



Jamieson[®]
NATURAL SOURCES
Since 1922

对高潜力客群的 线上线下载吸引

新冠病毒为全球消费者敲响了关注健康的警钟



身体层面
PHYSICAL



心智层面
MENTAL



精神层面
SPIRITUAL



情绪层面
EMOTIONAL



社交层面
SOCIAL



环境层面
ENVIRONMENTAL



后疫情时代，
传统药店可能以**万**为单位**消失**，你准备好了吗？



客 成
流 本
越 越
来 来
越 越
少 高



差异化+场景化+解决方案

打造连锁药房保健食品分品类新赛道

齐白石先生说：学我者生，似我者死

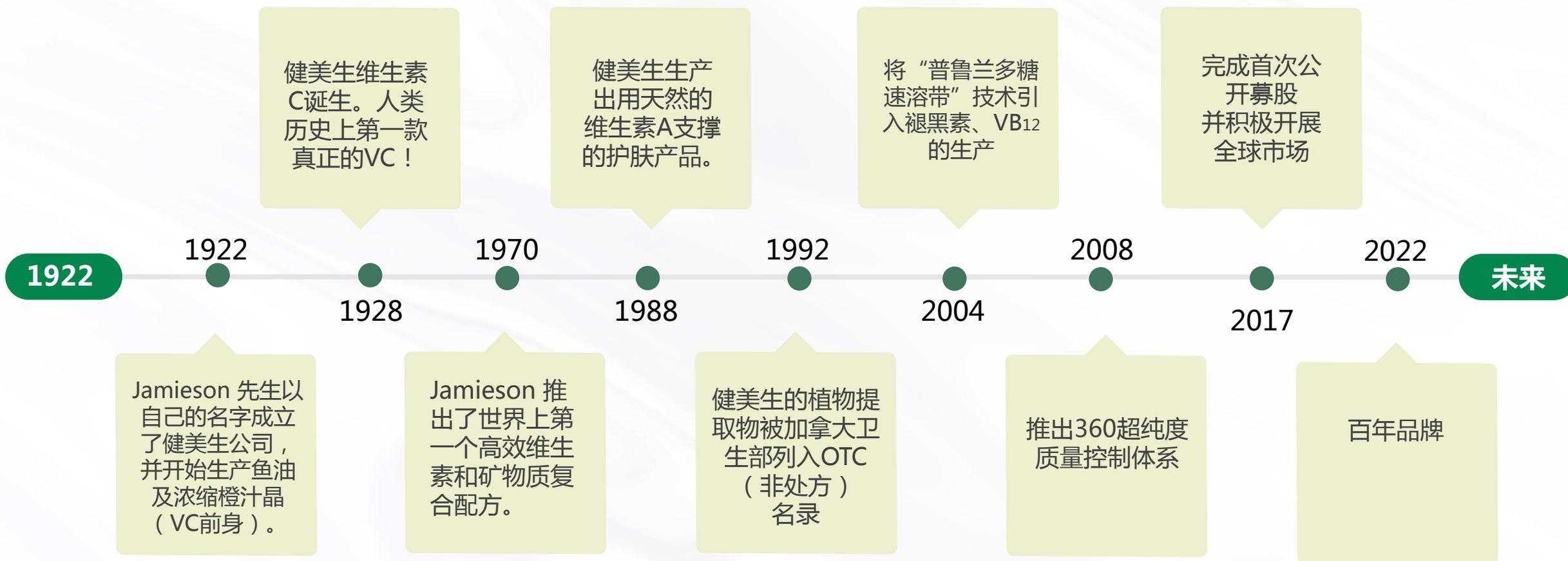


以消费者为中心

好品牌+好模式+好服务

好的门店，千差万别，不好的门店，千篇一律

百年品牌---加拿大建美生



时至今日，Jamieson已拥有1000多款创新产品，成为**维生素世界第一品牌**，畅销全球45个国家和地区。

全球多个质量认证 最前沿的产品研发专家团队



Multivitamin: Progressive Active Men and Women (Platinum)



Whey Protein: Progressive Harmonized Protein (Gold)



Jamieson Omega-3 NFA Supplements



Jamieson Vitamins



Dr. Ragupathy Subramanyam
PhD



Dr. Bruce Holub
PhD



Jamieson Essentials + Protein



Jamieson Chewable Iron Plus B12
Jamieson Collagen Anti- Wrinkle
Jamieson Chewable Probiotic for Kids
Jamieson Essentials+ Plant Protein
Jamieson Beauty Sleep



