

## 行業概覽

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【編纂】其他部分所載資料乃摘錄自我們委託Frost & Sullivan就本【編纂】而編製的Frost & Sullivan報告。見「一關於本節」。我們相信本「行業概覽」一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，且當中並無遺漏任何事實致使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、獨家保薦人、【編纂】或參與【編纂】的任何其他人士獨立核證。

### A. 香港

#### 香港餐飲業分析

##### 概覽

香港身為亞洲最著名的旅遊城市之一，不僅有購物天堂的美譽，更以各類美食聞名於世。2008年至2013年，香港餐飲市場的總收益由794億港元增至970億港元，複合年增長率為4.1%。根據Frost & Sullivan報告，預期香港2017年餐飲市場的總收益可達1,163億港元，2014年至2017年的複合年增長率達4.3%。

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進一步分類如下：

市場分部	定義
全服務式餐廳.....	全服務式餐廳指傳統的正規餐廳，由侍應提供全面的餐桌服務。全服務式餐廳一般於早膳、午膳及晚膳時間營業而非全日營業。
休閒餐廳.....	休閒餐廳指環境輕鬆且食物價格適中的食肆，通常提供少量餐桌服務。該等餐廳的營業時間較長，供膳時間亦較全服務式餐廳更為靈活。
快餐.....	快餐店供應中、西式快餐，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。

## 行業概覽

### 市場分部

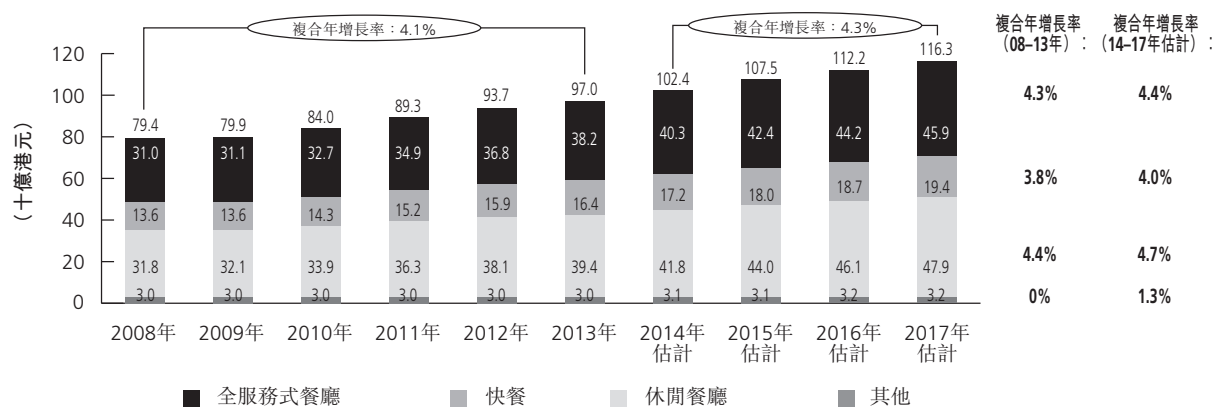
### 定義

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。此分部亦包括活動餐飲服務。

根據Frost & Sullivan報告，全服務式餐廳市場於過往六年一直擁有香港餐飲業第二大市場份額。2013年，全服務式餐廳市場為香港餐飲市場貢獻382億港元，佔39.4%的市場份額。

下圖顯示各市場分部於2008年至2013年的市值及2014年至2017年的預期貢獻。



資料來源：香港政府統計處、IMF及Frost & Sullivan報告

### 按菜式劃分全服務式餐廳分部

根據Frost & Sullivan報告，香港及中國的全服務式餐廳市場可按菜式進一步分類如下：

### 菜式

### 定義

**中菜** . . . . . 中菜包括粵菜、京菜、川菜、滬菜、魯菜、閩菜、蘇菜、浙菜、湘菜及徽菜十種中式菜餚。粵菜包括廣州菜、潮州菜及客家菜，口味上以脆嫩鮮滑為主，用料豐富，善於創新。

**亞洲菜** . . . . . 亞洲菜包括(但不限於)日本菜、韓國菜、泰國菜及越南菜等各類亞洲菜餚(中菜除外)。

## 行業概覽

菜式

定義

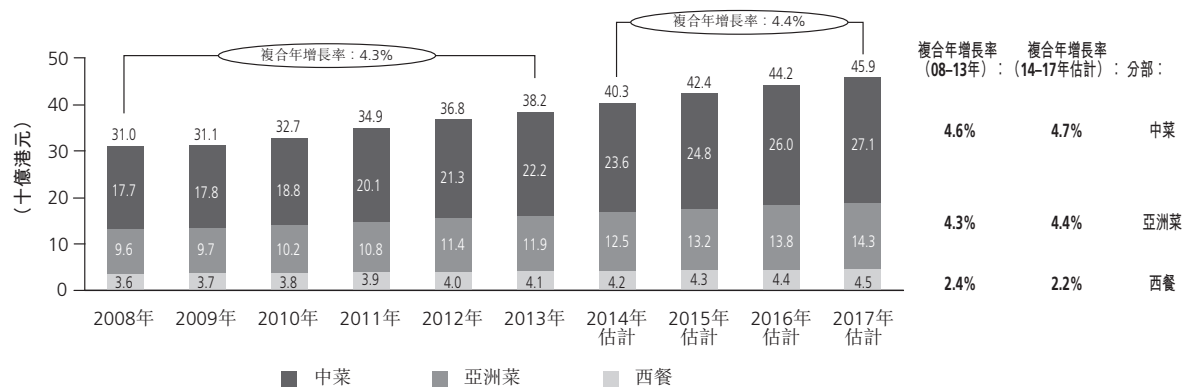
**西餐** ..... 西餐包括(但不限於)法國菜、意大利菜、美國菜及墨西哥菜等各類西方菜餚。

根據Frost & Sullivan報告，香港全服務式餐廳市場的總收益由2008年的310億港元增至2013年的382億港元，2008年至2013年的複合年增長率為4.3%。預期2014年至2017年期間全服務式餐廳市場的總收益以4.4%的複合年增長率增長，至2017年達459億港元。

