

## 行業概覽

除另有指外，本節所載資料來自各種政府官方刊物及其他刊物以及我們委託益普索編製的益普索報告。我們相信本資料來自適當來源，並且在摘錄及轉載有關資料時已合理審慎行事。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面失實或存在誤導成分，或者當中遺漏任何事實致使其在任何重大方面失實或存在誤導成分。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、包銷商或其任何聯屬人士、顧問、董事、高級職員或代表或任何參與[編纂]的其他人士並無對有關資料進行獨立核實。本集團、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、包銷商或其任何聯屬人士、顧問、董事、高級職員或代表或任何參與[編纂]的其他人士亦不會對政府官方刊物上有關資料的準確性、完整性或公平性發表任何聲明。

摘錄自益普索報告的資料反映根據抽樣估計的市場狀況，主要作為市場調查工具而編製。凡提及益普索不應視為益普索就有意投資於我們股份或本集團而發表的意見。本公司董事相信摘錄自益普索報告的資料來源為該等資料的適當來源，並且在摘錄及轉載有關資料時已合理審慎行事。本公司並無理由相信有關資料在任何重大方面失實或存在誤導成分，或者當中遺漏任何重大事實致使有關資料失實或存在誤導成分。董事經合理審慎考慮後確認，自益普索報告日期起，市場資料並無出現任何不利變動。

### 資料來源

我們已委託益普索（一家獨立行業調查公司）分析（其中包括）2010年至2019年期間香港葡萄酒行業的過往及預測趨勢並提交報告，有關費用為360,000港元，我們董事認為，該等費用反映市場收費。為對葡萄酒行業進行分析，益普索結合了以下數據及搜集情報方法：(a)提供客戶顧問服務以協助進行研究，包括本身的客戶背景資料，例如本公司的業務、(b)進行桌面研究以採集背景資料及取得葡萄酒行業的有關資料及統計數字、及(c)與主要香港持份者及其他市場參與者進行深入訪問，包括面談訪問及電話訪問。

益普索SA於1975年在法國巴黎創辦，並自1999年起於巴黎證券交易所（紐約證券交易所Euronext巴黎）[編纂]，繼於2011年10月收購思緯市場資訊有限公司。於收購後，益普索已成為世界最大研究公司之一，現今在全球87個國家均擁有辦事處。益普索就市況、市場規模、份額及分部分析、分銷及價值分析、競爭對手追蹤及企業信息進行研究。益普索獨立於本公司，概無董事或其聯繫人於益普索中擁有任何權益。

---

## 行業概覽

---

我們董事確認，益普索(包括其所有附屬公司、分部及單位)在任何情況下均獨立於本公司，且與本公司概無任何關連(定義見創業板[編纂]規則)。益普索已同意本公司於本[編纂]中引述益普索報告，並使用益普索報告所載的資料。

除另有註明外，本節所載全部數據及預測均來自益普索報告、各種政府官方刊物及其他刊物。

### 益普索報告採用的假設及參數

益普索報告基於下列假設進行分析：

- 於預測期內香港葡萄酒行業商品的供需維持穩定。
- 於預測期內香港將無重大不利變動，如影響香港葡萄酒行業供需的金融危機或自然災難影響香港葡萄酒行業產品的供應及需求。
- 2014年葡萄酒銷售商總數數據指於香港，包括場外交易賣家(商品零售場所，包括雜貨店、便利店及專賣店)及場內交易賣家(包括可購買及於物業內飲用酒類的餐廳、酒吧及會所)。銷售葡萄酒的公司的數目。
- 市值數據指貿易及非貿易商的銷售價值。除另有指外，此項假設適用於整份益普索報告。

益普索報告的市場規模及預測模型已考慮以下參數：

- 2010年至2014年香港的本地生產總值增長率
- 2010年至2014年香港的人均本地生產總值增長率
- 2010年至2014年香港的年均家庭可支配收入
- 2010年至2014年香港的年均家庭消費支出
- 2010年至2014年香港的年均商品及服務私人消費支出
- 2010年至2014年香港的年均人均酒精飲品私人消費支出
- 2010年至2014年香港的酒精飲品進口總額
- 2010年至2014年香港的葡萄酒進口總額
- 2010年至2014年香港的葡萄酒銷售商總數
- 2010年至2014年香港的酒精飲品總市值
- 2010年至2014年香港的葡萄酒總市值
- 2010年至2014年香港的頂級珍藏紅酒及頂級珍藏白酒總市值
- 2010年至2014年香港的葡萄酒商總市值

