

安联世合中国

企业传播

媒体发布

安联世合发布《2025 中国出境游指数》：安心 无忧成为中国出境游消费者的首要考量

北京, 2025 年 5 月 27 日

5 月 27 日，安联世合携手安联人寿与京东安联共同发布了《2025 中国出境游指数》（2025 Allianz Travel Index），显示中国是亚太地区对出境旅游保险认知度最高的市场之一。调研结果显示，**90%的中国出境游旅行者计划在下一次国际旅行中购买旅游保险。安心无忧被视为出境游规划中的核心考量。**本次调研由安联世合委托凯度消费者研究（Kantar ConsumerLink）于 2025 年 2 月开展，重点分析中国消费者 2025 年的出境游行为与偏好。

安联世合《2025 中国出境游指数》的主要发现包括：

- **安全与医疗保障成为首要考量：**人身安全（49%）和极端天气事件（42%）被列为购买旅行保险的最主要动因。**强有力的医疗保障与 24 小时全球紧急救援服务**也是众多中国出境游旅行者的重要考虑因素，凸显出远超航班取消或财产遗失等保障范围之外的全面保障需求。
- **语言障碍引发担忧，女性旅客尤为关注：**语言障碍被多数中国出境游旅行者认为是一大挑战，**女性受访者对此尤为敏感。全天候多语种电话支持服务**确保旅行者在海外面对陌生环境时，能够通过在线翻译快速获得帮助。
- **出境游计划与旅行安排时间表：**91%的受访者计划在 2025 年出境旅游。澳大利亚、新西兰及太平洋岛国（33%）是最受欢迎的目的地，其次是亚洲其他国家和地区（27%）。多数旅行者会在出发前三个月内完成行程规划与预订，平均旅行时间为 1.5 周。

- **保险购买渠道日趋多样化：**虽然旅游网站仍是主要投保渠道，但通过航空公司、酒店、旅行社，以及微信、支付宝等数字支付应用投保的趋势正不断上升。
- **社交媒体深度影响目的地选择：**抖音和小红书等社交媒体平台已成为影响年轻旅行者出境游决策的重要信息来源，其影响力已超过传统渠道。
- 被他人旅行保险覆盖的主要来源是**公司统一福利，其次是白金卡附赠的权益**

安联世合中国董事总经理王利表示：“安联世合打造了全球最大医疗救援网络，凭借超过 70 年的旅行保险和旅行救援专业经验，覆盖 200 多个国家和地区的全球医疗救援网络，超 190 万家合作医疗服务商，以及全年 23,525 次医疗转运与送返的卓越表现，持续巩固行业标杆地位，为全球旅行者构筑起坚实的安全屏障，致力于为中国旅行者提供安心无忧的服务体验。通过此次出境游指数的发布，我们为旅游保险行业提供了宝贵的市场洞察，有助于提前预判旅行者需求的变化趋势，进而开发更贴合中国出境旅行者关切的保险产品。我们将通过持续的定期发布中国出境游指数的深度洞察，构建数据驱动的行业决策范式，以智慧洞见为行业赋能。期待与行业内的伙伴们携手，共同深入理解中国旅行者境外旅游的潜在风险及其对出境游的期望，为旅行者保驾护航，共同助力中国旅游产业升级和消费升级。”

安联人寿执行董事、首席执行官崔巍表示：“根据国家移民管理局发布的数据，2024 年内地居民出入境达 2.91 亿人次，同比上升 41.3%。随着中国公民出境旅游市场的复苏，安联人寿的境外旅行险业务保持良好增长态势。作为提供跨境旅行保险经验最丰富的公司之一，我们的明星产品《安联安行万里境外旅行险》持续获得客户及市场的高度认可。未来，我们将继续秉承‘携手安联，守护未来’的使命，用专业和温度守护客户每一段旅程，让客户安心游世界，万里有保障。”

京东安联总经理梁海健表示：“京东安联基于多年来的个人及企业旅行保险的服务经验与科技能力，推出旅行保险全方位解决方案，覆盖风险预防、紧急救援、健康管理、数字化服务全链条，为企业和个人客户提供电商互联网保险、意外健康保险、汽车保险和商业保险等。依托安联的全球救援能力，以专业、高效、贴心的服务为出境游消费者的旅行增添了一份安心和信心，我们秉承以人为本、生命至上的理念，为所有旅行险客户推出‘京东安联 优先救援’服务，确保客户在旅行途中危急时刻，能够得到及时有效的救援支持。旅行者在探索世界的道路上，无需担忧意外的发生，尽情享受旅行的美好。”

