新西兰餐饮服务业第三季度销售量增长1.9%

新西兰统计局称，名义销售额增长2.7%，需求走强也推动增长，涨幅不只来自价格上涨

2026年11月23日星期一



新西兰食品和饮料服务业第三季度销售额上升，剔除价格变动影响后，经营活动仍有所增长。

新西兰统计局（Stats NZ）于11月23日星期一表示，经季节调整后，食品和饮料服务业7月至9月的销售量较4月至6月增长1.9%。按名义金额计算（反映当期价格），同期销售额增长2.7%。

该机构的销售量指标旨在剔除价格变动的影响，以反映实际经营活动的变化。按这一口径计算，该行业销售额增加了4,798万新西兰元。按当期价格计算，增幅为1.1315亿新西兰元。名义增长率与实际增长率相差0.8个百分点，这表明收入增幅中有一部分来自价格上涨，而非实际消费全面增加。

相关数据发布于新西兰统计局的一份声明中，并由The National Tribune刊载。数据涵盖7月至9月季度，且经过季节调整，即通过平滑处理剔除规律性的日历因素，使季度间比较更加清晰。

新西兰统计局表示，销售量估值以2010年9月季度价格计价，单位为新西兰元。这种方法用于区分商品和服务销售数量的变化，以及由通胀或其他价格变动造成的变化。相比之下，名义销售额按当期新西兰元计量，反映顾客在该季度的实际支出。

数据显示，第二季度之后，餐厅、咖啡馆、酒吧及其他食品和饮料服务经营者的情况有所改善。实际销售额上升表明，需求走强并非仅由菜单价格上涨带动；与此同时，名义销售额增幅更大，也说明价格仍对整体收入增长有所贡献。

住宿业也录得增长。根据同一份声明，7月至9月住宿服务业名义销售额较4月至6月增长3.4%，增幅约为4,900万新西兰元。The National Tribune转载的声明中没有提及住宿业可比的销售量数据。

综合来看，声明所涵盖的酒店餐饮市场两大主要领域第三季度均有所增长：食品和饮料服务业的实际销售额和名义销售额双双上升，住宿业的账面收入也显著增加。对企业而言，这一区别很重要，因为名义增长可能反映价格上涨，而销售量增长则更能表明顾客是否在实际意义上买得更多。