

行业洞察

全球十大餐饮巨头改包装： 纸包装产业链机会在哪？

发布时间 2026年8月30日

发布主体 BIOTEN

[在线查看文章 PDF](#)



2026变化如何传导到杯纸、食品卡、瓦楞、阻隔和供应资格

用2025门店榜单找到包装触点，再看2026变化如何传导到杯纸、食品卡、瓦楞、阻隔和供应资格。



前十品牌约31.7万家门店，铺开的是一张包装触点地图。它能不能变成订单，取决于单品规格、材料构成、食品接触、量产、加盟执行和当地末端是否一一接上。

连锁品牌最大的价值，是一个成熟规格可以跨市场复制；最大的难点，是同一品牌常被区域菜单、采购主体、加盟权限和回收设施拆成多套方案。

这是博碳包装按2025年末公开全球在营系统门店数、单一品牌口径编制的独立研究榜单；2026数据只进入动向卡，不参与2025名次。

31.7万 家门店触点 · **10** 个品牌 · **2026** 变化卡

按本文采用的公开数相加，前十品牌合计约317,220家门店。规模从蜜雪冰城（MIXUE）约48,250家，一直延伸到必胜客（Pizza Hut）单品牌复算19,155家；第11名库迪咖啡（Cotti Coffee）公开称18,000+家，未进入前十。这个量级足以把一次杯型、盒型或包纸切换放大成跨市场工程，但不能直接换算成吨位、订单金额或供应商份额。

2026年的几项变化，已经把机会指向更具体的接口：瑞幸咖啡半年净增5,262家；汉堡王（Burger King）把新翻盖盒（clamshell）用于皇堡（Whopper）核心单品；星巴克（Starbucks）的美国聚丙烯（PP）冷饮杯获得“广泛可回收”（Widely Recyclable）标识；百胜中国（Yum China）完成中国内地必胜客品牌所有权收购。门店榜单画出网络，2026变化则提醒供应商，哪些规格、采购权和末端条件已经开始移动。

2025 门店排名

01 | 2025全球十大：约31.7万家门店触点

第01名

蜜雪冰城（MIXUE）
约48,250家

口径 | 截至2025-12-31；博碳公开公式复算。中国市场43,789家，加上蜜雪集团（MIXUE Group）披露的海外集团门店，再剔除幸运咖（Lucky Cup）少量海外首店。**网络与经营** | 集团以加盟为主，主品牌覆盖中国及海外13个国家。**包装触点** | 饮料杯、杯盖、吸管、杯套、纸袋、冰淇淋包装和运输纸箱。

第02名

麦当劳（McDonald's）
45,356家

口径 | 截至2025-12-31；官方精确。**网络与经营** | 2,039家直营、43,317家特许/关联，约95%为特许经营；2025系统销售1,394亿美元。**包装触点** | 纸杯、杯盖、纸袋、汉堡盒/包纸、薯条盒、餐具、外卖和运输包装。

第03名

星巴克（Starbucks）
40,990家

口径 | 截至2025财年末（2025-09-28）；官方精确。**网络与经营** | 21,514家直营、19,476家许可，覆盖89个市场；2025财年收入371.844亿美元。**包装触点** | 冷热饮杯、盖、杯套、吸管、纸袋、食品盒、外卖和重复使用杯。

第04名

赛百味 (Subway)

近37,000家

口径 | 2025年品牌正式近似披露；企业未给12月31日精确数。**网络与经营** | 覆盖100多个国家，餐厅由独立加盟商拥有和运营。**包装触点** | 三明治包纸、防油纸、纸袋、碗、杯盖、餐巾、餐具和外卖包装。与肯德基 (KFC) 的公开差距足以稳定第4名。

第05名

肯德基 (KFC)

33,897家

口径 | 截至2025-12-31；官方精确。**网络与经营** | 149个国家和地区、99%加盟/许可；2025系统销售364.34亿美元。**包装触点** | 鸡桶、餐盒、包纸、纸袋、杯盖、餐具、外卖和运输包装。

