

## 行業概覽

本節所載若干資料乃摘錄自委託獨立第三方弗若斯特沙利文編製的弗若斯特沙利文報告。我們認為該等資料來源恰當，且已合理審慎摘錄及轉載該等資料。我們並無理由認為該等資料虛假或存在誤導成份，或遺漏任何事實導致該等資料虛假或存在誤導成份。摘錄自上述來源的資料未經我們、保薦人、獨家賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或我們或彼等各自任何董事、顧問、高級職員、僱員、代理、聯繫人及／或代表或參與股份發售的任何其他人士或各方獨立核實，亦無就其準確性發表任何聲明。詳情請參閱「風險因素—與本招股章程內作出及其他來源的陳述有關的風險—本招股章程所載統計數據及事實並未經獨立核實。」。我們於採取合理審慎措施後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料並無任何重大不利變動導致本節所載資料有所保留、矛盾或受到影響。

### 資料來源

我們委託獨立市場研究顧問公司弗若斯特沙利文編製有關香港晚上娛樂及餐廳市場的報告，費用為400,000港元。弗若斯特沙利文報告由弗若斯特沙利文編製，不受我們的影響。

弗若斯特沙利文乃於1961年在紐約成立的全球顧問公司，全球有逾40間辦事處，逾2,000名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟師。弗若斯特沙利文的服務包括技術研究、獨立市場研究、經濟研究、企業最佳常規諮詢、培訓、客戶研究、競爭情報及企業策略，涵蓋食品、飲品及娛樂等各行各業。弗若斯特沙利文在向弗若斯特沙利文報告所涵蓋區域的政府部門／機構及私人客戶提供市場研究方面具備豐富往績紀錄。

弗若斯特沙利文報告收錄有關香港晚上娛樂及餐廳市場的資料。編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文展開詳細的一手研究，包括與行業協會、行業專家及領先的行業參與者深入討論。弗若斯特沙利文亦展開二手研究，包括審查公司年報、獨立研究報告和自有研究數據庫的數據。弗若斯特沙利文根據宏觀經濟數據之歷史數據分析得出估計總市場規模的數據，並已考慮行業的驅動因素。弗若斯特沙利文認為資料來源可靠，原因為(i)採用香港各政府部門的官方數據及公佈乃一般市場慣例；及(ii)取自訪談的資料僅供參考且弗若斯特沙利文報告的結果並不基於該等訪談的結果作出。

弗若斯特沙利文報告基於以下假設編製：(i)預測期內全球經濟維持穩定增長；及(ii)預測期內並無外部衝擊，如影響香港會所及餐廳市場服務供需的金融危機或大範圍爆發疾病。弗若斯特沙利文及我們認為，編製弗若斯特沙利文報告所用的基本假設(包括用於作出未來推測的假設)實事求是、正確且無誤導。弗若斯特沙利文已對有關資料展開獨立分析。

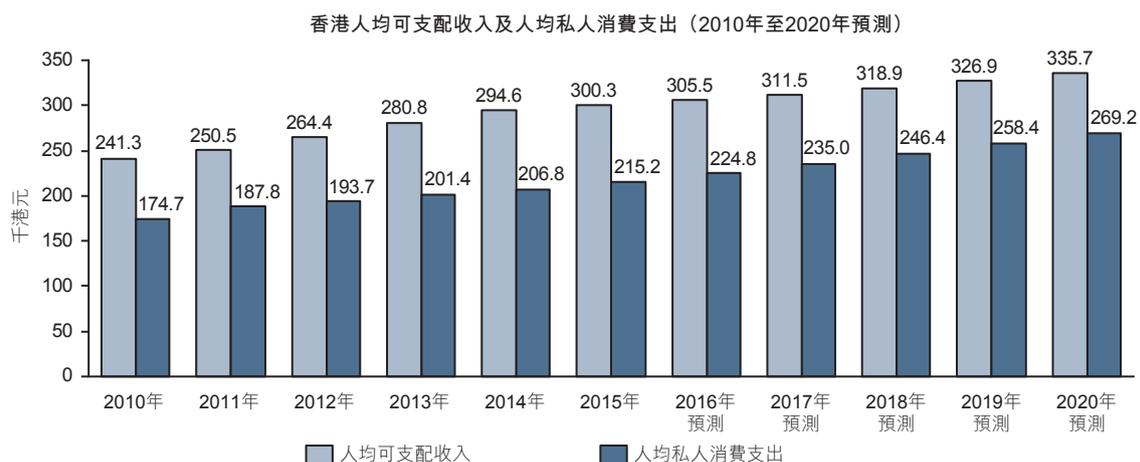
弗若斯特沙利文按年度進行整體行業研究，而12月31日通常為歷史數據分析的時間節點，因此無法取得2016年1月1日至2016年5月31日的過往市場資料。

