



중국의 소액간단보험 시장 확대와 시사점

정성희 연구위원, 문혜정 연구원

중국은 인슈어테크의 발전으로 소비자들이 필요할 때마다 저렴한 보험료의 소액간단보험을 구매하여 일상생활 위험을 보장받고 있음. 대표적인 소액간단보험으로 반송보험, 항공자연보험, 교통체증보험 등이 있음. 중국 최대 온라인전문회사인 중안보험은 인슈어테크 기업과 활발한 제휴로 젊은층 대상의 소액간단보험 판매를 통해 높은 성장세를 유지하고 있음. 향후 디지털 기술과 보험산업의 융합이 한층 가속화될 것으로 전망됨에 따라 보험회사는 소비자의 수요에 적시에 부응하는 서비스 제공자로서 역할을 확대할 필요가 있고, 감독당국의 인슈어테크 활용 확대를 위한 전향적인 규제 정비가 필요함

■ 최근 중국 보험산업의 신성장 동력으로 인슈어테크가 부상하고 있음¹⁾

- 중국의 인터넷·유통 플랫폼 사업자(ABTJ²⁾ 등들은 14억 인구와 자본력을 바탕으로 빠르게 사업을 확대하고 있는데, 최근 보험산업에 진입하면서 인슈어테크 시장의 성장을 견인하고 있음
 - 보험료 기준으로 중국 인슈어테크 시장은 2015년 370억 달러에서 2020년에 1,740억 달러로 연평균 36% 이상 성장할 것으로 전망됨³⁾
 - 중국 온라인보험시장은 2017년 기준 1,835억 위안으로 2011~2017년 동안 연평균 96% 이상으로 고속 성장함(〈그림 1〉 참조)

■ 중국에서는 인슈어테크의 활용 확대로 보험 상품의 개념이 장기간 동안 전통적인 위험을 보장해 주는 것에서 벗어나, 단기간에 일상생활에서 발생하는 소소한 위험 보장을 위해 저렴한 보험료로 구매하고 필요할 때마다 재구매하는 개념으로 확대되고 있음

- 이는 보험회사가 인슈어테크의 활용을 통해 소비자 수요 발굴과 실시간 정보에 기반한 합리적인 보험료

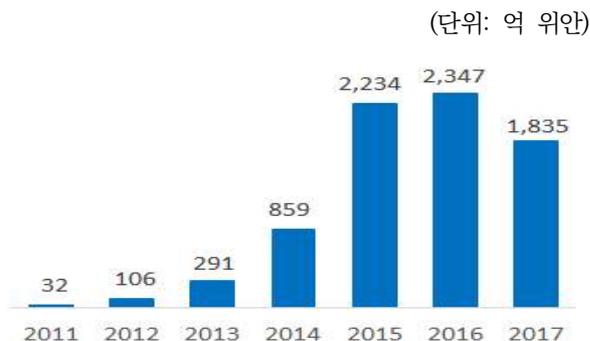
1) 중국의 보험시장은 2016년 일본을 제치고 세계 2위 시장으로 성장하였는데, Sabine L. B(2018)에서는 최근 연평균 20% 이상의 높은 성장을 견인하는 주요 동인으로 인슈어테크의 확대를 주목함(Sabine L. B.(2018), *The Insuretech Book*, p. 95~97)

2) 알리바바(Alibaba), 바이두(Baidu), 텐센트(Tencent), 징둥(Jingdong)

3) Oliver Wyman(2016), "China Insuretech"

- 의 보험상품 제공이 가능해지고, 인터넷⁴⁾을 통해 소비자의 보험가입 편의성이 높아졌기 때문임
- 이에 따라 보험회사는 인슈어테크 기업과의 파트너십 구축을 통해 기존 보험상품과 판매채널로는 소비자의 수요를 충족하지 못했던 생활 밀착형 상품(이하 '소액간단보험') 개발 및 판매 확대에 주력하고 있음

〈그림 1〉 중국 온라인보험시장 규모 추이



주: 2011~2017년 연평균 성장률 96%
자료: CIRC

〈그림 2〉 중안보험 보험료 추이 및 전망



주: 2014~2017년 연평균 성장률 96%
2014~2020년 연평균 성장률 77%
자료: DBS Bank(2018. 6), *China Fintech Sector*, p. 26

■ 현재 중국의 대표적인 소액간단보험으로는 반송보험, 항공지연보험, 교통체증보험, 주차위반딱지 보험 등이 있음 (〈표 1〉 참조⁵⁾)

