

认识安利

采 访 实 录

柯贤伟/肖文/启明 合著



Amway

中国青年出版社。

(京)新登字083号

图书在版编目(CIP)数据

认识安利:采访实录/柯贤伟等著. —北京:中国青年出版社, 1997. 12

ISBN 7-5006-2695-9

I. 认… II. 柯… III. 直销-经验-美国-安利公司 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(97)第22586号

中国青年出版社出版 发行

社址:北京东四12条21号 邮政编码:100708

深圳中华商务联合印刷有限公司印刷 新华书店经销

*

787×970 1/32 6.25印张 4插页 100千字

1997年12月北京第1版 1997年12月北京第1次印刷

印数 1-56,000册 定价 15.00元

目 录

前 言

第一章 亚达城——美国安利总部

作者来到安利总部做客	(3)
主席、总裁亲切会见	(7)
安利两位创始人	(11)
安利计划与众不同	(18)
实力雄厚的生产基地	(27)
遍及全球的跨国经营	(31)
产品质量世界一流	(35)
重视环保,造福人类	(38)
热心公益事业,努力回报社会	(43)

第二章 安利来到中国

扎根中国,长足发展	(49)
“以人为本”的经营理念	(57)
适合中国国情,依法革新经营	(63)
直销员 20 字发展方针	(71)
投放中国市场的安利产品	(76)

第三章 做个成功的直销员

体会安利精神,做好直销工作	(83)
我为什么选择安利	(86)
安利是个机会	(92)
安利是一种生活	(99)
安利使我喜结良缘	(105)
安利是夫妻的事业	(109)
从理发员到翡翠直销商	(113)
安利是终身的职业	(118)
直销员成长的摇篮——家庭聚会	(124)
零售的技巧	(131)
推荐的艺术	(137)

第四章 以平常心态看直销

直销制度的沿革	(149)
世界直销业蓬勃发展	(153)
直销是一种创新的营销方式	(158)
直销与传销	(162)
正当传销与不正当传销的区别	(165)
什么是“老鼠会”	(169)
哪些商品适合直销	(173)
直销产品的价格问题	(177)
做直销能发财吗?	(181)
直销的产品容易假冒吗?	(185)
直销有法可依	(188)

第一章

亚达城——美国安利总部

安利

以卓越的理念

雄厚的实力

优质的产品

完善的制度

出色的服务

赢得普遍赞誉



位于美国密执安州圣路易斯的安利公司世界总部

作者来到安利总部做客

1997年6月12日,作者很感荣幸,应邀到美国安利公司总部参观访问。

那天,到达的时间已是子夜时分。我们从北京出发,先到广州,次日拂晓才由香港启德机场改乘美国联合航空公司的巨型客机,横跨浩瀚无垠的太平洋,降落在美国旧金山机场。由于几次换机,途中耽搁,使16000公里左右的行程,断断续续,飞行时间长达近30个小时。加上时差的关系,美国东部时间晚上12点,恰好是北京晌午时分。应该说,大家都倦累了。但抵达了企盼的目的地,反而感到心旷神怡,倦意随之被驱散。

