



# 중국 의료시장의 발전 추이와 한국의 진출 기회

북경평행세계 부사장 최창환

## 1. 중국 의료시장의 발전 전망

### □ 빠르게 성장하는 중국 의료시장

○ 중국의 의료서비스 시장은 연평균 18%로 증가하고 있으며 2015년에는 약 2.7조 위안에 달할 것으로 예측되며, 중국 정부의 계획에 의하면 2020년 중국의 건강서비스시장은 8조 위안(약 1.29조 US\$)에 달할 것임.<sup>28)</sup>

- 중국 GDP 중 위생총지출비는 2000~2013년간 약 7배 증가

### □ 중국 의료시장 진출 환경의 변화

구분	이전	현재
정책	외자 진입장벽 및 민영병원 관련 각종 차별 정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>외자병원의 진입장벽 완화 및 민영병원 관련 차별정책 폐지.</li> <li>다수의 지방정부/의료특구에서는 민영병원(외자병원) 설립 장려 및 적극 유치</li> </ul>
고객의 의료 서비스 수요	공공의료, 임상의료 중심	<ul style="list-style-type: none"> <li>소득의 증가 등으로 인해 의료서비스에 대한 수요가 대폭 증가하고 있음.</li> </ul>

28) Dorenfest Market Research

		<ul style="list-style-type: none"> <li>특히 고급/Wellness 의료서비스 및 신수요 과목(재활, 성인병 등)에 대한 증가폭은 더욱 큼.</li> </ul>
경쟁 환경	소수의 민영병원(대부분 소규모)	<ul style="list-style-type: none"> <li>민영병원이 지속적으로 증가하고 있으며 브랜드화/대형화 되고 있음.</li> <li>타이완, 싱가포르, 미국 등 다수의 외자병원 진출</li> </ul>
병원의 외국과의 합작수요	수요 높지 않음	<ul style="list-style-type: none"> <li>경쟁이 심해짐에 따라 의료기술/브랜드 등에 대한 수요 대폭 증가</li> <li>특히 민영병원은 우수 의료 인력소싱 및 브랜드화가 힘들어 외국 의료기관과 합작 수요 비교적 큼.</li> </ul>
투자환경	자력으로 자금 조달	<ul style="list-style-type: none"> <li>골드만삭스 등 Global IB 를 포함 다수의 금융기관 및 제약회사, 병원투자전문회사 등이 병원사업에 적극 투자</li> </ul>

## □ 외자병원의 증가

표 1 한국과 주요 국가의 중국 진출 현황 비교

구분	내용
한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>2004년 베이징SK아이캉병원, 상하이Ruili병원을 기점으로 다수의 의료기관이 중국 진출</li> <li>2014년 기준 42개의 의료기관이 진출</li> </ul>
미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>허무지아 1997년 설립 : 15개 의료기관 운영, 중국에서 가장 유명한 외자병원, 최고가 병원</li> <li>최근 MGH(Massachusetts General Hospital), Mayo Clinic 등 유명 대형병원 본격적 진출 시작</li> </ul>
대만	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012년 8월 기준 22개 병원 진출, 대부분 중대형 병원, 일부는 독자병원</li> <li>창경병원: 타이완 최대 병원, 샤먼시에 2,000병상 병원 운영, 베이징에 칭화대학과 합작병원 설립</li> </ul>
홍콩	<ul style="list-style-type: none"> <li>광둥성을 중심으로 소형 클리닉, 대형병원 등 다수의 병원 진출</li> <li>동관동화병원: 1994년 설립, 1,100병상, 중국민영병원 경쟁력 1위</li> </ul>
싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> <li>유명 민영병원을 중심으로 적극적으로 중국 진출</li> <li>Parkway: 9개의 의료기관 운영, 상하이국제의학센터 위탁 운영(예정)</li> </ul>

□ 이러한 추세는 2020년까지 지속될 예정

○ 중국 정부의 의료/건강산업 육성 정책, 의료특구 개발 계획, Major 의료그룹의 발전 전략 등을 고려하면, 2020년까지는 현 기조와 추세가 유지될 것으로 보임.

