



YumChina



LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

2025年第二季度财务业绩

2025年8月5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”（包括与我们2025年预计股东回馈相关的陈述）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。

同店销售额实现正增长 经营利润和经营利润率均创第二季度新高

销售提升

系统销售额
增长¹

+4%

Q2 同比

环比提升

同店销售额
增长¹

+1%

自2024年一季度
首次实现正增长

利润率提升

经营利润率

10.9%

+100 bps

Q2 同比

餐厅利润率

16.1%

+60 bps

利润增长稳健

经营利润**3.04亿美元**创Q2新高
经营利润 / 核心经营利润² 同比

+14%

每股摊薄盈利增至 **0.58美元**

+5%

+15%

不计及按市值计价和
外币换算的影响

Q2 同比

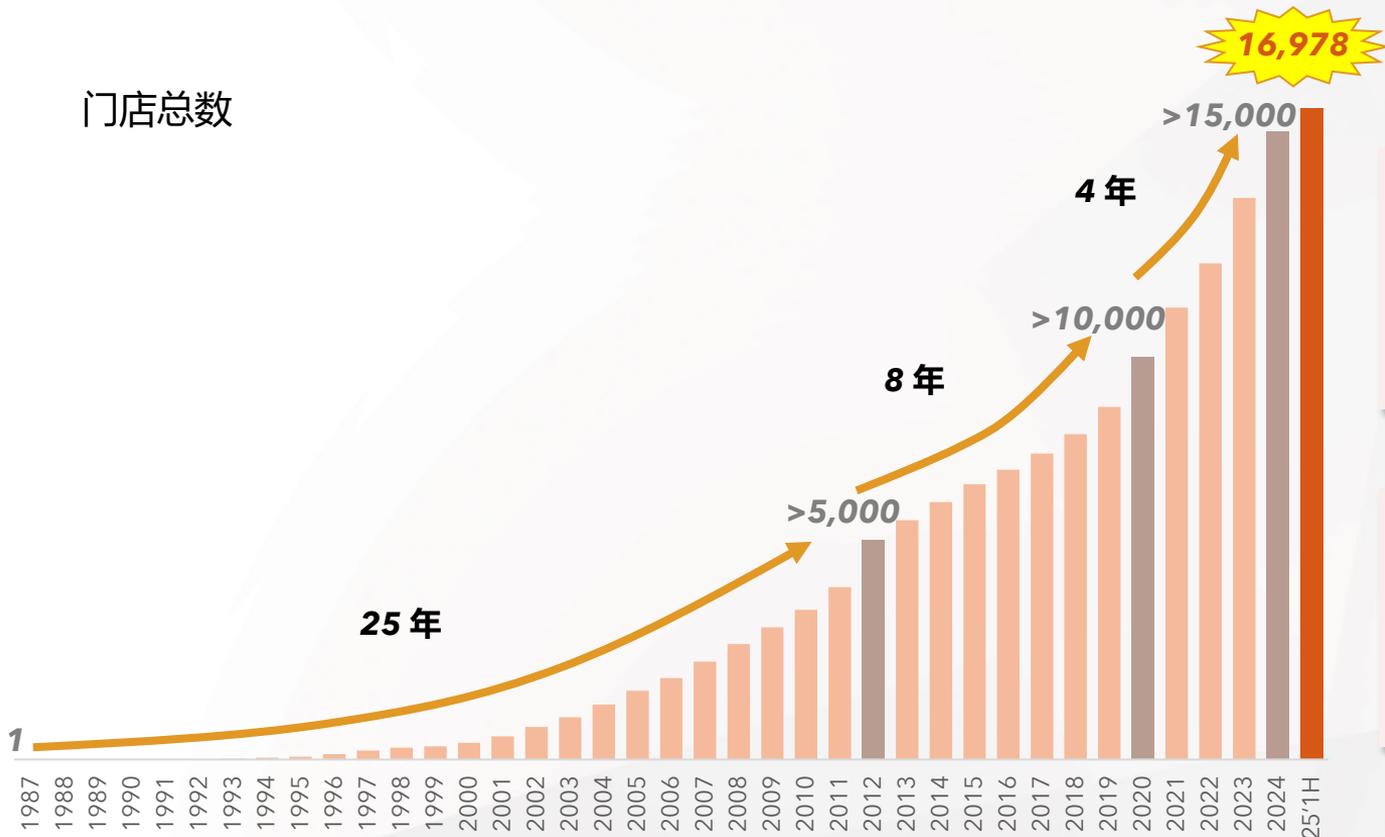
连续第10个季度
同店交易量增长, 同比增长2%

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。

