

綠茶®

餐厅

GREEN TEA
SINCE 2008



潮起钱塘 逐智远航

绿茶集团2026年中期
业绩回顾

会议演讲人



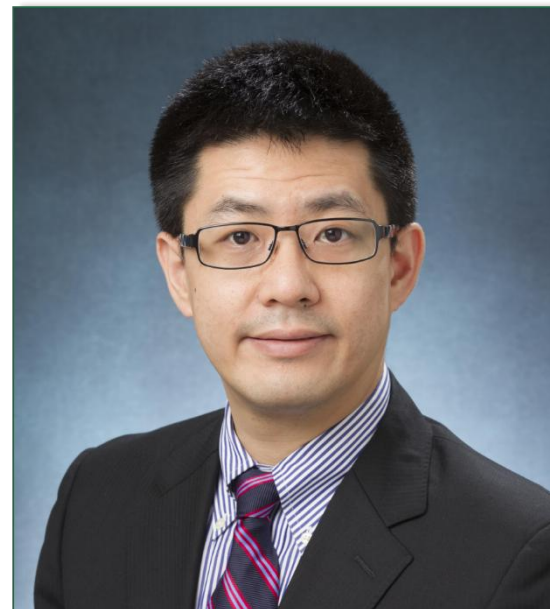
于丽影

执行董事兼集团副总裁



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



一、财务及业务亮点



财务及业务亮点

单位：人民币百万元



	1H 2026 ⁽¹⁾	1H 2025	YoY
营业收入	2,674.8	2,290.4	+16.8%
毛利润	1,839.9	1,556.5	+18.2%
经调整净利润 ⁽²⁾	293.8	251.4	+16.9%
门店数	733	502	+231
同店 ⁽³⁾ 收入	1,534.9	1,700.3	-9.7%
外卖收入占比	24.3	22.9	+1.4pcts
境外收入	162.8	44.4	+266.5%
新店 ⁽⁴⁾ 投资回收期（月）	12.5	11.9	+0.6

注：(1) 本演示材料中所称“1H2026”、“1H26”及“2026年上半年”，均指截至2026年6月30日止六个月期间；
(2) 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；
(3) 同店统计口径为全年经营超150天、期末仍运营、门店面积不变的门店，2026H1共计371家；
(4) 本报告中所述新店，指该自然年内新开设的门店；
(5) 数据口径为购物中心门店。



