

綠茶集团2025年度业绩回顾

快速增长的领先中式餐厅常青品牌

西湖水暖 茶香正浓

2026年3月



会议演讲人



王勤松

联合创始人、首席执行官、董
事会董事长兼执行董事



商巍

首席财务官

岁月流芳、二十成章：绿茶品牌发展回顾



先后开设北京、上海、深圳的第一家绿茶餐厅，开始在中国一线城市建立影响力



王勤松先生及路长梅女士开设绿茶青年旅舍，孕育绿茶三大基因：

融合菜
质价比
新国风

2004年



在浙江省杭州市成立第一间绿茶餐厅

2008年

2010-2013年



在中国开设第100家绿茶餐厅

2018-2020年



在COVID-19的影响下，尽管扩张速度有所放慢，仍在2021-2022年新开业共106家新餐厅

2021年



2022年底，完成对26个省、自治区、直辖市的战略覆盖，全国化发展格局初步成型

2022年



海外首店在香港开业持续开设景区旗舰店

2023年



疫情后恢复强劲，2023年总收入同比增长51.1%，翻台率回升至3.30，门店数目擢升到全国第三大⁽¹⁾

2024年

2025年



成功登录港交所 (6831.HK)，国内门店数量突破600家，境外业务快速发展，门店数量达14家

注：(1) 按2023年末餐厅数目排名。

高速增长领先的领先中式餐饮常青品牌

綠茶®



✓ 行业领先

第三大⁽¹⁾中式餐饮品牌，稳步上升

✓ 高速增长

2025年营收增速24%，远超行业

✓ 常青品牌

二十年稳定增长，穿越周期

投资亮点

- 1 充分验证且极具韧性的单店模型**
2025年同店收入微降0.8%，远超同业
- 2 广阔的开店增长空间**
网络覆盖150+城市，密度显著低于同业
- 3 卓越的成本结构与领先供应链模型**
“产地到餐桌”的整合供应链，成本持续优化
- 4 持续迭代的菜品研发体系**
融合各地特色，2025年推出562道新菜品
- 5 最优质性价比提供极致中式用餐体验**
以可比品牌中最低客单价，提供一流中式用餐体验
- 6 行业资深管理团队与强大的人才储备**
管理层平均超10年行业经验
- 7 强劲的增长与持续优化的财务指标**
收入增速24%，经调利润增速41%



一、财务及业务亮点



财务及业务亮点

单位：人民币百万元

	2025	2024	YoY
 营业收入	4,762.97	3,838.20	24.1%
毛利润	3,254.54	2,550.56	27.6%
经调整净利润 ⁽¹⁾	508.89	360.87	41.0%
门店数	609	465	31.0%
 同店 ⁽²⁾ 收入	3,131.66	3,155.36	-0.8%
外卖收入占比	25.3	18.8	+6.5pcts
新店 ⁽³⁾ 堂食坪效 ⁽⁴⁾	1,953	1,703	14.7%