---

## 行業概覽

---

### 益普索報告所載資料的可靠性

經適當及合理考慮後，我們的董事認為，自益普索報告日期概無於市場資料上有不利變動，可能符合或對上述資料造成影響。

### 香港經濟概覽

於2008年金融危機導致的經濟衰退之後，香港的本地生產總值反彈並維持正增長。於2010年至2014年間，香港的本地生產總值由約18,461億港元增長至20,708億港元，複合年增長率約為2.9%。香港的本地生產總值預測將由2015年的21,370億港元增長達到2019年的24,401億港元，複合年增長率為3.4%，乃由預期於未來五年與中國在貿易、旅遊及金融投資方面的經濟合作加強。

香港的家庭年均可支配收入由於2010年約307,109港元按複合年增長率約2.4%增加至於2014年約347,125港元，並預期持續由於2015年約354,672港元按複合年增長率約2.5%增加至於2019年約390,900港元。

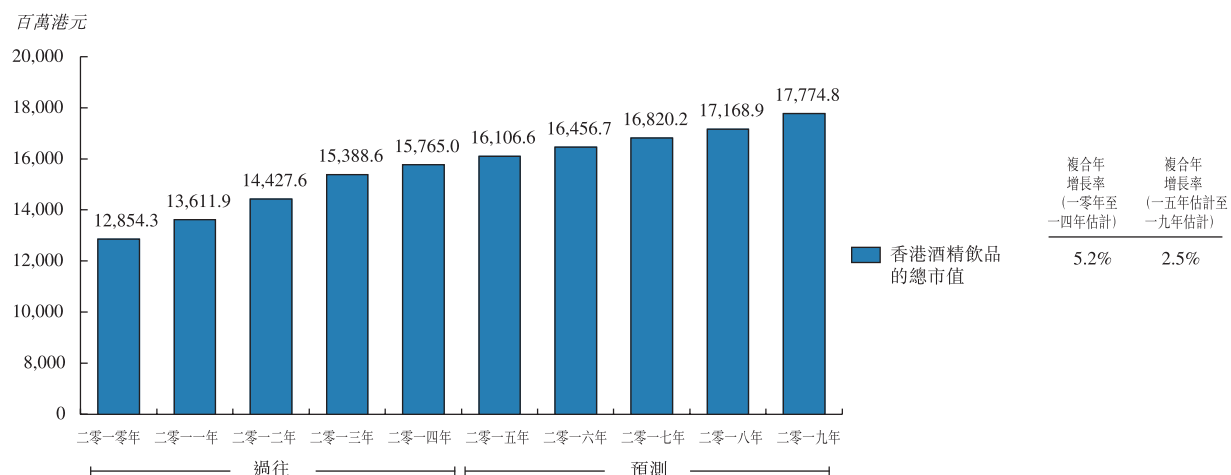
### 香港酒精飲品行業概覽

香港的年均人均酒精飲品私人消費支出由2010年約1,303.6港元增長至2014年約2,911.3港元，複合年增長率約為22.3%。香港的年均人均酒精飲品私人消費支出增長主要歸因於香港消費可支配收入及消費支出上升，使消費者得以購買更多酒類以供精緻佳餚或社交飲酒，導致香港受到增長刺激酒精飲品需求隨著人均本地生產總值及年均家庭可支配收入提高，香港的年均人均酒精飲品私人消費開支預期將繼續由2015年約3,113.4港元增長至2019年約3,616.4港元，估計複合年增長率約為3.8%。

於2008年取消葡萄酒及若干烈酒產品進口關稅後，香港經歷酒精飲品的增長。香港酒精飲品總市值由2010年的約12,854.3百萬港元增長至2014年的約15,765.0百萬港元，估計複合年增長率為5.2%。連同酒精類飲品私人消費支出的正增長，香港酒精飲品總市值預期將繼續由2015年的約16,106.6百萬港元增長至2019年的約17,774.8百萬港元，估計複合年增長率為2.5%。

