

중국 생명 보험시장

중국학과 이주열

I. 서론	- SWOT분석을 통한 중국보험시장 진출
II. 중국 보험 시장의 환경 분석	RISK 진단
- 중국 보험시장의 현황 및 문제점	- 생명보험회사의 성공과 실패 사례 분석
1.중국 보험시장의 현황	IV. 중국 보험회사의 판매전략 및 상품구조
2.외국 보험회사의 진출 현황	분석
3.중국 보험시장의 문제점	- 보험 모집인
4.중국 생명보험시장의 특징	- 방카 슈랑스
- WTO 가입에 따른 환경변화 및 개정	- 합자파트너 선택
보험법 고찰	- 인터넷을 통한 판매
III. 중국 보험시장 진출시 RISK 진단 및	- 상품구조
성공 실패요인 분석	V. 우리 기업의 진출방안

I. 서론

보험산업이 범세계적으로 급격하게 변화하고 있다. 자본의 글로벌화 및 규제완화의 급진전과 인터넷 등의 신규 판매채널의 확산 등으로 인하여 보험회사의 전통적인 가치사슬이 해체되고 있고 과거에 없었던 전혀 새로운 형태의 보험 서비스업이 태동하고 있다. 또한 지난 수년간 세계 보험업계는 규제완화와 자유화라는 커다란 변화를 겪음과 동시에 경쟁심화가 두드러져 새로운 시장을 개척하려는 움직임이 가속화 되었다. 이런 시점에서 세계 보험사의 이목을 집중시킨 것은 바로 중국의 WTO 가입에 따른 보험시장 개방이었다

2001년 중국의 WTO 가입에 따른 시장개방의 충격이 가장 큰 산업중의 하나는

아마도 보험산업 일 것이라고 전문가들은 예상해왔다. 중국의 보험산업은 그 동안 정부의 지원과 보호 아래에서 성장을 했기 때문에 자율성 결여와 함께 보험 경영기법의 선진화를 지연시키는 결과를 초래하여 외국기업과 경쟁 시 경영, 보험상품, 자본실력등에 이르기까지 고전을 면치 못할 것으로 보인다. WTO 개방 프로그램에 따라 중국은 유예기간인 2~3년이 지나는 2004년부터는 외국 보험사와 전면적인 한 관승부가 불가피한 상황에 부딪히게 되었다.

중국의 금융시장 가운데 보험시장이 가장 취약한 분야로 남게 된 이유는 사회주의 체제를 거쳐오면서 소속기관의 사회보장제도가 상대적으로 발달한 결과에 기인한다. 반면 근래 20년간 계획경제가 시장경제로 이 전해 가면서 국유기업의 개혁에 따른 사회보장제도의 점차적인 폐지 때문에 상업성 보험이 급성장하게 되었다. 그러나 중국의 보험시장은 선진국에 비해서 아직 초보수준이며 발전할 가능성이 높아 세계적인 보험사들의 표적시장이 되고 있다. 이를 자세히 들여다보면 현재 세계 GDP에서 중국이 차지하는 비중은 6위로 10조 2,398억위안(2002년기준)이나 수입보험료의 세계시장 점유율은 극히 낮아(수입보험료의 세계시장 점유율 2000년 기준 0.79%) 실물경제에 비해 상대적으로 낙후되어 있어 중국에 있어서 보험시장의 성장잠재력이 무척 크다고 볼 수 있다.²¹⁶ 또한 1978년 개혁개방 이래로 중국보험업은 신속한 발전을 가져왔고 국민경제에서 차지하는 비중도 날로 높아 가고 있으며 과거 20년간 연평균 37.7%의 높은 성장률을 시현해 왔다. 중국의 높은 경제성장률과 저축률, 국유기업의 개혁과 WTO의 가입등에 힘입어 향후 5년 동안은 매년 13%의 고성장을 할 것으로 전망하고 있어 세계적인 보험회사들간의 중국 시장 내에서의 경쟁은 더욱 치열해 질 전망이다.

최근 한국 보험회사들도 글로벌 경쟁시대를 맞이하여 중국진출에 높은 관심을 가지고 있으며, 현재 上海에 진출한 삼성화재를 비롯하여 5개의 손보사와 삼성생명이 북경에 주재사무소를 설치하고 있는 등 다수의 보험회사가 중국시장의 진출을 검토 중이다. 이에 본 논문은 중국 보험시장이 우리에게 주는 기회와 위협 요인을 분석하고 판매전략과 제도적인 문제점등을 생명보험회사를 중심으로 살펴봄으로 타국에 비해 진출이 늦은 중국 생명보험시장에 대한 우리 기업의 성공적인 진출방안을 제시하고자 한다. 구체적인 연구방법으로는

첫째로 중국의 WTO 가입에 따른 제도적인 변화와 올 초부터 적용된 신 보험법의 개정 내용을 살펴봄으로 중국 보험시장이 갖고 있는 가능성과 제약요인 등의 환경을 분석하고자 한다.

둘째로 우리 기업들이 중국 보험시장에 진출할 시 갖는 리스크를 SWOT 분석을 통해 알아보고 중국 시장에 기 진출한 기업들 중 생명보험회사의 사례를 분석해 봄으로 성공과 실패요인을 제시하고자 한다.

셋째로 중국 생명보험회사의 다양화된 판매전략과 그에 따른 문제점을 고찰해보

²¹⁶ KOTRA CHINA “중국의 최근3년간 주요경제지표”, 2003년3월14일

고자 한다. 이에 본 연구를 위하여 국내외의 각종 문헌, 논문 그리고 수년간 발행된 간행물 등을 참고로 할 예정이며 사실적 입증에 필요한 통계자료와 산발적으로 발표된 자료들을 취합 정리하여 활용할 것이다.

II. 중국 보험 시장의 현황

1. 중국 보험시장의 현황 및 특징

1) 중국 보험시장의 현황

현재 중국 자본의 국내 보험회사는 16개이며(재보험 제외), 그 중 4개는 국유사이고 12개는 주식회사 형태로 운영되고 있으며 재보험 회사가 1개 있다. 국유사는 1980년 설립된 中國人民保險公司가 1999년에 中國人民保險公司, 中國人壽保險公司, 中國再保險公司 3사로 분리되었고, 또 다른 국유사인 新疆兵團保險公司도 손.생보 겸영 금지원칙에 따라 新疆兵團再產保險公司和 新疆兵團人身新保險公司로 분리되었다. 17개 보험회사의 영업지역을 보면 7개사만이 전국적인 영업을 하고 있으며, 10개사는 허가 받은 지역 내에서 보험영업을 하고 있고 지역별로는 북경이 6개사, 上海가 3개사, 심천이 2개사 등 주로 대도시에 본사를 두고 있다. 중국 국내 보험회사의 일람은 아래 표1과 같다.²¹⁷

[표1] 중국 국내 보험회사 현황

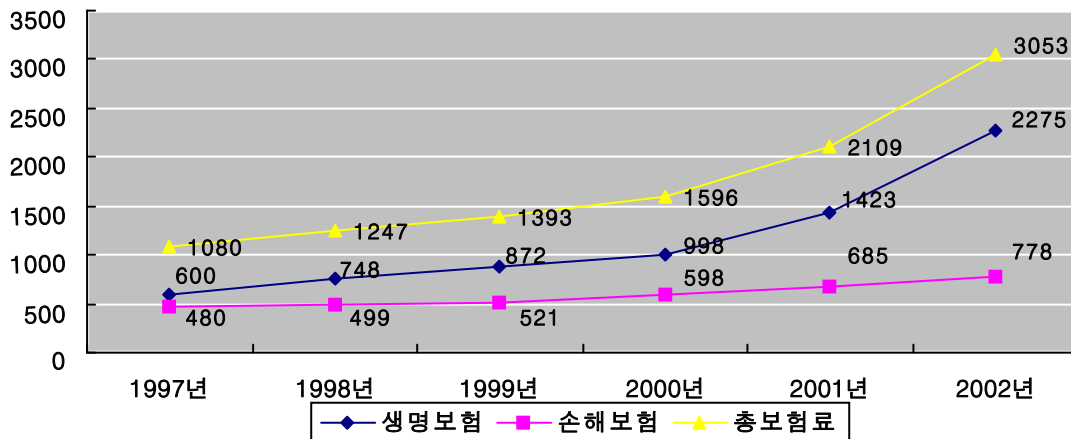
회사명	소유	업무영역	영업지역	본사	비고
中國人壽保險公司	국유	생보	전국	북경	
新華人壽保險公司	주식회사	생보	전국	북경	
泰康保險公司	주식회사	생보	지역	북경	
新疆兵團人身新保險公司	국유	생보	지역	신강	
東方人壽保險公司	주식회사	생보	지역		
民生人壽保險公司	주식회사	생보	지역		
恒安人壽保險公司	주식회사	생보	지역		
中國人民保險公司	국유	손보	전국	북경	
華泰保險公司	주식회사	손보	전국	북경	
華安財產保險公司	주식회사	손보	지역	심천	

²¹⁷ 강신욱, “중국 보험산업과 WTO”, 2002년 4월호 월간 손해보험, p59 표2 중국 국내 보험공사 일람표와 건국대학교 김인숙의 “중국 보험시장 진출 전략에 관한 연구” 석사논문 p9 표2-2를 참조하여 재정리 한 것임

永安保險公司	주식회사	손보	지역	서안	
天安保險公司	주식회사	손보	지역	上海	
大眾保險公司	주식회사	손보	지역	上海	
新疆兵團財產保險公司	국유	손보	지역	신강	
太平洋保險公司	주식회사	종합	전국	上海	손·생보 분리중
平安保險公司	주식회사	종합	전국	심천	손·생보 분리중
中國再保險公司	국유	재보험	전국	북경	

1979년 이후 중국 보험산업은 고속성장 가도에 있으며 국민경제에서 차지하는 비중도 날로 높아지고 있다. 개혁개방이후 과거 20년간 연평균 보험 산업의 성장률은 37.7%로 높은 성장을 시현하였다. 2002년 중국 보험회사의 총 거수 보험료는 3,053억위안(약370억달러)으로 2001년 2,109억위안 보다 44.8%가 증가한 것이며 1980년 초창기 때의 수입 보험료 4.6억위안 보다는 663배 증가한 액수다.

<그림1> 중국 보험시장 매출 규모(단위: 억위안)



2002년 수입 보험료 3053억 위안 중 생명보험은 2,275억위안으로 74.5%정도의 비중을 차지하고 있고 손해보험(재산보험)은 778억위안으로 25.5%의 점유율을 보이고 있다. 1980년 전체 수입보험료 중 생명보험이 차지하는 비율은 거의 0%에 가까웠으나, 1992년 30%, 1997년에 50%를 넘어 비약적인 발전을 거듭하고 있다.²¹⁸

<표2> 최근 3년간 중국의 보험시장 현황

²¹⁸ 건국대학교 김인숙의 논문 “중국 보험시장 진출 전략에 관한 연구” 와 2003년 3월6일자 경제시보의 기사와 2003년 4월29일 중국보험망의 기사를 토대로 본인이 제작성한 것임.

	2000년	2001년	2002년
GDP(억원)	89,404(8.0)	95,800(7.3)	102,398(8.0)
수입보험료(억원)	1,595.9(14.5)	2,109.4(32.2)	3,053(44.8)
재산보험(손해보험, 억원)	598.4(14.8)	685.39(14.6)	778(13.8)
생명보험(억원)	997.5(14.4)	1,423.97(42.8)	2,275(59.8)
배상(억원)	527.36(3.8)	598.25(13.4)	707(13.8)
보험심도(%)	1.79%	2.2%	-
보험밀도(\$)	15.2\$	-	-
세계시장점유율(%)	0.79%	-	-

생명보험 시장의 급속한 확대는 최근 소득수준의 향상과 보험인식의 변화, 저축률의 증가, 노령화 인구의 증가로 인한 양로, 의료 보험 등이 급신장 추세에 있기 때문이다. 또한 높은 저축률에 따른 보험회사의 저축성 상품의 판매가 소비자의 요구를 충족시켰음에 기인했다고 볼 수 있다. 중국의 높은 저축성 보험 비중은 아시아 다른 나라와 비교하면 뚜렷하게 나타나는데 아래의 표3에서와 같이 1999년 기준으로 생명보험 중 저축보험료의 비중이 89.5%로 매우 높은 편이다.

