vinetur

意大利酒吧客单价平均仅4.20欧元，经营难以为继

行业分析显示，自2015年以来，意大利有21,741家酒吧关闭或调整服务类型，成本上涨和低价浓缩咖啡加剧经营压力

2026年11月18日星期三



意大利酒吧仍是该国最常见的公共聚会场所之一，每天吸引超过1,600万人次光顾。但根据意大利公共餐饮业联合会 Fipe-Confcommercio 的一项最新分析，其背后的经营模式正承受越来越大的压力。

这项分析在罗马展览宫举行的首届意大利酒吧论坛上发布，勾勒出酒吧的双重属性：既是社会生活机构，也是利润微薄的商业经营体。在意大利，“bar”通常不仅指提供酒类的场所，也指全天营业的社区咖啡馆，顾客会在此喝浓缩咖啡、吃早餐和小吃，或享用开胃酒。

Fipe-Confcommercio 表示，2025年意大利共有124,917家酒吧，较2024年减少1.5%。这些酒吧每年合计提供超过50亿次消费，约合每天1,600万人次，估值为230亿欧元。该行业总共支撑着374,000个就

业岗位；2024年雇员人数增长6.4%，达到276,730人。

尽管行业规模庞大，该协会表示，酒吧经营的经济可持续性正变得更加难以维持。自2015年以来，已有21,741家企业关闭或改变了所提供的服务类型。Fipe-Confcommercio 称，这一行业依赖脆弱的收支平衡：经营者每天通常要接待约120名顾客，每周营业七天、每天最长营业14小时，而平均客单价仅为4.20欧元。早餐消费平均为2.90欧元。

价格压力进一步加剧了经营困境。该协会表示，2026年行业价格上涨约3%，其中咖啡吧价格在9月上涨2.8%。浓缩咖啡的平均价格达到1.28欧元。

罗马论坛旨在探讨行业的经济可持续性及其社会角色。Fipe-Confcommercio 会长 Lino Enrico Stoppani 与 illycaffè 董事长 Andrea Illy 共同牵头发起这一活动，农业部长 Francesco Lollobrigida 也出席了论坛。主办方表示，论坛希望汇集供应链各方，共同探讨保护这一在意大利日常生活中仍居核心地位的经营模式。

Fipe-Confcommercio 另委托 SWG 开展了一项调查，结果显示，酒吧在意大利人的生活习惯中仍占据重要位置。调查以超过2,500名成年人的代表性样本为基础，发现72%的意大利人每周至少去一次酒吧，26%的人每天都会去；在去酒吧的人中，67%表示有一家自己信赖的常去场所。

调查还指出，酒吧的作用不止于提供餐饮。约33%的受访者表示，郊区社区有酒吧营业至深夜，会增强当地的安全感。Fipe-Confcommercio 称，这一结果体现了酒吧作为社区存在的作用，尤其是在其他商业活动逐渐消失的地方。

与此同时，研究也发现，意大利人对酒吧的看法正在发生变化。56%的人表示，意大利仍有一种独特的酒吧生活方式；32%的人则认为，这种身份特征已经减弱或消失。不同年龄群体之间差异明显。在Z世代受访者中，22%表示酒吧是他们最常与亲友共度时光的地方，而婴儿潮一代中这一比例为9%。

研究还显示，顾客越来越看重能够直观看到的服务标准。清洁、用心程度、服务和待客之道，是选择酒吧时最重要的因素之一；71%的意大利人表示，若酒吧获得基于这些标准的认证，他们会因此受到影响。

对此，该协会推出了名为“意大利酒吧新礼仪”的项目，围绕六项理念展开，并称这些理念应构成行业身份的核心：品质、人际关系、休憩、设计、得体和情感。Fipe-Confcommercio 将这一倡议定位为更新意大利酒吧形象的途径，强调不依赖怀旧情怀，同时回应其所称的许多社区商业活动日渐荒漠化问题。

Stoppani 表示，意大利酒吧仍是一种独特的经济和社会模式，融合了创业、劳动、服务与社区功能；但他也警告称，这一行业正经历深刻转型，利润微薄，且经营组织高度依赖人力。他说，一杯咖啡、一杯开胃酒或一份早餐背后，是企业、从业者和专业技能，也体现了意大利人使用公共空间、建立人际关系的独特方式。

Illy 表示，各年龄段消费者在酒吧饮用的咖啡和卡布奇诺，仍占酒吧消费总量的近50%。但他补充说，意大利浓缩咖啡的平均价格仍处于全球较低水平，经营者的回报因此十分有限。他认为，行业未来需要采取更注重价值而非销量的策略，加强培训、投资经营场所，并推动行业、餐饮企业与公共机构之间开展更紧密的合作。

罗马公布的数据表明，尽管成本上涨、营业时间长、单次消费金额有限，给维持这一体系运转的企业带来越来越大的压力，但该行业每天仍服务数百万人，并深深融入意大利人的日常生活。