

2024-2030年中国电动车市 场深度研究与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2024-2030年中国电动车市场深度研究与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/202401/04-589867.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国电动车市场深度研究与行业竞争对手分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国电动车行业发展综述

1.1 电动车行业相关概述

1.1.1 电动车的相关概念

1.1.2 电动车的类型

（1）电动自行车

（2）电动摩托车

（3）电动三轮车

（4）电动汽车

1.2 电动车行业发展环境分析

1.2.1 电动车政策环境分析

（1）行业政策法规汇总

（2）行业主要政策解读

（3）行业国家技术标准

1.2.2 电动车经济环境分析

（1）国内宏观经济环境分析

（2）行业宏观产业环境分析

1.2.3 电动车技术环境分析

（1）电动车行业专利分析

（2）电动车技术发展趋势

1.2.4 电动车社会环境分析

（1）社会环境污染问题

（2）社会交通安全问题

第2章：中国电动车行业产业链分析

2.1 电动车原材料市场分析

2.1.1 电动车整车原材料市场分析

- (1) 钢市行情分析
- (2) 橡胶市场行情分析
- (3) 塑料市场行情分析

2.1.2 电动车电池原材料市场分析

- (1) 铝市场行情分析
- (2) 锂市场行情分析
- (3) 镍市场行情分析
- (4) 电解铝市场行情分析

2.2 电动车电池市场分析

2.2.1 铅酸电池

- (1) 铅酸电池市场规模分析
- (2) 铅酸电池市场需求情况
- (3) 铅酸电池企业竞争格局

2.2.2 镍氢电池

- (1) 镍氢电池市场规模分析
- (2) 镍氢电池市场需求情况
- (3) 镍氢电池企业竞争格局

2.2.3 锂电池

- (1) 锂电池市场规模分析
- (2) 锂电池市场需求情况
- (3) 锂电池企业竞争格局

第3章：中国电动车行业主要产品市场分析

3.1 中国电动自行车产品市场分析

3.1.1 电动自行车发展阶段

3.1.2 电动自行车产量规模

3.1.3 电动自行车保有量规模

3.1.4 电动自行车未来发展趋势

- (1) 较大的市场增长空间
- (2) 消费升级趋势下产品性能提升

(3) 市场集中度进一步提高

3.2 中国电动汽车产品市场分析

3.2.1 电动汽车发展阶段

3.2.2 电动汽车产销量规模

3.2.3 电动汽车产品结构分析

3.2.4 电动汽车应用结构分析

3.2.5 电动汽车未来发展趋势

(1) 经济效益明显的节能汽车将先发展

(2) 充、换电站等基础设施将迎来建设潮

(3) 纯电动汽车是汽车新能源发展的最终目标

(4) 燃料电池汽车是新能源汽车技术未来长期发展的重要补充

3.3 中国其他电动车产品市场分析

3.3.1 电动摩托车产品市场分析

(1) 电动两轮车产品类型

(2) 电动摩托车销量规模

(3) 电动摩托车市场竞争

3.3.2 电动观光车产品市场分析

3.3.3 电动搬运车产品市场分析

第4章：国内外电动车行业竞争状况分析

4.1 国际市场竞争状况分析

4.1.1 全球电动车市场发展状况分析

(1) 全球电动自行车行业分析

(2) 全球电动汽车行业分析

4.1.2 全球电动车市场竞争状况分析

(1) 全球电动自行车市场竞争状况

(2) 全球电动汽车市场竞争状况

4.1.3 全球电动车市场发展趋势分析

(1) 全球电动自行车市场发展趋势

(2) 全球电动汽车市场发展趋势

4.2 中国电动车行业竞争分析

4.2.1 国内电动车行业规模增速

- (1) 电动自行车

- (2) 电动汽车

4.2.2 国内电动车行业竞争格局

- (1) 电动自行车

- (2) 电动汽车

4.2.3 国内电动车行业五力模型分析

- (1) 供应商议价能力分析

- (2) 购买者议价能力分析

- (3) 行业替代品威胁分析

- (4) 新进入者威胁分析

- (5) 竞争现状分析

- (6) 竞争情况总结

第5章：电动车行业进出口市场分析

5.1 电动车行业进口产品分析

5.1.1 行业进口整体情况

- (1) 电动自行车

- (2) 电动汽车

5.1.2 行业进口结构情况

5.2 电动车行业出口产品分析

5.2.1 行业出口整体情况

- (1) 电动自行车

- (2) 电动汽车

5.2.2 行业出口结构情况

- (1) 电动自行车

- (2) 电动汽车

5.3 电动车行业国外市场分析

5.3.1 德国电动车市场分析

- (1) 发展概况

- (2) 主要产品

- (3) 市场分析

- (4) 进入关注点

5.3.2 印度电动车市场分析

- (1) 发展概况