< 표3> 아시아 주요국 생명보험 중 저축보험료의 비중(단위 %)

한국	대만	중국	인도	홍콩	싱가폴	말레이시아	태국
78.1	87.3	89.5	81.3	67.9	82.1	83.3	81.3

자료:SwissRe, 1999년 기준

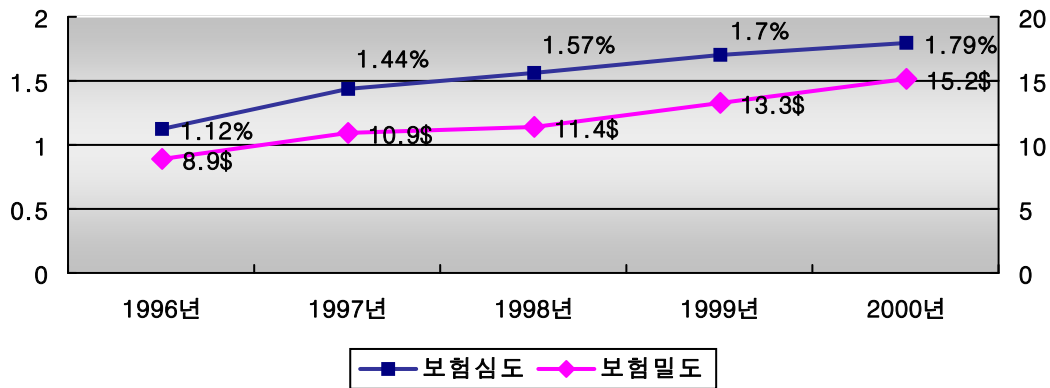
그러나 경제 규모에 비하면 보험시장의 규모가 상대적으로 작고 일반국민의 보험에 대한 인지도와 보험산업의 국민경제에 대한 기여도가 아직 낮은 수준이다. 2000년 기준으로 중국 보험산업의 수입보험료가 세계 보험시장에서 차지하는 비중은 0.79%에 불과하며 아래 그림2에서 보듯이 중국의 보험심도²¹⁹와 보험밀도²²⁰는 점차로 증가하고 있지만, 보험밀도는 130엔 위엔(15.2\$)으로 세계평균 404\$의 1/27로 세계 73위이다. 또한 보험심도는 2.2%로 세계평균 7.84%의 1/3수준에 불과한 세계 61위이다.²²¹

²¹⁹ Insurance penetration, GDP 대비 수입보험료 비중을 말한다.

²²⁰ Insurance density, 1인당 보험료 지출액을 말한다.

²²¹ 수치자료는 Swiss Re, Sigma No 6/2000

<그림2> 중국 보험시장의 보험밀도와 보험심도



<표4> 2000년 보험선진국가와의 보험밀도 비교(단위: 달러)

순위	국가	총보험료	생명보험료	손해보험료
2위	일본	3973.3	3165.1	808.2
4위	미국	3152.1	1611.4	1540.7
18위	한국	1234.1	935.6	298.5
79위	중국	15.2	9.5	5.7
평균	-	404.9	252.1	152.8

자료: Swiss Re. Sigma No.6/2001

2) 외국 보험회사의 진출 현황

중국 내 최초의 영업인가를 취득한 보험회사는 AIG이며 1992년 영업권을 획득하였으며 독자형태로 생명보험과 손해보험 영업을 하고 있다. 중외 합작 보험회사는 20개이며 보험중개회사는 63개이다. 중개회사 중 보험대리공사(보험판매회사)가 45개, 保險經紀公司(Brokerage)가 10개, 保險公佑公司(평가회사)가 8개이나, 2002년 초 108개의 보험중개회사가 추가로 영업허가를 얻기 위해 추진하고있다.²²² 외국 보험사가 중국보험시장 전체에 미치는 영향을 보면 아직은 미미한 수준이다. 외국 보험사의 수적인 증가는 제한적이며 영업지역도 上海, 광주, 심천등에 제한되어 있고, 영업범위도 외자기업의 재산 및 책임보험 그리고 생명보험(개인) 서비스 제공으로 한정되어 있다.

특히 재보험 업무는 최근 10여년간 금지되어 있는 실정이다. 이로 인해 현재 생명보험과 화재보험분야에서 외국계 보험사의 시장점유율은 2%(2000년기준)에도 못미치는데 이는 중국 정부의 지역적, 영업범위적 규제가 그만큼 강하였기 때문이다. 그러나 시장이 조기 개방된 上海나 광주에 진출한 외국 보험사는 이미 상당한 시장 점유율을 확보하고 있는데 上海의 경우 적어도 지점 수에서는 외국보험사가 중국

²²² 강신욱, “중국 보험산업과 WTO”, 2002년 4월호 월간 손해보험, p59 참조

보험사에 비해 많고 시장점유율도 아래 표5에서 보듯이 12%(2002년7월기준)대를 넘어서고 있다.²²³ 上海 외국 보험사의 개인 생명보험료 점유율을 보면 20%를 넘어서고 있어 수년 내 지역 제한이 철폐될 경우 외국 보험사들의 진출 전망을 밝게 해 주고 있다. 중국에 진출한 외국 기업들의 중외 합작, 외국 독자 보험회사 현황을 보면 아래 표6과 같다.²²⁴

[표5] 2002년 1~7월 上海 생보사 수입보험료(12개사, 단위 RMB1,000)

회사명	개인보험료			단체보험료		합 계	시장 점유율
	보험료	점유율	설계사	보험료	점유율		
China life	1,625,285.3	24.86%	5,334	1,557,945.1	31.35%	3,183,230.4	27.7%
Pingan life	3,013,171.0	46.08%	19,962	2,100,000.0	42.26%	5,113,171.0	44.4%
CPIC life	384,800.0	5.88%	6,590	734,860.0	14.79%	1,119,660.0	9.7%
Xinhua life	18,222.4	0.28%	1,326	318,314.7	6.41%	336,537.1	2.9%
Taikang life	7,378.2	0.11%	138	50,861.7	1.02%	58,239.9	0.5%
소계	5,048,856.9	77.21	33,350	4,761,981.5	95.83	9,810,838.4	85.2
AIA life	909,410.0	13.91%	5,099	0.0	0.00%	909,410.0	7.9%
Manulife	206,650.0	3.16%	2,973	0.0	0.00%	206,650.0	1.8%
ING-Pacific	236,790.0	3.62%	8,061	0.0	0.00%	236,790.0	2.1%
Allianz-Dazhong	66,160.4	1.01%	998	0.0	0.00%	66,160.4	0.6%
AXA-Minmetals	46,133.9	0.71%	1,232	0.0	0.00%	46,133.9	0.4%
CMG-China life	6,047.0	0.09%	209	0.0	0.00%	6,047.0	0.1%
John Hancock	13,565.2	0.21%	693	0.0	0.00%	13,565.2	0.1%
기 타	5,293.9	0.08%	303	207,594.6	4.17%	212,888.5	1.8%
합 계	6,538,907.3	100.0%	52,918	4,969,576.1	100.0%	11,508,483.4	100.0%

자료: 上海 보험협회 2002년 7월 31일 자료를 본인이 재구성 한 것임.

[표6] 중외 합작·외국 독자 보험회사 현황

회사명	형태(지분)	국가	비 고
中宏	생보합작(51%)	캐나다	Manulife (Sinochem, 무역회사와합작)
太平洋安泰	생보합작(50%)	네덜란드	ING(전 Aetna)와 太平洋 생보와 합작

²²³ 上海 보험협회 2002년 7월 31일의 자료를 재구성한것임.

²²⁴ 2001년11월22일 중국 보감위 발표내용을 참조하여 정리한것임

安聯大眾	생보합작(51%)	독일	Allianz(손보사인 大眾보험과 합작)
金盛	생보합작(51%)	프랑스	AXA(Minmetal 무역회사와 합작)
中保康聯	생보합작(49%)	호주	CMG(China Life와 합작)
信誠	생보합작(50%)	영국	Prudential(CITIC 투신사와 합작)
恒康天安	생보합작(50%)	미국	John Hancock(손보사 天安보험과 합작)
商聯	생보합작	영국	CGU(COFCO 무역회사와 합작)
法國 國家	생보합작	프랑스	CNP Assurance
全美	생보합작	미국	Allstate Insurance
英明光大	생보합작(50%)	캐나다	Sun Life(Everbright 금융사와 합작)
荷蘭	생보합작	네덜란드	National-Netherlanden Intl
忠利	생보합작(50%)	이탈리아	Generali(CNPC 정유사와 합작)
海爾紐約	생보합작(50%)	미국	뉴욕생명과 하이얼의 합작
메트로생명	생보합작	미국	파트너 물색중
일본생명	생보합작	일본	파트너 물색중
신성인수보험	생보합작(50%)	스웨덴	스칸디야와 베이징 국유자산경영공사
安聯	손보합작	독일	Allianz
格寧	손보합작	독일	Gerling global
蘇黎世	손보합작	스위스	Winterthur Swiss Insurance Co.
AIG(AIA,AIU)	생보/손보 지정	미국	생보,손보 독자설립(8개도시 진출)
東京海上	손보지점	일본	
Winterthur	손보지점	스위스	
RSA	생보/손보 지정	영국	생보,손보 독자 설립 운영
CHUBB	손보지점	미국	
三井海上	손보지점	일본	
삼성화재	손보지점	한국	

자료: 『외자보험공사 개관』, 중국금융출판사 2000년

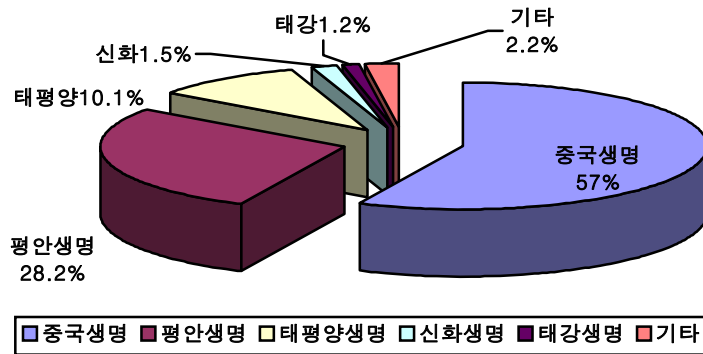
3) 중국 보험시장의 문제점

① 5개 대형 보험사가 시장의 대부분을 장악

현재 중국 국내 보험회사간 경쟁구조는 국유 독자기업의 독주가 진행되고 있는 가운데 민간 보험회사와 외국 보험회사의 시장점유율이 점진적으로 상승하고 있는 양상을 띠고 있다. 2001년 결산 결과 생명보험의 경우, 국유기업인 中國人壽保險公司在 812.36억 위안의 수입보험료로 전체시장의 57%를 차지했으며, 그 뒤를 이어 민간기업인 平安生命(401.22억위안), 太平洋生命(143.37억위안), 新華生命(20.7

억위안), 泰康生命(16.4억위안)등이 전체 시장의 97% 이상을 분할 점령하고 있다. 또한 손해보험도 中國人民保險公司, 平安損害保險, 太平洋損害保險등이 80%이상을 장악하고 있다.²²⁵

<그림3> 2001년 중국 생명보험회사 시장 점유율 현황



자료: 중국 보험감독위원회 발표자료, 중화공상시보 2002년 2월1일자 자료 재인용

② 자산운용 규제

중국 보험법은 보감위의 허가를 받지 않은 한 자본금, 법정적립금, 책임준비금은 중국 내에서 운용하여야 하며 자산운용의 안정성을 강조하여 자산 운용 대상을 국채와 은행 예금, 금융채등 보감위와 국무원에서 정한 기타 자금운영방식에만 투자하도록 제한하고 있는데 이 정도의 투자옵션으로는 손실을 보전하는데 필요한 충분한 투자이익과 이윤의 창출을 기대하기 어렵다. 최근 계속되는 은행금리 인하로 총 자산의 40% 이상을 은행예금으로 운용하고 있는 보험회사 들은 심각한 경영위기를 호소하고 있다.²²⁶ 1996년 9.18%이던 1년 만기 예금금리가 7차례 금리를 인하한 끝에 1999년 중 2.25%까지 하락하였고 2002년 2월 21일부로는 0.27% 인하된 1.98%로 조정됐다. 중국 보험회사의 평균수익률은 2001년 4.3%에서 2002년 3.2%로 악화돼 보험회사의 경영을 더 위협하고 있는 실정이다. 이러한 역마진 극복의 일환으로 보험회사의 주식투자가 증가하고 있는데, 감독 당국은 최근 『보험회사 투자관리 조례』의 제정을 통해 투자 가능 자산총액의 20% 이내에서 주식투자펀드를 통한 투자를 가능하게 했지만 주식투자 관련 제한을 대폭 완화하려는 결론에는 쉽게 도달하지 못하고 있는 것으로 알려지고 있다.²²⁷

③ 법체계상의 혼란

보험감독위원회(이하 보감위) 설립 이후 법체계가 빠르게 정비되고 있으나 여전히 법체계상의 혼란이 상존하고 있으며, 보험모집, 자산운용, 외국 보험회사등 부문별로 법률 및 규정등이 별도로 존재하기 때문에 경우에 따라서는 법률간 충돌이 발

²²⁵ 정희남, “중국의 WTO 가입과 보험시장 개방”, 2002년 4월 보험개발원 자료 p6~7 참조

²²⁶ 2002년 중국 보험회사의 총자산은 6,494억 위안인데 이 중 3,034억위안이 은행 예/적금에, 1,140.4억위안이 국채에 307.6억위안이 기금에 투자된것으로 집계됐다.(증권일보 2003년4월3일자 기사 참조)

²²⁷ 이춘근, “중국의 보험감독체제 및 시장현황”, 월간생명보험 2002.2월호, 생명보험협회, p39

생활 소지가 있다. 또한 감독당국에 대한 지나친 재량권 부여로 투명성이 부족한 실정이다.²²⁸ 이에 대해서는 신보험법을 고찰해 봄으로 다음장에서 자세히 논하고자 한다.