按過往六年的收益計算，中菜是香港全服務式餐廳分部的主流菜式，期內市場份額超逾50%。全服務式中菜餐廳分部的收益由2008年的177億港元增至2013年的222億港元，2008年至2013年的複合年增長率為4.6%。Frost & Sullivan預期全服務式中菜餐廳分部的收益於2017年可達271億港元，2014年至2017年的複合年增長率達4.7%。

與針對中高檔市場的全服務式中菜餐廳市場相比，經濟波動對服務大眾市場為主的全服務式中菜餐廳市場的影響較少。一般而言，服務大眾市場為主的全服務式中菜餐廳市場增長在經濟不景期間仍然維持穩定。然而，在此情況下，由於針對中高檔市場的全服務式中菜餐廳市場通常提供較昂貴的菜式，因此增長較易受局限。

下圖顯示2008年至2013年中菜、亞洲菜及西餐對香港全服務式餐廳市場總市值的貢獻以及2014年至2017年的預期貢獻。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

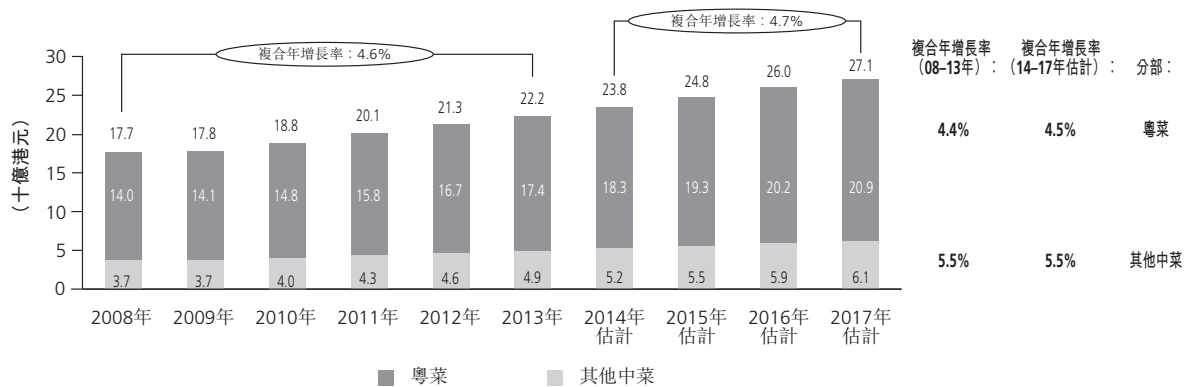
## 行業概覽

### 香港全服務式粵菜餐廳市場

香港的全服務式中菜餐廳市場包括粵菜等各類中式菜餚。粵菜包括廣州菜、潮州菜及客家菜，口味上以脆嫩鮮滑為主，用料豐富，善於創新。

粵菜為香港主流菜式，大受本地居民以及亞洲及西方國家遊客歡迎。2013年，粵菜的收益佔香港全服務式中菜餐廳市場的**78.4%**。香港全服務式粵菜餐廳分部的收益由2008年的140億港元增至2013年的174億港元，期內的複合年增長率為**4.4%**。Frost & Sullivan預期全服務式粵菜餐廳分部的收益於2017年達209億港元，2014年至2017年的複合年增長率為**4.5%**。

下圖顯示2008年至2013年粵菜對香港全服務式中菜餐廳市場的貢獻，以及2014年至2017年的預期貢獻。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

### 全服務式粵菜連鎖餐廳的競爭格局

在香港設立全服務式粵菜餐館有多項門檻，包括：

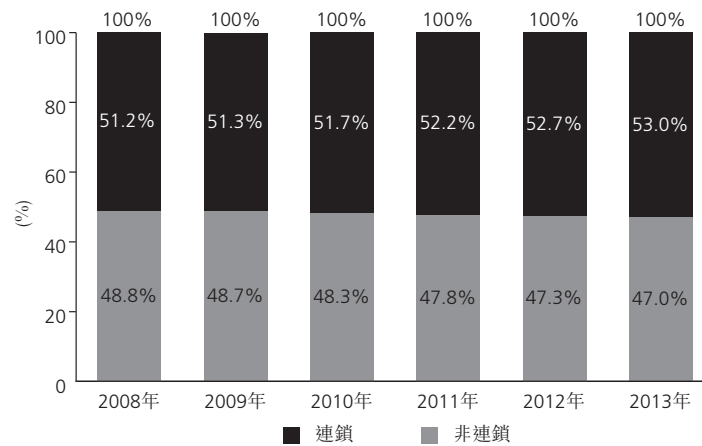
- 大額初始資本投資。於香港開設餐館須投入大額資本。
- 難以找到合適的餐館位置。由於香港的核心地區已被大型業主及現有連鎖餐廳佔據，因此新餐廳以可承受價格租用合適位置物業的機會有限。

## 行業概覽

- 建立餐廳業務關係耗費時日。經營餐廳須與餐飲業供應商及業主等各方建立廣泛的關係。新餐廳由頭建立相關網絡耗時較長且極為不易。
- 營運成本增加。由於租金、人力資源開支及食材成本不斷上漲，因此較難在香港管理全服務式餐廳及維持盈利。

連鎖餐廳可受益於資源分配、規模經濟效益及標準化管理優勢。於2013年，香港全服務式粵菜餐廳市場分部的收益中**53.0%**由全服務式粵菜連鎖餐廳貢獻，其餘**47.0%**由全服務式粵菜非連鎖餐廳貢獻。在Frost & Sullivan報告中，連鎖餐廳指通過分佔公司所有權或根據特許專營協議經營兩間或以上分店的餐廳。

下圖顯示2008年至2013年期間香港全服務式粵菜餐廳市場的不同經營模式對收益貢獻明細：



資料來源：Frost & Sullivan 報告

## 行業概覽

2013年香港十大全服務式中菜餐廳營運商的銷售收益總額為10,233.2百萬港元，佔2013年全服務式中菜餐廳分部所產生銷售收益總額的46.1%。Frost & Sullivan編製香港十大全服務式中菜餐廳營運商列表如下，乃按截至2013年12月31日止年度的收益排名：

