

上市餐企加码做外卖 老牌连锁借新店谋新机

证券时报记者 曹晨

近期陆续披露的上市餐企财报显示,餐饮行业竞争加剧,业绩分化趋势显著。整体来看,快餐及新锐品牌表现强势,老牌龙头企业增长放缓。

近年来,面对市场挑战,上市餐企

除主动下调菜品价格、优化菜单结构外,纷纷调整经营策略,外卖业务占比明显提升。此外,老牌餐企纷纷加码多品牌布局,优化单店模型。业内认为,单店模型优化是多品牌扩张的基础,有望成为餐企破解增长瓶颈的关键路径。

1 餐企业绩分化明显

近日,百胜中国、海底捞、呷哺呷哺、九毛九、小菜园、绿茶集团、遇见小面等港股连锁餐企相继发布财报;在A股,西安饮食、全聚德等餐企也已发布业绩预告。

百胜中国2025年营收118亿美元,同比增长4%,营收规模位居行业首位;净利润同比增长2%至9.3亿美元。庞大的门店网络使其在市场中占据优势,2025年净新增门店1706家。截至去年12月底,门店总数达到18101家,覆盖超过2500个城镇。

百胜中国首席执行官屈翠蓉在财报电话会上表示,未来,百胜中国将通过自营与加盟相结合的经营模式,稳步迈向2026年门店总数超2万家的目标,并计划在2030年门店数量超3万家。

从收入增长看,新上市的“中式面馆第一股”遇见小面增速领跑。其2025年实现收入16.22亿元,同比增长40.5%;实现净利润1.06亿元,同比增长约74.8%,净利润增速同样位居行业前列。

遇见小面表示,收入增长主要得益于餐厅网络扩张;截至报告期末,公司餐厅总数达503家,净增143家;同店销售额同比增长1.0%,同店日均订单量同比增长9.9%。盈利能力改善主要由于直营及特许经营餐厅网络的拓展,门店从市中心逐步向周边地区延伸,带动租金成本下降、利润率提升。

此外,绿茶集团、小菜园两家上市企业营收均实现正增长。其中,绿茶集团营

收增长达24.1%,小菜园营收增幅为2.6%。与之相对,九毛九、呷哺呷哺营收分别同比下降近14%和20%,老牌连锁品牌收入承压明显。

盈利能力方面,海底捞以40.42亿元净利润位居行业首位,但净利润下滑约14%。公司表示,2025年餐饮消费市场仍面临竞争加剧、消费需求迭代的复杂环境。利润下滑主要受翻台率下降以及产品、场景等创新模式调整影响。

其他上市餐企中,小菜园、绿茶集团、九毛九均实现净利润增长。其中,绿茶集团同比增长38.9%,小菜园增长23.2%,九毛九年度溢利同比增加14.3%。而呷哺呷哺净亏损为2.96亿元,但亏损幅度同比收窄26%。

A股公司中,西安饮食预计去年归母净利润亏损1.2亿元至1.53亿元,营收为5.2亿元至6.2亿元,同比有所下降。全聚德预计2025年归母净利润为600万元至780万元,同比下降约八成。

盘古智库高级研究员江瀚对证券时报记者表示,当前餐饮业正处于“洗牌期”,业绩分化是行业从粗放增长转向精细化运营的必然结果,竞争核心已从规模扩张转向单店盈利模型与供应链效率。新锐餐企高速增长缘于难以复制的结构性优势,而部分传统品牌过度依赖大店模式,成本高、管理复杂,盈利脆弱性在市场竞争中更易暴露。

2 外卖占比持续提升

2025年,餐饮行业价格战、同质化竞争与成本压力加剧已成共识。上市餐企纷纷加码外卖业务,成为营收重要支撑。

财报显示,2025年百胜中国外卖销售额同比增长25%,约占公司餐厅收入48%。其中,肯德基外卖销售额同比增长26%,约占肯德基餐厅收入48%;必胜客外卖销售额同比增长22%,约占必胜客餐厅收入47%。而在第四季度,肯德基与必胜客外卖占比已提升至53%和54%。

百胜中国管理层在业绩会上表示,今年及未来公司外卖业务占比将持续增长,但堂食与外带仍将是重要组成部分。

除西式快餐龙头外,多家中餐企业也加快外卖布局,占比持续提升。绿茶集团2025年战略性加强外卖业务布局,外卖收入由2024年的7.23亿元增长66.5%至2025年的12.04亿元,收入占比也由