- (2) 主要产品
- (3) 市场分析
- (4) 进入关注点

5.3.3 日本电动车市场分析

- (1) 发展概况
- (2) 主要产品
- (3) 市场分析
- (4) 进入关注点

5.3.4 美国电动车市场分析

- (1) 发展概况
- (2) 主要产品
- (3) 市场分析
- (4) 进入关注点

5.3.5 其他国家电动车市场分析

- (1) 越南电动车市场分析
- (2) 南非电动车市场分析
- (3) 巴西电动车市场分析

5.4 电动车行业进出口前景及建议

5.4.1 电动车行业出口前景及建议

- (1) 电动自行车
- (2) 电动汽车

5.4.2 电动车行业进口前景及建议

第6章：中国电动车行业市场营销分析

6.1 电动车市场销售模式分析

6.1.1 电动车传统销售模式解析

- (1) 电动自行车
- (2) 电动汽车

6.1.2 互联网下电动车销售新渠道模式

- (1) 突破机遇分析

(2) 难题和挑战分析

6.2 电动车市场重点营销概述

6.2.1 品牌营销

6.2.2 终端营销

(1) 店面选址是否合理

(2) 广告策略能否挠到痒处

(3) 品牌在店内的形象

(4) 促销推广活动是否有效

(5) 终端管理有无严格制度并认真执行

6.2.3 体育营销

6.2.4 差异化营销

(1) 区域产品竞争力产品打造

(2) 泛市场的竞争力产品打造

(3) 提升新产品开发成功率的策略

6.2.5 互联网营销

(1) 微信营销

(2) 微博营销

6.3 电动车市场营销策略

6.3.1 电动车市场营销战略

(1) 加强产品开发力

(2) 拓展销售创新力

(3) 提升品牌竞争力

6.3.2 电动车品牌营销策略

(1) 品牌战略重点

(2) 品牌的核心价值

(3) 品牌识别

(4) 品牌战略主要工作

6.3.3 电动车渠道营销策略

(1) 维护渠道策略

(2) 渠道开拓策略

(3) 互联网渠道策略

6.3.4 电动车行业营销建议

(1) 品牌战略

(2) 营销网络

第7章：中国电动车行业重点区域市场分析

7.1 浙江省电动车行业发展分析

7.1.1 浙江省电动车行业发展环境分析

(1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

(3) 社会发展环境

(4) 技术发展环境

7.1.2 浙江省电动车行业发展现状分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.1.3 浙江省电动车行业发展前景展望

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.2 江苏省电动车行业发展分析

7.2.1 江苏省电动车行业发展环境分析

(1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

(3) 社会发展环境

(4) 技术发展环境

7.2.2 江苏省电动车行业发展现状分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.2.3 江苏省电动车行业发展前景展望

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.3 天津市电动车行业发展分析

7.3.1 天津市电动车行业发展环境分析

(1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

(3) 社会发展环境

(4) 技术发展环境

7.3.2 天津市电动车行业发展现状分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.3.3 天津市电动车行业发展前景展望

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.4 山东省电动车行业发展分析

7.4.1 山东省电动车行业发展环境分析

(1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

(3) 社会发展环境

(4) 技术发展环境

7.4.2 山东省电动车行业发展现状分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.4.3 山东省电动车行业发展前景展望

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.5 广东省电动车行业发展分析

7.5.1 广东省电动车行业发展环境分析

(1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

(3) 社会发展环境

(4) 技术发展环境

7.5.2 广东省电动车行业发展现状分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.5.3 广东省电动车行业发展前景展望

