

高管访谈

赛百味中国首席执行官朱富强:

今年计划新开门店超350家



图①北京北顶奥森攀岩生态园里的赛百味餐厅 图②赛百味餐厅操作台 图③赛百味中国首席执行官朱富强

本报记者 梁傲男

6月6日,在北京北顶奥森攀岩生态园里的赛百味餐厅,赛百味中国首席执行官朱富强与首席市场官王威接受了《证券日报》记者采访。窗外细雨绵绵,室内攀岩墙上的爱好者们正挥洒汗水,这一幕恰与赛百味想要传递的“新鲜、健康、向上”的品牌理念不谋而合。

进入中国市场31年,赛百味曾一度被贴上“水土不服”的标签;门店扩张缓慢、品牌声量微弱、产品认知固化。但在过去三年,这家全球快餐巨头正在中国上演一场“逆袭”:从2023年6月份到今年6月份,赛百味门店从500家跃升至1200家,代言人吴磊的海报铺满核心商圈,社交媒体上“赛门文学”悄然兴起。

这场深刻的变革背后,是怎样的战略逻辑?面对本土品牌的围剿与竞争的硝烟,赛百味如何突围?《证券日报》记者与赛百

味中国核心管理层展开了一场对话。

加快扩张步伐

赛百味早在1995年就正式进入中国市场,但此后的二十余年里,其扩张步伐始终显得谨慎而缓慢。截至2023年6月份,这个在全球拥有超过3.7万家门店的西式快餐巨头,在华门店总数才刚刚突破500家,与肯德基、麦当劳等同期进入中国的竞品相比,赛百味一度被业界认为“起了个大早,赶了个晚集”。

不过,在2023年6月份,赛百味的转折点出现了。赛百味全球总部宣布与上海富瑞食品发展有限公司(以下简称“富瑞食品”)签订新的总特许经营协议,富瑞食品获得在中国大陆管理和开发所有赛百味门店的独家权利。

富瑞食品接手后,一改此前依托小型加盟商的策略,将扩张重

心转向直营模式。截至2025年底,赛百味中国用两年多的时间新增门店500家,开店总量超过此前28年的开店总和。其中,2025年全年,赛百味在华开店数量超过300家,创下品牌进入中国市场以来的年度开店纪录。

今年年初,富瑞食品完成大幅增资,注册资本从5800万美元增至9300万美元。“这正是基于对中国市场前景以及品牌自身发展潜力的坚定信心作出的决定。”朱富强对《证券日报》记者表示,2026年,赛百味中国计划新开门店超350家。

在开店策略上,赛百味中国采取了集中式打法,新开直营门店80%以上位于一二线城市。“我们不会盲目追求数量,而是先在一线城市重点布局,稳固后再向其他城市辐射。”朱富强表示。

尽管扩张提速,但赛百味并未走低价格路线。“我们不给消费者单纯的低价,而是物超所值的体验。”朱富强认为,现场醒发烘

焙的24小时新鲜面包、七种以上免费无限量添加的蔬菜、现点现做的定制咖啡,无限畅饮的现磨咖啡,才是消费者真正愿意买单的东西。

朱富强透露,截至目前,剔除新店因素,品牌同店的年度销售额仍保持接近两位数的同比增长,门店单店现金流均为正,符合发展预期。

“中国的人口规模对于任何一个快餐品牌都是个巨大的市场,随着中国消费者收入持续增加,更多人开始关注日常的健身锻炼和身心健康。我们的餐饮理念迎合了这一趋势,恰好踩中了这一时代节拍。”朱富强如是说。

定制“中国味儿”

长期以来,赛百味在中国被贴上了“冷餐”“减肥餐”的标签。这种刻板印象,既是挑战,也是变革的起点。过去两年多的时间里,赛百味中国从产品、场景到品牌形象,展开了一场本土化升级,试图让这个国际快餐品牌真正“长”在中国消费者的生活里。

重塑的第一步,是改变产品本身的认知。“其实所有三明治都可以热烤,只是很多消费者不知道。”王威提到,赛百味在小程序上将“帮我热烤”的选项突出显示,并在冬季连续推出“暖朋友赛百味”IP系列产品,配合保温包装,从视觉到口感改变消费者的冷餐印象。

此外,赛百味还在加强本土化研发,为中国人的胃口定制口味,携手米其林餐厅厨皇推出“中国味儿”系列三明治,专为嗜辣人群研发“麻辣双椒酱”,并紧跟新鲜、健康风口,推出“237能量碗”系列,切入健身、控卡人群的细分市场。

