# 安利销售保障

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2025-07-14

*第一篇：安利销售保障安利（中国）日用品有限公司消费保障为消费者提供称心满意的产品是安利始终不渝的承诺，安利（中国）正式启动直销业务后，将一如既往地为广大消费者和营销人员提供有力的购物保障。在获准开展直销经营的地区，销售代表及通过直销渠道购...*

**第一篇：安利销售保障**

安利（中国）日用品有限公司消费保障

为消费者提供称心满意的产品是安利始终不渝的承诺，安利（中国）正式启动直销业务后，将一如既往地为广大消费者和营销人员提供有力的购物保障。在获准开展直销经营的地区，销售代表及通过直销渠道购买安利产品的优惠顾客，均可获得直销购物保障，自购买产品之日起30天内，只要产品未开封，均可凭购货发票或售货凭证办理换货和退货。所有经销商和通过非直销渠道购买安利产品的优惠顾客，自购买产品之日起30天内，只要产品未开封，也均可凭购货发票或售货凭证办理换货手续（营养保健食品除外）从2025年9月1日起生效。

总部：广州市天河北路233号中信广场41楼

上海分公司：上海市湖滨路222号企业天地1号楼18楼

北京分公司：北京市东城区东长安街1号东方广场E1座11层

客服中心

安利（中国）极为重视顾客对产品和服务的每一声问询。秉持“公开公正、诚信高效、优质服务、持续改进”的客户服务方针，安利（中国）将四大顾客反馈渠道全新整合为“安利（中国）客户服务中心”,为广大消费者提供服务查询、产品咨询、信息反馈、投诉及建议等全方位的优质服务。

直营店铺服务台

直营店铺：遍布全国206城市249家店铺

服务时间：以当地店铺营业时间为准

※ 可致电安利（中国）服务热线、来函或登陆安利（中国）网站（.cn）之“地方之窗”查询全国249家直营店铺联络资料

全国咨询服务热线

服务电话：4006-888-888（免付长途话费）

服务时间：周一至周五 9：30--19：30

周六、日：9：30--18：00（其他法定假期除外）

※某些地区未覆盖4006电信服务区域的用户和国际漫游用户，请拨打0086-20-28861898（按电信话费收费）

电子邮件

安利（中国）网站：.cn 之“联系我们”

电子邮箱：amway@amwaynet.com.cn

信函：

地址：广东省广州市天河北路233号中信广场41楼

邮编：510613

注意：安利的产品不挂到网上购买，网上产品基本都是假货或者是快过期产品，需要产品直接向安利公司的准经销商购买

**第二篇：安利奖金---销售佣金**

安利（中国）直销员（销售代表）的计酬办法

安利（中国）支付给销售代表的报酬按

销售代表本人直接向消费者销售产品的收入计算，报酬总额（包括佣金、奖金、各种形式的奖励以及其他经济利益等）不超过销售代表本人直接向消费者销售产品收入的30%。公司将根据国内消费物价指数及销售队伍生产力水平的变化，订立并调整销售代表获得报酬的销售额要求。目前，安利（中国）销售代表报酬比率如下表：

净营业额(元)

450 1500

报酬比率

5,000

12,500

9% 12% 25,000 50,000 87,500 125,000

3750

15%

18% 21% 24% 安利（中国）承诺，如果出现涉及销售代表报酬、《直销管理条例》第八条所列内容发生重大变更的，将依法报国家商务部批准后方可执行。

**第三篇：一位安利直销员的销售日记**

一位安利直销员的销售日记

2025-06-07 18:04

功利虽然并非坏事，但太过功利，越急于求成，心情越急迫，对方的警觉性就越高，口袋里的钱就会捂得越紧，人的共性，就是这样……

做安利，就像攀登一座大山，能不能登上这座山，要问爬山的人，如果听那些半途而废、下山人的胡言，是永远没信心到达顶峰的……

X年X月X日

下午终于拿到了安利公司的直销员资格。回想当初，真没想到，用了三年安利的产品，今天竟一下由顾客变为了销售员！

和我一起办直销员手续的还有三个年轻人，全都雄心勃勃的，准备大干一番。看他们的精神样儿，我的劲头儿也足了许多。不过，闲聊了一会儿，才知道他们的产品知识并不多，踏入安利，是看中了它的巨大商机。我觉得自己与他们不一样，同样是做安利，起因却是源于对安利产品的由衷喜爱，也许我的闯劲不如这些年青人，但如果我能将自己对产品的感情向周边的朋友辐射，谁又能说我这个退休老太不能成功呢……

