# 英国酒吧饮品销售额截至11月中旬仍低于上年同期

NielsenIQ称，自10月以来六周中有五周市场萎缩，场所经营者寄望圣诞消费提振业绩

2026年11月23日星期一



NielsenIQ旗下由CGA提供支持的Daily Drinks Tracker最新数据显示，截至11月上半月，英国酒吧、酒廊及其他由专业经营者管理的持牌场所，饮品销售额低于上年同期水平。这给餐饮业经营者带来更大压力，他们即将迎来圣诞交易旺季。

该追踪数据显示，截至11月7日的一周，专业经营场所的平均销售额较2025年同期下降6.4%。随后一周的经营情况略有改善，但截至11月14日的一周，销售额仍同比下降3.1%。

这一结果延续了该行业近期的低迷走势。NIQ称，自10月初以来的六周中，堂饮市场有五周销售额同比负增长。所谓堂饮市场，指在场所内消费的饮品销售，而非在商店购买的饮品。数据显示，许多经营者和供应商只能寄望消费者在11月下旬和12月增加支出，以便在一年中最重要的经营时段之一提振业绩。

该公司称，11月前10天的销售额每天都低于上年同期。降幅最大的是当月前两个星期六：11月7日收入下降10.8%，11月14日下降9.6%。对于高度依赖周末客流的行业而言，这些降幅表明需求疲软，而许多企业通常会在此时期待节前消费势头逐步增强。

NIQ称，数据显示消费者在圣诞节前对非必需消费仍持谨慎态度。该公司还指出，英国部分地区的寒冷天气以及英格兰足球超级联赛的国际比赛休赛期，也可能影响了经营表现。

烈酒销售降幅最大，延续了NIQ称近期已经出现的趋势。截至11月7日和11月14日的两周，烈酒销售额分别下降23.5%和20.9%，是今年迄今为止该品类表现最弱的几次之一。

其他饮品品类的销售额也有所下降，但降幅没有那么大。第一周啤酒销售额下降6.2%，第二周下降2.8%；同期苹果酒分别下降5.7%和2.7%。葡萄酒销售额分别下降11.2%和6.0%，无酒精饮料则分别下滑5.0%和2.5%。

各品类普遍下滑，表明市场放缓并非局限于某一类消费者或消费场景。啤酒和苹果酒是数据显示表现最好的酒精饮料品类，但仍未恢复增长。葡萄酒和烈酒的表现更弱，而即使是通常被认为在饮酒量减少时期更具韧性的无酒精饮料，也仍处于负增长区间。

NIQ负责英国和爱尔兰商业业务的负责人Rachel Weller表示，这些数据并未给节日季到来前的行业带来多少宽慰。Weller说：“我们的最新追踪数据让堂饮行业在至关重要的节日季到来前难以抱有信心。周六的经营表现和烈酒销售疲软是两大隐忧，显然有数百万消费者正在减少支出、饮酒量，或两者兼有。”

Weller表示，NIQ的研究仍显示，在圣诞节和新年等集体庆祝活动期间，消费者看重酒吧和酒廊。不过她指出，场所经营者需要给顾客一个有力的外出理由，而不是留在家中。她说，经营者和供应商若想在未来几周争取更多消费，就需要提供明确的价值、优质产品和引人入胜的整体体验。

该追踪涵盖英国各地由专业经营者管理的持牌场所销售情况，经营者、供应商和投资者会用它跟踪餐饮市场的品类及品牌表现。最新数据进一步表明，行业进入节日季时未能迎来往年11月初常见的销售提振；在本月开局平淡之后，企业只能寄望年末业绩强劲收官。