

중국경제 현안 브리핑

02-52호 / 9월 12일

중국 보험시장 진출, 철저한 현지화가 관건

1. 개요

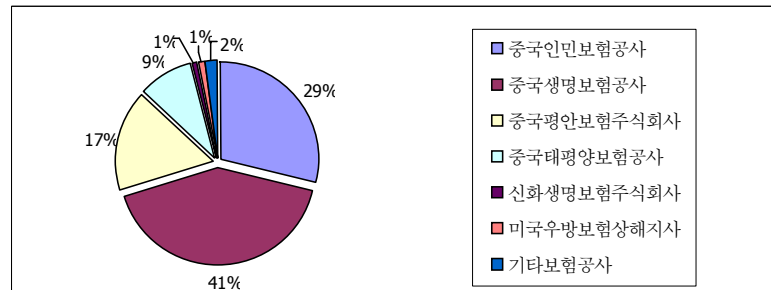
- 중국 보험산업은 WTO 가입에 따른 시장개방의 충격이 매우 클 것으로 예상되고 있는 산업이며, 중국기업의 경쟁력 또한 낮아 외국보험사의 적극적인 진출이 예상되는 산업임.
- 그러나 시장 선점을 위해 기 진출한 외국보험사의 실적은 기대에 미치지 못하고 있으며, 오히려 시장개방이 본격적으로 시작되고 있는 현 시점에서 철수하는 사례까지 나타나고 있음.
- 외국보험사의 실패사례는 무엇보다도 현지화의 필요성이 중요함을 다시 한번 일깨워주며, 시장 선점을 목표로 중국시장 진출을 서두르는 것보다 사전적으로 철저한 준비가 필요함을 보여 주고 있음.

2. 외국보험사의 중국시장 진출 현황

- 현재 중국 보험시장은 국유기업이 거의 완전독점에 가까운 시장점유율을 차지하고 있는 가운데, 외국 보험사가 극히 일부의 점유율을 보임.

- <그림 1>에서 알 수 있듯이 중국인민보험공사, 중국생명보험공사, 平安 보험주식회사는 전체 시장의 87%를 차지함.

<그림 1> 2000년 중국내 각 보험사의 시장점유율



자료: <중국보험연감>, 2001.

- 외국보험사는 1992년부터 중국에서 영업활동을 해 왔으며, 현재 34개 외국보험사가 실제 영업을 하고 있음. 또한 19개 국가의 112개 보험사가 총 199개 대표처를 설립하였음.
- 2001년 외국보험사의 보험료 수입은 32억 元이며, 상해와 광주의 생명보험시장 점유율은 각각 14.4%와 11.8%, 손해보험시장의 그것은 각각 6.7%와 1.5%임.
- 그러나 외국보험사는 영업지역이 상해, 광주, 심천, 해구 등 몇 개 지역으로 제한되어 있고 영업범위도 개인에 대한 생명보험과 외자기업에 대한 손해보험 서비스에 한정되어 있음.
- o 특정 도시가 아닌 중국 전체 보험시장에서의 점유율은 2%(2000년 기준)에도 못 미치지 못함.
- 한편, 외국보험사에 대한 중국인들의 인식은 매우 우호적인 것으로 나타남.

- 최근 국무원발전연구중심 시장경제연구소의 설문조사에 따르면 응답자의 절대 다수가 외국보험사의 능력을 높게 평가하였음.
- o 응답자의 74.1%가 외국보험사의 서비스에 만족하고, 82%의 사람들이 보험사 직원의 능력이 뛰어나다고 평가함.
- o 77.9%는 보험상품이 좋다고 생각하고 있고, 71.7%는 보험사의 배상금 지불에 대해 만족도를 표시함.
- o 또한 70.1%의 응답자가 보험사의 신용을 높게 평가함.

