

安利再度亮相进博会： 共享中国机遇 输出中国智慧

作为深耕中国多年的企业，持续关注和满足中国消费者的需求，大力推动公众营养健康教育，促进理性消费和品质消费，安利义不容辞。

□ 记者 | 应琛

第二届进博会上，“医疗器械及医药保健展区”人头攒动，来自澳大利亚、美国、日本、欧洲等国的营养保健食品纷纷亮相。

在7.2号馆内，有一个展区吸引了众多参观者驻足，它就是来自美国的安利。作为参加本届进博会192家美国参展企业中的一员，安利今年的展位面积比首届进博会扩大一倍，展品种类也增加了1/3。

为突出展示“从种子到成品”的全流程质量管控体系，安利将纽崔莱有机农场、研发中心的科研温室微缩至展区，并带来了10款纽崔莱品牌的进口营养保健食品。

“随着中国不断扩大开放，市场活力持续激发，老百姓的钱袋子鼓了，个性化、高品质的消费需求不断攀升，这为企业提供了良好的发展机遇。”中国外商投资企业协会副会长、安利（中国）总裁余放在接受《新民周刊》采访时表示，“从行业角度来看，当前国家推行‘健康中国’战略，消费者的健康意识在增强，从以前‘填饱肚子’到现在追求‘健康与营养’。”

在余放看来，进博会等国际性展会的举办，让更多国外优质产品得以亮相中国市场，丰富了消费者的选择，“这是引领消费、促进消费的好事”。而作为深耕中国多年的企业，持续关注和满足中国消费者的需求，大力推动公众营养健康教育，促进理性消费和品质消费，安利义不容辞。

看好中国健康产业前景

纽崔莱系列占据了安利展区的“绝对C位”。一走进安利展区，写着“85·纽崔莱传奇”的立碑格外引人注目。

今年是这个安利旗下膳食补充剂品牌的85岁生日。早在上世纪初，纽崔莱就和中国结下不解之缘。1915年，其创始人卡尔·宏邦先生来到中国，他在上海工作和生活期间，受到中国人饮食习惯和中医药理念的启发，萌发了革命性的



中国外商投资企业协会副会长、安利（中国）总裁余放。

营养保健理念。1934年，卡尔·宏邦回到美国后，研制出世界上第一款富含植物营养素的多种维生素和矿物质的补充食品——倍立健，并创办了纽崔莱品牌。

随着中国国力增强，“健康中国”上升为国家战略，健康产业增长迅速。2018年中国膳食营养补充剂总体市场规模超过了4600亿元，成为全球第二大膳食营养补充剂消费市场。

据余放介绍，基于中国健康产业的广阔前景，安利此次参展展品全部为纽崔莱营养保健食品系列，“纽崔莱从选取物种、筛选种子、选择农场，到有机种植、采收、萃取、生产、包装，每一个环节都做到了可追溯，最终为消费者提供安全有效的优质产品”。

去年首届进博会后，安利纽崔莱加速了引进进口产品的步伐。记者看到，此次安利带来的10款纽崔莱进口产品，包括了