二、财务业绩回顾



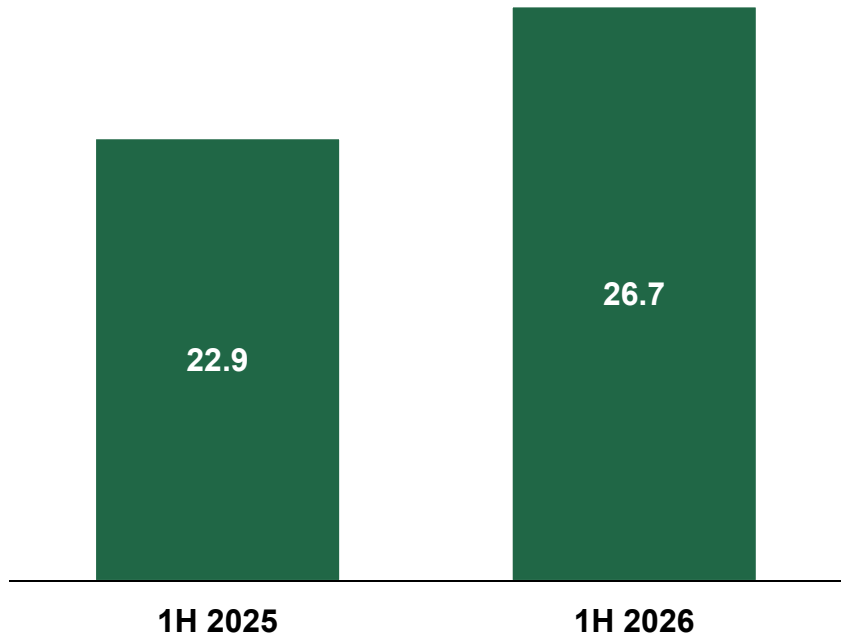
收入持续攀升，毛利率稳步上行



营业收入

单位：人民币亿元

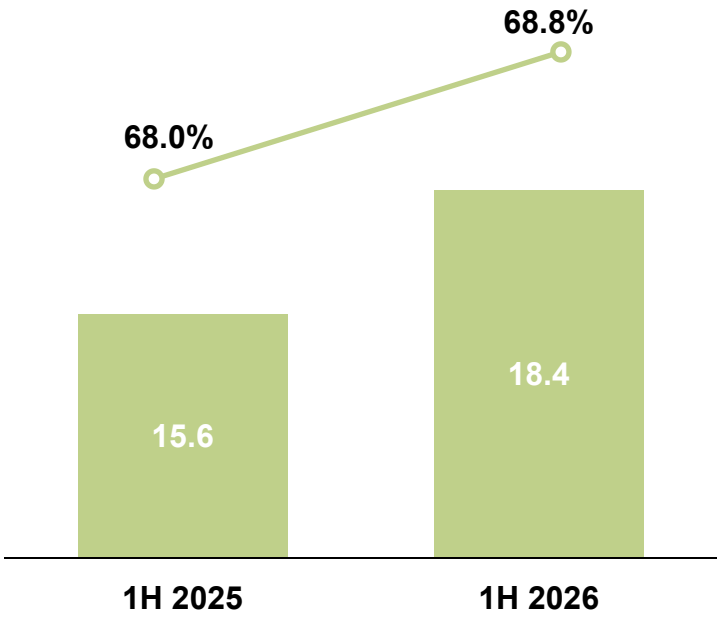
YoY
16.8%



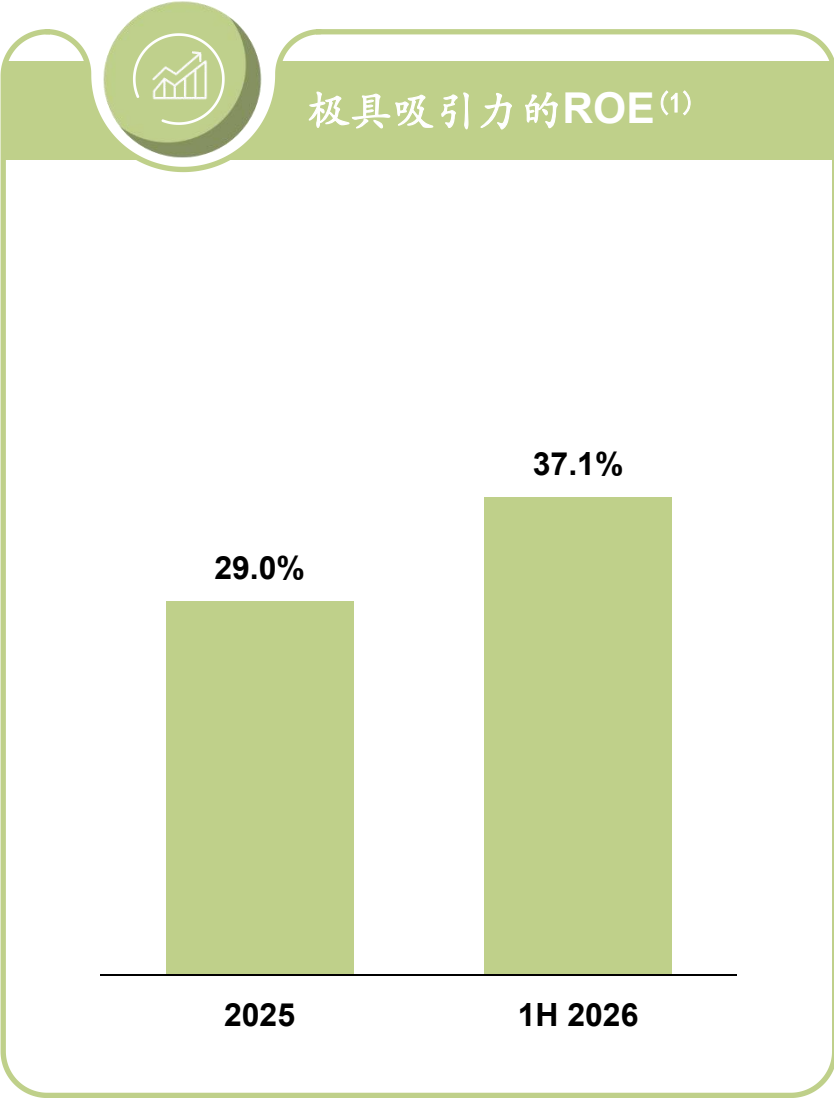
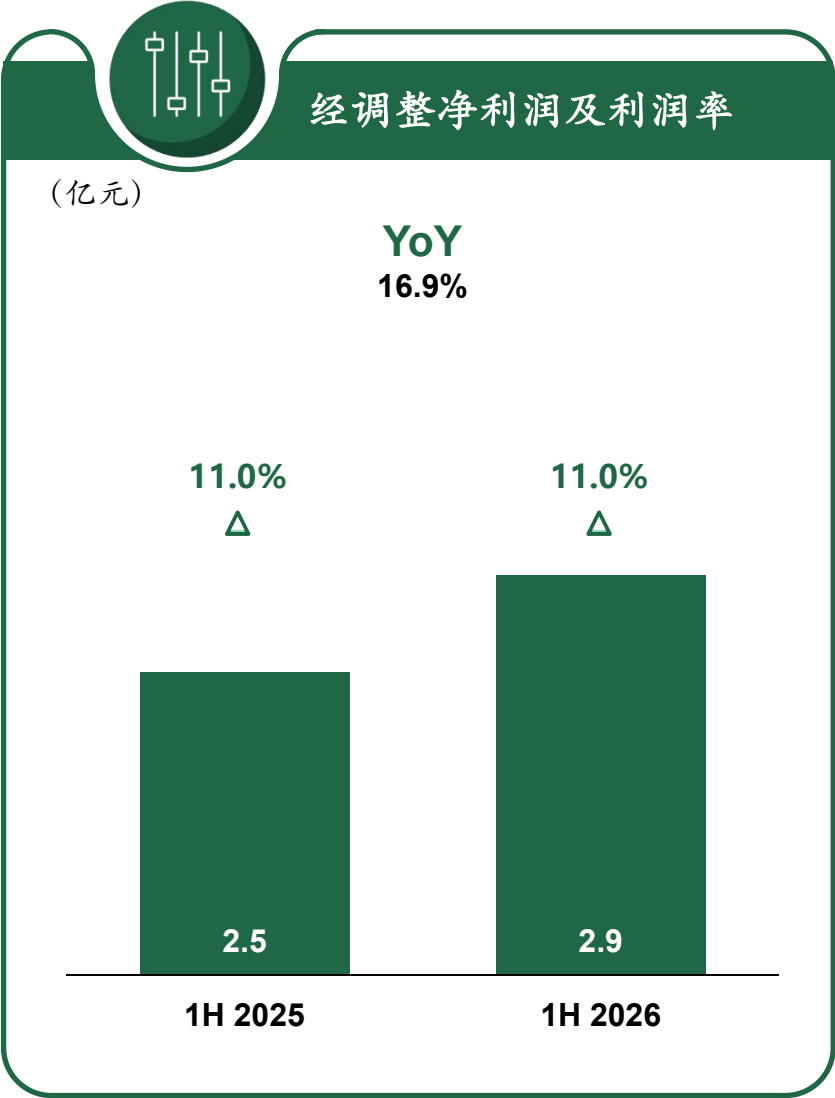
毛利及毛利率

