



中国商业联合会发布

2008

中国零售业

发展报告

· 中国零售业白皮书 ·

王耀◎主编

顾 问： 何济海 张庶平

主 编： 王 耀

副 主 编： 秦仲云 曹立生 翟志宏

参编人员： 晏国英 穆 萱 李立宝 王晗蔚 晏 莉

执行编辑： 李立宝 王晗蔚 晏 莉

校 对： 方 勇



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

2008 中国零售业发展报告：中国零售业白皮书/王耀主编. - 北京：中国经济出版社，2008. 10

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8731 - 9

I. 2… II. 王… III. 零售商业 - 经济发展 - 研究报告 - 中国 - 2008
IV. F724. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 123366 号

出版发行：中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址：www. economyph. com

责任编辑：牛慧珍 (电话：010 - 68355210 E-mail: niuhuizhen@ yahoo. com. cn)

责任印制：石星岳

封面设计：任燕飞

经 销：各地新华书店

承 印：北京金华印刷有限公司

开 本：787mm × 1092mm 1/16

印张：14. 25 字数：200 千字

版 次：2008 年 10 月第 1 版

印次：2008 年 10 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5017 - 8731 - 9/F · 7703

定价：50. 00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，由我社发行部门负责调换，电话：68330607

版权所有 盗版必究

举报电话：68359418 68319282 国家版权局反盗版举报中心电话：12390

服务热线：68344225 68341878

前 言

2007年在党中央的正确领导下，全国各族人民以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，认真贯彻落实中央经济和社会发展的各项政策措施，努力构建社会主义和谐社会，实现了国民经济持续快速增长，全年实现国内生产总值249 530亿元，按不变价格计算，同比增长11.9%，增长速度创1995年以来最高。

2007年我国消费品市场继续保持稳定中加快增长的运行态势，全年实现社会消费品零售总额89 210亿元，同比增长16.8%，成为继1997年以来增长速度最快的一年。

2007年，在我国居民消费价格水平大幅上涨的背景下，消费市场表现出刚性强、动力足的明显特征，社会消费品零售总额实际增长速度达12.5%。

消费品市场的快速增长，促使2007年社会消费品零售总额绝对额增长一举突破1万亿元大关，比2006年增长12 800亿元，标志着我国消费品市场年增长规模跃上万亿元级平台，进入了一个新的发展时期。

消费品市场的快速增长，有力地拉动了总体消费的增长，带动消费对GDP的贡献7年来首次超过投资，这是一个可喜的历史性变化，标志着带动我国经济增长的主角将由投资转变为消费。

在国民经济持续快速发展、消费稳定增长以及经济增长方式加快向消费拉动转变的大好环境下，我国零售业的发展进一步趋于活跃，企业并购、强化区域优势、业态创新、提升服务内涵、整合渠道、发展电子商务等已成为零售业经营发展中的新的活跃因素，这些因素在良好的宏观经济环境下，将成为推动我国零售业健康持续快速发展的重要的内生动力。

目 录

第一部分 零售业发展的宏观环境	
一、国内生产总值	001
(一) 第三产业在国内生产总值中所占比重增长明显	001
(二) 批发零售业增加值增速创近 20 年最高.....	002
二、城乡居民生活水平	003
(一) 最终消费支出在国内生产总值中所占 比重继续下滑	003
(二) 城乡居民收入平稳增长	004
(三) 城乡居民消费结构进一步改善	005
三、物价水平	006
(一) 2007 年居民消费价格指数上涨 4.8%	006
(二) 2007 年商品零售价格指数上涨 3.8%	007
四、固定资产投资	008
(一) 城镇固定资产投资额不断增长	008
(二) 城镇批发零售业投资额比重逐年增加	009
五、进出口贸易	009
(一) 净出口对 GDP 的贡献明显增长	010
(二) 加工贸易依旧占据主体, 但比重呈现下滑	010
第二部分 零售业规模不断增长	
一、社会消费品零售总额继续保持较高增长	013
(一) 城乡结构基本趋于稳定, 农村市场增速加快	014
(二) 批发零售业占据主体, 餐饮业高速增长	016

