



중국 온라인채널 생명보험의 최근 동향

이소양 연구원

영약

중국 온라인채널 생명보험 영업보험료는 2017년부터 변액보험 및 유니버설보험의 판매 위축으로 감소하기 시작함. 온라인채널 중 보험회사의 자체 온라인채널 비중이 확대됐으나, 제3자 온라인채널의 비중이 여전히 높은 수준임. 온라인채널 상위 10개 생명보험회사들의 시장점유율 합계는 거의 변동하지 않았으나, 순위는 연도별로 변화가 큼. 최근 온라인채널 생명보험 영업보험료의 감소에도 불구하고 대형 IT회사들은 온라인 채널 생명보험의 성장성을 긍정적으로 평가해 생명보험 사업을 확대하고 있음

■ 중국 온라인채널 생명보험의 영업보험료는 2017년부터 변액보험 및 유니버설보험의 판매 위축으로 감소함)

- 온라인채널 생명보험 영업보험료는 2016년 1,797억 위안에서 2018년 1,193억 위안으로 감소함
- 온라인채널의 주력상품이었던 변액보험 및 유니버설보험 영업보험료는 각각 2016년 890억 위안, 287억 위안에서 2018년 127억 위안, 203억 위안으로 하락함
- 온라인채널 변액보험 및 유니버설보험 판매위축은 2016년 이후 발표된 생명보험회사 재무건전성 규제 및 온라인채널 보험판매 규제 때문인 것으로 보임
 - 「중단기 생명보험 관리강화 조치」, 「생명보험 계리제도 개선방안」, 「생명보험 상품개발 관리강화 조치」 등과 같은 생명보험회사 재무건전성 규제는²⁾ 생명보험회사의 온라인채널 변액보험 및 유니버설보험 판매를 축소시켰음
 - 「온라인보험 위험규제」는 보험회사의 불완전판매 및 제3자 온라인서비스회사의 불법판매 행위를 금지함³⁾

1) 中国保险业协会(2019. 3), “2018年度互联网人身保险市场运行情况分析报告”

2) 이런 규제들은 만기 시 짧은 변액보험 및 유니버설보험 판매 제한, 유니버설보험의 책임준비금 평가이율 상향 조정, 변액보험 및 유니버설보험을 특약으로 설계한 생명보험 판매 금지를 규정함

3) 중국은행보험감독관리위원회는 동 규제에 따라 온라인보험을 판매하는 보험회사를 대상으로 보험상품 정보공시 및 보험소비자의 알권리 보장 의무 준수 상황을 조사하며 불완전행위가 있는 보험회사에 대해 온라인보험 판매를 중단함. 또한 보험회사와 업무제휴를 맺은 제3자 온라인서비스회사를 대상으로 자격요건 충족 여부를 확인하며 불법판매행위가 있는 제3자 온라인서비스회사에 대해 영업 중지를 명령함

〈표 1〉 온라인채널 생명보험 종목별 영업보험료

(단위: 억 위안)

구분	2016년	2017년	2018년
변액보험	890	162	127
유니버설보험	287	135	203
연금보험	248	461	338
양로보험	157	318	55
유배당보험	128	148	240
건강보험	32	59	123
상해보험	23	63	57
기타 보험	32	37	50
합계	1,797	1,383	1,193

주: 기타 보험은 정기보험 및 종신보험을 포함함
 자료: 中国保险业协会, “2018年度互联网人身保险市场运行情况分析报告”

■ 온라인채널 중 보험회사의 자체 온라인채널 비중이 확대되고 있으나, 제3자 온라인채널의 비중이 여전히 높은 수준임

- 보험회사의 자체 온라인채널은 홈페이지, 모바일 앱이 있으며, 제3자 온라인채널은 독립 보험대리회사 및 독립 보험중개회사가 운영하는 온라인 플랫폼이 있음
- 보험회사가 활용한 온라인채널 형태는 회사 규모별로 상이하며, 대형사는 제3자 온라인채널과 자체 온라인채널을 함께 이용하는데 반해, 중소형사는 제3자 온라인채널을 주로 이용함
 - 취약한 자본력 및 낮은 브랜드 인지도는 중소형사의 자체 온라인채널 구축에 제약 요인으로 작용함
- 2018년 기준 보험회사의 자체 온라인채널 비중(영업보험료 기준)은 2016년 4.8%에서 16.9%로 상승하였으며, 제3자 온라인채널 비중은 2016년 95.2%에서 83.1%로 하락함
 - 이는 대형사들이 비용 절감, 신규 고객 확보 등을 위해 자체 온라인채널 구축을 강화했기 때문인 것으로 보임

