

本節所提供有關我們所在行業的若干資料及統計數據，乃摘錄自政府官方來源。此外，本節及招股章程其他部分所載的若干資料，乃摘錄自Frost & Sullivan就本招股章程而獲授權編製的Frost & Sullivan報告。見「一關於本節」。我們相信本「行業概覽」章節的資料來源乃有關資料的合適來源，並在摘錄及轉載有關資料時力求審慎。我們並無理由相信該等資料存在嚴重錯誤或誤導，或當中遺漏任何事實致令該等資料存在嚴重錯誤或誤導。然而，除Frost & Sullivan報告所載資料經Frost & Sullivan獨立核證外，該等資料未經我們、獨家全球協調人、獨家配售經辦人、獨家牽頭經辦人、獨家保薦人、包銷商或參與全球發售的任何其他人士獨立核證。

A. 香港

與茶餐廳行業息息相關的經濟特色

本地生產總值

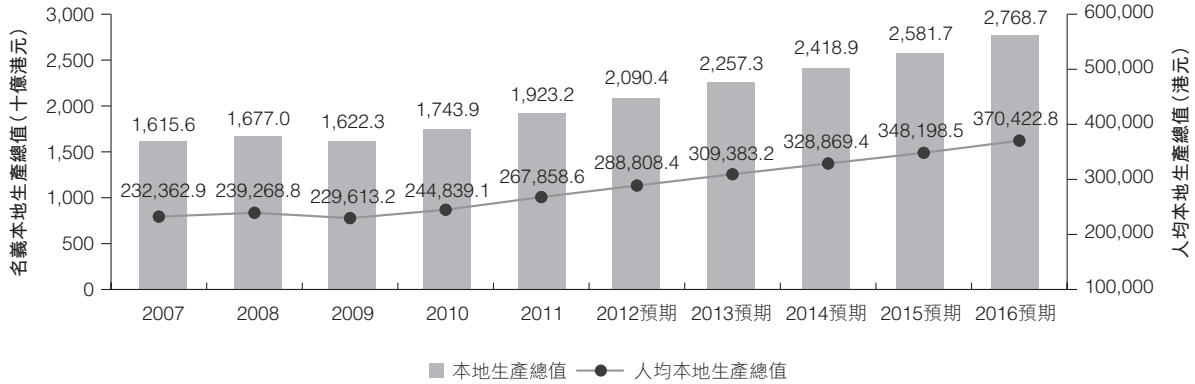
除二零零九年因爆發全球金融危機導致經濟下滑外，香港經濟自二零零七年以來一直保持平穩增長。於二零一零年及二零一一年，香港的全年經濟增長分別達7.0%及6.0%，主要因亞洲鄰近經濟體系急速增長及歐美各國呈溫和復甦，令香港的對外貿易得以維持競爭力。地區內的生產活動轉趨頻繁及來自中國的遊客人數不斷上升帶旺本地市場亦是支持經濟增長的因素。

根據Frost & Sullivan報告，香港的名義本地生產總值由二零零九年約16,223億港元增至二零一一年約19,232億港元。根據Frost & Sullivan報告，預期香港於二零一六年的名義本地生產總值可達27,687億港元，由二零一二年至二零一六年的複合年增長率達7.3%。

人均本地生產總值由二零零九年約229,613.2港元增至二零一一年約267,858.6港元。香港經濟於二零一一年呈現強勁反彈，帶動二零一一年的人均本地生產總值上升9.4%。根據Frost & Sullivan報告，預期香港於二零一六年的人均本地生產總值可達370,442.8港元，由二零一二年至二零一六年的複合年增長率達6.4%。

行業概覽

下表列出香港由二零零七年至二零一一年和本地生產總值及人均本地生產總值的增長趨勢，以及由二零一二年至二零一六年的預測增長：

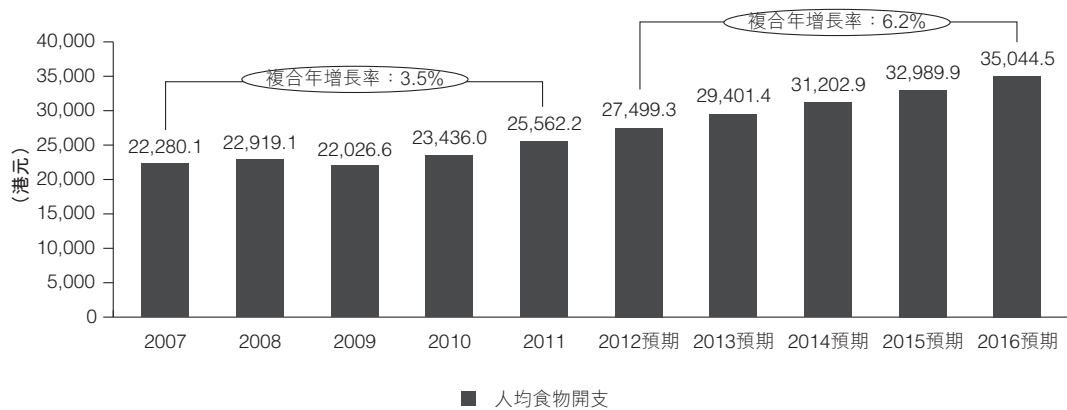


資料來源：香港政府統計署、國際貨幣基金組織及Frost & Sullivan報告

可支配收入及食物開支

據香港政府統計署為評估於二零一一年四月發表以二零零九/一零年為基期的綜合消費物價指數而進行的家庭開支調查顯示，香港居民的家庭開支其中約27.5%用於食物，僅次於房屋開支(約31.7%)，而食物開支其中約17.1%用於非家居膳食。

如下圖所示，香港的全年人均食物開支於二零零九年下跌3.9%，其後於二零一零年回升6.4%，大致跟隨期內香港的本地生產總值走勢。二零一一年消費值為25,562.2港元，年增長率為9.1%。根據Frost & Sullivan報告，預期香港於二零一六年的人均食物開支可達35,044.5港元，由二零一二年至二零一六年的複合年增長率達6.2%。



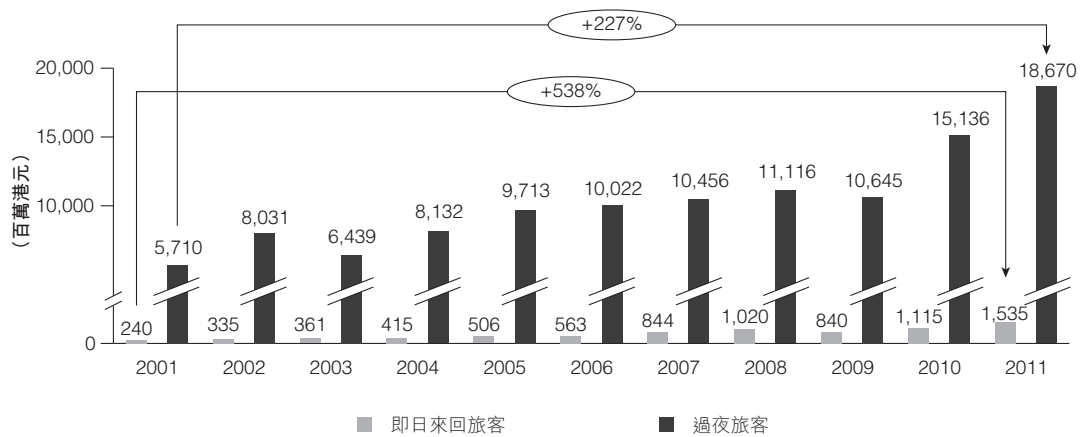
資料來源：香港政府統計署及Frost & Sullivan報告

旅遊業興旺帶動增長

金融服務、貿易與物流、旅遊，以及生產及專業服務，是香港經濟四大產業，向來是香港經濟的增長動力，既帶動其他產業發展，亦提供就業機會。餐飲業是旅遊業其中一大板塊。

據香港旅遊發展局所示，訪港旅客總人數由二零零三年約1,550萬人次上升至二零零九年約2,960萬人次，複合年增長率約為11.4%。與入境旅遊有關的開支由二零零三年約749億港元增至二零零九年約1,629億港元。

根據Frost & Sullivan報告，旅客在香港用於膳食方面的總開支由二零零一年至二零一一年間穩步增長，即日來回旅客的膳食開支由2.4億港元增至15.35億港元，而過夜旅客的膳食開支則由57億港元增至187億港元。

