

安利为什么赢



- | 安利事业及资金制度大全
- | 安利产品的特点与优势简介
- | 安利系统成功打造的方法
- | 安利高阶的经典OPP分享
- | 安利皇冠大使全面报道

定价：18元

ISSN 1003-8434



刊号：CN43-1027/F 邮发代号：42-90

企业家 叁
八月上

站在自己肩膀上的巨人

张汇弟

记得一位哲人说过，世界上最可怕的不是敌人，是你自己。在你的生活中，有一个人需要你的支持、鼓励和理解，有一个人是你最可信赖的人，这个人是谁呢，又是你自己。

当你在失败和挫折时，自己看不上自己，自己和自己赌气，摔东西、骂人、捶打脑袋、无休止地长吁短叹，你有没有想过，这并没有解脱你的失败，减轻挫折。你有没有想过：是谁在阻挠你取得成功呢？这个人正是你自己，你脆弱的心是你最可怕的敌人。

当一只天鹅掠过长空，那洁白的羽毛、端庄的体态使人们赞叹不已。可是，在丹麦童话作家安徒生的笔下，这只美丽的天鹅，原先却是一只“丑小鸭”。当它刚刚破壳而出的时候，生得很瘦小，那些自以为是的鸭子根本瞧不起它。它默默地、日复一日地坚持训练自己，最后终于在一个早晨振翼飞向蓝天。

一个人要取得成功，第一步要认识自己。

从古至今功名显赫的名人激起多少人的羡慕、钦佩，当这些人站在人们面前时，使人感到浑身上下都有一种人格魅力，可他们并非都是丰功伟绩的幸运儿。翻开他们每个人的经历，几乎都有过“丑小鸭”的坎坷经历。他们善于把自己的缺陷当作完善人格大厦的铺垫，从而铸就了不屈奋斗的个性。

美商安利公司也经历了从羸弱幼苗到参天大树的苦难之旅。1959年，安利的创始人杰·温安格和理查·狄维士在家中的地下室迈出了安利事业的第一步。老板和员工就是他们两人，而且还是代销一个家居清洁用品。时至今日，安利已发展成为世界知名的大型日用消费品生产及销售商，业务遍布80多个国家和地区。经销商300多万人，自己生产的产品就有450余种，营业额高达50亿美元。

有一本书叫《生生世世为矮人》。作者告诉人们一个道理，如果为自己长得不好看而发愁，那你只会越来越丑。和美女去比，你的五官永远是有缺陷的。每个人都以自己独立的个体而存在，你只能以自己的方式去唱歌。你有你的特长，你有睿智的头脑，善解人意的情怀，发挥自己的长处，施展自己的才华，你那双小眼睛就会被看作是智慧的象征，你也不会再是矮人。只有在“自卑”中寻找突破口，才有可能改变自己。

从书中我悟出成功的第二步是改变自己。

伟大的物理学家牛顿说他之所以取得了巨大的成就是因为他站在了巨人的肩上，所以超越了前代的总和。

那是在学术界，对企业界来说就不会有这样幸运了。自古以来，商场如战场，一味地随波逐流，亦步亦趋，就成了活在巨人肩上的懒汉，~~关键~~的关键的、核心技术方~~面~~永远落后巨人，不会有建树的。

大家都知道，安利公司创建时，~~世界直销业刚刚起步，那时~~需要巨人而产生了巨人的时代。正是因为安利的领导人认识自己，改变自己，~~更重要的是不~~更重要的是不~~畏浮云遮望眼~~望眼，不断地超越自己，一次次化蝶为蛹，一次次成功地站在自己的肩上。

在这一本书里给大家讲述的就是安利一个不断完善自我，不断超越自我的直销巨人。

企业家天地

2004年8月上

《安利为什么赢》特刊

总编辑 刘维

主 编 洪水

出品人 林军

本期总策划 金云义

本期执行主编 张汇弟

责任编辑 王 琪

编 辑 陈 婷 唐和燕

刘春涛 周 俊(实习)

封面设计 钟 涛

美术编辑 沈 毅

编辑单位 《知识经济》杂志社

社 址 重庆市渝中区双钢路3号科协大厦11楼

邮 编 400013

电 话 023-63658880(总编室)

023-63658883(编辑部)

023-63658882(发行部)

023-63658881(广告部)

传 真 023-63658882

E-mail uprich@cpcw.com

批销电话 023-63658888-12060

广告许可证 4301004000082

国内统一刊号 CN43-1027/F

国际标准刊号 ISSN 1003-8434

印 刷 重庆联谊印务有限公司

本册定价 18元



● 企业篇

- 6 Amway之路: 从1959到2003
- 9 安利企业及其文化
- 13 安利事业机会
- 18 安利奖衔和奖金制度
- 24 安利与传销及变相传销的十个本质区别
- 26 安利与直销立法

● 产品篇

- 29 使用安利产品, 你必须掌握的知识
- 35 它们为什么好?
——安利产品的特点与优势
- 36 ——雅姿美容化妆品
- 46 ——纽崔莱营养保健食品
- 50 ——个人护理用品
- 53 ——家洁护理用品
- 58 ——伊姿彩妆

● 成功篇

超凡 / 成冠 / 环宇 / 耶格 / 贝瑞德系统成功方法

目 录

CONTENTS

- 63** 系统的五大主题
- 64** 事业的核心
- 64** 生意指标
- 65** 安利的专业精神
- 66** 如何建立稳健长远的安利事业
- 68** 如何做安利?
- 73** 成功必备要素
- 75** 成功八步
- 77** 成功的秘诀
- 77** 成功销售
- 79** 销售前的停、看、听
- 80** 销售的八个步骤
- 82** 销售示范
- 84** 雅姿销售技巧
- 85** 销售业绩哪里来?
- 86** 如何推荐人
- 87** 90天推荐法
- 89** 接触推荐四部曲
- 89** 你推荐自己了吗?
- 90** 从经验中学习
- 90** 会场的重要性
- 91** 如何举办家庭展示会
- 92** 如何举办会后会
- 93** 启业从学习开始
- 94** 启动新人你要问的四件事
- 95** 如何做好零售、介绍和服务?
- 96** 如何做好 DD
 - 理查·狄维士对 DD 的期许
- 98** 讲师的基本功
- 99** “成就自己、也成就别人”
 - 安利专业讲师的定位与角色

