

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

本節所提供有關我們的行業的若干資料及統計數字乃取材自政府官方資料來源。此外，就本文件而言，本節及本文件其他章節載有摘自歐睿信息諮詢有限公司(或歐睿)編製的委託報告(「歐睿報告」)的資料。請參閱「一關於本節」。我們相信「行業概覽」的資料來源為有關資料的適當來源，且我們於摘錄及複製有關資料時已審慎行事。我們無理由相信有關資料屬嚴重失實或具誤導成分，概無遺漏任何事實導致有關資料嚴重失實或具誤導成分。然而，有關資料並未經我們核實，惟歐睿已對歐睿報告所載資料進行核實。

概覽

中國消費者食品服務行業近來年發展迅速。經濟增長、城市化進程加快、可支配收入不斷增加及消費模式不斷改變促使中國消費者食品服務市場大幅增長。根據歐睿報告，中國消費者食品服務市場由二零零七年的人民幣15,670億元增至二零一一年的人人民幣27,060億元，此期間的複合年增長率為14.6%，預計由二零一二年至二零一六年將按複合年增長率10.4%增長。於中國消費者食品服務市場，在中國的亞洲菜餚正餐餐廳於二零一一年銷售價值達約人民幣19,860億元，佔中國正餐餐廳總銷售價值的約99%。歐睿預測亞洲菜餚正餐餐廳將會繼續迅猛增長，按銷售價值計，二零一二年至二零一六年的複合年增長率將為10.1%。

中國經濟的特徵

我們認為影響正餐餐廳市場的中國經濟主要特徵包括以下各項。

人口眾多及國內生產總值增長強勁

中國擁有超過13億的人口，為世界上人口最多的國家。自一九七零年代末開始經濟改革以來，中國的國內生產總值增長迅速。近來年，儘管未能免受全球經濟衰退影響，但中國所受近期全球金融危機的影響要遠小於全球多個其他國家且復蘇更為迅速。根據國家統計局的資料，中國於二零一一年前保持實際國內生產總值正增長，增長率為9.2%，價值為人民幣47.2萬億元。中國經濟不僅勝過發達經濟，亦勝過金磚四國(巴西、俄羅斯、印度及中國)同伴及大部分其他新興經濟。

城市化進程迅速及可支配收入不斷增加

中國經濟發展迅速使城市化進程加快及富裕人口增多。隨著農村人口遷至城市及城鎮轉為大型城市，中國的城市化進程已由於迅速工業化而加快。根據中國國家統計局的資料，於二零一一年，中國的城市人口首次超過農村人口，並於二零一一年達到690.8百萬人。根據歐睿的資料，可合理預期此不斷增加的城市人口及城市人口的人均消費者開支的增長，將會擴大整個，尤其是中高端消費者食品服務市場的客戶群。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

中國經濟發展迅速，生活標準因此提高，其反映在城市及農村家庭收入及消費水平增長。根據歐睿的資料，中國的人均每年可支配收入於二零一一年達到峰值人民幣18,815.4元，較二零零七年高出64.0%。由於人均可支配收入的增長，中國消費者展示出對經濟前景及生活質素的樂觀態度。根據歐睿的資料，中國的人均消費者開支於二零一一年達到人民幣11,325.8元，而餐飲的人均消費者開支於同年達人民幣827.6元。消費者行為顯示外出就餐的次數正在增加，而消費者食品服務市場亦出現提升。餐飲的人均消費者開支佔人均消費者開支的百分比由二零零七年的7.0%上升至二零一一年的7.3%，此上升趨勢預計於二零一六年將會增至約7.8%。

消費者信心穩固及消費模式不斷改變

由於中國經濟迅猛增長、可支配收入不斷增加、城市化進程迅速及收入與消費不斷增長，中國出外用餐消費者的數目及頻率均增加。時至今日，出外用餐不僅是為了方便，亦已成為大多數消費者的一種社交活動。此外，隨著生活節奏加快及可支配收入不斷增加，更多的消費者選擇外出用餐，與好友、家人或業務夥伴享受美食及用餐氛圍。家庭人數減少及勞動力中女性比重上升亦促進外出用餐的增長。中國消費者對經濟前景及財務安全極具信心，歐睿認為，即便於全球金融危機期間，消費者需求仍持續上升。