- 반송보험(Shipping Return Insurance)은 소비자가 온라인 쇼핑몰 등을 통해 구매한 제품이 마음에 들지 않을 경우 제품을 쇼핑몰로 반송하는데 소요되는 배송비를 보장하는 상품임
 - 소비자는 온라인 쇼핑몰과 연계된 결제창에서 반송보험을 원클릭으로 손쉽게 가입 가능하며, 과거 반송이력 및 구매 상품정보에 근거하여 보험료가 결정됨
 - 중국의 온라인 쇼핑 사용자는 2016년 5.3억 명으로 2012년 대비 2배 증가하였으며, 거래규모는 2016년 3천 288억 위안으로 최근 5년간 연평균 46.1% 성장함⁶⁾
- 항공지연보험(Flight Delay Insurance)은 비행기 출발 시간이 지연되는 경우 이에 대한 위로금을 보장하는 상품으로, 보험금 청구과정 없이 실시간 비행 정보에 근거하여 자동 보상함
 - 소비자가 항공권 구매 시 보험 가입을 선택할 수 있으며, 중안보험의 경우 항공편 취소 시 100위안을, 출발시간 4시간 이상 지연 시 200위안의 보험금을 지급함(보험료, 30위안)
 - 중국의 항공편 지연시간은 평균 43분(전 세계 27분)이고 전 세계 항공편 정시 운항률 조사에서도 중

4) 중국의 인터넷 이용자 수는 2016년 6월 기준 7억 1천만 명으로 이는 미국과 유럽의 이용자 수를 합친 것보다 더 많음(한국과학기술기획평가원(2017. 12), 「중국 핀테크 산업의 동향 및 시사점」)
5) 이 외에도 필러주사보험, 드론배상책임보험(개인·기업용), 반려동물 상해 및 배상책임보험, 어린이 실종보험 등이 활발하게 판매되고 있음
6) KITA Market Report(2017. 11. 22), 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」

- 국 항공사가 하위 5위권을 모두 차지할 정도로 항공기 지연출발이 빈번히 발생하고 있음⁷⁾
- 교통체증보험(Traffic Jam Insurance)은 교통 혼잡, 사고 발생 등으로 일정 시간 이상 저속 주행을 하게 될 경우 보상하는 상품으로, GPS·텔레매틱스에 의한 소비자 운전 패턴과 교통상황 감지를 통해 자동 보상함
 - OK자동차보험의 경우 시속 20km 이하로 5분 이상 주행 시 운전자에게 5위안짜리 주유쿠폰으로 보상하며, 한 번의 주행으로 최대 14위안까지 주유쿠폰을 제공함(보험료, 하루 1위안)
 - 전 세계의 교통체증이 가장 심한 도시 조사에서 상위 15위권에 중국의 5대 도시(충칭, 주하이, 광저우, 스자좡, 심천, 베이징)가 포함됨⁸⁾
 - 주차위반딱지보험(Parking Ticket Insurance)은 주차위반으로 인해 과태료가 부과된 경우 과태료와 처리비용에 상응하는 보험금을 지급하는 보험임
 - 중국에서 주차위반을 하면 과태료(평균 200위안)와 함께 벌점(2점)이 부여되는데, 연간 벌점이 12점 이면 운전면허가 취소되기 때문에 보험가입자의 주차위반에 대한 도덕적해이 가능성은 낮음

〈표 1〉 중국 보험회사의 소액간단보험 사례

상품명	보험회사	보장 내용
반송보험	중안보험 (众安保险)	온라인 쇼핑물 등을 통해 구매한 제품이 마음에 들지 않을 경우 그 물품을 반송하는데 소요되는 배송비를 보장(보험료: 약 1위안)
항공지연보험		항공편 취소 시 100위안을, 출발시간 4시간 이상 지연 시 200위안의 보험금을 지급(보험료: 항공편당 30위안)
교통체증보험	OK자동차보험 (OK车险)	시속 20km 이하로 5분 이상 주행 시 운전자에게 5위안의 주유쿠폰 제공(보험료: 하루 1위안)
주차위반딱지보험		주차위반딱지를 받는 경우 과태료의 50%와 처리비용 지급(보험료: 1주일 1위안)
필러주사보험	화하이 보험 (华海保险)	필러주사의 부작용을 보장받는 보험(상품가격: 50위안, 보장기간 5일)

자료: 각 보험회사 홈페이지; Wall Street Journal(2017. 1. 11), "Need 'Love Insurance'? China Is Your Place"