18.8%提升至25.3%。

小菜园2025年外卖业务营收20.65亿元,占总营收38.6%,同比增长3.0%。外卖订单量从2900万单增至3430万单,直接带动外卖收入增长。

火锅龙头也在外卖赛道持续发力。海底捞2025年外卖收入26.58亿元,同比增长111.9%。

海底捞在公告中称,集团从拓品类、拓门店、拓时段、拓渠道四个方面增强外卖业务供给能力,全国已完成超1200个外卖网点布局,并与主流外卖平台深度合作。与此同时,公司持续研发更适合外卖场景的新产品。外卖业务已成为集团收入增长的重要支柱。

中国食品产业分析师朱丹蓬对记者表示:“上市连锁餐企发力外卖业务,是适应行业增长疲态的选择。外卖可突破门店物理



九毛九集团旗下大二持续推进鲜活门店模型迭代升级(上图)。去年底,呷哺呷哺集团推出自选小火锅新品呷哺牧场(下图)。

空间限制,扩大客群覆盖,提升品牌触达频次、增强用户黏性。尤其在客流波动或门店密度饱和阶段,可有效补充堂食收入,平滑经营波动。同时通过规模化订单摊薄固定成本,强化供应链与数字化运营能力。”

但外卖业务并非没有风险。朱丹蓬指出,一方面,过度依赖外卖可能分流堂食客流,弱化到店体验与社交属性,长期或将影响门店坪效与品牌调性;另一方面,平台抽成、配送成本、包装费用持续挤

压利润空间,叠加价格战与补贴压力,容易导致外卖单店利润率偏低,若管理不当,反而会拖累整体盈利水平。

“尽管外卖业务已成为公司营收重要补充,但未来仍将坚持以堂食为核心基础,以外卖为辅助补充的经营策略,持续深耕门店体验与服务品质。同时,公司已与主流外卖平台达成长期合作,避免过度依赖外卖而影响堂食的核心价值与盈利能力。”一家上市餐企高管对记者表示。

3 老牌餐企优化单店模型

近年来,高质价比成为餐饮消费核心诉求。多家老牌餐企除主动下调菜品价格、优化菜单结构外,还持续优化单店模型,并积极布局第二品牌。

海底捞对记者表示,公司构建了包括鲜切店、夜宵店、亲子店、宠物友好店在内的多元门店模型。截至2025年末,公司累计完成特色主题门店改造超过200家,其中鲜切店与夜宵店已实现全国重点城市布局。

财报显示,截至2025年末,集团已成功运营20个涵盖海鲜大排档、寿司、西式轻食、小火锅及中式快餐等细分领域的子品牌;报告期内,其他餐厅经营收入达到15.21亿元,同比增长214%。

2025年,九毛九集团全面实施“鲜活”核心战略,稳步推进新店模型的迭代升级。其中,大二持续推进鲜活模型迭代,截至2026年3月底,大二累计落地273家新模型店,计划2026年内完成所有内地门店的调改升级;同时预计在2026年上半年落地6.0模型店。

“切换新店型后,大二整体势能提升明显。去年3月,大二就逐步推出新模

型,下半年加速调改步伐,未来将持续推进鲜活战略。”九毛九相关负责人对记者表示。2025年第四季度,大二内地同店收入同比全面转正;进入2026年第一季度,同店修复趋势进一步加速,整体实现双位数正增长。

呷哺呷哺则加码多元餐厅模型。公司表示,2026年新增加餐厅不少于100家,持续提升品牌影响力并巩固现有市场份额。同时,集团将在已有餐厅模型基础上,持续探索“呷哺外送卫星店”“呷哺Mini”等门店模型。

在业内看来,在当前消费环境下,持续优化单店模型,是连锁餐企核心竞争力之一,更是破解业绩增长瓶颈的关键抓手。

“通过持续优化单店坪效、人效、翻台率与成本结构,餐厅可实现单店收入提升,成本下降、利润增厚。成熟可复制的单店模型,又能支撑高效稳健扩张、降低闭店风险,从单店效率与规模扩张两端共同驱动业绩增长,突破发展瓶颈。不过,需要注意,短期改造需投入成本,可能影响运营,过度标准化还可能削弱品牌特色。”上述上市餐企高管对记者表示。

