

肯德基

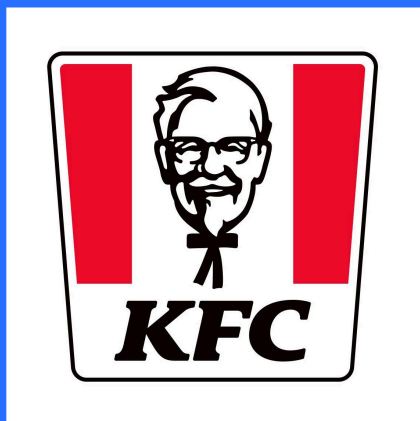
2025品牌年终报告

窄门餐眼出品

统计数据时间范围: 2025年1月-2025年12月

数据来源: 窄门餐眼

2026.03.12



报告引言

本报告文案由AI生成, 数据来源于网络, 仅供参考, 请以品牌官方实际数据为准。

品牌简介

肯德基 (KFC, Kentucky Fried Chicken) 是一家以炸鸡为核心的快餐连锁品牌, 主打炸鸡和汉堡等便捷餐食。品牌标志性形象是“桑德斯上校”, 并以“秘制配方炸鸡” (常见说法为由多种香料调制) 作为核心卖点。常见招牌产品包括各类炸鸡、鸡腿/鸡翅组合、鸡肉汉堡与卷类, 以及薯条、小食、甜品等, 不同地区还会根据口味做本地化调整。肯德基从美国发展起步, 后通过标准化制作流程与特许经营模式扩张, 逐步成为全球知名的快餐品牌之一。

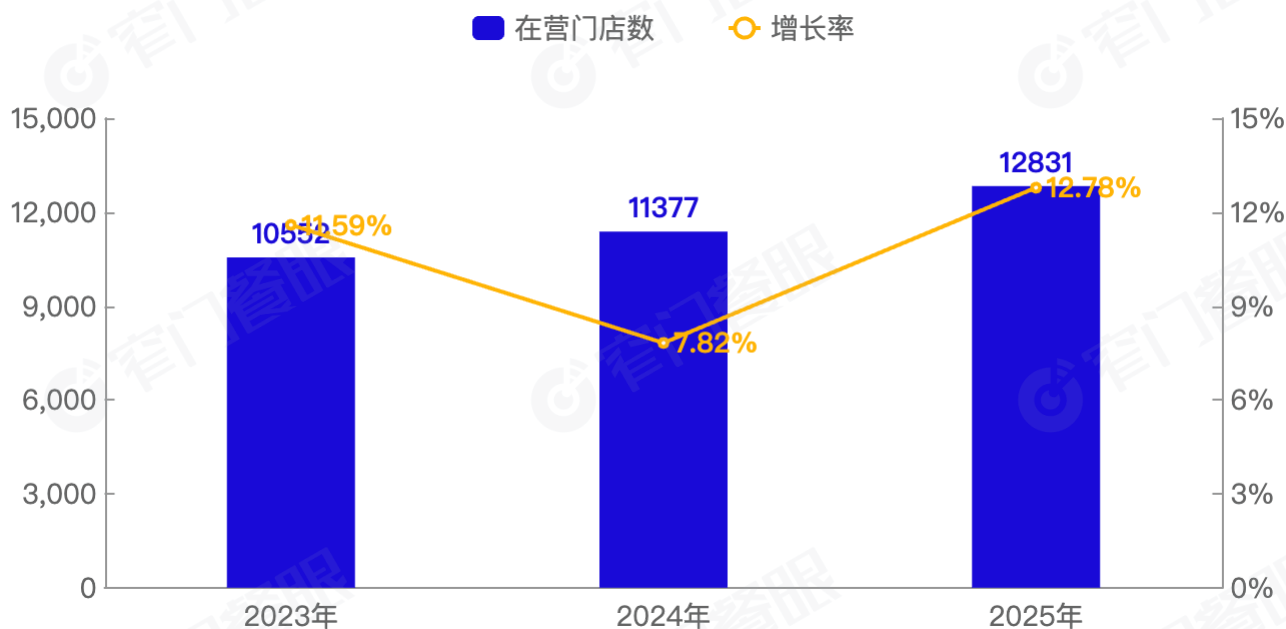
数据概况

2025年肯德基门店规模继续扩张, 年末门店数达到12,831家, 较2024年末的11,377家净增1,454家; 同时当年关店数量为468家, 说明扩张并非“只增不减”, 在优化低效点位的同时保持增量。具体来看, 门店增速在2024年放缓至7.82%后, 2025年回升至12.78%, 高于2023年的11.59%, 扩张节奏出现再加速。覆盖范围上, 肯德基已进入34个省、369个城市, 门店网络更下沉: 三线及以下城市门店4,491家, 占比35.0%, 高于新一线的3,098家 (24.1%) 和二线的3,060家 (23.9%); 一线城市2,182家, 占比17.0%, 仍保持较强基本盘。值得注意的是, 按2025年末口径存活率为95.89%, 整体门店质量稳定, 但关店数量仍提示部分区域或点位承压。行业对比方面, 肯德基门店规模位居第2、净增长位居第3, 规模优势突出, 但增量竞争压力仍在。

