
行業概覽

本節所提供有關我們所在行業的若干資料及統計數據，乃摘錄自政府官方來源。此外，本節及招股章程其他部分所載的若干資料，乃摘錄自委託歐睿國際就本招股章程而發出的歐睿報告。請參閱「— 有關本節」。我們相信本節「行業概覽」的資料來源為該等資料的合適來源，並在摘錄及轉載有關資料時力求審慎。我們並無理由相信該等資料存在嚴重錯誤或誤導成分，或當中遺漏任何事實致使該等資料存在嚴重錯誤或誤導成分。我們、譽宴(張氏)、保薦人、聯席牽頭經辦人、聯席賬簿管理人及包銷商或參與配售的任何其他方均無獨立核證該等資料，且對該等資料的準確性或完整性並無發表聲明，故不應過度依賴該等資料。

有關本節

一般資料

本節載有歐睿國際為編製本招股章程而摘錄自委託編製的歐睿報告當中的資料。我們就歐睿報告的編製及使用向歐睿國際支付總額45,000美元。

研究方法

歐睿國際進行自上而下的中央研究及自下而上的情報收集，以期呈現中式全套服務酒樓及婚宴行業的全面及準確情況。下列研究方法已獲採用。根據歐睿報告，其摘錄的資料反映根據抽樣的市況估計，且主要編製作為市場研究工具。歐睿國際所進行的研究不應被視為歐睿國際就本公司的任何證券價值及於本公司投資的建議而發表的意見。

初步調研

歐睿國際已與涉及中式全套服務酒樓及婚宴行業的貿易協會及行業專家、中式全套服務酒樓經營商、酒店及婚宴專家進行獨立業界採訪。進行有關業界採訪及使用官方公開數據以確保業內人士共識及準確性。

次級調研

歐睿國際使用中式全套服務酒樓經營商、酒店及婚宴專家的年報、行業報告及歐睿國際的聯合資料庫「Passport」支持其調查結果。

調研質量

歐睿國際已使用初步及次級調研數據驗證所有收集的數據和信息，並非倚賴任何單一來源。此外，每名受訪者的資料及意見亦曾與其他受訪者的資料及意見及任何官方公佈數據進行比較，以確保可信性及消除此等來源的偏見。倘發現所收集的數據有異常，則將進行補充調研，以確認或修改有關調查結果。

行業概覽

保障

歐睿國際基於對相關市場的歷史及發展進行全面深入評估、與行業現有數據或業界訪談交叉核對及在適用時使用統計工具，採用規範的做法對市場規模及增長趨勢進行定量及定性預測。

有關歐睿國際的資料

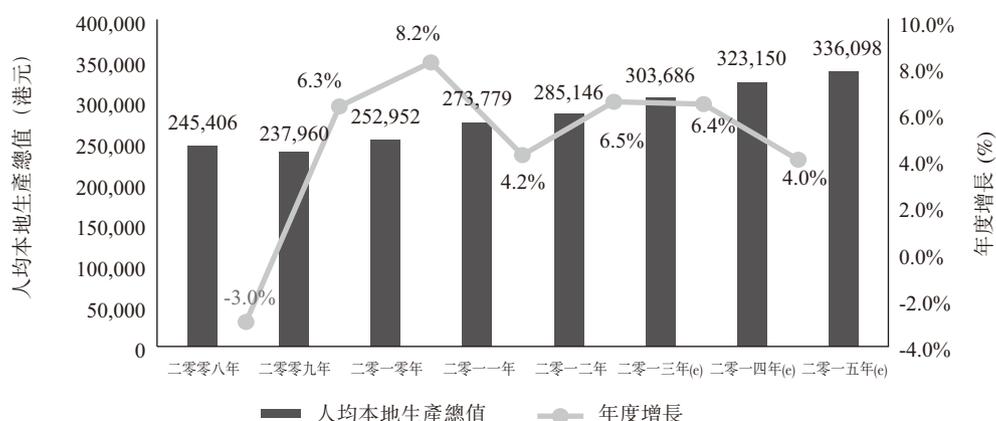
歐睿國際成立於一九七二年，是一個全球性研究組織，於倫敦、芝加哥、新加坡、上海、維爾紐斯、迪拜及開普敦設有辦事處。歐睿國際的使命是鞏固其作為消費產品、服務及生活模式的優質國際市場情報領先供應商的地位。歐睿國際不斷拓展及開發其產品及技術的政策可確保其保持資訊解決方案的優勢。歐睿國際研究各種消費者、工業、服務及企業對企業的市場並仍然是獨立及由私人擁有。

