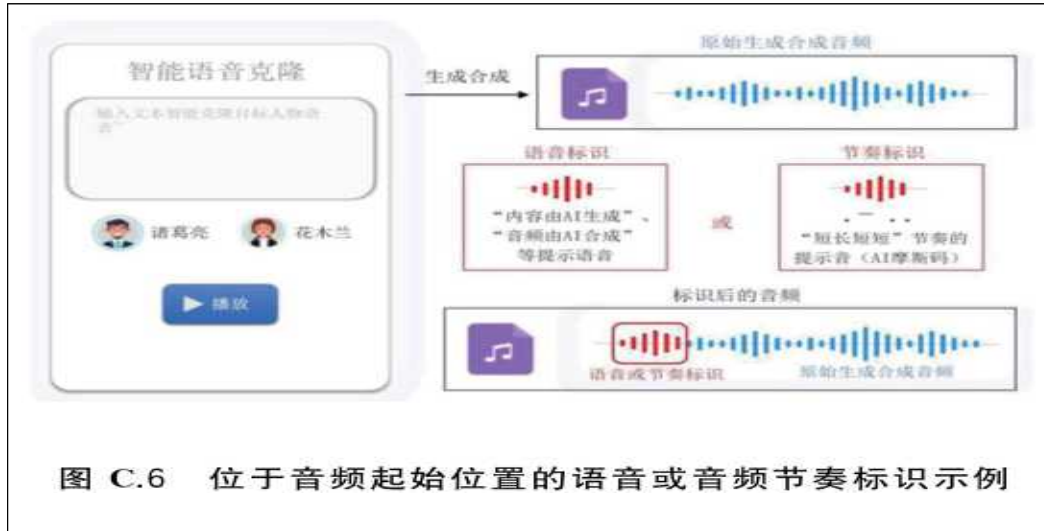
〈그림 2〉 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」에 따른 ‘이미지’ 콘텐츠 표시 예시³⁵⁾



34) 网络安全技术 人工智能生成合成内容标识方法(GB45438—2025) C.1.1 文字形式. 그림에 표시된 붉은 색 원형 표시는 이해를 돕기 위해 필자가 추가한 것이고, “AI生成”이란 “AI생성”을 의미한다. 아래의 그림들에서도 같은 목적에서 붉은 색 원형 표시를 하였다.

35) 网络安全技术 人工智能生成合成内容标识方法(GB45438—2025) C.2. 图片内容显式标识. “人工智能生成合成”은 “인공지능생성합성”을 의미한다.

〈그림 3〉 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」에 따른 ‘오디오’ 콘텐츠 표시 예시³⁶⁾



〈그림 4〉 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」에 따른 ‘동영상’ 콘텐츠 표시 예시³⁷⁾



36) 网络安全技术 人工智能生成合成内容标识方法(GB45438—2025) C.3 音频内容显式标识.

37) 网络安全技术 人工智能生成合成内容标识方法(GB45438—2025) C.4 视频内容显式标识.

2.3 소결

- 중국의 현행 인공지능 법제는 단일의 상위 법률이 존재하지 않고, 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표식방법」 등 다수의 행정법규 및 부문규장을 통해 규율하는 특징을 보임
 - 이러한 구조적 특징으로 인해 인공지능 요소로부터 소비자를 보호하는 규정은 다수 규범에 분산되어 있으므로 이를 체계적으로 분석하는 작업이 중요함
- 먼저, 인공지능 요소로부터 소비자를 직접적으로 보호하는 규정이 없더라도, 알고리즘 추천 · 다크패턴 · 개인정보 보호 등 소비자 거래 과정에서 발생할 수 있는 위험을 규율하여 소비자를 간접적으로 보호하는 규범이 존재함
 - 대표적으로, 「소비자권익보호법」 및 동법 「실시조례」에서 규정하는 ‘강제 거래의 금지 · 허위나 오인을 유발하는 정보제공의 금지 · 가격차별의 금지 · 자동 결제 관련 고지 의무 · 개인정보 처리 시 준수의무 등’이 좋은 예시임
 - 이러한 보호 규범들은 인공지능 기술이 기존 전자상거래 등을 기반으로 한 소비자 거래 영역과 결합되어 발생하는 소비자 피해를 간접적으로 규율하는 기능을 함
- 반면, 특정 인공지능 기술을 명시적으로 규율하면서 그 기술이 초래할 수 있는 소비자 피해를 직접적으로 방지하려는 규범도 마련되어 있음

