

## 行業概覽

除另有指明者外，本節所呈列資料摘錄自多份官方政府刊物及其他刊物以及我們所聘請的弗若斯特沙利文編製的行業報告。我們相信，有關資料摘錄自恰當來源且我們已合理審慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面存在錯誤或誤導或遺漏任何事實而使有關資料於任何重大方面存在錯誤或誤導。有關資料未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或我們或彼等各自的任何董事、主管人員或代表或參與[編纂]的任何其他人士核實，且並無就其準確性或完整性發表任何聲明。因此，閣下不應過分依賴有關資料或統計數據。

### 弗若斯特沙利文編製的報告

我們聘請獨立市場研究諮詢公司弗若斯特沙利文對2011年至2021年香港餐飲服務業進行分析並就其編製報告。弗若斯特沙利文為我們編製的報告於本文件引述為弗若斯特沙利文報告。我們已向弗若斯特沙利文支付費用400,000港元，我們相信該費用反映此類報告的市場價。

弗若斯特沙利文成立於1961年，於全球擁有40間辦事處，超過2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟分析員。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、顧客研究、競爭情報及企業策略。1990年代以來，弗若斯特沙利文一直投身中國市場。弗若斯特沙利文在中國設有四間辦事處，與餐飲服務業資深專家及市場參與者保持直接聯繫，而其行業顧問平均具備三年以上經驗。

我們將弗若斯特沙利文報告若干資料載列於本文件，是因為我們相信該等資料有助於潛在投資者了解餐飲服務業。弗若斯特沙利文報告包括餐飲服務業資料以及其他經濟數據。弗若斯特沙利文的獨立研究包括從飲食服務業的各種來源獲得的初步及次級研究。初步研究涉及與領先行業參與者及行業專家的深入訪談。次級研究涉及根據弗若斯特沙利文自身的研究數據庫審查公司報告、獨立研究報告及數據。預測數據參考具體行業相關因素，就宏觀經濟數據繪製的過往數據分析中取得。有鑑於此，我們的董事信納本節中的未來預測及行業數據的披露並無偏頗或誤導。我們認為，該等資料的來源為資料的恰當來源，且我們已合理審慎摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信，該等資料在任何重大方面屬虛假或有誤導成份，且亦無遺漏任何事實致使該等資料於任何重大方面錯誤或有誤導。我們的董事確認，經合理留意，就彼等所知，自弗若斯特沙利文報告日期以來，市場訊息並無或會使對本節內資料水準須作保留、出現矛盾或有損其水準的不利變動。

除另有註明者外，本節所載全部數據及預測摘錄自弗若斯特沙利文報告、各官方政府刊物及其他刊物。

編纂及編製研究報告時，弗若斯特沙利文假設有關於市場的社會、經濟及政治環境於預測期間內基本保持穩定，確保餐飲服務業的穩定及健康發展。此外，弗若斯特沙利文基於以下基準及假設達成其預測：香港經濟於未來十年基本保持穩定增長及該地

## 行業概覽

區的社會、經濟及政治環境於預測期間基本保持穩定。此外，預計餐飲服務業基於經濟的宏觀假設增長。其他主要行業推動力包括：香港旅遊業復蘇、餐飲開支增長、菜式推陳出新及市場推廣。

### 香港餐飲服務業概覽

#### 香港餐飲服務業市場規模分析

##### 整體市場規模

香港為食客首選的目的地之一。香港餐飲服務業的市場規模經歷溫和增長，由2011年的893億港元增至2016年的1,074億港元，複合年增長率為3.8%。

隨著旅遊業的進一步發展，人均年度可支配收入持續增加及食客越來越偏向外出就餐，香港餐飲市場收益預計將於2021年達致1,350億港元，2016年至2021年的複合年增長率為4.7%。

下表載列所示期間按香港餐飲服務業收益劃分的市場規模：

按收益劃分的香港餐飲服務業的市場規模(十億港元)	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2011年至2016年複合年增長率
	89.3	93.7	97.0	100.4	104.4	107.4	3.8%
							2016年至2021年(預測)複合年增長率
2016年	2017年(預測)	2018年(預測)	2019年(預測)	2020年(預測)	2021年(預測)	2021年(預測)	複合年增長率
107.4	113.4	118.4	123.7	129.2	135.0	135.0	4.7%

