

安利副总裁翟明翯：做全面健康推动者

公益创新项目受益儿童近500万，注册志愿者超10万

提供更美好生活
让更多人成为健康受益者

安利的愿景是为大家提供更健康、更美好的生活。2021年，安利大健康战略正式启航。安利(中国)日用品有限公司副总裁翟明翯介绍，大健康战略背后的考量就是企业发展的“甜蜜点”。

“安利鼓励员工实现社会价值与个人优势信息的交集点；同时对于企业来讲，也要考虑优势和擅长的东西，以及社会价值和对国家的贡献；此外，从企业自身运营来说，是市场发展的潜力。”这三点结合，就是企业发展的“甜蜜点”。翟明翯说，大健康战略就是安利多年在中国市场的深耕，并结合当前社会发展，找到企业发展的“甜蜜点”。

对于大健康战略来说，一方面是有社会价值，另一方面则是市场需要。“在健康中国战略下，将人民健康放在优先发展的战略地位，这是社会价值。”翟明翯说，另外，疫情带来的挑战及背后的机遇，让大家对健康的需求有爆发式的增长，对于保健品行业来说，也迎来了这一轮的增长。“保健品行业这个健康赛道，恰恰是安利最擅长的，也是我们自身的优势。”纽崔莱品牌成立88年来，安利在健康领域的深耕，从土壤到种子，再到种植、收割、萃取及生产为产品，从物流到消费终端，全链条都是这个领域的优势部分。

“经过一年多的探索和深化，未来公司在大健康赛道方面的工作，是要成为全面健康推动者。”翟明翯说。

全面健康推动者，首先要推动认知理念提升，对于公众来讲必须是真正认识到健康的重要性，以及怎么样科学保证健康，才能够有后续的发展。“所以在正确的认知方面我们在引导、做健康科普，在过去十多年里就有纽崔莱营养中国行活动。今年安利还联合四家单位推出了‘健康中国 我们行动’的活动，希望每个人都对自己的健康负起责任，提高自身的健康素养。”

在提升公众健康认知的基础上，安利还为消费者提供个性化的绿色营养解决方案。安利纽崔莱拥有遍布全球的自有农场和认证农场，坚持从植物中萃取营养，确保核心原料的天然、纯净、无添加，从种子到成品全程可追溯，为消费者提供安全、绿色、有效、可信赖的营养品。在做好产品基础上，我们首次在中国完成了个性化营养干预的临床研究，开发了“小安营养师”微信小程序，以大数据为基础，以算法为核心，通过问卷、体检等健康信息，为细分人群定制个性化营养健康方案。

安利还有一个优势是庞大的营销队伍，他们运营的线上线下相结合的健康生

6月26日，安利济南体验馆盛大开业。安利(中国)日用品有限公司副总裁翟明翯在接受齐鲁晚报·齐鲁壹点记者专访时表示，安利始终深耕大健康赛道，推动健康中国建设，让大健康战略成为企业发展和消费者满意的“甜蜜点”。



安利副总裁翟明翯

活社群，可以做到个性化贴心的服务，比如说你要健康塑形，他们会每天问你早晨吃什么、有没有运动、有没有打卡，通过贴心服务和专业的健康知识带动正确的行动。

“通过这几个方面，我们希望真正把观念转化成行动、行动变成习惯，把习惯变成健康生活方式，只有拥有健康的生活方式，才能最后成为健康的受益者。”翟明翯说。

三大核心优势叠加 提升直销行业竞争力

近年来，各种新兴经济业态不断出现，对直销行业造成了一定的影响。翟明翯说，所有的营销模式都要随着社会的变化和经济的发展变化不断调整。“直销作为众多业态当中的一种，安利公司已经走过60多年，经历了不同的经济发展周期，走过来说明生命力很旺盛，但是我们要随着社会发展变化不断往前走。”

翟明翯说，安利现在在中国市场发展中核心竞争优势有三个。

在产品品牌方面，纽崔莱88年的时间，坚持自设农场、自种原料，坚持最高品质的有机种植，坚持全流程可追溯，在全球有4个自有农场、130个认证农场，遍布127个国家，在中国乃至全球营养保健食品领域里知名度是非常高的。

“在研发方面，现在安利亚洲科技创新中心设立在中国，植物研发中心也设立在中国，研发团队已经承接了两个国家‘十三五’重点科研项目，在研发方面有绝对的优势。研发是安利的核心竞争力之一。”翟明翯说。



