

## 行業概覽

本節載有與澳門經濟和我們業務經營所處行業有關的資料及統計數字。我們委聘獨立市場研究公司歐睿擔任行業顧問，負責編製行業研究報告益普索報告。本節所載資料及數據乃摘錄自第三方來源(包括歐睿報告)，並主要作為市場工具而予以編製。歐睿的參考資料不應被視為歐睿對本集團任何證券的價值或是否值得投資於本集團所發表的意見。儘管我們及本公司董事於摘錄、彙編和轉載獨立來源的資料時已作合理考慮，但我們無法向閣下保證有關資料的準確性或完整性。我們並無理由相信該等資料屬虛假或誤導或遺漏有關事實致使該等資料屬虛假或誤導。我們、我們各自的任何聯屬人士或顧問、[編纂]、獨家保薦人、[編纂]或彼等各自的任何聯屬人士或顧問並無編製或獨立核實直接或間接來自獨立來源有關資料的準確性或完整性，而有關資料未必與其他來源相符且不應過份加以依賴。

除另有指明外，本節及本文件其他章節所載與澳門會所行業有關的資料及統計數據均源自歐睿報告。

### 資料來源

就[編纂]而言，本集團委聘獨立第三方國際市場研究公司歐睿評估整體行業狀況和發展趨勢，並分析澳門會所行業的競爭格局，歐睿專為在聯交所首次公開發售的上市公司進行各類行業的市場研究，具有豐富經驗。我們支付予歐睿的總代價為51,870美元。

收集資料及編製歐睿報告時，歐睿對行業參與者及香檳分銷商進行採訪，並從多個來源收集資料，包括國家統計。

預測以歐睿報告下列假設為基準：

- 儘管2015年由於主要市場推動因素(見下述)導致經濟收縮，預計澳門特區經濟將於較長期間維持穩定增長；
- 預計預測期內澳門特區社會和政治環境保持穩定；
- 主要市場推動因素如路氹金光大道的发展、政府優先推廣非博彩類娛樂及澳門作為旅遊景點的因基礎設施升級而增加的通達程度，預期會刺激澳門特區會所式娛樂場所市場的發展；及

## 行業概覽

- 主要推動因素包括將更穩健的澳多元化門特區經濟及旅遊業的發展，很可能推動澳門特區會所式娛樂場所市場的未來增長。

### 澳門的宏觀經濟環境

#### 經濟及人口指標

#### **受博彩行業刺激的強勁經濟增長於2015年出現下滑**

澳門經歷博彩收益增加所推動的多年持續高速經濟增長後，經濟繁榮於2014年戛然而止，乃由於宏觀經濟發展、不斷加劇的全球競爭及政治因素接踵而至，阻礙了迅速的經濟增長。澳門的本地生產總值於2010年至2013年期間按高複合年增長率13.9%增加，於2014年面臨實際收縮0.9%，隨後於2015年大幅下降20.3%。

經濟急劇萎縮的其中一個主要原因是博彩行業所得收益大幅下滑，過往佔澳門本地生產總值約一半，並超過其稅項收益四分之三。澳門的博彩總收益由2014年的澳門幣3,527億元減少34.3%至2015年的澳門幣2,318億元。中國中央政府的長期反腐敗運動讓內地的豪賭客畏而卻步，但該等賭客對澳門博彩收益的主要來源。為免受到中國反腐官員的調查，該等大戶選擇避開澳門，故導致博彩收益於2014年及2015年急劇下降。

