

开发电子商务，培养新生代消费群

# 安利力推年轻化策略

作为一家老牌直销企业，安利近两年正力推年轻化策略。如何吸引使用新潮科技产品的年轻人，培养新生代的消费群体？如何在大势所趋的电子商务和始终坚持的直销模式之间找到契合的“齿轮”？近日，安利大中华总裁颜志荣在青岛接受采访，就未来发展策略与记者畅谈。

本报记者 廖雯颖

## 1 积极靠拢电子商务 核心不脱离直销渠道

全面进军电子商务已成为安利中国发展策略的一个重要部分，对于如何协调传统直销模式和新兴电子商务之间的冲突，安利似乎已摸索出了一条解决之道。

安利大中华总裁颜志荣表示，数字化信息时代的快速发展深刻改变人们的生活方式。作为老牌直销企业，这几年安利也在思考创新销售模式，积极拥抱电子商务带来的变革。电子商务由于减少了商品流通的中间环节，节省大量开支，大大降低了商品流通和交易成本，优势显而易见。安利目前已拥有完整的B2C供应链条，并继续加强网上订货和物流配送业务，提升销售渠道的效率，同时积极开发基于智能手机和iPad等数码平台的数字化营销方式，打造更具吸引力的电子商务平台。然而，安利的电子商务并非传统意义上的电子商务B2C。除了安利销售人

员和优惠顾客，普通消费者并不能登录安利网站购买产品。

颜志荣对此解释，对于安利来说，电子商务和社会化媒体是很好的渠道和工具，但核心仍是安利特色并一直坚持的直销模式，这一点不会改变。一切电子手段的应用，都是帮助营销人员拓展服务、提升服务的工具。消费者可以通过越来越丰富的渠道了解到安利及其产品，但并不能通过电子手段直接购买安利产品，购买绕不开直销人员。

“关于网上交易模式，目前我们认为虽然它有极为便利的地方，但并不具备直销特有的人对人、个性化服务的优势，同时对直销渠道可能会有一些冲击，也有假货渗透的危险。在电子商务和直销模式发生冲突情况下，我们会优先保护营销人员的销售渠道。”颜志荣说。



## 颜志荣

现任安利大中华总裁、安利公益基金会副主席，负责领导美国安利公司在中国内地、香港、台湾地区的业务发展及管理工作。早年毕业于新加坡义安理工学院，曾在联合利华公司服务10年。1993年，颜志荣先生加入安利，历任生产部总监、安利(中国)副总裁、安利大中华区副总裁、安利大中华区高级副总裁兼安利大中华及东南亚区首席市场执行官、安利大中华区行政总裁等职。

## 2 力推年轻化策略 培养新生代消费群体

“我们为年轻人建立了专属沟通平台——青英荟，通过视频、微博、微信等年轻人喜欢的方式与他们沟通，今后还会继续尝试很多很潮、很in的方式。”颜志荣说，年轻化已成为安利未来一个重要的发展策略，包括数字化的发展方向也是为了更好培养新生代的消费群体。

颜志荣说，智能手机、iPad这些移动设备已成为很多人不可或缺的工具，安利正在推进一个加强数字化沟通的策略。“我们会继续开发基于这些数码平台的数字化营销工具，让营销人员用很fashion(时尚)的方式更好地与顾客进行交流，为顾客提供更好的购物体验。”据了解，目前安利全球的系统都在帮助营销人员使用移动终端，让他们通过移

动终端了解安利品牌和产品线的信息，让顾客和营销人员下单，同时通过移动终端把培训、教育等信息推送给营销人员。这个移动商务平台带来的最明显和直接的改变就是，促进营销团队的年轻化。

“我们在想办法让安利成为对年轻人更有吸引力的创业平台。我们有一个团队专门负责对年轻营销人员的培养，年轻的营销人员会更了解年轻消费者的想法。”颜志荣坦言，目前安利的消费群体以中老年人居多，如果不重视对新生代消费群体的培养，未来就可能偏离购买力的主流。年轻化作为安利近两年一个重要的全球战略，目的就是为了让安利注入新鲜的血液，取得更长久的发展。

## 3 从种子到成品 全链条垂直管理 保障食品安全

从1995年正式进入中国，安利做的最重要的一件事情就是保证产品稳定可靠的质量，唯有基于此，安利依靠口碑相传的直销模式才能得以持续发展。谈到时下消费者关注的“食品安全”话题，颜志荣表现出格外的关切：“为了保证纽崔莱保健品的安全性和可靠性，我们建立了一套从种子到成品的全链条管理体系。”

在原料阶段，安利在全球建立了严格的采购体系，“我们有自己的农场种植原料，也有部分需要厂商提供，但不管是自有农场、认证农场还是认证的供应商，安利采用的是全球一致的标准，就是为了在最优的地点、最恰当的时间选到最好的原料。”颜志荣说，在生产阶段，安利使用国际通行的标准，对生产环境和流程加以严格管理，这种全链条的管理体系能保障安利产品在生产过程中没有质量盲区。

据介绍，截至目前，安利在全球已拥有70多个实验室，拥有1000多项专利，像安利的拳头产品“倍力健”，除了经过实验室的反复试验，还分别在美国、韩国和中国进行了多次临床试验，以确保对人体具有营养和保健作用。

颜志荣表示，直销企业销售的产品大多是日用品，不是入口就是与皮肤接触，与人们的生活密切相关。而且直销企业的产品要靠营销人员去宣传和推广，只有产品品质过硬，才能赢得客户的信任，打开市场。“对于安利来说，产品品质可谓企业的生命线和最好的代言人。”

节约用纸  
保护低碳未来

讲文明树新风公益广告  
齐鲁晚报·生活日报

