Finance 金融, 2026, 16(6), 667-672
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/fin
https://doi.org/10.12677/fin.2026.166066

Hans汉斯

老年旅游保险的现状与发展对策

吴　限

河北金融学院保险与财政学院，河北　保定

收稿日期：2026年9月10日；录用日期：2026年9月20日；发布日期：2026年11月4日

摘　要

随着我国进入深度老龄化社会，“银发族”已成为旅游市场增长引擎，但相关保险发展滞后。本文分析发现，当前市场存在专属产品供给不足、保费高且保额受限等问题；同时，数字化壁垒导致的“数字鸿沟”及老年人风险意识淡薄，进一步制约了参保积极性。为此，保险机构应创新产品设计，建立健康导向的精准定价模式；同步开展适老化改造，通过线上简化流程与线下人工服务弥补技术鸿沟；并加强跨行业协作与定向宣传，提升老年群体风险防范意识。通过多措并举，构建完善的风险屏障，保障老年旅游业安全发展。

关键词

旅游保险，银发经济，适老化改造，风险防范

Current Status and Development Strategies of Senior Travel Insurance

Xian Wu

School of Insurance and Public Finance, Hebei Finance University, Baoding Hebei

Received: September 10, 2026; accepted: September 20, 2026; published: November 4, 2026

Abstract

As China enters a stage of deep aging, the “silver-haired” demographic has emerged as a key engine for growth in the tourism market; however, the development of related insurance products has lagged behind. This paper identifies several issues in the current market, including a shortage of dedicated products, high premiums, and limited coverage. Meanwhile, the “digital divide” caused by technological barriers and a generally weak risk awareness among the elderly further dampen their willingness to purchase insurance. To address these challenges, insurance providers should innovate product design and establish health-oriented, precise pricing models. Concurrently, age-

文章引用: 吴限. 老年旅游保险的现状与发展对策[J]. 金融, 2026, 16(6): 667-672.
DOI: 10.12677/fin.2026.166066

friendly adaptations are needed—such as streamlining online processes and providing in-person assistance—to bridge the technological gap. Furthermore, strengthening cross-industry collaboration and conducting targeted outreach are essential to raising risk awareness within the elderly demographic. Through these comprehensive measures, we can build a robust risk protection framework to ensure the safe and sustainable development of senior tourism.

Keywords

Travel Insurance, Silver Economy, Age-Friendly Adaptations, Risk Prevention

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access

1. 引言

截至 2025 年底，我国 60 岁以上老人达 32,338 万人，占比 23%，标志着社会进入深度老龄化阶段 [1]，老年消费市场规模持续扩大[1]。其中，2016 年至 2020 年，我国老年文旅消费年均增速达 23%，2021 年老年文旅消费超 7000 亿元。目前，我国老年人旅游人次占全国旅游总人次的 20%以上，“银发族”已成为我国文旅市场的重要消费群体 [2]。相较中青年，老年人在旅游中面临更高的突发疾病与意外风险，旅游保险对行业安全发展至关重要[2]。然而，与蓬勃发展的需求相比，专门针对老年人的旅游保险产品开发滞后，处于被忽视的状态。2024 年，《五方面着重发力推进老年旅游保险扩面提质》[3]明确要求“深入发展老年旅游保险业务，切实扩大旅游保险覆盖面，更好发挥旅游保险的‘安全阀’作用”。为此，深入分析当前我国老年旅游保险的市场特征与运行现状，已成为推动银发经济高质量发展的紧迫课题。

2. 老年旅游保险的概念及现状

老年旅游保险是指针对老年旅游者在旅行期间可能面临的特定风险所设计的保险产品[3]。其保障范围涵盖意外伤害、急性病医疗、紧急救援、财产损失(如行李丢失)及行程变更(如航班延误、旅行取消)等多元化风险。由于老年群体身体机能的脆弱性与流动风险的复杂性，该险种在医疗补偿额度、既往病症承保以及全球紧急救援服务(SOS)的响应效率上，较常规旅游险具有更高的专业化要求[4]。

近年来，国家层面持续强化对老龄旅游事业的金融支持。山东、山西、贵州、福建等地针对 60 岁以上老年人的旅游补贴行动已全面展开，通过“民政通”APP 发放电子消费券，还联合全国多地国有景区实行免票政策，并由铁路部门为 65 岁以上老人提供优先下铺等交通优待。在配套服务方面，保险公司将旅游险投保年龄上限提高至 85 岁，同时推广数字人民币等便捷支付方式以解决老年人消费难题。此外，市场积极响应推出了“康养村”等适老化产品，文旅部门也同步加强监管，整治借补贴名义涨价等乱象，以保障老年人的合法权益 [4]。数据显示，2024 年 1~9 月份，50 岁及以上银发人群旅游订单同比增长 26%，高于其他年龄段人群，其中 61~65 岁是增速最高的银发群体，同比增速达 58%[5]，老年群体已正式成为我国旅游市场的增长引擎与消费主力。尽管出游需求旺盛，但风险疑虑仍是影响老年人旅游决策的关键因素。老年人因认知控制能力下降，面对旅游风险时难以有效评估，易产生失控感。同时，其决策功能受