香港經濟概覽

人均本地生產總值

受二零零八年金融危機拖累，香港整體貿易及出口水平出現下降，二零零九年人均本地生產總值下跌約3.0%。儘管經濟在二零零九年出現收縮，惟在香港出口需求上升及香港政府經濟刺激政策的推動之下，香港人均本地生產總值在二零一零年及二零一一年分別反彈約6.3%及約8.2%。然而，由於歐元區危機導致西方國家的需求放緩，香港出口水平及經濟活動均受影響。二零一二年香港人均本地生產總值的增幅下降至約4.2%。歐睿報告的數據顯示，香港人均本地生產總值預期將於二零一五年達到約336,098港元，二零一三年至二零一五年的複合年增長率約為5.2%。

以下圖表說明二零零八年至二零一二年香港人均本地生產總值的增長趨勢，以及二零一三年至二零一五年的預期增長：



資料來源：香港政府統計處

附註：「e」指預測數字。

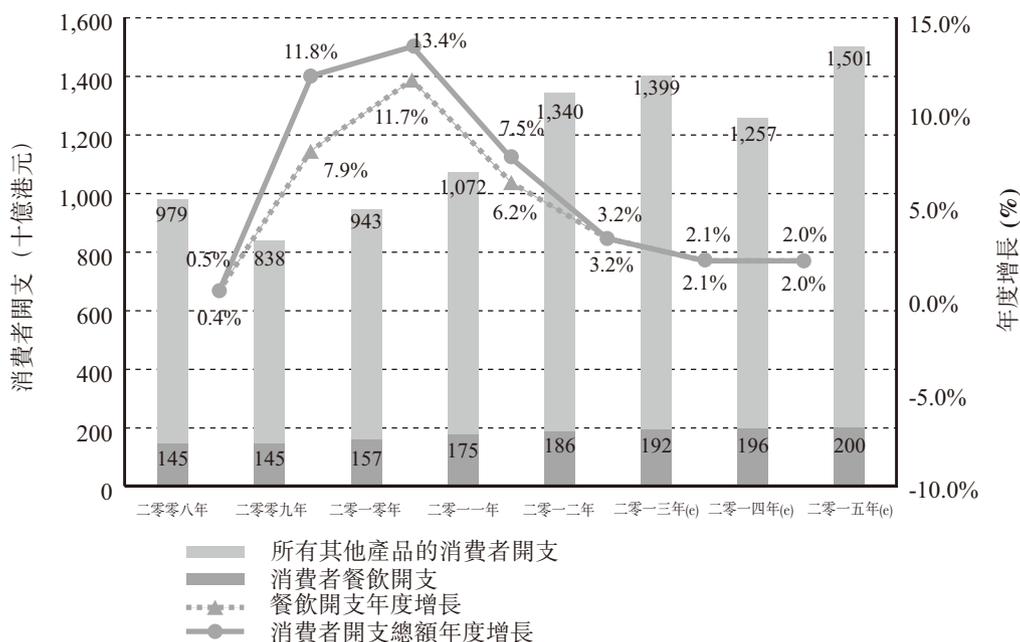
行業概覽

消費者開支

歐睿報告的數據顯示，二零零八至二零一二年香港消費者開支總額的複合年增長率約為8.2%，並於二零一二年升至約13,400億港元。儘管受到二零零八年金融危機的影響，二零零九年的消費者開支總額仍錄得約0.5%的正增長。隨後年份消費者開支總額快速反彈，惟受歐元區危機打擊消費者信心的影響，二零一二年消費者開支大幅減少約7.5%。

歐睿報告的數據顯示，二零零八年至二零一二年消費者餐飲開支的複合年增長率約為6.5%。由於經濟前景黯淡，二零零八年消費者在開支方面更為審慎並削減餐飲服務開支，導致二零零九年消費者餐飲開支增長僅約0.4%。消費者信心在隨後年份逐步回升，二零一二年消費者餐飲開支錄得約6.2%的升幅。