(三) 限额以上零售企业发展活跃, 消费升级商品增长突出	017
二、连锁零售业规模不断增长	018
(一) 限额以上连锁企业规模快速增长, 单体效率进一步提升	018
(二) 内资企业在数量上和效率上均有明显提高	019
(三) 东部地区优势明显, 中西部增长较快	020
三、零售市场并购不断增多	021
(一) 2004 年至 2007 年零售业主要并购事件回顾	022
(二) 零售行业并购呈现的特点	022
(三) 并购重组增多的原因	024
四、业态发展趋于多样化	024
(一) 单一业态企业之间竞争逐步升级	024
(二) 多业态成零售企业的主流	028
(三) 业态创新成必然趋势	032
五、我国零售业百强销售规模突破万亿	034
(一) 百强企业进入稳健发展阶段	034
(二) 并购和农家店的发展拉动门店快速增长	034
(三) 首次出现千亿元级零售企业, 百亿元级企业明显增多	035
(四) 家电(数码通信产品)零售连锁企业发展突出	035
(五) 外资品牌企业继续快速发展	035
六、全国重点大型零售企业继续保持健康稳定快速发展	040
(一) 商品销售快速增长	040
(二) 企业效益快速提高	041
(三) 商品销售结构进一步优化, 特色更加突出	042
七、大型外资零售企业的销售规模快速扩大	043
(一) 进入的速度快速提高	043
(二) 大店门店数快速扩张	044
(三) 销售规模快速扩大	045

(四) 加快向二三级城市扩张	046
(五) 企业扩张向并购转变	046
(六) 竞争力明显提高	047
第三部分 重点地区零售市场发展	
一、概述	049
(一) 东部地区社会消费品零售总额占优势	049
(二) 2007 年居民消费价格指数明显上升	051
(三) 农村居民收入低于城镇居民, 且各地区差异较大	052
(四) 东部地区居民消费结构与其他地区差异显著	055
(五) 东部地区批发零售业固定资产投资比重增长明显	056
二、重点城市	057
(一) 北京	057
(二) 上海	066
(三) 广州	073
(四) 杭州	080
(五) 青岛	088
(六) 大连	092
(七) 西安	095
(八) 重庆	099
第四部分 主要商品零售市场	
一、服装市场	105
(一) 我国服装市场特点	105
(二) 服装市场消费特点	113
(三) 服装市场渠道变化情况	116
二、家电市场	118
(一) 大家电产量“黑白”分化, 小家电增速放缓	118
(二) 家电市场销售规模稳步增长	119
(三) 连锁零售企业零售额保持快速增长	120
(四) 内资家电企业固定资产投资稳步增长	121

(五) 品牌对消费者的导向作用逐渐增强	123
(六) 行业标准实施力度加大	123
(七) 连锁零售企业新增门店数增长速度放缓	126
(八) 厂商协同发展趋势增强	127
三、化妆品市场	128
(一) 市场规模不断扩大	128
(二) 市场销售结构日渐平衡优化	131
(三) 销售渠道不断增加, 业态结构优化	132
(四) 消费者结构变化, 隐性需求催生市场多样化发展	134
(五) 品牌消费格局特点明显	136
四、食品市场	139
(一) 食品市场销售规模呈现快速增长	139
(二) 连锁零售向超市、专业店和专卖店集中	141
(三) 中部地区连锁零售企业销售额明显增长	143
(四) 食品市场消费品价格呈现大幅上涨	144
(五) 消费需求催生市场向多样化发展	145
五、洗涤用品市场	146
(一) 国内洗涤用品市场的整体运行情况	146
(二) 洗涤用品的市场特点	149
六、手机市场	151
(一) 销售量增幅明显放缓, 产品价格继续下降	151
(二) 外资品牌继续引领市场, 三星份额超越摩托罗拉	152
(三) 功能性与时尚性并举的特征越来越明显	153
(四) 手机普及率继续增长, 消费人群进一步扩大	154
(五) 农村居民手机需求量增长明显, 整合渠道将成为重点	155
(六) 手机更新换代速度加快, 二手手机市场 秩序较混乱	156
第五部分 国内外零售市场对比	
一、我国零售业总体发展状况同世界主要发达国家比较	157

