

2018年中国手术意外险推广行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

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年中国手术意外险推广行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/346519346519.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

手术意外险是针对非预见性的手术意外而设立的险种。非预见性指的是手术之前未确定的、仅具有可能性的事件，包括但并不限于手术知情同意书所列举的可能发生的不利后果，以及针对该不利后果在术前已经确定的手术计划。手术意外指的是术中、术后患者所发生的一系列病理改变，可能会造成患者死亡、残疾或费用的增加等后果。在手术过程中，难免会发生医方无过错、非预见性的手术意外，手术意外会造成患方额外的经济负担，我国又缺乏相应的无过错行为损害赔偿方式，因此会成为医患发生争议的原因之一。手术意外险可以承担起一部分无过错行为损害的补偿责任，缓和日趋紧张的医患关系，其推广有着深远的意义，但在推广过程中却面临着诸多困难。

1、来自于患方的困难

1.1、患方风险意识不高

患方多数没有医学知识，对手术风险的预计不足，加之现在某些媒体宣传医院时过于强调手术成功率，弱化了患方的风险意识，导致患者风险意识不高，认为手术意外险作用不大而不愿购买。

1.2、患方不愿额外承担手术意外险费用

患方认为己方已经承担了数额较大的手术费用，而医院手术意外发生几率那么低，因此没有必要额外多花钱再买一份手术意外险，造成家庭经济负担加重。

1.3、迷信思想作祟

有的患者较为迷信，常见于老年患者，自称认为意外险是一种“诅咒”，买了后反倒容易出现意外，不买心里还踏实一些，表示在家时就不买任何保险，所以不会购买手术意外险。

1.4、家属意见不一致

某些老年患者的手术费用源于多名子女，子女对手术意外险看法各异，达不成一致意见时也不会购买。

1.5、对保险公司信誉存在疑虑

在一项针对住院患者商业医疗保险的调查中，6.3%的患方认为理赔难，4.7%的患方认为信誉度低，同样的质疑也存在于手术意外险之中。

患方表示万一出了手术意外而保险公司不理赔怎么办，没有时间去跟保险公司纠缠理赔一事。

2、来自医方的困难

2.1、有些医生对手术风险未予足够重视

我国现有的医学教育模式中，没有重视对医护人员的风险意识教育，从业风险意识不足，导致有些医生不注重术前风险告知，泛泛而谈，甚至片面强调手术成功率，间接影响到患方的手术意外险购买积极性。

2.2、医生对手术意外险了解不够充分

有些医生对手术意外险了解不足。此外，保险公司在推广手术意外险时，在有些情况下会影响到医生工作，导致其对手术意外险推广所持的态度比较漠然。

2.3、医院无相应用房提供给保险公司使用

医院和保险公司既不是合作关系，也不存在利益关系，且根据《综合医院建筑设计规范》，医院没有相应用房交付保险公司使用，但为了患者投保方便，只能将投保点设在一个角落，也会影响到手术意外险的推广。

3、媒体对手术意外险推广影响

3.1、部分媒体对手术意外险报道不全面

2005年4月18日，“阜外医院不投保不能做手术？院方称为病人着想”[4]一文发表。时隔不久，另外一篇“手术意外险遭遇意外”发表，两文作者从院方作为第一受益人是否合适、保费金额等几个方面进行了评述。首先，两者都未谈及手术意外风险及风险程度；其次，两者忽略了保险本意——保险是在社会团结、互助共济原则上建立的风险分担机制，是社会经

济保障制度的重要组成之一；再次，他们未从发生手术意外的患方角度思考及讨论，显然有失偏颇。这些不全面的报道也影响了手术意外险的大范围推广。

3.2、主流媒体对手术风险宣传力度不足

极少有媒体对手术风险进行正面宣传，造成公众对手术风险的认知度不高。有些医院在媒体过度宣传手术成功率等内容，使民众对手术有了较高心理预期，降低了手术风险的意识，间接导致患方购买手术意外险意识降低。

4、保险业自身缺陷对手术意外险的影响

保险业自身缺陷对手术意外险的影响

国内保险业较国外相对落后跟国外保险业相比，我国保险业存在相关法律法规、监督管理、管理模式、信息化等方面存在落后情况[6]，造成保险深度不到3%，民众购买保险意识较差。在保险业这种大环境下，手术意外险的推广必然受到影响。

