
行業概覽

本行業概覽所載資料乃由歐睿編製，反映基於公開可獲得資料及貿易意見調查對市場狀況的估計，主要作為市場研究工具而編製。有關歐睿的提述不應視為歐睿對任何證券的價值或投資於本公司是否可取而發表的意見。董事相信，本行業概覽所載資料的來源為該等資料的適當來源，並已合理謹慎轉載該等資料。董事並無理由相信該等資料屬錯誤或含誤導成份，或遺漏任何重大事實以致該等資料屬錯誤或含誤導成份。本行業概覽所載由歐睿編製的資料並未經本公司、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或任何其他參與[編纂]的各方獨立核證，而彼等及歐睿概無就有關資料的準確性發表任何聲明，且於作出或避免作出任何投資決定時，不應依賴該等資料。

有關本節

一般資料

歐睿為業內經驗豐富的獨立專業市場研究公司。歐睿獲委託對香港的休閒餐飲全服務式餐廳市場進行分析並出具報告。此項費用支付並不影響報告結論的公正性。本節所載資料乃摘取自歐睿報告。

有關歐睿

歐睿於一九七二年成立，是消費及工業市場策略研究的全球領導者。全面的國際覆蓋及領先的創新能力，令歐睿的產品成為大型及小型、全國性及全球性公司必不可少的資源。歐睿的辦事處遍佈全球並於80個國家聘用分析師，為全球市場情報的領先供應商。歐睿的產品及服務深受國際商界推崇，並擁有5,000名活躍客戶，包括90.0%的財富500強公司在內。

研究方法

於編撰及編製歐睿報告時，歐睿採用以下方法以收集多種資料來源、驗證所收集的數據及資料並對各受訪者的資料及觀點與其他人的資料及觀點進行交叉核對：

- 二手研究，涉及審查公開發佈的資料來源，包括香港統計處、行業報告、公司報告（如可得的年報及經審核財務報表）、獨立研究報告及基於歐睿的聯合Passport數據庫的數據。
- 一手研究，涉及採訪部分領先的行業參與者及行業專家以獲取最新數據及有關未來趨勢的見解以及核實及交叉核對數據及研究估計的一致性。
- 預測數據是以歷史數據分析對比宏觀經濟數據並參考特定行業相關驅動因素得出。
- 檢討及交叉核對所有資料來源及獨立分析以構建所有最終的估計（包括休閒餐飲全服務式餐廳市場的規模、格局、推動因素及未來趨勢）並編製最終的報告。

行業概覽

預測基準及假設

歐睿基於下列假設編製報告：

- 香港經濟預期於預測期間將維持穩定增長；
- 香港的社會、經濟及政治環境預期於預測期間將維持穩定；
- 於預測期間不會出現對香港消費食品服務市場的供求造成影響的外部衝擊，如金融危機或原材料短缺。

香港的宏觀經濟環境

儘管增長收縮，經濟表現依然強勁

於二零一二年至二零一六年的回顧期間，香港經濟按5.1%的複合年增長率溫和增長，合計本地生產總值由20,371億港元增至24,891億港元。於二零一一年經歷歐元區債務危機、美國財政不明朗及發達經濟體及亞洲市場復甦乏力的負面影響後，香港本地生產總值回升至同比超過5.0%的穩定增長率，於二零一五年達6.1%。然而，於二零一六年，增長率降至3.8%，部分原因是香港對中國經濟、其外部貿易的日益依賴以及內地遊客旅遊減少。

於二零一六年，人均本地生產總值由二零一二年的284,720.0港元增加至338,806.0港元，複合年增長率為4.4%。根據香港貿易發展局的資料，勞工市場持續趨緊，截至二零一七年二月止三個月期間，經季節性調整後的失業率為3.3%，而二零一六年則為3.4%。低失業率是工人獲得相對穩定收入增長的考量因素，同時人均本地生產總值增加為私人消費提供支持。

二零一六年家庭月收入略有增長

基於香港政府統計處提供的最新統計數據，於二零一六年，香港人均可支配收入為346,238.7港元，較二零一五年的331,157.2港元同比增長4.6%，增幅較過往年度略有下降。然而，該等數字與二零一二年登記的家庭月收入21,100.0港元相比屬溫和，其以4.3%的複合年增長率增長至二零一六年的25,000.0港元。家庭月收入增幅處於二零一三年及二零一四年人均可支配收入的相若範圍，而於二零一五年，增長率近乎減半至二零一五年的3.0%，並於二零一六年繼續放緩至2.5%。鑑於香港的明顯不平等，《南華早報》（「《南華早報》」）報導稱，家庭基尼係數由一九七六年的0.4上升至二零一一年的0.5，而就經濟活躍的個人而言，該係數由一九七六年的0.4上升至二零一一年的0.5。

