

公司凭借自身强大的品牌、产品、渠道、科研实力，树立了健康、安全、诚信、专业的品牌形象，并获得了市场和消费者的广泛认可，报告期内，公司持续推进品牌发展战略，品牌影响力进一步提升，在中国品牌力指数 C-BPI 榜单中，海天酱油连续 9 年行业第一，被列入 2019C-BPI 黄金品牌榜。在凯度消费者指数 2019 亚洲品牌足迹报告中，海天味业荣登中国快速消费品品牌第 4 位。此外，海天公司被凯度授予 2019 中国全品类食品类极具成长力品牌、2019 中国消费者首选前十品牌荣誉。

#### （五）企业可持续发展的战略布局。

报告期内，公司继续做好企业持续发展的战略布局，产品结构、产能规划、组织架构、人力资源等多方面进行改革创新，全方位的提升企业的竞争优势，推动公司业务的稳步发展。报告期内酱油、蚝油、发酵酱等多个品类的市场规模处于领先甚至绝对领先的领导位置，有效提供了企业后继发展的基础和降低了发展风险；同时公司继续加大生产基地的产能改造，在未来公司“三五”计划中多地生产基地将陆续开工，可依据销售实际情况，再次释放超过 100 万吨以上调味品生产能力，江苏工厂运行产能持续加大，始终领先一步的产能配套，为市场的稳定发展提供了产能保障。

## 第四节 经营情况讨论与分析

### 一、经营情况讨论与分析

报告期内，在全体员工的努力下，公司继续保持良好发展态势，营业收入持续增长，报告期内，公司营业收入197.97亿元，同比增长16.22%；归属于上市公司股东的净利润53.53亿元，同比增长22.64%；归属于上市公司股东的净资产165.82亿元，同比增长19.51%；整体净利率27.06%，同比提高了1.42个百分点，实现了公司规模和效益的双发展，公司整体的竞争力得到进一步提升。

2019年是公司第三个五年计划的开局之年，在全体员工的共同努力拼搏下，报告期内公司较好地完成了年度目标，进一步坚定了公司达成“三五目标”的底气和信心，但三五计划并不是一个简单的目标，需要公司从业务模式、管理层次、科技进步、人才层次等方方面面都要有本质改变，才有可能高质量的完成三五计划，因此2019年也是公司重要的改革年，一边踏踏实实聚焦主业发展，继续拉大在调味品行业的领先优势；一边阔步改革，加快企业经营转型，把握新时代的发展机遇；报告期内，公司在市场发展、生产布局、品牌提升、人力资源改革以及企业文化建设等方面做了如下工作：

#### （一）推动营销转型和品牌建设双驱动，进一步拉大竞争优势。

报告期内，持续推动营销在网络、产品、团队方面转型升级，加快网络布局，提高网络承载力，使更多产品上规模发展，竞争优势进一步拉大。全国经销商网络总数超过5000家，网络数量与销售值基本保持同步增长，有效支撑了市场的发展；通过多层次网络，带动各品类规格的发展，促进网络与品类的良性促进，相得益彰。

报告期内，公司的酱油、蚝油、酱三大品类以及全国各主要板块市场均保持了稳定的发展。其中酱油实现营收116.29亿，增长13.60%，收入与销量保持同步增长；蚝油实现营收34.90亿，