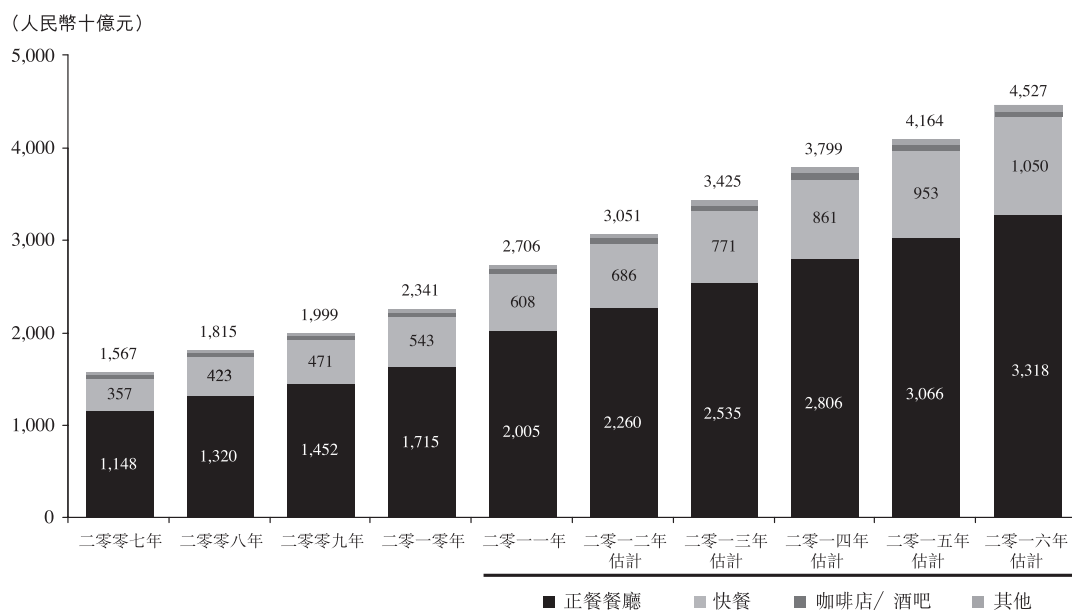
中國消費者食品服務市場

概覽

歐睿認為中國充滿活力的經濟表現及其消費提升是其消費者食品服務行業於可見未來穩定發展的主要推動力。根據歐睿報告，中國消費者食品服務市場於二零一一年的價值為人民幣27,060億元，較二零一零年增長15.6%。於二零一一年，正餐餐廳佔該市場74%的份額，即人民幣20,050億元。歐睿估計，於二零一二年至二零一六年，中國消費者食品服務市場整體複合年增長率將約為10%。根據歐睿報告，中國消費者食品服務行業可根據餐廳形式（包括咖啡店及酒吧、正餐餐廳、快餐店及其他（其中包括外賣、自助餐、街頭食檔及小食亭）），或菜餚種類（亞洲、西方及其他）以及經營模式（連鎖餐廳及獨立餐廳）分類。下圖載列於二零零七年至二零一一年按模式劃分的中國過往消費者食品服務市場規模及於二零一二年至二零一六年的預計市場規模。

行業概覽

按模式劃分的中國消費者食品服務市場(二零零七年(實際)至二零一六年(估計))



資料來源：歐睿報告

正餐廳

根據歐睿報告，正餐廳為傳統落座就餐餐廳，由侍應提供全套桌邊服務，客人主要點食物而不是飲品。正餐廳的特點為桌邊服務，較快餐廳相比食品供應質量一般更高。正餐廳亦包括餐廳內的自選菜式、自助餐及落座用餐。正餐廳的顧客通常於用膳完畢後付款，逗留在正餐廳的時間較快餐廳相比一般較長。

