

欲创蓝海 紧盯年轻消费群体

营养保健品行业黑马汉德森入场



汉德森首席执行官李延亮

暖春4月,汉德森日用保健品(上海)有限公司(下称“汉德森”)正式在坐落于上海南京东路恒基名人广场办公室办公。这家由行业资深职业经理人李延亮出任CEO的新公司,入场颇具金戈铁马之态,“汉德森是立足城市白领等年轻消费群体,同时为他们的家人提供家庭健康管理方案的营养品服务商,我希望汉德森做成一个代表着行业最高标准的营养品企业,一个陪伴年轻人成长的国民性品牌,一个立足于中国的世界级营养品公司。”李延亮如此介绍道。

强强联手闯蓝海 欲领衔营养品行业供给侧改革

汉德森正式成立于2017年初,肇始于恒基兆业地产有限公司副主席李家杰颇为看好大健康产业的想法,在与时任康宝莱中国区总裁的李延亮结识后,动了付诸投资行动之心。李延亮1968年出生于山东烟台,1990年毕业于山东大学,30岁入行,40岁成为康宝莱中国区总裁,在营养保健品行业有着实打实的漂亮战绩。作为行业内最出彩的本土职业经理人之一的李延亮来说,决定担任汉德森CEO,是因为李家杰认同他加入的“重要前置条件”——力争做出最高的产品质量,配备一个世界级水准的工厂。

在寻找世界级水准生产商的过程中,江苏艾兰得营养品有限公司(下称“艾兰得”)偶然进入视线,艾兰得每年生产并销售超过2亿瓶的营养品,拥有每年300亿粒片剂、50亿粒软胶囊、60亿粒硬胶囊、16000吨粉剂的生产力。横跨亚洲、北美、欧洲建立了7个世界级生产基地和3个研发中心。每年产品新配方研发项目超过2500个,足迹和影响力遍及全球70多个国家。艾兰得的人局让汉德森的生产可依托全球行业内最高标准的GMP工厂。至此,资本、资源、资历,三方完成了营养保健品业的一次强强组队。

“在我看来,中国的营养品市场依然是一片蓝海。在美国、日本等保健品成熟市场,市场细分化做得非常好,但中国还停留在基础营养的阶段。汉德

森希望能做一些改变。”李延亮说。

中国现已成为世界上最大的原料药生产国,制剂产能居世界第一,然而人均保健品消费支出远低于全球平均水平。随着消费升级和消费群的迭代,营养品消费群体正呈现年轻化趋势,“一边熬夜一边泡枸杞”、“00后都开始养生”等话题频频刷屏。年轻人在乎健康,也在意口味和包装便捷性,这与传统保健品有很大区别,可市场供给端存在着明显的脱节。以汉德森开发的综合膳食营养粉为例,采用双撕口便携袋设计,上可入瓶下可入杯,非常适合工作、生活快节奏的年轻族群。

柔性生产打造个性定制 智能化投入无问西东

在当下消费升级的时代,大众对于营养品的品质要求已经有很高的门槛。想要用产品说话,需要在原材料、加工技术、口感、包装等多维角度力争做到行业最高标准。

李延亮的选择相当干脆,就是:舍得投入。

在正在投建的江苏靖江产业园中,汉德森的产品未来将实现从研发到原料到生产到面对消费者的全产业链智能化:从研发阶段对消费者的需求进行大数据分析整理;到原材料阶段的科学智能加工;再到生产阶段依托大数据根据市场进行精准调控;最后的推荐阶段则根据消费者个体需求进行基因营养评估,个性靶向定制。

“智能化要求巨大的投入,但它带

来的好处是排除人为因素的不稳定性和局限性,做到产品研发的最优,生产过程的全程监督,最终保证我们产品的卓越性”,李延亮态度坚定,“我们希望打造的是行业的最高标准。”

向传统营销模式说“不” “社交+新零售”双向导流

传统简单粗暴的广告植入不再被“免疫力”愈强的年轻人所接受,保健品行业现存发展模式,营销方式进入尴尬期,汉德森不想也不会再趟过旧河流。全新的“社交新零售”模式,不仅适应“数字居民”的消费习惯和健康需求,也为员工合作伙伴带来更多的权益共享机会。

李延亮透露,“社交新零售”并不等于微商。“面对面销售具有它不可替代的优势,它能建立销售人员与消费者的极具粘性的关系,让我们对消费者更加了解,从而提供个性化的服务。但我们同样也要拥抱时代,利用移动互联网新技术发展,提升效率和为顾客提供更多附加值。”汉德森将结合线上和线下两种方式,取长补短。在他看来将为消费者和经销商带来更大的获益。

李延亮自信地表示,“无论从产品还是营销模式等,汉德森都具有创新性”,另一方面,汉德森未来不仅只是营养品平台,一切与更美好生活相关的延伸产业,都将在此逐步展开。“我对汉德森的未来充满信心。因为我们正身处蓝海,或者说我们正在创造蓝海。”



