



## “增强韧性、加速增长” — 百胜中国 2021 投资者日勾勒发展战略蓝图

加速门店扩张，迈向下一个里程碑 20,000 家门店  
拓宽数字化和供应链战略护城河，驱动加速增长  
系统销售额、经营利润和每股盈利于长期有潜力实现高单位数至双位数增长

中国上海，2021 年 9 月 23 日 — 百胜中国控股有限公司（NYSE: YUMC 及 HKEX: 9987）（以下简称“百胜中国”或“公司”），将于今日召开 2021 年虚拟投资者日活动。届时，百胜中国首席执行官屈翠容将携公司管理层一起分享公司业务韧性背后的驱动力和长期增长策略。

屈翠容评论道：“百胜中国在新冠疫情期间充分展现出业务韧性和敏捷性。在过去 18 个月里，核心品牌肯德基和必胜客根据疫情形势迅速作出应对并实现了稳健的业绩。我们在管理短期风险的同时，也看到诸多实现快速增长的机会。公司门店加速扩张，稳步迈向 20,000 家门店的里程碑。我们会驱动核心品牌以及新兴品牌的成长，其中 Lavazza 计划 2025 年增长至 1,000 家门店。数字化和供应链是业务增长的主要助力，未来公司将持续加大在数字化和供应链的投资，拓宽战略护城河。我们有决心和信心实现长期可持续增长。”

### 投资者日亮点

#### 肯德基：彰显业务韧性，加速门店扩张

肯德基在新冠疫情期间期间的稳健业绩彰显了业务韧性。肯德基一直专注于美食、线上线下流畅的顾客体验和卓越的运营。随着顾客基础日益扩大，肯德基积极创新拓展菜单选择，推出爆汁全鸡、牛肉汉堡和果茶等产品。肯德基重点发展非堂食业务，并顺应居家饮食的消费趋势推出零售产品。基于超过 3.05 亿的庞大会员基础，肯德基利用数字化工具更为有效地与会员互动。展望未来，肯德基将利用不同定位的门店模式继续扩大门店网络，增加现有城市的门店密度，并进一步下沉到低线城市。

#### 必胜客：我们回来了！

必胜客的复兴计划显著改善了业务基本面，并在 2021 年上半年取得了系统销售额以及经营利润增长的积极成果。必胜客将继续专注于强化四大支柱战略，进一步增强业务韧性。第一，加强其在比萨和牛排类别的领先地位，为顾客提供高性价比产品。第二，通过多渠道联动促进销售额增长，包括堂食、外卖、外带以及零售产品。第三，持续扩大会员规模，并加强数字化顾客体验。第四，通过卫星店等小店模式加速开店。卫星店模式的成功已得到验证，投资回报期约为 2 至 3 年，十分健康。

#### 让咖啡成为百胜中国的重要业务

COFFi & JOY 同店销售额的快速增长与 Lavazza 的初步成功向公司展示了中国咖啡市场的成长潜力。COFFi & JOY 主打精品咖啡和小店模式，吸引年轻消费者。Lavazza 则提供了高品质的纯正意式咖啡体验。百胜中国与全球知名意大利家族咖啡企业 Lavazza 集团的合资公司将进一步加快在中国的门店扩张，计划在 2025 年之前开设 1,000 家门店。合资公司预计将成为 Lavazza 在中国大陆的独家经销商，推出 Lavazza 更多品类的产品。

#### 门店运营数字化转型

数字化与技术一直支持着公司的业务增长。公司通过数字化、自动化、物联网与人工智能提升食品安全、取代人工操作、改善店面总体效率。“运营大脑”是一个端到端的人工智能系统，能整合各门店的经营数据，协助餐厅经理做出决策。百胜中国将继续投资数字化技术，提升运营水平，打造流畅的消费者体验。

#### 下一代供应链

百胜中国独有的世界一流供应链是其关键的增长助力之一。由 33 个物流中心和整合中心组成的供应链网络向 1,500 多个城镇的门店提供配送服务并支持进一步扩张。百胜中国正积极运用自动化和智能技术，在供应链的可追溯性和

生产力等方面做出重大改进。为适应业务需求，百胜中国已拨出 10 亿美元的资金在未来五年用于：1) 扩大物流网络至 45 至 50 个物流中心和整合中心，2) 供应链数字化和 3) 可持续发展各项措施。

### 资本运用计划

公司预计将在未来五年内提高总计资本支出至约 50 亿美元至 65 亿美元以实现内生增长。大部分资本支出将用于加快核心品牌的成长、门店翻新、扩大新兴品牌规模以及加强供应链和数字化基础建设。

### 长期展望

长期来看，百胜中国有潜力实现高单位数至双位数的系统销售额增长、经营利润增长和每股盈利增长（均不计及外币换算以及特别项目影响）。

### 网络直播和演示材料

投资者可登入 <https://2021investorday.yumchina.com> 收看虚拟投资者日的网络直播，并观看演示材料。

### 前瞻性声明

本新闻稿中包含的“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”、“规划”、“有望”、“将会”、“继续”、“应该”、“预测”、“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、股息和股份回购计划、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、有关新冠肺炎疫情预期影响的陈述、有关我们的创新、数字和外卖能力以及投资对增长预期影响的陈述，以及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。本新闻稿中的前瞻性声明仅在本新闻稿发布之日发表，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（包括新冠肺炎疫情以及新冠变异毒株引发的区域性疫情），我们控制成本和费用（包括税收成本）的能力，以及中国政治、经济和监管条件的变化。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“风险因素”和“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。

### 关于百胜中国

百胜中国控股有限公司是 Yum! Brands 在中国内地的特许经营商，获授肯德基、必胜客和塔可贝尔在中国内地的独家运营和授权经营权。肯德基是中国领先的快餐品牌；必胜客是中国领先的休闲餐饮品牌；塔可贝尔是源自加州、专门提供墨西哥风味食品的连锁餐饮品牌。百胜中国还完全拥有小肥羊、黄记煌、东方既白和 COFFi & JOY 餐饮品牌。与此同时，百胜中国亦与 Lavazza 合作，在中国探索和发展 Lavazza 咖啡店品牌概念。截至 2021 年

6 月底，公司拥有 11,023 家餐厅，覆盖中国超过 1,500 个城镇。百胜中国在 2021 年《财富》美国 500 强榜单中排名第 363 位，并于 2021 年入选时代百大最具影响力公司。百胜中国被评为 2020 年道琼斯可持续发展指数餐饮和休闲行业领导者。在 2021 年，百胜中国连续第三年入选彭博两性平等指数，并连续第三年荣获中国杰出雇主认证。欲了解更多信息，请访问 <http://ir.yumchina.com>。

投资者关系联系方式:

电话: +86 21 2407 7556

[IR@YumChina.com](mailto:IR@YumChina.com)

媒体关系联系方式:

电话: +86 21 2407 7510

[Media@YumChina.com](mailto:Media@YumChina.com)