[1]https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202602/t20260228_1962662.html
[2]https://www.mct.gov.cn/preview/special/2023lh/9685/202303/t20230307_940287.htm
[3]https://www.ctnews.com.cn/paper/content/202406/28/content_95948.html
[4]https://baijiahao.baidu.com/s?id=1838618098278482132&wfr=spider&for=pc
[5]https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_29795015

损，无法精确权衡利弊，为规避潜在损失，最终倾向于采取回避策略，导致不敢去旅游[5]。面对着如此庞大的老年旅游市场及旅游保险产品供给不足的现状，保险行业开始调整产品策略，通过放宽投保年龄上限来匹配市场需求。

目前，市场上已有保险公司尝试将最高投保年龄延伸至 90 周岁，但在具体的保障方案上，高龄人群面临保费上浮或保额衰减的差异化待遇。以京东安联的环游四海境外旅行保障为例，其投保范围虽放宽至 90 周岁，但规定 71 至 80 周岁的被保险人保额减半，81 至 90 周岁保额则减至标准水平的四分之一[6]。平安财险旗下的畅游九州境内旅行保险亦采取了类似的定价策略，规定 80~90 周岁人群的保险金额减半[7]。这种针对高龄群体的限制性承保条件，构成了当前老年旅游保险市场的显著特征。专门针对老年人的旅游保险产品还存在以下问题。

3. 我国老年旅游保险存在的问题

3.1. 专属产品供给不足

目前，我国针对老年人的旅游保险均是在常规产品基础上简单放宽了年龄限制，缺乏专门为老年人风险特征设计的专属产品。市场表现为许多老年人遭遇“投保难”和“投保贵”的问题。江苏省消保委发布了“银发一族”旅游消费调查报告显示，老年群体在购买保险时面临明显的阻碍，约 42.81%的老年游客实际上没有购买任何旅游保险。在已参保的人群中，有 26.62%的受访者需要额外支付高额的“高龄保费”，另有 4.58%的受访者因为年龄过大被保险公司直接拒保[8]。这种保费翻倍或保额缩水的限制，使得老年人在承担更高旅行风险的同时，却难以获得对等的保障。

老年旅游保险产品的不足，还体现在保障内容单一、无法满足实际需求上。现有的保险产品只能针对意外身故、伤残或行李丢失等通用情况，却忽视了老年人独有的保障需求，如旅途中突发疾病的就地救治、既往病史的急性发作以及紧急医疗转运等。由于保障责任条款老化，缺乏灵活性，产品很难匹配老年游客多样化的需求[3]。此外，行业内还存在定价不透明的问题，对江苏省的老年旅游市场调查中发现，约 3.56%的受访者曾遇到过旅行社隐性收费，这种隐性收费用来转嫁保险费等车成本[9]，这进一步增加了老年人的经济负担。

3.2. 数字化鸿沟导致老年旅游保障边缘化

保险业的数字化转型虽然提升了效率，但也给部分老年人带来了显著的数字鸿沟问题[6]。目前，旅游险因其价格低、主要面向年轻顾客往往采用互联网销售模式，从在线投保到理赔，全流程均依赖智能设备[7]。然而，一部分老年人因经济条件限制或对新技术的陌生感，并未配备智能手机；即便拥有智能设备，面对复杂的业务流程、繁琐的操作界面以及销售误导，往往也感到无从下手。江苏省消保委调查数据进一步印证了这一困境：42.62%的老年游客反映“智能设备操作困难”，46.25%遭遇“人脸识别失败率高”，32.92%认为“线上购票操作复杂”[10]，更有人表示看不懂电子合同或支付流程过于繁琐。

除了操作上的不便，对网络环境的安全顾虑也是一大阻碍。部分老年人因担心个人信息泄露或遭遇网络诈骗，对线上保险抱有天然的抵触心理。特别是市场上存在一些不规范的销售行为，例如某些平台利用弹窗信息遮挡普通购票通道，或者用微小字体默认勾选保险费，这种强买强卖的操作连年轻人也防不胜防，极大地消耗了老年群体的信任感[8]。

[6]https://www.zhongmin.cn/travel/detail/ip15813_is1_acSCPGPL.html
[7]https://www.xyz.cn/mall/detail-ka6gh3ohj25ga.html
[8]https://www.sohu.com/a/948173473_121425761
[9]https://yrd.huanqiu.com/article/4OuGIakY94R
[10]https://www.toutiao.com/article/7629701210454426112/

