

2009年中国电动车行业市场调查及投资趋势研究 报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国电动车行业市场调查及投资趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yunshushebei/5348453484.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

第一章 2009年中国电动车行业发展环境 1

一、2009年中国电动车行业经济环境 1

- (一) 2009年第一季度经济运行情况 1
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响 6
- (三) 中国应对金融危机的措施 9
- (四) 氢经济论降温与中国电动车的发展 19
- (五) 稀土价格上涨影响电动车价格 24

二、2009年中国电动车行业社会环境 26

- (一) 中国人口结构有利扩大消费 26
- (二) 中国人口因素有利电动车的发展 28
- (三) 社会能源的发展影响电动车行业 28
- (四) 中国交通环境与电动车的发展 28

三、2009年中国电动车行业政策环境 28

- (一) 中国电动车行业面临新标准考验 28
- (二) 电动车新政策即将出台使企业呼声一片 30
- (三) 国内首批燃料电池汽车国家标准编制启动 31

四、2009年中国电动车行业技术环境 32

- (一) 电动车技术发展历程回顾 32
- (二) 国内电动自行车的技术发展概况 32
- (三) 轻型电动车技术进步解析 37

第二章 电动车的相关概述 40

一、电动车的定义及分类 40

- (一) 电动车的定义 40
- (二) 电动车的分类 40

二、不同类型电动车的介绍 40

- (一) 轻型电动车 40
- (二) 电动汽车 41
- (三) 燃料电池汽车 41

第三章 2009年全球电动车的发展概况 44

一、2009年全球电动车发展总体概况 44

- (一) 全球电动车市场出现繁荣景象 44
- (二) 国外轻型电动车的相关政策 45
- (三) 部份发达国家电动车产业发展情况 46

二、2009年日本电动车发展概况 47

- (一) 日本电动车发展回顾 47
- (二) 日本电动车发展全球领先的原因 48
- (三) 日本计划开发低成本电动车 51

三、2009年德国电动车发展情况 52

- (一) 德国电动车市场需求 52
- (二) 德国电动车销售市场存在的问题及对策 52
- (三) 德国电动车销售前景 54

四、2009年其它国家电动车发展形势 55

- (一) 美国对电动汽车实行扶持政策 55
- (二) 法国电动车的发展状况 56
- (三) 荷兰电动车市场浅析 56
- (四) 以色列、约旦、欧盟可能会合作开发生产电动车 56

第四章 2009年中国电动车的发展态势 57

一、2009年中国电动车行业概况 57

- (一) 国内电动车产业的发展 57
- (二) 电动车产业化已开始起步 58
- (三) 2009年电动车行业步入“整合期” 59

二、2009年中国电动车市场运行态势 64

- (一) 中国电动车市场竞争激烈 64
- (二) 电动车市场发展的竞争策略 68
- (三) 电动车企业建立核心竞争力的对策 69

三、2009年中国电动车产业发展中存在的问题 71

- (一) 中国电动车行业发展存在的问题 71
- (二) 电动车产业发展中的不利因素 72
- (三) 电动车产业发展的四个障碍 75
- (四) 电动车行业寻求突破 75