接待我们的是安利公司公关部的小姐,她们热情而面带甜甜的微笑,举止文雅,彬彬有礼,使我们感到很是亲切。尤其是我们到了下榻的格兰普拉沙

酒店(这是安利公司自己的五星级大饭店),当走进房间,首先感到的是惊喜:一束香馥扑鼻的鲜花,一篮丰盛的果品,摆放在床头的茶几上,使我们顿觉温馨,有宾至如归之感。

这是我们踏上安利的土地后,给我们的第一个美好印象。

安利公司总部,位于美国东北部密执安州大急流市的亚达城。

亚达城并不大,尚属中小城市。几年前这里还是个小村庄,因为安利公司的创始人理查·狄维士和杰·温安洛在这里艰苦创业,安利事业兴旺发达,蒸蒸日上,带动了家乡的富庶与繁荣。现在的亚达城,是近年来规划建设起来的使亚达城人引以骄傲的新兴城市。风景秀美,经济发达,而且富有高度文明。这里绿树成荫,森林和草地覆盖率达50%以上。在这绿色世界中,饱含着人与自然的和谐,以及亚达城人的希望。一路上树丛的婆娑影姿,透射着安利总部周围地区绚丽多彩的建筑群的美丽。这里的人们(准确地说,安利职工家属占相当多数)喜欢住在花草树木环抱中,那里环境幽静,空气清新,回归自然,陶冶性情。

亚达城,有格兰河贯穿其间,河水明净如镜,清晰可见倒影中的幢幢并不高耸的建筑物,当然这里

也有少数如格兰普拉沙酒店那样数十层高的大楼。离格兰河的西端不远,能见到一座宫殿式的宏伟建筑,大理石墙面光洁闪亮,这里是福特总统的纪念馆。原来,美国第38届总统福特的故乡就在这里。

镜头还是拉回到安利公司总部吧。

安利总部门前彩旗飘扬,葱绿苍翠,鲜花盛开,好一幅春意盎然的画面。

总部办公楼只有几层高,不像纽约那样的摩天大楼,其状犹如我们在华盛顿见到的那种三五层的楼房,它独具风格、绚丽多姿和精心独到的艺术构思,令人称道。大门前有安利的标志:“Amway Corporation”,巨型地球仪矗立其间,象征安利事业,联结着五大洲的人们,共创明天。

安利总部的主厅落成于70年代中,当时的美国总统福特曾出席庆典仪式。大厅古朴而带有多土气息,巨型雕塑和巨幅壁画,展现安利事业不同的阶段以及安利和谐的人际关系。安利联合创始人杰·温安洛和理查·狄维士的青铜塑像,大小和真人一样,屹立在主厅的前面。到此参观者大都会在这里拍照留念。我们也慕名在这里留个影,并祝愿这两位正在颐养天年的创始人身体健康。

这天,说来是个巧合,安利总部正召开世界直销员代表大会,来自世界各国不同种族、不同肤色、操

着不同语言的直销精英，济济一堂，交流心得，切磋经验。

安利事业凝聚着各国人民的智慧和勤劳的汗水，这是来安利后，给予我们的第二个印象。

接下去，我们将深入安利的“心脏”，解剖其“五脏六腑”，认识安利的真面目。

主席、总裁亲切会见

作者抵达安利总部的次日上午，两位创始人的接班人，他们的儿子，现任安利公司董事会主席史提夫·温安洛和安利公司总裁狄克·狄维士先生亲切会见了作者，接受我们的访问。

我们和狄克·狄维士总裁是第二次见面了。那次是1996年4月的一天，在香港香格里拉大酒店豪华的大客厅见面，给我们留下很好的印象。这次见面使我们有老朋友见面格外亲的感觉。史提夫·温安洛主席虽是初次见面，但在录相中早已相识了。他身材魁梧，足有两米多高，像是个高大的篮球运动员。

两位安利领导人谈笑风生，富有幽默感。一见面，狄维士就风趣地说：“坐了那么久的飞机，长途跋涉，竟然没有倦意，可见大家精力充沛。”这句问候的话语，又使我们精神更加振奋。

两个家族为着安利事业,团结、友谊、开创、共荣的动人事迹,在这里一直传为佳话。安利人尊重他们的主席、总裁,无论在公开或内部场合,他们的肖像都是并列的,在安利发给我们的材料中,他们的名字、地位也都是并提的,有时主席排在前面,有时总裁放在前面。而当总裁、主席同一场合时,两人都互相谦让,相互尊重,合作得那么默契。