注：(1) 经调整净利润系公司年内利润剔除以权益结算的股份支付、上市开支以及上述事项的相关税费影响后的净利润；

(2) 同店统计口径为全年经营超300天、期末仍运营、门店面积不变的门店，2025年共计317家；

(3) 本报告中所述新店，指该自然年内新开设的门店；

(4) 数据口径为购物中心门店。



二、财务业绩回顾



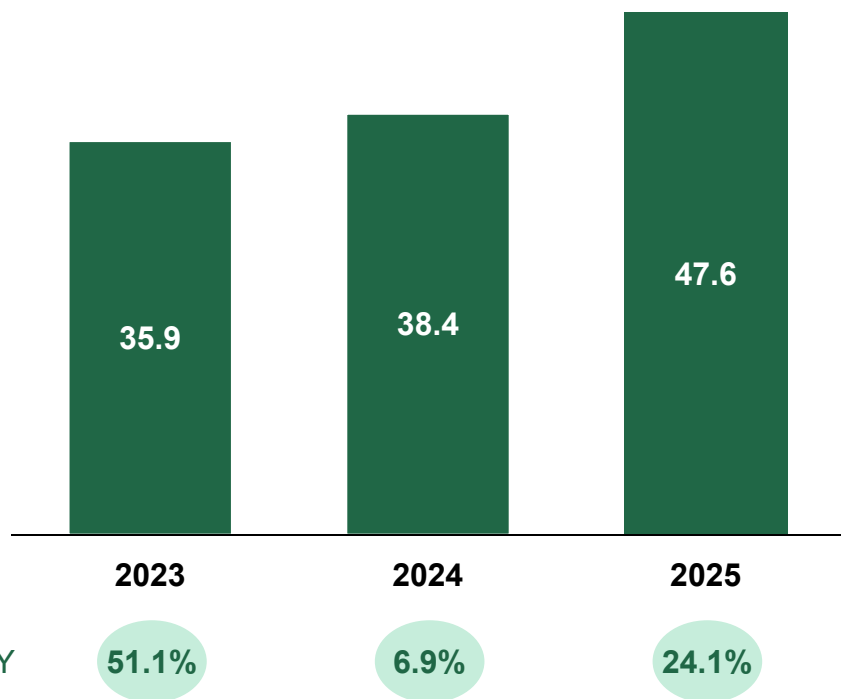
收入持续攀升，增势强劲，毛利率稳步上行



营业收入

单位：人民币亿元

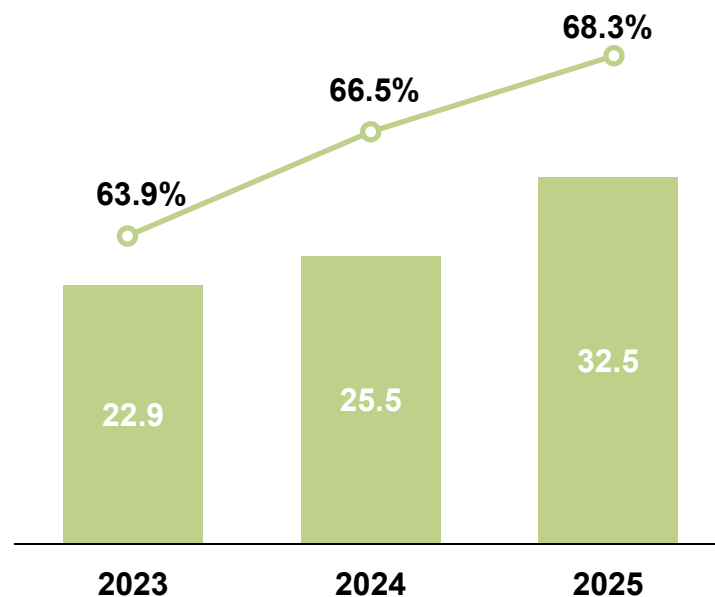
CAGR
15.2%



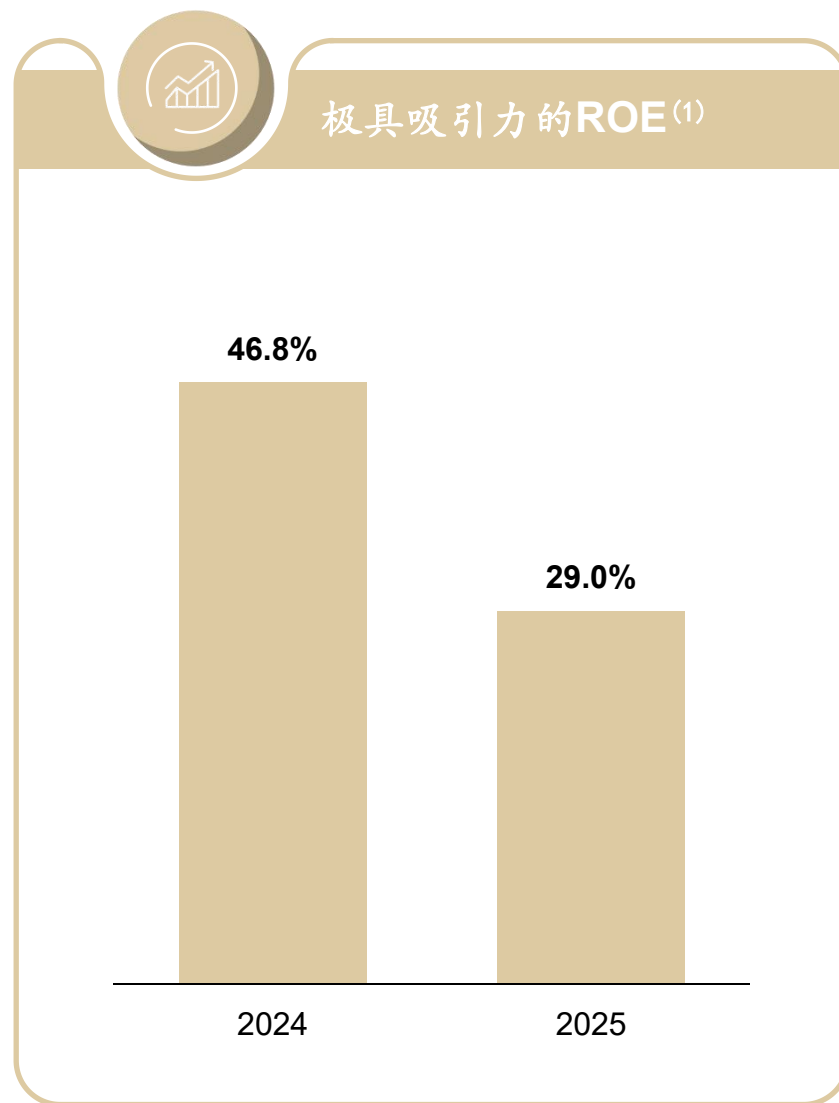
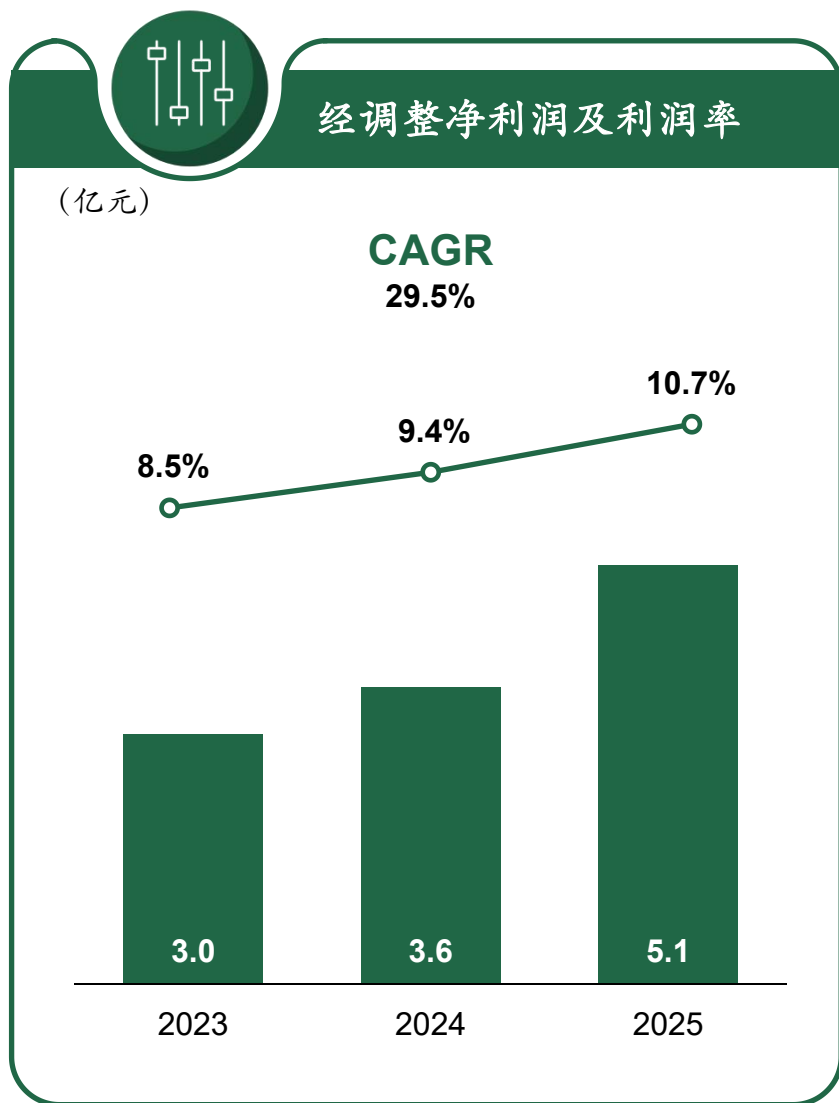
毛利及毛利率

