

安联世合中国

企业传播

媒体发布

安联世合发布《旅行心态——消费者面临的新时代旅行趋势》

- 揭示了消费者在面对日益复杂的旅行体验时不断发生变化的心态
- 对更高灵活性的需求将购买旅行保险的意愿推高至疫情前水平的两倍以上

2022年12月13日

旅行者期望拥有更高的灵活性，以设法应对各种各样的潜在问题，而这一需求正在塑造大流行后的旅行。这是全球保险与救援服务领域的引领者安联世合发布的《旅行心态洞察报告》¹着重强调的主要趋势之一。该报告旨在评估旅行与旅游业的现状和未来。

该报告采用了业内权威专家、安联世合集团旅行业务首席营销官 Joe Mason 和欧洲旅游委员会主席 Luís Araújo 的见解，以及安联世合自有的顾客趋势数据，强调当下的旅行者面临着更多的压力因素。

¹《旅行心态洞察报告》汲取了安联世合专有的顾客实验室研究、安联世合夏季度假信心指数、内部消费者行为洞察以及来自范围更广泛旅行生态系统的数据。报告还包含两位权威行业专家的意见和分析，他们是安联世合集团旅行业务首席市场官 Joe Mason 和欧洲旅游委员会主席 Luís Araújo。有关安联世合顾客实验室研究的资讯，请参见新闻稿结尾部分。

除了对健康相关问题的持续关注外，旅行者现在还面临着更广泛的经济不确定性。由此催生了一种新的旅行态度，即针对“假设状况”的内在灵活性和保障变得更为重要。

安联世合的数据显示，在比利时、法国、德国、意大利、英国这五个欧洲市场当中，顾客为国际旅行购买旅行保险的意愿从 2019 年的 21% 大幅上升至 2022 年的 55%，为国内旅行购买旅行保险的意愿则从 12% 上升至 26%。在需求不断增长的同时，安联世合 2022 年的出发后保险金索赔水平创下有史以来的最高纪录。

这项研究还着重强调了以下趋势：

- “随处可办公”成为主流：远程办公模式和混合工作模式的普及意味着越来越多的各年龄段旅行者将商务和休闲结合在一起，从而推动“商务休闲”旅行的兴起。该报告还强调了旅游业为满足上述需求而亟待做出的调整——例如需要更新法规、解决税收居所方面的问题，以及需要对热门目的地的建设加大投入。
- 由于混合工作模式未来可能会长期存在，越来越多的旅行者期望在国外或在其他住地可以办公。安联世合的顾客实验室研究发现，年龄在 18 岁至 25 岁的旅行者中，有 28% 的人预计未来会更频繁地在海外办公，或者在第二居所甚至是居家办公。
- 灵活性是关键所在：58% 的年轻家庭现在计划采取灵活的旅行预订方式，以应对不可预见的情况。2022 年的一个显著特点是较大型的多代家庭团体旅行增多，由此推动行业发生重大变革。因此，酒店和度假村需要迎合各式各样的客人，同时更好地适应多样化的客群。
- 41% 的消费者意识到旅行对环境的影响，但可持续性在旅行决策过程中仍然是一个相对次要的考虑因素。

安联世合旅行业务首席营销官 Joe Mason 评论道：“2022 年，再次出发旅行的意愿十分明显，从繁忙的候机室和拥挤的度假村就可见一斑。但大流行对旅行者需求和期望产生的影响将持续存在。

保险业正在为要求更高、见识更广的消费者提供服务，这些消费者对优秀服务的品质和可能出现的问题有更高的认识。因此，旅游业在满足需求方面面临着更大的压力。具备灵活性、可实现无缝衔接同时又涵盖所有假设状况的解决方案现在成为服务的核心所在。”

欧洲旅游委员会主席 Luís Araújo 补充说：“旅游业在过去三年中表现出令人难以置信的复原能力。虽然酒店和旅游部门已经着手构建运营模式，使其更具灵活性和适应性，但现在需要将其推广至旅行生态系统的其他领域。

景点、博物馆和节庆活动只是其中的一些例子，即需要开始考虑为那些担心临时中断造成希望落空或经济损失风险的旅行者提供更多可选择性。旅游业的各个领域只有齐心协力，营造一种积极正向的旅行体验，才能做好准备迎接未来。”

《旅行心态——消费者面临的新时代旅行趋势》报告原文：

<https://www.allianz-partners.com/content/dam/onemarketing/awp/azpartnerscom/china/press-release/publications/cn-Allianz-Partners-States-of-Mind-Travel-Report.pdf>

媒体联络人

安联世合大中华区

王宁

cathleen.wangn@allianz.com

关于安联世合

安联世合 (Allianz Partners)，原安世联合，隶属于世界 500 强安联集团，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，致力于在国际健康与生活、旅行保险、移动出行与救援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，高触感的产品和服务，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。通过包括安联救援，安联旅行及安联健康在内的商业品牌，我们的创新解决方案与合作伙伴的业务实现无缝衔接，亦面向客户直接销售。我们的业务遍及全球 75 个国家和地区，拥有超过 19,800 名员工，提供 70 种语言的服务，每年成功处理超过 6,400 万个案件，专注于为世界各地的客户提供贴心保障。安联世合大中华区于 2003 年正式进驻中国市场，成立外商独资救援公司。作为中国率先通过 ISO9001:2008 认证且于 2017 年取得 ISO9001:2015 新版认证的救援机构，安联世合已成为中国救援服务行业的引领者，并持续致力于通过覆盖全国的服务商网络和先进的信息技术提供安全、便捷的高品质解决方案，为客户创造更多价值。

关于安联世合的顾客实验室数据

安联世合的顾客实验室是一个基于消费者洞察的专有量化数据库。2022 年的数据收集于 2022 年的春季，其中包括对澳大利亚、比利时、巴西、加拿大、中国、法国、德国、意大利、英国和美国等十个主要旅行市场中 25,000 多名消费者开展的调查。数据分析依据不同国家和年龄组别以及总样本级别。

欲了解更多，请登录安联世合中国官方网站：www.allianz-partners.cn

社交媒体



关注安联世合中国官方新浪微博：<http://e.weibo.com/agachina>



关注安联世合中国官方微信：AGA-CHINA