

2018年中国旅游保险市场分析报告- 行业深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国旅游保险市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/340462340462.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、保险业垄断

当前我国保险市场中存在的垄断现象不利于旅游保险的发展。垄断与反垄断是中国保险市场进一步发展必须面对的问题，可以说，竞争与市场垄断相辅相存。

当前保险业中的垄断对于旅游保险的发展起着消极的作用。旅游保险的特点之一是保费低廉，缺乏大的利润空间，大保险公司对于利润不足的旅游保险缺乏发展动力，而小的保险公司只能通过降价等方式来进行竞争，利润空间会越变越小。在这种情况下，保险公司投入发展旅游保险的激励更加不足了。

图表：旅游保险

图表来源：公开资料整理

二、对旅游保险业的发展投入不足

1、对供给方来说

对于保险公司来说，旅游保险的保费和其他保险比起来是比较低的。它们大多期限短、售价低。除了较贵的境外旅游保险保费和长期旅游保险保费，绝大多数旅游保险都是在几元到几十元之间，跟人身保险，人寿保险，财产保险等上千上万的保费相比，其利润比较低，并且旅游保险风险不确定性高，保险公司从中能够获取的利润较小。

保险公司缺乏足够的激励去大力投入旅游保险的发展。虽然可以通过销量来增加利润，但是当前的销售量增加情况并不能满足保险公司的需求。虽然旅游的人次众多，但超过80%的游客选择的都是自助游，而当下购买旅游保险的主要渠道依旧来自旅行社的推销或者其中和合同绑定的旅游保险。大部分自助游的游客就游离在了旅游保险的市场之外。受限于销售渠道，旅游保险的销售量并不能激励保险公司对旅游保险的发展进行更多的投入。

旅行社对于旅游保险的销售也并不积极，因为没有足够的利益驱使他们去向游客推荐旅游保险产品。对于旅行社来说，它是一个处在游客和保险公司之间的中间者。对于利润不高的旅游保险，它缺乏激励去投入。

虽然《旅行社投保旅行社责任保险规定》表明旅行社在与旅游者订立旅游合同时，应当推荐旅游者购买相关的旅游者个人保险。但是由于旅游者购买不积极，再加上保费低，旅行社推荐旅游意外险无法获得足够的收益，利益分配机制的缺失逐渐导致旅行社对旅游意外保险销售失去了应有的兴趣。

2、对需求方而言

旅游保险的需求方是广大游客，他们对旅游保险的购买就是对旅游保险的投入。但目前游客对于购买旅游保险的热情不高，缺乏保险意识。

首先，游客对保险不信任。保险是一种诚信产品，但是基于之前我国保险的推销模式，保险推销员的形象深入人心，很多保险推销人为了业务，误导人们，导致人们对于保险充满了不信任。

其次，游客存在侥幸心理，比如大多数旅游者往往会低估短时间旅游的风险，认为短时间旅游购买保险太过麻烦，成本大于收益，拒绝购买旅游保险。可以说这是一种风险偏好的不同，也可以说这是他们保险意识的不足。

再次，游客的多样化需求得不到满足，对于参加一般旅游活动的游客和热衷于冒险活动的游客，需求显然是不一样的。并且风险高的游客往往倾向于购买保险，但是目前这种个性化需求还得不到满足。

最后，旅游者不了解旅游保险的相关知识，很多旅游者很多游客在旅行社投保后并不知道自己买了什么样的旅游保险，自己有哪些合法权益。并且有的旅游保险条款模糊、索赔手续复杂，使得旅游者面对旅游保险总是充满了怀疑和抵触态度。游客的消费欲望不高也与现有保险公司宣传不到位，社会总体对旅游保险的不重视有关系。

3、旅游保险内部体系不够优化

1、产品内部结构单调

现行市场上的旅游保险产品种类少，过于单调，缺乏合理的产品体系，制约了旅游保险业的发展。目前旅游保险的基础产品可以粗略分类为旅游财产保险、旅游人身保险、旅游责任保险等，我国现已有了旅游保险分类的框架，但是缺少丰富的旅游保险产品。我国现有的旅游保险产品远不能满足市场的需要。比如冒险性旅游，还有面向商旅人士长期旅游保险等旅游保险在我国都是处于缺位的状态。这是旅游保险没能进行市场细分，区别对象进行开发适合游客需求的旅游保险产品的后果。现在保险公司往往做不到细分对象并由此扩大业务这一点。

总的来说，旅游保险产品内部结构单调，旅游保险产品缺乏创新，现在市场上各家保险公司的旅游保险产品都大同小异，不能满足旅游保险业的发展现状。并且现有旅游保险产品缺乏适应各种人群不同需求的个性化旅游保险产品，比如针对老人、儿童、特殊疾病患者的旅游保险产品。这限制了旅游保险进一步打开市场，开发游客的需求。

2、旅游保险代理问题

一般旅游保险代理会存在代理者提价，保险成本提高，代理者不积极全面介绍产品等情况。目前我国旅游保险产品的代理还是集中在旅行社，而旅行社代理销售的方式往往是通过签订旅游合同自带的旅游保险进行销售，少有特意推荐旅游保险的旅行社。对于旅行社来说，自带旅游保险是它们的义务，但是旅行社不愿意让旅游保险的销售影响它自己的主营业务发展，尤其是对于短途旅游，游客对价格变动很敏感，在游客缺乏保险意识的情况下，如果指出合同中强购买的旅游保险，或推荐游客购买旅游保险产品，可能会影响旅行社自身的业务发展。所以在我国的保险公司与旅行社之间存在着旅游保险代理问题。必须寻求到保险公司与代理者之间合理的利益分配机制，才能激励双方进一步推动旅游保险业发展。