在推出新品的同时,赛百味还在不断拓宽消费场景。早餐、晚餐、能量碗、热饮……赛百味正在从一个只卖三明治的

品牌,转型为覆盖全时段的轻食品牌。“早餐业务是我们的增长冠军,而针对加班和健身人群的‘焕活晚餐’,增长速度也已经超过了午餐。”王威如是说。

产品之外,品牌形象也在同步焕新。如今,赛百味门店和产品包装以鲜明、活力的“牛油果绿+柠檬黄+新鲜银”取代旧有视觉体系;在代言人选择上,赛百味同样深思熟虑,“代言人选择吴磊,不仅是因为他代表了Z世代的‘颜值符号’,更因为他身上独特的探索欲、健康、阳光的特质,完美契合品牌理念。”王威表示。

这一系列改变的背后,是赛百味对中国消费趋势的精准回应。国内情绪消费市场规模正持续扩大,情绪价值和社交属性已成为消费决策的核心考量。

赛百味精准把握这一趋势,以明星互动、定制菜单、公益行动为消费者提供情绪补给,让用餐不再只是简单的果腹。赛百味的消费者们在小红书、抖音、微博等社交平台晒出自己的“灵感配方”,沉淀出独树一帜的“赛门”美食文化。

在社交平台上,赛百味“变”了的讨论日渐增多。有用户在小红书上写道:“赛百味终于不再是又冷又硬的‘健身餐’了,刚出炉的香烤牛肉三明治,面包是脆的,牛肉是热的,真的可以。”一位经常健身的用户在抖音上评价:“自由选食材这个设定很贴心,蔬菜可以多加,备注了真的有用,比其他轻食店实在了。”

从“冷食”到“热烤”,从“减肥餐”到“中国味”,从“外带凑合”到“坐下来吃”,这些细微但真实的变化,正在重塑赛百味在中国消费者心中的印象。1200家门店只是一个起点,当这个“赶晚集”的品牌终于找到了属于自己的节奏,它在中国的故事,正翻过“水土不服”那一页。

2026数字经济大会

盛邦安全副总裁袁先登:建立空地海一体化安全防护体系



袁先登(左)接受记者采访 王焱辉/摄

本报记者 李乔宇

数字经济的全面渗透,正持续拓宽网络安全的边界。低空经济加速落地,商业航天稳步前行,AI大模型深度融入千行百业,新兴产业的勃兴催生出海量差异化的安全需求。网络安全行业正告别传统的地面防护框架,向着全域化、智能化、场景化的方向快速迭代。在这场变革浪潮中,远江盛邦安全科技股份有限公司(以下简称“盛邦安全”)提前布局,完成了从传统网安服务商向全域安全先行者的转身。

“网络安全是伴生行业,新产业在哪里,安全需求就在哪里。”日前,盛邦安全副总裁袁先登在接受《证券日报》记者专访时表示。他援引盛邦安全董事长权小文的观点告诉记者,盛邦安全致力于实现“空地海一体化安全”的战略转型,成为数字经济时代网络安全的领航者。

全域场景释放增量 新增长曲线构筑发展底座

在袁先登看来,网络安全产业的演进节奏,始终紧跟数字经济发展的脉搏。过去十几年,安全市场的主流逻辑是“合规导向”。但近几年,随着数据成为核心生产要素,AI渗透千行百业,安全需求的底层驱动力发生了根本性改变。“实战化、场景化正在取代合规,成为新的核心主线。”袁先登如是说。

这一判断,恰与盛邦安全自身的发展历程形成印证。盛邦安全成立于2010年,早期以漏洞检测和Web应用安全防护见长,积累了扎实的底层能力。2020年,盛邦安全开始探索网络空间地图技术。2022年,盛邦安全正式发布首个网络空间地图“坤舆图”,并入选工业和信息化部网络安全技术应用试点示范项目。2023年,盛邦安全登陆上交所科创板,被誉为“网络空间地图第一股”。

2021年,盛邦安全敏锐地捕捉到了产业新机遇,将目光投向卫星互联网安全这一前沿领域。历经数年技术打磨与市场拓展,目前盛邦安全已打造了卫星互联网安全、网络空间地图、AI安全三大新增长曲线,打破了传统业务的增长瓶颈。

其中,卫星互联网安全已从战略规划走向商业落地。袁先登告诉记者,2025年,盛邦安全卫星互联网安全业务板块已实现实质性的收入贡献。2026年,盛邦安全卫星互联网安全业务板块将持续扩容,成为驱动营收增长的核心引擎。

基于此,盛邦安全逐步搭建起空地海一体化的安全防护体系。随着通信、AI两大技术不断突破,网络安全产品也迎来全新发展方向。

“像融合基站与卫星通信的多接入网、AI赋能的网络空间地图,都是技术融合下的新成果。”袁先登告诉记者,新赛道、新技术带来了行业红利,这对所有企业而言都是难得的机会。谁能抢先布局,谁就能牢牢抓住机遇。

