

行業概覽

本節所載資料乃由弗若斯特沙利文編製，並基於公開資料來源反映市況預估，主要作為市場研究工具而編製。文中對弗若斯特沙利文的提述不應被認為是弗若斯特沙利文關於任何證券的價值或投資於我們是否明智而發表的意見。我們的董事相信，本節所載資料的來源為該資料的適當來源，且在轉載該資料時已持合理審慎的態度。我們的董事並無理由相信該資料失實或具有誤導性，或遺漏了任何重大事實致使該資料失實或具有誤導性。由弗若斯特沙利文所編製及載於本節的資料尚未經我們、獨家保薦人、控股股東、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他一方或聯屬人士獨立核實，且彼等概無就該資料的準確性提供任何聲明，[編纂]不應倚賴該資料作出或不作出任何投資決定。

資料來源

我們已委託獨立第三方弗若斯特沙利文對香港餐飲業展開研究。我們已同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付550,000港元。

弗若斯特沙利文於編撰弗若斯特沙利文報告時收集相關市場數據所採用的方法包括二手研究及直接訪談。二手研究涉及從公開可用來源獲取的數據及刊物的資料整合，包括香港政府部門的官方數據及公告以及由我們主要競爭對手刊發的行業市場研究及企業資料。直接訪談乃對相關機構進行，以取得客觀真實的數據及遠景預測。

弗若斯特沙利文對市場規模、份額及及分部分析、競爭對手追蹤及企業情報等進行研究。除另有註明外，本節所載全部數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告、各種官方的政府刊物及其他刊物。

弗若斯特沙利文為一間於一九六一年在紐約創辦的全球諮詢公司，在全球各地設有40多個辦事處，擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟師。弗若斯特沙利文的服務包括技術研究、獨立市場研究、經濟研究、企業最佳常規諮詢、培訓、客戶研究、競爭情報及企業策略。弗若斯特沙利文在中國設有四個辦事處，可直接聯繫餐飲業最有見識的專家及市場參與者。

弗若斯特沙利文報告中所使用的假設

在編撰及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已採納以下假設：(i)假設香港經濟於預期期間維持穩定增長；(ii)香港的社會、經濟及政治環境於預測期間極有可能保持穩定，從而確保了餐飲市場的穩定健康發展；及(iii)預測期間概無任何戰爭或大規模災難。

行業概覽

弗若斯特沙利文報告所載資料的可靠性

本節所載有關資料乃摘錄自弗若斯特沙利文報告。

香港餐飲業概覽

香港餐飲業指向消費者提供調製食品、消費場所及設施的商業活動。下表載列餐飲業中常見餐廳類別的主要特色。

| 餐廳類別 | 主要特色 |
|-------|--|
| 全服務餐廳 | <p>彼等在固定的午餐及晚餐時段(而非全日)提供各種美食。就餐環境普遍較佳，並提供全套餐桌服務。</p> <p>顧客於餐桌上享用餐點，一般於就餐結束後付賬。通常會收取服務費。</p> |
| 休閒餐廳 | <p>休閒餐廳指環境輕鬆並供應中等價格食物的食肆場所，通常提供若干餐桌服務。這些餐廳的營業時間較長，供膳時間亦較全服務餐廳更具彈性。</p> <p>例子是休閒中式酒樓、休閒西餐廳、咖啡館、茶館及酒吧，供應飲料及小吃。</p> |
| 快餐店 | <p>就餐環境簡約。提供有限的餐桌服務或並無餐桌服務。</p> <p>顧客通常在服務櫃檯點菜、結賬及取餐。目標顧客包括年輕一代及工人階級。</p> |

