



必胜客中国第3000家店开业 三十三年，比萨专家持续领跑餐饮行业

6/16/2023

6月16日，必胜客中国第3000家门店在河北秦皇岛蔚蓝海岸上正式亮相，这是必胜客深耕中国33年的重要里程碑。1990年，必胜客进入中国，首店落户北京，作为中国最大的西式休闲餐饮品牌，必胜客已进驻全国600多个城镇，成为中国消费者欢迎的‘比萨专家’。



必胜客中国第3000家门店-秦皇岛蔚蓝海岸店



秦皇岛市人民政府领导致辞并与百胜中国高管团队一起庆祝必胜客3000家店庆（秦皇岛蔚蓝海岸店）

百胜中国首席执行官屈翠容女士(Joey Wat)表示，“3000家店这个数字，不仅是开店的里程碑，更标志着33年来必胜客深耕中国的决心。今天的里程碑离不开持续的创新，无论是菜单创新，科技创新，还是餐厅模式的创新。我们相信，在中国，必胜客还有巨大的增长潜力，我们将致力于开拓门店，促进品牌蓬勃发展。”



百胜中国首席执行官屈翠容致辞

作为旅游网红打卡地的“新地标”，这家面朝大海，全新打造的度假风设计主题餐厅，全玻璃透明的餐厅外观不仅将悠闲浪漫的氛围拉满，还全方位的展现出一个绿色互动体验空间，倡导消费者一起拥抱低碳生活，共创可持续生活方式。

该餐厅采用了多项低碳环保技术，包括Low-E玻璃幕墙、人体感应风幕，VTA系统等，在为顾客提供舒适用餐环境的同时，进一步提升了能耗管理效

率。此外，响应循环经济的号召，餐厅的装修和布置中大量使用了可再生材料，包括使用循环再生的塑木替代实木做餐桌椅和地面，采用由矿山尾矿回收制成的工业新型环保陶瓷砖，以及用再生环保纤维制作抱枕。此外，餐厅中每天产生的咖啡渣还被收集起来，为餐厅的绿植提供养分。通过将低碳理念融入点滴细节，必胜客利用其里程碑式的3000家门店，增进公众对“低碳环保”生活的意识。

更值得一提的是，除了低碳环保，餐厅还倡导绿色消费观念，“珍惜粮食”、“反对浪费”的温馨提示在餐厅处处可见。

必胜客品牌总经理蒯俊先生(Jeff Kuai)表示，“从第一家北京东直门餐厅到如今遍布全国的3000家餐厅，必胜客始终坚持为消费者提供美味的食品、高性价比的选择及更愉悦的就餐体验。33年来，我们植根中国，受到了消费者的喜爱与支持，我们相信必胜客将继续在中国市场蓬勃发展，未来可期！”



必胜客中国总经理蒯俊致辞

坚持匠心美食和门店焕新“比萨专家”持续领跑行业

作为第一家将比萨和西式休闲餐饮带到中国的连锁餐饮品牌，必胜客凭借比萨背后的“匠心”，以“比萨专家”的定位打开了中国餐饮市场，也为中国消费者带来了中西融合的美食文化。33年来必胜客不断推陈出新，在巩固“比萨专家”地位的同时，还顺应消费趋势，不断拓展牛排，小食，甜品等消费者钟爱的产品品类，展现了品牌对产品始终如一的匠心和独到的洞察，以及强大的创新能力。

必胜客2023年全新菜单结合当下美食趋势，带来24款全新菜品，覆盖9大品类，包括孜香羊肉草原比萨、那不勒斯式肉丸意面、麻酱鸡丝意面、奶香芝士菠萝卷、卡曼橘暴打柠檬等，为消费者带来升级的味觉体验。



必胜客2023年全新菜单新品

伴随3000家店开业，必胜客全国门店上线了“69元两件”感恩消费者回馈活动，并宣布必胜客“经典沙拉吧”将于6月-9月在全国33家餐厅再次回归，为消费者带来33年满满回忆。