二、

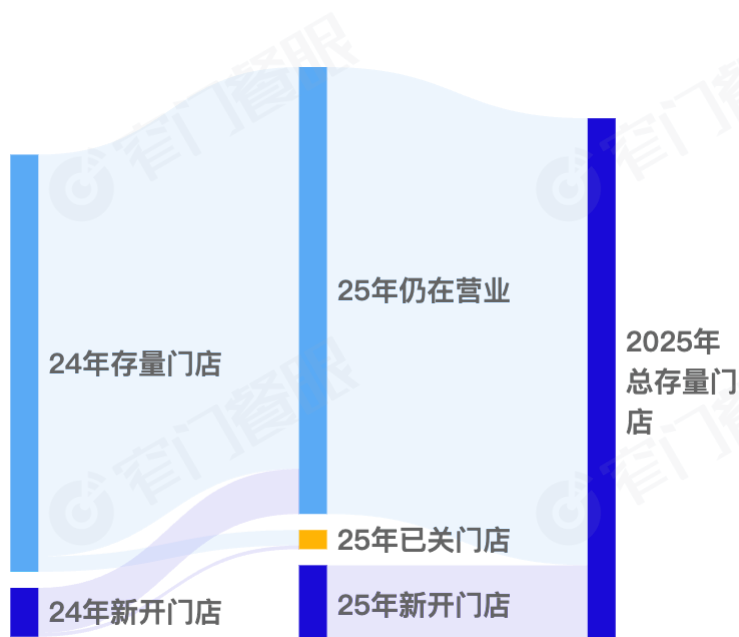
2025 增长情况

近 3 年发展



数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

门店存活情况

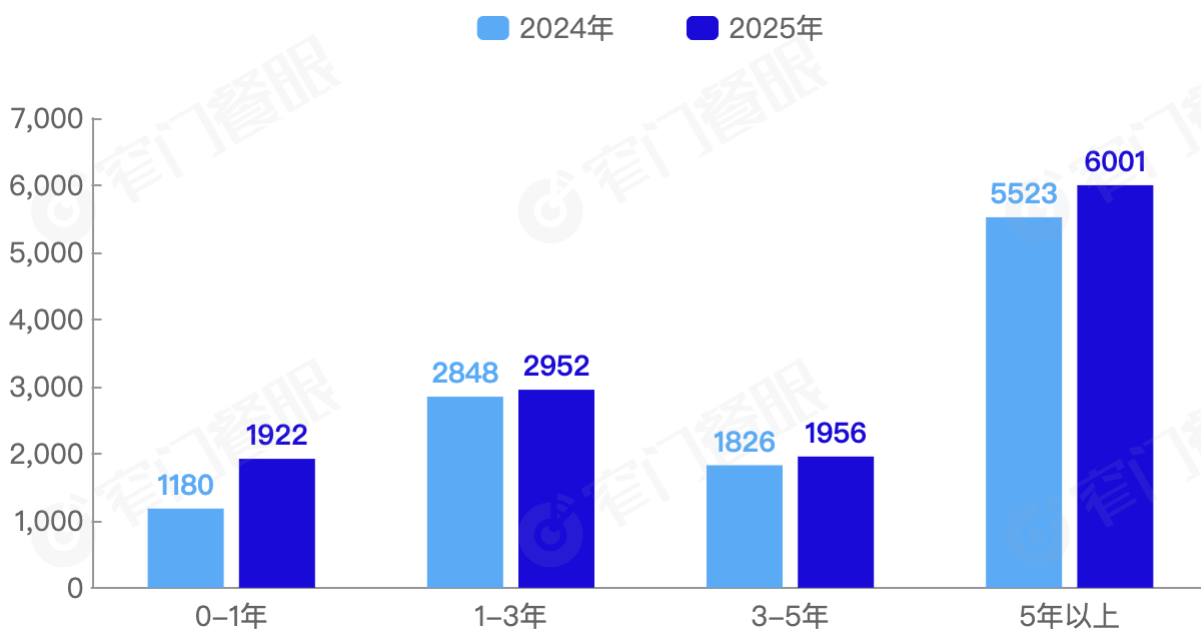


2024年末肯德基有11377家店, 到2025年末增至12831家。期间共闭店468家, 说明大部分门店都活下来了, 存活率95.89%, 整体算较高。可能原因是品牌客流稳定、选址和运营较成熟, 同时也会因商圈变化、租金上涨或个别店盈利不佳而关店调整。

数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

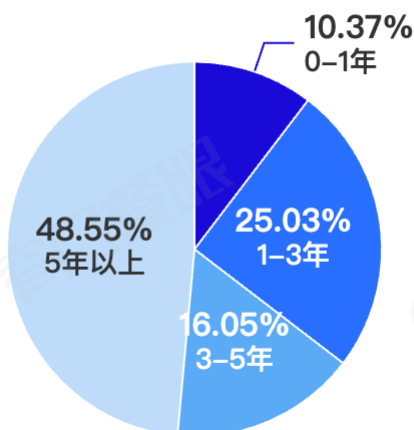
平均经营年限

肯德基门店结构仍以老店为主，但新店占比抬升。2024年5年以上门店5523家，占比48.6%；2025年增至6001家，但占比降至46.8%，老店绝对量增加、结构占比被新增门店稀释。具体来看，0-1年新店由1180家（10.4%）升至1922家（15.0%），增幅明显；1-3年占比由25.0%降至23.0%。整体看新店更多、老店未减少，结构偏健康但新开节奏加快带来爬坡压力。

