

行業概覽

本節所載資料由弗若斯特沙利文編製，有關資料反映根據公開可得資料來源作出的市況估計，並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就任何證券價值或[編纂]於我們是否明智而發表的意見。董事相信本節所載資料的來源為有關資料的適當來源，且轉載有關資料時已採取合理審慎的態度。董事並無理由相信有關資料失實或具誤導成分，或遺漏任何重大事實致使有關資料失實或具誤導成分。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(惟弗若斯特沙利文除外)，且彼等概無就有關資料的準確性提供任何聲明，不應倚賴有關資料作出或不作出任何[編纂]決定。

資料來源及可靠性

我們已委託獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文就香港及中國內地餐飲服務市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為一間於一九六一年在紐約成立的獨立全球諮詢公司。弗若斯特沙利文提供行業研究及市場策略，以及增長諮詢及企業培訓。其涉足的行業包括餐飲服務、食品與飲品、消費產品、汽車及運輸等。我們委託弗若斯特沙利文的總費用為人民幣650,000元。

弗若斯特沙利文報告的市場研究過程透過仔細一手研究進行，當中涉及與業內龍頭公司及行業專家對餐飲服務市場狀況的討論。二手研究涉及審閱本集團主要競爭對手的公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文本身研究數據庫的數據。

弗若斯特沙利文報告使用的假設

弗若斯特沙利文報告所載分析及預測基於以下主要假設作出：

- 香港及中國內地經濟於未來十年可能維持穩定增長；
- 於預測期間的香港及中國內地的社會、經濟及政治環境可能維持穩定；及
- 國際貨幣基金組織預測香港及中國內地的國內生產總值於未來數年將穩定增長、香港旅遊的支持性政府政策、生活方式改變及外出用餐需求增加等市場驅動力可能推動香港及中國內地餐飲服務市場的未來增長。

行業概覽

餐飲服務市場定義及類別

餐飲服務行業指為顧客提供經烹調食品、消費場所及設施等商業活動。下表載列餐飲服務市場常見餐廳類別的主要特色。

- **高級餐飲**指由服務生提供全套餐桌服務的傳統餐廳，顧客於餐桌上用餐，一般於用餐結束時付款。高級餐廳一般收取服務費。高級餐廳普遍用餐環境較為舒適，一般位於頂級或高檔購物中心或商業區，目標顧客具中高階消費能力。高級餐廳一般於特定午餐及晚餐時段(而非全日)供餐。顧客於高級餐廳的用餐時間通常約為兩小時。高級餐飲的餐桌佈置可容納大型聚會(如家族聚餐、舉辦婚禮及慶祝宴會)。
- **休閒餐飲**指於休閒用餐環境提供價格適中食品的餐廳。休閒餐廳通常提供部分餐桌服務，與高級餐廳相比，擁有較長及較彈性的用餐時間。此分類包括茶餐廳、休閒中式餐廳、休閒西式餐廳、咖啡室以及供應飲料及零食的酒吧。顧客於休閒餐廳的用餐時間通常約為一小時。休閒餐飲餐廳主要服務大眾市場客戶(包括白領及旅客)。
- **快餐店**指提供服務快速且貫徹一致食品服務的餐廳，概無設有或僅提供少部分餐桌服務，用餐環境較為簡約。快餐店的點餐及烹調平台設計通常著重於快速高效點餐、備餐及傳菜的菜單食品。顧客一般於服務櫃檯點餐、結賬及取餐。快餐店的營業時間一般較長。部分西式快餐店甚至為24小時營業。顧客於快餐店的用餐時間通常約為半小時。
- **其他**其他餐飲餐廳包括外賣店、小販攤檔、路邊攤販及未於以上分部闡述的餐廳。本分類亦包括活動餐飲供應。

餐飲服務市場可按菜餚類別分為三種主要類型，包括中菜、西餐及亞洲菜。

- **中菜**指傳統中菜，通常包含冷盤及熱食。中菜涵蓋來自中國不同省區的菜式，包括但不限於粵菜、台灣菜、川菜、京菜、滬菜及其他中菜。
- **西餐**指西式料理，通常為分餐制。此分類包括法國菜、意大利菜、墨西哥菜以及所有除中菜或亞洲菜外的料理。

行業概覽

- 亞洲菜包括中國內地以外的其他亞洲國家傳統料理，如日本料理、韓國菜，以及泰國菜、越南菜等其他亞洲菜。

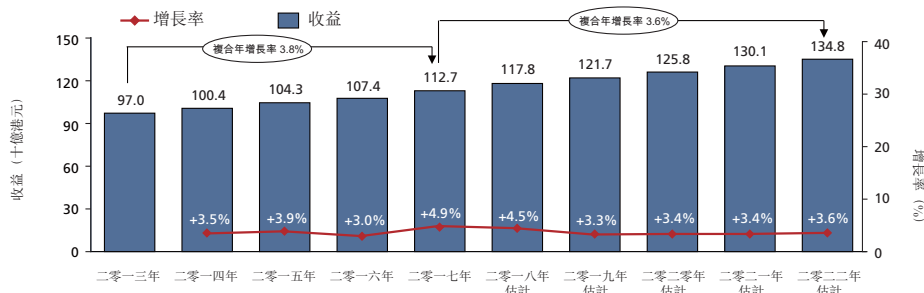
香港餐飲服務市場概覽

香港餐飲服務行業市場規模

作為亞洲最知名的旅遊勝地之一，香港餐飲服務行業的收益經歷溫和增長，由二零一三年970億港元增至二零一七年1,127億港元，複合年增長率為3.8%。該增長主要歸因於家庭香港的食品開支上升、生活水平提高、旅遊行業增長及餐飲多元化所致。

隨著旅遊行業進一步發展，人均可支配年收入持續增加及外出用餐偏好提升，香港餐飲服務市場收益預期將於二零二二年達致1,348億港元，於二零一七年至二零二二年實現複合年增長率3.6%。

