

行業概覽

本節所載資料由歐睿編製，乃基於公開可得來源及行業意見調查以反映對市況的估計，主要作為市場研究工具之用。歐睿所述內容不應視為歐睿對任何證券價值或[編纂]是否適當的意見。董事相信，本節所載資料的來源均屬有關資料的適當來源，轉載有關資料時乃經合理審慎行事。董事概無理由相信有關資料屬錯誤或誤導，或遺漏任何重大事實以致有關資料可能屬錯誤或誤導。本節所載由歐睿編製的資料未經本公司、保薦人、[編纂]、[編纂]、我們／彼等各自的董事、高級職員、僱員、代理或代表，或任何參與[編纂]的其他人士或各方獨立核實，且彼等不會就其準確性發表任何聲明，故作出或避免作出任何[編纂]決定時不應依賴該等資料。

資料來源

我們委聘獨立市場研究公司歐睿就(其中包括)2011年至2020年香港酒吧／酒館業進行分析並編製歐睿報告。歐睿為市場研究公司，專注研究各式各樣的消費者、工業、服務及企業對企業市場，歐睿堅持獨立且屬私營公司。歐睿曾為超過100家[編纂]的公司進行研究，包括多家於不同證券交易所尋求[編纂]的公司，以供載入多份[編纂]招股章程。我們同意為歐睿報告支付45,770美元的費用，我們相信有關費用符合市價。董事認為，支付費用並不影響歐睿報告所得結論的公平性。歐睿為獨立全球研究機構，總部設於英國倫敦，擁有超過40年行業經驗，在全球各地共有12間辦事處。

歐睿報告包括香港宏觀經濟環境、香港直接飲用酒類飲品市場、香港酒吧／酒館業、香港酒吧／酒館業競爭格局的資料及其他經濟數據。歐睿利用多種來源進行一手及二手獨立研究。一手研究涉及與本地酒吧／酒館營運商、政府機構及所有從事酒吧／酒館業界的相關行業協會及機構進行獨立行業訪問。二手研究涉及審閱相關業界營運商的年報、行業報告及歐睿的聯合數據庫Passport。為確保預測的準確性，歐睿採納對市場規模及發展趨勢(基於對市場過往及假定未來表現的全面深入審核)進行定量及定性分析的標準慣例。數據在可能情況下已與現有政府及行業數字、貿易訪談及統計工具(如迴歸分析、時間序列分析及資料塑模)反覆核對。

歐睿報告所載分析乃基於下列假設：

- 香港經濟預期於2016年至2020年的預測期間內維持穩定增長；
- 香港的社會、經濟及政治環境預期於2016年至2020年的預測期間內維持穩定；及
- 不會有外圍衝擊，如金融危機或原材料短缺，以致香港於2016年至2020年的預測期間對食品的供求受到影響。

行業概覽

宏觀經濟環境

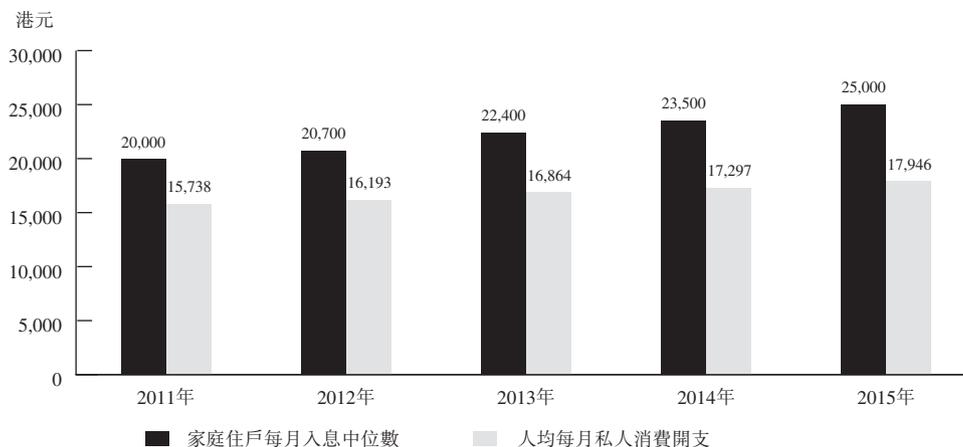
香港經濟表現

香港經濟於2011至2015年間按複合年增長率5.6%逐步擴張。根據香港政府統計處的報告，香港名義本地生產總值由2011年約19,340億港元，增長至2015年的24,030億港元。此乃由於本地環節表現強韌，香港能夠在外圍環境嚴峻的情況下保持外貿競爭力。

