

行業概覽

本行業概覽所載的資料由Euromonitor International Limited所編製，並反映了根據公開可獲得的信息及行業調研所得的市況估計，並主要作為市場研究工具而編製。本節中提及Euromonitor International Limited不應被認作為Euromonitor International Limited對任何證券價值或向本公司投資可取性的意見。董事相信本行業概覽所載的有關資料的來源乃該等資料的適當來源並已合理審慎轉載有關資料。董事並無理由認為有關資料屬虛假或存在誤導或已遺漏任何重大事實將致使有關資料虛假或存在誤導。Euromonitor International Limited所編製載於本行業概覽的資料並無由本集團、[編纂]、[編纂]、[編纂]及獨家保薦人或參與[編纂]的任何其他方獨立核實。

資料來源

我們已就[編纂]委托獨立第三方Euromonitor International Limited（「歐睿」）對中國及廣東省的零售市場（集中於超市零售系列）進行分析並就此作出報告（「歐睿報告」），我們為此支付的費用為48,300美元。市場研究於二零一五年一月完成及歐睿報告內的所有統計數字均基於報告時可獲取的資料。

歐睿成立於一九七二年，為一間有關行業、國家及消費者商業情報的全球研究機構及供應商。於編製歐睿報告時，歐睿與業界參與者及業界觀察家進行了基於定性及定量的行業訪談，以了解有關行業的最新數據及見解，以及從多個已刊發數據來源收集及分析數據。來自不同來源的數據均經過審閱及分析，以達成零售市場業界共識的結果。關於已進行的行業訪談的結果，已對每名受訪者意見與其他受訪者的意見進行比較，以確保可靠性及消除偏差。

歐睿報告內預測期的市場預測乃基於下列主要假設及參數：

- 預期中國的整體社會、經濟及政治環境將保持穩定；
- 預計中國的經濟及消費品的零售銷售額將保持穩定增長；
- 並不存在任何影響中國及廣東省零售市場供需的外部衝擊；
- 中國的消費習慣並無發生重大變化；及

行業概覽

- 預期主要市場推動因素將促進中國零售及超市零售市場的未來發展。

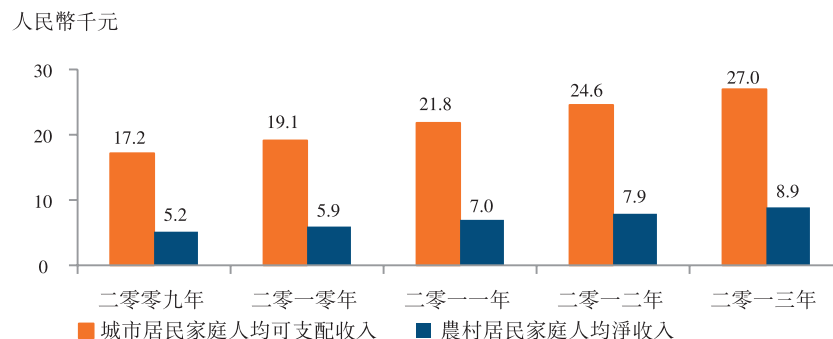
歐睿報告所載預測主要源自對過往市場趨勢、經濟環境的審核，且與行業數據及貿易訪談反覆核對。在此基礎上，董事及獨家保薦人信納本節所披露的預測及行業數據不存在誤導。

於採取合理審慎措施後董事確認，自歐睿報告發佈日期起市場資料概無重大不利變動，從而可能限制、抵觸或對本節所披露的資料產生不利影響。

中國及廣東省的宏觀經濟及零售業

消費者越來越富裕推動中國零售銷售的增長。中國的城市居民家庭人均可支配收入及農村居民家庭的人均淨收入已由二零零九年的約人民幣17,174.7元及人民幣5,153.2元分別增至二零一三年約人民幣26,955.1元及人民幣8,895.9元，於二零零九年至二零一三年期間分別錄得複合年增長率約11.9%及約14.6%。

