



YumChina



LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

2025年第一季度财务业绩

2025年4月30日

NYSE: YUMC and HKEX: 9987

前瞻性声明及非公认会计准则财务计量指标的警示声明

本演示文稿中包含的“前瞻性声明”符合 1933 年《证券法》第 27A 条和 1934 年《证券交易法》第 21E 条所指的意义。我们意图将所有前瞻性声明纳入 1995 年《私人证券诉讼改革法案》的安全港条款范围。前瞻性声明的特征通常是其与历史事实或当前事实并不完全相关，而且会包含前瞻性词语，如“预期”、“期望”、“认为”、“预计”、“可能”、“可以”、“打算”、“相信”、“计划”、“估计”、“目标”、“预测”、“有望”、“将会”、“继续”、“应该”、“预测”、“致力”、“展望”或类似术语。这些声明是基于我们根据我们的经验和对历史趋势、当前条件和预期未来发展的看法，以及我们认为在当时情况下适当和合理的其它因素而做出的当前估计和假设，但我们不能保证这些估计和假设将被证明正确。前瞻性声明包括但不限于有关百胜中国未来战略、增长、业务计划、投资、门店开业、净新增加盟门店、资本支出、股息和股份回购计划、系统销售额的年均复合增长、经营利润、每股盈利、收益、业绩和回报的陈述、有关人口和宏观经济趋势的预期影响的陈述、百胜中国业务的恢复速度、有关我们的创新、数字化和外卖能力以及投资对增长预期影响的陈述、与百胜中国业务长期驱动力有关的看法。前瞻性声明并不能保证业绩，其本身就存在难以预测的已知和未知风险和不确定性，可能导致我们的实际结果或事件与这些声明所显示的结果或事件存在实质性差异。我们不能向您保证我们的任何预测、估计或假设会实现。本演示文稿中的前瞻性声明仅在本演示文稿发布之日发表，除非法律要求，否则我们不承担公开更新任何前瞻性声明以反映后续事件或情况的义务。众多因素可能导致我们的实际结果或事件与前瞻性声明所表达或暗示的结果或事件存在实质性差异，包括但不限于：我们是否能够按照目前预测的时间和数字实现开发目标（如有），我们的营销活动和产品创新是否成功，我们维护食品安全和质量控制系统的能力，公共卫生状况的变化，我们控制成本和费用（包括税收成本）的能力，中国政治、经济和监管环境的变化，中美之间政治、商业、经济和贸易关系的变化以及 10-K 表年度报告和后续的 10-Q 表季度报告中“风险因素”部分的内容。我们向股东回馈资本的计划是基于当前的预期，可能会根据市场情况、资本需求或其他因素发生变化。此外，我们目前不知道的或者我们目前认为不重要的其它风险和不确定因素可能会影响任何此类前瞻性声明的准确性。在评估所有前瞻性声明时，应了解其内在的不确定性。您应查阅我们向美国证券交易委员会提交的文件（包括我们的 10-K 表年度报告和后续的 10-Q 表季度报告中“管理层对财务状况和经营业绩的讨论和分析”部分的内容），以了解可能影响到我们财务业绩和其它结果的因素的更多细节。本演示文稿包含非公认会计准则财务计量指标。请参考我们的财务报表以获取与最直接可比的公认会计准则财务计量指标的调节。

