

封面故事

COVER STORY

ageLOC 开启如新2.0时代

文/本刊记者 黄永建 杨蜀云

5月19-21日,2010年如新大中华区万人年会在香港亚洲博览中心盛大开幕。这场志在拉开如新2.0时代的豪华盛会耗资3000万港币,不但全面展示了如新最新抗老化科技ageLOC的神奇魅力,集中规划了大中华区特别是中国内地市场的发展蓝图,更以3000万美元的现场销售额创下了如新会场销售的历史纪录,这一数字是过往年会产品销售额的近20倍。

年会公布,从ageLOC上市以来,不但在全球市场拉动了如新业绩和股价的超速增长,更因为恰逢中国区业绩大回暖,两者互相作用形成了如新中国历史上罕见的爆增态势。这也让如新集团毫不犹豫地将来时的中国市场定义为如新2.0时代全球最有潜力的市场。

如新中华儿童心脏病基金成立以来,如新用1年多时间超额募集到1000万元,先期资助近200位先天性心脏病患儿通过手术恢复了健康。如新大中华区总裁范家辉表示,在如新2.0时代,即在未來3年,希望每天能够帮助1位心脏病患儿,未来5年,每天能够帮助3位患儿。图为2010年度如新中华儿童心脏病基金理事会成员在年会上合影。



ageLoc
开启如新2.0时代

【本刊记者】2010年如新大中华区万人年会是如新集团历史上最大规模、最隆重、最壮观、最豪华的盛会,耗资3000万港币,全面展示了如新最新抗老化科技ageLOC的神奇魅力,集中规划了大中华区特别是中国内地市场的发展蓝图,更以3000万美元的现场销售额创下了如新会场销售的历史纪录,这一数字是过往年会产品销售额的近20倍。

- SP14 安利15年破而立
- SP16 完美 公益中华
- SP17 优莎纳宣布进军中国直销



中国直销网 www.uprich.com

如新华彩耀香江



我们的愿景是成为全球行业的领导者，赋予销售人员最为丰厚的回报。25年来我们全球已经累计发放奖金超过70亿美元，创造出多达672户卓越成就名人。

但就我的理解，在如新获取成功不是问题，问题是成功之后，我们要成为一个怎样的人？因此，我们真正的使命是要在全世界凝聚一股善的力量，凭借酬报优渥的事业机会、不断创新的优质产品，和充实积极的优良文化，赋予人们提高生活品质的力量。

我们如新2.0新时代的计划是创造50亿美元营业额，拨出20亿美元的奖金，打造超过2500个的卓越成就名人。但是我更希望大家记住的是，现在每天全球有10万儿童因如新善的力量而开心欢笑，我希望通过我们的努力提升这个数字到每天50万个。

——如新集团创办人 罗百礼

如新已在香港亚洲博览馆开过数次大中华区域大会，但之前从来没有邀请过任何媒体参加，特别是来自中国大陆的媒体。但这一次情况大有不同，如新公司全面邀请了来自两岸三地的媒体记者50多人，其中有30家来自大陆的媒体。这样的兴师动众，给记者的第一印象如新公司即将大干一场。

据如新大中华区总裁范家辉介绍，本次大会盛况空前，耗资3000万港币，旨在为如新集团2.0时代鸣锣开道。事实上，如新在会议操作方面一直都颇有心得，激情四射，精彩不断。

本次如新大中华区域大会以“星光尽现、开创未来”为主题，相继召开了若干板块的不同级别的表彰大会和研讨会。

除了星光璀璨的表彰，每一场大会又糅合了不同的具体内容。贯穿首日慈善晚会的是来自两岸四地的如新伙伴自行组织的节目表演大比拼，这些融合国标、走秀、劲舞和民族风的自创节目堪比专业演艺人员，充分展示了如新大中华区的人才济济和善的力量。会上，以范家辉带领的大中华区服务团队，穿着特制的爱心马甲，身挎爱心挎包，带领上百位爱心天使，与热情表演的爱心演员一起，为如新中华儿童心脏病基金四处筹款。

而在第二场大会上，如新高层悉数登台，为所有如新人展示由ageLOC带来的如新2.0新世代。如新集团创办人罗百礼携子女闪亮登台，通过对家庭的诠释和对爱的散播，告诉如新人该怎样面对和迎接这个伟大的时代。罗百礼的儿子甚至以普通话演绎了对父亲的爱和对如新事业的支持，让在场的伙伴感动不已。如新集团总裁贺楚门更是以超酷造型上台，他身穿夹克，头戴墨镜，骑着一款印着如新LOGO的哈雷摩托轰然而至，引起全场欢呼。如新集团执行副总裁暨首席科研执行长曾润海博士也不甘人后，他穿着银白色的太空服，吊着钢丝从天空飘然而至，带来神奇的ageLOC分享。