快速且高质量的门店布局扩张

门店总数



Q2净新增门店 **336**
1H净新增门店 **583**

Q2净新增门店
对系统销售额的贡献
4%

以灵活的门店模式和加盟布局，把握巨大的增长潜力

门店总数

1H净新增门店

通过战略布局加盟渗透到更多市场

下降的平均
资本支出¹

健康的新店
回报周期²



12,238

590

2,400+

~300

(自~150万下降至)

~140万
人民币/门店

~2年

加盟店占比14%

加盟店占比41%

肯德基已
进入的城市

过去12个月
新进入的城市



3,864

140

900+

~150

(自~120万下降至)

~110-120万
人民币/门店

~2-3年

加盟店占比6%

加盟店占比26%

必胜客已
进入的城市

过去12个月
新进入的城市

¹ 指2025年上半年开业的门店。

² 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4月至2024年3月期间开业的门店。

外卖销售保持稳健增长

外卖销售上半年同比增长17%¹

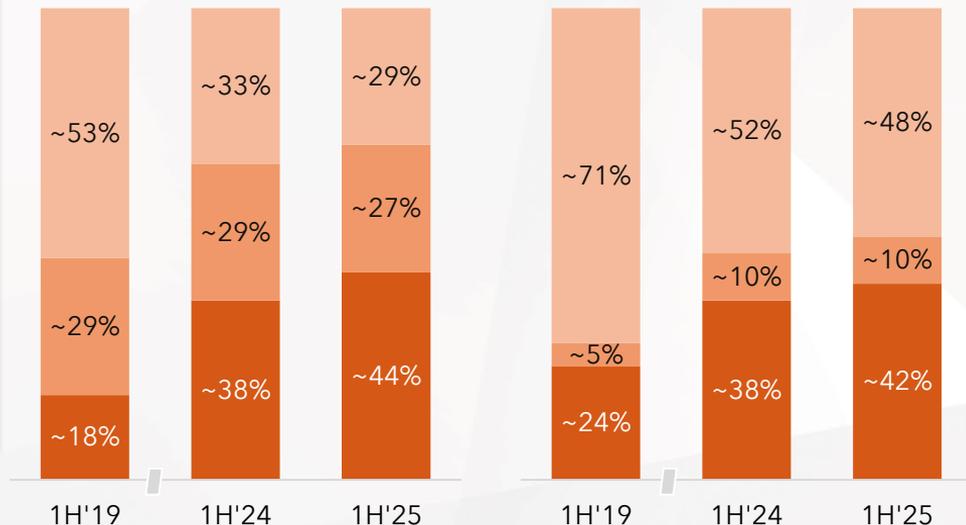
- 外卖平台既提升了新兴业务（如肯悦咖啡）的曝光度，又为核心品牌吸引了新客户
- 通过平衡策略推动销售，并管理价格认知，保障盈利能力