排名	公司	截至2013年 12月31日止 年度收益	全服務式 中菜餐廳 市場份額
		(百萬港元)	
1	稻香集團	2,655.4	11.9%
2	美心集團	2,215.1	10.0%
3	富臨集團	2,088.1 <sup>(1)</sup>	9.4%
4	鴻星集團	780.6	3.5%
5	聯邦酒樓集團	659.7	3.0%
6	明星海鮮酒家	488.3	2.2%
7	利苑酒家	424.0	1.9%
8	百樂門宴會廳	323.2	1.5%
9	譽宴集團	311.9	1.4%
10	名苑酒家	286.9	1.3%
	總計	10,233.2	46.1%

2013年香港十大全服務式粵菜餐廳營運商的銷售收益總額為9,578.1百萬港元，佔2013年全服務式粵菜餐廳分部所產生銷售收益總額的55.3%。Frost & Sullivan編製香港十大全服務式粵菜餐廳營運商列表如下，乃按截至2013年12月31日止年度的收益排名：

排名	公司	截至2013年 12月31日止 年度收益	全服務式 粵菜餐廳 市場份額
		(百萬港元)	
1	稻香集團	2,579.1	14.9%
2	富臨集團	2,075.6 <sup>(1)</sup>	12.0%
3	美心集團	1,788.1	10.3%
4	聯邦酒樓集團	659.7	3.8%
5	鴻星集團	641.3	3.7%
6	明星海鮮酒家	488.3	2.8%
7	利苑酒家	424.0	2.4%
8	百樂門宴會廳	323.2	1.9%
9	譽宴集團	311.9	1.8%
10	名苑酒家	286.9	1.7%
	總計	9,578.1	55.3%

資料來源：Frost & Sullivan 報告

附註：

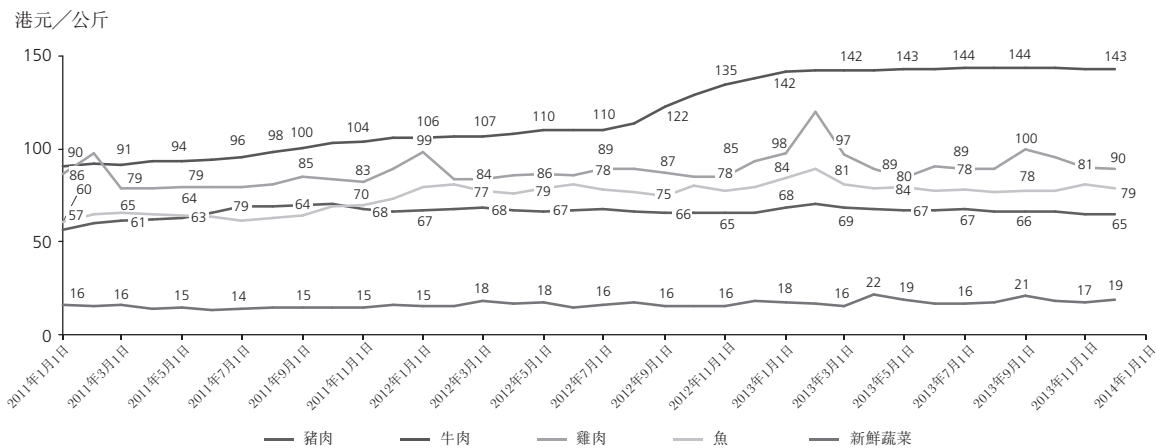
<sup>(1)</sup> 不包括本集團於2014年3月1日所收購六家餐廳的收益。

## 行業概覽

作為香港全服務式粵菜餐廳市場兩大餐飲企業之一，我們透過多元化品牌策略，成功吸引香港大眾市場至中高檔粵菜市場的顧客，讓我們的競爭優勢更勝行業同儕。

### 主要食材成本

一般而言，中餐館的主要食材包括但不限於豬肉、牛肉、雞肉、魚及新鮮農產品，其中香港牛肉的價格由2011年初每公斤90.0港元增加約58.9%至2013年末每公斤143.0港元，而香港魚類價格由2011年初每公斤60.0港元增加約31.7%至2013年末每公斤79.0港元。下圖顯示2011年至2013年香港主要食材的價格波動：



### 過往原材料價格及每位顧客平均消費趨勢

我們的原材料及食材主要包括海鮮、海味、肉類及新鮮農產品。有關該等主要食材的過往價格波動，請參閱「業務 — 供應商及物資來源」一節。我們相信，營業紀錄期間及直至最後實際可行日期，主要食材的價格波動屬合理，對我們的菜單價格或每位顧客的平均消費並無重大影響。營業紀錄期間，可比餐廳每位顧客的平均消費較為穩定。有關營業紀錄期間可比餐廳估計每位顧客的平均消費概覽，請參閱「財務資料 — 影響經營業績及財務狀況之因素 — 客流量及每名顧客平均消費」一節。

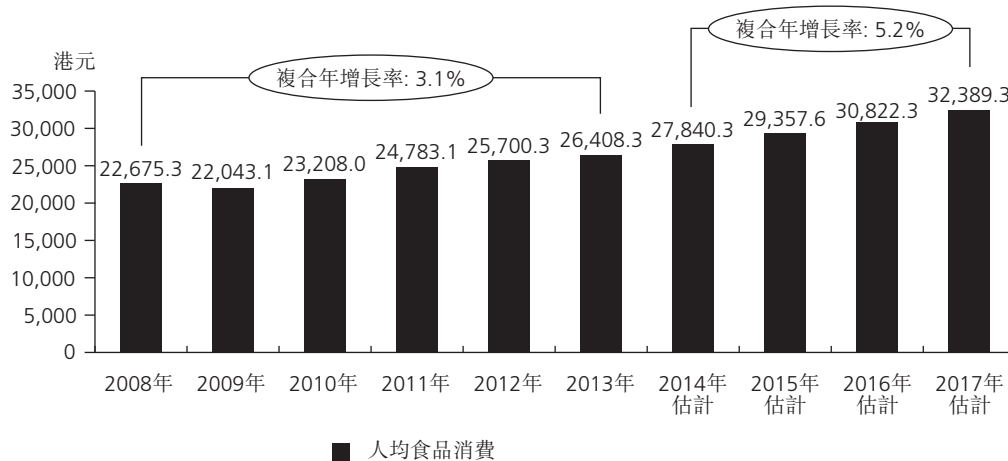
## 行業概覽

### 香港全服務式粵菜餐廳市場動力及發展趨勢分析

#### 市場動力

##### 外出用膳支出增加

香港現時是富裕及穩定增長的經濟體，其名義本地生產總值由2008年約17,075億港元增至2013年約21,225億港元，食品方面的人均支出亦相應增加。下圖顯示香港每年人均食品消費由2008年的22,675.3港元增至2013年的26,408.3港元的增長情況(該期間的複合年增長率為3.1%)和2014年至2017年的預測增長。