- 101** 创办人狄维士的 10 堂课
- 103** 如何创建一个具有向心力的团队
- 105** 领导方式决定团队成败
- 106** 造就超效率团队的秘诀
- 107** 高效率团队的特质
- 109** 21% 领导人应具备的能力
- 109** 做一个领导人的标准
- 110** 领导人的五 C 与四角色
- 112** 培养你的领导力
- 114** 如何激励部属
- 115** 领导者的基本条件

经典 OPP 分享

- 117** 怀疑所看到的是障碍,信心却看到了道路
- 118** 建立高学习团队
- 119** 拥抱 E 世纪的创业赢家
- 123** 成就版图无限的安利事业
- 125** 如何成为合格的领导人?
- 126** 永远不倒的 OPP 战将
- 127** 做一个先知先觉的领导人
- 128** 细水长流的梦想引导家
- 129** 欢迎认识安利
- 133** 销售、配合和带动
- 135** 创造高收入的行动计划和能力
- 138** 连续推荐的热力泉源
- 140** 平实销售 百战百胜
- 142** High 一点的 OPP 旋律
- 143** 成功推荐的原因
- 144** 成功推荐非难事
- 146** 如何实现你心中的承诺

CONTENTS 目 录

● 精英篇

- 149** 安利韩国皇冠大使直系直销商
金日斗夫妇
- 151** 安利日本双皇冠大使直系直销商
中岛薰
- 154** 安利台湾三皇冠大使直系直销商
傅后坚
- 156** 安利台湾双皇冠大使直系直销商
嵇龙生、陈婉芬夫妇
- 159** 安利台湾双皇冠大使直系直销商
许旭升
- 162** 安利台湾皇冠大使直系直销商
涂永松、黄玉燕夫妇
- 165** 安利台湾皇冠大使直系直销商
雷宇鸣、叶佩姿夫妇
- 168** 安利台湾皇冠大使直系直销商
邱宗国、郑彩珠夫妇
- 169** 安利台湾皇冠大使直系直销商
金乃刚、王丽凯夫妇
- 171** 安利台湾三钻石直系直销商
杨朝旭、蔡文雀夫妇
- 173** 安利台湾双钻石直系直销商
谢建宗、游丽珠夫妇
- 175** 安利香港皇冠大使直系直销商
傅南生、吴彩云夫妇
- 176** 安利香港三钻石直系直销商
李家达、袁慧珠夫妇
- 177** 安利香港三钻石直系直销商
吴华权、麦丽贞夫妇

- 178** 安利香港双钻石直系直销商
蔡植成、梁淑娴夫妇
- 178** 安利香港双钻石直系直销商
劳宜良、崔宝宝夫妇
- 179** 安利中国高级经销商
徐荷莉
- 182** 安利中国高级经销商
刘颖

● 附录

- 185** 安利人必看书籍简介
- 《一生的计划》
- 《管道的故事》
- 《你，有限公司》
- 《自助者天助》
- 《大思想的神奇》
- 《从优秀到卓越·个人成长版》
- 《远离贫穷》
- 《直销天王的成功信念——创造人生》
- 《奇迹的101则慧心良言》
- 《想人才能做大》
- 《成功的策略》
- 《QUIXTAR 革命》
- 《30岁前轻松致富》
- 《超凡精髓》
- 《你坐对位子了吗？》
- 《叫我皇冠大使》
- 《迈向钻石》

企
业
篇

“Amway”指 American Way, 即“美国式”的意思。是描述自由、平等、公平之创业精神, 以及追求富足的美国式的生存之道而言, 其中包括“拥有自己的事业”的含义。狄维士解释说: “我们之所以把公司命名为 Amway, 是因为尊重私有财产及崇高自由企业的美国式作法, 才是我们最好的选择。”

Amway 之路: 从 1959 到 2003

1959

杰·温安格(Jay Van Andel)和理查·狄维士(Rich DeVos)先生在美国密执安州家中的地下室创立了安利公司。当时只有5名员工, 办事处的面积仅为223平方米。公司推出第一种产品——乐新多用途浓缩清洁剂, 成为当时市场上率先采用具有生物降解性表面活性剂的清洁剂。

目前, 安达高公司在美国总部拥有面积超过43万平方米的生产、储运及办公设施, 生产并销售五大类、450多种产品。

1960

独特的营销制度。开业第一年, 安利首个财政年度的销售额就超过50万美元。在2001/2002财年, 安利全球营业额达到45亿美元。

安利推出了第一本油印的安利月刊。如今, 安利不仅可以利用最先进的印刷技术、音像制品等发布安利信息, 更可通过网站及时发布信息。

1961

安利首次举办有200多名直销员参加的直销员大会。目前, 安利在全球拥有330万销售人员。

1963

安利装配了美国第一套新式喷雾剂生产线, 大大

提高了喷雾产品的生产规模和能力; 随后, 推出皇后牌系列炊具产品。产品开始向多元化方向发展。

安利的首家分公司——加拿大分公司诞生, 这成为安利成长为跨国企业的标志。

1964

安利公司改组其领导机构。杰·温安格先生成为公司董事会主席, 理查·狄维士先生担任公司总裁, 并在两位权利对等的最高管理者之下另设7个主管部门。

安利添置了当时最先进的个人护理用品生产线, 并分别推出首批男性、女性用香水等个人护理用品。

1965

安利购入第一家企业专机。时至今日, 安利已拥有一支由8架飞机组成的机队, 为公司高层管理人员赴世界各地处理商务提供方便。

14位业绩最优秀的直销员获得参加安利第一次海外研讨会资格。

1968

安利首次推出的邮购目录只有48页。时至今日, 安利的邮购目录已达数百页, 销售世界各种名牌产品12,000个品种。

安利正式推出雅姿美容护肤产品。自1998年开始, 雅姿已稳居面部护肤及化妆品类全球最畅销的五

大高档品牌之列。

1969

一场意外的大火烧毁了安利公司的生产厂房，十年基业几乎毁于一旦。公司决策层连夜召开会议，决定一切重新开始。6个月后，一座设备齐全、气势雄伟的崭新工厂又屹立在亚达城的安利总部。