单位：人民币亿元

YoY
18.2%

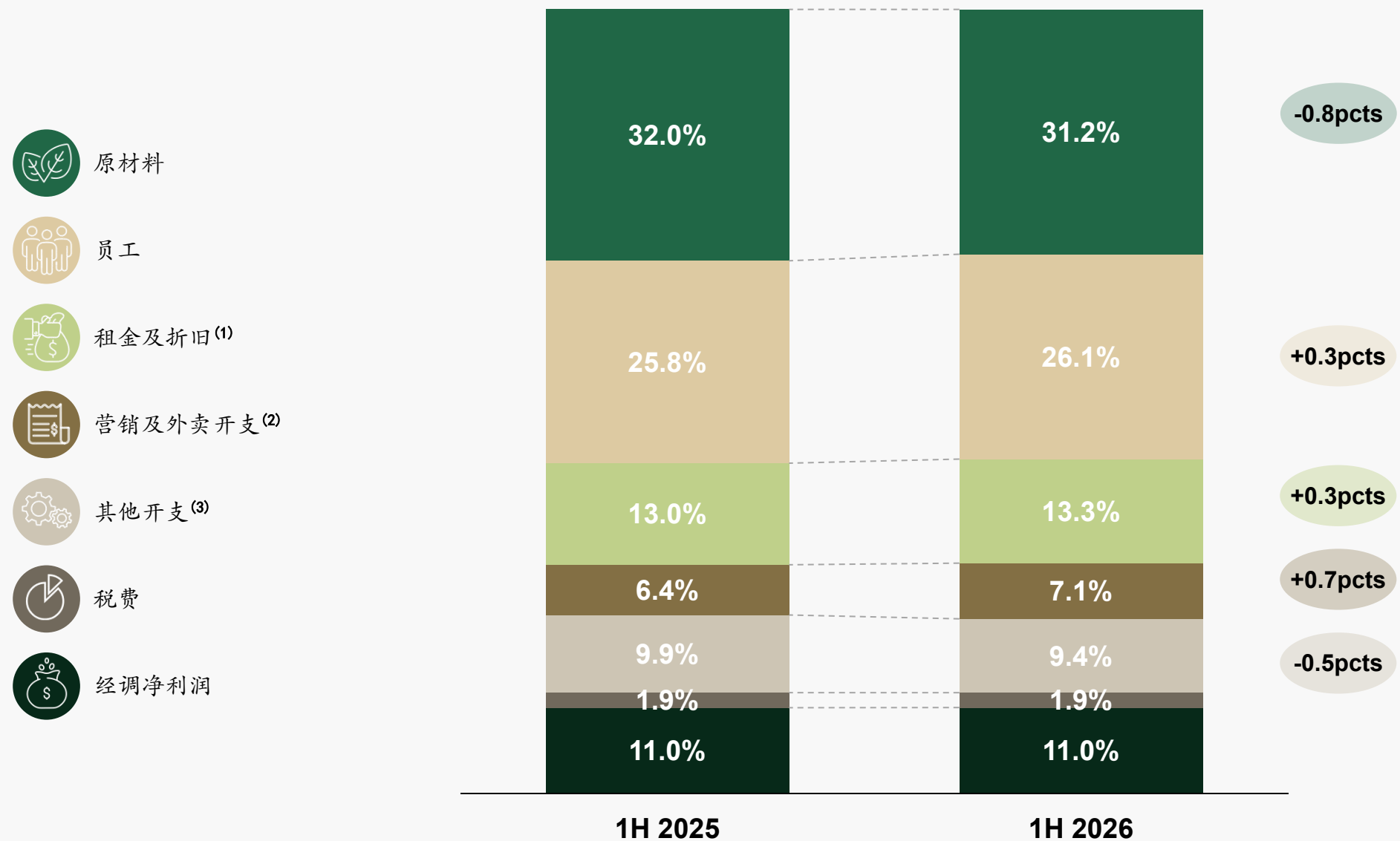


盈利能力保持稳定，ROE极具吸引力



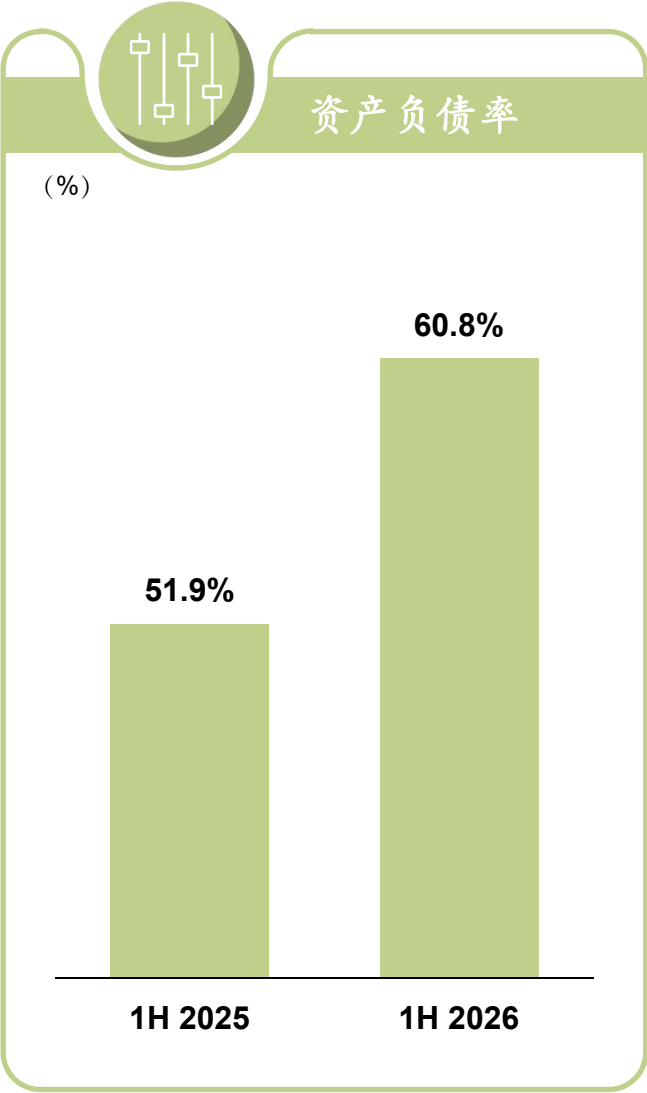
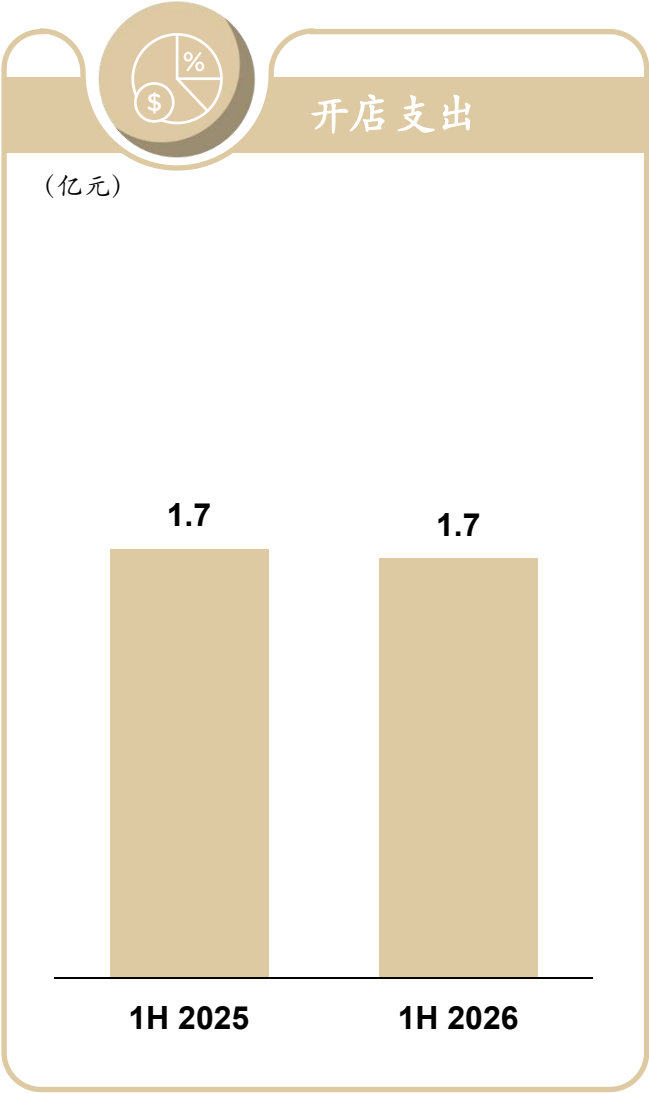
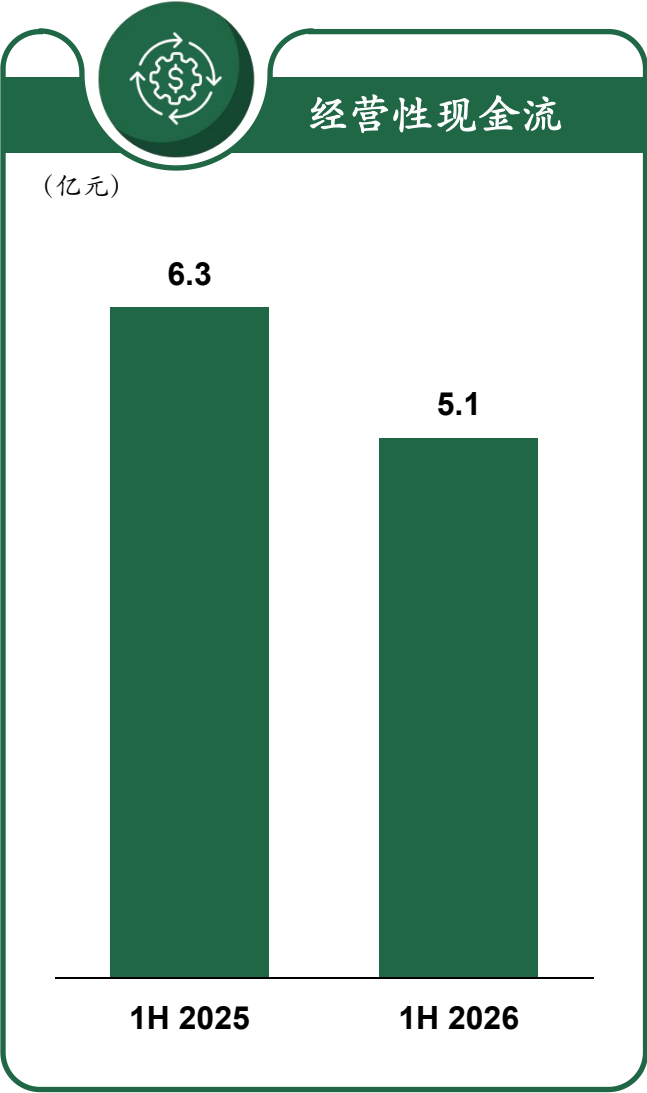
注：(1) 1H 2026 ROE系经调整净利润除以股东权益，并年化所得