数据安全与个人信息保护领域的合规需求,也在为盛邦安全等企业进一步释放市场空间。袁先登表示,盛邦安全已在数据安全领域形成防护、审计、漏洞研判等全流程体系;在个人信息保护领域,盛邦安全深度参与国家级网络安全身份认证平台的建设与标准制定,相关成果落地数十个重点行业。

技术攻坚破解痛点 AI重构安全服务形态

如果说战略选择决定了公司发展的方向,那么技术落地则决定了公司能走多远。袁先登认为,随着安全边界从传统局域网向卫星链路、低空通信、深海通信等全域延伸,技术挑战的复杂度呈指数级上升。

其中一个典型的产业发展痛点就是如何实现高速传输场景下的安全防护与性能平衡。2025年,盛邦安全推出200G高速链路加密网关,加密时延能做到3微秒以内。

“这一产品解决了三大痛点。”袁先登告诉记者,一是攻克了传统加密设备时延过高,导致业务受阻的难题;二是补齐了国内链路加密性能无法匹配算力不断提升趋势的短板;三是实现了从硬件到算法的自主可控,并预留了量子算法接口。

据介绍,200G高速链路加密网关主要应用于卫星互联网骨干链路通信、智算中心跨域互联、大模型分布式训练,以及金融、能源、运营商等关键基础设施的骨干网连接等场景的高速加密传输,为新一代数字基础设施提供“高吞吐、低时延、全自主”的安全底座。目前,该产品已通过中国信通院泰尔实验室权威检测,核心算法与硬件100%自主可控。

此外,AI大模型的爆发也为网络安全产业提供了新的机遇。“我们明确提出‘AI Inside’战略,AI已经从边缘辅助变成核心底座。”袁先登表示,盛邦安全已经推出一系列AI升级产品和服务,DayDayMap上线AI资产拓线功能。

“同时,盛邦安全发布了‘RayToken’AI安全网关。”袁先登透露,该产品可以帮助企业统一管控数种大模型的使用,实现观测系统可视化、算力消耗管理可量化,帮助企业解决使用大模型过程中入口难管理、使用难审计、费用难管控、效率难提升等问题。

展望未来,盛邦安全将坚持务实的发展思路,在稳固网络空间地图优势的基础上,依托人工智能强化精准识别、精确防御、场景深耕的核心能力,深度融合新兴产业发展。

袁先登表示,未来三年至五年,盛邦安全将在深耕网络空间地图的基础上,向深空、低空、深海等产业延伸,为卫星互联网、商业航天、低空经济等新兴产业保驾护航。他强调,新兴产业定将催生出“安全新蓝海”。

苹果官宣AI升级 国内“果链”企业抢抓机遇

本报记者 贾丽

北京时间6月9日凌晨,苹果2026年度全球开发者大会(WWDC 2026)拉开帷幕。作为蒂姆·库克卸任CEO前主持的最后一届WWDC,苹果交出了两年来备受期待的答卷——Siri迎来2011年诞生以来规模最大的一次重构,推出新一代Apple Intelligence,推出新一代Apple Intelligence AI。此次,苹果Apple Intelligence智能体迎来全面升级,标志着苹果正式迈入AI规模化落地时代。

与此同时,国内苹果产业链企业正加速向AI服务器、散热方案、精密结构件等高附加值赛道转型,深度承接此次AI变革带来的硬件增量机遇。

AI升级计划正式亮相

本次大会上,苹果发布了

iOS 27、macOS 27等六大全新系统,并将人工智能深度整合作为贯穿生态的核心战略,公布了全面的AI升级计划。

此次,Siri迎来发布以来最彻底的改版,正式升级为“Siri AI”。它首次拥有独立的桌面App界面,支持气泡式连续多轮对话、历史记录查询与跨设备iCloud同步。同时,Siri AI具备了理解屏幕内容的能力。

技术架构层面,苹果选择与谷歌深度合作,首次将谷歌Gemini大模型引入Apple Intelligence底层。模型既能在设备端运行,也能基于专用云计算在服务器端运行。

系统层面,苹果将旗下所有主流操作系统统一升级到iOS 27版本,AI能力覆盖照片编辑、Safari标签整理、密码安全修复等几十个系统场景。

迈睿资产管理公司首席

执行官王浩宇在接受《证券日报》记者采访时表示,Siri AI及新一代操作系统将成为iPhone等产品的关键需求驱动力,助力苹果延续强劲营收势头。

产业链加速转型

随着苹果AI战略全面升级,国内产业链企业正加速切入AI赛道,从传统“果链”供应商向“AI链”核心供应商跨越。

端侧AI、跨终端智能协同成为苹果下一代产品核心演进方向,带动了全链企业升级。

在苹果产业链中,AI功能的大规模落地,对终端芯片功耗、整机散热、结构稳定性、轻量化设计提出更高要求,直接拉动精密结构件、高端散热模组、新型功能组件等硬件需求,而这也是众多国内“果链”企业的核心优势领域。