+18%
1H 同比



+14%
1H 同比



各渠道销售额

占公司餐厅收入的百分比%

■ 堂食

■ 外带

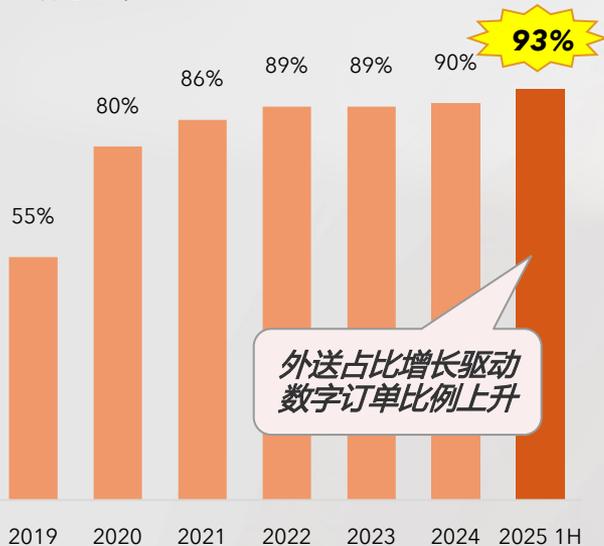
■ 外卖

¹公司自有门店的外卖销售部分。

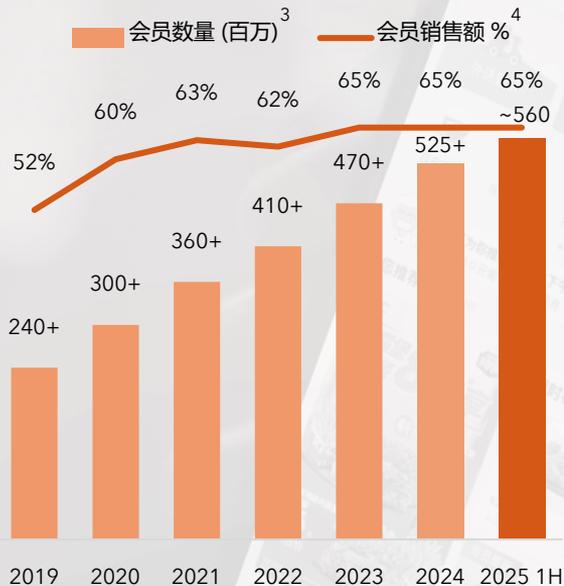
2025年上半年数字订单收入超50亿美元

数字订单收入增长²

数字订单¹



会员增长



深耕自有渠道



¹ 数字订单占比公司餐厅收入。

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或其他自有渠道下单外，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年第二季度的总份额为61%。

肯德基保持稳健增长与盈利

Q2
2025

+5%

系统销售额
同比增长

+1%

同店销售额
同比增长

14%

经营利润率
+90 bps 同比

+11%

经营利润
同比增长

+10%

核心经营利润
同比增长

295

净新增门店

12,238

门店总数

\$292mn

经营利润

16.9%

餐厅利润率
+70 bps 同比



聚焦创新产品、卓越性价比和情绪价值

为经典畅销产品注入创意活力



香辣鸡腿堡系列销售增长 **30%+**
(促销期间 vs. 1月-5月每周平均)

物超所值以及丰富的情绪价值





肯悦咖啡达到1,300家



拓宽消费时段：“早餐咖啡和下午茶时段”