AI算力推动特种电子布需求增长 宏和科技2025年净利增786%

证券时报记者 康殷

宏和科技(603256)4月9日晚间发布年报,2025年营业总收入11.71亿元,同比增长40.31%;净利润2.02亿元,同比增长785.55%。同日,宏和科技披露2025年度权益分派预案,拟每10股派0.68元,合计派发现金红利6151.19万元。

宏和科技是全球领先的高端电子级玻璃纤维布供应商,专注于极薄布、超薄布等高端玻璃纤维布以及低热膨胀系数等特种电子级玻璃纤维布的研发、生产和销售。自2021年黄石宏和电子级玻璃纤维纱线顺利投产后,公司实现了电子纱、电子布一体化生产和经营。

据了解,电子级玻璃纤维布是由电子级玻璃纤维纱织造而成,可提供双向(或多向)增强效果,属于重要的基础性材料,简称“电子布”。在电子行业,电子布是覆铜箔层压板(业内简称为覆铜板,CCL)的关键上游材料,而覆铜板是印制电路板(PCB)的专用基本材料。印制电路板是重要的电子部件,是电子元器件的支撑体,也是电子元器件电气连接的载体。

宏和科技提供全系列的电子级玻璃纤维布产品,并在高端电子布产品领域建立了竞争优势。公司产品包括极薄布、超薄布、薄布、厚布等玻璃纤维布,低热膨胀系数、低介电等特种电子布以及电子纱等。

2025年我国玻璃纤维行业整体运行较前两年已有所改善,一是供给端前期持续开展产能调控,行业产能保持低速增长;二是PCB电子行业细分市场需求端快速增长,全行业整体市场供需形势较前两年出现了明显的好转,电子级玻璃纤维纱价格企稳回升,电子级玻璃纤维布价格随之上调。这主要是AI服务器、算力和高频高速通信网络系统的快速发展推动了大尺寸、高多层和高频高速覆铜板的需求,PCB及CCL迭代速度也加快,PCB产品层数增加,高阶HDI应用占比提升,CCL材料设计向着高性能低介电常数、低热膨胀系数、石英纤维布的应用方向发展。

在AI等新兴市场需求的带动下,低介电常数、低热膨胀系数等特种电子布市场需求快速增长,成为宏和科技新的利润增长点。因AI算力对高端产品的需求量增加,对公司普通中高端电子级玻璃纤维布产品的需求也有一定的协同带动作用。高端功能性玻璃纤维布产品将逐步拓展到更多的应用领域。

根据Prismark预测,2029年全球PCB总产值将接近950亿美元,未来五年的产值复合增长率约为5.2%。随着消费电子需求复苏、AI服务器快速发展等,印制电路板整体景气度持续回暖,为产业链上游的电子级玻璃纤维行业提供了增长动能。此外,国家补贴政策及产业系列政策的大力扶持,也为电子级玻璃纤维行业创造了有利的市场环境。长期来看,电子级玻璃纤维行业将保持稳定增长。

众擎机器人完成2亿美元融资 立讯精密战略入股

证券时报记者 臧晓松

众擎机器人4月9日宣布,公司于近日正式完成总额2亿美元的B轮融资。本轮融资落地后,公司估值将突破百亿元人民币,企业发展迈入全新里程碑。

本轮融资由河南投资集团汇融基金继A2轮融资后再度领投,头部产业资本立讯精密战略入股、联合领投。同时,中创智领战投、基石资本、龙岗金控、金谷资本、财通资本、多伦科技战投、能量守恒资本、硬核算果资本、北京发展基金、全昇创投等多家品牌投资机构、地方国资平台及家族办公室参与;黄浦江资本、银柏投资、星航资本、星源资本、财鑫资本、汇勤资本、普超资本等老股东本轮继续跟投加码。

作为本轮融资的领投方,河南投资集团汇融基金持续加码众擎机器人,展现对公司核心技术壁垒、商业化落地能力与长期发展价值的认可。依托河南省产业布局与全链条资源网络,河南投资集团将为众擎机器人在产业链协同、多元化应用场景拓展、区域产业基地建设等关键环节提供深度赋能,为众擎机器人发展筑牢产业根基。

作为联合领投方,全球精密制造龙头立讯精密的战略入股,为众擎机器人带来了全球顶尖的智能制造业势能。作为全球智能制造领域的标杆企业,立讯精密以行业领先的精密制造能力、规模化量产经验与全球化产业布局,成为众擎机器人商业化落地的核心产业伙伴。

