

安利：明年有更多展品更大展馆

作为一家伴随着中国的改革开放不断成长的外资企业，安利在正确的时间作出了正确的抉择。

□记者 | 金 姬 摄影 | 沈 琳

11月5日-10日，在上海国家会展中心7.1馆内，有一款全球首款五星级接待服务机器人“豹小秘”为来往的参观者提供智能引领、服务接待、讲解咨询、语音交互等多项服务，使它身后的安利展位在医疗器械及医疗保健展区格外引人注目。据悉，注重中国市场发展的美国安利公司，是受邀参加首届中国国际进口博览会的美国企业之一。

为什么一家美国企业会如此热衷于中国的展会？据安利大中华市场及公共事务副总裁刘明雄介绍，安利参加此次进博会，既是主动向全球先进企业学习创新精神和工匠精神，同时也展示安利对于中国政府向世界开放市场的大力支持。

一方面，中国国际进口博览会是全世界第一个以进口为主题的国家级博览会，向世界表明了中国愿意敞开大门，让各国分享中国的发展机遇，充分体现了中国对外开放的诚意、善意和信心。另一方面，随着中国经济在全球日趋重要的辐射力和影响力，安利（中国）近年来以体验化、数字化和年轻化为核心的战略创新取得的成功经验，也正在向安利全球市场输出“中国智慧”——从2002年起，安利（中国）已连续16年成为安利全球的最大市场。

站在自家的展位前，刘明雄心心满满地表示：“首届进博会参展国家之多、参展企业之多，让我们看到了贸易自由化和经济全球化的重要性，也让我们看到了中国政府支持贸易自由化和经济全球化、主动向世界开放市场的信心。”

“三位一体”参展

开放、创新、包容的上海通过举办进博会，无疑正在成为名副其实的世界“会客厅”。

在此次进博会上，共有172个国家、地区和国际组织参会，3600多家企业参展。而美国安利公司此次携带了两个系列的优质进口产品参展，包括13款纽崔莱品牌的营养保健食品产品和

8款XS品牌的能量饮料和运动营养食品。其中纽崔莱品牌包括全植物蛋白质粉、倍立健复合维生素片，以及关注男性和女性健康、关节健康等功能性产品；XS品牌包括经典系列、燃脂系列和运动营养三大系列产品。值得注意的是，此次展出的燃脂系列等部分产品尚未进入中国内地市场，但吸睛不少。

刘明雄介绍，美国安利公司是全球最大的直销公司，已在世界100多个国家和地区开展业务，拥有近2万名员工、300多万营销人员。安利（中国）是美国安利公司全球最大的子公司，从1995年起在中国市场开展业务，投资总额2.35亿美元，在广州建有美国安利公司海外最大的生产基地，面积达14.1万平方米，产能超过450亿元人民币。受益于中国的改革开放政策，安利扎根中国，取得了稳健发展。

据了解，本届进博会期间，上海国家会展中心设置了多个VIP休息室，用于接待莅临博览会的各界重要嘉宾。安利公司作为此次进口博览会的参展单位，主动提供“安利逸新空气净化器”设备，为提升展会品质助力。这一举动得到了进口博览会承办单位中国国际进口博览局、国家会展中心的充分肯定和

安利大中华市场及公共事务副总裁刘明雄。