经调净利润率保持稳定，成本结构持续优化



注：(1) 租金及折旧项包括：(i) 使用权资产折旧；(ii) 其他租金及相关开支；(iii) 其他资产的折旧摊销；及 (iv) 租赁负债利息；
(2) 营销及外卖开支项包括：(i) 平台服务费；(ii) 广告及营销开支；及 (iii) 外卖服务费；
(3) 其他开支为汇总项，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等开支项目；
(4) 本材料数据均按精确值计算并保留一位小数，因四舍五入，分项加总与合计或略有差异。

现金流充裕，资产负债结构稳健



注：本材料数据均按精确值计算并保留一位小数，因四舍五入，分项加总与合计或略有差异。

持续提升股东回报

2025年7月23日

每股派息

0.33 港元

2026年6月30日

每股派息

0.52 港元

累计每股派息

0.85 港元

累计总派息金额

5.65 亿港元

公司拟首次派发

中期分红

每股派息金额

0.30 港元

股利支付率⁽¹⁾

近 **60%**



三、业务回顾





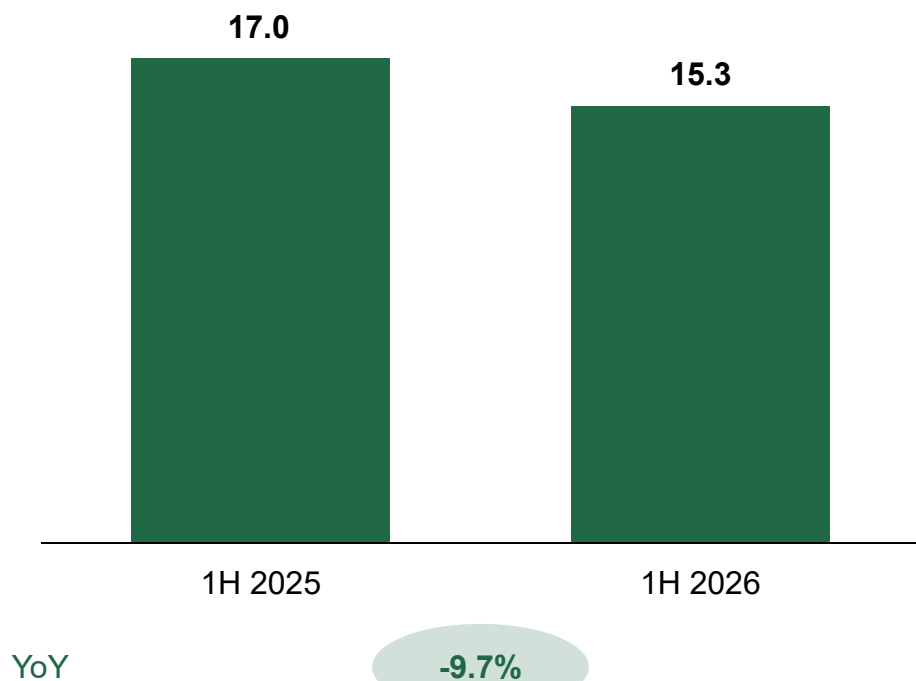
1. 门店经营



同店收入保持韧性，外卖增长部分抵消堂食压力

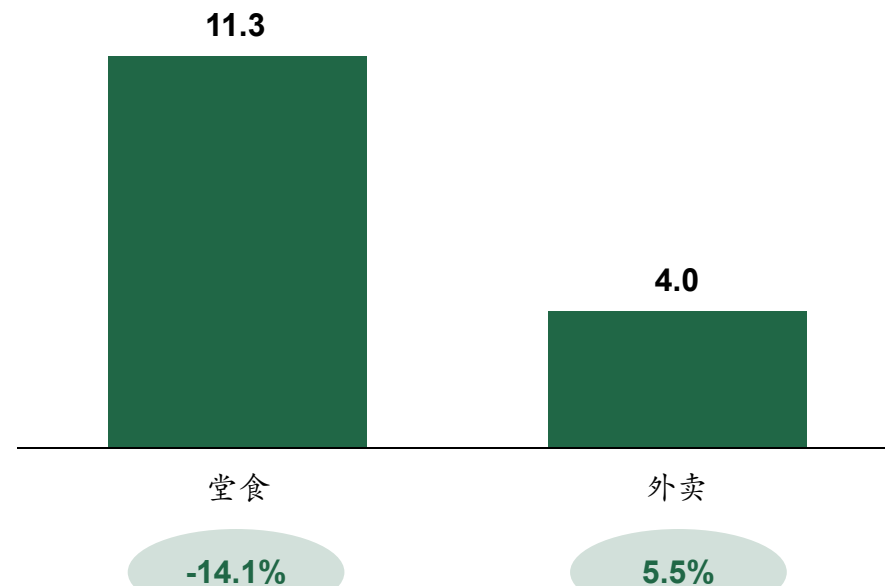
2026年上半年同店收入

(亿元)