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.6 河南省电动车行业发展分析

7.6.1 河南省电动车行业发展环境分析

- (1) 政策发展环境
- (2) 经济发展环境
- (3) 社会发展环境
- (4) 技术发展环境

7.6.2 河南省电动车行业发展现状分析

- (1) 电动自行车
- (2) 电动汽车

7.6.3 河南省电动车行业发展前景展望

- (1) 电动自行车
- (2) 电动汽车

第8章：中国电动车行业主要企业生产经营分析

8.1 跨国电动车公司经营分析

8.1.1 美国ZAP

- (1) 发展简介
- (2) 在华投资公司
- (3) 电动车业务发展

8.1.2 英国兰令

- (1) 发展简介
- (2) 在华投资公司
- (3) 电动车业务发展

8.1.3 雅马哈

- (1) 发展简介
- (2) 在华投资公司
- (3) 电动车业务发展

8.1.4 捷安特

- (1) 发展简介
- (2) 在华投资公司
- (3) 电动车业务发展

8.1.5 本田株式会社

(1) 发展简介

(2) 经营现状

(3) 在华投资公司

(4) 在华最新动向

(5) 电动车业务发展

8.2 国内重点电动汽车企业经营分析

8.2.1 上海汽车集团股份有限公司经营分析

(1) 企业的发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电动汽车产品结构及动向

(4) 企业电动汽车技术研发水平

(5) 企业电动汽车的优劣势分析

(6) 企业最新发展动态分析

(7) 企业电动汽车发展战略及规划

8.2.2 比亚迪股份有限公司经营分析

(1) 企业的发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电动汽车产品结构及动向

(4) 企业电动汽车技术研发水平

(5) 企业发展电动汽车的优劣势分析

(6) 企业最新发展动态分析

(7) 企业电动汽车发展战略及规划

8.2.3 北京汽车股份有限公司经营分析

(1) 企业的发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电动汽车产品结构及动向

(4) 企业电动汽车技术研发水平

(5) 企业发展电动汽车的优劣势分析

(6) 企业最新发展动态分析

(7) 企业电动汽车发展战略及规划

8.2.4 重庆长安汽车股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电动汽车产品结构及动向
- (4) 企业电动汽车技术研发水平
- (5) 企业发展电动汽车的优劣势分析
- (6) 企业最新发展动态分析
- (7) 企业电动汽车发展战略及规划

8.2.5 安徽江淮汽车股份有限公司经营分析

- (1) 企业的发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电动汽车产品结构及动向
- (4) 企业电动汽车技术研发水平
- (5) 企业电动汽车的优劣势分析
- (6) 企业最新发展动态分析
- (7) 企业电动汽车发展战略及规划

8.3 国内重点电动自行车企业经营分析

8.3.1 江苏新日电动车股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.3.2 爱玛科技集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.3.3 雅迪科技集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.3.4 浙江绿源电动车有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