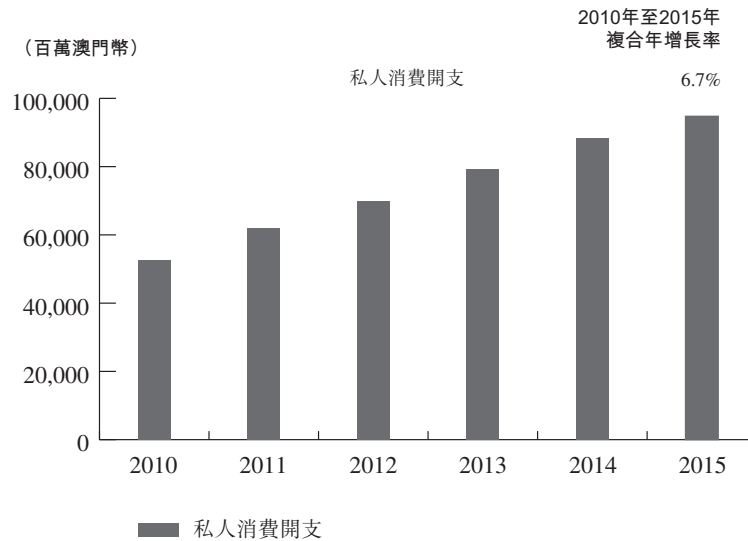
#### **2010年至2015年的私人消費開支增長穩定**

私人消費開支由2010年的澳門幣526億元增加至2015年的澳門幣948億元，回顧期內複合年增長率為12.5%，乃由於當地澳門人的可動用收入較高及於娛樂(包括會所等活動)的自主性支出增加。

## 行業概覽

下表載列澳門的過往私人消費開支。

### 2010年至2015年澳門私人消費開支



資料來源：澳門特別行政區政府統計暨普查局，摘錄自歐睿報告

### 減少過度依賴博彩業以達致整體可持續發展

截至2016年第一季度，澳門的本地生產總值已連續七個季度下降，季度同比下降約13.3%，從2015年第四季度14.4%的減少繼續改善，顯示澳門經濟已處於谷底。澳門博彩總收益於2016年第二季度減少9.2%，自2014年第四季度起按季度跌幅最低。於2016年，澳門經濟的萎縮預期持續，儘管速度有所放緩，乃由於非博彩類旅遊活動乃不足以彌補賭場收益的跌幅。為解決此問題，澳門政府著手計劃多元化及發展非博彩類旅遊行業，以吸引更多大眾市場遊客。

### 持續增長期間後於2015年遊客消費及遊客人次下降

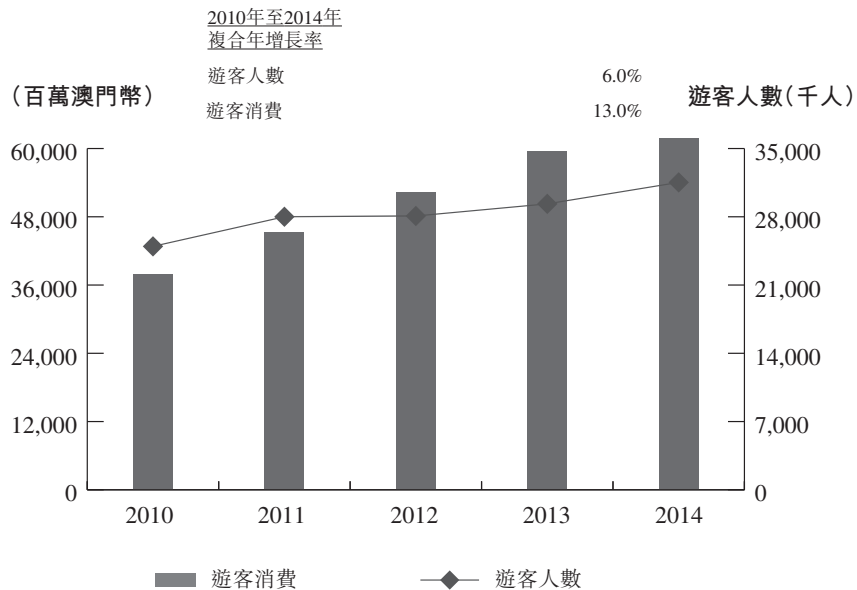
除了澳門當地人口作為澳門會所式娛樂場所的穩定客戶基礎外，會所式娛樂場所行業的主要需求推動因素亦包括旅遊業，反映吸引更多遊客為多元化娛樂活動到訪澳門的重要性。儘管於2015年澳門的遊客人數減少，但主要會所式娛樂場所仍吸引了大量群眾，原因可能是為其他非博彩類相關活動到訪澳門的遊客比例增加，Big Bang 2015世界巡迴演唱會及每年的亞洲娛樂博覽正是好例子，遊客因與會所的合作項目而更有意欲光顧會所式娛樂場所。以往的遊客則傾向關注博彩相關活動。