失信问题导致保险信任度不足某些保险代理人员素质较低，保险公司违规经营等现象，造成民众对保险业有“投保容易，索赔难；收钱迅速，赔款拖拉”的不良印象。这是手术意外险大范围推广中的较大阻力。

资料来源：公开资料整理

5、国家对手术意外险推广力度不足

卫医管发[2010]20号文件《关于印发公立医院改革试点指导意见的通知》中第十二条指出：积极发展医疗意外伤害保险和医疗责任保险。

之后，国家对医责险进行了大范围推广，而手术意外险却较少进行宣传，也未出台相应细则，导致手术意外险的推广范围和医院推广力度降低。

6、对策及建议

6.1、应出台手术意外险鼓励性政策及措施

手术意外险的推广过程中面临着多方面、多因素影响，导致其进展缓慢。我国暂无类似于新西兰无过错行为损害赔偿机制的政策——新西兰意外事故委员会对手术意外患者有一定的补偿以减轻家庭经济负担。在此国情之下，手术意外险不失为针对手术意外患方的一种有效经济保障手段，国家应出台相应细则及鼓励措施来推广该险种。

6.2、媒体应客观认知、宣传手术风险

媒体应正面告知民众手术中必然蕴藏的风险，提高他们的手术风险意识，让民众认识到手术风险是一种无法避免的客观存在，学会理性面对这种不良后果，进而选择手术意外险来规避这种不良后果所带来的财务风险。

6.3、保险业需加强规范管理

国家应出台相应法律法规规范保险业。此外，保险业内也应通过自律来提高服务水平，避免个别公司、个别业务员导致的信誉降低问题，提高民众购买保险的广度与深度。大环境好了之后，手术意外险的推广才能更顺利进行。

6.4、关于保费及赔偿建议

保费及赔偿问题，是否可根据相应病种及手术风险程度等因素确定保费金额，由医保统一支付，通过投保量的扩大而降低保费，然后交由相关公司或部门运作。当发生手术意外时，若患方对临床诊疗过程无异议时，根据术式、临床结果、所用器械等因素计算出险金额，给予患方一定的经济补偿；当患方对临床诊疗过程有异议时，手术意外险补偿机制停止，患方可自行通过法律程序主张自己的权利。诚然，这将涉及多领域、多行业的研究及协作，作者旨在抛砖引玉，期待有更好的方案或措施化解日益增多的医患矛盾，建设和谐医患关系。

(GYWWJP)

观研天下发布的《2018年中国手术意外险推广行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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年中国手术意外险推广行业发展概述

第一节 手术意外险推广行业发展情况概述

- 一、手术意外险推广行业相关定义
- 二、手术意外险推广行业基本情况介绍
- 三、手术意外险推广行业发展特点分析

第二节 中国手术意外险推广行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、手术意外险推广行业产业链条分析
- 三、中国手术意外险推广行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国手术意外险推广行业生命周期分析

- 一、手术意外险推广行业生命周期理论概述
- 二、手术意外险推广行业所属的生命周期分析

第四节 手术意外险推广行业经济指标分析

- 一、手术意外险推广行业的赢利性分析
- 二、手术意外险推广行业的经济周期分析
- 三、手术意外险推广行业附加值的提升空间分析

第五节 国中手术意外险推广行业进入壁垒分析

- 一、手术意外险推广行业资金壁垒分析
- 二、手术意外险推广行业技术壁垒分析
- 三、手术意外险推广行业人才壁垒分析

四、手术意外险推广行业品牌壁垒分析

五、手术意外险推广行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球手术意外险推广行业市场发展现状分析

第一节 全球手术意外险推广行业发展历程回顾

第二节 全球手术意外险推广行业市场区域分布情况

第三节 亚洲手术意外险推广行业地区市场分析

一、亚洲手术意外险推广行业市场现状分析

二、亚洲手术意外险推广行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲手术意外险推广行业市场前景分析

第四节 北美手术意外险推广行业地区市场分析

一、北美手术意外险推广行业市场现状分析

二、北美手术意外险推广行业市场规模与市场需求分析

三、北美手术意外险推广行业市场前景分析

第五节 欧盟手术意外险推广行业地区市场分析

一、欧盟手术意外险推广行业市场现状分析

二、欧盟手术意外险推广行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟手术意外险推广行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界手术意外险推广行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球手术意外险推广行业市场规模预测