香港消費者生活節奏急速，在家用膳的時間及意欲較少。根據Frost & Sullivan報告，香港居民每月外出用膳支出由2008年的每家3,392.0港元增至2013年的每家4,304.7港元，2008年至2013年的複合年增長率為4.9%。

##### 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。根據香港商務及經濟發展局轄下旅遊事務署的資料，於2013年，香港所接待來自全球各地的遊客數目創下5,400萬人次的紀錄新高。

於2013年，中國仍是香港最大的單一遊客來源，到港人數達4,070萬人次，佔抵港遊客總人數約75.0%。中國內地遊客對香港餐飲市場的貢獻較大，由2008年的7.3%增至2013年的15.7%。中國內地訪港遊客數目增加，帶動餐飲業的需求上升。其中，以粵菜風味見長獨具中國飲食特色的本地傳統粵菜餐廳(如供應點心的餐廳)極受中國內地遊客歡迎。



## 行業概覽

### 開發新社區

香港政府正於香港積極開發新社區及區域中心，以解決住房緊缺難題及支持進一步發展。由於未來六年會相繼落成五條新鐵路線，預計會沿該等交通樞紐開發商場、交通樞紐、多功能綜合設施及大型辦公樓等。新社區及區域中心居民消費需求會為香港餐飲業創造更大商機。

### 發展趨勢

#### 標準化程度提高

「標準化」是中高檔全服務式粵菜連鎖餐廳取得市場成功的主要因素。由於設立中央廚房有助確保食品質素始終如一，故領先連鎖品牌紛紛採納。因此，消費者可在同一品牌旗下不同餐館享受一貫的美味及獲得舒適用餐體驗。由於標準化是進一步擴充的基礎，預計會有更多全服務式粵菜餐廳營運商在香港採用連鎖經營模式。

連鎖營運商亦會從加大品牌聲譽及形象的市場推廣力度中得益。

#### 開發多元化品牌擴大市場份額

香港餐飲集團傾向於開發及樹立更加多元化的品牌，以擴充業務及把握更多市場份額。品牌多元化建設從多方面展開。目標客戶方面，餐飲集團推出不同水平的產品吸引大眾市場至高檔市場的顧客群。菜式方面，除粵菜外，餐飲集團還會根據市場動態推出其他中菜、亞洲菜或西餐。餐飲服務方面，餐飲集團會針對特定目的樹立餐飲服務品牌，如婚宴服務。

#### 重視創新及市場推廣

粵菜多年來一直受其他菜式及其他烹飪方法影響。預計全服務式粵菜餐廳營運商會一直重視產品創新。為吸引顧客，全服務式粵菜餐廳營運商會充分利用先進通訊媒體及技術，如網絡廣告及手機應用平台廣告。

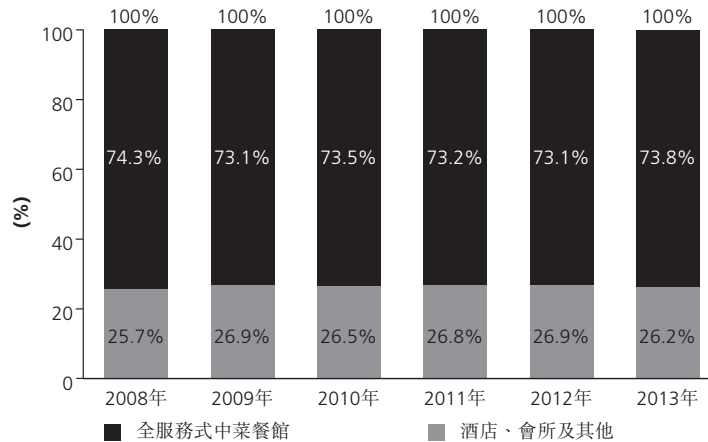
### 香港宴會行業分析

根據Frost & Sullivan報告，宴會指不少於三桌(每桌12位客人)或超過30人的大型飲宴或聚餐。香港的宴會市場包括(但不限於)婚宴、滿月酒席、生日飲宴、公司週年聚餐及商務酬酢。

## 行業概覽

根據Frost & Sullivan報告，由於香港深厚的傳統中國文化底蘊，以過去六年的宴會數目計算，全服務式中菜餐廳是香港宴會市場的主要部分，期內市場佔有率超過73%。

下圖顯示2008年至2013年香港以宴會數目計算全服務式中菜餐廳、酒店、會所及其他場所的市場佔有率。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

香港可以提供大型場地進行宴會的全服務式中菜餐廳為數不多。Frost & Sullivan 列出香港五大全服務式中菜餐廳，以2013年12月31日的座位數目排名：

排名	酒樓品牌	分店	座位數目
1	富臨皇宮	北角	2,400
2	倫敦大酒樓	旺角	2,000
3	煌府婚宴	九展中心	1,300
4	明星海鮮酒家	葵盛東	1,300
5	煌府婚宴	荃灣南豐	1,300

資料來源：Frost & Sullivan 報告

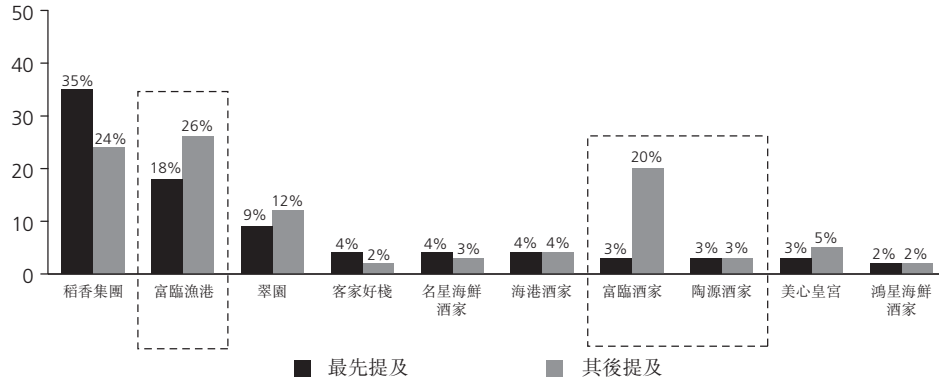
### 消費者調查

以下為香港2014年4月進行的消費者調查結果，主要調查品牌認知程度。對於品牌認知調查，我們分析「自覺品牌認知」和「提示品牌認知」。品牌認知是衡量大眾對某一品牌的熟悉程度。「自覺品牌認知」是計算有多少人無須提示而說出對品牌的認知，而「提示品牌認知」是計算有多少人在提示時說出對品牌的認知。

