

IIT

INSTITUTE FOR  
INTERNATIONAL  
TRADE

# Trade Focus

Vol.13 No.7

## 빅뱅하는 중국 의료시장, 우리에게도 블루오션인가?

- 중국 진출 우리 병원의 경영실태 중심으로

2014년 1월

김정덕 연구원

박필재 수석연구원



한국무역협회  
국제무역연구원





## 목차

[요 약]

I. 연구 배경 및 목적 .....	1
II. 중국 의료시장 현황 및 외자병원 정책동향 .....	2
1. 중국 의료시장 현황	
2. 중국 외자병원 정책 동향	
III. 중국 진출 우리 의료기관의 실태 및 애로사항 .....	11
1. 중국 내 외자 의료기관 현황	
2. 우리나라 의료기관의 중국 진출 현황	
3. 우리 의료기관의 경영실태	
4. 중국 진출 우리 의료기관의 애로사항	
IV. 요약 및 시사점 .....	26
1. 경영실태 요약	
2. 시사점 및 진출전략	
[첨 부]	
- 중국 진출 우리 의료기관 경영현황 인터뷰	

보고서 내용 문의처

김 정 덕 연구원

(☎ 02-6000-7625, jungdeok@kita.net)

박 필 재 수석연구원

(☎ 02-6000-7623, sos82@kita.net)

\* 『Trade Focus』는 국제무역연구원 홈페이지([http : //iit.kita.net](http://iit.kita.net))를 통해서도 제공되고 있사오니 참고하시기 바랍니다.



## 요약

글로벌 의료시장이 급속히 성장함에 따라 우리 의료기관의 해외 진출에 대한 관심이 높다. 특히 중국은 2020년 무렵 세계 2위의 의료시장으로 성장할 것이 전망되고, 우리 의료기관이 가장 많이 진출한 국가로서 그 중요성이 매우 크다.

### <우리나라 의료기관의 해외진출 현황>

(단위 : 개)

중국	미국	동남아	러시아	중동	캐나다	전체
38	36	27	7	2	1	111

중국에 진출한 우리 의료기관을 대상으로 실태조사를 실시한 결과, 영업이익이 증가추세며 향후 시장상황을 낙관적으로 전망하는 것으로 나타났다. 다만 소규모 의원급 병원의 진출이 많아 규모가 영세하고, 성형을 제외한 다른 진료과목들은 중국인보다는 한국 교민을 대상으로 운영되어 성장에 제약사항이 많은 것으로 지적됐다.

우리 의료기관들의 가장 큰 애로사항은 ▲현지 시장정보 부족 ▲자본금 부족 ▲마케팅 경쟁력 열위 등으로 조사됐으며, 진출초기에는 ▲현지 법률이해 ▲파트너 발굴 등이 가장 큰 애로사항임을 확인했다.

원활한 해외 진출을 지원하기 위한 정부 차원의 지원방안으로 ▲관련 법제도의 정비 ▲중국 정부와의 긴밀한 협조관계 구축 ▲해외 의료진출 지원기관의 통합운영 및 홍보지원 등이 필요하다.

### <병원 진출 관련 법규정 미비에 따른 문제점>



그리고 우리 의료기관은 ▲현지 파트너 발굴 및 그 대안으로 홍콩대만 병원과의 전략적 제휴 ▲내륙지역으로의 진출 ▲기 진출한 외국계 병원의 best practice 도입 등의 방안을 활용해 보다 전략적으로 접근할 필요가 있다.

2000년 중국 내 외국자본의 의료법인 설립이 허용된 이후, 관련 규제 정책들이 점차 완화되고 있어 앞으로 외자 독자병원의 설립도 가능할 것으로 보인다. 진입 장벽이 낮아짐에 따라 중국 의료시장 내 경쟁이 한층 격화될 것이므로, 이에 대한 우리 정부 및 의료기관들의 충분한 대비가 필요하다.



부

부



# I. 연구배경 및 목적

- 글로벌 의료시장이 급속히 성장함에 따라 해외 의료에 대한 관심이 높아지고 있음
  - 글로벌 의료서비스시장은 '15년 3.8조 달러, '20년 5.5조 달러로 연평균 약 8% 성장 전망<sup>1)</sup>
- 특히 중국 의료시장이 빠르게 성장함에 따라, 우리 의료기관의 중국 진출이 이어지고 있음
  - 2020년 중국 의료비 지출 총액은 1조 달러에 도달해, 미국에 이어 세계 2위의 시장이 될 것으로 전망<sup>2)</sup>
  - 중국에 진출한 우리 의료기관은 총 38개로 우리나라의 전체 해외진출 의료기관 (총 111개) 중 약 33% 차지<sup>3)</sup> (2013년 9월 기준)
    - 한류 등에 따른 한국에 대한 중국 내 이미지 제고, 지리적 근접성·문화적 유사성의 환경적 요인과 거대한 시장 잠재력 때문인 것으로 분석

## <우리나라 의료기관의 해외진출 현황>

(단위 : 개)

중국	미국	동남아	러시아	중동	캐나다	전체
38	36	27	7	2	1	111

주 : 2013년 9월 기준  
 자료 : 한국보건산업진흥원

- 중국 의료시장은 성장일로에 있어 우리 의료기관의 해외진출 사업에 큰 기회가 되고 있지만, 한편으로는 중국 시장에서 철수하는 의료기관이 늘어남에 따라 전략적 접근이 필요

1) 보건산업진흥원, “2012 보건사업백서”, 2013, 08, 31  
 2) McKinsey&co., “Healthcare in China : Entering uncharted waters”, 2012, 11  
 3) 보건산업진흥원, “국내 의료기관 해외진출 인식도 및 현황조사 보고서”, 2013, 09

## Ⅱ. 중국 의료시장 현황 및 외자병원 정책동향

### 1. 중국 의료시장 현황

□ [의료비 지출] 기대수명과 소득수준 향상 등으로 중국의 의료비 지출은 지속적 증가세

- 2005년 이후 2011년까지 중국의 총 의료비 지출액은 18.7%(연평균), 인구 1인당 의료비 지출액은 23.1%(연평균) 증가
- 2011년 중국의 GDP 대비 의료비 지출 비중은 5.2%이며, 2020년에는 6.5%~7%로 증가할 전망<sup>4)</sup>

	2000년	2005년	2010년
* 중국 기대수명	71.4세	72세	74.9세

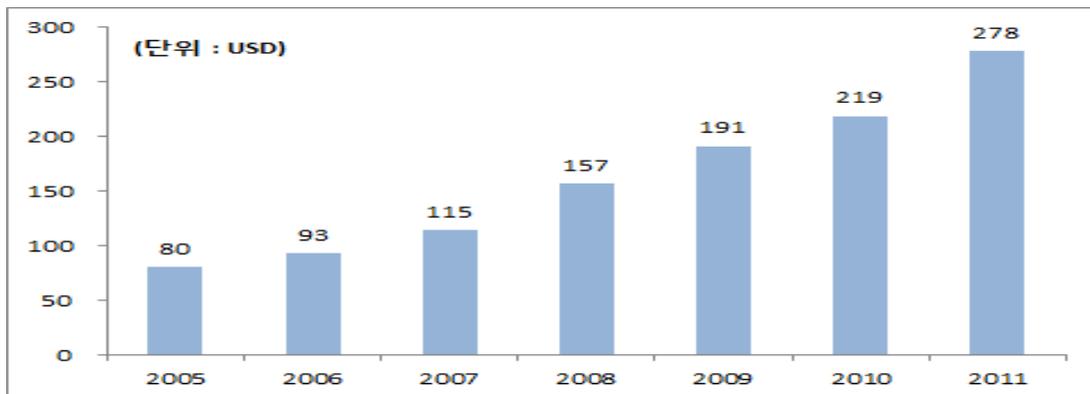
#### <중국 총 의료비 지출액 추이>

(단위 : 억 위안, %)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
총 의료비	8,660	9,843	11,574	14,535	17,542	19,980	24,269
증가율	14.1	13.7	17.6	25.6	20.7	13.9	21.5

자료 : 2012년 중국보건통계연감

#### <중국의 1인당 의료비 지출액>



자료 : WHO

4) The Boston Consulting Group, "Investing in China Hospital market", 2013. 06

□ (병원 수) 민영병원의 수가 급격히 증가함에 따라 중국의 병원 수는 꾸준히 증가, 그러나 주요국 대비 부족한 수준

- 2013년 9월 기준 중국의 총 병원 수는 2만 4천개로 2009년 2만개 대비 약 19.4% 증가
  - 병원 등급별로 보면 3급 병원은 1,721개, 2급 병원은 6,676개, 1급병원은 6,272개, 등급을 매기지 않은 병원은 9,553개로 집계<sup>5)</sup>

<최근 5년간 중국 병원수 변화>

(단위 : 개)

2009	2010	2011	2012	2013. 09
20,291	20,918	21,979	23,170	24,222

자료 : 중국 위생부

<주요국의 인구 백만명 당 병원 수(2006~2010)>

(단위 : 개)

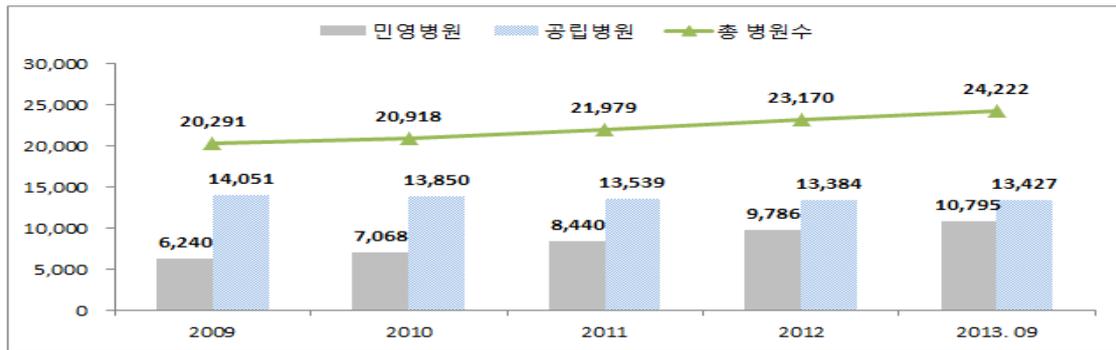
	2006	2007	2008	2009	2010
중국	14.7	15.1	14.9	15.2	15.6
미국	19.3	19.0	19.1	18.9	18.6
독일	40.8	40.4	40.5	40.6	40.4
프랑스	45.5	44.6	43.5	42.7	41.8
대한민국	39.2	46.1	51.3	54.2	56.9
일본	70.0	69.4	68.9	68.5	67.7

자료 : OECD Health Statistics

- 병원수의 증가는 민영병원이 꾸준히 늘어난데 기인
  - 2013년 9월 기준 공립병원은 약 1만 3천개로 민영병원에 비해 약 3천개가 많지만, 최근 5년간 민영병원의 수는 73% 증가한 반면 공립병원의 수는 약 4% 감소
  - 이러한 추세는 공립병원의 민영화 추진 및 민영병원 활성화 정책의 영향으로 보임

5) 각 병원의 의료수준 및 병상수에 따라 3급 병원(500병상 이상), 2급 병원(300병상 이상), 1급병원(100병상 이상)으로 분류됨

<최근 5년간 민영병원·공립병원 수 추이>



자료 : 중국 위생위원회

□ (의사 수) 최근 5년간 의사<sup>6)</sup>수도 증가하고 있지만 주요국 대비 크게 낮아 향후 의료인력에 대한 수요증대가 예상

○ 2012년 기준 전체 의사 수는 260만명으로 전년대비 6% 증가

- 인구 천명당 의사수는 2011년 기준 1.5명으로 OECD 평균(3.2명)을 크게 하회

<최근 5년간 의사 수 추이>

(단위 : 천명)

	2008	2009	2010	2011	2012
의사 수	2,202	2,330	2,413	2,466	2,616

자료 : 2013년 중국 통계연감

<2011년 인구 천명 당 의사 수>

(단위 : 명)

중국	미국	일본	한국	OECD 평균
1.5	2.5	2.2	2.0	3.2

자료 : OECD Health Statistics

6) 중국은 환자에 대한 처방권을 가진 일반 의사와 처방권을 가지지 않은 보조의사를 구분하나 동 보고서에서는 일반 의사와 보조의사를 포괄하여 의사로 표기