2026年上半年同店堂食承压

(亿元)

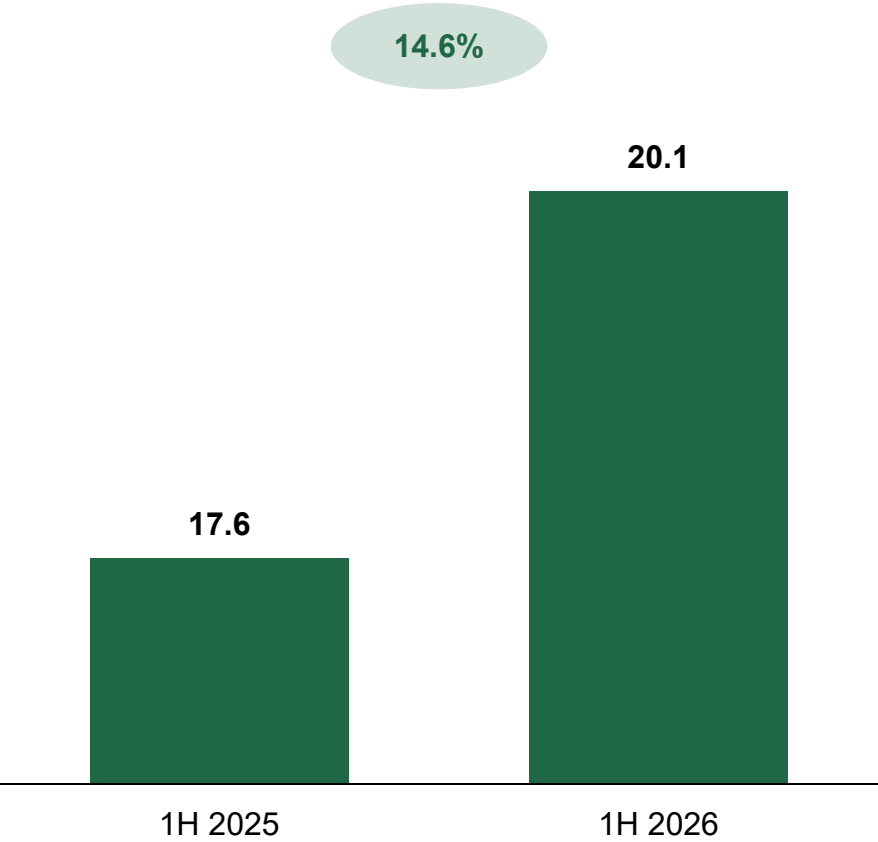


注： 本材料数据均按精确值计算并保留一位小数，因四舍五入，分项加总与合计或略有差异。

夯实业务基础，堂食收入~15%增长，客单企稳回升

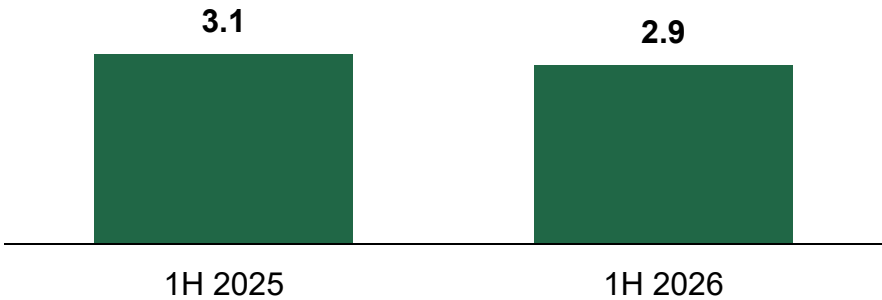
堂食业务收入

(亿元)



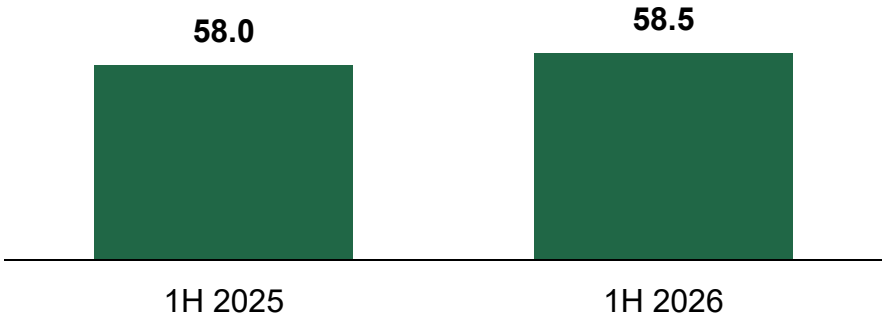
翻台率微降

(次/天)



堂食客单企稳

(元)