④ 보험 전문인력의 부족

보험시장의 주체인 보험회사, 보험대리인, 중개인 등의 양적 부족과 보험 경영기술이 부족하다. 국내 보험자와 외국 보험사와의 지속적인 교육에도 불구하고 보험 전문인력의 부족은 보험 시장의 성장 가능성을 저해하고 있다. 국내·외 시장에서 유능한 마케팅 관리자, 회계사, 보험계리인, 위험관리자, 재정전문가, 보험관련 법률전문가 등의 부족 현상이 나타나고 있다. 보험 전문인력의 부족과 급속한 시장확대에 따른 경쟁심화로 보험모집 측면에서 불법행위가 만연하고 있는데 그 예로는 대리점에 대한 과도한 모집 수수료 지급, 수수료의 일부 반환요청(보험회사의 back margin), 은행의 보험강매 등이 거론된다. 또한 보험 판매 후 서비스 수준이 낮다는 불만이 소비자들 사이에 팽배해 있으며, 보감위의 인가를 받지 않고 영업하는 경우도 많은 것으로 파악되고 있다.

4. 중국 생명보험시장의 특징

1980년 보험업이 재개된 이후 평균 두자리 수의 증가속도를 유지해온 중국 생명보험 업계에 존재하는 특징은 크게 4가지로 구분할 수 있다.

첫째, 시장 플레이어(보험회사)가 신속하게 증가하는 모습을 보이고 있다. 현재 중국에는 생명보험 업무를 취급하는 내국사 9개, 외국사 2개, 합작사 17개(스칸디야 생명은 2004년부터 영업시작)로 시장개방 이후 외국 보험사의 진입이 급속도로 진행되고 있음을 알 수 있다.

둘째, 보험료 수입이 급증하고 있다. 1997년~2002년 기간동안 연평균 30% 이상 초고속 성장을 이루었으며 2002년은 전년대비 59.8% 증가하면서 거침없는 성장을 거듭하고 있다.

셋째, 생명보험의 상품종류가 해마다 증가하고 있다. 전통 생명보험 상품(보통생명보험, 연금보험, 상해보험, 건강보험)에 배당형, 만능형 등의 보험상품이 등장하면서 상품의 다양화가 이루어지고 있다.

넷째, 판매방식이 다원화 되고 있다. 중국에서의 기존 생명보험 판매방식은 회사 직원이 직접 판매하거나 전문대리인을 통한 판매, 겸업 대리점을 통한 판매, 은행, 우체국의 객장을 통한 판매 등 네가지로 구분된다. 그러나 최근에는 인터넷, 우편, 전화 등을 통한 판매방식이 추가되고 있다.

2. WTO 가입에 따른 환경변화 및 신보험법 고찰

1) WTO가입에 따른 보험시장 개방

²²⁸ 유병순, “중국 보험시장의 현황 및 규제내용”, 금융감독원 조사연구국, 2001-46호 참조

현재 중국에서 외국 보험회사는 개인에게만 영업을 할 수 있도록 제한을 두고 있으며 수익성이 좋은 기업보험이나 단체보험은 중국 국유 보험사들이 독점을 하고 있었다. 그러나 WTO의 가입으로 인하여 보험시장이 개방이 되고 있으며 규제도 점차 완화될 전망이다. 또한 WTO 시장개방에 따른 판매방식, 인력운영, 상품, 서비스 등의 수준이 조금씩 향상되고 있으며 보험 모집인 자질을 제고 시키기 위한 재교육이 실시되고있다. 또한 낮은 금리로 인해 외국 보험회사가 강점으로 내세우는 보장성 보험의 비율이 높아지고 있다. 가입 5년 후가 되는 2006년에는 외국보험회사의 시장 점유율이 10% 전후로 상승하게 되고 경쟁은 더 격화될 것으로 예상된다. 이에 따라 중국은 자국 보험산업 보호를 위해 부작용을 최소화하면서 자국에 유리한 정책을 펼치려 하고 있다.

<표7> WTO 가입에 따른 보험시장 개방 주요내용²²⁹

구분	보험시장 개방 주요내용
공통 사항	<ul style="list-style-type: none"> - WTO가입 전 외국 보험사의 영업인가 조건 유지(영업경력 30년이상, 자산규모 50억 \$ 이상, 중국 주재사무실 2년이상 운영 회사에 한해서 영업인가)하되 경제적 수요심사는 폐지(Economic Needs Test) - 가입 즉시 上海, 光州, 深泉, 大連, 佛山에서 영업가능, 2년이내에(2003년) 北京, 成都, 重慶, 福州, 蘇州, 厦門, 寧波, 武漢, 天津에서 영업허용하고 3년 이내에 지역제한 완전 철폐 - 내국인과 동등대우를 원칙으로 하나 외국보험회사는 법정보험종목에 대한 참여가 금지되며, 손해보험, 개인상해, 건강보험 등의 중국재보험공사에 대한 20% 출재 의무를 갖는다.(의무출재비율은 가입 후 1년 내 15%, 2년내10%, 3년내5%로 축소하며 4년내 출재의무 완전폐지)
생명 보험	<ul style="list-style-type: none"> - 가입 즉시 외국지분 50%의 합작회사 설립이 허용되며 합작 파트너의 선택권 및 합작 당사자들의 합작조건에 대한 자유 보장 - 가입 즉시 내외국인의 개인생명보험이 허용되며 3년 내에 내외국인의 건강보험, 단체보험, 퇴직.연금, 양로보험 취급이 허용됨.
손해 보험	<ul style="list-style-type: none"> - 가입 즉시 지점, 외국지분 51%의 합작회사가 허용되며, 가입후 2년내에 외자 100% 현지법인이 허용된다. 또한 단체보험/대형기업보험 및 관련 배상책임보험, 신용보험이 허용되며 2년 이내에 국내 외국인의 전 보험종목 취급이 허용됨

2) 개정 보험법 적용 내용

중국 보감위가 2003년1월1일부로 시행한 보험법 개정안은 전152개조 중 23개 조항이 개정되었고 6개 조항을 신설하였다. 개정된 조문 대부분이 보험업 법 관련

²²⁹ 유병순, “중국 보험시장의 현황 및 규제내용”, 금융감독원 조사연구국, 2001-46호 내용을 토대로 재구성 한 것임

조항으로 보험계약법은 3개 조항이 개정되었다. 보험법 개정에 대한 3가지 원칙을 보면 다음과 같다.

첫째, WTO 가입시 각 가맹국과 교환한 약속을 보험법에 반영할 필요가 있으며 보험법상 이 약속에 합치하지 않는 부분은 개정한다. **둘째**, 7년간의 시행과정에서 제기된 문제점을 개정한다. **셋째**, 사법부 해석, 기타 방법을 통해 설명 가능한 조문 또는 개정하지 않아도 지장이 없는 조문은 이번 개정에서는 잠정적으로 대상에서 제외시킨다.

위 3가지 원칙을 토대로 한 주요 내용을 살펴보면 대략 7가지로 분류해 볼 수 있다.²³⁰

① 보험감독 관리기구의 명시

보험법 공포 당시 실제 보험을 감독하는 기관은 중국인민은행 이었으나 보험법을 제정하면서 “금융감독기관”이라고 추상적으로만 규정하던 것을 보감위로 명시하였다.

② 건강보험과 상해보험을 손해(재산)보험사에서도 취급토록 허용함

개정안은 상해보험 규정을 완화하여 재산보험사가 보험감독 관리위원회의 인가를 받은 경우 단기건강보험 및 상해보험업무를 영위할 수 있게 개정하였다.²³¹

③ 책임준비금 관련 조항의 정비

책임준비금과 관련 현행 보험법은 미경과 보험료 준비금에 대해서만 규정하고 있지 다른 책임준비금, 특히 지급여력 등에 대해서는 법률로 규정하고 있지 않았고 기타 책임준비금에 대한 규제는 중국 인민은행이나 보감위가 제정하는 행정규정에 의해 이루어 졌었다. 주목할 점은 이들 행정규정이 보험법의 시행규칙, 시행령에 상당하는 것이 아니라 법률로 정하고 있지 않은 것은 모두 다 행정규정으로 정할 수 있게 되어있다는 점이다. 이는 중국 정부에 있어 법률을 개정하는데 복잡한 법적 수단을 이용하지 않고도 행정규정이기 때문에 개정하기 쉽다는 이점이 있었다. 이에 개정법에서는 보험사가 지급여력을 유지하기 위한 목적으로 각종 책임준비금을 적립토록 규정하고 구체적인 책임준비금의 적립방법 및 비율에 대해서는 보감위에 위임하도록 하고 있다. 즉 법 개정 후에도 모든 책임준비금의 적립방법과 비율을 규제하는 법규의 작성권, 시행권, 감독권은 여전히 보감위가 가지게 되었다.

④ 재보험의 개정

보험법상 “생명(인수보험을 의미, 이하 생명보험)보험을 제외한 손해보험은 행정상 관련법규에 따라 인수하게 된 매회 보험업무의 20%를 재보험에 들어야 한다”는 강제재보험 규정이 있었으나 WTO 가입 당시 “중국의 재보험은 가입 후 즉시 모두 개방한다”는 약속과 다르기 때문에 이번 개정법에서는 강제적으로 20%를 재보험에

²³⁰ 이하 내용은 2003년 3월 생명보험협회의 해외생보동향 “중국의 보험법 개정과 그 문제점”을 토대로 요약 정리한 것임,

²³¹ 중국에서는 보험을 ‘物保險’ ‘人保險’으로 분류하고 보험사 업무범위와 관련 ‘보험사는 손해(재산)보험과 인신보험을 겸업할 수 없다’고 규정하고 있었다.(91조2항)

들도록 하던 조문이 삭제되고 “손해보험, 인수보험에 관계없이 모든 보험사는 보감위가 제정한 행정법규에 의거 재보험을 들어야 한다”고 개정하였다. 즉 재보험 규제에 대한 방침등은 보감위에 일임된것으로 추정되고 있다.

⑤ 보험약관과 요율

개정 전 보험법에서는 주요 보험의 보험기본약관과 보험요율은 중국 인민은행의 元 보험관리기구가 통일해서 제정·관리한다(106조1항)고 되어 있었다. 이 권한은 보감위가 설립되면서 동위원회로 이관되었었다. 개정법에서는 보감위가 주요 보험종류의 기본약관과 보험요율을 통일적으로 제정하려던 것을 포기하고 대신 심사범위 및 구체적인 방법 등을 통해 공중의 이익과 연관있는 보험상품 개발과 인수 보험상품 등의 보험약관 및 요율을 심사하는 역할이 강화되었다.