单位：人民币亿元

CAGR
19.1%



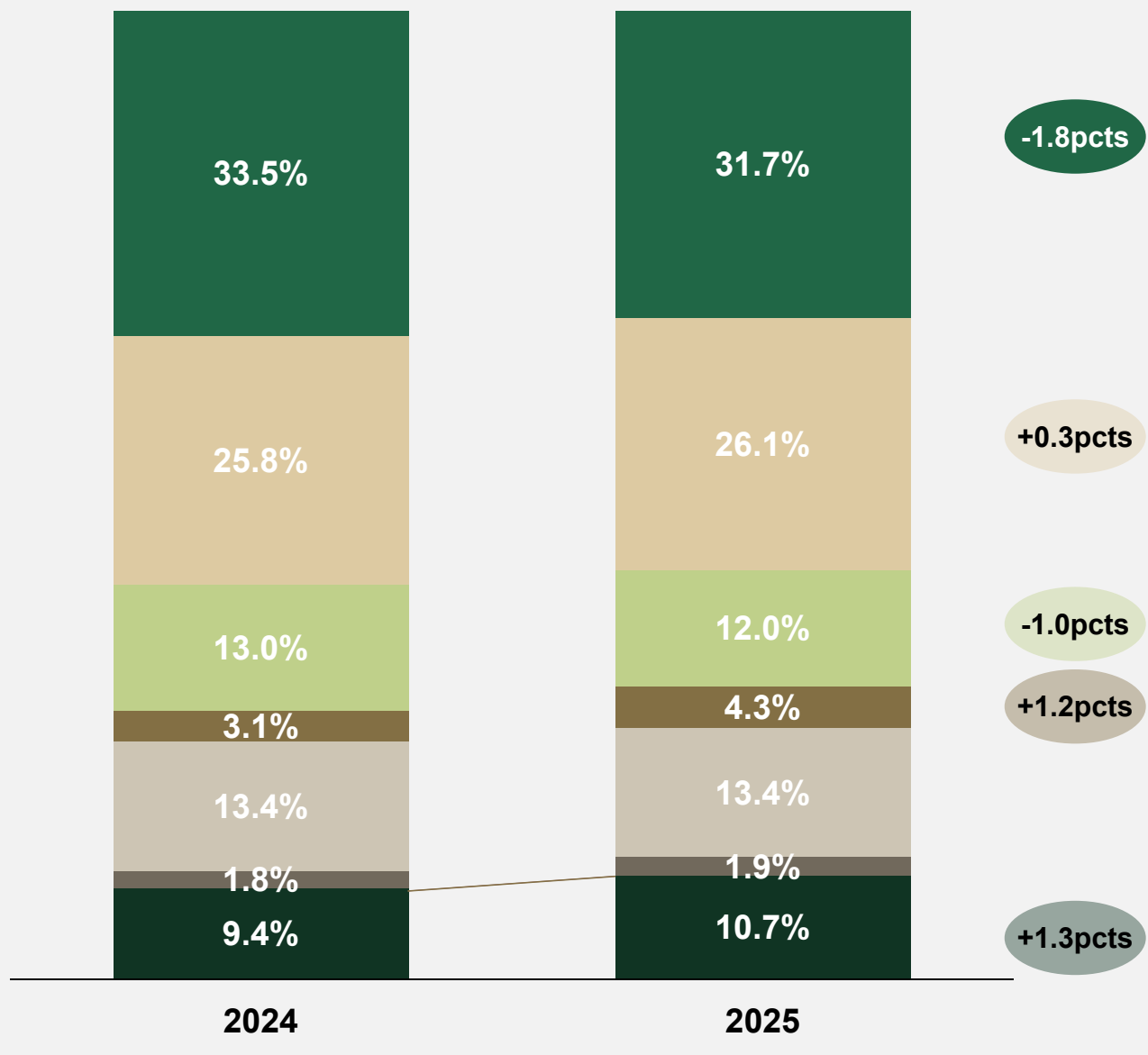
盈利能力持续提升，ROE极具吸引力



注：(1) ROE系经调整净利润除以股东权益所得

成本结构优化成效显著，利润率持续提升

-  原材料
-  员工⁽¹⁾
-  租金及折旧
-  外卖服务费
-  其他开支⁽²⁾
-  税费
-  经调净利润



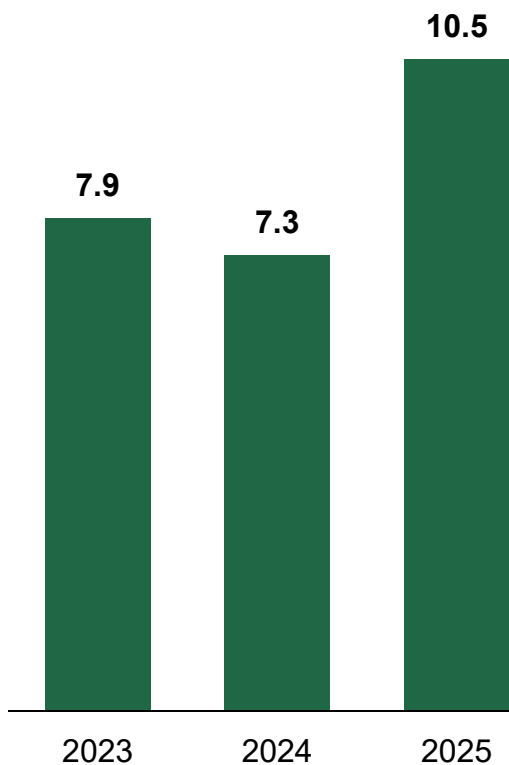
注：(1) 员工薪酬支出同比提升25.6%；

(2) 其他开支包括水电开支、物业管理开支、向第三方服务提供商支付的服务费、平台服务费等开支项目。

现金流充裕，资产负债结构稳健

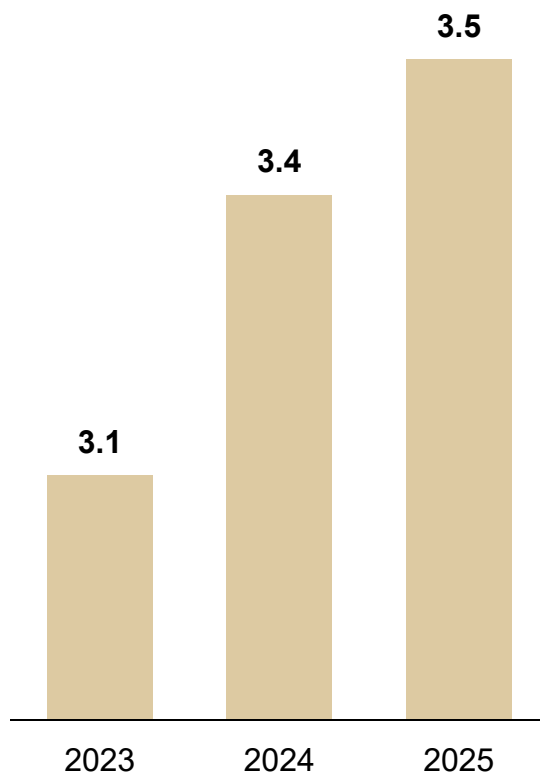
经营性现金流

(亿元)



