

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Yum China Holdings, Inc.
百勝中國控股有限公司
(於美利堅合眾國特拉華州註冊成立的有限公司)
(股份代號：9987)

投資者日亮點

百勝中國控股有限公司（「本公司」）於2025年11月17日舉辦2025年投資者日活動。隨附請見關於2025年投資者日亮點的新聞稿。

承董事會命
百勝中國控股有限公司
屈翠容
董事及首席執行官

香港，2025年11月17日

於本公告日期，本公司董事會包括董事會主席及獨立董事胡祖六博士、執行董事屈翠容女士、非執行董事 Robert B. AIKEN 先生以及獨立董事 Mikel A. DURHAM 女士、Edouard ETTEDEGUI 先生、葛新女士、David HOFFMANN 先生、盧蓉女士、邵子力先生、汪洋先生、衛哲先生、張敏女士及朱曉靜女士。



百勝中國 2025 年投資者日：啟動「RGM 3.0」戰略，確立未來三年財務目標

三年年均複合年增長目標¹：經營利潤²實現高單位數增長，每股攤薄盈利³和每股自由現金流⁴均實現雙位數增長
朝著 2026 年達到 20,000 家門店的目標穩步推進，並加速擴張，力爭 2030 年突破 30,000 家
透過「前端分層，後端聚合」，實現門店、區域，乃至品牌間的協同效應

香港，2025 年 11 月 17 日 — 百勝中國控股有限公司（紐約證券交易所代碼：YUMC 及香港交易所代碼：9987）（以下簡稱「百勝中國」或「公司」）今日在中國深圳舉辦了 2025 年投資者日活動。在活動中，百勝中國首席執行官屈翠容女士、首席財務官丁曉先生以及其他公司管理層成員著重闡述了公司加速門店網絡擴張、推動銷售增長及提升盈利能力等戰略舉措。本次活動的網絡重播以及演示材料可通過 <http://ir.yumchina.com> 獲取。

百勝中國首席執行官屈翠容女士表示：「在過去的 38 年間，百勝中國始終保持行業領先地位，並在不斷變化的市場環境中持續實現穩健增長。近年來，在 RGM 戰略（『業務韌性、業務增長、戰略護城河』）的指引下，我們推動了重大運營轉型，進一步鞏固核心競爭力，為未來擴張奠定了堅實基礎。RGM 3.0 戰略將繼續聚焦於韌性、增長、護城河三大核心維度，並秉持創新和提效雙輪驅動策略。在前端，我們透過創新的門店模塊和多元化產品線，覆蓋了廣泛的消費客群和場景。在後端，我們通過跨門店、跨區域、乃至跨品牌的資源共享與整合構建更強大的協同效應。」

屈女士繼續道：「儘管公司規模已經相當龐大，門店擴張仍在加速。我們用 33 年的時間開設了一萬家門店，接下來，我們力爭六年內，即 2026 年，實現門店數量翻倍，並在之後四年內，於 2030 年突破三萬家門店。我們創新靈活的門店模式，以及直營與加盟相結合的經營模式，將使我們能夠更深入、更快速地滲透市場。在公司不斷發展的過程中，我們始終堅守回饋股東的承諾。自 2027 年起，我們計劃將約 100% 的自由現金流，扣除支付給子公司少數股東的股息後回饋給股東。面對未來巨大的增長機遇，我們有信心實現各項目標，為股東持續創造價值。」

百勝 2025 投資者日亮點：

肯德基：領先、韌性十足並持續增長——2028 年經營利潤預期突破百億人民幣

在中國深耕 38 年，肯德基憑藉其值得信賴的品牌形象、豐富多元的產品組合、廣泛的門店佈局和穩健的運營能力，業績屢創新高。在 2,500 多個城市開出 12,600 多家門店的基礎上，肯德基正在憑藉靈活的門店模式和加速的加盟策略在高線城市持續加密，同時開拓 2,000 多個尚未觸達的低線城市及數千個策略性店址。展望未來，到 2028 年，肯德基計劃將門店總數增加約三分之一至 17,000 多家，並在 2026 年至 2028 年間實現系統銷售額中至高單位數的年均複合增長率。同時，力爭經營利潤在 2028 年突破人民幣 100 億元。