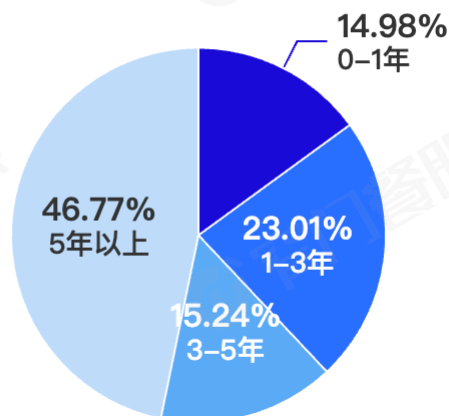


数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

2024年各门店类型占比



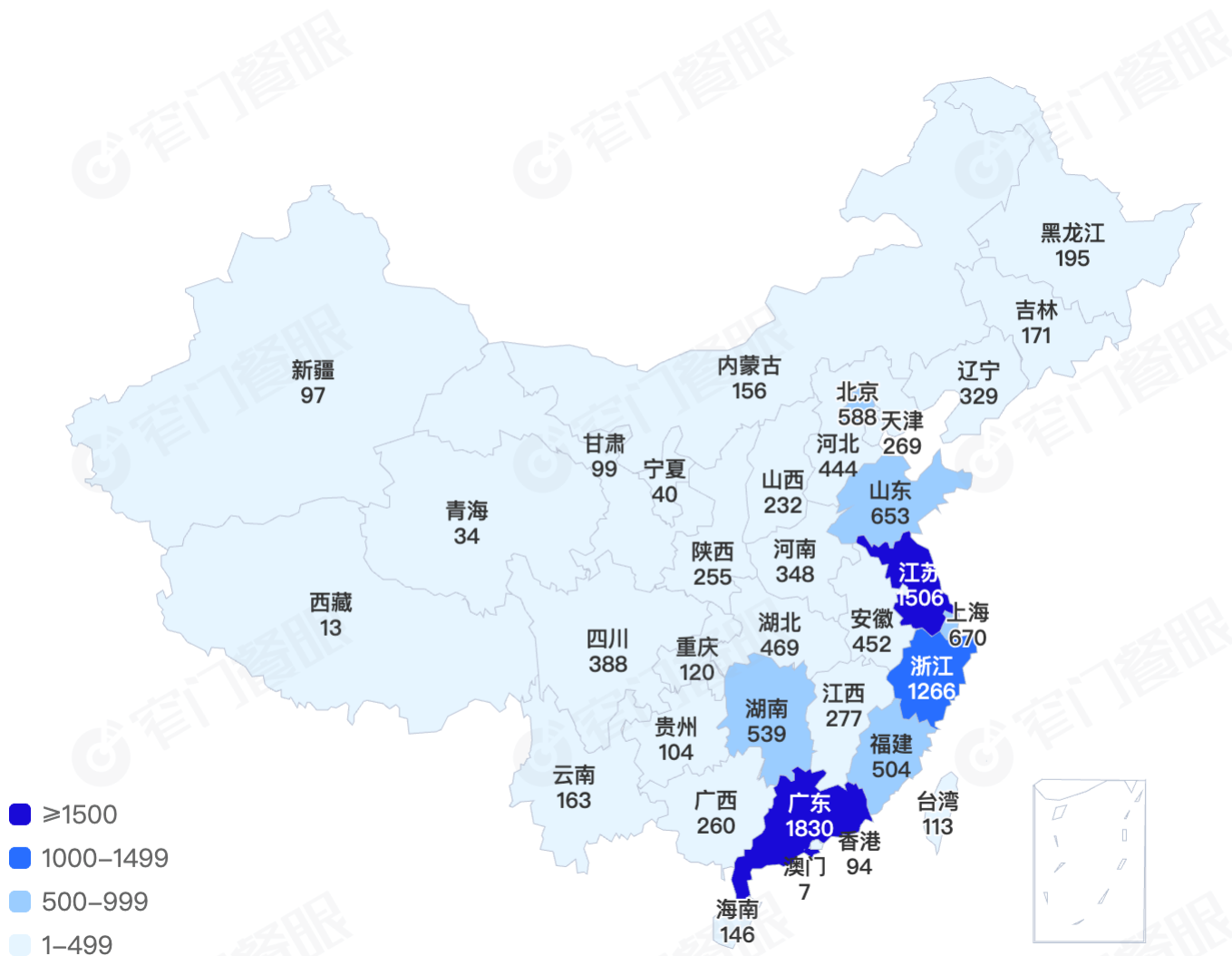
2025年各门店类型占比



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

2025各省存量门店数

截至2025-12, 肯德基共12831家门店, 覆盖34省369市, 覆盖面广。门店主要集中在广东(1830)、江苏(1506)、浙江(1266)、上海(670)、山东(653)等东部发达省市; 青海(34)、西藏(13)、澳门(7)较少。省集中度14.26%、城市集中度5.22%, 整体不算极端集中但仍呈“东密西疏”。集中利于供应链与品牌势能, 但抗风险弱、竞争更激烈; 分散可拓新市场、分担风险, 但运营与物流成本更高。