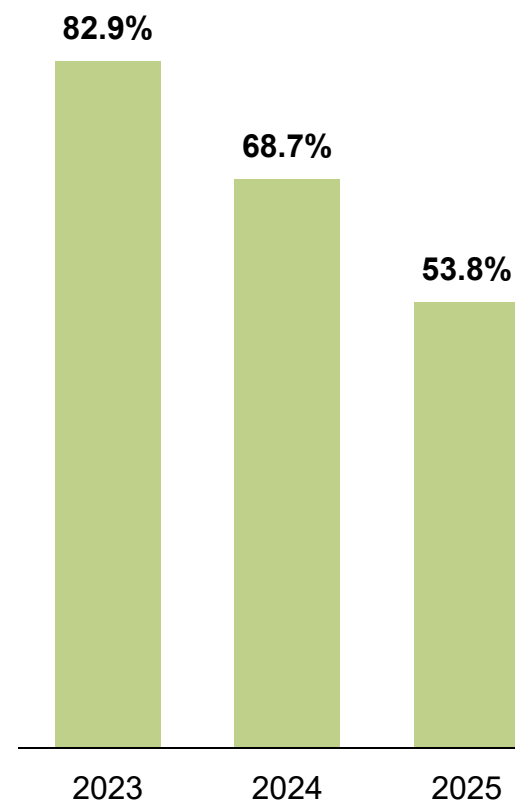
开店支出

(亿元)



资产负债率

(%)





三、业务回顾





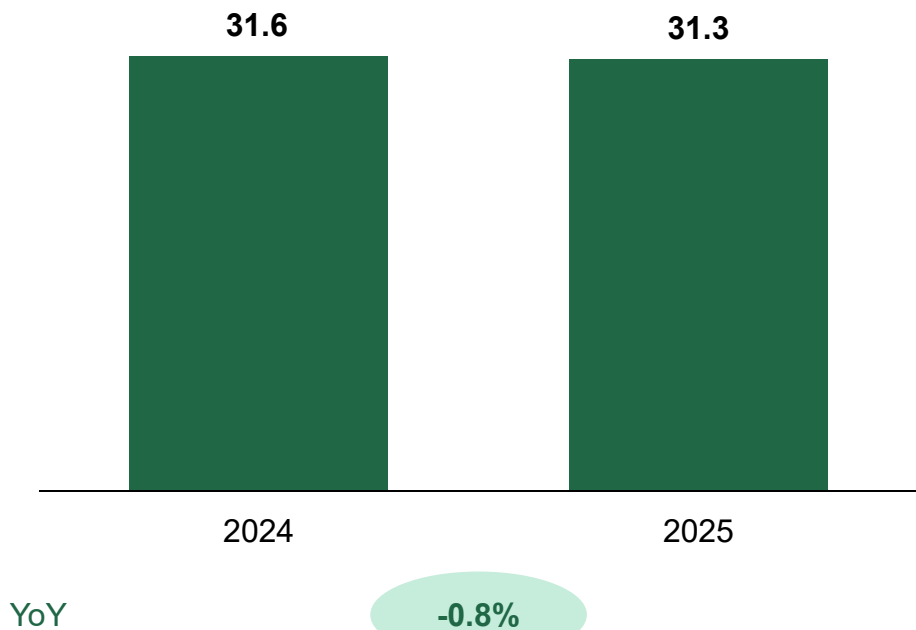
1. 门店经营



疾风知劲草，行业承压背景下，同店韧性凸显

2025年全年同店降幅收窄，领先同业

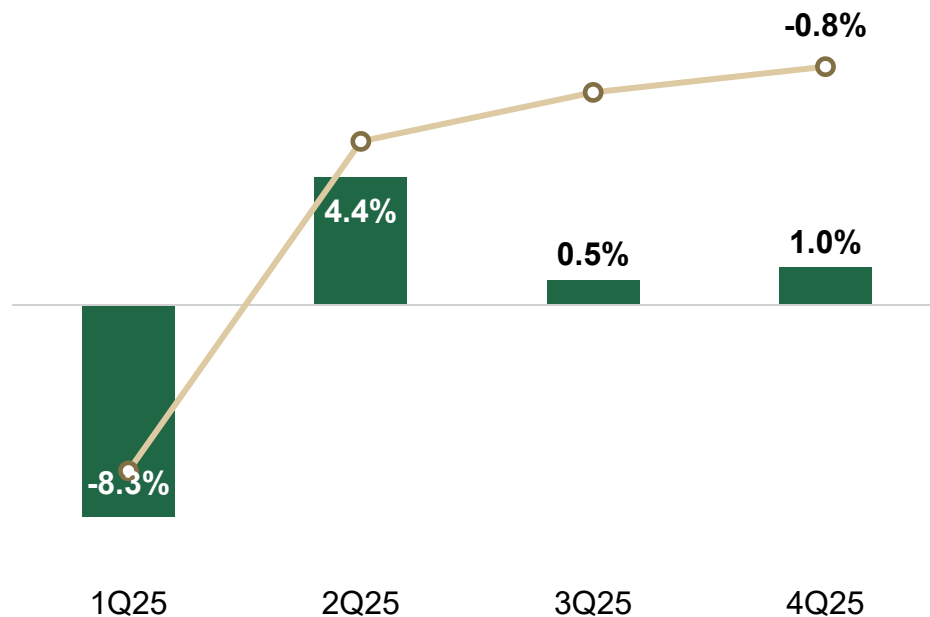
(亿元)



二季度以来同店销售正增

(%)

