

行業概覽

本節所載資料乃由弗若斯特沙利文編製，反映了根據公開可得資料作出的市況估計，並主要作為市場調查工具而編製。引述弗若斯特沙利文不應視為弗若斯特沙利文對於任何證券價值或投資於我們是否明智而發表的意見。我們的董事認為，本節所載資料來源為該等資料的適當來源，並已合理謹慎地轉載該等資料。我們的董事並無理由相信該等資料屬不實或誤導，或遺漏任何重大事實導致該等資料屬不實或誤導。本節所載由弗若斯特沙利文編製的資料並未經我們、售股股東、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他方或聯屬人士（弗若斯特沙利文除外）獨立核實，且彼等概無就其準確性作出任何聲明，因此在作出或不作出任何投資決定時不應依賴該等資料。

資料來源

我們已委託弗若斯特沙利文（一名獨立第三方）就香港餐飲業進行研究。我們同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付費用680,000港元，而我們的董事相信該價格反映市場價格。

弗若斯特沙利文在蒐集相關市場數據以編製弗若斯特沙利文報告時採用的方法包括二手研究及一手訪談。二手研究涉及從公開來源取得的數據及刊物（包括香港政府部門的官方數據及公佈）以及行業市場研究及由我們的主要競爭對手刊發的企業參與者資料中整合資料。一手訪談乃與相關機構進行，以取得客觀真實的數據及前景預測。

弗若斯特沙利文就市場規模、份額及分部分析、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、各種政府官方刊物及其他刊物。我們的董事經合理審慎考慮後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料並無出現可能使本節的資料存在保留意見、互相抵觸或對本節資料造成影響的不利變動。

弗若斯特沙利文為一間於1961年在紐約創立的全球諮詢公司，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，可直接聯繫熟悉餐飲業的專家及市場參與者。

弗若斯特沙利文報告採用的假設

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)假設香港經濟於預測期間維持穩定增長；及(ii)香港的社會、經濟及政治環境於預測期間很可能維持穩定。

行業概覽

弗若斯特沙利文報告所載資料的可靠性

我們的董事認為，本節採用的資料來源可靠，原因為資料乃摘錄自弗若斯特沙利文報告。我們的董事認為，弗若斯特沙利文報告可靠且不具誤導成分，乃因弗若斯特沙利文為一間獨立的專業研究機構，在其專業領域內擁有豐富經驗。

香港的宏觀經濟

香港國內生產總值分析

香港經濟近年穩步發展，主要是由於亞洲多個經濟體迅速增長以及歐洲及美國出現溫和復甦，使香港外貿能夠維持競爭力。由於地區內生產活動日益增加及中國旅客與日俱增，國內市場亦不斷擴大亦支持有關增長。

根據香港政府統計處，香港國內生產總值由2013年約21,383億港元增加至2017年約26,626億港元，2013年至2017年的複合年增長率為5.6%。根據國際貨幣基金組織（「國際貨幣基金組織」），香港國內生產總值於2022年預計將達到約34,043億港元，2017年至2022年的複合年增長率為5.0%。

香港每戶食品開支分析

隨著收入增加，香港住戶食品開支亦相應增長。香港每戶食品開支由2013年的83.9千港元增加至2017年的100.3千港元，複合年增長率為4.6%。根據弗若斯特沙利文，香港居民的每戶食品開支預期將於2022年達到約121,490港元，從2017年至2022年的複合年增長率為3.9%。

香港的食物選擇多元化，包括中餐、西餐及亞洲菜。此外，近年來人們外出用餐的比例仍然高企。該飲食習慣預計於未來數年持續，導致食品開支持續增加。

香港消費物價指數及食品物價指數分析

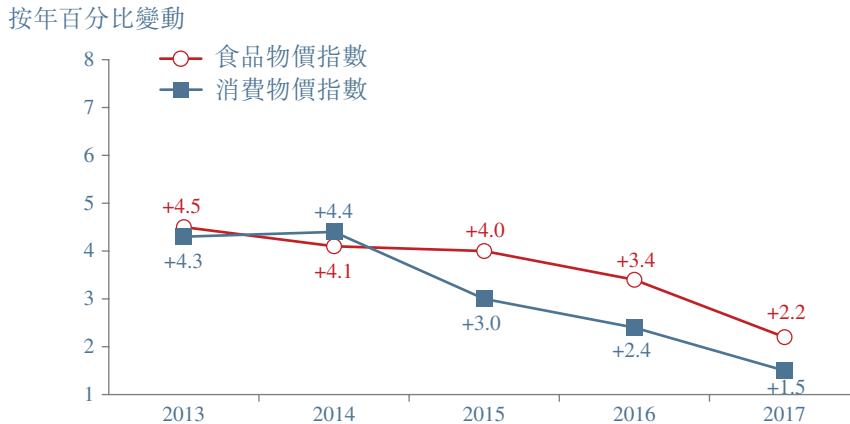
食品價格按整體供需以及其他因素而改變，包括氣候及天災等環境情況。隨著經濟進一步發展、可支配收入增加及通脹，香港食品物價指數（「食品物價指數」）由2013年至2017年持續增長。