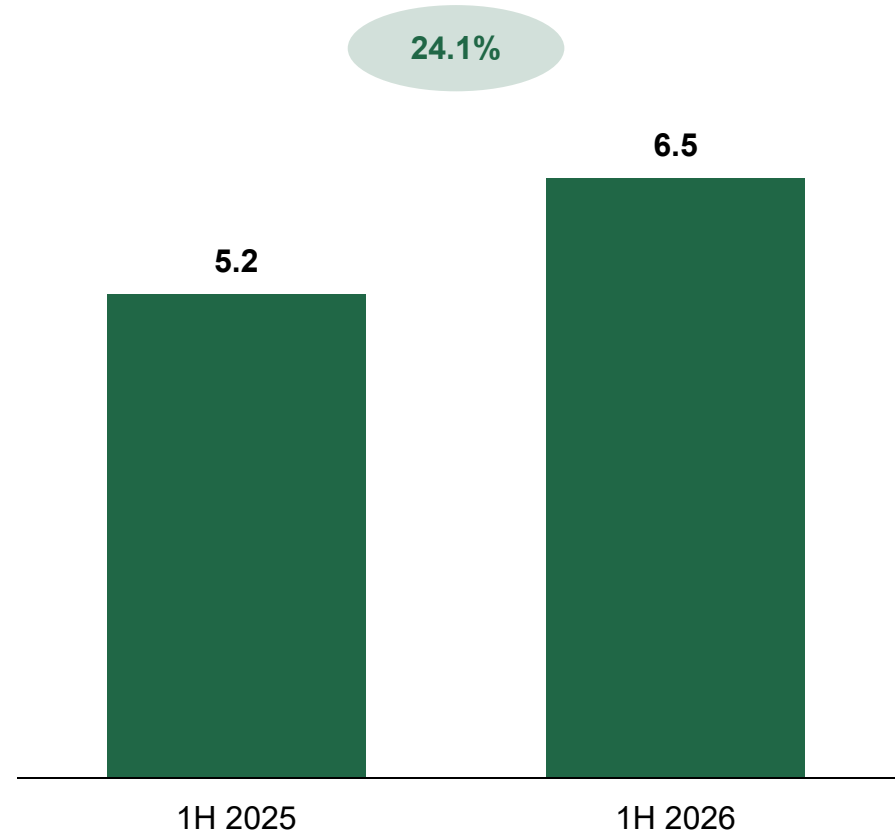


注： 本材料数据均按精确值计算并保留一位小数，因四舍五入，分项加总与合计或略有差异。

顺应行业趋势，外卖占比提升、客单微降

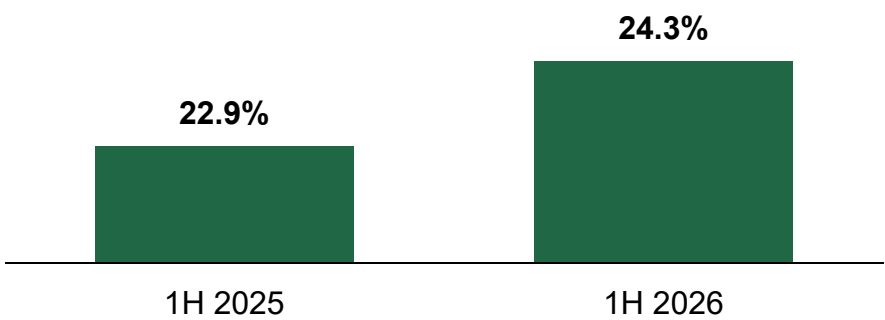
外卖业务收入

(亿元)



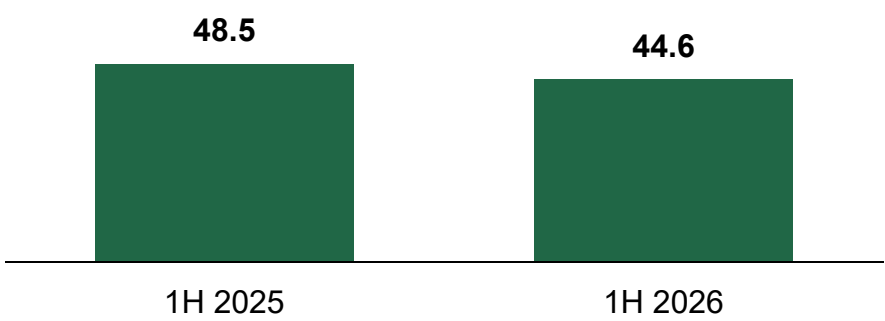
外卖业务收入占比

(%)



外卖客单价

(元)



注： 本材料数据均按精确值计算并保留一位小数，因四舍五入，分项加总与合计或略有差异。



2. 餐厅网络发展

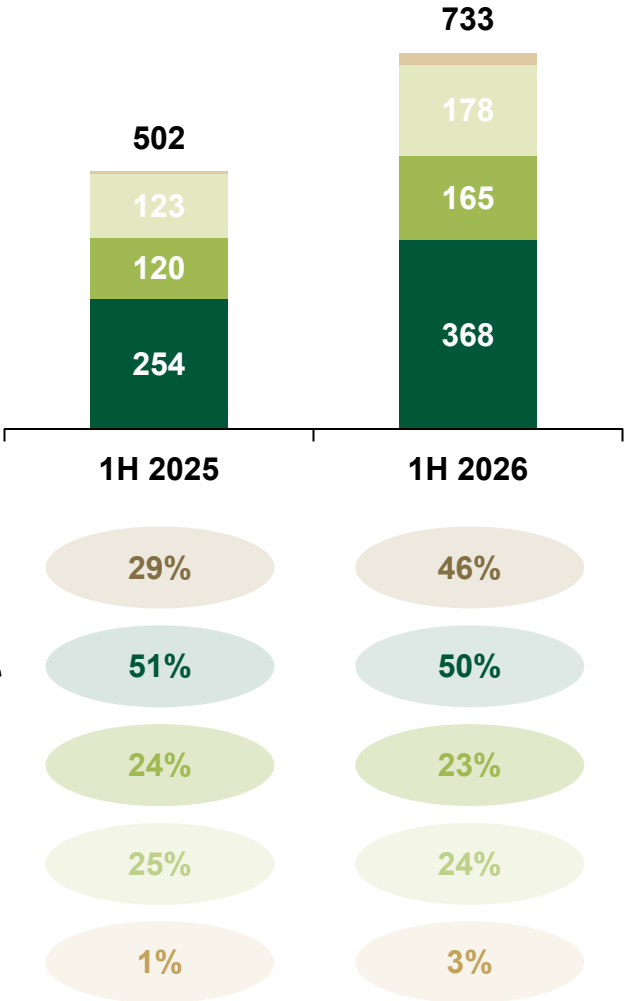
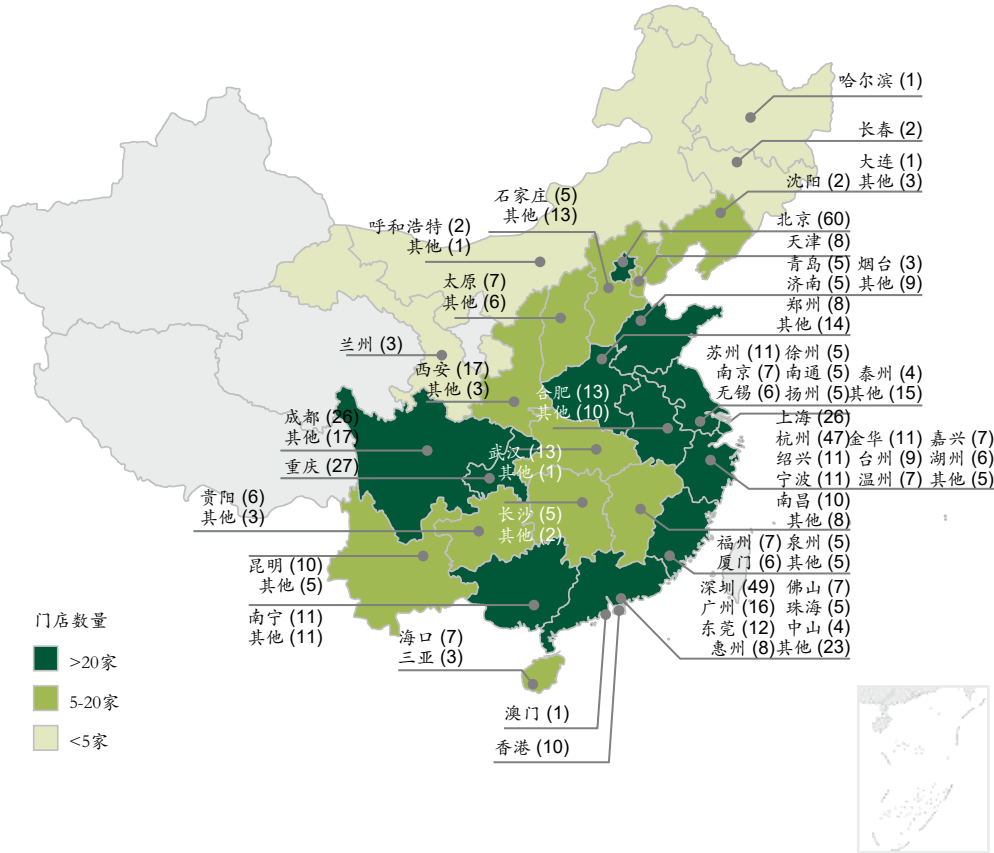