(一) 我国人均 GDP 远远落后于发达国家	157
(二) 同美国相比, 我国零售业发展速度快, 但规模偏小	158
(三) 同美国、日本相比, 我国物价水平波动较大	159
(四) 同美国相比, 消费对我国经济增长的贡献率较低	160
(五) 与发达国家相比, 我国居民消费意愿较低	161
二、我国大型零售企业与世界大型零售企业比较	162
(一) 我国零售业百强销售额增速快, 但企业规模小	162
(二) 世界和中国百强零售企业主要集中于 经济发达地区	163
(三) 我国零售业龙头企业发展迅速但 业务覆盖范围较小	164
(四) 世界零售业百强业态多样化, 我国 零售业业态略显单一	166
(五) 我国零售业产业集中度高于世界零售业百强	168
(六) 我国零售业企业软实力有待提高	169
第六部分 未来零售业保持快速发展的有利条件	
一、国民经济进入稳步增长周期, 为零售市场发展 提供了良好环境	171
二、扩大内需政策对消费品市场快速发展产生了 积极的作用	172
三、居民消费的不断增长, 成为零售市场不断发展的动力	173
(一) 居民消费对社会消费品零售总额增长的 贡献在提升	173
(二) 居民消费不断增长带动消费升级产品热销	173
四、城市化进程的不断加快, 增加了零售 市场中的消费需求	176
五、集团消费稳步增长, 对零售市场发展的贡献明显	176
六、社会保障体系不断完善, 保证了消费需求的稳步增长	177
七、新型业态影响零售业网点布局、行业结构和规模发展	177

八、全面对外开放，为我国零售市场发展带来了 机遇和挑战	179
第七部分 零售业的发展趋势	
一、全球零售业发展的五大趋势	181
(一) 全球消费重心将向中国偏移	181
(二) 商品消费将呈现新的时代特征	181
(三) 零售业的“长尾 (long-tail) 效应”将显性化	182
(四) 零售商加快多渠道整合	182
(五) “体验消费”促进零售业变革	182
二、中国零售业发展的五大趋势	183
(一) 品牌生产商自建零售渠道加快发展	183
(二) 网上销售将进入快速发展期	183
(三) “节能环保”将成为大型店铺的发展方向	183
(四) 大型外资零售商加大向供应商和 地产商的成本转嫁	184
(五) 零售业的主导作用将快速提高	184
第八部分 零售业法律法规	
流通领域食品安全管理办法	185
商业特许经营管理条例	188
关于网上交易的指导意见 (暂行)	194
商业特许经营信息披露管理办法	201
商业特许经营备案管理办法	205
商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法	209

图表目录

图 1-1	1978~2007 年我国国内生产总值 (亿元)	001
图 1-2	1978~2007 年我国国内生产总值中三产所占比重 (%)	002
图 1-3	1978~2007 年批发零售业增加值及同比增长速度变化	002
图 1-4	1978~2007 年最终消费支出及其在 GDP 中所占比重变化	003
图 1-5	1978~2007 年我国城乡居民收入变化	004
图 1-6	1978 年以来不同阶段我国城乡居民收入 年均实际增长速度变化 (%)	005
图 1-7	1978~2007 年我国城乡居民恩格尔系数变化情况 (%)	006
图 1-8	1978~2007 年我国居民消费价格指数变化	007
图 1-9	1978~2007 年我国商品零售价格指数变化	007
图 1-10	1981~2007 年我国固定资产投资城乡所占比重	008
图 1-11	2003~2007 年城镇市场批发零售业投资额及所占比重	009
图 1-12	1981~2007 年我国对外贸易构成 (%)	010
图 2-1	1978~2007 年我国社会消费品零售总额及同比增长	013
图 2-2	1991~2007 年我国社会消费品零售总额增速与 商品零售价格指数	014
图 2-3	1978~2007 年我国社会消费品零售总额城乡所占比重	015
图 2-4	1991~2007 年我国城乡市场社会消费品零售总额 同比增长对比 (%)	016
图 2-5	1978~2007 年我国社会消费品零售总额行业构成 (%)	017
图 2-6	2000~2007 年限额以上零售企业规模及占社会消费品 零售总额的比重	017
图 2-7	2000~2005 年限额以上零售企业主要商品销售 年均增长速度对比 (%)	018
图 2-8	2004~2006 年东中西部限额以上连锁零售 企业零售额所占比重 (%)	021
图 2-9	2001~2007 年我国连锁百强中专业店销售额及所占比重	027
图 2-10	2004~2007 年我国连锁百强中多业态企业 数量及零售额所占比重	029