以下圖表說明二零零八年至二零一二年香港消費者開支總額及消費者餐飲開支的增長趨勢，以及二零一三年至二零一五年的預期增長：



資料來源：歐睿報告

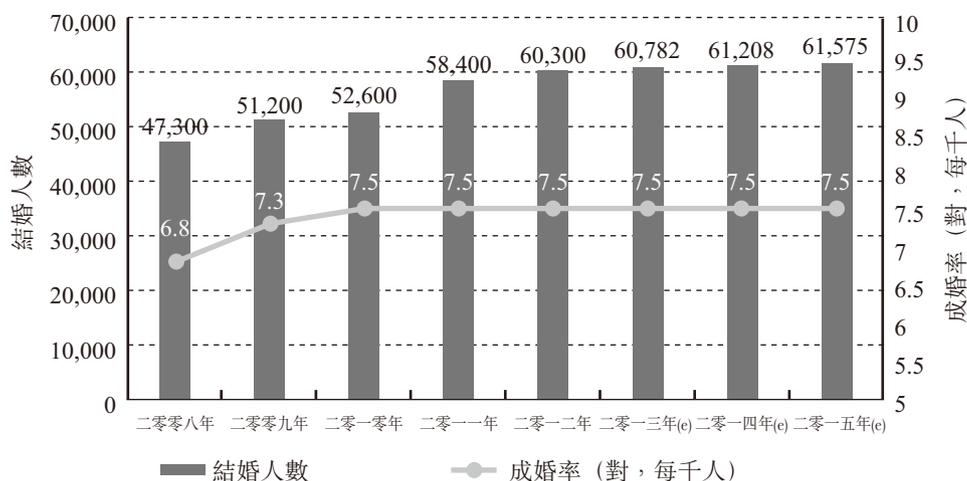
附註：「e」指預測數字。

結婚人數及成婚率

根據歐睿報告，於二零零八年至二零一二年期間，結婚人數按複合年增長率約為6.3%，二零一二年有約60,300對新人結婚。然而，歐睿報告顯示，自二零一零年起香港的成婚率一直停滯在每1,000人口只有7.5對夫妻，這主要由於越來越多市民接受更長期的教育並將事業發展放在首要位置，對結婚或組織家庭的熱情不高。歐睿國際預期，未來香港結婚人數將隨著人口增加比例而上升，而非香港成婚率增長。

行業概覽

以下圖表說明二零零八年至二零一二年香港結婚人數及成婚率，以及二零一三年至二零一五年的預期香港結婚人數及成婚率：



資料來源：歐睿報告

附註：「e」指預測數字。

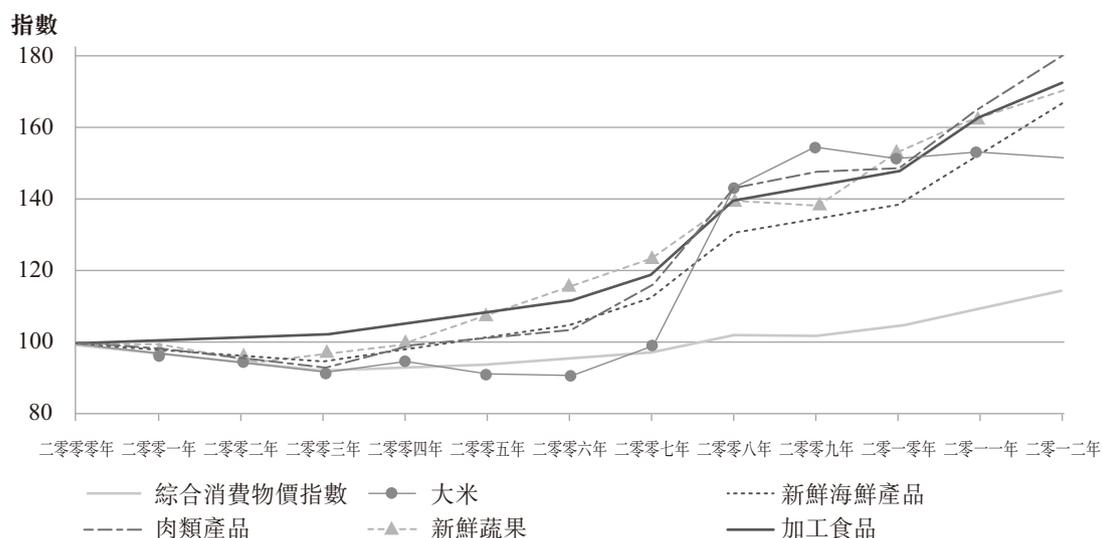
消費物價指數

由於很多產品均由中國內地進口，人民幣升值對香港食品配料的消費物價指數帶來影響。二零零零年至二零一二年期間，食物的消費物價指數升幅高於香港的整體通脹率。歐睿報告顯示，肉、蔬菜、水果及加工食品的升幅最大，在過去12年內攀升超過60%。

歐睿國際預期消費物價指數的上升很可能會令香港消費者的生活成本提高。儘管餐飲行業營運商的經營成本將增加，預期部分該等成本的增加將以提高食品服務價格的方式轉嫁給消費者。

