

2026-2031年量子信息产业现状及未来发展趋势分析报告

报告简介

量子信息产业是以量子力学基本原理为基石，涵盖量子计算、量子通信、量子精密测量三大技术方向的战略性未来产业，通过对微观量子系统的状态制备、调控与测量，实现计算能力的指数级跃升、信息传输的绝对安全性及传感测量的极限精度。作为突破经典信息技术瓶颈、引领新一轮科技革命与产业变革的核心引擎，量子信息不仅是构筑国家信息安全防线、形成非对称军事优势的战略制高点，更是推动算力经济、保障关键基础设施、催生新质生产力的前沿阵地，其本质是通过物理原理的革命性重构，在信息处理底层逻辑上开辟全新的价值创造维度。

当前，全球量子信息产业正处于技术路线并行探索与商业化生态初构的关键过渡期，竞争格局呈现“中美引领、欧美跟进、多点突破”的显著特征。技术演进层面，量子计算尚处于含噪声中等规模量子(NISQ)阶段，多种物理体系竞相角逐，距离可纠错通用量子计算机仍需攻克量子比特相干性保持、量子纠错编码及规模化集成等核心挑战；量子通信技术相对成熟，量子密钥分发(QKD)在政务、金融等特定场景实现商业化落地，但量子中继与广域组网技术仍待突破；量子精密测量在时频基准、重力探测、磁场传感等领域原理样机向工程化转化加速，但产业化程度与欧美存在差距。产业生态层面，我国量子通信企业数量全球领先，网络建设与应用示范走在世界前列，但量子计算与测量领域企业规模与影响力相对不足，上游核心材料、测控系统、稀释制冷机等硬件设备及编译软件、算法框架等基础软件仍受制于人，产业链自主可控能力亟待提升。

未来，中国量子信息产业将进入从科研投入向产业价值转化的战略窗口期，其前景根植于三大确定性逻辑。第一，国家战略意志的持续强化确保资金、人才与政策供给的稳定性，量子信息作为新质生产力核心方向纳入国家科技重大专项，为长周期技术攻关提供制度保障。第二，数字经济深化催生对算力、安全与精度的刚性需求，AI大模型训练、关键信息基础设施加密、高精度时空基准等场景为量子技术提供不可替代的应用价值闭环。第三，产业生态正循环加速形成，庞大市场需求牵引技术迭代，应用技术反

哺基础研究，\"场景-数据-算法-

硬件\"的飞轮效应将推动国产技术体系从跟跑迈向局部领跑。中道泰和研判，掌握核心硬件研制能力、主导量子软件生态、具备跨行业场景整合能力及强大资本运作实力的系统级厂商，以及专注量子材料、测控芯片、稀释制冷机等上游核心环节的\"隐形冠军\"，将在产业爆发期占据主导地位。本报告依托中道泰和十五年产业研究积淀，系统研判全球技术竞争态势、中国产业链卡点与突破路径，为战略投资者、科技企业及政策制定者提供前瞻性洞察与实战级决策参考。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及量子信息行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国量子信息行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外量子信息行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了量子信息行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于量子信息产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国量子信息行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 量子信息产业市场概述