- 중국 국무원은 2013년 9월 [건강서비스업 발전을 촉진시킬 일련의 의견]에서, 2020년까지 건강서비스산업을 8조 위안 (약 1.29조 US\$) 이상의 규모로 발전시키겠다는 지표를 포함한 정책방향 발표
  - ※ 중국 위생부(위계위)는 사회 각계 전문가와의 공동연구를 통해 “건강 중국 2020 전략”을 발표했으며, 주요 목표는 의료위생서비스 및 보건 수준을 2020년까지 개발도상국의 상위권까지 올리고, 동부 지역 등 일부 지역은 선진국 수준에 가깝게 발전시키는 것임.
- 2003년 상하이국제의학 Park 개발계획이 수립되었고, 2010년 이후에는 다수의 지방정부에서 경쟁적으로 의료특구를 개발하고 있음.
  - ※ 2020년에는 상하이 등 대도시 지역의 주요 의료특구 및 하이난보아오 국제의료관광선행구 등 휴양지 내의 주요 의료관광특구가 본격적으로 운영될 것임.
  - ※ 일부 의료(관광)특구의 우수 의료기관 유치와 이의 클러스터링 효과로 선진적 의료서비스가 제공될 것임.
- 중국의 Major 의료기관들은 적극적인 확장 추진전략을 채택하고 있음.
  - ※ 하이엔드 타깃의 기관은 1~2선 중심으로 확장하고 있고, 일부 매스 타깃의 기관은 이미 3선도시까지 확장, 주요 Major 의료기관들의 내부 사업계획에 따르면 2020년 경에는 상당수가 전국적인 네트워크를 구축할 예정

표 2 주요 민영 (체인화) 의료기관의 확장 현황

타깃	병원명	과목	총수		체인/분원 분포				5개 도시 집중도	
			의료기관	진출 도시	베이징	상하이	광저우/선전/텐진	기타	합	비율
고가	허무지아	종합병원	15	5	8	4	2	1	14	93%
	AM	부인/	3	2	2		1		3	100%

	Care	소아								
중고가	이메일	성형/피부	11	6	5	2	1	3	8	73%
	즈밍	건강 검진	55	26	16	3	7	25	26	47%
	아이캉 구오빈		36	12	8	10	7	11	25	69%
	루이얼	치과	24	7	7	8	7	2	22	92%
Mass	따지엔 캉	건강 검진	130	55	7	11	13	99	31	24%
	아이얼	안과	50	44	1	1	3	45	5	10%

자료: KITA 등

## □ 2020년 이후에는 시장의 성숙 등으로 신규 진입이 힘들어 질 것

○ 2020년 후에는 정책기조와 시장진입장벽 등으로 진출이 힘들어질 가능성이 큼.

- 과거 중국 정부 정책 방향을 고려해 볼 때 외국기술의 개방적 정책을 통해 소기의 정책적 목표를 달성했을 시 정책방향이 보수화될 가능성이 있음.
- 현재의 개방적 정책 기조는 중국 전문가들의 의견에 따르면 2020년까지는 유지될 것으로 보임.
- 2020년 이후에는 다수의 의료특구의 오픈 및 민영 의료기관들의 전국적 네트워크 구축으로 인해, 신규 진입 시 시장진입장벽이 높아질 것임.

## 2. 중국 의료시장 진출 시 고려 사항

### □ 포지셔닝 (과목선택 및 수가)

○ 대도시의 경우 일부 의료서비스는 이미 경쟁이 심해지고 있음. 수요는 크나 공급이 적은, 혹은 수요가 갑작스럽게 증가하고 있는 과목 중심으로 의료서비스를 제공하는 것이 유리

- 중국은 이미 고령사회에 진입을 하였으며, 고령화/도시화 등으로 인해 각종 성인병 등이 빠르게 증가하고 있음.
- ※ 최근 수요가 증가하고 있으나 공급이 부족한 대표적인 과목으로는 성인병, 노인 관련 의료, 재활서비스 등이 있음.