同時，遊客消費(不包括賭場及其他博彩相關活動產生的收益)在經歷2015年按年大幅減少17.2%前，於2010年至2014年按複合年增長率13.0%增加。此乃由於2014年至2015年購物、住宿以及食品及飲品的每人平均消費分別減少20.0%、15.9%及5.8%。然而，

## 行業概覽

於2015年，遊客消費仍佔澳門本地生產總值約13.9%。澳門旅遊業的重要性、獨立於其博彩部份，顯示其成為澳門未來經濟繁榮的重要支柱。

### 2010年至2015年澳門遊客消費及遊客人數



資料來源：澳門特別行政區政府統計暨普查局，摘錄自歐睿報告

## 澳門的夜間行業

### 充滿活力及多元化的澳門夜間娛樂活動

澳門的夜間娛樂行業可按經營模式及服務類別分類如下：

#### 澳門的夜間娛樂場所類別

夜間娛樂場所類別	描述	經營者示例
酒吧、酒館及酒廊	酒吧、酒館、酒廊及葡萄酒吧的特點為銷售酒精飲品且餐牌僅限於簡單菜式。此類別亦包括啤酒屋、品牌或主題酒吧及傳統酒吧，而啤酒為主要酒精飲品。該等場地通常位於度假村、酒店及類似場所。	金獅吧及麥卡倫威士忌吧
會所式娛樂場所	會所式娛樂場所亦售賣酒精飲品，特點為包含舞池及DJ台，而DJ台可播放錄製舞曲。會所式娛樂場所一般設有舞台表演。	Club Cubic及D2

## 行業概覽

夜間娛樂場所類別	描述	經營者示例
紳士俱樂部	紳士俱樂部為一般提供成人娛樂的場地，觀眾通常就坐於桌邊飲食。此類別包括提供歌舞表演、脫衣舞、雜耍及變裝表演。	天梵及花心公子俱樂部
卡拉OK/KTV酒吧	卡拉OK/KTV酒吧一般提供包廂服務，包括設有流行歌曲預錄伴奏的娛樂系統、飲品及小食。此類別的夜間娛樂尤其受當地及內地遊客歡迎，澳門有許多此類別的獨立營運商。	史朗拿卡拉OK酒吧及KTimez

資料來源：歐睿報告。

### 近期會所市場發展

#### 會所式娛樂場所逐步興起

設有舞池及DJ播放錄製音樂類型的會所式娛樂場所是澳門較新的發展項目。這些門店一般佔有龐大建築面積，最高可達2,300平方米，較其他類型的夜間娛樂場所可容納更多人數。因此，2010年至2014年，會所式娛樂的概念現正逐漸獲得當地民眾的接納。

自2011年遷至現址以來，Club Cubic領先行業發展，場館採用全球頂尖會所之現代裝飾元素，令得澳門會所行業樣貌改頭換面。舉辦的現場表演及世界一流DJ活動，起到很好的宣傳作用，吸引大批海外遊客。Club Cubic成功將舞曲引進澳門的大型夜間娛樂場所，為澳門會所場所行業發展奠定基礎。

#### 路氹金光大道擴張推動大眾旅遊業發展

一般而言，澳門的大型夜間娛樂場所及會所式娛樂場所傾向選址於路氹區，以享有鄰近賭場而吸引豪賭客與旅客之便利，由此可見旅遊業與會所式娛樂行業之間有著密不可分的關係。

2012年，路氹金光大道進行大規模擴建，包括八項大型主題度假村項目。2014年中以來，澳門博彩業大幅下滑，澳門政府尋求多樣化增長，增建一系列娛樂設施，將澳門從博彩天堂建成適宜全家遊玩的旅遊城市，給博彩業發展帶來更大壓力。路氹金光大道的擴建為該區域帶來前所未有的奢華魅力。

## 行業概覽

### 博彩監管更為嚴格

政府對博彩業的監管更為嚴格亦對會所式娛樂場所行業的增長及會所式娛樂場所的客戶群體有重大影響。其中一項限制賭場營運商擴展的主要監管為澳門所有賭場的賭場總數上限及嚴格監管貴賓廳博彩推廣員(亦稱為中介)。上述限制已影響澳門的會所式娛樂場所行業，乃由於澳門越來越少豪賭客願意在娛樂方面奢華消費。

