



YumChina



黃記煌

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

2026年第二季度财务业绩

2026年7月30日

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”、“规划”、“有望”、“将会”、“继续”、“应该”、“展望”、“致力”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他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未来战略、增长、业务计划、投资、门店开业、净新增门店、净新增门店中的加盟店占比、资本支出、资本回报、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、公司RGM3.0战略执行、有关我们的创新、数字化和外卖能力以及投资对增长的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，中美政治、经济、贸易关系和监管环境的变化以及最新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他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他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。

第二季度业绩强劲： 系统销售额、经营利润及经营利润率连续第九个季度实现增长

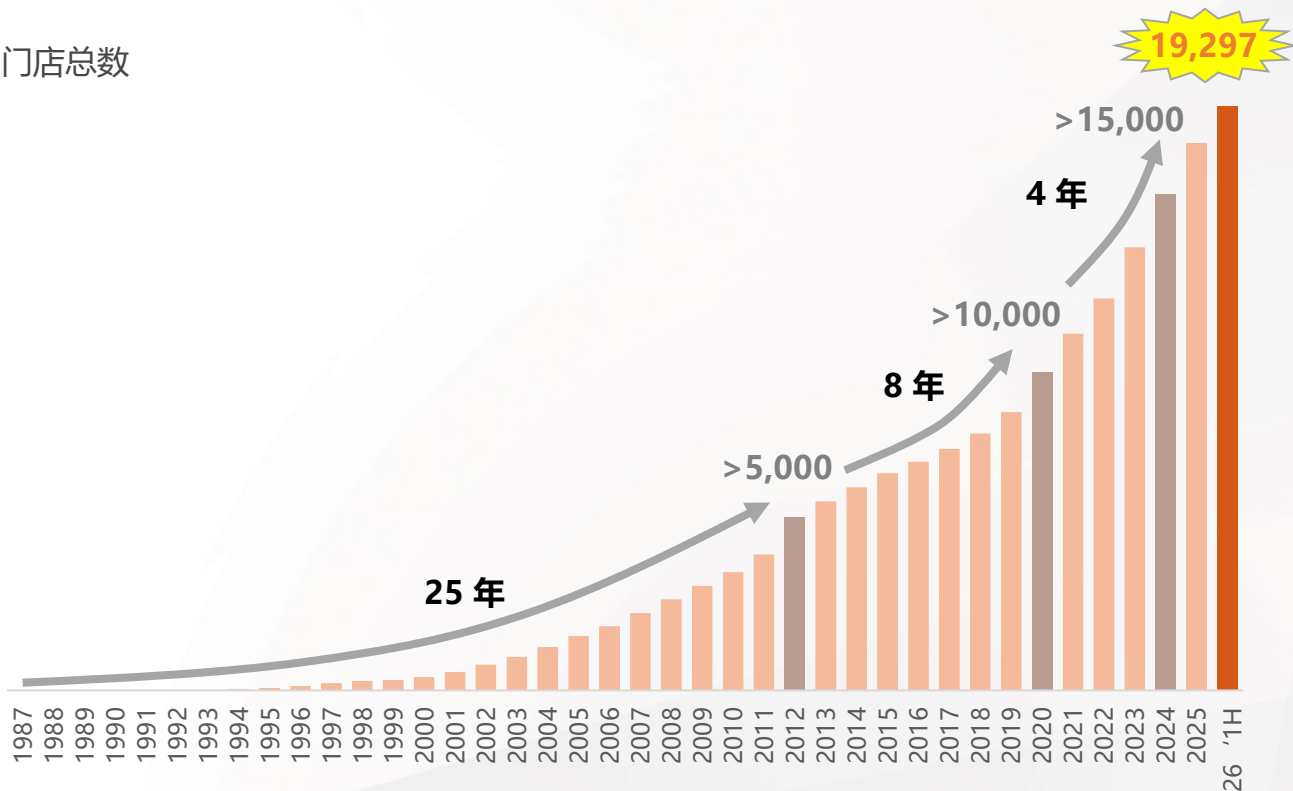


¹ 不计及外币换算的影响。

² 核心经营利润为经营利润经特别项目调整后，进一步剔除影响可比性的项目以及外币换算的影响。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。

门店扩张势头强劲，2026年上半年净新增门店数创新高

门店总数



Q2净新增门店 **560**

1H净新增门店 **1,196**

(占全年目标~**63%**)

