

—

2000 12.9% 가 1 GDP  
 가 ( 12.3%) , 2005 GDP  
 4.7% 8,660  
 - 2005 가 10 2.2 가 ,  
 5.5 가 , 가  
 9% .

2006 6 , ,  
 30 .  
 - 16.2%, 24.3% 가 ,  
 2000 1.5%  
 가  
 , , ,

- 1990 68.5 ( 66.8 , 70.4 )  
 2000 71.4 ( 69.6 , 73.3 ) 가

< 1>

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
가	- 1.3	- 1.9	- 1.5	- 1.4	- 3.3	- 0.8	- 0.6
가	9.8	9.6	15.2	13.7	15.3	14.1	
1 GDP 가	9.8	9.7	9.0	12.2	17.0	14.3	14.0
/GDP	4.6	4.6	4.8	4.8	4.7	4.7	

: .

- , 100  
2004 24 2007 34  
가  
가 100 ,  
30 ~50 .  
- ( ( 5%  
( , 2008).  
가 2005 101 \* ,  
115 2,800  
\* 45 , 22 , 24 , 9 , 1  
가 2006  
48  
- , ( ),

- 30% , 20 , 2,000 (2000. 7 )
- , 가 가 .
- , 가
- 가 ,
- , 가 ,
- , .
- 5% 33% , 가가 .

: UFH(和睦家病院)

- UFH , , , 6
- 70%, 30% , 가 100%

10

2003~2006

,

- SK , 2

- 가 2008 500 ( 1,500 )

&lt; 2&gt;

	SK	2004		,
		2005		
	Corea	-		
		2004		, ,
		2005		, ,
	BK	2005		
		2004		,
		2003		
		2006		
		2003		, ,
	GF	2006		

:

(2010 50  
 ) 가 .  
 SK 가 가  
 가 .  
 가  
 ,  
 .  
 - ‘ ,  
 ( , )  
 가  
 1996~2006 4~5% 가

< 3>

		1995	2000	2005	2006	가 (%)
( )		33,094	42,121	53,000	54,898	4.7
		759	1,089	1,352	1,513	6.5
		28,202	36,558	46,795	48,415	5.0
( )		283	367	498	530	5.9
		142	182	231	249	5.3
		121	161	239	252	6.9

: .

- 1996~2006 4.7% 가  
2006 1,513 1996~2006  
6.5% 가 가 (4.7%)
- .
- 2006 53 ( 3.4%)  
1996~2006 5.9% 가

76%, 85%, 87%  
가  
가 , 20~  
30% , 가 .  
- , , ,  
가

< 4>

80%	(91%), , , ( 89%), (87%), (86%), (81%), , ( 80%) 9
	, ,
	,

< 5>

		( / )
	1.68	11.2
	1.97	8.6
	1.59	13.7
( )	(1.76)	(15.3)

: , 「 가 2008. 6.

1.67 ( , 「  
가 2008).

가 .

( )

,

.

- ,

가 .

, 가 .

-

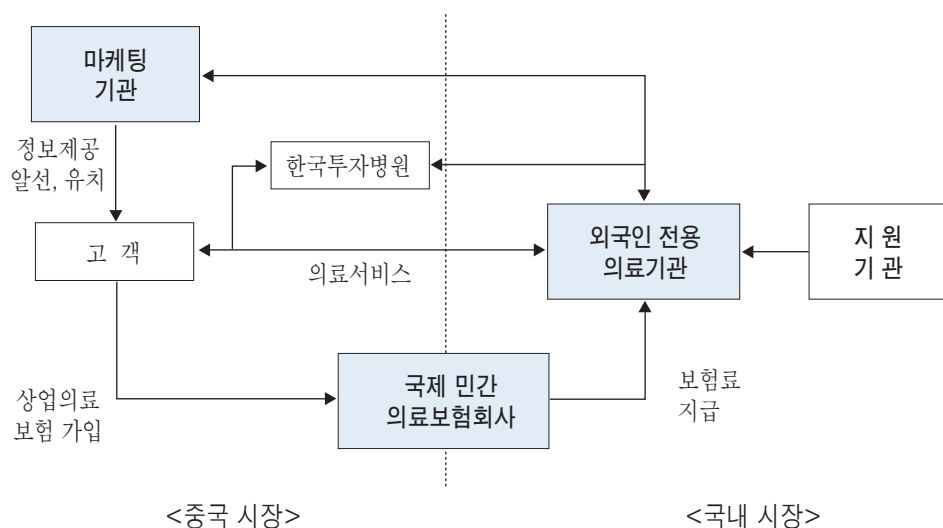
.