1970

公司收入达1亿美元，实现了历史性的突破。

1971

安利在北美以外的首家分公司在澳大利亚开业，发展至今，安利在全球有50多家分公司，业务范围遍及80多个国家和地区。

安利推出了著名的四方形企业标识，后逐步演变成蓝、红、白三色相间、并带有椭圆形地球的标识。

1972

纽崔莱营养补充食品公司正式成为安利旗下的机构。目前，纽崔莱已成为维生素/矿物质及膳食补充剂类全球领导品牌。

1975

美国联邦贸易委员会指控安利公司非法设定价格、夸大收入，并怀疑安利公司以金字塔方式运作，对安利展开全面调查。1979年，联邦贸易委员会做出最终裁决，宣告安利所从事的直销属于合法事业，安利的运营方式成为判定合法直销与非法金字塔诈骗的界尺。

1976

香港和马来西亚分公司隆重开业，标志着安利在亚洲业务的启动。

1978

为保护地球生态环境，安利公司全面停止使用会破坏臭氧层的氯氟碳化物，改用碳氢化合物作为喷雾

产品的推进剂。

1980

安利年销售额突破10亿美元大关，为以后业务的增长奠定了基础。

安利购入的格兰大酒店重新装修开业，为大激流市区重建起到了带头作用。开业时，出席的嘉宾包括当时美国里根总统、加拿大总理、墨西哥总统和荷兰女皇等多位名人。

1981

耗资1,000万美元的研究与发展大厦开始启用。目前，安利拥有525项专利，另有319项尚在申请中。

1983

安利投资1,100万美元在总部兴建的占地10万平方英尺化妆品工厂正式启用。

1985

安利与MCI（一家美国长途电话服务公司）合作，由安利直销员代理销售MCI长途电话服务，销售量超过其他营销商，此项合作使安利展开一系列与其它公司进行合作的计划，由安利直销员销售品种繁多的各种品牌产品和服务。

安利推出净水器，一推出其销量就超过20万台，成为安利最成功的产品之一，使安利成为全球最大的净水器销售商之一，并领导了净水器的发展。

1989

安利资助了“冰上行”北极徒步探险计划和展现北极原住民与大自然和谐并存生活的“北极之雄”艺术展览会。安利希望藉此类活动让更多的民众和企业共同参与环境保护。

为了保护动物、维护地球的生态平衡，安利从1989年6月起，在研究开发个人护理用品上全面停止使用动物做实验。

在6月5日的“世界环境日”，联合国向安利公司颁发“环境保护成就奖”，安利是全球第二家获此殊荣的私人企业。

1990

安利完成1989/1990财政年度预期销售目标——20亿美元，安利业务又上一个新台阶。

1991

安利推出安利商业网络。这是1995年安利在国际互联网上设立网站和1999年推出安利电子商务系统Quixtar的前身。

安利公司获美国国立野生动物协会颁发的“生态保护杰出成就奖”，安利在保护自然生态环境方面的努力再次获得肯定。

1993

掌管安利30多年的创办人之一、公司总裁理查·狄维士先生退休，他的儿子狄克·狄维士先生接任公司总裁一职。标志着安利创办人家族的新一代开始走上公司管理层的领导岗位。

1995

公司另一位创始人杰·温安格先生退居二线，担任资深主席一职，史提夫·温安格先生被委任为美国安利公司主席，带领公司开创崭新的局面。

1997

时任美国副总统的戈尔向安利公司颁奖，以嘉许其在减少工业化学废料方面的杰出表现。

雨林联盟向安利颁发“绿色地球奖”，以表彰其在环保方面的所做的贡献与成就，此外，还获美国皮肤科学院“金三角奖”。

1998

安利(日本)赞助在日本长野市举行的第18届冬季奥运会，这是安利有史以来最大型的体育赞助活动。

理查·狄维士先生因其卓越的领导能力，获得美国共和党全国委员会授予的最高荣誉——美国精神奖，成为获得该奖项的三位美国人之一。

1999

正式推出Quixtar电子商务网站，开始通过国际

互联网为北美地区的直销员与顾客提供服务。目前，在网上销售的产品达12,000个品种，36,000余个产品，被《商业2.0杂志》评为营养与护肤品在线零售公司第一名，成为全球最成功的电子商务网站之一。

2000

安利公司将Amway和Quixtar与新成立的Access Business Group合并组建名为Alticor的新公司，安利从此进入一个新的发展阶段。

2001

安利董事会主席史提夫·温安格先生出任美国商会主席，并在随后1年多的时间里，先后5次访华，受到了中国国家领导人的亲切接见，为促进中美经贸关系的健康发展贡献自己的力量。

2002

安达高总裁狄克·狄维士先生宣布退休，并于2002年9月当选为世界直销协会联盟主席。德·狄维士先生出任公司总裁。

安达高公司以2000/2001财年41亿美元的销售额位列2002年《福布斯》杂志全美最大私人企业排名第27位。

公司选用了全新的企业标志，新标志去掉了原标识的矩形外框，反映了安利勇于创新的精神。整个标识蕴含了无穷的动势。

2003

在美国《家族企业》杂志首次全球最大200家族企业排名中，安利公司母公司安达高公司名列第104位。《家族企业》杂志判断家族企业的标准为：1. 企业由某一家族控制其所有权；2. 控制企业的家族成员在高级管理层中发挥积极作用；3. 这一家族至少两代人连续参与了企业的经营或者有可能这样做。

(摘编自安利(中国)网站)

安利企业及其文化

资产规模

如今安利在全世界八十多个国家和地区设有分公司，全球员工人数(不含营业代表)约13,000人，1997年全球营业额达70亿美元。自行生产451多种产品，营业代表人数突破300万人。新市场仍在不断开张营运，事实显示安利产品广受全球消费者的喜爱，安利制度完备可行。“安利”(Amway)不但已成为家喻户晓的名字，同时也是全球规模最大，最具领导地位的连锁营销公司之一。