近日,中铁电气化局集团济青项目部工作人员,在济青高铁青阳隧道开始架设隧道内的第一条接触网,为济青高铁7月底竣工送电创造了重要条件。 本报记者 王瑞超 通讯员 赵萌 摄影报道

山东省公共资源交易中心 与齐鲁交通发展集团签约

本报济南6月12日讯(记者 刘相华)12日,山东省公共资源交易中心与齐鲁交通发展集团有限公司工程项目和矿业权交易过渡场地及服务合作项目签约仪式在齐鲁交通信息产业园隆重召开。

本次合同签署,是山东省公共资源交易中心对齐鲁交通发展集团高标准一流场所,省内第1家通过国家检测认证的电子招标采购

平台和专业服务团队的高度信任和支持,正式开启工程建设项目进省平台交易工作转入全面实施的新阶段,将推动深化公共资源改革步伐。齐鲁交通发展集团将积极把握我省新旧动能转换及公共资源深化改革的重大机遇,在省中心的业务指导下,持续提升交易所运营水平、信息系统建设和专业服务团队能力,争创全国示范标杆。

酒文化+旅游融合发展实现新突破

本报济南6月12日讯(记者 万家成)6月10日,由山东省白酒协会主办、山东景阳冈酒业有限公司协办的工业旅游现场研讨会在阳谷举行,共同探讨大时代变革下的白酒工业旅游模式如何创新融合发展,实现新突破。

山东省白酒协会秘书长蒋彬、山东景阳冈酒业有限公司董事长赵传新、山东鲁供糖酒董事长许大同等出席。

山东作为白酒生产消费大省,并且是孔孟之乡,礼仪之邦,更应该把白酒文化和旅游相结合,加快酒旅融合发展。山东省白酒协会秘书长蒋彬介绍,随着白酒工业旅游向纵深发展,让鲁酒跨越“看+卖”的初级阶段,促进鲁酒阵营“酒旅一体化”向纵深发展,实现真

正意义上的“名、利双收”,丰富酒旅产品业态,增加体验式营销,让消费者深入酒厂,从互动、营销、体验、传播、消费等方面传递企业的品牌形象和产品的美誉度,推动鲁酒转型升级,将成为鲁酒产业重要发展方向和时代需求。

在山东省推进新旧动能转换重大工程的背景下,旅游产业作为省政府重点培育的十强产业之一,发展前景广阔。白酒行业作为事关人民美好生活的重要民生产业,具有能联动第一、二、三产业的特殊属性。面对消费升级的大趋势,探索白酒+旅游的融合发展模式,发展鲁酒特色工业旅游,实现酒旅一体化,将成为鲁酒产业发展的新方向和新热点,也是山东白酒产业新旧动能转换的一项重大举措。

由“大讨论”“大调研”转向“大服务” 全省国税系统服务新旧动能转换工作推进会在济南召开

本报济南6月12日讯(记者 王瑞超 通讯员 郭勇 郭学照)6月8日,全省国税系统服务新旧动能转换工作推进会在济南召开。交待服务新旧动能转换工作“大讨论”“大调研”基本告一段落,下一步工作的重心转移到“大服务”上来。

今年以来,全省国税系统将服务新旧动能转换重大工程作为“一号工程”,通过“解放思想服务大局”大讨论,“山东发展人人有责,动能转换人人尽责,纳税人要为山东实现‘走在前列、由大到强、全面求强’做出独有的贡献”的一致共识已经形成;多角度、全景式的“大调研”形成一大批有数据、有分析、

有建议、有对策的优秀调研成果,为开展“大服务”指明了方向;通过强有力政策争取、积极建言献策、拓展服务广度,引领改革发展的“大服务”格局日趋完善。

记者在会上获悉,下一步,全省国税系统将结合深化放管服改革,把服务新旧动能转换工作的重心转移到“大服务”上来,近期将推出《优化纳税服务 助力新旧动能转换二十条意见》,将服务重点项目、服务重点税源作为助推新旧动能转换的重点,做到创新谋划服务举措,拿出实招、硬招,全力为企业转型升级、税源发展壮大营造良好的税收环境,以实

际行动服务新旧动能转换。

“尽管我们在服务新旧动能转换重大工程中成绩明显、未来可期,但大家决不能有丝毫松懈。”山东省国家税务局党组书记、局长薛建英称,全系统要在前期良好势头的基础上,继续发扬“特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献”的山东国税精神,一以贯之、持续发力,以久久为功、善作善成的毅力助推重大工程,绝不能有丝毫松懈,更不能虎头蛇尾、半途而废;大家务必干在实处、追求卓越、乘势而上,全力助推新旧动能转换重大工程,为山东实现“走在前列、由大到强、全面求强”做出新的更大贡献。