除另有註明外，本節內的所有數據及預測均摘錄自弗若斯特沙利文報告、政府各類官方刊物及其他刊物。

## 香港宏觀經濟

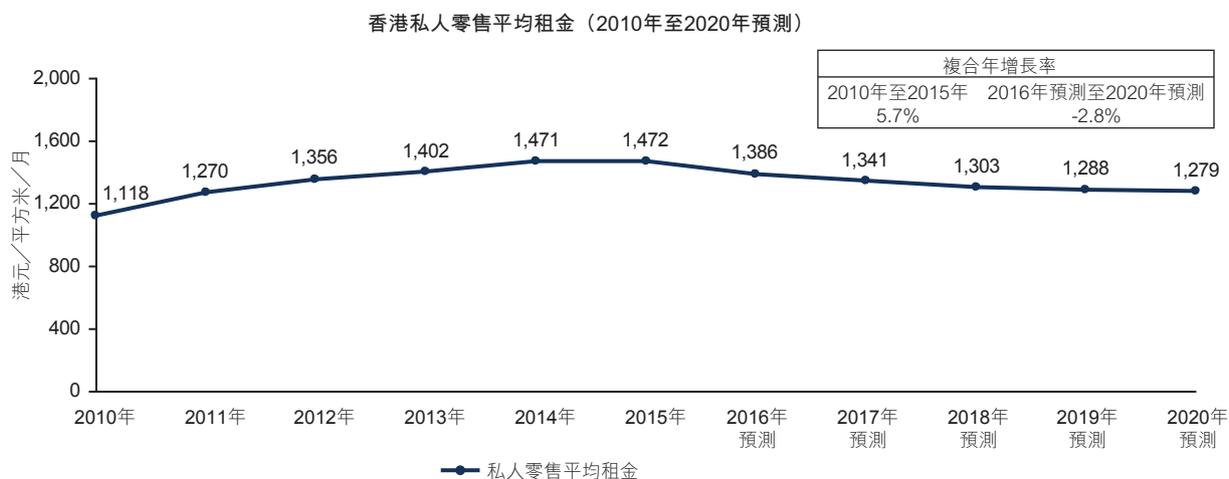
2010年至2015年香港人均私人消費支出穩定增長，由2010年約174,700港元增至2015年的215,200港元，複合年增長率為4.3%。預期香港人均私人消費支出將以4.6%的複合年增長率自2016年增至2020年約269,200港元，主要受香港人均可支配收入及購買力增加所推動。

2010年至2015年，香港人均可支配收入由2010年約241,300港元增至2015年的300,300港元，複合年增長率為4.5%。受未來數年通脹不變及預期人均收入上升推動，預期2016年至2020年人均可支配收入以2.4%的複合年增長率持續增長，截至2020年底將達約335,700港元。人均可支配收入增長，國內消費水平上升，因此晚上娛樂及餐廳休閒用餐需求可能會增加。



## 私人零售平均租金

預計2016年至2020年私人零售平均租金整體略有下降。香港私人零售物業平均月租由2010年的每平方米1,118港元升至2015年的每平方米1,472港元，複合年增長率為5.7%。預期私人零售物業平均月租將由2016年的每平方米1,386港元降至2020年的每平方米1,279港元，複合年增長率為負2.8%，主要是由於中國內地遊客數目減少，受旅遊業及零售額表現影響所致。



# 行業概覽

## 晚上娛樂行業概覽

根據下文所述經營模式及提供的服務類型，香港晚上娛樂行業可分類為以下場所：

市場分部	具體特徵
會所	會所通常指於晚上至深夜期間營業的收費場所，設有DJ播放節奏強勁的音樂及舞池。香港設有舞池的會所須獲授附加跳舞批註的酒牌。香港一些多功能會所白天作為餐廳，晚上則作為夜店營業。該等優質會所主要位於香港黃金區域，如中環蘭桂坊等。
酒吧及酒館	酒吧及酒館指主要供應酒精飲料和少數小吃及熱食的場所。「吧」原指提供飲料的場所的專門櫃台。部分酒吧及酒館亦提供桌球檯、飛鏢、啤酒乒乓球等娛樂設施。
餐廳	獲授酒牌的香港餐廳可提供酒精飲料。香港一些多功能餐廳於晚間亦會作為夜店或設有吧台作為酒吧／酒館營業。
卡拉OK廳	卡拉OK廳指提供卡拉OK娛樂設施及酒精飲品的場所。
其他	任何其他提供消費類酒精飲料的營業場所。

截至2016年7月28日，香港已有7,285間場所獲授酒牌，其中108間獲授跳舞批註。入場費是會所與酒吧／酒館的主要區別之一。有別於銷售食物及飲品以取得收益且不收取客戶入場費的酒吧／酒館，會所通常收取入場費以確保特定客戶群（相對於食物及飲品，更願為消遣娛樂買單的客戶）享有高檔、安全及私人的環境。例如，部分會所已有受邀嘉賓名單，而其他客戶則需付入場費。因此，雖然入場費並非會所營運商的主要收入來源，但其為會所向客戶確保優質社交環境的工具。

## 會所市場概覽

### 歷史及發展

會所市場起源於1978年，當時Gordon Huthart於中環德己立街38-44號（即我們的會所Volar現址）開設蘭桂坊第一間會所，名為「Disco Disco」。自20世紀80年代起，盛智文（「蘭桂坊」之父）著手將該區域轉型為經營餐廳及會所。

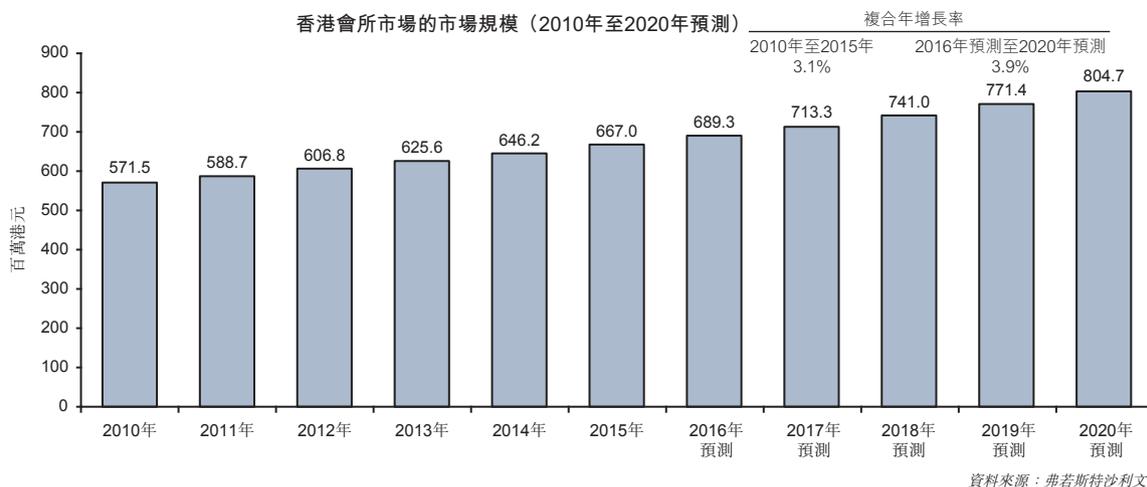
在20世紀80年代，夜店文化廣受外籍人士及當地人士青睞。多間小酒吧及會所於尖沙咀地區的棉登徑及諾士佛臺相繼開業。在20世紀90年代，盛智文將蘭桂坊發展為世界知名的晚上娛樂區域。該十年間會所行業迅速發展。蘭桂坊區域目前有逾100間酒吧、會所及餐廳。會所市場現已發展成熟，市場參與者急於維持、鞏固及增加本身的市場份額，淘汰較弱及表現不佳的參與者。目前香港會所市場具增長潛力。