표 3 상하이시의 재활인력 현황 (2012)

구분	숫자	중국 위생부 표준		국제 표준	
		표준	도달도	표준	도달도
의사	585	1,073	55%	2,000	29%
치료사	754	2,145	35%	11,500	7%
간호사	429	1,006	43%	6,900	6%
전체	1,768	4,224	42%	20,400	9%

자료 : 상하이시 재활의료자원 조사보고

- 이미 경쟁이 본격화된 과목으로 진출할 경우 관련 특수클리닉을 개설하는 것이 유리
  - 중국의 의료비용 분야 의료기관은 많이 공급되었으나, 체형관리, 안티에이징 관련 전문서비스를 제공하는 기관은 부족, 최근 검진센터도 많이 보급되고 있으나 소화기 내시경 검사를 하는 곳은 극소수
  - 기존 경쟁이 치열한 과목의 경우 특수클리닉을 통하여, 차별화 및 하이엔드 포지셔닝이 가능함
- 외자 기관은 일반적으로 하이엔드 포지셔닝으로 진출하는 것이 차별화, 수익성 측면에서 유리
  - 허무지아 (미국), Parkway (싱가포르), 허신 (타이완) 등 다수의 외자기관은 하이엔드 시장을 타깃으로 진입.
  - 중산층 이상의 Healthcare/Wellness 등 고급 의료서비스에 대한 수요 지속적으로 증가하고 있음. 중국의 29)고급 의료서비스 이용자는 약 3,000만 명, 시장규모는 연 200억 위안 이상에 달할 것으로 예측되나, 관련 공급

29) Sina, 2011년

은 부족함

## □ 브랜드

○ 중국은 의료기관 유형에 따라 의료인력 수준의 편차가 커서 환자들은 일반적으로 대형공립병원을 선호

- 기층의료시설 의료진에 대한 불신 등의 이유로 감기 등 작은 질병의 경우에도 기층의료시설을 이용하는 경우는 37%에 불과하고 더 많은 수가 3급 병원 등 대형 의료기관을 선호

- 과장광고 및 지나친 상업화 행위, 낮은 수준의 의료진 등으로 인해 민영 병원에 대한 선호도는 높지 않음.

그림 1 작은 질병 시 선택하는 의료기관



자료: 베이징시 통계국

○ 신뢰성의 한계를 극복하기 위해 다수의 민영병원이 적극적인 마케팅을 통해 인지도를 제고

- 다수의 민영병원그룹을 운영하고 있는 푸지엔성 계열 민영병원들의 2013년 바이두 키워드검색 광고지출 약 120억 위안으로 추정<sup>30)</sup>

30) 每日经济新闻

○ 외자병원에 대한 선호도는 상대적으로 높으므로 적절한 포지셔닝과 마케팅 커뮤니케이션을 통해 브랜드를 제고하는 것이 중요

- 내자계 민영병원 보다 외자계 민영병원은 절대 수가 적음에도 불구하고, 경쟁력 순위 Top10에서 50%를 차지

- 허무지아, Parkway 등 다수의 외자계 병원들이 하이엔드 포지셔닝에 성공

표 4 중국 민영병원 경쟁력 순위 (2012년)

순위	병원	지역	자본
1	둥관 등화병원	광둥	합자 (홍콩)
2	루오양 중심병원	허난	내자
3	쭈첸 인민병원	장쑤	
4	우한 아시아심장병병원	후베이	
5	쭈저우 지우룽병원	장쑤	합자 (홍콩)
6	샤먼 창경병원	푸젠	합자 (타이완)
7	난징 민지병원	장쑤	
8	베이징 허무지아병원	베이징	합자 (미국)
9	광둥 썬지우뇌과병원	광둥	내자
10	찬청구 중신병원		

자료: 중국병원협회

### □ 상권 선정

○ 중국 의료기관의 타깃 상권은 전국부터 근린까지 다양하므로 적절한 타깃 지역을 선정하는 것이 중요

상권	크기	비고
전국	한국의 약 100배	베이징의 일부 유명 공립병원들은 전국에서 환자가 옴.
광역경제권/성	베이징/텐진/허베이 광역경제권의 면적은 한국의 약 2배, 인구는 약 1.5억	성급 대형병원의 경우 광역경제권/성 내에서 환자가 쏠림.
도시	베이징시 면적은 ‘서울+경기도’의 약 1.5배	시급 대형공립병원의 경우 시 전역에서 환자가 옴.