四、2009年中国电动车产业的发展对策 76

- (一) 中国电动车产业的发展战略 76
- (二) 中国电动车产业和谐发展的建议 80
- (三) 电动车企业发展的三种战略 81

第五章 2009年中国电动车细分市场发展概况——电动自行车 84

一、2009年全球电动自行车的发展概况 84

- (一) 国外电动自行车发展状况 84
- (二) 欧洲电动自行车市场正处在复苏阶段 86

- (三) 法国电动自行车市场回顾 86
- (四) 日本电动自行车的生产发展状况 87
- (五) 荷兰电动自行车销售增长快 88
- 二、2009年中国电动自行车的发展概况 90
 - (一) 2009年中国电动自行车的产业现状 90
 - (二) 2009年中国电动自行车产业发展特征 91
 - (三) 电动自行车企业发展简述 94
 - (四) 电动自行车行业十种现象评析 94
 - (五) 电动自行车技术的重点关注 104
- 三、2009年中国部份地区电动自行车的发展 105
 - (一) 浙江电动自行车的产业升级概述 105
 - (二) 天津电动自行车产业发展的优势以及障碍 108
 - (三) 云南电动自行车的发展 111
 - (四) 河南沁阳电动自行车发展简述 112
- 四、2009年中国电动自行车十大品牌竞争力浅析 112
- 五、2009年中国电动自行车发展存在的问题 119
 - (一) 中国电动自行车企业存在的问题 119
 - (二) 制约中国电动自行车发展的主要问题 121
 - (三) 电动自行车产业发展面临的困境 122
- 六、2009年中国电动自行车产业的发展战略 123
 - (一) 电动自行车的发展对策 123
 - (二) 电动自行车企业的发展策略 123
 - (三) 提高电动自行车产品质量的对策 126
- 第六章 2009年中国电动车细分市场发展概况——轻型电动车 128
 - 一、2009年中国轻型电动车产业概况 128
 - (一) 轻型电动车是一个正在做大的产业 128
 - (二) 国内轻型电动车产业发展状况 130
 - (三) 中国轻型电动车技术的概况 133
 - 二、2009年中国轻型电动车产业标准化 136
 - (一) 标准化在轻型电动车产业发展中扮演着重要角色 136
 - (二) 轻型电动车标准化发展现状 137
 - (三) 中国轻型电动车产业标准化未来发展建议 142
 - 三、2009年中国轻型电动车市场的发展 144
 - (一) 中国轻型电动车市场的发展历程 144
 - (二) 国内轻型电动车市场的现状 145

四、2009年影响中国轻型电动车发展的因素 146

- (一) 轻型电动车发展的影响因素 146
- (二) 轻型电动车消费者购买行为的影响因素 147
- (三) 推动国内轻型电动车发展的关键因素 148

五、2009年中国轻型电动车发展存在的问题及对策 150

- (一) 中国轻型电动车进一步发展面临的问题 150
- (二) 轻摩化电动车遭遇发展瓶颈 153
- (三) 轻型电动车健康发展意义 155
- (四) 加速轻型电动车行业发展的建议 160

第七章 2009年中国电动车细分市场发展概况——燃料电池车 164

一、2009年全球燃料电池车的发展概况 164

- (一) 国外主要汽车商燃料电池车的研发回顾 164
- (二) 全球燃料电池车发展现状 166
- (三) 全球燃料电池车的研发动态 168
- (四) 全球电动车用燃料电池技术的研发方向 171

二、2009年中国燃料电池车的发展动态浅析 172

- (一) 中国燃料电池车获得重大进步 172
- (二) 中国燃料电池车取得的成果简述 175
- (三) 上海燃料电池车迈出产业化步伐 177
- (四) 中国燃料电池车发展现状 178

三、2009年中国氢燃料电池车的发展概况 182

- (一) 氢燃料电池车的简述 182
- (二) 氢燃料电池车的发展概况 183
- (三) 全球氢燃料电池车发展动向 183
- (四) 氢燃料电池车发展前景看好 186

四、2009年中国燃料电池车发展的问题及对策剖析 187

- (一) 燃料电池车发展的问题及难点 187
- (二) 燃料电池车主要困难 189
- (三) 燃料电池车的发展目标 189

五、2009-2012年中国燃料电池车的发展前景 190

- (一) 全球燃料电池车产业化前景 190
- (二) 北美地区燃料电池电动车市场预测 192
- (三) 日本将大力发展燃料电池汽车 193
- (四) 韩国燃料电池车发展计划 193

