英国酒吧客流更旺，10月生啤和苹果酒销量反降2.5%

酒吧上座率达到66.2%，顾客平均停留154分钟，餐饮消费增长4.3%

2026年11月17日星期二



10月，英国酒吧客流更加繁忙，但到店人数增加并未带动生啤和苹果酒销量上升。

The Oxford Partnership的Market Watch数据显示，酒业媒体The Morning Advertiser于11月17日（周二）报道，10月酒吧平均上座率同比提高3.5个百分点，达到66.2%。与此同时，生啤销量同比下降2.5%，平均销售速率较2025年10月下降0.4%，扭转了9月重回增长的态势。

这些数据反映出一种经营趋势：顾客仍在外出消费，但饮品购买量并未显著增加。对于啤酒商、苹果酒生产商、经销商和酒吧经营者而言，这一点不容忽视，因为仅靠客流增加，并未能推动生啤品类整体销量上升。如果这一趋势持续，光是到店人次增长可能不足以带动饮品销售。

The Oxford Partnership表示，天气多变，加上两场风暴，令当月经营环境颇具挑战。乡村酒吧的销

售速率降幅最大，下滑2.7%；其次是郊区场所，下降0.9%。

尽管如此，顾客到店后停留时间更长。平均停留时间增加12分钟，达到154分钟。消费者平均支出也同比增长2.8%，达到£26.80，但这主要得益于餐饮消费，而非饮品消费。

餐饮消费增长4.3%，达到£32.35；饮品消费则增长0.5%，达到£20.89。The Oxford Partnership首席执行官Alison Jordan表示，10月数据表明，消费者并未停止光顾酒吧，但支出中用于餐饮的比例有所增加。她说，这些数据可能反映出人们使用酒吧的方式正在变化：酒精饮品不再是每次到访的主要目的。

各品类表现不一。按滚动年度总量计算，苹果酒是表现最强的生啤品类，销售速率增长6.5%。世涛紧随其后，增长5.4%；世界拉格增长4.9%，优质拉格增长2.4%，精酿啤酒增长1.6%。

较传统的品类仍面临压力。主流拉格下滑3.7%，艾尔啤酒下降3.6%，表明尽管部分优质和特色品类仍在增长，整体需求依然不均衡。

尽管10月数据走弱，较长期数据仍略显积极。截至目前，销售速率仍比2025年高0.6%；整个市场的滚动年度总销售速率则增长0.5%。

Jordan表示，圣诞经营期或能为经营者提供机会，鼓励顾客在用餐及其他社交场合同时购买饮品。对饮品行业而言，10月数据表明，酒吧客满并不必然带来更多生啤销售；未来几个月，产品结构以及餐饮消费与饮品消费之间的平衡可能变得更加重要。