根據《南華早報》消息，家庭收入不平等程度較高，幾乎完全是因家庭結構變動所致。香港目前有更多低收入家庭，原因是現今由單親、年輕的在職成年人及無工作的老年人組成的家庭較過去為多。此外，根據香港立法會秘書處的資料，在家庭財務狀況發生變化的同時，家庭債務亦快速上升。平均而言，於二零一五年底，每個家庭承擔的非按揭債務為192,500.0港元，為十年前的72,900.0港元債務的兩倍多。根據統計處的調查結果，在過去十年中，家庭平均支出顯著增長，累計達46.0%，至二零一五年的每月27,600.0港元，較整體消費價格上漲37.0%為快。這意味著一方面，實際生活水平

行業概覽

有所改善，而另一方面，家庭支出負擔加重。食物是香港普通家庭的第二大消費類別，佔二零一五年家庭月開支的27.0%。該等開支的三分之二乃用於外出用餐，這可能因工作時間較長所致。

通脹壓力預期仍將穩定

香港的通脹壓力預期短期內將保持溫和。財政司司長陳茂波在二零一七至二零一八年度預算案演講中提及，二零一七年的整體通脹率預期為1.8%，基本通脹率為2.0%。二零一六年的整體通脹率為2.4%。扣除政府一次性措施的影響，基本通脹率於二零一六年達2.3%，連續第五年有所緩解。香港的通脹率由一九八一年直至二零一七年平均為4.5%，於一九八一年十月達歷史高位16.0%及於一九九九年八月達歷史低位-6.1%。

香港的食品通脹由二零零九年直至二零一六年平均為4.3%，於二零一一年十一月達歷史高位8.2%及於二零零九年十一月達歷史低位-0.6%。於二零一七年二月，香港的食品成本較上年同期增加0.4%。香港的食品消費行為已改變，主要是因在家準備餐品的成本及外出用餐成本大幅收窄所致。因此，消費者削減在家用餐開支，同時增加外出用餐開支。

表1 二零一二年至二零一五年及二零一六年可得香港歷史宏觀經濟指標

	單位	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年	複合 年增長率 二零一二年至 二零一六年
合計本地生產總值	百萬港元	2,037,059.0	2,138,305.0	2,260,005.0	2,398,408.0	2,489,109.0	5.1%
本地生產總值增長率	%	5.3	5.0	5.7	6.1	3.8	-
人均本地生產總值	港元	284,720.0	297,503.0	312,082.0	328,293.0	338,806.0	4.4%
人口	百萬	7.2	7.2	7.3	7.3	7.4	0.7%
每月家庭收入*	港元	21,100.0	22,400.0	23,700.0	24,400.0	25,000.0	4.3%
每月家庭收入增長率	%	-	6.2	5.8	3.0	2.5	-
人均可支配收入	港元	285,340.7	299,262.0	315,298.2	331,157.2	346,238.7	5.0%
人均可支配收入增長率	%	-	4.9	5.4	5.0	4.6	-
到訪遊客人數	千人次	48,615.1	54,298.8	60,838.8	59,307.6	56,654.9	3.9%
到訪遊客增長率	%	-	11.7	12.0	-2.5	-4.5	-

資料來源：香港政府統計處、香港旅遊發展局

* 基於就每年最後一季所刊發的數據

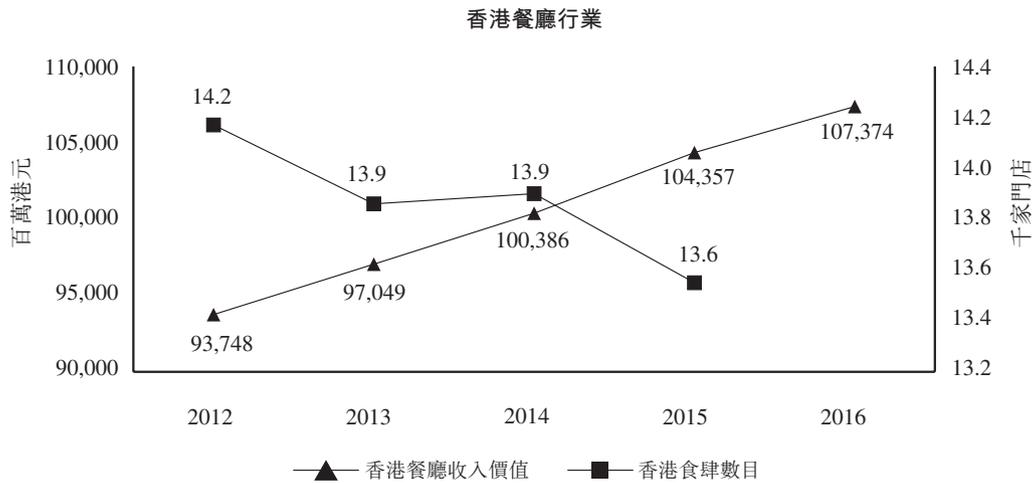
香港全服務式餐廳概覽

香港長久以來一直是亞太區著名的烹飪之都。儘管香港的人口主要由華人組成，惟其作為英國殖民地及國際貿易中心的歷史讓香港至今仍能製作出各式各樣的菜餚。

中國菜—主要是粵菜、北京菜及上海菜—繼續為餐廳菜單的全面主打菜式，其次是日本菜、韓國菜及泰國菜，同時越南菜亦正在興起。在非亞洲菜式中，意大利菜最受歡迎，其次是美國菜和法國菜。最突出的餐飲服務方式為：