此次联合领投,立讯精密将深度开放自身产业资源,为众擎机器人打通从技术研发到规模化量产的关键链路,助力企业实现产品性能与交付能力的双重跃升,全面拓宽全球化商业化应用边界。

此次B轮融资再次拓宽了众擎机器人的“朋友圈”,为后续深化技术研发、扩大产能规模、拓宽落地场景、构建产业生态提供了资金保障和资源支撑。



京东之家线下门店展示的众擎机器人。时报财经图库/供图

AI算力成本全面上涨 国内云服务巨头集体调价

证券时报记者 聂英好

国内云计算市场调价浪潮仍在延续。继3月宣布涨价后,腾讯云4月9日再度宣布调涨产品价格。

多巨头云计算产品涨价

4月9日,腾讯云发布AI算力、容器服务、EMR(一种大数据分析工具)相关产品价格调整公告。鉴于全球AI算力需求激增,核心硬件供应链成本大幅上涨,为保障服务质量及算力资源的持续供给,腾讯云将于2026年5月9日起,对AI算力、容器服务及弹性EMR相关产品刊例价进行调整。其中,AI算力相关产品服务上调5%;容器服务TKF-原生节点相关产品服务上调5%;弹性EMR相关产品服务上调5%。

3月11日,腾讯云已经宣告过一轮涨价。彼时,腾讯云调整大模型服务计费策略,以Tencent HY2.0 Instruct模型为例,

其输入价格从0.0008元/千Tokens上调至0.004505元/千Tokens,涨幅达463.13%。

3月18日,阿里云与百度智能云同时宣布上调AI算力产品价格,涨幅最高分别达34%和30%。

阿里云公告显示,因全球AI需求爆发及供应链成本上涨,其AI算力、存储等产品价格上调5%至34%。其中,平头哥真武810E等算力卡产品上调5%至34%,文件存储产品智算版上调30%。

据知情人士透露,阿里涨价的另一关键因素是词元调用量激增,阿里云百炼MaaS业务今年一季度创下历史最高增速,公司正将紧缺的算力资源向Token业务倾斜。

百度智能云也紧随其后发布调价通知,称受核心硬件及基础设施成本上升影响,AI算力相关产品服务价格上调5%至30%,并行文件存储等产品涨幅达30%。新价格自4月18日起执行。

“国产大模型第一股”智谱今年也宣布多轮涨价。3月16日,在国内大厂涨价期

间,智谱推出面向OpenClaw场景的基座模型GLM-5-Turbo之际,同步上调这一新模型API价格20%,该模型相对GLM-4.7平均上涨83%,API价格接近翻倍。

4月8日,智谱发布新一代开源模型GLM-5.1,伴随此次发布,智谱GLM再度提价10%。调价后,国产大模型首次在核心场景实现与海外头部厂商的价格对价。

Token需求量高速增长

从涨价对象来看,上述大厂本轮调价主要针对AI算力类产品。

本轮涨价的直接原因是龙轩(OpenClaw)的快速普及,导致Token消耗数量持续攀升,以及硬件成本上升。Token即大模型中的“字/词单位”,这也是收费的核心指标,当前用户与大模型对话、AI大模型回复的文字,都会大量消耗Token。

随着OpenClaw的普及,Token需求量高速增长。据OpenRouter统计,以顶尖模型的周度Token调用量为例,2025年3月24日前

周Token调用量为1.62T,2026年3月16日前周调用量为1.8T,近一年增幅约1011%。

据IDC预测,Token消耗数量持续攀升,2025年—2030年,全球年度Token消耗量将从2025年的0.0005 Peta Tokens增长至2030年的15.27万Peta Tokens,年复合增长率高达3418%。

硬件采购成本大增

硬件成本上升催化了云厂商的涨价行为。国海证券研报分析,阿里云价格上涨主要系全球AI需求大增、供应链涨价,行业核心硬件采购成本显著上涨;百度智能云价格上涨主要系核心硬件及相关基础设施成本出现显著上涨。

国海证券研报表示,Token消耗量或持续攀升,AI算力瓶颈短期仍将持续,云计算涨价或将延续。云服务商对AI算力产品涨价不仅系核心硬件成本的上升,同时也反映出云服务商对AI云产品价格的议价权逐步上升。