下圖說明於二零零九年至二零一三年中國城市居民家庭人均可支配收入及農村居民家庭人均淨收入：



資料來源：中國國家統計局

根據歐睿報告的資料，中國農村居民的人均淨收入增速於過去五年一直高於中國城市居民，這將為廣泛大量的中高端消費品進入二三線城市及廣闊的農村市場奠定基礎。

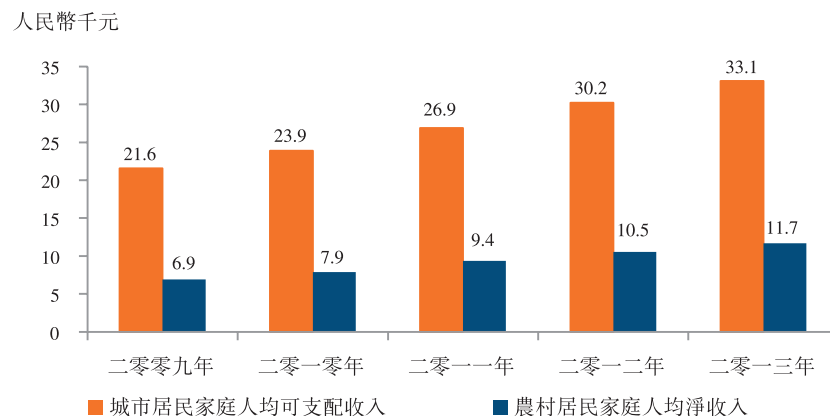
於最後實際可行日期，我們的業務重點主要在廣東省。廣東省一直是中國發展最成熟的地區，其被確認為中國最重要的零售市場之一。根據政府統計數據資料，廣東省對全國