同时,在中国市场,从大模型到AI芯片,从算力基础设施到具身智能,AI产业亦进入资本加速期。自2026年以来,从大模型到AI芯片,从算力基础设施到应用层,一批国内头部企业密集完成大额融资,或正在启动港股、A股IPO进程。

6月1日,北京智谱华章科技股份有限公司宣布,董事会已通过决议,拟发行A股并在科创板上市,计划募资不超过150亿元。其中120亿元计划将投入“人工智能通用基座大模型”项目。

紧随其后,MiniMax也已签署辅导协议,正式启动A股IPO进程,目标同样直指科创板。

另外,6月8日,沪深交易所网站显示,上海燧原科技股份有限公司科创板IPO申请,粤芯半导体股份有限公司创业板IPO申请将于6月15日上会。

上海财经大学特聘教授胡延平对《证券日报》记者表示,这并非企业偶然行为,而是国内人工智能产业在科技政策、资本市场、技术能力、应用需求四大维度一致向好的结果。这些标志性事件

公开资料显示,作为苹果长期核心战略供应商,广东领益智造股份有限公司以精密制造、热管理、结构件及模组能力,深度绑定苹果全系终端,积极把握机遇。

通过绑定苹果等全球科技巨头,立讯精密工业股份有限公司正从传统的“果链”龙头向“AI链”核心供应商跨越。

富士康工业互联网股份有限公司作为iPhone整机组装核心厂商,同样在AI服务器领域持续发力。瑞声科技控股有限公司则全面参与AI手机、AI摄像头等重磅产品的研发与供应,深度切入iPhone核心产品线零部件供应体系,紧跟苹果人工智能操作系统升级与硬件迭代节奏。

信息消费联盟理事长项立刚对《证券日报》记者表示,苹果此次AI升级标志着消费电子端

侧AI正式进入规模化落地阶段。苹果此次推出的端侧+私有云混合架构,打通了AI能力从云端下沉到终端的“最后一公里”。这对产业链的影响是多维度的,一方面,AI功能对终端芯片算力、整机散热、结构稳定性提出更高要求,精密结构件、高端散热模组等硬件需求将显著增长;另一方面,随着Apple Intelligence打通跨终端AI协同体验,XR、AI PC等设备有望迎来新一轮换机周期。

IDC中国副总裁周震刚认为,2026年科技行业将呈现明显的结构性分化,AI相关基础设施、先进制程半导体、苹果产业链有望保持中高速增长,而传统PC、部分电信及封测环节则面临增长放缓压力。投资机会将更多来自细分赛道与供需错配,“果链”企业向AI算力硬件的战略跃迁值得重点关注。

共同勾勒出一个清晰的趋势,从大模型到AI芯片,从机器人到存储,国产AI企业正在集体加速登陆资本市场。

“头部AI企业扎堆冲刺上市,意味着AI赛道从技术竞赛,全面转向资本、算力与盈利能力的综合比拼。”嘉兴同元创业投资合伙企业合伙人王欣宇对《证券日报》记者表示,过去两年,“百模大战”拼的是参数,而上市窗口一旦打开,企业就必须向公众投资者交出关于现金流、毛利率和芯片储备的三重答卷。

全球AI巨头竞速IPO 中国“军团”加速资本化布局

本报记者 贾丽

近日,全球生成式人工智能领军企业OpenAI正式宣布,已向美国证券交易委员会(SEC)秘密递交首次公开募股(IPO)申请,这家人工智能企业目前估值超8500亿美元,正筹备最快于今年第四季度完成上市。

尽管OpenAI在声明中谨慎表示“目前尚未敲定上市时间”,但这则消息无疑向全球资本市场投下了一颗重磅炸弹。

在此之前,被视为OpenAI最强

对手的Anthropic已宣布秘密提交IPO申请。Anthropic在新一轮融资中估值已跃升至9650亿美元。另外,算力提供商、高度参与AI行业发展的SpaceX,也正在推进IPO。

深圳市信息服务业区块链协会名誉会长郑定定向对《证券日报》记者表示,OpenAI的IPO将是AI行业的标志性节点。它意味着AI竞赛从单纯的技术研发层面,正式升维至资本层面的较量。对于中国AI企业而言,二级市场的窗口期已经打开,但真正的考验才刚刚开始,即商业化的落地能力。

与此同时,在中国市场,从大模型到AI芯片,从算力基础设施到具身智能,AI产业亦进入资本加速期。自2026年以来,从大模型到AI芯片,从算力基础设施到应用层,一批国内头部企业密集完成大额融资,或正在启动港股、A股IPO进程。