⑥ 생명보험 업무를 하는 보험대리인의 일사전속제 명시

보험보통대리인의 업무와 관련 보험법에서는 생명보험의 대리업무를 영위하는 보험대리인은 동시에 둘 이상의 보험자의 위탁을 받아서는 안된다고 규정하고 있다.²³² 문제는 생명보험의 대리업무를 영위하는 보험대리인을 제외한 비생명 보험업무를 영위하는 기타 보험대리인, 예를 들어 전업보험대리회사가 비생명 보험을 주요 경영업무로 등록하고 생명보험을 부수업무로 할 경우 이 ‘일사전속’의 제한을 받게 될지가 불분명 했었다. 이에 개정법에서는 ‘보험대리인은 생명보험의 대리업무를 할 때 동시에 둘 이상의 보험자의 위탁을 받을 수 없다’고 함으로써 생명보험업무를 영위하는 모든 보험대리인은 일사전속제 제한을 받는다는 점을 명확히 했다.

⑦ 보감위의 권한 강화 및 법률, 법규위반에 대한 벌칙 강화

개정안에서는 현행 보험법보다 훨씬 보감위의 권한이 강화되어 있다. 특히 보험법 107조의 경우 제3항을 신설하여 ‘보험감독관리기구는 보험회사가 금융기관 계좌에 예치하고 있는 잔고를 조사할 수 있는 권력을 가진다’고 함으로 보감위의 권한을 더 강화시켰으며 법규제의 위반행위에 대한 경제적 처벌이 강화되었다. 예를 들어 보험법 132조를 보면 형사처벌을 할 수 없는 경우 보험감독기관이 보험회사에 대해 5만위안이상 30만위안 이하의 벌금을 부과한다’고 함으로 예전의 1만위안에서 5만위안의 벌금 규정을 강화시켰다.

3) 개정 보험법 관련 주요 문제점

개정법이 시행되면서 보험업 관련 입법권, 사법권, 행정감독권등이 모두 동일 행

²³² 중국에서는 보험상품을 판매하는 보험모집인을 ‘보험대리인’ (보험설계사)이라고 부른다. 보험대리인이란 보험자의 위탁을 따르며 보험자로부터 대리수수료를 수령하는 한편 보험자가 수권한 범위내에서 보험자를 대행하여 보험업무를 취급하는 단체 및 개인을 의미한다.(112조). 보험대리인 관리규정에 따르면 보험대리인에는 전업보험대리인, 겸업보험대리인, 개인보험대리인의 3종류가 있다. 전업대리인이란 전문적으로 보험대리인 업무에 종사하는 보험대리회사를 말하며 겸업대리인은 보험자의 위탁을 받아 본업에 종사하는 한편으로 전임자를 지정하여 보험자를 대행하여 보험업무를 취급하는 조직을 말한다. 또 개인대리인이란 보험자의 위탁을 받아 보험자로부터 업무대리 수수료를 받고, 보험자로부터 수권범위 내에서 보험업무를 대행하는 개인을 의미한다.

정기관인 보감위에 집중될 위험이 있다. 즉 효율성 있고 공정한 시장경쟁 메카니즘을 위해 적어도 보험업 관련 규제 입법권은 국가의 입법기관(전인대 또는 해당 상임위)에 주어야 하며 보험업법을 보험법에서 분리하여 입법기관에서 보험업법이 만들어질 필요가 있다고 전문가들은 주장하고 있다. 또한 보감위는 보험업법과 관련 있는 부분을 대부분 행정규정으로 공포하고 있는데 이들 행정규정을 법제화하여 투명도 높은 법률로서 공포시킴으로 국제사회에서 통용될 수 있도록 해야하는 문제가 남아있다.

Ⅲ. 중국 보험시장 진출시 RISK 진단 및 성공 실패요인 분석

1. SWOT분석을 통한 중국보험시장 진출 RISK 진단

■ 기회 요인

생명 보험에 대한 수요 증가는 지난 20여년간 계속 증가했으며 중산층의 증가와 인구 억제 정책에 의한 노년층의 증가, 국가 재정의 취약으로 국민의 기본적인 생활 보장 제한 등으로 의료, 퇴직, 노후에 대한 상업성 생명보험에 기회가 만들어 지고 있다.²³³ 또한 급속한 경제 성장으로 국민의 가처분 소득과 재산이 증가하고 있으며 1인 1자녀 정책으로 인한 자녀 교육에 관심이 높아지면서 보험에 대한 인지도가 높아지고 있다. 시장 개방에 따른 외국 보험사에 대한 지역제한 철폐와 영업제한 완화등을 기대할 수 있으며 외국 보험회사에 대한 선호도 역시 국내 보험사 보다 높아 기회요인으로 작용하고 있다.²³⁴

■ 위협 제약 요인

보험관련 인프라가 미비하고 아직도 보감위의 간섭과 규제가 많으며 보험 계리 및 회계기준이 국제 수준보다 투명하지 못하다. 또한 전문 보험인력과 보험 대리인의 자질이 부족하며 선진 보험회사와 중국내 보험회사와 치열한 경쟁을 해야하는 부담이 위협요인이다. 올해부터 시행된 손해보험회사의 생보사 상품 판매 또한 넘어야 할 벽으로 볼 수 있다.

■ 강점

국내 생명보험업계는 2002년 시장규모로 세계 6위를 기록했으며 중국 보험사 보다 상대적으로 경쟁력이 우위에 있다고 볼 수 있다. IMF를 겪으면서 대규모 구조조

²³³ SWOT 분석 내용은 성명진의 “중국 보험시장 진출 전략”, 고려대학교 경영대학원 석사논문, 2000년 12월, p33-37와 유용주의 “중국 금융시스템, 어떻게 변화하고 있나”, 삼성경제연구소 2002년3월 자료를 토대로 재정리 한 것임.

²³⁴ 최근 국무원발전연구중심 시장경제연구소의 설문조사에 따르면 응답자의 절대다수가 외국보험사의 능력을 높게 평가하였다. 응답자의 74.1%가 외국보험사의 서비스에 만족하고, 82%의 사람들이 보험사 직원의 능력이 뛰어나다고 평가했으며 77.9%는 보험상품이 좋고 71.7%는 보험사의 배상금 지불에 대해 만족도를 표시하였으며 70.1%의 응답자가 보험사의 신용을 높게 평가한 것으로 나타났다.

정을 경험했으며 국내 보험회사의 시장 개방에서 얻은 Know-how와 경험은 시장 개방에 직면한 중국에 좋은 사례가 될 것이며 금융 부실 처리 경험 또한 강점으로 작용할 수 있다.

■ 약점

무엇보다 국내 생명보험사가 갖고 있는 약점은 기회선점에 실패한 것을 들 수 있다. 삼성생명이 95년 2월 북경에 사무소를 설치했으나 아직 영업인가를 받지 못했으며 교보생명과 대한생명 역시 면허 인가 조건을 충족시키나 아직 진출하지 못했다. 또한 중국 보험시장에 대한 전문가가 부족한 실정이며 해외 시장에서 경쟁 경험의 부족등을 약점으로 들 수 있다.

<표8> 중국 보험시장 진출에 대한 SWOT 분석

기회(Opportunities)	위협 및 제약(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - 무한한 시장 잠재력 - 중국의 지속적인 경제성장 및 소득 향상 - 중국 보험산업의 취약한 경쟁력 - 낮은 외환위기 가능성 - WTO 가입에 따른 시장개방 확대 - 사회보험 및 상업보험의 분리 - 대도시를 중심으로 한 보험 인지도 제고 - 고령화 인구의 증가 - 자동차 보급의 확대 및 구매욕 증가 - 다수의 중국진출 국내기업 - 외국 보험사에 대한 선호도 증가 	<ul style="list-style-type: none"> - 보험산업 관련 인프라 미비 - 과도한 규제 및 수익률 하락 - 보험계리 및 회계기준 미흡 - 보감위에 권한이 집중 - 선진 보험회사와 경쟁 심화 - 전문 보험인력의 부족(마케팅관리, 보험계리인, 재정전문가, 법률전문가등) - 보험대리인의 자질 부족 - 손해보험사의 생보상품 판매 허용
강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - 상대적 경쟁력 우위 - 대규모 구조조정 경험 Know-how - 인터넷 금융의 발달 - 금융부실 처리 경험 - 일찍 중국에 진출하여 중국보험시장을 지속적으로 분석,평가했으며 같은 동양권 문화의 이점 	<ul style="list-style-type: none"> - 국제경쟁력 취약 - 중국 보험산업 전문가 부족 - 기회 선점 실패(후발 주자이며 영업허가를 받은 생보사가 아직 없는 중) - 해외 시장에서의 경쟁 경험 부족 - 국내사간의 무분별한 경쟁

2. 생명보험회사의 성공과 실패 사례 분석

1992년 미국의 AIG 산하 AIA가 上海에 현지법인을(100% 자기자본출자) 설립한 것을 시초로 2003년 4월까지 19개의 외국 생명보험회사가 중국 생명보험업계에 진출하였다. 그러나 외국 보험회사의 중국시장 진출은 차별적 관행 및 정치 외교적

문제, 자국 산업의 보호등으로 인하여 상당한 애로가 있었다. 그럼에도 불구하고 중국 보험시장의 높은 매력도로 인하여 외국의 보험회사들은 중국 진출을 위해 막대한 노력을 들여왔다. 중국 보험시장에 진출한 외국 보험사들의 진입 전략과 성과를 분석해 보고 철수하거나 퇴출 당한 기업들의 사례를 정리해보면 아래와 같다.²³⁵

<표9> 외국 보험회사의 주요 진입 전략 및 성과

회사	주요 진입 전략 및 성과	비고
AIA	<ul style="list-style-type: none"> - 서구에 약탈된 중국 예술품을 구입하여 반환함으로 중국인들의 감정에 호소 - 上海에 비즈니스센터, 컨벤션센터, Plush 호텔등에 투자했으며 보험회사들을 위한 교육 프로그램 제공²³⁶ - 영업 후 첫 10년 동안의 이윤 전액을 上海시에 재투자할 것을 약속 	<ul style="list-style-type: none"> - 2003년 현재 8개 도시에 진출했으며 중국 보험시장 개방과 그 역사를 같이 하고 있다.²³⁷ - 上海13.91%(2002년7월, 생보 개인보험)
동경해상	<ul style="list-style-type: none"> - 일본정부(대장성)의 후원에 힘입어 94년 진출 - 회사기구 개편을 통해 중국실 신설 - 중.일 합병 합작사업 및 석유개발 및 건설프로젝트의 보험에 대해 협의 등 사회간접자본에 투자 	<ul style="list-style-type: none"> - 사회, 문화적 환경이해 및 關係 활용에 적극적
Allianz	<ul style="list-style-type: none"> - 上海同濟大學 보험관련 커리큘럼 개설 및 장학금 37만 5천달러 기부 - 중국인과 독일인으로 구성된 경영진을 운영 - 시작부터 연금보험에 초점을 맞췄음. 	<ul style="list-style-type: none"> - 산학협동에 투자 - 현지인 채용으로 유대관계개선(2002.7월까지 上海시 생보시장 1.01% 점유,개인보험)
Manulife	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩에서 오랫동안 활동해온 경험을 바탕으로 성장 - 中宏과 51% 합작 및 대리인 양성체계 구축 성공적 평가 	<ul style="list-style-type: none"> - 2002.7월까지 생보시장 3.16% 점유(上海시 개인)

²³⁵ 성명진의 “중국 보험시장 진출 전략”, 고려대학교 경영대학원 석사논문 p53과 건국대학교 김인숙의 논문 “중국 보험시장 진출 전략에 관한 연구 p46과 중국 보험망 기사를 토대로 재구성 한 것임.

²³⁶ 2000년12월 AIG는 평안보험공사와 평안의 중국내 서비스망을 사용하는 대가로 종업원 훈련프로그램, 신상품개발, 고객서비스등의 분야에서 협력하기로 하였다.(趙錫軍, 중국인민대학교수의 중국보험산업의 현황과 외국기업의 진출가능성, 2002년10월30일 세미나 자료, p5~6 참조)

²³⁷ AIA가 진출한 8개 도시는 上海, 廣州, 심천, 佛山, 北京, 蘇州, 東莞, 江門 이다.

