

新的突破，从而保证了整个调味品行业的平稳发展。

## 二、报告期内公司主要资产发生重大变化情况的说明

☐适用 ☒不适用

## 三、报告期内核心竞争力分析

☒适用 ☐不适用

报告期内，公司的企业管理、销售渠道、产品技术、品牌影响力四大核心竞争优势持续增强。

### （一）卓越的企业管理能力

多年来公司对管理精益求精的追求，使精细化的管理水平成为了公司的核心竞争力之一，因为作为专业的调味品公司，做好管理是一项较大的挑战，需要多年的经验累积和不断创新的管理方式，因此需要在生产技术上不断突破，在生产管理上不断完善，也需要不断加强工匠团队建设，用心才能做出精品。海天利用大数据、互联网和内部的企业管理系统，做到从一颗黄豆进入厂到产品出厂，使每一瓶海天产品后面都有一个大数据，全程利用设备和信息化技术进行跟进和分析，确保产品全程可追溯。同时，针对调味品公司管理中最难的供应链管理环节，公司通过多年的管理经验累积，不断的通过优化订单计划模式、挖潜产能等措施，全面推进实现生产和销售均衡，提高内部资源和外部资源充分整合产生的效率竞争力，实现供应端、生产端、销售端的良性互动发展。

### （二）持续精耕的销售渠道

公司拥有全国的销售网络，目前海天的网络已 100%覆盖了中国地级及以上城市，在中国内陆省份中，90%的省份销售过亿，通过多年的精耕，覆盖率逐年提升，覆盖范围与销值增长基本同步，报告期内，公司通过进一步落实了渠道管理的多项措施，稳定了经销商的经营，完善了经销商的产品结构，使整个销售渠道的发展更加健康，渠道的健康发展也为未来的市场拓展和品类的发展奠定了坚实的基础，与此同时，公司线上业务也快速发展，从而使电商平台和传统渠道有效的结合，巩固了公司在渠道和终端上的竞争优势。

### （三）持续领先的产品技术

公司的酱油、酱等多个品类的产品都是通过传统的天然发酵技术酿造生产的，海天所掌握的核心酿造技术成为了公司的另一个核心竞争优势，为了保持产品的独有的风味，公司始终坚持传统的生产工艺，坚持天然阳光晒制，将传统工艺技术与现代科技相结合，确保春夏秋冬，每个批次的产品风味一致，用科技来保障产品的食品安全、口感美味、质量稳定。因此，在海天产品体系中即不乏金标生抽、草菇老抽这样畅销 60 多年的产品，经久不衰，依然保持着增长活力。也不乏味极鲜、黄豆酱等后起之秀，来满足消费者对新口味的追求，保持了发展的后劲。

通过多年的深耕和研发，海天蚝油以其独特的技术优势和风味，深受消费者的喜爱，逐步成为了消费者厨房中的必备调味品。使蚝油品类保持了稳定的增长态势。

### （四）高美誉度的品牌优势。