# 行業概覽

## 市場規模

以總收益計算，香港會所市場的市場規模增長平穩，由2010年的約571.5百萬港元略增至2015年的約667.0百萬港元，複合年增長率為3.1%，主要受晚上娛樂活動日益普及所推動，尤其是香港越來越多的僑民青睞會所活動。

預期2020年會所市場規模將達至804.7百萬港元，2016年至2020年的複合年增長率穩定在3.9%，主要是由於僑民及當前或過往於海外受教育並習得外國文化和生活方式的學生增多，加上社交網絡平台的普及便於更好地推廣及宣傳。



## 酒精飲料成本

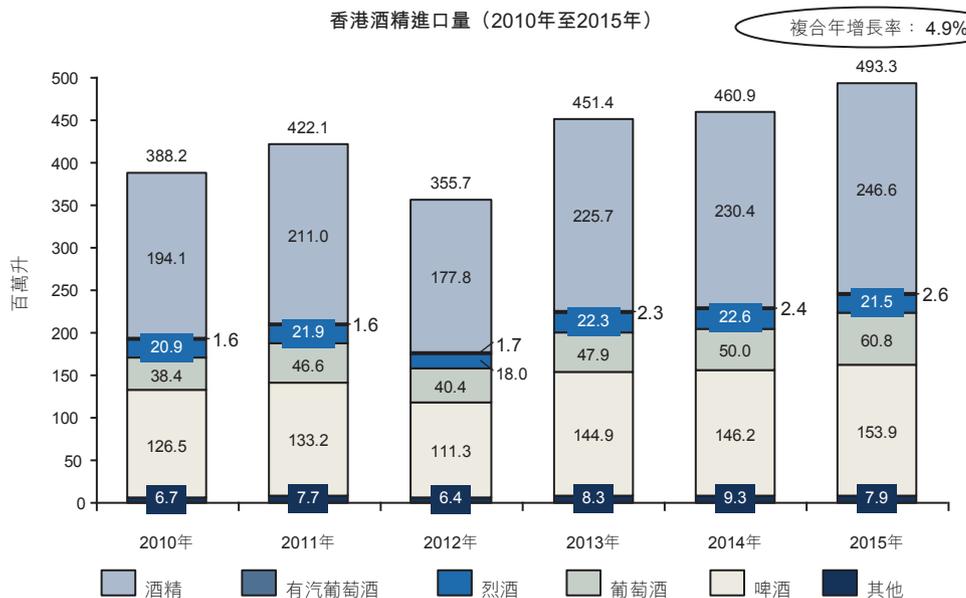
全球酒精價格指數由2010年的100.0增加至2015年的111.3，複合年增長率為2.2%，當中以烈酒錄得最高增長，複合年增長率為4.2%。全球價格指數乃參考香港自不同國家進口的飲品價格計算得出。法國有汽葡萄酒（包括香檳）的價格指數由2010年的210.0減至2015年的194.1，複合年增長率為負1.6%。