		중국도시에는 일반적으로 광범위한 농촌 지역이 존재
도시 내 도시지역	베이징시 도시화 면적은 서울보다 큼.	
구	베이징 시 차오양구의 면적은 서울의 약 80%	
근린	-	보건소 위주, 의원급 민영의료기관은 치과/중의과 등을 제외하고는 소수, 최근 근린상권 중심의영리성 Family Care Center 증가 기미

### ○ 중국 도시의 특징

- 중국 도시 내에는 일반적으로 도시 지역보다 큰 농촌 지역이 존재  
 ※ 2013년 기준 인구 200만 이상 도시 중 1인당 GDP가 12,000 US\$ 이상인 곳은 약 30개(도시지역 인구를 약 100만 이상이라고 가정)
- 도시 내 신도시 혹은 개발구의 다수는 개발 초기인 경우가 많고, 이 경우 상업환경이 성숙되는 데 적지 않은 시간이 필요하므로 발전전망을 동태적으로 판단해야 함.

### ○ 입지 선정 시 유의점

- 상권의 범위 및 상권 내 경쟁자를 파악하고 수요(고급 아파트, 고급 오피스 등) 및 의료서비스 구매 행태, 접근성은 물론이고 도시계획 등을 포함한 동태적 분석까지 고려하여 선정을 해야 함.
- 기존 1선 도시(베이징, 상하이, 광저우, 선전)의 주요 상권에는 이미 다수의 의료기관들이 소재하고 있어 경쟁이 치열하나 수요도 가장 큼.
- 신도시 지역의 경우 일반적으로 경쟁자는 적고 인허가가 용이하나 거주자가 기존 도시 지역의 의료기관을 이용하는 경우가 많음.



### 3. 새로운 시장 진출 기회

#### □ Family Care Center

○ 중국의 민영 1차 의료기관은 중의과, 치과 위주였으나, 최근 Family Care Center 성격의 1차 의료기관에 대한 수요가 높아지고 있음.

- 과거 Family Care Center 의 타깃은 외국인 위주였으나, 향후 중국인 고객 대상 Family Care Center도 발전할 것으로 전망
- 의사의 복수 병원 회진, 공립병원 의사 개원, 1차 의료기관 강화, 공립병원-민영병원 간 협력 등 관련 정책 환경이 개선
- 유명병원 출신 Pay Doctor 증가, 개원을 희망하는 공립병원 의사 증가
- 부동산개발회사의 분양가 상승을 위한 의료기관 유치 희망

#### ○ 사업모델

- 대도시 내 하이엔드 주거단지에 거주민의 수요가 많은 과목 중심으로 1차 의료기관 개설 (복수과목을 개설하는 것이 효과적)
- 주요 과목: 가정의학과, 내과, 부인과, 소아과, 치과, 이비인후과, 재활, 양로 (거주형)

#### □ 휴양지 내 건강관리센터

○ 중국에는 약 380개의 유명 관광지가 있으며 (4A급 + 5A급) 최근 상당수의 관광지 및 휴양시설에서 수익성 제고를 위한 건강관리센터를 추진 중

- 중국 휴양지 내 건강관리센터는 2013년 국무원이 하이난보아오국제의료관광선행구(이하 하이난의료관광선행구)를 지정하며 본격화됨.
  - ※ 하이난의료관광선행구의 전체 토지규모는 20평방킬로미터이고, 2017년 1기가 완공될 예정임. 하이난성 정부는 하이난 관광객(2014년 약

4천 7백만명)의 약 10%를 하이난의료관광선행구에 유치할 계획

- 유명 휴양지에는 부유층의 별장촌이 조성되어 있고, 요양센터 등이 있으므로 단기 체류 관광객 이외에 장기체류고객의 확보도 가능
- 휴양지가 필요로 하는 의료/건강서비스는 대부분 재활, 요양, 의료미용, 건강검진/관리 등 한국 의료서비스가 경쟁력을 가지고 있는 과목들임