消費物價指數（「消費物價指數」）為鑒定消費品及服務（如食品及保健）的加權平均價格的標準。一般而言，香港的消費物價指數持續波動，惟由2013年至2017年呈上升趨勢。

由於香港嚴重依賴進口，若干原食材的消費物價指數正大幅上漲。主要食材的消費物價指數日益上漲可能會增加酒樓營運成本。

行業概覽

2013年至2017年食品物價指數及消費物價指數（香港）



資料來源：香港政府統計處

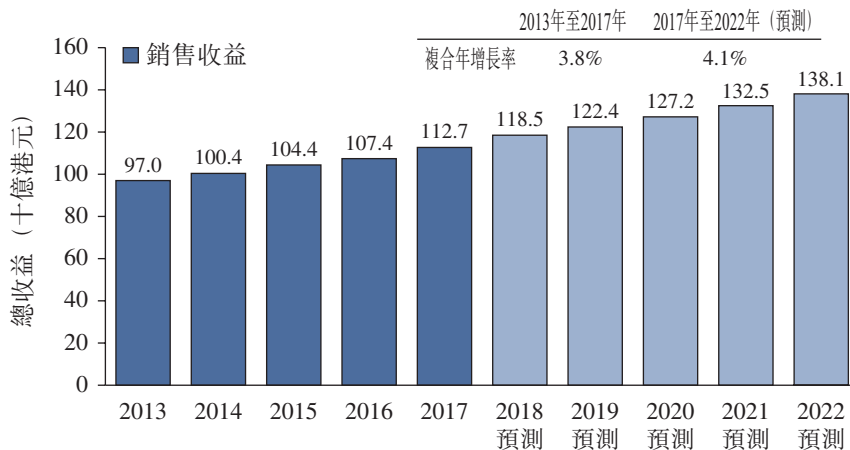
香港餐飲服務業概覽

香港餐飲服務業的市場規模

香港的餐廳數目由2013年的約19,000間增至2017年的約28,200間，而中式餐廳的數目同期則由10,900間增至16,200間。預計於香港的餐廳及中式餐廳總數目將於2020年分別達逾35,000間及23,000間。預計市場競爭將變得更激烈。預計餐飲業將在市場需求暢旺下維持可持續增長。香港餐飲服務業的市場規模由2013年的970億港元適度增長至2017年的1,127億港元，複合年增長率為3.8%。

隨著旅遊業進一步發展、人均年可支配收入持續改善及人們傾向更多外出用餐，香港餐飲市場的總收益估計將於2022年達到1,381億港元，2017年至2022年實現複合年增長率4.1%。消費者（特別是旅客）願意選擇品牌形象及聲譽已確立的餐飲集團。

2013年至2022年（預測）餐飲服務市場總收益（香港）



資料來源：弗若斯特沙利文

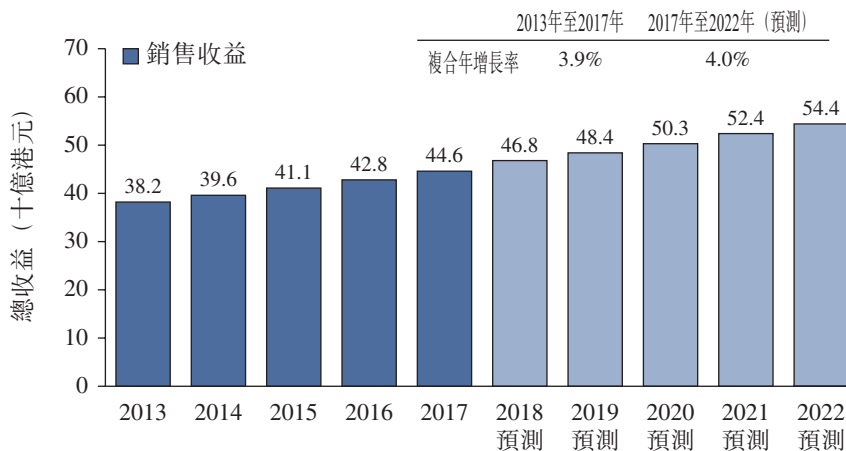
行業概覽

香港全面服務式餐飲市場的市場規模

香港全面服務式餐飲市場由2013年的382億港元增加至2017年的446億港元，該期間的複合年增長率為3.9%。此增長可歸因於香港人的生活水平提高及生活質素有所改善導致越來越多人外出用餐，連同家庭食品開支日益增加。