值得骄傲的是，40多年来安利公司也经历了美国两次严重的经济衰退，但经营效益从未减少。在不景气时期，包括IBM与OM公司都曾大量裁员，但安利公司从未裁减过员工。其生产及经营规模一直维持稳定发展。尤其值得一提的是，在持续发展过程中，安利一直维持“无贷款经营”的纪录，未曾向银行借贷过资金，足可证明其财务健全及稳健的经营。

安利公司在美国所处的地位，如果和电脑业盟主IBM、汽车生产业龙头通用(GM)相比，规模确有较大差距。因为安利生产的产品都是消费性、低单价的家庭及个人日用品，并非电脑、汽车之类的高价位商品。但安利公司于1995年美国500大私人企业中仍排名第22位。在美国40大居家与个人用品制造商排名第4名。这些排名亦足以说明安利的过人地位。

美国安利总公司为避免外部股东干扰其40年稳健经营的决策方针，在美国未曾公开发行股票。但其子公司——日本安利公司的股票于1994年在纽约交易所上市，并且已成为日本公司在纽约交易所营业额排名前十大公司之一。

以香港为大本营的“安利亚太区有限公司”也是在纽约交易所公开发行股票的公司。1992年12月16日美国华盛顿邮报的头条新闻报导“安利亚洲股是热门股，交易首日就使股价上扬59%”。

日前安利公司总资产已逾370亿美元，其经营规模及主要资产包括：

- 安利格阑华都大酒店：耗资超过6,000万美元，属四星级豪华酒店，座落于密西根州大湍市(GrandRapids)商业文化中心，共29层700多间套房，1981年开业，曾获《芝加哥论坛报》及《绅士杂志》的推崇与佳评。

- 为了维持每天24小时与全世界80个国家和地区的分支机构保持密切的讯息联系与电脑网络联线作业，安利公司租用了两颗人造卫星的专用频道。

- 安利在英属维京群岛中的“彼得岛”，设有游艇俱乐部，专门用来招待来自世界各国的成功营业代表。美国《达拉斯时报》(DallasTimes)曾报导并评论彼得岛：“美得不像是真的”。台湾许多成功的营业代表曾接受公司招待到彼得岛度假，听他们描述彼得岛风景的美，就像置身“人间仙境，世外桃源”。

- 拥有造价超过千万美元的豪华游轮——“企业五号”，设计精美、动力强劲，内部许多装饰配件均堪称豪华，专供招待高奖衔成功人士度假、会议之用。

研发中心及生产工厂

由安利公司各个工厂自行生产的产品共450余种，可以分为五大类：1. 家庭清洁用品系列；2. 皮肤保养及彩色化妆品系列；3. 个人梳洗用品系列；4. 营

养补充食品系列；5. 家厨高科技器具系列。

研发中心：

“追求卓越品质”是安利产品秉持的原则。为坚持对品质与效能的执著，安利公司于1981年斥资1,000万美元在亚达城总部兴建了一幢最现代化的“研究发展中心”，占地9万平方英尺，设有57间实验室及研究所（另有分设在世界各地的40间实验室及研究所不计在内），招聘450余位科学家及专业科技专家，为未来5-10年要上市的产品进行研究开发，同时为改善现有产品的品质而努力不懈。

该研发中心设立以后，安利现拥有525项专利，另有319项正在申请中。这些数字显示安利公司投注在研发、改良的人力、物力、财力，都在同行之中领先群雄。安利产品之所以在世界各地均获得消费者的青睐，有赖于安利研发中心对产品质量的精益求精。

安利的研究成果多次在国际学术界获奖，包括：1994年凭安利净水器荣获塑胶工程学会颁发的“国际杰出塑料消费品奖”；1996年借在科研方面的成就，荣获国际成就促进会颁发的“杰出表现奖”；1997年借在教育社会大众防止皮肤癌方面所做的贡献，荣获美国皮肤专科学院颁发的“金三角奖”，等等。

电脑声讯中心：

设有最先进的电脑系统，从生产管理、存货控制、产品供输、销售分析、计算业绩、核算奖金、资料建档等等，皆纳入电脑化系统作业，对支援全球安利分公司的动作与服务营业代表提供最周详的服务。

洁净剂生产工厂：

安利总公司的生产部门设有“液态产品生产工厂”、“粉态产品生产工厂”、“喷雾产品生产工厂”、“包装瓶生产工厂”、“香皂类产品生产工厂”。日产量数百万磅的各类安利产品，在占地390英亩的厂房里生产、包装及运送到世界各地。从第一步的原料检测到成品装箱，皆为高速自动化作业。

其每年生产液态产品约1亿瓶；每年生产的洗碗精可以洗430亿个磁盘；每年生产的洗衣精可以洗7亿4千万件衣服；每年做各类产品检查在40万

次以上。

1985年，安利开发成功并拥有技术专利“净水器”，成为在世界各地最具竞争力的产品。

安利“高科技三代原味复合金锅组”经研7年成功上市，被媒体称许为“厨房革命”，连续获得美国商品展颁发的“最佳设计奖”及“最佳销售奖”。

1997年，在日本上市的“空气清净机”，一上市即被抢购一空。1998年在台湾上市之后，亦造成极大轰动。这些都是安利产品品质卓越，获得广大消费群众信任的最佳证明。

化妆品工厂：

为了坚持对消费者的承诺，严格控制品质，安利公司耗资1,200万美元，于1983年兴建了一座占地10万平方英尺的化妆品工厂。在最现代化的厂房中，整座工厂原温度与湿度皆在精密的检测系统下控制。蒸馏设备所作的净水处理，保证用水达到制药品所要求的标准；精密的空气滤清系统，可过滤空气中灰尘、游离粉末与可燃气体完备的微生物实验室及化学实验室，由专家负责检验各项原料及各种成份，以确保安利美容化妆品的原料精纯。诚如安利创办人温安洛先生在化妆品工厂落成典礼中所说：“这座工厂是艺术的化身”。