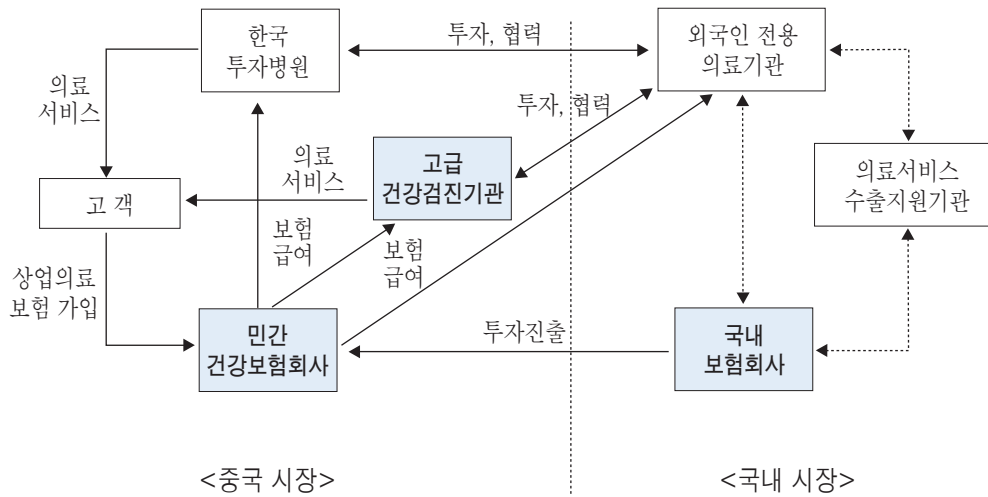
## □ 고급 의료서비스 분야 중국인 고객유치 전략

- 중국으로부터 체류 외국인 및 고소득 중국인 고급 의료서비스 고객을 유치하기 위해서는 ‘고객유치+민간 상업의료보험+의료서비스’의 기능을 결합한 비즈니스 모델이 적절
  - － 고객 유치는 국내 외국인 전용병원이 중국 내 마케팅전문기관(또는 자매병원)을 설립하거나, 중국에 진출한 한국 의료기관과의 협력 네트워크에 의해 추진
  - － 해외 고객 유치를 위해서는 국제 민간 상업 의료보험회사(PUPA, William Russel, Allianz Worldwide Care, AIG 등)와의 협약이 필수적임.
- 보험료율, 분쟁해결 등에 관한 국제적인 기준이 도입되어 고객의 신뢰를 확보하는 것이 성공적인 BM의 관건
- 중장기적으로는 한·중 합작병원 및 고급 건강검진기관의 진출을 활성화하

<그림 1> 중국 고급 의료서비스 고객 유치 모델



〈그림 2〉 한·중 의료서비스 협력모델(중장기)



고, 국내 보험회사의 현지시장 민간건강보험 부문 진출을 도모하여 고객 유치를 시스템화할 필요가 있음.

- 현지 진출 투자병원과 고급 건강검진기관을 1차 진료기관으로, 국내 외국인 전용 의료기관을 2차 진료기관으로 역할 분담
- 기존의 국제 민간건강보험의 주고객층이 체류 외국인임에 반해 국내 보험회사의 투자진출에 의한 민간건강보험은 중국 고소득층을 대상으로 하는 고급 의료시장 개척을 목표로 함.

○ 이러한 의료서비스 비즈니스 모델은 중국뿐만 아니라 의료비가 비싼 미국, 일본 등 선진국과 중동 및 아시아지역 고소득층 그리고 해외교포들을 대상으로 확대 가능함.

,  
 - , 가  
 ,  
 (가 ) ,  
 , , ,

< 6>

(M3)	- 가 - ,	- , 가 - 가 - 가 - 가가 가가
(M2)	- 가가 가 -	- 가 -
(M2+M3)	- , 가 - 가가 , 가 - 가가 가	- . -

- (JCI)

- ,

,

가가

( choice@kiet.re.kr )  
(02-3299-3042)

[www.kiet.re.kr](http://www.kiet.re.kr)