第三章 中国手术意外险推广产业发展环境分析

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、全社会消费品手术意外险推广总额

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 中国手术意外险推广行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国手术意外险推广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 中国手术意外险推广行业运行情况

第一节 中国手术意外险推广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 中国手术意外险推广行业市场规模分析

第三节 中国手术意外险推广行业供应情况分析

第四节 中国手术意外险推广行业需求情况分析

第五节 中国手术意外险推广行业供需平衡分析

第六节 中国手术意外险推广行业发展趋势分析

第五章 中国手术意外险推广所属行业运行数据监测

第一节 中国手术意外险推广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 中国手术意外险推广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 中国手术意外险推广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年中国手术意外险推广市场格局分析

第一节 中国手术意外险推广行业竞争现状分析

一、中国手术意外险推广行业竞争情况分析

二、中国手术意外险推广行业主要品牌分析

第二节 中国手术意外险推广行业集中度分析

一、中国手术意外险推广行业市场集中度分析

二、中国手术意外险推广行业企业集中度分析

第三节 中国手术意外险推广行业存在的问题

第四节 中国手术意外险推广行业解决问题的策略分析

第五节 中国手术意外险推广行业竞争力分析

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年中国手术意外险推广行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国手术意外险推广行业消费特点

第二节 中国手术意外险推广行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 手术意外险推广行业成本分析

第四节 手术意外险推广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 中国手术意外险推广行业价格现状分析

第六节 中国手术意外险推广行业平均价格走势预测

一、中国手术意外险推广行业价格影响因素

二、中国手术意外险推广行业平均价格走势预测

三、中国手术意外险推广行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国手术意外险推广行业区域市场现状分析

第一节 中国手术意外险推广行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地手术意外险推广市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区手术意外险推广市场规模分析
- 四、华东地区手术意外险推广市场规模预测
- 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、华中地区手术意外险推广市场规模分析
 - 四、华中地区手术意外险推广市场规模预测
- 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、华南地区手术意外险推广市场规模分析

第九章 2016-2018年中国手术意外险推广行业竞争情况

第一节 中国手术意外险推广行业竞争结构分析（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 中国手术意外险推广行业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 中国手术意外险推广行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 手术意外险推广行业企业分析（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年中国手术意外险推广行业发展前景分析与预测

第一节 中国手术意外险推广行业未来发展前景分析

一、手术意外险推广行业国内投资环境分析

二、中国手术意外险推广行业市场机会分析

三、中国手术意外险推广行业投资增速预测

第二节 中国手术意外险推广行业未来发展趋势预测

第三节 中国手术意外险推广行业市场发展预测

一、中国手术意外险推广行业市场规模预测

二、中国手术意外险推广行业市场规模增速预测

三、中国手术意外险推广行业产值规模预测

四、中国手术意外险推广行业产值增速预测

五、中国手术意外险推广行业供需情况预测

第四节 中国手术意外险推广行业盈利走势预测

一、中国手术意外险推广行业毛利润同比增速预测

二、中国手术意外险推广行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国手术意外险推广行业投资风险与营销分析

第一节 手术意外险推广行业投资风险分析

一、手术意外险推广行业政策风险分析

二、手术意外险推广行业技术风险分析

三、手术意外险推广行业竞争风险

四、手术意外险推广行业其他风险分析

第二节 手术意外险推广行业企业经营发展分析及建议

一、手术意外险推广行业经营模式

二、手术意外险推广行业销售模式

三、手术意外险推广行业创新方向

第三节 手术意外险推广行业应对策略

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年中国手术意外险推广行业发展策略及投资建议

第一节 中国手术意外险推广行业品牌战略分析

一、手术意外险推广企业品牌的重要性

二、手术意外险推广企业实施品牌战略的意义

三、手术意外险推广企业品牌的现状分析

四、手术意外险推广企业的品牌战略

五、手术意外险推广品牌战略管理的策略

第二节 中国手术意外险推广行业市场的关键客户战略实施

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 中国手术意外险推广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年中国手术意外险推广行业发展策略及投资建议

第一节 中国手术意外险推广行业产品策略分析

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 中国手术意外险推广行业定价策略分析

第三节 中国手术意外险推广行业营销渠道策略

一、手术意外险推广行业渠道选择策略

二、手术意外险推广行业营销策略

第四节 中国手术意外险推广行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国手术意外险推广行业重点投资区域分析

二、中国手术意外险推广行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/346519346519.html>