图 2 - 11	2000 ~ 2007 年全国重点大型零售企业零售额 同比增长情况 (%)	041
图 2 - 12	2004 ~ 2007 年我国批发零售业外商直接投资 项目和使用金额	044
图 2 - 13	2004 ~ 2007 年主要外资零售企业在我国门店数量 (个)	045
图 2 - 14	2003 ~ 2007 年我国连锁百强中外资企业 销售规模及所占比重	045
图 3 - 1	2003 ~ 2007 年我国社会消费品零售总额区域分布	049
图 3 - 2	2005 ~ 2007 年各地区居民消费价格指数 (上年为 100)	052
图 3 - 3	2007 年我国各地区城镇居民家庭人均可支配收入 (元)	053
图 3 - 4	2007 年我国各地区农村居民家庭人均纯收入 (元)	053
图 3 - 5	2007 年各地区城镇居民消费构成	055
图 3 - 6	2004 ~ 2006 年批发零售业固定资产投资的地区分布	057
图 3 - 7	1986 ~ 2007 年北京市地区生产总值波动图	058
图 3 - 8	2001 ~ 2007 年北京市社会消费品零售总额及 同比增长速度	059
图 3 - 9	2001 ~ 2007 年北京市社会消费品零售总额 行业结构比重变化	060
图 3 - 10	2001 ~ 2007 年北京市居民消费价格指数 (上年为 100)	062
图 3 - 11	2003 ~ 2007 年上海市 GDP 总量及增速	066
图 3 - 12	2000 ~ 2007 年上海市社会消费品零售总额及 同比增长速度	067
图 3 - 13	2001 ~ 2007 年上海市社会消费品零售总额行业结构比重	068
图 3 - 14	2001 ~ 2007 年广州 GDP 总值及增速	074
图 3 - 15	2001 ~ 2007 年广州市社会消费品零售总额及 同比增长速度	075
图 3 - 16	2001 ~ 2007 年广州市社会消费品零售总额 行业结构比重 (%)	076
图 3 - 17	2001 ~ 2007 年广州市城市居民消费价格指数 (上年为 100)	078
图 3 - 18	2001 ~ 2007 年杭州市 GDP 总值及增速	081
图 3 - 19	2001 ~ 2007 年杭州市社会消费品零售总额及 同比增长速度	081

图 3-20	2001~2007 年杭州市社会消费品零售总额 行业结构比重 (%)	083
图 3-21	1997~2007 年青岛市全市生产总值与人均生产总值变化.....	088
图 3-22	1999~2007 年青岛市城乡居民收入水平变化	089
图 3-23	1997~2007 年青岛市社会消费品零售总额及增长速度	090
图 3-24	1996~2005 年青岛市居民消费价格指数 变动情况 (上年为 100)	090
图 3-25	1997~2007 年青岛市社会消费品零售总额中 各行业所占比重	091
图 3-26	1999~2007 年大连市全市生产总值与人均生产总值变化.....	092
图 3-27	1999~2007 年大连市城乡居民收入水平变化	093
图 3-28	2003~2007 年大连市社会消费品零售总额及增速	094
图 3-29	2003~2007 年大连市居民消费价格指数变动情况 (上年 = 100)	094
图 3-30	2003~2007 年大连市社会消费品零售总额中 各行业所占比重	095
图 3-31	2001~2007 年西安市全市生产总值变化趋势	096
图 3-32	2000~2007 年西安市人均可支配收入及增速	096
图 3-33	2000~2007 年西安市社会消费品零售总额及增速	097
图 3-34	2001~2007 年西安市居民消费价格指数 变动情况 (上年 = 100)	098
图 3-35	2001~2007 年西安市社会消费品零售总额中 各地区所占比重	098
图 3-36	1997~2007 年重庆市全市生产总值及 人均生产总值变化趋势	099
图 3-37	1997~2007 年重庆市居民收入水平变化.....	100
图 3-38	1997~2007 年重庆市社会消费品零售总额及 同比增速变化趋势.....	100
图 3-39	2002~2007 年重庆市居民消费价格指数 变动情况 (上年 = 100)	101
图 3-40	1998~2007 年重庆市社会消费品零售总额区域结构变化.....	102
图 3-41	2003~2007 年重庆市社会消费品零售总额行业结构变化.....	102