### 澳門會所行業

#### 澳門會所式娛樂場所的業務模式

#### 酒精飲品銷售構成大部分收益

澳門的會所式娛樂場所透過場地內酒精飲品銷售產生大部分收益，預訂餐桌、私人包廂及卡拉OK房均設有最低消費。就收取入場費的會所式娛樂場所而言，酒精飲品銷售仍形成其大部分收益。會員費於澳門的主要會所式娛樂場所並不常見，儘管此慣例可能於日後改變。此外，貴賓及高消費顧客亦享有特權，例如能夠以賒賬方式點飲料。通常酒精飲品推銷員或員工會代貴賓顧客付款作為額外服務，而顧客離開會所後於信貸期內結付最終賬單。

同樣地，會所式娛樂場所顧客一般花費於購買酒精飲品，特別是瓶裝酒服務，而香檳於該等場所最受歡迎。

#### 澳門會所式娛樂場所的市場表現及前景

##### 由2010年至2015年

2010年至2015年，約五間會所式娛樂場所經營中，僅有四間於2010年至2015年整個期間持續經營。因此，澳門會所式娛樂場所的總建築面積縮小，由2010年的8,196.4平方米按4.5%的複合年增長率縮小至2015年的約6,524.1平方米。由2010年至2015年，一間會所式娛樂場所的平均建築面積約為1,630.7平方米。

##### 由2016年至2020年

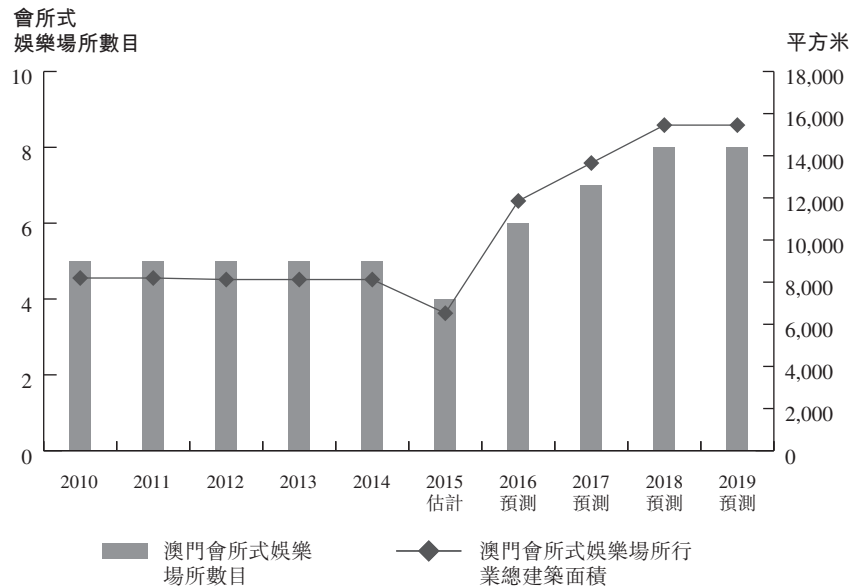
派馳會所於2015年第四季度試業及2016年1月正式開幕前，Club Cubic為澳門總建築面積最大的會所場所。自2016年起，隨著會所場所數量增加，會所行業競爭預期加劇。大型會所派馳會所所佔建築面積約2,787.1平方米，連同Club Cubic計劃的擴充及即將開幕的永利皇宮中型會所式娛樂場所，將導致行業總建築面積於2016年底大幅增加。此外，