X年X月X日

今天突然降了温，从小李的工作室回来，雨水打在脸上，像是冰点。出门时老伴劝我在家陪他看电视，可是，明天要向王阿姨推荐几种营养补充食品，心里没底儿，于是就又到小李的工作室参加产品学习去了。结束时，突然想起好久不见了的王教授，问了别人，才知道他总是挑剔讲课人的水平，这样的业务课，前后只来听过一两次，就再也不肯来了。一门心思只想着多卖产品，谁知又吃亏在对产品的不了解，销路可怜得很——“王教授大概是要退出安利了吧。”说起他时，小李很是惋惜。以前就听人说过，安利这个公司很奇怪，在传统行业做得很优秀的人在安利不一定干得愉快，当时听了还有些纳闷，现在才开始明白，哪怕在传统行业做得再好，如果心态不能“归零”，没有一颗包容的心，不善于学习，要想做好安利，的确很难。做安利，其实做的就是心态啊。X年X月X日

计算了一下，这个月经我的手一共卖出了十几盒蛋白质粉，朋友们很吃惊，找我讨教做销售的诀窍。细想了想，与其他人相比，我的不同，大概源于我从事安利这个行业的出发点不那么功利吧。虽然功利并非坏事，但太过功利，越急于求成，心情越急迫，对方的警觉性就越高，口袋里的钱就会捂得越紧，人的共性，就是这样。

今天真高兴，回办公室办点事，几个老同事碰见我，全都说我变了，越活越精神。于处长正犯感冒，咳得不行，人似乎也憔悴了好多，我跟她说起每次我刚有些流鼻涕，就将每天的维生素C加大剂量服用，感冒症状立刻就能消失，她有些不信，正好小张也感冒了，准备明天多拿几片让他试试。如果效果理想，不是又打开了一片市场吗？

脚仍有点疼，晚上去小李的工作室听课，下车时急慌慌的，扭伤了脚。唉，以前单位上开会能躲就躲，实在躲不过不是坐最后一排就是藏在角落，现在可真大不同了呀——生怕位置不好，生怕听不见老师的每一句话！

X年X月X日

这几个月只顾发展顾客了，扩展速度不理想，准备培养几个有潜质的合作伙伴。

把亲朋好友过滤了个遍，目标锁定陈工。小李的年龄虽只比我女儿大一岁，作为上级，却是我的主心骨。听了我的想法，小李决定陪我一起出动，两个人共同来完成这事儿。

吃过晚饭，我和小李拎着精心选购的水果敲开了陈工的家门。开始了我的第一次“领导人推销”。本以为计划做得够周密了，谁知效果并不如人意。陈工思路清晰，提出了很多有见地的问题，照理，我们的解答应该能让他对产品和公司充满信心，然而最后，陈工却明确拒绝了我们的合作意向。

为什么会这样？回来的路上我一直在想。拒绝需要理由吗？也许不需要！表面上陈工是被我们说服了，但他心里可能并没有真正认同，这正如一杯盛满的水杯，原有的水没有倒出，又怎么能装进新鲜的呢？

小李说得对，以陈工的素质，如果全心投入这项事业，完全有可能是极优秀的领导人。想了又想，有了主意：对陈工，绝对不能放弃，和他保持友谊，过一段时间再联系也不迟。需要提醒自己注意的是，在陈工面前，嘴上可不能始终挂着安利，让他觉得我另有所图。要让陈工接受产品，首先得让他认同我这个人！

X年X月X日

昨天的天气预报明明说有阵雨，今天却艳阳高照，热得要命。偏偏又有几样产品要分别送到五处顾客手里，咬紧牙根一处一处地跑。最后实在顶不住了，只得坐出租车。送一瓶打折后售价为28元的沐浴露，光车费就用去了近十元钱，说不心疼是假的，但也是没办法的事，做生意不就讲究诚信二字么，答应人家的事再怎么难也要办的。

年龄不饶人，年轻时插队顶着太阳干一整天，啥事儿也没有，现在只一个下午就彻底不行了，恶心，头痛，脚步发软，中暑的症状全都有，吃了一支藿香正气水，刚上床躺下，就接到了陈工的电话。