<p>ING</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 북경대학에 17만 달러 기부를 통한 인지도 제고 - 中國太平洋保險公司和 합작 - 2002년 보험 대리인 양성 체계 확보 및 인원 증가로 4.4억 위안의 수입보험료를 거두어 전년동기 대비 113.4%의 성장을 기록함(보험 대리인을 3000명에서 8200명으로 증가시킴) 	<ul style="list-style-type: none"> - 대만에서 성공한 경험을 갖고 있음 - 2002.7월까지 생보시장 3.62% 점유(上海市 개인)
<p>AXA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩에서 오랜 영업활동을 전개하여 홍콩을 교두보로 활용 - 1000만 달러의 중국 금융교육 기금 설치 - 중국 중앙재정대학에 3만 달러 기부하여 AXA 장학기금 설치 	<ul style="list-style-type: none"> - 교육기관에 투자 - 2002.7월까지 생보시장 30.71% 점유(上海市 개인)
<p>푸르덴셜</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 대만의 Chinfon 생명보험사의 지분 57.8%를 매수함 - 중국국유기업 CITIC와 합작(550만 달러 투자함으로 영업 라이선스를 취득함) 	<ul style="list-style-type: none"> - 영업실적 아직 미미 - 대만을 중국진출 교두보로 활용했음.

위 표에서 보듯이 외국의 보험회사들은 중국의 보험시장에 진출하기 위해 대부분 합작의 방식을 취했으며 브랜드의 인지도를 높이기 위해 사회 간접자본이나 장학사업등에 투자한 것을 볼 수 있다. 중국 보험시장에서 성공한 기업으로는 대표적으로 AIG와 ING, Manulife등을 들 수 있으며 실패하여 철수한 기업은 링컨금융그룹과 스위스 생명등을 들 수 있다. 지난 2002년 10월 중국의 증권시보가 중국에서 영업을 하고 있는 합자 생명보험회사를 대상으로 분석해 본 결과, 그들의 성공과 실패에는 반드시 그와 관련된 이유가 있는 것으로 나타났다.²³⁸ 먼저 성공한 회사들의 그 이유를 살펴보면

① 외국측 보험회사는 이미 아시아 시장에서 원숙한 경험을 보유하고 있으며 특히 중화 문화권 내에서의 관리 경험이 풍부하다.

② 유능한 총경리(대표이사)와 중국 시장에 정통한 고급관리자 층을 보유하고 있다. 합작 보험회사에서 가장 중요한 위치를 차지하고 있는 인물이 총경리다. 현재 대부분의 합작 보험회사의 총경리는 외국 측이 맡고 있다. 외국 측은 대만 혹은 홍콩의 화인(華人)을 초빙하여 총경리로 임명하는 경우가 많다. 그러나 이들 중 상당수는 중국 대륙 보험시장에 대한 이해도가 낮을 뿐 아니라 외국 측 보험회사에 대해서도 정확하게 이해하지 못하고 있기 때문에 쌍방으로부터 외면을 받고 있는 실정이다. 조기에 진입한 외국 보험회사의 이러한 경험을 거울삼아 최근 중국 시장에 진출하는 외국 보험회사는 대부분 중국 현지인을 총경리로 임명하려고 하고 있다.

③ 완벽한 업무 시스템 및 보험 대리인 양성체계를 구축하고 있다. 업무 시스템

²³⁸ 2002년 10월 31일 중국 證券時報 기사 참조
(<http://www.p5w.net/p5w/home/stime/today/index.html>)

중에서도 컴퓨터 시스템을 포함한 인트라넷은 회사를 움직이는데 매우 중요한 요소다. 그러나 대부분의 합작 보험회사는 시스템 개발에 많은 돈을 투자하려 하지 않고 있으며 외국 측 보험회사에서 사용하던 시스템을 언어만 바꾸어 사용하려는 생각을 하고 있다. 그러나 이러한 방식은 합작회사의 업무가 확대되고 장기적으로 발전해 나가는데 상당한 제약을 가하게 된다. 이와 함께 대리인 양성 체계도 회사 발전에 커다란 영향을 미칠 수 있는데 이 부분에서는 ING-Pacific와 中宏人壽가 성공적인 모델로 평가 받고 있다.²³⁹

반면에 실패한 회사들의 요인을 살펴보면 **첫째**, 현지화 경영에 소홀했음을 볼 수 있다. 외국 보험회사가 중국 시장에 정착하기 위해서는 적어도 2~3년간의 적응 기간을 거쳐 중국시장에 맞는 보험상품, 판매망 그리고 현지 사정에 익숙한 영업사원을 양성해야 한다. 그러나 외국 보험회사가 자국에서 운용하는 관리모델을 그대로 들여와 사용하거나 구미시장에서 통용되어온 관리방식을 실행하였기에 변화에 대한 조정능력과 적응능력을 상실하였다. 북경대 孫祈祥 교수는 이런 면에서 링컨금융그룹과 스위스 생명의 현지화 전략이 소홀했다고 지적했다.²⁴⁰ **둘째**, 부적절한 책임자의 선정을 들 수 있다. 중국시장에 적응하지 못하고 이미 떠나버린 외국 총경리의 경우 대부분 관리경험이 부족하고 의사소통이 제대로 이루어지지 못했다는 단점을 안고 있었다. 이로 인해 중국측의 이사회장과 외국측의 총경리 사이에 의견충돌이 자주 발생하여 두 기업문화의 융합과정이 매끄럽지 못했던 것이다. **셋째**, 본사의 글로벌화 전략의 변화로 생기는 철수 등을 꼽을 수 있다. 2001년 9.11 테러 이후 스위스 생명은 2001년 이윤이 전년대비 1/10 수준으로 급감하는 등 극심한 경영난에 빠져 기업 전체의 규모를 축소하였으며 링컨금융그룹도 자체적인 구조조정으로 해외 사무소를 축소하였고 Gerling Global Reinsurance Company도 본사의 경영난으로 부득이 중국 대표처 철수를 결정할 수 밖에 없었다.

넷째, 중국 보험시장 자체에 대한 회의적인 평가를 들 수 있다. 중국 보험시장이 앞으로 계속 개방된다고 하지만 현재의 개방정도가 낮고, 일반인의 보험에 대한 인지도가 높지 않아 투자에 대한 불확실성이 높다고 판단하였다.

IV. 중국 보험시장의 판매전략 및 상품구조 분석

²³⁹ ING-Pacific는 2002년 한해동안 보험대리인을 3000명에서 8200명으로 5200명을 늘렸으며 우수한 조직이 또 다른 조직을 도입하도록 시스템을 만들어 주었다. 또한 제도적으로 보험대리인이 회사에서 장기적으로 발전해 갈 수 있다는 희망을 불어넣어 보험대리인을 존중하고 신뢰하는 풍토를 조성하여 성공할 수 있었다.(2003년 3월 26일 중국 보험망 기사 참조)

²⁴⁰ KIEP 북경사무소 중국경제 현안 브리핑, "중국 보험시장 진출, 철저한 현지화가 관건", 02-52호, 2002년9월12일 p2~3 참조

1. 보험 모집인

AIA가 중국에 진출하기 전까지 중국 생명보험 시장은 대부분 단체보험에 의존하고 있었으며 주로 이용 되었던 판매방식은 사업 단위별 대리제 혹은 농촌 겸업 대리제와 같은 ‘대리점 방식’ 위주였으며 보험대리인이 개인을 대상으로 하는 영업은 전무한 실정이었다. 그러나 1992년 AIA가 上海에 진출하면서 보험대리인 제도를 도입하여 중국 생명보험 판매 제도에 일대 혁신을 가져왔고 平安保險公司가 전국적으로 확대 실시하여 생명보험의 성장에 견인차 역할을 한 것으로 인정받고 있다. 보험대리인 제도는 1996년 하반기에 각 보험회사로 보급되어 1997년부터 가장 활력 넘치는 영업수단으로 자리잡았으며 1996년 40억위안, 1998년엔 약 540억위안(전체의 80%)에 이르는 생명보험료 수입이 보험대리인을 통해 실현되었다.

2001년 9월 기준으로 약 2만8천개의 보험대리점이 있으며 개인 보험대리인은 약 50만명에 이르고 있다. 앞의 표5에 上海시에 진출한 외국 보험사의 보험모집인수를 보더라도 AIA가 5,099명, ING-Pacific가 8천명이 넘으며 Manulife도 3천여명에 이르고 있으며 平安保險公司는 2만 여명에 이르고 있어 보험모집인을 통한 판매가 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다. 이를 위해 平安保險公司는 해외에서 우수한 인재를 확충하는 한편 平安保險金融學院을 설립, 운영하여 전문가를 육성하고 있으며 新華人壽保險公司는 新華保險金融學院을, 中國人民保險公司는 자체에서 보험인재를 육성하고 있다. 그러나 보험 대리인들의 빈번한 이동, 보험사들간의 대리인 가로채기 행위, 전문 대리인 부족 등의 이유로 유능한 대리인 조적을 구축하는데 상당한 어려움을 겪고 있다.

2. 방카 슈랑스

1995년부터 중국 내 은행과 보험회사 업무 제휴가 이루어졌으며, 당시 신생보험 회사인 華安保險, 泰康人壽保險公司, 新華人壽保險公司등이 빠른 시간 내에 시장점유율을 높이기 위해 은행과 업무 제휴를 체결하였다.²⁴¹ 이후 1999년부터 은행과 보험회사의 업무 제휴 열기가 높아졌으며 2000년부터 방카슈랑스가 허용되어 보험사와 은행이 배타적 계약을 통해 보험상품을 은행에서 판매하기 시작하였다. 현재 중국 내 5대 보험회사는 국유상업은행 또는 몇몇 상장은행을 포함한 10개 은행과交叉 업무 제휴 중에 있다.

2000년 중국 北京 생보시장에서 은행을 통한 생명보험 상품판매 비중은 4.0%이며 중국 전체시장에서는 2% 정도를 차지했다. 2001년에는 대폭 판매증가를 기록하여 일부 보험사의 경우 수입보험료의 10% 이상이 은행을 통해 이루어졌다. 2002년 상반기 실적보고에 의하면 이전과는 달리 방카슈랑스 부분을 단체보험과 분리해서 따로 통계를 잡았는데 이는 방카슈랑스의 빠른 성장을 반영한것으로 볼 수 있다.

²⁴¹ 방카슈랑스란 은행이 보험상품을 고객에게 판매하거나, 은행조직 또는 은행화된 조직내에서 보험을 생산, 판매함으로써 고객에서 보험상품 또는 서비스를 제공하는 것을 방카슈랑스라고 정의한다.

통계에 따르면 2002년 상반기 북경 보험시장에서 은행을 통한 보험상품의 수입보험료는 17.05억 위안으로 작년 동기대비 226.3% 증가하였으며 개인영업, 단체영업과 함께 3대 판매채널로 성장하고 있는 추세다.

2002년 상반기 주요 생보사들의 방카슈랑스 실적을 보면 中國人壽保險公司是 74억위안, 平安保險公司是 46.92억위안, 泰康人壽保險公司是 5억위안을 기록했다. 특히 평안보험의 방카슈랑스 주력상품인 千禧紅이 은행에서 판매된 이후로 80억 위안의 실적을 올렸으며 누적 고객수가 40만명에 달하고 있다. 평안보험의 북경지사는 방카슈랑스로 인한 판매가 증가하여 2000년 수입보험료 2.5억위안, 2001년 8.14억위안, 2002년 상반기 12억위안의 수입을 올림으로 북경 방카슈랑스 업무의 70%를 차지하였다. 또한 Taiping Life(太平人壽保險公司)와 같은 신규보험사들은 2001년 운영을 재개하여 5개월 동안 1.5억 위안의 수입보험료로 上海보험시장에서 1.25%의 점유율을 보였는데 그 중 60% 이상이 방카슈랑스로 올린 실적이었다.

방카슈랑스 업무 제휴방식으로는 보험료 수납, 보험금지급, 보험상품 판매, 용자 업무, 약관대출, 전자상거래, 카드발급, 고객정보 공유 등을 들 수 있다. 주로 판매되는 상품을 보면 대다수가 배당형 상품으로 [저축+ 이자지급+ 보장+ 이익배당]이라는 저축성 보험 특성을 가진 상품을 선호하는 것으로 나타났다.²⁴²

■ 중국에 방카슈랑스가 도입된 지 몇 년 만에 고속성장을 한 이유

첫째로 보험사의 적극적인 판매로 인하여 일반대중의 보험의식이 높아졌다.