問題一：請列出三間你所認識的全服務式中菜餐廳品牌？

## 行業概覽

### 2014年香港全服務式中菜餐廳自覺品牌認知

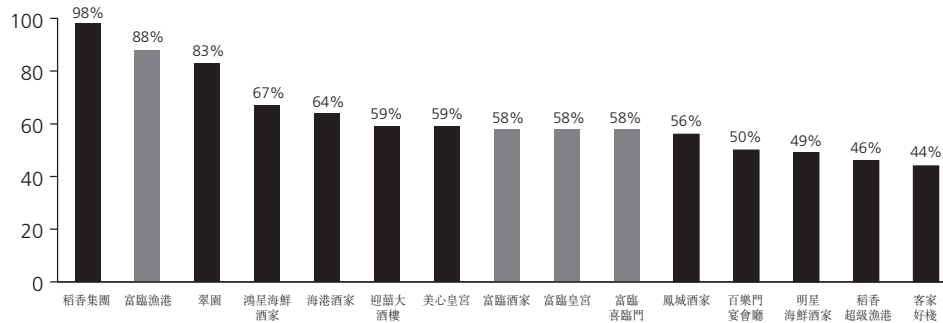


資料來源：Frost & Sullivan 報告  
調查數目 = 500

在香港全服務式中菜餐廳自覺品牌認知調查中，**35%**的受訪者最先提及稻香集團，**18%**的受訪者最先提及富臨漁港，而**9%**的受訪者最先提及翠園。當被要求提供更多的認知品牌時，**26%**的受訪者認為富臨漁港為其第二或第三選擇。

問題二：除剛提出的品牌之外，你有否見過或聽過我們名單上的全服務式中菜餐廳品牌？（可多選）

### 2014年香港全服務式中菜餐廳提示品牌認知



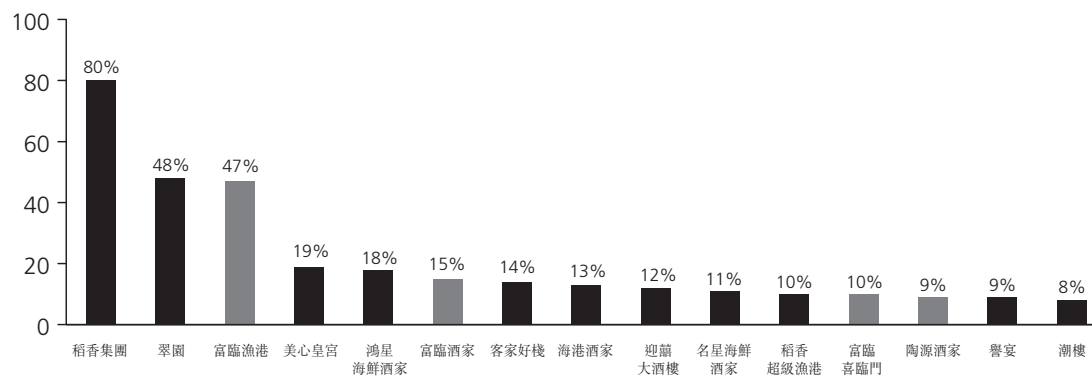
資料來源：Frost & Sullivan 報告  
調查數目 = 500

在香港全服務式中菜餐廳品牌的提示品牌認知調查中，我們列出香港**92**間知名度最高的全服務式中菜餐廳。稻香集團以**98%**的提及率名列第一，其次為提及率**88%**的富臨漁港。

問題三：列表中您於最近一到兩年可能最常光顧的香港餐廳是哪間？（可多選）

## 行業概覽

### 預期2014年經提示於最近1-2年最有可能光顧的香港餐廳



資料來源：Frost & Sullivan 報告  
調查數目 = 500

在有關光顧香港全服務式中菜餐廳頻密程度的第二次提示品牌認知調查中，我們的名單亦包括92家香港最知名的全服務式中菜餐廳。稻香集團以80%領先，其次的翠園及富臨漁港分別為48%及47%。

根據Frost & Sullivan對消費者調查結果的分析，Frost & Sullivan的結論是本集團所經營的全服務式中菜餐廳之中，富臨漁港是最知名的全服務式中菜餐廳品牌，有88%受訪者提及。

## B. 中國

### 中國餐飲業分析

#### 概覽

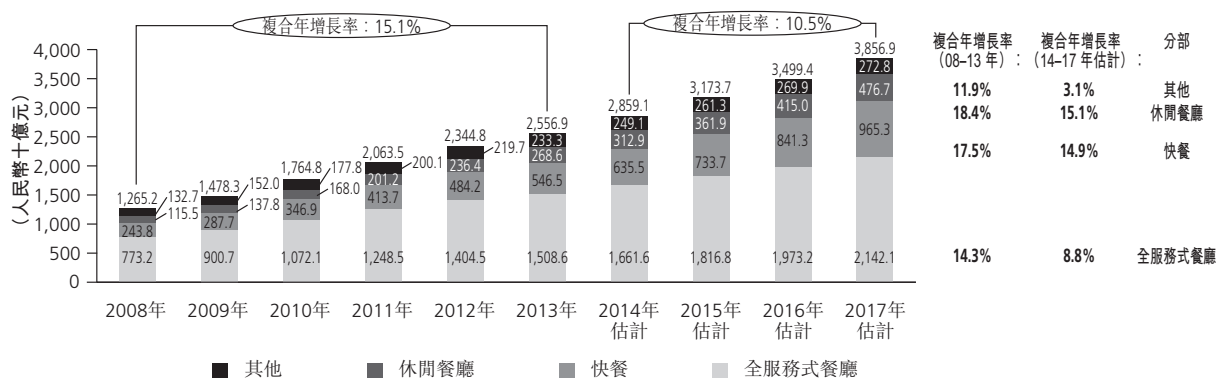
2008年至2013年，中國餐飲市場的總收益由人民幣1.3萬億元增至人民幣2.6萬億元，複合年增長率為15.1%。中國政府於2012年底實施旨在打擊貪腐的「八項規定」及「六項禁令」。該等規定禁止公務人員鋪張浪費，包括高檔餐飲及公費旅遊等奢侈消費。該等措施對中國餐飲業(尤其是中高檔餐飲分部)有負面影響(但對大眾市場影響有限)，以致於中國餐飲市場2012年至2013年收益年增長率僅為9.0%，而2011年至2012年則為13.6%。預測近期內該影響仍會持續，Frost & Sullivan預期，2014年至2017年中國餐飲市場之市值的複合年增長率將為10.5%。