## 行業概覽

### 香港酒精飲品的總市值



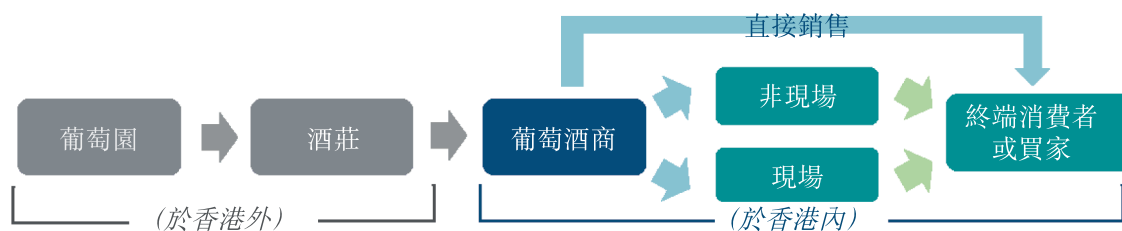
來源：益普索報告

### 香港葡萄酒行業概覽

作為非葡萄種植地區，香港絕大部分的葡萄酒產品均由在世界各地採購葡萄酒的國際公司的本地分銷商及附屬公司進口。為促進發展香港成為葡萄酒貿易及分銷樞紐以滿足亞洲不斷上升的需求，香港政府於2008年2月取消葡萄酒的所有進口關稅及行政控制。香港已建立數間葡萄酒相關貿易合夥企業，將葡萄酒生產及採購國家發展香港成為國際葡萄酒貿易中心。於益普索報告日期目前香港市場總計約有528間葡萄酒銷售商。

香港葡萄酒分銷行業的供應鏈一般涉及五組參與者，包括葡萄園、酒莊、酒商、非現場及現場賣家及零售客戶。於香港，葡萄酒入口商、分銷商及直接賣家常由同一葡萄酒商公司負責。由於零售地方的昂貴租金，與香港的鄰近度及公司合併批發及零售經營，葡萄商的慣例為於銷售辦事處設有陳列室或網上店舖，而非投資於香港的傳統零售店舖。由於每款產品的存有量為高，於精選葡萄酒類別的大部分葡萄酒常常向非現場及現場渠道出售，而頂級珍藏葡萄酒類別的葡萄酒主要通過直接銷售渠道出售，部分銷售則通過非現場及現場渠道出售。由於各項於頂級珍藏葡萄酒類別的葡萄酒數量有限，葡萄酒商亦互相供應及採購葡萄酒。

## 行業概覽



隨著時間推移，由於每批已生產葡萄酒均為獨一無二，且每次生產後無法補充供應，故葡萄酒產品變得數量有限及稀缺。隨著葡萄酒被葡萄酒收藏家消費、保存及收集，或於運輸過程中或由於儲存不當而遭到損壞，每批葡萄酒產品於市場的供應因而減少。因此，優質的葡萄酒（尤其是由頂級葡萄園及釀酒廠生產的葡萄酒）因產品的稀有性及稀缺性而成為葡萄酒鑒賞家的熱門收藏品。鑒於該等葡萄酒於市場中的數量及可得性均有限，酒商在為其客戶及以收藏為目的而採購若干葡萄酒（尤其是頂級珍藏葡萄酒）時可能面臨困難。鑒於葡萄酒產品的供應性質，酒商於葡萄酒市場中同時作為客戶及賣家的情況在該行業中並不罕見。