本来和陈工约好明天一块去一家酒店听安利的产品介绍会的，陈工来电话说他老婆顶头上司的夫人也在做安利，顺便就约了他一同去听课。陈工的声音满是歉意，一个劲儿地说对不起，一时间我也不知说什么好。老实说，我和陈工这半年来的交往越来越投缘，相处得相当愉快，怎么在关键时候竟半路杀出个程咬金？想想看，这也怪为难陈工的，上司的夫人谁敢得罪呀。

很早以前小李就告诫过我，做安利，找顾客容易，找合作伙伴难，今天才对这话有了体会。可是，再难，也要继续培养几个得力的领导人出来，否则，只凭自己单枪匹马，业绩是很难有突破的。心情降到了谷底，突然就怀疑起自己的性格来。我这个人，从来都是顺其自然，喜欢水到渠成的那份感觉，就连以前单位上评先进，也从来不争不抢，只知道埋头苦干。也许，有些时候，我应该表现得更有魄力一点？或者脸皮更厚一点？啊，不行，这不合我的天性，滴水穿石也没有什么不好，我的朋友们正是因为这一点喜欢我的呢，但是，这样不愠不燥，能做好安利吗？

X年X月X日

曼芳今天从深圳来电话，要我将安利公司的章程寄一份给她，说是最近生意不好做，想把服装厂卖了，专职做安利。这个小妮子，一年前我就劝她业余时间做做安利，她呢，老认为这

种“小生意”不如她的服装厂赚钱快，对我的话当耳边风。现在终于想通了，又有些走极端。令曼芳终于下定决心做安利的，是她的婆婆。曼芳是重庆人，两口子却在深圳发展，把婆婆一个人留在天津老家。几个月前，曼芳的婆婆得了癌症，手术后五天五夜高烧不退。偏偏曼芳两口子生意忙，脱不开身，着急得不行。我得知后，特意找专家配了一组营养补充食品套餐，自己掏腰包花了九十多块钱的特快专递费寄了过去，本来只想试试看，效果竟出奇的好。这下老人家可离不得安利了，不仅自己用，还成了安利的义务推销员，和我也成了好朋友。曼芳呢，虽做了我整整一年的顾客，一直使用“雅蜜”系列护肤品，但这次回天津，看到公婆的变化，周围人对安利的认可和喜爱，才意识到从前我向她推荐的，是一桩多么好的生意！记得刚入行时，小李就对我说做产品一定要注意因人施教，不能千篇一律地向所有人推荐所有的产品，比如，对爱美之人推荐护肤品，对身体不好的人推荐营养品，向更多的人推荐直观效果最明显的洗涤用品，这样的效果总能事半功倍，今天终于尝到了甜头。

把曼芳和陈工作了一个对比后发现，对男人和女人的推销方法也有差异：对男性朋友，你可以为他描绘安利的制度，诱人的“钱景”，对女性朋友，重点则要唤起她们对产品由衷的喜爱，让她们因喜爱产品而喜爱公司，并投身于这项事业。抓住了这不同的侧重点，事情也就容易多了。

经验越来越多，对自己也越来越有信心了！

X年X月X日

不知不觉，身边已聚集了一大堆朋友，工作室的地址早已选好，可以甩开膀子大干一场了。然而问题也相当明显：顾客太单一，老在自己的生活圈子内，团队里的合作伙伴仍严重缺乏，有好几个都是兼职，时间和精力照顾不过来……

前几天听了一个进城民工做安利的事儿很受感动，那民工在城里一无资金，二无人脉，怎么做安利？他背着产品，挨家挨户为每户人家擦抽油烟机，做清洁！这方式我虽并不赞成，但人家的吃苦精神值得我们学呀。

反观我的团队，成员以知识分子居多，要衣食无忧的他们放下“面子”去推销显然是件费劲的事儿。所以我经常就在盘算，是不是要发展几个吃得苦的下岗工，或者农民工加入我的团队，用他们的精神带动大家呢——只是，想了又想，我身边这样的人倒真是少得可怜。

还有小王小张，最近也不知怎么了，连课也不来上，估计是想打退堂鼓了吧？早就跟他们说过，做安利，就像攀登一座大山，能不能登上这座山，要问爬山的人，如果听那些半途而废、下山人的胡言，是永远没信心到达顶峰的。所以，经常来参加聚会，在学习产品知识的同时，朋友间的互相鼓励也是很重要的。

