

营养与健康

消费者对调味品产品营养、健康、减负的追求，已经日益成为新的消费趋势。为应对这一趋势，海天持续完善营养与健康产品的管理体系，强化对市场机遇的识别与风险管理。通过技术创新与配方升级，积极研发并推出一系列营养健康产品，致力于为消费者提供满足其营养健康需求的丰富产品，让高品质的海天产品成为一代又一代人的味蕾记忆。

治理

管治架构

为确保营养健康产品研发与生产管理的规范化，公司设立由董事会及其战略和可持续发展委员会、可持续发展管理委员会及其牵引组，以及由营养和健康机遇议题组组成的三级治理架构，积极推动公司在营养与健康食品领域的创新发展。有关营养和健康机会议题治理架构的详细信息，请参阅本报告“可持续发展工作机制”章节。

专业能力

公司董事会中至少有两名成员具备生物技术、食品生产、营养产品研发等方面的多年工作经验，其中一名董事兼任中国调味品协会酱油专业委员会秘书长职务，保障议题相关决策的专业性和有效性。

报告机制、管理政策及决策

为高效推进公司各层级在营养和健康产品领域的管理与实践，我们建立系统化的报告机制，并将相关议题信息纳入决策考量。同时，我们在产品研发过程中严格遵守各类产品的国家/行业质量标准、食品安全标准等一系列外部标准或制度，并制定《海天股份科技研发项目管理规定》《海天股份对外科技合作项目管理规定》等内部管理制度，保证产品研发和开发的合规性与规范性。有关营养和健康机会议题的报告机制、管理政策及决策的详细信息，请参阅本报告“可持续发展工作机制”章节。



战略

风险识别与应对

海天针对营养与健康机会进行风险识别、评估和影响分析，并制定相应的应对措施，具体内容见下表：

风险类型	风险描述	应对举措
技术风险	随着消费者行为变化，对食品的营养与健康关注度提高，企业需不断进行产品创新和技术创新以满足消费者对营养健康食品的需求，这可能导致研发成本增加。	持续提升公司产品及技术创新能力，加强研发人才梯队建设，推动重大科技专项管理模式，同时深化与外部科研机构及高校的协作创新，构建全面的技术创新体系。
政策风险	食品安全法规日益严格，企业需确保其产品所采用的原材料及生产手段符合相关法规。若企业存在食品安全违规行为，将面临法律诉讼或处罚，增加运营成本；同时陷入舆论风波，负面新闻可能损害消费者对品牌和产品的信任，导致公司股价下降，并影响营业收入。	持续关注食品行业政策法规的动态更新，并在严格遵守各类产品的国家/行业质量标准、食品安全标准等外部规范和法律法规的基础上，制定产品研发及质量管理等内部制度，确保产品研发和管理的合规性。
声誉风险	企业在原料和技术创新、产品生产过程中，需确保营养健康产品的用料和生产过程符合相应标准法规和有关规定，才可在产品包装上使用“有机”“减盐”“无麸质”等字样，否则会因虚假营销造成企业名誉损失、消费者索赔及罚款，陷入舆论风波，导致营业收入下降、品牌价值受损、经营成本上升。	严格遵循有机认证标准，确保所有有机产品获得中国有机认证。同时，规范管理产品包装标签，杜绝虚假或误导性宣传，维护品牌信誉和消费者权益。

机遇识别与应对

海天针对营养与健康机会进行机遇识别、评估和影响分析，具体内容见下表：

机遇类型	机遇描述
市场机遇	健康产品创新 随着消费者健康意识的提高，可以开发低盐、低糖、低脂、有机等健康调味品，满足市场需求，提升产品附加值和竞争力。
	拓展新兴市场 在健康饮食观念普及的地区或人群中，可以针对性地推广健康调味品，开拓新的市场细分领域。比如公司针对麸质过敏人群，上市无麸质酱油。
声誉机遇与市场机遇	提升品牌形象 积极践行 ESG 理念，关注营养和健康机遇，有助于提升公司在消费者心目中的品牌形象和声誉。
	加强消费者教育与沟通 通过各种渠道向消费者普及营养健康知识，提高消费者对健康饮食的认知水平，引导消费者选择更健康的食品。
政策机遇	政策支持与激励 政府不断出台鼓励营养健康食品产业发展的政策，可以积极争取相关政策支持，降低研发和生产成本。
	合规与风险管理 通过建立完善的食品安全管理体系和质量控制体系，确保产品符合相关标准和法规要求，降低法律风险和声誉风险。