由此可见，现有的旅游产业体系仍将中青年客群作为消费主力，适老化改造滞后[9]。当前，线上智慧旅游服务与线下实体旅游环境均存在显著的适老化障碍[10]。线下场景中，景区基础设施、交通接驳工具及餐饮住宿服务普遍未能充分考虑老年群体的生理特征与特殊需求。尽管部分线上平台已尝试引入代客下单、大字版行程单及慢语速讲解等辅助功能，但整体适老化改造仍处于初级阶段。此外，人工智能等新兴技术的应用多局限于基础数据采集层面，在情感陪伴、文化深度体验等契合老年人核心诉求的领域创新明显不足[11]。这种数字化服务供给与老年人实际能力、心理预期之间的结构性鸿沟，已成为制约老年旅游保险普及的关键因素。

3.3. 风险认知偏误制约参保积极性

在影响老年旅游保险普及的因素中，老年游客自身的风险意识淡薄与保险知识匮乏是不容忽视的主观原因。长期以来，老年人在旅游消费中表现出极高的价格敏感度，往往更看重行程的性价比，而忽视了风险保障的必要投入[12]。这种消费观念导致我国旅游保险的市场渗透率远低于发达国家：中国人均旅游保费仅为 1.8 元，购买旅游保险的人数比例不足 20%，而在欧美国家，这一比率通常高达 80%至 90%[11]。据中国人民财产保险公司估算，目前除了约 20%的随团游客由旅行社统一办理保险外，绝大部分散客均处于风险敞口状态[13]。

前景理论认为，人们决策时更关注相对得失而非绝对结果，且对损失的厌恶感强于对收益的渴望[5]。体现在旅游决策中，这表现为老年人对“损失”框架（如“预订后取消将扣除费用”）极度敏感，会倾向于选择确定性选项（如购买可免费取消的昂贵产品）来规避损失。然而，这种对确定性损失的规避，反而可能使他们忽视更深层的风险。例如，为规避小额退款损失而选择不退不改的低价产品，却承担了因健康等突发状况导致更大经济损失的风险。这反映出其风险意识不足，未能全面权衡不同选项的潜在风险与收益。

风险意识的缺失还体现在投保后对自身权益的漠视，许多老年人对保险政策和赔付流程缺乏了解，导致投保积极性普遍不高[14]；即便在旅途中发生了意外或疾病，也常因不清楚理赔条件或嫌手续繁琐而放弃申请，致使老年旅游险的实际赔付率处于较低水平。这种现象反映出老年群体对保险保障功能的透彻认识尚需时日，同时也反映了保险知识普及工作的滞后。

此外，由于受教育背景和年龄等因素限制，老年群体相对缺乏理财能力和金融知识[15]。他们不仅难以在复杂的金融产品中筛选出真正适合自身健康状况和行程需求的保险，还极易在信息不对称的情况下，被一些打着养老保险或低价旅游旗号的非法集资、网络诈骗所蒙蔽。这种对金融环境的整体不信任感，进一步加剧了他们对正规旅游保险产品的排斥心理。

4. 我国老年旅游保险的发展对策

4.1. 创新旅游保险产品，精准满足老年游客需求

针对老年旅游保险供给单一的现状，首要对策是推动保险机构转变经营逻辑，实现从以年龄为门槛向以健康状态为导向的精准开发转变。机构应深入研究老年旅游特定风险，开发涵盖医疗急救、行程取消、既往病急性发作等核心场景的综合方案，构建食、住、行、游、购、娱全流程保障。同时，针对康养、疗养等细分市场，可通过调整非核心权益降低保费，满足老年群体对性价比的追求。

在产品优化的基础上，应同步改进定价与投保流程。简化条款内容，使用通俗易懂的语言和直观费率展示，确保保障范围清晰明了。在线上环节，建立嵌入式定价机制，将核心险种直接纳入基础旅游套

[11]https://www.chinairn.com/scfx/20231020/084325392.shtml。

餐。定价策略上，建议采取生命周期定价模式，根据不同年龄段身体素质实行差异化费率。此外，保险公司可赠送基础体检或健康咨询，将风险补偿转化为“预防 + 保障”的综合服务模式，缓解老年人对价格的敏感度，提升投保意愿。

从长远看，创新必须依托科技的支撑，如通过整合旅游行为与健康指标，精准刻画老年用户画像，实现产品与需求的动态匹配；利用算法优化，在风险可控前提下逐步取消高龄投保的硬性限制，并简化理赔流程，支持异地就医直接结算。这不仅能提高产品匹配效率，更能从根本上提升老年游客的消费信心与获得感，实现旅游产业提质与保险服务提效的良性循环。