图 3-42	2003 ~ 2006 年重庆市主要零售业态门店数变化情况	103
图 4-1	服装市场个别商品连续五年的平均单价 (单位: 元)	105
图 4-2	2007 年重点商品前十位品牌中外资占有率对比 (%)	106
图 4-3	2001 ~ 2007 年服装市场前十位品牌外、港、台资 品牌市场综合占有率 (%)	106
图 4-4	历年 12 月份主要城市温度变化情况 (摄氏度)	111
图 4-5	历年 12 月份各种服装的增长情况 (%)	112
图 4-6	2001 ~ 2007 年女装市场“长尾效应”示意图	112
图 4-7	2000 ~ 2007 年 11 月份所统计的女装品牌个数	113
图 4-8	2000 ~ 2007 年限额以上零售企业家电类商品 零售额和同比增长速度	119
图 4-9	2000 ~ 2007 年家用电器和音像器材类商品 零售额所占比重 (%)	120
图 4-10	东中西部地区连锁零售企业零售额所占比重 (%)	120
图 4-11	2005 年家电连锁企业零售额所占比重 (%) (按登记注册类型)	121
图 4-12	2004 ~ 2006 年家电产品制造业投资额构成结构变化	122
图 4-13	2003 ~ 2007 年家电市场主要家电产品前十位品牌 市场综合占有率 (%)	123
图 4-14	2003 ~ 2006 年主要家电连锁企业门店数变化情况	126
图 4-15	2003 ~ 2007 年我国化妆品制造业产值及同比增长	129
图 4-16	2001 ~ 2007 年限额以上批发零售业化妆品 零售额增长速度 (%)	129
图 4-17	2001 ~ 2007 年重点商场零售额及化妆品 零售额增长速度对比 (%)	130
图 4-18	2007 年护肤品和彩妆品零售额 (千元) 及所占比重 (%) ...	131
图 4-19	2000 ~ 2007 年限额以上食品市场销售额及同比增长	139
图 4-20	2000 ~ 2007 年限额以上食品、饮料、烟草类 商品零售额所占比重 (%)	140
图 4-21	2006 年食品、饮料及烟草制品在不同连锁 零售店的零售额	142
图 4-22	2005 ~ 2006 年各连锁零售业态食品饮料及烟草制品	