둘째로 은행의 입장에서 보면 중국의 WTO 가입과 함께 보험사와의 판매제휴는 중요한 이익 창출원이 되고 또한 이러한 협작을 통해 고객에게 다원화된 종합금융 서비스를 제공할 수 있다는 장점이 있기 때문이다.

셋째로 보험회사의 입장에서 보면 은행을 통한 보험판매는 비용절감 효과가 있으며 은행의 방대한 영업 점포망을 통해 고객에게 쉽게 접근할 수 있기 때문에 성장을 할 수 있었다.

넷째로 보험 대리인의 부도덕한 판매방식이 언론매체등에 폭로되면서 전통적인 생명보험사의 직원을 믿지 못하는 경향이 생겨 은행의 신용을 근거로 하는 방카슈랑스 상품이 일반 국민에게 인기가 있게 되었고 은행에서 보험을 사면 더욱 더 안전하다고 믿기 때문에 빠르게 성장할 수 있었다.

■ 방카슈랑스로 인한 문제점

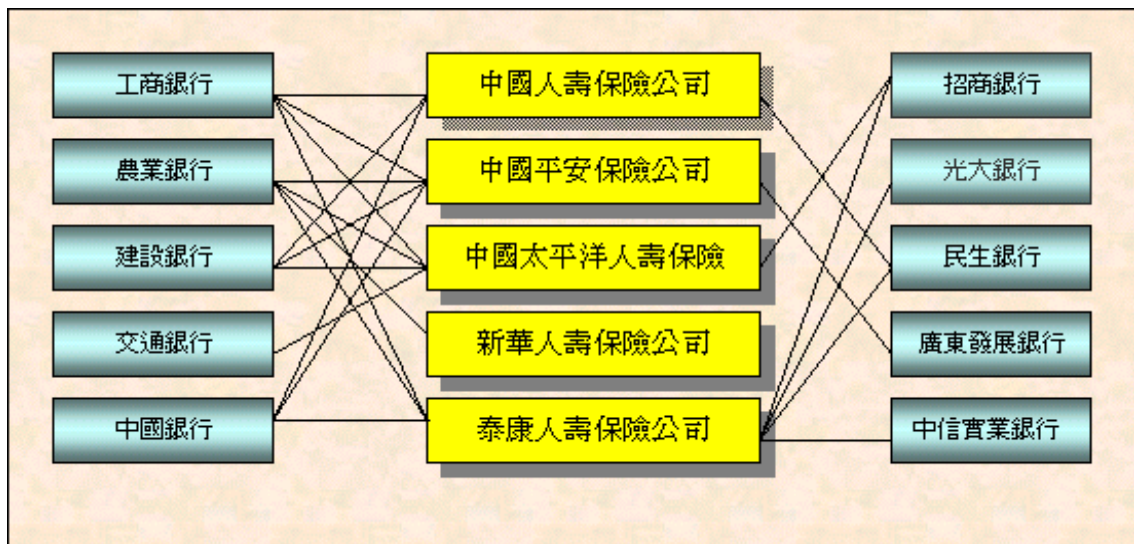
첫째로 보험감독관리 규정에 의하면 과다경쟁을 막기 위해 한 은행의 지점에서 일개 보험회사(생명보험과 손해보험)의 상품만 취급하도록 되었으나 지켜지지 않았다. 이로 인해 올 1월부터 시행된 개정법에서는 多對多 형태의 방카슈랑스가 진행됨으로 시너지 효과를 발휘할 수 있는 전략적인 결합을 이루는 사례가 찾아보기 힘

²⁴² 2002년8월 中國經營報 자료 참조

들어졌다.(아래 그림4 참조) 사실 보험회사 입장에서는 다자간 협력이 유리할 수 있으나 전략적이고 장기적인 발전을 도모하기 위해서는 하나의 은행과 지속적으로 긴밀한 협력관계를 유지하는 것이 바람직할 것으로 이해하는 사람들이 많다. 세계적으로도 이러한 형태의 방카슈랑스가 주류를 이루고 있는 사실을 보더라도, 소수 업체간의 협력은 더욱 설득력이 있어 보인다.

둘째로 보험회사는 방카슈랑스 보험상품에 대해 2~6%의 수수료를 은행측에 제공하고 있다. 중국에서는 일반적으로 수수료 비율이 3%를 넘으면 보험회사가 이익을 남기지 못하거나 심지어는 손해를 보게 될 수도 있는 것으로 알려져 있다. 지금 중국 방카슈랑스는 보험회사간 경쟁으로 은행만 살찌우는 현상이 진행되고 있는 것이다.

[그림4] 은행.보험사간 업무 제휴 현황



3. 합작파트너 선택(시장진입 방법)

현재 외국 보험사가 중국 생명보험 시장에 진입하는 방법은 두 가지가 있다. 첫째는 중국측 파트너와 조인트벤처(합작)를 설립하는 것이고 둘째는 중국 보험사의 지분을 일부 취득 하는 방법이다. AIA는 유일한 예외로 중국 정부는 몇몇 도시에 완전히 해외자본 소유지부를 설치하는 것을 허용했으나 북경, 소주, 동관, 강문등지에 지점이 설립된 이후에는 지점 설립이 허용되지 않을 전망이다. 즉, WTO 가입에 따라 생명보험회사는 외자 점유비율 50% 미만의 합작을 통해서만 설립이 가능하게 되었고 중국은 외국 기업에 합작대상을 선택할 권리를 부여했다. 주요 다국적 기업은 합작을 통해 라이선스를 획득하는데 다소 시간이 소요되고 그 결과가 불확실한 동시에 소요경비도 많이 들에도 불구하고 이 방식으로 중국에서 보험 사업을 시작

하는 것을 선호하고 있다.

외국 보험회사가 중국측 합작 파트너를 선택하는데 있어 반드시 고려하는 사항을 살펴보면, 중국 정부기관과의 관계를 매우 중요시 하고 있다는 사실을 발견할 수 있다.(아래 표10참조) 또한 중국 보험감독위원회에서 추천하는 회사가 중국 정부와 우호적인 관계에 있다고 판단하여 이를 우선 협상대상자로 선택할 준비가 되어 있는 것으로 조사됐다. 그 다음으로 고려하는 사항은 중국측 회사의 합작의사 정도인데 이는 중국 회사가 외국 회사의 경영관리 모델을 어느 정도 수용할 수 있느냐를 측정하기 위한 것으로 보인다. 많은 외국 보험사들이 중국 보험회사의 경영능력에 대해서는 비교적 관대한 입장을 보인 반면, 합작이후 시장 진입 가능성과 네트워크에 대해서는 더 많은 점수를 주고 있는 것으로 나타났다. 이는 현재 중국 시장이 성장기에 위치해 있기 때문에 외국 보험사의 경영능력과 중국 보험회사의 현지화 장점을 결합할 경우 얼마든지 시장을 확보할 수 있을 것으로 기대하고 있기 때문이다. 우리나라 보험회사도 중국 측 합작 파트너를 선정할 때 아래 표10을 참조하여 현재 실력보다는 그 회사의 잠재가치를 평가해 선택할 필요가 있다고 본다.

上海에서 빠르게 성장하고 있는 ING Pacific Antai는 ING(전 Aetna)와 China Pacific(中國太平洋生命保險公司)과 합작회사를 설립했다. 두 회사의 합작은 양 파트너가 모두 생명보험업계에 종사해왔으나, 이러한 사실이 성장을 저해하지 않았으며, 파트너간의 의사전달 및 상호의 이해를 촉진한 것으로 평가 받고 있다. 또한 ING는 대련에서도 북경 캐피탈 그룹과 조인트 벤처를 설립하여 1개 이상의 합작에 투자한 다국적 기업이 새로운 지역으로 사업을 확장할 때 발생할 문제와 분쟁을 어떻게 처리해야 하는지에 대한 의문의 여지를 남겨 귀추를 주목 시키고 있다.

외국 보험사들이 중국측 파트너를 선정한 결과를 분석해 보면 생보사와 합작한 경우는 단 2곳(ING Aetna와 China Pacific, CMG와 China Life)이며 손보사와 합작한 곳이 2곳(Allianz와Dazhong, John Hancock과 Tian an), 금융업과의 합작이 3곳(Prudential과 CITIC, Sun life와 Everbright, ING와 Beijing Capital Group), 무역회사와의 합작이 3곳(Manulife와 Sino-chem, AXA와 Minmetal, CGU와 COFCO), 에너지 회사와 합작한곳이 1곳(Generali와 China National Petroleum)이 있으며, 가전업체의 강자인 하이얼과 합작한 뉴욕생명등이 있다. 위에서 본 바와 같이 다수의 외국 보험사는 생명보험에 대한 경험이 없는 수동적인 파트너를 선호하고 있음을 알 수 있다. 중국측 파트너가 금융서비스 업종에 종사하는 경우 지역 거래처와의 용이한 연결, 금융업 기술 및 지식 공유, 중국측 브랜드 사용, 판매망 등의 부분에 있어 이점이 있는 것으로 보인다. 또한 가전제품 제조업체인 하이얼과 같이 소매판매에 강점을 갖고 있는 금융권 외의 파트너와 합작을 한 뉴욕생명은 하이얼의 브랜드 인지도와 고객 네트워크를 활용하고 전문영역에 대한 관리경험과 경영노하우를 하이얼에 제공함으로써 양측 모두 상승효과를 노리려 하고 있다.

[표10] 외국 회사의 중국측 협력대상자 선택시 고려사항

순위	협력대상자 선택시 고려사항	중요도
1	중국 보험회사의 중국 보험감독관리 부문과의 관계	7.25
2	중국 보험감독 관리 부분의 추천	7.20
3	중국 보험회사의 외국 회사와 합작의사 정도	6.05
4	중국 보험회사 네트워크의 시장진입 능력	4.90
5	중국 보험회사의 위험회피 능력과 의식정도	4.50
6	중국 보험회사 스스로의 경영능력과 인력자원	4.30
7	중국 보험회사의 해당지역 금융시장 진입능력	4.30
8	중국 보험회사의 업력	4.25

주: 중요도 최고 포인트는 10.00

원자료: 加入 WTO 與 中國金融市場 p.438~439 ²⁴³

Winterthur, Zurich, Meiji 생명은 중국 내 보험사의 지분 일부를 매입하는 방식으로 중국 생명보험 시장에 진입하였다. 중국의 보험감독규정은 중국 보험사에 대한 외국계 투자자들의 지분 투자를 25%이하로 제한하고 있으며, 1개 외국계 투자자의 투자 지분은 전체의 10%를 상회할 수 없다. 그러나 2001년 10월 Fortis가 Taiping Life의 지분 24.0%를 매입하여 중국 전역을 사업 영역으로 하는 중국 보험사에 대한 10% 이상의 지분 매입이라는 예외가 허용이 된 경우였다. 2002년 5월 엔 ACE Ltd는 중국 내 손해/상해 보험사인 Huatai 보험의 지분 22%를 매입했는데 이는 금액 기준으로 중국 보험사에 대한 외국 투자자의 최대 지분 매입(Tai ping 이후) 이었다.(아래 표11참조)²⁴⁴

다국적 기업이 중국 내 생보사의 소수지분 매입을 고려하는 이유는 지분 매입에 의한 투자는 조인트 벤처 설립에 의한 투자보다 경영권 행사가 제한적이나 Fortis-Taiping 케이스는 외국계 투자자도 고위 경영층 선임권 및 거부권, 기술적 지원 및 훈련 등의 업무에 있어 상당한 경영권을 행사 할 수 있다는 것을 보여주었기 때문이다. 이 방식의 투자는 외국 보험사도 영업 지역의 제한이 없이 중국 전역을 대상으로 하는 보험시장에 즉시 접근할 수 있는 이점이 있으며 당장 적격기준(WTO 가입국이면서 생명보험 종사 경력 30년 이상, 중국 내 대표사무소 설립 2년이상 경과, 본사 자산규모 50억달러 이상)에 미달하여 조인트 벤처 설립을 위한 면허 획득을 할 수 없는 경우 특히 매력적이라 할 수 있다. 또한 중국 내에서 자원과 입지가 제한적인 다국적 기업은 지분매입에 의한 투자가 적극적으로 생보사를 경영하지 않고도 중국 생보시장에 대한 경험을 증진시킬 수 있다는 장점이 있으며 향후 별개의

²⁴³ 정희남, “중국의 WTO 가입과 보험시장 개방” p36 표7 재인용, 2002년 4월

²⁴⁴ 생명보험협회 해외생보동향, “중국의 생명보험 시장과 새로운 기회”, 2002년 8월호 내용 참조 및 표7 재인용

조인트 벤처 설립에 영향을 주지 않는다는 점에서 선호될 수 있다.