**第四篇：安利销售模式与奖金制度**

安利销售模式与奖金制度

直销与传销的区别

序号 方面 正规直销 非法传销公司的利润来源 主要靠销售者的零售业绩

长期提供优质产品，满足顾客需

求 主要靠底层新入会员的入会费 2 公司的经营理念 短期内积聚财富，骗足就溜公司的经营策略 零售与推荐并重，鼓励建立销售

网络 鼓励会员推荐新人赚取利润公司制度特性 公平合理、精系周密，很难做享

其成长久

无需缴费或仅需少量的资料费，无需大量定货 强调高报酬、易升迁，可以做享其成 5 公司寿命 短暂 6 加入条件 需缴高额入会费或认购相当金额的产品销售人员利润来

源 以零售利润及其所建立的销售网络带动业绩而产生的以奖金为主

要来源 主要靠介绍新人的人头费销售人员保障 直销员的义务、责任及享受的利

益规定清楚

有满意保证或责任保险

可接受一定时期内的无因退货

产品价格合理，有市场竞争力 缺乏保障 9 10 11 产品保证 产品退货 产品价格 无满意保证或责任保险 不准退货或退货条件极为苛刻 产品定价过高或产品价值很难确定

安利奖金制度

目前，安利（中国）投资总额达2.2亿美元，总部位于广州，并在北京及上海设有区域办公室，办公总面积超过2万平方米，拥有6091名员工。安利在广州建有美国海外最大的生产基地（详见生产基地），面积达14.1万平方米，为消费者提供纽崔莱®营养保健食品、雅姿®美容化妆品、个人护理用品、家居护理用品、皇后锅具共五大类240余款优质产品。（安利公司拥有450款优质产品）

2025年，安利（中国）销售额达170亿元人民币，截至2025年底，安利（中国）累计缴纳税款179亿元人民币，在优质产品及消费者保护方面共获嘉奖622项，四度荣膺“中国最具影响跨国企业”，位列“2025-2025中国最大的外商投资企业”排行榜第70位，并获得“最具责任感企业”等荣誉称号。安利（中国）名列《财富》最佳公司排名第23位

安利公司简介：安利公司成立於1959年 公司总部位於美国的密执安州的亚达城 安利始于两位创办人杰•温安洛和理查•狄维士

真诚合作的伙伴关系。

安利的四大理念： 自由家庭奖励希望

安利的企业文化：1 为顾客提供优质的产品为愿意付出的人们提供一个多劳多得的就业机会

安利——Amway，原意为Americn way（美国之路），后来中国大陆称为“安利”，意思是安全获利。安利在全球设有近90个实验室，聘有570多名专业技术人员截至目前，公司已取得了790余项专利，另有585余项正在申请中。短期目标是到2025

年安利计划全球销售1200亿美元

目前安利在中国市场上市的产品有五大类近200种它们分别是:全球销量第一的纽崔莱®营养保健品全球五大品牌之一的 雅

姿®美容化妆品以及家居护理系列 个人护理系列和皇后锅具®系

安利公司奖金制度（九种十二项）

一 销售佣金（月结奖金）

销售指数（PV）净营业额(BV)销售佣金比例销售佣金（元）

20018009%162

600540012%648

12001080015%1620

24002160018%3888

40003600021%7560

70006300024%15120

100009000027%24300

安利的奖金是月结奖金也就是你每个月最低要完成1800元的净营业额才能拿到奖金

我们每个人都有亲戚朋友同学或熟人当你把安利的优质产品介绍给他们的时候他们当中的很多人都会选择使用假如有20人使用每人使用300元钱的产品那么就是20×600=1200012000×15%=1800元 当您一个人每月销售12000元我想比较容易，可是叫您每月销售90000元产品的时候就比较难了，是吗？于是我们比较聪明地应用了一个方法就是找几个朋友和自己合作销售安利产品，组成一个营销部门，相当于开一家公司由你来当老板 你可以找A、B、C、D、E、F、G……等朋友作为您的合作伙伴和您一起来销售。您的部门：A：12000、B：12000、C：12000、D：12000、E:12000、F:12000、G:12000、您：12000 您如何结算您的部门的奖金呢？就是把A+B+C+D+E+F+G+您=96000×27%=25920元。但是这些钱不是您一个人的，必须减去您的朋友所得的钱，也就是说25920—7×1800=13320您的收入也就是13320元。说到这里您的朋友就有些纳闷了，您叫了朋友和您一起销售安利产品，为什么您同样卖了12000元就有13320元的收入而您的朋友一样也卖了12000元才1800元呢？这就是安利的第2项奖金：