香港整體酒精進口量由2010年的388.2百萬升增至2015年的493.3百萬升，複合年增長率

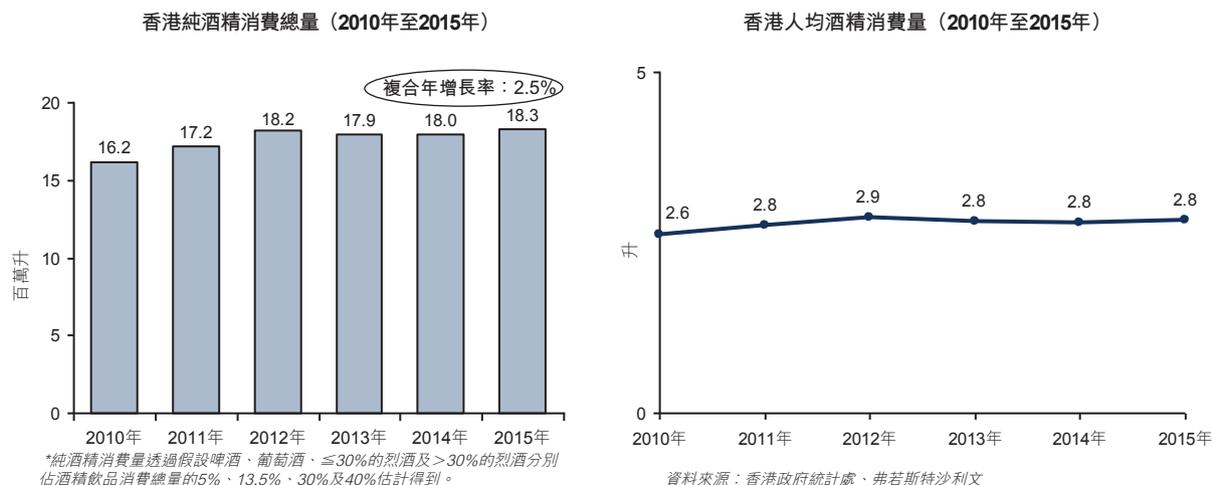
## 行業概覽

為4.9%。香港的酒精飲品逾90%來自進口，因此進口量正好代表酒精銷量。會所行業於近年蓬勃發展，推動香檳等有汽葡萄酒的進口量，升幅強勁。



### 酒精消費

香港純酒精消費總量由2010年的16.2百萬升略微增至2015年的18.3百萬升，複合年增長率為2.5%。人均酒精消費量由2010年的2.6升增至2015年的2.8升，複合年增長率為1.6%。酒精消費增加顯示主要受飲酒場所蓬勃發展及酒吧與會所晚上娛樂日漸流行所推動，香港酒精飲品需求上漲。



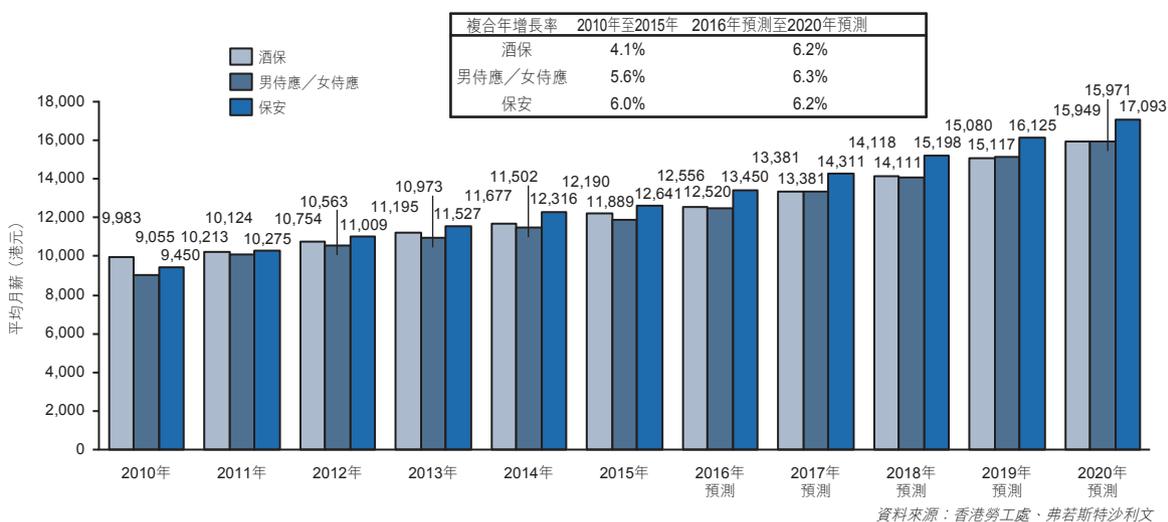
### 勞工成本

總體而言，會所市場酒保、男侍應和女侍應及保安等特定職位的平均月薪自2010年至

## 行業概覽

2015年平穩增長，主要是由於通貨膨脹及實行法定最低工資。由於勞工需求大及香港會所市場發展，預期勞工成本於2016年至2020年會繼續增長。

香港會所市場特定職位平均月薪（2010年至2020年預測）



### 會所市場的市場動力

#### 香港晚上娛樂國際聞名

香港活力四射的夜生活聞名國際，而蘭桂坊是全球少數匯集酒吧及會所的地點之一，儘管面積較全球其他主要城市小。中環若干優質會所因有國際知名DJ駐場加上名流頻繁到訪更加吸引僑民、海外回流的華人、大學生及畢業生和遊客而享譽全球。Volar聘請的部分DJ更是國際知名，於網上及印刷媒體（例如外國音樂雜誌）名列「百大DJ」，在製作與剪輯音樂方面表現超卓，獲廣泛認同。例如，部分DJ製作的音軌獲收錄於受歡迎的電腦及電視遊戲及於私人場合中播放，亦有一名DJ曾於一家國際電台廣播頻道任職。

#### 香港會所日益普及

香港會所日益普及主要歸因於消費者生活水平提高、社交活動頻繁及消費模式改變。近年來香港人均可支配收入一直增加，人們（特別是長時間工作的職業白領）更加注重娛樂方式及社交活動。因此，會所（尤其是位於黃金地段如蘭桂坊區域的會所）已成為與朋友及業務夥伴進行社交活動及交流的大眾化娛樂場所。根據香港政府衛生防護中心公佈的行為風險因素監測數字，2014年喝酒精飲品的成年人佔比達62.4%。同時，根據香港政府統計處，純酒精消耗總量由2010年的16.2百萬升整體增至2015年的18.3百萬升，複合年增長率為2.5%，代表酒精飲品消費水平不斷上升。此外，僑民、海外回流的華人、大學生及畢業生數目增多，而彼等通常更富裕且樂意於會所消費，使香港晚上娛樂的需求不斷增長，從而推動市場發展。根據香港政府入境事務處的資料，按「一般就業政策」發出的工作簽證數目由2010年的26,881個大幅增至2015年的34,403個，複合年增長率為5.1%。

### 在線社交平台為絕佳的營銷工具

聲譽及客戶忠誠度是會所成功經營的關鍵因素，營銷則是提高品牌意識最有效的方法之一。應用程式及社交媒體平台等在線營銷手段日趨重要，是會所與客戶建立關係的重要途徑。

### 會所市場的機遇與挑戰

#### 機遇

##### 擴展至多個新地段

中環等黃金區域的會所市場已發展成熟，較強的參與者鞏固其領先地位並增加市場份額，較弱的參與者則漸被淘汰。香港政府大力開發新界區域，以應對人口激增問題，刺激香港發展中地區晚上娛樂業務的未來發展。