- 餐廳（如高級餐飲、休閒餐飲、全服務、快捷服務）
- 快餐店
- 酒吧
- 其他飲食場所（如咖啡店、甜品店、冰淇淋屋、果飲店、茶坊、外賣店及其他餐飲服務場所。）

行業概覽

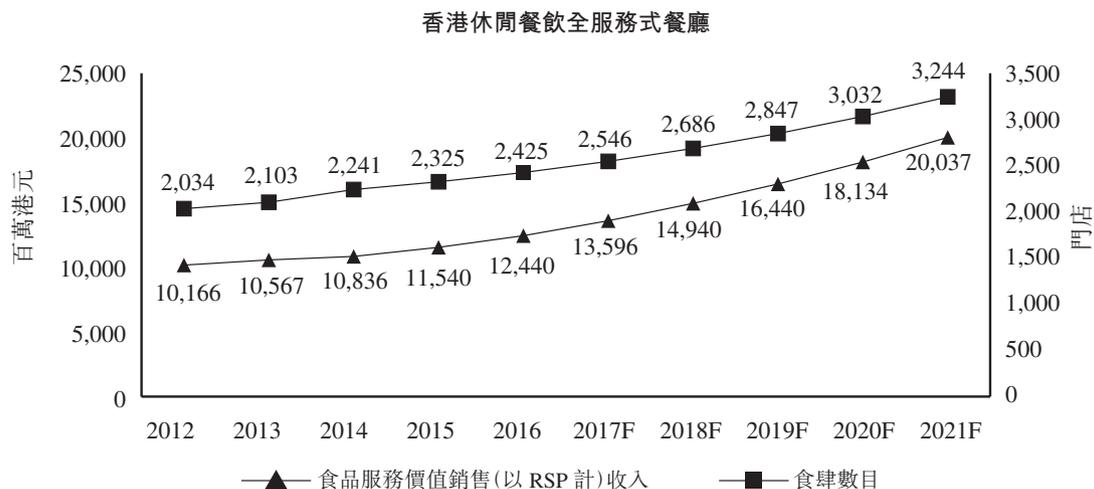


資料來源：香港政府統計處；餐廳收入與採購的季度調查報告

二零一二年至二零一六年，各餐廳的總銷售收入由93,748.0百萬港元增加至107,374.0百萬港元，複合年增長率為3.5%。然而，這與門店數目增長並不相符，門店數目由二零一二年的14,170家減少至二零一五年的13,550家，複合年增長率下降1.5%。該行業之租金及工資成本不斷上漲。由於消費者信心及開支增加，緊隨全球金融危機過後，該行業於二零一零年有部分復甦，又於二零一二年達到峰值。此後，餐廳到訪遊客及開支均有下降。

在各類餐廳中，快餐店因高性價比餐品、便利位置和快捷服務的帶動而得以穩定增長，所有這些均適合香港消費者的繁忙生活方式。同期，餐廳亦有溫和增長，但根據貿易消息來源，酒吧已達到飽和。提供多種菜餚及不同環境的獨立全服務式餐廳佔據大部分市場，而提供高性價比餐品的休閒餐飲連鎖店則更受年輕消費者的喜愛。香港消費者對新菜式及專賣店表現出濃厚興趣。彼等在關注菜單價格的同時，亦越來越重視所選擇的餐廳的裝飾及氛圍。因此，休閒用餐理念正受到眾多全服務式餐廳、快餐店及咖啡館的廣泛接受。

休閒餐飲全服務式餐廳概覽



資料來源：Passport 數據「Consumer Foodservice」二零一七年版

行業概覽

全服務式餐廳乃界定為包括所有專注提供食品而非飲料的坐式場所。該等餐廳亦有餐桌服務，其食品一般較快餐更優質。休閒餐飲全服務式餐廳乃界定為全服務式餐廳的分部，包括各類菜式，以其環境、價格和門店形象而有所不同。休閒餐飲的價格低於高級餐飲，且餐廳氣氛往往較為輕鬆。休閒餐飲餐廳幾乎從不是任何市場最便宜的全服務式餐廳分部，並於諸多新興市場按當地條件可相當昂貴（儘管較大多數高檔餐飲餐廳更為便宜）。休閒餐飲全服務式餐廳通常為主題餐廳，且通常為擁有獨特、專有和統一主題形象的連鎖餐廳或特許餐廳的成員。主要休閒餐飲特色列述如下：