纽崔莱营养食品公司：

生产安利营养补充食品系列的纽崔莱营养食品公司，秉持“萃取天然精华，结合尖端科技”的企业理念，于1934年由卡尔·宏邦博士所创立。1934年纽崔莱生产的营养食品是世界上最早的综合维生素、矿物质补充食品。事隔64年以后的今天，纽崔莱产品已居于营养食品、保健品界的领导地位。

安利公司于1972年将纽崔莱食品公司收购归并，目前营养系列产品的营业额约占安利公司总营业额的20%。

纽崔莱分别在美国加州、波多黎各及墨西哥设有5大农场及厂房：

1. 美国加州宾纳镇(Buena Park)，是纽崔莱总部所在，占地11公顷，员工800余人。营养片均在此厂房生产。该厂房已达美国政府认可的药品制造厂标准。

2. 加州湖景镇(Lakeview)种植场及处理工场, 占地242公顷, 纽崔莱营养食品中许多天然成份植物均在此种植, 收割及加工。

3. 波多黎各针叶樱桃种植场, 占地101公顷。针叶樱桃是维生素C含量最丰富的天然来源之一。

4. 墨西哥针叶樱桃及农业种植场, 位于墨西哥科利马州首府, 1991年购入250公顷肥沃的农地, 是针叶樱桃及水芹的主要来源。1992年又购入404公顷土地, 负责生产紫花苜蓿。纽崔莱所属农场生产之针叶樱桃产量占世界产量的1/3。

5. 乙种胡萝卜素生长池, 1991年利用美国加州加利福尼亚池塘中的杜氏海藻, 制造天然乙种胡萝卜素。

种植农场:

纽崔莱所有的生产农场, 绝不使用化学农药及除草剂, 而是使用先进的生物学及科技过程控制野草及害虫, 但对植物及人体则无任何损害; 培养埃及红蚯蚓, 利用其垂直钻动的本能来松土, 而不使用机械松土, 以保障土壤不受油污。因此纽崔莱的营养食品曾被美国职业篮球协会(NBA)指定为运动员的营养补充食品, 使纽崔莱产品系列斐声国际。

安利不以在高度开发的国家设立分公司拓展业务, 增加营业收入为满足, 还在开发中及待开发中国家设立分公司, 希望帮助当地的人们从经济贫困、知识贫困及灵魂的贫困中, 透过努力走出阴暗, 获得自由与富足。

企业文化：以人为本

一、安利经营理念和未来的发展方向

安利的两位创办人狄维士与温安洛在创办安利之初, 即已定下安利事业两项永不放弃的企业使命: “为消费者提供高品质的产品, 为社会大众提供一个创业机会。”除此之外, 安利公司经过40年的努力与发展, 已凝聚出清楚的理念与方向, 包括明确的“理想、使命、基础、价值观”。如下:

(一)理想: 成为世界上最优秀的事业机会。

(二)使命: 透过安利营业代表、安利员工和安利家庭成员的伙伴关系、安利的优质产品和销售服务, 为

每个人提供凭借安利事业实现人生目标的公平机会。

(三)基础: 安利创办人及其家庭成员坚信借由“家庭、希望、奖励”, 可以为丰盛的人生奠定坚实的基础。

1. 家庭。家庭是社会、国家最基本的单位, 也是爱、关怀和传统的发源地。家庭赋予每个人生命及自强不息的力量。安利事业一向尊重和支持家庭, 许多营业代表和家人共同参与安利事业, 也促使家庭的基础更加坚实。

2. 希望。人必须活在希望之中。希望使人产生力量, 能够改变命运, 迈向美好人生。希望是一项动力, 促使我们憧憬未来, 订立目标, 透过努力获得具体成就。我们也可以为别人带来希望, 为别人打开一扇通往理想的大门。安利事业在世界各地广受欢迎, 正是因为他能带来希望。

3. 奖励。奖励包含了许多方式, 其中最基本的一种就是对个人的尊重和爱护。奖励总结了前一个行动的成果, 也促进新行动的开始。因此奖励大大提高了个人的生产力。在安利事业, 我们明显看到各类方式的奖励, 促成安利营业代表为实现自己的理想而努力不懈。

(四)价值观: 安利事业的价值观是安利事业发展坚持不懈的原则, 始终如一, 永不言弃, 其内容包括: “伙伴关系、诚信、个人价值、成就、个人责任”。

1. 伙伴关系。安利两位创办人狄维士与温安洛建立起的伙伴关系越过半个世纪, 这是安利事业最宝贵的典范。此外, 安利创办人家族与安利营业代表及安利员工的伙伴关系, 更是安利事业最珍贵的财产。安利公司40年来的所有政策, 都围绕着增进伙伴关系, 以求共存、共荣、共享的目标更容易达成而制定的。

2. 诚信。安利是人与人关系紧密的事业。人与人之间如果拿掉诚信, 必一无所存。诚信是安利成功的根本。安利公司坚守“言必信、行必正”。安利事业的成功, 并非单指经济意义上的成功, 更会赢得广泛的尊敬、信任和良好的声誉。

3. 个人价值。安利尊重并肯定每位营业代表的独特性。每个人都应该被尊重, 获得得公平的对待以及拥有发挥潜能而达到成功的公平机会。

4. 成就。没有成就的人生淡而无味。安利事业是

透过公司、员工、营业代表三者的分工合作，利益共享，以洞悉潮流、掌握趋势、迅速行动，鼓励创意和力求革新为手段，共同获得成就。

5. 个人责任。每个安利人都应尽心尽责为实现自己的人生目标而努力，并要全力以赴帮助公司及伙伴实现共同的目标。透过自助、助人，使每个人的潜能得以发挥，并共享美好的成果。每个人也应以自觉代表一个优秀的社会公司为己任。

安利积极投入社会公益、环保 善尽社会责任

安利公司及其创办人对他们的家乡美国密西根州大湍市做出的各项公益、社会救助等慈善事业的参与和付出，可谓不遗余力。例如共建“温安洛运动休闲馆”耗资6000万美元；温安洛博物馆价值3900万美元；当地艺术表演重镇——狄维士馆；位于约翰·贝尔(JohnBall)动物园内的“温安洛生态海洋馆”等。还有收养大湍市贫民区西格斯比(SIGs)小学学童，该校学童有88%来自破碎家庭及贫苦家庭，由于安利的帮助，使这些学生将成为有用的人。