##### 出國留學的學生數量增加

由於愈來愈多在香港成長的學生在全球各大院校留學並體驗外國文化與生活方式，而且全球各大院校會有更多學生會為會員舉辦會所式娛樂活動，帶動會所需求增加。

#### 挑戰

##### 晚上娛樂選擇增加

香港大眾的娛樂活動選擇豐富，如酒吧、酒館、咖啡廳、卡拉OK廳等，而許多晚上娛樂場所更營業至深夜，使選擇尤為豐富。晚上娛樂選擇日趨多樣，帶來激烈競爭與多重挑戰。

##### 非高峰晚上的可持續利潤

香港會所行業受區內人群、氣氛及氛圍以及其他季節性因素(例如假期及節日)極大影響。會所通常於星期五及星期六或節日晚上達至高峰上限。於高峰晚上獲得最大利潤並於非高峰晚上獲得可持續利潤為會所面對的挑戰。

##### 激烈的市場競爭

鎖定相同或類似顧客群的晚上娛樂場存在激烈競爭。香港有大量在夜晚開放的晚上娛樂場提供酒精飲品，香港餐廳則提供日式菜餚，在口感、品質、價格、客戶服務、用餐環境及整體娛樂及用餐體驗等方面展開競爭。

##### 業績與香港的宏觀經濟狀況密切相關

香港會所市場的業績與香港經濟狀況息息相關。倘出現經濟下滑及通脹增加，消費者將更關心預算及對在娛樂及外出就餐上的花費更敏感。

### 運動主題酒吧的概覽及發展

運動主題酒吧指配備多台大螢幕電視並播放不同運動節目的酒吧。

在20世紀90年代，隨著足球成為香港最廣泛轉播的運動之一，運動主題酒吧逐漸普及。運動主題酒吧經常轉播英格蘭足球超級聯賽及歐洲冠軍聯賽等主要足球聯賽，晚上可吸引相當可觀的客人流量。自21世紀起，越來越多運動節目於香港逐漸普及，現今的運動主題酒吧亦轉播冰上曲棍球和一級方程式賽車等更多的運動節目。部分新運動主題酒吧亦提供廣泛的娛樂節目，例如桌球、飛鏢及啤酒乒乓球，令客戶於酒吧可享受更多樂趣。高檔運動主題酒吧的平均消費估計約為200港元至400港元，取決於其價格、規模及提供的娛樂項目。一般而言，運動主題酒吧的平均投資回本期為12至24個月。

根據弗若斯特沙利文，運動主題酒吧工作日的日均翻台率(按客流量除容量計算)約為101%，而週末的日均翻台率約為131%。

此外，運動酒吧的常客首選大螢幕電視、啤酒乒乓球及桌球檯等娛樂設施鄰近的座位。因此，運動酒吧娛樂設施鄰近座位的翻台率較高，這表明娛樂項目與翻台率呈正相關。

### 香港運動主題酒吧市場的機遇和挑戰

#### 市場增長動力

##### 香港人熱愛大型國際體育項目

由於香港人熱愛大型國際體育項目，因此英格蘭足球超級聯賽、奧林匹克運動會及美國職業籃球聯賽等眾多全球知名的體育項目經常於收費電視台播放。與朋友於酒吧或酒館透過大螢幕電視收看直播體育賽事是香港其中一項最為普遍的朋友聚會活動，更為香港運動酒吧市場提供增長動力。

##### 白領人士對輕鬆喝酒的需求

受西方喝酒文化影響，香港的白領人士喜歡於平日歡樂時段或週末晚飯後把酒言歡。運動酒吧為顧客提供一個絕佳的平台，使他們可一邊享用酒精類飲品及小食，一邊享受社交生活。飛鏢、桌球及啤酒乒乓球等的娛樂項目使顧客在酒吧逗留更長時間，促使運動酒吧收入增加。

##### 運動酒吧增添娛樂項目

過往，運動酒吧設有大螢幕電視讓顧客一邊喝酒，一邊收看體育賽事。近年來，愈來愈多運動酒吧添置電子飛鏢機、桌球檯、啤酒乒乓球台、足球機及乒乓球檯等各種娛樂設備作為營銷策略，以吸引和留住忠實客戶。此舉亦促使運動酒吧在酒精消費和娛樂消費方面的收入增加。

#### 市場限制

##### 旅遊業增長疲弱

根據香港旅遊發展局的統計數字，近年訪港遊客人數在2014年至2015年期間下跌2.5%，主要是由於中國內地遊客轉到日本、韓國、台灣等的其他熱門度假地點旅遊。近年香港旅遊業情況轉差，削弱香港運動酒吧的增長，尤其是位處中環和尖沙咀的熱門夜生活地區。

## 行業概覽

### 勞工成本上漲

香港法定最低工資由每小時30.0港元增至2015年的每小時32.5港元。調整最低工資對運動酒吧業的薪酬等級影響甚大，運動酒吧員工的工資水平上升，餐飲服務員和清潔工人的工資升幅尤其顯著。因此，營運成本上漲可能對運動酒吧利潤率有負面影響。

### 飲品成本上漲

酒精類飲品成本上漲增加運動主題酒吧經營成本的壓力。啤酒成本價由2010年的每公升5.5港元增至2015年的每公升6.2港元，複合年增長率為2.4%，而威士忌的成本價則由2010年每公升80.0港元增至2015年的每公升137.5港元，複合年增長率為11.4%。

