

# kiri Weekly

2012.9.3 제197호

## 이슈

중국 자동차보험제도와 시사점

## 포커스

저소득계층 자녀 교육비 마련을 위한 교육 IRA 검토 필요

## 금융보험 해설

손해보험의 이해 9: 장기손해보험의 개념 및 특성

## 국내금융 뉴스

국내은행 BIS자기자본비율 소폭 하락

Moody's 우리나라 국가신용등급 사상 최고등급 "Aa3" 부여

## 해외금융 뉴스

북미 \_ 유례없는 가뭄으로 보험회사 대규모 손실 전망

유럽 \_ 독일 기업들의 선제적인 구조조정

일본 \_ 증권·보험회사 파산처리 제도, 국제적 기준으로 논의

중국 \_ 중국인수생명, 상반기 당기순이익 하락

## 금융시장 주요지표

**kiri** 보험연구원  
Korea Insurance Research Institute

이슈와 포커스는 연구자 개인의 의견이며, 보험연구원의 공식 견해가 아님을 밝힙니다.

서울시 영등포구 여의도동 35-4 8층 보험연구원 (문의: 김세환 부장 / 02-3775-9051)



## 중국 자동차보험제도와 시사점

기승도 수석연구원, 이소양 연구원

### 요약

- 높은 성장성을 보이고 있는 중국 자동차보험시장은 새로운 성장 동력을 확보하려는 국내 손해보험회사의 관심 대상이 되고 있음. 중국 자동차보험은 크게 자동차교통사고책임강제보험, 차량손해보험, 제3자배상책임보험, 탑승인원손해보험, 절도손해보험 및 부가보험으로 구성되어 있음. 이중 자동차교통사고책임강제보험은 모든 차량관리자 등이 의무적으로 가입해야 하는 보험이고, 나머지 보험은 보험가입자가 선택하여 가입할 수 있음. 의무가입보험을 제외한 보험상품은 보험협회에서 발표한 3가지 조례(조례 A, 조례 B, 조례 C)에 근거하여 개발되었음. 이들 3가지 조례에 근거한 보험상품(차량손해보험, 제3자배상책임보험, 탑승인원손해보험, 절도손해보험 및 부가보험으로 구성된 상품)을 상업자동차보험 A, B, C라고 부름. 그런데 이들 상업자동차보험의 보장내용 및 요율수준에 큰 차이가 없음. 보험감독관리위원회가 인가 과정에서 요율수준 등이 유사하도록 조율하기 때문임. 이처럼 중국에서 판매되는 자동차보험 상품 내용과 요율수준에 회사 간 차이가 크지 않으므로 중국 자동차보험시장에 진출하는 회사, 또는 기존 진출회사가 시장점유율을 확대하려고 할 때 경영전략의 중심은 채널전략과 언더라이팅 전략이 될 것임.
- 중국 자동차보험시장의 채널전략은 대리점, 브로커, 직판채널로 구성되어 있음. 이중 직판채널이 최근 중국 자동차보험시장의 중심 채널로 자리를 잡아가고 있음. 그렇지만 채널별 접근 대상에 차이가 있으므로, 회사의 경영전략에 부합한 채널전략을 취하는 것이 바람직함. 즉, 기존시장에서 저렴한 가격으로 경쟁하려는 회사는 직판채널을, 종합손해보험회사로 진출하려는 회사는 대리점 채널과 직판채널을 모두 활용하는 전략을 수립하여야 함.
- 최근 중국 자동차보험시장의 중요한 제도 변화는 자동차교통사고책임강제보험 시장을 개방한 것임. 중국이 동 시장을 개방한 여러 이유 중 하나는 동 시장의 높은 손해율 때문임. 손해율이 높은 자동차교통사고책임강제보험 시장에 외국자본을 끌어들이므로써 동 시장의 손해발생으로 인한 문제를 일부 해소하고자 하는 뜻도 있는 것으로 판단됨. 그러므로 동 시장에 진입하려는 손해보험회사는 동 시장에서의 손해율 관리 방안을 마련해야 할 것임.

