



중국 간접 보험판매채널의 최근 동향

이소양 연구원

중국 간접 보험판매채널은 보험설계사, 보험대리점 및 보험중개회사를 포함하며, 최근 5년간 전체 보험모집의 약 80%를 차지하고 있음. 간접 보험판매채널 중 보험설계사 비중이 가장 높은 수준을 유지하고 있으나, 전문 보험대리점 및 보험중개회사의 비중이 상승하고 있음. 또한 최근 온라인 플랫폼을 구축해 영업하는 온라인 보험대리점 및 보험중개회사가 증가하고 있음. 새로운 소비계층으로 부상한 중국 밀레니얼 세대 인구를 감안할 때, 온라인 보험대리점 및 보험중개회사는 지속적으로 성장할 것으로 보임

■ 중국 간접 보험판매채널¹⁾은 보험설계사, 보험대리점 및 보험중개회사를 포함하며, 최근 5년간 전체 보험모집의 약 80%를 차지하고 있음(수입보험료 기준)²⁾

- 2018년 간접 보험판매채널 수입보험료는 2011년 1조 2,300억 위안에서 3조 3,700억 위안으로 증가함
 - 2018년 간접 보험판매채널 수입보험료 중 생명보험 및 손해보험 수입보험료의 비중은 각각 71.0%, 29.0%임
- 간접 보험판매채널 수입보험료가 전체 수입보험료에서 차지하는 비중은 2011년 86.1%에서 2014년 79.8%로 하락했다가 2018년에는 87.4%로 회복됨
 - 2011년부터 2014년까지 간접 보험판매채널 비중 하락의 주된 원인은 겸업 보험대리점³⁾ 채널인 방 카슈랑스 채널의 수입보험료 감소인 것임
- 한편, 2018년 말까지 보험설계사는 764만 명, 겸업 보험대리점은 3.2만 개, 전문 보험대리점은 1,790 개, 보험중개회사는 499개가 있음

1) 중국 보험판매채널은 크게 직접 판매채널 및 간접 판매채널로 구분될 수 있음. 직접 판매채널은 보험회사 임직원을 통해 보험을 판매하는 방식을 의미하며, 간접 판매채널은 보험설계사, 보험대리점, 보험중개회사를 통해 보험을 판매하는 방식을 의미함

2) 普华永道(2019, 6), “中国保险中介行业发展趋势白皮书”

3) 겸업 보험대리점에는 보험상품을 판매하는 은행, 우체국, 자동차매장 등이 있음

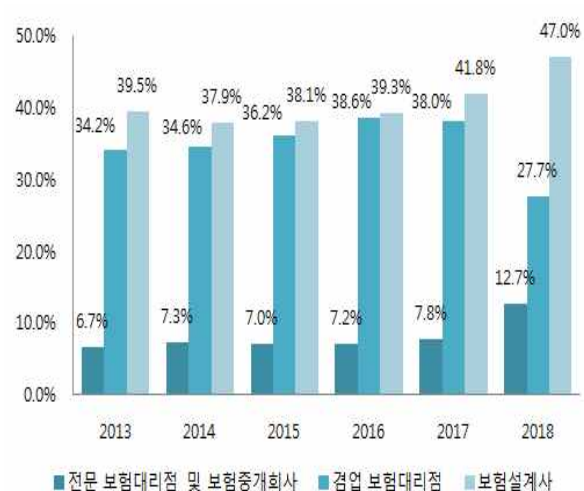
■ 간접 보험판매채널 중 보험설계사 비중이 가장 높은 수준을 유지하고 있으나, 전문 보험대리점 및 보험중개회사의 비중이 상승하고 있음

- 보험설계사의 수입보험료가 전체 수입보험료에서 차지하는 비중은 2013년부터 2018년까지 약 40%를 차지해 1위를 지켰음
- 전문 보험대리점 및 보험중개회사의 수입보험료가 전체 수입보험료에서 차지하는 비중은 2013년 6.7%에서 2018년 12.7%로 상승함
 - 2018년 전문 보험대리점 및 보험중개회사의 생명보험 모집활동이 늘어나면서 수입보험료가 급증함
- 반면 겸업 보험대리점의 수입보험료가 전체 수입보험료에서 차지하는 비중은 2013년 34.2%에서 2018년 27.7%로 감소함
 - 2017년부터 중국 금융감독당국이 불완전판매 단속을 강화하면서, 대표적인 겸업 보험대리점 채널인 방카슈랑스 채널의 생명보험 판매가 크게 위축됨

