

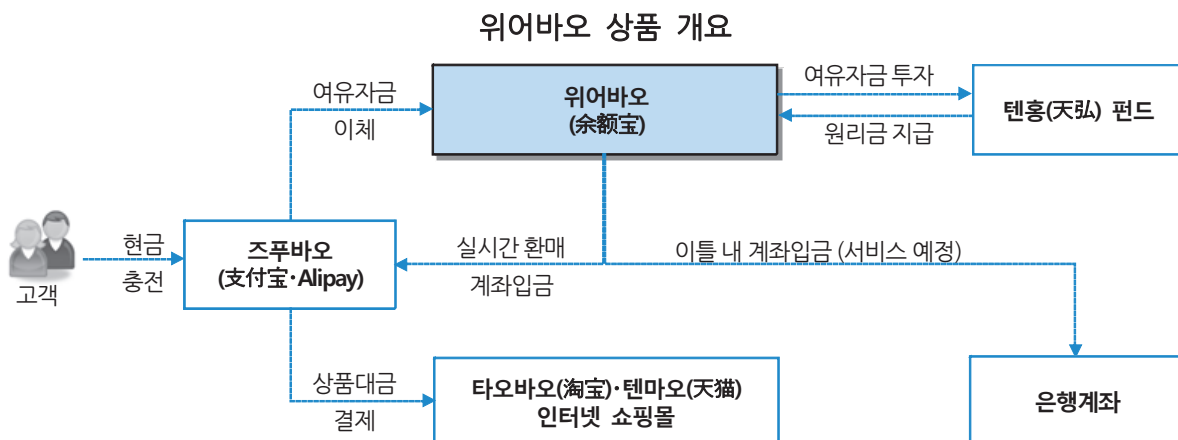
중국 ‘위어바오(余额宝)’의 성장배경 및 시사점

전략연구실 김종현 연구위원 synclare@woorifg.com

중국의 전자상거래 업체인 ‘알리바바’가 출시한 온라인 금융상품인 위어바오의 판매실적이 호조를 보이고 있다. 위어바오는 인터넷 쇼핑물의 거래계정에 남은 여유자금을 운용해 수익을 창출하는 머니마켓펀드 상품의 일종이다. 위어바오의 성장배경은 알리바바가 ‘제3자 보증 결제’를 기반으로 ‘高 금리’, ‘無 수수료’, ‘상품 가입과 자금인출의 편리함’ 등을 제공한 데 있다. 중국에서는 다양한 업종의 비금융회사들이 위어바오와 유사한 형태의 온라인 금융 상품을 잇달아 출시하며 전통적 모델을 벗어난 금융서비스를 확대하고 있다. 그러나 위어바오를 중심으로 한 중국 비금융회사의 온라인 금융사업의 성장세가 정부의 규제 강화와 기존 은행의 견제로 인해 앞으로도 지속 가능할 지는 불투명하다. 그럼에도 불구하고, 향후 비금융회사들의 온라인 금융상품이 기존 금융시장을 변화시킬 수 있으므로, 기존 은행업의 입장에서는 이에 대응하는 온라인 금융상품과 서비스를 적극 개발할 필요가 있다.

■ 중국 최대의 전자상거래 업체인 ‘알리바바(Alibaba.com)’가 2013년 6월 12일 출시한 ‘위어바오’라는 온라인 금융상품의 가입자 수와 가입 금액이 급증하고 있는 추세

- 위어바오는 알리바바가 고객의 여유자금을 中 텐홍자산운용이 운용하는 ‘텐홍(天弘)’이라는 통화펀드¹⁾에 위탁·운용하여 수익을 창출하는 머니마켓펀드(MMF) 상품의 일종
- 위어바오는 알리바바 산하의 ‘타오바오(淘宝)’나 ‘텐마오(天貓)’ 등 인터넷 쇼핑물의 결제대행 시스템인 ‘즈푸바오(支付宝, 영문명 Alipay)’의 고객 거래계정에 남아 있는 여유자금을 텐홍펀드에 투자해 수익을 창출하는 구조



자료: 우리금융경영연구소

1) 통화펀드는 주로 국채, 중앙은행어음, 정부단기채권, 기업채권, 은행예금 등에 투자하는 펀드를 말함

- 2014년 2월 말 기준 위어바오의 가입자 수는 8,100만 명, 거래규모는 5,000억 위안(약 87조 원)을 넘어섰고, 총 29억 6,000만 위안(약 5,200억 원)의 이자수익을 창출
 - 2013년 9월 말 이후 6개월 만에 가입자 수는 20배, 가입 금액은 19배 이상 증가

위어바오 판매실적 (2013년 9월~2014년 2월)

	2013년 9월 말	2014년 1월 말	2014년 2월 말
가입자 수	400만 명	4,900만 명	8,100만 명
가입 금액	260억 위안	2,500억 위안	5,000억 위안