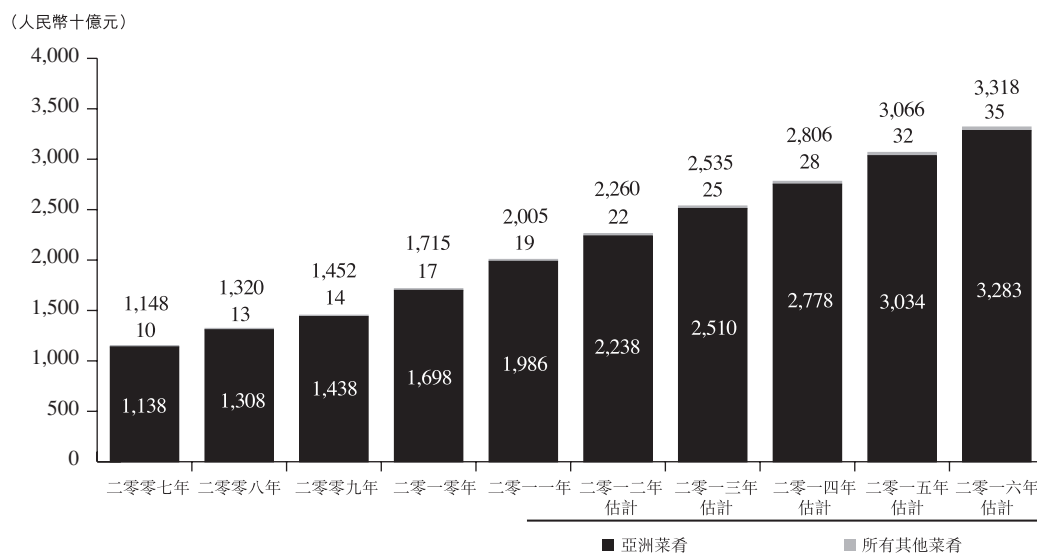
根據歐睿報告，按餐廳模式計，正餐廳為消費佔比最大類，於二零一一年佔消費者食品服務消費的約74%，預計於可見未來消費者食品服務整體消費將維持較高比例。根據歐睿報告，中國正餐廳的總銷售價值按15.0%的複合年增長率增長，由二零零七年的人民幣11,480億元增至二零一一年的人民幣20,050億元，預計截至二零一六年繼續增至人民幣33,180億元，相當於自二零一二年起複合年增長率為10.1%。以菜餚種類計，亞洲菜餚正餐廳目前佔中國正餐廳菜餚的絕大部分。歐睿預計亞洲正餐廳將繼續迅猛增長，於二零一二年至二零一六年以銷售價值計，複合年增長率將為10.1%。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

下圖載列中國正餐餐廳於二零零七年至二零一一年的銷售價值及於二零一二年至二零一六年的預計銷售價值。

按菜餚劃分的中國正餐餐廳市場(二零零七年(實際)至二零一六年(估計))



資料來源：歐睿報告

亞洲菜餚正餐餐廳

歐睿將亞洲菜餚正餐餐廳定義為供應各式中式菜餚(如麵條、餃子)、壽司或其他亞洲菜及咖喱的正餐門店。根據歐睿報告，中國的亞洲菜餚正餐餐廳於二零一一年的銷售值達約人民幣19,860億元，佔中國正餐餐廳總銷售值約99%。

就銷售值而言，中式菜餚正餐餐廳佔中國亞洲菜餚正餐餐廳的主要部分。根據歐睿報告，中式菜餚正餐餐廳佔亞洲菜餚正餐餐廳總銷售值約88%至90%。根據歐睿報告，中式菜餚正餐餐廳的優勢主要在於(i)中國消費者對中式菜餚的整體口味偏好；(ii)中式菜餚的價格通常更易承擔；及(iii)中式菜餚較其他亞洲菜餚在提供熟練廚師、設施及資本投資方面准入門檻較低。歐睿相信，中式菜餚正餐餐廳將繼續為中國亞洲菜餚正餐餐廳的主要組成部分。

由於難以滿足中國不同地區口味，中國的正餐餐廳以獨立經營為主。根據歐睿報告，於二零一一年，就銷售價值而言，獨立亞洲菜餚正餐餐廳佔中國的亞洲菜餚正餐餐廳約95%。然而，亞洲菜餚正餐連鎖餐廳的市場份額近年來持續上升，原因是(i)人口流動性提高降低了地區口味障礙、(ii)消費者對食品安全問題日益關注，使品牌連鎖餐廳更具吸引力、(iii)連鎖餐廳相對獨立經營的可擴展性及營運效率更高及(iv)規模龐大的連鎖餐廳相對獨立經營一般具有更佳的融資渠道。根據歐睿報告，該等因素將繼續促成中國正餐連鎖餐廳的