二市场开拓奖金

您的朋友一定会想，您在赚他的钱对吗？我们可以这样做个假设，您的朋友如果不和您合作直接和安利公司合作，按照他的销售额12000×15%，也只有1800元，您呢？也不必要顾虑您在赚朋友的钱，因为您在建立自己的销售部门的时候要投入时间和精力，电话费，差旅费，安利公司在全世界有300多万的营销人员，在每个月的时候每个人都拿着电话单，和差旅费报销单和安利公司结帐，您说有可能吗？那当您拿着报销单的时候，安利公司对报销单的真实如何审核？您是不是为了培养一个小组而付出了大量劳动呢？安利公司怎样去核实您的劳动量呢？于是直接以奖金的形式返还给您，您觉得合适吗？

三4%领导奖金（世袭）

当您的朋友A把您的模式进行了复制，您的朋友A做到了90000大家看是不是出了问题？计算您的部门的业绩是90000×27%减去您朋友A90000×27%，您的收入等于0，您会干吗？回答当然是不会！安利公司的确也不会这样干，当您的合作伙伴每月的业绩达到9万的时候，他会和您有形式上的脱离，安利公司会因为您为公司培养了一个稳定的销售部门，额外的拨给您该部门的净营业额的4%作为您的奖金，这奖金具有世袭性，在国外叫世袭奖金，只要您的部门存在，这些奖金还会给您的法定继承人，我们计算一下90000×4%=3600元。您的合作伙伴A收入是不是比您多？当然你的收入还不只是3600元，还得加上您的合作伙伴B、C、D、E、F、G他们所创造的业绩。世袭奖金充分的体现了安利事业的人性化，要知道这就是保障。（这就是终生的保障）3600×12月×40年=1728000元。

四 2%红宝石奖金（宽度奖金）

当您帮您的部门A、B、C三组分别做到了27%以上，这些就是您的独立部门，您每个月可以领到这三组4%的领导奖金。D、E、F、G等合作伙伴分别只做到9%~24%均未达到27%的，这就是您的小部门，如果这些小部门的月销售业绩达到180000的时候，除了可以领您个人销售顾客服务报酬、销售佣金、A、B、C的领导奖金之外，安利公司再发给您小部门业绩的总和的2%作为红宝石奖金（180000×2%=3600元）。该奖金说明了安利事业是无盖子、没限制、努力与收入永远成正比，这项奖金也是鼓励您尽量把安利事业做宽、做大，充分发挥您的潜能。您可以得到这项奖金也就为您的钻石梦打好基础。您的月收入将会是15000元以上

五 1%明珠奖金（深度奖金）

当您培养了A、B、C三组部门同个月做到27%，您除了可以领A、B、C三组的4%领导奖金以外，您每个月都可以领到A、B、C三组以下的每个部门（不管深度如何）的总业绩的1%奖金，直到您的部门中有D.D亦做到明珠，那么他的第二代以下的明珠奖金归他。这项奖金叫明珠奖金。明珠奖金展现了充沛的“自动生命力”。前面所介绍的顾客服务报酬、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金，后四项都称为月结奖金。当您可以领到明珠奖金的时候前面的奖金、佣金、都可以得到。（1~2万/月）

六 营销经理奖金（翡翠奖）

在介绍翡翠奖金之前，先对安利的奖衔定义加以说明：首先要有一个前提那就是你要连续完成三个月的5400元净营业额安利公司才会和你签协议认同你为安利公司的经销商才有了真正意义上的经营权和推荐权 这时你的职称是经销商

在同一财政的任何一个月份完成90000元营业额叫银章销售主任：

在同一财政当中有三个月完成90000元营业额叫金章销售主任：

在同一财政当中有六个月完成90000元营业额其中有三个月连续 三个月可以不连续；这时你就成为一名高级主任了(英文缩写DD)年薪14万多

六 营销经理奖金（翡翠奖）

在您的合作伙伴A、B、C、D、中有三组做到D.D，并保持6个月您就符合营销经理（原“翡翠”奖衔）资格。奖金计算是全国营销经理组的营业额总和×÷全国符合营销经理的人数得出。同时您还可以取得前面所介绍的、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金。年收入约30-40万，每年两次出国旅游。

