英国餐饮集团外带销售额10月连续第19个月下滑

外送销售额增长5.3%，带动居家消费同店销售额增长1.5%，远低于扩张推动的10.8%增幅

2026年11月26日星期四



10月，英国餐饮集团的外送与外带需求继续明显分化：顾客自取或打包带走的订单销售额连续第19个月下滑，外送销售额则持续增长。

NIQ于11月26日（周四）发布的《居家餐饮追踪报告》（Hospitality at Home Tracker）数据显示，2026年10月，大不列颠地区外送和外带合计同店销售额同比增长1.5%，低于9月录得的2.3%增幅，增速放缓0.8个百分点。

整体增长由外送业务带动。送至顾客家中的订单销售额同比增长5.3%。相比之下，自取和外带销售额下降7.3%，这一渠道的长期下滑态势仍在延续。

这些数据反映了参与调查的餐饮集团名义销售额的同店变化，即比较相同经营业务，不计入扩张带来的增长。NIQ表示，报告追踪的非堂食渠道占样本餐厅消费支出的21.2%。

10月的数据表明，堂食以外的餐饮需求按金额计算仍在增长，但增速低于秋季早些时候，而且两大主要渠道表现明显失衡。外送继续支撑市场，而外带业务承压已超过一年半。

NIQ还区分了同店增长与扩张带来的增幅。计入新开餐厅和新增服务后，10月居家消费总销售额同比增长10.8%。总销售额增长10.8%与同店增长1.5%之间的差距表明，该行业报告的增长很大程度上来自增设门店或拓展业务，而非现有门店销售额走强。

报告称，1.5%的同店增幅低于原文所引英国整体3.6%的消费者通胀率。NIQ指出，这一比较不应被视为销售量指标，因为该追踪报告的是名义收入，而非订单数量或食品销售量。尽管如此，这一对比显示，这些渠道的收入增长未能跟上消费者价格的整体涨幅。

最新结果进一步表明，英国餐饮市场的消费者行为仍不均衡。外送订单持续吸引消费，帮助连锁品牌在堂食业务之外维持一定增长。但自取或购买外带食品的顾客已明显减少消费，使这一市场板块持续陷入长期下滑。

《居家餐饮追踪报告》基于大不列颠地区参与调查的管理型餐饮集团数据，用于监测供顾客在经营场所之外消费的销售情况。10月数据表明，这些渠道仍是餐饮业务的重要组成部分，在受调查企业的顾客消费中占比超过五分之一；但数据也显示，增长越来越依赖外送和业务扩张，而非现有经营业务的普遍改善。