□ (의료인력 수급) 중국의 의과대학 졸업생 및 의학대학원 졸업생 수는 매년 크게 증가하고 있고, 의과대학 졸업생 대비 의학대학원 졸업생 비율은 10% 수준

- 중국 의과대학<sup>7)</sup> 졸업생 수는 연간 49만 8천명(2011년 기준)이며, 의사대비 의과대학 졸업생 비율은 2.9%(2000년)에서 20.2%(2011년)로 크게 증가
- 고급의료 인력인 의학대학원 졸업생 수는 4만 9천명(2011년 기준)으로, 2000년 이후 2011년까지 연평균 20.7% 증가
  - 의대 졸업생 대비 의학대학원 졸업생 비율은 2000년 이후 10% 내외
  - 우리나라와 달리 중국은 의학과에 대한 선호도가 낮아 우수인재들의 진입이 적은 상황<sup>8)</sup>
    - 중국 명문인 칭화대학(淸華大學)의 경우 임상의학과의 입학점수가 건축학과, 전기공학과 보다 낮음<sup>9)</sup>(2010년 기준)

<중국 의사 대비 의대 졸업생 비율 추이>

(단위 : 명, %)

연도	의대 졸업생 수(A)	의사 수(B)	A/B
2000	59,857	2,075,843	2.9
2003	123,563	1,942,364	6.4
2006	279,667	2,099,064	13.3
2009	428,422	2,329,206	18.4
2011	498,184	2,466,094	20.2

자료 : 2012년 중국보건통계연감

<중국 의대 졸업생 대비 의학대학원 졸업생 비율 추이>

(단위 : 명, %)

연도	의학대학원 졸업생 수(A)	의대 졸업생 수(B)	A/B
2000	6,166	59,857	10.3
2003	12,207	123,563	9.9
2006	26,415	279,667	9.4
2009	34,629	428,422	8.1
2011	49,039	498,184	9.8

자료 : 2012년 중국보건통계연감

7) 의학 관련 대학 및 전문대 포함

8) SERI China, “중국의 고급의료서비스”, 2011. 11

9) 코트라, “2011 주요서비스 분야별 해외진출 가이드”, 2011. 12

## 2. 중국 외자병원 정책 동향

### (1) 중국 의료정책의 방향

- 중국 정부의 의료개혁은 2009년 8천 5백억 위안(약 150조원) 규모의 의료 개혁안<sup>10)</sup>을 발표하면서 시작, 그 핵심은 ▲공공 보건시스템 구축 ▲의료서비스 양극화 개선 ▲공립병원의 개혁임
  - 공공보건시스템 구축의 일환으로 ‘기본 의료보장제도’, ‘국가기본약품목록<sup>11)</sup>’ 을 중점 추진
  - 극빈층, 낙후지역 주민 등 의료 취약계층을 위한 보건기구 설립을 통해 의료서비스 양극화를 개선
  - 공립병원에 대한 관리감독기능 강화 등을 추진
- 2012년 의료보건산업의 12차 5개년 계획<sup>12)</sup>을 통해 해외 자본의 중국 내 의료기관 투자를 장려
  - 동 계획은 종합병원 확충, 농촌 의료체계 개선, 의료보험 지급 확대 등을 주요 골자로 함
  - 더불어 중국 내 의료기관에 대한 해외투자를 장려하기 위해 향후 의료기관 설립 제한 등 관련 규제를 완화할 것을 밝힘
- 중국 정부는 2020년까지 의료시장을 8조 위안(한화 약 1,400조원) 규모로 육성할 것을 발표<sup>13)</sup>(2013. 10, 국무원)

10) 국무원, “의약보건시스템개혁 중점 실시방안”, 2009. 04

11) 국가 약품감독관리국이 지정한 205종의 양방 의약품 및 102종의 중의학 약품으로, 국민들의 보건 수요를 충족하며 동시에 가격이 저렴한 의약품 목록임

12) 국무원, “의료보건산업의 12차 5개년 계획”, 2012. 09

13) 국무원, “건강서비스산업 발전 촉진에 관한 의견”, 2013. 10

## (2) 외자병원 설립관련 정책

- 중국의 의료시장은 1989년 화교의 병원설립 허용을 기점으로 개방되기 시작해, 2000년 외국자본의 의료법인 설립이 허용됨
  - 1989년 화교의 병원·진료소 설립 및 외국인 의사의 중국 내 취업을 허용
  - 2000년부터 외국 자본의 합자합작 의료법인 설립을 허용
    - 외자병원 설립 시 총 투자액을 2,000만 위안 이상, 외자 비중 최대 70%, 합자합작 기간 최대 20년으로 규정
  
- 향후 외자병원 관련 규제들이 점차 완화될 것으로 전망
  - 외상투자목록<sup>14)</sup>의 외자 의료기관 설립을 제한산업 → 허용산업으로 변경(2012)
    - 실질적 조치로서의 의미보다는, 중국 정부의 적극적인 의료시장 개방의지 표명
  - 향후 독자기업 설립을 허용할 것으로 전망<sup>15)</sup>
    - 현재 사천성(四川省)은 외국 투자자의 지분을 90%까지 허용<sup>16)</sup>
    - 상해 자유무역지구 내 외자 독자병원 설립을 허용(2013)
  - 한편, 대만과는 2010년 6월 경제협력기본협정(ECFA)을 통해, 홍콩과는 2010년 12월 경제긴밀화협정(CEPA)을 통해 중국 내 독자병원 설립을 허용

14) 외상투자산업지도목록은 외국투자 산업을 ▲장려산업 ▲허용산업 ▲제한산업 ▲금지산업으로 분류

15) The Boston Consulting Group, "Investing in China Health Market" 4p., 2013. 06

16) 사천성 위생청, "사천성 중외 합자·합작 의료기관 관리방법의 통지", 2012. 03

<중국의 외자병원 관련 주요정책>

발표시기	외자병원 관련정책	주요 내용
1989. 02	▶ 화교의 병원·진료소 설립 및 외국인 의사의 중국 취업 허가 관련 규정	- 외국인 의사의 중국 내 취업과 병원·진료소 설립의 허가
1997. 04	▶ 외상투자 의료기관 설립에 관한 보충규정	- 중국 자본의 최저보유 지분을 50%로 규정
2000. 02	▶ 도시 의약보건 체제개혁에 관한 지도의견	- 의료시장에 대한 자본진입을 허용
2000. 07	▶ 중외합자·합작 의료기관 관리 방안	- 최소 투자액은 2,000만 위안 이상, 중국 자본의 최저보유 지분을 30%로 규정
2010. 06	▶ 중국대만 경제협력기본협정(ECFA)	- 중국 내 대만 자본의 독자병원 설립 가능
2010. 12	▶ 홍콩·마카오 서비스제공업자의 중국 내 독자병원 설립 관리 방안	- 홍콩과 마카오 서비스제공 업체의 중국 내 독자병원 설립가능
2010. 12	▶ 중외합자·합작의료기관의 심사허가 권한 조정에 관한 조건부 통지	- 중외합자·합작 병원에 대해 1차로 市급 위생부서에서 심사한 뒤 省급 위생부서에서 승인토록 함
2010. 12	▶ 사회자본의 의료기관 설립·장려에 관한 의견	- 향후 외자 비중 제한을 완화하고, 자격을 갖춘 외국자본에 한해 독자병원 설립을 허용할 것으로 밝힘
2011. 06	▶ 민영 의료기관 설립에 대한 심사허가와 관리사업에 관한 조건부 통지	- 사회적 자본의 의료기관 설립제한을 완화
2013. 09	▶ 자유무역시범구 운영 종합방안	- 상하이 자유무역구 내 외자 독자병원 설립 허용
2013. 10	▶ 건강 서비스업 발전촉진 계획	- '20년까지 8조 위안의 의료서비스 시장 달성을 목표

자료 : 중국정부 발표자료 정리

중국 위생부는 현재 2,000만 위안의 최소 투자액을 1억 위안으로 상향조정하는 것을 주요 내용으로 하는 '중외 합자합작 의료기관 관리방법 의견수렴안'을 발표해(2012년 4월) 각계 각층의 의견을 모아 조정 중

○ 최소 투자액 상향조정으로 진입장벽이 높아진 측면도 있으나, 장기적으로 외국자본 100% 허용문제를 긍정적으로 검토할 것이라는 입장을 표명

<합자·합작 의료기관 관리방법 현행안과 중국 위생부의 의견수렴안 비교>

항 목	현행안	의견수렴안 (2012. 04. 12)
경영성격	▶ 별도 기재사항 없음	▶ 합자·합작에 임하는 중국 측 의료기관의 성격이 비영리일 경우 오직 비영리 의료기관만 설립할 수 있음
등록기관	▶ 공상행정관리부문	▶ 영리 의료기관 : 공상행정관리부문 ▶ 비영리 의료기관 : 민정부문
자격요건	▶ 독립적 법인일 것 ▶ 양측 모두 직·간접적인 의료보건 투자 및 관리경험 보유 ▶ 선진적인 의료기관 관리방법을 제공할 수 있어야 함 ▶ 앞선 의료기술과 설비를 제공할 수 있어야 함 ▶ 의료기술·자금·시설 등에서 현지의 부족한 부분을 개설할 수 있어야 함	▶ 독립적 법인일 것 ▶ 양측 모두 직·간접적인 의료 보건 투자 및 관리경험 보유
비준기관	▶ 총 투자액이 2,000만 위안(한화 35억원 상당) 이상일 것 ▶ 중국 파트너의 지분 비중이 최소 30% 이상이어야 함 ▶ 합자·합작 기한은 최대 20년	▶ 총 투자액이 1억 위안 이상일 것 : 중서부지구 또는 작고 가난한 구역의 의료기관 설립은 5,000만 위안 이상일 것 ▶ 중국 파트너의 지분 비중이 최소 30% 이상이어야 함. 단, 관할부서는 외국병원의 설립 상황을 고려해 비율을 조정 ▶ 합자·합작 기한은 최대 30년
비준기관	▶ 위생부와 상무부	▶省级 위생행정부문과 상무부문
비준시한	▶ 45일 이내	▶ 20일 이내
공증	▶ 외국 투자자는 공증과 인증없이 신청자료를 제출	▶ 외국 투자자는 신청자료를 제출하며 중국의 공증과 인증 및 신청인 국적의 대사관 혹은 영사관의 인정을 받아야 함

자료 : 중국 정부 발표자료 정리

### (3) 외국인 의사에 대한 의료면허 관리 정책

- 외국에서 취득한 면허가 있는 의사의 경우 단기 의료행위 허가증을 발급받아 의료행위 가능
  - 통상 해당 관청의 신청절차를 거쳐 1년의 유효기간을 지닌 단기 의료행위 허가증을 발부받아야 하며 만료시 연장신청이 가능<sup>17)</sup>
    - 단, 북경의 경우 1년에 2번 실시되는 시험에 합격한 자에 한해 영구 의료면허 발급<sup>18)</sup>
  - 외국에서 면허를 취득한 간호사의 의료행위에 관한 정책이 발표되었으나 의견수렴에 불과해 현재까지 중국내 의료행위 및 취업이 불가

---

17) 이때 발급받은 단기 의료행위 허가증은 발급받은 관청의 관할 구역 내에서만 유효하므로 관할 구역 외에서의 의료행위는 불가

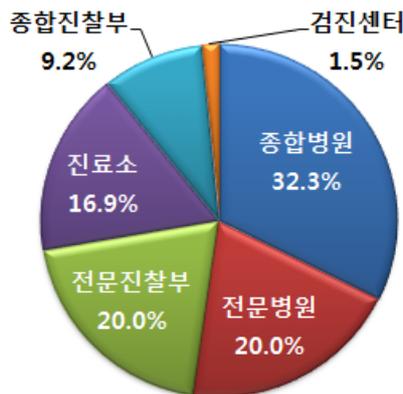
18) 동 시험은 응시자가 중국어와 영어 중 택일할 수 있으며 100여 개의 문제를 해결하는 필기시험과 약 20분간의 구술면접으로 진행됨