4.2. 擅用数字化技术，推动旅游险适老化改造

在数字化转型中，保险公司与旅游平台应同步开展适老化改造，确保技术进步不再成为老年人获取保障的障碍。线上环境应推动开发专属“长辈模式”，通过加大字体、提高对比度、精简按钮及集成语音导航、一键客服等功能，降低操作难度。线下则需在交通枢纽与景区设立银发服务专窗，保留人工通道并配备数字陪伴员提供指导。同时，保险公司应主动融入旅游全产业链，通过与交通、住宿及景区合作实现服务无缝嵌入。这种模式覆盖从预订到抵达到全过程，整合交通意外、行李丢失及行程变更等多重保障。通过数据共享，保险公司能实时监测行程并推送风险预警，降低意外概率。针对自驾游需求，还可与租车公司协作，推出涵盖故障救援、三责险及意外险的专项产品，构建全方位安全屏障。

此外，技术的进步应转化为解决痛点的工具。保险机构应利用大数据精细挖掘老年需求，在理赔端推行极简操作，如通过拍照上传、后台识别简化证明材料，实现小额赔付秒级到账。通过线上技术简易化与线下服务人性化双轨并行，能有效弥补数字化鸿沟，让老年人在享受智慧旅游便利的同时，获得踏实周到的保障。

4.3. 加强宣传推广，提高保险意识

提升老年旅游保险的普及率，关键在于消除认知偏差并建立行业深度联动。旅游与保险行业应加强沟通，建立数据共享与互报制度。通过异业合作，一方面对旅游从业者进行系统培训，使其能精准推荐方案；另一方面让金融人员深入了解旅行安全隐患，设计更契合市场的产品。这种交流能及时解决推广堵点，打通销售与服务的最后一公里。

在宣传策略上，应针对老年群体及其子女辅助决策的特征开展多维度推广。宣传应采取双向并行模式，结合电视、报纸及社区推广等线上线下方式，聚合品牌影响力。内容应从重产品转向重常识，系统传播保障功用，重点解析参保条件、范围及流程，消除公众的抵触心理。

此外，应推动保险知识的精准触达。通过进社区、进乡村、进养老院等活动，将知识送到家门口。针对跨越数字鸿沟困难者，可由志愿者或代理人提供一对一讲解，引导其树立风险防范意识。利用各类宣传平台，广泛普及老年意外险的意义，引导社会正确认识保险的风险分担功能。这种全覆盖格局将提升老年群体认可度，为市场健康发展打下群众基础。

基金项目

课题来源：河北省教育厅科学研究项目资助；项目名称：积极老龄化视角下河北省老年教育引导银发消费升级的路径研究；项目编号：ZC2026061。

参考文献

[1] 陆丽华. 数字经济发展对老年群体消费的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 东北财经大学, 2023.

[2] 孙蕾蕾. 经济新发展格局下的旅游保险[J]. 中国保险, 2024(10): 10-13.

[3] 王冬妮. 我国老年旅游保险的问题及对策探析[J]. 中国保险, 2024(10): 14-16.
[4] 张侠. 都市旅游发展与政府职能研究[D]: [博士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2007.
[5] 王卓月. 损益框架下老年人的风险决策特点——基于 ERP 的研究[D]: [硕士学位论文]. 开封: 河南大学, 2020.
[6] 王鹏飞, 贺寒雪, 康文绮. 老年旅游数字鸿沟的形成机理、弥合机制与治理策略[J]. 经济论坛, 2026, 40(7): 30-45.
[7] 李茜. 互联网旅游险定制化或成趋势[N]. 上海金融报, 2018-05-22(B01).
[8] 周益帆. 从强制“默认勾选”到“隐形诱导”记者起底购票平台搭售套路[EB/OL]. https://china.cnr.cn/gdgg/20260108/t20260108_527486858.shtml, 2026-01-08.
[9] 江向华. 国企旅行社在银发旅游市场的产品创新与服务优化策略[J]. 商业 2.0, 2025(15): 13-15.
[10] 王龙, 彭皓, 韩栩, 等. 我国体育康养旅游高质量发展探究[J]. 中国集体经济, 2026(25): 149-152.
[11] 白维军. 银发经济中的生产与消费互嵌——兼论作为生产者的老年人[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2026, 47(4): 34-42.
[12] 李彦伶. 告别低价套路, 看新国标如何守护老年人的“诗与远方” [N]. 各界导报, 2026-08-31(003).
[13] 周志凯, 钟越. 旅游业及旅游保险的发展现状与发展对策[J]. 中国保险, 2024(10): 6-9.
[14] 袁成, 陶然, 郑蕾, 等. 长期护理保险可持续发展的实践探索——以宁波市为例[J]. 中国医疗保险, 2025(11): 92-98.
[15] 卫强. 家庭数字能力如何优化养老资产配置——基于有效金融需求不足和家庭消费预期的视角[J]. 金融与经济, 2026(6): 80-103.