

安利中国本土化创新：从一粒“种子”到“美好生活”之花

杜远 经济观察报 2025年12月11日 15:37 山东



“从一粒‘种子’到‘美好生活’之花，安利在中国走过了30年历程。30年前，安利怀揣‘帮助人们过上更健康更美好生活’的初心踏上中国土地；而今，本土化的创新链条和生态，推动中国成为安利全球创新的重要源头。

作者：杜远
封图：图片资料室

理性·建设性
经济观察报
The Economic Observer

12月5日，“安利美好生活广场”落成仪式暨安利（中国）三十周年庆典在广州举行，安利董事会联合主席史提夫·温安洛和德·狄维士、安利全球总裁兼首席执行官迈克尔·尼尔森、安利（中国）总裁余放出席仪式，见证了安利（中国）的又一发展里程碑。

01

上游基础创新，从植物品种库到种子“芯片”

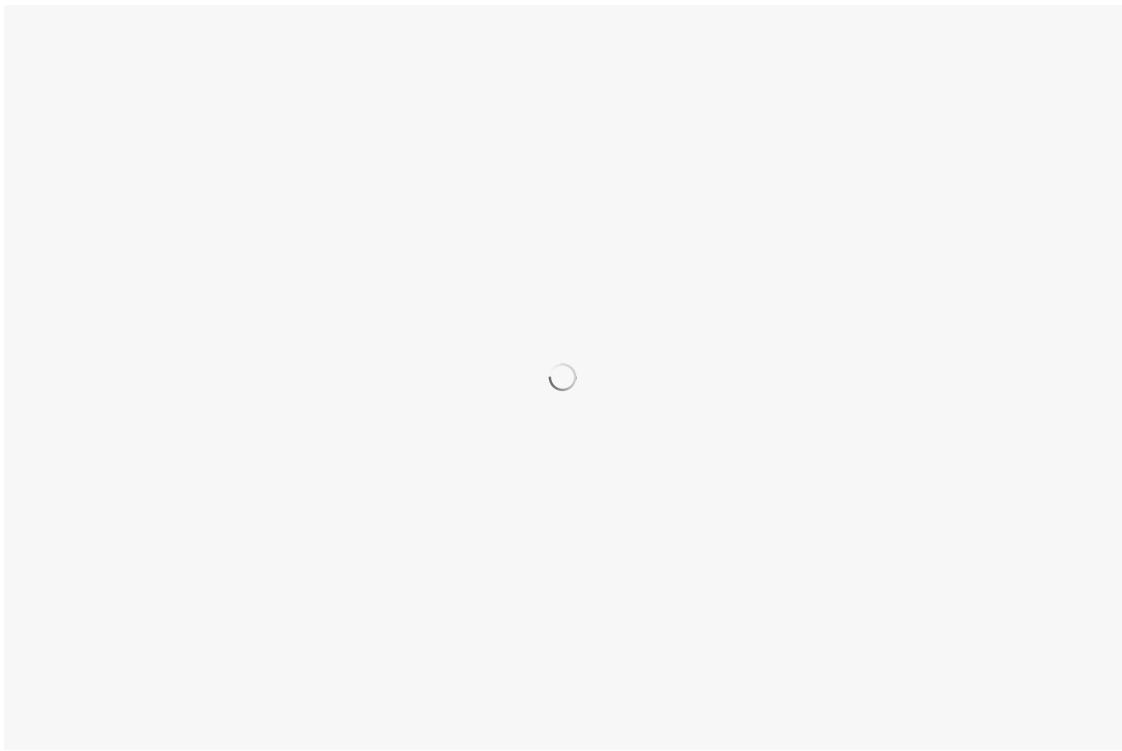


安利广州体验馆

在安利广州旗舰体验馆，一面墙上记录了一百多年前卡尔•宏邦在中国探寻“健康奥秘”的历程，这位纽崔莱品牌奠基者汲取东方智慧，融合西方科技，立下用植物营养素为人类健康造福的宏愿。在中国，安利延续着宏邦的使命，并在基础研究、植物原料领域进行了持续的投入，为本土化创新打下扎实的基础。

选种、育种、有机种植及深入探究植物功能性成分，是构建植物基可持续营养体系的基石。目前，安利已建立起业界最大的植物品种资源库，拥有200多种植物、900多个品种，仅莲花就有304个品种，菊花有124个品种，蓝莓有131个品种。

