

论文摘要：旅游保险是保险业的重要组成部分，本文首先介绍了我国旅游保险的现状，并分析了我国旅游保险发展的制约因素，在此基础上，提出了发展我国旅游保险的对策和建议。

论文关键词：旅游保险；问题；对策

一、我国旅游保险的现状分析

近年来，我国旅游业蓬勃发展，而作为旅游业软环境之一的旅游保险却严重滞后于旅游业的发展，影响了旅游业的法制化、规范化，对旅游业的发展起到了消极作用。具体表现如下：

1、旅游保险的收入过低。2000年，我国旅游收入超过4000亿元，而旅游保险的收入，以市场份额最高的中国人寿保险公司为例，也仅为5888万元。由此推算，中国旅游保险的保费收入不足1亿元，仅占旅游收入的0.025%。2001年，全国国内出游的人数7.84亿人次，旅游收入5566亿元，按每人购买10元的旅游保险计算，一年就该有70多亿元巨额保费收入，而实际的保费收入却只有这一数字的20%左右。2002年，国内旅游收入为3878亿元，国内旅游人数达8.78亿人次。如果以现行旅游保险较低价格10元推算，国内旅游保险费总收入可达87.8亿元。可以清楚地看出，虽然旅游业收入近年来每年都以迅猛的势头增长，但是旅游保险的收入却增长缓慢，与旅游业的发展不相协调，旅游保险的发展还有很大潜力。

2、旅游意外保险险种少，产品单一。目前我国的旅游意外险种主要有四大类：旅游人身意外伤害保险、旅游意外伤害保险、住宿游客人身保险、旅游救助保险。其各自的内容见表1。这实际上是以普通的意外伤害保险来代替旅游保险，旅游保险的自身定位不清。这些险种无法涵盖旅游中遇到的各种风险，比如旅行中行李遗失、证件遗失、因行李及证件遗失而引起的额外的旅行及食宿费用、对他人的伤害及造成他人财产损失的赔偿责任等。

3、开办旅游意外保险业务的公司较少，且旅游保险业务得不到重视。我国的旅游保险有旅行社责任保险和旅游意外保险两种，分别属于财产险和寿险，由于我国法律规定财产险和寿险必须由不同的公司经营，所以它们分属于不同的保险公司。目前，国内只有三家比较大型的保险公司经营旅游意外保险业务，它们分别是太平洋保险公司、泰康人寿保险股份有限公司、中国人寿保险公司。

二、我国旅游保险发展的制约因素

1、游客保险意识淡薄，投保积极性低，主要是因为游客的保险意识薄弱，侥幸心理强。这导致热旅游、冷保险的重要原因。游客通常认为，外出旅游就几天的时间，根本不会出事，犯不上自己掏腰包买保险，或者认为买保险不吉利。

2、保险公司对旅游保险业务不重视。由于旅游保险本身具有保险期限短、赔付率高而利润低的特点，造成保险公司对开办旅游保险业务的积极性不高，在旅游保险的宣传、险种的设计开发、销售方式的开拓创新方面都显得不太重视。此外，就是保险公司对旅游风险的控制技术水平较低。这体现在以下几个方面：(1)大多数的旅游意外险只针对旅行社团体进行销售，而对于自助游的散客暂不承保。这是因为团体险可以使保险公司通过简单的承保程序为大量具有相同风险因素的人提供保险保障，而自助游旅游者由于身体素质、文化背景、旅行经历、旅游目的地各不相同，所以在现有的技术水平下为保险公司选择承保对象带来了一定的困难。(2)由于风险控制水平比较低，难以对旅游中存在的各种风险进行有效的控制，所以很多保险公司旅



游意外险产品都将被保险人从事潜水、跳伞、滑翔、登山、攀岩、探险、狩猎、蹦极运动、武术比赛、摔跤比赛、搏击、特技表演、赛马、赛车作为责任免除条款,而这些风险系数较大的项目正是随着野外生存游、生态游日益流行的今天,旅游者们最希望得到保障的方面。

3、旅游保险的险种存在问题。在旅行社责任险方面,它的费率是确定的,缴费实行一刀切。没有根据实际情况,如:旅游期限长短、风险大小、旅行社的经营情况而有所变化。由于旅游市场竞争日趋激烈,大部分旅行社大打价格战,有些短线游的纯利润平均只有人均5元钱左右,甚至更低。因此,规模较小的旅行社有时一年赚不到钱,甚至会亏损。而旅行社责任险又是强制性保险,至少2万元的保费对于它们是一个不小的包袱。这就使旅行社陷入了不得不买,可又没钱买的尴尬境地。一些规模较大、收入较高的旅行社就比较愿意购买旅行社责任险,用以转嫁自身的风险。另外,旅行社责任险的条款本身也还存在一些有待完善的地方,如游客自由活动造成的损失,保险公司不负责赔偿责任,因为这不属于旅行社的责任。但在实际操作中,究竟是旅行社的责任还是游客的责任,并不是那么容易确定。而责任归属不明确,保险公司就可能拒赔。另外在旅游意外险方面,险种不够完善,覆盖面较窄。

4、旅行社经营不规范。一是因为旅行社的经营还存在着不规范经营的因素。旅行社为了招揽更多的游客,常常会夸大旅行社责任险的保障范围,当游客发生的事故属于旅行社主观扩大的保险责任范围之外时,保险公司就会拒赔,这就容易引发法律纠纷,从而损害保险公司和游客的利益。二是旅行社应该在理赔中承担及时提供相关证据的责任和义务,但是在这一点上,一些旅行社认识不足,旅行社出了事故后理赔不积极,直接导致了理赔难。