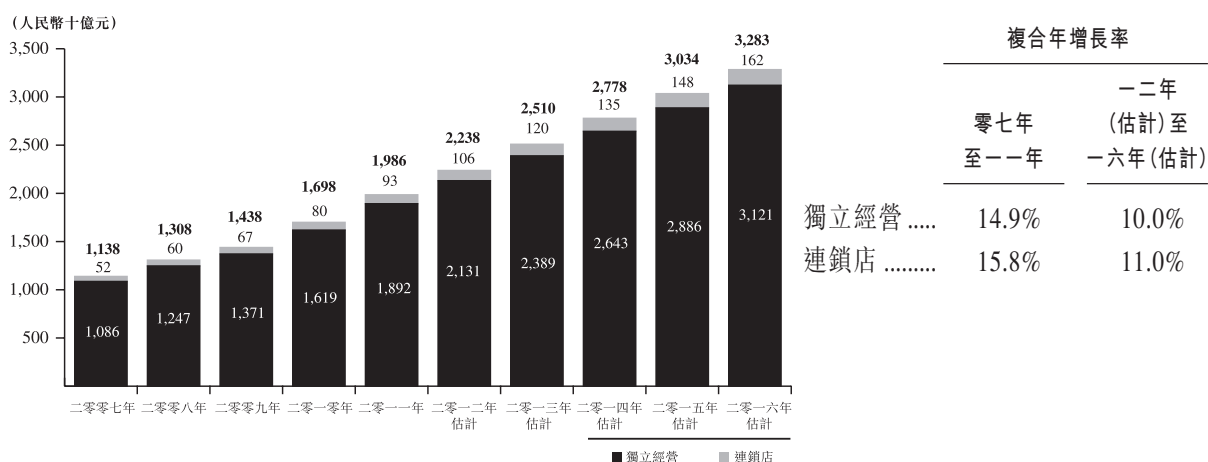
行業概覽

未來增長。尤其是，提供迎合廣泛消費者需求(如粵菜及滬菜)的菜餚的正餐連鎖餐廳具有良好的品牌聲譽及融資渠道，能夠快速拓展、佔據更多市場份額並實現更大規模經濟效益。歐睿認為，具備上述優勢的連鎖餐廳的拓展速度高於正餐餐廳的行業平均水平。就歐睿報告而言，「連鎖餐廳」指最低擁有10個品牌分店的餐廳業務。

根據歐睿報告，亞洲菜餚正餐連鎖餐廳的銷售總額由二零零七年的人民幣520億元增至二零一一年的人人民幣930億元，複合年增長率約為16%。歐睿估計，亞洲菜餚正餐連鎖餐廳的銷售總額將於二零一六年達到人民幣1,620億元，二零一二年至二零一六年的複合年增長率為11%，同期獨立亞洲菜餚正餐餐廳的複合年增長率為10%。根據該等估計，歐睿認為在可見未來，亞洲菜餚正餐連鎖餐廳存在巨大增長潛力。

下圖說明中國的亞洲菜餚正餐連鎖餐廳及獨立的亞洲菜餚正餐餐廳各自於二零零七年至二零一一年的銷售額及增長率及二零一二年至二零一六年的預計銷售額，以及同期的增長率。

按經營方式劃分的中國亞洲菜餚正餐餐廳
(二零零七年(實際)至二零一六年(估計))



資料來源：歐睿報告

中高端中餐正餐連鎖餐廳的競爭格局

根據歐睿報告的資料，按二零一一年的銷售額計，中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳⁽¹⁾佔中國的亞洲菜餚正餐連鎖餐廳的約18%，或中式菜餚正餐連鎖餐廳的20%。一般而言，中國中

¹ 根據歐睿報告的資料，「中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳」必須具備所有或幾乎所有以下特徵：

- 其為主要提供精美中式菜餚的亞洲正餐連鎖餐廳，不包括獨立正餐餐廳、休閒餐飲餐廳及火鍋餐廳以及其他；
- 其屬中高端定位，即平均顧客賬單為人民幣150元至人民幣300元或以上，並提供由鮑魚及海參等優質食材或配料烹飪的菜餚；
- 其為包房或VIP客房提供大量區域，應約佔總經營面積的一半或三分之二；及

行業概覽

高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的模式現處於發展初期，全國連鎖餐廳在由獨立餐廳業務所主導市場上的數目有限。全國連鎖餐廳在該市場上數目有限乃主要由於(i)相較低端市場而言，其更為注重氛圍及食品質量，及(ii)相較低端餐廳而言，每家餐廳的資本開支普遍較高。現有中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的覆蓋範圍及經營規模遠小於快餐連鎖店及火鍋連鎖店。

歐睿預計，隨著中國消費者的消費能力提升及其日益關注食品質量，特別是有鑑於中國近年來一系列廣為報道的食品安全問題，中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的發展速度將超過整體中式菜餚正餐餐廳市場。此外，中國經濟的迅速發展致使舉辦商務活動的頻率增多，從而為中國的中高端餐廳帶來更多需求。根據歐睿報告的資料，在一貫食品質量及優雅氛圍方面擁有卓越聲譽的中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳將能夠利用該發展機遇並快速擴大規模。在繼續擴大網絡時，目前既有的中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳擁有較高的市場知名度、相對更易取得融資及更大的經濟規模等先發優勢。因此，歐睿預計，目前既有的大部分中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的發展將遠快於整體中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳。