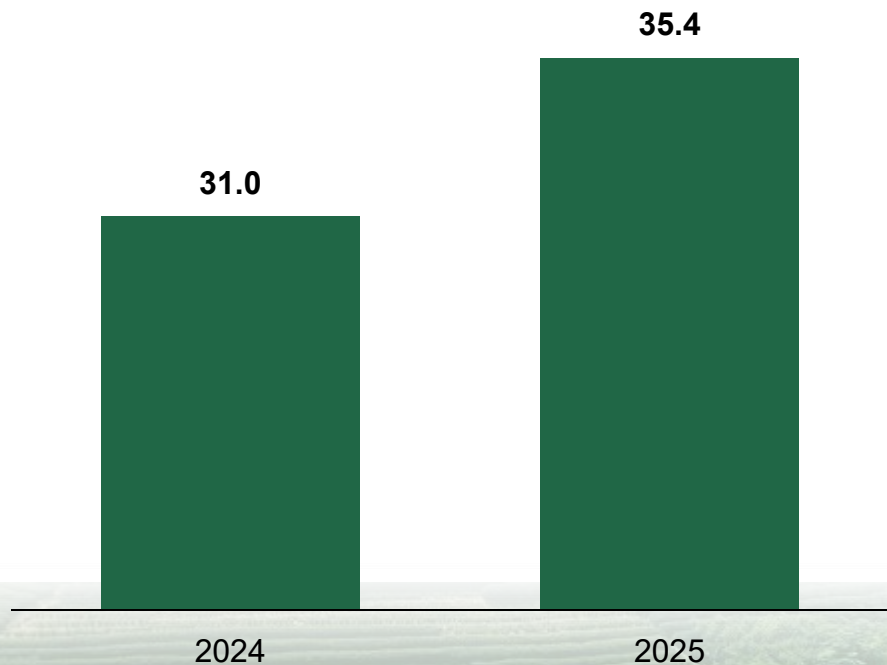
■ 季度同比 ○ 季度累计同比



夯实业务基础，堂食翻台与客单双双企稳

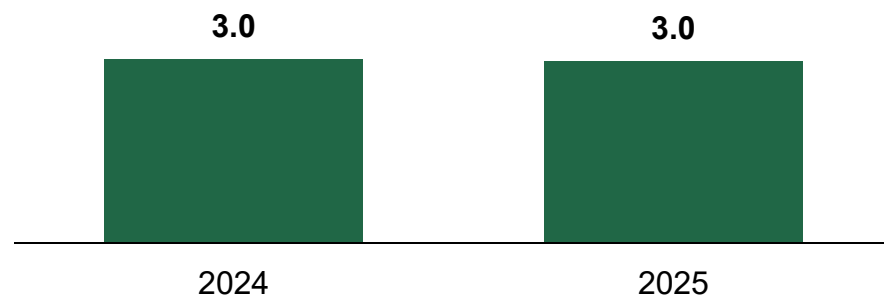
2024-2025年堂食业务收入

(亿元)



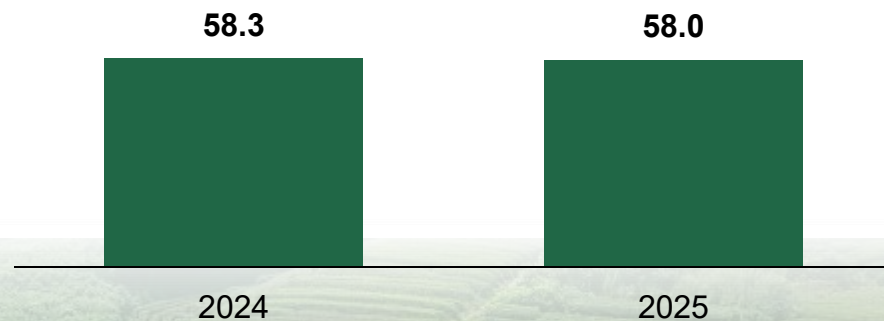
2024-2025年翻台率企稳

(次/天)



2024-2025年堂食客单企稳

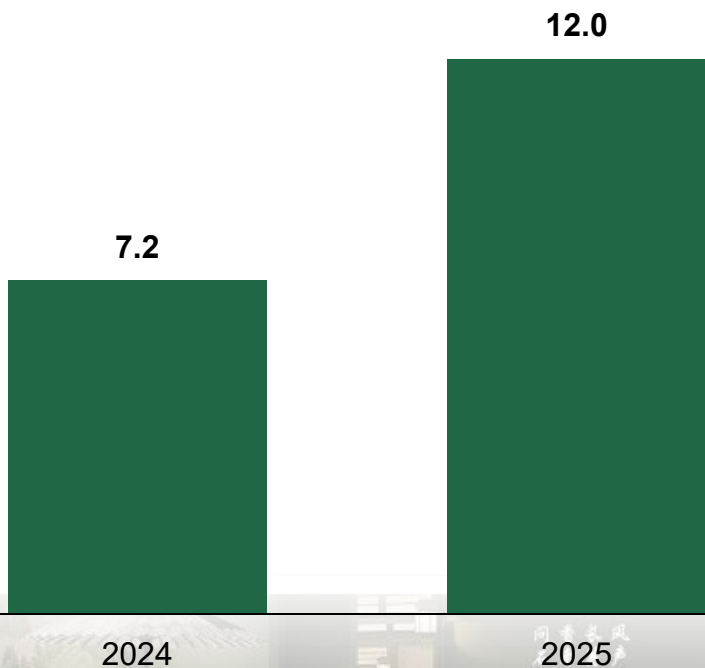
(元)



顺应行业趋势，外卖占比提升、客单微降

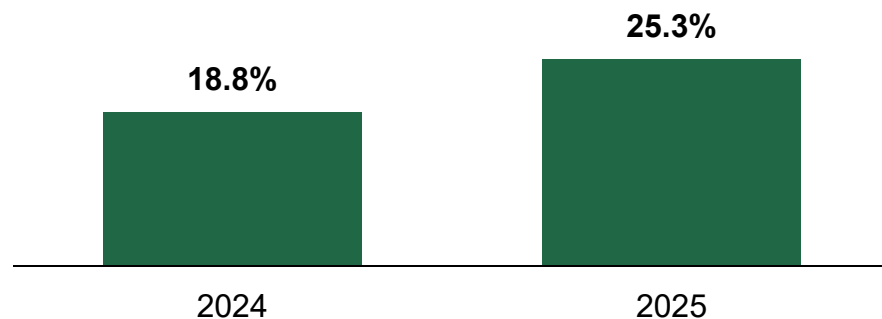
2024-2025年外卖业务收入

(亿元)



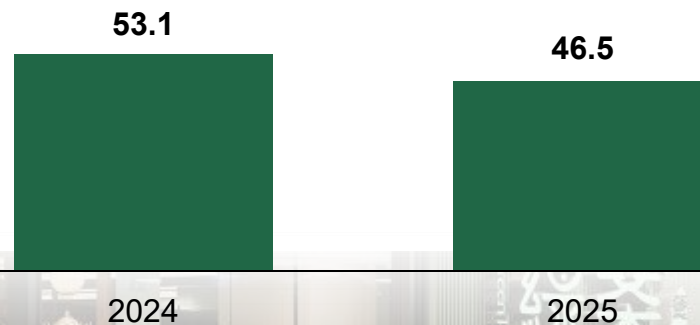
2024-2025年外卖业务收入占比

(%)