- 相對實惠的價格：定位為低於高級餐飲並高於快餐。
- 衣著要求寬鬆且氣氛悠閒。
- 提供晚餐及（較低程度上）午餐為主，通常沒有早餐供應，但此一情況正在轉變。
- 餐牌簡潔—不會如高級餐廳經常有精湛廚藝廚師駐場，餐牌上菜式通常有部分屬於預先烹調。
- 提供輕鬆親切的服務。

於二零一六年，休閒餐飲全服務式餐廳構成香港整體餐廳行業食品服務價值銷售的11.6%，並較其他類型的食品服務場所錄得更強勁增長。二零一二年至二零一六年期間，休閒餐飲全服務式餐廳數目由2,034家門店增至二零一六年的2,425家，複合年增長率為4.5%。同期，銷量按5.2%的強勁複合年增長率由102億港元增長至二零一六年的124億港元。二零一七年至二零二一年期間，該等數字估計會更高。於預測期間，餐廳數目預期將由2,546家門店增加至二零二一年的3,244家，複合年增長率為6.2%。總銷售收入將按10.2%的兩位數複合年增長率增長，由136億港元增加至二零二一年的200億港元。

行業動力及限制

外出用餐文化及旅遊為休閒餐飲市場的核心動力

香港的美食種類繁多，促進了外出用餐文化的發展，這對遊客和居民均極具吸引力。商務旅行者對高端餐廳的貢獻最大，而遊客則成為購物商場及旅遊景點周邊的全服務式餐廳的主要客戶。訪港的中國內地遊客通常停留一至兩天，對全服務式餐廳（尤其是供應中國菜的休閒餐飲餐廳）的收入增長作出重大貢獻。

鑑於香港食物的便利性且價格相宜，此趨勢促使通常由經營眾多門店的大型連鎖店組成的大眾食品服務分部的發展。該等餐廳不僅提供快捷服務，地處毗鄰商業及住宅區域的便利位置，亦供應高性價比產品。行業資料來源指出，預期此快捷服務分部將有更高增長，此趨勢受家庭規模縮小及二人家庭增加推動所致。香港家庭結構的變化導致在家做飯的家庭越來越少，而是外出就餐居多（原因為對該等小家庭而言，外出就餐更方便）。此外，因為該等較小的家庭通常是工作時間長、外出就餐次數增多的年輕上班族，相比於更昂貴的就餐選擇，在價格相對實惠的休閒餐廳用餐更具財務可持續性。

行業概覽

租金回軟為餐廳轉型提供機會

由於餐廳營運商利用租金回軟對門店格局、菜單及策略位置進行改造，食品服務亦將出現急速轉變。例如，於二零一三年，來自日本以低廉的價格供應意大利食物的休閒餐飲全服務式意大利餐廳於三年內，迅速由7家門店擴展至22家。該連鎖餐廳在保持成本和價格下降的同時，設法在食品及服務方面維持客戶滿意。因此，該餐廳總體上受益於香港人頻繁的用餐習慣，而與其他全服務式餐廳相比，此22家餐廳的策略位置平均錄得較高客流量。

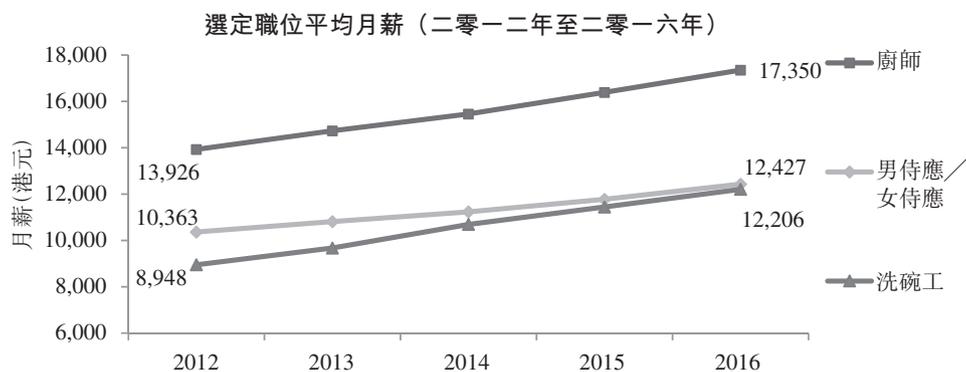
消費者對有創意用餐體驗需求增加

由於消費者在用餐偏好方面愈發理性，眾多香港居民及遊客預期會提出對從創意用餐體驗到食品質素再到世界一流客戶服務的需求等物有所值的用餐主張。良好的氛圍、純正的菜式、最新技術的採用及地方新奇感等體驗正是消費者所尋求的部分理想餐廳特色。餐廳將順應滿足此日益增長的需求，或面臨客戶流向有能力提供所需體驗的競爭對手的風險。隨著泰巷咖啡館及娜多歐陸餐廳在現代化環境中提供各種非本地菜餚，本集團將自不僅期待更多本地常見菜餚，而且期待新菜式的客戶獲益。