必胜客

必胜客保持良好增长势头

Q2
2025

+3%

系统销售额
同比增长

+2%

同店销售额
同比增长

8.3%

经营利润率
+90 bps 同比

+16%

经营利润
同比增长

+15%

核心经营利润
同比增长

同店交易量
同比增长17%

95

净新增门店

3,864

门店总数

\$4,600万

经营利润

13.3%

餐厅利润率
+10 bps 同比

连续第5个季度
利润率同比提升



推出全新披萨系列，尽享卓越性价比

新

10寸手作薄底披萨

HAND-TOSSED
THIN CRUST PIZZA



全新饼底升级



Thin
大而薄



Soft
底柔软



Crispy
边香脆



Abundant
料铺满



必胜客WOW模式在拓宽低线城市取得进展



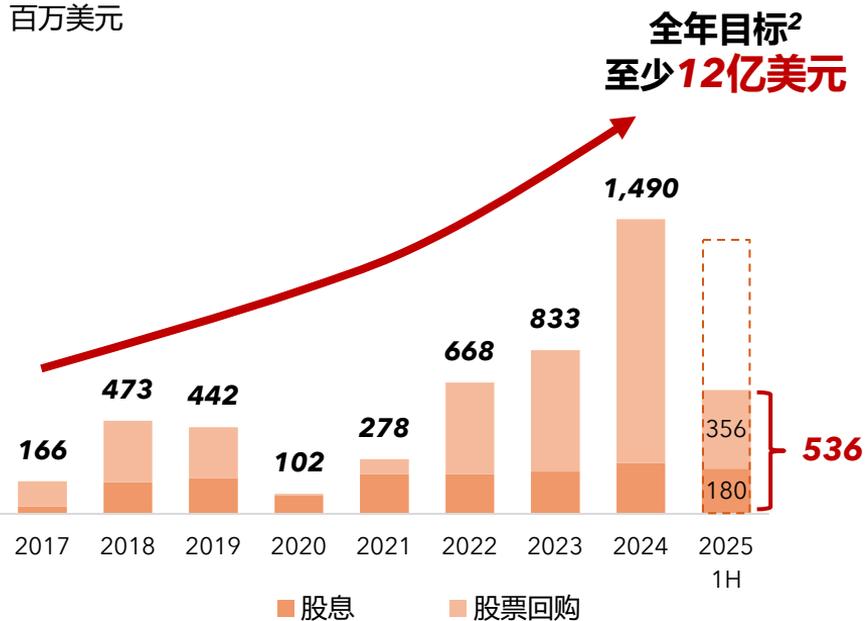
新开WOW门店最新单店投资
为65万至85万元人民币



致力于股东回馈

股东回馈¹

百万美元



自分拆以来
已回馈

~50亿美元

资本回馈目标²

45亿美元 30亿美元

2024-26年

2025-26年

年均回馈金额
约占市值**~9%**⁴

净现金³

(截至2025年6月底)

28亿美元

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，股票回购还须经股东批准。

³ 指5.92亿美元现金及现金等价物，15.63亿美元短期投资以及6.26亿美元长期银行存款及票据。

⁴ 截至2025年8月4日的市值。

附录



YumChina

第二季度同比及较2019年增长变化

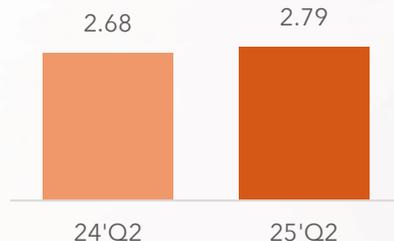
第二季度	2019	2024	2025	2025 vs 2024		2025 vs 2019	
门店总数	8,751	15,423	16,978	+10%	↑↑	+94%	↑↑↑↑
总收入(百万美元)	2,124	2,679	2,787	+4%	↑	+31%	↑↑
会员数(百万)	210+	495+	~560	+13%	↑↑	+167%	↑↑↑↑↑
会员销售额 %	52%	65%	64%	(1) ppt	~	+12ppt	↑↑
经营利润(百万美元)	204	266	304	+14%	↑↑	+49%	↑↑↑
经营利润率(占总收入的百分比)	9.6%	9.9%	10.9%	+1ppt	↑	+1.3ppt	↑

第二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)	+4%
收入增长 (不计及外币换算影响)	+4%
系统销售额增长	+4%

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
- + 同店销售额增长

经营利润/核心经营利润 同比

经营利润增长 (呈报)	+14%
经营利润增长 (不计及外币换算影响)	+14%
核心经营利润增长	+14%

百万美元	24'Q2	25'Q2
经营利润	266	304
特别项目	-	-
影响可比性的项目	-	-
外币换算影响	-	(1)
核心经营利润	266	303

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
- + 同店销售额增长
- + 管理费用节省
- 更多高性价比产品
- 工资上涨
- 因外卖占比提升而增加的外卖成本

第二季度肯德基和必胜客的核心表现亮点

25'Q2

	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
	+5%	+1%	持平	+1%	45%	72%	520+	65%	94%
				25'Q2 RMB 38 24'Q2 RMB 37	相对稳定				
	+3%	+2%	+17%	(13)%	43%	52%	200+	59%	93%
				25'Q2 RMB 76 24'Q2 RMB 88	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

提供更健康、更均衡及
多样化的菜单选择以支
持健康的生活方式

环境

气候行动

中国首家中期减排目标获得科
学碳目标倡议组织(SBTi)批准的
餐饮企业，致力于实现2050年
温室气体净零排放

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；
全国范围内70多家天使餐厅*

社区

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180多个城市
覆盖约1,050个地点*
小候鸟基金使600多万
儿童受益*

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



Dow Jones Sustainability Indexes

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**排名第二**



支持联合国可持续发展目标



行业第一

MSCI ESG RATINGS



CCC B BB BBB A AA AAA

行业领先

ISS ESG

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，
业绩都保持稳健势头

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
年回馈约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

¹ 基于当前预期，该预期可能会因市场情况、资本需求或其他因素而改变。受限于董事会批准股息和股票回购，以及股东会批准股票回购。

经营利润与核心经营利润的调节*

(百万美元)