行業概覽

國內生產總值及消費品零售銷售的價值貢獻佔首要位置，於二零一三年分別錄得約10.6%及10.7%，而截至二零一三年年底，其人口僅佔全國人口的7.8%。

廣東省具備大量富裕消費者，其消費力越來越強勁。二零一三年廣東省的城市居民人均可支配收入及農村人口人均淨收入分別較國家平均水平高出約22.8%及31.2%。

下圖說明於二零零九年至二零一三年廣東省的城市居民家庭的人均可支配收入及農村居民家庭人均淨收入：



資料來源：廣東統計年鑑

根據廣東省第十二個五年規劃，於二零一一年至二零一五年，廣東省的城市居民人均可支配收入及農村居民淨收入的年均增長率估計分別為7.6%及8.3%。

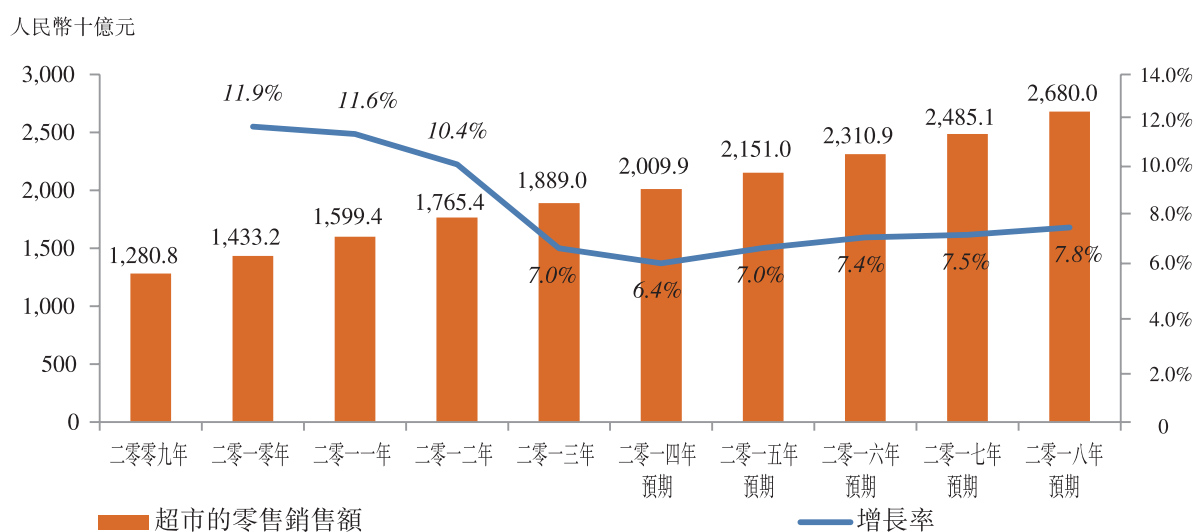
中國超市零售業

我們主要在中國百貨零售行業經營業務，而我們部分的收益乃來自於批發分部。雜貨零售指主要銷售食品、飲料、煙草及其他日常雜貨的零售商，可能以有大賣場、超市、折扣店、便利店、獨立小雜貨店及其他雜貨零售商形式存在。我們的業務以不同形式的經營門店專注於超市零售市場。根據歐睿的資料，超市乃廣泛分佈於住宅區、中心商務區、商業區、火車站及學校等地、設有固定有限營業時間的連鎖或獨立百貨零售店，其提供的百貨種類廣泛，包括新鮮食品(如蔬菜、水果、鮮肉)以及有限的非百貨類產品(如保健及美容產品、電子及電器產品等)。超市的另一特徵是其賣場通常介於400至3,000平方米之間。超

行業概覽

市零售模式為現代百貨零售的主導模式。百貨零售佔二零一三年中國的總零售銷售收入的約37.3% (人民幣40,214億元)，而超市零售則佔二零一三年中國的總百貨零售商銷售額的約47.0% (人民幣18,890億元)，為百貨零售類別中的最大分部。二零一三年，大賣場及便利店零售分別佔中國總百貨零售銷售額的約15.2%及1.3%。

下圖說明由二零零九年至二零一八年中國超市零售業的過往及預測市場規模 (按零售銷售額計) (約整至最接近一億) 及逐年增長率：



資料來源：Euromonitor Passport Retailing 2014

於二零一四年至二零一八年，中國超市零售銷售額的預測複合年增長率預期將穩定在7.5%左右。預測零售銷售額預期截至二零一八年將實現約人民幣26,800億元。相信對國內消費的刺激政策、持續投資政策、醫療及養老金體系的持續推動及股票及債券市場自二零一四年底起的反彈將提高消費者的信心及消費力。

中國的超市零售市場相當分散，於二零一三年，十大超市營運商佔全國總零售銷售額約7.8%，當中最大超市營運商的銷售額為人民幣42,371.2百萬元，於二零一三年獲取的市場份額為2.2%。

