vinetur

11月上旬英国酒吧烈酒销量下滑逾20%

NielsenIQ表示，消费者支出趋于谨慎也令葡萄酒和啤酒销量走低，餐饮业经营者寄望节日季表现走强

2026年11月23日星期一



NielsenIQ于11月20日发布的一项分析显示，11月上半月，英国酒馆、酒吧及其他堂饮场所的酒类销售走弱，其中烈酒跌幅最大。

NielsenIQ表示，消费者支出趋于谨慎，令餐饮业销售承压，11月开局疲软。数据显示，截至11月7日当周，烈酒销量同比下降23.5%；截至11月14日当周，降幅为20.9%。

葡萄酒和啤酒销量也有所下滑，但跌幅小于烈酒。截至11月7日当周，葡萄酒销量同比下降11.2%；截至11月14日当周，下降6%。啤酒销量在上述第一周下降6.2%，第二周下降2.8%。

这些数据表明，在供顾客现场饮酒的场所，主要酒类品种均面临压力。第二个统计周的跌幅有所收窄，但三个品类的销量仍低于上年同期。两周内，烈酒始终是表现最弱的品类。

这一走势表明，月初高价酒类订单的消费可能尤其承压。在生意繁忙时段，鸡尾酒、混合饮品和烈酒小杯酒的销售对酒馆和酒吧十分重要；相比啤酒跌幅较小，烈酒销量更明显的回落可能对营收造成更大影响。

NielsenIQ称，11月开局疲软，行业正寄望节日季提振业绩。对于英国各地的餐饮业经营者来说，未来几周至关重要。该行业通常会在年末临近时，随着节日聚会和庆祝活动增多而逐步升温。

这轮放缓的影响也不止于酒馆和酒吧。圣诞节前堂饮市场走弱，可能影响啤酒、葡萄酒和烈酒生产商、批发商及分销商对订单量、库存水平和促销活动的预期。鉴于NielsenIQ统计的两周内烈酒跌幅均为最大，烈酒供应商受到的影响可能尤其明显。

数据显示，堂饮需求的任何复苏仍不均衡。截至11月14日当周，啤酒和葡萄酒的同比跌幅均小于前一周，但两个品类都未恢复增长。烈酒销量较前一周也略有改善，但仍较上年同期下降逾五分之一。

对于英国餐饮业企业而言，11月初的数据进一步表明，消费者在非必需支出方面仍持谨慎态度。对于酒类企业来说，这些数字可能影响其在圣诞节前夕向酒馆、酒吧和餐厅投入多少库存；通常情况下，交易走强有助于提振整个行业的销售。