第一节 行业定义

第二节 行业属性

第三节 行业关键成功要素

第四节 产业链分析

第二章 中国量子信息产业链发展状况分析

第一节 上游行业发展状况

第二节 下游行业发展状况

第三节 相关行业发展状况

第三章 中国量子信息产业发展分析

第一节 中国量子信息产业发展现状

第二节 中国量子信息产业经济运行现状

第三节 中国量子信息产业存在的问题及发展障碍分析

第四章 中国量子信息市场现状及发展趋势

第一节 中国量子信息市场供给状况

第二节 中国量子信息市场需求状况

第三节 中国量子信息市场发展潜力及发展趋势

第五章 中国量子信息产业基本竞争战略

第一节 成本领先战略

一、竞争战略的类型

二、竞争战略的适用条件及组织要求

三、竞争战略的收益及风险

第二节 差异化竞争战略

第三节 集中化竞争战略

第六章 中国量子信息产业市场竞争策略分析

第一节 量子信息产业市场五种竞争动力模式结构

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 量子信息产业市场核心竞争力的塑造要素

一、反应速度

二、一贯性

三、弹性

四、敏锐性

五、创造性

第七章 中国量子信息产业市场营销策略竞争分析

第一节 市场产品策略

第二节 市场渠道策略

第三节 市场价格策略

第四节 广告媒体策略

第五节 客户服务策略

第八章 2025年中国量子信息产业竞争格局分析

第一节 2025年中国量子信息产业竞争现状分析

一、技术竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

第二节 2025年中国量子信息产业集中度分析

一、量子信息企业分布分析

二、量子信息市场集中度分析

第九章 领先企业在中国量子信息产业市场竞争策略研究

第一节 国盾量子技术股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第二节 中科曙光信息产业股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第三节 神州数码信息服务集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第四节 科大国创软件股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第五节 华工科技产业股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第六节 光迅科技股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第七节 亨通光电股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第八节 中国电信股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第九节 中国移动通信集团有限公司

- 一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第十节 中国联合网络通信股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第十章 中国量子信息产业发展预测

第一节 中国量子信息产业发展环境预测

一、经济环境预测

二、社会环境预测

三、政策环境预测

四、技术环境预测

第二节 中国量子信息产业发展预测

一、产业竞争要素预测

二、产业结构预测

三、产业转移趋势

四、产业一体化预测

五、产业运营模式预测

第三节 中国量子信息市场发展预测

一、2026-2031年中国量子信息市场需求预测

二、2026-2031年中国量子信息市场结构预测

三、2026-2031年中国量子信息市场集中度预测

四、2026-2031年中国量子信息市场供给预测

五、2026-2031年中国量子信息市场价格预测

第十一章 中国量子信息产业市场投资机会与风险

第一节 中国量子信息产业市场投资优势分析

第二节 中国量子信息产业市场投资劣势分析

第三节 中国量子信息产业市场投资机会分析

第四节 中国量子信息产业市场投资风险分析

第十二章 中国量子信息产业市场竞争策略建议

第一节 中国量子信息产业竞争战略建议

一、竞争战略选择建议

二、产业升级策略建议

三、产业转移策略建议

四、价值链定位建议

第二节 中国量子信息产业竞争策略建议

一、核心竞争力塑造建议

二、并购重组策略建议

三、经营模式策略建议

四、产业资源整合建议

五、产业联盟策略建议

第十三章 2026-2031年中国量子信息行业企业经营战略建议

第一节 2026-2031年量子信息行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2026-2031年量子信息行业企业的资本运作模式

一、量子信息行业企业国内资本市场的运作建议

1、量子信息行业企业的兼并及收购建议

2、量子信息行业企业的融资方式选择建议

二、量子信息行业企业海外资本市场的运作建议

第三节 2026-2031年量子信息行业企业营销模式建议

一、量子信息行业企业的国内营销模式建议

1、量子信息行业企业的渠道建设

2、量子信息行业企业的品牌建设

二、量子信息行业企业海外营销模式建议

1、量子信息行业企业的海外细分市场选择

2、量子信息行业企业的海外经销商选择

第十四章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 量子信息行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

图表：2023-2025年中国量子信息资产规模分析

图表：2024-2025年中国量子信息行业供给情况

图表：2024-2025年中国量子信息行业市场规模

图表：2025年中国量子信息行业负债规模分析

图表：2024-2025年中国量子信息行业市场产品价格走势

图表：2026-2031年中国量子信息行业市场产品价格趋势预测

图表：2024-2025年中国量子信息行业利润规模及增长速度

图表：2024-2025年中国量子信息行业销售收入

图表：2024-2025年中国量子信息行业销售利润率

图表：2023-2025年中国量子信息行业总资产利润率

图表：2024-2025年中国量子信息行业净资产利润率

图表：2023-2025年中国量子信息行业总资产增长率

图表：2024-2025年中国量子信息行业净资产增长率

图表：2024-2025年中国量子信息行业资产负债率

图表：2024-2025年中国量子信息行业速动比率

图表：2024-2025年中国量子信息行业流动比率

图表：2023-2025年中国量子信息行业总资产周转率

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：4065940

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4065940.shtml>

在线订购：[点击这里](#)