行業概覽

以下圖表說明二零零零年至二零一二年香港的消費物價指數及食物價格：



資料來源：歐睿報告

香港的消費食品服務市場

概覽

歐睿報告顯示，香港的消費食品服務行業包括消費者可前往用膳的所有商舖。消費食品服務行業的各種不同的餐飲店舖包括：全套服務酒樓、快餐店、酒吧以及其他飲食商舖。全套服務酒樓包括所有主要提供食物而不是飲品的落座用膳餐廳，其特點是提供餐檯服務且食物質量比快餐店相對更好。全套服務酒樓亦包括自選菜式、自助餐及落座用膳。香港的全套服務酒樓供應各種不同菜式，包括中式、其他亞洲菜式（例如日本、韓國及泰國）以及西方及歐洲菜式。中式全套服務酒樓包括港式茶餐廳、粵菜全套服務酒樓、供應北京、四川或上海菜式的全套服務酒樓、素食餐廳及供應其他中國菜式的中式全套服務酒樓。

歐睿報告亦有調查中式全套服務酒樓的價格定位。歐睿國際認為中式全套服務酒樓可分為大眾化中式全套服務酒樓及中高端中式全套服務酒樓。大眾化中式全套服務酒樓包括休閒餐飲餐廳（或稱為港式茶餐廳，也可以叫茶餐廳），每餐的平均消費通常少於80港元。另一方面，中高端中式全套服務酒樓則提供全套服務和供應普通的中式菜餚或者廣東、上海或北京的地方菜式。這些酒樓定位中高端，每餐平均消費高於80港元，供應點心、火鍋、價格適中的中式菜餚以及用鮑魚、魚翅及海參等食材或配料的高檔美食。這些餐廳偶爾會承辦宴會，每桌平均消費為3,000港元或以上。本集團的酒樓乃分類為中高端的中式全套服務酒樓。

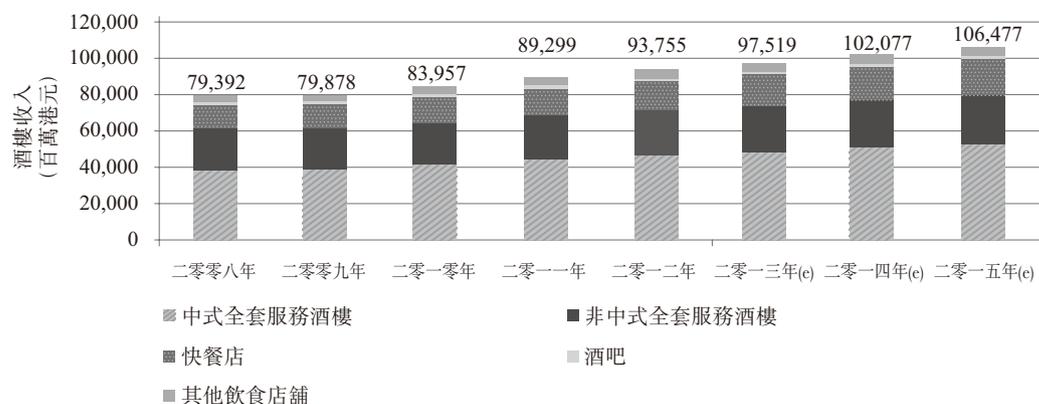
行業概覽

酒樓收入

歐睿報告顯示，二零一二年消費食品服務行業酒樓收入總額由二零零八年約790億港元增至約940億港元，複合年增長率約為4.2%。二零零八年的經濟危機導致二零零八年至二零零九年整個消費食品服務行業的增長都放緩，餐廳收入總額於期內僅微增約0.6%。然而，隨著消費者信心和到訪旅客的增加，消費飲食品務行業迅速回暖，二零零九年至二零一二年餐廳收入總額的複合年增長率表現穩健。歐睿國際的數據顯示，消費食品行業的全套服務酒樓收入總額預期將從二零一三年約975.19億港元增至二零一五年約1,064.77億港元，複合年增長率約為4.5%。

歐睿報告的數據顯示，中式全套服務酒樓收入由二零零八年約382.91億港元增至二零一二年約457.30億港元，複合年增長率為4.5%，高於市場水平。歐睿國際認為，來自中國內地的大量遊客及其不斷提升的消費力是中式全套服務酒樓銷售增長的主要動力。中式全套服務酒樓的收入依然是酒樓收入總額的最大分部，佔比由二零零八年約48.2%增加至二零一二年約48.8%。歐睿國際預期這個趨勢將持續，而中式全套服務酒樓收入將在二零一五年佔據酒樓收入總額約48.9%。