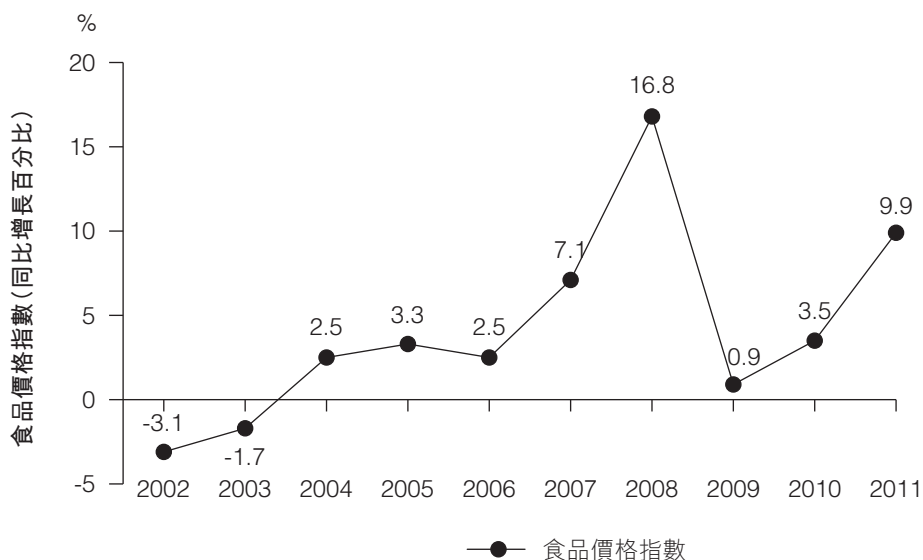


附註：膳食開支總額指在酒店以外用膳的開支總額

資料來源：香港旅遊發展局及Frost & Sullivan報告

食品價格指數

食品價格因應整體供求及其他因素而有所改變，這些因素包括環境狀況，如氣候及天然災害。由二零零七年至二零一一年間，食品價格指數的增長率高於同期的消費物價指數，其中二零零八年同比增長更達**16.8%**，而同年的消費物價指數增長僅為**4.3%**。下圖列出香港食品價格指數由二零零二年至二零一一年的同比變化：

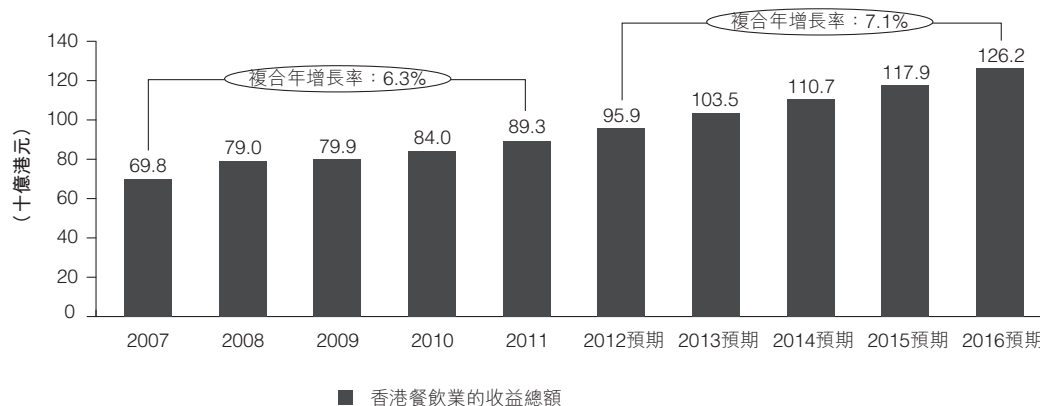


資料來源：香港政府統計署、國際貨幣基金組織及Frost & Sullivan報告

香港餐飲業分析

概覽

由二零零七年至二零一一年，香港餐飲市場的總收入由**698**億港元增至**893**億港元。據Frost & Sullivan報告，二零一二年至二零一六年期間內，預期市場規模將以**7.1%**的複合年增長率增長，至二零一六年將達**1,262**億港元。



資料來源：香港政府統計署及Frost & Sullivan報告

行業概覽

市場分類

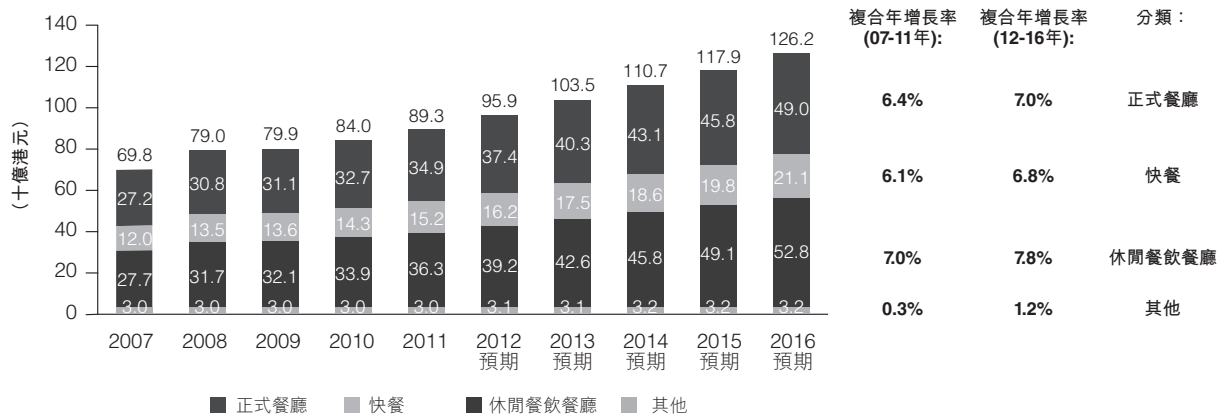
根據Frost & Sullivan報告，香港及中國的餐飲業可按食肆經營模式及菜式類型，進一步作如下分類：

市場分類	細分類	定義
正式餐廳		正式餐廳指傳統的正規餐廳，由侍應提供全面的餐桌服務。這些餐廳一般於午膳及晚膳時間營業而非全日營業。
休閒餐飲餐廳	茶餐廳	休閒餐飲餐廳指環境輕鬆並供應而中等價格食物的食肆，通常提供少量餐桌服務。這些餐廳的營業時間較長，供膳時間亦較正式餐廳更具彈性。 此分類包括： <ul style="list-style-type: none"> • 茶餐廳； • 西式休閒餐飲餐廳； • 咖啡室，以供應咖啡及小食為主； • 茶樓，以供應茗茶點心為主；及
	西式休閒餐飲餐廳	
	茶樓	
	咖啡室	
	酒吧	
快餐		快餐店供應中、西菜式，特點是服務快捷及提供標準化的菜式。快餐店通常設有點菜及烹調櫃台，專為高速及高效處理點菜、烹調及上菜而設計。 大部分快餐店供應劃一規格菜式。顧客通常在櫃台點菜，然後自行領取所點食物及帶到堂食區或店外食用，不設餐桌服務。
其他		其他食肆包括外賣店、攤檔、路邊小販及並無列入上表的餐飲場所。此分類亦包括到會服務。

根據Frost & Sullivan報告，二零一一年香港的餐飲業市場上共有15,760間餐廳，以餐廳數目計算，其中34.9%屬於正式餐廳，34.8%屬於休閒餐飲餐廳，11.8%屬於快餐店，及18.5%屬於其他類別。

行業概覽

下圖顯示於二零零七年至二零一一年上述各分類的市場規模及二零一二年至二零一六年的預測佔比。



資料來源：香港政府統計署及Frost & Sullivan報告

儘管以餐廳數目計算，休閒餐飲餐廳所佔的市場份額較小，但其市場規模卻是四類餐飲分類之冠。主要原因是休閒餐飲餐廳所供應菜式多樣化，且價格均在消費者負擔能力範圍之內，故其目標顧客層面最廣。此外，休閒餐飲餐廳的供膳時間較具彈性，營業時間較長及每店可款待的顧客人數也較多。

食肆經營模式

連鎖餐廳在香港的餐飲業內佔有重大比例。於二零一一年，連鎖餐廳為香港餐飲市場帶來的收入達165億港元，市場佔有率為18.5%。二零一一年香港餐飲市場來自非連鎖餐廳的銷售收入為728億港元，佔總收入81.5%。

預料連鎖餐廳的數目及所得收入將會上升，其中一個原因為連鎖餐廳在擴展空間及營運效率上均較獨立營運的餐廳優勝，且實力雄厚的連鎖餐廳在籌措資金上亦較獨立營運的餐廳容易。根據Frost & Sullivan報告，該等因素將繼續有利於連鎖餐廳分類進一步增長。

休閒餐飲分類分析

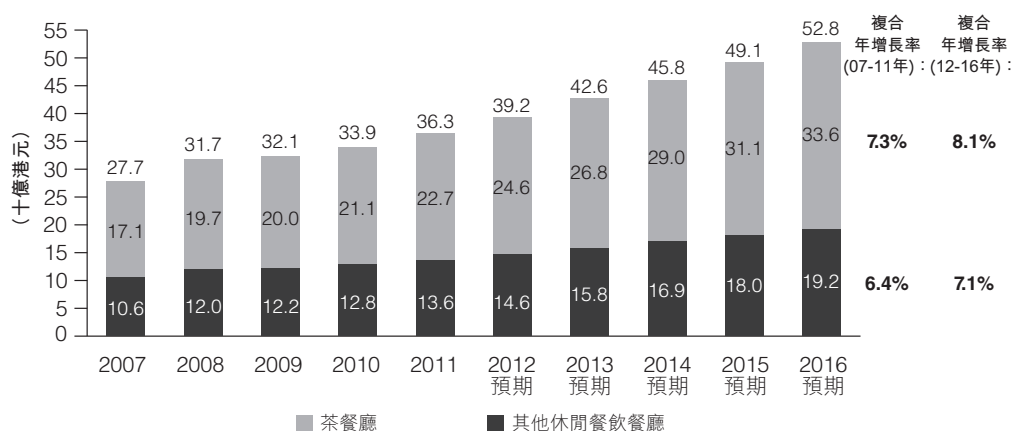
根據Frost & Sullivan報告，香港及中國的休閒餐飲餐廳可分為下列類別：