### 2010年至2015年酒精類飲品入口價格(每公升港元價格)

港元／公升	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2010年至 2015年 複合年 增長率
啤酒	5.5	5.6	5.9	6.1	6.3	6.2	2.4%
有汽葡萄酒	172.0	211.9	190.5	201.2	207.2	193.8	2.4%
威士忌	80.0	91.3	105.8	104.2	126.1	137.5	11.4%
朗姆酒	34.2	36.2	36.6	47.4	38.6	38.5	2.4%
金酒	30.1	30.1	29.8	40.9	36.5	41.5	6.6%
其他烈酒	166.4	184.5	217.6	187.3	195.8	191.6	2.9%

資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

### 2016年至2020年酒精類飲品預測入口價格(每公升港元價格)

港元／公升	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
啤酒	6.4	6.6	6.7	7.0	7.1	2.8%
有汽葡萄酒	200.5	207.0	220.4	227.0	230.3	3.5%
威士忌	145.4	156.2	166.1	188.7	202.3	8.6%
朗姆酒	39.8	41.5	41.8	42.9	44.3	2.7%
金酒	43.9	45.8	49.1	51.8	55.3	5.9%
其他烈酒	196.9	205.5	207.9	209.1	214.3	2.1%

資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

### 未來趨勢及前景

#### 結合科技改善顧客體驗

除了提供各種一般娛樂設施外，香港運動酒吧的營運商亦致力豐富娛樂項目，提升顧客體驗。例如，部分運動酒吧引入可接駁網絡的電子飛鏢機，讓顧客與同輩甚至其他酒吧的玩家進行飛鏢比賽，比賽結果會實時更新。因此，娛樂科技應用普及化是運動酒吧市場的主要趨勢。

#### 匯合社交及餐飲的地點

由於運動酒吧提供一系列娛樂項目，包括播放體育賽事，尤其在特別時期如周末直播

## 行業概覽

英格蘭足球超級聯賽等熱門體育賽事，故運動酒吧經常被視為社交聚會的地方。部分運動酒吧可供預約舉辦觀看足球賽事等私人活動。另一方面，為進一步擴展業務，部分運動酒吧或會延長日間營業時間作餐廳用途，提供早午餐及午餐。

### 透過社交媒體及手機程式推廣

智能手機及手機程式廣泛普及，是良好的推廣渠道。同時，部分運動酒吧營運商在社交平台設立網站及網頁，公佈最新消息、活動、折扣、特別優惠及即將舉辦的活動。此外，餐廳及酒吧的手機程式越趨普及，為運動酒吧製造良好商機。

### 香港運動主題酒吧的競爭格局

基於(i)運動主題酒吧與一般酒吧並無嚴格區分；(ii)運動主題酒吧行業的准入壁壘較低(特別是娛樂選擇較少的低端運動主題酒吧)；(iii)現時並無運動主題酒吧佔有相當市場份額；及(iv)儘管香港的運動主題酒吧眾多，現時並無運動主題酒吧連鎖，因此運動主題酒吧市場高度分散。若干位於黃金地段(例如中環、尖沙咀及銅鑼灣等)的大型運動主題酒吧的歡樂時光通常自下午六時正開始，高峰時段大約為下午十時正至凌晨一時正。此外，該等酒吧通常以預付飲品套餐形式提供預訂服務。

經營會所、酒吧及酒廊的經驗等相關往績紀錄以及營銷創新被視為運動主題酒吧市場的主要成功因素。儘管運動主題酒吧通常提供多種娛樂項目(如轉播運動節目)，惟運動主題酒吧的整體營運與香港一般酒吧相似。部分大型運動主題酒吧於既有會所、酒吧及酒廊集團旗下經營。因此，該等運動主題酒吧可利用運動主題酒吧市場的現有品牌及聲譽。此外，運動主題酒吧市場競爭激烈，採用創新營銷策略是塑造品牌形象及引起公眾關注的關鍵。例如，部分運動主題酒吧組織啤酒乒乓球及飛鏢比賽等特色活動以及贈飲等促銷活動。此外，能夠善用社交媒體(例如Facebook)等多種促銷渠道和採取創新營銷手段的營運商(特別是對客戶而言屬市場新進者)更有可能獲得更大市場份額。

### 餐廳市場概覽

餐廳指設有消費場地及設施，為客戶提供各類餐飲的商業場所。下表載列餐廳分類情況。

餐廳類別	具體特徵
全服務餐廳	全服務餐廳指提供全面服務的傳統堂食餐廳，通常於早上、中午及晚上等常規用餐時段(而非全天)提供膳食。
休閒餐廳	休閒餐廳的膳食價格適中，用餐環境較為休閒。休閒餐廳通常提供部分餐桌服務，營業時間較全服務餐廳長。
速食餐廳	速食餐廳提供標準化食品，注重快速且高效供應，不提供餐桌服務。速食餐廳通常營業時間較長，甚至24小時營業。速食餐廳包括所有美食廣場餐廳。
其他	其他餐飲服務供應商包括小販攤檔及路邊小販。

# 行業概覽

於2015年12月，香港約有14,000間餐廳。

餐廳的平均投資回本期一般為12至48個月。計算投資回本期時，部分同業會計入折舊費用，而其他同業則不會採取同樣方法。

## 休閒餐廳市場概覽

### 市場規模

2015年，休閒餐廳收益佔所有類型餐廳總收益的41.3%，為最大餐廳分部。全服務餐廳、速食餐廳及其他則分別為39.4%、16.5%及2.8%。

休閒餐廳的收益於2010年至2015年間錄得較高增長，複合年增長率為4.9%，預期2016年至2020年將以4.8%的複合年增長率繼續增長。同時，速食餐廳於2010年至2015年亦維持增長趨勢，預期2016年至2020年將進一步增長，是由於香港工作及生活節奏急促，加上速食餐廳的餐飲價格較其他類型餐廳優惠，導致速食需求增加。