二零一三年至二零二二年估計的香港餐飲服務市場收益



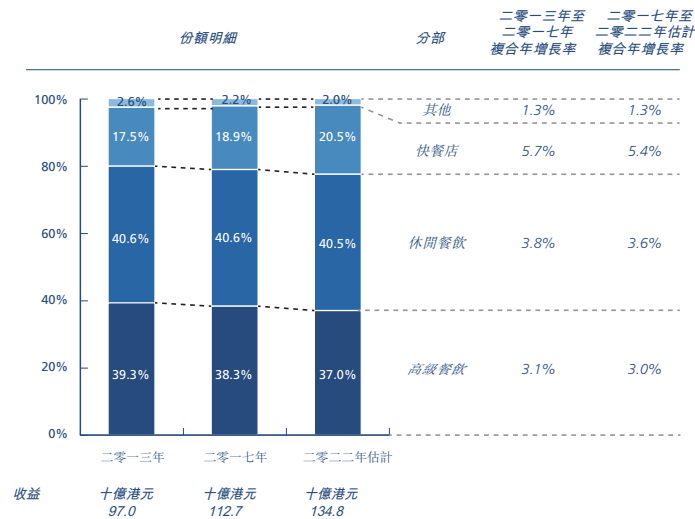
資料來源：香港特區政府統計處、弗若斯特沙利文

於二零一七年，休閒餐飲為香港餐飲服務的最大分部，就整體餐飲服務行業收益而言，佔市場份額的40.6%。高級餐飲及快餐店分別佔二零一七年香港整體餐飲服務行業份額的38.3%及18.9%。

隨著旅遊分部增長所引致的觀光客用餐開支增長，香港快餐店及休閒餐飲的市場規模在二零一三年至二零一七年期間錄得快速增長，複合年增長率分別為5.7%及3.8%。由於香港的觀光客一般偏好擁有各式菜餚以及用餐環境及服務水平較佳的餐廳，故觀光客為休閒餐飲及高級餐飲增長的主要原因。於二零一七年至二零二二年，鑒於香港旅遊分部持續增長，快餐店及休閒餐飲的收益預期將分別按複合年增長率5.4%及3.6%進一步增長。

行業概覽

二零一三年至二零二二年估計的按服務類型劃分的香港餐飲服務市場收益



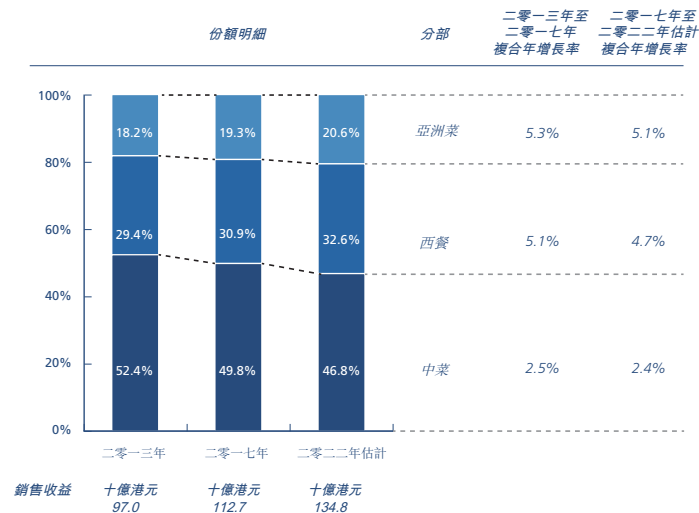
資料來源：香港特區政府統計處、弗若斯特沙利文

香港中菜餐廳的收益經歷增長，由二零一三年508億港元增加至二零一七年561億港元，複合年增長率為2.5%。就香港餐飲服務收益而言，中菜為最大分部，其次為西餐及亞洲菜。

於二零一七年，中菜、西餐及亞洲菜分別佔香港餐飲服務行業收益的49.8%、30.9%及19.3%。隨著品牌多元化發展，於二零一七年至二零二二年，香港亞洲菜及西餐收益預期分別按複合年增長率5.1%及4.7%增長。

行業概覽

二零一三年至二零二二年估計的按菜餚類別劃分的香港餐飲服務市場收益



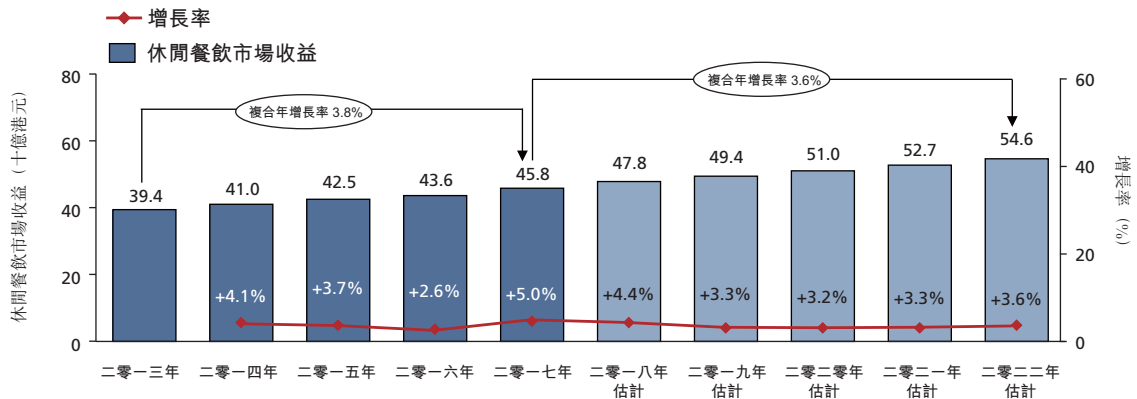
資料來源：香港特區政府統計處、弗若斯特沙利文

香港休閒餐飲市場的市場規模

休閒餐飲市場的收益由二零一三年**394**億港元增長至二零一七年**458**億港元，即二零一三年至二零一七年的複合年增長率為**3.8%**。

展望未來，香港休閒餐飲市場的收益很有可能保持增長趨勢，於二零二二年達到**546**億港元，即二零一七年至二零二二年的複合年增長率為**3.6%**。

二零一三年至二零二二年估計的香港餐飲市場收益



資料來源：香港特區政府統計處、弗若斯特沙利文

行業概覽

香港休閒餐飲市場的增長動力

可支配收入增加導致需求上升：根據國際貨幣基金組織所提供的資料，二零一七年至二零二二年的香港人均國民總收入預期將按複合年增長率**4.5%**增長。對餐飲服務的需求與近年來呈現上升趨勢的收入水平相關。隨著收入的增加，食品開支亦相應增加，越來越多人以外出用餐取代在家煮食。此外，預期香港家庭食品開支將由二零一七年的**96,721.0**港元持續增加至二零二二年的**112,920.0**港元，期內複合年增長率為**3.1%**。隨著可支配收入持續增長，預期餐飲服務行業將受益於該趨勢。