資料來源：香港特別行政區政府統計處、弗若斯特沙利文

#### 按類別劃分的市場規模明細

於香港，餐飲服務業主要包括全服務式餐廳、休閒餐廳及快速服務式餐廳。

全服務式餐廳指由服務生提供全桌式服務，顧客在桌前得到飲食服務且通常於餐後付款的傳統餐廳。相比快速服務式餐廳，全服務式餐廳特點為餐桌服務周到，食品質量較高，餐桌飲食氛圍通常更為舒適且菜式更為豐富。全服務式餐廳通常位於高級或高端商場或商業區內，以中高端消費能力的顧客為目標。

休閒餐廳指於休閒用餐氛圍供應價格適中食物的餐廳，一般提供若干餐桌服務，包括中式休閒餐廳、西式休閒餐廳、茶室及供應飲品與小食的酒吧。

快速服務式餐廳指供應快捷一致食品服務的餐廳，不設或僅提供少量餐桌服務，用餐氛圍亦較為簡約。快速服務式餐廳的點餐及烹飪區設計通常著眼於高速高效點餐、烹調及上菜。顧客一般於櫃檯點餐、取餐，到座位區就餐，但無餐桌服務。一般而言，顧客於快餐店的消費金額較低。

## 行業概覽

於香港，休閒餐飲及全服務式餐廳為餐飲服務業的主導市場分部，於2016年香港餐飲服務業總收益中分別佔40.6%及39.9%，考慮到顧客的支付能力及所提供料理的種類多少，全服務式分部將擁有第二大顧客群。該分部預計將於2021年進一步增至佔香港餐飲服務業總收益的41.5%。

下表載列所示期間按香港餐飲服務業類別劃分的市場規模明細：

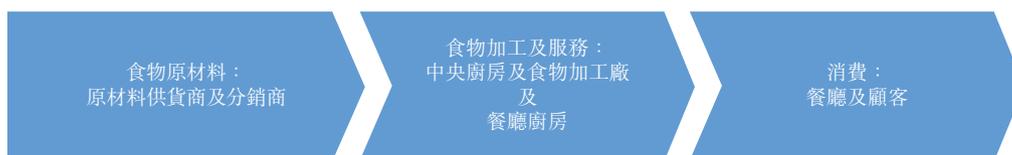
	全服務式	休閒餐飲	快速服務式	其他
2016年按類別劃分的市場				
規模明細	39.9%	40.6%	16.8%	2.7%
2021年（預測）按類別劃分的				
市場規模明細	41.5%	41.8%	15.3%	1.4%

資料來源：弗若斯特沙利文

### 行業產業鏈分析

香港餐飲服務業的產業鏈主要涉及原材料供貨商及分銷商、食物加工服務供應方、餐廳及顧客。原材料供貨商向餐廳供應肉類、蔬菜、海鮮等食材供廚師備製。若干連鎖或快速服務式餐廳或會設立食品加工廠或中央廚房，向該等餐廳供應經加工或預包裝的食品。於餐廳內，將備製好的食品服務予顧客或由顧客帶走。

上游食品原材料是關鍵，乃因為其質量通常是品味的關鍵因素。此外，蔬菜、肉類、家禽及海鮮等食品原材料的採購價佔餐廳營運成本的一定比重。對於全服務式及休閒餐廳，採購食品原材料後，餐廳經理可將食品原材料快速運至餐廳，確保其新鮮程度。然後將該等食品原材料進行加工，從而廚師成為餐廳能否成功的關鍵因素。準備就緒的菜餚再由服務員服務於消費者。對於連鎖快速服務式餐廳，食品原材料通常於中央廚房加工，再包裝成半成品，銷往不同零售店。此類餐飲分部提供少量或不提供餐桌服務。



### 按業務模式劃分的市場規模明細

2016年，香港餐飲服務業所得收益達1,074億港元，其中17.1%來自連鎖店。主要得益於收入增長及香港旅遊業復甦，估計2021年連鎖餐廳及非連鎖餐廳所得收益分別為223億港元及1,127億港元。

一般而言，每間連鎖餐廳的平均銷售額高於非連鎖餐廳，是由於連鎖店一般具備競爭優勢，包括顧客人均支出較高，顧客群更廣及品牌形象更為深入人心。憑藉使用中央廚房等經濟規模優勢，連鎖餐廳的盈利能力通常更高。