在此过程中，安利与中国中医科学院、中国科学院南京土壤所、北京中医药大学等多家权威机构深度合作，参与国家重大科研项目，在植物营养研发领域取得多项突破，成为不少细分领域当之无愧的“拓荒者”。2017年，安利植物研发中心与中国中医科学院中药所合作，完成了菊花全基因组测序，填补了国际空白。次年，安利因在全球率先应用并推广“植物DNA分子鉴定技术”，荣获“中医药国际贡献奖—科技进步奖”一等奖。



安利植物研发中心，科学家专注植物营养素的探索

种子堪称农业的高科技“芯片”，安利借助与中国航天的合作，三次成功实施中草药规模化航天育种，公司还在中国培育出富含植物营养素、适合有机种植的荷花、杭白菊、蓝莓、苦荞等多个新品种。安利还通过自主研发的AI“神农”系统，利用分子生物学、大数据、人工智能等现代科技，挖掘博大精深的中医药宝库，极大提升产品开发效率和创新成效。

在原料供给领域本土化布局，亦凸显了安利的长期主义。

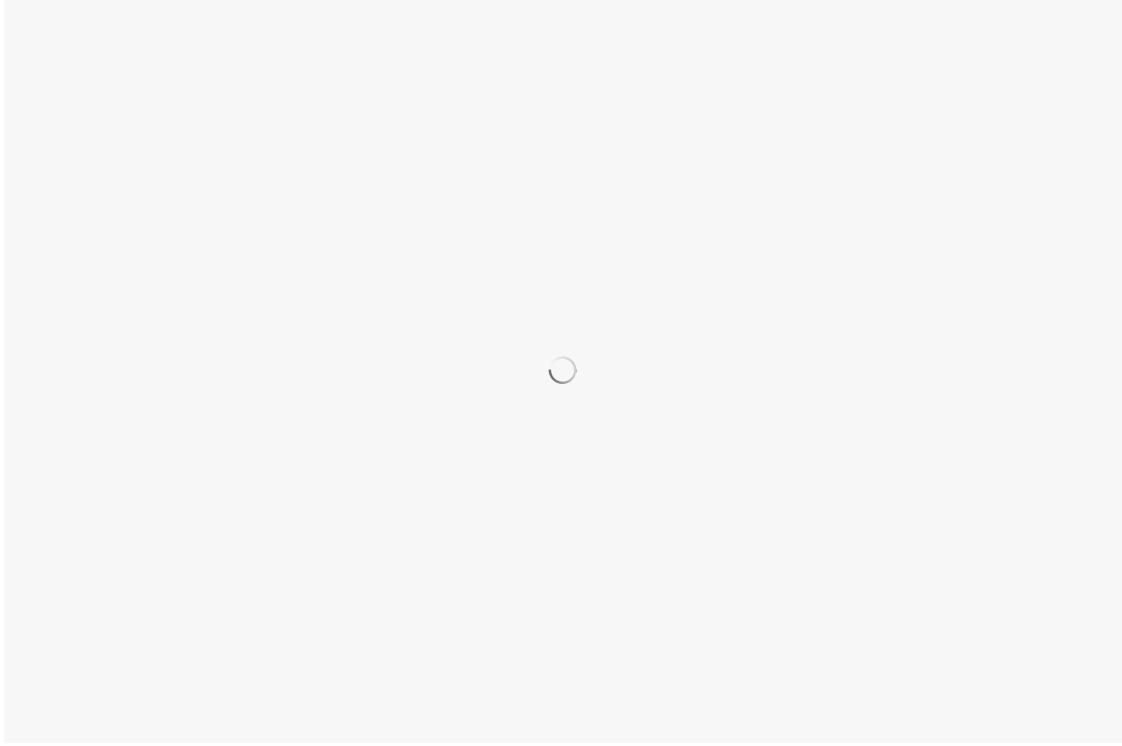
为了获得纯净、高营养价值的植物原料，安利纽崔莱在美国、墨西哥、巴西经营着2500多公顷自有农场，在全球拥有134个认证有机农场，致力于有机、可持续的植物种植方式。

