

2019年7月11日 星期四

统筹 沈威

首席编辑 郭宁

责任美编 韩露

校对 王海玲

A04

开放的
河南新形象
·请进来

7月9日,安利公司全球首席运营官麦凯泽空降郑州,这是他就职安利7年时间内第3次来到郑州。

这次,麦凯泽向中国市场表明了更加友好的信号——他在郑州正式宣布,安利公司将美国总部的家居科技,即空气净化器、净水器生产线转移至中国,加上已有生产线,这两款产品将拥有12条生产线,投资总额超过2.2亿元。

麦凯泽7月9日接受河南商报记者专访时说,中国已经成为安利全球领先的创新中心,安利加大在华投资是看到了中国日益优化的营商环境。而河南位于中国中部,有着庞大的人口和位置优势,对安利的未来很重要。

河南商报首席记者
张恒



更多专访内容,欢迎扫码阅读



安利公司全球首席运营官麦凯泽

受访者供图

7年间第3次来到郑州,安利全球首席运营官说“河南对他们的未来很重要”

世界巨头眼中的“河南引力”

“河南位于中国中部,作为物流中心是非常有战略意义的”

谈在华发展 河南人口基数大,基建不断发展,消费力日渐提升

“我们发现河南市场对安利公司的未来很重要,首先这里的人口基数很大,基建在不断发展,消费力也在日渐提升。河南位于中国的中部,处在非常有战略利益的重要地位,作为物流中心是非常有战略意义的。”麦凯泽表示。

此次麦凯泽从美国直飞郑州,多位安利高层从全国各地赶到郑州,举行媒体见面会。麦凯泽说:“我在安利工作了差不多有7年时间,这是我第3次来郑州,因为在我看来郑州是一个非常重要的市场。”

麦凯泽在郑州宣布,安利将在今年把位

于美国总部的家居科技生产线转移至中国,持续加大对中国投资并优化其全球供应链布局。

这次安利在中国投资的家居科技项目,包括空气净化器、净水器两款产品的12条生产线。新的生产线位于广州的安利中国生产基地,包含12条生产线,投资总额超过2.2亿元,年产能超过1100万件,产品除供应中国市场外,还将直接出口日本、韩国、澳大利亚等。

安利公司已经将其3个全球性机构落地中国,并显现出加速的趋势。梳理时间

线可以发现,2015年安利投资2500万美元,在无锡建成安利植物研发中心;2018年安利全球数字创新中心落户中国,这是安利在美国本土外唯一一个全球级别数字创新中心;仅一年后,安利又在中国落地家居科技生产线。

“安利在中国的工厂具有完善的技术和丰厚的人才储备,拥有面向全球高效的物流网络,完全支持这一生产线迁移。”麦凯泽说,安利作为一家跨国企业,坚定支持贸易全球化,长期看好中国市场的增长潜力,并将持续对中国市场的投资。

谈中国市场 中国有着非常好的投资环境

安利是全球最大的直销公司,目前已在世界100多个国家和地区开展业务,而安利(中国)是美国安利公司全球最大的子公司,已经连续16年成为安利全球的最大市场。

和很多跨国企业一样,安利在上世纪90年代来到中国市场开展业务。经过24年的发展,安利在华投资总额达到2.35亿美元,在广州建有安利海外最大的生产基地,历经9期扩建,面积达14.1万平方米,产能超过450亿元人民币。

关于中美贸易摩擦带来的影响,麦凯泽

认为,中美两国近期确实有一些摩擦,但是长期来看,中国有着非常好的投资环境,安利公司仍然把中国视为投资的最重要目的地。

今年全国两会通过的《中华人民共和国外商投资法》将于明年1月正式实施,据商务部消息,商务部正在配合司法部,做好相关配套法规的制定工作,配套法规将征求各界,特别是外商投资企业的意见,把外商投资确定的投资保护、投资促进、投资管理等各项制度落到实处。

麦凯泽认为,外商投资法可以让中国市

场变得更为透明,从而更加鼓励外商企业来中国投资。近期世界银行公布的全球营商环境排行榜中,中国排名上升32位,足以说明中国在优化营商环境方面取得了不错的成果。

“我们说中国是安利重要的市场,绝不只因为它是更大的市场,更是因为中国是安利在全球领先的创新中心。”麦凯泽告诉河南商报记者,安利公司很多的创意点都是从中国市场出现的,比如说公司的数字化变革,其中很多关键性的设想都是来自中国。

谈行业转型 安利转型的过程中,很多思路来自中国

麦凯泽和安利(中国)总裁余放都提到了“改变形象”。实际上,安利在持续拓展中国业务的同时,公司自身层面的变革也在加速。

安利自2014年在华业务下滑后,进入变革期。在经历了为期4年左右的战略调整后,安利凭借中国市场的回稳反弹,北美和亚洲其他主要市场的回暖,2018年全球业绩实现2%的增长,安利(中国)实现3%的增长。

麦凯泽接受河南商报记者专访时表示,中国的数字化战略在未来安利发展中扮演着

中心作用,安利正在从传统的直销企业变身成为数字化驱动的直销企业,未来公司营销人员做生意的主要方式是利用社交媒体。

根据麦凯泽提供的数据,安利中国几年前大部分订单还是来自店铺,目前90%的订单来自线上,其中有80%来自于移动客户端,中国市场90%的线上订单可以做到24小时送货到家。

麦凯泽告诉河南商报记者,安利转型的过程中,很多思路来自中国。比如把传统店铺升级为体验中心,线上线下的融合。再比如,他们鼓励营销伙伴通过社交媒体来发展

自己的事业,这个想法也是来自于中国。希望这样的趋势不仅仅要持续,而且要越来越快,因为安利看到中国市场非常有活力,中国也涌现出越来越多的人才。

“今年是安利中国成立第24年,前20年,更多是美国跨国企业把新的商业模式、新的管理经验、产品品牌引到中国来。”麦凯泽说,随着中国的崛起,其感受到中美的贸易文化在变化,安利近年已经把中国市场在全球领先的要素总结成中国模式,然后对外输出。安利在这方面做了很多探索,这也是跨国企业未来发展的突破方向。