vinetur

11月上旬英国餐饮业烈酒销售额同比下滑逾20%

NielsenIQ数据显示，截至11月7日当周烈酒销售额同比下降23.5%，截至11月14日当周降幅收窄至20.9%，圣诞销售旺季将至

2026年11月23日星期一



NielsenIQ数据显示，11月前两个已公布周次中，英国餐饮业烈酒销售额同比均下滑逾20%，显示圣诞季前这一重要销售阶段开局疲软。

NIQ称，截至11月7日当周，烈酒品类销售额较2025年同期下降23.5%。截至11月14日当周，降幅收窄至20.9%。

这些数据来自NIQ的Daily Drinks Tracker，该服务追踪英国大不列颠地区受管理餐饮场所的销售情况，覆盖英格兰、苏格兰和威尔士，但不包括北爱尔兰。公司于11月20日在一份题为《11月开局疲软，现饮渠道期待节庆饮品提振》的报告中发布了这组数据。

第二周的同比降幅小于第一周，收窄了2.6个百分点。这并不意味着销售额较前一周增长了2.6%。数据仅表明，在已公布的两个周次之间，年度降幅有所收窄。

NIQ没有公布烈酒品类的英镑绝对营收或销量数据。缺少这些数字，就无法计算该行业在这一时期损失了多少收入，也无法衡量11月累计变化。数据也未显示这一变化究竟由饮品销量减少、价格下跌、促销调整还是产品组合变化所致。

这份报告进一步显示，饮料贸易中一个高度依赖季节性需求的领域正面临压力。11月对酒馆、酒吧和餐厅而言是重要月份，经营者开始迎接公司派对、社交聚会及其他节日消费。连续两周的销售额降幅均超过20%，表明烈酒销售在节前旺季启动之初明显承压，尽管第二周的表现好于第一周。

NIQ的数据应被视为面板数据，而非整个市场的完整衡量。该公司的追踪服务覆盖纳入监测的场所，并非英国所有餐饮经营场所。因此，这些数据反映了受监测的受管理场所细分市场的经营状况，但无法全面代表所有独立经营场所或更广泛的酒类市场。

报告也没有按烈酒类型拆分表现，因而无法判断伏特加、金酒、威士忌、朗姆酒或其他品类是否是销售额下滑的主要原因。数据也未区分价格和销量，且没有与公布数据相对应的单独通胀指标，因此难以据此判断实际消费量的变化。

根据NIQ的公司资料，该公司自称是一家全球市场测量和消费者行为研究公司，业务遍及90多个国家，客户约23,000家。饮料行业供应链上的企业使用其饮品追踪服务，监测酒吧、酒馆和餐厅的需求。

对饮料生产商、分销商和场所经营者而言，11月上旬的结果表明，在日历中一个敏感时点，销售环境较上年同期疲软。数据没有解释下滑原因，但显示截至11月14日，受监测餐饮场所的烈酒消费支出仍远低于2025年同期水平。