



安世联合集团发布 2016 年度财报，发展势头强劲！ 有望实现 2020 年宏伟目标

- **2016 年总收入：78.93 亿欧元（增长 8.5%*）**
- **营业利润：4.17 亿欧元（增长 55.7%*）**
- **综合成本率：97.6%（降低 0.2 个百分点）**
- **全球拥有超过 17,500 名员工，提供 70 多种语言的服务**
- **在全球 76 个国家有商业活动**
- **成功处理 4400 万案例和 3900 万个电话求助**

近日，安世联合集团发布 2016 年财报，报告显示，2016 年全年盈利增长强劲。这进一步奠定了安世联合集团在救援、国际医疗、汽车和旅行保险专业领域的领导者地位。集团持续向着实现 2020 年总收入达 100 亿欧元、营业利润 5 亿欧元的宏伟目标大步迈进。

“2016 年对我们而言是关键性的一年，我们努力克服困难迎接挑战，在年收入和利润方面实现了显著增长。业绩的显著增长与我们过去一年的运营策略和全新的组织架构密不可分。在集团内部，以客户为核心的理念已经得到了验证，并获得了业务合作伙伴的充分肯定与持续的信赖。显然我们正沿着正确的方向大步朝着为 2020 年设定的目标迈进，并且因此稳固了我们在市场中的国际领导者地位。” 安世联合集团主席 **Rémi Grenier** 表示。

以客户为核心的服务取得成功

安世联合远远不止是简单的服务供应商。它是一家值得信赖的合作伙伴，能够将其解决方案无缝融入合作伙伴的价值体系中。为顺应客户新的发展趋势，例如共享经济的崛起和对数字化应用的青睐，安世联合正不断创新，为客户提供集保险、服务与技术为一体的个性化解决方案和全球范围的保障与关爱。

“我们将自己定位为真正的多模式经营的全球企业，为适应每一位合作伙伴的需求，随时随地帮助他们发展的同时不断增强其客户的忠诚度。目前，我们投入巨资拓展我们的全球信息技术平台，进而提升我们的服务能力。而得益于我们的全球影响力，我们能够提供覆盖全球规模的解决方案。” **Rémi Grenier** 补充道。

* 所有 2016 年数据均相较于 2015 年底且基于年底的汇率统计

从营业收入来看，集团年收入的地区分布与 2015 年基本一致，这再次巩固了集团的全球影响力，其中欧洲和中东市场在总收入中占比 62%，亚太市场承担了集团全球业务 24%的份额，而美洲市场占比 14%。

集团在所有领域都取得了动态增长，这一方面是由救援服务和旅行保险业务所驱动，另一方面则归功于汽车业务。

延续 2015 年的强势发展势头，安世联合的所有业务在 2016 年均实现了显著增长。

救援服务和旅行保险业务贡献了集团 44%的总收入，与 2015 年相比增长了 10%，达到 34.73 亿欧元。营业利润与 2015 年相比实现了 22.6%的惊人增长，达到 1.41 亿欧元。

汽车业务占集团总收入的 39%，相比 2015 年增长了 8.6%，这是该业务的年收入有史以来第一次冲破 30 亿欧元以上关口，达到 30.61 亿欧元。营业利润则翻了一番有余，达到 2.42 亿欧元。

国际医疗业务收入为 13.59 亿欧元，较 2015 年上涨 3.9%，占集团总收入的 17%。营业利润则下降了 32.5%，至 4,370 万欧元。

2016 年对直销渠道业务而言是奠基年。该渠道贡献了 2.64 亿欧元收入，实现 17%的增幅。随着旅行、道路救援和医疗领域 3 大业务领域近 20 款全新应用程序在 9 个国家发布，全球化和移动端渠道加速发展的基础得以牢固建立。

“2016 年同样也是极为成功的一年，我们在中国市场取得了重大成就与进步，例如我们与一家著名的国际保险公司签订了一项大型合同。在亚太地区，总收入合计达 18.65 亿欧元以上（增长 2.1%），在集团总收入中占比 24%。” 负责全球救援领域的集团董事会成员，并兼任亚太地区首席执行官的 **Sylvie Ouziel** 透露。