## 行業概覽

下表載列所示期間按香港餐飲服務業業務模式劃分的市場規模明細：

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2011年至 2016年複合 年增長率
	按收益劃分的連鎖餐廳市 場規模 (十億港元)	16.5	16.9	17.1	17.2	17.9	18.5
							2016年至 2021年(預測) 複合年增長率
	2016年	2017年 (預測)	2018年 (預測)	2019年 (預測)	2020年 (預測)	2021年 (預測)	3.8%
	18.5	19.6	19.7	20.9	21.1	22.3	
							2011年至 2016年複合 年增長率
按收益劃分的非連鎖餐廳 市場規模 (十億港元)	72.8	76.8	79.9	83.2	86.5	88.9	4.1%
							2016年至 2021年(預測) 複合年增長率
	2016年	2017年 (預測)	2018年 (預測)	2019年 (預測)	2020年 (預測)	2021年 (預測)	4.9%
	88.9	93.8	98.7	102.8	108.1	112.7	

資料來源：弗若斯特沙利文

### 香港全服務式餐廳的市場規模分析

#### 整體市場規模

按收益計算，香港全服務式餐廳市場由2011年的349億港元增至2016年的428億港元，該期間的複合年增長率為4.2%。該增長可歸因於隨著生活水準逐漸提高及生活方式習慣的改進，家庭飲食開支逐漸增加，從而香港外出就餐的消費逐漸上升。

預測期間，隨著高收入消費者日益重視食品風味與餐飲氛圍，並且對食品質量的要求亦有所提高，香港全服務式餐廳市場預計將會保持上升趨勢。香港全服務式餐廳所得總收益將於2021年達致560億港元，2016年至2021年複合年增長率為5.5%。

下表載列所示期間按香港全服務式餐廳市場收益劃分的市場規模：

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2011年至 2016年複合 年增長率
	按收益劃分的香港全服務 式餐廳的市場規模 (十億 港元)	34.9	36.8	38.2	39.6	41.1	42.8
							2016年至 2021年(預測) 複合年增長率
	2016年	2017年 (預測)	2018年 (預測)	2019年 (預測)	2020年 (預測)	2021年 (預測)	5.5%
	42.8	44.6	46.5	48.6	50.9	56.0	

資料來源：香港特別行政區政府統計處、弗若斯特沙利文

#### 按料理劃分的市場規模明細

按收益計算，2016年香港中式料理佔全服務式餐廳市場份額的61.7%。由於中華文化及傳統影響顧客的選擇，中式料理有更多口味及菜式可供選擇。風靡香港的日本料理於2016年佔香港全服務式餐廳市場的10.8%。越式料理隨1970年代大量移民移居香港而進入香港市場，之後經過多年的不斷改進以適應香港本地人的口味。按收益計算，2016年越式料理佔全服務式餐廳市場0.3%的市場份額，未來預計大有可能增長至2021年的約0.7%。

## 行業概覽

其他亞洲料理包括韓國、泰國、印尼及其他東南亞國家料理，於2016年佔香港全服務式餐廳市場料理的8.7%，預計至2021年將佔全服務式餐廳所得總收益的8.9%，這主要由於受亞洲文化不斷深入的影響。

2016年，西式料理及其他分別佔香港全服務式餐廳市場的12.7%及5.8%。

下表載列所示期間按香港全服務式餐廳料理劃分的市場規模明細：

	中式	日式	越式	其他亞式	西式	其他
2016年按料理劃分的市場規模明細	61.7%	10.8%	0.3%	8.7%	12.7%	5.8%
2021年(預測)按料理劃分的市場規模明細	60.6%	11.4%	0.7%	8.9%	11.4%	7.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

### 市場機遇及挑戰

#### 機遇

- *健康生活及定制服務意識逐漸增強*

隨著經濟發展及生活水平的提高，香港本地人日漸重視健康飲食。此外，鑒於顧客要求眾多及政府的推廣，若干餐廳供應定制菜式，例如提供不同尺寸大小的同一菜式、去除食材中的過敏原及提供少脂肪少油、素食等特別飲食，甚至根據顧客提供的對營養元素的需求定制菜式。因此，可提供定制、健康飲食的餐廳一般更受顧客青睞。

- *日本料理日漸盛行*

根據日本國家旅遊局的資料，香港訪日遊客數量由2011年的364,865人顯著增長至2016年的1,839,189人，反映日本文化於香港居民中越來越受歡迎，這促進了對日本料理需求的不斷增長。因此，日本食品於香港的盛行為餐飲服務業創造了良機。