## 行業概覽

預期另外兩個新中型會所式娛樂場所將於2017年至2020年在其他即將啟用的新大型度假村發展項目開幕，將為會所建築面積的快速增長作出貢獻。

下表載列2010年至2020年過往及預測澳門會所式娛樂場所數目及會所式娛樂場所行業總建築面積。

**2011年至2020年預測澳門會所式娛樂場所數目及會所式娛樂場所行業總建築面積**



附註：會所式娛樂場所數目及會所式娛樂場所行業總建築面積乃根據各年12月31日經營中的會所式娛樂場所作出考慮。

資料來源：歐睿報告

### 2016年至2020年澳門會所行業的正面市場前景

儘管澳門經濟及遊客人數於2015年均有所下降，主要會所場所仍然吸引大量遊客，這可能是由於不打算進行有關博彩活動（例如參加演唱會及娛樂活動）而又對會所場所高度感興趣的澳門遊客比例增加所致。由於2010年至2015年的私人消費開支增長穩定，澳門人對會所場所的本地需求有望成為未來增長的潛在因素。隨著發展新旅遊景點、新基礎設施建設（如港珠澳大橋）及度假村項目重振澳門的旅遊業及使其經濟變得更多元化，澳門經濟預期將於2016年至2020年得到改善及變得更具活力以支持會所場所行業的發展。

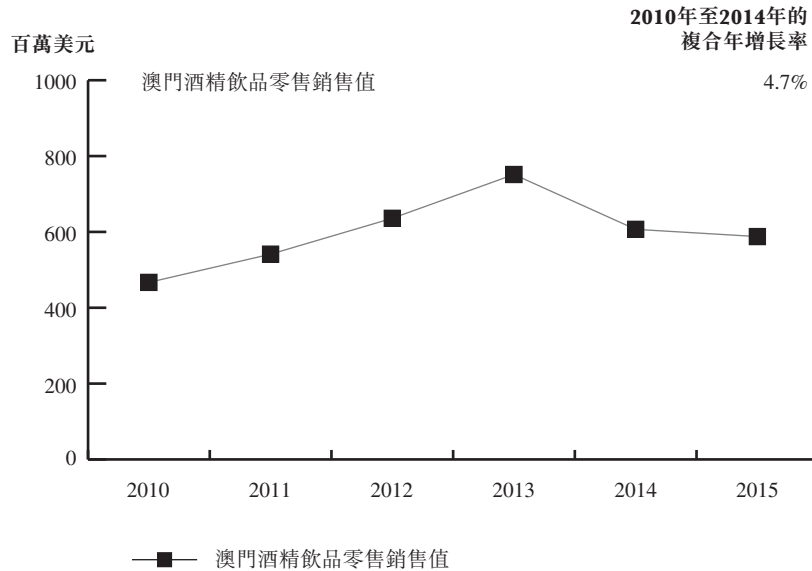


## 行業概覽

### 酒精飲品銷售

酒精飲品的銷售為會所式娛樂場所業務貢獻大量收益。會所式場所估計佔澳門酒精飲品零售銷售總值約6%至10%。

澳門2010年–2015年酒精飲品零售銷售值



### 2014年及2015年酒精飲品銷售下跌

酒精飲品市場自2010年至2013年快速增長，其銷售總額於2013年達到高峰至751.4百萬美元，隨後於2014年大幅下跌13.7%，且於2015年繼續下跌9.4%至587.7百萬美元。酒精飲品市場自2010年至2013年快速增長乃受本地顧客對葡萄酒及烈酒接受能力快速提高及新綜合渡假村開幕所帶動。然而，由於上述反腐政策於2014年及2015年實施妨礙高消費顧客前往澳門旅遊及消費，因此甜酒及烈酒的銷售大幅下跌。