七 高级营销经理奖金（钻石奖）

同个会计您帮您的部门中6组做到D.D以上的级别，您即符合高级营销经理（原“钻石”奖衔）资格。奖金计算是全国高级营销经理组的营业额总和×÷全国符合高级营销经理的人数得出，同时您还可以得到前面所介绍的顾客服务报酬、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金、翡翠奖金。年收入约70-80万，每年两次出国旅游，你已终身远离贫穷。

八 总监奖金（行政钻石）

同一个会计，您帮您的部门中9组做到D.D以上的级别，您即符合总监（原“行政钻石”奖衔）资格。奖金计算方式全国符合总监组的年营业额×÷全国符合总监的人数得出。同时您还可以得到前面所介绍的、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金、翡翠奖金，钻石奖金。年收入约100万元，每年三次以上出国旅游，享受头等舱待遇。

九1双钻石奖金全球

同一个会计，帮您的部门中12组做到D.D以上的级别，您即符合双杰出经销商（原“双钻石”奖衔）资格。只要您的事业还在发展，销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金、翡翠奖金同时还可以得到。年收入约200万元，当您做到双钻石，安利公司在年终还会再额外颁发您一项“双钻石单次奖金”人民币约13万元（根据市场总营业额情况而定）。每年三次以上出国旅游，享受头等舱待遇。叁钻石奖金全球

同一个会计，帮您的部门中15组做到D.D以上的级别，您即符合三杰出经销商（原“叁钻石”奖衔）资格。因为您也符合双钻石奖金、行政钻石奖金、钻石奖金、翡翠奖金、其年终奖金也可照领。当您做到叁钻石，安利公司在年终还会再额外颁发您一项“叁钻石单次奖金”人民币25万元（根据市场总营业额情况而定）。只要您还在不停地发展安利事业，您还可以得到、销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金及翡翠奖金。年收入约300万元。每年三次以上出国旅游，享受头等舱待遇。4 肆钻石奖金全球

同一个会计，帮您的部门中18组做到D.D以上的级别，您即符合四杰出经销商（原“四钻石”奖衔）资格。因为您也符合叁钻石奖金、双钻石奖金、行政钻石奖金、钻石奖金、翡翠奖金、其年终奖金也可照领。当您做到四钻石，安利公司在年终还会再额外颁发您一项“皇冠单次奖金”人民币50万元。只要您还在不停地发展安利事业，您还可以得到;销售佣金、领导奖金、红宝石奖金、明珠奖金及翡翠奖金。年收入约400万元。每年三次以上出国旅游，享受头等舱待遇。

五 钻石奖金 全球（皇冠大使全球政策咨询委员会委员FC成员）

这是安利事业中最高的奖衔。同一个会计，帮您的部门中20组做到D.D以上的级别，您即符合皇冠大使奖衔资格。当您成为皇冠大使的时候，您的年收入将是7~8位数，上千万元前面的数字还不是1的时候，您可以得到多少人的尊重的同时您还可以鼓励多少人成功？同样每年三次以上出国旅游，享受头等舱待遇。

以上就是安利的9种12项奖金制度。了解了安利的奖金制度以后，大家可以回过头来看看从事安利事业，他是可以锁定目标的事业，就象您在爬一栋大厦，您必须从一楼为起点，当您到了2楼的时候，您也知道您离目标有多远，目标+计划+行动=成功这样的事业您觉得与您有什么样的关系呢

**第五篇：安利分析稿**

渠道的转型

“店铺+雇佣推销员”模式是安利在中国渠道转型的最主要内容。安利公司创办人之一狄维士正对这一转型直言：“这是安利41年来前所未有的革命！”总裁黄德荫将“店铺+雇佣推销员”渠道模式的优势总结为下列3个方面：