第一季度同店销售额突破关键里程碑，利润率提升



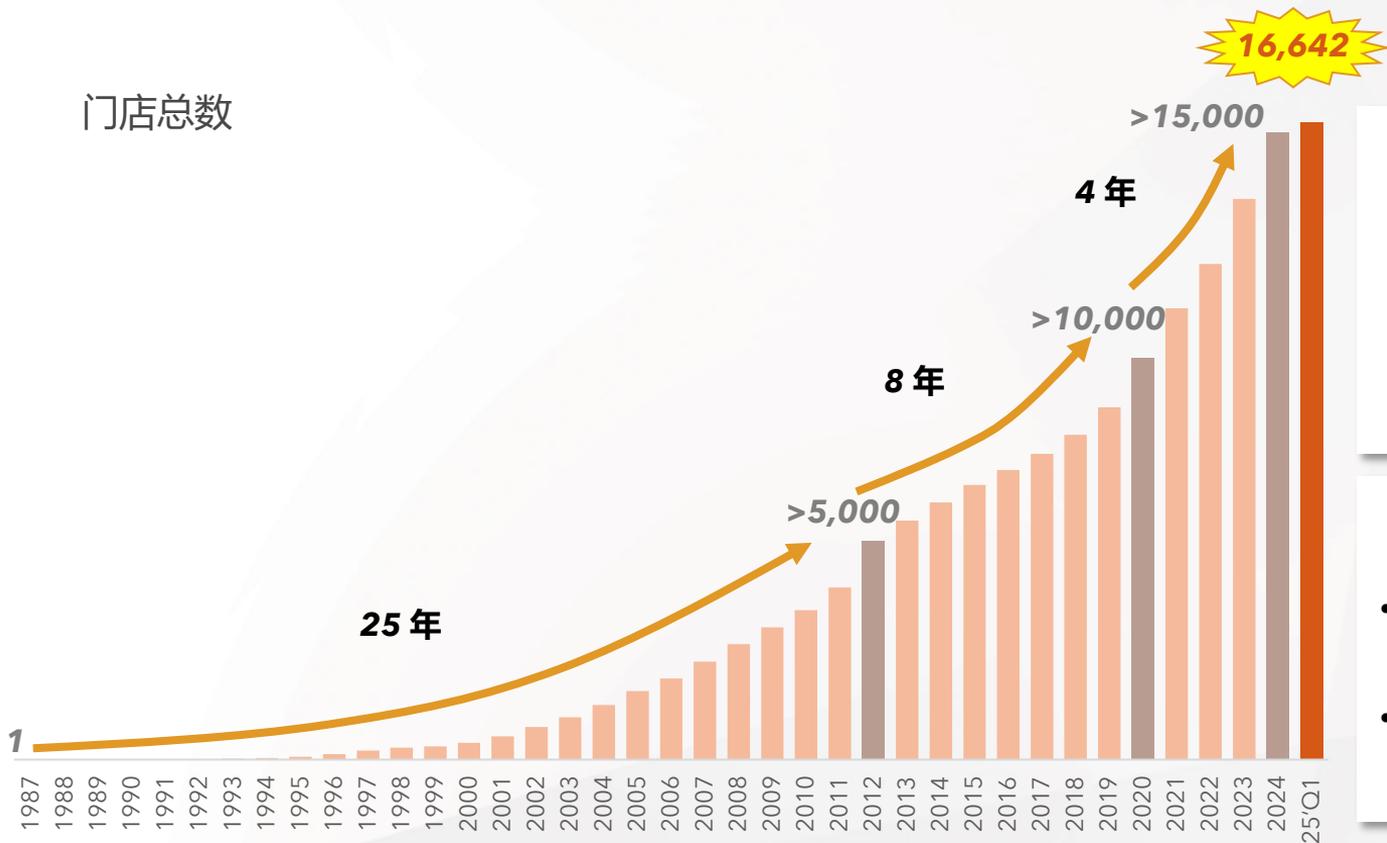
连续第9个季度
同店交易量增长，Q1同比增长6%

¹ 不计及外币换算的影响。

² 核心经营利润为经调整特别项目的经营利润，并进一步调整了影响可比性的项目及外币换算影响。本公司采用核心经营利润这一指标是为了评估核心业务的经营业绩。

门店扩张保持强劲势头

门店总数



Q1净新增门店
247

Q1净新增门店对系统
销售额的贡献 **4%**

目标

- **2025年净新增门店 1,600-1,800**
- **2026年门店总数将突破 20,000家**

高质量的拓店，把握巨大的增长机会

门店总数

Q1净新增门店

以灵活的门店模式开拓潜力市场

下降的平均
资本支出²

健康的新店
回报周期³



11,943

加盟店占比13%

295

加盟店占比41%

2,300+

肯德基已
进入的城市

~700

肯德基还未
进入的城市

~56%

3-6线城市店数
占比总店数¹

~150 万
人民币 / 门店

~2 年



3,769

加盟店占比6%

45

加盟店占比33%

800+

必胜客已
进入的城市

~1,500