第06名

瑞幸咖啡

(Luckin Coffee)

31,048家

口径 | 截至2025-12-31；官方精确。**网络与经营** | 20,234家直营、10,814家合作店；2025月均交易客户9,420万。**包装触点** | 冷热饮杯、杯盖、杯套、纸袋、杯托、食品袋盒和配送包装。

第07名

达美乐 (Domino's)

22,142家

口径 | 截至2025-12-28；官方精确。**网络与经营** | 覆盖90多个市场、约99%加盟；2025全球零售销售201.268亿美元。**包装触点** | 瓦楞披萨盒、蘸料杯、纸袋、餐具、外卖和运输包装。

第08名

汉堡王 (Burger King)

19,900家

口径 | 截至2025-12-31；官方精确。**网络与经营** | 覆盖126个国家和地区；2025系统销售293.68亿美元。**包装触点** | 汉堡翻盖盒 (clamshell) /包纸、纸袋、薯条盒、杯盖、餐具和外卖包装。

第09名

华莱士 (Wallace)

19,482家

口径 | 窄门餐眼2025品牌年终原表，品牌官网“约2万家”交叉确认；可信研究原表。**网络与经营** | 中国31个省市自治区为主要网络，公开资料未统一拆分直营与加盟。**包装触点** | 汉堡盒/包纸、炸鸡盒桶、薯条盒、杯盖、纸袋和外卖包装。

第10名

必胜客 (Pizza Hut)

19,155家

口径 | 截至2025-12-31；博碳单品牌复算。**网络与经营** | 覆盖108个国家，99%+为加盟；事业部口径 (Division) 系统销售127.94亿美元只作辅助。**包装触点** | 瓦楞披萨盒、鸡翅盒、纸袋、杯盖、餐具、外卖和运输包装。

两条复算边界 | 蜜雪集团 (MIXUE Group) 的59,823家不能直接当作蜜雪冰城单品牌数。必胜客 (Pizza Hut) 采用 $19,974 - (702 - 16) - (243 - 110) = 19,155$ ：从百胜餐饮集团 (Yum! Brands) 披露的事业部口径 (Division) 总数中，剔除西班牙和葡萄牙可识别的Telepizza品牌差额；这是可重复计算的研究值，不是企业官方单品牌精确数。

研究资料：蜜雪集团 (MIXUE Group)、麦当劳 (McDonald's)、星巴克 (Starbucks)、百胜餐饮集团 (Yum! Brands)、瑞幸咖啡 (Luckin Coffee)、达美乐 (Domino's) 及 Restaurant Brands International (RBI，汉堡王母公司) 年报与季度资料；赛百味 (Subway) 品牌资料；窄门餐眼；Ibersol 年报；必胜客西班牙品牌网络数据。

大型连锁放大的不只是材料用量，也会放大换线失败、加盟不执行和末端不接收的成本。

2026 观察清单

02 | 2026纸包装变化观察清单

网络与采购 | 先看需求有没有发生

01 门店与交易 | 每季核对期末在营门店、净开店、直营/加盟拆分和交易客户；门店增加而交易不增，包装放量未必同步。**02 包装单品 (SKU)** | 从新品、新店型、联名和核心产品公告中确认杯身、盒型、包纸或纸袋是否真的切换，并记录区域和首发日期。**03 供应商导入** | 在采购公告、供应商规范和财报中查入围区域、采购主体、首批量、双供、扩区日期；样品通过不等于系统订单。**04 加盟复制** | 查主特许市场的总部指定、本地采购、例外单品和实际覆盖率；同一品牌不等于同一张订单。

材料与兑现 | 再看方案能不能稳定交付

05 材料物料清单 (BOM) 与食品接触 | 查纸种、定量、再生含量、涂层/内衬、胶黏剂、油墨、接触温度、时间和证书有效期。**06 量产良率** | 在试产、设备验收和30/60/90天爬坡中看线速、换线、漏液、掉粉、压溃、套叠、报废率。**07 末端接收** | 查城市或回收商的接收清单、分选方式、再浆得率、污染率、终端需求和重复使用损耗。**08 实际减量** | 把“预计减塑”“设计可回收”与年度实际用量、捕获率、回收率分开，按报告年份连续比较。

