

安联世合中国
企业传播

媒体发布

每日经济新闻专访 | 独家对话安联世合中国 董事总经理王利：破除“内卷”的关键不 是降本，而是增效

北京, 2024 年 12 月 2 日

转载自《每日经济新闻》

[独家对话安联世合中国董事总经理王利：破除“内卷”的关键不是降本，而是增效 | 每经网](#)

每经记者 范文清 每经编辑 裴健如

日前，某些汽车主机厂要求供应商降价之事，引发市场热议，不少业内人士据此推测，新一年的汽车价格战恐将提前开打，2025 年的车市竞争将更为激烈。

以救援和保险服务解决方案为主要业务的安联世合（Allianz Partners），作为汽车产业链后端的服务供应商也感受到了压力。“虽然大家都在喊‘降本增效’，但其实大家的关注点还是在‘降本’，‘增效’的平衡往往被放在第二位。这也让我们感受到了汽车产业链条各个环节所处的压力，大家确实很难。”安联世合中国董事总经理王利日前在接受《每日经济新闻》记者独家采访时表示。



安联世合中国董事总经理 王利

“短期来看，‘内卷’需打破思路，重新定位新价值”

在王利看来，新能源汽车的迅猛发展确实对燃油车市场产生了重大颠覆，燃油车主机厂不得不通过价格战的方式与新能源车进行市场份额的争夺，为自己争取一些时间，做好产业升级迭代的过渡。而新能源车历经多年的技术迭代，在相关政策的扶持下，随着相关基础设施的不断完善，价格也在不断优化。

“在这样的竞争态势下，汽车主机厂往往有较大的成本忧虑，这种担忧传递到供应商这一环，就是不断地对我们提出，如何来优化成本。这种现象在短期内并没有看到一个特别明显的变化。”王利告诉记者，在最近的合作商谈中，大幅度降本仍然是讨论的主要内容，所以从短期内来看，她认为汽车行业“内卷”需要打破思路，重新寻找新定位，创造新价值。

在这样的态势下，王利也在思考如何带领安联世合在“内卷”中破局。安联世合隶属于安联集团，是在中国第一家作为道路救援，与主机厂共同开创商业模式的服务商，奠定了这个行业的标准，也曾享受过行业的红利。但是随着行业竞争加剧，价格战愈打愈烈，利润空间也越来越薄。

“2025年，将是安联世合的转型期，我们不再将角色定位为货架式的产品供应商，而是把标准化的产品范围缩小，以此来满足基本的刚需，也就是所谓的降本需求。”王利告诉记者，未来安联世合将把更大的关注点放在客户的需求变化上，也就是把关注点从车转向人，这个人不仅仅是驾驶员，而是车里所有

的人，根据其出行时的需求，分层次地提供选择项，这些选择项不再是车企的成本项，有的甚至是客户愿意付费的项目，这就变成了收益项。

这个思路说起来简单，但做起来却是整个业务模型的转换。“原来我们搭建更多的是简单的平台和大量的后市场网络管理，现在我更希望搭建一个全新的救援和出行的大平台，以便与主机厂有更多的数据对接，会更多地捕捉客户的使用习惯并进行标签化，以找到更多新的服务诉求。”王利说，她希望安联世合在转型过程中向车企的智慧化转型紧密靠拢。

“内卷”将倒逼企业“增效”

不过，与燃油车多年的数据积累和成熟的网络铺设不同，当前新能源车的数据积累还处于初始阶段，在售后网络铺设方面与燃油车相比，也有一定的差距，车辆维修价格高，这就使得保险公司缺少大量的数据沉淀，存在定价不精准的情况，所以新能源车的保费经常处于大幅波动中，还没有呈现出一个稳定的趋势。

“目前，新能源车要么不出事，要出就是大事，这是个频率问题。现在新能源车主回访4S店的频率很低，因为车辆不需要太多的维修保养，所以4S店其实是缺钱的。但当新能源车发生故障时，一般是大故障，人力维修成本加上电子配件成本确实很高，这就使得保险的赔付率比较高。”王利说。

为了降低新能源车主的维修成本，安联世合希望将车内捕捉到的信息主动提供给车主，对一些潜在问题通过前期预警服务，帮助车主提前对接经销商和4S店，宁可花小钱，避免后期出现重大事故。同时，安联世合也在路修方面尝试“轻修创新服务”，探索如何把资源更快速地送到车主身边。

“这也是我们打造大出行智慧模式中的一环。希望能重新定义，捕捉到一些精细化的真实需求，定制产品，帮助车企找到更加个性化的服务，探索出新的创收点，以提升客户整体的用车体验。”在王利看来，这也是他们在“卷”的环境中，为未来找到的一条发展之路。

王利认为，明年汽车行业依然会处于“卷”的状态，但它会倒逼企业“增效”，为客户打造出高品质的产品和服务。当前，头部造车新势力和新汽车品牌的地位已经建立起来，这些品牌的产品在海外市场的接受度会越来越高，也会让海外市场感受到中国车市的激烈竞争而带来的震动和颠覆。

“明年，中国车企在海外市场会有更好地发展。而安联作为一家百年老店，我们在国外不管是对当地监管政策的理解、本土客户的理解还是供应商、网络服务的搭建，都有一定的经验积累，所以我们也希望能为中国车企出海提供助力。这也是我们的机会。”王利说。

媒体联络人

安联世合中国

王宁

cathleen.wangn@allianz.com

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，致力于在旅行、移动出行、救援、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。通过安联品牌，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 21,900 名员工，提供超过 70 种语言的服务，每年成功处理超过 7,250 万个案件，专注于为世界各地的客户提供贴心保障。

安联世合作为外商独资救援企业于 2003 年正式进驻中国市场，其总部坐落于北京。作为中国率先通过 ISO9001:2008 标准认证，后升级 ISO9001:2015 新版认证的救援机构，安联世合拥有覆盖全球与全国的广泛业务网络，以及前沿技术，持续为客户提供安心无忧的保障，与众多客户和合作伙伴共创价值。对卓越与创新的执着与承诺，使安联世合赢得了业界的广泛认可，成为中国市场上备受信赖的行业引领者。

欲了解更多，请访问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：<https://weibo.com/agachina>



关注安联世合中国官方微信：AGA-CHINA