於眾多酒精飲品類別中，葡萄酒類(包括紅酒、白酒、波特酒、汽泡酒及香檳)於市場擁有巨大影響力，因其佔2015年酒精飲品市場總額約一半。

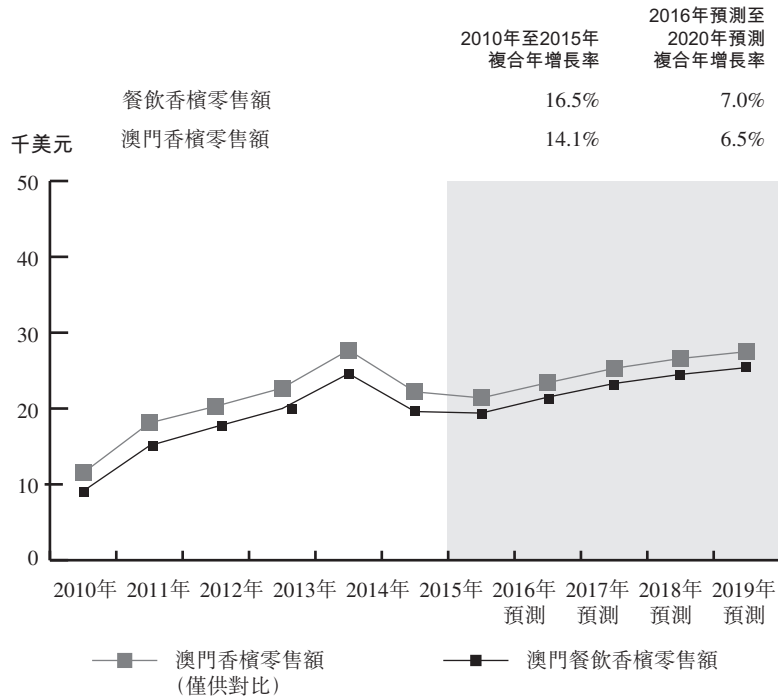


## 行業概覽

### 香檳銷售為大型會所式娛樂場所的重點

儘管會所式娛樂場所所售的常見類別酒精飲品一般包括啤酒、烈酒及甜酒，有強烈西方影響的香檳於大型會所式娛樂場所最受歡迎。然而，該比例在更集中內地及亞洲遊客的較小型的會所式娛樂場所低得多，烈酒及甜酒於該等場所較受歡迎。

**2010年至2020年預測澳門餐飲香檳零售額**



資料來源：歐睿報告

香檳銷售大多透過餐飲途徑(例如餐廳、酒吧、會所式娛樂場所、賭場及其他類似場所，而直接途徑則例如超級市場)進行。澳門會所式娛樂場所、酒吧、酒廊的訪客人數增長同時，香檳零售額比例於從2010年83.6%穩步上升至2014年88.6%，接着於2015年稍微降至88.1%。

於2016–2020年內，餐飲香檳銷售的降幅預期繼續以預期1.1%的降幅於2016下降。然而，於路氹金光大道持續進行的度假村發展項目具有多樣的時尚景點以及新娛樂場所項目啟動，預期可促進會所式娛樂場所及香檳銷售市場的增長。因此，香檳的餐飲零售銷售預計將於預測期內以可持續的複合年增長率7.0%增長至2020年的25.4百萬美元，反映會所式娛樂場所為推動香檳銷售的重要角色。

澳門香檳餐飲零售價值銷售的市場份額於截至2015年12月31日止年度為19.6百萬美元(相等於152.5百萬港元)其於此估計，Club Cubic於截至2015年12月31日止年度之香檳銷售額佔澳門香檳銷售市場份額35.4%。

## 行業概覽

### 澳門的香檳供應

澳門三大最受暢銷之高級香檳品牌分別為酩悅香檳，巴黎之花及凱歌香檳，三者均由澳門兩間最大香檳供應商獨家分銷。其中巴黎之花香檳由凱權獨家分銷，而酩悅及凱歌香檳則由好時行獨家分銷。

### 與香檳分銷商的獨家夥伴關係

澳門的香檳分銷市場相對已整合，主要分銷商約4名。此等分銷商由主要香檳品牌擁有人(於澳門或香港有當地辦事處)支持，確保供應足夠的香檳以應付澳門客戶需求。例如保樂力加於香港設有辦事處。特定場所與香檳分銷商的獨家夥伴關係於澳門市場並不罕見，乃由於大多場所的規模細小而且香檳市場缺乏主要供應商。該等安排已經證明可行甚至有利，如Club Cubic與其巴黎之花香檳供應商之間的安排。自2011年起，按瓶數及銷售計，Club Cubic已成為凱權的最大客戶及澳門巴黎之花香檳的最大零售點。另一方面，凱權亦透過贊助Club Cubic籌辦的巴黎之花香檳相關活動提供支助。由2016年至2020年，由於有更多大小和規模適宜的場所支持於澳門開展類似的夥伴關係，業內或會出現更多該等安排。

