



肯德基中國門店突破10,000家，“永遠好滋味”一直“在路上”

12/15/2023

2023年12月15日，杭州 — 今日，肯德基京杭大運河餐廳在杭州武林門碼頭盛大開業。至此，作為中國領先及最大的速食品牌，肯德基中國門店規模正式突破10,000家，這是品牌歷史上又一重要的里程碑時刻。



萬店揭幕盛典精彩時刻

開業當天，中國飯店協會會長陳新華，中國鄉村發展基金會秘書長陳紅濤，浙江省商務廳副廳長吾布力喀斯木·賈吐送，百勝中國董事長胡祖六博士（Dr. Fred Hu），百勝中國首席執行官屈翠容女士（Joey Wat），肯德基中國品牌總經理汪濤先生共同出席肯德基萬店揭幕盛典。



到場嘉賓共同見證肯德基中國萬店啟航

值此萬店起航之際，商務部專程向百勝中國發來賀信。商務部表示，百勝中國積極在華開展投資經營，取得巨大成功，獲得豐厚回報，為中國經濟和社會發展做出積極貢獻，並鼓勵公司繼續積極擴大對華投資，深耕中國市場，深化互利共贏。

從一家到萬家，從4億人到7億人，這就是肯德基速度

1987年，肯德基在北京前門開出了中國第一家西式速食連鎖餐廳。隨著肯德基京杭大運河餐廳的開業，從北到南，從一到萬，肯德基達成了在中國的首個‘萬店’目標，並將舉步邁入下一個持續、良性的增長階段。

全新的京杭大運河餐廳貫徹肯德基一直以來‘親切友好，融入社區，鄰里有愛，環境友好’的品牌理念，通過一系列具有溫度 and 人情味的便民服務設施，連同隨處可見的綠色環保設計，創造著食物、環保和鄰里融合的理想社區生活新圖景。從餐廳廣場上與來往行人熱情互動的人偶、24小時開放的免費直飲水站，到沿江繞餐廳兩面方便路人坐享好風景的紅飄帶長凳；從使用可再生材料製成的竹板桌面和軟木靠背，到大面積運用可迴圈利用的木絲纖維建築廢料製成的吊頂——步入餐廳這一路上的細節體驗，無不體現出品牌致力於當好大家身邊‘好鄰居’的誠意和對可持續發展的長期探索。



肯德基京杭大運河餐廳

百勝中國首席執行官屈翠容女士（Joey Wat）表示：“1987年，肯德基來到中國，在北京前門開出了第一家西式速食連鎖餐廳。36年來，我們堅持初心，沿著京杭大運河，一路不斷將美食與美好傳遍兩岸。今天，肯德基第一家門店在杭州正式開業，這不僅是品牌歷史上的一個重要里程碑，也是肯德基未來征程的新起點。以萬為始，我們即將邁入下一個快速增長階段，期望到2026年，能讓肯德基的美食和服務覆蓋到中國超7億消費者，人群規模實現50%以上的增長，讓更多人輕鬆享受到方便快捷的美味，讓肯德基成為觸手可及的每日餐飲首選。”



百勝中國CEO屈翠容女士發言

肯德基中國跑出萬店規模、錨定更大目標的背後，是品牌長期加碼中國市場的堅定信心。接下來，肯德基將重點從門店網絡擴張、新品類開發及價格優化三大策略著手，全力推動目標達成——依託強大的供應鏈，品牌將加速擴大中國市場的門店規模，力爭逐步覆蓋1,100個待進入的城鎮；憑借對消費者需求的敏銳洞察和持續創新能力，遵循高性價比和創新的原則，不斷開發出更多以吮指原味雞、葡式蛋撻、秘汁全雞、牛堡為代表的暢銷主食，品牌「一億美金俱樂部」（年銷售額超過一億美金的單品）期待更多新成員，持續反覆運算擴容，以回應日常化、剛需化的消費新浪潮；並充分發揮規模優勢，繼續推出「19.9三件套」等一系列性價比之選後，從早餐到正餐，進一步擴大價格帶並推進服務減費讓利，切實拓展產品和服務的寬度。肯德基堅信，只要保持自身的靈活性和韌性，品牌定將實現在中國更長遠的發展。

從美味到美好，一直“在路上”

值此萬店同慶之際，肯德基同步發佈全新品牌主張「永遠好滋味」，正式宣告品牌高質量發展邁入下一程。

A large red advertisement for KFC. At the top center is the KFC logo. Below it, the text '肯德基品牌新主張' (KFC Brand New Slogan) is written in white. The main slogan '永远好滋味' (Forever Good Taste) is in large, bold white characters. Below the slogan is the tagline '★ Nothing tastes like KFC ★'. The bottom half of the ad features a variety of KFC products: a large bucket of fried chicken, a bottle of Coca-Cola, a bowl of soup, a burger, a sandwich, a steak, and a dessert. Each item is accompanied by a short description in white text. The background is a solid red color.