肯德基已覆盖但
必胜客未进入的城市

~47%

3-6线城市店数
占比总店数¹

~120 万
人民币 / 门店

~2-3 年

¹ 截至2025年第一季度末。

² 指2024年开业的门店。

³ 指平均税前现金回收期，假设每年现金流与第一年相同，扣除3%的许可费后、未计入管理费用和所得税；基于2023年1月至2023年12月期间开业的门店。

外卖销售持续实现双位数增长

外卖

- 第一季度销售额同比增长**13%**¹
- 外卖平台市场份额持续扩大

外带



保持相对稳定的占比



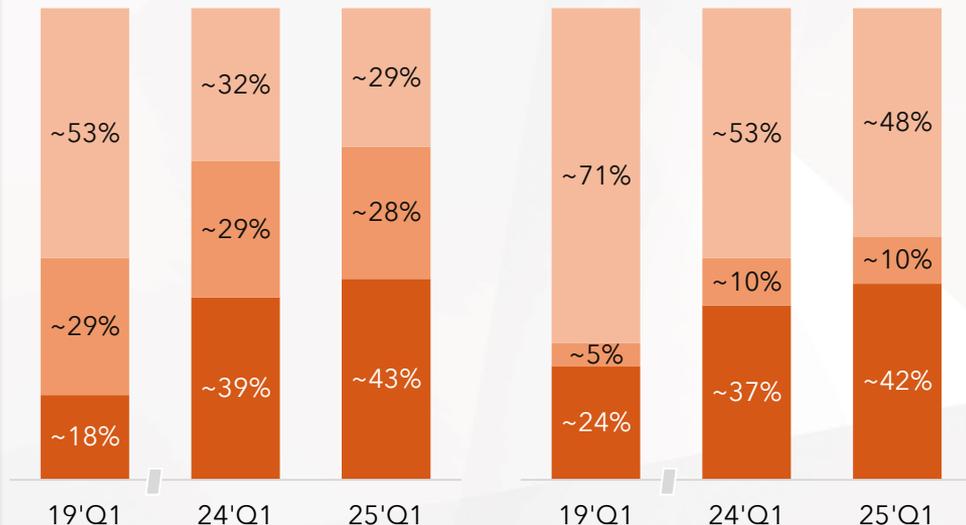
从2019年到2025年第一季度，占比翻倍



+13%
Q1 同比



+13%
Q1 同比



各渠道销售额

占公司餐厅销售的百分比%

堂食

外带

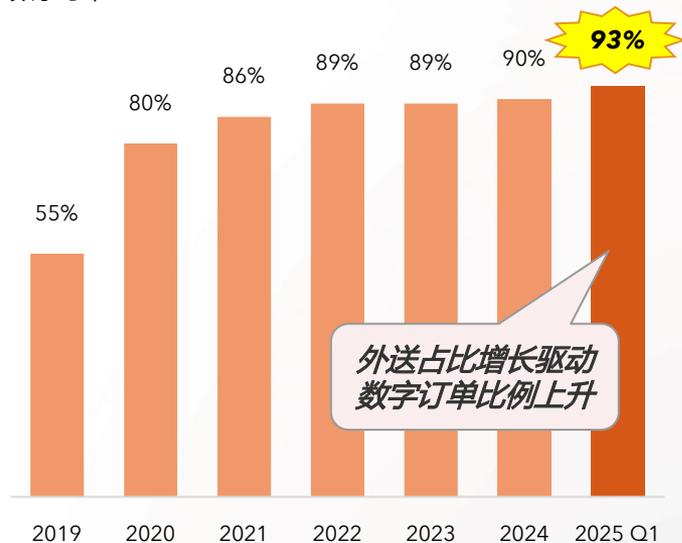
外卖

¹包含肯德基和必胜客。

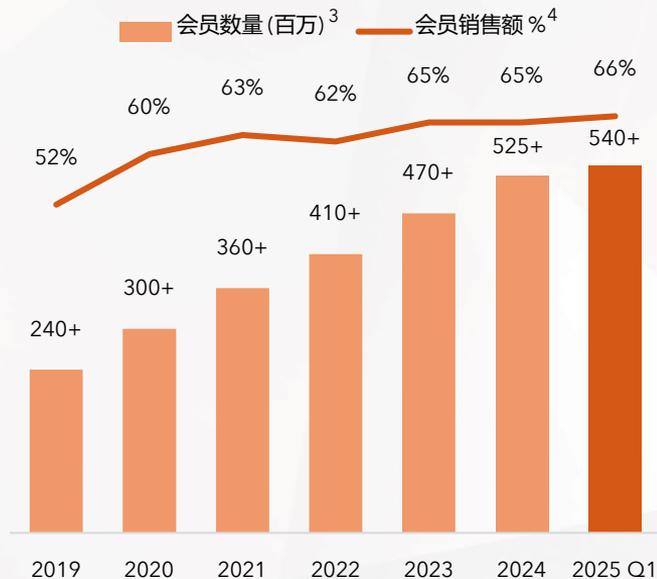
第一季度数字订单收入达到26亿美元

数字订单收入增长²

数字订单¹



会员增长



¹ 包括肯德基 (自2021年12月起并入杭州肯德基, 2020年8月起并入苏州肯德基) 和必胜客。

² 在公司自有门店通过数字方式下单的销售额。

³ 截至期末为止, 肯德基和必胜客的会员计划合计。

⁴ 占肯德基和必胜客系统总销售额的百分比。从2022年起, 会员销售除通过会员二维码、使用会员券/代金券、通过超级app等自有渠道下单外, 还包括: 1) 会员通过第三方电商平台使用我们的券/代金券下单的交易; 2) 通过POS终端支付的必胜客餐桌单, 前提是会员可以通过其他方式识别会员身份。2021年的数据重述以反映这一变化。在重述之前, 肯德基和必胜客在2021年一季度的份额为61%。

肯德基保持稳健增长与盈利

+3%

系统销售额
同比增长

295

净新增门店

17.2%

经营利润率

\$3.86亿

经营利润

+50bps 同比

Q1
2025

100%

同店销售指数

同店交易量
同比增长4%

11,943

门店总数

19.8%

餐厅利润率

+50bps 同比

+4%

经营利润
同比增长

+5%

核心经营利润
同比增长





创新经典品类，拓展小聚消费场景吸引力

拓展经典品类，持续创新

KFC

原味鸡 首次变辣



新 吮指原味鸡 (辣味版)



新 原味鸡汉堡 (辣味版)