### 未來推動因素及入行門檻

#### 會所式娛樂場所市場的未來推動因素

##### — 路氹區的發展

路氹金光大道之擴建及發展預期將於預測期取得成果，一共八個新大型度假村預定於2015年中及2017年底發展及開業。於2015年，由新濠博亞娛樂有限公司擁有大部分股權的百老匯、銀河第二期及新濠影滙度假村已正式開業。

於2016年，由金沙中國有限公司耗資27億美元的澳門巴黎人準備開業，其地標為按原建築物二分之一比例興建的艾菲爾鐵塔，與其大型度假村互相連接。其他將於2016年開幕的大型度假村包括永利皇宮、澳門美高梅及路易十三酒店(被稱為澳門最豪華的度假村，設有30輛Phantom勞斯萊斯轎車接送賓客)。最後，澳門博彩控股有限公司的澳門新葡京酒店亦即將於2017年開幕。所有該等氣派非凡的大型度假村將振興及改造路氹金光大道成為澳門旅遊業重地。因此，預期將吸引更多遊客到訪路氹區的會所場所。

##### — 政府優先發展非博彩類娛樂

澳門旅遊局發揮領導作用，推廣及發展非博彩類旅遊活動。舉例而言，澳門政府過往表示向有關發展分配賭桌時，考慮新路氹項目提供的非博彩類旅遊景點及設施。六名賭場營運商為彼等新度假村發展積極爭取有限的賭桌及重續彼等的博彩特許權(於

## 行業概覽

2020至2022年屆滿)，彼等將尋求擴大非博彩類設施的樓面空間及所產生的收益。此舉致使會所場所(非博彩類收益的重要來源)成為綜合度假村及賭場營運商業務的重要方面。根據澳門博彩監察協調司發佈的數據，Melco Crown(擁有Club Cubic所在City of Dreams development)錄得9%收益來自非博彩類活動，高於競爭對手MGM China Holdings、銀河娛樂及澳門博彩控股。

儘管綜合度假村營運商擁有會所場所作為賣點目前並非行業常態，鑑於澳門政府要求博彩經營多元化並加入多種娛樂節目的壓力，更多綜合度假村將可能加入會所場所作為賣點以吸引更多旅客到訪澳門。截至2016年8月，COD、新濠影匯及澳門威尼斯人為路氹金光大道僅有配備會所場所的綜合度假村，由於澳門巴黎人將於2016年9月開業，將有合共8個主要綜合度假村物業。

澳門政府於2015年與活動主辦團體合作宣傳首次於澳門舉辦的Road to Ultra電子音樂節。而於2015年5月舉辦的首屆澳門國際時尚餐飲及娛樂設備用品展(Macau International Clubbing Show)亦刺激澳門會所式娛樂場所市場，促進市場增長。澳門旅遊局於舉辦及推廣會所式娛樂活動、舞蹈音樂節的積極支持長遠而言亦有助推廣有利於會所式娛樂場所市場發展的生活方式及次文化。

### 一 中國其他地區前往澳門的可達性日益增加

近期政策的改變及基建發展有利於澳門旅遊業，亦間接有利於會所式娛樂場所市場發展。例如，於2015年中，中國中央政府放寬內地遊客前往澳門的限制。現在內地遊客可於澳門逗留最長七天，比以往的五天長。此外，他們亦可於每30天前往澳門兩次(以往則為每60天兩次)。此項政策可助減輕反腐政策帶來的影響，有利於內地高消費顧客回流至澳門。

香港—珠海—澳門大橋(「港珠澳大橋」)為促進澳門旅遊業發展的主要基建項目之一，作為連接三地以減少來回澳門及香港機場車程的一半時間。預期港珠澳大橋竣工可提供更多前往澳門的交通選擇以刺激三地的旅遊業發展。該項基建亦能間接擴闊澳門會所式娛樂場所市場的潛在顧客層面。

然而，歐睿報告指出港珠澳大橋由於受到施工難題及複雜的配套工程影響，原定於2016年底竣工需延至2017年底或之後。除此之外，原定於經過路氹金光大道澳門輕軌系統(「澳門輕軌」)工程項目亦延誤至2018年底或之後。有關工程延誤有可能為前往澳門的遊客帶來負面體驗，因為彼等需要於遊行期間花時排隊及等待列車延誤。儘管有關問題的原因基建設施不足未能配合旅遊業需求及其滴漏效應可能妨礙會所式