全新的品牌主張

作為中國消費者的西式速食啟蒙，36年來，肯德基始終堅持為中國消費者帶來經典、新穎、可口的美味。以吮指原味雞、香辣雞腿堡、老北京雞肉卷等為代表的肯德基九大經典，背靠嚴格品控，數十年來始終如一，沉澱了一代代中國消費者難以忘懷的吮指記憶。

傳承經典的同時，肯德基從未停止過美味創新的腳步。活動現場，品牌正式發佈其AI食物創造平臺——MENU X率先將「數位化」與「產品開發」相結合，以期開創並引領行業美味创新的新紀元。通過這一AI食物靈感創意工具，肯德基期待能夠邀請消費者自由打造食譜、與品牌共創下一個「永遠美味」之選。

美味之上，肯德基還希望讓每一種好滋味人人可享、觸手可及，「永遠陪伴」在你我身邊。為此，近年來，品牌一方面發起以「瘋狂星期四」為代表的美食狂歡，給到顧客更多選擇，把賣惠做成常態；另一方面，背靠靈活且具有韌性的供應鏈體系，肯德基多元的門店形式也正加乘著萬店的廣闊覆蓋，從城市到城鎮，讓更多消費者能夠隨時、隨地、隨享肯德基的陪伴。

從美味到陪伴，一切皆為美好——肯德基相信，把顧客體驗做到極致，「永遠美好」就會發生。為此，肯德基全體30多萬員工堅持貫徹「為客瘋狂」的服務理念、提供股票激勵及百萬醫療險等全面關愛的「餐廳經理第一（RGM No.1）」的企業文化，始終以更高的客戶滿意度為不變的前進方向；作為擁有4億會員的餐飲品牌，品牌還致力於前瞻性佈局數位化服務，讓每一次好滋味的出現也有滋有味，這得益於在多年來在數字化轉型及線上服務方面的精耕細作，目前肯德基自營線上平臺所貢獻的銷售額已達三成。

肯德基中國品牌總經理汪濤先生表示：“值此萬店同慶之際，肯德基也迎來了品牌的煥新升級，發佈全新的品牌主張——『永遠好滋味』。我們將一如既往，用心滿足中國消費者不斷升級的餐飲需求，秉承「永遠美味、永遠陪伴、永遠美好」的品牌理念，堅持廚房出品的產品品質，持續為消費者帶來經典创新的好滋味，在新的萬店征程中，我們一起心懷美好，一起傾心向前！”



肯德基中國總經理汪濤先生發言

從“你我”到“大家”，惠及四方

除了為消費者提供美味相伴的餐飲體驗，多年來，肯德基始終積極踐行著以消費者為中心、以員工為本、承擔社會責任的承諾。此次萬店揭幕盛典上，肯德基便圍繞著消費者回饋、員工關愛、及社區公益，公佈三大最新舉措，從門店走向社會，傳播愛和正能量。

其一，12月15日至12月20日，肯德基將開啟以「萬店同慶」為主題的系列促銷活動，邀請廣大消費者一起共慶萬店。活動期間，肯德基特別發售萬份限定大神卡，不僅設計有紀念卡面，還特別錄製萬份語音祝福，消費者可隨機抽取聆聽；同期，任意消費即可有機會抽取萬店限量周邊喜禮。此外，超值全家桶誠意回歸59元，12月18日當天購入全家桶，還可獲贈萬店喜糖。

其二，為更好地「為一線服務」，肯德基特別邀請由白敬亭擔當主理人的服裝與生活方式品牌GOODBAI，共同打造全新員工服創意設計，不僅為員工打造出專屬服飾，更將肯德基經典領結圖案重新賦予更加簡潔、現代的演繹，成為系列單品中的玩味細節。在中國第10,000家門店開幕之際，肯德基希望通過呈現全新的系列員工制服，為品牌經典品牌形象注入時尚基因，讓潮流上身，一起自在。



肯德基發佈員工全新制服

其三，秉持仁心正行的理念，百勝中國及旗下肯德基等品牌在發展路上一路積極踐行社會責任。為更好地支持中國鄉村發展事業，百勝中國已提前向中國鄉村發展基金會捐贈了1,000萬元，其中部分已用於支持鄉村兒童關愛和災害救援。肯德基以全國線下餐廳網路為支點，依託於隨手公益、注重實效、長期主義、多元發展的公益內核，逐步完善了肯德基品牌公益體系，包括歷經二十年發展的三對三青少年籃球賽事，進入全國一百多個城市的“食物驛站”，惠及全國二十幾個省份兒童的小候鳥基金、十一年來堅持為殘障員工提供就業發展的天使餐廳等。未來，肯德基將繼續用行動關愛弱勢群體，保護自然環境，攜手更多社會力量，共益明天，一起自在。



百勝中國向中國鄉村發展基金會捐贈1,000萬元

對邁入「萬店時代」的肯德基而言，新的征程才剛剛開始。立上潮頭，錨定未來，肯德基將在「永遠好滋味」的全新品牌主張指引下，以初心和恆心踐行對消費者的不變承諾，為中國餐飲業的永續發展注入動力、活力與創造力。