未來幾年，隨著餐飲業進一步發展、常規化水平高、外出用餐的意欲提升，香港全面服務式市場預計將繼續維持升勢。根據弗若斯特沙利文報告，香港全面服務式餐飲市場的總收益預計將於2022年達到544億港元，自2017年起的複合年增長率為4.0%。

2013年至2022年（預測）全面服務式市場總收益（香港）



資料來源：弗若斯特沙利文

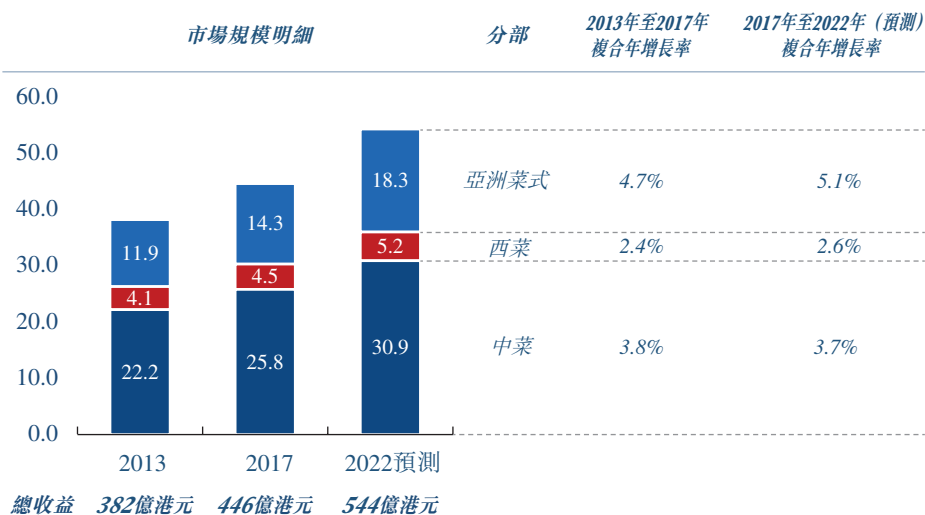
中菜仍佔全面服務式餐飲市場收益的絕大部份。市場佔有率於2013年至2017年保持相對穩定。中菜的市場佔有率當中粵菜佔超過80%。全面服務式中式餐廳的數目由2013年約3,400間增加至2017年約5,100間，以及估計將於2022年達到7,000間，引起市場更激烈的競爭。

亞洲菜式於2017年佔全面服務式餐飲市場收益約32.0%，為所有分部當中增長幅度最大。亞洲菜式市場預計其收益將由2017年的143億港元增長至2022年的183億港元，相當於5.1%的複合年增長率。

西菜於2017年佔全面服務式餐飲市場收益約10.1%，並預期於2022年約佔9.4%。

行業概覽

全面服務式餐飲市場明細：2013年、2017年及2022年預測之 總收益細分及增長（香港）



資料來源：弗若斯特沙利文

香港宴會市場概覽

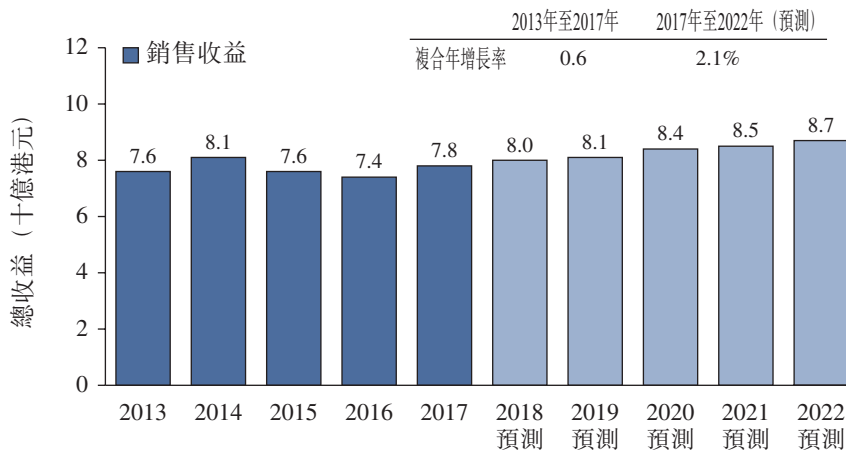
香港宴會市場的市場規模

香港宴會市場由2013年的76億港元至2017年的78億港元間波動。一般而言，市場於過去幾年呈下降趨勢，乃主要由於佔香港宴會市場最大比例的婚宴市場表現低迷。婚宴市場增長導致2014年的宴會市場稍為增加。