三、发展旅游保险的对策建议

1、加大旅游保险宣传力度

旅游者对旅游保险的态度冷淡导致旅游保险市场需求方面的匮乏。针对这种状况,各级旅游行政管理部门、旅游企业及媒体要对游客或潜在的游客进行旅游保险的宣传,既需要保险经营者和政府做大量的基础性工作,又需要通过大量的风险事故来教育民众,加快旅游者消费心理的成熟,强化其保险意识,使其既愿意投保,懂得购买适合出行的保险,又熟悉一旦事故发生后理赔的程序。

2、加强保险公司服务功能。这主要指的是销售服务和售后服务。第一、在销售服务上,主要表现为旅游保险产品销售渠道过窄。大力发展旅游保险,保险公司必须改善与拓宽其销售的渠道。可以让旅游保险产品上银行柜台。现在大多数保险公司都与国内银行签订长期的合作伙伴关系,多为销售保险公司的分红险与投连险。保险公司完全可以利用这种合作伙伴关系,让银行代理销售相关的旅游保险产品。银行网点众多,银行销售旅游保险产品,既可以有效地节约保险公司的成本,又方便了游客投保,游客可以在银行办理支付款项时,既可办理旅游保险,同时还可以增加银行的收入,实乃“三赢”之举。随着互联网的发展,要积极地发展网上投保业务,推进旅游保险产品的销售。对于保险公司来说,网上投保可以有效地节省营销和广告成本,减少中介环节和由于利益驱动给保险公司和游客带来的风险。24小时全天候在线作业,可以使游客不受时间地点限制投保。目前,国内各保险公司做出了积极的探索,特别是在网上投保方面,如购买了泰康人寿的“旅游救援保障计划”的游客,出游前只需要登录“泰康在线”填写有关出游信息,公司就会根据客户提供的E-mail地址将电子保单及时发送到其信箱中。平安保险公司在2002年9月推出了旅游自助卡,它将保险产品的外在形态设计制作成为配有账号和密码的保险卡,游客在出游前,登录平安“PA18”网站,填写相关的信息。自助保险卡的最大特点是购买与消费相分离,即“平时购买,用时投保”。第二、在售后服务上,保险公司的核损、定损及理赔一定要及时。如果保险公司的这些售后服务跟不上,将会对游客造成损失。游客的出游时间较短,流动性较大。游客可能在一个地方投保而在另一个地方出险;甚至可能是在国内投保,而在国外出险。这些都为保险公司的核损、定损及理赔提出了新的更高的要求。各个保险公司之间要加强合作,包括国内保险公司



之间的合作,国内保险公司与国外保险公司的合作,利用各自的网点优势,快速核损、定损,及时理赔。

3. 加快旅游保险产品研发。现有的旅游保险险种远不能满足旅游者日益变化和增长的需求,只有产品对消费者具有吸引力,才能从本质上改变供应者的尴尬境地,所以保险公司应在产品开发上下大力气。主要可以从以下几个方面来改善:(1)加大新险种的开发力度,将旅游保险服务延伸到吃、住、行、游、购各个环节,深化现有产品之间的互补性,形成系统的旅游保险链,为游客提供全面保障。(2)扩大旅游意外险的承保范围。保险公司要提高风险管理技术水平,对旅游险市场和旅游险条款进行细分,针对不同的群体,设计出不同的保单,尽可能为所有的游客提供合适的保单,并可以将自助游游客纳入保障范围,针对团体、散客以及公务旅游者的不同旅游特点设计不同的保险条款,确定不同的费率,加强风险防范。(3)针对特定的旅游项目设计单项保障。像过去不提供保险保障的探险旅游、野外生态旅游、漂流、登山、峡谷旅游等,随着人们旅游方式的转变,现在此类项目已日渐流行,旅游者们对此类项目的保险也是翘首期盼,保险公司可设计此类项目的相关保险,将过去不可承保的风险转化为可保风险,在满足消费者需要的同时,也为保险公司带来利润。

4. 发挥旅游行政管理部门职能作用。旅游行政管理部门在推进我国旅游保险发展中发挥着独特而重要的作用。旅游行政管理部门要切实加强对旅行社办理旅行社责任险的监督与检查,要将旅行社是否开办旅行社责任险作为对其考核的一项重要内容,如在向旅行社办理经营许可证的时候、在进行旅行社业务年检的时候,要对于没有投保旅行社责任险的旅行社进行必要的惩罚,以有效地提高旅行社办理旅游保险的自觉性和积极性。要采取措施,依法督促旅行社向游客推荐旅游意外险的责任和义务,使旅行社在普及旅游保险中发挥重要的作用。要尽快制定出一些关于旅游质量评判方面的法律法规,做到“有法可依”,这样才能在归属责任时更加明确,节约时间,节省人力物力。

参考文献:

- [1] 崔连伟. 对于发展我国旅游保险业的思考. 旅游学刊.
- [2] 李红雨. 对发展我国旅游保险业的思考. 经济师.
- [3] 张广海,张哲. 我国旅游保险面临的问题及对策. 全国商情.
- [4] 李文中. 发展旅游保险是我国保险业务的新增长点. 保险研究 .