香港旅遊市場的可持續增長：旅客是香港休閒餐飲餐廳的目標顧客之一。由於政府推動旅遊業的支持政策，旅客人數增加支持香港休閒餐飲市場的增長。根據入境事務處的資料，抵港旅客總數自二零一三年至二零一七年的複合年增長率達到**1.9%**，與去年相比，於二零一八年進一步上升**11.4%**。預期休閒餐飲市場將持續於預測期間維持增長趨勢。

多元化菜式供應：香港一直獲譽為美食天堂，食物及餐飲種類數之不盡，包括中菜、西餐以至亞洲菜。領先的休閒餐飲供應商採用多元品牌策略及經營連鎖餐廳，以為香港居民及旅客提供多元化菜式。顧客尤其著重價廉物美的服務。連同豐富的品牌組合，休閒餐飲餐廳的多元化食品迎合香港顧客日益增長的需求。

追求全面用餐體驗：顧客現今享受由食品及服務質量以至與食品及服務相關的理念和思維等更全面的用餐體驗。隨著消費者的消費模式自食品轉向用餐體驗，高性價比的休閒餐廳呈現增長，原因是外出用餐就餐桌服務、食品品質、用餐環境及特定理念而言為顧客提供更佳的用餐體驗。一般而言，餐飲服務行業將需要一個更舒適的用餐環境，以具有競爭力的價格及美食吸引顧客，同時採用的理念針對顧客所關注的項目，例如享受更健康時令的菜式。追求全面用餐體驗反映消費者行為變化，此舉將增加香港休閒餐廳的需求。

美食外送服務的興起：Foodpanda、Deliveroo及Uber Eats等美食外送應用程式已開始在香港大行其道，且備受連鎖休閒餐飲餐廳歡迎。美食外送應用程式被視為電子商務的延伸，而顧客重視該等應用程式帶來的便利。預計美食外送應用程式的使用將轉化成香港休閒餐飲市場的增長機會。

行業概覽

香港休閒餐飲市場的競爭格局

根據弗若斯特沙利文所提供的資料，二零一七年香港約有**5,000**間休閒餐廳。香港休閒餐飲市場高度分散，而二零一七年三大休閒餐飲所貢獻的收益合共為**8.4%**。

於二零一七年就香港休閒餐廳收益及自營餐廳數目而言，我們為最大的休閒餐飲集團。我們於**89**間休閒餐廳錄得收益**1,821.2**百萬港元，佔二零一七年市場份額的**4.0%**，其中包括「太興」、「茶木」、「錦麗」及「東京築地食堂」等休閒餐飲品牌組合。

休閒餐飲市場的主要餐廳採用多元品牌策略，為顧客提供於黃金地段(如大型購物中心及高客流量區域)各品牌的各類菜餚。彼等以中大眾市場為目標顧客，特別是具有中高消費能力的顧客，並發展多元化的客戶群。此外，多間連鎖店可令頂尖營運商自規模經濟中獲益，包括營銷成本、員工培訓及採購。該行業的主要競爭因素為物有所值、營運效率、食品供應及服務質素。

一般而言，主要休閒餐飲集團通過以具有競爭力的價格提供優質食品及服務，令其物有所值。彼等以實施標準化工作流程實現營運效率並降低成本。為應對瞬息萬變的市場趨勢及客戶需求，主要休閒餐飲營運商持續開發新菜式，並將區域及國際元素融入菜單。由於態度審慎的員工及衛生對餐廳營運至關重要，故彼等亦注重服務質素。

二零一七年香港三大自營休閒餐飲集團收益排名及市場份額

排名	休閒餐飲集團	休閒餐飲收益的市場份額(%)	自營休閒餐飲餐廳數目
1	本集團	4.0%	89
2	集團A	2.7%	32
3	集團B	1.7%	64
前三大		8.4%	

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

以下是我們經營行業界別其他主要營運商的描述：

集團A是一間在聯交所上市的茶餐廳連鎖營運商，業務遍及香港、中國內地及澳門。

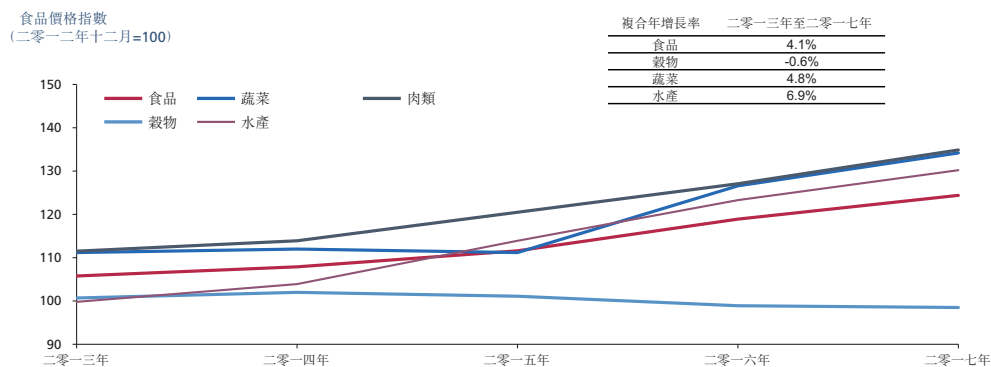
集團B是一間在聯交所上市的餐飲集團，在香港及中國內地經營快餐店、機構餐飲及休閒餐飲業務。