香港餐飲業的市場規模

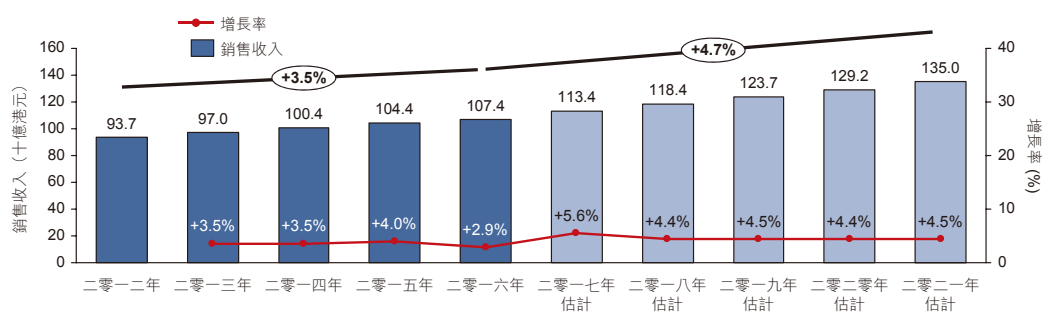
作為亞洲最知名的旅遊城市之一，香港不僅以購物天堂而聞名遐邇，而且因其各色美食而享譽盛名。餐飲業預計因市場需求強勁而維持可持續增長。香港餐飲業的市場規模溫和增長，由二零一二年的937億港元增長至二零一六年的1,074億港元，複合年增長率達3.5%。

隨著旅遊業的進一步發展、人均年可支配收入持續提升及人們愈來愈青睞於經常外出用餐，香港餐飲市場的銷售收入估計於二零二一年將達到1,350億港元，二零一六年至二零二一年的複合年增長率達到4.7%。

目前，消費者(特別是遊客)願意選用良好品牌形象及聲譽的連鎖餐廳就餐。該等餐廳一般提供品質優良而穩定的新鮮美食，從而留住其客戶群。

行業概覽

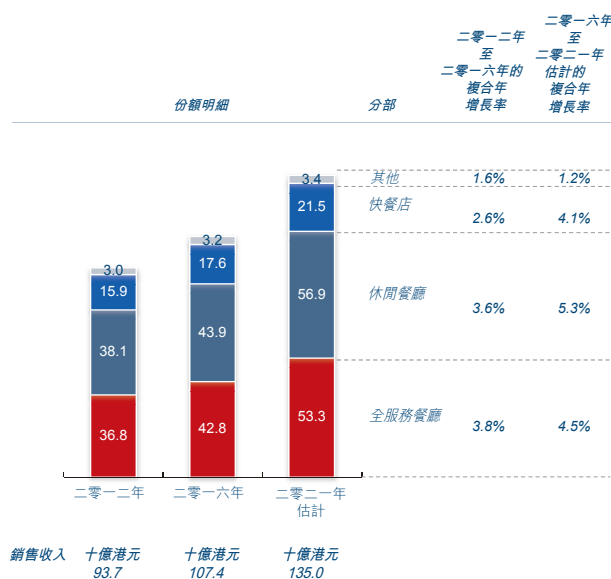
香港餐飲市場的銷售收入(二零一二年至二零二一年估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

在香港，休閒餐廳分部及全服務餐廳為餐飲業的主要市場分部，於二零一六年分別佔香港餐飲業銷售收入總額的40.9%及39.9%，而鑒於顧客的負擔能力及菜式供應的多樣性，全服務餐廳構成第二大目標顧客群。該分部估計於二零二一年將佔香港餐飲業總收入的39.5%，可能會按複合年增長率4.5%溫和增長，於二零二一年達到533億港元。

香港餐飲市場類別：銷售收入細分及增長(二零一二年、二零一六年及二零二一年估計)