## 1. 검토배경



■ 새로운 성장 동력을 확보하려는 차원에서 중국 자동차보험시장에 대한 국내 손해보험회사들의 관심이 높아지고 있음.

- 중국 손해보험시장의 성장률은 연평균 26.3%에 이를 정도로 매우 높은 수준이며, 손해보험 시장 중 약 70%가 자동차보험시장임.
  - 중국 손해보험 시장에서 자동차보험의 구성비가 절대적으로 크기 때문에 국내 손해보험회사가 중국 시장에서 성장 동력을 확보하는 방안은 중국 자동차보험시장에 성공적으로 진출하여 시장 점유율을 확보하는 것임.

〈표 1〉 중국 손해보험시장 연도별 성장률

연도	전체	중국계 회사	외국계 회사	국내 회사
2007	32.0%	32.1%	26.5%	67.1%
2008	17.2%	17.2%	19.1%	21.6%
2009	22.3%	22.5%	10.1%	13.9%
2010	34.5%	34.5%	34.9%	42.8%
2007~2010 연평균	26.3%	26.4%	22.3%	34.8%

주: 1) 국내 회사는 삼성화재, 현대해상, LIG손보가 해당됨.

2) 현대해상은 2007년부터, LIG손보는 2009년부터 영업실적이 통계에 포함됨.

자료: 기승도, 「국내손해보험회사 중국시장 진출 성과와 시사점」, 『보험동향』, 2011년 가을호, 보험연구원, p. 24.

- 반면, 국내 자동차보험시장의 성장률은 FY2007 이후 대수 기준으로 연평균 3.1%, 보험료 기준으로 연평균 4.7%에 지나지 않을 정도로 성장정체 현상이 나타나고 있음.

〈표 2〉 국내 자동차보험시장 연평균 성장률

구분	FY2007	FY2008	FY2009	FY2010	FY2011	FY2007~11 연평균 성장률
평균 유효대수(만 대)	1,555	1,599	1,642	1,706	1,759	3.1%
수입보험료(십억 원)	10,311	10,413	10,682	11,823	12,390	4.7%

주: FY2011은 2011. 4월 ~ 2012. 1월 실적을 이용하여 추정된 값임.

자료: 보험개발원 월말보고서, 각 월호.

- 이에 국내 대형 손해보험회사들은 손해보험의 성장 동력을 확보하고, 국제적 보험회사로 성장하기 위하여 중국 자동차보험시장에 진출하고 있음.

〈표 3〉 국내손해보험회사 중국시장 진출현황

회사명	중국영업기구	소재지	진출시기
삼성화재	사무소	북경	1995. 04
	현지법인	상해	2005. 04
LIG손해보험	사무소	북경	1996. 04
	사무소	상해	2003. 02
	현지법인	남경	2009. 10
현대해상	사무소	북경	1997. 08
	사무소	상해	2003. 09
	현지법인	북경	2007. 03
동부화재	사무소	북경	2006. 07

자료: 각 회사 중국 사이트.

- 그런데 중국 자동차보험시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 현행 중국 자동차보험제도 및 향후 제도 변화에 대한 이해가 선행되어야 할 것임.
  - 보험산업은 해당 국가의 정책제도의 틀 안에서 소비자의 니즈에 부합한 상품공급을 통해 시장에 정착해야하는 산업임.
  - 따라서 중국 시장에 성공적으로 정착하기 위해서는 중국 자동차보험제도에 대한 이해, 소비자에 대한 이해가 선행되어야 함.
- 본 연구에서는 중국 자동차보험시장을 이해하기 위한 두 가지 측면 중에서 중국 자동차보험제도에 대한 이해를 바탕으로, 중국시장에 진출 시 고려해야 할 시사점을 도출하고자 함.

## 2. 중국 자동차보험 관련 제도



### 가. 자동차보험 관련 법률

■ 중국의 자동차보험관련 법률은 크게 보험관련 법률과 교통관련 법률로 구성되어 있음.