於二零一七年，就香港的自營台灣休閒餐廳數目而言，我們亦為最大的台灣休閒餐飲營運商。我們於二零一七年在香港經營27間台灣休閒餐廳，就香港的自營台灣休閒餐廳數目而言，我們遠高於第二大台灣休閒餐廳營運商。

於二零一七年，就香港的自營餐廳數目而言，我們為第三大專營粥、麵等的餐廳營運商，以「靠得住」作為其品牌經營11間餐廳。

香港休閒餐飲食品成本、人力成本及租金成本

二零一三年至二零一七年香港主要原材料的食品價格指數

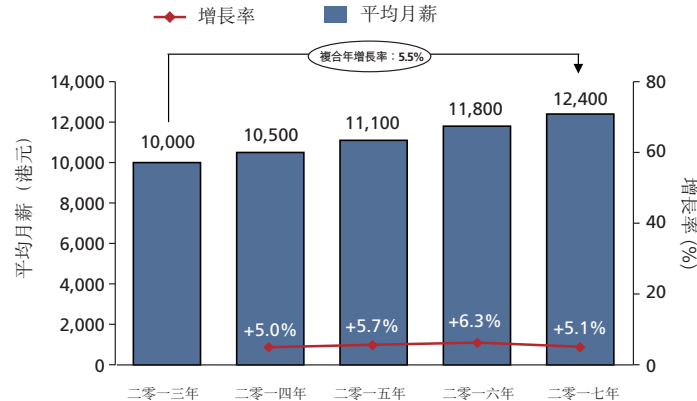


蔬菜、肉類及水產等主要原材料的食品價格指數於二零一三年至二零一七年普遍呈上升趨勢，主要由於人民幣升值、進口價格上升及香港餐飲服務需求增長所致。由於香港有各式各樣的食品可供選擇及各種國際菜式，導致人們的飲食習慣逐漸改變，香港人均穀物消耗量有所降低。

展望未來，通脹壓力於短期內料會持續，反映全球通脹上升及餐飲服務持續增長。預測自二零一七年至二零二二年，香港主要原材料的食品價格指數會按複合年增長率約3.5%增長。

行業概覽

二零一三年至二零一七年香港休閒餐飲業僱員平均月薪

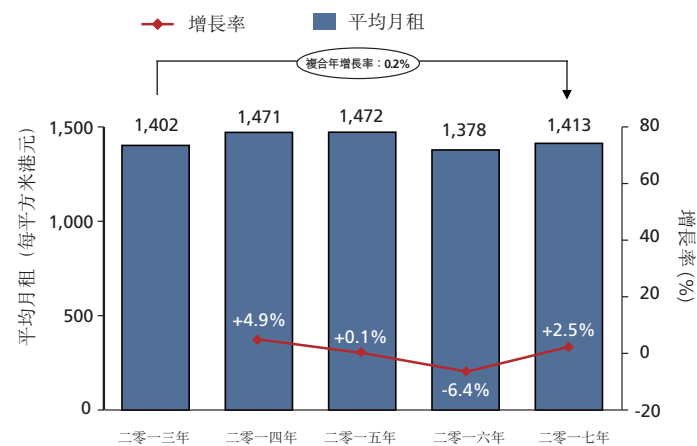


資料來源：香港特區政府統計處、弗若斯特沙利文

有鑒於香港實施最低工資政策、休閒餐飲市場長期勞動力短缺，加上通脹問題，香港休閒餐飲市場僱員的平均月薪由二零一三年的10,000港元上升至二零一七年的12,400港元，複合年增長率為5.5%。

新法定最低工資37.5港元將於二零一九年五月起生效。隨著休閒餐飲需求不斷增長及法定最低工資不斷提高，估計香港休閒餐飲市場僱員的平均月薪自二零一七年至二零二二年錄得複合年增長率約5.0%的增長。

二零一三年至二零一七年香港零售物業的平均月租



資料來源：香港特區政府差餉物業估價署、弗若斯特沙利文

行業概覽

根據香港差餉物業估價署，香港零售物業的平均月租由二零一三年的每平方米1,402港元增至二零一七年的每平方米1,413港元，複合年增長率約為0.2%。有關租金於二零一六年微跌，是由於部分零售商因零售業低迷而未能承擔有關租金所致。

零售物業租金與包括休閒餐飲市場在內的零售銷售增長息息相關。連接珠海、香港及澳門的港珠澳大橋的開通帶動對購物中心、綜合度假村及會展(企業會議、獎勵旅遊、大型會議及展覽設施)的需求。旅客人數增加將繼續刺激零售銷售。據估計，零售物業的平均每月租金將自二零一七年至二零二二年維持複合年增長率約0.2%的上升趨勢。

市場趨勢

美食外送趨勢：香港餐廳提供堂食、外賣及配送服務呈上升勢頭。美食外送時，顧客可自餐廳訂購通常僅供堂食服務的食物。有關服務為顧客提供訂購食物及地點選擇的靈活性，使得休閒餐飲市場可因此滿足更廣泛的顧客群。Foodpanda、UberEats及Deliveroo等美食外送服務在香港消費者間日益普及。隨著更多美食外送服務供應商與位於各區的餐廳合作，配送服務於香港休閒餐飲市場的滲透率呈上升趨勢。

綠色餐飲普及：香港消費者日益重視彼等所消費食物的來源。近年，社交媒體上流傳許多關於食材來源的資料，如蔬菜採收地點、農民處置牲口的方法及海鮮捕撈方法。透過分享有關文章，消費者日益重視彼等所消費的食物對環境的影響。因此，越來越多香港餐廳開始採購可持續食物原材料產品並透過提供使用自然有機材料備製的菜式推廣健康有機飲食，其對吸引為追求綠色飲食的族群而言屬有效之舉。