最后的表彰是年会的重头戏，如新大中华区一共表彰了21位卓越

成就名人，创下了如新大中华区的表彰纪录。会上，香港82岁的西饼皇后李曾超群也以如新人的身份站上舞台分享自己的如新事业，这个在亚洲金融危机中坚持再创业还债的香港女英雄，以本人的奋斗故事激励在场听众。如新这次还邀来《十月围城》的导演陈德森，他对《十月围城》十年磨一剑的分享，带给如新人无限感慨和事业灵感。

会议之外，本次年会也为参会者准备了很多其他惊喜。

为配合如新2.0事业平台的发展需要，5月18日，如新集团香港分公司投资接近1600万港元扩充建设的生活体验馆于铜锣湾嘉兰中心闪亮开幕。该馆占地2300平方米，同时融合环保设计概念，结合一站式健康及美容信息服务，为顾客提供由内至外的健康美容新体验，同时，为如新的伙伴们提供了最佳及迎合市场需要的营销环境。如新集团香港及澳门分公司总裁刘明欣博士表示，香港是如新集团在亚洲地区首个海外市场，19年来累积营业额多达40亿港元、创造了接近40位卓越成就名人，并捐赠超过1000万港元的公益慈善资金。

5月19日，如新抗衰老基因产品ageLOC焕新套装在亚洲博览馆正式发布上市，如新集团总裁暨首席执行官贺楚门、全球业务营运总裁邱尔丹、如新集团执行副总裁暨首席科研执行长曾润海博士和大中华区总裁范家辉携手出席。配合如新高层对ageLOC市场的展望，此次发布会特邀香港明星甄子丹的太太汪诗诗、妻妹汪圆圆及岳母一起现场演绎如新ageLOC“妈妈变女儿”的神奇功效。现场真人秀的效果令人震惊。

在发布会现场，如新别出心裁地在展馆内制作了3个如太空馆一般的半球形展厅，作为ageLOC的高科技展示平台。非常神奇的是，通过里面的电脑展示屏，每个人都可以预见自己老了以后的样子，也能对比使用了ageLOC之后的样子，神奇的展示效果让在场记者兴奋异常，争相一试。据悉，这款专门开发的软件可以在任何电脑上演示衰老的进程，以方便销售人员拓展业务。

如新进入2.0时代



在如新集团的第26个年头，ageLOC让我们有了一个突破性的平台，也就是我们的如新2.0时代。要跨入这个新的时代，实际上我们已经从人才、产品、文化、事业等四个方面都做好了充分的准备：

人才是如新的优势及核心；如新人每天通过改善自己和他人的生活品质，在全球展现与众不同的优异特质；

凭借超过13亿美金的产品销售业绩和全球无数的得奖记录，验证如新创新且具效益的优质产品；

如新的企业文化是吸引正直、善良、杰出的人才，在互助、助人中发现乐趣；我们是关注改善全世界人类生活的如新大家庭中的一份子；

如新致力于为销售人员提供最好的事业机会和工具，帮助他们实现梦想，并为他们创造最丰厚的回报。

——如新集团总裁暨执行长 贺楚门

据悉，如新集团从2006年至今保持业绩稳步上扬，平均年增长率达到了6%。到了2009年，业绩更是季季高速攀升，一季度增长3.9%、二季度增长4.4%、三季度增长6.7%、四季度达到了12.1%。在全球经历金融海啸的2009年，如新集团逆市取得13.3亿美元的破纪录营业额，发放奖金近5.5亿美元，这一切均受惠于如新最新抗老化科技产品ageLOC在全球的陆续推出。

如新ageLOC在全球抗老化市场引领风潮，获得商界的普遍关注，这在股票市场得到了最显著的反应。从2009年3月9日开始，纽约证券交易所如新股价（NUS）从8.04美元上涨到2009年的4月9日的33.56美元，在13个月内上涨了418%，成为2009年纽约股市难得的明星股。因为这样的超级增长，如新集团2009年获邀在纽交所敲响闭幕钟声。而热衷于慈善的如新公司也将这个宝贵的敲钟机会进行义卖，拍卖所得款项通过如新“善的力量”基金会捐给需要帮助的人群。

同时，如新集团凭借ageLOC带来的业绩表现，以及其诚信、严谨的经营原则从12,000家美国证券交易所上市企业中脱颖而出，以ARG（会计与管理风险）评估96分的高分入选《福布斯》杂志2009年“100家最值得信赖企业榜”前五名。