很有意思的是,在总部大厅里悬挂着美国安利公司政策委员会的大幅彩照,两个家族共 10 个人。好像是上帝先天的安排,两位创始人各有 4 个子女,现在均继承父辈的事业担任安利公司的要职。创始人理查·狄维士的儿子狄克·狄维士任总裁,德·狄维士先生任北美洲行政总裁,丹·狄维士先生任亚太区公共事务副总裁,卓莉·狄维士女士任公共事务副总裁。杰·温安洛的儿子史提夫·温安洛任主席,狄夫·温安洛先生任高级营运副总裁,南茜·温安洛女士任目录产品与通讯副总裁,芭芭拉·温安洛女士任公共事务副总裁。

两位安利的领导者,以睿智的目光注视着中国这块热土,看好中国市场。

史提夫·温安洛主席说:“我们在亚洲的发展非常快,主要原因是我们所从事的直销行业的性质,与亚洲许多国家的文化观念相似。”

狄克·狄维士总裁说：“我们面对的是一个充满活力的市场，全世界都在关注着中国市场，在过去的5年，安利把工作重点放在中国市场上。”

当作者问：“直销在中国市场上还是个新事物，如何看待中国市场曾出现的非法多层次传销现象？”

对此，狄克·狄维士认为，直销进入中国市场，是引进一种全新的经济活动和经营理念。但是，进入中国市场的某些公司打着直销旗号，并不遵守直销的道德规范，这损害了直销事业，也损害了它自己，为直销业在中国的健康发展带来了障碍。直销作为流通的一种方式应规范化发展，关键在于加强引导和管理，辨别正当的与不正当的直销，规定直销业的专业训练、加入条件、货品质量和货品售后退货期限等条件，以保障合法的商业活动和消费者的应有权益。

狄维士说：“我们是看长远，不是看眼前，我们对自己30多年来的经验很清楚，在一些国家初期被误解，但作为信念，不会动摇，我们在70多个国家和地区有40多个分公司，从来没有退出。尤其中国，充满机会，充满信心。”他还风趣地说：“我们有1亿美金的信心。”

在回答作者的询问时，两位领导人说，安利公司的直销方法具有三项重要的优点：

- 它是进入市场最直接的渠道。安利直销员直接为朋友、邻居及其家人提供产品服务；

- 它为顾客提供优良的服务。直销员提供个人服务、产品示范和送货到户的便利；

- 它提供给任何人自行创业的机会。

安利两位领导人还表示，对其父辈所开创的安利直销业，反映在安利员工以及世界各地安利直销员工作上的原则，将继续遵行。这些原则有以下几点：

- 每个人都应该有机会发展自己的事业。
- 平凡人可以超越自己，达致不平凡。
- 成就值得加以肯定。
- 报酬应该和努力及成功成正比。
- 每个人都是重要的，而且应受到尊重。

安利两位创始人



1959年，创业时期的理查·狄维士(左)和杰·温安洛

美国安利公司被世人公认为全球规模最大、经营最成功的直销公司之一。它包括安利公司和两家上市姐妹公司：安利日本有限公司和安利亚洲太平洋区有限公司。一切产品和服务只透过世界各地的

安利直销员销售。现今,在 40 多个国家和地区设有分支机构,其业务已发展到 70 多个国家和地区,全世界的销售总额超过 68 亿美元,执世界直销行业之牛耳。

然而,人们很难想象,仅仅在 38 年前——1959 年,安利公司初创时期,一切是那么简陋,一无资金,二无厂房,几乎是凭着理念即为人们提供一个以低成本销售高质量产品的创业机会和勇气,走上了从零开始的创业历程。

创始人理查·狄维士和杰·温安洛两位血气方刚的年轻人,自小就是亲密的邻居和要好的伙伴,同在密执安州格兰河市念中学,都是荷兰人的后裔。他们高中毕业后都在二次大战期间服过兵役,其后他们更经常在一起,联袂从事过一些商业实践;办飞行



初创时期的厂房,设在自家的小平房地下室(左图),凭着生产一种多用途浓缩清洁剂起家(右图)