数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

现有门店数

12831

覆盖省份

34

覆盖城市

369

省份集中度

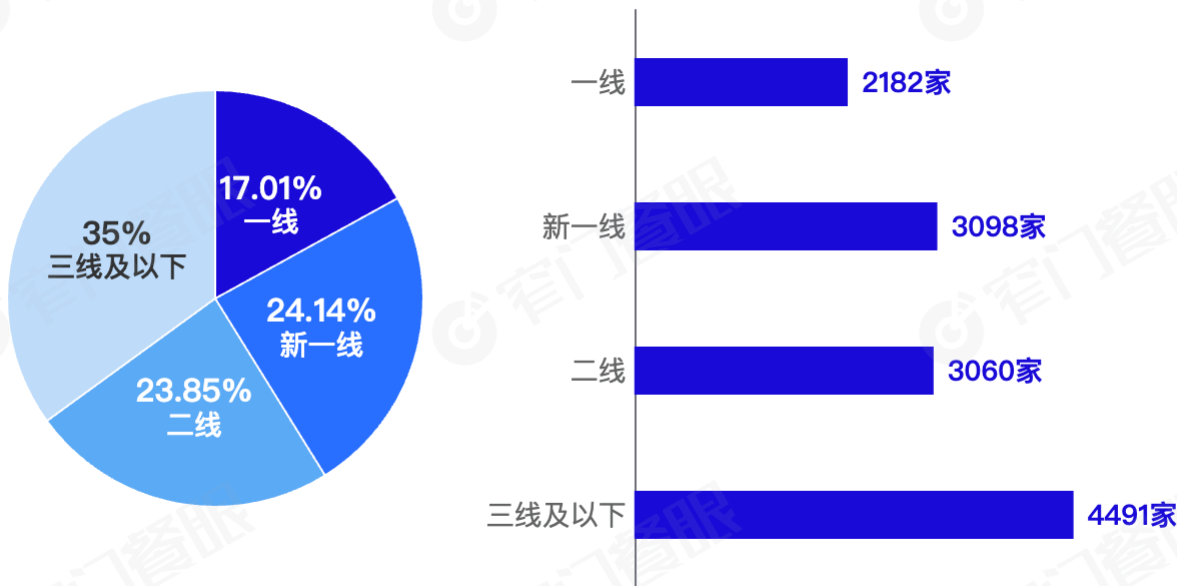
14.26%

城市集中度

5.22%

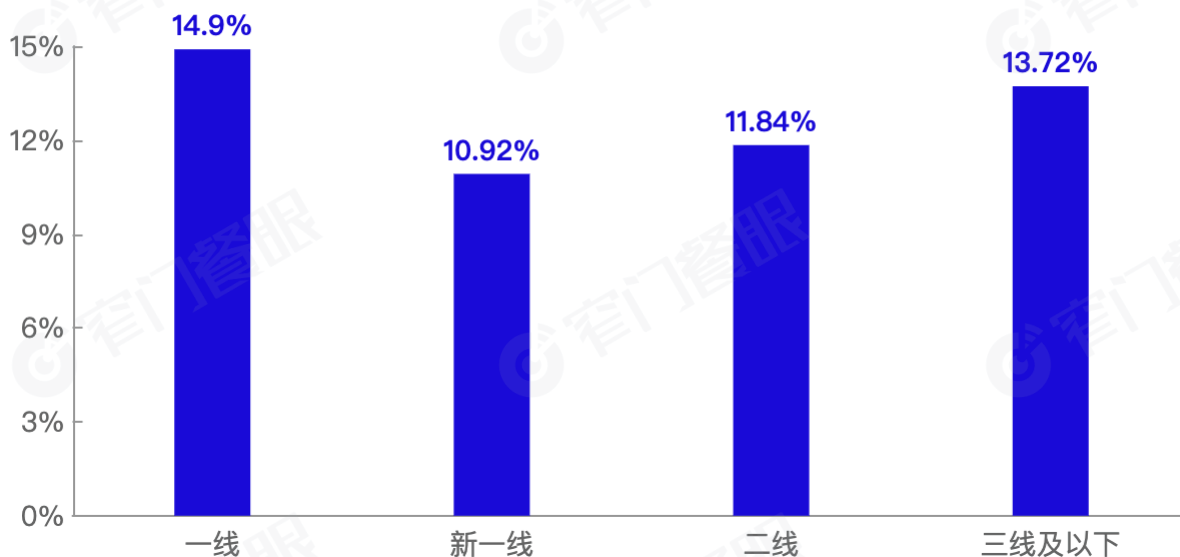
2025城市分布

肯德基门店主要分布在三线及以下城市，数量为4491家，占比达35.1%，为各城市等级中最多；其次为新一线3098家（24.2%）与二线3060家（23.9%），一线2182家（17.0%）。增速方面，一线增长率14.9%居首，三线及以下13.7%紧随其后。整体看，存量重心在下沉市场，但增量同时向一线加码，呈“下沉为主、两端提速”的扩张结构。