目标

- 2026年门店总数 **20,000+**
- 2030年门店总数 **30,000+**

通过多样化店型加速直营及加盟门店的扩张

门店总数

1H净新增门店

拓展到更多城镇

平均资本支出
下降

健康的
新店回报周期³



13,789

加盟店占比
17%

792

加盟店占比
41%

2,700+

肯德基
已进入的城镇

330+

过去12个月
新进入的城镇

~120 万¹
人民币 / 门店

(自 ~140万下降)²

~2-3 年



4,549

加盟店占比
11%

381

加盟店占比
46%

1,200+

必胜客
已进入的城镇

330+

过去12个月
新进入的城镇

~90 万¹
人民币 / 门店

(自 ~110 - 120万下降)²

~2-3 年

¹ 指2026年上半年开业的门店。

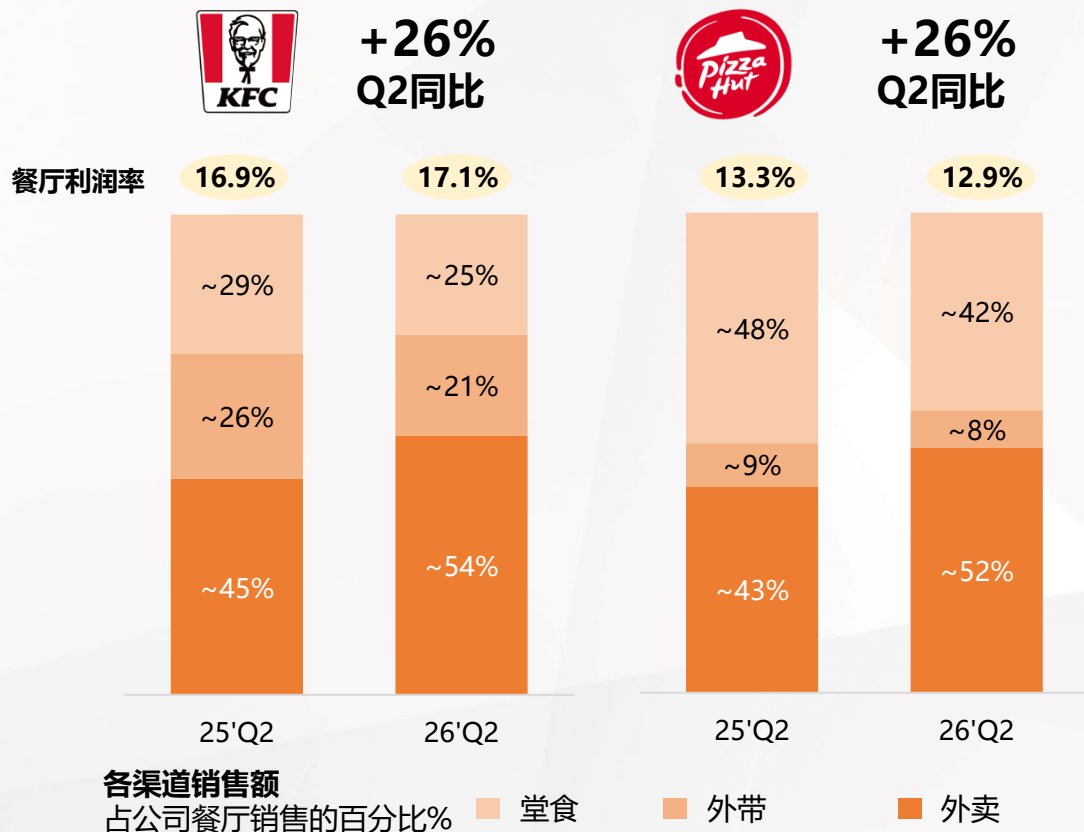
² 指2025年上半年开业的门店。

³ 指平均税前现金回报周期，假设每年现金流与第一年相同，扣除3%的特许经营费后、未计入管理费用和所得税。基于2024年4月至2025年3月期间开业的门店。

平衡的外卖策略：推动销售增长，减轻对利润率影响

第二季度外卖销售同比增长26%¹

- 第二季度外卖占比同比增长9个百分点至54%
- 推动销售增长，并通过平衡策略减轻了对利润率的影响
- 尽管外卖平台补贴趋于常态化，外卖占比较第一季度保持相对稳定