- 대표적으로, 「인터넷정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」의 ‘알고리즘 추천의 고지 및 가격차별 등의 금지’ 규정, 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정」의 ‘생체정보 편집시 동의 취득 및 생성·편집 정보 표시의 부착 등’ 규정, 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」의 ‘개인정보 보호 및 심층합성 콘텐츠 표시 의무 등’ 규정, 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」의 ‘명시적 · 암시적 표시 의무 등’이 좋은 예시임
- 이러한 보호 규범들은 인공지능 기술로 인한 소비자 피해를 직접적으로 규율하면서도 규범들 상호 간 연계성이 있는 것으로 확인됨
 - 특히, 중국은 인공지능 생성물에 대한 기술적 표시 기준을 상세히 규정하고, 표시의 삭제 · 변조를 금지함
- 종합하면, 중국의 인공지능 법제에서의 소비자 보호 규범은 ‘간접적 규범과 직접적 규범의 이중 구조’, ‘경험주의입법을 통한 단계적 규율’, ‘인공지능 기술 유형별 세분화된 규율’이라는 특징을 도출할 수 있음

3. 소비자 보호 관점에서 본 중국 인공지능 법제의 특징

3.1 다층적 보호 및 경험주의입법에 근거한 단계적 규율

- 중국의 현행 인공지능 법제는 단일 법률에서 포괄하는 방식이 아니라, 전통적 규범체계로 규율할 수 있는 소비자 위험과 인공지능이 가져오는 특수한 위험을 각각 분리하여 법적 보호를 하는 방식으로 구성됨
- 이는 소비자 보호 관점에서 인공지능 요소로부터 발생할 수 있는 소비자 피해에 대하여 다양하게 대응할 수 있는 다층적 보호 구조를 마련하고 있는 것으로 이해됨
- (전통적 규범 체계를 통한 간접 규율의 유효성) 전통적 소비자 보호 규범은 인공지능 기술 도입 이후에도 소비자 피해를 예방·규율하는데 유효하게 기능함
 - 강제 거래·허위나 오인 유발 정보의 제공·가격 차별 등 기존의 소비자 피해 유형은 인공지능 기술이 도입된 후에도 계속 발생하고 있으며, 오히려 인공지능 기술을 통해 더욱 확대될 가능성이 있음
 - 예를 들면, ‘다크패턴’이 인공지능 기술과 결합하여 정교한 방법으로 소비자를 유인할 수 있으며, ‘가격 차별’이 알고리즘 분석을 통해 은밀하게 소비자 개인에게 실행될 가능성이 있음
 - 이에 기존의 「소비자권익보호법」 등 전통적 규범 체계를 통한 간접적 규율은 인공지능 환경에서도 소비자 보호 기능에 여전히 유용함
- (인공지능이 야기하는 새로운 유형의 위험으로부터의 소비자 보호) ‘알고리즘 추천·심층합성·생성형 인공지능’ 등으로 인해 발생하는 피해에 대해서는 해당 기술 특성을 반영한 별도의 보호체계가 요청됨