	零售额所占比重 (%)	142
图 4-23	2005~2006 年食品、饮料及烟草制品 分地区销售所占比重 (%)	143
图 4-24	2007 年各月居民消费价格指数变化情况 (上年同期为 100)	144
图 4-25	2007 年主要食品类消费价格指数变化情况 (上年同期为 100)	145
图 4-26	2007 年手机市场销售情况	152
图 4-27	2007 年 1~12 月份通信工具价格指数变化 (上年同期为 100)	152
图 4-28	2007 年手机市场前十位品牌市场综合占有率 (%)	153
图 4-29	2002~2007 我国手机用户及普及率增长变化	154
图 4-30	2000~2006 年我国农村居民每百户居民 移动电话保有量 (部)	155
图 5-1	中国、美国和日本人均 GDP 比较 (1992~2005 年) (单位:美元)	157
图 5-2	我国社会消费品零售总额及其实际增长率 (1992~2007 年)	158
图 5-3	美国社会消费品零售总额及其增长率 (1992~2007 年)	159
图 5-4	中国、美国和日本消费价格指数 (1995~2005 年) (2000 年=100)	159
图 5-5	中美两国最终消费率对比 (%) (1978~2007 年)	160
图 5-6	中美居民平均消费倾向对比 (%) (1992~2007 年)	161
图 5-7	2007 年我国零售业百强企业地区分布	163
图 5-8	世界零售业百强的地域分布 (%) (左图:企业数,右图:零售额)	164
图 5-9	2007 年我国零售业百强企业业态分布	166
图 5-10	2006 年世界零售业百强企业业态分布	167
图 5-11	我国零售业与世界零售业产业集中度比较	168
图 6-1	1998~2007 年国内主要经济指标增长变化情况 (%)	171
图 6-2	2000~2007 年我国城镇居民家庭汽车拥有量 (部)	175
图 6-3	2001~2007 年城镇人口增长带动社会消费零售 总额增加额及贡献率	176

图 6-4	2000 ~ 2007 年社会消费品零售总额中集团 消费及所占比重	177
表 2-1	2003 ~ 2006 年我国限额以上连锁零售企业规模	019
表 2-2	2003 ~ 2006 年我国限额以上连锁零售企业 单体规模增长情况	019
表 2-3	2004 ~ 2006 年东中西部地区限额以上连锁 零售企业数量所占比重 (%)	021
表 2-4	2004 ~ 2007 年零售行业主要并购事件一览	022
表 2-5	2006 ~ 2007 年部分外资和港台企业进入中国内地 百货业情况	025
表 2-6	2007 年百货行业部分兼并和并购事件	026
表 2-7	2003 ~ 2006 年限额以上便利店企业发展	028
表 2-8	2007 年零售业百强企业	036
表 2-9	服装等商品占大型百货店零售额的比重 (%)	043
表 2-10	主要外资企业向二三线城市扩张情况	046
表 3-1	2004 ~ 2007 年我国各地区社会消费品 零售总额以及排名情况 (亿元)	050
表 3-2	2004 ~ 2007 年我国各地区农村居民家庭人均 纯收入以及排名情况 (元)	053
表 4-1	按年龄划分服装消费市场	109
表 4-2	按时尚度划分服装消费市场	110
表 4-3	按价位划分服装消费市场	110
表 4-4	2007 年家电市场实施的部分产品和行业标准	125
表 4-5	2002 ~ 2006 年主要家电连锁零售企业单店盈利	127
表 4-6	2007 年化妆品各类产品在全国各省市销售前三位品牌	137
表 4-7	2003 ~ 2007 年全国重点大型零售企业食品类 商品零售额所占比重 (%)	141
表 4-8	洗衣粉、肥皂、清洁洗涤剂在超市和百货店中的价格比较	148
表 5-1	2007 年我国零售业十强企业	165
表 6-1	2001 ~ 2007 年限额以上零售企业主要商品销售增长情况	174
表 6-2	2001 ~ 2007 年限额以上零售企业主要商品对 零售额增长贡献情况	174

第四部分 主要商品零售市场

一、服装市场

(一) 我国服装市场特点

1. 品牌服装价格攀升

尽管商品零售价格指数呈下降的趋势，但在大型百货商场销售的品牌服装的价格却明显上涨。根据中华全国商业信息中心的统计，2007年在大型百货商场销售的单件服装的平均价格比2006年高出4.06元。从女装、童装、女性内衣中各找三个知名品牌列入图4-1，可以看出它们2007年的平均单价比前几年均有一定程度的上升。由此可见，2007年中高档消费层次的大型零售业销售十分活跃，主要服装品种销售均呈现较高增幅。