Jamieson Baby Probiotics



Dr. Louis J. Aronne
MD, FACP



Dr. Ralf Jäger
PhD, FISSN, CISSN, MBA



Dr. Jason Theodosakis
M.D., MS, MPH, FACPM

多项专业技术

50+

在全球五大洲
拥有多家国家级实验室
拥有50余项专利产品

360

产品从原料到出厂
整个流程至少要经历
360道检测工序

700+

拥有以维生素矿物质
为核心的700多款
创新产品

40

产品畅销全球
40多个国家及地区

47

坚持全球原料天然采集
在多个国家及地区
设有47个原料专供基地

1922

诞生于1922年
有着近百年的辉煌历史



健美生旨在助力提升全世界健康



百年品牌历史



全球第一维生素品牌



为整个家庭
提供全面的健康产品

健美生在中国---优质产品+渠道



深耕中国市场
20余年



150多款跨境产品
20多款进口蓝帽产品



拥有最多进口蓝帽
产品的国际大牌



一般贸易+跨境电商
双轨道发展

健美生在中国---天然、高含量产品

跨境电商

150多款SKU分**功效品类**最多

保税仓直发

高含量

功效全

一般贸易

进口保健品牌**蓝帽子**最多

百分百原装进口

高含量

强保健



健美生在中国---丰富的品牌宣传



CBNDATA
第一财经商业数据中心

张喆 | 健美生(中国)总经理

“在中国，55%的15岁以上人口认为维生素和保健品对他们的整体健康和营养而言很重要。他们在选择服用维生素时也更倾向于关注特定的健康问题。这一点中国消费者高于全球平均水平。中国市场在维生素和保健品的消费重点，主要包括钙、蛋白质、益生菌等，这与其他市场略有不同。”