- 보험관련 법률로는 보험법, 보험회사관리규정 및 외자계보험회사관리조례 등이 있음.
  - 이중 보험법은 우리나라의 보험계약법과 보험업법이 통합된 형태임.
  - 보험회사관리규정에는 보험회사의 설립, 영업범위, 지급능력 및 지급준비금과 재보험에 관한 내용이 규정되어 있음.
  - 외자계보험회사관리조례는 외자계보험회사 대표부 설립, 영업범위 및 관리 등에 대한 내용으로 되어 있음.
- 교통관련 법률에는 교통도로안전법과 교통도로안전법실시조례, 그리고 자동차교통사고책임강제보험조례가 있음.
  - 교통관련 법률에는 차량과 운전자 관리, 도로교통관리, 교통사고처리 관련 규정 등이 포함되어 있음.
  - 교통도로안전법에는 중국인민공화국의 국경내 도로를 통행하는 자동차 소유자 혹은 관리자의 경우 반드시 자동차교통사고 책임강제보험에 가입하도록 의무화하고 있음.
  - 자동차교통사고책임강제보험조례에는 보험제도 운영에 관한 제반사항이 규정되어 있음.

〈표 4〉 자동차보험관련 주요 법률 내용

보험법 등의 주요내용	교통관련 법률의 주요내용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보험계약법+보험업법의 통합된 내용</li> <li>• 보험회사 운영에 관한 내용</li> <li>• 보험계약과 관련된 내용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차량과 운전자 관리규정</li> <li>• 도로통행 관리규정</li> <li>• 교통사고 처리 관련 규정</li> <li>• 교통사고 책임인정 규정</li> <li>• 자동차교통사고책임강제보험 관련 규정</li> </ul>

## 나. 자동차교통사고책임강제보험

- 자동차교통사고책임강제보험의 도입 논의는 1999년부터 시작되었으며, 이후 여러 논의를 거쳐 2006년 7월 1일부터 동 제도가 시행됨.
  - 1999년에 의무 자동차보험제도가 법률제정 대상으로 포함되었으며, 2004년에는 자동차교통사고 책임강제보험제도를 포함한 자동차보험제도 운영 형태에 대한 논의가 이루어짐.
  - 2006년 3월 28일 의무자동차보험 약관이 공표되었고, 2006년 7월 1일부터 자동차교통사고책임 강제보험제도가 실시되었음.
- 자동차교통사고책임강제보험의 보상한도는 보행자 및 자전거 운전자에게 적용되는 No-Fault 배상책임 한도와 도로운전자에게 적용되는 Fault 한도로 구분되어 있음.
  - 자동차교통사고책임강제보험의 보상내용은 제3자 신체상해, 제3자 재물손해, 의료비로 구성되어 있으며, 그 한도는 No-Fault와 Fault에 따라 아래의 표와 같음.

〈표 5〉 보상한도

구분	No-fault 한도	Fault 한도
	RMB	RMB
제3자 신체상해	11,000	110,000
제3자 재물손해	100	2,000
의료비	1,000	10,000

자료: 刘资媛(2011), 《汽车保险与理赔》, 人民交通出版社, pp. 38~39.

- 자동차교통사고책임강제보험의 약관 및 요율(기초보험요율표)은 보험감독관리위원회에서 공표하고 있으며, 모든 보험회사는 이 약관 및 요율을 준수하고 있음.
  - 보험감독관리위원회에서 통일된 약관과 요율을 공표하는 근거는 자동차교통사고책임강제보험조례에 따른 것이며, 자동차교통사고책임강제보험 요율을 실질적으로 산출하는 기관은 보험협회임.
- 2006년 7월 1일부터 시행된 자동차교통사고책임강제보험제도의 실시로 경제성장에 따른 자동차대수 증가효과가 자동차보험료 증가효과로 이어지는 구조가 마련됨.
  - 2007년 이후 자동차대수 연평균 증가율이 26.4%였으며, 대수증가율 정도로 수입보험료도 증가하여 2007년 이후 연평균 29.5%씩 증가한 것으로 나타남.