安利济南体验馆开业现场

此外，在服务上，翟明翯说，现在社会上产品非常多，消费者经常不知道怎么选择，但是安利结合直销的特点，拥有大量的营销人员，现在安利正在对他们进行专业化的培训。通过专业的营销队伍，能够给顾客提供专业的服务，贴心服务是安利的优势，所以相信未来不管什么模式，一定是线上线下相结合。“因为人类的社交需求、情感需求是互联网取代不了的，这方面是安利的优势和特色。”翟明翯说，“安利中国目前是安利全球创新的领头羊，未来我们还会跟着中国社会的发展不断升级迭代营销模式。”

创新公益活动样板模式 安利志愿者覆盖全国

2011年，安利成立第一个民政部直属的企业基金会(安利公益基金会)。翟明翯介绍，基金会自身的项目主要聚焦乡村儿童，关注他们的营养健康，以及公平发展的机会，所以基金会做了三个成型的项目，分别是春苗营养厨房、“为5加油”、健康童乐园。

春苗营养厨房是在贫困偏远地区的学校设立厨房，让孩子午餐能够有比较丰盛的饭菜，得到均衡的营养，项目当时做了5年。“为5加油”是针对3至5岁乡村学龄前孩子，为他们提供富含维生素和矿物质的营养片，每一天让小孩子吃一片，一段时间之后由第三方机构检测成效，孩子整体的免疫力、抵抗疾病的能力都得到了非常大的提升。健康童乐园主要是为偏远乡村地区学龄前儿童提供早期发展物资包，建立家庭亲子小乐园(家庭游戏角)，改善家庭养育环境。

“我们认为，一家公益机构解决的问题是有限的，所以每做一个项目，都会请政府相关部门一起参与，随着项目运行形成完善模式后，输出这种经验和模式，带动更广泛的社会力量参与其中。”翟明翯说。

“比如说春苗厨房，当时用安利的模式，撬动的社会资金是1比7，所以模式的价值高于自己做项目本身。”翟明翯说，“为5加油”、健康童乐园同样如此，都是在创新一些项目，这十几年下来，受益儿童近500万。

“志愿者服务，也是安利的一大特色，我们拥有企业界全国最大的志愿者组织，注册志愿者超10万名，过去这些年累计志愿服务时间将近300万小时。”翟明翯说，像扶贫、救灾，也包括一些大型的社会活动，都会有志愿者参与其中。据统计，超2000名志愿者累计投入11万多小时的志愿服务时间，参与各个地方的抗疫活动。除了志愿者的支持，在疫情方面公司也做了很多的努力，累计捐款、捐物达6500多万元。

安利济南体验馆焕新升级盛大开业

深耕大健康赛道，持续带来美好生活新体验

通讯员 张麒

6月26日，安利济南体验馆乔迁重装盛大开业，新馆坐落在历下区泺源大街98号天安时代广场101室，面积约为1400平方米，分为企业品牌、赋能中心、纽崔莱、XS、家居科技和雅姿六大功能区，可以说涵盖了生活的方方面面，并带来一场感官盛宴和美好生活体验。

城市人的生活，不是在喝咖啡，就是在去咖啡馆的路上。在以安利创办人名字命名的Rich&Jay咖啡广场，可以约上朋友聊一聊新鲜热辣的资讯，成就一场完美的商务社交。

在品牌体验区，如果你想了解自己的身体情况，可以到纽崔莱测试区做个体测，

定制个性营养方案，吃得健康营养想必是每一个城市人的愿望。想变身气质女神，可以到雅姿体验区打造时下最流行妆容，在这个美女频现的“潮流情报站”，雅姿测试区升级的肌肤管家SkinRun智能肌肤测试仪，通过AI测肤技术为用户提供更精确的肌肤诊断，能够更好地针对用户个性化的需求帮助其定制精准护肤的解决方案。

世间美好与我们环环相扣，焕新升级的安利体验馆集文化、购物、体验、交流、休闲于一体，并融入数字化、AR黑科技等强交互性功能，用充满特色的体验区域，为每位顾客带去前所未有的沉浸式体验和感官盛宴。人性化的布局、年轻人的空间，助力安利事业的发展。伴随消费者已经习惯“安利你”这样的流行语，种草一种快乐就是这么简单。安利快速响应年轻人的诉求，建立更为紧密的情感链接，相信安利济南体验馆让你感受不一样体验的同时，更能带你找到归属感。

2022年是安利进入济南的25周年。25年来，安利创新求变，成功实现了直销模式的升级迭代，新安利是结合了个人兴趣、社群活动、生活方式解决方案的一种更可持续发展的模式。此次安利济南体验馆的落

成，不仅打造了情景化消费体验，还加速了安利智慧化、数字化、年轻化转型和消费体验升级。新馆落成的生活新形态让我们感到安利正在蓬勃发展，在2022年迸发出新的生机和活力。



消费者沉浸式体验新馆。



扫码下载齐鲁壹点

找记者 上壹点

编辑:武俊 美编:继红 组版:刘燕