5 大战略性计划的成功启动成就非比寻常的一年

安世联合启动了 5 大战略计划，旨在促进其领导者地位，成为以客户为核心的 B2B2C 模式的行业标杆：

1. **互联旅行——抓住直销渠道的增长潜力，提供跨境无缝衔接服务并且创造出顶尖的旅行保障体验：**集团在2016年与更多航空公司建立起合作伙伴关系，在票务保障服务的提供上实现更大发展，并且与美国一家在线旅行社签订了重要合作协议。而在理赔和电子支付解决方案则计划在2017年实现。
2. **互联生活——在数字时代为所有细分市场提供独特的数字救援服务和保险产品的全球实施策略（包括电子名誉与数据丢失解决方案）：**2016年，通过整合 Allianz Handwerker Services (安联集团在德国开展的物业维护管理服务)版块，集团也增强了互联家庭服务整体业务。此外，与知名的移动设备制造商和一家网上零售商签订的重要协议也牢牢建立起安世联合在移动设备和数字风险市场上的地位。
3. **一站式医疗——在医疗救护领域提供全方位服务，从数字化和远程服务（症状自查、急症诊断）到有需求的病人提供远程医疗指导建议等：**许多以客户为核心的医疗应用程序在 2016 年发布上市。举例而言，*Primary Care Support* 帮助客户通过手机应用连线医疗专家，以便随时接受医疗建议，从而为病人带来安心无忧的体验。而 MyHealth 应用中的全新的症状自查功能则可以引导病人进行自我评估，判断身体健康状况并对进行后续治疗的紧急度给出建议。

4. **互联汽车——满足移动服务供应商的需求和迎接全新的数字化挑战，从而为他们提供整体汽车保险解决方案：**通过与包括car2go共享汽车和EasyMile自动驾驶汽车等在业界前沿的企业达成合作关系，集团成功进入了创新市场。而得益于车联网与安世联合系统服务的整合集成，集团在数字化和自动化领域也取得了很大进展。
5. **安联生活——提供B2C和B2B2C模式服务，以此响应客户“即时服务”的需求并提供创新的数字化服务：**美国的TravelSmart应用当属最为成功的应用研发，其首版iOS系统应用于2016年5月发布，并拥有平均每月一万次的下载量。而我们数字化道路救援项目中的一款成功应用Pechhulp on demand于2016年9月登陆荷兰市场，并且达到了五星评分制中平均4.4星的好评。

“我们有信心一定能够实现2017年的目标，并且正在大踏步地朝着2020年的目标（100亿欧元的总收入和5亿欧元的营业利润）迈进。坚实的组织架构、对客户战略目标与挑战的清晰认识、全方位的数字化解决方案以及员工的全情投入都是我们宝贵的财富，也必将带领我们继续在中市场中勇创佳绩。” Rémi Grenier 总结道。

关于安世联合

安世联合（Allianz Worldwide Partners），原安联全球救援（Allianz Global Assistance），是集救援与保险解决方案于一体的世界领先 B2B2C 服务提供商，致力于在全球救援、国际健康与生活、全球汽车及旅行保险专业领域提供全球保障服务。通过安联全球救援、安联全球健康与安联全球汽车三大国际知名品牌的直销或数字渠道为客户提供集保险、服务与技术为一体的个性化解决方案。安世联合在全球 76 个国家拥有超过 17,500 名员工，提供 70 多种语言的服务，每年成功处理超过 4400 万个案例*，专注于为世界各地的客户与员工提供贴心保障。安世联合大中华区于 2003 年正式进驻中国市场，在北京成立在华第一家外商独资救援公司。作为中国第一家通过 ISO9001:2008 认证且于 2017 年取得 ISO9001:2015 新版认证的救援机构，安世联合已成为中国救援行业的领导者，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更加卓越，高效，安全的解决方案，为客户创造更多价值。

*2016 年数据，不包含安联全球汽车业务

媒体联络人

安世联合大中华区

朱婷

电子邮箱: christine.zhut@allianz.com