勞工成本持續擠壓營運商的利潤

於二零一五年，香港政府將本地的最低工資由每小時30.0港元上調至每小時32.5港元。該上調對食品服務業產生直接影響，尤其是以最低工資僱用低技能工人的快餐連鎖店及大眾市場中餐廳。食品服務業營運商不得不接受工資上漲，從而導致營運成本增加。

由於勞工成本持續攀升，休閒餐飲餐廳須擠壓其利潤率。廚師、男侍應、女侍應及洗碗工的平均工資均已大幅增長，其中，洗碗工的工資於二零一二年至二零一六年期間增長最快，複合年增長率為8.1%。因此，該行業出現將洗碗任務外判予專業公司的趨勢。許多行業參與者亦正逐步採用中央廚房，以降低成本及提高經營效率。此外，還引入技術幫助吸收工資上漲的影響。部分餐廳現時使用應用程序來接收客戶訂單或預定，這有助減少餐廳對工人的依賴。



資料來源：香港政府統計處

行業概覽

主要營運因素

人力短缺是全服務行業的主要制約因素

人力短缺及員工流失率居高不下一直是困擾全服務式餐廳的主要難題之一，而部分餐廳認為員工流失率高是其最頭痛的問題。由於食品服務業的客戶服務被認為是香港毫無吸引力的職業，餐廳營運商被迫從中國內地尋找工人，但收緊跨境勞工限制對此造成困難，增加了試圖平衡因員工招聘競爭而造成高員工流失率的問題。由於高端全服務式餐廳通常有辦法支付更高薪酬挽留員工，故此問題對低端到中等規模餐廳愈加明顯。

強積金供款增加令經營成本增加

強積金乃一項旨在作為老年及退休居民的主要保障計劃的強制性養老金。強積金制度所涵蓋的僱員及僱主各自須向強積金計劃定期作出按僱員相關收入5.0%計算的強制性供款。香港政府最近已將最高有關收入水平提高至每月30,000.0港元，連同僱主／僱員向強積金作出的供款；而最低水平仍為7,100.0港元。此項舉措預期會增加僱主的薪金支出。

工會要求每年審查最低工資

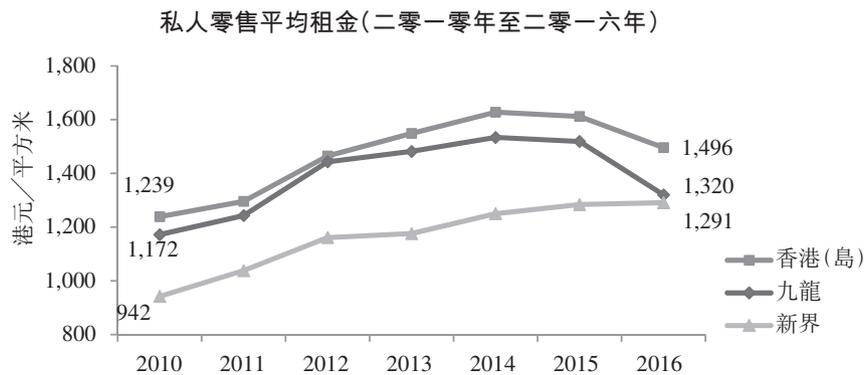
香港政府要求僱主每兩年進行一次低薪僱員的工資審查。工人代表對此舉有爭議，認為仍不足夠，提議由於工資已無法跟上通脹（二零零三年至二零一六年工資已增加42.0%，而通脹已增加44.0%）最低工資應每年進行審查。有爭議的最低工資法預期對休閒餐飲全服務式餐廳行業的營運成本產生持續壓力。這將繼而會壓低利潤率並很可能令規模較小、表現欠佳的餐廳面臨停業的風險。

零售點的租金價格於二零一五年後持續下跌

隨著物業市場升溫，零售租金始終保持同比增長，並於二零一二年達到峰值，而每平方米平均租金的增速達到兩位數。然而，於二零一五年，整體經濟放緩，讓餐廳營運商得到舒緩。香港島及九龍地區的租金分別首次輕微下跌-0.8%及-1.0%。於二零一六年，香港島及九龍地區的零售物業價格分別繼續下跌-7.2%及-13.1%，這與日漸疲弱的經濟、不停下降的零售額及到港遊客以及停滯的家庭實際收入增長一致。

歐睿訪談的若干休閒餐飲餐廳擁有人認為，自二零一五年起租金並無大幅下跌，而物業市場似乎再次回升。二零一五年至二零一六年下跌對其並無實際幫助，因為大多數擁有人已與其業主簽署長期合約，通常為期一至三年且若干長達6年，加上合約尚未到期。據其所說，經驗豐富的業主聘用專業團隊打理投資組合，於實際發生下跌前已預測到下跌。若干業主於二零一四年租賃市場高峰期間延長其通常合約期一從兩年延長至三年或更長，並迫使眾多餐廳營運商於未來數年內繼續支付高租金。租金下跌僅對於過去兩年進入市場的新餐廳營運商有益。