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

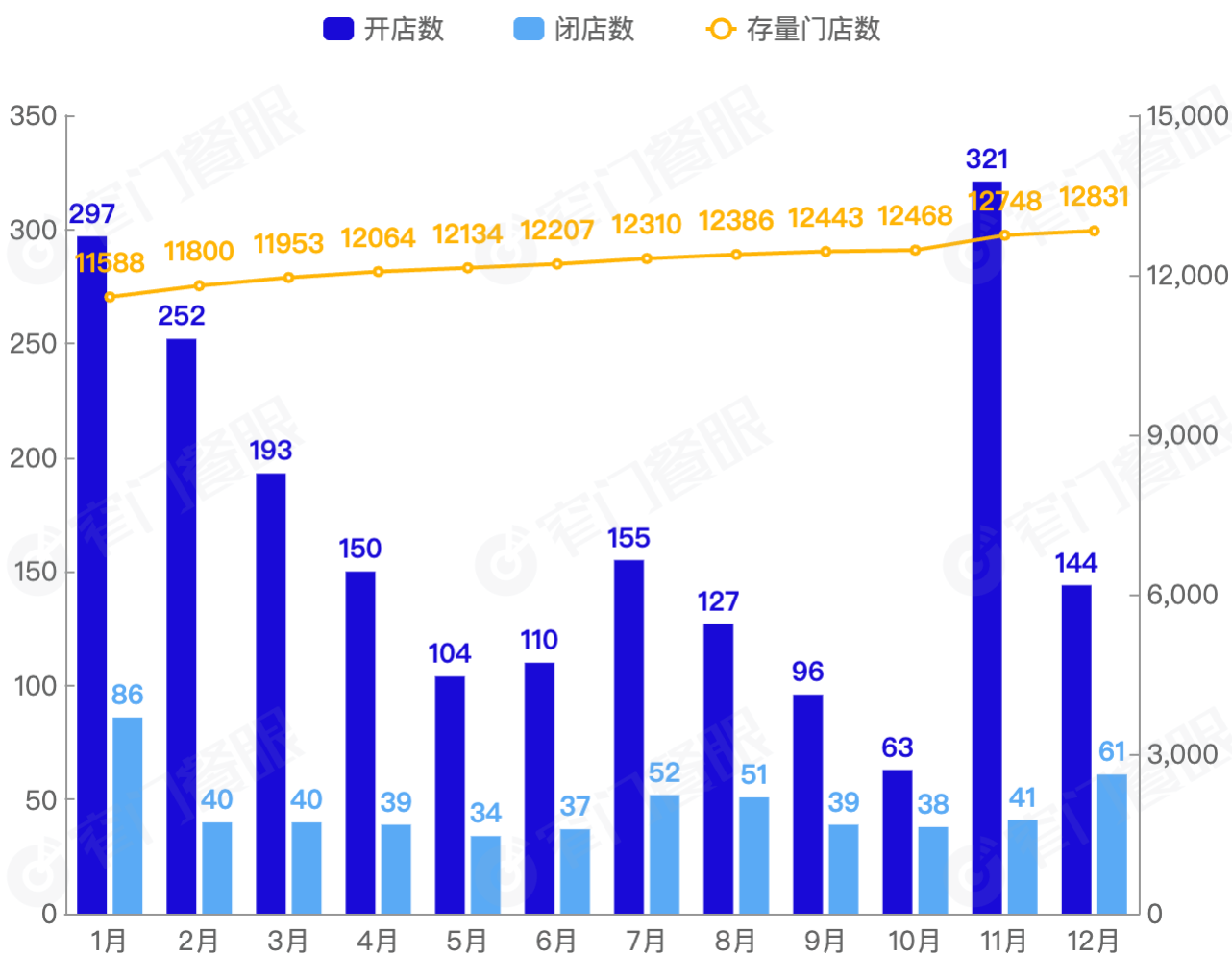
2025年城市分布增长率



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

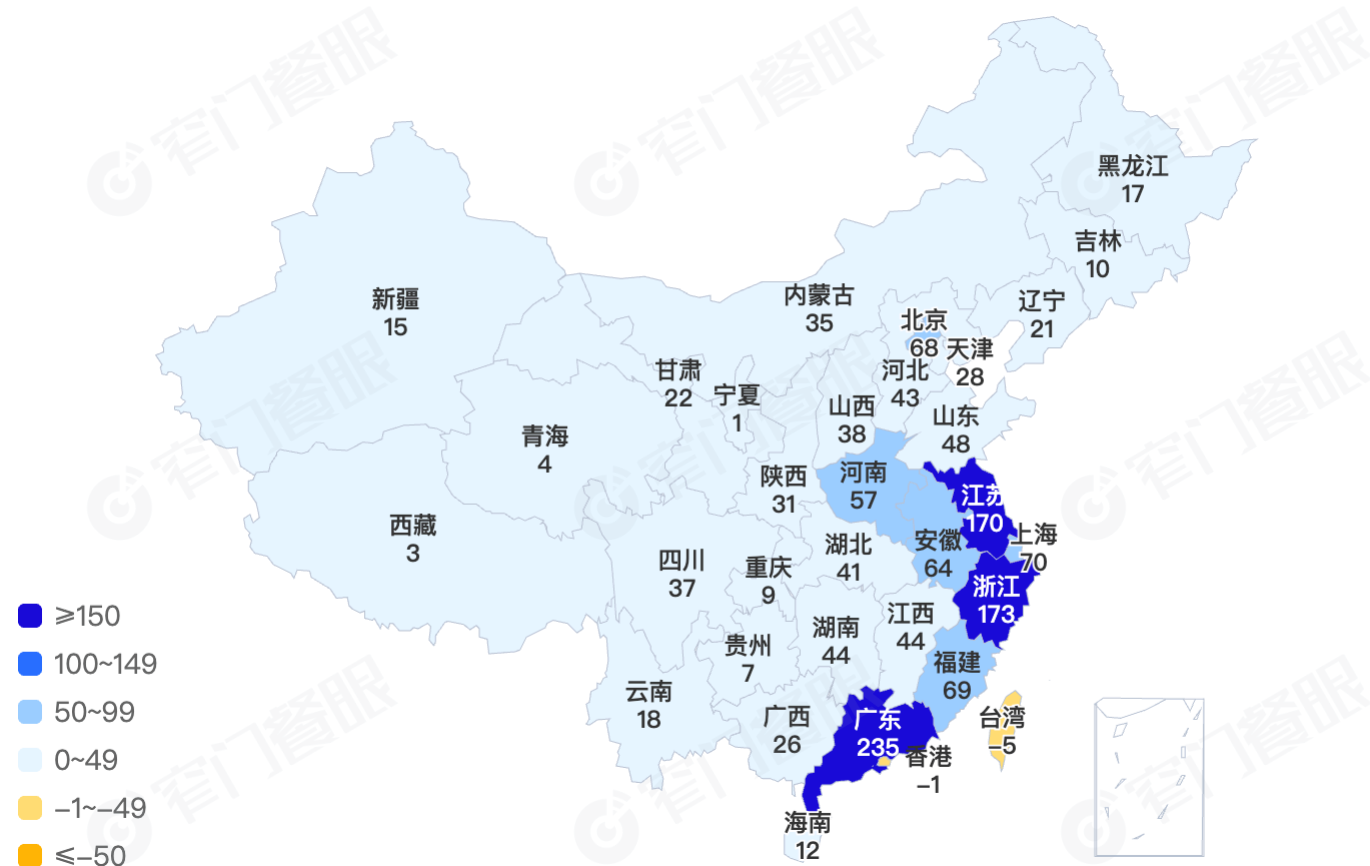
2025年各月份开闭店情况

肯德基全年开店2012家、闭店558家，净增明显。开店最多在11月（321家），其次为1月（297家）与2月（252家）；关店最多在1月（86家），其次为12月（61家）和7月（52家）。上半年开店逐月走弱、关店相对平稳；下半年先放缓至10月低点（开63家），11月集中冲量，年末闭店回升。整体旺季在11月，淡季在9-10月。



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

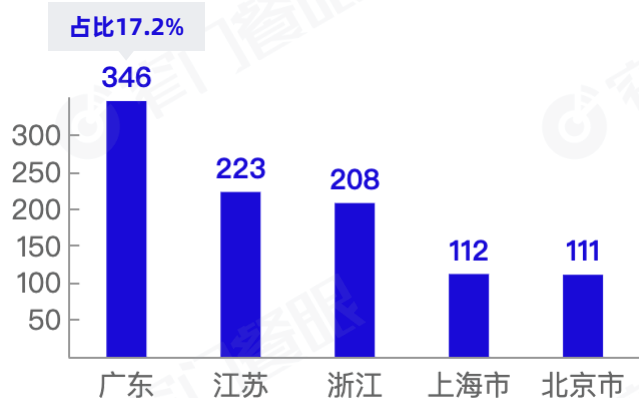
2025年各省市开关店情况



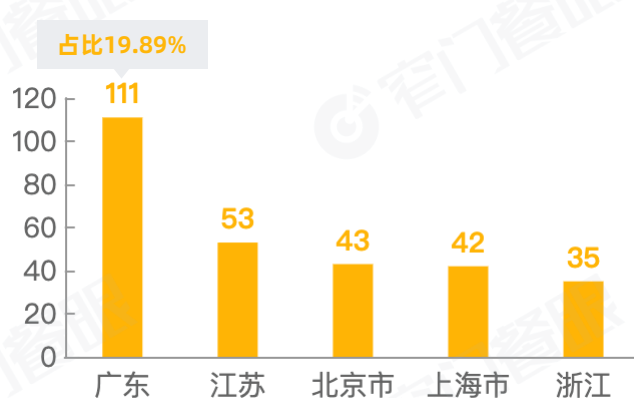
净增长数 = 该省2025年总开店数 - 总闭店数, 负值表示净减少
数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

肯德基在广东 (346)、江苏 (223)、浙江 (208)、上海 (112)、北京 (111) 大力扩张; 但关店较多也集中在广东 (111)、江苏 (53)、北京 (43)、上海 (42)、浙江 (35)。可见开店多与关店多基本是同一批省市, 说明这些成熟市场一边继续加密、一边淘汰低效门店并做结构调整; 核心原因或为存量竞争激烈、租金与人工成本高、商圈更迭快。另香港净减1家、台湾净减5家, 增长承压。