- 예를 들면, 심층합성 기술은 얼굴 · 음성등을 조작하여 소비자에게 명예훼손이나 사기 등의 피해를 야기할 수 있으며, 생성형 인공지능은 불법 · 유해한 정보를 확산시켜 소비자의 판단 과정에 직접적인 혼란과 오인을 야기할 수 있음
 - 이에 중국은 인공지능 요소에서 발생하는 다양한 피해에 대하여 기술별 맞춤형 규율을 통해 새로운 유형의 소비자 피해에 대응하고 있음
- **(경험주의입법을 통한 탄력적인 소비자 보호)** 중국은 하위 규범을 우선 시행하여 경험을 축적한 뒤 상위 법률로 단계적으로 발전시키는 ‘경험주의 입법’ 방식을 활용하여 인공지능 관련 소비자 피해에 신속하고 탄력적으로 대응할 수 있는 구조를 마련함
- 이는 기술 변화 속도가 빠른 인공지능 분야에서 규범의 공백이 발생하지 않도록 하며, 초기 단계부터 행정법규 · 부문규장 등을 통해 피해 유형을 파악하고 규제 효과를 검증한 뒤 제도화하는 절차적 장점을 제공함
 - 또한 인공지능 기술에서 새롭게 발생하는 위험에 대해 법률 제정보다 빠른 속도로 대응할 수 있어, 소비자 보호 규범이 기술 변화에 뒤처지지 않도록 유지하는 탄력성을 확보할 수 있음

3.2 인공지능 기술의 신뢰성 제고를 통한 소비자 보호

- 중국의 현행 인공지능 법제는 서비스 제공자에게 정보의 안전성 · 정확성 · 출처의 식별성을 확보하도록 강한 준수 의무를 부과하고, 소비자가 인공지능이 생성 · 제공하는 정보의 성격을 명확히 인지하고 통제할 수 있는 장치를 체계적으로 마련하고 있음
- **(서비스 이용의 투명성 보장)** 소비자가 인공지능 서비스가 제공하는 정보 · 추천의 출처와 작동 원리 등을 명확히 인지할 수 있도록 하여 정보 이용 과정의 투명성을 제고함

- 대표적으로, 「인터넷 정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」 제16조에서는 알고리즘 추천 서비스 제공자에게 ‘알고리즘 추천 서비스 이용 상황을 소비자에게 명확히 고지하고, 추천의 기본 원리 · 목적 · 주요 운영 시스템 등을 적절한 방식으로 공개’할 의무를 부담시킴
- 이에 소비자는 자신에게 제공되는 정보가 어떠한 기준 · 방식에 따라 생성되었는지를 인식할 수 있게 되며, 정보 이용과정에서의 통제권을 실질적으로 확보할 수 있음
- **(소비자의 선택권 보장)** 소비자가 인공지능의 추천 · 맞춤형 정보서비스 이용 여부를 스스로 결정하고, 필요시 서비스의 지속 또는 종료를 선택할 수 있게 함으로써 서비스 이용에 대한 소비자의 선택권을 보장함
 - 대표적으로, 「인터넷 정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」 제17조에 따라 소비자는 알고리즘 추천 기능을 비활성화할 수 있으며, 개인화 추천을 위해 생성된 태그를 삭제할 수 있고, 알고리즘 추천 서비스의 종료를 편리하게 선택할 수 있음
 - 이를 통해, 소비자는 인공지능 알고리즘의 편향된 추천을 통제할 수 있으며, 개인 특성에 기반한 가격 차별 등 불리한 대우를 받을 위험을 감소시킬 수 있음
- **(소비자 동의권의 확립)** 소비자 개인의 생체정보가 심층합성 기술에 이용되는 경우에는 당사자로부터 별도의 동의를 받도록 규정하여 소비자가 자신에 관한 민감한 정보의 처리를 통제할 수 있는 근거를 마련함
 - 대표적으로, 「인터넷정보서비스 심층합성 관리 규정」 제14조에 따라 심층합성 서비스 제공자와 기술 지원자가 얼굴 · 음성 등 생체인식정보 편집 기능을 제공하는 때에는 ‘서비스 이용자가 편집 대상 개인에게 이 같은 사실을 알리고, 그로부터 별도의 동의를 받아야 함을 고지’하여야 함
 - 이를 통해, 딥페이크 등 심층합성에 기반한 범죄행위 및 개인의 초상권 · 명예권 침해 등을 사전에 예방하는 효과가 있을 것으로 기대됨