技術整合：香港餐廳營運商亦尋求將新科技融入彼等的日常營運以提升營運效率，同時改善消費者的用餐體驗。例如，香港大型連鎖餐廳所採用的電子排隊取票系統可透過餐廳入口的終端機及行動裝置，使顧客於到達餐廳前遠端收取彼等的輪候要求並提供估計等候時間。有關系統的實行亦有利於接待人員專注於引導顧客入座，而非受顧客包圍詢問等候時間。餐廳將新科技(如座上付款服務及座上自助點餐服務)融入彼等的營運僅為時間問題。

行業概覽

線上營銷渠道的推廣：電子產品及網絡的高滲透率為餐廳營運商創造潛在機遇，使彼等透過不同營銷渠道推廣彼等的品牌。餐廳營運商利用手機應用程式及社交媒體與目標顧客互動，透過提供優惠券及折扣、分享新菜單、舉辦獎勵活動及回應顧客留言以吸引客流光顧彼等的餐廳。

威脅及挑戰

日益增加的人力成本：儘管休閒餐飲市場的租金成本於二零一六年微跌，香港餐廳營運商仍因日益上漲的工資及原材料成本承受維持溢利率的壓力。自二零一一年法定最低工資生效以來，最低工資金額已進行三次檢討，並自二零一一年的每小時**28.0**港元升至二零一七年的每小時**34.5**港元。此外，肉類及蔬菜等原材料成本因通脹而日益增加，對餐廳營運商維持彼等的業務而言施加沉重壓力。

餐廳間的激烈競爭：由於顧客需求並不限於食品質素及顧客服務，因此顧客對香港餐廳的偏好持續改變。隨著對整體用餐體驗中的社交活動增加及期望提高，用餐環境亦為顧客評論的標準，為餐廳創造競爭環境，令餐廳提出不同方式吸引顧客再次惠顧。隨著對整體用餐體驗的期望提高，餐廳須主動採取措施，即促銷活動、翻新裝修及創新菜單，令其獨樹一幟。因此，無法追上千變萬化趨勢的餐廳可能須承擔於競爭中落後的風險。

中國內地餐飲服務市場

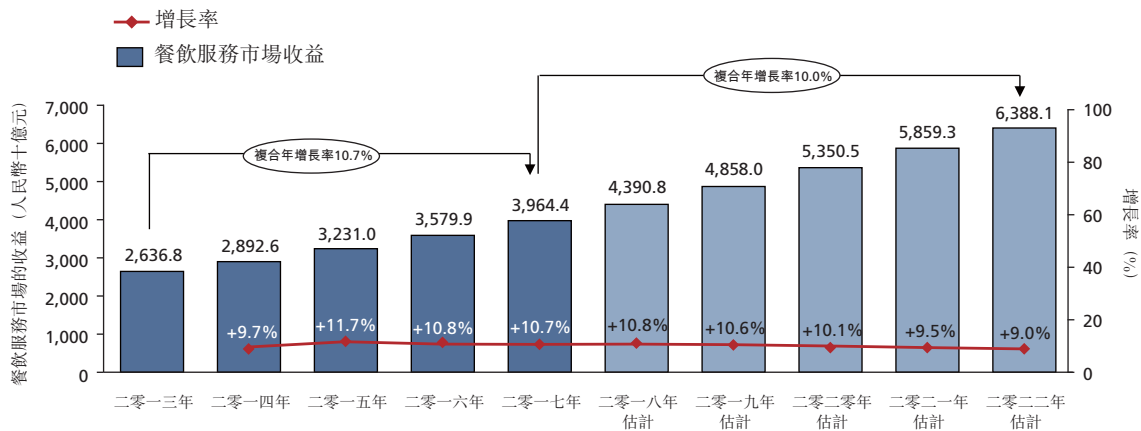
中國內地餐飲服務市場概覽

中國餐飲服務市場一直維持高增長率，由二零一三年人民幣**26,368**億元增加至二零一七年人民幣**39,644**億元，複合年增長率為**10.7%**。推動餐飲服務市場發展的重要因素包括消費者購買力提升、邁向城市化所引致的城市人口增加及較常外出用餐等。

其後數年，中國餐飲服務市場有望隨著中國內地經濟穩定增長而維持可持續增長。弗若斯特沙利文預測，整體市場於二零二二年可達致人民幣**63,881**億元，而複合年增長率自二零一七年至二零二二年按**10.0%**增長。

行業概覽

二零一三年至二零二二年估計的中國內地餐飲服務市場收益



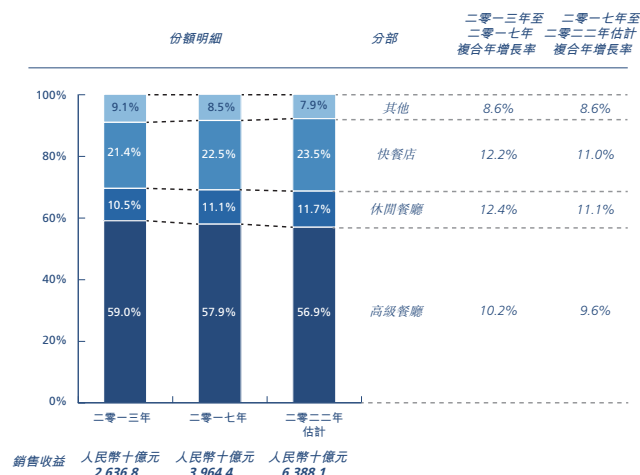
資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

於中國內地，高級餐飲為最大分部，佔二零一七年餐飲服務市場總值的**57.9%**。複合年增長率自二零一三年至二零一七年達致**10.2%**，並預期自二零一七年至二零二二年按複合年增長率**9.6%**增長。

休閒餐廳為餐飲服務行業中增長最快的分部，複合年增長率自二零一三年至二零一七年達致**12.4%**。相較於其他類型的餐廳而言，越來越多年輕顧客傾向於提供更具彈性用餐時間及多元化菜譜的休閒餐廳用餐。

快餐店佔二零一七年中國內地餐飲服務行業市場收益總額約**22.5%**。中國內地的快速生活步伐推動對快餐店的需求。

二零一三年、二零一七年及二零二二年估計的按服務類型劃分的中國內地餐飲服務市場收益



附註：因進行約數，故總數未必等於**100.0%**。
資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文。