G3和如沛家族产品是如新集团的两款拳头产品，就它们的上市情况与ageLOC进行比较，我们可以得出一些令如新人振奋的结论。

数据显示，如沛上市第一季销售额近300万美元，第二季度约500万美元，增长至第8个季度超过1000万美金；再看G3，上市第一季销售额近100万美元，第二季度500万元左右，至第8个季度超过2000万美元。而ageLOC上市第一个季度就创下了3000万美元的惊人业绩，第二季度则达到了5400万美元左右，远远超过两款产品的初期表现。

贺楚门表示，凭着ageLOC第一季业绩的优异表现以及公司每股净收益远超市场预期，配合其它市场相关主要动力指数，相信ageLOC第三季的业绩会更加显著地增长。



如新集团管理层于开幕典礼共同启动2.0时代发展目标。

因此，贺楚门毫无疑问地表示，ageLOC是如新公司近十年来推出的最成功的产品。

目前，如新市场上已先后有 ageLOC修身美颜Spa及ageLOC焕新套装分别在不同市场推出，带动集团2010年首季的营业额强劲增长，较去年同期增加23%，超过3.6亿美元，创下企业季度业绩新高。

如新集团接下来还将再接再厉，年内将陆续在全球市场推出ageLOC系列护肤品，之后还会有ageLOC营养补充品的陆续上市。如新将ageLOC抗衰老产品视为公司今后一段时间发展的主要增长动力，并因此设定了如新2.0时代的新定义。也就是说，如新集团的发展将因为ageLOC系列产品所带来的事业机会，而进入了一个新的阶段。

如新2.0时代的发展目标一改如新集团以往稳步发展的作风，几乎将业绩预期直接调高了4倍，显示了该公司对ageLOC抗老化产品的相当期待。（具体目标对照见下表。）

如新1.0和如新2.0平台成就对照表

项目	如新1.0现状	如新 2.0目标
年销售额	13.3亿美元	50亿美元
年度奖金拨出	5.5亿美元	20亿美元
财富创造	累计创造672位卓越成就名人	累积创造2,500位卓越成就名人
善的力量	每天有10万儿童因如新慈善事业的帮助而开心欢笑	每天有50万儿童因如新慈善事业的帮助而开心欢笑

ageLOC——点石成金的直销核弹



如新的产品优势在于各方面都很平衡,就如中国人讲的“阴”和“阳”,无论是个人保养品还是营养补充品,没有绝对的主角。而就抗老化来说,也需要借助由内而外的全方位平衡才能实现真正的抗老化,因此我们的ageLOC抗老化科技可以运用于我们的两大产品线,促进整个如新事业的整体发展。因此,ageLOC产品系列不但不会对如新个人保养品和华茂营养补充品产生冲突,反而进一步提升了它们的竞争力。

如新产品一直拥有效果可量化的优势,随着ageLOC系列产品的推出,我们的产品功效从可量化更上了一个台阶,真正实现我们的口号——优异,你看得见!当我们邀请很多的母亲和女儿,让他们使用我们的产品并做现场展示时,你真的可以看到妈妈和女儿就像姐妹一样出现,这就是ageLOC产品的神奇之处。我们的销售人员都可以采用这种方法,先试用再给客户展示,我相信没有人在看到效果后会选择拒绝。

——如新集团副总裁暨首席科研执行长 曾润海

5月18日,继早前推出ageLOC护肤系列中首个畅销产品ageLOC修身美颜Spa后,如新集团在大中华区域大会上隆重推出另一王牌产品——ageLOC焕新套装。该产品包括四种款式相互配合,发挥净化、滋润、更新肌肤的作用,可改善8种常见的肌肤老化现象。临床实验结果显示,100%试用者的老化征状在7天内有所改善,而在用后12个星期内,效果更为明显。

ageLOC,即“锁住年龄”,是如新公司“基因抗老化”工程的代表之作。

刹那芳华,在今天这个日益崇尚青春的时代,衰老无疑就是人类最大的天敌,而抵抗衰老让自己看起来更年轻也就成为每个女性终生无悔的目标。

回顾过去25年,如新集团无愧于“全球抗衰老行业创新龙头”的称号,从1984年第一个推出一系列采用天然保湿剂的产品玻尿酸及NaPCA,到2009年推出ageLOC系列产品,一步步打造出“不老的神话”。