以下圖表說明二零零八年至二零一二年香港消費食品服務行業收入的趨勢，以及二零一三年至二零一五年的預期增長：



資料來源：歐睿報告

附註：「e」指預測數字。

香港中式全套服務酒樓數量

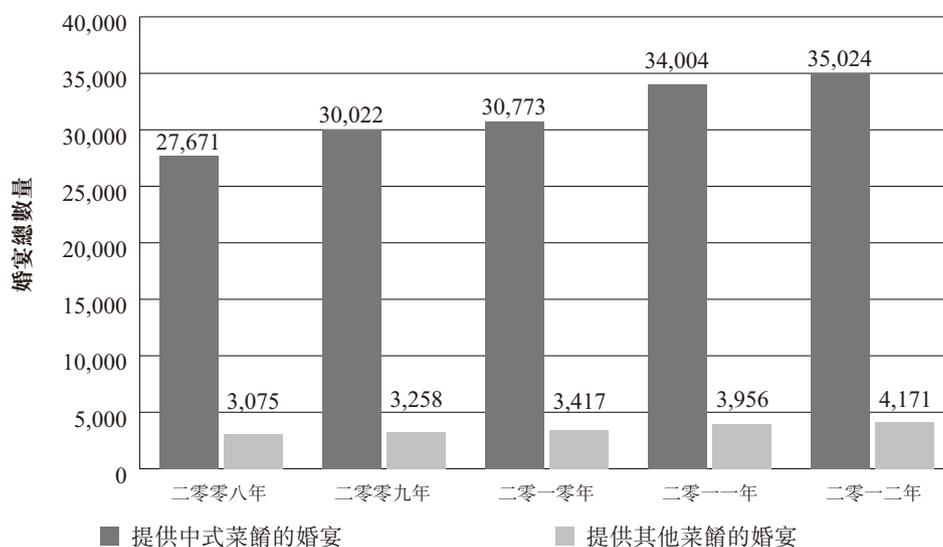
歐睿報告顯示，二零一二年香港有4,781間中式全套服務酒樓，其中大部分酒樓為單一獨立經營商所有，約佔二零一二年中式全套服務酒樓數量的84.6%。然而，隨著租金及人力成本的上升，連鎖經營商或大型飲食集團所經營餐廳的比例不斷提高。連鎖中式全套服務酒樓得益於其更為穩健的財務實力提供了其對開支上漲的承受能力，其佔比由二零零八年約13.6%上升至二零一二年約15.4%，複合年增長率約為8.7%。連鎖經營商在經濟效益比獨立經營商更有優勢，在管理上更具有系統性，因而集中化採購團隊及更高效的員工培訓機制可減低食物成本。大型飲食集團與香港主要物業業主的關係也更為密切，因而更容易得到人流密集的位置和較為優惠的租金。因此，歐睿國際預期，更多獨立經營的餐廳將由連鎖經營餐廳取代，從而推高連鎖經營的中式全套服務酒樓行業收入的增長。

香港婚宴市場

婚宴是新婚的慶典，新婚夫妻雙方的親朋好友通常都會出席，並設有酒宴。歐睿報告顯示，香港約70%的婚禮新人會選擇承辦婚宴，其他的則會以結婚旅遊等其他方式慶祝新婚。香港的婚宴可按菜式分類，包括中式婚宴及非中式婚宴。中式婚宴供應中式菜餚，舉辦地點較為傳統，例如傳統中式全套服務酒樓，中式婚宴專家、酒店或會所。非中式婚宴的舉辦形式則不遵循中國習俗，包括自助餐、雞尾酒宴會或者供應其他菜式的宴會。這些宴會通常在酒店及會所舉行，偶爾也會選址宴會廳。

歐睿國際指出，受文化及地域背景影響，約87.1%的婚宴都是中式婚宴。中式婚宴通常設有20至35張可坐10到12個人的圓桌，並供應傳統廣東美食，二零一二年中式婚宴的平均消費是約147,000港元。

