



安联  
世合

# 安联世合发布 2025中国出境游指数



该调研由安联世合（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。



90%

的中国旅行者在2025  
年有出境游计划

澳大利亚/新西兰是最受欢迎  
的出境旅行目的地，其  
次是亚洲国家和地区



个人事务羁绊与地缘政治风险顾虑，构成2025年无出境游计划的核心因素



平均出境旅行时长为  
1.5周



45%的中国旅行者为他们  
的下一个假期出境游  
计划2-3万元人民币预算



中国出境游旅行者普遍  
倾向结伴出行，半数与  
伴侣/配偶同行。



人身安全是中国游客出境游的首要关切，其次是极端天气事件，30-49岁群体对此尤为敏感。语言障碍问题凸显，女性群体对此关注度更高。



**娱乐需求**是国际航班乘机时最重要的考量，其次是应对**行李丢失**的预案，但男性对此关注度较低。



大多数中国人出境游的主要目的是**休闲放松**，其次是文化体验、购物消费，冒险探索和参加活动等



70%

消费者的出境游决策受**社交  
媒体**（如抖音、小红书）的  
影响

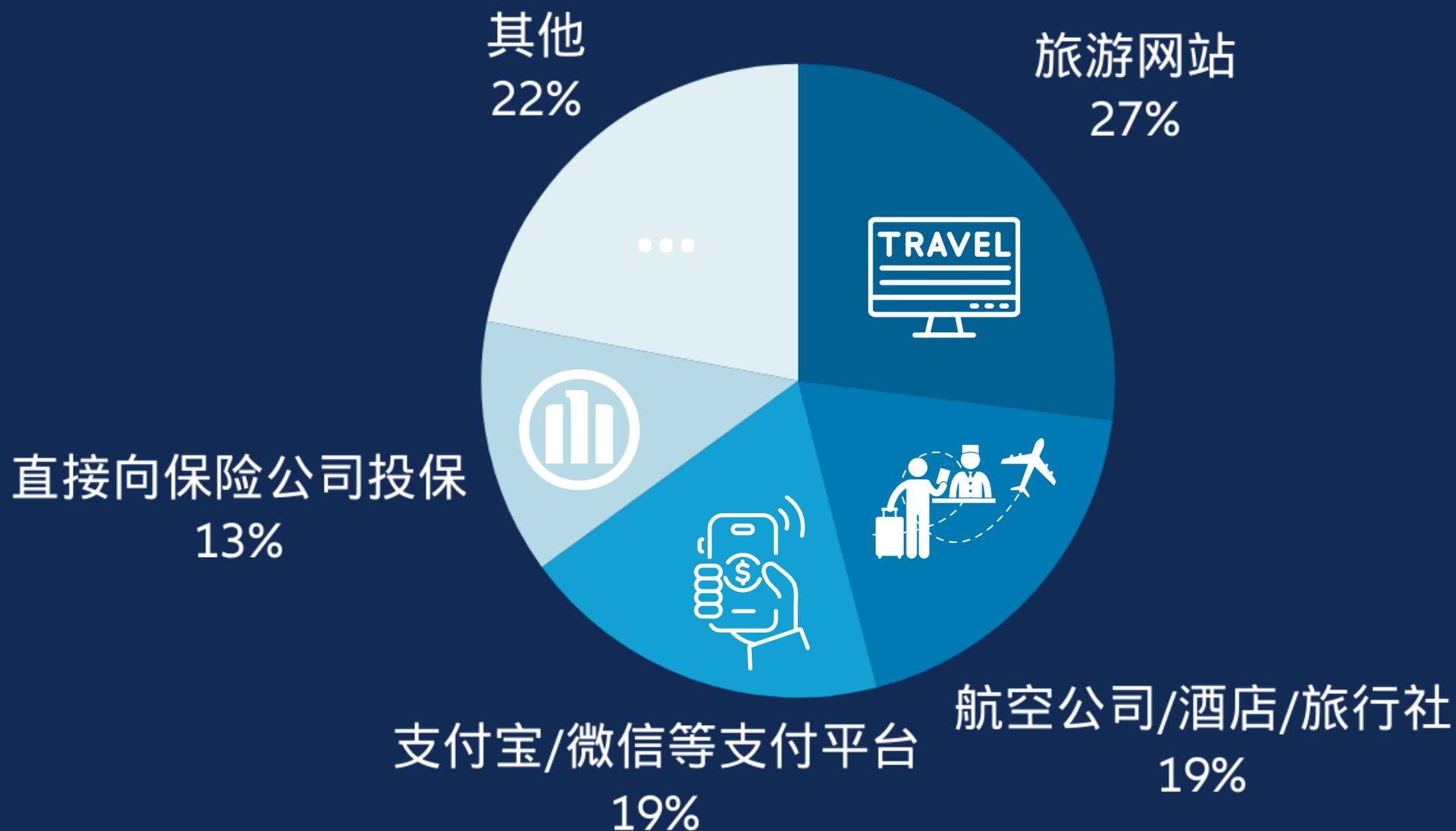


大多数中国旅行者会使用**旅行类APP**，其中**行程规划**功能使用率最高，其次是**导航**功能。  
**30-49**岁群体及**女性**用户更倾向于使用更多APP功能。



90%

的消费者会为下次出境旅行  
购买**旅游保险**



虽然**旅游网站**是旅行险主流购买渠道，但通过**航司/酒店/旅行社**及**支付平台**投保的趋势值得关注。

## 购买旅行保险的关键原因

62%



安全与  
安心无忧

57%



不可预见的  
意外和健康问题

33%



签证/入境  
的强制要求

**安全和安心无忧**是自主购买保险  
的主要动机



由企业或他人代为购买旅行保险的情况，主要源于**雇主福利**覆盖，其次是白金卡附赠权益

**Allianz** 

安联  
世合