2024-2025年外卖客单价

(元)





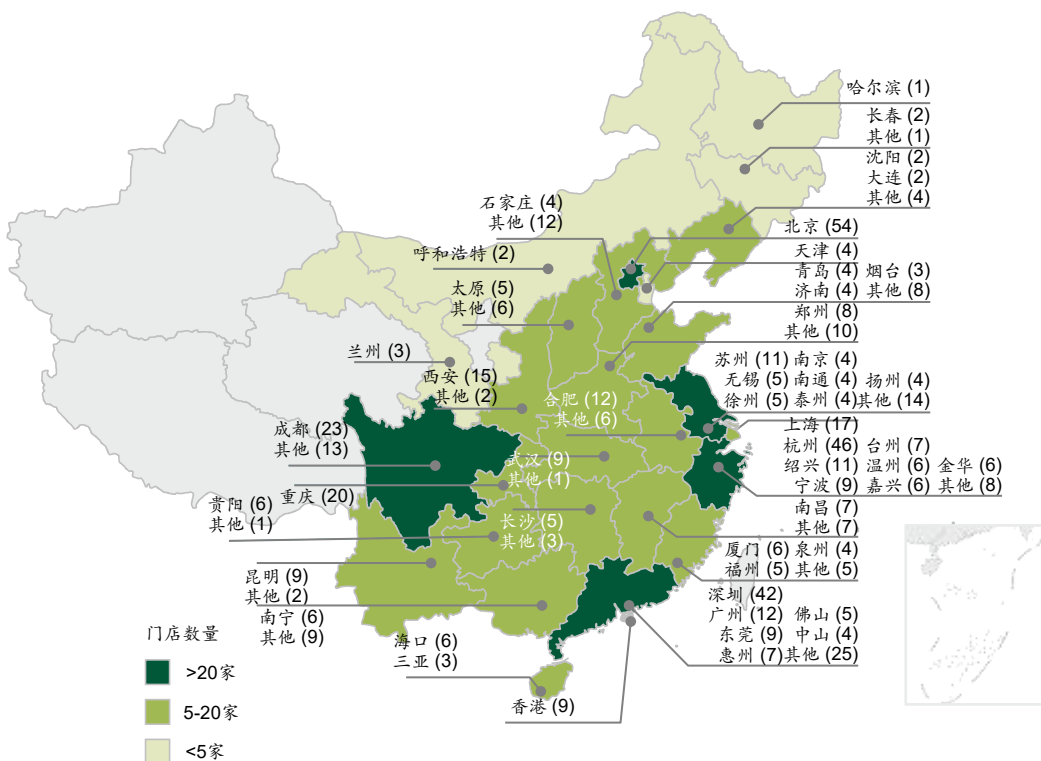
2. 餐厅网络发展



全国性网络布局持续完善，加密空间巨大，增长可期

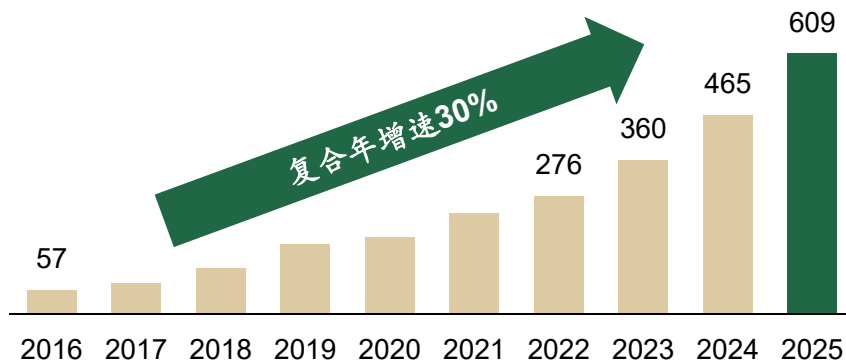
绿茶已经发展成为领先的全国性餐饮品牌

在京、粤、浙、川等不同菜系区域均能生根发芽



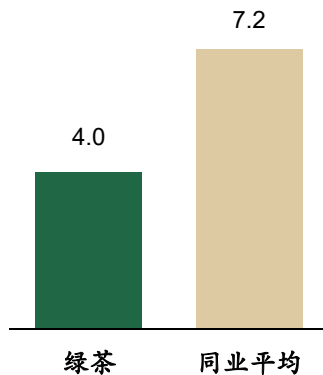
门店网络持续以~30%年增速稳定增长

历史期末绿茶餐厅数目，家

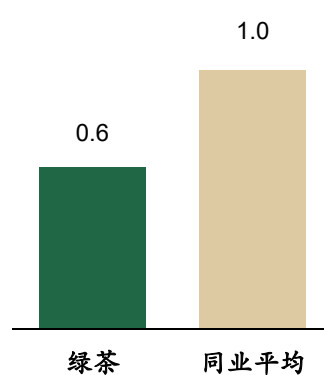


门店加密空间巨大

单城市平均门店数



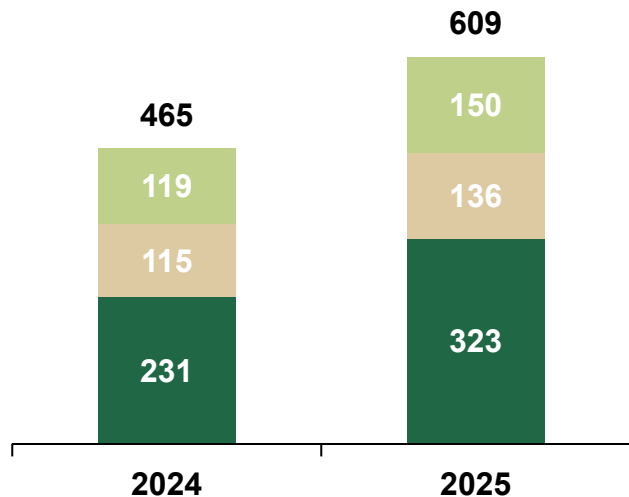
百万人口平均门店数



资料来源：公司招股书；公司2025年半年报；公司官网；灼识咨询
注1：同业平均为选取数家可比同业公司计算所得

门店突破600家，分区加密持续强化，下沉市场加速布局

2024-2025年门店数量



总计YoY

29%

31%

■ 一线及新一线占比

50%

53%

■ 二线占比

25%

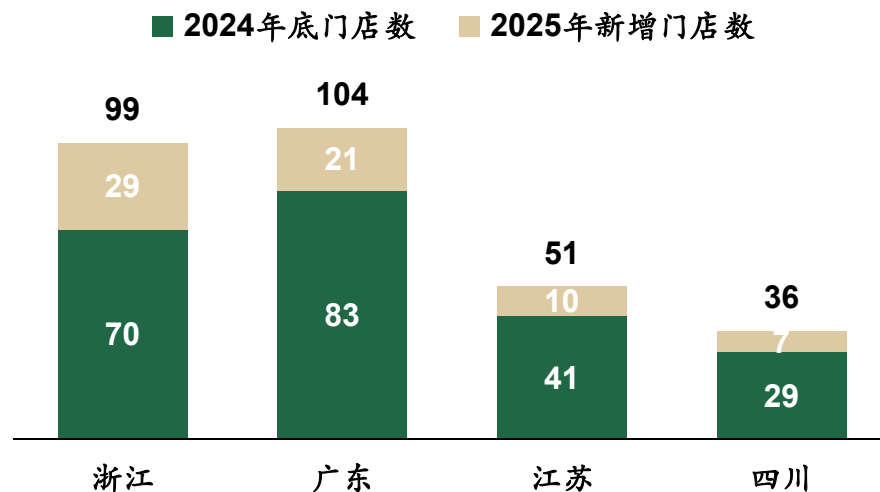
22%

■ 三线及以下占比

25%

25%

2025年布局加密区域



整体策略："分区加密+广度下沉"双轮驱动

分区加密：基于区域市场特征，差异化加密布局

广度下沉：新进16个二线以下城市，抢占下沉市场

扬帆出海，战略布局境外市场，收入实现跨越式增长

境外门店总计**14**家，覆盖亚太**4**个核心市场



香港