### Ⅲ. 중국진출 우리 의료기관의 실태 및 애로사항

#### 1. 중국 내 외자 의료기관 현황

- 중국 내 심사비준을 받은 외자 의료기관은 총 214개, 그 중 운영되고 있는 의료기관은 65개로 집계(2008년 기준)<sup>19)</sup>
  - 상무부 발표<sup>20)</sup>에 따르면 중국 내 심사비준을 통과한 외자 합자·합작 의료기관은 총 214개이며, 상해·북경·광둥 3개 지역에 가장 많이 진출
  - 심사비준을 통과한 의료기관 중 65개 의료기관이 등록 및 운영 중
    - 진출형태별로 살펴보면 종합병원(21개), 전문병원(13개), 전문진찰부(13개), 진료소(11개), 종합진출부(6개), 검진센터(1개)로 나타남
    - 미국과 홍콩계 의료기관 비중이 68%를 차지하고, 그 외 진출국은 싱가포르, 대만, 일본, 한국, 쿠바 등으로 조사

<중국 진출 외자병원의 운영형태 구분(2008)>



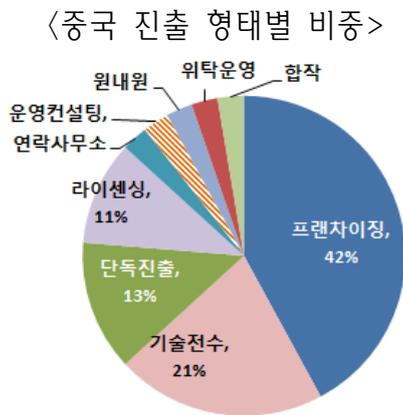
자료 : 상무부, “중국 서비스무역 발전보고”, 2008

19) 2008년 이후 조사가 이뤄지지 않아 갱신된 자료가 없는 상태

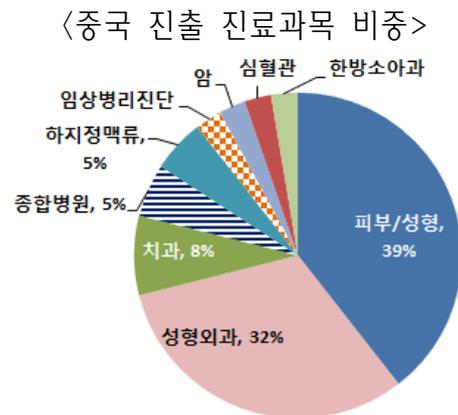
20) 상무부, “중국 서비스무역 발전보고 (中國服務貿易發展報告)”, 2008

## 2. 우리나라 의료기관의 중국 진출 현황

- 중국에 진출한 우리나라 의료기관은 총 38개<sup>21)</sup>(2013년 기준), 진료과목은 성형외과가 대부분이고 지역별로는 동부에 주로 진출
  - 진출형태는 프랜차이즈가 42%로 가장 많은 비중을 차지
    - 기술전수(21%), 단독진출(13%), 라이선싱(11%) 등의 순으로 조사
  - 중국에 진출한 진료과목들을 살펴보면 피부과와 성형외과의 비중이 71%로 한국의 뷰티케어에 대한 중국 내 수요를 반영
    - 피부/성형(39%), 성형외과(32%), 치과(8%) 등의 순으로 조사
  - 지역별로는 동부(55.3%), 동북부(34.2%), 서부(7.9%), 중부(2.6%) 등 주로 동부 지역에 집중



자료 : 보건산업진흥원



자료 : 보건산업진흥원

<중국 진출 지역별 병원 수>

(단위 : 개, %)

	동부	동북부	중부	서부
병원 수	21	13	1	3
비중	55.3	34.2	2.6	7.9

자료 : 보건산업진흥원

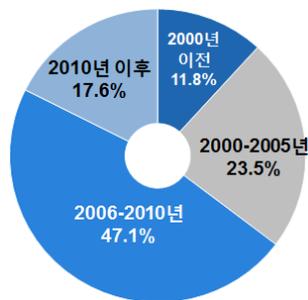
21) 보건산업진흥원, “국내 의료기관 해외진출 인식도 및 현황조사 보고서”, 2013. 09

### 3. 우리 의료기관의 경영 실태(설문조사<sup>22)</sup>)

□ [진출시기] 중국 진출은 주로 2006~2010년에 이뤄졌으며, 많은 병원들이 사업 확장기에 해당된다고 응답

- 진출연도는 2006~2010년이 47.1%로 가장 많았으며, 2000~2005년(23.5%), 2010년 이후(17.6%), 2000년 이전(11.8%)순으로 나타남

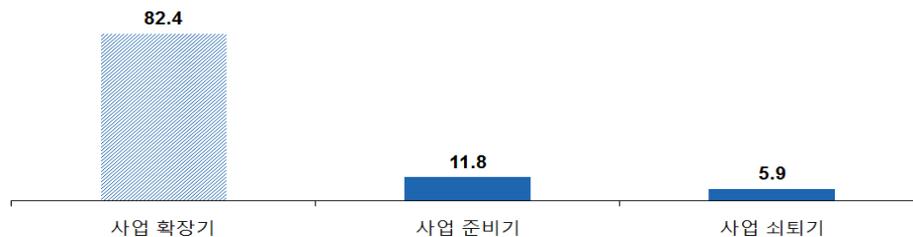
〈중국 진출 연도〉



- 현재 사업단계는 사업 확장기라는 응답이 82.4% 차지

〈중국 진출 후 현재 사업 단계〉

(단위 : %)



□ [주요고객] 우리 병원의 주요 고객은 현지 중국인(76.4%)이며, 가장 큰 경쟁대상은 현지 중국병원(52.9%)으로 응답

- 주 고객은 현지 중국인(76.4%), 중국 거주 한국인(17.6%), 현지 외국인(5.9%) 순으로 나타남

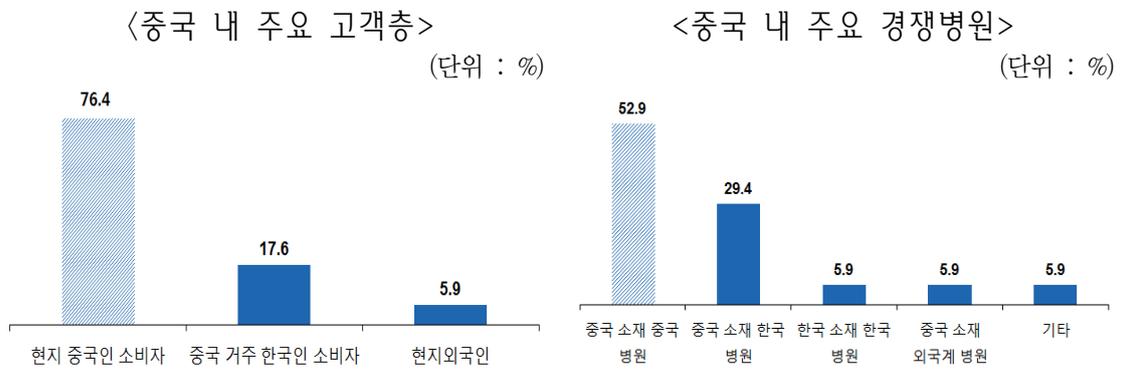
22) 중국에 진출한 우리나라 병원 17곳을 대상으로 경영실태 설문조사 실시(2013. 09. 23 ~ 2013. 11. 5)

- 현지 중국인 고객 비중이 높은 이유는 진출 비중이 높은 피부/성형외과의 주요고객이 현지 중국인이기 때문이며, 성형을 제외한 대부분의 진료과목은 중국 거주 한국인 또는 현지 외국인이 주요 고객임

- 심층 인터뷰 결과<sup>23)</sup> 진료과목별 주요 고객층이 상이하며 성형외과는 중국 현지인 중심, 그 외 과목의 고객층은 중국 거주 한국인으로 조사

[업체 인터뷰 - 중국 현지 A병원(종합병원)]

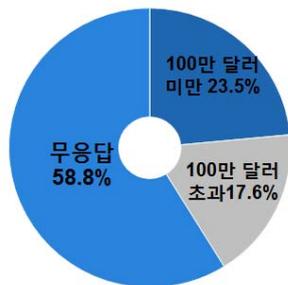
- 주요 고객은 중국에 거주하는 한국인 또는 외국인임. 외자병원은 국가 의료보증이 적용되지 않아 중국 현지인들이 손쉽게 이용하기에 다소 높은 비용수준이며, 언어적 장벽으로 의사와 환자 간 의사소통이 수월하지 않은 점이 있음



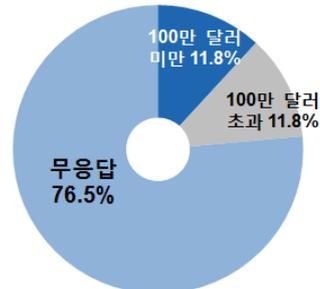
□ [매출액] 매출액 수준은 높지 않아 우리 병원들의 영세성 암시

- 매출액 등 민감한 문항의 경우 무응답 비율이 상대적으로 높았는데 이를 제외하면, 매출액이 100만 달러 미만이라는 응답이 23.5%로 가장 큰 비중을 차지

<2012년 기준 병원 매출액>



<병원 자본금>



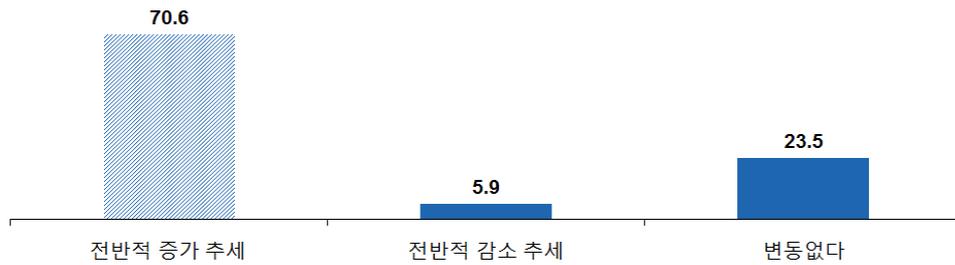
23) “중국 진출 의료기관 경영현황 인터뷰” 첨부 참조

□ [영업이익] 중국에 진출한 우리 병원들의 영업이익은 전반적으로 증가추세

- 중국 진출 후 영업이익의 증감여부를 묻는 질문에 전반적 증가 추세(70.6%), 변동없음(23.5%), 전반적 감소 추세(5.9%)로 응답

〈중국 진출 후 영업이익 현황〉

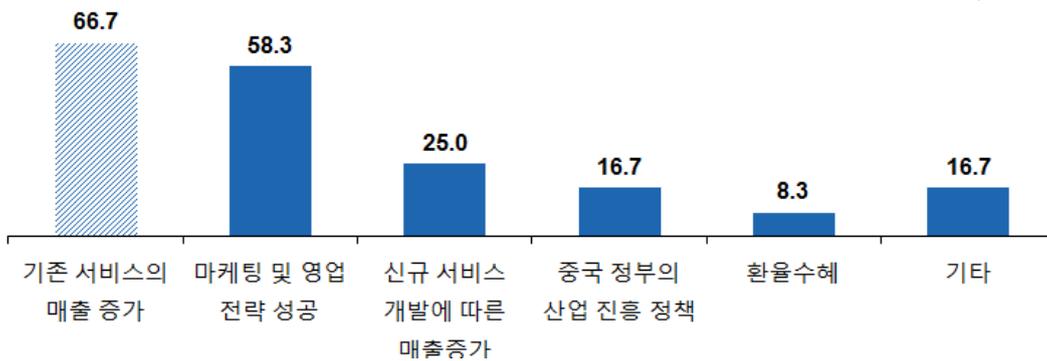
(단위 : %)



- 영업 이익 증가 이유는 기존 의료 서비스의 매출증가(66.7%), 마케팅 및 영업 전략 성공(58.3%), 신규 의료 서비스상품 개발(25.0%) 순으로 조사됨
- 영업 이익의 감소 원인으로 중국 정부의 규제 정책과 인건비·임대료 등 생산비용의 상승이 조사됨

〈영업 이익 증가 이유〉

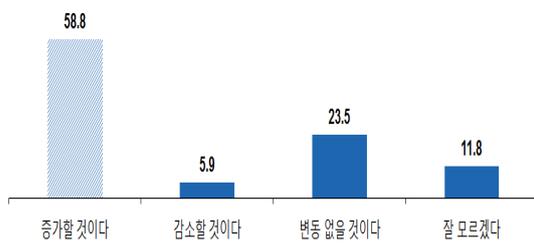
(단위 : %)