歐睿發現的另一趨勢是自有店舖將為中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳進行門店擴張的首選模式。中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳對食品質量、廚師的烹飪技能、服務、店舖管理及員工培訓的要求極高，而這些對於特許經營而言更難以控制。例如，大量中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳力圖透過訂立特許協議加快其網絡的擴張，但於近期重新轉向集中發展自有店舖，以確保整個餐廳網絡的質素一致性。上海小南國等部分領先的連鎖營運商擁有及經營其所有門店。

儘管中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳目前佔亞洲菜餚正餐連鎖餐廳市場及亞洲菜餚正餐餐廳市場的百分比相對較少，但該分部的發展速度已小幅超過後者。按二零一一年銷售價值計，中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳由二零一零年大幅增長20%至人民幣163億元。隨著領先連鎖營運商透過積極開設更多餐廳提高市場滲透率，歐睿預測，二零一二年至二零一六年，中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳分部將按複合年增長率18.5%增長，相當於未來五年內期間增長97.1%。通過將佔總銷售價值的份額由二零一一年的17.5%提升至二零一六年前的約23.8%，中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳預期將在整個亞洲菜餚正餐連鎖餐廳行業進一步擴展。

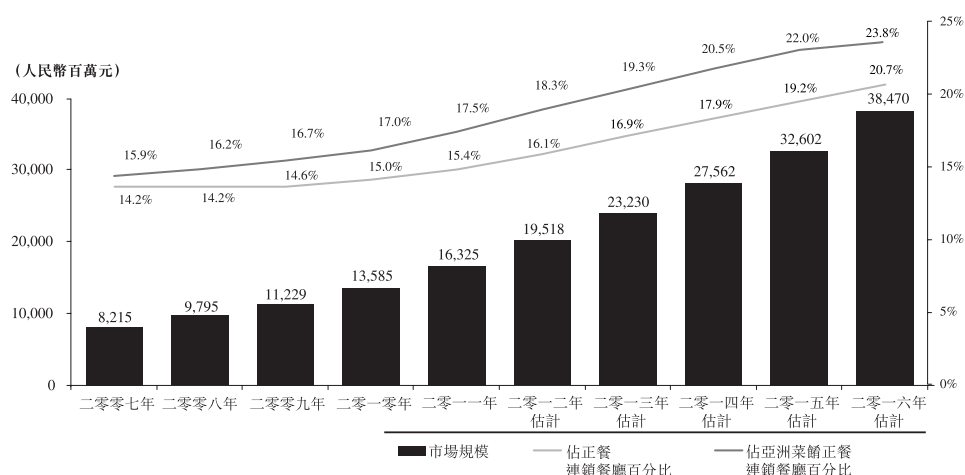
- 其絕大部分餐廳門店位於或鄰近商業區域、中央商務區、高級酒店、中高端購物商場及住宅社區。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

下圖載列二零零七年至二零一一年中國中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的過往銷售價值及二零一二年至二零一六年的預計銷售價值，以及於該等期間分別佔正餐連鎖餐廳及亞洲菜餚正餐連鎖餐廳總銷售價值的相應份額。

中國中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳(二零零七年(實際)至二零一六年(估計))



資料來源：歐睿報告

根據歐睿報告的資料，僅有少量全國品牌中式菜餚正餐連鎖餐廳。按二零一零年及二零一一年的銷售價值計，中國的十大中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳為(按字母順序)豐收日、和記小菜、蘇浙滙、淨雅、全聚德、上海小南國、石浦、順峰、俏江南及湘鄂情。由於菜餚及消費者口味的地區差異，領先的連鎖運營商通常在特定地區展現實力。部分連鎖運營商先進軍富裕城市作為其核心市場，隨後擴展至週邊地區。根據歐睿的資料，上海小南國是中國十大中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳中唯一一家在香港建立重要業務的餐廳，截至二零一一年十二月三十一日在香港擁有及經營八家餐廳。

作為中國經濟、金融及貿易的主要中心及全球集裝箱運輸最為繁忙的港口，上海是國內最大及最為富裕繁榮的都市。上海人追求優質生活，並樂於及能夠承擔餐飲等中高端消費品。根據市統計公報，上海錄得實際本地生產總值按年增長率8.2%，達至二零一一年的人民幣2萬億元，城市人口的人均年度可支配收入增長13.8%至人民幣36,230元，大幅高於全國平均水平人民幣21,810元。此外，根據歐睿報告的資料，按餐飲業的總銷售價值計，上海位居中國所有城市之首。上海是中國經甄選的城市之一，具備消費高、行業管理規範、供應鏈發達、菜餚供應及飲食文化豐富的特徵，是國內的潮流開創者。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