行業概覽

由於2017年為雙春兼閏月，2017年市場已逐步復甦。傳統中國人認為2017年為吉年及偏好於該年結婚。由於香港居民的消費能力日益增加帶動宴會開支不斷上升，預計市場由2017年至2022年將實現複合年增長率約2.1%。

2013年至2022年（預測）宴會市場總收益（香港）



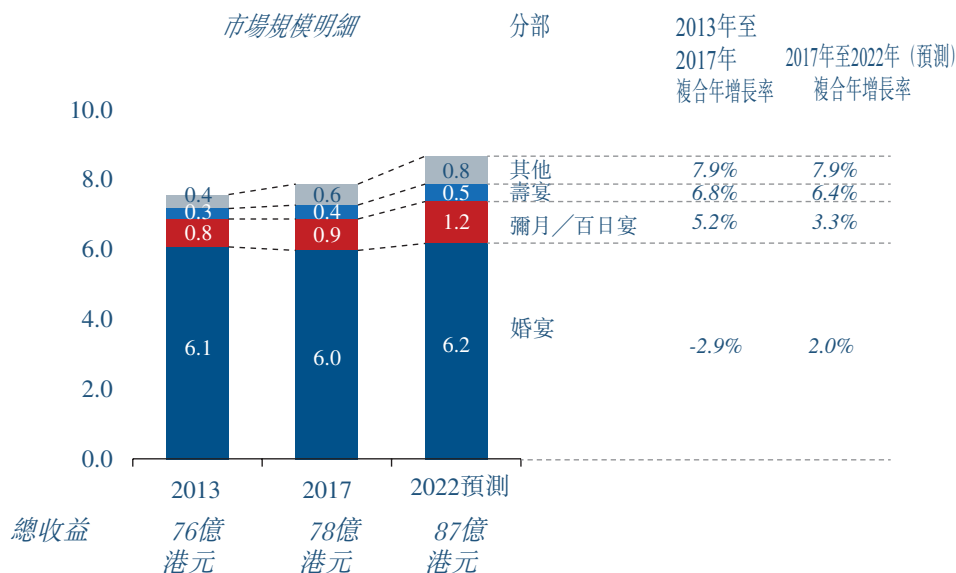
資料來源：弗若斯特沙利文

婚宴佔宴會市場總額的最大部分，乃由於新人在香港舉辦宴會並花費大量金錢在婚宴上屬常見現象。於2017年，香港婚宴收益佔宴會市場的總收益約76.9%。

彌月／百日宴指為新生嬰兒舉行的宴會。該等宴會通常在嬰兒出生後一個月或100天後舉行。於2017年，彌月／百日宴的收益佔宴會市場總收益約11.5%。

於2017年，壽宴及其他收益分別佔宴會市場總收益的5.1%及7.7%

2013年、2017年及2022年（預測）宴會市場明細：總收益細分及增長（香港）



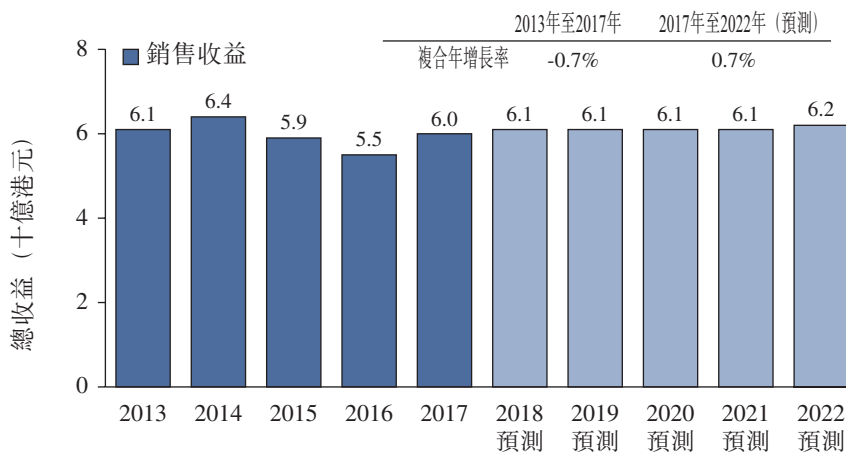
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