全国性网络布局持续完善，低线城市加密空间巨大

绿茶已经发展成为领先的全国性餐饮品牌

门店数量稳步增加

在京、粤、浙、川等不同菜系区域均能生根发芽



注：本材料数据均按精确值计算并保留一位小数，因四舍五入，分项加总与合计或略有差异。

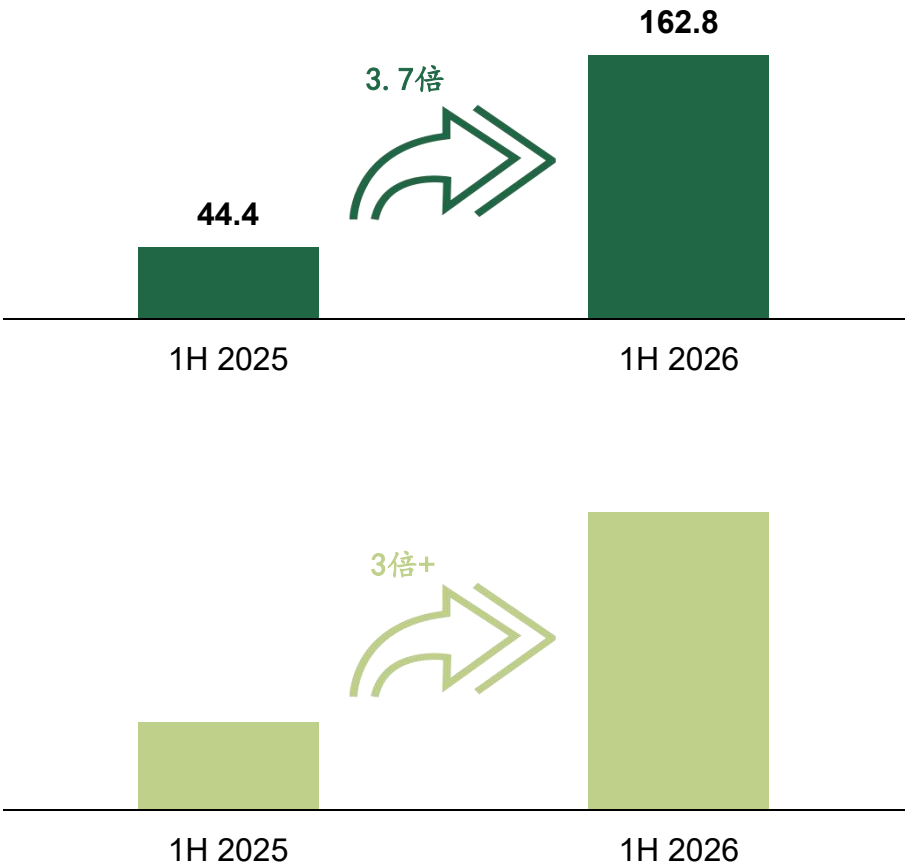
扬帆出海，收入及利润实现跨越式增长

境外门店总计**22**家，覆盖亚太核心市场



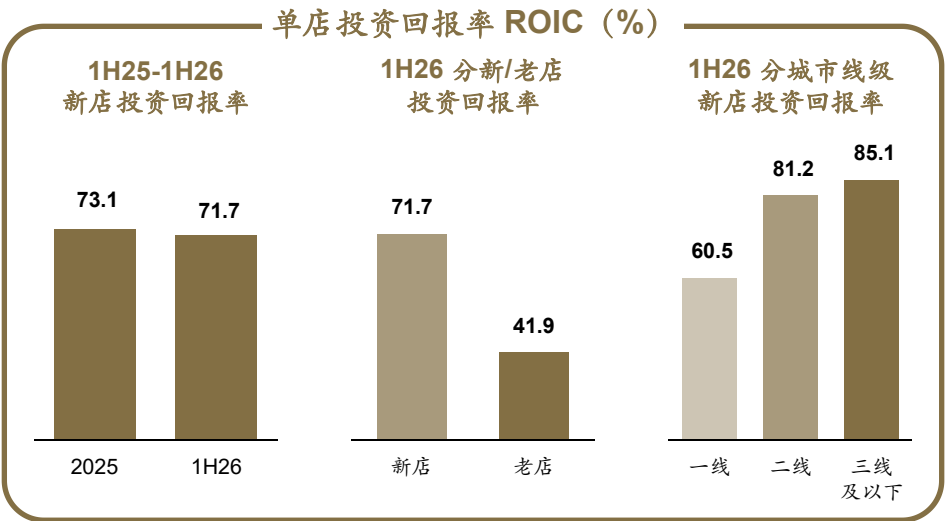
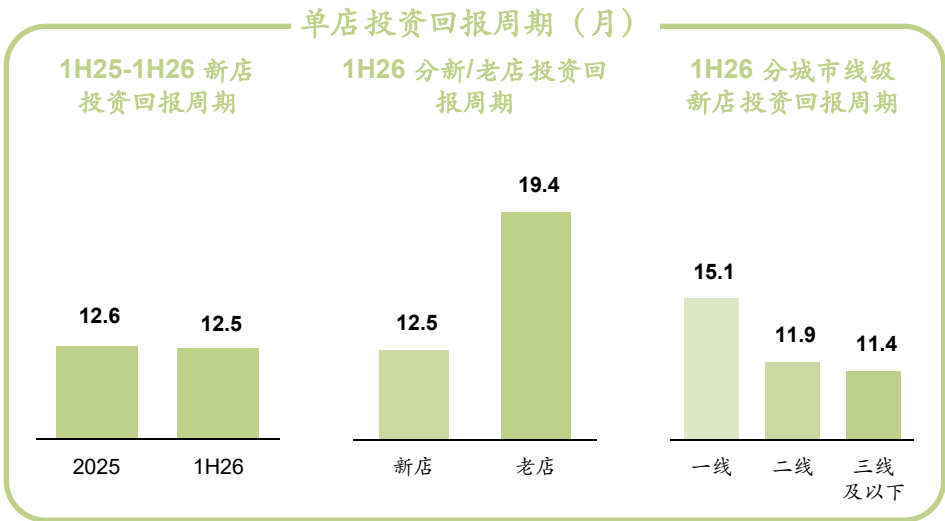
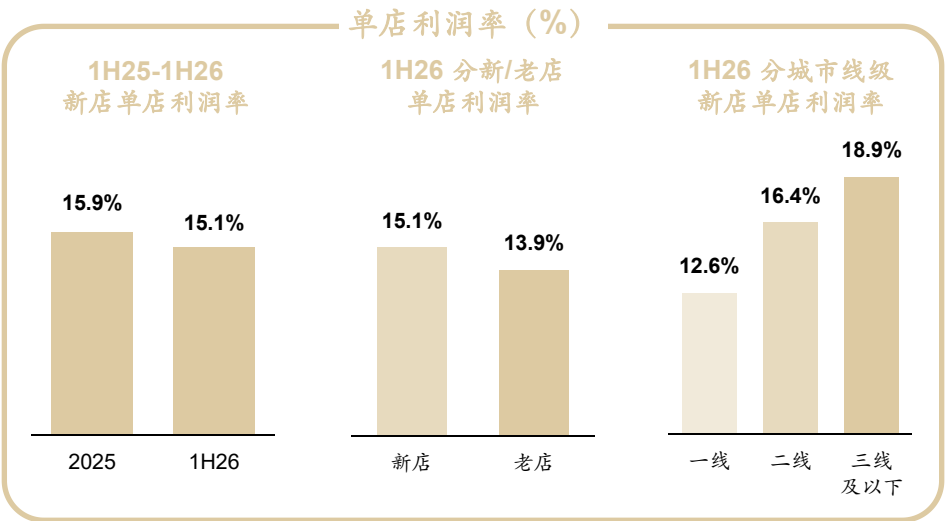
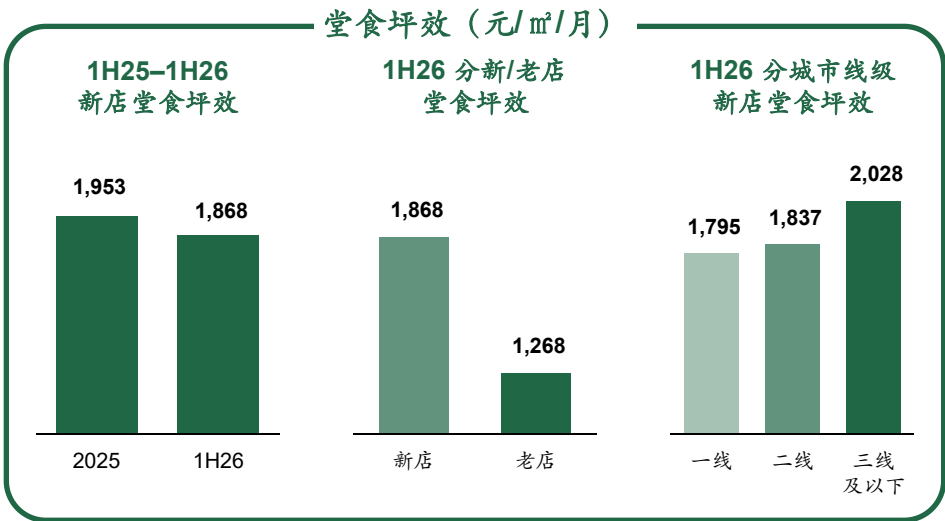
2026年上半年境外门店收入和利润