新的消費客群與場景也在持續驅動增長。在保持肯德基大單品的核心增長力的同時，我們持續創新、探索新品類與新的門店模塊。透過共享肯德基店內資源與會員計劃，肯悅咖啡與 KPRO 不僅帶來了額外的收入和利潤，更拓展了我們的潛在市場規模。同等重要的是，與消費者的深度連結始終是肯德基的戰略核心。透過會員計劃、一體化的數字化生態與專業的服務團隊，我們持續提升消費體驗，增強顧客對品牌的忠誠度。

必勝客：從拐點到加速發展——2029 年經營利潤預計較 2024 年實現翻番

必勝客已完成關鍵轉型，在強化性價比定位的同時，連續三個季度實現 17% 的同店交易量增長，並連續六個季度實現利潤率同比提升。必勝客現已步入加速成長階段。當前必勝客覆蓋國內約 1,000 個城市，但仍有約 1,500 個城市已經有肯德基但還沒有必勝客，顯示出巨大的增長空間。在當前 4,000 家門店規模的基礎上，我們計劃未來三年每年淨新增逾 600 家門店，並進一步提升加盟店佔比，到 2028 年門店總數突破 6,000 家。在低線城市，必勝客將憑藉資本支出更低、營運更精簡的創新模式如 WOW 加速滲透。產品創新方面，我們將鞏固披薩品類的領導地位，同時拓展漢堡、一人餐等新品類，觸達更多

¹ 2026 年至 2028 年增長率目標，以 2025 年為基準年

² 剔除特別項目和匯率後的經營利潤

³ 剔除特別項目和匯率後的每股攤薄盈利

⁴ 每股自由現金流為經營現金流減去資本支出後，再除以攤薄後的總股本

消費群體和場景。在運營方面，我們將持續提升效率與顧客體驗。透過上述舉措，必勝客有望提升餐廳利潤率，並在 2029 年實現經營利潤較 2024 年翻倍的目標。

拉瓦薩咖啡：進入增長新階段

拉瓦薩咖啡已取得顯著進展，不僅優化了門店模式、提升了門店的經濟效益，同時還擴張了咖啡店與零售業務。2025 年第三季度，品牌同店銷售額實現雙位數增長，新推出的 Light Store 模式也呈現出健康的盈利能力。憑藉深厚的意大利底蘊和高超的咖啡技藝，Lavazza 將純正咖啡口味與本地創新相結合——從傳世瑰寶 KAFA 豆到水牛乳拿鐵，以及甜品風味飲品——更迎合中國消費者的口味。與此同時，我們正積極提升本土烘焙產能以支持菜單創新，並豐富餐食組合，以推動進一步增長。零售業務方面，我們正加速推進產品線與渠道的多元化佈局，實現線上線下全面覆蓋。歷經五年的扎實耕耘，Lavazza 已正式步入加速發展新階段。基於中國咖啡市場的快速增長機遇，Lavazza 目標到 2029 年開設 1,000 家門店並實現 6,000 萬美元的零售銷售額，充分把握未來市場潛力。

數字化戰略：擁抱 AI 智能體新時代

在持續創新與發展過程中，百勝中國已構建起行業領先的數字化能力，形成堅固的護城河。自 2019 年起，我們已將 AI 技術融入運營，並在 2023 年開始探索生成式 AI。如今，我們已有數十個應用場景落地，有效提升顧客體驗、強化食品安全並提升營運效率。展望未來，我們將全面擁抱 AI 智能體新時代——實現主動人機交互、多智能體協同及數據驅動決策。這其中包括正在試點的餐廳經理 AI 助手 Q 睿。更多基於 AI 智能體技術的應用場景也正在持續開發中。