《2025 中国出境游指数》调研亦是安联世合亚太区旅行业务战略研究的重要组成部分。在亚太其他地区发布的相关研究中，安心无忧的旅行保障同样被视为消费者旅行决策中的关键因素。

附：

《2025 中国出境游指数》信息图文：<https://www.allianz-partners.com/content/dam/onemarketing/awp/azpartnerscom/china/allianz-partners-china/in-the-news/publication/2025-Allianz-Travel-Index-China.pdf>

媒体联络人

安联世合中国

王宁

cathleen.wangn@allianz.com

关于《2025 中国出境游指数》

《2025 中国出境游指数》由安联世合（Allianz Partners）委托凯度消费者研究（Kantar ConsumerLink）于 2025 年 2 月开展，重点分析中国消费者 2025 年的出境游行为与偏好。调研采用全国代表性抽样，并按国家统计局发布的最新人口数据，对年龄、性别和地区分布进行事后加权调整，确保样本结构与总体一致。仅限 18 周岁及以上受访者参与。

关于安联世合

隶属于安联集团，安联世合（Allianz Partners）是集救援与保险服务解决方案于一体的全球 B2B2C 服务领域的引领者，致力于在移动出行、救援、旅行、健康和员工福利专业领域提供全球保障服务。秉承以客户为中心的理念，安联世合的创新专家致力于提供面向未来的高科技，高触达的产品和服务，提供超越传统保险的全球解决方案，赋予保险服务全新的意义。通过安联品牌，我们的创新解决方案既可无缝嵌入合作伙伴的商业生态，通过中介渠道销售，也可依托安联品牌直接触达终端客户。我们的业务遍及全球 73 个国家和地区，拥有超过 22,600 名员工，提供超过 70 种语言的服务，每年成功处理超过 9,500 万个案件，专注于为世界各地的客户提供安心无忧的保障。在旅行领域，安联世合（Allianz Partners）拥有 70 多年的旅行保险和旅行救援专业经验，与保险公司、航空公司、OTA、邮轮、旅行社和其他机构合作，提供最广泛的旅行保障解决方案。安联世合可提供 70 种语言的服务，24 小时全球紧急医疗救援和多种旅行援助服务，网络遍布 200 多个国家和地区，除了自营的医疗专家团队，还拥有超 190 万家医疗服务商，2024 年全球共完成 23,525 个医疗转运与送返。此外，还提供便捷的数字化和智能化服务。安联世合令旅行者的体验更加安心无忧。

关于安联人寿

安联人寿保险有限公司（简称：安联人寿）总部位于上海，1999 年正式开业，是中国首家由合资转外资独资的人寿保险公司。作为安联集团（Allianz SE，总部德国慕尼黑）在华唯一寿险公司，安联人寿凭借安联集团超过 135 年的保险和风险管理经验以及全球领先的品牌影响力，深耕中国中高端寿险市场多年，始终践行“携手安联 守护未来”的使命，通过营销员团队、合作银行、多元和数字化渠道等全方位的营销网络，为中国消费者提供专业、全面的保险解决方案。未来，安联人寿将继续秉承百年安联稳健的经营理念，以客户至上守护多彩生活，以国际品牌缔造卓越品质，以价值引领促进业务发展，以结果导向贯穿经营体系，以长期主义开创美好未来，坚持走高质量发展之路，致力于成为中高端寿险市场引领者。

关于京东安联

京东安联保险由京东集团与世界领先的金融服务集团之一德国安联集团合资组建，依托京东丰富的生态资源、强大的数字化能力，结合安联集团超过 135 年的风险管理经验，为企业和个人客户提供电商互联网保险、意外健康保险、汽车保险等。致力于成为最值得信赖的保险服务供应商。2024 年，公司累计

生效保费突破 64 亿元。目前公司在广东、上海、北京、四川和深圳设有分支机构。2024 年，京东安联推出“优先救援”服务机制，投保京东安联旅行险保单的被保险人，在保期内旅行期间若不幸突发意外事故或突发急性病危及生命需紧急转运到就近的医疗机构进行救治时，不论是否属于保单保障责任范围内，京东安联均会第一时间启动“优先救援”服务，协助被保险人就近医疗救治。