■ 온라인채널 상위 10개 생명보험회사들의 시장점유율 합계는 거의 변동하지 않았으나, 순위는 연도별로 변화가 큼

- 온라인채널 상위 10개 생명보험회사들의 시장점유율(영업보험료 기준) 합계는 2016년 이후 92% 이상 수준을 유지함
 - 2018년 기준으로 온라인채널을 활용하는 중국 생명보험회사는 62개사임
- 다만 연도별 순위의 변동이 큰 것이 특징임
 - 2016년 각각 4, 5위였던 건신생명, 국화생명은 2018년 1, 2위가 됐으나, 2016년 각각 1, 2위였던 흥강생명, 광대영명생명은 2018년 5, 8위가 되었음
 - 또한 중국인수생명(7위), 합중생명(9위), 평안건강(10위)은 2018년 처음으로 상위 10위 안에 진입함

〈표 2〉 온라인채널 상위 10개 생명보험회사의 연도별 순위

(단위: %)

순위	2016		2017		2018	
	회사명	시장점유율	회사명	시장점유율	회사명	시장점유율
1	홍강생명	22.2	건신생명	19.8	건신생명	24.7
2	광대영명생명	17.4	공은약사생명	19.2	국화생명	15.9
3	공은약사생명	13.6	국화생명	16.6	공은약사생명	13.7
4	건신생명	11.6	농은생명	8.1	중국평안생명	10.6
5	국화생명	11.1	광대영명생명	5.8	홍강생명	7.5
6	보해생명	6.6	중국인수생명	5.8	농은생명	5.6
7	천안생명	4.1	중국평안생명	5.6	중국인수생명	4.8
8	농은생명	2.4	홍강생명	5.1	광대영명생명	3.7
9	중국평안생명	2.1	태평생명	3.4	합중생명	3.4
10	신화생명	1.4	보해생명	2.9	중국평안건강	2.4
합계	-	92.6	-	92.1	-	92.3

자료: 中国保险业协会, “2018年度互联网人身保险市场运行情况分析报告”

■ 최근 온라인채널 생명보험 영업보험료의 감소에도 불구하고 대형 IT 회사들은 온라인채널 생명보험의 성장성을 긍정적으로 평가해 생명보험 사업을 확대하고 있음

- 전문가들은 2017년부터 시작한 온라인채널 생명보험 영업보험료 감소가 제도 변화에 따른 일시적인 현상이며, 장기적으로 볼 때는 온라인채널 생명보험의 성장성이 높은 것으로 평가함
 - 스위스 리⁴⁾는 2017년 중국 생명보험시장은 보험밀도와 보험침투도가 각각 225달러, 2.7%로 전 세계 평균(353달러, 3.3%)에 비해 낮아서 성장성이 매우 높다고 평가함
 - 중국 온라인채널 생명보험의 경우 2018년 기준으로 전체 생명보험에서 차지하는 비중이 4.5%에 불과하며, 미국(15%, 2009년 기준)에 비추어 볼 때 성장성이 매우 높은 것으로 보임
- 중국 온라인서비스회사인 텐센트는 2013년 전자상거래회사인 알리바바, 중국평안보험과 함께 중안보험을 설립한 이후 2017년 생명보험회사와 전문보험대리회사를 설립함
- 알리바바는 2015년 생명보험회사를 설립한 이후, 2016년 국태생명을 인수하고 2017년 전문보험대리회사를 설립했으며, 중국 포털 사이트인 바이두는 2017년 전문보험대리회사를 인수함 **kiri**

4) Swiss Re(2018. 7), “World insurance in 2017: solid, but mature life markets weigh on growth”