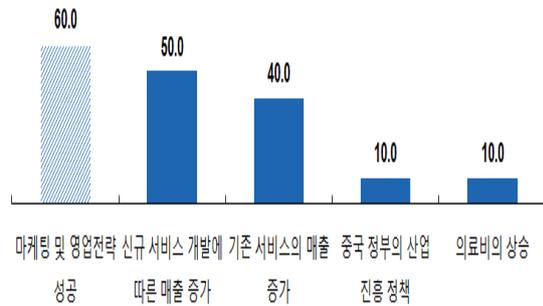
주 : 복수응답

- 2013년 예상 영업이익을 묻는 질문에 58.8%가 증가할 것으로 대답했으며 그 주요 이유로 마케팅 및 영업전략 성공, 신규 의료서비스 개발에 따른 매출 증가 등이 조사됨

<2013년 예상 영업 이익 증/감 여부>  
(단위 : %)



<2013년 예상 영업 이익 증가 이유>  
(단위 : %)



주 : 복수응답

- 2013년 영업이익이 감소할 것이라고 답한 비율은 5.9%로 매우 낮게 나타남

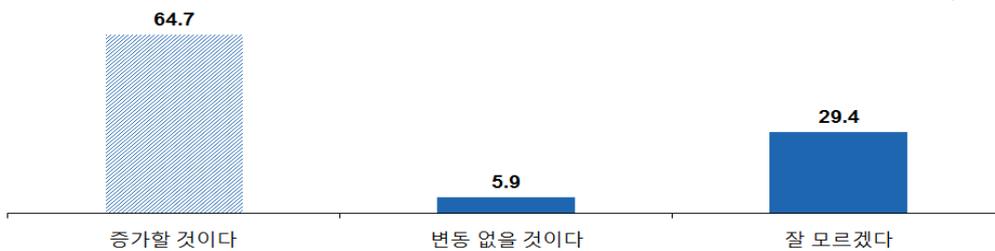
[영업이익 전망] 향후 영업이익은 증가할 것으로 전망하나 투자에는 신중한 모습

- 5년 후 영업이익 전망을 묻는 질문에 영업 이익이 증가할 것이라는 답변이 64.7%로 나타나 향후 전망을 밝게 보는 것으로 조사됨

- 그 외에 잘 모르겠다(29.4%), 변동없음(5.9%) 순으로 나타남

<5년 후 영업이익 전망>

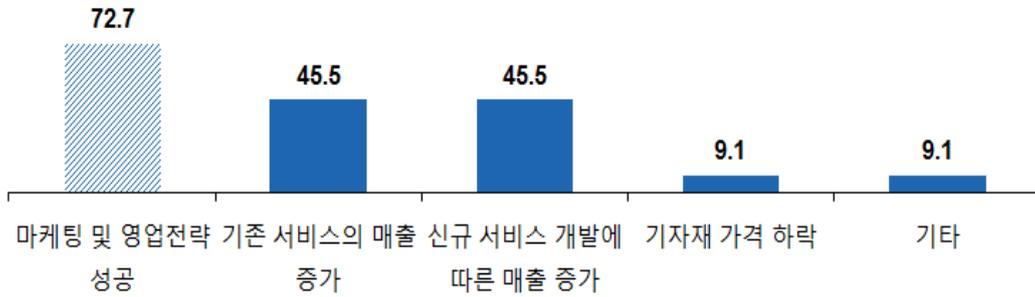
(단위 : %)



- 5년 후 영업이익이 증가할 것이라고 보는 이유에 대해 마케팅 및 영업전략 성공 (72.7%), 기존 의료서비스의 매출증가(45.5%), 신규 의료서비스 개발(45.5%) 순으로 응답

〈5년 후 영업 이익 증가 이유〉

(단위 : %)

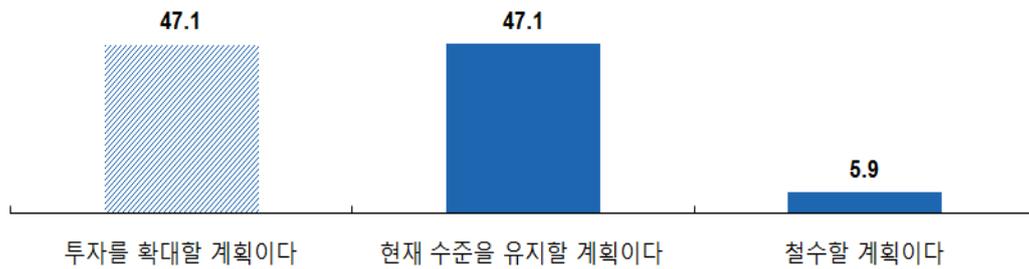


주 : 복수응답

- 향후 투자 계획 여부를 살펴본 결과 투자 확대 47.1%, 현수준 유지47.1%였고 철수계획도 5.9%에 이르고 있어 투자확대에 대해 신중한 입장을 보임

〈향후 투자 계획〉

(단위 : %)

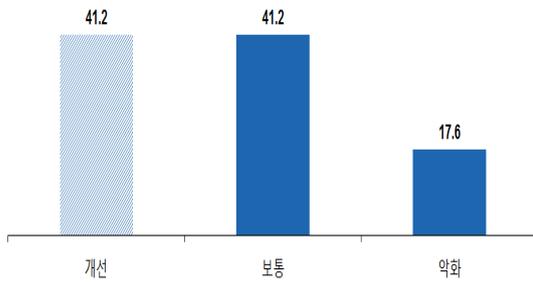


[경영환경] 중국 내 경영환경은 점차 개선될 것으로 기대

- 중국 진출시점과 비교해 현재의 경영환경을 묻는 질문에 ‘개선’, ‘보통’이 각각 41.2%로 응답
- 향후 5년 뒤 경영환경에 대해 개선될 것이라고 응답한 비율이 52.9% 차지

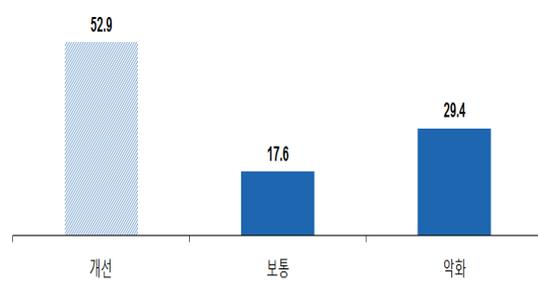
<현재 중국 내 경영환경>

(단위 : %)



<5년 뒤 경영환경 예상>

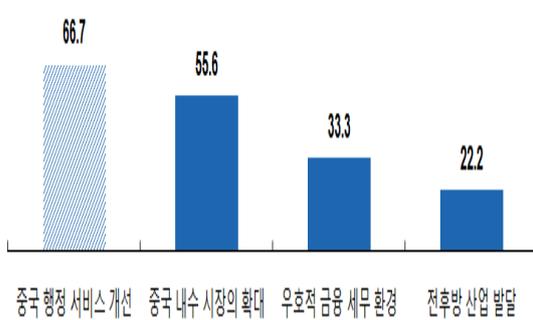
(단위 : %)



- 5년 뒤 경영환경이 개선될 이유로 중국 행정 서비스 개선(66.7%), 중국 내수 시장의 확대(55.6%)를 꼽은 반면, 악화요인으로는 고정비용의 상승(100%), 노무 환경 악화(75.0%) 순으로 답변

<중국 경영 환경 개선 예상 이유>

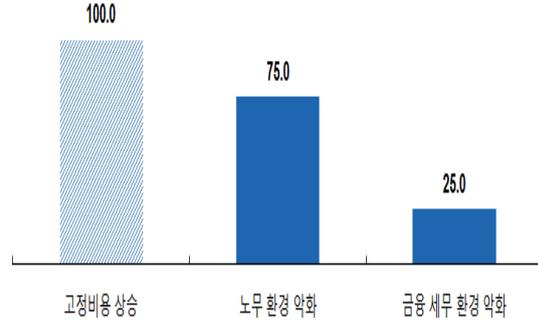
(단위 : %)



주 : 복수응답

<중국 경영 환경 악화 예상 이유>

(단위 : %)



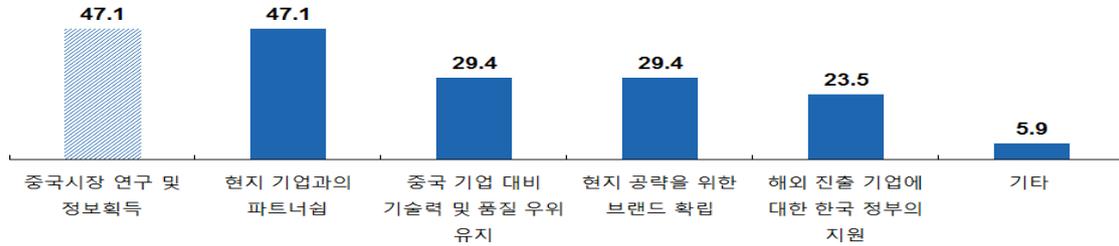
주 : 복수응답

- [진출시 고려사항] 중국 진출시 시장정보 획득과 현지 파트너십을 가장 중요한 고려사항으로 응답

- 진출시 필수적으로 고려해야 할 사항은 중국시장 연구 및 정보획득(47.1%), 현지 파트너십(47.1%), 중국 병원 대비 기술력 및 품질우위 유지(29.4%), 브랜드 확립(29.4%) 순으로 응답

### <중국 진출 시 고려사항>

(단위 : %)



주 : 복수응답

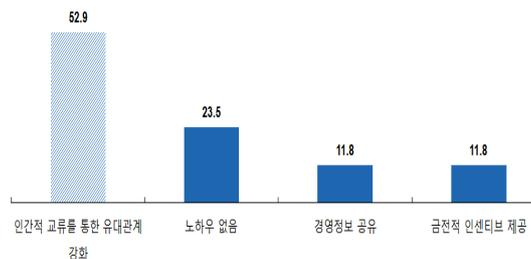
[현지 파트너] 우리 병원들은 현지 파트너 관리 방법으로 인간적 유대관계 강화를 선호

○ 현지 파트너 관리 노하우로는 인간적 교류를 통한 유대관계 강화가 52.9%로 가장 큰 비중 차지

- 다음으로 노하우 없음(23.5%), 경영정보 공유(11.8%), 금전적 인센티브 제공(11.8%) 순으로 응답

### <파트너 관리 노하우>

(단위 : %)

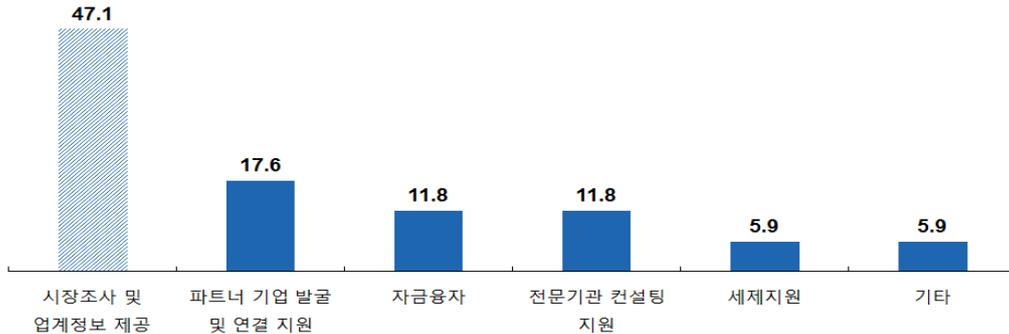


□ [지원 요청사항] 가장 필요한 지원은 현지 시장 및 업계 정보 제공으로 확인

- 기 진출 병원들의 지원 요청사항으로 시장조사 및 업계정보 제공(47.1%), 파트너 발굴 및 연결(17.6%) 등이 조사됨

<지원 요청사항>

(단위 : %)