香港及中國的休閒餐飲餐廳類別	
分類	釋義
茶餐廳	<p>起源於香港，備有侍應款待的休閒餐飲餐廳。這些餐廳供應價格相宜的菜式，除了奶茶、魚蛋和菠蘿包等傳統粵式風味美食外，更融合西方和亞洲元素，如牛扒、馬來咖喱和潮式粉麵。茶餐廳其中一大特色是全日供應套餐，提供早、午、晚餐之外還有下午茶餐。午餐及晚餐通常附送一客湯水及一杯飲品。</p> <p>茶餐廳的出現與香港的歷史息息相關。第二次世界大戰之後，西方飲食文化對香港市民帶來重大影響，港人對西餐菜式耳熟能詳，但價錢卻非普羅大眾所能負擔。冰室(即茶餐廳的前身)便應運而生，以香港普羅大眾能夠負擔的價格供應中西合璧的菜式。經數十年發展，冰室逐漸演變成茶餐廳，現已成為具有地道風味的正宗香港飲食文化，將傳統粵菜風味美食融合西方和亞洲元素，當中很多菜式結合中西食材及烹調方法。</p> <p>茶餐廳常見於大中華地區，尤其是香港、澳門及廣東部分地區。中國的茶餐廳除供應傳統茶餐廳菜式外，亦供應富地道風味的特色菜，如四川菜及湖南菜。自一九八零年代起，茶餐廳亦遍設澳洲、加拿大、英國及美國等西方國家的華埠。</p>
西式休閒餐飲餐廳	環境輕鬆而食物價格中等的西餐廳。
茶樓	供應點心及茗茶的亞洲食肆。

行業概覽

香港及中國的休閒餐飲餐廳類別	
分類	釋義
咖啡室	主要供應咖啡的食肆，亦泛指以「咖啡室」為名而同時供應各式小食及膳食的非正式餐廳。
酒吧	專門供應含酒精及不含酒精飲品，所供應食品一般為簡易烹調的小食的場所。

按二零一一年的收入計算，茶餐廳在香港的休閒餐飲餐廳分類中佔有最大市場份額，西式休閒餐飲餐廳緊隨其後。下圖顯示上述各分類於二零零七年至二零一一年在整體休閒餐飲餐廳市場中所佔的比例及由二零一二年至二零一六年的預測佔比。



附註：其他休閒餐飲餐廳包括西式休閒餐飲餐廳、茶樓、咖啡室及酒吧。

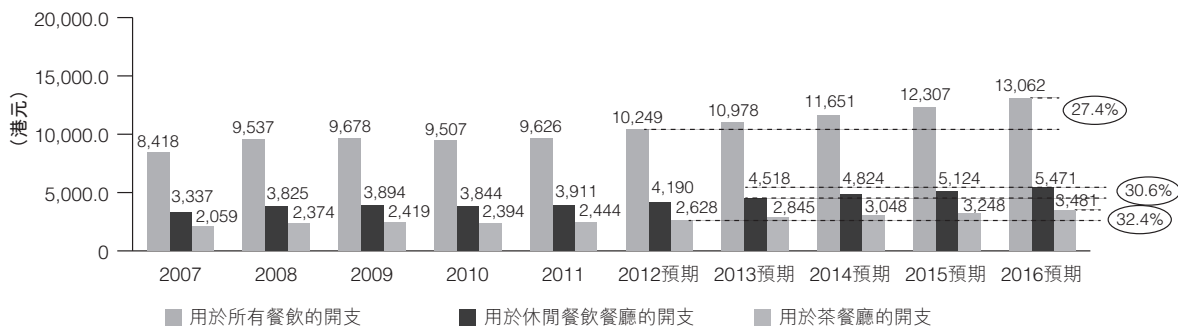
資料來源：Frost & Sullivan 報告

香港茶餐廳市場分析

根據Frost & Sullivan報告，茶餐廳是香港最受歡迎的休閒餐飲餐廳分類，預計會繼續成為休閒餐飲顧客的首選用餐模式。

行業概覽

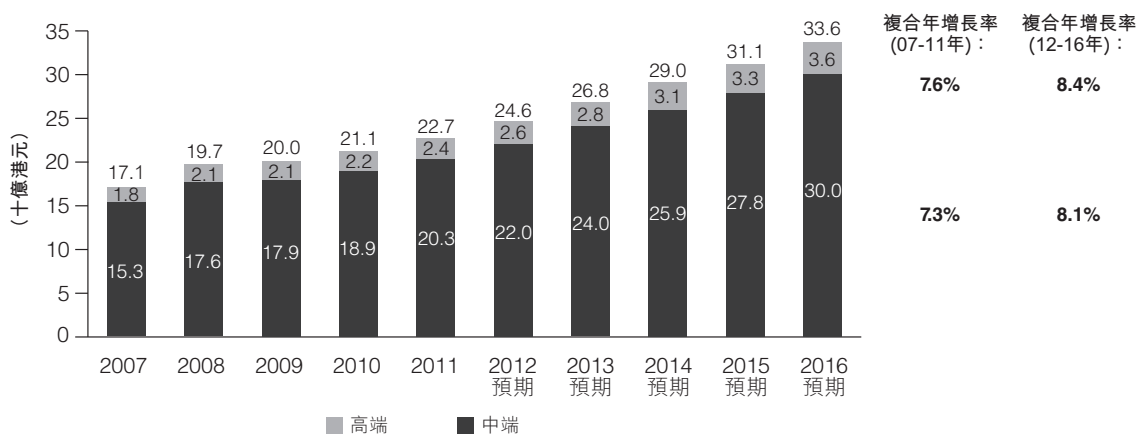
香港居民(不包括遊客)用於餐飲的全年人均開支由二零零七年的8,418港元增至二零一一年年的9,626港元，期內的增長率為14.4%。該等顧客用於休閒餐飲餐廳的全年人均開支由二零零七年的3,337港元增至二零一一年年的3,911港元，顯示期內增長率高達17.2%。屬於休閒餐飲餐廳分類的茶餐廳的全年人均開支由二零零七年的2,059港元增至二零一一年年的2,444港元，期內的增長率高達18.7%。根據Frost & Sullivan報告，預期至二零一六年，用於茶餐廳的人均開支將達3,481港元，期內的增長率為32.4%。



附註：人均消費僅指香港本地居民，不包括遊客。用於計算人均開支的市場規模並不包括遊客所佔部分。

資料來源：Frost & Sullivan 報告

根據Frost & Sullivan報告，高端茶餐廳通常符合全年銷售收益、人均消費額等定量條件，以及地方寬敞、用膳環境舒適及菜式味美等質量條件。高端茶餐廳的全年銷售收益應超過1,800萬港元，而人均消費額則應超過50港元。其他茶餐廳則歸類為中端市場。



附註：高端茶餐廳的全年銷售額應超過1,800萬港元，而人均消費應超過50港元。

資料來源：Frost & Sullivan 報告

以經營模式劃分茶餐廳

在Frost & Sullivan報告內，連鎖餐廳指有兩間或以上同名分店的餐廳，可根據股份擁有形式或特許專營協議形式經營。

Frost & Sullivan報告就茶餐廳行業所作分析顯示，於二零一一年，全港的茶餐廳連鎖集團為數不多，市場以獨立經營的餐廳為主。於二零一一年，在全港2,520間茶餐廳中，10.1%分類為連鎖餐廳，而在茶餐廳於二零一一年所得的收入227億港元中，11.1%來自連鎖餐廳。

在所有連鎖茶餐廳中，擁有超過十間分店的公司不足五間，大部分公司僅擁有兩至三間分店。於二零一一年，連鎖茶餐廳的每店平均銷售額為990萬港元，較非連鎖茶餐廳高出11.3%，因連鎖店具有多項競爭優勢，如品牌形象鮮明、較高的人均開支及顧客基礎較大。由於可發揮規模經濟效益，例如使用中央廚房，故連鎖茶餐廳的盈利能力較高。有關連鎖茶餐廳的更詳盡分析，請參閱下文「一連鎖茶餐廳的競爭情況」。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

連鎖茶餐廳的競爭情況

茶餐廳市場結構高度分散。由於開業所需資金及經營技巧水平方面的要求較低，故市場進入門檻較低，因此也說明何以茶餐廳傳統上多由家族擁有及經營。

行業概覽

Frost & Sullivan編製的下表顯示，連鎖茶餐廳營辦商已成功開拓市場，並取得一定的市場份額及持續增加滲透率：

按餐廳數目分析香港連鎖茶餐廳市場(二零一一年)

級別準則：餐廳數目	營辦商 概約數目	佔行業總收入 概約佔比
1 10間或以上.....	4	7.4%
2 2-9間餐廳.....	30	7.2%
3 1間餐廳.....	2,000	85.4%

