# 安利：向世界传播中国智慧

连续三年参与进博会的安利公司，将继续加大对中国市场的投资。

记者 | 王 煜

新冠疫情之下的第三届进博会上，健康成为绝对的热门话题。作为大健康产业的一员，连续三年参与进博会的安利公司，以纽崔莱系列的优质健康产品，展现了“传播中国智慧，分享中国机遇，助力中国发展”的决心。

## 与世界分享中国智慧

走进安利位于本届进博会 7.1 馆的展台，以传统汉方、中药草为基底的纽崔莱“汉本萃”系列营养保健食品非常吸人眼球。在产品展示柜旁边，还有模拟中药铺子的一组抽屉，“雪梨”“枸杞”“人参”……拉开每个抽屉，能触摸到真实的药材。

安利作为一家外企，为什么如此热心于对中草药的研发应用？这还要从纽崔莱品牌的源头说起。1915 年，卡尔·宏邦怀着理想与激情来到上海，在那里，他接触到了中国文化和中国人的日常饮食。深深为之着迷的同时，他也开始思考研究其中蕴含的健康饮食理念。1934 年，凭借中国传统中草药应用对他的启发，卡尔·宏邦发明了美国第一款营养补充食品，后来将品牌命名为纽崔莱。

因此，吸收中医药传统智慧并将之推广到全球、发扬光大，深植于安利纽崔莱的基因之中。

安利科创中心总经理韩强告诉《新民周刊》记者：安利很早就开始对中草药的科学研究，2015 年在无锡启用了安利中国植物研发中心，2019 年参与国家“十三五”科技部重点研发计划“中医药现代化研究”专项。

“我们的思路是把中医药的传统智慧与现代科技结合，打造出可以在当代流行的‘新中草药’产品。”他说。

在今年对新冠疫情的防治中，中草药发挥了重要作用，以无可辩驳的事实再一次证明了中国传统医学的价值，这让安利推广中草药的决心更加坚定。疫情背景下，安利加快了中草药产品研发和上市速度，推出应用传统汉方、以高品质中草药为产品基底的“汉本萃”系列产品，帮助消费者增强免疫力、改善微循环、提升抗氧化能力。

目前已经上市的两款“汉本萃”产品中，以人参、百合加雪梨成分的“清润”已经通过人体临床试验，获取的数据证明：产品对提升人体对空气污染的抵抗力有确实的功效。

要推进中医药的标准化、现代化、国际化，并不是一件易事。安利中国植物研发中心需要有一片合适开展实验种植的土地，又需要交通相对便利，寻找选择满足以上条件的合适地址，就花了三年时间；地址选定后，又花了三年时间改良土壤，才开始正式种植启用。

下图：安利位于本届进博会 7.1 馆的展台。