9家

全港核心商业区



马来西亚

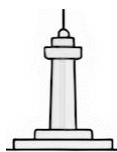


3家

吉隆坡核心商业区



泰国



1家

中央商务区核心地带



新加坡



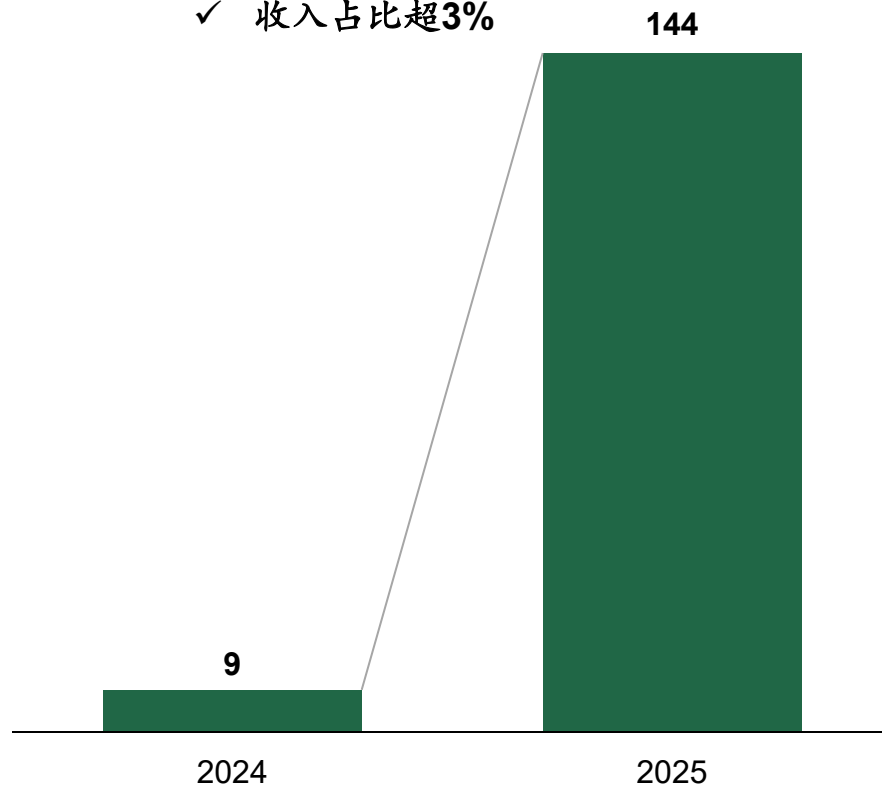
1家

中央商务区核心地带

2025年境外门店收入同比实现**16**倍增长

单位：人民币百万元

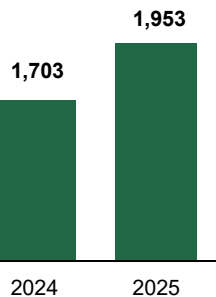
- ✓ 收入规模**16**倍增长
- ✓ 收入占比超**3%**



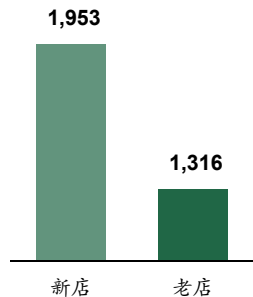
单店模型持续优化，门店效率与回报稳步提升

堂食坪效 (元/㎡/月)

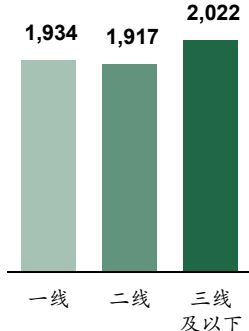
2024-2025年
新店堂食坪效



2025年分新/老店
堂食坪效

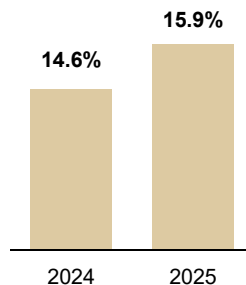


2025年分城市线级
新店堂食坪效

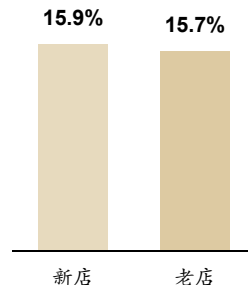


单店利润率 (%)

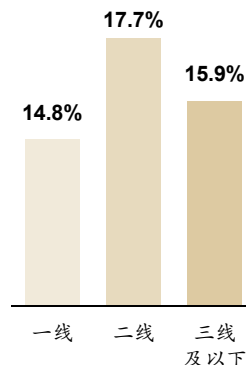
2024-2025年
新店单店利润率



2025年分新/老店
单店利润率

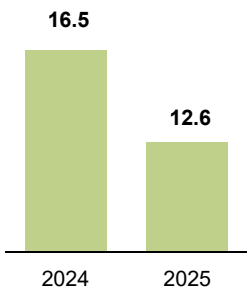


2025年分城市线级
新店单店利润率

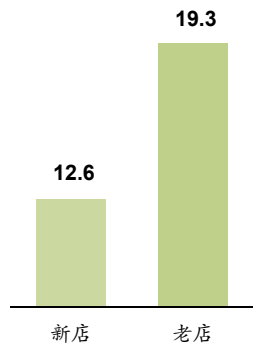


单店投资回报周期 (月)