百胜中国

	截至6月30日止季度			截至6月30日止六个月		
	2025年	2024年	百分比变动	2025年	2024年	百分比变动
经营利润与核心经营利润的调节						
经营利润	\$ 304	\$ 266	14	\$ 703	\$ 640	10
特别项目, 经营利润	—	—		—	—	
经调整经营利润	\$ 304	\$ 266	14	\$ 703	\$ 640	10
影响可比性的项目	—	—		—	—	
外币换算影响	(1)	—		5	—	
核心经营利润	\$ 303	\$ 266	14	\$ 708	\$ 640	11
总收入	2,787	2,679	4	5,768	5,637	2
外币换算影响	(7)	—		31	—	
总收入, 不计及外币换算的影响	\$2,780	\$ 2,679	4	\$ 5,799	\$ 5,637	3
核心经营利润率	10.9%	9.9%	1.0 个百分点	12.2%	11.4%	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)

	截至6月30日止季度		截至6月30日止六个月	
	2025年	2024年	2025年	2024年
肯德基				
经营利润	\$ 292	\$ 264	\$ 678	\$ 636
特别项目, 经营利润	—	—	—	—
经调整经营利润	\$ 292	\$ 264	\$ 678	\$ 636
影响可比性的项目	—	—	—	—
外币换算影响	(1)	—	4	—
核心经营利润	\$ 291	\$ 264	\$ 682	\$ 636
必胜客				
经营利润	\$ 46	\$ 40	\$ 106	\$ 87
特别项目, 经营利润	—	—	—	—
经调整经营利润	\$ 46	\$ 40	\$ 106	\$ 87
影响可比性的项目	—	—	—	—
外币换算影响	—	—	1	—
核心经营利润	\$ 46	\$ 40	\$ 107	\$ 87

经营利润与餐厅利润的调节

(百万美元)

百胜中国	截至6月30日止季度		截至6月30日止六个月	
	2025年	2024年	2025年	2024年
经营利润	\$ 304	\$ 266	\$ 703	\$ 640
减:				
加盟费收入	24	22	51	47
与加盟店往来交易的收入	115	96	236	203
其他收入	35	33	67	65
加:				
管理费用	131	133	269	273
加盟开支	10	9	21	19
与加盟店往来交易的开支	110	92	227	196
其他经营成本及开支	30	29	59	58
关店及减值开支净额	12	13	18	14
其他收益净额	(1)	—	(1)	(1)
餐厅利润	\$ 422	\$ 391	\$ 942	\$ 884
公司餐厅收入	2,613	2,528	5,414	5,322
餐厅利润率	16.1%	15.5%	17.4%	16.6%

经营利润与餐厅利润的调节

(百万美元)

肯德基	截至6月30日止季度		截至6月30日止六个月	
	2025年	2024年	2025年	2024年
经营利润	\$ 292	\$ 264	\$ 678	\$ 636
减:				
加盟费收入	19	16	40	34
与加盟店往来交易的收入	17	12	33	26
其他收入	1	3	2	8
加:				
管理费用	61	60	120	121
加盟开支	9	8	19	17
与加盟店往来交易的开支	15	11	29	23
其他经营成本及开支	1	2	2	6
关店及减值开支净额	8	6	13	7
餐厅利润	\$ 349	\$ 320	\$ 786	\$ 742
公司餐厅收入	2,059	1,983	4,267	4,176
餐厅利润率	16.9%	16.2%	18.4%	17.8%

经营利润与餐厅利润的调节

(百万美元)

必胜客	截至6月30日止季度		截至6月30日止六个月	
	2025年	2024年	2025年	2024年
经营利润	\$ 46	\$ 40	\$ 106	\$ 87
减:				
加盟费收入	2	2	4	4
与加盟店往来交易的收入	1	1	3	2
其他收入	6	7	13	12
加:				
管理费用	26	27	52	54
加盟开支	1	1	2	2
与加盟店往来交易的开支	1	1	3	2
其他经营成本及开支	5	6	11	11
关店及减值开支净额	3	5	3	5
餐厅利润	\$ 73	\$ 70	\$ 157	\$ 143
公司餐厅收入	545	530	1,129	1,117
餐厅利润率	13.3%	13.2%	13.9%	12.8%

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

2,400+ 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

Tel: +86 21 2407 7556

Tel: +86 21 2407 8288 / +852 2267 5807