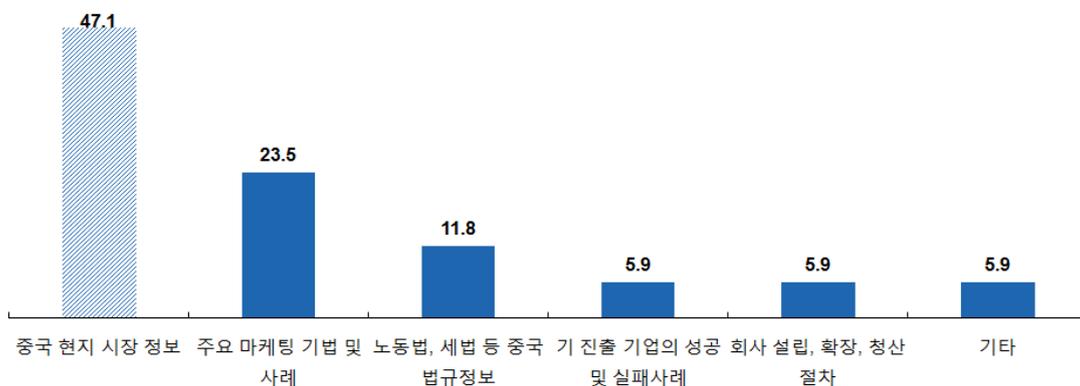


- 지원기관으로부터 얻고 싶은 정보는 현지 시장 정보(47.1%), 주요 마케팅 기법 및 사례(23.5%), 중국 법규 정보(11.8%) 등으로 나타남

- 이때 요구하는 시장 정보는 의사 면허 및 취업비자 관련 정보, 현지 파트너에 대한 상세 정보 등 보다 실질적인 정보로 파악됨

<지원기관으로부터 얻고 싶은 정보>

(단위 : %)



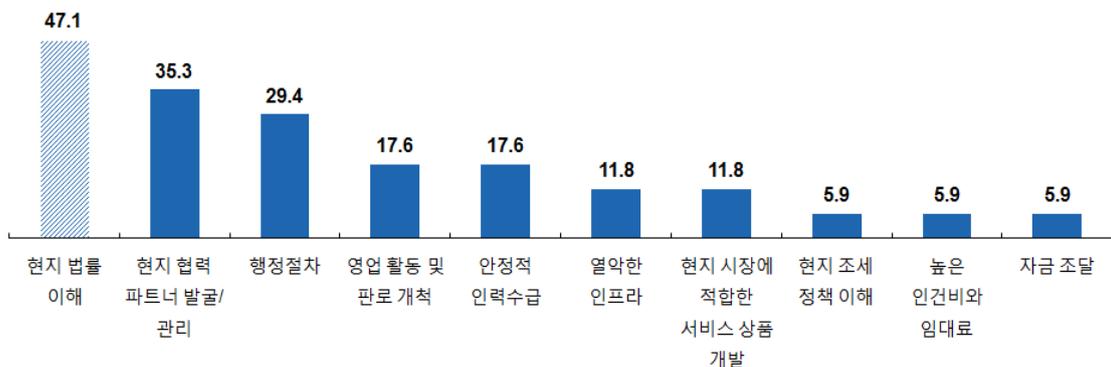
#### 4. 중국 진출 우리 의료기관의 애로사항<sup>24)</sup>

##### (1) 설문조사 결과

- 진출 초기에는 현지 법률이해(47.1%), 현지 파트너 발굴 및 관리(35.3%) 등 병원의 설립과 관계된 애로가 많은 것으로 나타남
- 다음으로 행정절차(29.4%), 영업 활동 및 판로 개척(17.6%), 안정적 인력수급(17.6%) 등의 순으로 조사

〈중국 진출 초기 애로사항〉

(단위 : %)



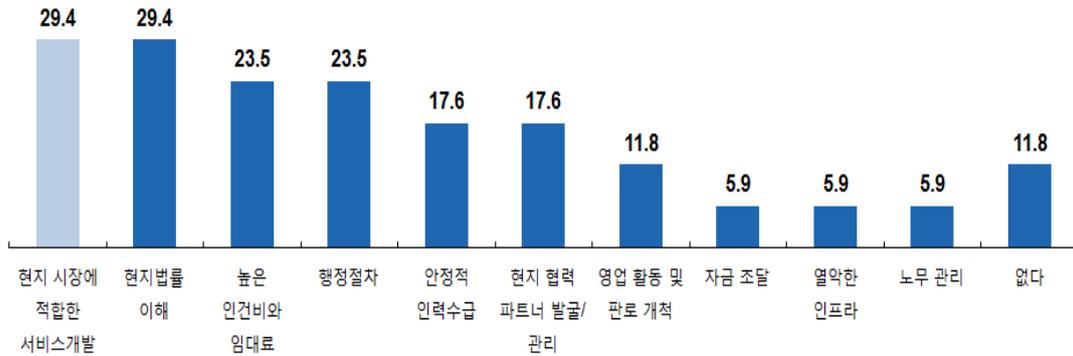
주 : 복수응답

- 현 시점의 애로사항으로는 현지 시장에 적합한 서비스개발(29.4%), 현지 법률이해(29.4%)등의 비율이 높음
- 다음으로 높은 인건비와 임대료(23.5%), 행정절차(23.5%) 등의 순으로 조사

24) 설문조사 결과와 중국 내 의료기관 7곳을 대상으로 한 심층 인터뷰(첨부 참조) 결과를 종합해 정리

### 〈현 시점의 애로사항〉

(단위 : %)

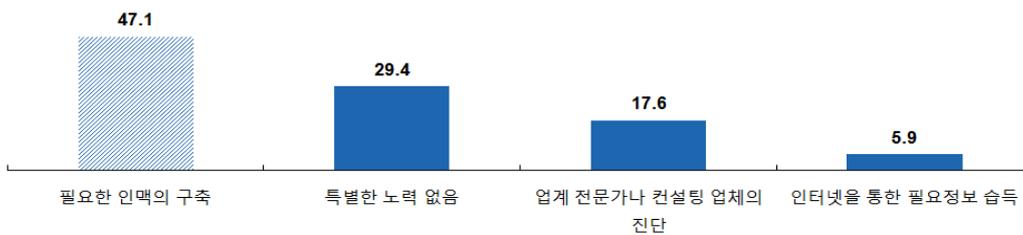


주 : 복수응답

- 애로점을 극복하기 위한 노력은 필요한 인맥의 형성이 가장 많은 비중(47.1%)을 차지
  - 특별한 노력 없음(29.4%), 업계 전문가나 컨설팅 업체의 진단(17.6%), 인터넷을 통한 필요정보 습득(5.9%) 순으로 나타남

### 〈경영상 애로점 극복하기 위해 노력한 사항〉

(단위 : %)



## (2) 심층 인터뷰 결과

- 설문조사에서 나타난 우리 병원들의 애로사항은 주로 현지 정보의 부족 등이었으나, 실제 심층 인터뷰에서 확인한 애로점은 ▲자본금 부족 ▲마케팅 경쟁력 열위 등 보다 구조적인 사안임

□ [자본금 부족] 소규모 개인의사들의 진출이 많고 국내법상 대규모 투자금 조성이 어려움

- 실패에 대한 고위험성, 정확한 현지정보 획득의 어려움으로 개인의사들의 소극적인 소규모 투자가 대부분임
- 국내 비영리 법인의 해외투자가 자유롭지 못해 대규모의 투자자금 조달에 어려움을 겪음
  - 현지 외자병원 등 경쟁병원들과의 자본력 경쟁에서 뒤짐
    - TV 광고비용으로 매달 최소 2~3억원 소요되며 홍콩·싱가포르계 대규모 자본에 뒤질 수밖에 없음

□ [고객확보] 현지 중국인이 아닌 교민을 대상으로 운영되는 병원이 많아 향후 병원 성장에 한계를 보임

- 외자병원은 국가의료보험이 적용되지 않아 중국 현지인들이 이용하기 어려운 높은 가격대 형성
- 고소득층을 타겟으로 High-End 서비스를 제공하더라도 중국내 영미권 병원 또는 출국 후 선진국 병원 방문을 선호
  - 성형외과 등 소수의 진료과목에만 코리아 프리미엄이 형성

[업체 인터뷰 - 중국 현지 E병원(성형외과)]

- 중국 의료시장 전망은 긍정적이지만 진료과목 별로 상황은 다름. 성형외과를 제외한 타과는 이른바 코리아 프리미엄이 형성되지 않아 경쟁력이 낮으며, 한국 성형에 대한 중국인의 선호가 타과로 파급될지에 대해서는 의문을 가지고 있음

□ [마케팅] 현지 경쟁 병원들에 비해 마케팅 경쟁력이 열위

- 자본금과 전담 인력의 규모가 주요 외국계 병원(파크웨이 등)에 비해 열위이며 현지화된 마케팅 수행 능력이 부족
  - 현지 마케팅 업체에 일임 후 사후 검증하는 형태가 많아 효과가 떨어짐
- 방송광고 등 대규모 마케팅 활동이 부족하여 고객을 대상으로 한 적절한 포지셔닝 및 이미지 구축이 어려움
  - 타 외자병원들은 방송 광고를 활용하는 등 마케팅활동에 적극적이거나 우리 병원들은 포스터·홍보지 제작, 책자 광고에 그치는 경우가 많음
  - 포지셔닝의 실패가 자체 브랜드 이미지 구축 실패로 이어짐

□ [파트너 및 인력관리] 현지 파트너와의 갈등관리 및 인력관리에 어려움을 보임

- 우리 병원들은 파트너십 경험이 적어, 실제 협업과정에서 나타나는 갈등을 조정하기가 어려움
  - 실제 파트너와의 관계악화로 경영상 어려움을 겪거나 심한 경우 파트너십이 단절되는 경우도 있음
- 중국인들은 직장 충성도가 한국인에 비해 낮으며 이직률이 높아 한국적 문화에 익숙한 관리자들이 어려움을 느끼는 경우가 많음

□ [의료면허] 외국 의료인력에 대한 의료면허 등 혜택이 점차 축소될 것으로 전망

- 장기적으로 단기 의료행위 허가증 발급제도의 유지여부가 불투명
  - 해외 의료면허의 중국내 인정은 상당히 개방적인 정책으로서 자국 내 의료수준 제고를 위한 중국정부의 교육지책

- 향후 절차가 까다로워질 가능성이 높으며 환자와의 의사소통을 위해중국어 시험을 봐야 한다는 의견도 일각에서 주장
- 북경 면허시험의 경우 15명의 한국인 응시자 중 단 2명만 합격했으며(2013), 중의사 자격을 획득한 외국인의 면허가 정지된 경우도 발생(2011)

[업체 인터뷰 - 중국 현지 G병원(성형외과)]

- 외국인 의사의 면허 인정은 엄청난 혜택이나 한국은 이를 제대로 활용하지 못하고 있음.. 타 지역과 달리 북경은 시험에 합격하면 영구 면허를 발급함. 시험의 난이도는 높은 편으로 시험에 응시하기 위해 공신력 있는 의사 2명의 추천서가 필요하며, 추천의사가 유명해야 합격률이 높음. 최근 치러진 시험에 한국인 의사 15명이 응시해 단 2명만이 합격함

- 향후 외국 간호사에 대한 면허인정 여부도 불투명
  - 현지 중국인 간호인력을 채용함에 따라, 언어 및 교육환경 차이로 상호 의사소통이 원활하지 않고 갈등이 발생

## IV. 요약 및 시사점

### 1. 경영실태 요약

- 중국 진출 우리 병원들은 의료시장을 낙관적으로 전망하고 있으나 향후 투자에는 신중한 모습. 인건비 등 고정비용의 상승 및 규제 강화를 경영상 문제로 꼽음
  - 향후 영업이익 전망을 묻는 질문에 증가할 것이라는 답변이 64.7% 차지
  - 앞으로의 투자계획은 현 수준 유지(47.1%), 투자확대 (47.1%), 철수(5.9%)순으로 조사
  - 경영악화 요인으로 인건비·임대료 등 고정비용의 상승(100%), 노무 환경 악화(75.0%), 금융·세무 환경 악화(25.1%)를 지목(복수응답)
- 우리 병원들의 가장 큰 애로사항은 ▲현지 시장정보 부족 ▲자본금 부족 ▲마케팅 경쟁력 열위 등으로 조사됨
  - 특히 진출 초기에는 현지 법률이해, 파트너 발굴 등이 가장 큰 애로사항으로 확인
- 중국 진출을 위해서는 철저한 시장파악 및 현지화가 필수
  - 한국과 다른 의료환경으로 인해 많은 시행착오를 겪음
    - 외국계 병원으로 중국 현지 병원 및 타 외국계 병원과 경쟁해야 하며 특히 자본력과 마케팅 능력에서 취약점을 드러냄
    - 의사의 의료행위 범위 및 처방권 규정이 한국과 다르고, 간호사의 면허가 인정되지 않아 현지 인력과의 협력이 쉽지 않음
  - 중국 현지인보다는 한국 교민을 대상으로 한 의원급 병원이 많음
    - 성형외과를 제외하면 대부분 한국 교민을 대상으로 병원 운영