安利公司不仅在美国自己的土地上善尽社会责任，在全世界各地也一样慷慨付出慈悲与关怀。更可贵的是，安利公司每年为公益、环保的捐助，并非在

会计年度结束，结算盈余中提拔用作充抵税金，而是在每年财政年度开始时即决定提拔计划，与当年的盈余获利无关，这更能证实他的真诚与善意。例如为保护被誉为“地球之肺”的巴西热带雨林不被商人任意滥砍破坏，安利曾付巨资认养上亿的巴西热带雨林，加以保护；赞助北极徒步探险，进行地球环境研究赞助环球植树计划；赞助保护野生动物计划；以购入土地方式成功的拯救了加利福尼亚红木树林，并将之捐赠给美国森林管理发展部。

在印尼及巴西赞助联合国儿童基金会设立孤儿院；经由联合国黑人基金会捐奖学金；捐款给丹佛等75所美国大学，合作进行有毒病理学及疾病防治研究；捐助年轻人成就计划；响应赞助联合国“世界清洁日”；赞助残疾人协会、导盲犬协会、挽救社会问题儿童；赞助世界各著名交响乐团的音乐演出；赞助国际求援组织；赞助美国NBA职业篮球、赞助亚洲篮球协会(ABC)及国际篮球总会(FIBA)等体育活动，不胜枚举。

安利分布在全球八十个国家和地区的分公司，也依照安利总公司的政策，积极慷慨投身当地社会的公益及环保活动。值得称赞与钦佩的是安利如此热心慷慨投身全球各地的环保公益事业，从不刻意利用传播媒体进行宣传。安利只是默默的、诚心的、踏实的做他认为对社会、地球有益的事。



安利事业机会

实践梦想的蓝图——安利直销计划

安利公司行政总裁德·狄维士说，安利42年来的成功显示了以下两项事实：

1. 安利产品品质优异深受消费者肯定。
2. 安利直销计划实际可行。

在产品方面，安利的顾客满意保证制度是令安利自1959年至今不断成长的一大特色，而且仍然坚持遵行不悖，因为只有最好的产品才能经得住时间的考验，而好产品必须在研发、品质保证、产制等各方面都是最顶级的。

在直销计划方面，成百上千的仿效者在市场上出现、消失，他们通常打着“就像安利而且更胜一筹”的招牌，试着“改善”安利直销计划，可是他们所谓的“改善”，往往只能为少数的人们造福一时。

反观安利直销计划，强调一分耕耘、一分收获，任何人付出的努力都会得到回馈。你很容易见到高奖衔直销商实践理想的实例。然而安利成功的秘密在于，即使是毫无经验的新直销商都能受到安利直销计划的激励，不断力争上游、往前迈进，为自己开创成功之路。别忘了，今日的高奖衔领导人都是由昨日的新手蜕变而来。

历史上不乏有人因抓住机会而成功的例子，但这个机会却非毫无限制。事实上，机会之门往往因人们种族肤色、宗教信仰、社会地位或收入高低的不同而紧闭，无论他们多么的努力。

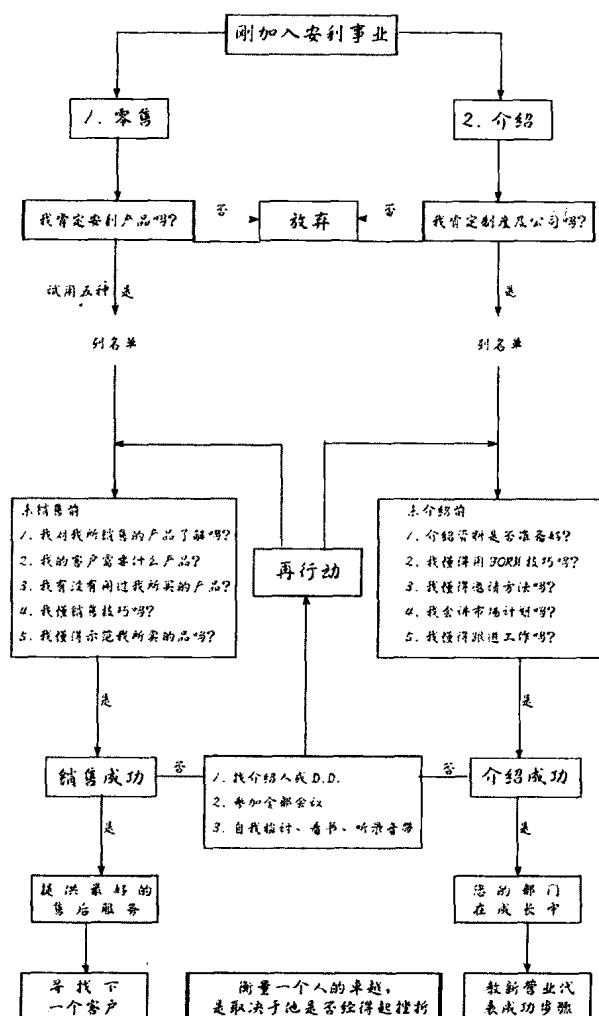
然而，在安利这一切限制都被摒弃了，这里没有局外人，安利事业机会是为初学者所设计，而努力便是开启机会之门的钥匙。当你付出心力，就能从中得

