



上图：安利防疫物资紧急配送。

优先保证疫区供应。

潘睦邻说，“CHINA FIRST——中国优先战略，是安利美国总部去年提出的，它表明，未来安利全球的战略重心正快速向中国市场迁移。它不会受这次疫情影响。安利美国总部已经做好全部准备，将竭尽全力帮助中国市场渡过难关。”

保价格、保质量、保供应

当前的中国抗“疫”，已经取得阶段性胜利，各地各单位正陆续复工，市场对各类防疫用品、食品药品需求激增。安利公司响应国家市场监督管理总局的要求，科学有序复工，保障商品的价格稳定、质量安全 and 市场供应。

潘睦邻介绍，“自1月28日位于广州的生产基地陆续复工，到2月10日全面复工，目前产能恢复到平时产能的约80%，主要还受制于部分上游材料供应商的复工复产约束，预计3月中上旬有望完全恢复

原有产能利用率，3至5月，广州生产基地有望超越平日生产状态。”他还表示，在疫情防控期间，安利将保障商品价格不涨、质量不降、供应不断。他还特别感谢了复工期间，相关地方政府部门协调了急需的生产原料，如包装材料等。

据了解，位于广州经济技术开发区的安利生产基地，执行网格化防疫管理机制，制订完备的应急预案，按物理功能区和职能分工，将所有生产基地的人群划分到最小数量单元，各单元之间尽量完全隔离，包括入门打卡、生产和用餐。一旦发现疑似情况，立即隔离特定人群，将影响范围最小化。对于经营场所，安利主动在全国

下图：安利生产线员工提前复工。



193个设有体验实体的城市停办线下活动，严格按照当地政府要求复工，所有店铺开放区域，每天将定期消毒，员工每天测量体温，确保健康上岗。进入店铺的消费者均需检查体温，并为未佩戴口罩的顾客提供一次性备用口罩。

安利公司还要求营销人员严格遵守当地防疫规定，不要人群聚集、要规范产品宣传。得益于安利近年来在数字化方面的变革和突破，目前的销售额，超过九成是在线上完成的。公司鼓励营销人员利用数字化矩阵参与培训、开展业务、与顾客沟通。线上销售，可以最大程度地降低人员聚集，防控疫情，同时满足市场和消费者需求。

疫情防控期间，安利公司坚守诚信原则，担当社会责任，“保价格、保质量、保供应”，保障防疫用品、商品价格不涨、质量不降、供应不断，众志成城，同全国人民一道，坚决打赢疫情防控阻击战。

当前，“健康中国”已成为国家战略，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。潘睦邻分析，疫情过后，人们的健康意识和健康消费一定会大幅提升，大健康产业将迎来黄金时期。安利充分看好中国大健康产业的广阔前景，未来将通过扎实的研发实力和严格的科学实证检测，让产品迭代更快，推出更契合消费者需求的、个性化、定制化的产品。

“中国市场规模之大、潜力之深、范围之广、活力之盛，始终领先全球，我们坚信中国市场未来可期，也会继续投资中国、深耕中国市场。”潘睦邻说。☑