2024年11月，安利宣布将在中国投资建立首个纽崔莱自有有机农场。经过科学家在全国范围内的深入考察和近两年的严格评估，筛选了10个省25个城市40个候选地点，这座农场最终选定在天府之国四川落地，成为安利全球第五个自有有机农场，该农场将专注于中草药种植和创新，致力于推动有机农业发展，进一步提升产品原料的质量和安全性，也将进一步夯实安利的本土化创新之路。



产品创新推动“引领式本土化”

如果说在基础研究和原料领域的本土化，聚焦的是创新体系的上游，在创新链中游，安利则通过本土化的产品开发和生产，使中国成为最重要的市场和创新引擎。



安利（中国）总裁余放

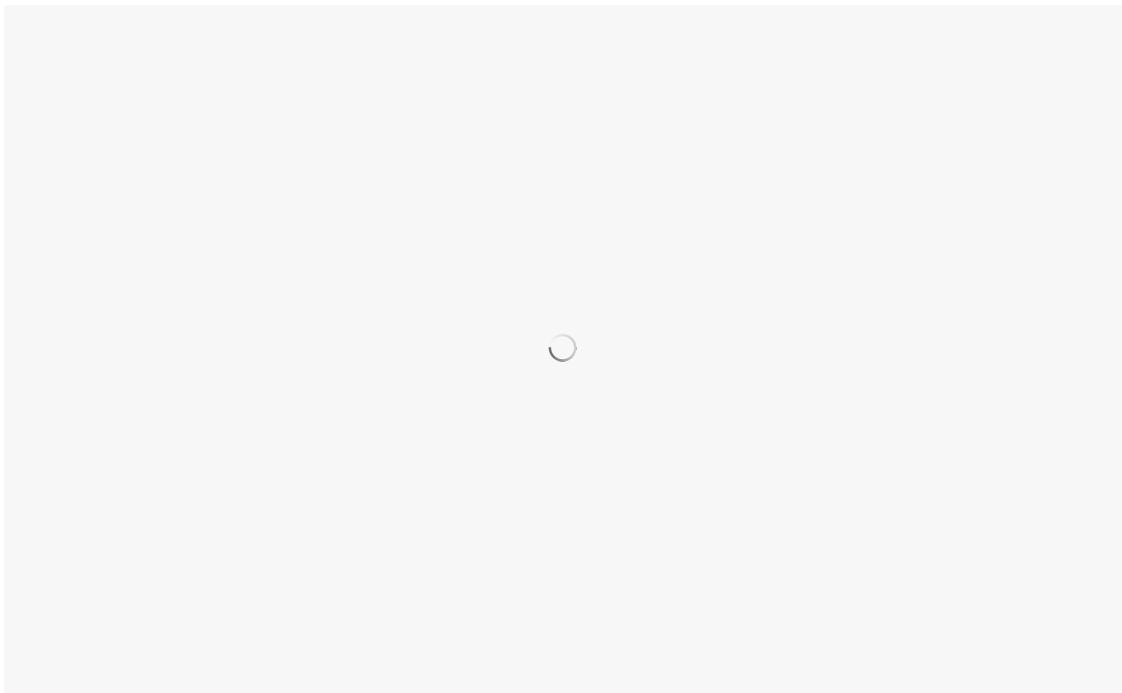
“安利对中国市场长期承诺的注脚之一，就是构建植根中国的本土化研发与创新体系，这也是我们深耕中国的战略基石。”正如余放所言，30年来中国已从一个“遥远而陌生”的市场，成为安利的创新引擎和重要新品的首发地。

和不少在华外企类似，安利进入中国市场之初也曾经历过“拿来主义+本地验证”的阶段——研发话语权在总部，中国公司更多地则是进行本土化产品适配。2000年代初，当不少外企还吝于将最新产品投放到中国时，安利于2002年、2004年在广州和上海相继成立研发中心，并将中草药类保健品研发作为核心战略之一，这也标志着安利开始从“跟随式本土化”向“引领式本土化”的转型。

事实证明，产品的本土化创新犹如一个有力引擎，推动安利中国不断产出“爆款”，多款基于传统中草药的产品走向世界，受到全球消费者青睐。

2013年安利（中国）自主开发的银杏苁蓉片，目前已销往全球14个国家和地区，累计销售额超30亿美元。近年来，为应对社会老龄化与健康需求升级，安利以“植物营养素为核心原料”持续推出主打细胞抗衰的“基源欣活”、代谢健康的“沛源”、行动力健康的“金骨丹”等王牌产品。“基源欣活”上市两年销售额突破20亿元，“沛源”上市一年销售额即突破10亿元。