以下圖表說明二零零八年至二零一二年在香港舉行的中式婚宴及非中式婚宴的總數量：

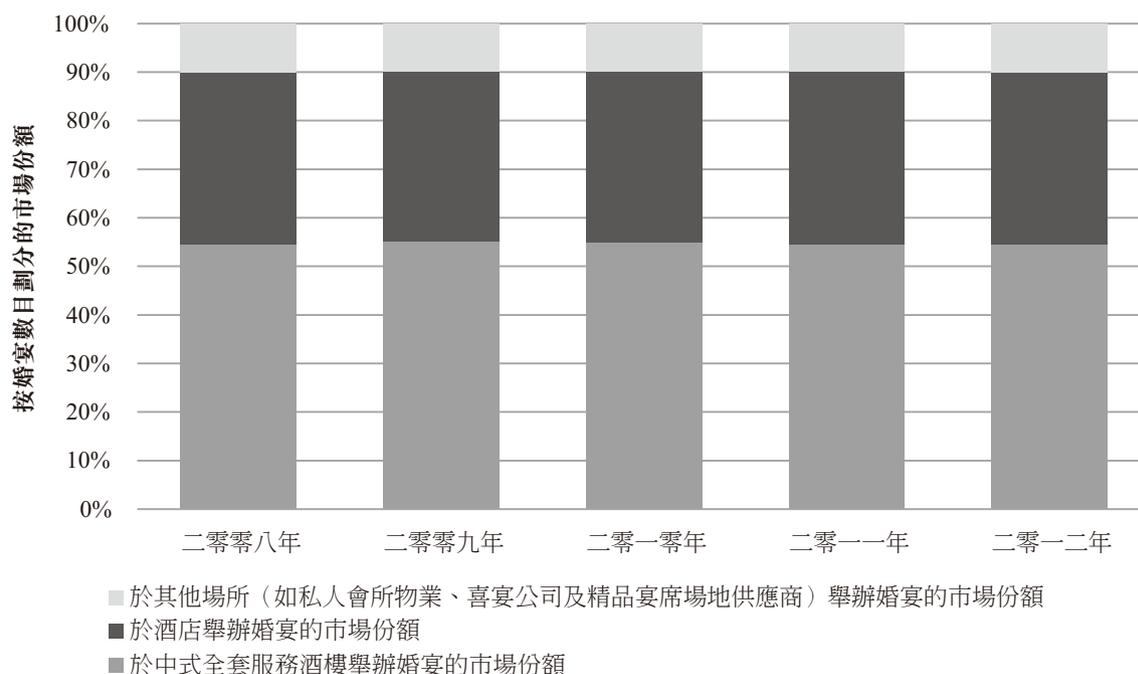


資料來源：歐睿報告

行業概覽

於二十世紀九十年代開始，在酒店舉辦婚宴的趨勢形成。此趨勢受經濟不斷改善所支持，使新人更願意為其婚禮消費。此外，新人開始更多地關注服務質量以及舉辦婚禮的場面。根據歐睿國際的資料，於二零零八年至二零一二年，在酒店舉辦婚宴數目的複合年增長率約為6.4%，略高於同期在中式全套服務酒樓舉辦婚宴數目的複合年增長率約6.2%。二零一二年，在中式全套服務酒樓舉辦婚宴在香港仍十分流行，佔香港舉辦的婚宴總數約54.5%，而於酒店舉辦者則為約35.5%。於二零一二年，在酒店舉辦的婚宴中，80%以上的婚宴以中國傳統方式進行，而餘下部份以非中國傳統方式進行。

下圖列示按婚宴數目劃分的香港中式全套服務酒樓、酒店及其他場所的市場份額。



在以往，婚宴的舉辦地點通常是傳統中式全套服務酒樓，或者住宅的室外空間或房屋後院等指定地點，並設多達100張的餐桌。然而，由於香港家庭規模縮小及每桌成本上升，宴會平均桌數現已減至20至35桌。

在過往數十年，婚禮新人通常選擇裝修現代及服務細緻的五至六星級及中等級別酒店承辦婚宴。最近數年，中式婚宴專家則日趨流行。這些專家廳通常是傳統中式全套服務酒樓經營商加入適合婚禮慶典的現代裝飾及佈置改裝而成。部份專家亦會在地內加入主題概念及佈置。在供應傳統中式菜餚的同時，現代婚宴專家亦注重提供類似於酒店的餐桌服務。

行業概覽

隨著市場參與者的大規模進入，這類婚宴場所在二零零零年開始盛行，並從酒店及傳統中式全套服務酒樓搶走市場份額，以及推高中式婚宴的市場份額。婚宴專家的成功吸引了其他傳統中式全套服務酒樓仿效並將其部份分店改為婚宴主題場地。與傳統中式全套服務酒樓比較，婚宴專家更為吸引婚禮新人的地方包括現代化和主題化的裝飾，價格更低，食物質量有時高於酒店。婚宴聽亦積極推廣以吸引潛在客戶。歐睿報告顯示，就婚宴數量而言，中式婚宴專家及傳統中式全套服務酒樓每年承辦香港 50% 至 55% 的婚宴。

競爭格局

中式全套服務酒樓的競爭格局

歐睿國際認為中式全套服務酒樓的主要准入門檻包括：(i) 建設資金龐大；(ii) 由於核心地域由大型物業業主開發及管理，租金大幅上漲，因而難以獲得理想位置，及 (iii) 由於租金、人力資源開支及食物價格上升，難以維持業務。

