

安利总裁余放：看重中国市场巨大潜力

山东业绩稳居全国前三，深入推进大健康社群运营

去年业绩两位数增长 未来坚定看好中国市场

“虽然疫情和国际局势给全球经济发展带来了巨大的不确定性，但是安利中国的业绩，依然在2022年取得了两位数增长。”谈及安利中国近期的业绩情况，余放表示，安利是一家在100多个国家运营的跨国企业，面临着复杂多变的市场环境、日趋细分的庞大消费人群，以及新技术带来的创新商业模式，需要通过持续创新来适应新的市场环境。

持续创新，对于安利中国而言，就是在移动互联网和兴趣社群时代，通过体验化、数字化、社群化的战略创新，紧紧抓住健康中国建设的战略机遇，发力大健康赛道，不仅业绩企稳回升，安利中国也成为安利全球战略创新的领头羊。

与此同时，在全球疫情背景下，确保供应链的安全和稳定至关重要。以安利广州工厂为例，其不仅要为中国市场供货，还要供应全球50多个国家和地区。安利从原料供应、生产，到物流运输，全面提升供应链的灵活性、韧性、安全性，由此确保了过去几年，商品价格不涨、质量不降、供应不断。

此外，余放还提及营销模式变换为安利带来的积极影响。她表示，过去三年，安利的大部分市场和品牌活动、会议和培训、营销人员的市场推广、销售和服务工作受到相当大的影响。得益于公司持续投入的数字化基础设施建设，安利实现了最大程度的线上运营，包括新品发布、策略讲解、赋能课程、品牌/市场活动等通过网络成功举办。同时，借助丰富多彩的健康社群，营销人员拓展了“线上+线下”的综合运营能力，帮助企业加速战略转型升级，实现业绩的稳定增长。

对于中国市场，余放介绍，1995年，安利在中国投入运营。随着中国改革开放不断深入，社会经济的迅猛发展，安利中国建立起从研发、数字化、生产、物流、体验到服务的完整产业链，业绩持续增长，价值不断提升，从2003年以来连续20年稳居安利全球业绩榜首，许多本地化创新举措惠及全球。

为了继续推进安利中国业务发展，2023年至2027年五年中，安利广州生产基地将投入6亿元人民币进行升级改造：对基础设施和生产设备全面升级换代，同时引进先进生产技术，以适应安利全球未来三十年的供应链布局。

同时，安利中国还将全面深入本地化战略，计划今年在中国投建自有有机农场，探索智慧有机农业，助力农业科技创新和乡村振兴；提供绿色营养解决方案，携手上下游合作伙伴联手打造低碳绿色的生产体系。

具体到山东，从安利落户中国以来，山东都是安利中国的业务重镇。近十年来，山东省的业绩稳居全国前三名。安利总部高度重视中国式现代化进程中的巨大战略机遇，看重包括青岛在内的山东市场的巨大潜力。“本次安利青岛体验馆的揭幕，就是我们扎根中国、深耕中国的最好证明。”余放说道。

“健康”“创业”两手抓 推进大健康社群运营策略

记者注意到，近几年安利业绩的高速增长与公司推行的大健康社群运营策略密切相关。在余放看来，大健康社群运营策略的推行，助力安利进入了一个新的非常良性的增长周期。

余放表示，一个人不易改掉不健康的生活习惯，健康生活方式也不易坚持。组团

7月14日，安利青岛体验馆盛大开业，安利(中国)日用品有限公司总裁余放在接受齐鲁晚报·齐鲁壹点记者专访时表示，安利看重中国市场的巨大潜力，未来将全面深入本地化战略，结合健康中国建设，推进大健康社群运营，为消费者提供健康生活的个性化专业服务。

▶安利(中国)日用品有限公司总裁余放

▼安利青岛体验馆焕新升级



养成健康习惯，符合社会行为学和心理学的。在一个健康生活方式的环境中，每个人都会追求更健康、更美好的生活。作为“全面健康推动者”，支持营销人员运营线上线下结合的大健康社群，是安利的重要运营策略之一。

在安利推进大健康社群运营的具体操作上，公司首先培训了大量专业人员。在中国，已有4万余名安利营销人员通过中国营养学会的培训和考试，拿到营养健康顾问证书，1.3万人拿到了健康塑形教练证书。

其次，社群涵盖主题广、交流互动黏性高。安利丰富多彩社群，包括体重管理、健康丽龄、四季养生、亲子健康等主题，满足公众对于健康和美好生活方方面面的需求。社群成员共同学习、督促鼓励，把知识变成行动，把行动变成习惯，从而建立起适合自己的健康生活方式，最终达到身体、心理和社会关系的全面健康状态。

最后，安利推动线上线下有机融合。线下有遍布全国的“健康促进科普基地”安利体验馆、体验店，开设健身房、营养厨房、美容教室等，提供免费体质检测，开展公益营养讲座、健康科普展览，还有营销人员运营的线下工作室，都可以开展丰富多彩的健康生活社群活动；线上有社交媒体，有微信群、小程序、直播，例如“我们行动啦”小程序，百万市民组队参加百天健康打卡；i挑战星球小程序，自2019年上线，3年多来累计发布180多门课程，参加学习的营销人员超过800万人次。

安利所推行的大健康社群运营策略在为公司带来业绩提升的同时，也为创业者提供了机遇。

余放表示，健康人人需要，健康生活方式的创业更是人人可为。大健康产业充满活力和潜力，安利的创业者可以从一个消费者起步，通过建立健康观念、参与健康社群、践行健康生活方式，让自己变得更健康、生活更美好；再通过“大健康社群”将知识、行动和习惯传递给更多亲朋好友，带动

