



						百分点
调味酱	2,291,444,931.89	1,201,739,958.17	47.56	9.52	9.91	减少 0.19 个百分点
蚝油	3,489,824,092.09	2,165,083,033.79	37.96	22.21	26.61	减少 2.96 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
东部区域	3,909,073,557.83	2,090,312,963.78	46.53	11.87	13.10	减少 0.58 个百分点
南部区域	3,977,897,401.37	2,118,605,952.61	46.74	13.26	15.06	减少 0.84 个百分点
中部区域	3,743,109,498.28	1,941,445,134.63	48.13	18.57	20.47	减少 0.82 个百分点
北部区域	5,001,400,127.89	2,649,133,119.69	47.03	12.99	15.08	减少 0.96 个百分点
西部区域	2,130,029,684.16	1,101,291,014.17	48.30	24.05	27.06	减少 1.22 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明：

(1) 分产品：

酱油：

报告期内实现营收 116.29 亿元，同比增长 13.60%。公司通过加快网络下沉，强化品牌传播建设，使得网络数量和质量实现同步提升，网络与产品形成良性促进，酱油品类继续呈现稳健较快的增长势头。

调味酱：

报告期内实现营收 22.91 亿元，同比增长 9.52%，调味酱呈现恢复性增长。公司通过调整网络结构，优化产品规格提高产品协同力，有效提升渠道效率和渠道承载力，为调味酱再次加快发展奠定基础。

蚝油：

报告期内实现营收 34.90 亿元，同比增长 22.21%，蚝油呈现较快增长。公司通过在产品和渠道等方面组合开展工作，加强对不同消费群的教育和渗透，进一步拉大蚝油的竞争和领先优势，使得产品保持较强的发展动能和活力。

(2) 分地区：

报告期内，公司稳步推进网络裂变和渠道改革，通过强化渠道和经销商管理，有效促进线上线下渠道的高质量协同发展，有效发挥产品力和品牌力对网络均衡发展的牵引作用，确保各区域市场都保持双位数的营收增长，同时加快抢占市场，使得中西部市场增长速度保持领先。

(2). 产销量情况分析表

√适用 □不适用