以下圖表說明香港前五大中高端中式全套服務酒樓在整個中式全套服務酒樓市場的銷售收入的市場份額百分比：

排名	品牌	二零一零年	二零一一年	二零一二年
1	品牌 A	4.1%	4.1%	4.2%
2	品牌 B	2.5%	2.7%	3.1%
3	品牌 C	2.2%	2.1%	2.0%
4	品牌 D	1.7%	1.7%	1.7%
5	品牌 E	1.7%	1.7%	1.6%
其他		87.8%	87.7%	87.4%
總計		100.0%	100.0%	100.0%

資料來源：歐睿報告

中式全套服務酒樓的競爭格局在二零一零年至二零一二年進入整固階段，前五大品牌的市場份額由二零一零年約 12.2% 上升至約二零一二年約 12.6%。前兩大品牌各自分別經營多於 40 及 30 間店舖。「譽宴」於二零一零年、二零一一年及二零一二年各年的市場份額約為 0.6%。

儘管中式全套服務酒樓市場日益飽和，歐睿國際預期連鎖中式全套服務酒樓品牌的市場份額未來將繼續提升。小型及獨立經營商將難以競爭，從而導致其被關閉及被連鎖餐廳取代。

行業概覽

婚宴的競爭格局

歐睿國際發現婚宴行業的主要准入門檻是：(i) 宴會廳及大型主題裝飾的巨額資本投資；(ii) 由於大型開發商更願意將大型空間分割出租給多個租戶而不是整間出租以致難以租到合適的位置；及(iii) 必須首先具備大型餐飲行業的經驗方可更好地管理婚宴業務。

婚宴市場競爭激烈，前五大競爭者均為連鎖婚宴經營商，其二零一二年市場份額約為12.6%（基於所舉行宴會的總數）。我們無法獲得有關香港婚宴市場於銷售收入方面的市場份額格局的資訊。以下圖表說明香港前五大中式全套服務酒樓按於宴會市場（包括所有全套服務酒樓、酒店及會所）承辦宴會數量計算的市場份額：

排名	品牌	二零一零年	二零一一年	二零一二年
1	品牌F	3.2%	4.0%	5.1%
2	品牌G	3.5%	2.9%	2.2%
3	U Banquet 譽宴	2.4%	1.8%	1.8%
4	品牌H	1.7%	1.7%	1.8%
5	品牌I	1.6%	1.5%	1.7%
其他		87.6%	88.1%	87.4%
總計		100.0%	100.0%	100.0%

資料來源：歐睿報告

附註：於編製估計時，歐睿國際應用以下主要數據，包括過往三年與主要競爭者進行貿易訪問取得競爭者的店舖數量、競爭者／店舖每週籌辦的平均婚宴、店舖增長數量。另外，歐睿國際收集官方記錄，如香港政府統計處提供的婚姻數量，以就舉行婚宴數量進行邏輯核實。歐睿國際評估公開可得的相關背景資料，並將該等資料來源與我們現時所知及所悉的資料進行比較。

歐睿國際預期婚宴市場未來將繼續分散發展。由於盈利能力更強且更易管理，預期更多現有的中式全套服務酒樓經營商將進入婚宴廳行業。未來，將有增加更多可提供個性化及非傳統婚宴解決方案的連鎖或獨立非中式婚宴經營商。

當前市場推動力及發展趨勢

中式全套服務酒樓市場

顧客尋求更優質及款待更周全的服務

食客繼續要求更優質及款待更周全的服務。這是由於酒樓數量增加，競爭加大，酒樓行業客戶議價的能力增加所致。歐睿國際認為競爭導致招聘合適人才變得更為困難。因此，行業的人力資源及服務質素有所下降。客戶目前更青睞服務質素穩定而不是水平下跌的酒樓。維持服務質素的需求將導致酒樓經營商的人力成本增加。然而，在此方面擁有傑出質素的酒樓則能在同業中脫穎而出。

行業概覽

高端及專業中式菜餚是增長分部

自從二零零八年引入米芝蓮指南之後，香港就新增了一項備受推崇的餐飲體驗指南，排名靠前的酒樓通常受歡迎程度跟業務都表現更好。通過獲得米芝蓮指南或其他獎項的肯定，以及開發品味更高的佳餚以吸引新的食客群，中式酒樓經營商經營者在高端餐飲行業的市場份額越來越大。