連鎖茶餐廳營辦商的實際滲透率受多項因素影響，包括：

- **餐廳數目** — 餐廳數目與每間營辦商所佔收入成正比。
- **用膳氣氛** — 連鎖茶餐廳通常屬於高端茶餐廳，舖面面積較獨立經營的餐廳大，裝修及設施的水準亦較高。此外，顧客有信心在光顧同一品牌的不同分店時，都能在舒適的環境下享用味道始終如一的美食。
- **餐廳地理位置** — 連鎖茶餐廳通常位於高人流地區，遍及港九新界，網羅各區顧客。
- **每店座位數目** — 連鎖茶餐廳的營業樓面面積通常較大，每店的座位數目亦較非連鎖經營的餐廳多。
- **品牌知名度及市場推廣** — 連鎖茶餐廳的企業形象鮮明，品牌早已廣為人識。顧客通常較放心在熟悉的餐廳用膳及光顧彼等熟悉及信賴的公司。
- **翻座率高** — 連鎖茶餐廳的翻座率(指餐廳內每個座位每日佔用的次數)通常較高，因連鎖茶餐廳的營業時間較非連鎖經營的餐廳長。
- **賬單平均金額較大** — 連鎖茶餐廳通常屬於高端茶餐廳，菜式的平均價格較高，故賬單金額亦較大。
- **營運效率較高** — 連鎖茶餐廳通常可利用本身的經營規模，實現在採購及製作食品的平均成本較非連鎖餐廳為低的優勢。

行業概覽

Frost & Sullivan已編製於二零一一年十二月的香港十大連鎖茶餐廳營辦商列表如下，乃按截至二零一一年十二月三十一日止年度的收入選出及排名：

品牌	截至 二零一一年 十二月 三十一日止		市場 佔有率	每店 全年銷售額	日均 收益	日均 賬單數目	平均 單價	平均 菜單價格	餐廳總數	餐廳數目			座位數目
	年度收入	翻座率								香港島	九龍	新界	
	(百萬港元)	(%)	(顧客/ 座位/日)	(百萬港元)	(千港元)		(港元)	(港元)					
翠華餐廳.....	722	3.2	11.47	40.4	105.6	806	90	37	19	7	7	5	2,950
太興燒味餐廳.....	497	2.2	10.72	19.3	49.3	470	61	33	28	10	13	5	2,510
太興新世紀.....	305	1.3	9.67	27.7	77.0	741	66	33	11	1	9	1	1,630
銀龍粉麵茶餐廳.....	270	1.2	9.80	20.1	53.6	589	52	30	14	2	3	9	1,675
澳門茶餐廳.....	156	0.7	10.44	31.3	86.7	825	35	32	5	3	2	—	820
美心香港地.....	63	0.3	8.39	13.6	29.2	331	30	30	6	4	1	1	630
明苑粉麵茶餐廳.....	60	0.3	10.80	15.0	41.7	502	33	29	4	—	4	—	360
蘭芳園.....	46	0.2	11.43	12.1	31.9	343	44	29	4	3	1	—	295
富都茶餐廳.....	43	0.2	10.32	10.7	43.8	554	30	27	4	—	1	3	285
澳門翠苑茶餐廳.....	37	0.2	10.49	9.3	25.7	306	29	27	4	—	3	1	230

附註：以上數據乃基於假設餐廳全年營業日數為365日而得出。

香港茶餐廳行業的市場驅動因素及發展趨勢分析

現行市場動力

經濟蓬勃帶動人均收入上升

香港是富裕及增長穩定的經濟體系，香港的名義本地生產總值由二零零九年約16,223億港元增至二零一一年約19,232億港元。食品方面的人均可支配支出亦相應增加。外出用膳為香港人生活重要部分，而本地居民的消費需求正好支持香港的餐飲業持續增長。

香港消費者講求物有所值，意味選擇本身有能力負擔的休閒餐飲模式(例如茶餐廳)的趨勢預期將會有增無減。

來自中國的遊客數目增加

香港餐飲業的表現與香港旅遊業息息相關。據香港商務及經濟發展局轄下旅遊事務署的資料顯示，於二零一一年，來自世界各地的訪港遊客數目創下4,200萬人次的記錄新高，較二零一零年大幅上升16.4%。於二零一一年，中國仍是香港最大的單一遊客來源，到港人數達2,810萬人次，佔抵港旅客總人數的67.0%。在所有抵港中國遊客中，1,450萬人次(51.6%)屬於即日來回性質，較上年度同期上升31.7%。65.3%內地遊客(1,830萬人次)是以「個人遊」身分來港，較去年同期上升28.8%。

訪港遊客數目增加，帶動餐飲業的需求上升。茶餐廳、點心、大牌檔等富於正宗香港地道飲食文化特色的本地傳統港式食肆極受遊客歡迎。

生活模式及人口結構轉變

香港消費者生活節奏急速，在家用餐的時間及意欲較少。由於工作繁忙，香港市民在決定購買膳食上愈來愈講求方便。

此外，女性在香港勞動人口所佔比例不斷上升，單身家庭的數目增多及人口老化，為茶餐廳製造更多潛在商機，因顧客均因應各自的生活方式尋求本身有能力負擔及靈活的用膳模式。

香港象徵進入中國市場的大門

香港是全球最開放的經濟體系之一，倚賴貿易作為經濟主要動力。香港於二零零三年與中國簽訂更緊密經濟合作協議，得以優先拓展中國的服務行業。香港已奠定其為中國內資公司在國際主要市場集資的金融中心地位。目前，政府預期加強與珠江三角洲融合是實現持續增長的最大潛力。隨著建築業放緩，香港有機會成為刺激中國第三級產業發展的服務業基地。

當前市場趨勢

香港作為中國及亞洲的品牌平臺

由於香港在地理位置上靠近中國、具有完善的物流基礎設施、可靠的金融及銀行體制、共通的語言及文化以及良好的政治及貿易關係，香港成為進軍中國市場的大門。以香港作為基地市場可為企業提供業務渠道在區內及世界各地建立品牌形象。

主要參與者加強其市場參與度

香港連鎖茶餐廳的強勁增長和較高的利潤水平，吸引現有品牌擁有人願意透過增加滲透現有市場及開拓新市場加大力度擴展業務。預期品牌擁有人進一步加強銷售滲透程度及市場推廣工作將會刺激香港高端連鎖茶餐廳日後的銷售總值上升。

B. 中國

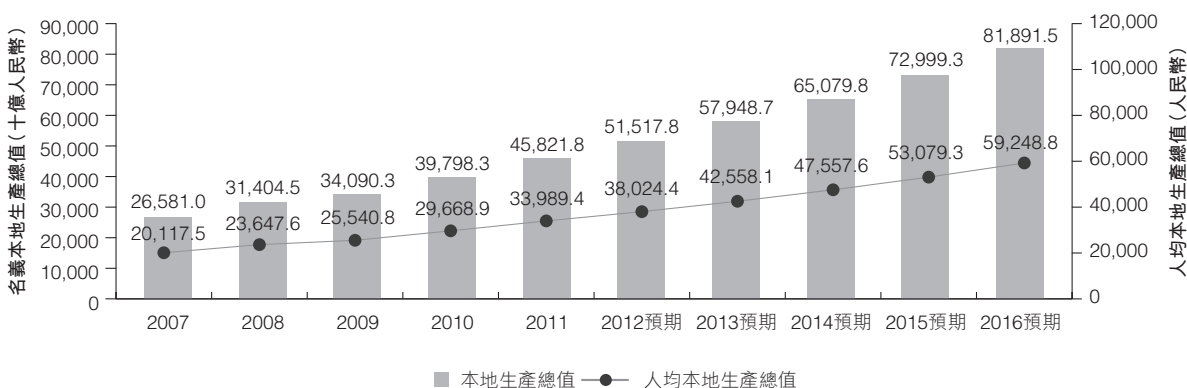
與茶餐廳行業息息相關的經濟特色

人口眾多及本地生產總值強勁增長

中國的人口逾十三億，是全球人口最多的國家。中國自一九七零年代後期實行改革開放以來，本地生產總值不斷迅速增長。近年，雖然在全球經濟倒退的大氣候下中國亦受一定程度的影響，但因全球金融風暴而遭受的影響已遠較世界其他國家為小，復甦速度也較其他國家快。據國家統計局的資料顯示，中國本地生產總值由二零零八年至二零零九年的增長率為**8.6%**。於二零一零年，中國經濟繼

續以9.5%的速率增長，至二零一一年達到人民幣458,218億元。中國政府宣布多項大型投資政策，目標是推動不同產業於第十二個五年計劃期內支持經濟增長。基於此等大型的投資政策及當局意識到有需要在投資與本地消費之間取得平衡的經濟結構，Frost & Sullivan報告估計，以名義本地生產總值計算，中國經濟於二零一二年至二零一六年將以12.3%的複合年增長率繼續擴張。

過去五年，中國的人均本地生產總值亦有所增長，但二零零九年則因金融危機而放緩增長。內需對於刺激本地生產總值增長發揮的作用愈來愈大，中國於二零零九年至二零一零年的本地生產總值增長10.3%，其中92%來自內需。於二零一一年，人均本地生產總值達人民幣33,989.4元，國際貨幣基金組織估計至二零一六年將增至人民幣59,248.8元，即二零一二年至二零一六年的複合年增長率為11.7%。