丰富菜单选择，满足小聚场景消费需求



新春桶销售同比增长 **50%+**



肯悦咖啡达到1,000家里程碑



拓宽消费时段，推动下午茶销售增长

必胜客保持良好增长势头

必胜客

Q1
2025

+2%

系统销售额
同比增长

45

净新增门店

10.1%

经营利润率

\$6,000万

经营利润

+220bps 同比

100%

同店销售指数

同店交易量
同比增长17%

3,769

门店总数

14.4%

餐厅利润率

+190bps 同比

+27%

经营利润
同比增长

+29%

核心经营利润
同比增长



焕新经典风味以提升菜单吸引力，并拓宽价格区间

NEW MENU



牛肋超级至尊披萨
Super Supreme Beef Rib Pizza



超至披萨风味汉堡
Super Supreme Burger



超至披萨风味意面
Super Supreme Spaghetti



超至披萨风味焗饭
Super Supreme Baked Rice



七荤八素超级至尊披萨
Meat & Veggie Supreme Overload Pizza

川香傲椒凤尾虾
Spicy Pepper Crispy Shrimp





拓展一人食品类，丰富入门价位菜单

比萨堡



超至披萨风味汉堡



芝士和牛至尊堡

必胜客 WOW 菜单



¥6

武夷山大红袍乌龙茶



¥6

日式糯糯麻薯团子串



¥6

柠檬红茶



¥9

芝士焗烤玉米粒



¥9

黄金酥香脆薯格



¥9

吐司烤布蕾

一人食



一人食主食小食随心选



必胜客WOW模式具备下沉市场拓展潜力



WOW模式单店投资仅标准门店一半



照片: 必胜客WOW珠海平沙店

致力于股东回馈

股东回馈¹

百万美元

47亿美元 自分拆以来



资本回馈目标²

45亿美元 2024-26年

30亿美元 2025-26年

净现金³

28亿美元
截至2025年3月底

年均回馈金额
约占市值~9%⁴

① 单季现金股息

0.16美元 → **0.24美元** **+50%**
Q1 2024 Q1 2025

② 股票回购

3.6亿美元

2025年上半年在美国和香港的回购协议

¹ 包括股息和股票回购。股票回购金额不包括1%的消费税和佣金。

² 基于当前的预期，可能会根据市场情况、资本需求或其他因素而改变。股息和股票回购须经董事会批准，股票回购须经股东批准。

³ 指8.25亿美元现金及现金等价物，11.67亿美元短期投资以及9.32亿美元长期银行存款及票据，扣除1.29亿美元短期借款。

⁴ 截至2025年4月29日的市值。

附录



YumChina

第一季度同比及较2019年增长变化

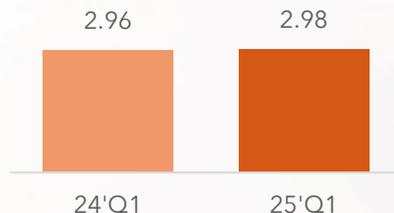
第一季度	2019	2024	2025	2025 vs 2024		2025 vs 2019	
门店总数	8,653	15,022	16,642	+11%	↑↑	+92%	↑↑↑↑
总收入 (百万美元)	2,304	2,958	2,981	+1%	↑	+29%	↑↑
会员数 (百万)	195+	~485	540+	+11%	↑↑	+177%	↑↑↑↑↑↑
会员销售额 %	47%	65%	66%	+1ppt	↑	+19ppt	↑↑
经营利润 (百万美元)	303	374	399	+7%	↑↑	+32%	↑↑↑
经营利润率 (占总收入的百分比)	13.1%	12.6%	13.4%	+0.8ppt	↑	+0.3ppt	↑

第一季度销售及利润同比增长

总收入/销售额 同比

收入增长 (呈报)	+1%
收入增长 (不计及外币换算影响)	+2%
系统销售额增长	+2%

总收入 (十亿美元)



收入同比变化的关键因素

- + 净新增门店贡献
- 2025年较去年少一个营业日
- 外币换算影响

经营利润/核心经营利润 同比

经营利润增长 (呈报)	+7%
经营利润增长 (不计及外币换算影响)	+8%
核心经营利润增长	+8%

百万美元	24'Q1	25'Q1
经营利润	374	399
特别项目	-	-
影响可比性的项目	-	-
外币换算影响	-	6
核心经营利润	374	405

核心经营利润同比变化的关键因素

- + 净新增门店贡献
- + 有利的原材料价格
- + 运营精简带来的效率提升
- + 管理费用节省
- 更多高性价比产品
- 工资上涨
- 门店优化带来的关店及减值开支增加

第一季度肯德基和必胜客的核心表现亮点

25'Q1

	销售额同比				渠道占比		会员计划		数字订单
	系统 销售额	同店 销售额	同店 交易量	平均 客单价	外卖	非堂食	百万	会员销售 占比	销售 占比
	+3%	持平	+4%	(4)%	43%	71%	505+	67%	92%
				25'Q1 RMB 40 24'Q1 RMB 42	相对稳定				
	+2%	持平	+17%	(14)%	42%	52%	190+	61%	95%
				25'Q1 RMB 78 24'Q1 RMB 91	符合针对大众市场的策略				