战略制定

我们通过深入洞察行业趋势，发现消费者对低糖 / 减糖 / 无糖、低盐 / 减盐、低脂 / 减脂 / 0 脂、有机等营养健康产品的需求显著增长，营养健康产品对行业提出新要求的同时，也带来了新的结构性机遇。公司紧跟市场需求新趋势，在国家《“健康中国 2030”规划纲要》的政策指引下，制定海天产品营养与健康战略，力求为消费者提供更科学、更透明的健康选择。我们秉持为大众带来“更健康、更轻盈、

更营养”产品的战略使命，围绕“有机、低糖 / 减糖 / 无糖、低盐 / 减盐、低脂 / 减脂 / 0 脂、小份量、营养成分强化”等方向，依托强大的创新研发实力，将科研成果转化为高品质产品，持续推出包括有机生抽、无蔗糖酱油、减盐酱油、无麸质酱油、铁强化酱油等一系列营养健康产品，满足不同消费者群体的健康需求，致力于实现营养与健康策略在产品线的全面覆盖，引领调味品行业的健康升级。



改善举措策略

公司持续提升技术创新能力，推动产品向健康化方向升级，致力于打造更多符合消费者需求的营养健康产品。同时，我们积极开展多样化的公众健康营养宣导活动，助力提升全民健康素养。

强化创新能力

我们以解决消费者健康饮食关注问题为导向，聚焦核心发酵技术及前沿性技术的研究，重点推进产品健康化、口味风味升级及个性化定制化功能产品研发，同时着力开展核心原料、优质菌种选育、智能设备设施等技术研究攻关，持续构建全方位的技术创新体系。

完善研发体系构建和人才梯队建设

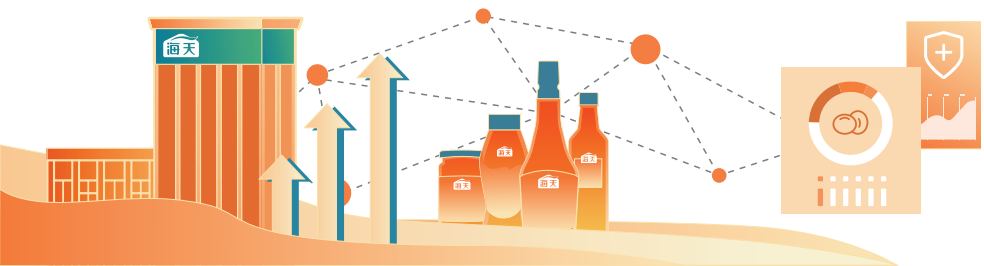
我们构建了覆盖前沿技术研究、行业共性关键技术研究、产业化应用技术研究的三级研发体系，并在三级研发体系中设有对应的专职研发团队开展营养健康专题研究，推进公司在营养健康领域技术与产品的研发。同时，为切实保障公司科技人才的规模与质量，我们采用员工选、育、用、留的全生命周期管理机制，全力推进创新人才建设，为营养健康领域的创新发展奠定坚实基础。

创新科技管理模式

我们持续深化前沿技术研究布局，推动重大科技专项管理新模式。2024年，公司启动5项重大科技专项研发项目，并邀请国内食品行业权威专家进行立项评审，严格把控项目质量。同时，我们成立海天凌云科学发展基金，2024年已投入140万元支持10个减盐健康领域的创新研究项目，为食品技术发展注入强劲动力。

加强科研合作

我们积极倡导“走出去引进来”的合作模式，注重与顶尖科研机构或高校建立深度合作关系。2024年，我们与清华大学、中国科学院过程工程研究所、中国食品发酵工业研究院、广东省农业科学院、华南理工大学等研究院所和高校开展协同创新，共同攻克行业技术难题。