第八章 2009年中国电动车细分市场发展概况——电动汽车 194

- 一、2009年全球电动汽车发展概况 194
 - (一) 美国电动汽车的发展 194
 - (二) 日本电动汽车的发展 195
 - (三) 欧洲电动汽车的发展 196
- 二、2009年中国电动汽车的发展状况浅析 200
 - (一) 国内电动汽车整体发展的综述 200
 - (二) 电动汽车商业化运行 203
 - (三) 国内电动汽车标准体系的现状与发展 208
 - (四) 多能源电动汽车 (MEV) 发展前景 211
- 三、2009年电动汽车产业化研究剖析 214
 - (一) 中国电动汽车产业化的经济角度 214
 - (二) 电动汽车产业化的途径 218
 - (三) 中国电动汽车产业化需要政策扶持 221
 - (四) 电动汽车产业化为时不远 222
- 四、2009年中国电动汽车发展中存在的问题 224
 - (一) 中国电动汽车发展与国外相比存在的不足 224
 - (二) 电动汽车发展存在的问题 225
 - (三) 国内纯电动汽车产业发展 225
- 五、2009-2012年中国电动汽车发展的对策及趋势 228
 - (一) 中国电动汽车的发展对策 228
 - (二) 中国电动汽车产业发展的政策建议 229
 - (三) 电动汽车示范运营的发展趋势 234
- 第九章 2009年中国电动车细分市场发展概况——混合动力车 238
 - 一、2009年全球混合动力车的发展概况 238
 - (一) 美国混合动力车销量增长放缓 238
 - (二) 2006年日本混合动力车全球销量增长迅速 238
 - (三) 法国大力发展以柴油为主的混合动力车 239
 - 二、2009年中国混合动力车的发展形势 239
 - (一) 混合动力车发展简述 239
 - (二) 中国混合动力车的机遇和挑战 244
 - (三) 中国将大力发展混合动力车 246
 - (四) 中国混合动力客车处在产业化边缘 248
 - 三、2009年中国混合动力车市场竞争 250
 - (一) 跨国公司在中国混合动力车市场的竞争状况 250
 - (二) 中国车商竞争混合动力车市场的概况 252

- (三) 竞争促进混合动力汽车不断发展 252
- 四、2009年中国混合动力车发展存在的问题及对策 253
 - (一) 中国混合动力车发展处存的三大问题 253
 - (二) 中国混合动力车发展面临的挑战 253
 - (三) 混合动力车的发展对策 259
- 五、2009-2012年中国混合动力车的市场前景预测 259
 - (一) 柴油混合动力车市场前景看好 259
 - (二) 混合动力车市场规模将不断扩大 259
- 第十章 2009年中国电动车市场竞争格局 262
 - 一、2009年中国电动车四大方阵各自为战 262
 - (一) 第一方阵，以江浙和天津板块中的强势品牌为主 262
 - (二) 第二方阵，数十家年销售规模在5万辆以上的地方强势品牌 262
 - (三) 第三方阵，销量在1万-5万之间的品牌 262
 - (四) 第四方阵，大量销量在1万辆以下的品牌 262
 - 二、2009年中国电动车行业竞争结构 262
 - (一) 现在企业间竞争 263
 - (二) 潜在进入者 263
 - (三) 替代品威胁 263
 - (四) 供应商议价能力 263
 - (五) 客户议价能力 263
 - 三、2009年中国电动车行业的全球竞争力 264
 - (一) 生产要素 264
 - (二) 需求条件 265
 - (三) 支援与相关产业 266
 - (四) 企业战略、结构与竞争状态 266
 - (五) 政府的作用 269
 - 四、2009年外资大量进入对于行业竞争格局的影响 269
 - (一) 行业对外开放程度 269
 - (二) 目前行业外商投资状况 269
 - (三) 行业内中资、外资的竞争 270
 - (四) 外资对行业的影响 270
- 第十一章 2009年浙江省电动车市场——在失利中反思并“超越自我” 271
 - 一、2009年中国浙江省电动车市场发展总体概况 271
 - (一) 浙江电动车的发展现状 271
 - (二) 浙江企业开发出新型电动自行车 272