- **(표식 부착을 통한 인공지능 생성물에 대한 신뢰와 투명성 확보)** 인공지능이 생성합성한 콘텐츠에 명시적 · 암시적 표식을 부착하여 소비자가 콘텐츠의 진위 여부를 명확하게 판단할 수 있게 함으로써 신뢰할 수 있는 인공지능 콘텐츠의 제작 · 이용 환경 조성을 가능하게 함
 - 대표적으로, 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표식방법」 관련 규정에 따라 생성합성된 텍스트 · 오디오 · 이미지 · 동영상 · 가상장면 등 콘텐츠 유형별로 표식의 위치 및 표식 방법 등을 세부적으로 규정함(본 방법 제4조의 ‘명시적 표식 부착 의무’)
 - 또한 생성합성 콘텐츠의 파일 메타데이터에 콘텐츠 생성정보 · 번호 등 제작 관련 정보를 기술적으로 표식하여 콘텐츠의 조작 여부를 확인 및 추적 가능하게 함(본 방법 제5조의 ‘암시적 표식 부착 의무’)
 - 나아가, 생성합성 콘텐츠의 표식을 악의적으로 삭제 · 변조 · 위조 · 은닉하지 못하게 함으로써 콘텐츠의 조작 및 위조 등을 사전에 방지함(본 방법 제10조)

3.3 불법 콘텐츠의 통제 및 콘텐츠의 안전한 관리를 통한 소비자 보호

- 중국의 현행 인공지능 법제는 불법 콘텐츠의 생성 · 확산을 차단하기 위해 관련 사업자에게 규제 의무를 부과하는 한편, 개인정보 보호 및 인공지능 생성물 표식 부착 의무를 결합하여 정보통신 기술 환경의 안전성과 소비자 보호를 동시에 확보함
- **(불법 콘텐츠의 신속한 통제)** 인공지능이 생산 · 확산할 수 있는 불법 콘텐츠를 사전에 차단하여 소비자가 허위 · 불법 콘텐츠에 노출되는 위험을 최소화함
 - 대표적으로, 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」 제14조는 서비스 제공자가 불법 콘텐츠를 발견한 때에는 즉시 생성 중지 · 전송 중지 · 삭제 등의 조치를 취할 의무가 있음을 명시함

- 이를 통해, 불법 콘텐츠가 소비자에게 도달하기 이전 단계에서 선제적으로 차단하여 경제적 · 사회적 피해가 확대되는 것을 방지하는 역할을 함
- **(행정기관과의 감독 · 협력 체계 구축)** 불법 콘텐츠에 대한 통제를 공공의 행정 감독시스템과 결합하여 대규모 소비자 피해를 효과적으로 관리함
 - 대표적으로, 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」 제14조에 따라 서비스 제공자는 불법 콘텐츠를 발견한 경우에 내부적인 삭제 · 차단 조치와 함께 관련 주무부처에 보고해야 함을 명시함
 - 이는 인공지능이 생성한 불법 콘텐츠가 급속히 확산될 위험을 감안하여 행정기관이 신속하게 감독 · 조정할 수 있도록 하는 장치로서, 개별 사업자의 대응만으로는 통제하기 어려운 집단적 · 사회적 피해를 국가 차원에서 통제할 수 있다는 점에서 의미가 있음
- **(개인정보의 보호와 안전한 콘텐츠 관리의 결합)** 개인정보의 과도한 수집 등을 방지하는 규정과 인공지능 생성물 표시 부착 의무를 결합하여 소비자에게 안전한 정보통신기술 환경을 제공함
 - 대표적으로, 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」 제11조는 서비스 제공자에게 불필요한 개인정보의 수집 금지와 이용자의 신원을 식별할 수 있는 입력정보 · 사용기록의 불법적인 보유 · 제공을 금지함
 - 또한 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」 제12조 및 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표시방법」 제4조~6조는 생성형 인공지능이 심층합성 기술을 이용하여 콘텐츠를 생성하는 경우에는 콘텐츠 유형별 적절한 표시를 부착할 의무를 규정함
 - 이는 소비자의 개인정보가 과도하게 수집 · 이용되는 것을 방지하고, 소비자에게 허위 · 조작 콘텐츠를 식별하여 관련 위험을 회피할 수 있는 실질적인 판단 기준을 제공하는 효과가 있음