根據Frost & Sullivan報告，中國餐飲業按食肆經營模式及菜式分類，具體方式與上文「一香港餐飲業分析一概覽」所述者相同。如前文所述，該等分部為：(i)全服務式餐廳、(ii)休閒餐廳、(iii)快餐及(iv)其他。定義見本節上文「一香港餐飲業分析一概覽」表格。

## 行業概覽

根據Frost & Sullivan報告，全服務式餐廳市場於過去六年一直擁有中國餐飲業最大市場份額，由2008年的人民幣7,732億元增至2013年的人民幣1.5萬億元，複合年增長率為14.3%。2013年，中國餐飲市場收益的59.0%來自於全服務式餐廳分部，其餘21.4%、10.5%及9.1%分別來自於快餐分部、休閒餐廳分部及其他分部。此外，根據Frost & Sullivan報告，預期全服務式餐廳市場於未來三年將按複合年增長率8.8%增長，至2017年達人民幣2.1萬億元。

下圖顯示各分部於2008年至2013年對中國餐飲市場總收益的貢獻，以及2014年至2017年的預期貢獻。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

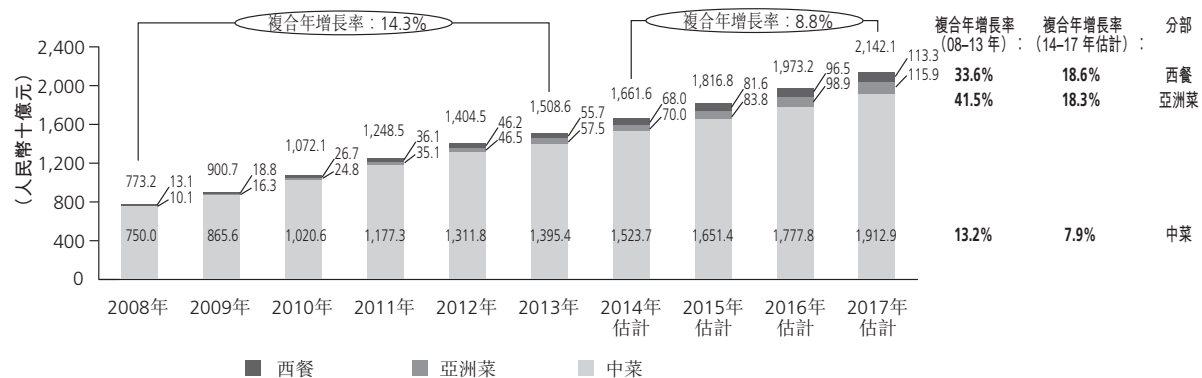
### 按菜式劃分全服務式餐廳分部

根據Frost & Sullivan報告，中國的全服務式餐廳市場可按菜式分類，具體方式與上文「一 香港餐飲業分析 — 按菜式劃分全服務式餐廳分部」一節概述者相同。如前文所述，該等分類為：(i) 中菜、(ii) 亞洲菜及(iii) 西餐。定義見本節上文「一 香港餐飲業分析 — 按菜式劃分全服務式餐廳分部」一節表格。

按過往六年的收益計，中菜是中國全服務式餐廳分部的主流菜式，期內市場份額逾90%。中國全服務式餐廳分部的收益由2008年的人民幣7,500億元增至2013年的人民幣13,954億元，期內複合年增長率為13.2%。Frost & Sullivan預期，2017年中國全服務式餐廳分部收益將達人民幣19,129億元，2014年至2017年複合年增長率為7.9%。

## 行業概覽

下圖顯示中菜、亞洲菜及西餐於2008年至2013年對中國全服務式餐廳市場總市值的貢獻以及2014年至2017年的預計貢獻。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