中國內地遊客推動銷售增長

隨著中國內地個人自由行計劃的進一步放鬆，歐睿國際預期中國內地遊客將持續增長，並為中式全套服務酒樓的增長帶來支持。此外，中國內地遊客的消費模式預期將從購物轉至休閒，從而令高端中式全套服務酒樓（尤其是供應四川、上海、北京及其他中式菜餚等特別菜式餐廳）得益。歐睿國際預期中式全套服務酒樓每餐消費的增加將推高食品服務銷售的增長，並預期二零一三年至二零一五年的複合年增長率將達約4.6%，而食品服務行業的銷售總額將在二零一五年達到約520億港元。

勞工成本上升

在二零一一年五月，香港開始執行每小時28港元的最低工資標準。此金額在二零一三年增至30港元。歐睿國際認為酒樓經營商的經營成本因為人力成本上升而增加，並有數家餐廳因此而被迫關閉不再盈利的店舖或分店。中式酒樓受到的影響更大，因為其工資較其他菜式餐廳更低，執行該法例直接導致其成本上升。對於成功維持低價及受惠於強勁需求的部份更大型經營商而言，所受影響有所減輕。歐睿國際認為大部分公司選擇將上升的成本轉嫁至消費者，因此導致價格上漲和酒樓收入增加。

資源限制及高昂的租金成本

香港物業市場回暖，導致租金費率高昂。儘管租賃期限通常為4到6年，歐睿國際認為於未來數年重續租賃的商舖將面臨租金開支大幅上升的壓力，並可能被迫尋求另外選址。儘管租金於合約期內固定，業主仍能增加管理費用，而毋須經雙方同意。

中國食品價格上漲導致配料成本上升。由於大部份基本食物配料從中國內地進口，人民幣升值亦導致當地酒樓增加成本。

因此，即使酒樓收入相對穩定增長，考慮到成本上漲等因素，利潤率可能會持續下降。歐睿國際預期，其將導致市場整合，大型酒樓餐飲集團（擁有充足資本，並可承受成本增加壓力）可在市場存活，淘汰小型經營商，但小型獨立及利基經營商可在良好的成本控制及靈活管理模式下存活下來。

婚宴市場

婚宴數量增長與人口及吉年相符

香港的結婚率穩定在每 1,000 人口有 7.5 對新人，長遠而言，婚姻數量增長與城市人口增長成正比。在不久的將來，根據中國的傳統習俗，由於中國人口優勢，婚姻數量將受吉年影響。例如，根據中國農曆，二零一三年被認為是「盲年」，不適合結婚。相反，二零一四年將為結婚的好運年，因此增長率將會上升。同樣，婚宴場數的增長率預期將於二零一三年降低至約 0.5%，並於二零一四年提高至約 3.5%。婚宴場數的增長率預期於二零一五年將約為 2.2%，與整體人口增長率相符。

使用社交媒體進行推廣

隨著網上資源的廣泛應用，婚禮新人更加依賴互聯網選擇其婚宴場地。最受歡迎的婚禮情報網站之一為生活易。該網站於二零一二年於訂婚夫婦中的佔有率為 92%，提供一站式全面婚禮及結婚資訊渠道以及平台，供新人分享小竅門及想法。美食家網站 Openrice.com 亦提供有關全套服務酒樓及婚禮場地的資料，並有眾多用膳者對其食品滿意程度及體驗評分。

中國婚宴菜單的演變

由於香港公民對環保行為的意識日益增強，傳統中式婚宴菜單出現一些變化。例如，部份婚禮新人在當今婚宴上放棄對魚翅的要求（被認為是珍貴美味及顯示主辦家庭慷慨待客的傳統菜式）。為應對此趨勢，中式婚宴經營商加入替選美味（如燕窩湯或海鮮湯）以替換魚翅的使用。另一個例子為部份婚禮經營商提供的菜單選擇中並無炒飯或炒麵等主食菜式，因為該等菜式通常未用完並造成浪費。此舉不僅支持環保，同時經營商亦可受惠於降低食材成本及廢材處理。

對婚宴經營商高利潤率的威脅

婚宴業務通常較傳統中式膳食業務產生更高的利潤率，例如，婚宴業務產生的毛利率為 60%，而中式全套服務酒樓業務的毛利率為 20%。由於婚宴的預定出席人數具有較高的可管理性質，故更容易控制食材份量，提供更好的食材成本管理。人力亦得到更有效的管理，因為婚宴通常會聘請臨時員工，產生更低的人力資源開支及更高程度的人員靈活性。

儘管勞動成本上升的影響低於傳統中式全套服務酒樓，實施更高的最低工資將增加婚宴業務的經營開支。租賃市場暴漲有損全套服務酒樓業務，更具體地表現在婚宴行業，因為需要充裕的營業樓面面積，從而削弱經營商的利潤率。