### 香港葡萄酒行業市值

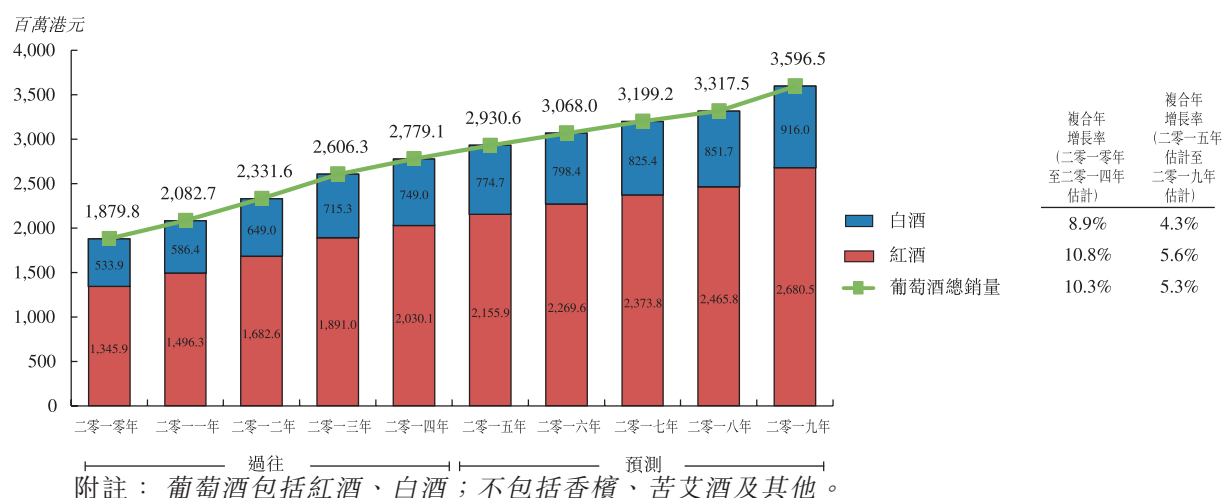
香港的葡萄酒行業的葡萄酒市值自2008年取消葡萄酒所有進口關稅後持續而強勁增長。香港葡萄酒總市值由2010年的約1,879.8百萬港元增長至2014年的約2,779.1百萬港元，複合年增長率為約10.3%。於葡萄酒總市值中，香港紅酒總市值於同期由約1,345.9百萬港元增長至2014年約2,030.1百萬港元，複合年增長率為約10.8%，及香港白酒總市值由2010年約533.9百萬港元增長至2014年約749.0百萬港元，複合年增長率為約8.9%。

相較其他葡萄酒，香港葡萄酒行業主要由紅酒組成。根據香港商務及經濟發展局，於2014年超過80.0%的葡萄酒消費為紅酒，而2010至2014年間紅酒進口額佔所有進口至香港的葡萄酒的95.0%以上。

受益於葡萄酒消費群不斷成熟及擴張，頂級品質葡萄酒越來越受青睞，以及香港作為亞洲葡萄酒貿易樞紐不斷發展，葡萄酒總市值預期將於未來五年享有強勁的正增長。香港葡萄酒總市值預測將繼續由2015年的約2,930.6百萬港元增長至2019年的約3,596.5百萬港元，估計複合年增長率為約5.3%。其中，紅酒總市值預期將由2015年的約2,155.9億港元增長至2019年的2,680.5百萬港元，估計複合年增長率為約5.6%，及白酒總市值預期將由2015年774.7百萬港元增長至約2019年916.0百萬港元，估計複合年增長率為約4.3%