3. 외국보험사의 실패 사례

☐ 외국보험사의 시장점유율이 중국정부의 시장제한 조치로 아직 매우 낮기는 하지만, 시장개방 조치가 점진적으로 진행되고 있고 일반인들의 인식도 매우 좋은 편임.

- 또한 외국보험사는 중국보험사에 비해 그동안 축적된 경험이 많고, 전문적인 경영 노하우와 자본이 풍부하다는 우위를 갖고 있음.

☐ 그러나 이러한 양호한 환경에도 불구하고, 외국보험사의 실제 경영성과는 기대에 미치지 못함.

- 중국에 진출한 지 10년째인 미국의 '링컨금융그룹'은 지난 2월 재보험사업에서 철수하기로 결정함.

- 또한 6월에는 스위스생명이 북경과 광주의 사무소를 폐쇄함.

☐ 이들 두 보험사가 중국사업에서 철수한 원인은 다음과 같음.

- 첫째, 현지 적응의 실패임. 외국보험사가 중국시장에 정착하기 위해서는 적어도 2-3년간의 적응기간을 거쳐 중국시장에 맞는 보험상품, 판매망, 그리고 현지 사정에 익숙한 영업사원을 양성해야 함. 북경대 쑤치샹(孫祈

祥)교수는 이들 두 회사의 현지화 전략이 이러한 점을 소홀히 했다고 지적함.

- 둘째, 본사의 글로벌 전략이 변화하였음. 미국의 9.11 테러 이후 스위스생명은 2001년 이윤이 전년대비 1/10 수준으로 급감하는 등 극심한 경영난에 빠져 기업 전체의 규모를 축소할 수밖에 없었음. 링컨금융그룹도 자체적인 구조조정으로 해외사무소를 축소함.
- 셋째, 중국 보험시장 자체에 대한 회의적인 평가임. 두 기업 모두 중국 보험시장이 앞으로 계속 개방된다고는 하지만 현재의 개방정도가 낮고, 일반인의 보험에 대한 인식도 높지 않아 투자에 대한 불확실성이 높다고 판단하였음.

□ 한편, 이들 보험사와는 달리 미국의 AIG는 중국 시장에 성공적으로 정착한 것으로 평가받고 있음.

- AIG는 1992년 중국 시장에 처음 진출한 이후 현재 상해, 광주, 심천, 佛山, 북경 등에 지사를 설립하였으며, 조만간 蘇州, 東莞, 江門에도 지사를 설립할 계획임.
- AIG의 연 보험료 수입은 10억 元 정도이며 상해시의 경우 생명보험시장의 10% 정도를 차지하고 있음. 금년 6월 개소한 AIG 북경지사도 초기 영업이 순조로운 것으로 알려짐.

4. 평가 및 시사점

□ 현지화에 실패한 상기 두 회사의 사례는 외국기업이 중국시장에 정착하는 데 따른 어려움을 보여줌.

- 외국보험사가 중국보험사에 비해 객관적인 경쟁력이 우위에 있다고는 하

지만, 중국정부의 규제가 지속되고 있고 현지화에 필요한 시간이 다른 업종에 비해서 길다는 특수성으로 인해 외국보험사의 중국시장 진출 성과는 기대에 미치지 못하고 있음.

- 외국보험사가 중국시장에 성공을 거두기 위해서는 무엇보다도 중국정부가 시장개방의 속도를 높여야 하겠지만, 현실적인 면에서 다른 업종에 비해 보다 충분한 시간을 갖고 현지화 전략을 수립할 필요가 있음.
- 한편, 지금까지 십 여개국가에서 수많은 보험사가 중국시장에 진출하였지만, 가시적인 성과를 거둔 업체가 AIG 하나라는 사실은 다시 생각해 보면 중국 보험시장 진출이 결코 서두를 문제가 아님을 보여 줌.
- o 이미 시장에서 철수한 두 업체 모두 개방 초기에 진출하여 시장선점의 효과를 목표로 하였다는 점을 되새겨 볼 필요가 있음. (***)