十家品牌变化

03 | 十张2026变化卡

2026变化

蜜雪冰城 | 先披露包材总量，品牌拆分仍待补齐

截至日期 | 2026-06-30。**门店/市场** | 蜜雪集团 (MIXUE Group) 三品牌共有63,987家门店；蜜雪冰城新进入墨西哥、吉尔吉斯斯坦和巴西。集团数不重排2025单品牌榜单。**包装/品牌/材料** | 2025环境、社会与管治 (ESG) 报告于2026年公开生产设施包装材料305,264.65吨、再生浆纸板箱占69.13%；超过3,000家蜜雪冰城门店部署全自动咖啡机。**相对2025** | 集团首次把生产设施包材总量讲得更清楚，咖啡单品和设备也进入更多门店，但数据仍未拆到单一品牌和纸塑材料。**产业含义** | 杯纸、杯盖、阻隔、封合和跨区域印刷一致性需求上升；吨位不是蜜雪单品牌门店消费量。**下一信号** | 2026 ESG能否分品牌、分纸塑；咖啡机覆盖和新市场杯型。**研究资料**：蜜雪集团2026中期业绩；蜜雪集团2025环境、社会与管治报告。

2026变化

麦当劳 | 门店继续增加，材料来源进度为95.8%

截至日期 | 2026-06-30。**门店/市场** | 46,028家，较2025年末净增672；约95%加盟。**包装/品牌/材料** | 公司更新称2025年末95.8%主要顾客包装来自可再生、再生或认证材料；中国推进生物基新包装切换。**相对2025** | 门店网络继续扩大，材料来源进度更新为95.8%，距离100%仍有缺口；中国市场已进入具体包装单品切换阶段。**产业含义** | 认证纸源、纸杯/盒涂层和大规模换线有机会；来源属性不等于实际回收。**下一信号** | 剩余4.2%构件，以及中国预计年减塑超过5,800吨对应的实际切换范围。**研究资料**：麦当劳2026年第二季度10-Q报告；公司包装进展更新；麦当劳中国包装升级公告。

2026变化

星巴克 | 从设计属性走向回收接入

截至日期 | 2026-06-28。**门店/市场** | 41,304家，较2025财年末净增314。**包装/品牌/材料** | 美国聚丙烯（PP）冷饮杯获得How2Recycle的“广泛可回收”（Widely Recyclable）标识；该标识对应至少60%美国家庭拥有路边回收或投放点接入。2025财年报告还披露，75%客用包装按可重复使用、可回收或可堆肥（RRC）方向设计，25%使用再生材料。**相对2025** | 美国聚丙烯杯从设计端推进到回收接入门槛，实际捕获率仍未闭合。**产业含义** | 纸杯与塑杯都要同时证明杯体、杯盖、分选接收和终端需求，不能只比材料标签。**下一信号** | 聚丙烯杯实际捕获率、欧洲纸杯/纤维盖放量、重复使用杯占比。**研究资料**：星巴克2026财年第三季度业绩；2025财年全球影响报告；聚丙烯杯标识公告。

2026变化

赛百味 | 门店表述下调，包装量化没有跟上

截至日期 | 2026-08-30。**门店/市场** | 当前品牌页面改称35,000+家；与2025“近37,000”不是同日同口径，不回写排名。**包装/品牌/材料** | 未发现可核验的2026全球材料新增；公开方向仍以可回收、可堆肥和再生料为主。**相对2025** | 品牌把全球门店表述改为35,000+，包装信息仍只有方向，没有新增量化指标。**产业含义** | 防油包纸、纸袋和碗类机会，需要主特许市场SKU、涂层和供应商清单确认。**下一信号** | 全球系统精确店数、主特许包装规范、SKU覆盖率。**研究资料**：赛百味品牌页面；气候与自然保护页面（Climate and Conservation）。