¹ 公司自有门店的外卖销售部分。



肯德基实现强劲销售增长及利润率提升

Q2
2026

+7%

系统销售额
同比增长

335

净新增门店

+14%

经营利润
同比增长

+7%

核心经营利润
同比增长

14.2%

经营利润率
同比+20 bps

+1%

同店销售额
同比增长

13,789

门店总数

\$3.32亿

经营利润

17.1%

餐厅利润率
同比+20 bps

连续第5个季度实现增长，得益
于4%同店交易量同比增长



产品系列创新推动强劲销售增长及复购

“香辣鸡腿堡”系列

KFC
Spicier Zinger
更香更辣
鸡腿堡

· 创新红色鳞片
· 满满芝麻香气

一口爆辣上头
一口糯掉下牙

“全鸡”系列

KFC
纸包鸡有伴了!
汤汁配碳水，美味又满足

解锁美味三部曲

第一步 鸡腿鸡翅撕着吃
第二步 鸡胸肉蘸着吃
第三步 土豆泥拌着吃

+3元 得 醇香土豆泥

香脆纸包鸡
限时特惠 17:00前
¥34.9/只
夜叫好价 17:00后
¥29.9/只

“鸡翅”系列

决战薄脆翅之巅

新薄脆 咸蛋黄鸡翅

VS

薄脆 金沙鸡翅



肯悦咖啡目标在2026年实现销售额约人民币20亿元， 2027年达到5,000家

3,300+家

截至第二季度末

- 为肯德基母店带来中个位数销售额提升
- 模块的餐厅利润率稳步提升
- 丰富非咖啡类产品，包括茶饮和餐食



奶盖冰美式



百香菠萝芒气泡美式



柠檬琥珀波士气泡茶



草莓白巧风味焦糖厚蛋挞



KPRO肯律轻食年末目标提升至800家，高于此前的600家

450+ 家

截至第二季度末

- 为肯德基母店带来约20%的销售额提升
- 模块的餐厅利润率稳步提升
- 正在向一线、二线及部分低线城市扩张
- 2026年销售额预计同比达到上年的4倍，2027年目标突破人民币10亿元

能量 PRO 三明治



高蛋白酸奶昔



谷物能量碗



超级食物酸奶昔





必胜客第二季度同店销售额同比增长1%； 2026年上半年经营利润率同比提升60个基点

Q2
2026

+6%

系统销售额
同比增长

+1%

同店销售额
同比增长

同店交易量同比增长13%
(连续第14个季度实现增长)