## 2. 시사점 및 진출전략

### (1) 정부차원 지원방안

#### 1 우리 의료기관의 해외진출을 지원하기 위한 법제도 완비

- 의료법인의 해외진출 시 법규상 제한 또는 법적 공백으로 ▲투자의 영세화 ▲우회투자 ▲편법적 과실송금 등의 문제가 발생
  - (투자의 영세화) 현 제도상 투자개방형 병원의 설립을 통한 대규모 자본조달 기회가 막혀있어 투자 규모의 영세성 문제가 반복
    - 초기 홍보비, 관리비, 중국의 행정 리스크로 인한 잠재적 영업손실 등 막대한 비용은 개별 의료기관이 감당하기 어려운 수준
      - SK 애강병원의 경우 중국 행정기관의 허가 지연으로 정식 운영까지 약 8개월을 소모
  - (우회투자 유발) 의료법상 비영리법인의 영리추구 행위가 금지되어<sup>25)</sup>, 우리 의료법인의 해외 영리병원 직접투자가 제한
    - 이로 인해 해외 투자 보류, 병원장 명의를 통한 개인투자 감행, 투자목적의 SPC(특수목적법인)설립 등 우회투자 문제가 발생
  - (편법적 과실송금 이슈) 해외 영리행위에 따른 수익금을 국내 의료법인의 회계로 귀속할 수 있는 근거 규정의 부재로 합법적 과실송금의 문제가 대두
    - 무역협회가 해외에 진출한 병원을 대상으로 인터뷰를 실시한 결과, 일부 병원이 진출국에서의 영리행위로 인한 수익을 국내로 반입하기 위해 편법적인 수단을 강구할 수밖에 없는 실정을 토로<sup>26)</sup>

25) 의료법 시행령 제20조(의료법인 등의 사명) “의료법인과 법 제33조 제2항 제4호에 따라 의료기관을 개설한 비영리 법인은 의료업(법 제49조에 따라 의료법인이 하는 부대사업을 포함한다)을 할 때 공중위생에 이바지하여야 하며, 영리를 추구하여서는 아니 된다.

26) 국제무역연구원, “지식서비스산업 규제개선 및 경쟁력 강화 방안” 재인용

<병원 진출 관련 법제도 미비에 따른 문제점>



자료 : 각종 보고서 및 언론자료 재구성

**2** 중국 정부와 긴밀한 협조관계를 구축해 안정적인 진출 발판을 마련

- 병원설립 요건 간소화 및 의료진의 안정적인 면허인정 등에 관한 중국 정부와의 협조관계 구축이 필요
  - 우리 의료진들의 면허가 중국내에서 안정적으로 인정받을 수 있도록 중국 정부와의 협의를 통해 의료행정 리스크를 줄여야 함
    - 외국 의사의 면허 취득이 점차 어려워지고 있으며 실례로 2013년 북경 의사면허를 신청한 15명의 한국인 의사 중 단 2명만이 면허를 취득
  - 향후 우리 의료기관의 중국 내 독자병원 설립이 가능하도록 한중 FTA 등 관련 협상을 활용할 필요
    - 홍콩(CEPA), 대만(ECFA)은 중국과의 협정을 통해 중국 내 독자병원 설립이 가능한 상황

- 일본, 싱가포르 등 주요 경쟁국의 사례를 참고해, 산재한 해외 의료진출 지원 기관을 통합하는 컨트롤 타워의 설립이 요구됨
  - 현재 우리나라 의료수출 지원기관은 한국의료수출협회, 병원수출협의회, 미래창조 의료산업 경쟁력 강화 특별위원회 등이 있음
  - 주요 경쟁국가인 일본과 싱가포르의 경우 범정부적 통합기구를 설립해 관련 부처 간 유기적 협조체계를 구축
    - 일본은 2011년 설립된 MEJ(Medical Excellence Japan)의 기능을 강화해 민관합동의 의료산업 해외진출 지원기관으로 재정비했으며, 최근 주요 신흥국에 MEJ 거점을 구축<sup>27)</sup>
    - 싱가포르는 2003년 싱가포르 메디신(Singapore Medicine)을 설립해 관련부처 4곳의 유기적 협조체계를 구축
  - 수요자 입장의 one-stop 지원기관을 구축해 지원체계의 효율성을 제고할 필요
- 활발한 학술교류와 의료인력 교육을 통해 한국 의료의 프리미엄 이미지가 형성될 수 있도록 전방위적 정부 지원이 필요
  - 성형외과를 제외한 타 진료과목들은 아직 코리아 프리미엄이 형성되지 않아 ‘우리 들병원’처럼 척추분야에서 글로벌 의료역량을 갖춘 병원조차 영업 악화로 철수 (2012년)
    - 교육(중국 현지 의료인력 및 병원 운영시스템)과 학술 교류를 통해 한국의 우수한 의료기술이 자연스럽게 홍보될 수 있도록 지원

27) 이태일리, “日정부, 중동에 의료 거점 첫 지점 설립”, 2013. 11. 04

## (2) 병원측의 전략

1

중국 현지 파트너 발굴이 중요, 대안으로 홍콩·대만계 파트너십 활용

- 중국 측 파트너를 발굴해 현지 의료시장에 진출하는 전략이 기본
  - 우리 의료기관의 시행착오를 줄일 수 있으며, 중국 측 파트너가 가진 인적·물적 네트워크의 활용이 가능
    - 중국 내 우수한 의료그룹 및 제약회사와의 제휴가 유리할 것으로 판단
- 중국 내 파트너 발굴이 어려울 경우 독자병원 설립이 가능한 홍콩·대만 병원과의 파트너십을 추가 선택지로 활용 가능
  - 중국과의 협정을 통해 독자병원 설립이 가능한 홍콩, 대만계 의료기관의 중국 진출이 활발하게 나타남
    - 홍콩은 CEPA(Closer Economic Partnership Arrangement)에 근거해 독자병원의 설립이 가능하고, 2013년 3월 심천시에 최초의 홍콩계 독자병원이 진출
    - 2012년 연신국제의료그룹이 대만계 병원으로서는 처음으로 중국 내 독자병원을 설립했으며, 향후 대만 병원의 중국 의료시장 진출이 본격화 될 것으로 전망
  - 중국 진출시 우리 병원들이 겪는 주요 애로점은 신뢰할만한 파트너 발굴임
  - 한국의 우수한 의료수준을 바탕으로 중국 진출 경험이 풍부한 홍콩·대만계 병원과 제휴가 성사된다면 파트너 발굴 차원에서 좋은 대안이 될 것으로 보임

□ 동부지역 → 내륙지역으로 진출하는 것이 하나의 대안이 될 수 있음

- 中 정부의 내륙지역 경제 활성화 정책을 고려해 국내 업체들의 투자가 동부지역 → 중서부 지역으로 점차 이동하는 상황
- 한국보건산업진흥원에서 파악한 38개 중국 진출 의료기관을 살펴보면 동부지역이 21개, 동북부 지역이 13개, 중부 지역 1개, 서부 지역 3개로 동부지역에 편중 현상을 보임
  - 중서부 지역에 진출한 병원들은 2010년 이후에 진출한 것으로 조사됨
- 특히 중서부 지역의 1인당 의료비 지출은 동부 지역 수준으로 가파르게 상승중이지만 의료인 수가 전국 평균을 하회하기 때문에 경쟁여건이 동부에 비해 매우 우호적
  - 서부 지역의 1인당 의료비 지출액은 2005년만해도 동부지역의 61.6% 수준이었으나 2011년 기준 75.8%까지 근접

<각 지역의 1인당 평균 의료 보건 지출액(연간)>

(단위 : 위안)

구 분	2005	2008	2011
동 부	855.8 (100.0%)	940.7 (100.0%)	1,074.0 (100.0%)
서 부	527.0 (61.6%)	642.9 (68.3%)	814.0 (75.8%)
중 부	401.7 (46.9%)	555.0 (59.0%)	696.4 (64.8%)
동북부 3省	535.3 (62.6%)	821.2 (87.3%)	1,066.5 (99.3%)

주 1 : ( ) 괄호 안은 동부 대비 비중

주 2 : 동부[북경(北京), 상해(上海), 저장성(浙江), 광둥성(广东)], 서부[쓰촨성(四川), 산시성(陕西), 윈난성(云南), 충칭직할시(重庆)], 중부[호북성(湖北), 호남성(湖南), 산서성(山西), 강서성(江西)], 동북부[길림성(吉林), 요녕성(辽宁), 흑룡강성(黑龙江)]

자료 : 2006년, 2009년, 2012년 중국 보건통계연감

<각 지역의 인구 천 명당 보건인원 수(2011)>

(단위 : 명)

	의사 수 (보조의 포함)			등록 간호사 수		
	합 계	도 시	농 촌	합 계	도 시	농 촌
총 계	1.8	3.0	1.3	1.7	3.3	1.0
동 부	2.2	3.4	1.5	2.0	3.6	1.1
중 부	1.6	2.8	1.2	1.5	3.2	0.9
서 부	1.6	2.6	1.3	1.4	2.8	0.9

주 : 표본으로 동부지구에는 북경, 천진, 하북, 요녕, 상해, 강소, 저장, 복건, 산둥, 광둥, 해남 등 11개 성과 직할시가 포함되었으며, 중부지구에는 산서, 길림, 흑룡강, 안휘, 강서, 하남, 호북, 호남 등 8개 성이, 서부지구에는 내몽고, 충칭, 광서, 사천, 귀주, 운남, 저장, 섬서, 감숙, 영하, 청해, 신장 등 12개 성과 자치구, 직할시 포함.

자료 : 2012년 중국위생통계연감

○ 사천성의 성도시만 하더라도 상해시 의료비 지출액의 92.6%에 육박

<상해와 성도시의 도시주민 1인당 연간 의료 보건 지출>

(단위 : 위안)

지 역	2006	2011
상해 직할시	796.8 (100.0%)	1,005.5 (100.0%)
성도시 (사천성, 서부)	600.5 ( 75.4%)	931.0 ( 92.6%)

주 : ( ) 괄호 안은 상해 대비 비중

자료 : 성도시 위생총비용연구보고(2006~2011년), 중국위생통계연감(2007, 2012)

3

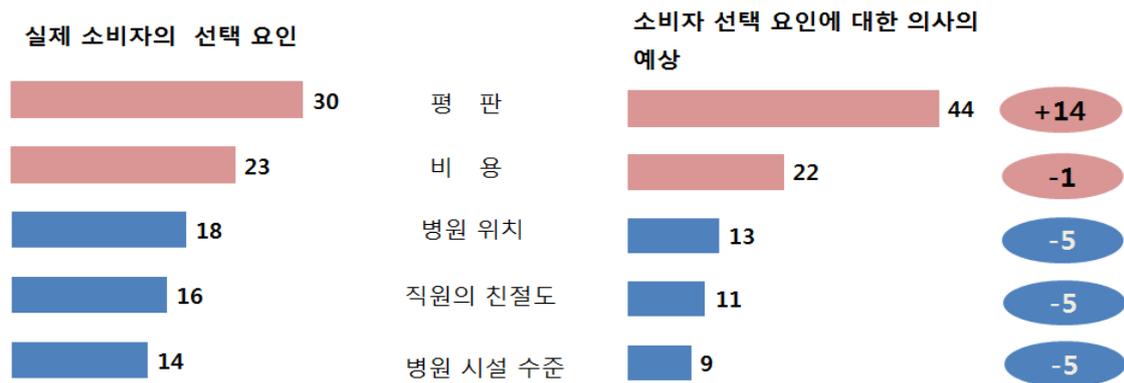
중국의 의료 환경, 관습, 소비자 인식에 대한 이해가 필수

□ 병원 선택 요인에 대해, 소비자와 의사간 인식 차이가 존재하는 것으로 확인

○ 중국 소비자들은 중국 의사가 인식하는 것보다 서비스 친절도, 시설의 쾌적함 등 부가적 요소를 더 중시하는 것으로 나타남

- 맥킨지가 조사한 병원 선택 요인 조사결과(100점 만점)에 의하면, 소비자들은 의사들이 인식하는 것보다 병원의 위치·직원의 친절도·병원시설 수준 등 부가적 요소에 더 큰 가중치를 부여하는 것으로 확인