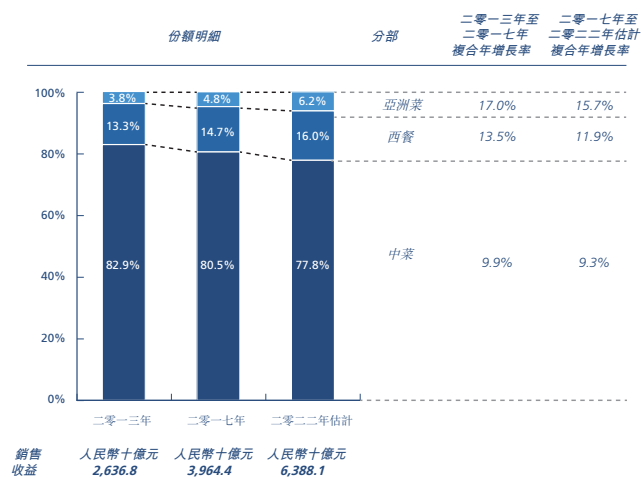
行業概覽

中菜在中國內地餐飲服務市場佔相當大的比例。中菜的市場收益由二零一三年人民幣**21,846**億元增加至二零一七年人民幣**31,920**億元，複合年增長率為**9.9%**。二零一七年中菜的市場份額為**80.5%**。預期中菜市場自二零一七年至二零二二年按複合年增長率**9.3%**增長，並於二零二二年達致人民幣**49,722**億元。

西餐自二零一三年至二零一七年按複合年增長率**13.5%**增長。西餐市場收益由二零一三年人民幣**3,508**億元增加至二零一七年人民幣**10,218**億元。

亞洲菜包括如日本料理及韓國菜等其他菜餚。亞洲菜的市場收益由二零一三年人民幣**1,014**億元增加至二零一七年人民幣**1,901**億元，複合年增長率自二零一三年至二零一七年為**17.0%**。亞洲菜預期於二零二二年前達致人民幣**3,941**億元，複合年增長率自二零一七年至二零二二年為**15.7%**。

二零一三年、二零一七年及二零二二年估計的
按菜餚類別劃分的中國內地餐飲服務市場收益



附註：因進行約整，故總額未必等於**100.0%**。

資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文。

中國內地休閒餐飲市場的市場規模

於過往數年，中國內地休閒餐飲市場按複合年增長率**12.4%**增長，收益由二零一三年的人人民幣**2,770**億元增加至二零一七年的人人民幣**4,416**億元。主要市場驅動力包括人均可支配收入增加、外出用餐需求增加及多元化餐飲概念等。同時，休閒餐飲企業，尤其是連鎖餐飲企業，持續推出新菜餚並改良受歡迎的菜餚，以吸引眾多消費族群。

由二零一七年至二零二二年的預測期間內，休閒餐飲市場的收益預計於二零二二年達至人民幣**7,474**億元，由二零一七年至二零二二年的複合年增長率為**11.1%**。

行業概覽

中國內地休閒餐飲市場按經營模式可劃分為兩類，包括連鎖店及非連鎖店。由於開發及管理具規模且標準化營運中菜存在困難，非連鎖店為主導，佔二零一七年中國內地休閒餐飲市場的**79.8%**。

連鎖店產生的收益佔二零一七年休閒餐飲市場總值的**20.2%**。然而，由於消費者對品牌聲譽、食品安全、服務及食品品質更加重視，連鎖餐廳的收益預計由二零一七年的人民幣**893**億元增長至二零二二年的人民幣**1,522**億元，主要因連鎖餐廳品牌一般擁有較強大資本平台、較高品牌知名度及聲譽、優質食品安全管控，且提供高品質食品及服務。

中國內地休閒餐飲市場的市場驅動力

中國內地休閒餐飲市場的未來增長預計受下列因素驅動：

人均可支配收入增加：隨著中國內地經濟的快速增長，中國內地的人均可支配收入急劇飆升。根據國家統計局的資料，城市家庭的人均可支配年收入已於二零一七年增至人民幣**36,396.0**元，自二零一三年起複合年增長率為**7.8%**，並預期到二零二二年將按複合年增長率**7.6%**增長。收入增加促進消費力提升並帶動中國內地休閒餐飲市場發展。

生活方式改變及外出用餐需求增長：近年來，隨著中國內地人均可支配收入增加，消費者逐漸改變其生活方式，如形成外出用餐習慣。休閒餐飲餐廳提供種類繁多、價格相宜的食物，尤其是主題餐廳，更加深受年輕顧客喜愛，吸引包括白領及旅客在內的中產階級及普羅大眾顧客。另一方面，外出用餐的增長趨勢進一步推動中國休閒餐飲餐廳的發展。

豐富多元的餐飲文化：中菜包括源自中國不同地區的佳餚，所用原材料及食材、烹製方法及文化各有不同，當中包括粵菜、魯菜、蘇菜及川菜等。除西餐及亞洲菜外，由於中國旅客增加，為應付彼等需求，亦出現不少形式的融合菜式。預期豐富且多元化的菜式選擇將於預測期內拓展中國休閒餐飲市場。

科技發展：科技採用加快市場增長。自助點餐及自助排隊管理等新興科技為顧客提供更優質的用餐體驗。另一方面，有關技術亦支援營運管理，能透過包括優化座位空間、供應鏈管理及推廣等各方面提升管理效率。