儘管全球出口需求放緩，惟根據2016–17年度政府財政預算案，香港仍然繼續在經濟競爭力及投資流入方面的全球基準指標中名列前茅。香港政府尤其透過深化與中國的經濟聯繫，致力提升香港競爭力，探索本地環節及區內全新的增長動力。預期中國對國內消費的重視能夠在往後數年為香港提供新機遇。

香港家庭住戶每月入息中位數由2011年的20,000港元增加至2015年的25,000港元，複合年增長率為5.7%，而香港人均每月私人消費開支則由2011年的15,738港元增加至2015年的17,946港元，複合年增長率為3.3%。

家庭住戶每月入息中位數及人均每月私人消費開支



資料來源：香港政府統計處、歐睿報告

市場概況

香港酒類飲品消費開支概況

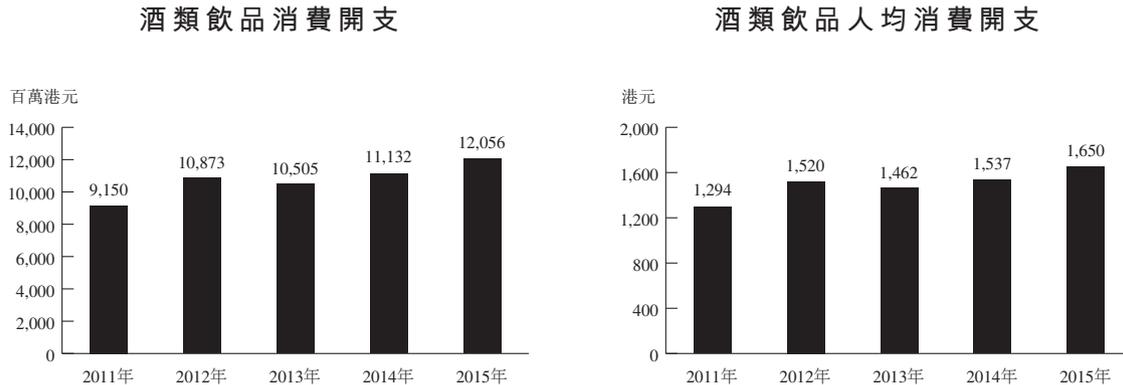
香港酒類飲品消費開支

香港的食肆、酒吧／酒館及其他社交聚會場所熱鬧見稱。香港的西方人社群龐大，加上社會愈來愈受本地青年人影響，週五夜晚、交際活動及放工後聯誼的休閒飲酒風氣盛行。本地消費者深受新穎概念和創新顧客服務吸引，紛紛有意嘗試新咖啡店、精品咖啡店和酒吧。本地人口中未婚人士的數目持續上升，成為飲酒場所愈見增加的最大帶動因素。

行業概覽

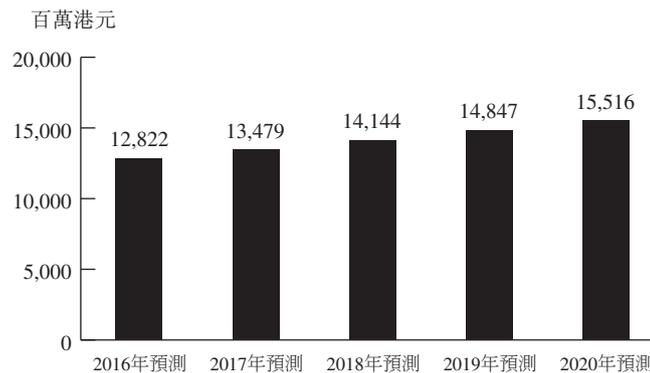
生活潮流促成人均酒類飲品消費增長，2011年至2015年間錄得複合年增長率為6.3%，2015年平均達1,650港元。飲酒場所的消費模式健全，令飲酒場所的數目一直增加，以緊貼創新飲品的研製趨勢。在蓬勃增長的支持下，預期酒類飲品消費開支於預測期內繼續按複合年增長率4.9%上升。