8.3.5 深圳市深铃车业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

8.3.6 绿佳车业科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营优劣势分析

8.3.7 澳柯玛(沂南)新能源电动车有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营优劣势分析

8.3.8 常州速派奇车业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营优劣势分析

8.3.9 深圳中华自行车(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

8.3.10 天津飞踏自行车有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营优劣势分析

第9章：电动车行业发展趋势分析与预测

9.1 中国电动车市场发展趋势与前景预测

9.1.1 中国电动车市场发展趋势分析

9.1.2 中国电动车市场发展前景预测

(1) 电动自行车市场前景预测

(2) 电动汽车市场前景预测

9.2 电动车行业投资现状与风险分析

9.2.1 行业投资现状分析

9.2.2 行业进入壁垒分析

(1) 规模经济

(2) 产品差异化

(3) 资金需求

(4) 经销渠道

(5) 政府政策

9.2.3 行业盈利模式分析

9.2.4 行业盈利因素分析

(1) 技术创新能力

(2) 品牌

(3) 廉价原材料及劳动力

9.2.5 行业投资风险预警

(1) 政策风险

(2) 技术风险

(3) 供求风险

(4) 宏观经济波动风险

(5) 关联产业风险

(6) 替代性风险

9.3 中国电动车行业投资机会与热点分析

9.3.1 行业投资价值分析

9.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

(4) 产业空白点投资机会

9.3.3 行业投资热点分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

9.4 中国电动车行业发展战略与规划分析

9.4.1 行业发展战略研究分析

(1) 技术开发战略

(2) 营销品牌战略

(3) 移动电商切入与运营战略

9.4.2 行业发展建议分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

图表目录

图表1：电动车产品分类

图表2：各种电动汽车比较

图表3：2016-2021年国家电动自行车行业相关政策法规汇总表

图表4：2016-2021年国家新能源汽车行业相关政策法规汇总表

图表5：国家电动自行车行业主要政策解读

图表6：国家新能源汽车行业主要政策解读

图表7：2021年第十九批免征车辆购置税新能源汽车车型结构（单位：%）

图表8：2021年节能新能源汽车税收优惠政策解读

图表9：2021年新能源乘用车补贴标准（单位：万元/辆）

图表10：2021年新能源客车补贴标准（单位：万元/辆）

图表11：电动自行车技术标准

图表12：新能源汽车行业主要标准一览表

图表13：2016-2021年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表14：2016-2021年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表15：2016-2021年中国城乡居民人均收入增长情况（单位：元）