当下，安利中国广州生产基地，支持着安利全球55%产品销售、服务50余个国家和地区，成为安利全球供应链的重要枢纽，近年来这一基地在持续更新升级下，将满足安利全球未来三十年的产品供应需求。



安利广州生产基地生产线上的自动导引车

目前，安利（中国）研发中心及大健康共享实验室已在广州开发区正式落成，实验室配备12个专业功能实验室和7条中试生产线，其建成标志着安利在中国实现了从基础研发到产业化的完整闭环，通过智能化生产工艺，有效连接“研发—量产”的关键路径。



商业模式升级合上创新闭环

“中国正成为安利全球创新的源发地。”余放表示，中国不仅有巨大的市场规模，也有着独特、多元、快速变化的消费需求。同时，中国还有丰富的植物资源和深厚的中医药传统、开放多元的创新生态，以及高效的创新应用场景。

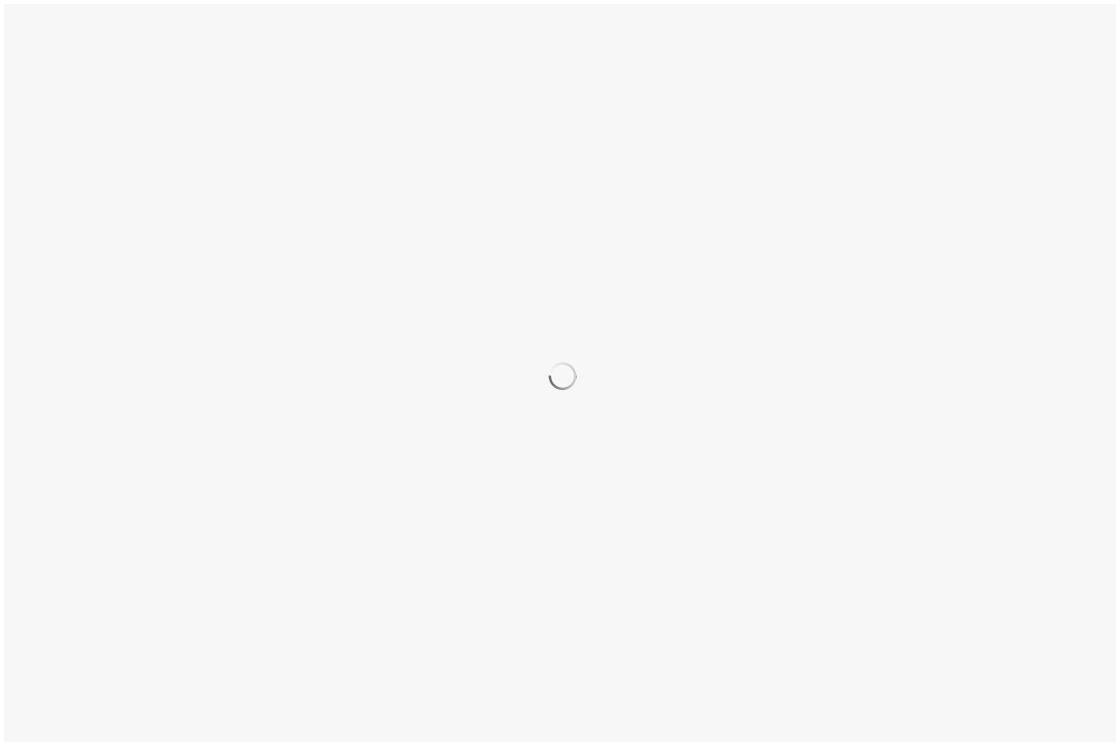
在创新生态和应用场景的孕育下，中国市场甚至成为安利这个大洋彼岸品牌的模式引领中心。

深耕中国市场30年，安利的发展轨迹也并非一帆风顺。2014年前后，移动互联网的勃兴、社交电商等新商业模式的兴起，以及跨境电商、本土品牌的竞争，都对安利造成不小的冲击，安利中国也一度进入业绩波动长达数年的“盘整期”。