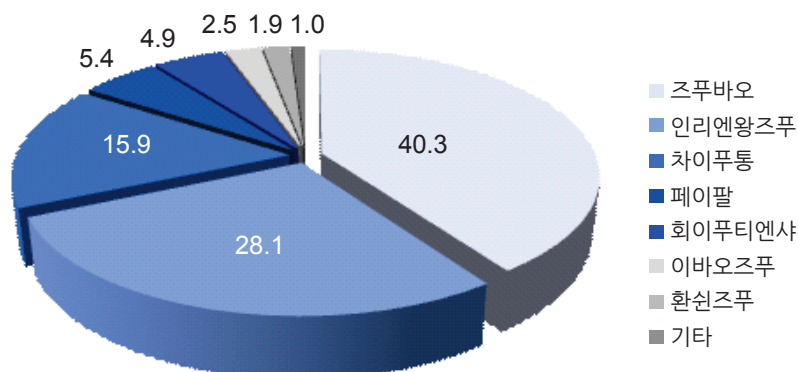
자료: 중국 언론보도 종합

■ 위어바오의 성장은 중국 전자상거래 시장의 독특한 특징 중 하나인 ‘제3자 보증결제’ 시장에서 알리바바가 주도권을 잡고 있었기 때문에 가능

- 신용카드 결제 인프라 구축이 미진하여 신용카드 사용이 보편화되지 않은 중국에서는 고객이 전자상거래 시 현금예치식 제3자 보증결제 방식을 주로 사용
 - 제3자 보증결제는 고객이 현금을 인터넷 쇼핑몰 내 자신의 거래 계좌에 넣어두고 상품 배송이 정상적으로 완료된 것을 확인한 후에, 결제대금이 판매자에게 지급되도록 하는 방식
- 알리바바는 2004년 12월 자사의 인터넷쇼핑몰에서 사용할 수 있는 즈푸바오라는 제3자 보증결제 시스템을 개발하여 시장을 주도
 - 2013년 3분기 말 기준 중국 내 200여개 제3자 보증결제 서비스 업체 중 알리바바의 즈푸바오가 시장점유율 40.3%로 1위를 차지
- 그 결과 알리바바는 고객의 여유자금을 운영해 부가수익을 거둘 수 있는 기반 창출

중국 제3자 보증결제 시장점유율

(단위: %)



자료: Enfodesk, 2013년 3분기 말 중국 제3자 보증결제 시장 분기 모니터링 보고

■ ‘高 금리’, ‘無 수수료’, ‘상품 가입과 자금 인출의 편리함’ 등 금융상품으로서 위어바오가 갖는 장점 역시 상품판매 확대에 크게 기여

- [高 금리] 2014년 2월 말 기준 중국 시중은행의 수시입출금 예금금리는 연 0.35%에 불과하나, 수시입출금이 가능한 위어바오는 이보다 많은 연 5~6%의 고금리를 지급
 - 이는 위어바오가 텐홍이라는 통화펀드를 통해 개인이 투자할 수 없는 은행 간 시장에 간접 투자함으로써 실제 시장금리 수준의 수익 획득이 가능했던 데 기인
- [無 수수료] 일반적으로 중국 시중은행의 계좌개설 비용은 10~50위안에 달하나, 위어바오는 계좌개설 수수료와 중도해지 수수료가 없음
 - 최소 3일만 맡기면 별도의 수수료 없이 연 5~6%의 이자를 지급
- [상품 가입과 자금 인출의 편리함] 인터넷 쇼핑물 고객은 자신의 즈푸바오 계정에서 위어바오 계좌를 개설하여 바로 현금을 예치할 수 있고, 실시간으로 자금 인출도 가능
 - 최소 1위안만 있으면 투자자가 은행을 방문하지 않고도, 인터넷 상에서 계좌 개설 및 수시 입출금이 가능하고, 모바일앱으로도 실시간 이자확인이 가능

위어바오와 他 금융상품 비교

업 무	최소 가입금액	이자율(年)	자금인출
위 어 바 오	1위안	5~6%	3일 이후 수시 가능
他 금 용 사 펀드	50,000위안	4~7%	약정기한 내 불가
은행 수시입출금 예금	0.01위안	0.35%	수시 가능

자료: 하이통증권(海通證券)

■ 한편 중국에서는 알리바바의 경쟁사를 비롯한 다양한 업종의 비금융회사들이 위어바오와 유사한 형태의 온라인 금융상품을 잇달아 출시하며 전통적 모델을 벗어난 금융서비스를 확대 중

- 알리바바의 경쟁업체인 ‘텐센트’는 2014년 1월 온라인 금융상품인 ‘리차이통(理财通)’을 출시
 - 리차이통은 텐센트의 모바일 메신저인 ‘위챗’을 이용해 가입할 수 있는 온라인 펀드 상품의 일종으로, 출시한 지 하루 만에 8억 위안(약 1,402억 원)의 판매고를 달성
- 중국 최대 검색업체인 ‘바이두(百度)’ 역시 2013년 10월 ‘바이주안(百赚)’을 출시
 - 바이두는 차이나에셋(華夏基金)과 함께 온라인 금융상품을 출시한 지 20분 만에 목표 판매액 10억 위안(약 1,740억 원)을 달성
- 또한 중국의 대표적인 포털사이트인 ‘왕이(网易)’와 전자제품 유통업체 ‘쑤닝(苏宁)’까지 위어바오와 유사한 형태의 온라인 금융상품을 출시