2026变化

肯德基 | 半年新增850家，全球包装指标仍缺席

截至日期 | 2026-06-30。**门店/市场** | 34,747家，较2025年末净增850。**包装/品牌/材料** | 未发现可核验的2026全球品牌级新增；Yum报告主要披露品牌/市场局部项目。**相对2025** | 网络继续扩大，但全球品牌层面的包装量化数据仍没有出现。**产业含义** | 鸡桶、餐盒、防油纸和纸袋有规模，但149个市场、本地法规和加盟采购会拆分订单。**下一信号** | 肯德基品牌包装关键绩效指标（KPI）、新店包装单品、供应商认证和加盟执行率。**研究资料**：百胜餐饮集团2026年第二季度10-Q报告；2025全球企业公民与可持续发展报告。

2026变化

瑞幸咖啡 | 半年净增5,262家，杯类触点迅速扩大

截止日期 | 2026-06-30。**门店/市场** | 36,310家，较2025年末净增5,262；第二季度（Q2）净开2,714家，月均交易客户1.127亿。**包装/品牌/材料** | 未发现可核验的2026纸杯/盖材料切换；财报仅把配送包装材料列入直营店成本定义。**相对2025** | 门店和交易客户同步增加，材料物料清单（BOM）、单杯克重和供应商份额仍未披露。**产业含义** | 杯纸、杯盖、杯套、杯托、纸袋和高速成型检测形成强放量信号，但不能由门店数直接估吨位。**下一信号** | 杯型单品、大杯扩展、供应商导入、单杯克重和量产良率。**研究资料**：瑞幸咖啡2026年第二季度业绩。

2026变化

达美乐 | 披萨盒网络继续扩大，材料披露没有更新

截止日期 | 2026-06-14。**门店/市场** | 22,531家，较2025年末净增389。**包装/品牌/材料** | 未发现可核验的2026全球披萨盒材料新增；公开行动仍主要是美国披萨盒70%+再生含量和历史减量。**相对2025** | 披萨盒网络继续扩大，材料信息仍以美国案例为主。**产业含义** | 高强轻量瓦楞、抗油同时可再浆、数字印刷和地方回收接受是核心接口。**下一信号** | 2026责任报告、箱体克重/再生含量、地方接收率。**研究资料**：达美乐2026年第二季度业绩；2024责任管理报告；披萨盒回收说明。

2026变化

汉堡王 | 核心汉堡单品换用新盒

截止日期 | 2026-06-30。**门店/市场** | 19,933家，较2025年末净增33。**包装/品牌/材料** | Restaurant Brands International（RBI，汉堡王母公司）宣布升级皇堡（Whopper），并采用新翻盖盒（clamshell）；2025报告称，获批准的客用纤维包装中，95%+来自再生或认证来源。**相对2025** | 核心汉堡单品进入结构更新，但材料物料清单（BOM）、上线区域和放量仍未披露。**产业含义** | 食品卡纸、抗油阻隔、挺度、锁扣/封合、印刷一致性和加盟复制成为直接门槛。**下一信号** | 翻盖盒材料物料清单、上线范围、转线良率和加盟覆盖率。**研究资料**：RBI 2026年第二季度10-Q报告；2025品牌向善报告；投资者日更新。

2026变化

华莱士 | 网络微降，联名换版仍频繁

截止日期 | 2026-03-08。**门店/市场** | 监管申报文件披露19,437家，较2025研究原表少45家。**包装/品牌/材料** | 未发现可核验的2026材料物料清单（BOM）升级；品牌持续高频联名。**相对2025** | 网络轻微回落，视觉换版频率仍高，统一包材规范没有公开。**产业含义** | 食品卡纸、汉堡盒、炸鸡盒桶、防油纸和短版印刷有需求，公开资料仍缺全国复制参数。**下一信号** | 2026年末在营数、统一规格、联名批量和报废率。**研究资料**：北京证券交易所百利食品公开发行申请文件；窄门餐眼2025品牌年终表。