行業概覽



資料來源：香港差餉物業估價署，物業市場統計資料

政府法規及法例

香港就法例及法規而言通常被視為世界上最自由經濟體及商業環境最友好城市之一。這鼓勵了大多數行業的創業者，包括食品服務。企業稅上限為16.5%，較新加坡(17.0%)及中國內地(25.0%)更有利。

受食物環境衛生署所規管，經營一項食品服務業務所需的牌照取決於餐飲門店的性質。倘適用，該等牌照將包括「普通食肆牌照」、「小食食肆牌照」或「食物製造廠牌照」。該等牌照的有效期一般為一年，均須繳納所規定的牌照費及持續遵守有關法例及法規的規定。擬於處所售賣酒類／酒精飲料以供消費的餐廳亦須取得酒牌局發出的「酒牌」。獲取該牌照通常需要耗時約兩至三個月。

除持牌規定外，適用於全服務式餐廳的其他合規包括：

- 環境監管合規
- 售賣限制出售食物許可證
- 扣分制(就違反食品衛生／安全標準而言)
- 衛生經理及衛生督導員計劃
- 僱員補償
- 職業安全及健康
- 防止賄賂條例
- 室內場所(包括餐廳)的禁煙令

行業概覽

供應商關係及原料價格

受進口價格影響的原料價格波動

全服務式餐廳極其依賴海鮮、肉類、家禽及蔬菜等食材。除大米外，下文表格所列出的所有原料組合顯示二零一一年至二零一六年價格普遍上漲（如不斷上升的消費價格指數所反映）。於回顧期間其他新鮮海鮮產品價格漲幅最大，複合年增長率為10.3%，其次是家禽產品及牛肉產品，複合年增長率分別為7.1%及6.8%。僅大米價格已於過去5年下跌，錄得複合年增長率下跌1.3%。

由於該等原料大部分從海外進口，故消費價格指數水平與其進口價格息息相關。中國內地為香港生鮮農產品的主要供應商。回顧期間大部分時間內食材的消費價格指數呈上揚趨勢，將對香港的生活成本以及全服務式餐廳的營業成本產生影響。日漸攀升的原料價格通常導致餐廳透過調高菜單價格將成本轉嫁予顧客。然而，餐廳行業的激勵競爭可能會限制作出此舉的程度。因此，營運成本增加主要由餐廳營運商承擔。

營運商青睞多個供應商的靈活性

與餐廳營運商及食材供應商進行的訪談顯示，餐廳根據食物種類從多個供應商獲取其原料。這為餐廳提供更多選擇及靈活性，藉此與香港最佳供應商合作。各餐廳業務的營運模式皆不同。若干餐廳將從本地分銷商採購，若干餐廳將從海外分銷商採購而若干餐廳甚至進口其自有原料。例如，蔬菜、水果、新鮮肉類及魚類通常從本地市場分銷商採購。冷凍肉類通常從自海外進口的主要分銷商採購。酒類可直接從進口商購買，而其他酒精及非酒精飲料通常從作為一站式飲料供應商提供各類飲料的飲料交易商購買。

主要提供予大型餐廳營運商的信用額度

取決於餐廳營運商的議價能力，供應商通常不會接受小型或單一餐廳門店採購的信用付款。由於香港餐廳業務的高風險性質，供應商於將信用額度擴展至一般客戶時越來越謹慎，惟其與大型連鎖餐廳或餐廳集團溝通時表現友善。信用額度通常僅向大型餐廳提供。大型餐廳營運商的一般信用期為兩個月或60天。

餐廳營運商與供應商並無長期合約

根據業界資料來源，餐廳通常並無與供應商訂立具有法律約束力的長期合約。由於供應商充沛，長期合約在香港並無廣泛貫徹。餐廳擁有人亦願意與其供應商之間存有更多靈活性，以期為其顧客實現物美價廉。儘管供應商與餐廳之間的關係屬於非正式性質，惟與其定期供應商建立長期非正式合作關係的餐廳，極少更換供應商，以首先挑選新鮮產品並確保顧客餐盤上的優質食材。

行業概覽

表2 香港若干食材的消費價格指數（二零一四年十月至二零一五年九月=100）

	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年*	二零一一年至 二零一六年的 複合年增長率
鹹水魚	82.1	89.5	91.0	96.4	105.2	100.5	4.1%
淡水魚	91.4	92.1	92.8	100.8	97.5	97.6	1.3%
其他新鮮海鮮類產品	64.7	75.0	88.8	93.5	99.8	105.6	10.3%
豬肉	99.0	98.2	98.4	99.3	106.1	114.8	3.0%
牛肉	74.4	95.5	98.8	100.3	101.0	103.7	6.9%
家禽	77.9	82.0	82.4	93.0	104.2	109.8	7.1%
凍肉	94.7	96.3	97.7	99.6	98.7	99.3	1.0%
新鮮蔬菜	87.0	97.9	99.4	96.7	104.4	107.1	4.2%
麵包、蛋糕、餅乾及布丁	88.5	91.1	94.6	98.3	101.8	104.0	3.3%
大米	102.8	98.3	100.0	100.6	97.5	96.3	-1.3%