資料來源：國家統計局、國際貨幣基金組織及Frost & Sullivan報告

城市化進程急劇加快

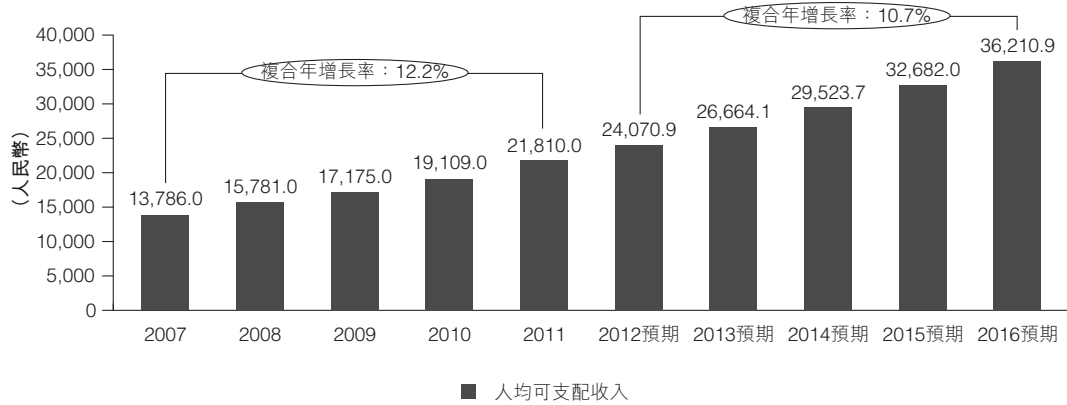
中國迅速的經濟發展令城市化進程加快，人民生活日益富庶。隨著農村人口遷往城市及鄉鎮轉型為城市，中國的城市化進程因工業急速發展而加快。由二零零七年至二零一一年，中國的城市化率由44.9%增至50.4%。Frost & Sullivan預期中國的城市化率於二零一六年將達53.1%。

可支配收入增加及增長動力

由於中國的經濟發展迅速，生活水平大為改善，這從城市及農村家庭的收入及消費均有增加中可見一斑。此外，近期的稅制改革批准將中國國民的免繳個人所得稅門檻提高至每月人民幣3,500元及實施嶄新的精簡稅階。最低的稅階將由5個百分點減至3個百分點，更多工人將被納入稅網。此舉普遍視被為回應大眾對通脹及食品價格飛漲的關注。

行業概覽

中國的人均可支配收入由二零零七年的人民幣13,786.0元增至二零一一年的人人民幣21,810.0元，複合年增長率為12.2%。Frost & Sullivan預期此數字將繼續上升，至二零一六年達到人民幣36,210.9元，複合年增長率為10.7%。

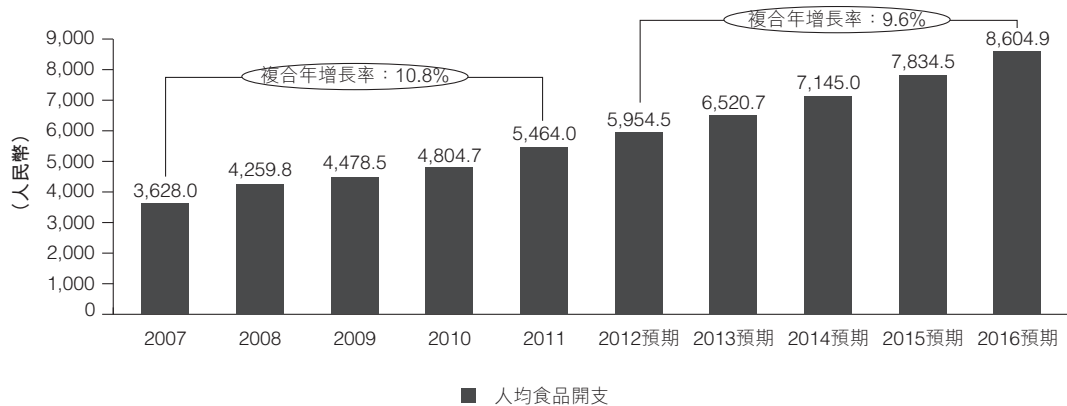


資料來源：國家統計局、國際貨幣基金組織及Frost & Sullivan報告

人均食品開支

中國的人均食品開支由二零零七年至二零一一年複合年增長率為10.8%。二零一一年全年人均食品開支為人民幣5,464.0元，年增長率為13.7%，幾乎是二零一零年增長率的兩倍，證明中國已從全球金融危機中強勁復甦。

由於中國經濟強勁增長、可支配收入增加、城市化速度加快及收入與消費同步上升，中國人民出外用膳的次數及頻密度均有增加。時至今日，出外用膳不僅為圖方便，亦已成為一種社交酬酢。此外，鑑於生活節奏加快及可支配收入增加，愈來愈多消費者選擇出外用膳，與朋友或業務夥伴共享美食。小家庭的出現和女性加入勞動人口的比例增高亦是出外用膳次數上升的原因。基於此等因素，Frost & Sullivan預計中國內地於二零一六年的人均食品開支將達人民幣8,604.9元，即二零一二年至二零一六年的複合年增長率為9.6%。

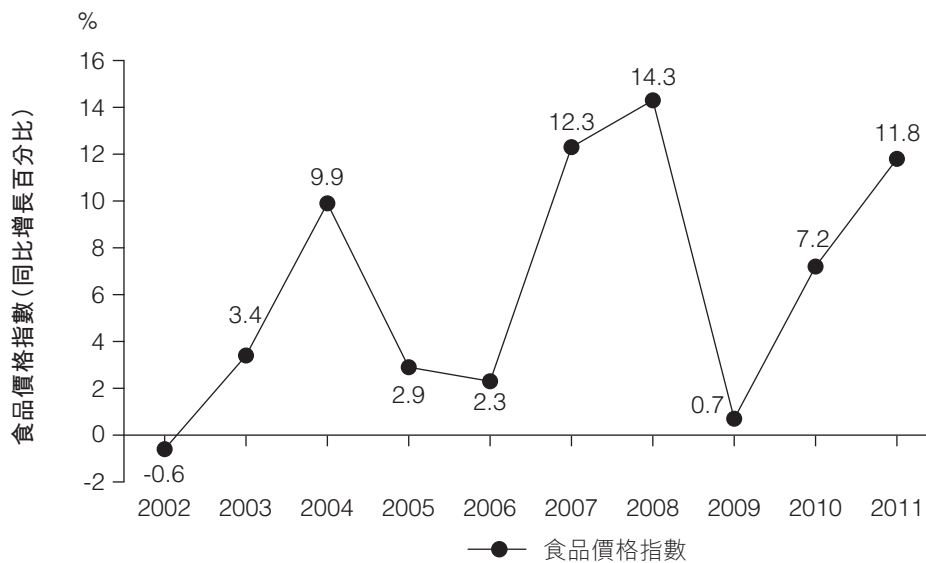


資料來源：國家統計局及Frost & Sullivan報告

食品價格指數

食品價格因應整體供求及其他因素而有所改變，這些因素包括環境狀況，如氣候及天然災害。中國於過去十年的食品價格指數非常波動，以二零零八年的增長幅度最高，達**14.3%**，而二零零二年則出現負增長**-0.6%**。中國的食品漲幅於二零零八年創新高，其後於二零零九年回落至**0.7%**。過去三年，由於全球食品市場的供求不穩定，中國的食品價格指數不斷攀升，預料將繼續因波動的全球經濟環境、全球商品貿易市場以及國內食品供應商的成本不斷上漲而受到影響。

下表列載由二零零二年至二零一一年中國食品價格指數的同比變化：

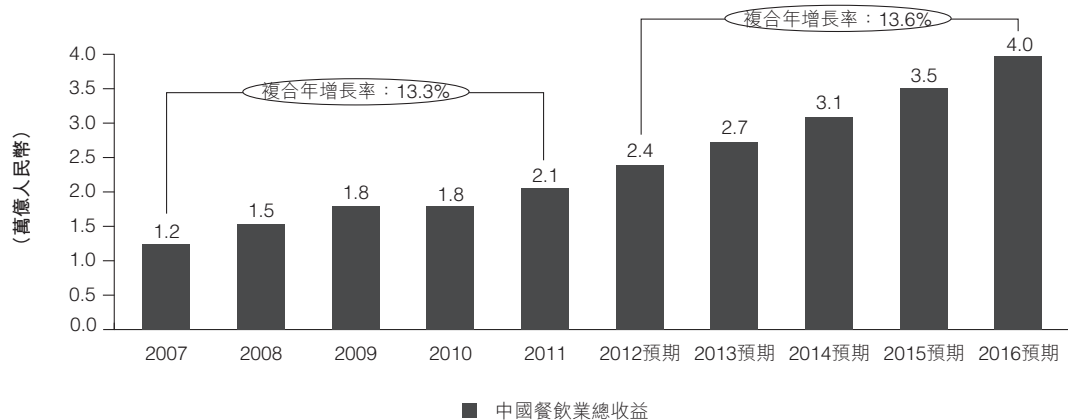


資料來源：國家統計局、國際貨幣基金組織及Frost & Sullivan報告

中國餐飲業分析

概覽

由二零零七年至二零一一年，中國餐飲市場的總收入由人民幣12,000億元增至人民幣21,000億元，複合年增長率為13.3%。根據Frost & Sullivan報告，於二零一二年至二零一六年期間內，預期市場規模於二零一六年將增至人民幣40,000億元，複合年增長率達13.6%。