下圖載列所示期間歐睿分別在中國及上海鑒別的若干領先中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳運營商的自有及全部(包括特許及自有)店舖。

中國及上海若干領先中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳運營商⁽²⁾的
自有及全部店舖⁽¹⁾的數目(二零一一年/二零一零年)

	全國				上海				
	二零一一年		二零一零年		二零一一年		二零一零年		
	自有	總計	自有	總計	自有	總計	自有	總計	
公司A	55	60	44	52	上海小南國	29	29	19	19
上海小南國	50	50	30	30	公司E	25	25	16	16
公司B	29	29	23	23	公司A	16	16	14	14
公司C	27	83	26	82	公司F	18	18	13	13
公司D	25	30	24	29	公司G	14	14	11	11

(1) 門店數目包括特許門店、會所(如上海小南國集團的慧公館、蘇浙滙的天萃庭)，惟不包括為二零一零年上海世博會建立的海外店舖及省級店舖。

(2) 歐睿根據(i)二零一一年現有門店數目及(ii)相關行業協會確認的領先業內營運商而確認上圖所列領先中高端中式菜餚正餐連鎖店。

資料來源：公司年報、歐睿報告

就上述領先連鎖運營商的自有門店而言，上海小南國位居第二，於二零一一年在中國擁有50間自有門店。在上海地區，上海小南國居於首位，於二零一一年合共擁有29間自有門店。於歐睿報告內所鑒別的上述領先連鎖運營商中，按二零一一年全國範圍內的總門店數目計，上海位居第三。於二零一一年年底前，在所有於中國設立總部的中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳之中，上海小南國在大中華擁有的自有門店數目最多，在香港管理八間店舖，而其他營運商則在香港、澳門及台灣僅經營一間或兩間店舖。眾多領先參與者現正積極擴展其門店網絡(特別是在北京及上海等主要市場)，且相對於特許經營而言，其更為注重自有門店。在中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的上海市場中，就門店數目及銷售額而言，上海小南國表現最佳。於二零一一年，在上海的所有領先連鎖運營商當中，上海小南國在上海取得最高食品服務價值。透過有選擇性地開設高知名度的門店(如隸屬上海小南國集團的慧公館及隸屬蘇浙滙的天萃庭)，領先的中高端連鎖運營商亦日益主動地物色「金字塔頂端」客戶。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

現時行業動態及推動因素

我們認為，現時主要行業動態及推動因素包括下列各項。

競爭較低的快速增長行業

中國的中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳尚處於早期發展階段，在由獨立餐廳主導的市場中，全國範圍內的連鎖餐廳數目有限。歐睿預計，中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的增長將會超過整個中式菜餚正餐市場，且目前既有的中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳(包括上海小南國)甚至會增長更快。歐睿預計，中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的強勁增長勢頭將令其從目前佔主導地位的獨立經營市場搶佔更多的份額。

標準化及品質一致性

「標準化」乃為中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳取得市場成功的關鍵要素。建立中央廚房越來越受領先連鎖餐廳品牌的歡迎，原因在於其可確保食物品質的一致性。因此，消費者可在同一品牌的不同門店享受始終如一的口味以及舒適的就餐體驗。就營運商而言，充分利用中央廚房將令彼等可管理成本並在更廣泛的地區範圍內促進門店擴充。歐睿認為，上海小南國作為全國領先中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳品牌之一，乃為業界同行中建立中央廚房的行業龍頭。

區域菜餚領導者的快速擴充

主要市場參與者往往專注於其發源地與眾不同的特有菜系。此乃主要由於中國消費者通常有較為固定的飲食習慣，且忠實於本地的餐飲服務。因此，主要連鎖營運商已在各自地區建立市場領先地位。例如，上海小南國在上海及週邊地區保持領先地位，而俏江南則在華北取得突出的銷售貢獻。

然而，由於中國城市化進程加快及人口流動性不斷上升，市場正面臨消費者口味日益多元化以及複雜化的趨勢。顧客日益接受更多種類的菜系。因此，區域限制越來越顯得較為次要。尤其是，根據歐睿報告的資料，粵菜及上海菜(由江蘇及浙江菜融匯而成)等被認為更健康及更高檔的菜系預計將更受青睞，並吸引更多廣泛的客戶群體，尤其是中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的目標客戶。因此，主要市場參與者積極在其菜單中不斷推出混合口味的新菜式。此舉將不僅增加其產品供應的範圍，亦會推動連鎖營運商進行區域擴張及滲透。歐睿已識別出該消費發展趨勢，而其將協助該等擁有完善門店以及品牌地位的區域連鎖營運商在不久將來快速發展成為全國的領導者。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