資料來源：弗若斯特沙利文

## 主要原材料成本

餐廳所選原材料的物價指數於2010年至2015年間錄得增長，主要是由於該等材料需求增加。

所選食材的香港綜合消費物價指數（2010年至2015年）

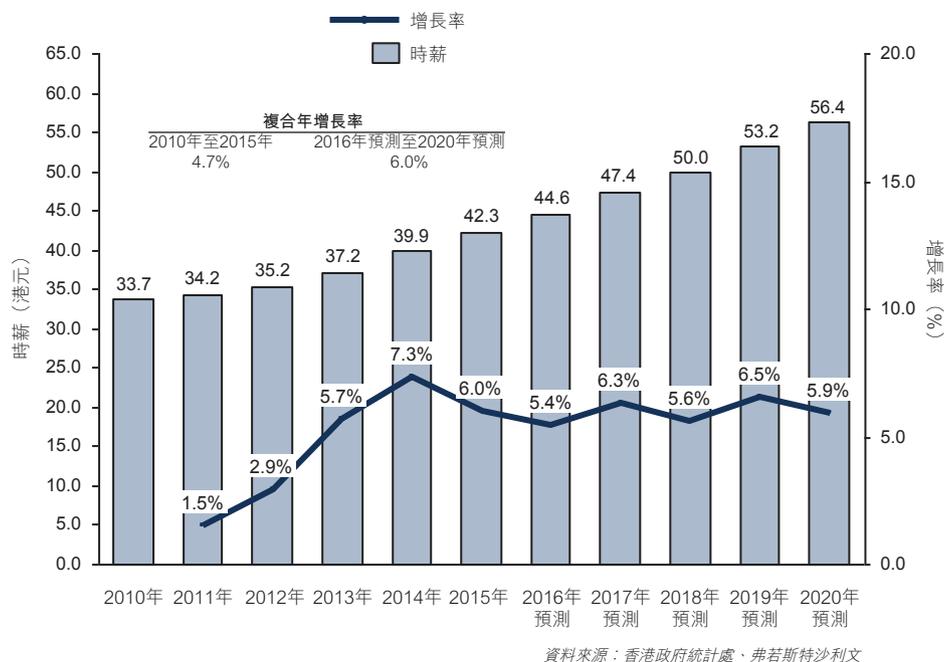
物價指數	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	複合年增長率 (2010年至2015年)
鹹水魚	103.2	124.3	146.0	147.5	156.0	168.0	10.2%
淡水魚	101.1	115.4	128.6	130.7	134.6	139.3	6.6%
其他海鮮產品	103.3	127.1	148.3	170.0	186.8	200.8	14.2%
豬肉	100.4	119.0	123.4	125.0	123.1	127.5	4.9%
牛肉	100.8	112.4	133.8	161.3	163.3	165.2	10.4%
家禽	101.0	109.8	116.2	122.5	133.0	151.2	8.4%
凍肉	101.2	108.8	114.8	117.2	119.0	120.3	3.5%
新鮮蔬菜	102.5	104.2	109.8	121.8	123.5	123.4	3.8%

資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

## 勞工成本

受2011年實施法定最低工資及通貨膨脹推動，香港餐飲業時薪中位數由2010年的33.7港元增至2015年的42.3港元，複合年增長率為4.7%。自2013年起該增長率大幅上升，是由於2013年及2015年先後兩次檢討法定最低工資。預期2016年至2020年餐飲業時薪中位數將以6.0%的複合年增長率持續增長，於2020年將達56.4港元，是由於經濟增長及通貨膨脹所致。

香港餐飲業時薪中位數（2010年至2020年預測）



## 速食餐廳市場概覽

香港速食餐廳市場分散，約有4,000個營運商。大部分速食餐廳由個體營運商設立，部分速食餐廳品牌則由若干大型餐飲服務集團經營。

由於大部分速食餐廳市場參與者以大眾市場客戶為目標，故面臨激烈競爭，因此須迎合客戶偏好(包括餐廳位置、菜餚種類、用餐環境及氛圍、服務等)。

若干連鎖速食餐廳營運商(尤其是部分餐飲服務集團旗下的營運商)積極採取折扣、營銷活動及促銷、菜餚創新等各類市場推廣活動，以從競爭對手中突圍而出。

## 香港餐廳市場的市場動力

### 食品開支上漲

根據香港政府統計處資料，家庭外出用餐月均開支由2009/10年的3,695港元增至2014/15年的4,948港元。同期，家庭外出用餐開支比例亦由63.1%增至65.5%。外出用餐開支上漲是餐廳市場的主要推動力。隨著經濟增長及對食品必需品的強勁需求，預期該趨勢將會持續。

## 生活方式改變

過去數年，香港的文化變遷、快速發展及動態環境影響著居民的生活方式。例如，輪班或長時間工作的僱員用餐時間不定，餐廳則成為不錯的用餐選擇。此外，大眾已逐漸轉變把餐廳僅作為用餐地點的傳統觀念，更多人將餐廳視為社交、聯絡甚至發展業務的場所。因此，預期餐廳市場具有增長潛力。

## 推廣及菜式創新

香港餐廳市場的菜式、價格、客戶群及餐廳位置多元且分散。部分餐廳採用折扣及免費優惠券等不同的營銷策略進行推廣，手機的高度普及和線上平台的發展促使餐廳專用應用程式成為餐廳虛擬推廣的重要渠道。食品方面，部分餐廳提供定製食品菜單及融合菜式。預期創新對滿足客戶需求進而促進餐廳市場整體增長至關重要。