資料來源：國家統計局及Frost & Sullivan報告

市場分類

根據Frost & Sullivan報告，中國餐飲業是按食肆經營模式及菜式加以分類，與上文「一香港餐飲業分析一市場分類」概述的方式相同。如前文所載，該等分類為：

- 正式餐廳；
- 休閒餐飲餐廳；
- 快餐；及
- 其他。

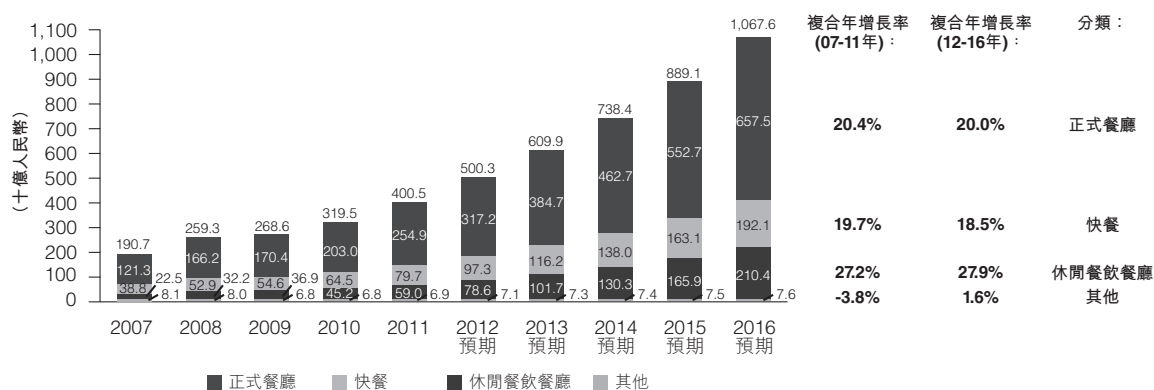
定義見本節上文「一香港餐飲業分析一市場分類」列表。

根據Frost & Sullivan報告，於二零一一年，中國餐飲市場共有42,349間餐廳。Frost & Sullivan報告僅將全年銷售收入逾人民幣2百萬元的餐廳界定為具指定規模的餐廳並進行分析。由二零零七年至二零一一年，中國超逾指定規模的餐廳所得收入由人民幣1,907億元增至人民幣4,005億元，複合年增長率為20.4%。據Frost & Sullivan表示，預計此市場於二零一二年至二零一六年間將按20.9%的複合年增長率增長，二零一六年的總銷售收入可達人民幣10,676億元。

行業概覽

在42,349間超逾指定規模的餐廳中，45.6%屬於正式餐廳分類，25.0%屬於休閒餐飲餐廳分類，23.0%屬於快餐分類及6.4%屬於其他分類。

下表顯示於二零零七年至二零一一年上述各分類佔整體餐飲市場的比例及由二零一二年至二零一六年的預計比例。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

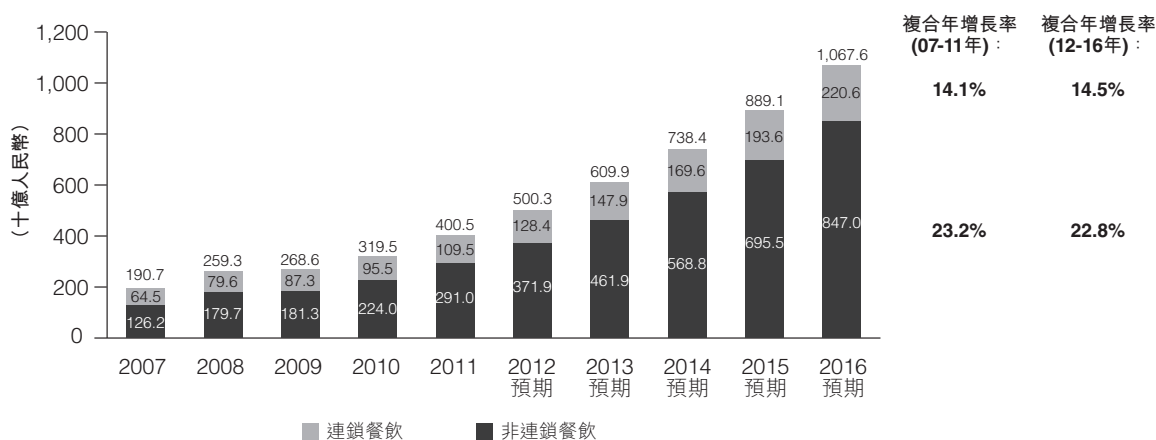
於二零一一年，休閒餐飲餐廳僅佔中國整體餐飲市場的14.7%，於二零一一年的銷售收入為人民幣590億元。然而，此分類於過去五年不斷增長，複合年增長率達27.2%，是餐飲業中增長最迅速的分類。此外，根據Frost & Sullivan報告，預期休閒餐飲餐廳分類於未來五年將以27.9%的複合年增長率增長，至二零一六年可達人民幣2,104億元。相較之下，預計正式餐廳及快餐於此預測期的增長率將較為溫和，分別為20.0%及18.5%。

食肆經營模式

連鎖餐廳在中國的餐飲市場中佔據頗大比例。於二零一一年，在42,349間達指定規模以上的餐廳中，連鎖餐廳佔40.5%。

行業概覽

由二零零七年至二零一一年，連鎖餐廳的銷售總值由人民幣645億元增至人民幣1,095億元，於二零一一年的市場佔有率為27.3%。未來五年，估計來自連鎖餐廳的銷售收入可達人民幣2,206億元，複合年增長率為14.5%。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

基於難以迎合中國不同地區的口味等多種原因，獨立經營的食肆在中國內地餐飲市場上仍佔大多數，但近年連鎖餐廳的市場佔有率持續上升，原因為(i)人口遷徙逐漸打破因不同地區人民口味各異而產生的障礙；(ii)消費者愈來愈關注食物安全問題，令大型連鎖餐廳成為較吸引的選擇；(iii)連鎖餐廳在擴展空間及營運效率上均較獨立營運的餐廳優勝；及(iv)實力雄厚的連鎖餐廳在籌措資金上一般較獨立營運的餐廳容易。此等因素將繼續支持連鎖餐飲行業進一步增長。

中國休閒餐飲餐廳分類分析

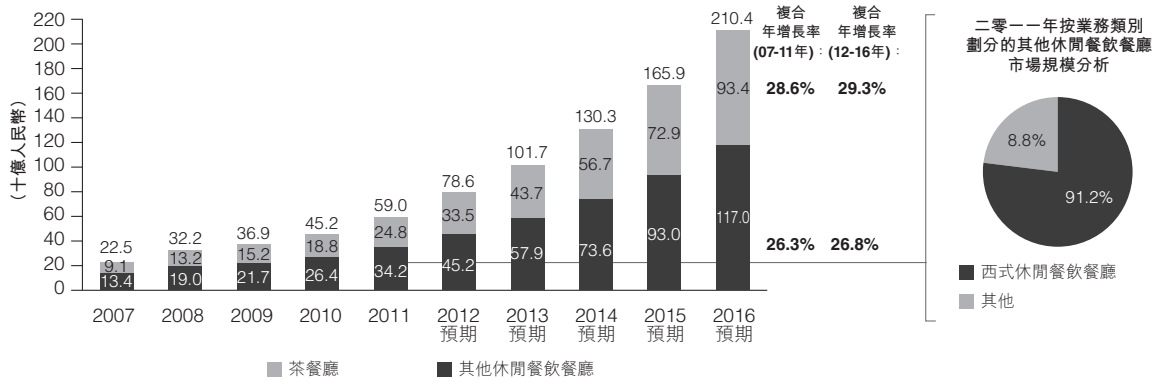
根據Frost & Sullivan報告，中國的休閒餐飲餐廳市場可按與本節上文「一 休閒餐飲餐廳分類分析」概述的相同分類方式加以分類。如前文所載，該等分類為：

- 茶餐廳，但中國內地的茶餐廳除供應傳統茶餐廳菜式外，亦供應富地道風味的特色菜，如四川菜及湖南菜；
- 西式休閒餐飲餐廳；
- 咖啡室，以供應咖啡及小食為主；
- 茶樓，以供應茗茶點心為主；及
- 酒吧，供應汽水及酒精飲品。

定義見本節上文「一 休閒餐飲餐廳分類分析」列表。

行業概覽

按收入計算，茶餐廳在中國的休閒餐飲餐廳分類中佔有重大市場佔有率。下圖顯示茶餐廳及其他休閒餐飲餐廳分類於二零零四年至二零一一年在整體休閒餐飲餐廳市場中所佔的比例及由二零一二年至二零一六年的預計比例。