开店TOP5省份



关店TOP5省份

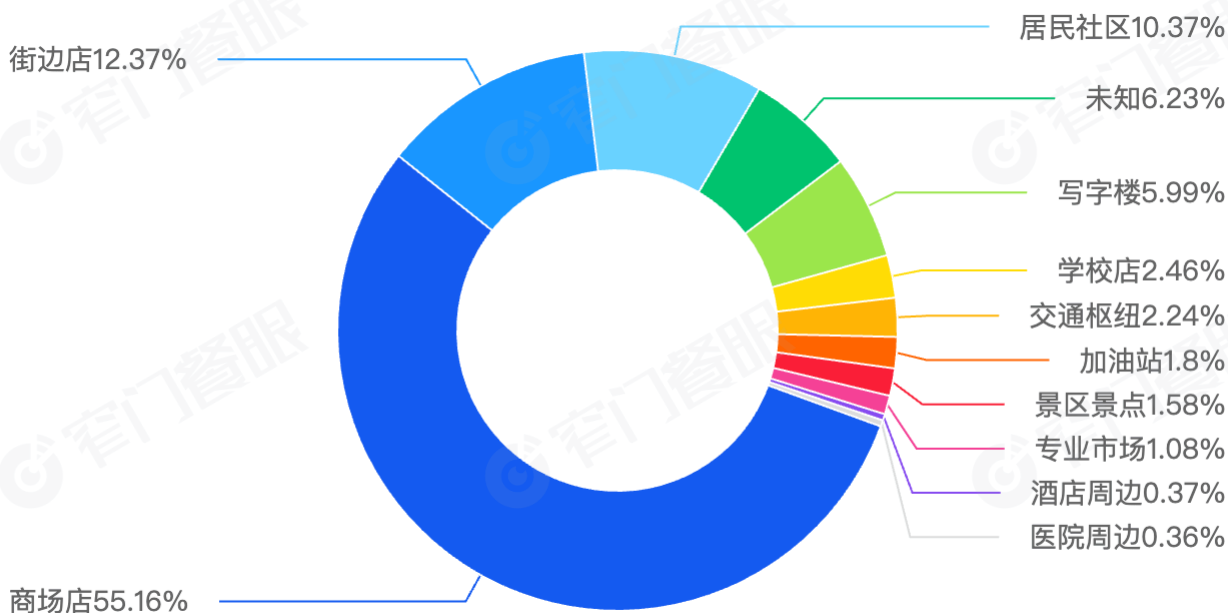


数据截至2025年12月; 数据来源: 窄门餐眼

三、选址分布与竞争密度

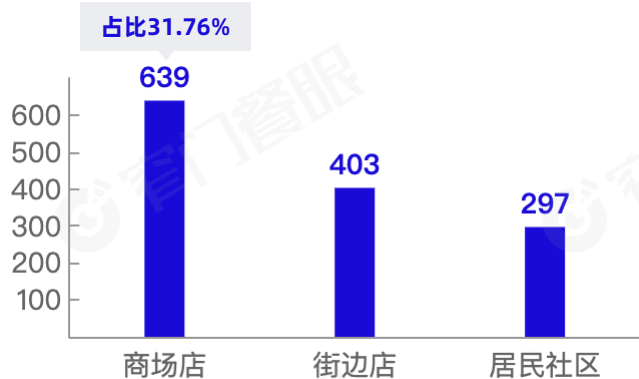
■ 选址分布

肯德基门店主要集中在商场与街边等高客流点位，其中商场店占比达55.2%，为核心选址类型。具体来看，开店TOP3为商场店639家（31.8%）、街边店403家（20.0%）、居民社区297家（14.8%）。值得注意的是，闭店同样以商场店为主，240家占闭店的43.0%，显示商场点位虽贡献最大增量，但也承担更高的调整压力；街边店闭店占比19.9%与其开店占比接近，风险相对可控。选址上应优先筛选商场中高经营质量项目，并提升社区点位的稳定性配置。

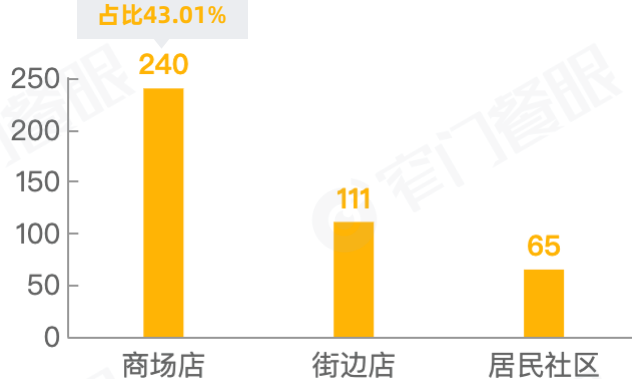


数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

开店TOP3选址类型



关店TOP3选址类型



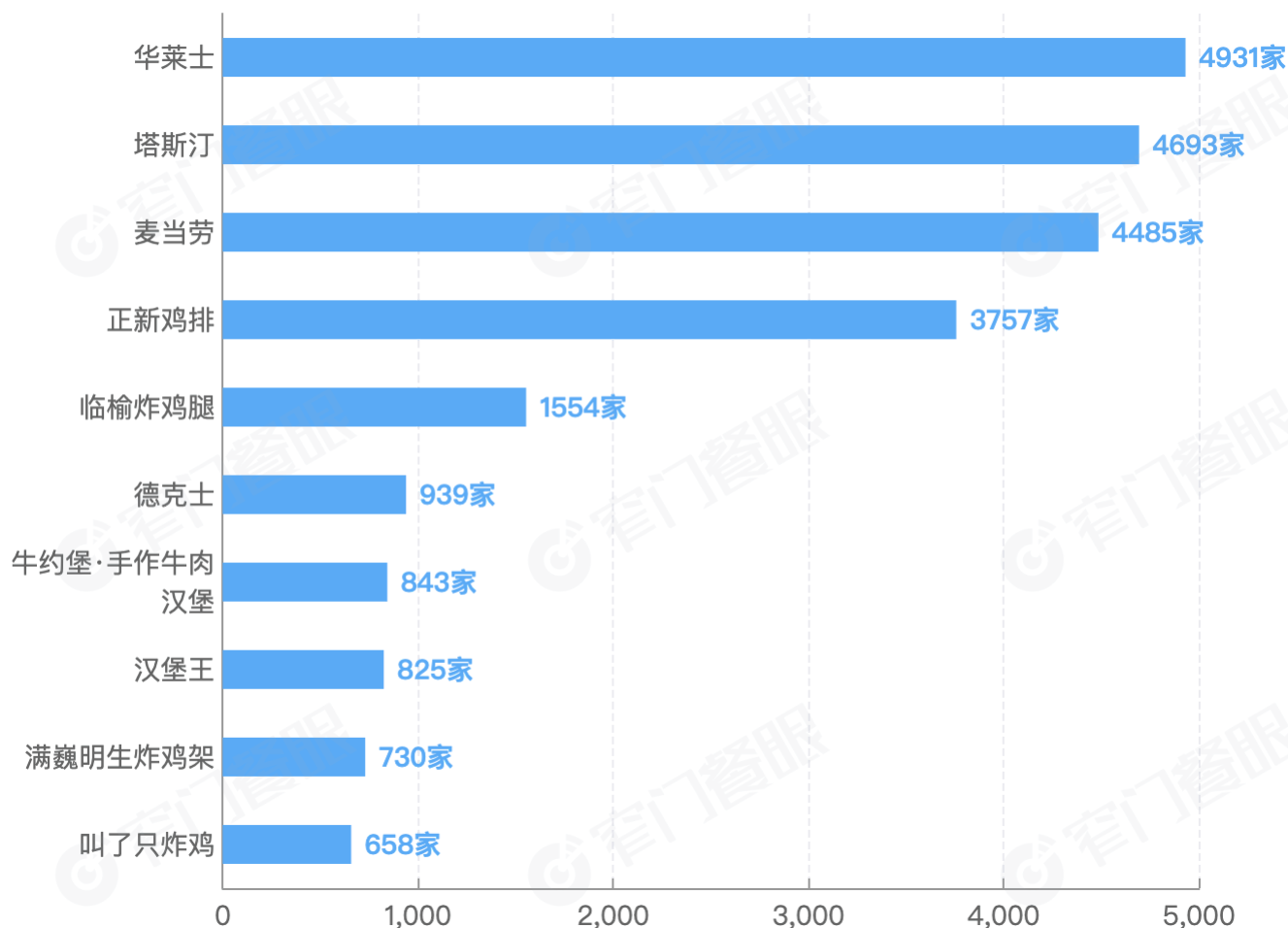
数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