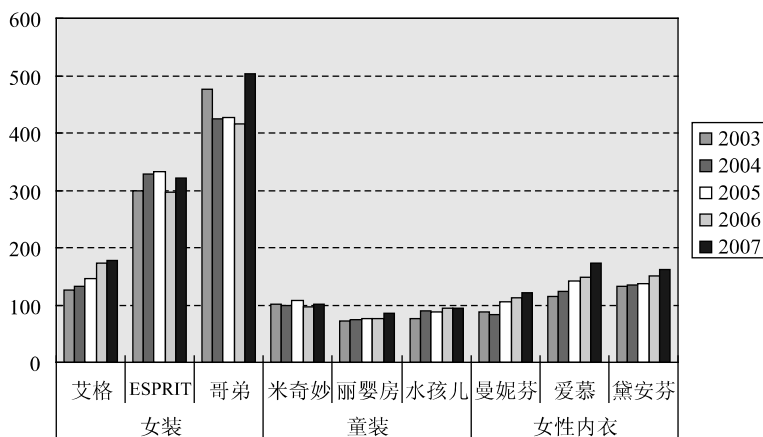


图4-1 服装市场个别商品连续五年的平均单价 (单位: 元)

2. 中外品牌竞争激烈

(1) 重点商品中，内外资品牌相互抗衡

根据对全国重点大型零售商场的统计显示，在几类重点服装市场

中，外资及港资、台资品牌与本土品牌各具优势。2007年，在男装、童装、女性内衣市场中，本土品牌所占市场份额要大于外资及港资、台资品牌，而在女装、T恤衫市场中，外资及港资、台资品牌则占据优势。从增长情况看，在T恤衫和童装市场的前十个品牌中，外资及港资、台资的市场综合占有率之和呈下降趋势，而在女装、女性内衣和男西装市场中均有所增长。特别是在女装市场中，外资及港资、台资品牌增长较快，本土品牌处于劣势。

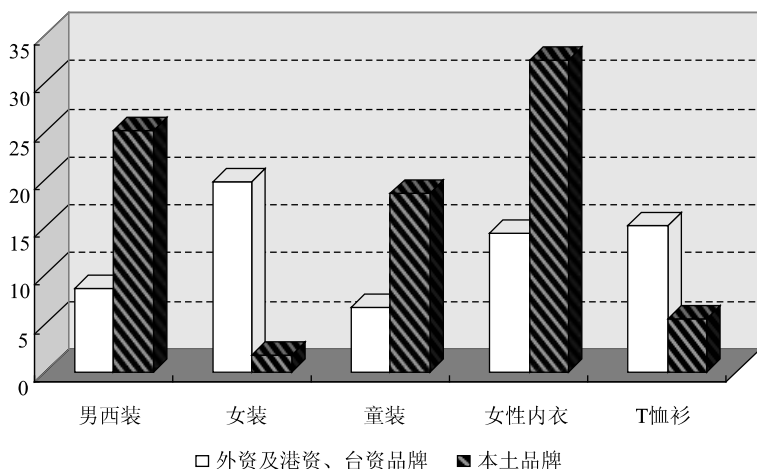


图 4-2 2007 年重点商品前十位品牌中外资及港资、台资品牌市场占有率对比 (%)

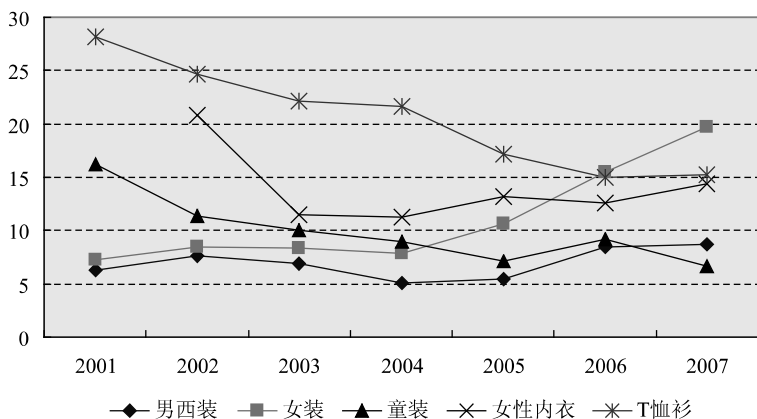


图 4-3 2001 ~ 2007 年服装市场前十位品牌外、港、台资品牌市场综合占有率 (%)