附註：其他包括外賣店、攤檔、路邊小販及並無於上表另行描述的食肆。

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

香港全服務餐廳市場概覽

全服務餐廳市場可分為三大類，包括中國菜、亞洲菜及西餐：

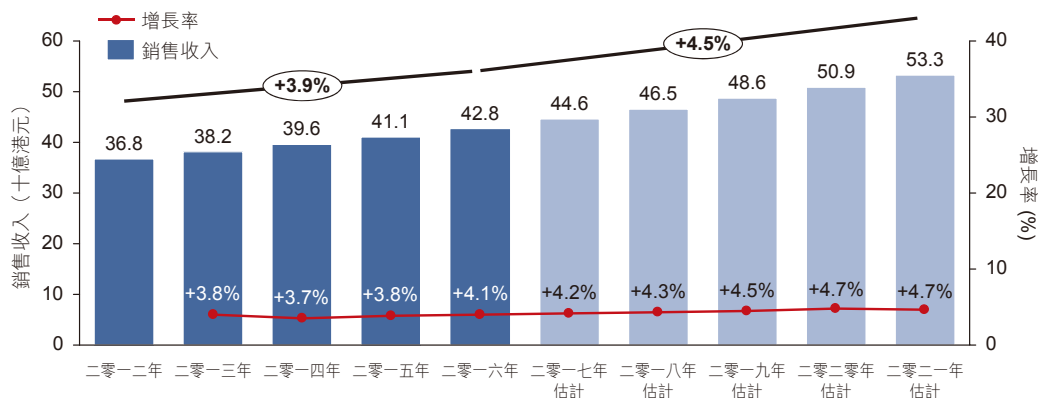
- 中國菜** 指傳統的中國菜，通常包括冷菜及熱菜。中國菜包括粵菜、北京菜、川菜、滬菜及其他中國菜。中國菜採用合餐制。用膳者圍桌而坐，共同享用同一個盤子中的食物。食物在廚房經烹飪、準備好之後再送往餐桌。
- 亞洲菜** 包括亞洲國家(中國除外)的傳統菜式，如日本料理、韓國料理及其他亞洲菜。
- 西餐** 指西式菜餚，通常採用分餐制。法國菜、意大利菜、墨西哥菜及所有其他菜式(中國菜及亞洲菜除外)全部屬於此類。用膳者在享用西餐時通常不會合餐，各自的膳食分開。膳食一人一份，通常包括開胃菜、湯、沙拉、主菜、點心、冰淇淋及咖啡。

香港全服務餐廳市場的市場規模

香港的全服務餐廳市場由二零一二年的368億港元增加至二零一六年的428億港元，同期的複合年增長率為3.9%。該增長是由於隨著生活水平提高及生活質量改善，香港食客愈來愈青睞於外出用餐，加之住戶食品開支不斷增長。

將來數年，隨著餐飲業的進一步發展、標準化水平提高及消費者愈來愈願意外出用餐，香港的全服務餐廳市場預計將繼續維持上升趨勢。根據弗若斯特沙利文的資料，香港全服務餐廳市場的銷售收入總額預計於二零二一年將達到533億港元，自二零一六年起計的複合年增長率為4.5%。