随着新消费群体的崛起，颜值经济的蓬勃发展，为抓住中国新一代年轻人和年轻家庭群体，**必胜客不断升级与优化餐厅设计，将多样化的消费场景作为发力点，为消费者打造一个集“餐饮+生活+社交”三位一体的餐饮空间。**最近三年相继推出“花漾逃离”、“都会邂逅”、“星厨之约”、“城市话廊”、“活力聚场”、“暖暖心窝”、“街角拾光”等时尚年轻化的餐厅设计模型。

此外，必胜客通过洞察当代年轻人的喜好，还打造了非遗文化主题餐厅、悦读食光主题餐厅、游戏主题餐厅、宠物友好主题餐厅等，给消费者不断带来新鲜好玩的用餐体验。

在庆典仪式上，从全国必胜客餐厅遴选出的33位优秀餐厅经理代表身穿2023年新款制服亮相走秀。新制服灵感源于回归自然本质的深蓝海岸，色调以深蓝色系为主，深浅拼接，兼顾沉着自信的气质和时髦优雅质感，红色线条和金色领带和丝巾点缀细节，增添活泼意趣。活力时尚的**新制服让餐厅员工更能以崭新的精神面貌，饱满的热情服务顾客，也寓意着必胜客品牌焕然“衣”新，整“装”待发。**

创建数字化生态系统，打造数字化、智能化、自动化餐厅

作为中国西式连锁休闲餐厅的领军品牌，必胜客通过创建数字化生态系统，加速数字创新和科技赋能，在提升门店运营效率的同时不断升级消费体验。2023年第一季度，必胜客拥有超过1.35亿的会员，数字订单占比约91%，会员销售贡献约67%。

科技驱动使得必胜客在数字化时代脱颖而出，在推进新品研发、营销决策、品牌升级中更有的放矢，成为激发品牌活力的一大利器。

在餐厅端，必胜客积极探索科技驱动，**打造数字化、智能化、自动化的智慧餐厅，用智能技术提升餐厅全面品质管理和效能，为消费者提供更加放心的食品和便捷的服务。**

经过前期的小规模试点，今年在必胜客全国门店全面上线了i-Kitchen系统。作为餐厅的“后场管理大脑”，该系统运用人工智能、物联网、机器学习算法等高科技助力一线运营，贯穿了食材从下单进货到制作出炉的周期，并实现了对生产、品质和食品安全的有效管理。

在用户端，必胜客着力为消费者提供更加直观和互动性强的数字化体验。必胜客APP的点餐界面支持多款饼底、口味自由搭配选择的可视化展示，所见即所得；下单后则会显示详细的订单状态，从产品制作到餐食配送，实时更新，让消费者更安心、省心。

深耕中国33年，必胜客的“必胜”秘诀，除了深厚的品牌底蕴和创新的基因外，还有其顺应市场需求不断求变、追求卓越的品牌精神。无论是当下还是未来，必胜客将持续依靠强大的品牌影响力、美味的食品 and 不断升级的顾客体验驱动长期发展。

前瞻性声明

本新闻稿中包含的“前瞻性声明”(包括“2023年业绩展望”部分的内容)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”、“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、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），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

百胜中国是中国最大的餐饮公司，以“让生活更有滋味”为使命。公司有超过40万员工，并在中国1,800个城镇经营六个品牌超13,000家餐厅。肯德基和必胜客是西式快餐和西式休闲餐饮领域的领先品牌，塔可钟提供创新墨西哥风味食品。百胜中国亦与百年意大利品牌Lavazza合作，在中国探索及发展Lavazza咖啡概念。公司旗下还有中式餐饮品牌小肥羊和黄记煌。百胜中国拥有世界一流的数字化供应链体系，包括覆盖全国的庞大物流中心网络和自有供应链管理系统。强大的数字化能力和会员计划让公司能够更快触达顾客，提供更好的服务。作为财富500强企业，百胜中国的愿景是成为全球最创新的餐饮先锋。欲了解更多信息，请访问<http://ir.yumchina.com>。

投资者关系联系方式：

Tel: +86 21 2407 7556 / +852 2267 5801
IR@YumChina.com

媒体联系方式：

Tel: +86 21 2407 7510
Media@YumChina.com