单位：人民币百万元



注：本材料数据均按精确值计算并保留一位小数，因四舍五入，分项加总与合计或略有差异。

新店模型持续优化



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。



四、集团战略



勇立潮头、应时而变——全面升级核心竞争优势

行业变局

客户需求升级



从低价格向质价比升级，愿为品质买单



业务模式转型

从纯线下向O2O模式演进

市场格局分化



市场国际化、线级城市分化、场景多元化

既有优势能力升级

品牌优势升级

广泛的品牌认知 → 健康为中心的品牌认知、线上到线下的一体化营销能力

供应链优势升级

低成本的原材料 → 低成本、高品质、独有的原材料

网络优势升级

全国网络覆盖 → 多层次、多店型的网络扩张能力、全球化的网络

管理优势升级

完善的餐饮管理体系 → 基于数据和AI的精准管理能力，支持全面效率优势、规模化扩张能力以及动态经营管理

既有优势 让我们成为行业领先，能力升级 将让我们抓住行业变局，成长为全球领先餐饮品牌

集团战略——国际化、健康化、数智化



国际化

让世界品尝中国味道

- 稳步推进境外门店布局，现已进入港澳、马来西亚、新加坡、泰国市场
- 本年计划继续重点开拓亚太市场，并探索欧美市场机会
- 中长期境外门店数破百，收入超15亿元人民币



健康化

让健康味美护食客安心

- 打造绿色、健康的品牌理念
- 持续升级健康、安全的专属原材料供应链，以极具竞争力的价格提供高品质的食材
- 围绕健康、新鲜的食材和中式特色的创新烹饪方法，强化菜品开发，升级就餐体验



数智化

让中餐模式标准可复制

- AI赋能门店运营、营销增长、网络拓展和管理体系
- 显著提升门店服务、菜品标准化水平以及人工效率，提升门店利润率
- 显著提升营销以及网络拓展能力，推动同店收入企稳回升和新店持续拓展

AI赋能——让中餐经营模式实现跨越式发展

01. AI赋能门店运营

现状 成熟的门店SOP，但执行仍高度依赖店长经验。

AI+ AI+硬件实时监测服务与产品质量；基于需求预测智能调度食材、人力等资源。

价值 提升服务质量和效率，降低门店运营成本

02. AI赋能营销增长

现状 线下门店具备稳定客流；但线上营销和会员私域运营能力不足。

AI+ AI赋能线上营销和会员运营，并与门店联动部署实时、定制化的O2O营销方案。

价值 优化营销ROI，提升同店收入

03. AI赋能网络拓展

现状 拓展以符合条件的购物中心为主；店型模型相对单一，覆盖半径有限。

AI+ AI匹配选址、店型、商圈与投入产出，因地制宜布局多元店型。

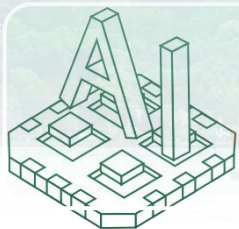
价值 扩大可服务市场规模，提高增长天花板

04. AI赋能管理体系

现状 数据分析、经营追踪、问题识别仍依赖人工，时效性和精准度需要提升。

AI+ AI部署7x24的数据监测、经营追踪，实时定位各层级经营单位的问题并提供解决方案。

价值 提升组织管理半径、响应速度和管理效果



核心价值： 让中餐连锁经营标准化、可复制和可规模化，实现跨越式发展



强强联合——绿茶集团 × 蚂蚁数科



中餐连锁领先品牌
丰富的场景经验和运营数据



数字科技

头部数字科技服务商 深耕B端市场
领先的AI技术能力和深厚的技术数据积累

AI 智能餐饮战略合作伙伴

共同探索 AI 技术在连锁餐饮全价值链的深度应用，实现技术能力与场景经验的强强联合

我们的长期目标：

成为全球领先 餐饮连锁品牌

让中餐模式标准可复制

让健康味美护食客安心

让世界品尝中国味道

6831.HK | 绿茶集团





感谢倾听