香港婚宴市場的市場規模

在香港結婚人數下降的影響下，香港婚宴由2013年的61億港元下跌至2017年的60億港元，複合年增長率為-0.7%。市場規模的減少主要是由於該等年度舉行婚禮的數目減少。預計宴會開支增加及年內舉行婚禮的數目增加導致2017年起市場將會出現復甦，因傳統中國人認為2017年為吉年及偏好於該年結婚。由於結婚人數減少及婚宴平均支出增加，已預期市場將於未來數年相對穩定。婚宴人均支出預期將於2022年達到約175,000港元，較2017年的161,000港元增加約8.7%，將為婚宴市場的主要推動力。中式全面服務式酒樓婚宴的人均支出預期將由2017年的159,000港元增加至2022年的172,000港元，增幅約為8.5%。

2013年至2022年（預測）婚宴市場總收益（香港）

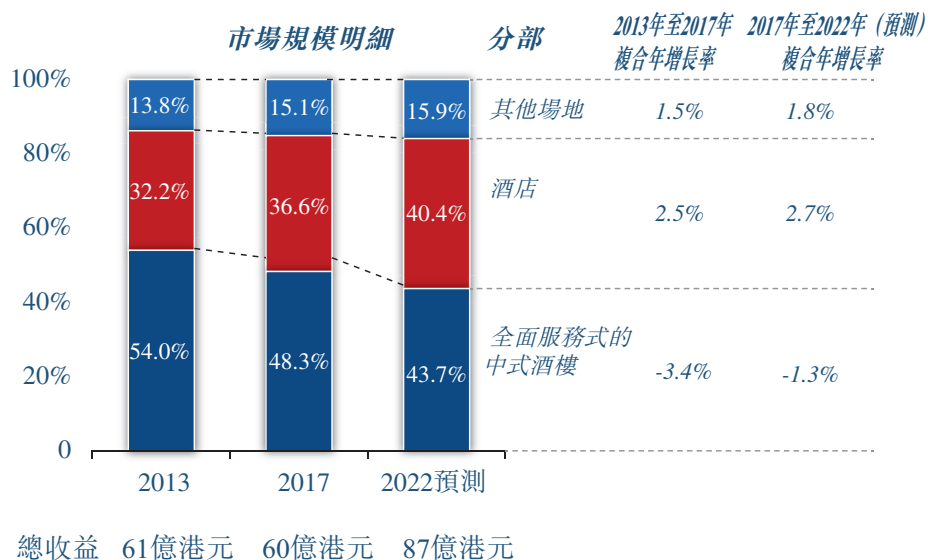


資料來源：弗若斯特沙利文

婚宴通常在全面服務式的中式酒樓、酒店、會所及其他場所舉行。全面服務式的中式酒樓為婚宴的主要地點，佔2017年香港婚宴市場總收益的48.3%。近年來在全面服務式的中式酒樓舉行的婚禮比例有所下降，其主要由於更多婚宴於酒店及其他場地舉行所導致。不過，預期下降趨勢放緩，乃由於從2017年至2022年婚宴的平均消費上升。就菜式種類而言，中菜宴會約佔近年婚宴總數的85%。

行業概覽

2013年、2017年及2022年（預測）婚宴市場明細：總收益細分及增長（香港）



資料來源：弗若斯特沙利文

分部收益只供參考，乃由於客戶可基於多項因素（例如場地桌子的數目、其可容納的客戶數目、地點等）而選擇不同分部。

就該等向新人提供獨特室內設計、高質素食品及服務以及具競爭力定價的全面服務式的中式酒樓而言，其能夠與低至中端酒店競爭，並搶佔婚宴市場的部分市場份額。

行業概覽

香港宴會市場的市場推動因素

消費力日益增加

香港僱員的平均薪金於2013年至2017年期間持續上升，導致本地居民的消費力有所增加。本地居民的消費力日益增長積極推動香港宴會市場。舉例而言，根據香港其中一間領先的婚禮媒體－生活易，婚宴的平均開支由2013年每對新人／每次活動的157,200港元增加至2017年每對新人／每次活動的161,200港元。宴會開支日益增加可能是推動市場的主要因素之一。

優化場地及創新菜餚

婚禮場地及菜餚為新人在舉行婚禮時最大的考慮因素。經優化的環境及設計的新裝修或翻新場地深受新人所追捧。此外，提供各式菜餚的酒樓其吸引力更大。因此，大部分宴會酒樓營運商著重於優化場地及創新菜餚以吸引新人，以及計劃舉辦宴會（包括商務宴會）的其他消費者。