2011年至2015年酒類飲品消費開支及全年人均酒類飲品消費開支



來源：Passport數據、歐睿報告

預測2016年至2020年酒類飲品消費開支



來源：Passport數據、歐睿報告

香港酒吧／酒館業概況

香港一直以來提供豐富的餐飲服務選擇和不斷創新的夜生活場所，以迎合消費者需求持續轉變。儘管香港最新潮的酒吧／酒館大部分位於市中心地區，但亦有另一個廣闊的酒吧／酒館市場以顧及不同的生活及社交需要。本地酒吧／酒館多數位於住宅區內，可提供一個基本的飲酒場所以迎合本地人的需要，而本地人正需要鄰近社區且一應俱全的消遣交際場所。本地酒吧／酒館以常客為目標以支持其業務，故該等酒吧通常採取溫和的變化步伐。儘管該等酒吧／酒館的服務及酒類飲品款式或許不夠新潮，但可以低價彌補顧客的需求。

行業概覽

酒吧／酒館營運商就各區不同顧客採取不同的定價策略，以滿足廣大消費者的需求。部分營運商將酒吧／酒館定位為高價檔次，配合其提供的服務和餐目，以至上佳的格調，而其他營運商則可填補低檔市場空白。針對低檔市場的酒吧／酒館通常提供基本的飲酒場所，服務本地社區的居民。

香港酒吧／酒館門店數目

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	複合 年增長率
香港酒吧／酒館門店數目	728	733	740	740	743	0.51%

資料來源：Passport數據、歐睿報告

香港酒吧／酒館業發展成熟，足以滿足消費者需求。於2016年至2020年的預測期間，由於酒吧／酒館業的餐飲服務價值估計按複合年增長率0.6%增長，而門店數目則估計按複合年增長率0.3%增長，故預期酒吧／酒館在營運方面會增添更多創意，多於門店的有機增加。此方面進一步受酒類飲品消費的人均開支不斷增加所支持，2011年至2015年的過往期間複合年增長率為6.3%。此外，根據行業資料，不少酒吧／酒館一直透過舉辦活動吸引更多顧客，逐漸將門店轉變為更富娛樂性的環境。

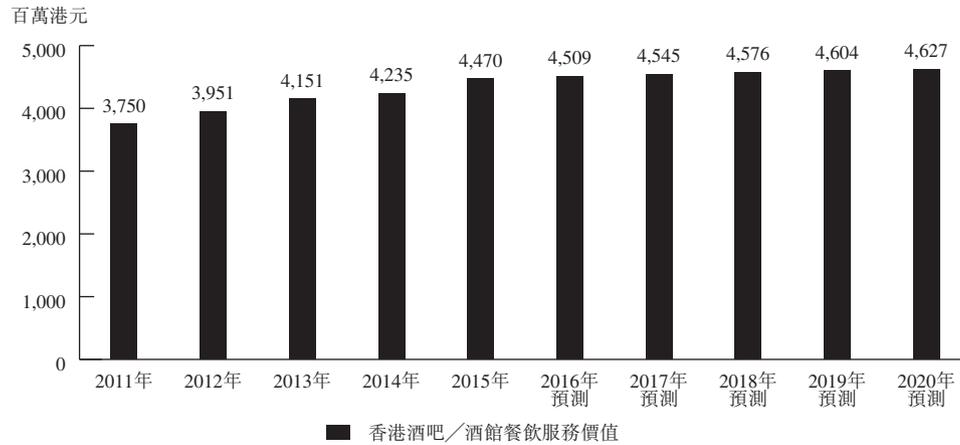
傳統而言，酒吧／酒館營運商會在門店舉辦競飲比賽和遊戲比賽等活動帶動銷售。酒吧／酒館營運商會與飲品供應商合辦競飲活動，飲品供應商可透過作為贊助商在活動中推廣其品牌的酒類飲品。利用酒吧／酒館提供的設施（例如飛鏢或英式桌球）進行的遊戲亦非常普遍。

香港酒吧／酒館林立，潮流通常每五至十年轉變一次。根據行業資料，八十年代香港消費者追捧烈酒，故酒吧業以往專賣白蘭地、干邑及威士忌等烈酒。當時消費者追捧烈酒，重視酒類飲品的數量多於質量。此後，香港的飲酒場所在九十年代引入啤酒和雞尾酒。2000年代，隨著專賣烈酒的酒吧和「任飲」的概念被淘汰，香檳和葡萄酒在香港大行其道。