日漸富裕及精明的消費者

隨著中國消費者的可支配收入不斷增加，使得彼等日益注重食品安全及質量、健康及保健、美食風味及口味以及用餐環境及服務。高級用餐在中國已逐漸成為富裕生活模式的象徵。根據歐睿報告，此種消費者喜好趨勢帶動了信譽超著的餐飲服務餐廳的發展，尤其是中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳，因為此類餐廳正符合該增長趨勢。

外出就餐及婚宴增加

家庭與朋友聚會、婚宴及商務應酬為中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的主要客戶基礎。由於日益富裕及家庭在中國文化中的重要性，不僅於重要假日或紀念日，周末或特別聚會的家庭與朋友聚會外出就餐也有所增加。此外，生活節奏加快導致年輕白領越來越頻繁外出用餐及選擇正餐連鎖餐廳外賣服務。再者，近年為中國第一代獨生子女結婚及獨立生活的「高峰」期。獨生子女進入將舉辦婚禮的年齡，而婚禮是新婚夫妻乃至每位家庭成員最重要的盛事。在高端酒店或中高級餐廳舉辦一場豪華婚禮正成為眾多年輕人生活中不可獲缺的部分。因此，婚宴用餐的平均支出近年大幅上升，尤其是上海及北京等一線和二線城市。

商務用餐增加

中國不斷增多的商業活動及不斷演變的商業環境極大促進中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的增長。這些連鎖餐廳為商業應酬提供舒適環境，維繫及促進公司或個人之間的關係，此乃中國商業慣例中的重要一環。此外，商務用餐的預算及平均花費通常高於家庭與朋友聚會，亦較後者穩定。根據歐睿報告，領先的中式菜餚正餐連鎖餐廳運營商積極加大商務聚會的貴賓／包房面積或設置。歐睿預計商業應酬分部將呈現巨大增長潛力，特別是於中國一線大都市及蘇州和青島等新興商業城市。

主要市場趨勢

我們相信主要市場趨勢包括以下各項。

提高對新興的中小型城市的滲透

由於個人財富由中國大型沿海城市延伸至小型城市，及由華東延伸至西部，包括中高端餐飲服務品牌在內的大量高端奢華消費產品積極進軍二三線城市，瞄準更廣泛的潛在客戶。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

領先的中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳運營商近年將自營店擴大至青島、瀋陽、蘇州及大連等城市。歐睿預計這一趨勢將會繼續。

領先的市場參與者加大市場投入力度

中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的迅猛增長及相對較高的利潤率使現有品牌擁有人顯示出更多決心，以進一步滲透現有市場及開拓新市場。二零零九年至二零一零年間，領先的市場參與者的門店總數及收益取得30%至40%的增長。隨著香港門店成立，上海小南國亦是同業中率先在海外經營門店的先驅。

此外，二零零九年資本市場活動表明中國餐飲服務行業前景樂觀。領先的中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳已經或將要從私募股權公司或資本市場獲得投資。歐睿認為，開拓市場的新進入者有可能會增加，而這些新進入者喜好複製正餐連鎖餐廳運營商專注於利潤豐厚的中高端市場的成功先例。

品牌擁有人更進一步的銷售滲透及市場推廣活動預計將提高二零一六年中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的銷售額。

增加選擇高端場所

歐睿預計，中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的強大發展潛力將與高端酒店、購物中心及中央商務區及辦公大樓關係密切，並將於上述地點開設門店。

中國整體零售銷售額於經濟下滑周期中仍保持雙位數增幅，大型超級市場及超級市場、購物中心等零售渠道不斷發展。二零一零年上海世博會吸引超過7,300萬遊客帶動銷售額增長後，來自旅遊業的飲食開支穩步增長。此外，由於商業活動增多加上商用物業發展迅速，中央商務區的商務人士及年輕白領出現大幅增長，為商務午膳或商務應酬提供廣闊市場。這些渠道帶來穩定的客流量，所光顧的消費者具有消費能力及品牌意識，最符合中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳運營商的定位。因此，一些領先的全國連鎖品牌紛紛將門店設在高檔寫字樓。