服務範圍更廣泛

宴會酒樓營運商（尤其是該等專營婚宴的營運商）正擴大服務範圍。從花車、攝影至婚宴，營運商與多年前相比正提供更廣泛的服務。此外，根據《婚姻（設立婚姻監禮人制度及一般修訂）條例》，婚禮可於任何場地在婚姻監禮人見證下舉行，方便新人在餐廳舉行婚禮而毋須前往婚姻登記處。

香港全面服務式酒樓市場的入行門檻

初始成立資金

香港全面服務式酒樓營運商須具有足夠資金，以確保能應付租賃及裝修、員工聘用、設備及設施採購。全面服務式酒樓通常更注重裝修及環境以及對待應生的培訓。

品牌知名度及認受性

一般而言，強大品牌名稱與食物味道、安全及質量、服務及環境等息息相關。在該情況下，享有高聲譽及強大品牌名稱的酒樓多數更受食客歡迎。至於新入行者，彼等難以短期內建立品牌知名度及認受性。

聘用廚師

全面服務式酒樓較其他類型酒樓更依賴廚師的烹調技巧。聘用廚師及烹調程序常規化對新入行者而言為主要入行門檻。此外，缺乏經驗的新入行者在管理員工流失率方面相當困難。

酒樓地點

地點為酒樓的關鍵成功因素。然而，新入行者可能難以物色合適地點。新入行者須把握機會物色新地點。酒樓地點供應有限為新入行者的主要入行門檻。

行業概覽

牌照申請繁複

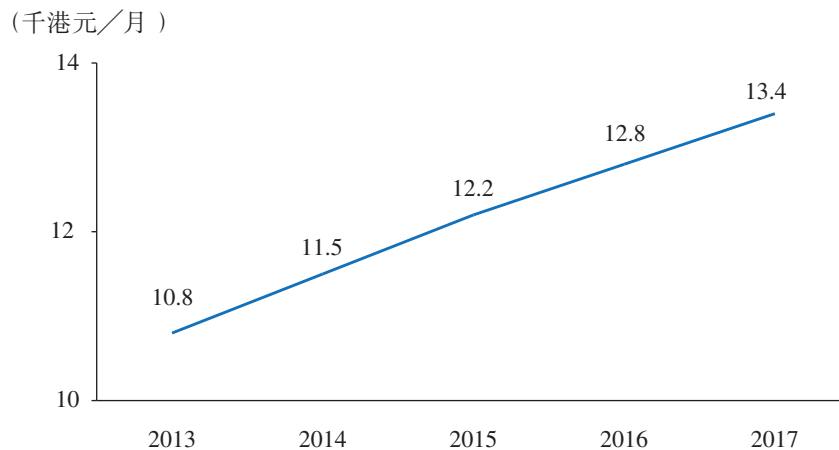
在香港為酒樓申請牌照相當繁複。香港食物環境衛生署、屋宇署、消防處等不同部門要求取得一定數目的食肆牌照及許可。

成本分析

宴會營運者的毛利率一般較中式全面服務式餐廳的毛利率高。由於通常(i)宴會已有預定桌子的數目／賓客的人數，因而更容易估算所需食材及因此能購買份量更準確的食材以減少浪費；(ii)宴會一般於實際宴會日期前已預定（婚宴：三至九個月；非婚宴：一至三個月），宴會經營者可因此更能監察及預先訂購以避免食材價格暫時上漲，以回應高價存貨的波動（特別是存放期比新鮮食材較長的海味）；及(iii)宴會菜單為預定，宴會經營者更能以大量購入食材的方式，及每碟菜式分量及所使用的替代食材種類，控制食材消耗及成本。

香港全面服務式酒樓的僱員平均月薪由2013年的10.8千港元上升至2017年的13.4千港元，複合年增長率為5.7%。增長的主要原因在於通脹日益提高導致生活費增加。同時，香港最低工資標準上漲亦推動增長。根據香港勞工處，香港法定最低工資由2011年的每小時28港元、2013年的每小時30港元、2015年的每小時32.5港元增加至2017年的每小時34.5港元。全服務酒樓僱員的平均月薪預期將於2022年達到約17,000港元。