近年，酒吧／酒館流行供應手工啤酒、葡萄酒和高級雞尾酒。香港消費者認為，提供遊戲、特大屏幕電視、現場音樂和酒吧食物的場所更合潮流。根據行業資料，酒吧營運商發揮創意，為顧客營造歡樂熱鬧的環境，此一概念在可見將來會繼續主導市場。消費者日益注重優質生活及產品，故彼等對優質酒類飲品及服務的需求將顯著帶動此一潮流。然而，由於香港酒吧／酒館業的市場環境非常成熟，預期2016年至2020年香港整體行業及酒吧／酒館的餐飲服務價值的增長預測將維持強勁，儘管表現方面有機增長（即邊際遞增增長）。

行業概覽

2011年至2015年香港酒吧／酒館餐飲服務價值(按零售價計)及2016年至2020年的預測價值



資料來源：Passport數據、歐睿報告

香港酒吧／酒館業成本組成部分概況

飲品成本

酒類飲品的成本不斷上升，增加對酒吧／酒館營運成本的壓力，酒吧／酒館可透過提升餐目價格，將成本轉嫁予消費者。然而，因酒吧／酒館業競爭激烈，向顧客加價的幅度有限。因此，營運成本增加主要由酒吧／酒館營運商承擔，令溢利率降低。

鑒於啤酒較其他酒類飲品的成本升幅溫和，業內專賣啤酒本地酒吧／酒館營運商所承受的營運壓力較少。因香港市區以外各地對休閒飲酒場所的需求穩定，故本地酒吧／酒館營運商得以在較高檔酒吧／酒館更有利的市場環境下經營，並多會專賣葡萄酒類的產品。

啤酒成本價一般預期在可見將來維持穩定，且預期不會出現價格波動，2016年至2020年預測期內，各類酒類飲品的複合年增長率介乎0.6%至3.0%。

行業概覽

2011年至2015年酒類飲品每公升港元製造商售價

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	複合 年增長率
啤酒						
進口高價窖藏啤酒	26.12	26.55	27.00	27.53	28.17	1.9%
本地中價窖藏啤酒	16.63	17.08	17.73	17.96	18.18	2.3%
進口中價窖藏啤酒	20.35	20.55	21.16	21.37	21.89	1.8%
烈酒						
加拿大威士忌	195.31	197.20	202.06	205.43	209.68	1.8%
愛爾蘭威士忌	184.29	186.65	190.46	193.64	197.26	1.7%
其他混合蘇格蘭威士忌	232.67	237.06	246.09	254.14	261.30	2.9%
單一麥芽蘇格蘭威士忌	387.98	394.57	406.47	417.98	428.64	2.5%
英格蘭威士忌	115.15	117.96	122.07	124.44	126.50	2.4%
伏特加	149.05	151.92	156.16	159.91	163.30	2.3%
葡萄酒						
紅葡萄酒	121.44	128.32	136.77	139.99	143.44	4.2%
白葡萄酒	115.58	121.64	128.70	132.95	136.97	4.3%

來源：Passport數據、歐睿報告

預測2016年至2020年酒類飲品每公升港元製造商售價

	2016年 預測	2017年 預測	2018年 預測	2019年 預測	2020年 預測	複合 年增長率
啤酒						
進口高價窖藏啤酒	28.20	28.28	28.42	28.62	28.88	0.6%
本地中價窖藏啤酒	18.40	18.60	18.78	18.95	19.10	0.9%
進口中價窖藏啤酒	22.43	22.98	23.54	24.12	24.71	2.5%
烈酒						
加拿大威士忌	214.65	220.38	226.71	233.91	241.80	3.0%
愛爾蘭威士忌	201.16	205.14	209.20	213.14	217.16	1.9%
其他混合蘇格蘭威士忌	267.46	272.53	275.90	277.21	277.74	0.9%
單一麥芽蘇格蘭威士忌	438.80	447.97	456.50	463.91	470.11	1.7%
英格蘭威士忌	128.35	129.86	131.13	132.03	132.55	0.8%
伏特加	166.46	169.20	171.66	173.66	175.19	1.3%
葡萄酒						
紅葡萄酒	146.83	150.45	154.30	158.12	162.03	2.5%
白葡萄酒	140.60	143.93	146.94	149.74	152.16	2.0%

來源：Passport數據「酒類飲品」(2016年版)