你好健康

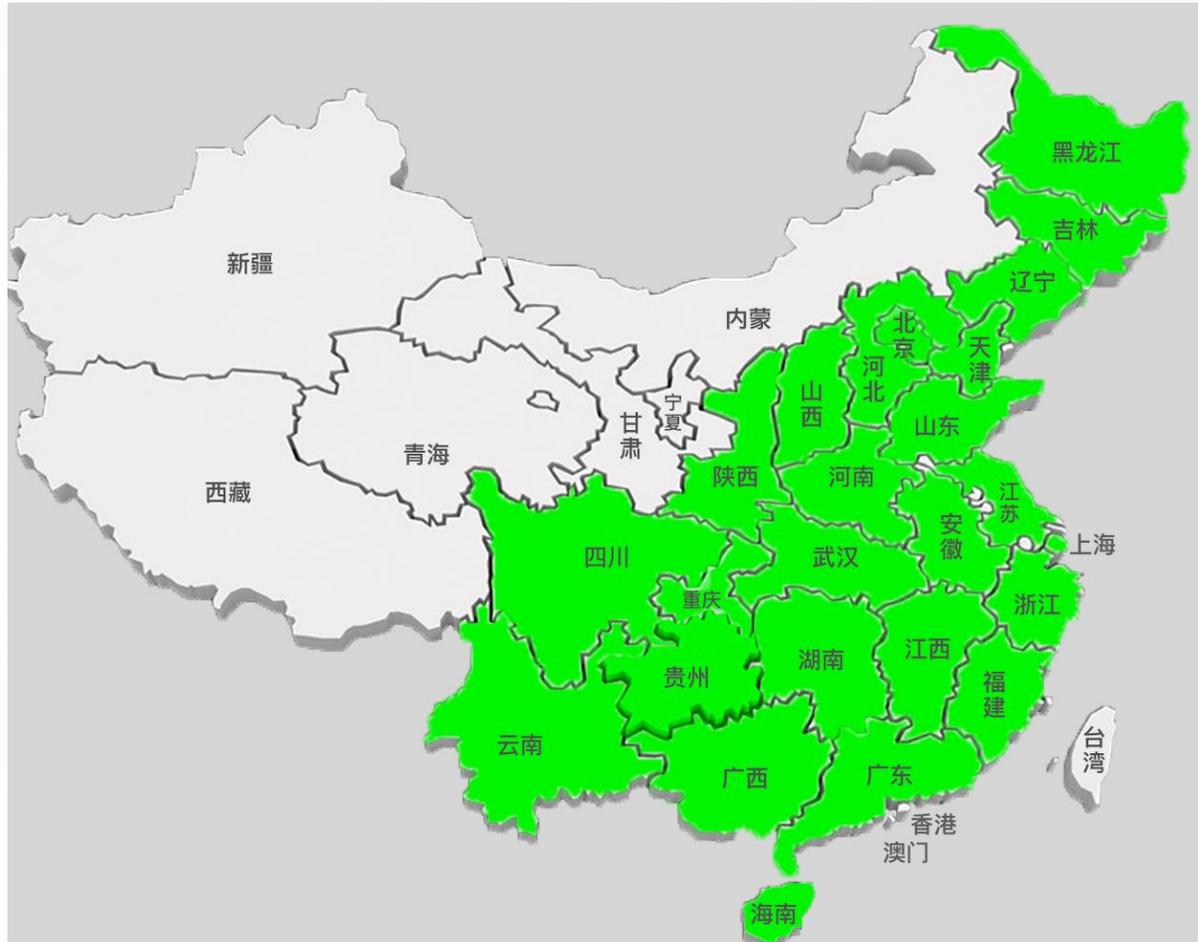
2020

新健康消费创享论坛

健美生在中国---优质的市场营销支持



健美生在中国---线下销售网络



健美生与全国多家连锁药店、商超及营养品专营店达成战略合作，目前已入驻20多家连锁6000+店。



健美生在中国---打造样板营销模式

在TOP10连锁药房中，与执行能力最强及保健品销售占比最大的“云南健之佳”合作，打造头部OTC自营样板。

在省区及跨省区中型连锁药房中，选择区域执行能力较强的合作，提供政策及市场、培训等支持，以青岛同方为样板市场。

公司直供，区别于传统渠道、TOP药房销售模式，采取档期促销及品牌支持销售，与屈臣氏合作，打造头部商超样板。

覆盖区域内中小型OCT、商超及自有渠道；拓展区域内社群等私域销售渠道，以及政府采购、大型团购、跨界合作等资源。



头部
OTC自
营样板



中小型
OTC样板



头部高端
商超样板



经销商
样板

传统药房销售模式现状

心头痛！

难获新客！

难留老客！

品类受限！

健美生解决

基于一般贸易传统门店合作，搭配智慧零售系统，助力合作伙伴低门槛入局跨境电商

线下进口优质维矿+线上功效型大单品，网罗高潜力客户

加拿大原装进口、高含量功效型产品，满足三高、骨关节、睡眠、护眼等多种健康需求



西 | 鼎 | 会
中国健康商品交易大会

线上线下 加速融合

传统药房商业模式发展趋势

线上

高效性

便携性

跨度性



线下

体验性

可信性

即得性

健美生线上线下齐赋能

心头痛！

难获新客！

难留老客！

品类受限！

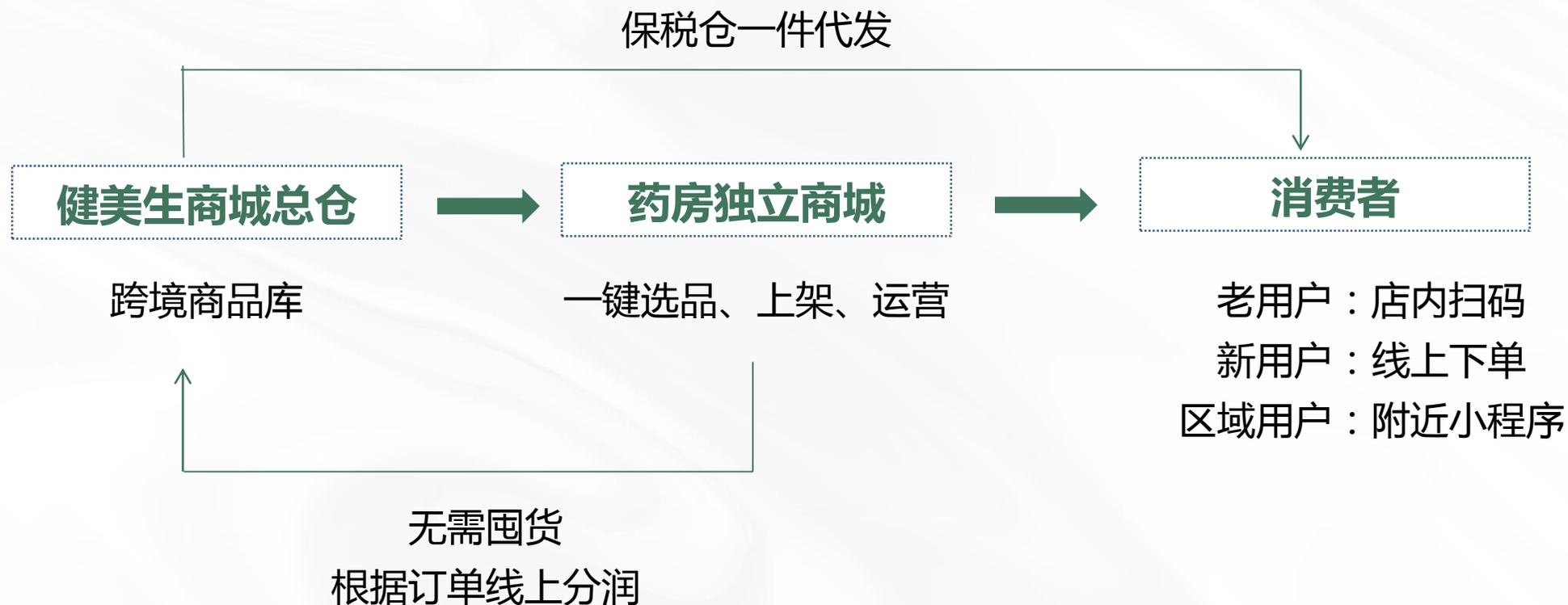
健美生解决

基于一般贸易传统门店合作，搭配智慧零售系统，助力合作伙伴低门槛入局跨境电商

线下进口优质维矿+线上功效型大单品，网罗高潜力客户

加拿大原装进口、高含量功效型产品，满足三高、骨关节、睡眠、护眼等多种健康需求

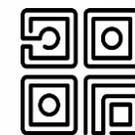
健美生跨境商城合作模式



0门槛低成本入局 线上线下一体化营销



专属海报



专属二维码



商品样品



多重物料

多样化营销工具

多种促销 会员赋能

分销 热门
客户变员工，销量噌噌噌

发券宝 推荐
定向发券，精准营销

支付推广
下一次购买从支付开始

特权价
特定渠道，特定优惠

开屏推广 最新
自制弹窗内容，定向锁客

任务卡 最新
集赞、打卡、晒单，店...

拼团
拼单成团，裂变式转化

直播
360度实时展示商品

定金膨胀 最新
预付定金，数倍膨胀



全程客服支持



跨境明星单品



高含量
辅酶Q10



高含量
氨糖软骨素MSM



高含量
褪黑素



高含量
鱼油



高含量
叶黄素



我们的支持

健美生配套各项服务，
为销售团队及客户打造优质的服务体系

产品供货政策（西鼎会专享）

序号	代码	中文品名	建议零售	供货折扣	供货价	政策
1	9428	健美生®维生素D维生素C咀嚼片(樱桃味)	98	40%	39.2	
2	9429		178	40%	71.2	
3	9177	健美生®多种维生素矿物质片(成人)	268	40%	107.2	