2013年至2017年全面服務式酒樓的僱員平均月薪（香港）



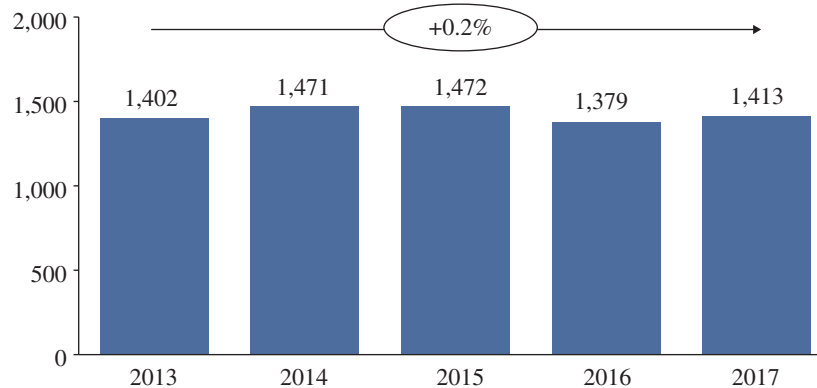
資料來源：香港政府統計處

根據香港差餉物業估價署，香港零售場所的每月平均租金錄得複合年增長率約0.2%。租金由2013年的每月每平方米1,402港元增加至2015年的每月每平方米1,472港元，並於2016年下跌至每月每平方米1,379港元並於2017年回升至每月每平方米1,413港元。近年來，考慮到中國內地消費者的購買力強勁，馬來西亞、日本及台灣等鄰近香港及澳門的多個地方開始針對中國旅客推出一系列優惠簽證政策。因此，訪港的中國旅客人數有所下降，導致對香港租金出現負面期望。預計零售場所的每月平均租金於未來幾年僅會錄得輕微增幅。租賃場所的租金預期將由於零售市場復甦而輕微增長。香港零售場所的平均月租預期將於2022年達到每平方米約1,500港元。

行業概覽

2013年至2017年零售物業的平均月租（香港）

（每平方米港元／月）



資料來源：香港差餉物業估價署

根據香港政府統計處，2013年至2017年主要食材的消費物價指數已普遍上升。於2013年至2017年期間，2009/10年度肉類（包括牛肉、豬肉、家禽及其他肉類）的物價指數由127.0升至146.0，複合年增長率約為3.5%。冷凍肉類的物價指數由117.2升至121.4，複合年增長率約為0.9%。海鮮（包括鹹水魚及其他新鮮海產）的物價指數由153.8升至188.1，複合年增長率約為5.2%。新鮮蔬菜的物價指數由121.8升至123.9，複合年增長率約為0.4%。飲料（包括酒精及非酒精飲料）的物價指數由110.8升至114.7，複合年增長率約為0.9%。海味、新鮮蘇菜及水果、肉類、凍肉及飲品的價格指數預期將於2022年分別達到228.5、141.2、167.1、123.9及119.2。

根據弗若斯特沙利文報告，新鮮及冷藏海鮮的保質期約為兩星期、新鮮肉類的保質期約為一至三天、冷凍海鮮及肉類的保質期約為三至六個月，以及蔬菜的保質期為一天。高價海鮮的保質期介乎於約六個月至一年以上不等。

2009/10年度全面服務式酒樓主要食材的消費物價指數

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2013年至 2017年 期間的 複合年 增長率
海鮮	153.8	164.6	177.1	183.4	188.1	5.2%
新鮮蔬果	121.8	123.5	123.4	135.9	123.9	0.4%
肉類	127.0	129.0	135.1	142.7	146.0	3.5%
冷凍肉類	117.2	119.0	120.3	119.0	121.4	0.9%
飲料	110.8	113.7	114.7	114.1	114.7	0.9%

資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

香港全面服務式酒樓市場的競爭性分析

截至2017年，香港全面服務式酒樓市場相對分散，十大市場參與者佔整個全面服務式酒樓市場約33.4%。預計提供包括中餐、亞洲菜及西餐在內的多元化餐飲組合的公司A，已在香港全面服務式酒樓市場處於領導地位，擁有152間分店並實現收益約47.0億港元。本集團位居全面服務式酒樓市場第七位，收益為7.6億港元及市場份額為1.7%。

行業概覽

2017年全面服務式酒樓市場在收益方面的十大市場參與者（香港）

排名	公司	酒樓數目	收益 (十億港元)	市場份額 (%)
1	公司 A	152	4.70	10.5%
2	公司 B	82	2.91	6.5%
3	公司 C	58	2.45	5.5%
4	公司 D	20	0.84	1.9%
5	公司 E	34	0.81	1.8%
6	公司 F	21	0.79	1.8%
7	本集團	17	0.76	1.7%
8	公司 G	16	0.68	1.5%
9	公司 H	12	0.61	1.4%
10	公司 I	11	0.37	0.8%
十大			14.92	33.4%
其他			29.66	66.6%
總額			44.58	100.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