可持续发展亮点

食品

食品安全是第一要务

端到端的食品安全和质量管理
体系，以及科技赋能的食品安全
控制贯穿我们的价值链

健康均衡膳食

提供不同的菜品选择和使用
不同的烹饪方法。提倡
健康的生活方式

环境

气候行动

致力于实现2050年
温室气体净零排放。
百胜中国可再生能源
消耗同比增长370%*

循环经济

秉持4R原则（减量、再用、
替代、再循环），打造
“零浪费”餐厅

人文

“以人为本”的理念

提供全面的支持，以确保
员工的福利，例如为RGM、
符合条件的员工及其家属
提供医疗保险

多元化、公平和包容

营造一个支持性的工作环
境；66座城市66家天使餐厅*

社会

乡村振兴

捐一元—18年承诺，
募集2.7亿元，
惠及100多万学生*

社区支持

食物驿站在150多个城市
覆盖约1,000个地点*
小候鸟基金使600多万
儿童受益*

*截至2024年12月31日

ESG评级和奖项

行业第一，连续第五年被纳入DJSI

- ✓ 在2024年标普全球企业可持续发展评估中，荣登全球餐饮与休闲设施**行业第一**
- ✓ 中国大陆唯一一家被纳入DJSI世界指数的消费服务业公司



连续第七年摘得“中国杰出雇主” 荣膺全国排名前二

- ✓ 连续第四年保持中国餐饮**行业第一**
- ✓ 从156家企业中，荣膺全国**排名前二**



行业第一



行业第一



行业领先



百胜中国独特的竞争优势

韧性及 盈利能力

无论顺境还是逆境，
业绩都优于同业

巨大的 增长潜力

目标在2026年实现
2万家门店

出色的 股东回馈

目标在2024年2026
年资本回馈达
到45亿美元¹

致力于打造持久的卓越品质

业务效率 和纪律

Fresh Eye & Red Eye
计划给业务带来前瞻性地变革

创新和以消费者 为中心的观念

高品质的食物，高性价比
和突破性的商业模式

集成 供应链管理系统

食品安全、创新和成本
竞争力的关键驱动力

端到端数字化 先锋

拥抱并释放科技的力量

经营利润与核心经营利润的调节*

(百万美元)
百胜中国

	截至3月31日止季度		百分比变动
	2025年	2024年	
经营利润	\$ 399	\$ 374	7
特别项目, 经营利润	—	—	
经调整经营利润	\$ 399	\$ 374	7
影响可比性的项目	—	—	
外币换算影响	6	—	
核心经营利润	\$ 405	\$ 374	8
总收入	2,981	2,958	1
外币换算影响	38	—	
总收入, 不计及外币换算的影响	\$ 3,019	\$ 2,958	2
核心经营利润率	13.4 %	12.6 %	0.8 个百分点

*本期金额为使用去年同期平均汇率计算的数字。

经营利润与核心经营利润的调节

(百万美元)

	肯德基		必胜客	
	截至3月31日止季度		截至3月31日止季度	
	2025年	2024年	2025年	2024年
经营利润	\$ 386	\$ 372	\$ 60	\$ 47
特别项目, 经营利润	—	—	—	—
经调整经营利润	\$ 386	\$ 372	\$ 60	\$ 47
影响可比性的项目	—	—	—	—
外币换算影响	5	—	1	—
核心经营利润	\$ 391	\$ 372	\$ 61	\$ 47

经营利润与餐厅利润的调节

(百万美元)

	百胜中国		肯德基		必胜客	
	截至3月31日止季度		截至3月31日止季度		截至3月31日止季度	
	2025年	2024年	2025年	2024年	2025年	2024年
经营利润	\$ 399	\$ 374	\$ 386	\$ 372	\$ 60	\$ 47
减:						
加盟费收入	27	25	21	18	2	2
与加盟店往来交易的收入	121	107	16	14	2	1
其他收入	32	32	1	5	7	5
加:						
管理费用	138	140	59	61	26	27
加盟开支	11	10	10	9	1	1
与加盟店往来交易的开支	117	104	14	12	2	1
其他经营成本及开支	29	29	1	4	6	5
关店及减值开支净额	6	1	5	1	—	—
其他收入净额	—	(1)	—	—	—	—
餐厅利润	\$ 520	\$ 493	\$ 437	\$ 422	\$ 84	\$ 73
公司餐厅收入	2,801	2,794	2,208	2,193	584	587
餐厅利润率	18.6 %	17.6 %	19.8 %	19.3 %	14.4 %	12.5 %

关于百胜中国

中国**最大**的餐饮公司¹

财富**500强**企业

16,000+ 餐厅

2,300+ 城镇

6 个餐饮品牌



愿景：成为全球最创新的餐饮先锋

公司网址:

投资者关系联络方式:

媒体联络方式:

<http://ir.yumchina.com>

IR@YumChina.com

Media@YumChina.com

电话: +86 21 2407 7556

电话: +86 21 2407 8288 / +852 2267 5807