4. 결론 및 시사점

4.1 결론

- 중국의 현행 인공지능 법제는 단일한 법률이 아닌 기존 소비자 보호 관련 법령과 인공지능 특화 부문규장 등이 결합된 다층적 구조를 통해 소비자 보호 체계를 형성하고 있음
 - 즉 중국은 전통적 소비자 관련 법령을 통해 알고리즘 추천 · 다크패턴 · 가격차별 등을 간접적으로 규율하고, 인공지능 특화 규정을 통해 인공지능 심층합성 및 불법 콘텐츠 등 인공지능 요소를 직접 규율하는 체계를 운용함
 - 특히, 중국은 부문규장 등 하위규범을 먼저 시행하여 효과를 확인한 뒤 상위법으로 발전시키는 ‘경험주의입법’ 방식을 통해 기술 변화 속도에 대응하며, 인공지능 소비자 보호 규범을 단계적으로 축적하는 특징을 보임
- 한편, 중국의 현행 인공지능 법제에서의 직접 규율 방식은 인공지능 서비스 제공자에게 안전성 · 정확성 · 출처 식별성 확보 의무 등을 부과하고, 알고리즘 고지 · 인공지능 생성물 표시 부착 등을 통해 소비자가 인공지능 콘텐츠를 인지 · 통제할 수 있도록 하는 것이 특징임
- 또한 불법 콘텐츠 차단 · 삭제 및 주무부처 보고, 개인정보의 보호, 생성합성 콘텐츠 표시 부착 의무 등을 통해 인공지능이 생성하는 불법 · 유해정보의 확산을 억제하며 정보통신기술 환경의 공적 안전성을 확보 하는 소비자 보호체계를 구축하고 있음

4.2 시사점

- 인공지능이 이미 우리나라의 소비 · 정보통신기술 환경에 깊이 활용되는 상황에서 중국의 현행 인공지능 법제 현황은 우리나라의 인공지능 소비자 보호 규범 정비의 중요한 참고가 될 수 있음
- (관련 규범 체계) 하위 규범을 우선 시행하여 경험을 축적한 뒤 상위 법률로 발전시키는 중국의 입법 방식은 기술변화가 빠른 인공지능 분야에서 관련 규율의 공백을 신속히 보완할 수 있음
 - 우리나라도 기존 법령 등에 인공지능 규율 내용을 단계적으로 배치한 후 향후 특정 인공지능 기술을 규율하는 상위 법률로 점진적으로 제도화 하는 것도 신속한 소비자 피해 구제를 위한 유용한 방법이 될 수 있음
- (알고리즘 및 플랫폼) 중국의 알고리즘 추천 관련 규정은 추천 여부 및 기본 원리의 고지, 추천 종료의 선택권, 알고리즘 기반 가격차별 금지 등을 통해 알고리즘의 투명성과 소비자의 선택권을 보호함
 - 이러한 요소는 우리나라의 전자상거래 및 플랫폼 관련 입법적 논의에서 인공지능 기반 추천 · 가격 결정 · 광고 시스템 규율의 기준 설정 등에 중요한 참고 자료가 됨
- (심층합성 기술 및 생성합성 콘텐츠) 중국은 생체정보 편집 동의, 생성합성 콘텐츠 표시 부착, 표시 삭제 · 변조 등의 금지를 규정해 딥페이크 등의 위험으로부터 소비자를 보호함
 - 이는 우리나라의 심층합성(딥페이크) 규제³⁸⁾ 논의와 관련된 입법 과정에서 생체

38) 우리나라는 2024년 12월 20일 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」을 일부개정하면서 제14조의2를 신설하여 '딥페이크 등 허위영상물을 배포하는 범죄에 대한 처벌'을 명시하였으나, 현재 심층합성(딥페이크)을 포괄적으로 규율하는 법령은 확인할 수 없다.