香港全服務餐廳市場的銷售收入(二零一二年至二零二一年估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

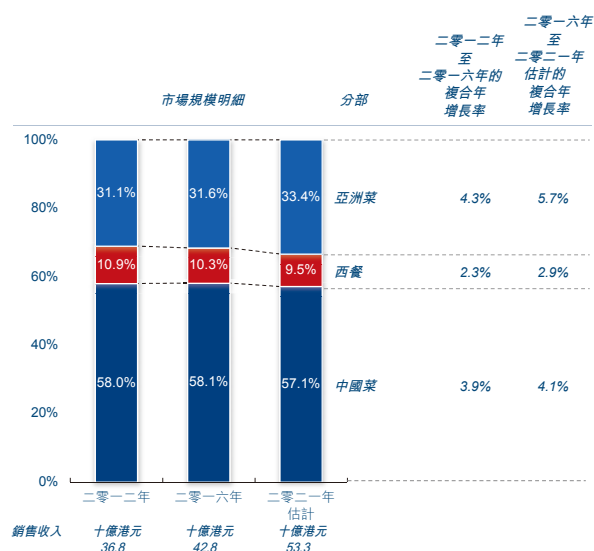
行業概覽

以收入計，中國菜仍佔據全服務餐廳市場的大部分份額。於二零一二年至二零一六年期間，市場份額相對穩定。粵菜佔中國菜市場80%以上的份額。

以收入計，於二零一六年亞洲菜佔31.6%的市場份額，在所有分部中增長最快。相關市場預期將由二零一六年的135億港元增至二零二一年的178億港元，複合年增長率為5.7%。亞洲菜包括日本料理、韓國料理、泰國菜及其他亞洲菜。日本料理佔亞洲菜整體市場的最大份額，達到13.3%。過往數年，日本料理市場持續增長，於二零一六年達到57億港元，二零一二年至二零一六年的複合年增長率為6.2%。該分部預計日後將保持快速增長趨勢，二零一六年至二零二一年的複合年增長率為8.4%。韓國料理由二零一二年的4億港元增長至二零一六年的6億港元，複合年增長率為11.4%，預計於二零一六年至二零二一年按複合年增長率9.5%增長，並於二零二一年達到10億港元。

於二零一六年，西餐佔約10.3%的份額。

香港全服務餐廳明細：銷售收入細分及增長(二零一二年、二零一六年及二零二一年估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

香港全服務餐廳市場的市場驅動因素

消費能力提高

於二零一二年至二零一六年，香港的收入穩步增長，導致外出用餐的消費開支增加。由於香港市民持續追求更好的就餐體驗，彼等更願意外出用餐，因此近年來外出用餐的習慣仍較為普遍。外出用餐的消費增加將為全服務餐廳市場增長的市場動力之一。

健康意識提升

香港消費者的健康及養生意識不斷提升。與速食相比，正餐一直被認為更健康及更營

行業概覽

養。沒有重口味或油膩的膳食(如粵菜及日本料理)備受香港消費者的青睞。日後，健康飲食的意識日益提升可能會推動市場發展。

消費者對其他文化的興趣增加

互聯網及旅遊業的快速發展導致消費者對其他文化的興趣不斷增加。飲食一直是所有文化的重要部分。受到日本流行音樂及韓國流行音樂的影響，日本料理及韓國料理已成為香港全服務餐廳市場上增長最快的兩個分部，且由於日本及韓國偶像及電視劇的人氣日益高漲，預計將進一步推動該市場。

香港全服務餐廳市場的准入門檻

設店啟動資金

擁有足夠的資金支持對香港的全服務餐廳經營者而言至關重要，從而確保租賃裝修、店員招募、設備設施採購。全服務餐廳通常更注重裝修及環境以及服務員培訓。

品牌知名度及認可

一般而言，強大的品牌與食品口味、安全性及質量、服務及環境等高度相關。就此而言，聲譽卓著、品牌強大的餐廳更有可能受到遊客青睞。就新開業的餐廳而言，彼等難以於短期內建立品牌知名度及認可。

招募廚師

相比其他類型的餐廳，全服務餐廳更加依賴廚師的廚藝。招募廚師及烹飪程序的標準化是新開業餐廳的關鍵進入壁壘。此外，毫無經驗的新開業餐廳難以管理員工流失率。

餐廳地點

地點乃餐廳的關鍵成功因素。然而，新開業餐廳可能不易於物色合適的地點。新開業餐廳必須尋求機遇選擇新地點。可選擇的餐廳地點有限，乃新開業餐廳的關鍵進入壁壘。

繁雜的牌照申請

在香港，申請餐廳營運牌照的程序複雜，此可能阻礙新餐廳所有者進入市場。

行業概覽

香港全服務餐廳市場的關鍵成功因素

可靠的原材料供應商及高資質廚師

食品供應的原食材及廚師的廚藝乃全服務餐廳競爭力核心因素。因此，可靠的原食材供應商是確保食品衛生及新鮮的重要因素。廚師作為餐廳的核心，不僅可確保菜餚的品質，而且可開發新菜式。廚師的廚藝決定了餐廳的品質及口碑。

品牌知名度及良好聲譽

品牌知名度是餐廳傳達予顧客的第一印象。品牌的成功在於消費者對餐廳所提供的食品及服務的認可。作為旅遊勝地，遊客會參考眾多信息來源以對餐廳作出判斷。社交平台可提供有關餐廳的第三方點評。對客戶反饋及網上評價的管理乃全服務餐廳的關鍵成功因素。