（1保证了产品质量：通过直销模式，安利的消费者基本上不会遇到假冒伪劣的产品；

（2）提供了很好的销售渠道：安利既是公司形象的代表，又为营销人员提供后勤服务，还直接面对普通消费者，消费者和政府都因为店铺的存在而更加放心。

（3）这种模式可直接受益于安利（中国）积极的市场推广手法。安达高公司执行副总裁Bill Payne这样总结安利的变革：“到目前为止，这种经营方式非常有效。其一，自设店铺提高了公司透明度，让消费者有一个自愿选货、进货和成为优惠顾客的机会：其二，安利目前在全国120家店铺的所有产品都明码标价，公开的价格避免了哄抬价格的可能。此外，营业代表的推销弥补了销售网点的不足，提升了服务素质，让消费者享受到更直接、更亲切的售前、售后服务。”“店铺+雇佣推销员”的新型渠道成功地推进了安利在中国的转型进程，而与此同时，安利对员工的管理整顿也在加紧进行。从2025年1月开始，安利（中国）公司停止了新营业代表的加入，并对现有人员进行培训和全面的整顿，所有营销人员都是安利的合约雇员，这就意味着安利必须承担每一位推销员的职务行为所引起的法律责任，新推销员加入不会给任何人带来收入。在对推销员的管理方面，安利进一步加大了透明度，制订了一系列精确的制度，并且十分严格地加以实施。从2025年1月至今，安利（中国）已清除了近600名身份为公务员、军人或学生等不符合从业规定的销售人员。它的推销队伍从2025年出的13万锐减至7万人。同时，安利（中国）还加强了对营销队伍的管理，通过培训和严格地奖惩制度，安利（中国）共查处各类违规行为2649起，处分营销人员2317人。

3.转型的成功

安利的渠道转型为其带来了巨大的市场收益。公司财务报告显示，在2025~2025财政（2025年9月至2025年8月）中，安利（中国）的销售额已超过10亿美元的全球销售额中占据两成。2025年8月，安利公司在大中华区的销售业绩已超过每周地区，中国成为安利全球营业额最大的市场。正如安达高公司执行副总裁Bill Payne所说：“我们重视中国市场，我们尊重中国国情，我们遵守中国的规则，因此我们改变自己的经营模式来适应中国，做这一切的结果是：我们赢得了中国市场。”总裁黄德荫说：“经过短短9年的发展，中国已经超过拥有45年的历史美国市场，成为安利在全球的最大市场。安利（中国）的成功充分说明了规范经营的直销企业，在快速发展的中国市场上的广泛空间。”在2025年，翰威特咨询公司和《亚洲华尔街日报》、《远东经济评论》联合发布的“2025年亚洲最佳雇主评选”中，安利（中国）名列榜中。在《财富》（中国版）拼出的“2025年最受赞赏的50家外商投资企业”中，安利（中国）也榜上有名。根据独立市场调查公司于2025年初进行的一项调查，安利（中国）的知名度和美誉度分别达到了93%和75%。

（二）案例启示

1.安利以前采取的是人员直销渠道模式。国际定义中的人员直销渠道模式是以销售人员一对一营销为主，来建立自己强大营销渠道网络的营销渠道方法。人员直销模式尤其适用于日用消费品的营销。原因在于日常消费品消费量足够大，而且消费群体十分广泛，采用人员直销渠道方式可以充分利用销售人员与消费者之间的亲人、朋友、邻里关系，快速达成对企业和产品的信任感，并且以低成本方式逐步占领广大市场，通过不断努力，能够达到极大的市场营销覆盖面。

2.安利的渠道策略：传销思想指导下的直销模式，即“店铺+雇佣推销员” 新渠道——多元化直线模式，本土品牌营销等非传统直销的营销策略。

在国际营销定义中，传销又名“多层次营销”。其基本思想是：让消费者成为销售者，销售

者是体验到产品价值并且对其忠诚的消费者，即传道者。所以，成为销售员的消费者，加上自建的直营门店就构成了安利看似简单却不能被竞争者模仿的渠道策略。

3.在中国，安利的营销模式属于直销，而不是传销。国内法律定义的直销，是直接于消费者家中、工作地点或零售商店以外的地方进行商品或服务供应，通常是由于推销员现场对产品作详细说明或示范。而传销是生产企业不通过店铺销售，而由传销员将本企业产品直接销售给消费者的经营方式。即直销是合法的，而传销是非法的。受国内非法传销影响，安利为了证明不是传销而是直销，满足了法律规定的三个条件：（1）投资额一千万以上；（2）有自己的工厂；（3）有自己的店铺。所以安利开始转型为“店铺+雇佣推销员”新的渠道销售产品。安利的直销就是通过简化、取消中间商来降低产品流通成本，并满足顾客利益最大化需求。