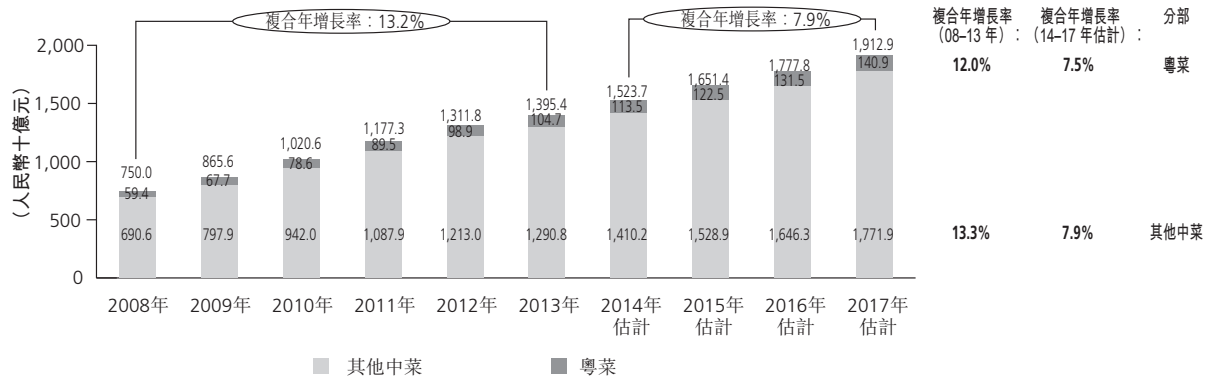
### 中國全服務式粵菜餐廳市場

中國的全服務式中菜餐廳市場包括粵菜等多類菜系。粵菜盛行於中國廣東、廣西及海南各省。

2013年，粵菜貢獻中國全服務式中菜餐廳行業收益的7.5%。中國全服務式粵菜餐廳分部的收益由2008年的人民幣594億元增至2013年的人民幣1,047億元，期內複合年增長率為12.0%。2008年至2013年，中國全服務式粵菜餐廳分部的增速略微落後於全服務式餐廳分部整體增速的主要原因在於：粵菜的烹製工藝十分複雜且強調廚師的個人技藝，因此難於實現標準化粵菜連鎖餐廳經營。儘管如此，根據Frost & Sullivan報告，中國全服務式粵菜餐廳行業已明瞭標準化連鎖經營的重要性，故預期該增速落差於可見未來將會縮窄。根據Frost & Sullivan報告，預期中國全服務式粵菜餐廳行業的市值將按7.5%的複合年增長率由2014年增至2017年的人民幣1,409億元。

## 行業概覽

下圖顯示粵菜於2008年至2013年對中國全服務式中菜餐廳市場的貢獻以及2014年至2017年的預計貢獻。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

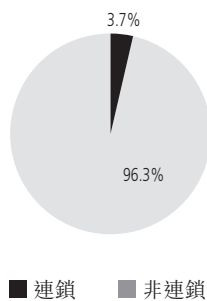
### 全服務式粵菜連鎖餐廳的競爭格局

由於粵菜難於實現標準化經營，故中國全服務式粵菜餐廳行業的經營形式以非連鎖餐廳為主。2013年，中國69,600家全服務式粵菜餐廳中，96.3%為非連鎖餐廳，但數目佔比僅為3.7%的連鎖餐廳對該市場分部總收益的貢獻為22.1%。在Frost & Sullivan 報告中，連鎖餐廳指通過分佔公司所有權或根據特許專營協議經營兩間或以上分店的餐廳。

下圖顯示2013年按經營模式劃分的全服務式粵菜餐廳數目以及不同經營模式的收益貢獻明細。

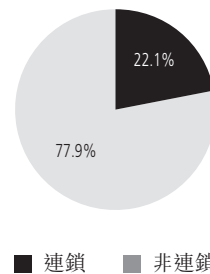
2013年中國內地按經營模式劃分的全服務式粵菜餐廳數目明細

總數 = 69,600家



2013年中國內地按經營模式劃分的全服務式粵菜餐廳收益明細

總收益 = 人民幣1,047億元



資料來源：Frost & Sullivan 報告

## 行業概覽

粵菜發源於中國廣東省，常見於廣東人的日常三餐。2013年，廣東省的全服務式粵菜餐廳達40,400家，佔全國全服務式粵菜餐廳半數以上。

Frost & Sullivan就截至2013年12月中中國廣東省若干主要全服務式粵菜餐廳經營者編製下表：

2013年廣東省全服務式粵菜餐廳市場主要經營者所佔市場份額

排名	公司	銷售收益 (人民幣百萬元)	佔連鎖餐廳 市場份額	佔整體 市場份額
1	廣州鴻星海鮮酒家(東江集團)	1,327.9	16.0%	2.4%
2	稻香集團	954.8	11.5%	1.7%
3	廣州酒家	783.8	9.4%	1.4%
4	麥廣帆餐飲策劃管理集團	670.9	8.1%	1.2%
5	耀華飲食集團	355.0	4.3%	0.6%

附註：已包含2013年新開業的餐廳收益。所有數據均已約整。

資料來源：Frost & Sullivan報告

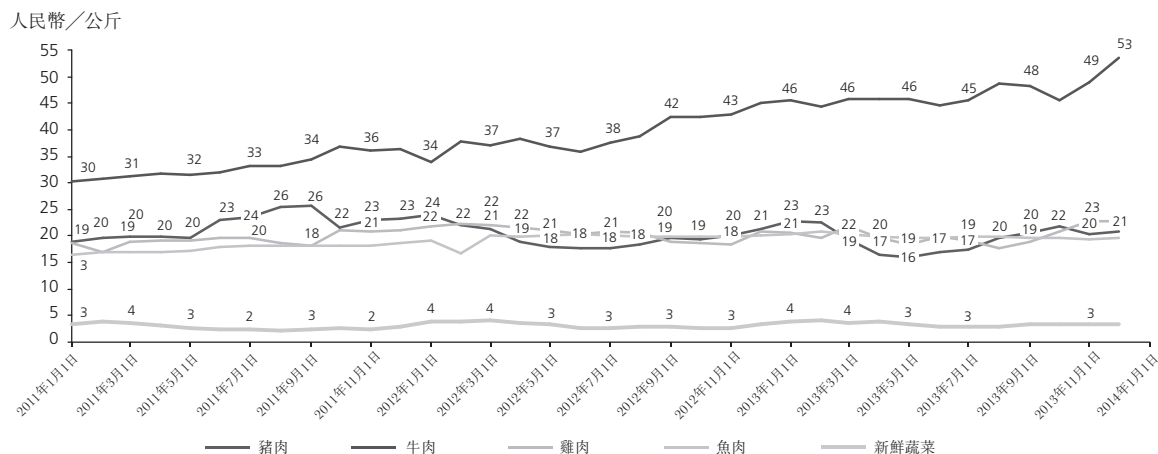
廣東省全服務式粵菜餐廳行業高度分散。如上表所示，Frost & Sullivan確認之五大經營者所得收益僅佔廣東省全服務式粵菜餐廳行業總收益的7.3%。



## 行業概覽

### 主要食材成本

中國中餐館主要食材中，牛肉與雞肉的價格於2011年至2013年增幅較大。牛肉價格由2011年初每公斤人民幣30.0元增加約76.7%至2013年末每公斤人民幣53.0元，而雞肉價格由2011年初每公斤人民幣19.0元增加約21.1%至2013年末每公斤人民幣23.0元。下圖顯示2011年至2013年中國主要食材的價格波動：