供應鏈戰略：提升協同效應，優化營運效率

百勝中國擁有的世界一流的供應鏈管理體系與敏捷的端到端管理系統，是公司長期增長的堅實基石。我們透過擴大供應商基礎、實施動態價格管理策略，在過去三年中創新推出超過 1,600 款新品或升級產品，同時保持原料成本的高度競爭力。強大的物流網絡為門店擴張和市場下沉提供了有力支持。展望未來，公司將深化與供應商的合作，建設一體化供應鏈產業園，進一步協同效應和整體營運效率。食品安全始終是我們的首要任務，我們將持續投資於 AI 驅動的解決方案，以強化供應鏈的監測、追溯與風險防控。這些舉措將進一步鞏固百勝中國的競爭優勢與護城河，使公司更好地把握未來增長機遇。

人才戰略：賦能餐廳經理，支持業務增長

我們的餐廳經理（RGM）是公司值得信賴的一線領導者，也是推動實現卓越運營的核心力量。「RGM No.1」的原則體現了公司關愛和賦能團隊的承諾。負責管理多家門店的 Mega RGM 在百勝中國加速開店的進程中發揮著關鍵作用。我們正不斷優化支持他們的方式，通過簡化、集中及自動化部分流程，使 RGM 能夠專注於食品安全、消費者體驗和團隊建設這些最核心的工作。展望未來，我們將繼續激勵、賦能並為一線團隊提供完備支持，助力可持續業務增長。

取得卓越業績並創造長期股東價值

公司制定了以下財務目標：

- **2025 全年展望：**
 - 經營利潤率⁵：10.8% 至 10.9%
 - 餐廳利潤率：百勝中國約 16.2% 至 16.3%，肯德基約 17.3%，必勝客約 12.7%
 - 每股自由現金流⁴：2.2 美元至 2.3 美元
- **2026 至 2028 年增長目標（以 2025 年為基準年）：**
 - 同店銷售額指數同比實現 100 至 102
 - 系統銷售額⁶實現中至高單位數年均複合增長
 - 經營利潤²實現高單位數年均複合增長
 - 每股攤薄盈利³實現雙位數年均複合增長
 - 每股自由現金流實現雙位數年均複合增長

² 剔除特別項目和匯率後的經營利潤

³ 剔除特別項目和匯率後的每股攤薄盈利

⁴ 每股自由現金流為經營現金流減去資本支出後，再除以攤薄後的總股本

⁵ 經營利潤率為經營利潤佔總收入百分比，剔除特別項目

⁶ 系統銷售額剔除匯率

- **到 2028 年的增長目標：**
 - 門店總數突破 25,000 家
 - 百勝中國經營利潤率：不低於 11.5%
 - 餐廳利潤率：百勝中國不低於 16.7%，肯德基不低於 17.3%，必勝客不低於 14.5%
- **2026 至 2028 年平均年度資本支出約為 6 億美元至 7 億美元。**

百勝中國致力於為股東提供優厚的股東回饋，正朝著在 2024 年至 2026 年間每年回饋股東 15 億美元的計劃穩步邁進。自 2027 年起，我們計劃將約 100% 自由現金流扣除支付給子公司少數股東的股息後回饋股東。預計在 2027 年和 2028 年期間，股東回報平均每年約 9 億美元至逾 10 億美元，並在 2028 年突破 10 億美元。公司對為股東創造可持續的長期價值充滿信心。