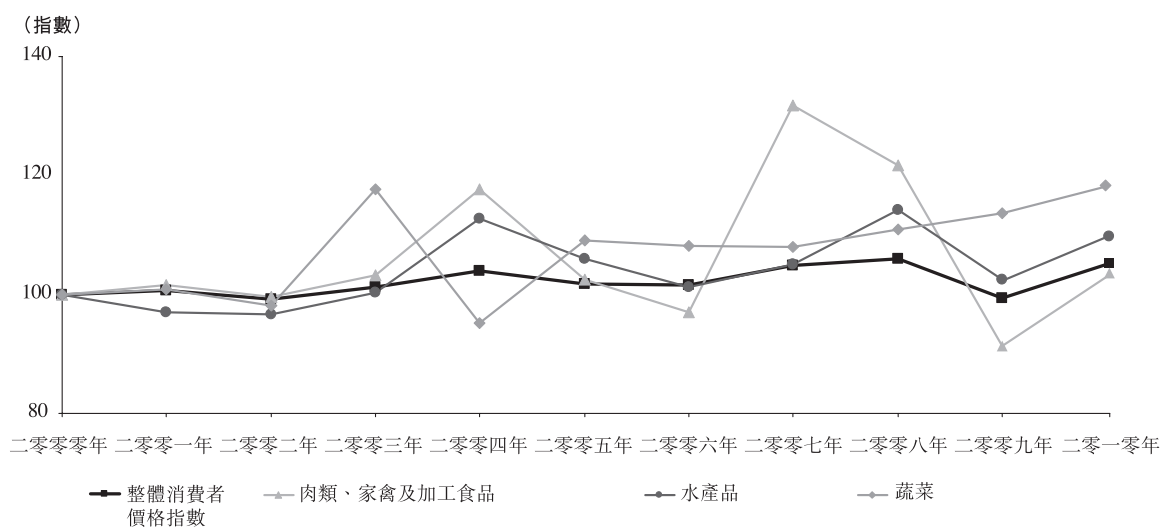
本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

亞洲菜館正餐連鎖餐廳所用主要食材的市場趨勢

在中國，亞洲菜館正餐連鎖餐廳所用主要食材包括(其中包括)肉類和家禽、海鮮及蔬菜，其價格視乎整體供求及包括環境狀況(如氣候及自然災害)在內的其他因素波動。下圖列示二零零零年至二零一零年中國消費者價格指數按年計變動情況(總體及就主要食材而言)：

二零零零年至二零一零年中國按年計消費者價格指數



資料來源：二零一一年中國統計年鑒

有關本節的資料

一般資料

「行業概覽」一節含有摘錄自歐睿為編製本文件的歐睿報告的資料。我們同意就編製及使用歐睿報告合共向歐睿支付人民幣0.3百萬元。

研究方法

歐睿主要採用由上而下進行的中央研究，輔以由下而上的資訊，以更全面準確地呈列中國餐廳行業(集中於中高端中式菜館正餐連鎖餐廳)的情況，並已採用下列研究方法。

次級研究

次級研究包括企業情報及公司研究。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載資料並不完整，亦可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

企業情報

歐睿透過以下來源評估所有公開可得的相關背景資料：

- 專業行業媒體及網站；
- 權威統計、報告及數據庫；
- 行業協會及其他半官方來源；
- 獨立分析師或研究小組的報告；及
- 歐睿的「Passport」數據庫。

公司研究

倘相關，企業情報簡介摘自行業領先參與者公佈的年度報告及財務表等來源。此外，公司研究對採購產品／提供服務、門店位置及有關領先公司重大投資及未來計劃的知識一直有很大的重要性。

主要研究

歐睿已進行定性及定量貿易訪談，該等訪談並非按調查樣本數目識別，而是評估收到的答卷質量並對該數據進行具透明度的分析。為就市場規模及中高端中式菜餚正餐連鎖餐廳的增長達成行業共識，歐睿已對正餐連鎖餐廳運營商及行業協會等多個組織進行訪談。

預測

歐睿根據過往市場發展的全面及深入檢討就市場規模、趨勢等方面採用其慣常的定量和定性預測，並以已有行業數據及貿易訪談及分析工具(倘適用)進行交叉分析。

有關歐睿的資料

歐睿是一家於一九七二年成立的全球研究機構，其辦事處遍佈倫敦、芝加哥、新加坡、上海、維爾紐斯、迪拜及開普敦。歐睿矢志建立消費者產品、服務及生活方式領域優質國際市場情報的領先供應商地位。歐睿不斷擴大和發展其產品及技術的政策，確保其仍處於信息解決方案最前沿。歐睿研究範圍廣泛的消費者、工業、服務及企業對企業市場，並保持其獨立私有企業性質。