## 行業概覽

娛樂場所行業發展，有關影響應為短暫。預期隨著港珠澳大橋及澳門輕軌竣工將為澳門會所式娛樂場所行業帶來更多顧客。

### 會所式娛樂場所行業市場入行門檻

#### — 經營規模不足

會所式娛樂場所行業的新進市場者須作好龐大資本投資的準備，方可於澳門建立成功的會所。

#### — 缺乏相關聯繫的強大網絡

獲得相關聯繫的強大網絡為另一個入行門檻，例如聯繫有力吸引群眾的世界知名DJ。

#### — 需要市場營銷及推廣活動於市場建立品牌知名度

會所經營者亦需為舉辦活動、市場營銷及推廣活動進行大量投資以建立品牌知名度及顧客群。

### 會所式娛樂場所的競爭環境

#### 不同級別的會所式娛樂場所

頂級會所式娛樂場所的客戶一般包括教育水平良好、成熟的遊客，此類遊客屬於較高收入的社會經濟背景。該等會所式娛樂場所(如Club Cubic及派馳澳門)的客戶通常在瓶裝酒服務上消費更多。客戶可於該等會所式娛樂場所花費一瓶價格澳門幣1,500元起的香檳。通常亦設有佔用餐桌的最低消費，且最高需支付約澳門幣20,000元預訂卡拉OK房。

中級會所式娛樂場所為當地澳門人或較不富裕的遊客較常出入以求參加符合預算的派對，每個客戶的平均花費偏低，約為澳門幣200元至澳門幣300元。

## 行業概覽

### 澳門會所式娛樂場所營運商的經營概覽

會所式娛樂場所營運商 <sup>(3)</sup>	背景及歷史	總建築面積 (平方呎)	地點	估計每人 次每晚平 均支出 <sup>(1)</sup>
Club Cubic	Club Cubic於最後實際可行日期為第二大會所式娛樂場所(以總面積計算)。其為行業先驅及以高端會所市場為目標，專注於貴賓顧客之大型會所式娛樂場所。亦透過邀請世界知名的DJ及藝人舉辦音樂活動以吸引音樂愛好者。	25,780	路氹城 新濠天地	澳門幣 1,000元
D2	D2(位於主題公園兼購物中心內)自2001年起開始營運，與DD3的股東相近，但由獨立管理團隊經營。D2針對都市的崇洋會所客，較顧及大眾市場顧客而非貴賓顧客。	16,000	澳門 漁人碼頭	澳門幣 300元
DD3	DD3(亦位於與D2相同發展項目內)為D2的分支，於2008年6月開幕，設有20間卡拉OK房，以迎合偏好於卡拉OK房舉行私人派對的內地及亞洲遊客。	22,000	澳門 漁人碼頭	澳門幣 300元
百利酒廊	百利酒廊於2007年開幕為威尼斯人度假村的一部分，主要作為現場音樂酒吧，因其定期現場演奏及表演而聞名，加上設有舞池供顧客在夜幕下隨DJ混音音樂舞動。	6,446	路氹城 澳門 威尼斯人	澳門幣 500元
派馳澳門	派馳澳門預定於2016年初於新濠影滙大型度假村正式啟用，將成為澳門最大的會所式娛樂場所。派馳澳門由經營西班牙伊維薩島派馳會所的一支管理團隊所經營。派馳澳門類似於Club Cubic，主要針對高端貴賓顧客。	30,000	路氹城 新濠影滙	澳門幣 300至500元 <sup>(2)</sup>

附註：

- (1) 每人次每晚平均支出乃基於歐睿進行的調查結果估算。
- (2) 派馳澳門的估計每人次每晚平均支出乃基於營運商試營業階段的平均支出得出，未必可與其他會所式娛樂場所作比較。
- (3) 就夜間會所牌照，此等牌照持有人就不同會所場所而有所不同。就業主及租戶之間的磋商，業主代表彼等租戶申請夜間會所牌照並非罕見。位於度假村物業並於2016年1月末正在經營的三家會所場所內，彼等的牌照均由業主持有。

資料來源：歐睿報告