前瞻性聲明

本新聞稿中包含的「前瞻性聲明」（包括與我們預計股東回饋相關的陳述以及在「交付卓越業績並創造長期股東價值」部分下闡述的相關內容）符合 1933 年《證券法》第 27A 條和 1934 年《證券交易法》第 21E 條所指的意義。我們意圖將所有前瞻性聲明納入 1995 年《私人證券訴訟改革法案》的安全港條款範圍。前瞻性聲明的特徵通常是其與歷史事實或當前事實並不完全相關，而且會包含前瞻性詞語，如「預期」、「期望」、「認為」、「預計」、「可能」、「可以」、「打算」、「相信」、「計畫」、「估計」、「目標」、「預測」、「規劃」、「有望」、「將會」、「繼續」、「應該」、「展望」、「致力」或類似術語。這些聲明是基於我們根據我們的經驗和對歷史趨勢、當前條件和預期未來發展的看法，以及我們認為在當時情況下適當和合理的其他因素而做出的當前估計和假設，但我們不能保證這些估計和假設將被證明正確。前瞻性聲明包括但不限於本段上述所述內容以及有關百勝中國未來戰略、增長、業務計畫、投資、門店開業、淨新增門店中的加盟業務相關目標，資本支出、股息和股份回購計畫、系統銷售額的年均複合增長、經營利潤、每股盈利、收益、業績和回報的陳述、有關人口和宏觀經濟趨勢的預期影響的陳述、有關我們的創新、數位化和外賣能力以及投資對增長的預期影響的陳述以及與百勝中國業務長期驅動力和可持續發展目標有關的看法。前瞻性聲明並不能保證業績，其本身就存在難以預測的已知和未知風險和不確定性，可能導致我們的實際結果或事件與這些聲明所顯示的結果或事件存在實質性差異。我們不能向您保證我們的任何預測、估計或假設會實現。本新聞稿中的前瞻性聲明僅在本新聞稿發布之日發表，除非法律要求，否則我們不承擔公開更新任何前瞻性聲明以反映後續事件或情況的義務。眾多因素可能導致我們的實際結果或事件與前瞻性聲明所表達或暗示的結果或事件存在實質性差異，包括但不限於：我們是否能夠按照目前預測的時間和數字實現開發目標（如有），我們的行銷活動和產品創新是否成功，我們維護食品安全和品質控制系統的能力，公共衛生狀況的變化，我們控制成本和費用（包括稅收成本）的能力，中國政治、經濟和監管環境的變化，中美之間政治、商業、經濟和貿易關係的變化以及 10-K 表年度報告和後續的 10-Q 表季度報告中「風險因素」部分的內容。我們向股東回饋資本的計畫是基於當前的預期，可能會根據市場情況、資本需求或其他因素發生變化。此外，我們目前不知道的或者我們目前認為不重要的其他風險和不確定因素可能會影響任何此類前瞻性聲明的準確性。在評估所有前瞻性聲明時，應了解其內在的不確定性。您應查閱我們向美國證券交易委員會提交的文件（包括我們的 10-K 表年度報告和後續的 10-Q 表季度報告中「風險因素」和「管理層對財務狀況和經營業績的討論和分析」部分的內容），以了解可能影響到我們財務業績和其他結果的因素的更多細節。

關於非公認會計準則計量指標

本新聞稿包含部分前瞻性的非公認會計準則財務計量指標。由於公司目前無法在合理確定性範圍內預測某些項目的類型和影響程度，這些項目預計不會影響非公認會計準則財務計量指標，但會對公認會計準則財務計量指標產生影響，因此在不付出不合理努力的情況下，無法將這些前瞻性的非公認會計準則財務計量指標與可比的公認會計準則財務計量指標進行調節。

關於百勝中國

百勝中國是中國最大的餐飲公司，以「讓生活更有滋味」為使命。公司在中國超過 2,500 個城鎮經營六個品牌超 17,000 家餐廳。肯德基和必勝客是西式快餐和西式休閒餐飲領域的領先品牌。百勝中國與百年意大利品牌 Lavazza 合作，在中國探索及發展拉瓦薩咖啡概念。公司旗下還有中式餐飲品牌小肥羊和黃記煌。塔可鐘提供創新墨西哥風味食品。百勝中國擁有世界一流的數位化供應鏈體系，包括覆蓋全國的龐大物流中心網絡和自有供應鏈管理系統。強大的數位化能力和會員計畫讓公司能夠更快觸達顧客，提供更好的服務。作為財富 500 強企業，百勝中國的願景是成為全球最創新的餐飲先鋒。欲了解更多資訊，請訪問 <http://ir.yumchina.com>。

聯絡方式

投資者關係:

電話: +86 21 2407 7556

IR@YumChina.com

媒體:

電話: +86 21 2407 3824

Media@YumChina.com