年度国际先进水平项目成果（部分）

技术名称	技术介绍及应用成效	成果水平
基于盐离子纠正的优质酱油酿造水处理研究及其产业化应用	通过风味感官、风味物质组成和微生物发酵代谢多维度分析，系统性研究酿造水质对酱油品质和发酵风味的影响，进而制定科学的酱油酿造用水质量控制标准，并开发水质定向纠正技术，实现优质酱油酿造用水绿色、可控、高效的产业化应用，推动酱油品质的提升及水资源的科学管理。酿造水的定向纠正技术已应用于产品升级和新品开发，产品销售收入累计新增超过4亿元。	经广东省轻工业联合会鉴定为 国际先进水平 获得2024年广东省轻工业联合会科学技术进步奖一等奖
基于低分子硫基肽调控的发酵酱货架期褐变延缓关键技术开发及应用	通过发酵酱货架期关键调控技术的研究，建立高效、准确的评判和预测发酵酱两年货架期褐变程度的方法，并系统性揭示了发酵酱货架期褐变机理及关键影响因素，结合生产工艺定向开发出适用于发酵酱的货架期褐变延缓技术，完成可控、高效的产业化应用，有效解决发酵酱产品货架期褐变问题。	经广东省轻工业联合会鉴定为 国际先进水平 获得2024年佛山高新技术进步奖一等奖
基于功能菌株风味基因靶向筛选的干辣椒发酵增香关键技术及应用	阐明干辣椒令人不愉悦风味关键组分及其感官消解机制，解决传统辣椒发酵菌株筛选目标性不强、效率低的难题，构建功能菌株风味基因靶向筛选技术，成功获得1株优质菌株，以实现干辣椒不良气味定向消解、愉悦香气定向提升，发酵干辣椒胚产业化应用经济效益显著。	经广东省轻工业联合会鉴定为 国际先进水平 获得2024年广东省轻工业联合会科学技术进步奖三等奖



打造营养健康产品

公司坚持以科技创新驱动健康产品升级，不断完善营养健康产品生态布局，构建涵盖有机、低糖/减糖/无糖、低盐/减盐、低脂/减脂/0脂、小份量及营养成分强化等健康化、个性化产品矩阵。

本年度，我们通过突破天然防腐技术，提升产品品质及产品自身的天然防腐能力，已在味极鲜和金标生抽产品系列、

一品鲜蚝油和财宝蚝油产品系列、柱侯酱、海鲜酱系列等核心产品线全面实现无防腐剂生产。同时，针对特殊膳食需求，我们创新推出“为爱特调”系列产品，精准满足补铁、无麸质、控糖等需求，并联合康泽基金会将系列产品销售收入全额捐赠于中国缺铁性贫血儿童的救助项目，为消费者提供更健康选择的同时，切实履行企业社会责任。

健康产品矩阵

有机系列产品超过 60 款

海天有机产品严格遵循有机认证标准，所有有机产品均获得中国有机认证，每瓶产品都有独一无二的“身份证”，确保全程有机可追溯。我们着力打造涵盖酱油、蚝油、调味酱、料酒等品类的有机产品体系，在为消费者提供多元化健康选择的同时，有效降低农业生产中的化肥依赖，推动可持续农业发展。

公司对有机原料实施严格的质量控制，确保产品安全与科学检验。我们对于外购有机黄豆、有机小麦、有机高粱、有机糙米等 10 种有机天然物料，均依据国家标准制定严格的验收标准，并引入第三方权威检验机构开展抽检监测，确保检验真实性、科学性。

截至报告期末，海天共有有机认证产品超过 60 款。



有机糯米料酒

产品配料的非转基因有机糯米，有机小麦，均通过中国、欧盟和美国三方认证。



益生菌有机豆奶

专为学生研发的益生菌有机豆奶，给学生多一种健康选择。

低糖 / 减糖 / 无糖产品 500 款

《健康中国行动（2019-2030 年）》《中国居民膳食指南（2022）》倡导消费者合理控制糖的摄入量。基于对消费趋势的深入洞察，海天积极响应用户对低糖食品的需求，通过无糖留甜等技术革新，持续开展相关产品的研发与创新。