<병원 선택에 대한 소비자의 선택 요인 비중>



자료 : McKinsey, "Health in China : Entering uncharted water", 2012. 12

- 국내 병원은 국내 의료인 파견 문제, 민간 상업 의료 보험 등 중요 이슈에 대해 해외 사례를 발굴함으로써 이를 적극적으로 활용할 필요
  - 싱가포르의 래플즈 병원은 자국 내 의료인력의 중국파견 대신 중국 현지 의사와 간호사 인력을 싱가포르에서 연수시킨 후 중국으로 파견하는 방식을 선택
    - 의사 면허의 불확실성, 장기 체류에 따른 비용증가 등을 고려할 때 보다 현실적인 대안이 될 수 있으며, 교육 프로그램을 통해 익숙해진 국내 의료기기를 자연스럽게 수출하는 경로로 활용가능
  - 현지 고소득층을 대상으로 한 진료는 해외 대형 보험사와 직불계약이 필요
    - 중국내에서 성공적인 외국계 병원으로 평가받고 있는 미국계 UFH 병원은 Metlife, Allianz 등 40여개 다국적 보험회사와의 다수의 진료비 직불 계약을 체결

## 첨부

### 중국 진출 우리 의료기관 경영현황 인터뷰

- 인터뷰 시행기간 : 13. 11. 18 ~ 13. 11. 22
- 인터뷰 대상 : 중국 진출 의료기관 7곳<sup>28)</sup>

## 1. A 병원

· 진출형태	한국인 의사의 중국병원 취업
· 진료과목	내과, 피부과, 산부인과, 건강검진센터 등
· 진출지역	상해시

### (1) 병원 개황

- 병원을 소개하신다면?
  - 최근 사립에서 공립병원으로 전환된 병원이며, A센터에는 내과, 산부인과, 피부과 등이 있고 한인 의사는 약 4명 근무 중
- 주요 고객은?
  - 주요 고객은 교민들과 중국 거주 외국인임
  - 중국 현지인들이 손쉽게 이용하기에는 다소 가격이 높은 수준이며 (평균적인 약재료는 약 90위안 정도로 이는 한화 약 1만 7천원 수준), 국가 의료보험이 적용되지 않아 중국인의 이용은 거의 없음

28) 상해 의료기관 6곳, 북경 의료기관 1곳을 대상으로 경영환경 및 애로사항에 대한 심층 인터뷰 진행

## (2) 한국 병원의 중국 진출 관련

- 외국 의사의 면허인정 및 갱신은 꽤 큰 혜택이라고 느껴지는데?
  - 과거 해외(미국 및 유럽의 선진국)의 선진 의료기술을 도입하기 위해 불가피하게 선택한 정책이라고 생각함
  - 현재까지는 의사면허를 갱신하는데 커다란 어려움은 느끼지 않으며, 당국에서 정한 요건에 맞추어 신청하면 1달 정도의 기간안에 발급이 이루어짐(의사의 건강검진 기록 첨부, 해외 면허를 바탕으로 취업비자 신청). 추가적인 비용은 없음
  - 하지만 기본적인 중국어 실력은 확인해야 한다는 목소리가 대두되는 것으로 알고 있음
- 현지인 대상 외국계 병원의 성공가능성에 대한 생각은?
  - 현재 시점에서 일반 시민을 대상으로 한 외국계 병원은 성공가능성이 낮다고 생각함. 가장 큰 문제는 언어적 장벽으로 우리 병원에도 한국 의사들이 있지만 중국인 환자와는 제대로 된 의사소통이 가능하지 않고 전문적으로 통역할 사람도 없음. 대개 한국어와 중국어를 병용하는 조선족 인력을 고용하게 되는데, 깊이 있는 의료교육을 받은 사람들이 아니기에 통역과정에 애로사항이 많음
  - 두 번째는 높은 가격임. 일반 시민들이 부담없이 이용하기 위해서는 국가의료보험을 도입해야 하나 한국의 의료체계에서 공부한 의사들이 복잡한 중국의 의료보험체계나 절차를 이해하기는 쉽지 않고, 국가의료보험은 공립병원만 적용되며 외자병원은 적용대상이 아니므로 현행법상 일반 시민들을 대상으로 적절한 가격 수준에 의료서비스를 제공하는데 한계가 있을 것으로 봄
- 의료 교육기관 모델\*의 중국진출에 대해 어떻게 생각하나?
  - 교육모델이 성공하려면 중국내 의사들이 한국 의료기술을 배우려는 동기가 있어야 하나 성형외과를 제외하면 특별히 한국 교육기관에서 트레이닝을 받고자 하지 않을 것임. 만약 중국 의사들이 추가적인 교육을 받고자 하면 미국이나 유럽 병원의 세미나를 참석하거나 연수를 택하는 게 현실적으로 보임

\* 의료 교육기관 모델

- 한국 의료기술을 교육하는 기관이 중심이 되고 對환자 의료행위는 상대적으로 비중이 적은 형태의 진출모델. 기술수준이 높은 한국 의료의 중국내 브랜드 가치를 높일 것으로 기대되고, 형태는 vip들이 타겟인 플래그십(flagship) 병원임. 특히 수요와 관심이 높은 성형외과, 피부과 등이 중심이 되어 진출할 경우 상대적으로 효과가 클 것으로 보임. 국내 의료기술 제고에 관심이 많은 중국 정부로부터 각종 지원 및 혜택을 얻기가 용이할 것임.

○ 추가로 하고 싶은 말은?

- 소득수준이 높은 환자의 경우 중국에서 치료를 받기보다 해외로 나가 치료를 받고자 함. 하지만 중국 정부는 이를 적극적으로 제제하려는 모습을 보임. 과거 한국 병원과 연계해 중국 현지 환자들을 모집해 의료관광을 시행하는 업체들이 있었으나 중국 정부가 이를 금지하고 강력히 단속해 현재는 많이 사라진 것으로 알고 있음

## 2. B 병원

· 진출형태	한국인 의사의 중국병원 취업
· 진료과목	소아과
· 진출지역	상해시

### (1) 병원 개황

- 병원을 소개하신다면?
  - 홍콩계 독자병원이며 한국인 의사는 4명 근무중. 개인적으로 취업한 경우도 있고 원내원으로 진출한 형태도 있음. 본인의 경우 외국인의사로서 취업한 사례
- 주요 고객은?
  - 주로 한국 교민들을 대상으로 운영하고 있음

### (2) 한국 병원의 중국 진출 관련

- 중국 의료시장에 진출하고자 하는 한국 병원들이 반드시 체크해야 할 포인트는?
  - 현지 교민이 아닌 중국인을 주요 고객으로 확보할 수 있어야 성공할 수 있다고 생각함. 고비용을 부담할 수 있는 고소득층은 충분히 있지만 이들의 눈높이를 맞출 수 있는가에 대해 준비가 필요함. 한국계 병원에 대한 인식은 확실히 미국이나 유럽계 병원에 비해 낮기 때문에 너무 높은 가격이면 한국계가 아닌 미국이나 유럽계 병원으로 가고자 할 것
  - 의사에 대한 사회적 인식 및 처우가 한국처럼 좋지는 않고 한국 의료기술에 대한 전망성은 높지 않은 것으로 느껴지기에 이 부분도 주요 고려사항으로 보임
- 민간상업보험 + 의료서비스 + 고급건강검진이 결합된 패키지 프로그램에 대한 생각은?

- 현재 우리 병원도 건강검진센터를 운영중이나 적자를 보고 있음. 홍보 및 마케팅의 문제로 생각되며 적절한 전략을 세우기만 한다면 충분히 실현 가능할 것으로 보임. 건강검진센터는 고가의 장비를 구입하기 위한 초기 투자비용이 높지만 상대적으로 낮은 비용으로 운영할 수 있어 외자병원이 진출하기 수월하지 않을까 생각함. 다만 주요 고객층 타게팅 및 그에 따른 마케팅 전략이 반드시 수반돼야 함
- 중국인 진찰시 체감하는 언어적 장벽은?
  - 의사로서 언어적 장벽이 너무도 크게 느껴짐. 한국어와 중국어를 동시에 사용하는 통역인원이 상주하나(주로 교포나 한국어과를 나온 중국인) 전문 의료지식이 부족해 적절한 진단을 내리기 힘들게 느껴짐. 처음에 몇 번 방문했던 환자들도 의사소통의 어려움을 겪고 발길을 끊은 적 있음
- 중국과 한국의 의료환경 차이는?
  - 중국은 한국과 달리 소유주와 병원장이 분리되어 있고 소유주의 파워가 훨씬 크므로 병원이 마치 의료사업을 하는 기업과 같은 체제로 구축되어 있음. 따라서 의사가 원장이며 동시에 최고 경영자인 한국병원과는 환자를 대하거나 사업을 수행하는 접근방식이 다르다고 느껴짐. 일례로 우리 병원도 의료사고의 리스크와 인건비를 낮추기 위해 단기간에 응급실과 병동을 폐쇄함.
  - 의사 외에 간호사 등 의료 보조인력들에 대한 면허는 인정받지 못하고 있음. 따라서 한국에서 공부한 의사와 중국 간호사간 손발이 맞지 않는 문제가 발생하게 됨
  - 외국인 의사에 대한 면허인정이 불안한 측면이 있음. 중국 정부는 정부정책을 발표하면 꾸준히 추진하는데 2011년 중국에서 공부해 중의사 자격을 획득한 외국인에 대해 중의사 면허발급을 중지함

### 3. C 병원

· 진출형태	원내원
· 진료과목	치과
· 진출지역	상해시

#### (1) 병원 개황

- 병원을 소개하신다면?
  - 홍콩계 병원에 원내원 형태로 진출했으며 추가적인 투자 없이 운영에 따른 수익을 일정 비율로 나누기로 계약함
- 주요 고객은?
  - 중국 거주 교민들이 주요 고객이며 중국 현지인의 비율은 매우 낮음. 중국인들의 치아 관리 및 치료에 대한 인식은 한국에 비해 뒤떨어져 일반적으로 문제가 발생하더라도 치과를 찾는 현지인들은 많지 않음

#### (2) 한국 병원의 중국 진출 관련

- 중국 진출을 준비중인 한국 병원들이 유념해야 할 사항은?
  - 체계적인 시장조사가 바탕이 되지 않은 선부른 투자는 반드시 금기해야 함. 중국 의료시장은 성장중이나 외국계 병원이 가진 한계가 분명하기 때문에(고소득층이 주요 대상, 경쟁력 있는 진료과목은 소수에 불과), 시장의 성장 가능성만 보고 진입하게 되면 커다란 실패를 경험하게 됨. 비단 한국계 병원에 국한된 내용이 아니며 근래 타 외국계 병원들도 직원의 임금을 제대로 지급하지 못할 만큼 극심한 경영난에 시달리고 있는 것으로 알고 있음
  - 진출을 준비하는 의사가 중국 병원에 취업해서 현지 의료문화와 시장 가능성 및 고객 특성을 경험해 볼 것을 권장. 특히 중국 진출을 준비중인 대형병원의 경우

소속 의사들을 단기간이라도 중국병원에 보내 현장경험을 쌓는 프로그램을 운영해야 한다고 생각함

○ 중국과 한국의 의료환경 차이는?

- 치과의 경우 한국에 비해 기술적으로 10년 이상 뒤떨어져 있다고 봄. 특히 기본적인 의료원칙들도 제대로 지켜지지 않은 경우를 다수 확인함. 일례로 시술전 알러지 반응을 확인하지도 않으며 기구의 소독도 적절하게 이뤄지지 않음

- 의료기술 및 서비스에서 큰 경쟁력을 갖고 있기에 향후 한국계 치과병원의 진출이 유망하다고 생각하지만 중국 내 치과시장이 충분히 성장하기까지 시간이 필요할 것으로 보임

○ 마지막으로 하고 싶은 말씀은?