附註：其他休閒餐飲餐廳包括西式休閒餐飲餐廳、茶樓、酒吧及咖啡室。

資料來源：Frost & Sullivan

中國茶餐廳市場分析

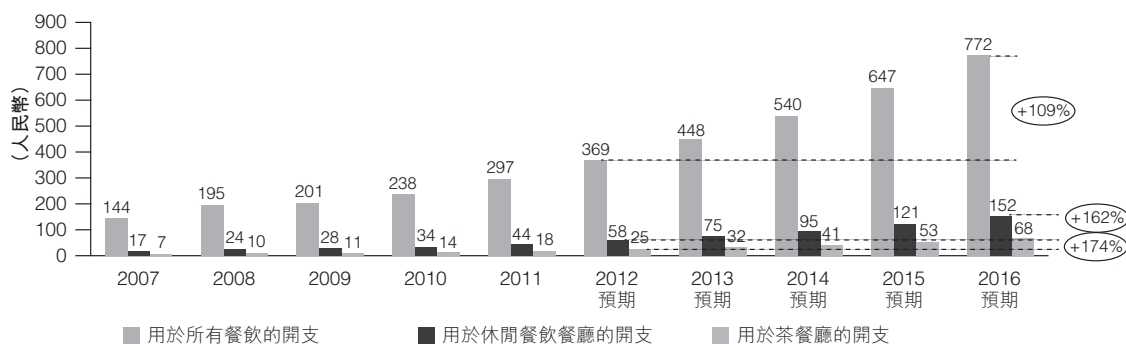
茶餐廳於一九九零年代後期進軍中國休閒餐飲餐廳市場，最早見於沿海主要城市，尤其是廣東及上海以及若干華南城市。第二輪茶餐廳熱潮於二零零七年在珠三角地區展開，同時進佔華北地區的城市，迅即成為中國顧客鍾愛的餐飲模式。於二零一一年，中國共有**3,728**間茶餐廳，Frost & Sullivan預期，至二零一六年，茶餐廳分部將成為休閒餐飲餐廳分類中增長速度較快的分類。

形成此增長勢頭的部分原因是茶餐廳供應的菜式迎合中國人傳統味，因典型香港菜式與中菜並非涇渭分明，且大部分茶餐廳同時為顧客供應西菜或中西合璧的菜式，令菜單內容更豐富。此外，茶餐廳的營業時間較長，且沒有設定午餐及晚餐時間，在用膳時間上較具靈活彈性。

用於餐飲的全年人均開支總額由二零零七年的人民幣**144**元增加**106%**至二零一一年的人人民幣**297**元，其中用於休閒餐飲餐廳的全年人均開支由人民幣**17**元增加**157%**至人民幣**44**元。就屬於休閒餐飲餐廳分類的茶餐廳方面，則由二零零七年的人人民幣**7**元增至二零一一年的人人民幣**18**元，合計增長率達**168%**。整體餐飲業(尤其是茶餐廳分類)迅速增長的原因是全年人均可支配收入顯著增長、城市化進程加快及消費模式有所轉變，對休閒餐飲餐廳的接受及喜愛程度均有增加。

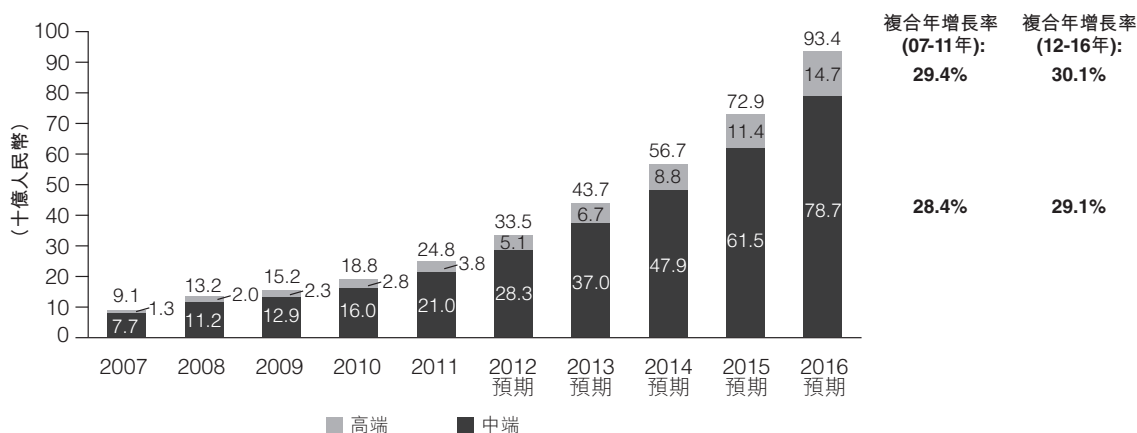
行業概覽

根據Frost & Sullivan報告，預期至二零一六年，用於整體餐飲的全年人均開支將達人民幣772元，而於二零一六年用於茶餐廳的人均開支則達人民幣68元，合計增長率為174%。



資料來源：Frost & Sullivan

根據Frost & Sullivan報告，高端茶餐廳通常符合全年銷售收益、人均消費額等定量條件，而且符合地方寬敞、用膳環境舒適及菜式味美等質量條件。高端茶餐廳的全年銷售收益應超過人民幣2,000萬元，而人均消費額則應超過人民幣55元。其他茶餐廳則歸類為中端市場。



*附註：高端茶餐廳的全年銷售額應超過人民幣2,000萬元，而人均消費應超過人民幣55元。

資料來源：Frost & Sullivan

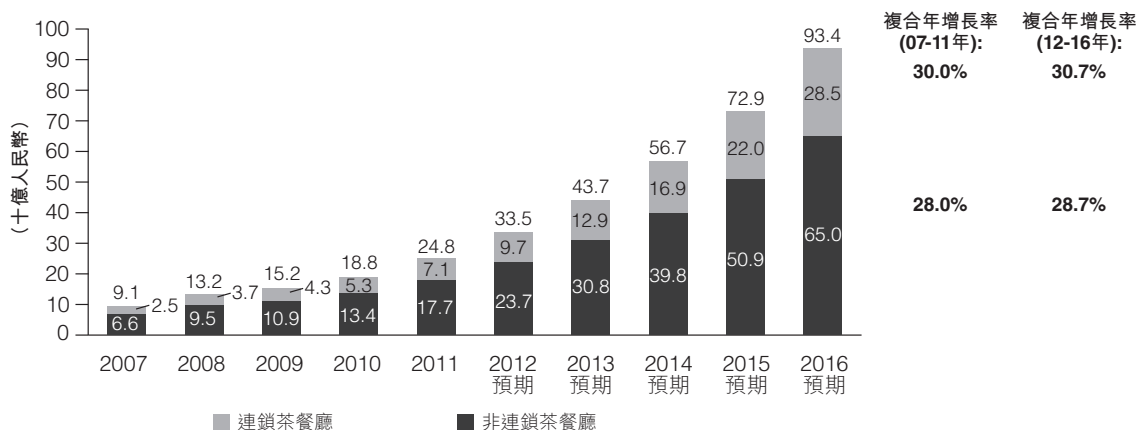
以經營模式劃分茶餐廳

情況一如香港的茶餐廳市場，在Frost & Sullivan報告內，連鎖餐廳指有兩間或以上同名分店的餐廳，可根據股份擁有形式或特許專營協議形式經營。

行業概覽

雖然中國大多數茶餐廳屬於獨立經營的餐廳，但於二零一一年，中國3,728間茶餐廳其中27.5%被分類為連鎖餐廳，而於二零一一年，茶餐廳所得收入人民幣248億元其中28.6%來自該等連鎖茶餐廳。

由二零零七年至二零一一年，中國的連鎖茶餐廳市場呈現蓬勃增長，銷售收入由人民幣25億元增至人民幣71億元。非連鎖茶餐廳的銷售收入估計由二零一一年的人人民幣177億元增至二零一六年的人人民幣650億元，複合年增長率為28.7%，部分原因是中國消費者的消費力上升，且愈來愈講究食物質素及較喜歡光顧老字號的連鎖餐廳，自近年中國出現連串有關食物安全問題的報導後，情況尤其明顯。



資料來源：Frost & Sullivan

連鎖茶餐廳競爭情況

總括而言，中國的連鎖茶餐廳乃處於早期發展階段，市場仍以獨立經營的餐廳佔主導，業務遍佈全國的連鎖餐廳數目有限。全國性連鎖茶餐廳數目有限的主要原因為(i)該等餐廳相對低檔餐廳對環境及食物質素較為講究；及(ii)相對低檔餐廳，連鎖茶餐廳的每店資本開支一般較高。

Frost & Sullivan編製的下表顯示，連鎖茶餐廳營辦商已成功開拓市場，並取得一定的市場份額及增加市場滲透率：

按餐廳數目分析中國連鎖茶餐廳市場(二零一一年)

級別準則：餐廳數目	營辦商概約數目	佔行業總收入概約佔比
1 10間或以上.....	6	6.7%
2 2-9間餐廳.....	900	22.2%
3 1間餐廳.....	2,700	71.1%

行業概覽

連鎖茶餐廳營辦商的實際滲透率為多項因素的函數，該等因素與上文「香港茶餐廳市場分析——以經營模式劃分茶餐廳——連鎖茶餐廳競爭情況」所載因素相若。

Frost & Sullivan已就中國於二零一一年十二月的若干連鎖茶餐廳營辦商編製下表，我們認為此等連鎖茶餐廳營辦商均為本公司的主要競爭對手：

品牌	截至 二零一一年 十二月三十一日		每店					餐廳數目				
	止年度收入	翻座率	全年銷售額	日均收益	每日平均 賬單數目	平均單價	平均 菜單價格	餐廳總數	華北	華南	華中/東	座位數目
	(人民幣 百萬元)	(顧客/ 座位/日)	(人民幣 百萬元)	(人民幣 千元)		(人民幣元)	(人民幣元)					
避風塘.....	560	4.33	19.2	48.6	383	127	36	32	1	—	31	6,595
新旺.....	275	5.05	26.6	69.4	469	148	39	11	—	—	11	3,085
港通.....	283	5.29	26.9	71.5	395	181	48	11	3	—	8	2,650
大興燒味餐廳.....	198	5.09	17.0	45.8	355	129	41	12	3	6	3	2,080
蘭京餐廳.....	175	5.16	25.0	69.4	489	142	33	7	—	—	7	1,545
港仔茶餐廳.....	157	4.91	22.4	62.3	461	135	32	7	7	—	—	1,380
竹家莊.....	120	4.82	16.2	37.0	301	123	31	9	—	—	9	1,790
表叔茶餐廳.....	118	4.95	10.7	29.8	314	95	31	11	—	10	—	1,870
正品茶餐廳.....	97	4.62	9.7	26.9	317	85	16	10	—	10	—	1,528
吉旺港式.....	56	4.85	11.2	31.1	232	134	29	5	—	—	5	830
翠華餐廳.....	56	6.18	27.9	77.8	418	186	55	2	—	—	2	552