截至报告期末，海天共有低糖 / 减糖 / 无糖产品 500 款。



纯米醋

只有 4 种原料，谷物酿造，绵柔酸感，餐餐纯米香。



鲜味生抽

优选黄豆、用纯净水酿造，经典鲜味，清鲜味美，酱香浓郁。

低盐 / 减盐产品超过 300 款

为满足消费者既要减盐健康、又要美味的需求，海天通过低盐高鲜菌种攻关、发酵工艺创新及产业应用，实现酱油发酵的关键鲜味物质提升 20% 以上，盐分减低 60% 以上。

2024 年，我们推出 7 克薄盐松茸特级酱油等 0 蔗糖又减盐的健康酱油新产品，实现“减盐不减味”“天然又好吃”。

截至报告期末，海天共有低盐或减盐产品超过 300 款。



薄盐生抽

减盐 30%，食盐含量（以 NaCl 计）≤ 12g/100ml，减盐不减鲜。



7 克薄盐松茸特级酱油

减盐 60%，食盐含量（以 NaCl 计）≤ 7.0g/100ml，天然又好吃。

低脂 / 减脂 / 0 脂产品超过 850 款

为响应消费者对健康与美味兼具的饮食需求，海天持续研发并推出“轻脂轻卡轻负担”的创新产品。通过技术创新，在保证产品风味的同时，开发出多款低脂及减脂配方，为追求健康生活方式的消费者提供更多选择。

截至报告期末，海天共有低脂 / 减脂 / 0 脂产品超过 850 款。



清香米醋

海天清香米醋，点蘸凉拌，鲜香酸爽。



白灼汁

0 脂肪，轻食好伴侣，酱香浓鲜味足，一汁成菜。

小份量产品超过 350 款

为适应多样化的消费场景，同时减少因产品过期导致的浪费现象，公司积极开发小规格包装产品，为用户提供更灵活的选择。我们推出的黄豆酱、小海鲜酱油等小份量产品，轻巧便携，方便收纳。

截至报告期末，海天共有小份量产品超过 350 款。



黄豆酱

粒粒黄豆看得见，小杯装开盖即可点蘸，随身带超方便。



小海鲜酱油

小瓶包装、独特大头瓶盖，方便收纳与使用。

营养成分强化产品 4 款

2002 年，海天通过中国食物强化委员会专家组评审，成为铁强化酱油的试点企业。公司长期致力于营养强化食品的研发创新，持续推出满足消费者健康需求的功能性产品。

截至报告期末，海天共有营养成分强化产品 4 款。



铁强化生抽酱油

铁元素含量 3.6g/15ml，三餐轻松补铁的好选择。



铁强化老抽酱油

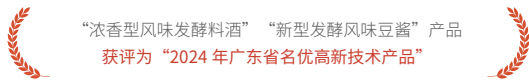
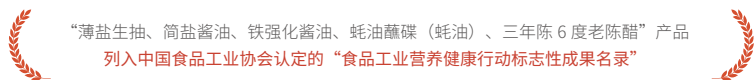
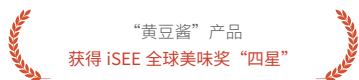
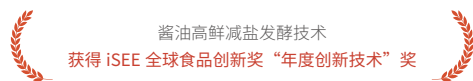
铁元素含量 3.6g/15ml，上色好，增强吸收铁元素。



健康产品相关定义

- **有机产品**：统计口径为通过中国有机产品认证的产品，同时也属于减少化肥的产品
- **低糖 / 减糖 / 无糖、低盐 / 减盐、低脂 / 减脂 / 0 脂产品**：统计口径为符合《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》（GB 28050-2011）相关要求的产品
- **营养成分强化产品**：统计口径为标签符合 GB 14880-2012《食品安全国家标准食品营养强化剂使用标准》（GB 14880-2012）相关要求的营养强化产品
- **小份量产品**：统计口径为净含量小于或等于 250g/250ml 的产品

产品荣誉（部分）



推动行业发展

我们通过联合众多权威专家和专业机构，深入分析市场趋势、消费者需求，并结合企业多年实践经验，协力构建科学完善的营养与健康标准体系，推动食品营养品质的全面提升，加速行业技术创新与产品升级进程。