174

净新增门店

4,549

门店总数

+11%

经营利润
同比增长

\$5,100万

经营利润

+5%

核心经营利润
同比增长

8.3%

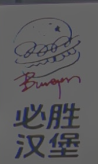
经营利润率
同比持平

1H'26 同比提升
60个基点

12.9%

餐厅利润率
同比-40 bps

1H'26 同比增长
10个基点



LIVE COOKING STATION
225°C
铁板现煎区



新 多谷物手拍饼底



多谷物饼底配丰富蛋白类
及蔬菜配料

MULTIGRAIN

低糖
饼底

多谷物手拍

新推出的多谷物手拍饼底成为六月最畅销产品

10种天然优质
谷物籽类



亚麻籽



南瓜籽



葵花籽



黑麦粉



黑芝麻



白芝麻



荞麦粉



麦芽粉



小麦胚



玉米糝



夯实核心业务，开辟新的增长驱动力

丰富蛋白类产品矩阵，
提升堂食体验



全新多谷物饼底比萨，
抢占轻食消费场景



全新汉堡品类，
超值好价





必胜汉堡模块拓展至200多家，推动母店实现双位数销售额提升



扒炉现煎肉饼

- 聚焦现点现做汉堡的精简菜单
- 兼具美味、超值和快捷便利的用餐体验
- 通过轻量投入充分利用现有门店空间
- 目标于2026年末拓展至500至600家



店内每日现烤面包





预计2026年8月完成对必胜客品牌在中国内地所有权的收购



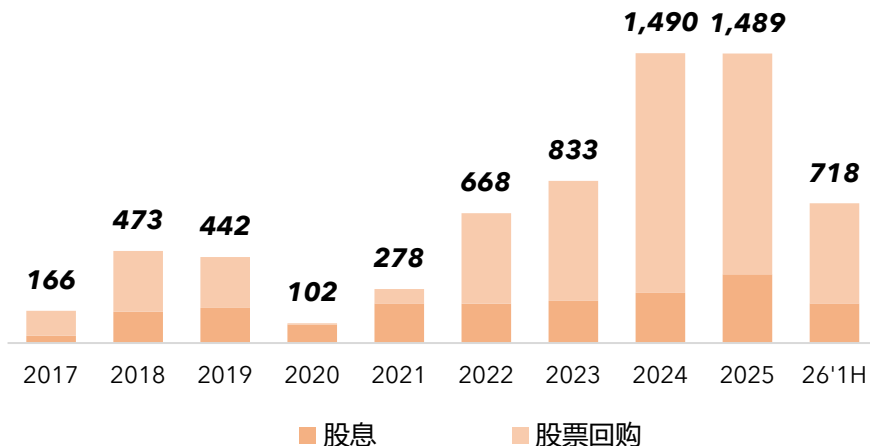
- 短期来看，**免去品牌特许经营费带来的成本节约**将改善门店经济模型并降低开店门槛。预计将有更多潜在新店能达到两至三年的回本期。
- 长期来看，品牌所有权将赋予我们**更大的战略灵活性**，以推动菜单、门店模式、新模块及运营等方面的创新。
- 预计将在交割完成后**立即增厚2026年的每股摊薄盈利**，并预计于2027年及2028年为每股摊薄盈利带来中个位数增长。
- 目标于2027年和2028年，将**每年净新增门店数加速提升至800家以上**，高于此前600家以上的目标。
- 计划安排一笔约合12亿美元的境外过桥贷款为该交易提供融资。

朝着2026年向股东回馈15亿美元的目标稳步前进，约占10%的市值¹

2017年-2026年上半年股东回馈²

约67亿美元 自拆分以来

百万美元



2024-2026年
资本回馈目标³

15亿美元

每年

季度现金股息
增加

+21%

2026年第一季度
增至0.29美元

2027年及未来展望

计划回馈 **约100%** 的归母自由现金流⁴

预计2027年-2028年期间，年均回馈
金额约为 **9亿-10亿美元以上**

净现金⁵

(截至2026年6月末)

20亿美元

¹ 截至2026年7月29日的市值。

² 包括股息和股票回购。股票回购金额不含1%的消费税和佣金。

³ 基于当前预期，可能随市场状况、资本需求或其他因素调整。股息与股票回购须经董事会批准，股票回购还须经股东批准。

⁴ 指经营活动产生的现金流减去资本性支出及支付给非控股权益的股息，如合并范围内的肯德基合资公司非控股权益。

⁵ 指4.85亿美元现金及现金等价物，9.01亿美元短期投资，以及6.88亿美元长期银行存款及票据，扣除6,600万美元短期借款。

附录

- **补充财务信息**

- 2025年投资者日亮点
- 可持续发展关键事项更新
- 所呈报的公认会计准则业绩与非公认会计准则计量指标调节

第二季度同比及较2019年增长变化

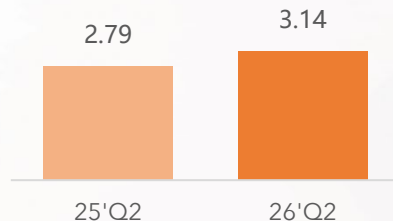
第二季度	2019	2025	2026	2026 vs 2025		2026 vs 2019	
门店总数	8,751	16,978	19,297	+14%	↑↑	+121%	↑↑↑↑
总收入 (百万美元)	2,124	2,787	3,138	+13%	↑↑	+48%	↑↑↑
会员销售额 %	52%	64%	55%	(9) ppt	↓	+3 ppt	↑
经营利润 (百万美元)	204	304	348	+14%	↑↑	+70%	↑↑↑
经营利润率 (占总收入的百分比)	9.6%	10.9%	11.1%	+0.2 ppt	↑	+1.5 ppt	↑↑

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)	+13%
收入增长 (不计及外币换算影响)	+6%
系统销售额增长	+6%

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
- + 外币换算的影响

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)	+7%
核心经营利润增长	+7%

百万美元	25'Q2	26'Q2
经营利润	304	348
特别项目	-	-
影响可比性的项目	-	-
外币换算影响	-	(20)
核心经营利润	304	328

核心经营利润同比变化的关键因素

- + 总营收增长
- + 运营精简带来的效率提升
- + 有利的原材料价格
- 因外卖占比提升而增加的外卖成本
- 高性价比产品

第二季度肯德基与必胜客的核心表现亮点

26'Q2	销售额同比				渠道占比		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	销售占比
	+7%	+1%	+4%	(3)%	54%	75%	94%
				26'Q2 RMB 36 25'Q2 RMB 38	主要由于小额订单的增长		
	+6%	+1%	+13%	(11)%	52%	60%	96%
				26'Q2 RMB 68 25'Q2 RMB 76	符合针对大众市场的策略		