### 中國全服務式粵菜餐廳市場動力及發展趨勢分析

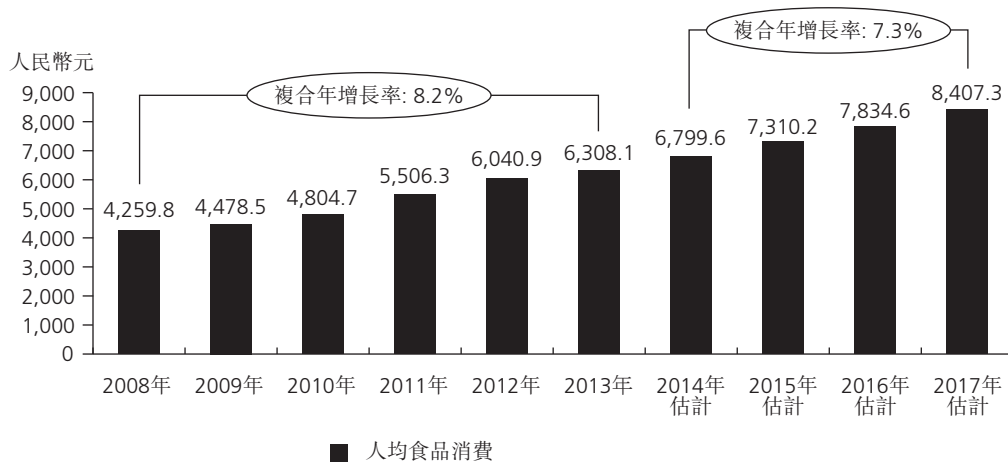
#### 市場動力

##### 經濟增長及人均食品支出上升

2008年以來，中國經濟增長穩定而強勁。經濟強勁增長帶動人均可支配收入、消費支出及食品消費增長。根據國家統計局的資料及Frost & Sullivan報告，中國城鎮居民人均食品支出由2008年的人民幣4,259.8元增至2013年的人民幣6,308.1元。Frost & Sullivan預期2014年至2017年中國城鎮居民人均食品支出的複合年增長率將為7.3%。人均食品支出顯著增長預期會直接帶動中國餐飲業(包括全服務式粵菜餐廳分部)收益增長。

## 行業概覽

下圖顯示中國城鎮居民每年人均食品消費於2008年至2013年的增長情況和2014年至2017年的預測增長。



### 城鎮化水平提高

根據Frost & Sullivan報告，中國城鎮人口比例由2008年的47.0%增至2013年的53.7%。城鎮化水平提高，國民在生活品味方面愈加注重產品及服務的細節與品質，這對中國全服務式粵菜餐廳行業有積極影響。

### 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，亦包括週末消遣或即興聚會，主要是由於國民日益富裕以及中國文化重視家庭觀念所致。此外，隨著生活節奏加快，年輕專業人士越來越多地選擇在外用膳。

中國的商業活動日益頻繁且營商環境不斷演變，十分有利於中國餐飲業發展。全服務式粵菜餐廳為商務酬酢提供適宜環境，有利於公司或個人聯誼，而此乃中國商界重要環節。中國政府於2012年底頒佈旨在打擊貪腐的法規，預期會促進高檔餐廳消費人群轉向價格合理的全服務式餐廳。因此，商務酬酢分部將繼續為中國全服務式粵菜餐廳行業增長作出貢獻，特別是在國內一線城市及新興商業城鎮以合理價格提供優良產品與周到服務的經營者。

## 行業概覽

### 消費者愈加精明老練

中國消費者日益重視食品安全及質素、衛生健康、菜式食味、就餐環境及服務。隨著消費力提高，中國消費者更加注重食品安全及健康，對餐廳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，這會為樹立品牌及聲譽的餐廳營運商創造競爭優勢。

此外，由於消費者更加注重菜式食味，因此粵菜餐廳營運商預計會進一步受益。粵菜以清淡美味著稱。消費者對菜式食味的要求多變，因此粵菜餐廳營運商預計會較其他菜式餐廳營運商更具競爭優勢。

### 發展趨勢

#### 保留粵菜傳統同時注重創新

粵菜多年來一直受西餐及其他烹飪方法影響。預計全服務式粵菜餐廳營運商會在保留粵菜傳統風味同時繼續注重產品創新。

#### 提高標準化程度及加大市場推廣力度

粵菜烹飪手法複雜精細導致中國全服務式粵菜連鎖餐廳營運商寥寥無幾。由於標準化是進一步擴充的基礎，預計會有更多全服務式粵菜餐廳營運商在中國採用連鎖經營模式。

## 關於本節

### 一般事項

本「行業概覽」章節載有摘錄自我們就編製本【編纂】而委託Frost & Sullivan編製的日期為2014年10月31日的「大中華地區全服務式粵菜餐廳市場研究報告」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1.05百萬元。董事經合理審慎考慮後確認，自Frost & Sullivan報告日期以來市場資料並無出現可能使本節資料存在保留意見、相抵觸或影響本節資料的不利變化。

## 行業概覽

### 研究方法

Frost & Sullivan根據中國內地和香港特別行政區政府官方刊物及國際組織和行業提供的一手和二手資料進行獨立調查。二手資料調查包括審閱公司報告、獨立調查報告和Frost & Sullivan資料庫的資料，而一手資料調查包括與餐飲業資深人士和相關行業專家會談。Frost & Sullivan假設來自獨立第三方和公開的資料與數據完整準確。Frost & Sullivan認為本【編纂】所載資料的來源可信，但不保證該等資料準確或完整，且或會受上述假設和所選參數的準確性影響。

Frost & Sullivan報告的預測準則和假設如下：

- (i) 假設預測期間中國內地和香港的經濟穩定增長；
- (ii) 基於中國消費者購買力不斷增強，假設中國消費品的零售總額穩定上升；
- (iii) 預測期間全球經濟應會逐漸復甦；
- (iv) 假設預測期間並無自然災害或疫症爆發等外圍突發事件影響餐飲業。

### 關於Frost & Sullivan

Frost & Sullivan是成立於1961年的獨立全球顧問公司，在全球各地設有超過40間辦事處，聘有超過2000名行業顧問、市場調查分析員、技術分析員和經濟專家，提供行業調查、市場策略、增長諮詢和企業培訓。現時調查的中國行業涵蓋農業、林業、養殖業、漁業、汽車業和運輸業、化工、材料、餐飲、航空、金融服務、零售及消費品、能源與電力系統、環保與建築科技、醫療、工業自動化、機械、電子、金屬及採礦、科技、媒體及電訊等行業。