2021年初，安利中国启动新战略：顺应“健康中国”建设的战略契机，发挥产品、品牌、研发和服务优势，聚焦大健康赛道，通过社群模式，成为由创业者主导的、为消费者提供整体健康解决方案的大健康行业领导者。

简而言之，这是一个从产品到整体解决方案的升级，也是安利从聚焦产品功能，到聚焦生活方式的商业模式升级，对于安利数十万活跃的营销伙伴和创业者而言，如何有机融入数字化工具更是不小的挑战。

事实证明，“一切源于伙伴，一切为了伙伴”的安利顺利迈过了这道“坎”。安利依托微信，打造移动端电商平台“安利云购”，转发链接就能轻松卖货；公司推出直播平台，成为帮助伙伴引流的“磁石”，让人人都能当主播：“i挑战星球”线上学习工具应运而生，知识充电随时随地；社群运营成为新潮流，定制版企业微信帮伙伴轻松打理自己的顾客群，当好美好生活社群主理人。



安利美好生活广场

2023年，安利中国进一步推动从“大健康”到“美好生活”的战略升级，安利构建的“美好生活之花”，涵盖身体健康、活力生活、情绪健康、良好关系、财务保障、个人成长、社会价值、绿色和谐等八项价值主张，与国家发展目标、社会进步方向及公众福祉追求同频共振、息息相关。

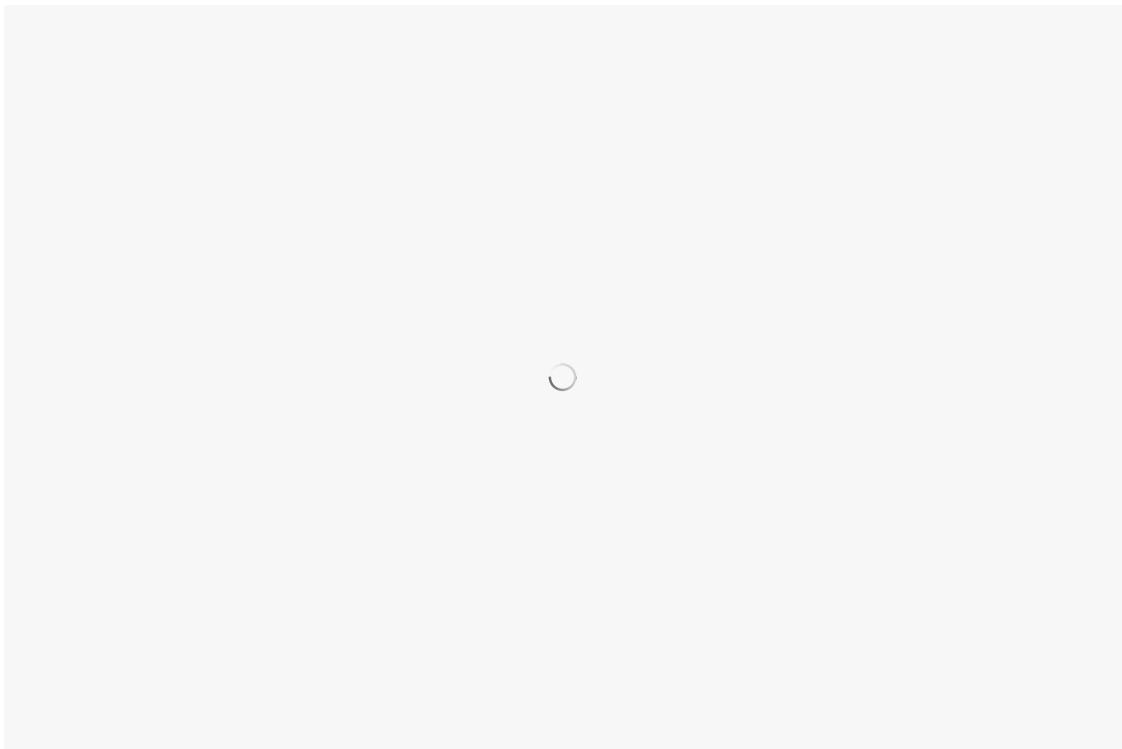
2025年2月，广州市委、市政府推出“城市合伙人”计划，寻找与广州城市同频共振的“奋斗共同体”，8月，广州市正式批准安利（中国）为“广州城市合伙人·战略合作伙伴”。这是“企业公民”角色的生动注解，安利正依托“城市合伙人”平台，整合企业资源与社群力量，在健康促进、生态友好、社区共建等领域发力，共筑更具活力、更有温度的美好城市。