최근 중국 비금융회사의 온라인 금융상품 출시 현황

	알리바바	텐센트	바이두	왕이	쑤닝
상 품 명	위어바오(余额宝)	리차이통(理财通)	바이주안(百赚)	시엔진바오(现金宝)	링치엔바오(零钱宝)
출 시 일	2013.6.13	2014.1.16	2013.10.31	2013.12.18	2014.1.15
수 익 률 (年)	5.53%	5.66%	5.40%	5.43%	5.32%
최저 가입금액	1위안	0.01위안	1위안	0.01위안	1위안
서 비 스 채 널	PC/휴대폰	휴대폰	PC/휴대폰	PC/휴대폰	PC/휴대폰
제3자 결제기능	有	無	有	有	有

주: 2014년 3월 20일 기준

자료: Kotra 중국 무역관

■ 그러나 위어바오를 중심으로 한 중국 비금융회사의 온라인 금융사업의 성장세가 정부의 규제 강화와 기존 은행의 견제로 인해 앞으로도 지속 가능할 지는 불투명한 상황

- 위어바오 성장의 핵심 요소는 중국 정부가 정하는 일반적인 예금금리와 금융시장의 자금 수요와 공급 상황을 반영하는 은행 간 자금대차 금리 간의 격차에 따른 ‘재정거래 (arbitrage)’ 기회를 활용한 것
- 그러나 중국 당국이 온라인 금융상품에 대한 규제를 일반예금 수준으로 강화하거나, 향후 1년~2년 내에 중국의 예금금리가 자유화되면 현재와 같은 위어바오의 고금리 경쟁력은 급격히 상실될 가능성이 매우 높음
 - 감독 당국 일각에서는 위어바오 등 온라인 금융상품 역시 은행의 일반예금 관리 규정에서 정한 이자율 상한을 따르고 지급준비금을 납부하도록 해야 한다는 의견 대두
 - 중국 증권감독관리위원회는 투자자 정보보호 및 투자위험 공개, 불법 자금모집 활동 금지 등 비금융회사의 온라인 금융상품 감독방안 마련에 착수한 것으로 알려짐
- 또한 중국 은행들은 비금융회사들의 금융시장 진입에 대응하기 위해 예금금리를 인상함과 동시에 비금융회사의 온라인 금융상품을 견제하기 시작
 - 공상은행, 교통은행, 건설은행 등 국유은행들은 예금금리를 중국 인민은행이 정한 금리 상한선인 연 3.3%(1년물 정기예금)까지 인상
 - 최근 이들 은행들은 그동안 비금융회사가 고수익 실현의 주요 투자수단으로 활용해 온 협의예금²⁾을 받지 않을 수도 있음을 시사
- 만약 중국 은행들이 비금융회사의 협의예금을 실제로 거부할 경우, 향후 비금융회사들이 취급하는 온라인 금융상품의 수익률이 급락할 가능성이 매우 높음

2) 협의예금은 거래의 예금에 대해 은행과 고객이 협의를 통해 금리와 만기를 결정하는 예금으로, 주로 은행 간 대출시장에서 자금을 운용하기 때문에 상대적으로 금리가 높음

■ 비금융회사의 온라인 금융상품의 미래가 불투명함에도 불구하고, 기존 은행업의 입장에서는 향후 유사한 형태의 온라인 금융상품들이 초래할 구조적인 변화에 미리 대비할 필요

- 위어바오는 현금예치식 제3자 보증결제 방식을 활용하여 급속히 확산된 금융상품으로 전자상거래 환경이 다른 나라에서는 일반화되기 어려운 모델
 - 우리나라와 같이 신용카드, 소액결제 등 다양한 결제방법이 발달해 현금예치가 불필요한 환경에서는 전자상거래 업체가 위어바오와 같이 여유자금을 확보하기가 쉽지 않음
- 그러나 향후 비금융회사들의 온라인 금융상품 비중이 증가하면서 기존 금융시장을 변화시킬 가능성은 높아질 전망
 - 중국 텐센트는 모바일 메신저 ‘위챗’(중국판 카카오톡) 계정에 은행 계좌를 연동시키고, 자사의 모바일 결제 시스템인 ‘텐페이(TenPay)’를 통해 대금결제를 가능케 함
 - 우리나라에서도 대규모 사용자 기반을 갖고 있는 모바일 메신저 ‘카카오톡’이 위챗과 유사한 방식의 금융서비스를 2014년 상반기 중으로 출시할 계획
- 따라서 기존 금융회사, 특히 자금이체 및 예금업무를 주로 다루는 은행은 이종업체들의 금융시장 진입에 대비한 전략을 세우고 온라인 금융상품과 서비스를 적극 개발할 필요
 - 최근 중국 공상은행, 교통은행, 초상은행, 중신은행 등은 위챗과 연계하여 계좌이체, 공과금 납부, 신용카드 신청 및 관리 등이 가능한 서비스를 출시