■ 중국의 최대 온라인 보험회사인 중안보험⁹⁾은 인슈어테크 기업과의 활발한 제휴를 통한 소액간단보험 판매로 높은 성장세를 기록하고 있음(그림 2) 참조

- 중안보험의 보험료 규모는 2017년 현재 59.5억 위안으로 2013년 설립 이후 연평균 96%의 성장세를 지속하고 있으며, 중국 온라인보험시장의 성장가능성으로 향후에도 높은 성장률이 전망되고 있음
 - 2017년 3월 기준 5억 8,200명의 소비자에게 80억 건의 보험 상품을 판매함

7) 한국일보(2017. 11. 4), "중국 공항, 평균 43분 지연 출발... 이유가 따로 있다?", <http://m.hankookilbo.com/News/Read/201711041786507744>

8) TomTom(네덜란드 네비게이션 업체)이 48개국 390개 도시에서 2017년 한 해 동안의 교통량을 추적·조사한 결과임

9) 알리바바, 텐센트, 평안보험의 합작으로 2013년에 설립된 중국의 첫 온라인전문 보험회사임

- 증안보험의 성장배경에는 인터넷에 친숙한 1980~90년대 출생의 젊은층¹⁰⁾을 대상으로 고객 수요에 부응한 상품 개발 및 판매전략(실생활 위험보장, 저렴한 보험료, 온라인 가입 등)을 통해 기존 보험회사와는 차별화된 사업전략을 전개해왔기 때문임
 - 또한, 온라인 쇼핑몰, SNS 메신저, 여행사, 항공사 등 다수의 고객을 확보하고 있는 사업자와의 제휴¹¹⁾를 통해 제휴사의 플랫폼을 활용하여 상품을 판매하는 B2B2C(Business to Business to Consumer) 모델을 구축함으로써 성장의 주요 동인을 확보함
 - 증안보험의 전체 보험료에서 온라인 쇼핑몰인 타오바오(반송보험),¹²⁾ 중국 최대 온라인 여행사인 씨트립(항공자연보험), 휴대폰 판매회사인 샤오미(스크린파손보험) 등 파트너사의 플랫폼 판매 비중이 80% 이상(2016년 86.5%)을 차지함
- 디지털 기술과 보험산업의 융합이 한층 가속화되며 보험의 개념이 일상생활과 밀접한 위험보장으로 확대되고 있으므로, 보험회사는 소비자의 수요에 적시에 부응하는 서비스 제공자로서 역할을 확대할 필요가 있음
- 최근 국내 보험회사들도 인터넷 사업자 등과의 협력을 통해 보험상품을 제공하기 시작하였고, 조만간 소액간단보험을 전문을 취급하는 온라인전문회사의 출현도 예상되고 있음
- 성장성과 수익성이 악화되고 있는 국내 보험시장에서 인수어테크의 활용이 새로운 활력이 되기 위해서는 금융당국의 전향적인 규제정책이 필요함
- 중국은 핀테크 산업 육성을 위해 국가 차원에서 규제를 완화하고, 기업친화적인 감독정책을 유지¹³⁾해 왔으며, 이러한 정부의 유연한 정책 기조가 증안보험이 세계 10대 핀테크 기업으로 성장하게 하는 밑거름이 됨
 - 국내 금융당국도 소액간단보험시장 활성화를 위해 온라인 판매채널 육성, 보험가입 절차 간소화, 소액간단보험사 자본금 규제완화 등 제도개선을 추진 중임 **KIRI**

10) 앤트파이낸셜(알리바바 자회사)이 발표한 「2016년 인터넷 보험 소비분석 보고서」에 따르면 중국의 온라인보험 가입자는 2017년 3월말 기준 2.2억 명으로 이 중 80%가 20~30대 젊은층으로 조사됨

11) 증안보험은 2016년 말 기준 알리바바, 샤오미, 씨트립(Ctrip), 앤트파이낸셜(Ant Financial) 등 총 183개의 파트너사와 제휴함(CB Insights(2017. 7), “Unpacking Zhong An’s IPO Prospectus”)

12) 파트너십 체결 이후 온라인 상품과 반송보험 모두 30% 이상 증가하고, 구매상품에 대한 민원접수 건수도 30% 감소함(최창희·이규성·한성원(2017. 2), 「중국 증안보험 인수어테크 사례의 시사점」, 『KIRI 리포트』)

13) 핀테크 기업이 제공하는 금융서비스에 대한 규제를 완화하여 우선적으로 산업을 육성하고 사후 문제 발생 관리감독을 강화하는 네거티브 방식의 규제를 취함