## 行業概覽

### 香港葡萄酒總市值



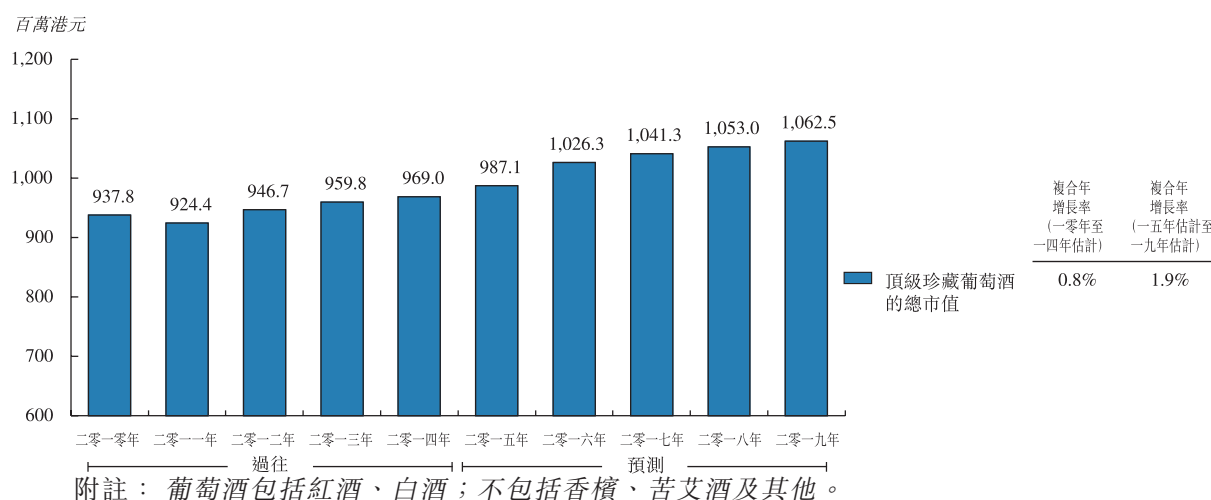
資料來源：益普索報告

### 香港頂級珍藏紅酒及白酒市值

香港葡萄酒產品可被分為兩個售價格段；精選葡萄酒，包括售價低於每瓶1,000港元的紅酒及白酒，及頂級珍藏葡萄酒，包括售價每瓶1,000港元或以上的紅酒及白酒。頂級珍藏葡萄酒通常包括受葡萄酒行家追捧的精品葡萄酒、珍稀葡萄酒、收藏葡萄酒及陳年佳釀。頂級珍藏葡萄酒乃來自以生產高質量葡萄酒而著名的葡萄園及地區並且產於葡萄豐收年份的葡萄酒，通常於公開市場難以獲得。

## 行業概覽

### 香港頂級珍藏葡萄酒總市值



資料來源：益普索報告

於2010年至2014年間，香港頂級珍藏葡萄酒總市值由約937.8百萬港元增長至約969.0百萬港元，複合年增長率為約0.8%。頂級珍藏葡萄酒市場於2011年經歷輕微下滑，乃由於受同年出台的抑制奢侈品消費反貪腐措施導致中國旅客對頂級珍藏葡萄酒需求下降。儘管輕微下滑，頂級珍藏葡萄酒市值於2012年及2013年反彈至2010年水平。

香港頂級珍藏葡萄酒市值預期將於2015年至2019年由約987.1百萬港元繼續增長至約1,062.5百萬港元，估計複合年增長率為約1.9%，反映香港取得及購買頂級珍藏葡萄酒的本地及地區需求不斷增長。

### 葡萄酒產品的分散價格範圍

根據益普索報告，由於精選葡萄酒及頂級珍藏葡萄酒的單位價格範圍分散，要呈列葡萄酒產品的過往單位價格為不可行。

## 行業概覽

### 香港葡萄酒行業競爭格局

於2014年，葡萄酒行業由最大市場參與者進行整合及壟斷，而最大五名市場參與者已貢獻香港葡萄酒總市值的約65.6%。同年，本集團佔香港葡萄酒行業總市值的約5.2%，及頂級珍藏葡萄酒分段市值的約15.0%。

### 2014年香港最大五間葡萄酒銷售商

下表載列香港2014年五間最大的葡萄酒銷售商資料：

排位	公司名稱	總部地點	2014年收益 (百萬港元)	佔行業總 收益份額(%)	主要產品
1	公司A	香港	667.0	24.0%	頂級珍藏葡萄酒及其他酒精飲品、配件及雪茄。提供包括酒精飲品如：超過2,000種不同葡萄酒及陳年佳釀，其中超過400種為公司A獨家供應。
2	公司B	香港	406.4	14.6%	酒精飲品如：烈酒、啤酒、葡萄酒、高濃度預混酒。
3	公司C	香港	283.0	10.2%	頂級珍藏葡萄酒及其他酒精飲品、配件及雪茄。
4	公司D	香港	253.2	9.1%	頂級珍藏葡萄酒及其他酒精飲品。
5	公司E	香港	213.9	7.7%	頂級珍藏葡萄酒及其他酒精飲品。
不適用	本集團	香港	145.7	5.2%	頂級珍藏葡萄酒及其他酒精飲品。
其他			809.9	29.2%	
總計			2,779.1	100.0%	