截至 2024 年，海天共参与超过 30 份国家标准或行业标准的制定及修订工作。其中，2024 年正式发布的标准如下：

标准名称	标准号	发布单位	标准类型
食品生产数据管理技术规范	GB/T 43730-2024	国家市场监督管理总局	国家标准
调味品绿色工厂评价要求	QB/T 5978-2024	中华人民共和国工业和信息化部	行业标准

公众健康营养宣导

公司借助品牌影响力，通过产品包装、产品广告、推广活动、媒体平台等多样化方式，发起系列健康知识科普，普及和宣导产品营养健康知识，帮助消费者在选购时认知原料品质对调味品的关键影响，引导公众树立科学的膳食观念。

海天坚持通过线上、线下相结合的方式，强化消费者对健康调味品的认知，致力于向公众倡导营养与健康的生活方式。2024 年，我们持续开展“阳光工厂开放日”“健康饮食科普周”等活动，并联合人民日报、央视新闻、人民网、中国食品安全报、南方都市报等主流媒体，以及多个自媒体博主，围绕正确保存调味品、科学认识配料表等知识，共同开展线上科普。本年度，我们通过各平台共推出超过 300 条科普内容，共计阅读量约 2 亿次。



开展薄盐系列产品展销活动，推广营养健康知识和理念



2024 年 10 月至 11 月，公司面向全体员工动员薄盐系列产品展销活动，并通过产品扫码开盖赢金豆活动助力产品推广，有效吸引消费者的目光，通过薄盐系列产品让消费者进一步关注和了解营养与健康产品，实现营养与健康知识和理念的宣导。活动开展期间，公司共有 42 个展卖小组参与地推，覆盖广州、佛山超过 35 家卖场和农贸终端店，累计曝光人次达 105 万。

组织内部产品知识培训，赋能精准健康科普



公司针对营销团队定期开展产品知识培训，聚焦有机、薄盐等产品线，确保营销人员充分掌握营养健康类产品的原材料供应、配料成分及适用场景，通过深化营销人员对海天产品的全面了解，赋能营销人员向消费者精准科普、宣导健康有机知识，引导消费者科学选择，助力健康生活方式的推广。

推出“科普大求真”活动，为消费者科普营养与健康知识



在第 21 个全国科普日期间，海天通过科普进社区、进校园、进阳光工厂、进电商、进直播、进私域、进权威媒体、进社交平台等多种形式，开展全方位、多层次的科普宣传活动，将科普服务惠及最后一公里，助力消费者建立科学健康的生活知识体系。2024 年 9 月 20 日，海天与央视视频合作，以科普直播的形式向全球消费者普及调味品在内的健康生活知识，直播观看超 3,100 万人次，直播互动突破 1,000 万。海天“科普大求真”系列宣传总曝光量近 1.9 亿人次。



“海天酱油课程馆”走进中学，打造调味品科普与实践创新平台



2024 年 11 月，由海天出资建设的“海天酱油课程馆”正式揭幕。课程馆走进佛山地区中学，以调味品生产为基础，设置中国酱油发展史、集中授课区、企业沙盘等多个主题板块，通过数据、模型、仪器、设备等多样化形式，生动展示黄豆原材料、微生物、酿造用水、传统酿造工艺、健康饮食方式等专业科学知识。

同时，公司融合传统酿造工艺和高中学科知识，开发了《酱油品质鉴定》《微生物的培养》等一系列特色营养与健康实践课程，并邀请行业科研专家走进课堂，通过“课堂讲解 + 实际操作”的学习模式，让学生体验物理、生物等知识在调味品生产中的应用，加深对营养与健康知识的理解。

风险管理



方法与途径

有关营养和健康机会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。

管理流程

我们坚持以用户为中心，紧密关注消费者和市场对营养健康调味品的需求，并借助大数据分析市场趋势精准识别营养健康机遇，强化风险和机遇管理与影响评估能力。

深入洞察行业趋势

我们构建了整合线上线下调味品行业市场数据的自有数据湖，从行业视角分析并掌握海天产品与竞品的发展趋势，运用大数据挖掘用户关注点和诉求，精准识别消费者对营养与健康产品的需求变化，及时发现潜在的市场风险与机遇，不断优化营养健康产品布局。