图表16：2016-2021年中国汽车行业产量及销量情况（单位：万辆）

图表17：2016-2021年我国摩托车产量（单位：万辆）

图表18：2016-2021年我国两轮脚踏自行车产量（单位：万辆，）

图表19：2016-2021年中国电动车专利申请趋势变化图（单位：件）

图表20：截至2021年电动车专利技术申请人构成TOP10（单位：件，%）

图表21：截至2021年中国电动车专利技术分布领域TOP10（单位：件，%）

图表22：新能源汽车领域全球与中国技术发展趋势表

图表23：不同款式车能耗及碳排放情况

图表24：中国电动自行车交通安全现状和问题

图表25：中国电动自行车交通安全问题产生原因

图表26：2016-2021年我国粗钢及钢材产量（单位：亿吨）

图表27：2017-2021年中国钢材价格指数走势图（单位：基点）

图表28：2016-2021年天然橡胶产量及同比增长情况（单位：万吨，%）

图表29：2017-2021年中国天然橡胶市场价格走势图（单位：元/吨）

图表30：2016-2021年中国聚丙烯产量规模（单位：万吨，%）

图表31：2016-2021年中国ABS树脂产量规模（单位：万吨，%）

图表32：2017-2021年国内聚丙烯市场价格走势（单位：元/吨）

图表33：2017-2021年国内ABS树脂价格走势（单位：元/吨）

图表34：2016-2021年中国铝材产量规模（单位：万吨，%）

图表35：2017-2021年国内铝价格走势（单位：元/吨）

图表36：中国主要锂生产厂商及其产能现状（单位：吨）

图表37：2017-2021年国内碳酸锂价格走势（单位：元/吨）

图表38：2016-2021年中国镍产量情况（单位：万吨）

图表39：2017-2018年上海1#镍市场价格走势（单位：元/吨）

图表40：2016-2021年中国电解铝产量及增速（单位：万吨，%）

图表41：2017-2021年中国电解铝市场价格走势（单位：元/吨）

图表42：2016-2021年铅酸蓄电池产量及增长情况（单位：百万千伏安时，%）

图表43：2016-2021年铅酸蓄电池销量及增长情况（单位：百万千伏安时，%）

图表44：铅酸蓄电池各领域应用统计（单位：%）

图表45：国内主要铅酸电池生产商营收比较（单位：亿元，%）

图表46：2016-2021年中国镍氢电池产量情况（单位：亿只，%）

图表47：镍氢电池下游应用情况

图表48：镍氢电池企业情况

图表49：2016-2021年我国锂离子电池产量变化趋势图（单位：亿只，%）

图表50：2021年中国锂电池需求结构图（单位：%）

图表51：2021年全球锂电池生产竞争格局（单位：%）

图表52：2021年全球锂电池生产企业市场份额占比（单位：%）

图表53：中国电动自行车发展四个阶段

图表54：2016-2021年中国电动自行车产量（单位：万辆）

图表55：2016-2021年中国电动自行车保有量情况（单位：亿辆）

图表56：中国电动汽车发展四个阶段

图表57：2016-2021年中国新能源汽车产销量情况（单位：万辆）

图表58：2021年中国新能源汽车销售结构图（单位：%）

图表59：2021年中国新能源客车市场销售额应用结构表（单位：%）

图表60：中国电动两轮车分类及要求

图表61：2021年中国电动二轮摩托车总销量（单位：辆，%）

图表62：2021年中国电动二轮摩托车企业销售情况（单位：辆，%）

图表63：中国电动观光车情况

图表64：中国电动搬运车情况

图表65：2016-2021年全球电动汽车产量（单位：万辆）

图表66：各国电动汽车扶持政策

图表67：2021年全球电动汽车销量区域分布图（单位：万辆）

图表68：2021年全球电动汽车品牌销量排名表（单位：辆，%）

图表69：2016-2021年中国电动自行车产量增速（单位：%）

图表70：2016-2021年中国新能源汽车产销量增速走势图（单位：%）

图表71：中国电动自行车企业区域分布情况（单位：%）

图表72：2021年中国电动自行车企业销量占比情况（单位：%）

图表73：2021年中国市场车企新能源汽车综合销量排名前十企业（单位：辆）

图表74：2021年中国市场车企新能源汽车综合销量市场占比情况（单位：%）

图表75：中国电动车行业供应商议价能力分析

图表76：中国电动汽车行业供应商议价能力分析

图表77：电动车行业五力分析结论

图表78：2021年中国电动汽车行业进口车型（单位：辆，万美元）

图表79：2021年中国电动自行车出口主要国家或地区（单位：万辆，万美元，美元，%）

图表80：2021年中国电动汽车行业出口车型（单位：辆，万美元）

图表81：德国电动汽车发展路线图

图表82：2021年德国电动汽车品牌销量排名表（单位：辆，%）

图表83：2016-2021年德国电动汽车销量走势图（单位：辆，%）

图表84：日本电动汽车发展原因

图表85：日本电动汽车研发情况

图表86：2016-2021年日本电动汽车销量（单位：万辆）

图表87：美国电动汽车发展大体路线分析

图表88：美国电动汽车产品研发情况

图表89：2016-2021年美国电动汽车销售量（单位：万辆）

图表90：2021年中国新能源客车出口情况（单位：台，%）

图表91：电动自行车大卖场优缺点

图表92：电动汽车专卖店优点

图表93：互联网带来的变革简析

图表94：电动车店面选址考虑因素

图表95：电动车零售终端广告

图表96：电动车店面摆设技巧

图表97：体育营销手段

图表98：微信营销的作用

图表99：微信营销的步骤简析

图表100：微博营销的特点简析

图表101：微博营销的策略简析

图表102：电动车企业产品开发要点

图表103：电动车企业产品开发

图表104：电动自行车企业品牌战略

图表105：电动自行车企业品牌识别

图表106：2016-2021年浙江省地区生产总值走势（单位：亿元，%）

图表107：2021年浙江省居民人均消费支出及其构成（单位：元、%）

图表108：2021年浙江省新建新能源汽车整车项目投资额（单位：万台，亿元）

图表109：2021年浙江省电动汽车行业发展目标

图表110：2016-2021年江苏省地区生产总值走势（单位：亿元，%）

图表111：2021年江苏省居民人均消费支出及其构成（单位：%）

图表112：2017-2021年江苏省电动自行车产量及增长情况（单位：万辆，%）

图表113：2021年江苏省新建新能源汽车整车项目投资额（单位：万台，亿元）

图表114：2022-2027年江苏省电动自行车产量预测（单位：万辆）

图表115：2021年江苏省电动汽车行业发展目标

图表116：2016-2021年天津市地区生产总值走势（单位：亿元，%）

图表117：2021年天津市居民人均消费支出及其构成（单位：%）

图表118：2021年天津市新建新能源汽车整车项目投资额（单位：万台，亿元）

图表119：2021年天津市电动汽车行业发展目标

图表120：2016-2021年山东省地区生产总值走势（单位：亿元，%）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/202401/04-589867.html>