- *線上營銷渠道的拓展*

近年來，根據香港特別行政區政府統計處的資料，香港年滿10周歲或以上、擁有智能手機的人士百分比由2012年的約54%增至2016年的約83%。同時，年滿10周歲或以上使用過互聯網服務的人士百分比於2016年達致約99%。除傳統營銷工具外，智能手機及互聯網的高度普及為餐廳營運商提供新的營銷渠道。

- *工作時間更長*

眾所周知，香港員工工作時間較其他亞太地區更長，且不像中國，大多數員工周末不用上班，有些香港人士仍須於個別週末時間工作。因此，鑒於彼等概無時間或意願自行烹飪，越來越多的人偏向外出就餐。

## 行業概覽

### 挑戰

- **勞工、原材料及租金的經營成本逐漸上漲**

近年來，不斷上漲的經營成本（例如租金、工資及原材料開支不斷提高）使餐廳營運商面臨財政壓力，主要是由於自2011年起每年兩次的法定最低工資審查令最低工資上揚，以及肉類及蔬菜等原材料成本隨通脹而激增。此外，香港餐飲業員工的每月平均工資按6.7%的複合年增長率由2011年的10.1千港元增至2016年的14.0千港元。鑒於最低工資委員會及不同工會建議調高最低工資（已於2017年5月1日生效），最低工資會提高。

- **客戶對菜式及餐飲形式的偏好不斷演變**

預計香港餐飲服務供應商會面臨客戶對菜式以及對就餐環境方面更高要求的挑戰，主要是由經濟及社會活動不斷增加以及教育水平持續提升所致。人們亦面臨快節奏的生活步伐、經歷工作時間及工作方式的變化，因此，該等資金有限及市場反響緩慢的餐飲服務供應商或會無法滿足不斷演變的客戶偏好甚至可能失去競爭力。

- **越來越多的消費者前往內地覓食**

憑藉中國內地與香港之間成熟的交通系統，越來越多的香港居民前往深圳或珠三角（珠江三角洲）的其他城市尋找價格更為低廉及口味更多樣化的食物，或會為香港本地餐飲服務供應商帶來挑戰。

### 香港餐飲服務業的市場推動力

- **復蘇的香港旅遊業**

旅遊業平均每年約佔香港本地生產總值的五個百分點，一直是推動其他相關行業（包括零售、酒店及餐飲行業）增長的主要動力，為香港經濟的發展作出重大貢獻。香港餐飲服務市場的表現與香港旅遊業息息相關。2016年，香港來自全球各地的遊客達到56.7百萬人次的新高，對餐飲服務的需求增加。因此，香港旅遊業的進一步發展是香港餐飲服務市場的主要推動力。

- **外出就餐開支增加**

如今，香港人生活節奏更快，使彼等在家備餐的時間及意願更少，因而更多人願意選擇外出就餐而非在家就餐。此外，不斷擴大的社交網絡令社會互動不斷增加，而外出就餐更為最常見活動之一。因此，餐飲服務業受該等因素驅動而發展。

- **菜式及營銷創新**

香港一直是一個包容不同文化的開放城市，餐飲服務業亦無例外。隨著數十年的發展，香港本地餐飲在烹飪手法、食材選擇等方面受許多其他菜系影響。香港餐飲

## 行業概覽

服務供應商一直嘗試開發新的菜品。此外，全球互聯網的發展，激勵餐飲服務營運商全面利用先進的社交媒體及技術（例如線上廣告）及於移動應用平台進行推廣。另一方面，社交媒體逐漸盛行，社會活動增加亦鼓勵消費者外出就餐。

### 香港餐飲服務業的市場趨勢

- **不斷嚴格的質量控制**

鑒於消費者日漸注重食物質量，眾多餐飲服務供應商開始設立標準化的質量控制體系。領先連鎖餐廳品牌成立中央廚房廣為流行，是因為其有助確保食物質量的一致性。因此，顧客可於同一營運品牌下跨餐廳享有始終如一的食物口味及質量。預計採納集中化及標準化營運模式的香港餐廳數量會逐漸增加。

- **自動化水平不斷提高**

眾所周知，餐飲服務業為勞工密集型行業，員工嚴重短缺可能使經營效率及服務質素下降。有鑑於此，隨著技術的不斷更新，餐飲服務業逐漸使用技術減輕人力的不足及提升經營效率及服務質素。例如，彼等可根據彼等的業務需求使用自動洗碗機、自助點單系統、移動支付應用程式、遠程預訂及客戶數據分析軟件。