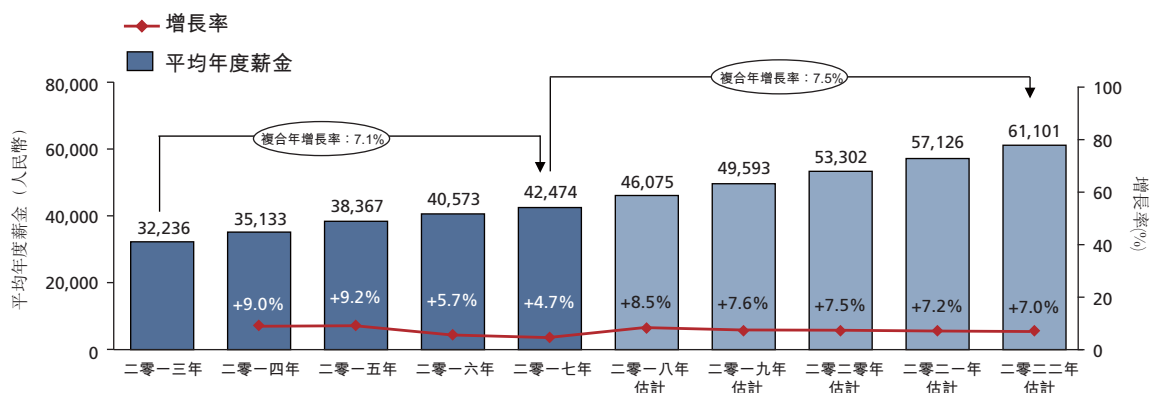
行業概覽

餐飲服務供應商的食物成本、人力成本及租金成本

根據國家統計局的資料，餐飲服務市場員工的平均年度薪金由二零一三年的人民幣32,236元迅速增長至二零一七年的人民幣42,474元，複合年增長率為7.1%。此外，由於餐飲業的持續蓬勃發展及中國宏觀經濟的發展，故預期於二零一七年至二零二二年餐飲服務市場員工的平均年度薪金以複合年增長率7.5%持續增長。

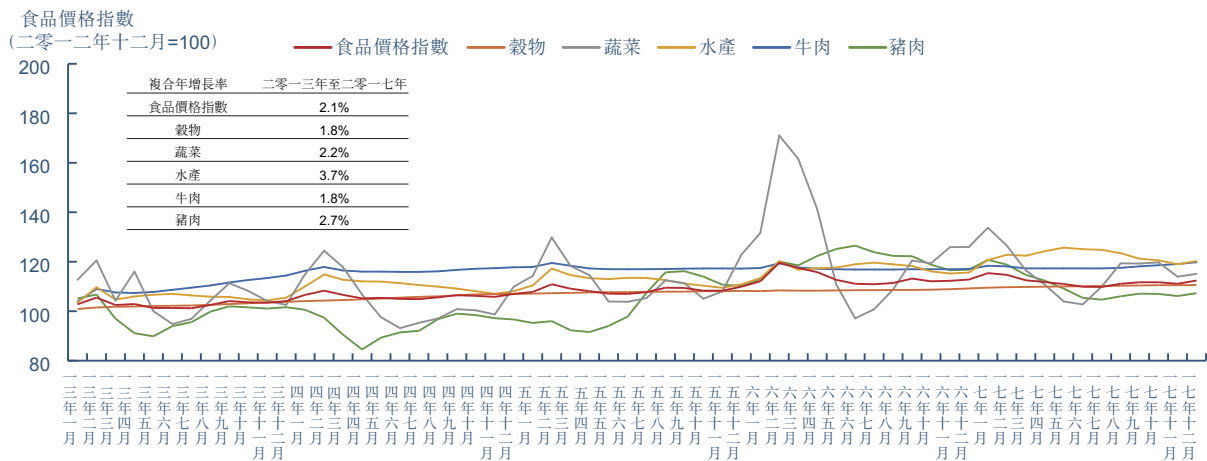
預計二零一七年至二零二二年餐飲服務市場僱員的平均年薪預期將維持複合年增長率7.5%的增長趨勢。

二零一三年至二零二二年估計的中國內地餐飲服務市場員工的平均年度薪金



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

二零一三年一月至二零一七年十二月中國內地食品及主要原材料的消費者價格指數



食品價格指數於二零一三年至二零一七年相對穩定上升，由二零一三年一月102.8增加至二零一七年十二月112.4。在經濟進一步發展、可支配收入及通脹增長下，食品價格指數於來年穩定增長的機會甚高。豬肉價格指數於二零一三年至二零一七年趨向浮動。未來，該價格指數維持穩定或因其他肉類的需求上升而輕微下跌的機會甚高。

行業概覽

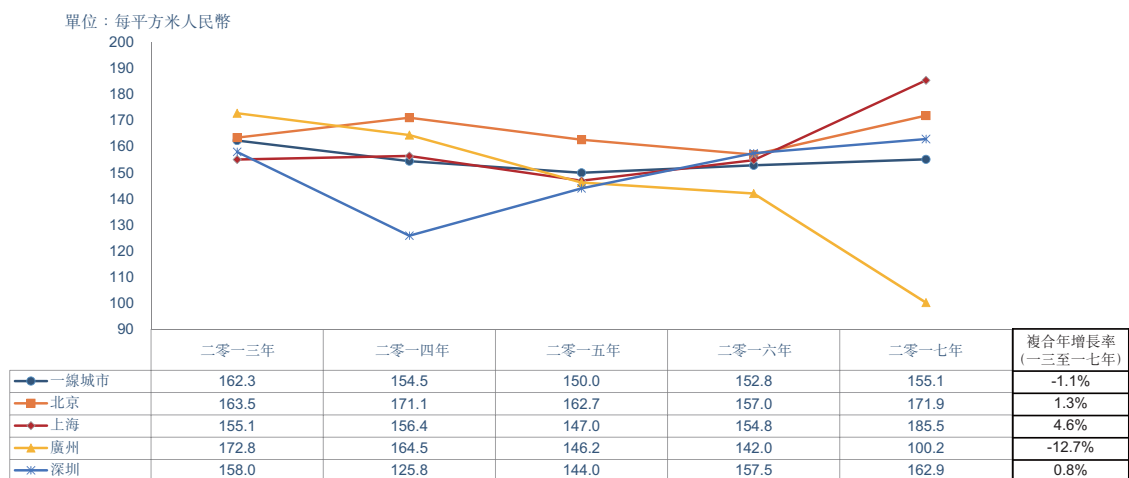
新鮮蔬菜的價格指數於二零一三年至二零一七年大幅波動。未來，蔬菜價格指數呈上升趨勢的機會甚高。鑒於中菜文化及穀物廣泛消耗，穀物價格指數於二零一三年至二零一七年的增長速度相對穩定。