〈표 6〉 중국 자동차보험시장 연도별 성장률

연도	대수 증가율	수입보험료 증가율
2007	23.3%	37.5%
2008	21.7%	11.9%
2009	30.7%	26.4%
2010	29.8%	42.1%
2007~2010 연평균	26.4%	29.5%

자료: 1) 기승도, 「국내손해보험회사 중국시장 진출 성과와 시사점」, 『보험동향』, 2011년 가을호, 보험연구원, p. 24.  
2) National Bureau of Statistics of China.

#### ■ 자동차교통사고책임강제보험을 취급할 수 있는 손해보험회사가 기존 중국계에서 외자계로 확대됨.

- 국무원은 2012년 5월 1일 자동차교통사고책임강제보험조례(국무원령 제618호)의 내용을 변경하여 외자계 손해보험회사도 자동차교통사고책임강제보험을 취급할 수 있도록 함.
- WTO에 가입하기 위한 조건으로 자동차교통사고책임강제보험 시장을 개방하기로 한 약속, 동 시장을 개방하라는 미국 등 선진국들의 집요한 요구 및 자동차교통사고책임강제보험시장의 손해율 악화를 외자계를 통해 해소하려는 목적 등이 어우러져 자동차교통사고책임강제보험 시장이 개방된 것으로 판단됨.

#### 다. 자동차보험 상품구성

#### ■ 중국에서 손해보험회사가 판매할 수 있는 자동차보험 상품은 자동차교통사고책임강제보험과 상업자동차보험으로 구성.

- 상업자동차보험의 상품내용은 자동차교통사고책임강제보험의 보상한도를 초과하는 부분을 담보하는 차량손해보험과 제3자배상책임보험, 탑승인원손해보험, 절도손해보험, 부가보험으로 구성되어 있음.
- 상업자동차보험의 약관과 요율은 3개의 대형사(PICC, Ping An, China Pacific)가 개발하여 보험감독관리위원회의 인가를 받아 사용함.
  - 3가지 상업자동차보험을 상업자동차보험 A, B, C라고 하며, 상업자동차보험 A는 PICC가, 상업자동차보험 B는 Ping An이, 상업자동차보험 C는 China Pacific에서 개발함.
- 3개 대형사 이외의 중소형사 및 외자계 손해보험회사는 자동차교통사고책임강제보험과 상업자동차보험 A, B, C 중 하나를 선택하여 영업할 수 있음.
  - 중소형사 및 외자계 손해보험회사에서 가장 많이 사용하는 상품은 상업자동차보험 A임.

- 보험감독관리위원회는 상업자동차보험 A, B, C 간 요율차이가 크지 않도록 조정하여 인가를 함.
  - 손해보험회사 간 자동차보험 가격경쟁을 지양하도록 유도하기 위하여 보험감독관리위원회가 상업 자동차보험 A, B, C 간 요율수준의 차이가 크지 않도록 조정하여 인가함.
  - 상업자동차보험 A, B, C 간 요율차이가 크지 않도록 인가되어 중국 자동차보험시장에서는 자동차 보험 가격경쟁이 이루어지지 않고 있음(판매채널에 의한 가격경쟁은 예외).
  
- 손해보험회사 간 유사한 요율의 상품을 판매하도록 하는 중국 정책당국의 정책은 2012년 2월 23일에 보험 감독관리위원회에서 발표한 자동차상업보험조례및요율관리강화관련통지에 따라 변화될 조짐이 있음.
  - 동 통지에 따르면, 일정한 요건(예, 보유계약건수 30만 건 이상)을 갖추는 경우 개별회사가 자사 통계로 상업자동차보험 요율을 산출하고, 약관을 만들 수 있도록 허용하고 있음.
  - 동 통지에 따라 2013년 이후부터는 중국 자동차보험시장에서 새로운 상품 유형이 출현하고, 개별 요율에 근거한 가격경쟁이 일어날 개연성이 큰 것으로 판단됨.