服務員的高素質服務

全服務餐廳必須非常注重服務員的服務質量。現代餐廳不僅應為顧客提供食品，還應提供全面貼心的服務。考慮到翻枱率的因素，服務員的回應時間及態度可能不僅會決定顧客對餐廳的滿意度，還會決定收入。此外，餐廳的服務為競爭激烈的市場中的關鍵區分因素。

突出的管理及經營能力

與快餐店不同，全服務餐廳的翻枱率比較低。因此，縮短顧客的等待時間乃管理顧客滿意度的關鍵，同時也是通過提高翻枱率增加收入的關鍵。中央廚房的半成品是提高效率的關鍵步驟。

合適的地段及穩定的客流量

合適的地段指餐廳能夠接觸到足夠目標顧客以維持其經營的地點。在香港，土地資源稀缺。理想地段能夠鎖定購買力強的穩定客流量，亦為全服務餐廳的關鍵成功因素。

主要原材料平均價格

海鮮、新鮮蔬菜、肉類及飲料乃全服務餐廳市場中最常用的原材料。根據香港政府統計處的資料，主要食材的消費者價格指數於二零一二年至二零一六年期間普遍上漲。於二零一二年至二零一六年期間，二零零九／一零年度肉類價格指數(包括牛肉、豬肉、家禽，冷凍肉類及其他肉類)由121.8漲至142.7，複合年增長率約為4.0%。海鮮(包括海水魚及其他新鮮

行業概覽

海產品)價格指數由146.6漲至183.4，複合年增長率約為5.8%。新鮮蔬菜價格指數由109.8漲至135.9，複合年增長率約為5.5%。飲料(包括酒精及非酒精飲料)價格指數由107.4漲至114.1，複合年增長率約為1.5%。

全服務餐廳主要食材的消費者價格指數

| | 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 | 二零一二年至 二零一六年 期間複合年 增長率 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------------|
| 海鮮 | 146.6 | 153.8 | 164.6 | 177.1 | 183.4 | 5.8% |
| 新鮮蔬菜 | 109.8 | 121.8 | 123.5 | 123.4 | 135.9 | 5.5% |
| 肉類 | 121.8 | 127.0 | 129.0 | 135.1 | 142.7 | 4.0% |
| 飲料 | 107.4 | 110.8 | 113.7 | 114.7 | 114.1 | 1.5% |

資料來源：香港政府統計處，弗若斯特沙利文

香港全服務餐廳市場的競爭力分析

截至二零一六年，香港的全服務餐廳市場相對分散，前十大市場參與者佔據整個全服務餐廳市場的約33.8%份額。於二零一六年，本集團名列該市場第六位，收入及市場份額分別為7.2億港元及1.7%。

香港全服務餐廳市場上按收入計的前十大市場參與者(二零一六年)

| 排名 | 公司 | 收入(十億港元) | 市場份額(%) |
|------|-----|--------------|---------------|
| 1 | A公司 | 4.53 | 10.6% |
| 2 | B公司 | 2.78 | 6.5% |
| 3 | C公司 | 2.54 | 5.9% |
| 4 | D公司 | 0.80 | 1.9% |
| 5 | E公司 | 0.78 | 1.8% |
| 6 | 本集團 | 0.72 | 1.7% |
| 7 | F公司 | 0.71 | 1.7% |
| 8 | G公司 | 0.66 | 1.5% |
| 9 | H公司 | 0.56 | 1.3% |
| 10 | I公司 | 0.36 | 0.8% |
| 前10大 | | 14.44 | 33.8% |
| 其他 | | 28.34 | 66.2% |
| 總計 | | 42.78 | 100.0% |

資料來源：弗若斯特沙利文

與香港的中國菜市場相比，香港的亞洲菜市場更為分散。按二零一六年的收入劃分，前五大市場參與者的市場佔有率僅為28.1%。按二零一六年的收入劃分，本集團排名第三。於二零一六年，本集團於香港錄得收益4.3億港元，市場佔有率約為3.2%。