附註：

- (1) 上述排名表呈列之收益僅表示該公司葡萄酒銷售收益。
- (2) 2014年總收益指香港葡萄酒行業2014年(1月至12月)銷售所產生收益。
- (3) 上述本集團收益指於截至2015年3月31日止年度產生的收益。

資料來源：益普索報告



---

## 行業概覽

---

### 競爭因素

#### 產品多元化幫助葡萄酒銷售商將自己與競爭對手區分

一份精心規劃按價格、名稱、葡萄酒類別、生產年份及可獲得性列出的葡萄酒目錄將會與競爭對手區分。確保獨家分銷或零售權的能力將為葡萄酒銷售商提供競爭優勢。

#### 優質客戶服務

向客戶提供額外服務，如專業選酒意見、採購及專業儲酒及運輸，將確保保持葡萄酒品質及價值，及向客戶提供優質服務體驗。

#### 已建立的消費群

擁有已建立的消費群的葡萄酒銷售商將確保該銷售商產品段的需求，特別是倘該銷售商提供忠誠度計劃、所購買產品的額外服務及以客戶為導向的活動(如品酒活動)。

#### 與國外酒廠及葡萄酒供應商的穩固業務關係

透過與葡萄酒供應商維持穩定及長期的業務關係，葡萄酒銷售商可確保其產品的穩定及(在某些情況下)首批或獨家供應。

### 市場驅動力

#### 可支配收入及私人開支增長驅動香港葡萄酒消費

可支配收入增加已讓更多消費者能夠更頻繁消費葡萄酒，或購買頂級珍藏葡萄酒。由於葡萄酒為基於知識的消費品，消費者對其偏好的葡萄酒種類更為考究及有選擇性，特別是更富裕的消費者，願意花更多時間在特產酒甚至以及精品酒、收藏酒、陳年佳釀及珍稀酒上。

#### 環球葡萄產量短缺導致葡萄酒市價上升

根據國際葡萄與葡萄酒組織，環球葡萄酒消費直至2014年維持穩定於2.34億升，然而，環球葡萄酒產量於2014年下降6%，特別是歐洲，乃由於歉收及葡萄園面積減少，推高每瓶葡萄酒均價。對於頂級珍藏葡萄酒分段，小幅上漲幾乎不會對銷售產生影響，因為該分段的目標客戶一般更加富裕，願意為彼等選擇的葡萄酒支付溢價。

---

## 行業概覽

---

*偏愛精緻佳餚及社交飲酒 (特別是較年輕群體) 有助香港葡萄酒行業增長*

精緻佳餚及社交飲酒於香港較年輕消費者中已越來越普遍。該人口群體願意嘗試新產品及於精緻佳餚及社交場合消費，更高端的葡萄酒甚至頂級珍藏葡萄酒都通常於該等場合消費。

### 進入壁壘

員工、儲存及貯藏葡萄酒存貨需大量資本。

由於葡萄酒銷售商通常按價格、品味及名稱提供一系列產品，故需高額投資資本以招募擁有特定葡萄酒產品知識的員工、建立合適的零售倉庫設施以保持葡萄酒品質、及貯藏葡萄酒存貨以為消費者建立有競爭力的產品組合。

*現有市場參與者與葡萄酒供應商已建立的業務關係*

現有較大葡萄酒銷售商與酒廠及供應商已建立完善的長期關係經常包括若干品牌獨家分銷權，或來自一間主要供應商的一些列產品。就更為精品的葡萄酒及陳年佳釀，與供應商建立的完善工作關係可為葡萄酒銷售商提供第一時間通知或若干產品存貨。此外，銷售商與供應商之間成熟可靠的業務關係可帶來產品採購的更高金錢價值，就採購的葡萄酒給予銷售商較大價格競爭優勢，新進入者較難向同一間供應商進貨，或與向同一間供應商進貨的競爭者提供類似價位。