租金價格

2011年至2015年間，物業市場熾熱，零售租金價格持續按年遞升，於2012年達到頂峰，每平方米平均租金按雙位數字增幅上升。租金作為酒吧／酒館營運成本的核心組成部分，對營運商的溢利率造成重大及系統性的影響。根據行業資料，在較為非主流的地點，有部分獨立經營的酒吧／酒館於該區重置，或見新酒吧／酒館如雨後春筍般遍佈該區，部分地點包括沙田和荃灣等新界的住宅心臟地帶，以避免中環、銅鑼灣、尖沙咀及旺角等旅遊旺區的高昂租金。2015年，鑒於整體經濟放緩，港島及九龍區租金於2011年至2015年間首次分別下降0.8%及1.0%，酒吧／酒館營運商方可稍為喘息。

行業概覽

2011年至2015年私人零售平均租金

	港島		九龍		新界	
	每平方米 港元	百分比 變動	每平方米 港元	百分比 變動	每平方米 港元	百分比 變動
2011年	1,296	4.6%	1,243	6.1%	1,038	10.2%
2012年	1,465	13.0%	1,443	16.1%	1,161	11.8%
2013年	1,549	5.7%	1,482	2.7%	1,176	1.3%
2014年	1,628	5.1%	1,534	3.5%	1,250	6.3%
2015年	1,612	-0.8%	1,519	-1.0%	1,284	2.7%

來源：香港差餉物業估價署、歐睿報告

預測2016年至2020年私人零售平均租金

	港島		九龍		新界	
	每平方米 港元	百分比 變動	每平方米 港元	百分比 變動	每平方米 港元	百分比 變動
2016年預測	1,512	-6.2%	1,324	-12.9%	1,311	2.1%
2017年預測	1,466	-3.0%	1,241	-6.3%	1,325	1.0%
2018年預測	1,445	-1.5%	1,203	-3.1%	1,331	0.5%
2019年預測	1,434	-0.7%	1,185	-1.5%	1,334	0.2%
2020年預測	1,429	-0.4%	1,176	-0.7%	1,336	0.1%

來源：香港差餉物業估價署及歐睿推算

香港酒吧／酒館市場主要市場帶動因素

根據歐睿報告，香港酒吧／酒館業主要市場帶動因素如下：

概念或主題酒吧／酒館帶動所得收益

不同飲酒場所的類型中，數目眾多的獨立經營的酒吧／酒館提供創新服務或飲品餐目，令其門店脫穎而出。此外，亦有連鎖式酒吧營運商以不同品牌名稱管理多間門店，各自擁有特定的概念或主題。最後，在普遍的歡樂時段推廣或現場樂隊表演以外，因應消費者愈來愈重視優質生活享受，酒吧／酒館銳意到場內為顧客帶來熱情歡樂的體驗。

近年流行的特色酒吧／酒館為顧客引入飛鏢及卡拉OK等其他互動娛樂，成功在香港建立一套酒吧／酒館玩樂概念的模式，此耳目一新的社交娛樂意念，預期在不久將來可帶動更多消費。

消遣吃喝需求持續

香港人開始崇尚外出玩樂的社交生活，本地酒吧／酒館順應顧客需求，提供更佳服務。除以相宜價格供應酒類飲品外，愈來愈多酒吧／酒館提供小食以服務廣大顧客，令顧客在門店逗留的時間更長。此舉可吸引有意交際的顧客前來享用小食及酒類飲品，帶動酒吧／酒館的消費。

行業概覽

本地酒吧／酒館鄰近住宅區

本地酒吧／酒館位於鄰近住宅的社區，可為其目標顧客提供更佳服務。五大酒吧／酒館營運商經營的酒吧／酒館門店，相當多位於新界各區。大部分高價酒吧／酒館位處核心地段，而本地酒吧／酒館則營造親切的飲酒氣氛以保持競爭力。規模較大的連鎖式酒吧營運商亦會聯同飲品供應商在門店舉行推廣活動，為顧客創造娛樂價值。

香港酒吧／酒館業主要市場限制

根據歐睿報告，香港酒吧／酒館業的主要市場限制如下：

行業增長受訪港旅遊業增長減弱所限

2015年，由於佔訪港旅客總數77%的中國內地旅客選擇其他旅遊地點，以致訪港旅客人數減少。根據香港旅遊發展局，訪港旅客人次於2014年至2015年減少2.5%。此外，同期訪港旅遊業消費減少7.5%。