資料來源：香港政府統計處

* 倘上述數據被發現於研究過程中由有關來源刊發，則歐睿將載入有關二零一六年歷史數據集

入行門檻

營運商存活所需的充足資本

有利的商業監管環境鼓勵新的餐廳營運商進入餐飲行業，但業界資料來源表示每月所有新開餐廳中僅有10.0%至15.0%能在前兩年生存下來。此後，這些餐廳仍需私人或公眾股東提供足夠資金，以確保在隨後幾年持續經營。

對新進入者至關重要的主要成本及人力事宜管理

餐廳行業面臨的諸多挑戰超出菜單設計及令顧客滿意的用餐理念。其通常涉及循環成本事宜，如員工工資、租金及食材價格上漲等。行業參與者表示，工資與租金很長一段時間一直是餐廳行業的最重大成本。餐廳面臨的其他問題涉及嚴重人力短缺及員工高流失率。

由於規模效應，連鎖可能主導行業

業界資料來源表示，現行市況趨向於偏愛連鎖經營，其較獨立營運商擁有更佳資源。連鎖有更大預算及更豐富的人力資源。例如，其設有總部及通常一個管理團隊以監察整個集團的不同業務方面。其有充足的市場推廣及廣告預算，並可就媒體覆蓋面作為一個集團實現更佳公關利益。連鎖亦能更好地吸引人才並支付較高工資。其有與供應商及業主較強的議價能力。於低租金期間，連鎖甚至可能有積極擴張的機會，且在經濟低迷情況下能在其成員門店中分攤間接成本。此外，連鎖營運通常設立中央廚房製作食品，而這可提供成本效益及於其所有門店中保持標準的一致性。

行業概覽

未來機會及挑戰

全服務式餐廳預期輕微增長

隨着租金成本呈下跌趨勢及新進入者放緩步伐進入市場，全服務式餐廳的前景略為樂觀。於二零一五年，領先食品服務營運商迅速調整政策以應對低迷經濟及零售銷售表現並普遍對香港的前景持樂觀態度。眾多全服務式餐廳已將其理念轉型為休閒餐飲理念，藉此應付日益增多的成本意識較強的消費者，正亦預期推出創新菜單及獨特用餐體驗。

亞洲餐廳持續推動行業增長

由於香港華裔眾多，亞洲全服務式餐廳分部將繼續主導食品服務行業。該部分的總銷量於二零二零年預期達到541億港元。非亞洲餐廳亦預期繼續增長但增長放緩，且銷量於二零二零年達到158億港元。

非亞洲全服務式餐廳將為持續「飲食全球化」效應的主要助推器，各營運商紛紛提供具異域風味的外國新菜餚以刺激消費者興趣，提供獨特的用餐體驗，繼而開拓獨特市場。高端全服務式餐廳營運商推出及再創新非亞洲菜餚，對於普通、遊歷甚廣且受教育程度較高的香港消費者更具吸引力，因為彼等注重新穎的用餐體驗。

旅遊業前景持續低迷限制全服務式餐廳收入增長

儘管香港旅遊發展局極力促進旅遊組合多元化，但對中國內地遊客的依賴未來數年仍將持續。日本、韓國以及甚至歐洲等其他旅遊目的地帶來激烈競爭，將導致香港的中國遊客持續流失。另一方面，中國經濟放緩亦意味著中國遊客不甚願意於香港進行大額消費。因此，於不久將來，遊客餐廳消費開支將繼續維持微量增長。根據香港旅遊發展局資料，二零一五年酒店外的遊客餐飲支出僅增長0.8%，較二零一四年的7.3%急速下降。

勞動力短缺繼續妨礙員工招聘

缺少優秀客服人員預期繼續給香港餐廳經營帶來挑戰。當地民眾認為食品服務行業的客戶服務是卑微職業，迫使營運商依賴中國大陸的招聘，而這須受日益收緊的跨境勞務限制所規限，由於招聘環境競爭激烈，營運商亦須盡力應付員工高流失率。儘管員工更換仍為食品服務營運商面臨的主要挑戰，高端全服務式餐廳所受影響較小，因彼等願意支付更高薪酬以挽留優秀服務團隊。

根據香港政府統計處二零一六年十二月數據，住宿及食品服務行業有13,360項職位空缺或職位空缺比率為4.7%，在可查閱官方數據的14個行業中最高。

行業概覽

用戶作出的評論對餐廳聲譽構成雙刃劍

社交媒體平台已將口碑營銷的性質轉變為一把雙刃劍。獨立餐廳可能透過病毒式營銷而引起一時轟動，而知名國際品牌連鎖可能因失策而遭人詬病。在線廣告、手機應用程式的發展及業餘美食博客的興起有助於提高並維持全服務式餐廳的整體受歡迎程度。然而，與在線社區脫節的餐廳面臨被貼上跟不上時代或落伍標籤的風險。總體而言，全服務式餐廳運營商表示，彼等受益於社交媒體並相信連鎖及獨立營運商均於中短期獲利。

