

客户服务

服务理念及体系



海天秉承以客户为中心，持续向消费者提供高质量、多元化产品的同时，更是严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法规，并高度重视消费者的合法权益。海天通过拓展消费者投诉反馈端口、规范消费者咨询投诉受理流程、提升服务团队专业服务能力及开展消费教育科普活动等，切实保障消费者的合法权益。

治理

为能够向消费者提供及时、专业的客户服务，提升消费者满意度，海天建立了围绕消费者满意度提升的客户服务组织架构，制定了《海天热线 / 电商客服服务标准》《市场投诉处理管理规定》《消费者投诉受理规范》等 37 份标准流程文件，涵盖服务标准、咨询投诉流程及客户评价要求等关键环节，全面标准化服务要求，以保障消费者更好的体验。

部门 / 岗位	职责
客户中心总经理	负责统筹客户中心整体业务发展方向、客服策略、资源调配、风控管理及客服团队建设，对中心经营情况和结果负责，并向公司分管领导汇报。
客户口碑管理	负责客户服务调研及消费者声音洞察，通过多渠道广泛收集客户的建议和反馈等，挖掘客户需求，反馈关联部门以推动产品、服务的持续提升，为客户带来更好的体验。
客服培训与质检	负责产品特点、使用科普等相关课程的开发与更新，对客服进行系统性的培训、服务场景模拟，持续提升客服的服务能力与服务水平。 通过对客服接待过程质量的监测和把关，及时纠偏，确保消费者获得优质的服务。
客服经理	负责多客服端口的服务规划、资源统筹等，对服务指标的达成负责。
产品 / 服务顾问	作为专项板块的专家，实时跟进一线服务。对于一线客服无法独立解决的情况，提供产品 / 服务相关的专业指导和解决方案。
一线客服专员	负责直接接待和受理咨询客诉，并及时汇报异常情况和疑难问题。

战略

海天围绕“客户满意”的服务战略，持续优化服务策略，以满足不同客户群体的需求。本年度，海天在拓展消费者触达、倾听消费者需求及提升服务体验等方面开展了多项重点工作，以推动客户服务体验、满意度提升。

- 拓展消费触点：海天通过拓展服务端，通过 400 热线、旗舰店及公众号等多元化的端口，方便消费者找到海天，并为越来越多消费者提供直接的客户服务。
- 倾听客户反馈：海天客服端通过整合全域渠道数据，精准监测用户需求与反馈，收集并向相关部门传递 300 余条用户意见，完成了多项产品、服务优化改进。
- 提升服务体验：构建“人工服务与数字辅助”的智能客服服务体系。引入机器人，提供智能客服辅助，缩短顾客等待时间；引入自动退款机器人，提高售后处理效率，以提升消费者满意度。此外，海天结合不同消费群体需求，提供个性化热线支持，确保与客户保持顺畅的沟通。

风险管理

海天采用全流程监控的方式，识别客户服务相关风险，并积极采取应对措施，确保客户服务体系的稳定性与可靠性。有关产品和服务安全与质量议题风险管理的方法与途径的详细信息，请参阅本报告“责任海天，稳健经营”的“风险管理”小节。

- 针对客服质量不佳可能引发舆情风险，借助智能质检工具准确识别问题，并实时预警，确保服务质量达标。
- 针对客诉渠道不畅可能导致的投诉升级风险，本年度海天新增 2 个企微服务号，同时延长热线服务时间，设立非工作时间紧急处置流程，畅通沟通渠道。
- 针对客诉工单处理可能造成的纠纷和隐私泄露风险，公司开发新工单中台系统，实现工单留痕、权限区分、信息加密，提高客诉溯源能力，防范相关风险。



指标与目标

为有效衡量客户服务质量，海天设定清晰的量化指标与目标，并定期评估服务效果，以推动服务体系的不断优化。未来，我们将持续关注消费者需求变化、服务数字化升级、客户反馈体系优化等关键领域，进一步提升响应速度与满意度。

客户服务核心工作目标

- 持续扩大消费者服务触达量，为更多消费者提供咨询服务，解决消费者需求。
- 通过客服数字化应用、服务能力提升，持续提升客户满意度、服务竞争力。
- 搭建客户满意度体系，拉通内部服务指标衡量标准，提升品牌口碑。

客户服务指标

客户满意度：公司每半年开展客户满意度调研，覆盖全国所有直接客户，并通过电话访谈或实地走访深入了解核心客户需求。调研内容涵盖品牌、产品、销售服务、订单管理、渠道运营、物流仓储等关键环节。2024年综合满意度达94.1%，体现了客户对海天品牌与服务的高度认可。

问题解决率：公司持续优化客户反馈机制，确保客户诉求得到及时响应与高效解决。2024年共接收客户反馈2万余人次，有效解决率100%。

2024年

公司客户满意度达到

94.10%

接收客户反馈

2 万余人次

有效解决率

100%

责任营销



海天严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国电子商务法》《互联网广告管理暂行办法》等法律法规，制定《品牌管理手册》《海天股份对外宣传内容管理规定》《企业自媒体运营管理规范》《海天味业声誉风险管理总则》等内部制度，规范品牌宣传与推广活动，确保品牌建设的合规性与专业性。

海天高度重视消费者的知情权，确保产品标签信息真实、准确、透明，帮助消费者通过直观的产品标识和宣传资料全面了解产品特性、成分及用途，从而做出理性购物决策。此外，我们通过系统化培训提升营销团队的专业能力，确保销售工作合规高效。

