



上图：本届进博会安利展台。

“三年又三年”的严谨务实，带来安利在推广中草药上的成功。之前安利开发的“银杏苁蓉片”，曾经畅销全球十余个国家和地区。“汉本萃”也将推出系列产品，并向全球市场推广。

今年，安利在上海张江成立了亚洲保健食品研发中心，结合基因科学、人工智能等科技手段，研发更多符合中国和亚洲消费者的产品，为消费者提供健康生活整体解决方案。安利正把来自中国的智慧，分享到世界各地。

共享中国机遇

安利此次在进博会上参展的产品，全部为纽崔莱营养保健食品系列。展台上“迷你农场”的柜台里，保健食品原材料的模型和真实的产品摆放在一起，体现了纽崔莱86年来坚持的“从种子到成品”全流程质量管控体系。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，纽崔莱在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。

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。

经历此次全民抗疫的过程，消费者的健康意识不断提升，对健康产品的需求显著增加。为满足消费者的需求，安利加快引入增强免疫力、补充维生素矿物质、帮助身体抵抗自由基的营养保健品，也包括现代城市族群关注的美体塑形、体重管理等方面的产品，并且针对不同人群已经做好了贴心的“组合打包”，例如有“心血管健康包”“骨骼健康包”“儿童成长包”等。观众可以在进博会上看到这些产品的精选代表。

安利（中国）总裁余放介绍：自2016年3月推出海外购，特别是2018年参加首届进博会后，安利近年加速了引进进口产品的步伐：从2016年最初的4款，增加至今年累计进口产品185款；从2018年至今年9月，近3年进口产品累计销售额达46.64亿元人民币。安利通过外引内联，深耕中国消费升级的广阔市场。

在“健康中国2030”规划引领下，近年来，中国大健康产业迎来黄金发展期。2019年我国大健康产业规模达到8.78万亿元，2020年产业规模将突破10万亿元。

国家统计局数据显示，今年三季度中国GDP实现了4.9%的增速，

国民经济增幅由负转正，中国经济的复苏步伐正在加快。安利（中国）总裁余放表示：第三届进博会的成功举办，体现了中国经济的强大韧性，以及持续优化的营商环境、不断提升的开放质量。安利将继续加大对中国市场的投资。

本届进博会期间，安利公司主动为国家会展中心VIP休息室提供空气净化器设备和能量饮料，为进博会志愿者提供能量饮料和维生素补充产品，这一举动得到了中国国际进口博览局、国家会展中心的充分肯定和赞许。

除了前述亚洲保健食品研发中心的启用，2019年，为升级和优化全球供应链，安利将位于总部的家居科技生产线转移到中国，广州成为安利全球唯一家居科技产品供应中心；因为中国在数字化、移动互联网领域在世界的领先地位，安利将全球数字创新中心、大数据创新中心、IT创新中心相继落户中国，并向安利其他市场输出中国数字化变革的成功经验。

安利认识到中国经济在全球日趋重要的辐射力和影响力，并愿意共享中国机遇，持续助力中国发展。