■ 邻居画像

肯德基500米内同品类竞争密度极高：华莱士(4931)、塔斯汀(4693)、麦当劳(4485)最集中，叠加正新鸡排等，形成“高频快餐+炸鸡小吃”围堵，价格与出餐速度竞争最激烈。选址宜优先客流强、可承载多品牌分流的商圈/交通枢纽；经营上强化差异化爆款、外送时效与会员复购，并用组合套餐提升客单。

同品类周边 500 米品牌门店数 top10

同价格带/同品类同价格带，
请前往 [窄门餐眼小程序 / App](#) 中筛选查看



数据截至2026年2月；数据来源：窄门餐眼

四、产品分析

用户喜欢前十推荐菜

肯德基招牌菜以香辣鸡腿堡、薯条、老北京鸡肉卷、新奥尔良烤翅及吮指原味鸡为核心。与同品类热门菜高度重合：薯条、香辣鸡腿堡、老北京鸡肉卷均在榜，说明其经典爆款具备品类号召力。新品方面上榜含新奥尔良烤鸡腿堡、黄金鸡块、劲爆鸡米花等约4款；价格整体走大众化套餐与小份多件组合，利于高频复购。策略上以“经典长卖+鸡类多形态延展+甜品配餐（蛋挞）”形成全时段覆盖。

品牌推荐菜Top10

- 1 香辣鸡腿堡
- 2 薯条
- 3 老北京鸡肉卷
- 4 新奥尔良烤翅（2块装）
- 5 吮指原味鸡（1块装）
- 6 新奥尔良烤鸡腿堡
- 7 黄金鸡块（5块装）
- 8 劲爆鸡米花
- 9 葡式蛋挞（经典）
- 10 秘汁全鸡

炸鸡汉堡推荐菜Top10

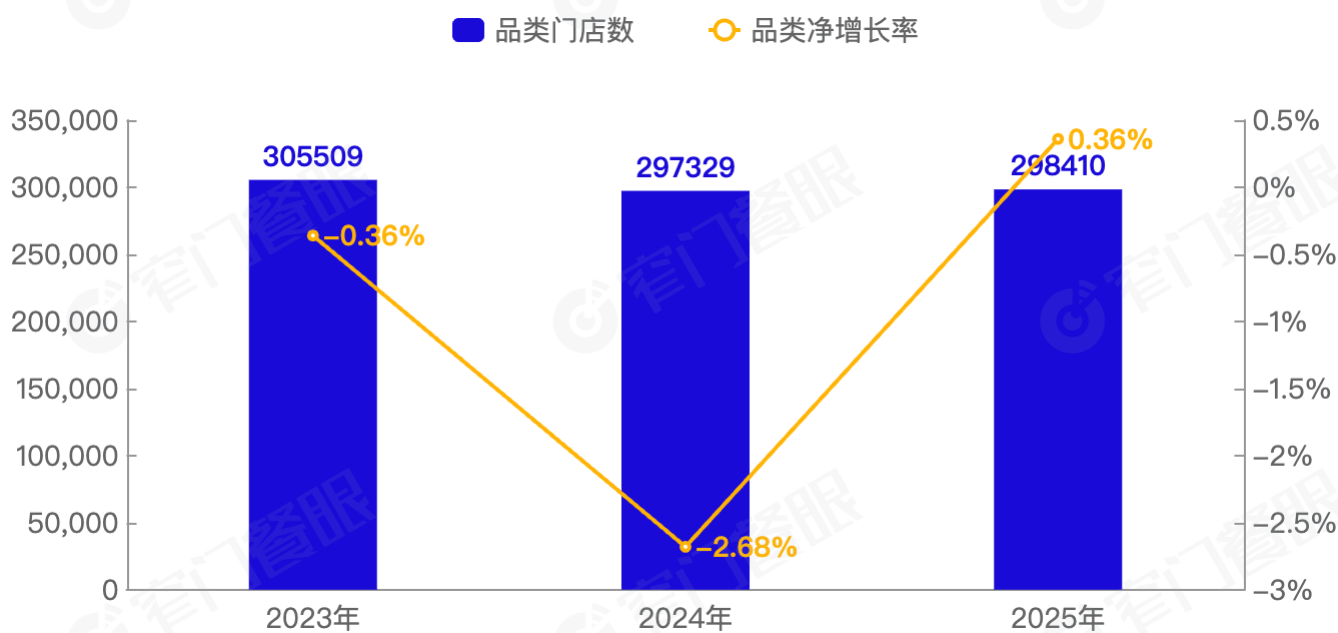
- 1 薯条
- 2 圆筒冰淇淋
- 3 香辣鸡腿堡
- 4 麦辣鸡翅
- 5 老北京鸡肉卷
- 6 新奥尔良烤翅（2块装）
- 7 双层吉士汉堡
- 8 吮指原味鸡（1块装）
- 9 香芋派
- 10 麦辣鸡腿汉堡