- (三) “十一五”期间浙江省电动车产业的方向 273
- (四) 浙江省电动自行车产业发展目标 274
- 二、2009年中国杭州市和宁波市电动车市场 274
 - (一) 杭州市电动车市场 274
 - (二) 杭州电动车市场的发展特点 282
 - (三) 宁波地区电动车市场整体概况 283
 - (四) 宁波市场电动车市场消费者 288
- 三、2009年中国浙江其它地区电动车市场 294
 - (一) 绍兴地区 294
 - (二) 嘉兴地区 300
 - (三) 台州地区——全国最大、配套能力最强、最齐全的电动车零配件制造中心 308
 - (四) 温州地区 318
 - (五) 湖州地区 320
- 第十二章 2009年江苏省电动车的发展——豪华电动车“全国看江苏，江苏看无锡” 326
 - 一、2009年江苏省电动车发展的总体概况 326
 - (一) 江苏电动车发展评述 326
 - (二) 江苏电动车出口形势严峻 330
 - (三) 江苏电动车存在的安全隐患 331
 - 二、2009年南京市电动车市场 331
 - (一) 南京地区电动车市场 331
 - (二) 南京电动车市场动态 336
 - (三) 南京市电动车价格战 336
 - (四) 电动车经销商眼中的南京市场 337
 - 三、2009年无锡市电动车的发展 338
 - (一) 无锡电动车产业的发展状况 338
 - (二) 无锡电动车市场行情 339
 - (三) 锡山电动车产业发展现状 340
 - (四) 锡山电动车的发展优势 342
 - (五) 锡山电动车产业集群 343
 - 四、2009年江苏省其它地区电动车市场综述 348
 - (一) 苏州地区 348
 - (二) 常州地区 353
 - (三) 南通市区 356
 - (四) 泰州地区 362
- 第十三章 2009年河南省电动车市场概述 367

- 一、2009年河南省电动车概况 367
 - (一) 河南电动车的市场概况 367
 - (二) 河南电动车市场发展的特点 369
 - (三) 河南成电动车企业转移的重点区域 371
- 二、2009年郑州电动车市场 372
 - (一) 郑州地区电动车市场综述 372
 - (二) 郑州电动车市场发展“精品城”以创新推发展 374
 - (三) 郑州电动车市场品牌竞争浅析 377
 - (四) 郑州电动车市场存在的的问题及对策 378
- 三、2009年河南省其它地区电动车市场概况 380
 - (一) 洛阳地区 380
 - (二) 开封地区 385
 - (三) 平顶山地区 388
 - (四) 商丘地区 390
 - (五) 三门峡地区 391
 - (六) 信阳地区 397
 - (七) 许昌地区 404
 - (八) 周口地区 406
 - (九) 漯河地区 409
 - (十) 驻马店地区 414
 - (十一) 焦作地区 421
- 第十四章 2009年中国其它地区电动车市场 422
 - 一、天津——依靠“简约”成霸主 422
 - (一) 天津电动车的发展现状. 422
 - (二) 天津电动车产业发展的优势 422
 - (三) 天津电动车产业发展存在的问题 423
 - 二、山东 425
 - (一) 山东省电动车市场解析 425
 - (二) 潍坊市电动车市场解析 431
 - (三) 临沂电动车市场浅析 432
 - 三、山西 433
 - (一) 山西电动车市场整体 433
 - (二) 太原地区电动车市场 436
 - (三) 大同市电动车市场 438
 - 四、其它 443

- (一) 上海电动车市场浅析 443
 - (二) 陕西电动车市场概述 444
 - (三) 江西鹰潭市电动车市场综述. 447
 - (四) 内蒙古呼和浩特电动车市场透析 451
 - (五) 安徽六安市电动车市场 456
- 第十五章 2009年中国电动车行业重点企业竞争力 463
- 一、澳柯玛 463
 - (一) 企业概况 463
 - (二) 企业经营状况 464
 - (三) 企业竞争力 467
 - 二、绿源 468
 - (一) 企业概况 468
 - (二) 企业经营状况 469
 - (三) 企业竞争力 472
 - 三、红豆 473
 - (一) 企业概况 473
 - (二) 企业经营状况 474
 - (三) 企业竞争力 477
 - 四、新日 478
 - (一) 企业概况 478
 - (二) 企业经营状况 479
 - (三) 企业竞争力 485
 - 五、洪都 485
 - (一) 企业概况 485
 - (二) 企业经营状况 485
 - (三) 企业竞争力 488
- 第十六章 2009年中国电动车的营销 490
- 一、2009年中国电动车市场营销模式 490
 - (一) 电动车销售模式概述 490
 - (二) 电动车要走专卖店营销模式 497
 - (三) 电动车渠道超市模式可行性 501
 - 二、2009年中国电动车市场重点营销概述 503
 - (一) 品牌营销 503
 - (二) 终端营销 503
 - (三) 绿色奥运营销 507