4	9179	健美生®多种维生素矿物质片	268	40%	107.2	
5	7954	健美生牌钙镁D片	198	40%	79.2	
6	9426	健美生®维生素E软胶囊	198	40%	79.2	
7	9397	健美生®镁片	168	40%	67.2	
8	9456	健美生®叶酸片	158	40%	63.2	
9	9459	健美生®B族维生素片	198	40%	79.2	
10	9468	健美生®维生素D软胶囊	178	40%	71.2	
11	9176	健美生®多种维生素矿物质咀嚼片(橙子味)	198	40%	79.2	
12	9178	健美生®多种维生素矿物质片(孕妇乳母)	298	40%	119.2	

产品供货政策（西鼎会专享）

- 西鼎会合作专属礼包：
 - 1、3000元礼包档（订购满5万可得）
 - 2、5000元礼包档（订购满8万可得）
 - 3、8000元礼包档（订购满10万元可得）
 - 4、礼品包产品按照4折核算。

- 标准供货折扣为40%，具体供货搭赠力度，请联系销售负责人。

健美生线下渠道销售负责人

林志斌 Lin Zhibin

销售总监
Sales Director



永安康健药业

—— 股票代码:002365 ——



13901749201



江苏、安徽、河南、上海、江西



武汉市东湖新技术开发区高新二路386号

刘文江 Liu Wenjiang

销售总监
Sales Director



永安康健药业

—— 股票代码:002365 ——



18384111703



重庆、四川、云南、贵州、山西、
广西、山东、东北、华北



武汉市东湖新技术开发区高新二路386号

健美生线下渠道销售负责人

胡春莺 Hu Chunying

销售经理
Sales Manager



 18758429679

 江苏、浙江、湖北、福建

 武汉市东湖新技术开发区高新二路386号

永安康健药业
—— 股票代码:002365 ——

潘梓奇 Pan Ziqi

销售经理
Sales Manager



 18666095183

 广东、湖南

 武汉市东湖新技术开发区高新二路386号

永安康健药业
—— 股票代码:002365 ——

A large group of diverse people, including men and women of various ethnicities, are wearing bright green t-shirts. They are all reaching their hands up towards a large, realistic globe of the Earth that is positioned in the center of the frame. The globe shows the continents of Asia, Australia, and parts of Africa and Europe. The background is a bright blue sky with scattered white clouds. The overall scene conveys a sense of global unity and collective effort.

携手共创 美好未来