儘管2015年酒吧／酒館業保持溫和增長，但訪港旅客人次持續放緩，預期會阻礙行業的整體增長，尤其影響較受旅客歡迎而頻頻光顧的位於中環、銅鑼灣、尖沙咀及旺角區的夜生活熱點。然而，旅遊業放緩對本地社區酒吧／酒館的影響甚微，因為該等場所多針對本地常客。

勞工成本上升繼續縮緊營運溢利

香港政府繼2013年將最低工資由每小時28.0港元上調至30.0港元後，於2015年由30.0港元上調至32.5港元。有關調整對飲食業造成即時影響。作出監管修訂後，餐飲服務營運商須負擔高昂的工資，令營運成本加重。根據香港政府統計處所報告相關職業的工資，即使勞工成本持續攀升，酒吧／酒館仍要被迫壓低溢利率。侍應生及洗碗工的平均工資均已大幅上漲，當中於2011年至2015年間洗碗工的工資增幅最大，按複合年增長率10.0%上升。2016年至2020年侍應生及洗碗工預測平均月薪將按複合年增長率約5.0%增長。

2011年至2015年選定相關職業平均月薪

月薪(港元)	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2011年至
						2015年 複合 年增長率
侍應生	9,269	10,363	10,812	11,232	11,774	6.1%
洗碗工	7,803	8,948	9,672	10,689	11,441	10.0%
增長百分比	2012年		2013年	2014年	2015年	
侍應生	—	11.8%	4.3%	3.9%	4.8%	—
洗碗工	—	14.7%	8.1%	10.5%	7.0%	—

行業概覽

預測2016年至2020年選定相關職業平均月薪

月薪(港元)	2016年 預測	2017年 預測	2018年 預測	2019年 預測	2020年 預測	2016年至 2020年 複合 年增長率
侍應生	12,384	13,022	13,673	14,256	14,897	4.7%
洗碗工	12,078	12,730	13,392	14,075	14,718	5.1%
增長百分比		2017年 預測	2018年 預測	2019年 預測	2020年 預測	
侍應生	5.2%	5.2%	5.0%	4.3%	4.5%	—
洗碗工	5.6%	5.4%	5.2%	5.1%	4.6%	—

來源：香港特區政府統計處及歐睿推算

經濟狀況可能削弱整體消費開支

2015年下半年及2016年初，香港經濟隨著全球增長減慢，以及環球金融和貨幣狀況大幅調整而放緩，大幅阻礙貨品及服務貿易。2015年，進口總額減少4.1%，本地出口甚至銳減15.2%。經濟狀況不利，必定影響香港消費者的自由消費支出。儘管高檔娛樂場所及夜店所得的收益減少，本地酒吧／酒館所受的影響可能較少，因為該等酒吧／酒館的營運成本較低，加上定價較為低廉而免受影響。此方面因本地酒吧／酒館多針對休閒飲酒的市民(亦為常客)而更為顯著。

主要市場入行門檻

根據歐睿報告，香港酒吧／酒館市場的主要市場門檻如下：

入行門檻低，但持續經營率亦低

因香港營商環境友善，新酒吧／酒館營運商的入行門檻甚少。新東主為其相關企業申領營運牌照及取得資本投資時所面對的官僚作風甚微。然而，新酒吧／酒館持續經營的比率低，因為不少缺乏經驗的營運商如在開業最初幾年無法迅速開拓有利可圖的產品及／或擁有足夠顧客以達致收支平衡，則須在既有負擔下抵抗劇烈競爭。

大型營運商排擠新參與者

香港規模較大的酒吧／酒館集團擁有管理方面的專業知識、財政實力以及議價能力，得以管控營運成本和應對挑戰。連鎖式酒吧營運商透過經營多間連鎖式門店產生收入並保持採購程序集中，可減低每間門店的經常性開支，而獨立經營的酒吧／酒館營運商則未能從成本規模效益中受惠。另一方面，規模較小的連鎖店及獨立經營的集團能繼續蓬勃發展，通常由於其與業主建立穩固的關係，並在酒吧／酒館市場格局中建立卓著的聲譽，減低被大型競爭對手排擠的機會。

行業概覽

未來前景

根據歐睿報告，香港酒吧／酒館業的未來前景如下：

更多消費者選擇高檔新潮飲酒場所，帶動創新

因香港消費者對用膳選擇愈來愈刁鑽，預期不少消費者要求物有所值的飲酒消遣好去處，崇尚新潮社交體驗乃至高價酒類飲品。酒吧／酒館將受驅使而加以創新，滿足日益增加的顧客需求，否則該等顧客可能不再光顧並轉投競爭對手，因為競爭對手能夠提供其屬意的體驗。