- 합자 또는 합작의 경우 파트너 선정이 무엇보다 중요함. 개인적으로 중국에 진출한지 10년이 넘었으며 그간 수차례 실패사례들을 목도한 결과, 높은 비율로 파트너와 심각한 갈등이 발생함. 갈등이 단초가 되어 병원까지 문을 닫게 된 사례가 상당함

## 4. D 병원

· 진출형태	원내원
· 진료과목	산부인과
· 진출지역	상해시

### (1) 병원 개황

- 병원을 소개하신다면?
  - 중국 병원내 원내원의 형태로 진출한 산부인과임. 일정 비율의 자본을 투자했으며 2007년경 처음으로 중국시장에 진출함
- 주요 고객은?
  - 현지 교민과 중국인 비율이 약 9:1 정도임

### (2) 한국 병원의 중국 진출 관련

- 중국 현지에 성공적으로 정착한 외국계 병원은?
  - 주로 홍콩 등 국가적 혜택을 보며(정부간 협약에 의해 독자병원 설립가능), 대규모 자본이 뒷받침된 병원들이 성공적인 것으로 보임. 중국내에서 안정적으로 병원을 운영하기 위해서는 지방정부와 '관시'가 좋아야 하며(관련 인허가의 취득 및 행정규제 회피) 상해의 경우 복건성 출신, 홍콩 출신들의 관시가 상당히 좋은 것으로 알려짐. 유나이티드 패밀리(United Family Hospital)와 파크웨이(Parkway Health)가 상해의 대표적인 외국계 병원이었으나 근래 경영상 어려움을 겪고 있다는 소식을 접함
- 한국계 병원이 중국 진출 초기 주로 겪는 어려움은?
  - 고정비용의 상승과 마케팅의 현지화 실패라고 생각함. 중국내 임대료 및 인건비 상승은 무시할 수 없는 수준이며 특히 임대료가 가파르게 상승하므로 진출 초기

진물을 매입하는 것도 좋은 대안이 될 것으로 보임. 한국 병원의 경우 상업적 광고 및 현지 마케팅 부문 경쟁력이 상대적으로 타 외국계 병원에 비해 떨어져 지속적인 고객확충에 어려움을 겪음

○ 한국과 중국의 의료환경 차이는?

- 중국은 의사 또는 병원이 할 수 있는 의료행위 범위를 아주 세세하게 규율하고 있음. 산부인과의 경우 분만을 할 수 있는 병원과 그렇지 않은 병원의 구분이 확실하고 비용의 차이도 크게 나타남. 대학병원 또는 지역 중심병원이 분만권을 지님
- 의사가 독립적으로 처방권을 지니고 전적인 책임을 지는 한국과 달리 중국은 의사, 약사, 간호사에게 공동책임이 주어져 간혹 의사의 처방지시에 간호사가 거부하는 사태가 발생함. 이는 특히 외국 간호사의 면허가 인정되지 않는 중국에서 상호 학습한 의료관행이 다른 한국인 의사와 중국인 간호사간 심각한 갈등으로 전개되는 경우가 있음
- 외국계 병원은 국가의료보험의 적용대상이 아니므로 한국인들은 여행자 보험 또는 회사보험을 통해 의료비를 부담하는 경우가 많지만, 현재 민간보험과 연계중인 외국계 병원의 수가 적어 중국인들은 따로 상업보험을 가입하지 않으면 고스란히 의료비용을 지불해야 함

○ 중국 진출을 준비중인 한국 병원들이 고려해야 할 사항은?

- 소규모 병원으로 진출할 경우 의사 수, 병원시설, 자본규모 면에서 뒤처지게 되므로 수요가 상대적으로 많고 경쟁력을 지닌(성형외과, 피부과, 소아과 등) 과들을 중심으로 팀을 구성해 덩치를 충분히 키운 후 진출할 것을 권장
- 투자금액 회수에 상당한 기간이 소요될 수 있으므로 진출 초기 경영 적자를 이겨낼 수 있는 자본력과 인내심을 준비해야 함

## 5. E 병원

· 진출형태	원내원
· 진료과목	성형외과
· 진출지역	상해시

### (1) 병원 개황

- 병원을 소개해 주신다면?
  - 2012년 홍콩계 병원에 원내원의 형태로 진출했으며 별도의 투자 없이 병원의 수익을 일부 배분하는 계약을 체결
- 주요 고객은?
  - 20,30대 중국 현지 여성이 대부분을 차지

### (2) 한국병원의 중국 진출 관련

- 특별히 원내원의 형태로 진출한 이유는?
  - 중국 의료시장 진출 후 실패한 사례가 늘어남에 따라 국내 의사들 사이에 가급적 투자를 꺼리는 분위기가 형성됨. 따라서 기존 인프라의 활용이 가능하고 추가적인 투자비용이 적은 원내원 진출을 선택
- 중국내 의료시장의 향후 전망은?
  - 향후 전망은 긍정적이라고 생각하지만 진료과목 별로 상이한 상황. 개인적으로 성형외과를 제외한 타과는 이른바 코리아 프리미엄이 형성되지 않아 경쟁력이 낮은 것으로 판단
  - 한국 성형외과에 대한 중국인의 선호가 타과로 파급될지에 의문을 가지고 있음

○ 중국시장 진출 후 애로사항?

- 진출 후 약 3개월간 수입이 거의 없었으며 입소문이 나기까지 약 1년간 적자상태를 유지. 대다수 중국 진출 병원들이 정상궤도에 오르는데 약 2년 정도의 시간이 필요하다고 알고 있음
- 경쟁 병원 대비 마케팅이 부족하다고 느낌. 특히 홍콩·싱가폴계 병원들이 가진 자본력을 따라가기엔 우리 병원처럼 소규모 병원은 한계가 있음. TV 광고비용 등의 결과 최소 한화 2~3억원이 매달 소요된다고 함
- 중국 성형시장은 병원이나 의사보다 중간 브로커가 더 많은 수익을 가져가는 구조를 지님. 특히 서부 내륙지역의 고객들을 북경·상해 등 대도시의 병원이나 한국내 병원과 알선하는 사례가 많음. 실례로 한국에서 성형수술을 받는데 약 2억원을 지불한 고객의 재수술을 집도한 경험이 있으며, 이때 한국 병원은 약 3천만원 정도를 가져간다고 알고 있음

○ 중국과 한국의 의료기술 격차는?

- 성형외과에 국한시키면 주요 수술 및 시술의 경우 차이가 크지 않으나 미세한 손기술이 필요한 수술은 꽤 격차가 벌어져 있음
- 현재 중국 병원에 취업하거나 주말을 이용해 중국에서 수술을 집도하는 한국 의사의 수가 지속적으로 증가함에 따라 격차는 빠른 속도로 좁혀질 것으로 보임

## 6. F 병원

· 진출형태	합자병원
· 진료과목	성형외과, 피부과, 치과
· 진출지역	상해시

### (1) 병원 개황

- 병원을 소개해 주신다면?
  - 2006년 중한 합작으로 진출한 병원이 전신임. 이후 경영이 악화되어 2010년 중국 기업이 매입. 중국내 고소득층을 타겟으로 한 성형 전문병원이며 피부과, 치과를 포함한 토탈 뷰티케어 서비스를 제공. 현재 8개 지역의 병원을 보유한 의료 그룹으로 성장
- 주요 고객은?
  - 대부분이 30~50세의 중국 현지 여성이며 소득 상위 10% 이내의 고소득층으로 분석

### (2) 한국 병원의 중국 진출 관련

- 중국에 진출한 한국 병원들의 주요 실패원인은?
  - 개인적인 경험에 비춰 볼 때 자본력·경영능력·마케팅 능력의 부족으로 정리할 수 있음. 우선 자본력은 타 외국계 병원이 기업을 모체로 둔 경우가 많아 자본의 규모 및 동원력에서 한국계 병원이 취약점을 보임
  - 한국 병원은 전문경영인이 아닌 의사가 병원장을 맡아 상대적으로 의사결정이 느리고 투자에 소극적인 경향을 보임. 따라서 전문경영인이 대부분인 중국 파트너와 의사소통 및 협조적 관계 형성에 어려움을 겪음

- 대부분의 한국 병원들은 마케팅 역량이 부족하고 그 중요성에 대한 인식이 부족하며 특히 마케팅 비용에 인색한 경우가 많음. 현지 마케팅 업체에게 업무를 일임한 뒤 사후검토에 그치는 경우가 빈번해 효과성이 떨어지고, 차후 병원 내 핵심 마케팅 인력을 육성하거나 확보하려는 노력이 부족함. 우리 병원의 경우 중국 기업 인수 후 추진한 공격적인 마케팅 투자 및 자체 마케팅 부서 육성이 주요 성공요인 중 하나로 꼽힘
- 중국 진출을 준비중인 한국 병원들이 유념해야 할 사항은?
  - 종종 중국을 하나의 거대시장으로 인식하고 진출을 준비하는 경우를 보게 됨. 중국은 각 지역이 마치 개별 국가처럼 특성이 상이하므로 진출하고자 하는 지역에 대한 사전조사가 철저하게 이뤄져야 함. 특히 지방정부와 협조적인 관계를 맺는 것이 굉장히 중요하며, 그 지역에 든든한 기반을 둔 파트너를 모색할 것을 권장함

## 7. G 병원

· 진출형태	합자병원
· 진료과목	성형외과
· 진출지역	북경시

### (1) 병원 개황

- 병원을 소개하신다면?
  - 한중 합작병원이 전신이며 2009년부터 약 480,000명의 환자를 치료해오고 있음
- 주요 고객은?
  - 연소득 10만 위안(한화 1천 8백만원 상당)의 현지인이 대부분 차지

### (2) 한국 병원의 중국 진출관련

- 한국과 중국의 의료기술 격차는?
  - 근본적인 기술차이는 존재하지 않다고 봐도 무방할 것임. 그러나 의료기술을 섬세하게 응용하는 부분에서 격차가 발생
- 한국 병원이 중국 진출시 고려해야 할 사항은?
  - 외국인 의사의 면허 인정은 엄청난 혜택으로 한국은 이를 제대로 활용하지 못하는 것으로 보임. 다만 북경의 경우 다른 지역과 달리 자체 시험을 응시해야 하며 합격시 영구면허를 발급
  - 의사 시험은 1년에 2번 진행하며 앞으로 타 지역으로의 확산이 예상됨. 시험의 난이도는 높은 편으로 최근에 치러진 시험에 응시한 한국인 의사 15명 중 단 2명만 합격. 시험에 응시하기 위해 제출하는 모든 서류는 중국 병원을 통해야 하

며 공신력 있는 의사 2명의 추천서가 필요함. 특히 추천 의사가 유명해야 합격률이 높고 작은 병원을 통해 응시할 경우 탈락확률이 큰 것으로 알려짐

○ 한국 의료에 대한 선호도 및 이미지는?

- 중국 내 한국 성형에 대한 관심도와 선호도는 높은 편이라고 할 수 있음. 다만, 최근 TV방송에 한국 의료관광의 잘못된 실태가 방영된 후 이미지가 급격하게 나빠짐. 성형 전문의가 아닌 사람이 부적절한 재료로 시술을 하고 대부분의 의료관광 비용은 브로커가 차지하는 실태를 고발한 내용임

○ 한국 의료의 중국 진출 활성화를 위해 정부가 노력해야 할 사항은?

- 질 낮은 의료관광으로 인한 피해가 지속되지 않도록 적절한 규제 및 모니터링을 실시해야 하며 브로커와 여행사가 폭리를 취하는 현 시스템을 개선해야함. 한편 국내에서 문제를 일으킨 의사들이 중국으로 진출하지 못하도록 관리를 철저히 해야함

- 한국병원의 이미지를 제고시키기 위해 공익사업 등을 확대할 필요가 있으며 성형수술의 특성상 필요한 사후관리는 연계된 중국병원을 통해 받을 수 있도록 시스템을 구축해야함

- 의료시장은 정부의 의료정책에 직접적인 영향을 받기 때문에 양국 정부간 긴밀한 협조 관계 구축이 필요함. 그 방안 중 하나로 양국간 교류목적의 단체를 설립하고 모범 협력병원에 대해 인증을 부여하는 방식을 생각해 볼 수 있음

**빅뱅하는 중국 의료시장,  
우리에게도 블루오션인가?**

– 중국 진출 우리 병원의 경영실태 중심으로

Trade Focus Vol.13 No.7

발행인 | 한덕수

편집인 | 오상봉

발행처 | 한국무역협회 국제무역연구원

발행일 | 2014년 1월 23일

인쇄처 | (주)보성인쇄기획

등록일자 | 1960년 5월 26일

등록번호 | 2-97호