如新抗衰老科研中心联手基因权威研究机构美国生命基因科技中心(LifeGen Technologies)及斯坦福大学展开多方面的抗衰老研究与合作,从人体25000组基因中找到了影响人体衰老的基因——青春基因群组(YGC),并发现通过重设这些基因群组可以帮助人体找回年轻时最佳状态。而基于这项研究的实用技术就是ageLOC科技,它不仅关注衰老的表象,而且致力于研究衰老的根源。

修身美颜Spa是ageLOC科技的首发产品,它用“十分钟年轻十



香港明星甄子丹的太太江诗诗、妻妹汪圆圆及岳母一起现场演绎“妈妈变女儿”的神奇功效,为如新ageLOC揭幕,并与如新高层合影。

岁”的超级演示效果，成为女性挡不住的诱惑。据悉，在2009年10月洛杉矶举行的如新25周年庆典上，最新推出的ageLOC创造了3天现场销售1600万美元的销售记录，而美国加州州长施瓦辛格也亲自到场祝贺。2010年1月，ageLOC在韩国年会推出，现场售出近65,000套产品，以2600万美元的业绩创当地销售纪录，并带动韩国市场一季度业绩急增67%，可见消费者对产品的热情追捧。

如新集团大中华区总裁范家辉表示：“由于市场对ageLOC焕新套装反应热烈，已在中国大陆、台湾以及香港广泛引起关注，大家都希望可以在第一时间感受ageLOC焕新套装的抗衰老效果。本次年大会，两岸四地共有近11,000位销售人员参与，突破过往与会人数，而有关ageLOC护肤系列产品的预售已将近3000万美元，为过往大会产品销售额的17倍！”

如新集团总裁暨首席执行官贺楚门认为，ageLOC的成功研发，是集团未来的盈利增长动力：“作为全球首屈一指的抗衰老公司，我们绝对相信ageLOC科技是抗衰老领域的一项革命性科研突破，

为消费者提供了更前瞻的科研配方及卓越的抗老化产品。集团预计ageLOC产品推出的一年时间内，将可获得超过1.5亿美元的相关销售额。展望未来，企业将继续专注抗衰老产品研发，ageLOC将是集团于未来十多年创新产品的核心基础，亦将领先同业，巩固如新于抗衰老市场的领先地位。”

如新集团副总裁暨首席科研执行长曾润海博士表示，如新集团将基于ageLOC科技，在未来6年内持续重金投入抗衰老科学研究及ageLOC系列产品开发，包括从研发、发展策略和产品推广的一系列创新。他说：“如新未来可以将ageLOC添加到旗下的任一产品之中，不仅可以应用于护肤产品，也能与营养保健产品结合。使得产品得以更新换代，拥有比以前更加卓越的功效。拥有独家专利的ageLOC科技及其衍生的新一代护肤及保健品也将成为如新集团创新的下一个重大突破。”

据悉，如新集团有望在2010年底以华茂品牌推出营养补充品，令消费者获得由内至外保持年轻状态的机会。

如新中国 王者归来



包括中国大陆、台湾以及香港和澳门在内的如新大中华区，2009年的营业额又创新高，达到了2.1亿美元。刚公布的第一季业绩再传捷报，如新大中华区的营业收入增长达22%，其中中国大陆业绩较去年同期增长24%，为4年新高；中国台湾业绩增长18%，为10个季度以来的最高；中国香港地区增12%，为开业19年以来最高业绩季度。

随着集团王牌抗老化产品ageLOC系列陆续在大中华市场推出，相信会迎来爆发性的增长，而大中华区将成为驱动如新2.0时代业绩贡献最大的区域。

——如新集团大中华区总裁 范家辉

如新2.0新时代事业规划中，一个重点就是将大中华区市场定义为驱动如新集团成长贡献最大的区域。显然，就这个规划所展示出来的信心本身来讲，如新中国都将是ageLOC事业的最大受益者。事实上，如新中国也早已为此做好了准备，虽然这个准备来得并不容易。

如新是一家非常稳健的企业，她带给我们的不仅是最优质最具趋势性的高科技产品，也不仅限于出类拔萃的“善的力量”文化，这家美国纽约证券交易所上市公司来华整整考察了9年，在看到市场开放希望后才毅然投资超过人民币10亿元来开发这一个极具潜力的市场。如新在华稳扎稳打，以规范的经营率先获得直销经营许可证，以基业常青的规划扎根在中国市场这一片沃土。显然，这是一个难得的头脑清醒的企业，也是一个非常值得尊重的企业。