附录

- 补充财务信息
- **2025年投资者日亮点**
- 可持续发展关键事项更新
- 所呈报的公认会计准则业绩与非公认会计准则计量指标调节

RGM 3.0 战略 面向未来

R

- 前端分层, 后端聚合

G

- 深耕核心品牌
- 直营与加盟相结合的经营模式
加速渗透市场

M

- 实体店 + 线上生态
- 灵活的一体化供应链
- 释放AI智能体强大动能



加盟作为增量增长引擎，加速业务扩张



门店占比

2025

13%

系统销售额占比

9%

收入¹占比

4-5%

经营利润²占比

3-4%

经营利润率³

8%

加盟模式的增量效应
(2026-2028)

3,000+ 净新增加盟店

净新增门店中加盟店占比



40-50%



40-50%

(此前为 20-30%)

现有标准门店平均销售额的

1/3 - 2/3

~50% 的加盟门店销售额
计入百胜中国收入

2028E

20%以上

15%左右

高个位数

高个位数

约10%

注：本页数据反映肯德基和必胜客及其对百胜中国的整体贡献（经营利润率除外）。

¹ 加盟业务收入包括在“肯德基和必胜客分部”中确认的加盟费收入和与加盟店往来交易的收入、在“其他分部”中确认的向加盟店提供外卖服务的收入、以及在“公司及未分配分部”中确认的向加盟店销售食品及包装物的收入。

² 加盟业务经营利润定义为：加盟业务收入减去各分部确认的加盟费用及与加盟店往来交易的相关费用，再减去可归属于加盟业务的管理费用。

³ 加盟业务经营利润率定义为：加盟业务经营利润除以加盟业务收入。

价值创造路径：2026-2028 年展望

以 2025 年为基准的 2026-2028 年增长目标：

同店销售
指数同比

系统销售额¹
年均复合增长

经营利润²
年均复合增长

每股盈利³
年均复合增长

每股自由现金流
年均复合增长

100-102

中高单位数%

高单位数%

双位数%

双位数%

¹ 系统销售额，不计及外币换算的影响。

² 经营利润，不计及特别项目和外币换算的影响。

³ 每股摊薄盈利，不计及特别项目和外币换算的影响。

附录

- 补充财务信息
- 2025年投资者日亮点
- **可持续发展关键事项更新**
- 所呈报的公认会计准则业绩与非公认会计准则计量指标调节

ESG评级和奖项

行业榜首 连续第六年被纳入标普全球CSA

- ✓ 在2025年标普全球企业可持续发展评估 (CSA) 中，荣登全球餐饮与休闲设施**行业第一**
- ✓ 连续第六年被纳入**道琼斯领先全球指数***
- ✓ 入选《标普全球可持续发展年鉴2026》

Top 1%

Corporate Sustainability
Assessment (CSA) 2025 Score

连续八年荣膺 “中国杰出雇主”

- ✓ 连续**八年**被杰出雇主调研机构评为“中国杰出雇主”
- ✓ 连续五年蝉联餐饮**行业第一**



入选《时代》杂志“全球最可持续发展企业”之一

- ✓ 入选《时代》杂志“2025 年全球最佳企业”
- ✓ 入选《时代》杂志“全球最可持续发展企业”500强 (2024 - 2025 年)

支持联合国可持续发展目标



连续五年

MSCI
ESG RATINGS



CCC B BB BBB A **AA** AAA

行业领先





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(SBTs)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；全国范围内约80家“天使餐厅”*

社区

乡村振兴

捐一元——18年承诺，募集超2.8亿元，惠及100多万学生*

社区支持

食物驿站在190多个城市覆盖1,300多个地点*
小候鸟基金使约650万儿童受益*

附录

- 补充财务信息
- 2025年投资者日亮点
- 可持续发展关键事项更新
- 所呈报的公认会计准则业绩与非公认会计准则计量指标调节

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		
	2026年	2025年	百分比变动 %	2026年	2025年	百分比变动 %
经营利润	\$ 348	\$ 304	14	\$ 795	\$ 703	13
特别项目，经营利润	—	—		—	—	
经调整经营利润	\$ 348	\$ 304	14	\$ 795	\$ 703	13
影响可比性的项目	—	—		—	—	
外币换算影响	(20)	—		(44)	—	
核心经营利润	\$ 328	\$ 304	7	\$ 751	\$ 703	7
总收入	3,138	2,787	13	6,409	5,768	11
外币换算影响	(183)	—		(342)	—	
总收入，不计及外币换算的影响	\$ 2,955	\$ 2,787	6	\$ 6,067	\$ 5,768	5
核心经营利润率	11.1%	10.9%	0.2 个百分点	12.4%	12.2%	0.2 个百分点