- **餐廳位置多元化**

為鎖定更多潛在消費者，多數領先餐飲服務業營運商不僅於中央商業區，而且於若干大型商場及交通樞紐（例如機場、火車站及巴士站甚至未充分利用的小巷）開設餐廳，以擴大食物流通量。因此，於多元化的地段開設餐廳後，該等業內領先營運商預計會吸引更多消費者及短期內建立彼等的品牌形象。

### 成本架構分析

#### 勞工成本

香港餐飲服務業員工平均月薪由2011年的10.1千港元增至2016年的14.0千港元，複合年增長率為6.7%。增長的主要因為通脹使生活成本增高。同時，香港最低工資標準上升亦推動該增長。

因此，隨著大多數潛在員工偏向相同工資中更為輕鬆且有更高保障的職位，人手短缺成為餐飲服務供應商面臨的一大挑戰。此外，由於周到的餐桌服務及食物口味是客戶選擇全服務式餐廳的最為重要的標準，人手短缺及高員工流動會對彼等有重大影響。

								2011年至 2016年 複合年 增長率
	單位	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
餐飲服務業 僱員月均 工資	千港元	10.1	11.1	11.7	12.5	13.2	14.0	6.7%

資料來源：香港特別行政區政府統計處、弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 零售物業租金

根據香港差餉物業估價署的資料，香港零售物業平均租金2011年至2016年間的複合年增長率約為2.9%，由2011年的每月每平方米1,192.0港元增至2016年的每月每平方米1,378.0港元。受來自中國內地遊客不斷減少所影響，2016年零售市場低迷為零售物業租金下降的主要原因。

	單位	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2011年至 2016年 複合年 增長率
零售物業 月均租金	港元/ 平方米	1,192.0	1,356.0	1,402.0	1,471.0	1,472.0	1,378.0	2.9%

資料來源：香港特別行政區政府統計處、弗若斯特沙利文

### 主要原材料的平均價格

牛肉、豬肉、海鮮及蔬菜為餐飲服務業最常用的原材料。於往績記錄期間，牛肉、豬肉、海鮮及蔬菜價格於2011年至2016年呈上升勢頭。2016年，牛肉及海鮮價格分別達致每千克70.0港元及79.9港元，接近2011年平均價格的兩倍。同時，豬肉及蔬菜價格於2011年至2016年保持相對穩定。

	單位	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2011年至 2016年 複合年 增長率
牛肉	港元/ 千克	42.1	52.6	69.4	70.0	70.0	70.0	10.7%
豬肉	港元/ 千克	24.5	22.0	22.3	20.8	22.6	26.1	1.3%
海鮮	港元/ 千克	33.3	37.3	45.9	69.6	74.7	79.9	19.1%
蔬菜	港元/ 千克	6.3	7.1	7.8	7.5	7.6	8.3	5.7%

資料來源：香港特別行政區政府統計處、弗若斯特沙利文

### 香港餐飲服務業的競爭分析

#### 競爭格局概覽

香港餐飲服務市場分散，有眾多餐飲服務營運商。根據香港特別行政區政府統計處的資料，2016年香港餐飲服務業有超過13,000間公司，超過90%為中小型公司，聘請員工少於50人及佔香港餐飲服務市場所得總收益40%以上。全服務式餐廳業競爭激烈，餐廳競相提供更好的環境及優質的食物以吸引更多顧客。競爭對手可能為提供中式、日式、韓式、東南亞及西式料理堂食、外賣及外送服務的本地、地區或國際連鎖店。

作為國際樞紐及主要旅遊景點之一，香港擁有中式、西式、日式、韓式及東南亞料理等多種類型的餐廳，其中除中式料理外，日式及西式料理廣受香港歡迎，同時泰式及越式餐廳數量增加，以應對消費者品味的不斷變化。

## 行業概覽

根據香港特別行政區政府統計處的資料，中式料理，包括粵式料理、北京及四川料理等，為主宰本地市場的料理，佔既有餐廳總數的30%以上。其餘為快餐店（約7%）及其他（約58%），包括所有類型的非中式料理。