#### ○ 사업모델

- 중국 유명 관광지 혹은 대도시 근교 휴양지에서 추진 중인 중인 건강관리센터와 합작
- 주요 과목: 건강검진, 피부과, 안티에이징, 재활, 성인병관리, 중의(한방), 요양

#### □ 재활/양로 기관

○ 과거 중국 의료서비스 시장은 임상 위주로 발전하였으나 최근 중국 정부가 적극적으로 건강서비스 산업의 발전을 추동하며, 이의 일환으로 재활의료도 본격적으로 육성 중임

- 2009년 “의약위생체제 심화개혁 관련 의견(关于深化医药卫生体制改革的意见)”에서 예방/임상/재활의 결합 강조
- 2012년 “재활병원 기본표준(康复医院基本标准)” 및 “12차 5개년기간 재활의료사업 업무 지도의견 (十二五时期康复医疗工作指导意见)” 등을 발표하며 재활의료 분야의 관리표준과 육성/발전 방향에 대한 정책 제시

○ 특히 인구의 급속한 고령화(2013년 60세 이상 인구 2억 명 돌파, 전체 인구의 약 15%)로 인해, 중국 정부는 실버산업 육성을 위한 다양한 정책을 발표하며, 양로와 재활의 결합을 강조하고 있음.

- 중국 고령사업발전 12차 5개년 계획(老龄事业发展十二五规划, 2011년, 국

무원)

- 양로서비스업 가속 발전에 관한 일련의 의견(关于加快发展养老服务业的若干意见, 2013년, 국무원)

○ 재활이 필요한 질병의 발병률 증가 및 건강에 대한 기대수준 제고 등으로 중국의 재활의료 수요는 빠르게 증가하고 있으나, 인프라/인력 등의 부족으로 다수의 관련 의료기관이 외국과 협력을 하고 있음.

**표 5** 외국계 의료기관의 중국 의료기관 협력 교류 현황

국가	진출병원(합자/합작/교류)
독일	레버쿠젠 REHA TRAINING 재활센터, Humboldt University 부속병원, 베를린병원, Mandryk 병원, MEDICAL PARK 재활병원 등
홍콩	중문(中文)대학 중의학원, 이공대학, 쩌후이(浸会)대학 중의학원, 후이리(会立)중의학원, 침구(针灸)학원 등
미국	뉴욕주립대학 RUSK 재활연구원, University of Washington 재활의학센터, 태평양재활병원 등
스웨덴	Backadalen Äldreboende in Gothenburg 병원, SKANE LUND 대학병원 재활의학과 등
이스라엘	Raanana병원 재활센터, Loewenstein 병원 재활센터 등
일본	큐슈대학 재활센터, 熊本机能병원 등
한국	보바스기념병원 등
싱가포르	SGH(Singapore General Hospital) 등
마카오	마카오징후(镜湖)병원 등
스위스	Reha Clinic AG 등

자료: 보건산업진흥원

○ 사업모델

- 주거지 대상 양로재활서비스 제공 (낮병동, 재활 스테이션, 노인아파트 등)
- 민영재활병원: 특히 소아재활 등의 서비스가 부족
- 휴양지 내 재활센터

## □ 특수클리닉

- 공공의료/임상 중심으로 발전해온 중국 의료의 특징으로 인해 웰니스 분야의 특수클리닉 공급이 부족
  - 비만클리닉은 지방흡입과 중의 중심으로 발전
  - 소아과는 질병 중심으로 발전되어 성장발달클리닉 등 웰니스과목이 부족
  - 베이징, 상하이의 민영 검진센터의 약 10% 정도만이 소화기내시경 검사 진행
- 특수클리닉 개설 시 차별화, 의료기술로 인한 하이엔드 포지셔닝 등 다양한 장점이 있음.
- 사업모델
  - 중국 병원과 특수클리닉 중심으로 과실 합작
  - 특수클리닉을 중심으로 한 전문병원 개설