必胜客 | 品牌所有权改变采购治理

截至日期 | 2026-08-07。**门店/市场** | 2026年第二季度的事业部口径（Division）为19,985家；不用于改写2025单品牌排名。**包装/品牌/材料** | 百胜中国（Yum China）已完成收购中国内地必胜客品牌所有权；境外交易另行推进。**相对2025** | 同一品牌开始对应不同所有者和采购体系，全球统一规范面临新的治理边界。**产业含义** | 披萨盒、鸡翅盒和外卖包装供应商需分别跟踪中国与境外采购权限、规格和认证。**下一信号** | 境外交易完成、新供应商名录、中国与境外包装规范差异。**研究资料**：百胜餐饮集团2026年第二季度10-Q报告；百胜中国品牌收购完成公告。

包装构件地图

04 | 包装构件地图：机会沿着使用条件分层

饮品线 | 蜜雪冰城、星巴克、瑞幸咖啡、麦当劳和肯德基高频使用杯、盖、杯套、杯托、吸管和纸袋。机会集中在杯纸、阻隔、卷筒印刷、封合与高速检测；门槛是热/冷饮、果酸、漏液、杯盖配合和食品接触。

热食线 | 麦当劳、肯德基、华莱士和汉堡王对应汉堡盒/包纸、炸鸡盒桶和薯条盒。机会在食品卡纸、无氟防油和结构锁扣；门槛是热油、蒸汽回潮、挺度、折叠速度和最终制品迁移。

披萨线 | 达美乐和必胜客的核心是瓦楞披萨盒。机会在轻量高强瓦楞、抗油同时可再浆、数字印刷和箱型优化；门槛是压溃、保温散湿、油污接收和地区回收规则。

模塑与重复使用 | 纤维杯盖、杯托、餐具和托盘需要验证湿热强度、套叠、掉粉、成型良率和食品接触；重复使用系统还要看回收点、清洗、周转次数、损耗和参与率。

运输线 | 集团工厂、配送中心和加盟网络使用再生瓦楞、周转托盘、仓配标签和自动装箱。运输包装与客用包装必须分开统计。

唯一可直接采用的总量披露来自蜜雪集团（MIXUE Group）：2025年集团生产设施包装材料**305,264.65吨**，其中“可持续包装材料”111,602.18吨、其他包装193,662.47吨。该分类包含纸杯、结晶聚乳酸（CPLA）吸管、聚乳酸（PLA）塑杯等，不是纸/塑料拆分，更不是蜜雪冰城单品牌门店消费量。

其余九个品牌没有公开全球、全渠道、全包装单品统一的纸、塑料或总包装吨位。本文不做“门店数×假设单店用量”的情景估算。

供应资格

05 | 六类机会，都要经过供应资格这一关

造纸企业 | 机会在杯纸、食品卡、袋纸、防油纸和瓦楞规格分层；入场证据是认证纤维、低克重高强、涂布适配、批次稳定和跨区域供货。

包装加工 | 机会在全球基础款与短版联名并存；入场证据是模切、成型、套印、封合、掉粉、压溃、换版损耗和30/60/90天爬坡记录。

功能材料 | 水性、生物基、无氟只是材料属性。供应资格要绑定最终接触面、温度、时间、酸油水环境、成型工艺和末端路径。

设备检测 | 杯机、糊盒、模切、视觉检测和在线泄漏/封合控制会随包装单品切换放大；关键文件是线速、良率、换线时间、缺陷判定和稳定性报告。

回收再浆 | “设计可回收”之后，还要拿出当地接收、收集、分选、再浆得率、污染率和终端需求数据。

品牌采购 | 门店数只是谈判入口。采购资格表要写清总部规范、主特许市场、本地供应、加盟强制性、双供策略、旧库存切换和版本责任人。

反方校准

06 | 必须校准：大网络不等于统一订单

瑞幸咖啡半年新增5,262家，确实扩大了杯、盖、袋和杯托触点；没有杯型、克重、交易数和供应商份额，仍不能换算吨位。汉堡王的新翻盖盒进入核心单品，也不等于126个市场同步更换。必胜客品牌所有权拆分后，同一品牌会对应不同采购主体。