정보 동의 절차 · 생성물 표시 의무 · 표시 조작 금지 등 향후 논의에 의미 있는 내용을 제공할 수 있음

○ (인공지능 생성물의 표시) 중국은 인공지능 생성물에 대한 명시적 표시 · 암시적 표시 등의 부착 의무를 세분화해 규정함

- 이는 향후 우리나라에서 인공지능 생성 콘텐츠 표시³⁹⁾ · 고지 의무 논의 시 표시 방식 · 기술적 기준 · 플랫폼 책임 수준을 설계하는 데 유용한 참고모델이 될 수 있음

39) 우리나라의 「인공지능기본법」 제31조 제2항에서는 '해당 결과물이 생성형 인공지능에 의하여 생성되었다는 사실을 표시하여야 한다'고 정하고 있으나, 구체적인 세부 사항은 확인되지 않는다. 한편, 2025년 10월 28일 국회에서는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안」(박정훈의원 대표발의)을 발의 하면서 '인공지능 생성물을 활용한 광고성 정보의 표시'를 위한 규정을 신설하였다.

[참고 문헌]

- 김준영(2018), “중국 헌법상 ‘식품안전’과 식품안전법제의 연구”, 「한중관계연구」 제4권 제2호.
- 김인식(2020), “중국 인공지능 산업의 법률 규제에 관한 연구 -신산업에 대한 규제의 관점에서-”, 「한중사회과학연구」 제18권제4호(통권 57호) .
- 신현운·최난설현(2024), 『경제법(제9판)』, 법문사.
- 이상우(2025), “중국의 AI 생성 콘텐츠 규제 동향과 시사점”, 「CSF(중국전문가 포럼) 전문가오피니언」, 대외경제정책연구원.
- 이찬우(2022), “중국 인공지능산업의 발전과 사회적 규제 논의 -개인정보 보호와 디지털권위주의를 중심으로-”, 「중국연구」 제93권.
- 임종천(2024), “식품 안전과 징벌적 손해배상제도에 관한 소고 - 중국의 식품 안전 관련 징벌적 손해배상 대표 판례들을 중심으로 -”, 「소비자법연구」 제10권 제2호.
- KB 금융지주 경영연구소(2024), “‘정가 대신 시가’ 다이내믹 프라이싱(Dynamic Pricing), 누구를 위한 가격전략인가?», 「연구보고서」.
- 중국 국가지식재산권국(国家知识产权局), “中国人工智能创新何以令海外惊叹 (人民网) (https://www.cnipa.gov.cn/art/2025/2/18/art_55_197577.html?utm_source=chatgpt.com(2025.2.18.))
- 중국 국가시장감독관리총국(国家市场监督管理总局) 홈페이지: <http://www.samr.gov.cn>
- 중국 중앙인민정부(中华人民共和国中央人民政府) 홈페이지: <http://www.gov.cn>
- 「플랫폼 경제 분야의 반독점에 관한 지침」(关于平台经济领域的反垄断指南)
- 「인터넷정보서비스 알고리즘 추천 관리 규정」(互联网信息服务算法推荐管理规定)

- 「인터넷정보서비스 심층 합성 관리 규정」(互联网信息服务深度合成管理规定)
- 「생성형 인공지능 서비스 관리 임시방법」(生成式人工智能服务管理暂行办法)
- 「인공지능 생성합성 콘텐츠 표식방법」(人工智能生成合成内容标识办法)

*본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며 공식 견해가 아닙니다.