4.据调查，安利的产品有60%通过店铺销售，40%通过销售人员销出。为了防止直销人员为了直销的丰厚利润私下低价倾销，造成市场价格混乱，出现窜货现象，安利直接控制零售终端，并对计酬方式进行了调整，建立科学的内部分区业务管理制度，如定区，定人，定客户，定价格，定占有率，定激励，定监督等。如严格界定销售区域和范围，取消劳务报酬，取消见习营业主任级别，加强公司员工管理，对推销人员进行“属地管规”。经过3个月调整，安利成为第一家直销转型企业，在中国几乎是重新创业逐步摸索出“店铺+雇佣推销员”新模式，形成了庞大的网点资源。安利高效率、低成本的物流配送体系为遍布全国各地的店铺提供的有力的支持。

纽崔莱案例

安利(中国)这几年在保健品市场的神奇表现有目共睹。业界人士在惊异于其一路飚升的销售额的同时，更对其营销策略有着特别的兴趣。笔者认为，其差异化的渠道策略和人文性的大服务特点对市场销售有着不可低估的作用。

差异化选择：

以无店铺经营为特征的渠道策略

安利纽崔莱采取的是全球直销方式。尽管在中国市场上受制于政策性因素，其直销模式受到一定的限制，但安利依然有明修栈道、暗渡陈仓之嫌，其渠道模式是介于直销与店面经营之间的一种形态。

安利纽崔莱选择准直销作为渠道策略是有着非常深刻的原因的。

第一，纽崔莱产品结构如此复杂，单纯的广告传播是不可能完成全部市场信息传递的，因此，需要选择一种“一对一”的营销传播方式来传递比较复杂的产品信息。

第二，纽崔莱是有点类似于OTC的功能性产品，属于营养类保健食品，因此，实施无店

铺的直销，对于传递更加细腻的产品功能类信息有十分重要的作用。

第三，实施无店铺经营能够使消费者、经营者、传播者实现“三位一体”的格局，有利于最大限度地传承企业文化与产品理念，减少在媒体沟通中由于间接性所带来的信息损失。第四，店面经营之外的无店铺经营，有效减少了安利市场运营的直接成本，增加了安利直接获取市场利润的能力。

制胜法宝：

以大服务营销为特征的人文消费

当前，很多本土的医药保健品企业号称已经实施了所谓的服务营销。其实，安利纽崔莱才是真正实施了服务营销战略，其营养师制度使得安利很少采用大众传播但产品却深入人心。以大服务、增值服务为特征构建的人文消费使得安利的市场网络成为了一个与消费者沟通的舞台。很多消费者可能并不喜欢安利的产品，但是，安利的服务营销所带来的文化上的推动力，使得不少消费者基本形成了惯性消费。这也是安利纽崔莱为什么价格坚挺的重要原因。

安利纽崔莱的服务营销是如何做的呢？

首先是营养师制度，实现了每3～5个消费者安排一个营养师的规模。看上去安利为此会要支付一笔不菲的费用去聘请营养师，其实，安利的营养师本身就是安利产品的消费者。所谓的营养师，就是3～5个安利产品的消费者经常性地聚在一起进行经验交流，只不过这个小组有一个组长而已。

其次是定期免费寄赠内刊杂志，解答消费者在消费过程中的疑难问题。安利纽崔莱有一个比较专业的信息处理平台，会将消费安利产品所出现的各种问题分门别类，然后集中进行回答，使得消费者能够不断体验到“一对一”服务所带来的心理享受。其内刊杂志的内容十分广泛，对建立安利的企业文化，培养金牌消费者起到了良好的作用。

第三是组建安利产品消费者俱乐部。产品消费者俱乐部对于安利这样采取直销模式的企业来说是很简单的一件事。在一些做得非常成功的区域，安利产品的营销者甚至像宗教组织中的传教士一样，为了一个非常虚无的文化概念而疯狂地开展业务。安利企业文化的渗透力由此可见一斑。

第四是开展大型的健康咨询活动。安利作为一家在华运营的跨国公司，十分注重服务营销的公众效益，其推出的大型健康活动，不仅让消费者不断感动，更是让媒体热烈追捧，这就是安利十分高明的地方。

平时，不少业内人士感觉到安利是一个十分低调的公司，但安利在面对经营问题时从来就是雷厉风行的。其对价格违规行为的处罚就非常严厉，而在政府公关方面的技巧可以说已到了炉火纯青的地步。安利几乎每年都获得了诸如“在华投资优秀外商企业”、“最佳雇主企业”等称号。这就是安利纽崔莱大服务营销的魅力。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！