

增长22.21%，蚝油继续保持较快增长势头；酱料实现营收22.91亿，增长9.52%，酱类实现了恢复性增长；

报告期内，公司积极加快新业务发展步伐，创新与零售电商合作关系等方式，积极拓展线上业务，报告期内，公司的线上市场营业收入较去年增长42.51%；随着消费升级以及海天品牌影响力的不断扩大，海外消费需求也在不断扩容，海天也在加快海外市场发展，加快走向国际。

在做好营销驱动的同时，公司持续强化了品牌建设，除了继续通过传统媒介聚焦主流卫视平台的头部综艺节目外，公司还加入“强国品牌计划”，加强了央视传播力度，并配合营销的网络策略、产品策略，持续推进品牌传播创新及实效，加大了网络综艺和社区媒体的宣传，使品牌传播从央视、卫视、网络、社区全方位，多管齐下稳步推进，拉近了与消费者距离，品牌传播所取得良好效果

（二）强化科技力量，产品对标国际，再造品质规模新优势。

从精品工程再到产品对标国际，是海天不断努力的目标。报告期内，公司进一步强化科研攻关，在核心技术、产品品质、设备装备、包装、环保等多方面均有多个自主知识产权的科研项目同步展开，部分已经取得显著成果。

报告期，随着市场规模进一步扩大，公司整体产能利用率达到95%左右。高明海天继续加大生产基地的产能改造，年产能增加40万吨；江苏海天也启动二期建设，目前已部分投产，年产能增加20万吨，产能配套适度先行，为市场的稳定发展提供了保障。

（三）以提高技能和强化企业文化为内生动力，深化人力改革

报告期内，公司加大人力资源改革力度，以强化人才发展、业务发展两大核心为主线，通过改革薪酬体系、自主经营等多种措施，对人力工作进行深化创新改革：

1、聚焦核心工作设置了联合体、事业部、计划经营组织、工程项目小组、营销公司等不同机构，通过深入推进各经营体的自主经营，释放人才活力，创新业务模式，提高业务层次，推动公司人才层次与业务层次的并驾齐驱。

2、继续深化有海天特色的薪酬体系，逐步建立薪酬激励体系的同时，重点提高各个岗位员工的技能，让员工通过技能提高为公司创造更多可见价值，并实现创造价值和提高自身收益的良性循环。

3、培育和打造海天工匠队伍，报告期内，用多种方式强化企业文化在员工行为意识中的作用，“三心”文化、做好了再说等，正逐步被年轻一代接受，员工队伍逐步形成你追我赶、优胜劣汰的良好氛围。

4、充分发挥各经营体对企业文化的主体责任，发挥党政工团对企业文化的建设引领，进一步严格企业风气的推进和传承，进一步提升了员工队伍的凝聚力和战斗力，继续着力提升企业的软实力。

（四）以效率、规范为立足点，构建起多个信息化智能化体系

报告期内，公司加快了生产制造升级改造的步伐，以现有的MES框架作为基础，进行信息智能化改造，强化了产供销的全流程高效协作。从自动化到信息化、智能化，是报告期内的一大主要工作，为了实现生产、采购、销售、物流等核心业务链的高效联动运转，公司推进生产制造智能化和供应链一体化。进行了多个流程拉通和再造，并在生产制造、订单处理、生产排产等方面部署多个智能信息系统，使产供销逐步全流程自动高效运作，在数字化、透明化和去人为化等方面