[표11] 중국 보험사에 대한 외국 보험사의 지분 투자 사례

중국 보험사	외국 보험사	투자 연도	매입 지분	가격
TaiKang	Winterthur	2000	10%	7,400만달러
New China	Zurich	2001	10%	3,900만달러
New China	Meiji Life	2001	4.5%	1,700만달러
Tai Ping	Fortis	2001	24.9%	8,800만달러
Huatai	ACE	2002	22%	1억5천만달러

4. 인터넷을 통한 판매

중국 진출 외국 보험사가 중국 내 네트워크와 지리적 열세를 극복하기 위한 방법 중 하나는 인터넷을 이용하는 것이다. 미국 생명보험회사 恒康(John Hancock)은 중국시장을 공략하기 위한 가장 적절한 방법은 인터넷을 이용하는 것이라고 말했으며 일본과 유럽계 보험회사도 인터넷을 이용한 보험판매에 매우 적극적인 태도를 보이고 있다. 인터넷은 고객과 직접 정보교환이 가능하며, 대리인을 통하지 않고도 보험계약을 체결할 수 있을 뿐만 아니라, 빠르고 정확한 보험 서비스를 제공하는 등의 장점을 지니고 있다. 恒康 생명보험 중국 대표에 의하면 恒康은 이미 인터넷 판매가 가능한 생명보험 상품과 관련 기술 개발이 완료된 상태이며 조만간 시행에 들어갈 것이라고 밝힌바 있다. 인터넷을 통한 보험가입은 아직 미미하지만 인터넷 사용자의 증가와 관련 기술의 발전으로 후발주자의 틈새시장 공략 방법 중 하나가 될 것으로 예상된다. 그러나 인터넷 활용의 장애요인인 상품의 복잡성, 보안위험, 규제기관의 규제, 기술 통합 등의 문제를 고려해야 할 것이다.²⁴⁵

5. 상품구조

초기 중국의 모든 생명보험 상품들은 시중 이율을 보장하는 무배당 상품이었으나, 1999년말 平安保險公司에서 최초로 투자연계 보험상품을 판매하기 시작하면서 생명보험 상품의 구조적 변화를 가져오기 시작했다. 2000년 3월부터 각 회사는 변액보험, 유배당보험, 유니버설 보험등 투자연계형상품의 판매를 시작하였고 채 2년이 되기 전에 각 생명보험사의 주력상품으로 성장하기에 이르렀다.²⁴⁶ 통계에 의하면

²⁴⁵ 박상범외 5인 공저, “E-보험학”, 도서출판아진, 2002년9월3일, p54 참조

²⁴⁶ 보험계약자로 부터 받은 보험료로 보험회사를 효율적으로 운영해 발생한 이익금을 배당금이라 한다. 배당금은 사차익, 이차익, 비차익에서 발생되며, 지급방법은 적립,보험료에서 상계, 현금지급방법등이 있는데 이러한 배당금과 아울러 보장의 기능을 제공하는 보험이 배당보험이며, 변액보험이란 다수의 보험계약자가 납입하는 보험료 중 저축보험료를 따로 분리하여 주식이나 국채, 공채, 사채 등 수익성이 높은 투자대상에 투자하여 그 투자수익을 보험계약자의 환급금(해약환급금 또는 만기환급금)에 반영하는 한편, 투자수익의 성과에 따라 보험금 지급사유 발생시 지급되는 보험금액이 변동되

2001년 중국 전체 생보업계 수입보험료 1,423억위안 중 투자연계형 상품의 수입보험료는 419.5억 위안으로 총수입보험료의 29.4%를 점유하며 2000년의 3.67%(36.5억위안)에서 25.81%나 증가하였다. 2002년도엔 생명보험 상품중 배당형 상품이 차지하는 비중이 49.3%에 이르러 전체의 절반에 이르는 수준으로 육박하기도 하였다.²⁴⁷

이렇게 투자형 보험상품이 증가한 이유를 살펴보면 계속되는 금리하락과 증시의 하락으로 마땅히 투자할 곳을 찾지 못하고 있던 개인 투자자들이 보장과 투자가 되는 투자형 보험상품에 관심을 보이기 시작하면서 일대 파란을 일으키게 된 것이다. 또한 보험 대리인이 소비자를 설득시키는데 오랫동안 공을 들여야 하는 순수보장형 상품보다는 당장 가시적인 성과를 나타낼 수 있고, 저축성 경향이 강한 중국인의 마음을 움직일 수 있는 저축형 또는 배당형 상품을 위주로 판매하였기 때문이다. 실례로 모 중국 보험사의 경우 2001년 여름 배당형 상품이 나오자마자 북경지역에서만 1주일 만에 1,000만위안(약120만달러)의 보험료 수입을 기록하기도 하였다. 보험회사별 판매 상품을 보더라도 平安保險公司에서는 배당형 건강보험과 양로보험이, 中國生命, 新華生命, 太平洋生命에서도 역시 배당형 이면서 재산관리와 중대질병을 함께 보장해 주는 보험이 가장 많이 팔린 것으로 나타났다.²⁴⁸ AIG의 경우에도 上海등 지역에서 판매한 “常春藤”, “常春樹” 유배당 양로보험, 아동교육관련 투자·보험상품, 아동의료보험 상품 등이 인기가 많았던 것으로 조사됐다.

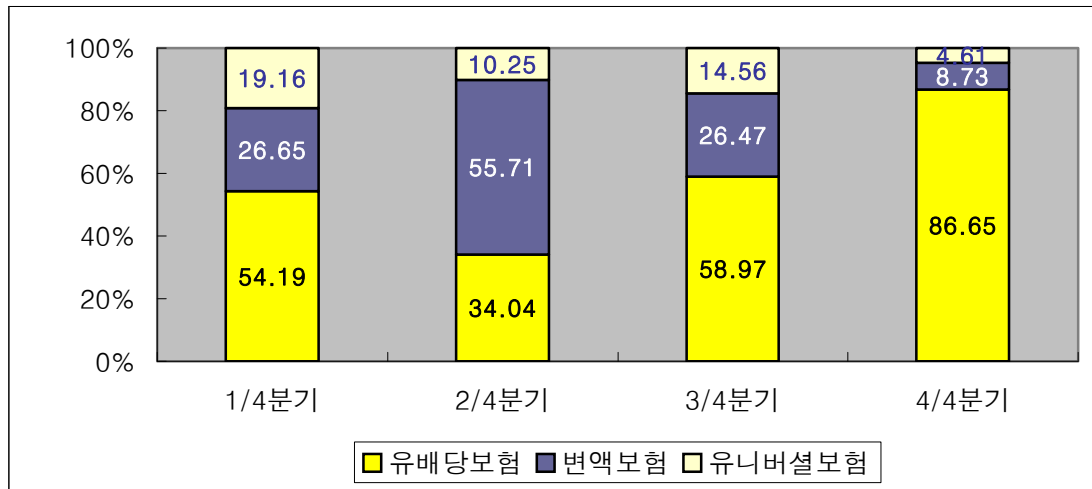
[그림 5] 2001년 투자연계형상품 구성²⁴⁹

는 보험을 말한다. 유니버설보험은 컴퓨터의 발달에 따라 미국에서 개발된 보험형태로서, 금융시장의 변동에 따른 신축성과 현실성을 최대한 반영하기 위해서 고안된 생명보험이다. 이 보험의 특징은 보험료가 고정되지 않고 탄력성이 있으며 보장도 가변적이다. 또한 보험회사의 제비용과 운용이율 등이 가입자에게 공개된다.

²⁴⁷ 2003년2월4일 중국 보험망 기사와 2002년 10월 생명보험협회 해외생보동향 “중국의 생명보험 시장과 새로운 기회” 기사 참조

²⁴⁸ 북경현대상보 2002년 11월29일자 기사 참조

²⁴⁹ 원자료는 보험개발원(www.kidi.or.kr)의 포럼 CFIM(중국금융·보험시장)의 자료중 2002년 6월 중국보험의 기사를 참조로 구성한 것임.



그러나 이런 투자연계형 상품들은 보험회사에 상당한 근심거리로 떠오르고 있다. 그 이유는 현재 중국내 보험회사의 자산운용이 은행, 채권, 증권투자기금등에 한정되어 있기에 자칫 잘못하면 계약자에게 약속한 배당금은 고사하고 원금조차 돌려주지 못하게 될 수도 있기 때문이다. 앞서서도 언급했듯이 2002년 중국 보험회사의 수익률은 3.14%로 최근 몇 년사이 가장 낮은 수익률을 기록했으며 대부분의 배당형 상품의 최저보장 이율은 2.5% 수준이라 이를 다 보전해 주고 나면 보험회사에 남는 것은 손실밖에 없다는 결론이 나온다. 따라서 전문가들은 생명보험 회사의 상품이 진정한 보장기능에 초점이 맞추어져야 하며 이를 통해 사회적인 부가가치를 창출할 수 있도록 해야 한다고 강조하고 있다.

이러한 부담감에 최근 중국 보험사들은 순수한 보장보험 판매에 열을 올리고 있다. 지난 2001년 통계치를 살펴보면, 항공기 사고만도 6건이 넘게 발생했지만 항공기 탑승자 7,000여만명 중 항공기 사고 보장보험을 가입한 사람은 절반도 안되는 것으로 나타났다. 이런 사고로 인해 보장보험에 대한 일반인들의 인식이 조금씩 개선되면서 보험회사에서도 보험료를 대폭 낮춘 순수 보장형 상품을 내놓고 있는데 그 예로 50만 위안이면 1년 동안 완벽한 위험보장을 받을 수 있는 보험상품 등을 들 수 있다. 또한 각 보험사별로 최고 가입 연령을 기존의 65세에서 70~80세까지 연장한 보험상품도 선보이고 있다. 신설 생보사인 新華生命에서 내놓은 ‘美滿人生’이라는 상품은 80세까지 보험가입이 가능하며, 저축기능과 함께 살아있는 동안 매 3년마다 생존 축하금을 지급 받도록 설계돼 있다.

V. 우리 기업의 진출방안

현재 중국에서 영업허가를 취득할 수 있는 자격을 갖춘 국내 생명보험 회사는 삼성생명, 교보생명, 대한생명 3곳 뿐이다. 그러나 위 3곳 중 삼성생명만 중국 대표사무소가 있으며 교보와 대한생명은 아직 없는 상황이다. 이런 후발주자인 우리 국내 기업들이 중국 진출 시 취할 수 있는 전략적인 방안들을 위에서 분석해 본 결과를 토대로 정리하면 다음과 같다.

1). 네트워크와 브랜드 인지도 높은 기업과 협업을 통한 진출

후발 주자인 한국 보험사들은 협자 회사가 금융권이든 비금융권이든 협자 이후 협자 회사의 네트워크를 통한 시장 진입 가능성과 기업 브랜드 인지도를 참고하여야 하며 현재 실적보다는 그 회사의 잠재가치를 평가해 선택할 필요가 있다. 만약 중국측 파트너로 보험회사를 선택한다면 지역 거래처와의 용이한 연결, 중국 소비자의 정보수집 용이, 금융업 기술 및 지식 공유, 중국측 브랜드 사용, 판매망 등의 부분을 활용할 수 있는 이점이 있다. 반면 비보험 금융권이든 제조업체등을 파트너로 선정한다면 역시 브랜드 인지도와 고객 네트워크를 활용할 수 있으며 생명보험에 대한 경험이 없기에 주도적으로 사업을 진행하기에 유리하고, 전문영역에 대한 관리경험과 경영노하우를 서로 주고받음으로 양측 모두 상승효과를 기대할 수 있을 것이다.