安利全球总裁兼首席执行官迈克尔·尼尔森

12月6日的媒体见面会上，当迈克尔·尼尔森在被问到给安利（中国）管理团队打多少分的时候，他迅速给出“12分”的答案，“因为安利（中国）真的做得太棒了，太出色了！安利中国市场给了其他市场很多的启发和启迪。”

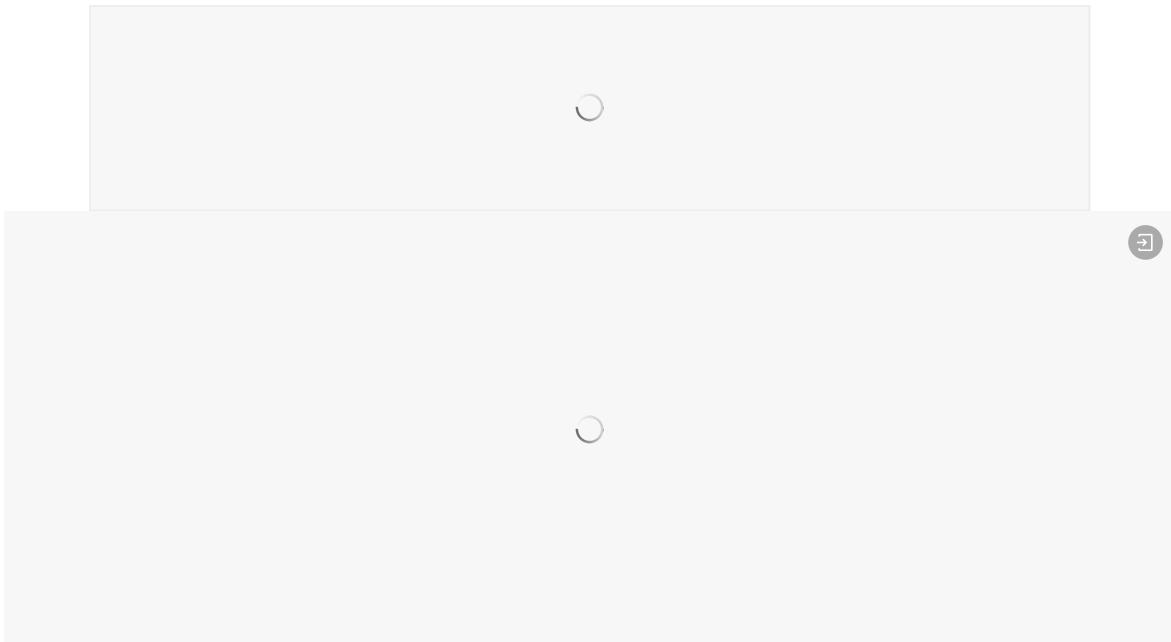
中国创新引擎仍将继续发力。安利（中国）30周年庆典现场，迈克尔·尼尔森宣布，安利正实施一项为期五年、金额达21亿元人民币的投资计划，覆盖在华运营全链条：7亿元用来升级改造广州生产基地，优化全球供应链；4亿元用来升级数字化智能化基础设施，提升运营效率；5亿元用于升级遍布全国的100多家体验馆体验店，推动高品质健康生活消费；5亿元加强研发，包括自有有机农场建设、植物抗衰研究和航天育种科研等项目。



大健康社群成员在安利美好生活广场上参与健身活动

三十载光阴，安利与中国市场的共生已超越商业范畴——它是一粒种子的长成，既依赖土壤，也反哺生态。当本土创新向全球输出范式，当有机农场在四川扎根，当“美好生活”从理念演进为社群实践，这背后是一家外资企业对中国社会肌理的深刻融入。

在十四五收官、十五五启航之际，安利正在新的历史阶段，继续书写中国融入世界、世界认同中国的篇章。





经济观察报



经济观察报是专注于财经新闻与经济分析的全国性综合财经类媒体，创办于2001年。聚焦... >

15466篇原创内容

公众号

阅读原文