〈그림 1〉 중국 간접 보험판매채널 수입보험료 규모 및 비중



〈그림 2〉 중국 간접 보험판매채널 유형별 수입보험료 비중



자료: 普华永道(2019, 6), “中国保险中介行业发展趋势白皮书”

자료: 普华永道(2019, 6), “中国保险中介行业发展趋势白皮书”

■ 오프라인 점포를 통해 영업하는 전통 보험대리점과 달리 온라인 플랫폼을 구축해 영업하는 온라인 보험대리점 및 보험중개회사가 최근 증가하고 있음

- 온라인보험은 2013년부터 중국에서 급성장하기 시작했으며, 온라인보험 수입보험료는 2013년 318억 위안에서 2016년 2,299억 위안으로 증가함
- 중국 IT 회사들은 온라인보험의 성장성을 긍정적으로 평가해 온라인 보험대리점이나 보험중개회사를 많이 설립하고 있음
 - 다양한 온라인 서비스를 제공하는 대형 IT 회사인 텐센트, 알리바바는 온라인 보험대리점을 설립했

- 으며, 바이두는 보험중개회사를 인수해 온라인보험 사업을 시작함⁴⁾
- 특정 온라인 서비스를 제공하는 중국 IT 회사들도 온라인 보험대리점이나 보험중개회사를 설립하거나 인수하여 관련 종목의 온라인보험을 판매하고 있음⁵⁾
 - 2018년 온라인 보험대리점과 보험중개회사에서 수취한 생명보험 및 손해보험 수입보험료는 전체 온라인채널 수입보험료의 83.1%와 52.4%를 각각 차지함

〈표 1〉 주요 온라인 보험대리점 및 보험중개회사

IT 회사	주요 사업	설립 회사
알리바바	전자상거래, 온라인 간편결제	보험대리점
텐센트	소셜미디어, 게임	보험대리점
바이두	검색포털	보험중개회사
통칭	레저투어 예약	보험대리점
이신	자산관리	보험대리점
투니우	레저투어 예약	보험중개회사
징둥	전자상거래	보험중개회사
수닝	전자상거래, 소매업	보험대리점
디디추싱	카헤일링	보험대리점
웨이핀후이	전자상거래	보험대리점
샤오미	전자제품 제조 및 판매	보험중개회사
신량	소셜미디어, 게임	보험중개회사
씨트립	레저투어 예약	보험대리점
메이투안	소셜커머스	보험중개회사

자료: 普华永道(2019, 6), “中国保险中介行业发展趋势白皮书”

■ 새로운 소비계층으로 부상한 중국 밀레니얼 세대의 인구를 감안할 때, 온라인 보험대리점 및 보험중개회사는 지속적으로 성장할 것으로 보임

- 중국 밀레니얼 세대 인구는 약 4억 1,500만 명에 이르며, 이들의 소비규모가 전체 중국 소비 시장의 약 31%를 차지함⁶⁾
- 중국 밀레니얼 세대는 온라인채널을 비롯한 비대면 채널을 선호함
 - 중국 온라인채널에서 보험 신규 가입자의 평균 나이는 28.7세로 조사됨⁷⁾ **kiqi**

4) 텐센트, 알리바바 및 바이두가 운영하는 온라인 보험대리점이나 보험중개회사는 건강보험, 자동차보험, 상해보험 등 다양한 보험을 제공하고 있음
 5) 대표적인 레저투어 예약 서비스를 제공하는 통칭, 씨트립은 자사 서비스 이용자에게 여행자보험을 위주로 제공하고 있음
 6) 冯氏集团利丰研究中心(2017, 6), “了解中国新消费阶层——千禧一代”
 7) CDC & 微保(2019, 2), “2018年互联网保险年度报告”