- 新入职营销人员培训：**组织新员工参观生产基地，全面了解从原料进厂到产品出厂的全工序流程，掌握产品知识，并学习品质控制、安全管理及售后保障要求。2024年共举办8场培训，覆盖387人。
- 销售团队合规培训：**围绕《食品企业生产过程质量安全风险控制》《食品安全国家标准预包装食品标签通则》《企业广告宣传合规培训》等重点内容，提升销售人员对负责任营销、广告宣传及产品标签合规性的理解，并确保法规与公司制度的有效执行。
- 系统化营销培训：**公司围绕销售基础知识、市场标准化建设、渠道客户拜访技巧、经销商服务、客户盈利分析、团队复盘等主题开展营销公司轮训。2024年，共举办营销公司轮训14场，累计授课157小时，覆盖营销人员1,105人。
- 案例学习与经验萃取：**组建并培训32位营销训战师，共同开发26门课程，夯实营销赋能体系。2024年，共组织优秀营销案例系列活动2期，总结萃取59个优秀案例，并开展12次优秀案例学习活动，覆盖营销人员3,800余人次。

年度关键绩效

2024年

超 **5,000** 人次参与负责任营销相关主题培训



数据安全与客户隐私



完善管理体系

海天设立独立的数据安全管理部门，负责建立、实施、核查和优化数据安全体系。公司建立健全包括《信息安全审计管理制度》《互联网应用系统安全规范》《IT项目实施管理办法》等政策制度在内的信息安全政策体系，并在全集团范围内推广实施，为信息安全筑起坚实防线。本年度，公司新增《数据安全管理制度》《数据分类分级管理制度》《数据合作方准入管理规范》《个人信息保护制度》等制度，进一步完善数据安全和个人隐私保护体系。

强化防护能力

海天致力于实现数据“零损失、零泄漏”的安全目标，对涉及客户隐私的敏感数据采取加密存储，有效预防数据泄露风险。公司对外应用系统已获得公安部“信息系统安全等级保护三级备案”，并在本年度完成数据出境合规项目，出具相应的个人信息保护影响评估报告（PIA 报告），进一步证明了公司信息安全管理的合规性与专业性。

为有效应对网络安全风险，海天制定并实施网络安全应急处理方案，明确员工在安全事件中的应对流程，提高团队的信息安全意识与处置能力。同时，公司依托线上学习平台，为全体员工提供信息安全培训，并组织定期知识考核，确保安全意识深入日常业务。

保护用户隐私

海天高度重视消费者隐私保护，严格按照法律法规要求收集、处理和使用消费者个人信息。在信息收集前，公司通过《隐私政策》《用户服务协议》等方式，清晰告知用户数据的收集范围、用途及使用规则，并赋予用户修改和删除个人信息的权利，严格禁止未经授权的数据共享或泄露，确保用户隐私安全。

报告期内

海天 **未发生** 数据安全事件

未发生 泄露客户隐私事件

此外，公司通过多层次安全防护体系保障用户数据安全，包括：



• **数据加密**：采用加密算法对用户信息、交易记录、日志等敏感数据进行存储，确保数据安全。



• **访问控制**：建立访问权限管理机制，确保只有经过身份验证和授权的用户才能访问系统数据，并根据用户角色分配权限。



• **数据备份与恢复**：实施定期数据备份，并将备份存储于不同地理位置，防范数据丢失或灾难性事件的影响。



• **监控与日志记录**：实时监测系统数据访问及操作行为，及时发现异常情况并采取措施，同时记录详细日志，确保数据可追踪、可审计。



• **安全审计**：定期进行安全漏洞扫描、安全配置评估、漏洞修复等审计工作，确保系统始终处于最佳安全状态。

创新驱动与知识产权

海天高度重视研发人才队伍和创新平台的建设，致力于通过科技创新赋能智能制造。同时，海天已建立起相对完善的知识产权保护体系，提升公司内部知识产权保护意识、落实知识产权保护举措，为公司的科技创新护航，不断提升公司的核心竞争力。

搭建创新平台

公司重视研发人才队伍建设，拥有充足的高素质研发人才储备，并借助人才引进渠道、优化创新人才培养模式、优化研产平台流程、营造良好文化氛围等方式，全力推进创新人才建设，切实保障公司科技人才的数量与质量。在研发投入保障方面，公司已在年度预算中明确列支相关费用，并由自有资金全额保障，确保研发投入的持续性和稳定性。在创新激励机制方面，我们通过设立专项奖励基金和职业发展路径规划，充分激发员工的创新积极性。

创新激励及相关成果

2024 年

公司共组织 3 期研发项目奖励工作，累计奖励项目超过

100 个

奖励金额超过

400 万元

专项基金预算资金约

1,900 万元

支持重大科技专项完成立项

5 个



建立以研发项目价值表为核心的线上自主申报奖励机制，从创新性、技术水平、经济效益、节能环保、天然健康等维度考评项目价值。2024 年，公司共组织 3 期研发项目奖励工作，累计奖励项目超过 100 个，奖励金额超过 400 万元。

设立专项基金为创新孵化项目、重难点攻关项目，确保项目顺利推进。报告期内，专项基金预算资金约 1,900 万元，支持 5 个重大科技专项完成立项。

建立科技标杆项目评选机制，开展标杆评选及非常规项目奖励。2024 年，共 2 项科技项目获得非常规奖励。

畅通员工晋升通道，对于在技术创新方面表现优异的员工，给予破格晋升的机会，使其在公司内有更好的职业发展空间和创新条件。