2). 브랜드 파워 강화와 중국 정부와 우호관계 구축

강력한 현지화를 통하여 브랜드를 시장에 짧은 시간동안 정착시키는데 주력해야 한다. 이미 진출한 외국 보험사는 각종 사회활동을 통해 이미지를 높이고 있음을 사례분석을 통해 살펴보았다. ING Aetna-大衆은 上海市 의료보험 훈련센터에 보험 의학 연구기금을 설립하였고, 중국에서 철수하긴 했지만 링컨금융그룹 같은 경우는 북경대학에 보험학과를 설립하기도 하였다. 타 보험사의 사례에서 보듯이 중국 보험산업 발전과 인재양성을 위해 대학과 산학협동 프로그램을 실시하거나 사회 봉사 활동 등을 통해 중국 진출에 대한 의지를 확실히 보여줄 필요가 있다. 이러한 활동과 아울러 중국 정부와의 협력 관계나 회사와 중국 보험감독 감리 부분과의 밀착도 등 부가적인 관계성도 매우 중요하다. 중국 정부와 보험 산업 발전에 꾸준한 공헌을 한 AIG그룹을 예를 보면, 중국 정부와 보험당국과의 우호적이고 협력적인 관계를 통해 8개 지역에 독자적으로 진출 할 수 있는 인가권을 획득했으며 시장 선점의 효과를 누리는 결과를 가져왔다.

3). 상품 다양화 및 타겟 선정

첫째, 교육 보험에 대한 상품 개발이 요구된다. 중국인들의 저축동기를 조사한 통계에 의하면 자녀의 교육비를 보조하기 위함이 20.2%를 점유함으로써 주민의 저축동기 가운데 당당히 1위를 차지했다.²⁵⁰ 1가정 1자녀 갖기 운동의 일환으로 인한 가족구조의 변화는 젊은층과 중산층의 자녀교육을 위한 교육보험 수요를 지속적으로

²⁵⁰ 2003년 3월23일 중국망 기사 참조

증가시켰으며 향후에도 증가할 것이기에 전략적으로 접근할 가치가 있다.

둘째, 예금이자가 매우 낮은데도 불구하고 은행예금의 열기가 식지 않고 있는데 이 같은 저축 열기를 생명보험 산업으로 끌어들이기 위한 전략적인 상품이 필요하다. 2001년과 2002년에 히트한 투자연계상품(변액보험, 유배당보험등)에 대한 연구와 아울러 역마진 현상을 완화시킬 방법을 동시에 추구하거나 보장성 보험 위주로 한 틈새시장을 공략하도록 준비해야 할 것이다.

셋째, 중국은 2004년 12월부터 외국보험사에 단체보험 및 연금 시장에 대한 허용이 예정되어 있다. 현재 중국인의 평균수명은 남자 69.63세, 여자 73.33세이며 65세 이상 노인 인구는 1억명에 가까운 것으로 조사됐다.²⁵¹ 이러한 연금보험 시장의 개방과 인구의 고령화 및 자녀의 부양의무 약화는 연금보험의 수요를 증가시킬 전망이다. 이에 연금보험에 대해 주목하여 상품을 개발하고 차별화 시킬 필요성이 있다.

4). 지분 참여와 주식투자를 통한 진출

조인트 벤처 형식의 접근 방식 외에 현재 외국 보험사가 중국 생명보험 시장에 진입하는 다른 방법으로는 중국 보험사의 지분을 일부 취득하거나 주식투자를 통해서이다. 보험회사의 지분을 취득하는 방법은 후발 주자인 한국 기업들에게 영업 라이선스를 획득하는데 걸리는 시간과 비용을 줄이면서 중국의 보험시장에 즉시 접근할 수 있으며, 생보사를 경영하지 않고도 중국 생보시장에 대한 경험을 증진시킬 수 있다는 장점이 있다. 또한 영업허가 기준을 충족시키지 못한 기업들에게 특히 매력적이며, 지분 투자로 인한 향후 별개의 조인트 벤처 설립에 영향을 주지 않는다는 것도 고려해 볼만한 이유라 하겠다. 중국 보험사에 주식투자를 하는 방법은 HSBC 그룹 산하의 HSBC 보험사가 중국의 平安保險公司의 주식을 매입한 선례에 기인한다. 이러한 중.대형 보험회사의 주식을 매입함으로써 중국 보험시장에 진출하는 것도 좀 더 연구가 되어야 할 사항이다.

5). 보험 모집인 양성 강화 방안 연구

중국 통계에 의하면 중국인의 46%는 보험 대리인을 통해 보험에 가입한다고 한다. ING pacific은 보험 대리인을 8천명으로 증가시키고 대리인의 대우를 개선함으로써 上海 시장에서 점유율을 높여 나갈 수 있었으며, AIG도 보험대리인을 통해 시장을 선점하였고 이 제도를 중국 전역에 전파하는 등 보험대리인을 양성하는데 집중하였음을 볼 수 있다. 이렇듯 성공한 보험회사들은 대부분 보험대리인의 정착률이 높으며 이들을 통해 영업의 확장이 급속히 진행됐던 것이다. 이에 중국에 진출할 한국 생보사들은 보험대리인의 모집과 자질 향상을 위한 프로그램을 갖춰야 할 것으로 사료된다.

6). 지역 선택과 고객 확대 전략

²⁵¹ 한 연구 결과에 따르면 선진국의 수입 보험료의 20% 이상이 노년층에서 나온다고 한다 독일2/3, 미국1/5, 일본1/3

지금까지 외국계 보험사의 생명보험 산업은 上海와 광주 등 남쪽 지방에 제한되어있었다. 그러나 WTO 가입에 따른 지역제한이 철폐될 예정이어서 이를 대비한 진출 대상 지역의 선정과 연구가 필요하다. 특히 중국 내 산업기반 및 인구분포가 높은 동북부 해안지역이 표적의 대상으로 적합하다. 왜냐하면 북경 및 천진, 청도, 대련 등 동북부 도시는 해외교포가 많은 지역이어서 인지도 및 호감도가 높으며, 가장 개방화되고 선진화되어 있으며 가처분 소득도 높기 때문이다.

고객 확대 전략으로는 중국에 기 진출한 한국기업과 조선족을 주 타깃으로 영업기반을 구축하는게 진입장벽을 완화할 수 있는 하나의 방법이라고 하겠다. 또한 한국 기업들과 거래관계에 있는 중국에 진출해 있는 다국적 기업들을 대상으로 고객층을 확대하고 나아가 한국기업과 거래하고 있는 중국기업에 대한 영업도 수반되어야 한다.

7). 한국 금융 기관간 협력 및 중국 업체와 업무 협력 강화

중국진출 시 한국 보험회사간의 과열경쟁은 지양해야 한다. 초기 중국 시장을 선점하기 위해 한국 보험회사간의 과열경쟁이 발생할 경우 진입 비용만 과다하게 지불할 가능성이 높기 때문이다. 과거 사례로 볼 때, 경쟁사가 진출할 경우 준비가 미흡한 상태에서 동반진출 하는 경우가 많았다. 이러한 약점을 보완하기 위해 한국 보험회사간 연합, 제휴 등의 방법을 통해 중국에 진출하는 것도 검토해 보아야 한다.

또한 대다수의 외국 보험사가 시장정착에 어려움을 겪고 있는 가운데 일부업체는 중국업체와의 업무협력으로 보험시장 개척의 돌파구를 찾고 있었다. 2000년 12월 미국의 AIG는 중국 평안보험 공사와 평안의 중국 내 서비스망을 사용하는 대가로 종업원 훈련프로그램, 신상품개발, 고객서비스 등의 분야에서 협력하기로 하였다. 한국의 삼성화재는 인민보험공사의 심천지사예 전문가를 파견하여 단기 훈련 프로그램을 운영하고 있다. 이렇듯 합작을 하지 않았더라도 중국 보험회사와 업무 협력을 통해 서로의 필요를 채우고 높은 진입장벽을 낮추는 시도가 필요하다.

8). 보험법률의 철저한 이해

WTO 가입을 전후로 중국 정부가 보험산업의 법제화를 강력하게 추진하면서, 중국 국내에서 수많은 보험관련 법률/법규가 제정 혹은 개정되었다. 현재 중국 보험시장을 규율하고 있는 기본 법규는 "중화인민공화국 보험법"이며 이중 외국 보험회사의 중국 시장 진입과 진입 이후의 활동에 대해 규정하고 있는 부분을 집중적으로 파악해야 한다. 이와 더불어 "上海 외자보험기구 잠정관리방법"도 외자 보험회사에게는 매우 중요한 법률 규정이므로 한국 보험회사의 중국 진출 시 반드시 참고해야 할 사항이다. 上海시는 최초의 외자 보험회사를 인가한 개방 시범지역이기 때문에 현실적으로는 다른 지역에서도 이 법규를 근거로 외자 보험회사를 관리하고 있을 뿐 아니라, 이를 바탕으로 해당 지역의 법률적 근거를 새로 마련할 계획을 가지고 있기 때문에 주목해 보아야 한다.

참 고 문 헌

1. 강신욱, 『중국 보험산업과 WTO』, 월간손해보험, 2002년4월
2. 강형구, 『중국보험시장 개황 및 향후전망』, 월간손해보험, 2001년8월
3. 김정한, 『중국의 금융시장과 주요 이슈』, 한국금융연구원 금융조사보고서, 2002년
4. 남원식, 『중국 자동차보험약관에 관한 연구』, 월간손해보험, 2003년3월호
5. 월간손해보험, 『중국의 WTO 가입과 보험산업』, 2002년8월호
6. 정현준, 『중국 보험시장의 현황과 전망』, 월간손해보험, 2000년7월호
7. 정희남, 『中國의 WTO加入과 保險市場 開放』, 2002년4월, Insurance Business Report 통권 14호
8. 趙錫軍외1명, 『중국 보험산업의 현황과 외국기업의 진출 가능성』, 2002년10월30일 중국서비스 산업의 시장개방과 외국기업의 진출방안 세미나
9. 해외생보동향, 『중국의 보험법 개정과 그 문제점』, 2003년3월
10. 해외생보동향, 『중국의 생명보험 시장과 새로운 기회』, 2002년10월
11. 해외보험동향, 『최근 중국보험 동향』, 2002년 봄호
12. KIEP 북경사무소, 『중국 보험산업, 제도적 개선책 마련 시급』, 중국경제 현안 브리핑 02-34호, 2002년5월9일
13. KIEP 북경사무소, 『중국 보험시장 진출, 철저한 현지화가 관건』, 중국경제 현안 브리핑 02-52호, 2002년9월12일
14. 김인숙, 『中國 保險市場 進出 戰略에 관한 研究』, 건국대학교 경영대학원 석사논문, 2002년8월
15. 성명진, 『中國 保險市場 進出 戰略』, 고려대학교 경영대학원 석사논문, 2000년12월
16. 嚴 杰, 『中國 保險市場의 開放과 對策에 關한 研究』, 충남대학교 대학원 석사논문, 1998년10월
17. 유병순, 『중국 보험시장의 현황 및 규제내용』, 금융감독원 조사연구국, 2001-46호
18. 유용주, 『중국 금융시스템, 어떻게 변화하고 있나』, 삼성경제연구소 2002년3월
19. 이춘근, 『중국의 보험감독체제 및 시장현황』, 월간생명보험, 2002년 .2월호
20. 田 文, 『中國 保險制度 研究』, 전주대학교 석사논문, 2001년5월
21. 蔡明哲, 『損害保險 産業의 海外進出 戰略』, 성균관대학교 국제협력대학원 석사논문, 1998년6월
22. 박상범외 5인 공저, 『E-보험학』, 도서출판아진, 2002년9월3일
23. Andreas Lauffs, 『China prepares for WTO by opening insurance sector』, International Financial Law Review, 2001년1월
24. Chen Ji & Steve Thomas, 『The Role of foreign insurance companies in china' s emerging insurance industry : an FDI case study』, 2001년11월13일
25. Tony Allison, 『Risks and rewards in China' s insurance market』, Asia Times

Special reports, 2001년2월16일

26. Yuan chang, 『WTO Accession for China Potential Impact on the Insurance Industry』, Harvard Conference, 2001년9월13일

[인터넷 사이트 및 신문]

www.kidi.or.kr(보험개발원)

www.insura.net(보험뉴스)

<http://csf.kiep.go.kr>(Kiep의 중국전문가집단)

www.kotra.or.kr

www.kita.or.kr(무역협회)

중국보험망, 上海증권보, 북경현대상보, 上海보험협회 등