香港餐飲服務市場的前五大服務提供商經營眾多餐廳，包括中式、日式、韓式、東南亞及西式料理。A公司為香港餐飲服務市場的領頭羊，供應多種料理組合，2016年總收益為10,237.5百萬港元，市場份額為23.92%，其次是B公司(6.49%)及C公司(6.48%)。本集團定位於中高端市場，餐廳顧客次均消費約120港元或以上，本集團於2016年的總收益為163.4百萬港元，約佔香港餐飲服務市場的0.38%。下表載列2016年香港前五大服務提供商的基本信息。

排名	餐飲服務		香港	2016年 香港總收益 (百萬港元)	估計市場 份額 (%)
	營運商	料理樣式	全服務式 餐廳數量		
1	A公司	粵式、潮州菜、日式、 西式、越式、泰式	168	10,237.5	23.92%
2	B公司	粵式、潮州菜、上海菜、 客家菜、日式	70	2,779.6	6.49%
3	C公司	粵式、其他中式、韓式	84	2,773.3	6.48%
4	D公司	上海菜、其他中式、 西式、泰式及亞洲菜	20	479.4	1.12%
5	E公司	上海菜、粵式、西式、日式	30	406.6	0.95%
			前五名總計	16,676.4	38.96%
			銷售價值總計	42,800.0	100.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

### 香港餐飲服務業的進入壁壘

- **嚴格的發牌規定**

為進入香港餐飲服務業，服務供應商須向食物環境衛生署取得若干牌照，包括普通食肆牌照、小食食肆牌照、烘焙牌照及食物製造廠牌照以及於若干情況下自酒牌局取得酒牌。因此，新市場進入者或需投入額外努力及時間以滿足監管規定及經歷耗時數月的牌照申請程序。

- **初始投資及營運成本**

除租金開支及原材料成本外，室內設計、裝修及設備購買以及安裝成本亦佔餐廳初始成立成本的大部分。視乎規模、營運模式及主題，成立一家餐廳的成本可能介乎

## 行業概覽

於約0.5百萬港元至1.5百萬港元。此外，每日營運開支很可能對新進入者施加財政壓力，尤其是於早期營運階段，因為營業額低。因此，新進入者須具備一定的財務資源方可開展及維持其業務。

- **質量、品牌及客戶偏好**

食物及服務質量被視為顧客篩選餐廳的標準之一。一般而言，知名餐廳除迅速並禮貌回應顧客諮詢的優質服務外，可提供眾多高質量的食物以迎合不同顧客的需求。因此，顧客或會因為食物質量有保證、過往用餐體驗、品牌效應及社會媒體及其他客戶的推薦而選擇該等知名餐廳品牌，而短時間內新市場進入者難以滿足有關偏好。

- **業務聲譽及與供貨商的關係**

對香港餐飲服務供應商而言，保持良好聲譽及與供應商建立長期良好的關係至關重要。與知名餐廳品牌相比，由於缺乏相關經驗，新進入者更可能面臨服務速度慢及經營效率低等營運及管理問題。另一方面，現有餐廳品牌一般與原材料供貨商保持良好關係。因此，經驗不足且往績記錄較短的新進入者不易被顧客及供應商接受。

### 關鍵成功因素

- **地段**

於餐飲服務業，地段選擇極其關鍵，是因為好的地段可為餐廳帶來更大客流量且有助提高營業額。於香港，商場為最具人氣的旅遊點，人流量大。尖沙咀、旺角及銅鑼灣為典型的旅遊區。

- **菜單及服務質素**

菜單為餐廳的關鍵。考慮是否開發足夠吸引大多數食客的多樣化菜單或針對利基市場的特色菜單時，須計及餐飲業務計劃營銷的顧客類型。同時，服務方式亦甚為關鍵。是否為精製餐飲或休閒餐飲提供周到的服務，均應提前做好仔細規劃並與餐飲業務形象保持一致。

- **靈活的營業時間**

另一個成功因素為靈活的營業時間。於香港，食客每天不定時就餐。進食下午茶及約凌晨十二時正的宵夜文化已融入多數消費者的習慣當中，即意味著餐飲業務須具備靈活的營業時間，員工可隨時工作，以把握更大的市場。

- **多品牌策略**

由於香港餐飲服務業競爭激烈，眾多小餐廳無法繼續維持彼等的業務，部分原因為租金成本日漸上揚及中國內地遊客數量不斷下降。得以存活的餐廳採取多品牌策略，擁有多元化的餐廳組合，包括中式、東南亞及西式料理，以分散風險及增加食客的選擇。