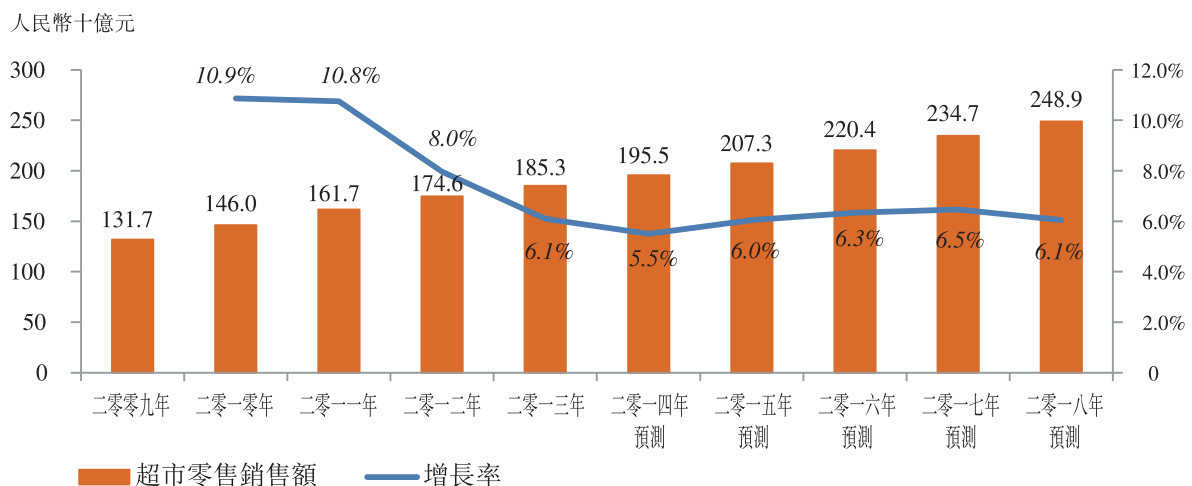
廣東省超市零售業

於二零一三年，廣東省的超市零售銷售額合共為人民幣185,268.9百萬元，較上一年度增加約6.1%，佔中國超市總零售銷售額約10%。廣東省超市零售業的增長率近期放緩，與全國趨勢一致，此乃主要是由於其已壯大的銷售基礎以及特別是自二零一二年以來中國宏觀經濟整體穩定所致。

行業概覽

根據歐睿的資料，廣東省是中國大力發展零售業的早期實踐者之一。於過去30年，廣東省零售市場規模憑藉其有利的經濟基礎及行業模式一直領先於其他省份。地區領先零售企業的湧現進一步刺激了廣東省的零售業發展並為該行業應對外部及內部挑戰(如經濟下滑及運營成本上升)打下堅實的基礎。

下圖說明由二零零九年至二零一八年廣東省超市零售業的過往及預測市場規模(按零售銷售額計)(約整至最接近一億)及逐年增長率：



資料來源：來自行業訪談及案頭研究的歐睿估計

廣東省的超市零售銷售額的複合年增長率於二零一四年至二零一八年預期將保持約6.2%。預測零售銷售額預計於二零一八年前將達約人民幣2,489億元。隨著對國內消費的刺激政策、養老及醫療體系的逐步完善及股票及債券市場自二零一四年底起的反彈，預計消費者的信心將會增加，從而使整個百貨零售業(包括超市零售業)的零售銷售額的增長率於二零一五年後略增。

主要驅動因素

政府的措施支持廣東省超市零售業的發展

根據廣東省第十二個五年規劃，預期廣東省的國內生產總值將於二零一五年達人民幣6.7萬億元，按年增長率保留在約8%；廣東省人均國內生產總值預計於二零一五年將達人民幣66,000元，上升約7%。鑒於消費者的消費力正不斷增強及政府對刺激國內消費需求的意

行業概覽

向，根據第十二個五年規劃，廣東省將推動區域零售市場及提升地方消費需求。根據廣東統計年鑒，二零一三年消費品零售總額佔廣東省國內生產總值約40.9%，顯示出消費需要已成為廣東省經濟增長最主要的引擎。根據歐睿的資料，廣東省正致力從以出口為主的市場轉型至以國內消費為主的市場，預示零售市場前景明朗。

消費者越趨富裕及消費需求擴大

根據歐睿的資料，隨著一九八零年代及一九九零年代成為消費主幹，百貨零售商一直特別關注新的購物行為模式。鑒於消費者個人收入的持續增加及消費力提高，預期中國的零售市場於不久將來呈現正面發展趨勢。同時，鑒於消費者越趨富裕，現代百貨零售業越來越專注於滿足消費者的購買需要，彼等不僅顧及價格定位，而且亦追求高質量的產品及消費體驗。對性價比高、產品選擇更多及購物環境更好的日增需求(特別是來自年輕一代消費者的此類需求)將繼續增長並擴大其在現代百貨零售業中的市場份額。

競爭格局

國內參與者領導中國的超市零售業市場

中國五大超市零售運營商(按零售銷售額計)全部由中國國內投資者投資。與國內參與者相比，國外超市運營商在成熟的品牌認知度及忠誠度、品牌設計、門店管理及客戶行為研究方面具備優勢。然而，國內品牌不僅依賴其廣泛的門店網絡、對當地供應鏈及客戶購買習慣的熟悉度，亦通過向外國對手方學習業務模式、推廣活動、門店陳列及管理以及提升客戶體驗正迅速猛烈崛起。就零售增加及門店擴張而言，國內公司推動整體市場趨勢並在銷售業績及門店擴張方面領先。