观研天下发布的《2018年中国旅游保险市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心

心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国旅游保险行业发展概述

第一节 旅游保险行业发展情况概述

一、旅游保险行业相关定义

二、旅游保险行业基本情况介绍

三、旅游保险行业发展特点分析

第二节 中国旅游保险行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、旅游保险行业产业链条分析

三、中国旅游保险行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国旅游保险行业生命周期分析

一、旅游保险行业生命周期理论概述

二、旅游保险行业所属的生命周期分析

第四节 旅游保险行业经济指标分析

- 一、旅游保险行业的赢利性分析
- 二、旅游保险行业的经济周期分析
- 三、旅游保险行业附加值的提升空间分析

第五节 国中旅游保险行业进入壁垒分析

- 一、旅游保险行业资金壁垒分析
- 二、旅游保险行业技术壁垒分析
- 三、旅游保险行业人才壁垒分析
- 四、旅游保险行业品牌壁垒分析
- 五、旅游保险行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球旅游保险行业市场发展现状分析

第一节 全球旅游保险行业发展历程回顾

第二节 全球旅游保险行业市场区域分布情况

第三节 亚洲旅游保险行业地区市场分析

- 一、亚洲旅游保险行业市场现状分析
- 二、亚洲旅游保险行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲旅游保险行业市场前景分析

第四节 北美旅游保险行业地区市场分析

- 一、北美旅游保险行业市场现状分析
- 二、北美旅游保险行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美旅游保险行业市场前景分析

第五节 欧盟旅游保险行业地区市场分析

- 一、欧盟旅游保险行业市场现状分析
- 二、欧盟旅游保险行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟旅游保险行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界旅游保险行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球旅游保险行业市场规模预测

第三章 中国旅游保险产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品旅游保险总额
- 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国旅游保险行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国旅游保险产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国旅游保险行业运行情况

第一节 中国旅游保险行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国旅游保险行业市场规模分析

第三节 中国旅游保险行业供应情况分析

第四节 中国旅游保险行业需求情况分析

第五节 中国旅游保险行业供需平衡分析

第六节 中国旅游保险行业发展趋势分析

第五章 中国旅游保险所属行业运行数据监测

第一节 中国旅游保险所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国旅游保险所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国旅游保险所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国旅游保险市场格局分析

第一节 中国旅游保险行业竞争现状分析

- 一、中国旅游保险行业竞争情况分析
- 二、中国旅游保险行业主要品牌分析

第二节 中国旅游保险行业集中度分析

- 一、中国旅游保险行业市场集中度分析
- 二、中国旅游保险行业企业集中度分析

第三节 中国旅游保险行业存在的问题

第四节 中国旅游保险行业解决问题的策略分析

第五节 中国旅游保险行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国旅游保险行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国旅游保险行业消费特点

第二节 中国旅游保险行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 旅游保险行业成本分析

第四节 旅游保险行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国旅游保险行业价格现状分析

第六节 中国旅游保险行业平均价格走势预测

- 一、中国旅游保险行业价格影响因素
- 二、中国旅游保险行业平均价格走势预测
- 三、中国旅游保险行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国旅游保险行业区域市场现状分析

第一节 中国旅游保险行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区旅游保险市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区旅游保险市场规模分析
- 四、华东地区旅游保险市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区旅游保险市场规模分析
- 四、华中地区旅游保险市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区旅游保险市场规模分析

第九章 2016-2018年中国旅游保险行业竞争情况

第一节 中国旅游保险行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国旅游保险行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国旅游保险行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 旅游保险行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国旅游保险行业发展前景分析与预测

第一节 中国旅游保险行业未来发展前景分析

一、旅游保险行业国内投资环境分析

二、中国旅游保险行业市场机会分析

三、中国旅游保险行业投资增速预测

第二节 中国旅游保险行业未来发展趋势预测

第三节 中国旅游保险行业市场发展预测

一、中国旅游保险行业市场规模预测

二、中国旅游保险行业市场规模增速预测

三、中国旅游保险行业产值规模预测

四、中国旅游保险行业产值增速预测

五、中国旅游保险行业供需情况预测

第四节 中国旅游保险行业盈利走势预测

一、中国旅游保险行业毛利润同比增速预测

二、中国旅游保险行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国旅游保险行业投资风险与营销分析

第一节 旅游保险行业投资风险分析

- 一、旅游保险行业政策风险分析
- 二、旅游保险行业技术风险分析
- 三、旅游保险行业竞争风险分析
- 四、旅游保险行业其他风险分析

第二节 旅游保险行业企业经营发展分析及建议

- 一、旅游保险行业经营模式
- 二、旅游保险行业销售模式
- 三、旅游保险行业创新方向

第三节 旅游保险行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国旅游保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国旅游保险行业品牌战略分析

- 一、旅游保险企业品牌的重要性
- 二、旅游保险企业实施品牌战略的意义
- 三、旅游保险企业品牌的现状分析
- 四、旅游保险企业的品牌战略
- 五、旅游保险品牌战略管理的策略

第二节 中国旅游保险行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国旅游保险行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国旅游保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国旅游保险行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国旅游保险行业定价策略分析

第三节 中国旅游保险行业营销渠道策略

一、旅游保险行业渠道选择策略

二、旅游保险行业营销策略

第四节 中国旅游保险行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国旅游保险行业重点投资区域分析

二、中国旅游保险行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/340462340462.html>