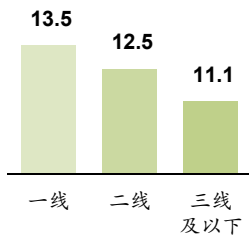
2024-2025年新店
投资回报周期



2025年分新/老店投资
回报周期

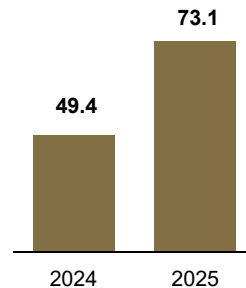


2025年分城市线级
新店投资回报周期

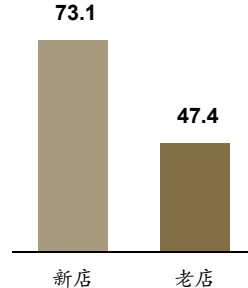


单店投资回报率 ROIC (%)

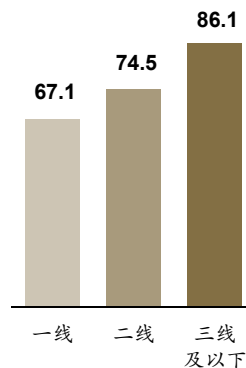
2024-2025年
新店投资回报率



2025年分新/老店
投资回报率



2025年分城市线级
新店投资回报率



注1: 本页所示数据统计口径仅包含购物中心门店;

注2: 一线城市包含一线城市及新一线城市;

注3: 单店利润率剔除开业投入摊销影响;

注4: 单店投资回报率 (ROIC) 的计算采用以下口径: 单店uc利润除以单店投入成本。



3. 供应链与食品安全



从“农场到餐桌”一体化供应链建设



源头严控： 深度绑定头部供应商



策略

与行业龙头企业建立
长期稳定的战略合作关系



优势

借助合作伙伴严格的
品控和溯源体系，确保食材的高
品质和安全

获得稳定、可靠的食材供应
通过规模化集中采购，
有效降低食材成本



样例展示之
烤鸡

向供应商定制化采购，明确鸡的
品种、养殖标准及规格要求
供应商按订单进行标准化养殖，
确保品质达标



过程管理： 数字化冷链仓储物流

全国布局八大中心仓，
辐射华南、华北、华东、西南等
核心消费区

实现食材从源头到门店的
温度实时监控，确保新鲜直达
安全可溯：全程溯源可查，从源
头守住菜品品质的底线

鸡出栏后经全自动化生产线完成
屠宰、消毒、分拣、清洗，严格
把控产品规格

全程采用0-4°C冷链运输至中心
仓，中心仓根据门店订单快速分
拣发货



终端场景： 门店标准化与智能厨房

门店严格按照SOP
(标准作业程序)进行烹饪，确
保口味统一

实现了“标准化生产”与
“现做现吃”的最佳结合
大幅简化后厨操作，
提升出餐速度和人效

门店按烤鸡SOP标准腌制确保口
味统一

顾客下单后将腌制好的冰鲜烤鸡
放入定制化智能烤箱，按预设模
式完成出餐

全面及严格的食品及运营安全控制体系

我们已针对我们运营的各个方面（包括采购、仓储及物流以及餐厅运营）建立了一套全面的标准及规范，以确保我们的食品及运营安全。

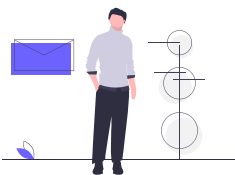
安全中心



负责监督整个集团的食物安全、消防安全及生产安全事宜以及纪律事宜



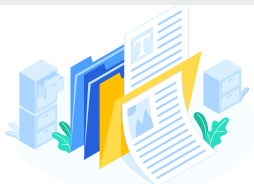
聘请在相关监管部门具有丰富经验的外部食品安全顾问来提供专业建议



我们还指定每个地区的一名员工为食品安全经理，负责确保该地区餐厅的日常运营符合我们的食品安全要求

全面标准

为选择供应商以及检查不同类型的食品供应商设定了全面的标准，以确保其安全性及质量



我们要求供应商向我们提供食品检测报告，并定期聘请第三方进行质量检查

我们位于总部的采购团队主要负责协调及管理整个餐厅网络中供应的购买、储存及交付



餐厅运营

我们设有餐厅巡查小组，对我们的餐厅进行突击检查，以发现并纠正潜在的品质及食品安全问题



成立中央监控团队，通过闭路电视监控我们所有餐厅的运营

持续培训餐厅员工，确保他们了解并遵守食品安全标准

ESG与可持续发展融入日常经营

绿色运营



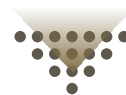
- 我们推行绿色包装策略，外卖包装盒100%采用全降解或可降解材质，包装袋亦均为全降解及可重复使用材质。
- 我们在本年持续进行节能灶具的更换工作，优先淘汰传统高能耗设备，引入新型节能蒸箱优化厨房运作，温度比传统蒸炉更均匀，减少翻热需时及用电量。

以人为本与社会责任



- 我们为员工日常工作所需的相关项目提供在线培训课程，开展了6,785次线上培训活动、9场线下活动，参与人数总达1,572,593人次。
- 我们以实际行动回馈社会，捐赠金额近千万元，包括第一时间向香港大埔火灾受灾人士捐赠。

不断优化ESG治理架构



- 公司已成立由董事会领导的ESG委员会，负责监督和推动公司的可持续发展战略
- 公司计划定期发布ESG报告，并设立了多种渠道与投资者就ESG议题进行沟通



四、未来展望



西湖水暖、茶香正浓，愿携手同行，共谱新华章



行业地位⁽¹⁾

跻身行业**前二**

短期

登顶行业**第一**

中长期



门店扩张目标

30%

国内门店年增速

突破**百家**

境外中长期门店数



业绩增长目标

20%+

收入增速

30%+

利润增速

超**15**亿元

境外收入

注：(1)按收入计，不包含快餐品类和火锅、烤鱼、烤肉品类。

綠茶[®]

餐厅

GREEN TEA
SINCE 2008

联系方式



投资者关系联系方式：
ir@china-greentea.com.cn



公司官网：<https://www.china-greentea.com.cn/>



公司社交媒体：
新浪微博：绿茶餐厅
微信公众号：绿茶餐厅