如新的底气在于，在过去的26年，他们的管理团队领导公司在全球近50个国家和地区获得了成功。他们非常清楚在一个陌生的市场、陌生的环境中该怎样去生存发展。

如新中国成立于中国直销立法前最波澜壮阔的2003年，适逢群

雄并起，全国甚至全球各地的直销商都纷涌而至考察这个全球最具诱惑力的市场。

如新在中国因地制宜，率先实行员工制；如新在中国首倡如新学院，提升销售人员的素质和规范其销售行为……因为如新要的不是一时的成长数据，如新集团和如新中国的管理层一开始就以一个长远和健康的中国眼光去看待中国直销市场，所以我们才能理解如新中国某些时候略显保守的调整，才能理解为什么如新中国在曾经业绩低迷的时候也坚持将“善的力量”进行到底……

到2008年，如新中国如期在第一个“五年计划”中完成了在中国市场发展的各项调适工作，包括直销区域的进一步扩大、人事架构的改革、市场策略的确立和营销模式的调整等，所有完成的工作都是为着如新中国在2009年起飞做准备。

2009年，在进一步完善的市场布局下，如新在华业绩获得明显增长，逐季攀升。就在这个关键时刻，如新中国市场又迎来了ageLOC这个市场“催化剂”——2010年1月，ageLOC修身美颜Spa在中国正式上



来自大中华区的如新优秀销售人员登上表彰的舞台，据悉，在过去25年，如新集团已经创造了总计672户的卓越成就名人。

市。如新抓住这一难得机遇，提前近一年便做好了试用、宣传、培训、推广、促销计划和支持服务等全方位的准备，让已经在欧美和东南亚市场创造业绩神话的ageLOC在中国市场再创销售高峰。2010年，ageLOC正式登陆中国市场，企业的发展势头与产品的推动作用相互影响并产生共鸣，如新中国将获得几何级的市场爆发。

范家辉表示，就目前已完成的业绩来看，如新大中华区2010年第二季度即将创下开业19年来的单季最高销售纪录。

如新中国的成长路径告诉我们一个道理：但凡全球化的企业集团，他们早已有自己纯熟的成功模式，拥有他们内在的成功精髓，这样的公司到任何一个市场，也许都面临着不同文化和市场的磨合，调整在所难免，但是当经历过这样一段磨合期之后，企业真正的竞争力自然会显现出来，从而走上高速发展的康庄大道。

就如如新集团创办人罗百礼所说，“在如新获取成功不是问题，问题是成功之后，我们要成为一个怎样的人？”就在本次大会上，如新销售人员和行政员工们现场为如新中华儿童心脏病基金积极募款的善举，真正体现了如新人具有的内涵。

其实，如新的善行非常多，在中国区更是不遗余力。

如新中华儿童心脏病基金成立伊始，如新承诺每年为基金捐出100万元，项目持续10年，总计捐出1000万元。而该项目自2008年11月成立以来仅1年多，已经募集到了承诺的金额近1000万元，基金通过上海慈善基金会和复旦大学附属儿科医院的专业协助，已资助了近200位先心病患儿通过手术恢复了健康，手术成功率达100%，平均每三天挽救一名

患儿。范家辉表示，公司希望在未来3年，每天能够帮助1位先天性心脏病儿童恢复健康，未来5年，每天能帮助3位心脏病儿童恢复健康。

而如新专门为慈善而研发生产的蜜儿餐，截至目前在全球已经捐出近2亿份，帮助全球成千上万的儿童远离饥饿。在中国，如新不但在黑龙江鸡西建设了专门的蜜儿餐工厂，而且到2009年就捐出了超过1800万份的蜜儿餐。

至2010年4月底，如新512小额信贷基金已向四川地震灾区的1271户农户发放住房和创业贷款总计1400多万元，让他们有了自力更生、重振家园的机会和勇气。

2010年5月25日，如新积极参与民政部和中国儿童少年基金会推出的“爱心”1+1“公益行动，承诺在未来10年内共捐出1000万人民币，为上海、西藏和宁夏地区的孤儿购买保险，以帮助这些孩子抵御12种儿童常发的重大疾病，为他们的健康保驾护航。

4月28日，2010中国慈善排行榜发布典礼在北京举行，如新中国凭借“善的力量”理念和对公益事业长期关注与投入，荣登“慈善榜十大慈善企业”称号。这个肯定，是给如新中国的慈善事业划上了一个漂亮的逗号，鞭策如新在2.0时代，为中国的慈善事业做出更大的努力。

如新正是以这种最具魅力的“善的力量”文化，配合最新高科技产品，朝着年收入50亿美元，年奖金拨付20亿美元，创造2500位卓越成就名人，让50万儿童因如新的帮助而展露欢笑为目标的2.0时代扬帆起航。■

编辑：金云义 jinyun@tom.com