## 4. 중국 의료시장 진출의 과제와 제언

### □ 자본 투자

- 한국 의료기관들은 한국의 관련 법률 및 환경으로 인해 해외 투자가 쉽지 않으므로 성공적인 해외진출과 해외에서의 장기적인 발전에 한계가 있음.
  - 타이완, 싱가포르 등 영리성 의료기관이 가능한 국가의 외국 의료기관들은 영리성병원 중심으로 중국 진출을 하고 있으며, 합자법인 등 기업형 투자를 통한 중국 진출을 선호
  - 대부분 한국 의료기관들은 법률적인 제약 등으로 의료기관의 원장이 개인적으로 투자하거나 혹은 컨설팅/위탁운영 등 자본투자가 필요 없는 진

### 출 방식을 선호

- 개인 투자의 경우 규모 있는 투자가 힘들고, 컨설팅/위탁운영은 장기적인 발전에 제약이 있음.
- 금융기관과의 공동 진출 등 자본투자를 수반한 진출이 장기적으로 유리
- 다수의 중국 파트너들은 신뢰성 등을 이유로 한국 파트너가 자본투자를 병행하기를 희망함.
  - 투자 지분에 따라 의사결정 등의 참여 폭이 커짐.
  - 중국에서는 의료기관도 IPO, 금융기관의 투자 유치, M&A 등 다양한 방식으로 Exit 이 가능함.

### □ 기업화

- 중국 의료서비스 시장에서 성공하기 위해서는 기업형 경영이 필요함.
- 중국 민영 의료기관들은 의료와 행정이 분리된 경영을 선호하고 있으며, 마케팅, 자금조달, 확장 등에서 기업화된 운영을 하고 있음.
  - 한국 같이 의료진이 직접 병원을 경영하고, 비기업형으로 운영하는 시스템으로는 중국의 기업형 병원들과 경쟁하기 어려움.
  - 일례로 다수의 의료기관이 중국 진출 시 시장조사, 사업전략수립, 법률 검토 등을 내부 혹은 비전문적인 지인 등을 통해 추진하고 있어, 잘못된 사업전략 수립, 리스크가 높은 계약을 체결하는 경우가 자주 발생
- 의료와 경영을 분리하고, 내부 전문가 채용 혹은 외부 전문기업을 활용하여 기업화된 시스템으로 운영해야 성공가능성이 높음.
- 일부 중국 민영병원, 외자병원은 Medical MBA 출신이 병원을 경영하고 있으며, 다수의 대형 병원은 각 방면의 전문가를 채용하여 기업화된 운

영을 하고 있음.

## □ 통합적 진출

○ 의료서비스 뿐만 아니라 고객센터, 정보시스템, 의료장비 등이 통합된 패키지형 형태의 진출이 성공가능성이 높음.

- 성형 등 의료미용 과목 이외의 의료서비스는 중국내 브랜드가 부족함.
- 브랜드가 부족한 과목들은 고객센터/의료시스템 등을 통해 차별화 및 하이엔드 브랜딩을 모색해야 함.  
※ 모 타이완 검진센터는 중국 진출시 당일 내 검진결과 보고 등 의료시스템의 선진성을 강조하며 하이엔드로 포지셔닝
- 일례로 최근 중국내 관심이 높아지고 있는 고급 건강관리 분야의 경우, 한국의 맞춤형 건강관리 솔루션/시스템과 같이 진출할 경우 차별화된 경쟁우위 확보가 가능함.

## □ 정부 지원

○ 한국 의료기관은 우수한 의료서비스를 보유하고 있으나 성장환경, 제도 등의 이유로 인해 중국진출에 어려움을 겪고 있음.

- 정부의 적극적인 지원은 한국의료서비스의 성공적 중국진출에 큰 도움이 될 수 있음.
- 중국 진출을 추진하는 의료기관에 대해 금융기관이 더욱 적극적으로 투자/지원할 수 있는 환경 조성이 필요
- 의료기관의 중국 진출시 시장조사, 사업전략 수립, 파트너링 등의 서비스를 제공할 수 있는 민간 컨설팅회사 및 의료수출전문회사의 육성이 필요