**Q：我听到了对安利的各种描述，有的人赞不绝口，而有的人则认为是“骗局”，为什么差距如此巨大？**

**A：**1、根据特恩斯（TNS）市场调研公司做的《2016年安利品牌研究调研》显示，但凡享受过安利公司优质产品和服务的社会公众，普遍对安利印象良好。与没有接触过安利的公众相比，对安利好感度高出12%。

2、直销在中国20多年的发展历程中，曾经经历过一些波折，导致部分公众对直销存在偏见，甚至道听途说认为安利就是“传销”，从而对安利业务模式产生质疑；

3、个别急功近利的安利营销人员在展业时，采取了一些不当的经营行为，破坏了正常的市场秩序，也在一定程度上损害了安利形象；

4、一直以来，安利都本着作为良好企业公民的责任，在产品品质和销售服务等各个方面追求卓越，以回报消费者的厚爱。同时，安利还制定了严格完善的营业守则，持续规范营销人员行为，打击不正当经营，努力创造公平公正、稳健营商的市场环境。