與全面服務式餐飲市場相比，香港全面服務式的中式酒樓宴會市場相當較為集中。五大市場參與者於2017年在收益方面佔市場份額的29.0%。公司B於2017年處於領先地位，收益為815.3百萬港元及佔市場份額約10.5%。

2017年香港宴會市場在收益方面的五大全面服務式中式酒樓（香港）

排名	公司	描述	截至2017年		每席宴會桌 宴會價格 (港元)	收益 (百萬港元)	市場份額 (%)
			12月31日 中式宴會的數目 (附註一)	宴會桌數目			
1	公司 B	於香港宴會市場，按2017年的收益及聯交所主板上市股份，最大型中式全面服務式酒樓集團。其亦於香港及中國經營其他亞洲菜式餐館。	40	~2,000	5,700~13,500	815.3	10.5%

行業概覽

排名	公司	描述	截至2017年		每席宴會桌 宴會價格 (港元)	收益 (百萬港元)	市場份額 (%)
			12月31日 中式宴會的數目 (附註一)	宴會桌數目			
2	公司 A	經營多個自身及特許經營品牌以提供廣泛及多種食物及服務的私人餐飲集團，食物及服務，包括香港全面服務式中菜、快餐、西式菜式、亞洲菜式、烘焙及蛋糕店。	46	~1,200	5,000~10,000	410.8	5.3%
3	本集團	一間於香港提供廣東菜及宴會服務(特別是婚禮宴會服務)的全面服務式酒樓集團。	17	~970	5,300~10,000	392.0	5.0%
4	公司 J	一間於香港以「會所」形式的婚禮宴會服務提供者為定位的私人全面服務式酒樓集團。	17	~750	5,800~11,000	328.1	4.2%
5	公司 F	一間於香港提供廣東菜及宴會服務的私人全面服務式酒樓集團。	17	~700	5,500~13,000	310.4	4.0%
五大						2,256.6	29.0%
其他						5,543.4	71.0%
總額						<u>7,800.0</u>	<u>100.0%</u>

附註：

1. 非中國菜式及非宴會餐館均不包括在內。

資料來源：弗若斯特沙利文

於2017年，本集團在收益方面排名第三，目標為中端客戶（範圍包括尋找餐飲服務或計劃舉辦宴會的新人、家庭和公司）。本集團透過在香港經營17間宴會專門店賺得392.0百萬港元，佔市場份額約5.0%。

行業概覽

香港宴會市場的機遇

網上推廣：隨著社交媒體及互聯網的日益流行，社交網絡成為了酒樓推廣的其中一個重要平台。宴會的主要消費者（即新人及新生嬰兒的父母）為在新世代成長並熟悉社交網絡的年輕一代。多個網上婚禮媒體（包括香港婚慶·博覽網及生活易）深受年輕消費者歡迎。因此，網上推廣對於宴會場地營運商獲得品牌認知度及聲譽而言變得越來越重要，從而涉獵更大市場份額。

對香港宴會市場的威脅

結婚個數下跌：結婚個數由2013年的55.4千個下跌至2017年的50.9千個，且首次結婚年齡的中位數同期則有所上升，顯示香港年輕伴侶對結婚的意欲下降。該下降短期內可能會影響市場。

中式宴會菜單轉變：中式宴會菜餚主打魚翅。傳統的香港居民認為「無翅不成宴」。然而，隨著香港居民的環保意識增強，魚翅宴不再受消費者歡迎。此外，近年來宴會的主菜數量有所減少，導致每圍收入下降。企業應對有關趨勢更加敏感，並增加創新菜餚以取代傳統菜餚以提升對消費者的吸引力。

宴會營運的潛在威脅：最低工資的實行可能導致經營成本由於不繼上升的勞工成本而增加。而且，由於舉行宴會一般需要較大樓面面積，為營運者添上就租金開支的嚴重負擔，持續增長的租賃費用為宴會營運的毛利率的一大威脅。

平均每天收益及經營毛利率下降：一般而言，餐飲業客戶的忠誠度相對較弱，特別是，客戶為熱切期望並已作好準備去嘗試新餐館及新菜式。一間酒樓於同一地點提供同樣類型菜式可紀錄其收益長期性衰弱。再者，經已營運較長時間的酒樓或會錄得平均每天收益及長期經營毛利率有下降趨勢。因此，開設新酒樓的能力為其中一項於香港酒樓業競爭／增長的要素。