



百胜中国为必胜客换新颜：总有新发现

10/15/2018

中国上海（2018年10月15日）—百胜中国控股有限公司（以下称“公司”或“百胜中国”，纽约证券交易所代码：YUMC）宣布必胜客正式换新颜，这是该品牌振兴计划的一部分，开启了品牌发展的新篇章。必胜客以“总有新发现”为主题的新品牌定位融合了新的品牌标识、现代风格的餐厅设计，以及由知名时装设计师安娜苏（Anna Sui）专门设计的员工新制服。同时，百胜中国在南京推出必胜客探索者餐厅，与顾客一起对创新菜品进行测试和改进，之后再新菜品推广到全国其余的2200余家必胜客餐厅。

百胜中国首席执行官屈翠容（Joey Wat）表示，“与更年轻的一代消费者建立更密切的联系，从而保持品牌的新鲜度，与顾客产生更多共鸣，这是必胜客振兴计划的基础。新的品牌定位为必胜客在中国的发展开启了新篇章，也是我们对为顾客带来创新体验和菜品这一承诺的践行。餐厅升级、新标识以及新制服都是为了进一步为顾客提供更现代、更时尚的用餐体验，而令人兴奋的探索者概念店也旨在引领顾客踏上新的品味和发现之旅。”

安娜苏为必胜客设计专有员工制服

必胜客与著名纽约时装设计师安娜苏合作，发布秋冬制服。该系列制服融入了安娜苏惯有的独特摇滚风格，已在全国所有必胜客餐厅推出。此外，全国将在同期推出共15家主题餐厅，满足各地追求时尚的年轻消费者。



必胜客全新餐厅设计为顾客带来时尚用餐新体验

必胜客全新餐厅设计旨在为顾客提供现代、时尚的用餐体验。整个餐厅被塑造成星级大厨的生活空间，客厅、花园、酒吧、开放式的厨房体、艺术化的色调和光感、绿植环绕、新鲜食材制成的菜品，给人带来舒适自在不拘一格的就餐体验。秉承百胜中国通过店内科技改善顾客体验的战略，必胜客近期也在全国推出移动端餐桌扫码点单的服务，顾客因此可以享受到便利、互联的店内用餐体验，同时营运效率也得以提高。



必胜客推出探索者概念餐厅，推动菜品创新

2018年9月底，必胜客在南京推出探索者餐厅，作为必胜客新品的测试基地，提供并测试新品。针对顾客不断变化的喜好，探索者餐厅首先会重点推出独家、全新的新品，比如必胜客意式手拍方形薄底比萨、“脏脏”系列产品，包括冲绳黑糖波波冰淇淋、提拉米苏华夫筒、冲绳黑糖拿铁等。新店承担新品试水的功能。必胜客计划在中国不同地区推出更多探索者餐厅，进而不断加深对顾客不断变化的偏好的了解。



南京推出必胜客小型店

必胜客同时在南京推出全新小型店餐厅模式，不仅提供店内用餐的选择，同时还能满足日益增长的外卖服务需求。虽然小型店比常规餐厅小，但也可以提供完整的必胜客菜单产品。外卖业务预期将占据该模式餐厅销售额的较大比例，餐厅内因此设有单独的外卖间，以提升外卖流程的效率。新的餐厅模式有望在低线城市更好地满足顾客需求。

前瞻性陈述

本新闻稿包含符合美国《1933年证券法》中第27A章节以及《1934年证券交易法》第21E章节定义的“前瞻性陈述”。我们力求所有的前瞻性陈述都符合美国《1995年私人证券诉讼改革法案》中安全港条款的规定。前瞻性陈述通常不与历史或当前事实有严格关联，并可以通过“预计”、“期望”、“相信”、“预期”、“或许”、“可能”、“计划”、“相信（名词）”、“规划”、“估计”、“目标”、“预料”、“很可能”、“将要”、“应该”、“预测”、“展望”等前瞻性词汇或类似术语加以识别。这些前瞻性陈述是基于当前的估计和假设，这些估计和假设是我们根据经验和对历史趋势、当前状况和预期未来发展的认知、以及我们认为在当前情况下适当且合理的其他因素而得出的。我们并不保证这些估计和假设是正确的。前瞻性陈述包括但不限于与未来商业计划、必胜客振兴计划相关的陈述。前瞻性陈述并非对业绩的担保。前瞻性陈述涉及已知和未知的风险以及难以预测的不确定因素，且可能导致实际结果与前瞻性陈述中描述的结果出现重大偏差。我们无法向阁下保证我们能够实现任何预期、估计和假设。本新闻稿中包含的前瞻性陈述仅截至新闻稿所载示的日期。除非法律另行要求，我们没有义务对前瞻性陈述进行更新，以反映本新闻稿发布之日以后所发生的事件或情况。评估所有前瞻性陈述时都要考虑到其内在的不确定性。阁下应该参考我们提交给美国证券交易监管委员会的申报材料（包括Form 10-K年度报告中“风险因素”和“前瞻性陈述”章节列示的信息），以获得对我们财务业绩和其他业绩可能产生影响的因素的进一步信息。

关于百胜中国

百胜中国控股有限公司是Yum! Brands在中国大陆的特许经营商。百胜中国拥有肯德基、必胜客和塔可贝尔三大品牌在中国大陆的独家经营权。肯德基是中国领先的快餐品牌；必胜客是中国市场领先的休闲餐饮品牌；塔可贝尔是源自美国加州的连锁餐饮品牌，提供创新美式墨西哥食品。百胜中国还独

家拥有小肥羊和东方既白连锁餐厅品牌。