更多人一起健康美好，从而获得一份事业。历史已经证明，安利是一个值得信赖的创业平台。60多年来，安利穿越了数个经济周期，在全球一百多个国家开展业务，为100多万创业者提供事业机会。

大健康社群运营策略之下，安利为创业者打造先进的创业平台，帮助更多人获得灵活的就业机会，增加收入。同时，安利全面赋能营销人员创业，为营销人员提供全面的商务支持、社交支持、内容支持、数据支持，营销人员可以“低成本、低风险”运营美食、健身、美容、养生、育儿等线下社群，开展社交电商，便捷实现在线购物、顾客管理、社群运营等。基于安利全线优质产品和解决方案，为消费者提供健康生活的个性化专业服务。

健康中国建设关口提前 安利中国“重仓”科技创新

当前，随着健康中国建设深入和大健康产业快速发展，公众更加关注健康产品以及健康服务，作为大健康领域的领导品牌，安利对于当下市场把握也有着独到的见解。

余放认为，健康中国建设，倡导要关口提前，从“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变。过去三年，公众健康意识加强，“不得病”“少生病”“晚生病”成为普遍共识，健康消费从隐性刚需成为显性刚需，居民用于健康产品和服务的消费将持续增加。

专业机构预测，中国保健品市场规模，未来5年年均复合增长率为6.3%，全球保健品行业收入2021年至2026年复合增长率为7.0%。

在上述背景下，营养保健食品市场近年也呈现多元化、细分化、个性化的趋势，消费者也越来越不满足于“千人一面”的单一产品，转而寻求能够满足自身需求的产品和解决方案，以及针对自身营养健康状况而量身定制的产品。安利要面对的是青

少年、孕产妇、上班族、中老年、慢性病等各类细分人群。与此同时，天然、有机、植物营养的概念已经为更多人所接受。在中国，以传统汉方为基础、道地中草药为产品基底的产品，越来越受到消费者的青睐。

此外，世卫组织认为，人的健康状况60%是由健康的生活方式决定的。公众需要不断提升健康素养，在膳食平衡的基础上科学补充营养，坚持定期适量运动，保持开放平和的心态和良性和谐的社交关系。同时，公众对专业化的健康服务也提出了更高要求。健康社群在健康知识传播、个性化营养健康解决方案提供、推动健康生活方式方面发挥越来越显著的作用。

在新的市场环境下，安利又该如何发力？余放认为，首先是坚持品质，“安利纽崔莱已在营养健康领域深耕了89年，在100多个国家和地区销售，深受消费者信赖和喜爱。89年来，纽崔莱坚持有机种植植物原料、优质纯净的安心成分，科学高效的营养配方，构建了一条‘从种子到成品’的完整产业链条，从筛选种子、选择农场，到采收、萃取、生产、包装，每一个环节都做到了可追溯。”

其次，安利将持续发力科技创新。余放介绍，重视科技创新是安利的传统，公司曾两次参与“十三五”国家级科研项目，研究土壤污染治理以及中医药现代化；安利植物研发中心还与中国科学院中药研究所，一起完成了世界首次菊花全基因组测序。同时，安利也在推动营养保健食品的个性化研究，通过Diet2Me试验为受试者定制营养解决方案，进行营养干预。未来，安利将继续加强传统中医药的现代化以及其他相关研究，并将研究成果惠及中国和全球的消费者。

此外，安利还将不断强化品牌价值体系。“安利纽崔莱主打绿色、低碳、健康特色，我们从智慧有机农业到绿色营养解决方案，再到低碳绿色的生产体系、低碳环保的生活方式，全方位体现品牌的价值主张。”余放说道。

致力于可持续发展 安利推出“碳中和路线图”

值得关注的是，近期，安利发布了“碳中和路线图”，承诺2023年，率先实现蛋白粉全线产品碳中和，目前在售8款产品将全部达成“零碳”；2025年，中草药保健品实现全线产品碳中和，同时实现（相对基准年）二氧化碳绝对排放量减少30%的目标；2030年，在中国建成安利全球首家“零碳工厂”，构建一套国际领先、清洁高效的能源体系，同时驱动产业链上下游合作伙伴的低碳转型；2035年，实现（相对基准年）二氧化碳绝对排放量减少75%的目标；2038年，实现安利企业运营的全面碳中和目标。

7月14日，青岛体验馆开业现场，余放再次对安利“碳中和路线图”做出解读。余放表示，安利在国家3060双碳目标背景下，制定了长期化、分阶段、可衡量、目标清晰的可持续发展战略，在降低环境风险和资源消耗的同时，不仅能够提升低碳产品竞争力，塑造企业的责任形象，还能有效将社区和产业伙伴纳入减碳路径，引导绿色生产和绿色消费转型，最终贡献整个社会的可持续发展。

“扎根中国28年间，安利始终与中国社会的发展同步同频。从种子到产品，从农场到家庭，通过智慧有机农业技术，‘从种子到成品’的个性化绿色营养解决方案、节能减排的绿色供应链管理、有价值的大健康共享平台，以及美好健康社群的建设，安利在中国构建了一条完整的可持续发展价值链，推动绿色营养、践行低碳运营，倡导健康生活，以可持续、高质量的绿色健康战略贡献中国社会。”余放说道。（本记）