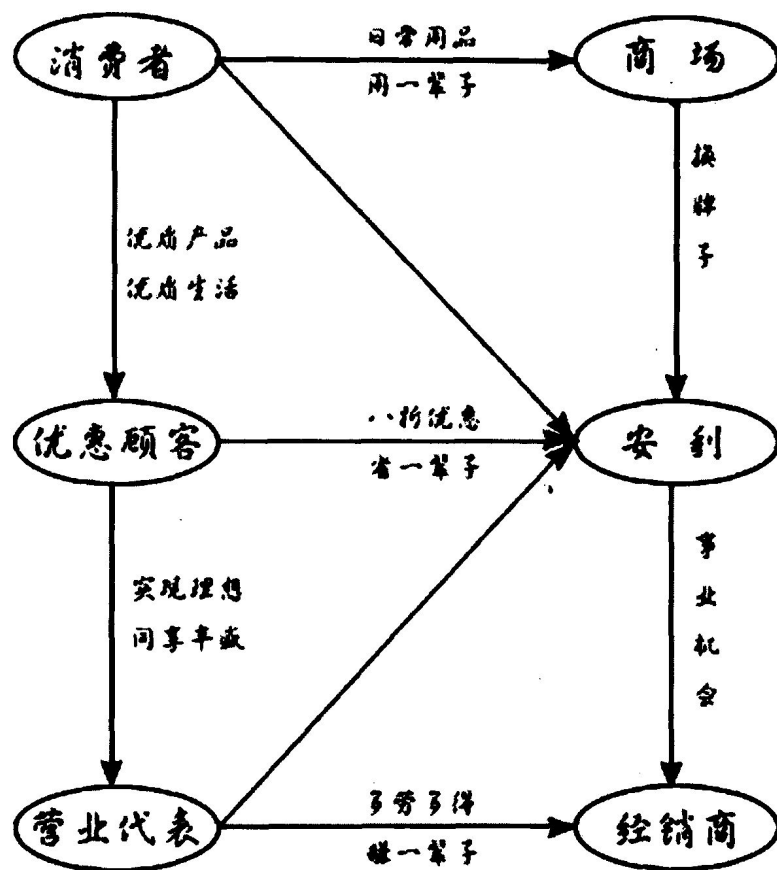
到回馈。

而这是公平的，40多年的事实也证明了绝大多数的人们也认同安利。

事业机会

从事安利事业的成功步骤





为什么选择安利？

	一般商场	安利公司
产 品	没把握	货真价实
质 量	碰运气	满意保证
服 务	?	OK!
不 好	不易退	可退可换
好 处	没钱赚	事业机会

安利自1959年创立以来，一直坚持为消费者提供优质的产品和亲切、周到的售前售后服务，并为愿意勤奋工作的人士提供一个踏实、多劳多得的工作机会。它的产品具有配方浓缩、成分天然、环保耐用等特点，其先进的消费理念需要由专业的营销人员进行讲解和示范，才能让消费者更好地了解产品的使用方法，使产品的优良功效得到最佳的发挥，真正让消费者理解和认同产品的价值。

任何年满22周岁，具初中及以上学历的人（除安利（中国）规定的列入国家公务员管理范畴的工作人员、现役军人、全日制在校学生或法律、法规规定不得兼职经商的其它人员外），不论工作经验，均可以申请成为安利的营销人员，协助公司推广产品、服务顾客，并根据其个人销售额取得报酬。

在安利，人们不仅可以分享工作经验和从业心得，也可分享成功的快乐和收获的喜悦。安利每年都为绩优营销人员举办各种海外研讨活动，足迹已遍及意大利、澳大利亚、新西兰、美国和法国等世界各地。

研讨活动让营销人员在辛勤工作之余放松身心，分享欢乐，增广见闻，同时与公司高层管理人员聚首一堂，交流业务经验与心得，学习营销技巧，增进团队精神，为再创事业新高注入新的动力。

事业特点

安利事业的特点是：

一、最小的风险，最大的机会。

不需购买存货，不必负担风险，安利提供完善的资讯沟通与产品训练，创造最大的商机。

二、跨国的事业，开阔的心胸

全世界共计超过80个国家地区可从事安利事业，每一个市场皆是您可尽情发挥的舞台；每年安利公司亦举办“海外业务研讨会”邀请符合合格者遨游世界。

三、优良的品质，满意的保证

安利产品由美国总公司研发、监制而成，种类齐备、推陈出新，纯属“消费性”生活产品，配合合理

利润，且享有可退可换的 100% 满意保证。

四、资源的回收，环保的尖兵

安利家庭清洁用品的成分皆可被生物分解，不破坏生态环境，且安利参与全球各地环保活动，并曾获得联合国颁赠“环境保护成就奖”、“极圈奖章”等奖项。

五、自我的肯定，家庭的和谐

在经营过程中，可设立自己的步伐，充分发挥个人潜能，夫妻拥有共同目标，彼此协助并进；透过各项会议，结交志同道合的友谊，共同携手成长。

六、成功的例子，光明的未来

时至今日，全世界共计有 300 多万不分种族性别、不分社会背景的直销商证实了安利直销计划的可行性，他们不仅在安利事业中拥有一席之地，也将伴随着安利公司一起成长。

七、公平严密，按劳取酬

安利公司实行有效的监护和管理，确保直销队伍和谐合作、健康发展。直销商行为亦受《营业守则》的约束，且都是依据公司统一规定的购货价格，直接向公司购货。每一位直销商均需从零开始，建立个人的直销网络。按其个人及推荐的直销小组的业绩取得奖金，并可凭借培训小组、促进整个小组取得奖金、嘉许和荣誉。直销商的业绩取决于个人和团体的努力，多劳多得，赚钱多少与参加先后没有关系。没有人可以坐享其成或靠“拉人头”赚取佣金。

八、重视培训

为帮助直销商全面掌握产品知识、销售及服务技巧，并不断提高其专业水平及职业道德，安利十分重视对他们的培训，除了为新直销商举办业务说明会以介绍安利生意的模式，公司和推荐人还会主办各类研讨、培训活动，为他们提供完备的培训计划，定期对他们进行培训，力求使每一位直销商都具备良好的从业态度和技巧。并还不断邀请社会各界的专业人士向营销人员讲解各方面知识，先后组织了多场营养师培训班。与此同时，公司还选拔优秀营销人员到美国接受纽崔莱和雅姿产品的专业培训。

安利的价值

安利事业的价值体现在 8 个观念上：

1. 普通人的创业机会。安利公司集三大趋势——

名牌代理、电子商务、连锁经营为一体，条件特别低，年满 22 周岁，没有学历、身高、性别等要求，投资非常少，与安利公司签订合同后，除代理安利公司自行生产的所有产品，还可同时代理十万多种世界名牌。