开发满足用户健康需求的产品

我们通过客户服务中心和产品需求平台与消费者保持紧密联系与互动，推动产品与服务的持续优化升级。我们定期开展主题调研与产品测试活动，深入洞察消费者的健康需求场景，聆听消费者诉求，捕捉其对天然、有机等健康成分的需求趋势，及时将消费者反馈快速融入产品开发中，紧握营养与健康产品的创新机遇，实现与消费者的共创共赢。

优先级排序与融入内部流程

有关风险管理优先级排序与融入内部流程的详细信息，请参阅本报告“责任海天，稳健经营”的“风险管理”小节。

指标与目标



为进一步满足消费者对于营养与健康产品的需求，公司通过创新研发、优化生产工艺技术、改良产品营养配方等方式，不断拓宽营养健康产品品类，并通过定期监测关键指标，以实现不断提高营养健康产品营业收入及其占比的目标，让海天的健康营养食品惠及更多家庭。

目标

我们制定营养和健康机会相关的短中期目标并披露进展情况。

我们的目标	关键绩效指标计量	短期目标 (2025 年)	中期目标 (2030 年)	2024 年进展
目标 1: 推动减盐行动，让每个品类均有减盐产品供消费者选择	减盐类产品品类覆盖率 (不适用产品除外)	≥ 64%	100%	36%
目标 2: 扩大天然有机健康类产品范围，为消费者提供更多选择	有机类产品品类覆盖率 (不适用产品除外)	≥ 68%	≥ 80%	58%

目标追踪、考核与检讨

我们将对营养和健康机会议题相关目标进展开展持续追踪，并将其纳入各成员单位的年度考核指标，在年底进行统一考核，按季度定期审视目标达成情况，并对内公布结果。

指标

我们持续追踪营养和健康机会的绩效指标，推动相关目标的达成。更多相关指标请参阅附录“年度关键绩效表”。



营养与健康产品指标绩效

年度关键绩效

2024 年	
海天拥有产品研发人员	占员工总数的
704 名	7.81 %
海天研发投入	占全年营业收入的
8.40 亿元	3.12 %
通过各平台共推出超过科普内容超过	共计阅读量约
300 条	2 亿次
海天“科普大求真”系列宣传总曝光量近	
1.9 亿人次	

产品安全与质量

海天依托系统化的质量管理体系和完善的风险防控机制，通过健全治理体系、优化战略布局、强化风险管理，并设定明确的指标与目标，不断提升产品质量与安全保障能力。

治理

我们严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，并以国家法律法规、ISO 9001 质量管理体系、ISO/FSSC 22000 食品安全体系等国际标准为基础，构建了覆盖质量与食品安全、职业健康、能源环保、环境管理、测量管理等多个领域的管控制度与标准体系，涵盖超 1,200 项管理制度、超 12,000 份技术标准以及超 500 份工作标准，确保企业运营的规范性与产品质量的高标准。



管治架构

海天将产品安全与质量作为核心管理内容，建立全面的质量管理体系，不断强化质量管理工作。公司设立由董事会及其战略和可持续发展委员会、可持续发展管理委员会及其牵引组，以及由质量中心为核心的产品安全与质量议题组组成的三级治理架构，并在管理层设置首席质量官，为公司“产品和服务安全与质量”议题的管理层代表。有关产品和服务安全与质量议题治理架构的详细信息，请参阅本报告“可持续发展工作机制”章节。

在议题执行层，我们搭建整体产品安全与质量管理网络，纵向从上到下建立“公司 - 事业部 - 工厂”三级架构，横向则由产品事业部、采购中心、制造园区、客户中心、质量中心等多个部门拉通，分别负责公司议题管理中的“设计质量”、“采购质量”、“生产质量”、“服务质量”、“质量检测与评级”五大板块，有力推动质量管控的系统化与精细化。

我们全面落实产品安全主体责任并进行层层分解，将各层级质量安全责任落实到人，推行质量责任问责机制。各制造园区设置食品安全总监，并授权食品安全总监行使质量和食品安全“一票否决权”，坚决杜绝存在质量安全隐患的产品出厂。