附註：以上數據乃基於假設餐廳全年營業日數為365日而得出。

連鎖茶餐廳向以食物水準穩定及較佳的環境見稱，將處於更有利地位，可把握此增長機遇迅速擴展規模。已有穩固根基的連鎖茶餐廳可憑藉在市場上的較高知名度、較易於取得融資及在繼續擴展網絡上發揮較大規模經濟效益而早著先鞭。因此，Frost & Sullivan預期連鎖茶餐廳分部的增長速度將超越非連鎖茶餐廳市場。

連鎖茶餐廳地理覆蓋

中國的連鎖茶餐廳業務集中在主要城市，而由於不同地區的消費者口味各異，具領導地位的連鎖餐廳營辦商通常可在特定城市內展露實力。若干連鎖餐廳營辦商首先進駐富庶城市拓展核心市場，然後再擴展至鄰近地區。

根據Frost & Sullivan報告，在中國十家連鎖茶餐廳營辦商中(我們認為此等連鎖茶餐廳營辦商為本公司主要競爭對手)，七家在上海設有分店，而上海是全國設有最多茶餐廳的城市，數目達72間。北京現有七間連鎖茶餐廳，由三家連鎖公司經營。一家連鎖營辦商在廣州經營十間餐廳，而深圳則有兩名營辦商在當地經營16間餐廳。

中國茶餐廳行業市場驅動因素來源及發展趨勢分析

當前市場動力

經濟增長及人均收入上升

中國經濟自二零零七年以來一直維持大幅度增長。根據國家統計局及Frost & Sullivan報告的數據，人均本地生產總值由二零零七年的人民幣20,117.5元上升至二零一一年的人人民幣33,989.4元。由於經濟整體增長連帶人民的可支配收入亦見增加，刺激消費需求，令休閒餐飲餐廳分類直接受惠。市場對休閒餐飲餐廳(如茶餐廳)的需求可能持續上升。

城市化水平提高

根據Frost & Sullivan報告，城市人口比例由二零零七年的44.9%增至二零一一年50.4%。城市化水平提高，加上人民外遊及接觸外界的機會增多，增加對西方生活時尚的認識，對生活品味的追求亦有所轉變，對產品及服務更為講究。

外出用膳及商務酬酢增多

親友聚會時外出用膳的情況日趨普遍，已不僅限於重要節日或週年紀念日，週末消遣或即興聚會亦是外出用膳的目的，主要由於人民日益富裕，以及中國人重視家庭觀念所致。此外，由於生活節奏急速，年青專業人士外出用膳及向連鎖茶餐廳購買食物回家享用的情況亦愈來愈多。

中國的商業活動日益頻繁及營商環境不斷演變，大大有利於連鎖茶餐廳的發展。該等連鎖茶餐廳為商務酬酢提供合適環境，有利於公司或個人之間進行聯誼，此乃中國商界重要環節。此外，用於商務酬酢的消費預算及平均支出一般較親友聚會為高，且較為穩定。商務酬酢將帶來重大增長潛力，特別是國內的一線城市及正在冒起的商業重鎮。

消費者愈來愈精明及敢於嘗試

中國消費者愈來愈重視食物安全及質素、是否有益健康、菜式食味、用膳環境及服務。隨著消費力提高，中國消費者更加注重食物安全及健康，對食品服務的品牌及知名度亦更精挑細選。因此，品牌意識將會提高，而消費者將偏好購買名牌產品，刺激中國連鎖茶餐廳的銷售收入估計可由二零一一年的人人民幣97億元增至二零一六年的人人民幣285億元，複合年增長率為30.7%。

此外，隨著各國菜式湧入中國內地市場，由於中國消費者開始較多外出用膳，對於新穎的用膳習慣及文化亦加深認識。茶餐廳薈萃東西飲食文化，能在單一地點同時滿足不同消費者的需要。

當前市場趨勢

增加對冒起中的中小型城市的滲透率

隨著個人財富增加的情況由中國大型沿海城市擴散至較小型的城市，以及由東部地區擴散至西部地區，多個優質奢華消費品品牌(包括中高端食品服務品牌)已廣為二、三線城市的潛在顧客所熟悉。

近年在市場上佔有領導地位的連鎖茶餐廳營辦商銳意將業務拓展至青島、瀋陽、蘇州及大連等城市。Frost & Sullivan預期此趨勢將會持續。

主要參與者加強市場參與度

中國連鎖茶餐廳的強勁增長和較高的利潤水平，吸引現有品牌擁有人願意加大力度進一步提高市場份額及滲透現有市場及開拓新市場。

預期品牌擁有人進一步加強銷售滲透程度及市場推廣工作將會刺激中高端連鎖茶餐廳的銷售總值上升，升勢可望持續至二零一六年。

關於本節內容

一般事項

本「行業概覽」一節載有摘自就編製本招股章程而委託Frost & Sullivan編製日期為二零一二年十一月二日的「有關大中華地區茶餐廳的最終市場研究報告」的資料。我們已就編製及使用Frost & Sullivan報告向Frost & Sullivan支付合共人民幣800,000元。

研究方法

Frost & Sullivan憑多年經驗致力對所用研究方法精益求精，深入研究不同市場由萌芽至發展成熟期間的各個階段。

Frost & Sullivan的市場構建系統具有以下特點：

- 聚焦於行業參與者面對的挑戰、問題及需要。
- 建基於第一手市場研究結果而非二手或以往曾發表的研究報告。
- 聚焦於詳盡、全面、「由下而上」的數據蒐集技術。
- 建基於實際量度結果。

在中國及香港兩地，Frost & Sullivan均兼採首要及輔助研究方法，蒐集有關餐飲業及茶餐廳市場走勢的知識、統計數字、資料及業內人士的見解。首要研究涉及訪談主

要行業參與者及第三方的業界組織。輔助研究涉及審閱公司年報、官方數據庫、獨立研究報告或期刊，以及Frost & Sullivan多年來自行建立的專有數據庫。

增長假設及預測

預測數據取自與宏觀經濟數據以及特定行業的驅動力(如餐飲業的多元化發展及出外用膳的消費支出)對照後作出的歷史數據分析。Frost & Sullivan乃按如下基準及假設得出此預測：

- 所檢視的社會、經濟及政治環境於預測期內維持穩定，確保香港及中國餐飲市場取得持續而穩定的發展。
- 預料中國(尤其是三、四線城市)的城市居民的人均可支配收入將持續上升。預期中國城市居民的人均可支配收入將由二零一二年約人民幣**24,070.9**元不斷攀升至二零一六年約人民幣**36,210.9**元，期內的複合年增長率為**10.7%**。Frost & Sullivan認為城市居民的可支配收入增加，將成為中國城市居民消費開支增長的主要動力。
- 預期中國的城市居民人均開支將不斷上升。預期中國城市居民的人均開支將由二零一二年約人民幣**16,586.0**元不斷攀升至二零一六年約人民幣**23,331.8**元，期內的複合年增長率為**8.9%**。
- 預期中國的城市居民人均食品消費額將不斷上升。預期中國城市居民的人均食品消費額將由二零一二年約人民幣**5,954.5**元不斷攀升至二零一六年約人民幣**8,604.9**元，期內的複合年增長率為**9.6%**。
- Frost & Sullivan曾考慮可能於預測期內驅動餐飲市場發展的主要行業驅動力，包括持續的城市化進程驅使出外用膳的需求增加、來港遊客人數增加、中國政府支持餐飲業發展的措施及消費者對不同餐飲形式的追求。預期中國的城市化比例將由二零一二年約**50.9%**增至二零一六年約**53.1%**。隨著中國與香港在商業、文化及旅遊方面的聯繫日益密切，預期於二零一六年訪港旅客人數將約達**4,100**萬人次。

該等假設及所選參數的準確程度可能影響研究結果。

關於Frost & Sullivan

Frost & Sullivan是於一九六一年成立的全球顧問公司，在全球各地設有**40**個辦事處，聘有超過**1,800**名行業顧問、市場調查分析員、技術分析員和經濟專家。該公司涉足亞洲地區二十年，服務範圍涵蓋技術研究、市場研究、經濟研究、企業最佳常規諮詢、培訓、客戶研究、競爭情報與企業策略。

Frost & Sullivan總部設在美國，自一九九零年代起已透過其設於中國的辦事處研究中國市場，其可直接聯繫熟悉大中華地區餐飲市場的專家和市場參與者及其行業顧問。