2. 无压力、无风险、有保障。a、公司没有任何硬性压力，只有自我加压。b、投资少，风险几乎等于零。c、保障性体现在 4% 的领导奖金，做到一定的业绩，公司替你买保险，吃营养补充食品等于购买一份健康保险。

3. 自由自在的生意。时间自己安排，没有失败只有放弃。空间自由，对象自由。这个生意可以做到全世界各地，在于你的努力。

4. 助人自助的生意。安利产品给每一位朋友带去健康和美丽，安利事业给朋友带去机会和财富，相互帮助，亲情合作。

5. 家庭的生意。夫妻共同合作，有共同的目标、事业和朋友，家庭更加和睦。

6. 广交朋友的事业。透过安利可以广交天下朋友，每一个人都有一个属于自己的生活圈，可以通过他认识他生活周围的朋友。

7. 可以免费环游世界。一切的费用都由安利公司承担，当然你的旅游积分要够。

8. 无限发展的事业。安利具有无限自动的生命力。有了观念，那怎么做才能实现其价值呢？有 3 个方法：

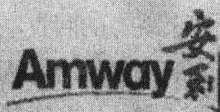
第 1 种相信。相信公司以诚待人、相信产品货真价实、相信制度完美无缺、相信老师真心教你、相信朋友亲情合作、相信自己一定成功。

第 2 种学习。“刀不磨要生锈，人不学习要变休。”全世界的钱都是叫内行人赚的。想成为内行人，只有通过学习才可以。世界上什么都可以原谅，无知最不可原谅。

第 3 种坚持。安利是比三年，而不是比三天。世上有三种人：不知道事情发生、知道事情发生但是不在自己身上、让成功发生在自己身上。

千万不要把自己的命运葬送在别人的两片嘴唇之中，只有坚持才能够得到别人的支持。靠山山会倒，靠人人会跑，靠自己最牢靠。我们不要羡慕别人，而要羡慕自己观念、能力和特质的改变。

安利销售代表申请书



安利号码 360-

申请人资料

姓 名		申 请 人		配 偶	
出生日期、性别		☐ 男 ☐ 女			
居民身份证号码					
学 历 (请填写中文学历)		☐ 初中以下 ☐ 高中/中专 ☐ 初中 ☐ 大专及以上		☐ 初中以下 ☐ 高中/中专 ☐ 初中 ☐ 大专及以上	
通 讯 地 址 (请填写详细省、市、区、县、街道及门牌号码，请注明。由此引起资料错误或延误、错投的责任由申请人承担。)				邮 政 编 码	
联 系 电 话 (区号)					
电 子 邮 箱					
银行帐户资料 申请人保证对指定该银行帐号的行为承担法律责任。		必须为安利已设有网点的地区之安利指定银行的通存通兑私人储蓄活期帐户。请详细填写帐户资料，安利将通过此银行帐号发放各项报酬及退款。银行帐号登记姓名必须为申请人本人及/或同时申请的配偶。			
银行名称		银行		分行	
户 名		帐号		支行	

填表须知

- 1 申请人须用圆珠笔以正楷清楚填写各项资料，并亲自签署。如需要在申请书上作出任何更改，请以圆珠笔划去错误资料，在填上正确资料后，申请人必须在旁加签姓名(涂改无效)。
- 2 申请人须同时提交身份证明文件复印件及银行帐户资料复印件。
- 3 申请人须保证所填写内容的真实性，并承诺承担因此而引起的责任。
- 4 申请成为安利销售代表须缴付相关工本费用20元(包括本申请书及其他企业宣传资料的工本费用)。
- 5 申请人愿意与安利签订《安利销售代表合同》，愿意遵守《安利销售代表营业守则》及安利(中国)对销售代表的所有规范与约定事项。申请人在签署本资料时，已获悉上述所有内容，申请人同意安利公司根据市场情况及国家政策的要求对公司营运细则及规章制度作出相应调整，申请人承诺接受并遵守上述所有修订内容。
- 6 所有安利销售代表均须按各自能力推销产品，多劳多得，严禁囤货、定额购货及人为操纵业绩。
- 7 已婚人士夫妇双方均有意成为安利销售代表的，必须夫妻联名申请，如夫妻任何一方已获核准为安利营销人员，其配偶只可办理与已加入一方联名经营的手续，不得另行申请；夫妻任何一方不得各自拥有不同的安利号码，如夫妻任何一方已获核准为安利营销人员/安利经销商，其配偶不得另行申请成为安利销售代表。
- 8 安利保留是否接受本申请的权利。

资料调查

您(或配偶)是如何认识安利的?

☐ 媒体广告 ☐ 亲友介绍 ☐ 其他

亲友姓名

安利号码

安利是一个跨国企业，如果您是由海外的亲友介绍认识安利的，请填写以下资料，以便公司向该致函致谢。

姓 名 国家/地区名称

安利号码

您(或配偶)曾否是安利优惠顾客或安利销售代表?

☐ 是 ☐ 否

安利号码

终止日期

请在适当空格内打✓选择以下项目：

你是否需要申请购货优惠? ☐ 需要 ☐ 不需要

如需要申请购货优惠，须额外支付60元费用，可自参加已累计60天内一次购满500元以上，获减免60元货款优惠一次(仅限一次)。

请在适当空格内打✓选择以下资料的收取方法：

《安利薪资》 ☐ 到所属安利店铺领取

(每年11期)

☐ 邮寄

(请附回邮信封及邮资，每年15元，安利会按申请人在本申请表中填写的通讯地址邮寄资料，费用一概缴纳，恕不退还。)

本人已仔细阅读本申请书及相关资料之全部内容，并保证所填报资料真实有效，且由本人自愿填写并亲自签署。

申请人签署

日期

年

月

日

配偶签署

日期

年

月

日

本栏由公司填写

申请日期

年

月

日

已收资料

☐ 身份证明文件复印件 ☐ 其它

☐ 银行帐户资料复印件

经办人