数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

五、行业趋势

■ 品类趋势

2023-2025年炸鸡汉堡门店总数先降后微回升：2023年30.55万家，2024年降至29.73万家，2025年小幅回升至29.84万家，但仍低于2023年。净增长率从-0.36%下滑到-2.68%，随后回升至0.36%，说明增速先明显放缓后转正。整体行业呈“先收缩、后趋稳”的态势。



数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

近三年炸鸡汉堡Top10品牌

2023年TOP10	门店数	2024年TOP10	门店数	2025年TOP10	门店数
华莱士	20355	华莱士	19977	华莱士	19482
正新鸡排	13744	正新鸡排	12148	肯德基	12831
肯德基	10552	肯德基	11377	塔斯汀	11447
塔斯汀	6806	塔斯汀	8994	正新鸡排	10127
麦当劳	6696	麦当劳	7567	麦当劳	8373
叫了只炸鸡	4040	叫了只炸鸡	3234	临榆炸鸡腿	4934
叫了个炸鸡	3474	享哆味汉堡炸鸡	2806	享哆味汉堡炸鸡	3343
德克士	2487	临榆炸鸡腿	2784	叫了只炸鸡	2564
享哆味汉堡炸鸡	2370	叫了个炸鸡	2606	德克士	2557
派乐汉堡	2081	德克士	2476	叫了个炸鸡	2015

排名情况

肯德基门店数12956家，行业第2，较TOP1的19494家少6538家，但远高于行业均值117家与中位数13家，规模优势明显。净增长1254家排第3，扩张力度不及TOP1净增2478家；关店501家排第5，闭店压力相对可控。人均30.67元，高于品类上限约30.49元，价格偏贵。主要竞争对手为华莱士、塔斯汀、麦当劳。

门店数排名



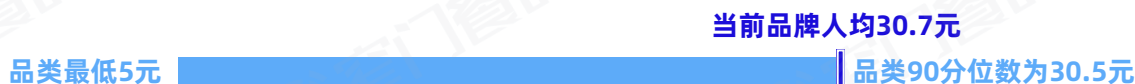
净增长排名



关店数排名



价格定位



主要竞品



华莱士



塔斯汀



麦当劳

潜在竞品



肯德基炸鸡兄弟



麒麟焱中国汉堡



紫谈炸鸡

数据截至2025年12月；数据来源：窄门餐眼

六、新闻热点

伊利广告“狂蹭”KFC，笑出八块腹肌！

文章称伊利推出一则广告“狂蹭”肯德基（KFC）热度，通过在文案、画面与梗上借用KFC的经典识别元素，制造强反差与喜剧效果，引发网友讨论与转发。作者将其解读为品牌营销中的一次借势/碰瓷式传播案例：用低成本的创意与话题性换取高曝光，同时也伴随是否侵权、是否过度消费他人品牌资产的争议。

拆解肯德基会员体系：如何用5亿会员穿越周期

文章拆解肯德基会员体系如何支撑业绩穿越周期：其会员规模已达约5亿，并通过数字化运营提升复购与客单。核心做法是以会员分层、精准优惠与权益体系驱动高频消费，同时打通线上点餐、外卖与门店场景，沉淀数据用于精细化营销与新品测试，从而在竞争与需求波动中保持稳定增长。

七、总结展望

2025年肯德基门店规模由2024年末的11,377家提升至12,831家，净增1,454家，对应全年增长率12.78%，较2024年的7.82%明显抬升；结合2024年末门店数与闭店468家测算，2025年新增开店约1,922家，扩张强度维持在高位。区域上品牌覆盖34省369市，但仍出现结构性收缩，香港净减少1家、台湾省净减少5家。行业对比来看，肯德基门店规模位居第2、净增长位居第3，在华莱士、塔斯汀、麦当劳等竞品持续加密的背景下保持领先梯队。

具体来看，品牌优势首先体现在高质量存量经营，存活率达95.89%，为同业大规模扩张期提供了更稳健的门店底盘；其次在下沉市场仍具韧性，三线及以下门店4,491家，占比达34.9%，且该线级门店增速13.72%高于新一线10.92%与二线11.84%，成为增量主要来源。一线门店2,182家，占比14.9%，增速亦达11.59%，说明核心城市仍具扩张空间。值得注意的是，增速波动加大（2024年7.82%后回升至2025年12.78%），叠加个别区域净减，反映区域饱和与经营效率分化风险并存。

展望2026年，建议在保证95.89%存活率水平的前提下，将新增资源向三线及以下高增长城市带倾斜，并在一线与新一线以“密度提升+同店效率”为主，避免单纯拼开店；同时对香港与台湾省等净减市场进行门店模型复盘，优先通过商圈迁址、店型优化与外送半径重构提升单店产出；在竞争层面，针对华莱士的价格带与塔斯汀的中式化、以及麦当劳的核心商圈优势，形成差异化的产品组合与门店场景分工，以守住门店规模第2并提升净增排名。

窄门餐眼，是一款垂直于餐饮行业的多功能数据库

窄门餐眼前身，是番茄资本的內部工具。通过技术手段整理餐饮行业相关数据，筛选出优质好品牌好项目。2019年10月窄门餐眼正式上线，对外开放所有数据。

窄门餐眼，是一款垂直于餐饮行业的多功能数据库。如果你正在找餐饮项目，需要做市场调研，品牌分析，这里有4万+优质餐饮品牌。历史3000万+线下餐饮店的真实数据，可一键查看店城市分布，口碑评价，增长趋势，不同省市的人均消费水平，支持导出品牌横向对比报告。在数据一目了然的同时，优选了一批具备一定规模、低关店率的可加盟品牌，为投资人提供加盟项目参考。

如果你正在寻找更优质的供应链，这里有8900多家源头优质企业，直接查看供应商公司介绍，过往合作品牌清单，一键电话沟通的同时，还能申请样品试用，信息全公开，拒绝不透明！还可免费发布需求信息，100%有回应。

你还能查看海量的餐饮新闻热点、投资事件、行研报告、新品信息；还可以联系客户，拓展餐饮人脉。窄门餐眼，满足你多种需求。

快速解决4大餐饮需求

1 品牌&品类分析



2 品牌库&线上线下对接会



3 供应商库（含联系方式）



4 选址点位&城市分析



扫码体验