三、2009年中国“电动车营销”的七大误区 510

- (一) 求胜心切、战线太长 510
- (二) 自以为是、浅尝辄止 511
- (三) 目无制度、决策随意 511
- (四) 观念陈腐、嚼别人馍馍 512
- (五) 贪大求洋、盲目扩张、追求表面繁荣 513
- (六) 用人不当、流失了企业的资金 513
- (七) 营造空中楼阁、一番苦心成泡影 514

四、2009年中国电动车市场营销策略 514

- (一) 电动车市场的三种营销战略 514
- (二) 电动车企业建立核心竞争力的对策 516
- (三) 电动车的品牌营销策略 518
- (四) 中国电动车行业的营销建议 520
- (五) 电动车营销渠道整合策略 522

第十七章 2009年中国电动车的相关行业发展态势 528

一、2009年中国电动车上游行业——铅、钢等金属行业发展态势 528

- (一) 主要产品市场产销状况 528
- (二) 主要产品进出口市场状况 536
- (三) 金属行业经济效益指标 538
- (四) 2009-2012年中国金属行业发展趋势预测 541

二、2009年中国电动车上游行业——电动车用电池行业发展态势 542

- (一) 锂动力电池与电动车的发展 542
- (二) 影响电动汽车发展的蓄电池性能综述 552
- (三) 电动车用电池发展方向 554
- (四) 电动车用电池市场前景看好 560
- (五) 2009-2012年中国电动车用电池行业前景 563

三、2009年中国电动车维修行业发展态势 568

- (一) 电动车维修市场概况 568
- (二) 电动车维修市场投资 570
- (三) 电动车维修市场发展看好 571
- (四) 2009-2012年中国电动车维修行业发展态势预测 574

四、2009年中国电动车充电站行业发展形势 575

- (一) 电动车充电站市场探析 575
- (二) 电动车充电站市场投资 576
- (三) 成都电动车充电站被看好 577

- (四) 2009-2012年中国电动车充电站行业发展前景 577
- 五、2009年中国电动车电池出租行业运行状况 578
 - (一) 电动车电池出租简述 578
 - (二) 南昌电动车电池租赁生意好 579
 - (三) 电动车旧电池回收出租市场乐观 580
 - (四) 2009-2012年中国电动车电池出租行业发展趋势预测 580
- 第十八章 2009-2012年中国电动车发展趋势及投资前景分析 581
 - 一、2009-2012年中国电动车的发展趋势 581
 - (一) 中国电动车的发展趋向 581
 - (二) 中国电动车技术发展趋势 582
 - (三) 中国电动自行车市场发展前景广阔 585
 - 二、“十一五”期间中国电动车的发展形势 588
 - (一) “十一五”期间中国将重点发展节能环保型汽车 588
 - (二) “十一五”期间中国电动车的项目关注 589
 - (三) “十一五”期间中国引导重点城市发展电动车 591
 - 三、2009-2012年中国电动车行业投资机会 591
 - (一) 电动车在城市里发展面临的机会 591
 - (二) 电动车发展存在的有利因素 592
 - (三) 电动自行车成为企业投资热点 594
 - 四、2009-2012年中国电动车行业投资风险 595
 - (一) 中国电动车面临三包规定的风险 595
 - (二) 电动车投资的政策风险 597
 - (三) 电动汽车的投资风险 598
 - 五、2009-2012年中国电动车行业投资前景 603
 - (一) 农村市场成为电动车行业投资新亮点 603
 - (二) 轻型电动车将是不可忽视的新兴产业 604
 - (三) 轻型电动车的投资潜力大 606
- 图表目录：
 - 图表 1：2006-2009年三季度中国GDP增长情况 1
 - 图表 2：2009年第一季度中国三大产业结构 2
 - 图表 3：2003-2009年中国工业增加值增长率 2
 - 图表 4：2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况 3
 - 图表 5：2007年9月-2009年3月中国CPI、PPI走势 4
 - 图表 6：2009年1-3月中国外贸增长情况 4
 - 图表 7：2009年1-3月份我国部分行业调整变化（同比增长率%） 7