廣東省超市零售業的競爭格局

於二零一三年，廣東省五大領先超市運營商合共約佔超市零售業的5%(以零售銷售額及門店數目計)，其表明市場相對分散。二零一三年本集團以約人民幣331.9百萬元的零售銷售額在廣東省超市零售業類別內排名第五，所佔的市場份額為0.2%。據說廣東省形成比全國市場更為分散的市場乃由於廣東省較其他省份較早發展零售行業，而廣東省的現代百貨零售業亦更為成熟且競爭激烈所致。

行業概覽

於二零一三年，按零售銷售額及門店數目計，本集團是廣東省五大超市運營商之一。我們相信，我們的成功歸因於(其中包括)我們的知名品牌、綜合性區域網絡、集中於三線及更低級別城市的策略性位置以及高效的物流網絡。根據歐睿報告，中國的三線及更低級別城市佔中國總人口逾70%，由於這些城市與高級別城市相比競爭較小，因而就消費需求及購買力而言具有更大潛力。歐睿報告亦顯示，領先參與者(包括本集團)因具有綜合物流系統及明確市場定位而被低級別城市的消費者所熟知。

以下載列二零一三年廣東省五大超市運營商按超市零售業的零售銷售額的市場份額劃分的競爭格局：

排名	公司名稱	人民幣百萬元	所佔百分比
1	公司A	7,286.1	3.9%
2	公司B	659.2	0.4%
3	公司C	620.5	0.3%
4	公司D	470.1	0.3%
5	顧客隆	331.9	0.2%
	其他	175,901.1	94.9%
	總計	185,268.9	100.0%

資料來源：來自行業訪談及案頭研究的歐睿估計

附註：

1. 上述市場份額數據乃透過實地調查(包括案頭研究及行業訪談)釐定。儘管經審核數據可自某些公司獲得，但其一般不包括關於本研究所查閱的超市類別的收益數目明細。就該等公司以及市場中並無[編纂]的公司而言，歐睿根據多份行業來源(不僅僅是該公司本身資料)提供的估計來估計其各自市場份額，力求根據該等估計取得一致性。
2. 排名乃根據對二零一三年公司的超市連鎖店的銷售額(以零售價)的估計得出，不計及增值稅。
3. 對零售銷售額的估計乃根據該等公司具備超市特徵的全部自營門店(不包括加盟店或其他類型的零售店)而作出。
4. 顧客隆同時經營大賣場及超市，但其大賣場的零售銷售額不包括在內。

行業概覽

就超市運營商的門店數目而言，本集團因擁有約56個門店而成為廣東省第三大參與者，佔廣東省的市場份額為0.4% (以門店數目計)。以下載列於二零一三年廣東省五大超市運營商按超市零售業的門店數目劃分的競爭格局：

排名	公司名稱	門店數目	所佔百分比
1	公司A	500	3.6%
2	公司C	68	0.5%
3	順客隆	56	0.4%
4	公司B	35	0.3%
5	公司D	28	0.2%
	其他	13,078	95.0%
	總計	13,765	100.0%

資料來源：來自行業訪談及案頭研究的歐睿估計

附註：

1. 上述市場份額數據乃透過實地調查 (包括案頭研究及行業訪談) 釐定。儘管經審核數據可自某些公司獲得，但其一般不包括關於本研究所查閱的超市類別的收益數目明細。就該等公司以及市場中並無[編纂]的公司而言，歐睿根據多份行業來源 (不僅僅是該公司本身資料) 提供的估計來估計其各自市場份額，力求根據該等估計取得一致性。
2. 排名乃根據對二零一三年的公司自有超市連鎖店的門店數目的估計得出。
3. 對店舖數目的估計乃參考該等公司具備超市特徵的全部自營門店 (不包括加盟店或其他類型的零售店) 而作出。
4. 順客隆同時經營大賣場及超市，但其大賣場的零售銷售額不包括在內。