纸替塑也不自动成立。纸基结构如果增加复合层、降低线速、提高报废或不被当地设施接收，只是把成本和环境问题换了位置。供应商必须同时回答功能、合规、量产、商业复制和末端五个问题。

博碳数说

2025榜单给出网络坐标：前十约31.7万家门店；2026变化卡则把订单线索落到具体动作：瑞幸咖啡高速开店、星巴克推进回收接入、汉堡王更换核心单品包装、必胜客重构品牌所有权。

对纸包装产业链，更有用的跟踪方式，是把“纸替塑”拆成六个问题：门店净增是否伴随交易增长，包装是否进入明确单品，材料物料清单是否闭合，供应商能否稳定量产，加盟体系是否执行，末端是否接收。只有这些指标连续兑现，全球餐饮网络才会转化为可持续订单。

喝完咖啡，纸杯开始生长，博碳育苗纸杯。

博碳包装·产业洞察·研究说明

本文由博碳包装基于企业年报、监管文件、可持续报告、品牌正式资料和可信研究原表独立研究，核验截至2026年8月30日，仅供产业研究学习，不构成采购、投资或合规决策依据。如对内容、数据或权益有异议，可提出修改、说明或删除请求，我们将在收到后24小时内核查处理。

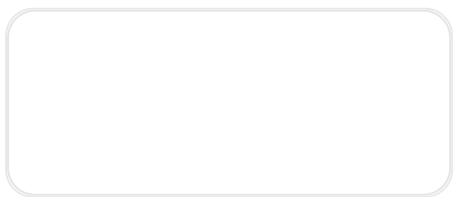
博碳观察数据与核验来源

蜜雪集团（MIXUE Group） | 2025年度报告蜜雪集团（MIXUE Group） | 2026中期业绩麦当劳（McDonald's） | 2025年度10-K报告星巴克（Starbucks） | 2025年度10-K报告赛百味（Subway） | 2025品牌资料百胜餐饮集团（Yum! Brands） | 2025年度10-K报告百胜餐饮集团（Yum! Brands） | 2025全球品牌与市场门店表瑞幸咖啡（Luckin Coffee） | 2025财年业绩达美乐（Domino's Pizza） | 2025年度报告Restaurant Brands International（RBI，汉堡王母公司） | 2025年度10-K报告北京证券交易所 | 百利食品公开发行申请文件Ibersol | 2025年度报告百胜中国（Yum China） | 必胜客中国内地品牌收购公告星巴克（Starbucks） | 2025财年全球影响报告

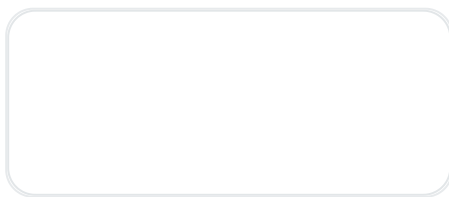
[阅读原文](#)

[← 返回行业洞察](#)

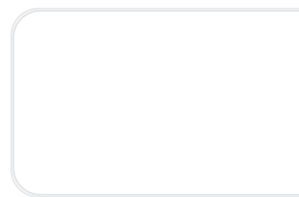
相关文章



2026-08-30



2026-08-30



2026-08-30

外卖餐盒的新考题：海底捞收入增长121.2%，一人食要验证什么？

肯德基全球3.4万家门店一个品牌，为什么要有多套包装答案？

半年卖出11.1亿杯、上新1万店系统，包材供应商真



都佰城新材料技术（上海）有限公司

+86 400 677 9978
Bioten@dbc.cn

- 01

博碳观察

→
- 02

公司动态

→
- 03

行业洞察

→
- 04

博碳生物

→
- 05

博碳包装

→
- 06

博碳开发者

→