## 라. 자동차보험 채널제도

- 중국 자동차보험시장의 채널조직은 크게 대리점, 브로커, 직판채널로 구성되어 있음.
  - 과거 대리점 채널이 중심채널이었지만 2006년 핑안(Ping An)이 처음 전화를 이용한 직판채널을 인가받아 영업을 시작한 이후 직판채널이 중심채널로 자리잡은 상황임.
  - 2009년 기준으로 직판채널의 구성비는 48%이고 대리점은 25.5%(개인대리점 + 보험대리점)이며, 2007년 이후 구성비 추이를 보면 직판채널은 증가하고, 대리점채널은 감소하는 추세를 보이고 있음.
  - 중국 자동차보험시장에서 직판채널이 강세를 보이는 이유는 대리점채널을 통해서 판매되는 상품보다 보험료가 약 15% 정도 저렴하기 때문으로 판단됨.

〈표 7〉 중국 손해보험 주요판매채널 구성비 추이

판매채널	2007	2008	2009
직판	31.0%	46.9%	48.0%
교차판매	26.2%	22.6%	19.2%
개인대리점	28.2%	12.0%	16.2%
보험브로커	7.2%	9.4%	7.6%
보험대리점	7.4%	9.1%	9.0%
합계	100.0%	100.0%	100.0%

주: 중국 손해보험 시장의 70% 이상이 자동차보험시장이므로 손해보험 전체 판매채널 구성비 추이는 자동차보험시장의 판매채널의 구성비 변화를 설명할 수 있을 것임.

자료: 보험감독관리위원회(CIRC) 연차보고서(Annual Report), 각 연호; 기승도(2012).

- 대리점채널은 도시이외 지역에서 강점이 있고, 대리점 채널 중에서 4S 조직은 신차구입 고객에게 접근성이 뛰어나며, 직판채널은 도시지역에서 저렴한 자동차보험료를 원하는 고객층에 접근성이 뛰어나는 등 채널 간 세분시장별 침투력에서 차이가 있는 것으로 알려져 있음.

### 3. 시사점



- 현재의 중국 자동차보험시장에서 시장점유율을 확대하기 위해서는 세분시장별 특성에 부합한 채널전략이 중요한 것으로 판단됨.
  - 현재 중국 자동차보험시장에서는 자동차보험 상품간 보장내용 및 요율에 큰 차이가 없으므로 요율 및 상품경쟁을 하지 못함.
  - 따라서 시장점유율을 확대하기 위해서는 세분시장에 부합한 채널전략이 필요함.
- 개별요율도 허용하는 중국정책당국의 정책방향에 따라 향후 (2013년 이후)에는 상품 및 요율경쟁이 가속화될 것으로 예상되므로, 중국 소형사 및 외자계 보험회사는 개별요율로 중국시장에서 경쟁할 수 있는 방안을 준비하는 것이 필요함.
  - 개별요율이 현행 상업자동차보험 A, B, C의 요율보다 낮을 경우, 기존 상업자동차보험 A, B, C로 영업을 해야만 하는 소형사 및 외자계 손해보험회사는 가격경쟁에서 열위에 있게 될 것으로 예상됨.

- 향후 중국시장에서 외자계 및 소형사가 시장점유율을 확대하기 위해서는 중국 대형사와 경쟁할 수 있는 상품 및 가격경쟁력을 확보하는 방안을 마련하는 것이 필요함.
- 중국에 진출한 외자계 보험회사는 자동차교통사고책임강제보험의 높은 손해율을 관리할 수 있는 방안을 마련하고 동 시장에 진출하는 것을 검토해야할 것으로 판단됨.
  - 중국에서 자동차교통사고책임강제보험을 개방한 이유 중 하나가 자동차교통사고책임강제보험의 높은 손해율을 외자계 회사 등에게 부담시킬 목적도 있는 것으로 판단됨.
  - 자동차교통사고책임강제보험시장에서 시장점유율을 확대하더라도 손해율이 높아 영업수지 적자가 확대된다면 동 시장에 진출하는 의미가 없을 수 있으므로, 손해율 관리방안을 동시에 마련하고 자동차교통사고책임강제보험시장에 진출하는 것이 필요할 것으로 판단됨. **kiri**