競爭格局

競爭激烈且分散的行業

香港的休閒餐飲全服務式餐廳行業競爭激烈且分散，於二零一六年有2,425間門店，前五大營運商控制173間門店，或僅佔門店總數的7.1%。這彰顯了休閒餐飲行業規模分散，包括連鎖及獨立餐廳，均須於市場上競爭非常小的份額。然而，該等前五大營運商的休閒餐飲餐廳的估計綜合銷售額不成比例地較大，綜合市場份額為30.1%，支撐連鎖餐廳在行業內表現趨於更佳之勢。憑藉更多資源，連鎖餐廳營運商可實現規模經濟、管理流程標準化並進一步投資於餐廳的品牌建設、市場推廣及裝修。

市場領導者從規模及中央廚房獲取利益

香港休閒餐飲業的領先競爭者通常為擁有多個連鎖餐廳的營運商，主要側重於輕鬆的用餐氛圍，提供中低價位，針對更廣闊的大眾市場，且通常至少有一個供應中華料理的連鎖店，其次是不同連鎖店供應不同菜式。營運商的規模將意味著其有更多資本及資源於門店之間進行周轉，以及可進行技術投資以提高生產力並降低對長存的勞資關注的依賴。

香港有利於特許經營人進入市場

香港有利於國際特許人與本地公司之間的合資企業。特許經營是國際品牌透過與本地特許經營人合作進入香港市場的一種盛行方式。於二零一五年年底，香港貿易發展局舉行一次貿易盛會，為於香港發展國際餐飲服務品牌創造機會，並幫助建立特許經營夥伴關係。地區眾多受歡迎連鎖餐廳及國際品牌對拓展香港市場表現濃厚興趣。然而，餐飲服務特許經營面臨保持食品及服務質量一致性以及應對香港高租金及勞工成本方面的越來越多挑戰。

行業概覽

表3 香港領先休閒餐飲全服務式餐廳營運商於餐飲服務價值方面的排名，二零一六年歷史

排名	餐廳營運商	上市或私營公司	休閒餐飲餐廳的門店數量	簡要競爭者資料	於二零一六年的估計食品服務價值 (百萬港元)	休閒餐飲全服務式餐廳的市場份額
1	營運商A	非	65	於一九五六年成立，該公司經營數間中國、亞洲及歐洲餐廳連鎖店。	1,757.4	14.1%
2	營運商B	非	19	於一九八六年成立，該公司現經營數間中國及日本餐廳及咖啡廳連鎖店。	646.7	5.2%
3	營運商C	非	30	於二零零四年成立，該公司經營數間日本餐廳連鎖店。	511.6	4.1%
4	營運商D	是	18	於一九九一年成立，該公司經營數間中國、日本及西餐餐廳、咖啡廳及麵包店連鎖店。	451.4	3.6%
5	營運商E	非	41	該公司於一九八一年在香港開設首間餐廳及該集團現時經營 (其中包括) 一間西餐餐廳連鎖店。	382.7	3.1%
	其他					70.0%
	總計					100%

資料來源：Passport 數據庫「Consumer Foodservice」二零一七年版

附註：可得的經審核資料通常並非特定市場／服務資料，而是包括其他產品／服務。因此，領先市場參與者的排名將按公開可得資料及貿易意見調查（並非僅按公司本身）估計。

本集團憑藉連鎖餐廳的優勢於休閒餐飲方面表現強勁

香港餐廳之間的競爭非常激烈，休閒餐飲方面有數千間門店，令本集團在香港休閒餐飲全服務式餐廳部分持有估計1.1%的市場份額（根據本集團提供的訪談及收入）。然而，當與較大連鎖餐廳競爭者類似的規模較小營運商相比時，本集團有多項優勢，如（其中包括）有不同菜式的多個連鎖，大量門店及中央食品加工廚房。該等優勢為本集團帶來多項好處，可透過贏得與業主的議價能力以控制租金成本，繼而在該艱難的行業環境中取得成功，並透過中央廚房而達致食品質量一致性並實現生產效益。

所有行業參與者很可能面臨的一般挑戰將包括疲弱經濟、日益減少的到港遊客、高租金成本及流失率。本集團立足的休閒餐飲行業較餐廳行業其他分部更有優勢，原因為經濟低迷時，消費者傾向於在高級餐飲餐廳減少消費，並轉向更經濟實惠的休閒餐館。此外，隨著本集團餐廳專注於當地大眾市場消費者，大多數門店選址於九龍及新界地區交通暢旺的場所，而非旅遊地區。該等選定的門店位置有雙重優點，較香港島的租金成本更為便宜，加上由於較低的旅遊消費者比例，日益下滑的旅遊業問題將不會對本集團的業務構成主要挑戰。