*現有市場參與者穩固的客戶群*

數間葡萄酒銷售商向回頭客提供忠誠度計劃，推廣及其他增值服務以保留及確保其現有客戶群。意在獲取部分該等客戶的進入者將需要提供更有競爭力的獎勵以接觸香港現有客戶。

### 市場機會

*葡萄酒需求及消費支出上升將驅動香港葡萄酒行業增長*

香港葡萄酒消費客戶群已延伸至參與社交飲酒及夜生活的更年輕群體。葡萄酒消費亦已促進業務相關社交活動，被視為考究及恰當的酒類選擇。

---

## 行業概覽

---

香港葡萄酒文化正在發展及成熟，現有客戶群穩定而一群新客戶被介紹至葡萄酒消費

葡萄酒於精緻佳餚、休閒餐飲環境及社交飲酒上不斷變得普遍。除財富提升，香港的葡萄酒消費者亦在發展更成熟的品酒能力進入更高價位購買更為優質及精品的葡萄酒以滿足其個人喜好，為葡萄酒行業提供充足機會不僅於精品葡萄酒分段，而且於頂級珍藏葡萄酒分段擴展。

### 香港作為亞洲葡萄酒樞紐

年度展覽及活動，如美酒展、餐飲展、及香港貿易發展局組織的Vinexpo、及香港旅遊發展局組織的美酒佳餚巡禮，旨在提供銷售、貿易及採購機會以強調香港消費者不斷發展的喜好及品味。

### 市場威脅

經營成本如知識淵博及有經驗的員工成本或租金開支增加，對香港葡萄酒行業構成潛在威脅。

作為被評為世界上價格最高的寫字樓市場之一，預期持續增加的香港租金開支將增加經營成本，對香港葡萄酒行業施加顯著的成本壓力及威脅。多個葡萄酒銷售商已過渡至網上零售平台出售葡萄酒，選擇直接從倉庫運送產品予客戶，而不是委託只能根據客流量展示有限產品種類的日常銷售點位置。

葡萄歉收及全球葡萄酒產量下降可能導致葡萄酒價格動盪。

葡萄收成欠佳及全球葡萄酒產量下降導致的價格波動可能影響供應葡萄酒的可靠性及質量，及增加現有葡萄酒的平均價格，阻止消費者購買若干年份、地區的葡萄酒或消費更多優質葡萄酒，導致價格上升。這可為銷售商於存貨積壓方面及由於價格及供應問題導致的銷售減少帶來負面影響。

### 本集團的競爭優勢

#### 珍稀及精選葡萄酒庫存一應俱全

隨著與葡萄酒商及個人收藏家建立多年合作，我們能以具競爭力的價格採購一些最珍稀及最優秀的葡萄酒。此外，我們亦能策展及採購獨特收藏的葡萄酒，通常為從著名葡萄酒產區及葡萄園的精選紅酒及頂級珍藏紅酒。

---

## 行業概覽

---

我們儲備充足的香港庫存擁有覆蓋不同價格部分、稱號、葡萄酒種類、生產年份、釀造年份及珍稀葡萄酒。我們的產品可立即為客戶以具競爭力的價格購買提供於公開市場不易得到的葡萄酒。

### 建立良好的客戶基礎及高檔葡萄酒服務

我們已於多年經營中，以及我們的忠實會員計劃「麥迪森尊貴會員計劃」及我們吸引的產品組合與具競爭性的葡萄酒售價建立公司的忠誠客戶群。

我們向客戶提供增值服務亦確保保持葡萄酒的質量及價值，並提供優質的葡萄酒服務體驗予客戶。

### 具備內部葡萄酒專家及諮詢服務

本集團內部擁有對葡萄酒有深入了解及鑑賞能力的葡萄酒專家。專業的葡萄酒行業水平使本公司於選擇葡萄酒、庫存、配對及葡萄酒鑑賞服務上提供有價值的全面諮詢予客戶。

旨在於卓越的產品質量、選擇及服務，我們的倉庫已獲頒授「香港品質保證局葡萄酒儲存管理體系認證計劃：2013」，而我們的銷售服務已獲頒授「優質旅遊服務計劃」。