行業概覽

進入門檻

超市零售業的進入門檻包括門店發展及商品、店鋪及人力管理、物流及存貨以及整個供應鏈的協商所需的巨額資金投入。擁有成熟品牌的領先參與者在協商店鋪位置及租金方面具有更強的議價能力並與供應商維持更好的關係。

就成本架構而言，物業租金、勞工及水電費構成超市運營成本的絕大部分，其中租金成本甚至約佔總成本的50%，甚至能決定超市運營的利率。根據中國連鎖經營協會頒佈的「二零一三年中國零售能力」，繁榮商業區的商業物業的租金預期每年增加10%。此外，零售行業的就業人口的收入增長率在整體上一般高於其他行業的就業人口的收入增長率。預期零售商須保持至少8%或左右的年銷售增長率以平衡不斷上升的運營成本。

未來機會及挑戰

低級別城市為超市零售業創造了巨大的增長潛力

根據歐睿的資料，在中國的十大國內城市(按人均國內生產總值)中，約有七個是三線及更低級別城市，且按可支配收入(為消費者真正富裕及消費能力的指標)計，國內十大城市當中接近一半是四線城市。¹

與一線城市及二線城市相比，中國許多低級別城市的現代百貨零售業(包括超市零售商)尚不成熟且競爭亦較不激烈，故給予新加入參與者較好的發展潛力。就零售商而言，儘管成本上升，但小城市的租金、物流及勞工成本仍要低得多。就消費者需求而言，由於城市化進程及收入水平的上升，預期低級別城市的消費者將在日後進行更多消費。低級別城市的潛力已吸引越來越多的超市零售商進入市場，日後該等市場的競爭將日益激烈。

附註：

¹ 根據歐睿的資料，一線城市指北京、上海、廣州及深圳。二線城市指中國部分特定城市，大部分為省會城市及沿海地區發達城市，其經濟表現突出、人口數量大並擁有高級的行政管理機構。三線城市指除一二線城市外的所有地級市，包括較不發達地區的省會城市。四線城市指中國所有縣級市。

行業概覽

小城市、城鎮及農村地區的百貨零售店的出現，預期將於中國百貨零售業產生強勁增長。百貨零售店的擴張將導致較低的價格及產品組合多元化，從而可刺激該等地區的更高開支。相信領先零售商將在廣東省作進一步的市場滲透，進軍有穩固人口基礎的二線及低級別城市，並將門店的覆蓋率進一步擴展至全省。

經濟增長放緩及運營成本增加

作為中國的重要省份(按消費、製造及出口貿易計)，廣東亦於中國的經濟轉型期內受到影響。廣東省的實際國內生產總值增長率於過去數年內有所放緩，由二零一零年的12.4%下降至二零一一年的10.0%並進一步下降至二零一三年的8.5%，而其仍然較二零一三年全國實際國內生產總值增長率7.7%為快。

經濟低迷及成本(如勞工、物流、物業管理費及租金)的大幅上升於過去數年對零售增長造成負面影響。超市零售業正面對多項挑戰，加速了行業轉型。部分零售商嘗試透過關閉表現較差的門店及透過併購方式，減輕經濟放緩及運營成本增加的壓力，以應付運營成本及優化業務架構。透過良性的調整及重組，銷售表現可獲提升，而歐睿預期業內將出現更多的併購活動。

在競爭激烈的情況下進行積極的併購活動，同時推動行業發展及升級

整體放緩的經濟及不斷上升的成本使許多百貨零售商的邊際利潤收窄情況加劇，且市場競爭日趨激烈。由於經濟放緩及運營成本上升，零售商改變其擴展策略，由急速開設大量新門店演變為透過併購活動迅速收購已建立的零售資源。

二零一三年，中國經歷了零售業內併購活動相對較大變化的一年，協助零售商縮減開設大量門店的營運成本，及避免黃金地段出現短缺問題。這顯示出零售商正嘗試透過合併活動來調整營運策略以擴展市場份額的演變趨勢。領先零售商可利用該等機會及憑藉其競爭優勢收購被低估的零售運營商，打破地區限制並將其市場份額擴展為不同的零售業務形式。