## 餐廳市場的機遇和挑戰

### 機遇

#### 業務營運技術改進

不少新建餐廳已將銷售點終端系統納入業務營運，未來將有趨勢加入管理存貨、連接社交媒體、分析客戶消費及食品偏好等有助提高經營效率及為業務發展提供見解的各種功能。電子及線上預訂服務因其便利性而深受客戶歡迎。因此，技術可提高餐廳服務水平，從而促進餐廳市場增長。

### 香港新發展區

按2016年施政報告所述，香港政府將著手發展新區及觀塘北、粉嶺北、東涌等新市鎮的擴展，並評估將軍澳第137區作住宅、商業及其他用途的潛在發展。此外，施政報告中特別提到將九龍東發展為優質商業區。該發展計劃如成功實施將可能促進該等區域對餐廳的需求。

### 挑戰

#### 勞工及原材料成本上漲

餐廳市場的營運開支一路攀高，尤其是勞工及原材料開支。法定最低工資於2011年實施，其後於2013年及2015年每年檢討兩次，令餐廳營運商的勞工成本上漲。預期營運成本上漲將是餐廳營運商的主要制約因素。此外，肉類及蔬菜等主要原材料於香港的綜合物價指數有不斷上升的趨勢。因此，預期不斷上漲的勞工及原材料成本為餐廳營運商的主要制約因素，部分餐廳於近年被迫倒閉。

#### 客戶生活方式及需求不斷改變

隨著生活方式及工作時間(例如加班、輪班及彈性上班時間)不斷改變，餐廳或須定期檢討所供應菜式以迎合客戶需求。此外，部分餐廳延長營業時間以服務更多客戶，雖可促進業務增長，但同時亦導致營運開支增加及加重員工負擔。

## 行業概覽

### 會所及餐廳市場的競爭格局

於2015年，香港合共有47間會所，其中21間位於中環。位於蘭桂坊及中環的會所通常較其他地方的會所優質。儘管大部分的酒吧集中於中環，但香港的會所市場較分散，有眾多小規模的會所。按截至2016年5月31日止年度的收益計，本集團是香港會所市場的領先營運商之一，市場份額約為10.6%。

下表載列按知名度、入場費及等候時間比較香港會所行業主要參與者業務及經營規模。

會所	可容納人數	營業時間	客戶基礎 <sup>(附註)</sup>
<b>Volar</b>	293	下午六時正至凌晨一時正(星期二) 下午六時正至凌晨五時三十分 (星期三至星期四) 下午十時正至早上六時三十分 (星期五至星期六)	優質客戶
<b>會所A</b>	441	下午十一時正至凌晨五時正 (星期日及星期一休息)	優質客戶
<b>會所B</b>	357	下午十二時十五分至凌晨四時正 (星期日休息)	優質客戶
<b>會所C</b>	401	下午六時正至凌晨五時正 (星期日休息)	高級客戶
<b>Fly</b>	200	下午五時正至下午十一時正(星期二) 下午五時正至凌晨四時三十分 (星期三至星期四) 下午八時正至凌晨四時三十分 (星期五至星期六)	高級客戶

附註：客戶基礎取決於每位客戶的估計平均支出。優質客戶指估計平均支出約500港元的客戶，而高級客戶指估計平均支出約300港元的客戶。

香港餐廳市場高度分散，營運商眾多。於2015年12月，香港約有14,000間餐廳。於2015年12月31日，香港約有5,500間及4,000間休閒及速食餐廳。大部分餐廳由個體營運商設立，部分餐飲服務集團則經營連鎖及不同品牌的餐廳，尤其是速食及休閒餐廳部分。

Volar是本地及國外媒體廣為報導的國際知名會所，有知名DJ駐場及國際名流頻繁到訪。2016年，Volar獲亞洲俱樂部和酒吧業協會(根據其網站，亞洲俱樂部和酒吧業協會為國際行業協會，成員包括Altitude、Magnum及Bungalow等諸多知名會所，亞洲俱樂部和酒吧獎項的評委由市場營銷、活動策劃、餐飲服務、設計、展覽及夜生活方面的先驅及行家組成)頒授「Asia's Best Club」及「The Country's Best Club」獎項，並獲Hotels.com認可為「10 Best Nightclubs in Hong Kong 2016」中的首位。

### 會所、餐廳及運動主題酒吧市場的進入壁壘

#### 初始資本要求及營運成本高昂

會所、休閒餐廳及運動主題酒吧均需要較高昂的初始資本投資。初始成本包括但不限於租金、設備、餐具及內部裝修或翻新(在租期開始及結束時，租戶通常須恢復租賃物業的原狀)。初始投資後，會所、餐廳及酒吧營運商應會提供持續財務支援，以維持業務營運。一般而言，會所的平均投資回本期為12至36個月，餐廳的平均投資回本期為12至48個月，運動主題酒吧的平均投資回本期為12至24個月。

### 牌照制度嚴格

開設會所須取得附帶跳舞批註的酒牌，開設餐廳須取得普通食肆牌照及水污染管制牌照、酒牌或食物製造廠牌照等其他適用牌照，而開設運動主題酒吧須取得酒牌及其他遊戲機中心條例規定的牌照。該等牌照的申請及審批流程十分複雜，涉及不同政府部門的調查和審批。就酒牌而言，告示及徵詢期是申請流程的必要組成部分。牌照發放流程一般較耗時，並被視為在香港開展餐廳業務的另一障礙。此外，獲授牌照為可續期，至於能否成功續期則取決於相關會所、餐廳或運動主題酒吧業務的過往合規紀錄。

### 聘請及挽留僱員

聘請及挽留合適僱員已成為加入會所、餐廳或運動主題酒吧業務的壁壘。由於工時長而工資低，愈來愈多僱員轉投能給予更高工資的會所、餐廳或運動主題酒吧行業競爭者或物業管理及保安等其他行業。因此，會所、餐廳或運動主題酒吧業務難以挽留及聘請具備豐富行業知識的穩定人手。