預期自二零一七年至二零二二年，中國內地主要原材料的食物價格指數很有可能維持穩定或輕微上升。

中國內地一線城市(北京、上海、廣州及深圳)的購物中心整體平均月租於過往數年輕微放緩。尤其是，廣州的平均月租於二零一六年至二零一七年大幅下跌。自二零一七年九月起廣州商業用地供應急速增加，導致平均月租急劇下降。其他一線城市(如北京、上海及深圳)的購物中心平均月租則以不同幅度增長，指出於該等城市餐飲服務供應商租金成本一直增加。

預計北京、上海、廣州及深圳等一線城市購物中心的平均月租自二零一七年至二零二二年維持上升趨勢。就廣州而言，自二零一七年九月起商業用地供應增加的影響預計將在市場上消除，導致未來月均租金反彈，二零一七年至二零二二年的複合年增長率為正值。至於北京、上海及深圳等其他一線城市，在預測期間料會穩定增長。

二零一三年至二零一七年中國內地購物中心平均每月租金



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

中國內地休閒餐飲市場的競爭格局

中國內地自營休閒餐飲市場競爭激烈且高度分散，就二零一七年休閒餐飲餐廳所產生的收益而言，五大參與者佔市場份額的**0.7%**。於二零一七年，就休閒餐飲餐廳的收益而言，本集團是中國內地領先的自營休閒餐飲集團之一，佔整體休閒餐飲市場的**0.1%**市場份額。本集團錄得收益人民幣**572.4**百萬元並營運**52**間休閒餐飲餐廳，旗下品牌組合包括「太興」及「茶木」。

二零一七年中國內地前五大自營休閒餐飲集團收益排名及市場份額

排名	休閒餐飲集團	休閒餐飲收益的市場份額(%)	自營休閒餐飲餐廳數目
1	集團C	0.3%	130
2	本集團	0.1%	52
3	集團A	0.1%	34
4	集團D	0.1%	72
5	集團E	0.1%	24
	前五大	0.7%	

資料來源：弗若斯特沙利文

以下是我們經營行業界別主要營運商的描述：

集團C是一間私營茶餐廳連鎖營運商，在中國內地擁有**100**多間自營餐廳。

集團D是一間私營台式休閒餐飲連鎖營運商，在中國內地營運自營餐廳。

集團E是一間私營多元品牌休閒餐飲餐廳集團，在中國內地以三個休閒餐飲品牌經營餐廳。

行業概覽

中國內地休閒餐飲市場的市場趨勢

連鎖店日益標準化及擴張：越來越多休閒餐飲營運商開始拓擴彼等的門店網絡，以擴大彼等的業務及目標客群的覆蓋度。廣泛的網絡很有可能提高品牌曝光度。同時，標準化產品及服務是確保菜餚品質及安全的關鍵。中央廚房或食品工廠可生產大量半成品菜餚，以確保標準化菜餚並提高翻座率。

美食外送平台普及：有賴互聯網、流動互聯網以及無現金支付日漸普及，美食外送服務極受中國客戶歡迎。隨著餐廳與美食外送服務供應商合作，美食外送服務滲透率預期將有所增加，為中國休閒餐飲市場帶來發展機會。

多元化產品及服務創新：一般而言，休閒餐廳於高度競爭環境中會提供同類產品。產品及服務創新對提高消費者的滿意度及用餐體驗而言至關重要。部分休閒餐廳會於消費者候位時提供額外的服務，如貼紙相、電動遊戲等。新食材及菜式對吸引消費者及維持彼等對餐廳的興趣而言至關重要。

中國內地休閒餐飲市場所面臨的威脅及挑戰

人力成本提高及高僱員流動率：人力資源對餐飲服務行業相當重要。於經濟發展時，中國內地近年來面臨人力成本增加。成本提高以及缺乏服務人員及中高階管理人員均可能會成為該行業的威脅。

香港及中國內地休閒餐飲的入行門檻

初始資本：開設休閒餐廳的初始成本高昂。有關成本包括店舖租金、室內裝修、員工招聘、原材料及設備採購及營銷成本。此外，由於新餐廳達到收支平衡並開始產生溢利需時，故其亦需要足夠資金以維持日常營運成本。

確立品牌知名度：品牌名稱建設相當取決於食品口味及質素、菜式、用餐環境及服務等。成功的營銷策略亦可建立強大的品牌知名度。消費者通常願意選擇具有良好品牌知名度的餐廳。新經營商難以於短期內建立可靠品牌名稱。

行業概覽

與供應商的穩定關係：與食物原材料供應商的穩定關係對新開業餐廳至關重要。由於食材新鮮度及品質會影響菜餚味道，餐廳須物色可靠供應商以維持食品質量。對新開業餐廳而言，與提供優質產品的供應商建立夥伴關係亦是一項挑戰，原因是現有競爭對手會有優勢獲得優質食材所致。

取得租用空間的困難：識別、磋商及簽訂商業租約的程序漫長，使設立餐廳增添複雜情況及不確定性。有鑒於現有大型市場經營者業務營運的良好往績及信譽，業主傾向選擇這些經營者，因此彼等於黃金地段取得租用空間具備優勢。

發牌規定：餐廳擁有人須於開業前取得若干牌照以在香港及中國內地開設新餐廳，該等牌照包括普通餐廳牌照、香港酒牌及中國內地食品經營許可證及食品安全許可。取得牌照的程序需時數月，故新開業餐廳須加倍努力以符合監管規定，以免餐廳延遲開業。

應用中央廚房或食品廠房：中央廚房或食品廠房一般為連鎖餐廳營運商所設立具有特定營運規模的專業設施，以提升營運效率及效益。由於菜式所需加工程序較少，廚師全權控制情況亦較少，故中央廚房或食品廠房模式於休閒餐飲及連鎖快餐店的發展較為成熟。設立中央廚房或食品廠房成為新開業餐廳的入行門檻，包括食物備製程序及開發能力、初期成立成本、營運規模、系統化管理等。