- 图表 8 : 2009年1-3月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%) 8
- 图表 9 : 2009年1-3月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%) 8
- 图表 10 : 近期公布的刺激经济的政策一览表 11
- 图表 11 : 提高出口退税率的商品清单 15
- 图表 12 : 2007年1月-2009年3月稀土产品价格趋势 24
- 图表 13 : 2007年1月 ~ 2009年3月镧和钕产品价格变化趋势 25
- 图表 14 : 2007年人口数及其构成 (万人) 26
- 图表 15 : 荷兰历年自行车销量 (万辆) 88
- 图表 16 : 荷兰历年来自行车的销量统计 (分价格) 89
- 图表 17 : 荷兰历年来自行车的销售统计 (分类型) 90
- 图表 18 : 荷兰历年来自行车的销售统计 (分销售方式) 90
- 图表 19 : 目前我国摩托车全部保有量 (1亿辆) 换成轻型电动车的能源节约量 157
- 图表 20 : 日本FCV市场化导入计划 190
- 图表 21 : Freedom CAR计划组织结构 192
- 图表 22 : 中国汽车产业区域竞争力评价系统指标体系 230
- 图表 23 : 各国电动车发展的经济优惠政策 231
- 图表 24 : 各国电动车技术研发政策 231
- 图表 25 : 各国电动车市场推广政策 232
- 图表 26 : 宁波地区部分经销商 287
- 图表 27 : 绍兴地区部分经销商 299
- 图表 28 : 台州地区部分经销商 316
- 图表 29 : 郑州市区电动车厂商市场占有率 386
- 图表 30 : 开封市区电动车厂商及经销商市场占有率 386
- 图表 31 : 鹰潭地区部分经销商 451
- 图表 32 : 六安市区电动车比重 457
- 图表 33 : 市场流行款式 457
- 图表 34 : 购买电动车男女消费者的比例 458
- 图表 35 : 目前市场已销售电动车的价位 458
- 图表 36 : 电动车在六安地区主要传播途径 459
- 图表 37 : 六安地区现有电动车品牌市场占有率 459
- 图表 38 : 六安地区五县电动车比重 459
- 图表 39 : 六安地区五县男女消费者比例 460
- 图表 40 : 六安地区五县市场流行款式 460
- 图表 41 : 澳柯玛(沂南)新能源电动车有限公司经营状况 464
- 图表 42 : 金华市绿源电动车有限公司经营状况 469

- 图表 43：红豆集团有限公司经营状况 474
- 图表 44：北京新日电动车制造有限公司经营状况 479
- 图表 45：北京新日电动车制造有限公司无锡分公司经营状况 482
- 图表 46：江西洪都航空工业集团有限责任公司经营状况 485
- 图表 47：电动车直营渠道、批发渠道与超市渠道的异同 501
- 图表 48：2006-2007年铅价格走势 528
- 图表 49：2007-2009年铅价格走势 529
- 图表 50：中国近年粗钢产量 532
- 图表 51：2009年中国月度粗钢产量 532
- 图表 52：2006-2009年Myspic指数 533
- 图表 53：2009年中国钢材月度出口量 533
- 图表 54：中国重点大中型钢铁企业亏损状况 534
- 图表 55：2009年中国铁矿石月度价格指数 535
- 图表 56：中国钢铁业2009年主要并购重组事件 535
- 图表 57：2009年12月及1-12月全国精炼铅及精矿进出口数据 536
- 图表 58：2004-2009年中国钢铁进出口数量分月统计 538
- 图表 59：2009年1-11月中国常用有色金属冶炼行业经济运行情况 538
- 图表 60：2002-2007中国锂离子电池产量及其增长趋势（百万,%） 543
- 图表 61：2006-2009年钴酸锂材料市场需求量变化趋势 543
- 图表 62：锂离子动力电池的工作原理 547
- 图表 63：几种常见的动力电池的性能对比 548
- 图表 64：三种48V，10Ah 电池的使用成本对比 550
- 图表 65：锂离子电池的电池管理系统（保护电路）的基本功能和参数 550
- 图表 66：2004-2012年中国电动自行车产量与预测 563

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yunshushebei/5348453484.html>