行業概覽

香港亞洲菜市場上按收入計前五大市場參與者(二零一六年)

| 排名 | 公司 | 收入(十億港元) | 市場份額(%) |
|-----|-----|--------------|---------------|
| 1 | A公司 | 2.09 | 15.4% |
| 2 | J公司 | 0.48 | 3.5% |
| 3 | 本集團 | 0.43 | 3.2% |
| 4 | B公司 | 0.42 | 3.1% |
| 5 | K公司 | 0.38 | 2.8% |
| 前5大 | | 3.80 | 28.1% |
| 其他 | | 9.73 | 71.9% |
| 總計 | | 13.53 | 100.0% |

資料來源：弗若斯特沙利文

香港的中國菜市場相對集中。於二零一六年，按收入計，前三大市場參與者佔約29.1%的市場份額。於二零一六年，本集團的中國菜業務實現2.9億港元收入，佔約1.2%的市場份額。

香港的日本料理市場相對集中，按於二零一六年的收入計，前五大市場參與者佔63.5%的份額。於二零一六年，A公司(香港的綜合餐飲服務商)及B公司(於香港主打日本料理的領先餐飲服務商)分別名列香港日本料理市場第一名及第二名。於二零一六年，本集團名列香港日本料理市場第三名，按收入計佔7.6%的市場份額。

香港日本料理市場上按收入計前五大市場參與者(二零一六年)

| 排名 | 公司 | 收入(十億港元) | 市場份額(%) |
|-----|-----|-------------|---------------|
| 1 | A公司 | 2.04 | 36.0% |
| 2 | J公司 | 0.48 | 8.5% |
| 3 | 本集團 | 0.43 | 7.6% |
| 4 | K公司 | 0.38 | 6.7% |
| 5 | L公司 | 0.27 | 4.8% |
| 前5大 | | 3.60 | 63.5% |
| 其他 | | 2.07 | 36.5% |
| 總計 | | 5.67 | 100.0% |

資料來源：弗若斯特沙利文

香港全服務餐廳市場的機遇

日本料理的人氣上升：根據日本政府觀光局的資料，前往日本的香港遊客數目增長強勁，已由二零一二年的481,665人次增加至二零一六年的1,839,193人次，複合年增長率達39.8%，表明對於香港居民而言，日本文化呈現上升勢頭，且表明香港對日本料理的需求日益增長。因此，日本料理在香港的普及為餐飲業相關分部提供了發展良機，且近年來提供日本料理的餐廳數目日益增加的現象並不罕見。

行業概覽

網上營銷渠道擴大：近年來，香港的聯網智能電話數目顯著增長。除傳統營銷工具以外，智能電話及互聯網的大量普及為餐廳經營者進一步發展業務提供了一個潛在的機遇。

倍受年輕人青睞：年輕人更喜歡外出用餐，且更傾向於品嚐新品及特色美食。因此，與傳統餐廳相比，具現代時尚就餐環境的專業美食餐廳能夠吸引更多年輕顧客。

對香港全服務餐廳市場的威脅

遊客到訪人數下降：受全球經濟不穩定、韓國爆發中東呼吸綜合癩、貨幣因素以及其他因素的影響，香港旅遊業停止其持續增長趨勢，於二零一六年下跌4.5%。中國內地遊客到訪人數佔整體市場的75.5%，於二零一六年下跌6.7%。旅遊業的不穩定性可能會影響該市場。

人工及原材料的經營成本增加：近年來，經營成本不斷增加令餐廳經營者的財務壓力有增無減，主要是由於自二零一一年以來法定最低工資經一年兩次的審核後最低工資有所增加，肉類及蔬菜等原食材的成本居高不下，同時存在通貨膨脹。香港最低工資自二零一七年五月一日起上升至每小時34.5港元。作為勞動密集型行業，餐飲服務商可能會面臨較高的勞工成本及經營成本。