* 本期数据系按上年同期的平均汇率折算所得。

经营利润与核心经营利润的调节

(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	
	2026年	2025年	2026年	2025年
经营利润	\$ 332	\$ 292	\$ 749	\$ 678
特别项目，经营利润	—	—	—	—
经调整经营利润	\$ 332	\$ 292	\$ 749	\$ 678
影响可比性的项目	—	—	—	—
外币换算影响	(19)	—	(40)	—
核心经营利润	<u>\$ 313</u>	<u>\$ 292</u>	<u>\$ 709</u>	<u>\$ 678</u>

必胜客

	截至6月30日止季度		截至6月30日止六个月	
	2026年	2025年	2026年	2025年
经营利润	\$ 51	\$ 46	\$ 122	\$ 106
特别项目，经营利润	—	—	—	—
经调整经营利润	\$ 51	\$ 46	\$ 122	\$ 106
影响可比性的项目	—	—	—	—
外币换算影响	(3)	—	(7)	—
核心经营利润	<u>\$ 48</u>	<u>\$ 46</u>	<u>\$ 115</u>	<u>\$ 106</u>

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	
	2026年	2025年	2026年	2025年
经营利润	\$ 348	\$ 304	\$ 795	\$ 703
减：				
加盟费收入	29	24	59	51
与加盟店往来交易的收入	155	115	311	236
其他收入	44	35	82	67
加：				
管理费用	139	131	276	269
加盟开支	12	10	24	21
与加盟店往来交易的开支	148	110	298	227
其他经营成本及开支	38	30	69	59
关店及减值开支净额	12	12	12	18
其他收益净额	—	(1)	—	(1)
餐厅利润	<u>\$ 469</u>	<u>\$ 422</u>	<u>\$ 1,022</u>	<u>\$ 942</u>
公司餐厅收入	<u>2,910</u>	<u>2,613</u>	<u>5,957</u>	<u>5,414</u>
餐厅利润率	<u>16.1%</u>	<u>16.1%</u>	<u>17.2%</u>	<u>17.4%</u>

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	
	2026年	2025年	2026年	2025年
经营利润	\$ 332	\$ 292	\$ 749	\$ 678
减：				
加盟费收入	24	19	47	40
与加盟店往来交易的收入	19	17	38	33
其他收入	1	1	2	2
加：				
管理费用	67	61	128	120
加盟开支	10	9	21	19
与加盟店往来交易的开支	15	15	30	29
其他经营成本及开支	1	1	1	2
关店及减值开支净额	10	8	10	13
餐厅利润	<u>\$ 391</u>	<u>\$ 349</u>	<u>\$ 852</u>	<u>\$ 786</u>
公司餐厅收入	<u>2,294</u>	<u>2,059</u>	<u>4,704</u>	<u>4,267</u>
餐厅利润率	<u>17.1%</u>	<u>16.9%</u>	<u>18.1%</u>	<u>18.4%</u>

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	
	2026年	2025年	2026年	2025年
经营利润	\$ 51	\$ 46	\$ 122	\$ 106
减：				
加盟费收入	3	2	6	4
与加盟店往来交易的收入	3	1	5	3
其他收入	3	6	6	13
加：				
管理费用	28	26	54	52
加盟开支	2	1	3	2
与加盟店往来交易的开支	2	1	4	3
其他经营成本及开支	3	5	5	11
关店及减值开支净额	1	3	1	3
餐厅利润	<u>\$ 78</u>	<u>\$ 73</u>	<u>\$ 172</u>	<u>\$ 157</u>
公司餐厅收入	<u>604</u>	<u>545</u>	<u>1,231</u>	<u>1,129</u>
餐厅利润率	<u>12.9%</u>	<u>13.3%</u>	<u>14.0%</u>	<u>13.9%</u>

关于百胜中国

中国**最大**的餐饮公司¹ **财富500强**企业 **19,000+** 餐厅 **2,700+** 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:

<http://ir.yumchina.com>

投资者关系联络方式:

IR@YumChina.com

媒体联络方式:

Media@YumChina.com

电话: +86 21 2407 7556

电话: +86 21 2407 3824