勞工短缺繼續阻礙酒吧／酒館員工運作

缺少優質的顧客服務員工，預期會持續對香港酒吧／酒館營運商構成挑戰。在本地人心目中，從事餐飲服務業的顧客服務並非理想職業，故酒吧／酒館營運商需要依賴中國大陸的外勞，令其易受跨境勞工限制收緊的影響，同時因其他參與者招聘競爭激烈而需要平衡由此造成的高員工流失率。

儘管員工替代率仍為餐飲服務營運商的主要挑戰，惟由於酒吧／酒館在晚上營業，故酒吧／酒館營運商有喘息的空間可聘用兼職服務員工。

本地消費者休閒飲酒支持香港需求

本地消費者崇尚外出玩樂的社交生活，不少酒吧／酒館的顧客光顧次數得以持續。此方面對本地酒吧／酒館尤為真確，因為該等酒吧／酒館所在社區鄰近住宅區，正迎合其目標顧客。該等酒吧／酒館地點便利之餘，亦營造一個熱情的飲酒氣氛，加上定價相宜，令消費者能夠定期光顧。

相對而言，高檔市場及特色酒吧／酒館通常位處核心地段，以香港壯麗的城市景觀作招徠。由於定價偏高，該等酒吧／酒館竭力為顧客創造歡樂的體驗，所提供的娛樂價值和活動亦非常多。然而，該等酒吧／酒館較易受本地消費者及旅客的自由消費支出波動所影響。因此，相較本地酒吧／酒館而言，本地及全球的整體經濟表現或對該等酒吧的收益表現造成更大影響。

競爭格局

行業競爭激烈且分散

根據歐睿報告，香港酒吧／酒館業呈現競爭極為激烈且非常分散的格局，於2015年，市場上約有743間酒吧／酒館門店。按2015年香港門店數目計，酒吧／酒館業五大領先營運商經營大眾及中價市場，針對本地消費者，營造休閒飲酒的氛圍。本集團為2015年最大酒吧／酒館營運商，共有32間分店。

行業概覽

香港酒吧／酒館業市場領導者的主要優勢在於具有規模效益、成本控制良好，以及擁有專業訣竅，其憑藉經營帶來的規模效益，領先酒吧／酒館營運商採購酒類飲品時對供應商有充分的議價能力，其管理團隊擁有堅實的行業經驗，了解監管經營環境。

2015年香港五大酒吧／酒館營運商(按門店數目計)

排行	領先營運商(按門店數目計)	香港門店數目	市場份額 (按收益計)
1	太平洋酒吧集團控股有限公司	32	2.8%
2	營運商2	9	0.9%
3	營運商3	8	0.8%
4	營運商4	7	1.2%
5	營運商5	7	1.0%
	其他	680	93.3%
	首五位	63	6.7%
	總計	743	100%

來源：桌面研究、歐睿報告

以合作方式在競爭中保持優勢

連鎖式酒吧／酒館營運商與酒類飲品供應商合辦啤酒推廣及其他活動。根據行業資料，該等活動乃最普遍的推廣活動，有效吸引更多顧客，從而提升收益。

連鎖式酒吧營運商對供應商的議價能力高，在合作方面佔有優勢。在部分情況下，酒吧／酒館營運商亦可透過推銷若干品牌而從供應商賺取推廣收入。酒類飲品供應商可藉連鎖式酒吧營運商遍佈全香港的經營，從而伸延至一個更大的目標市場。

連鎖式酒吧／酒館營運商的財政能力一般較強大

連鎖式酒吧／酒館營運商一般有充裕的資金開設和經營新店，直至分店的初始成本達致收支平衡。連鎖式酒吧營運商靠其他錄得盈利的門店支持，提供穩定的財政收入流，當投資機會出現時即可把握，毋須動用庫存。儘管連鎖式酒吧／酒館營運商的經營成本絕對值可能較高，惟因管理及採購享有規模效益，故每間門店的經常性開支一般較低。

董事確認

經董事合理審慎考慮後確認，自歐睿報告日期以來，市場資料概無不利變動，以致可能對本節所載資料施加限制、抵觸或影響。