

2026-2031年计量产业现状及未来发展趋势分析报告

报告简介

计量是指实现单位统一、量值准确可靠的活动，是测量及其应用的科学，也是科技创新、产业发展、国防建设、民生保障的重要基础。其产业范畴涵盖计量基准标准装置、计量测试仪器设备、工业在线计量系统、计量校准检测服务、计量技术规范与标准、计量数据与软件平台等，涉及物理学、化学、材料科学、精密机械、电子工程、信息技术等多学科深度交叉，具有技术极度精密、溯源体系严密、法制监管严格、服务渗透广泛的显著特征。作为质量基础设施(NQI)的核心要素与工业生产的“眼睛”和“神经”，计量不仅直接决定产品质量控制精度与科学研究可靠性，更是国际贸易公平、产业技术升级、国家主权安全的技术基石，其产业属性兼具公共服务的公益性与高端装备的技术竞争性的双重特质，是衡量国家科技工业水平与质量竞争力的关键标志。

当前，中国计量产业正处于体系完善与能力跃升的关键攻坚期。在计量基准层面，国家计量基准体系持续完善，基本物理常数重新定义后的国际单位制(SI)复现能力增强，但在量子计量、极端条件计量、生物计量等前沿领域与国际顶尖水平仍有差距，部分高端计量标准装置依赖进口。在计量仪器层面，三坐标测量机、高精度衡器、流量计量仪表等中低端产品市场竞争力较强，但高端光学干涉仪、质谱仪、电子显微镜、纳米测量设备等精密仪器自主化率偏低，核心传感器、探测器、高稳定光源等关键零部件受制于人。在计量服务层面，国家法定计量检定机构与第三方校准检测机构并存，市场化改革深化，但服务同质化、低价竞争、数据公信力不足等问题突出；产业计量测试中心向集成电路、生物医药、新能源、航空航天等重点领域延伸，但嵌入式、在线、原位计量能力薄弱。在数字化转型层面，计量数据资源分散，计量与制造过程数据融合不足，数字计量、智能校准、远程计量等新模式探索起步。未来，计量产业将呈现量子化变革与数字化融合的深刻演进。在技术革命方向，量子计量技术从实验室走向应用，量子基准、量子传感器、芯片级原子钟等实现技术突破，推动测量精度极限提升与计量基准扁平化；极端条件计量(超高压、超高温、强磁场)、微纳计量、生物计量等前沿领域能力增强，支撑新材料、生命科学、精密制造发展；计量与人工智能融合，智能测量、自适应校准、预测性维护成为新范式。在产业融合方向

，计量嵌入智能制造全流程，从离线检测向在线监测、从终端把关向过程控制、从单点测量向系统优化转变;产业计量中心与制造业创新中心协同，解决“测不了、测不准、测不全”的产业痛点;碳计量、能源计量体系完善，支撑“双碳”目标实现。在服务模式创新方向，计量即服务(MaaS)模式成熟，云计量平台整合分散资源，提供按需、远程、共享的计量服务;计量数据资产化探索，测量数据与产品质量、工艺优化、供应链管理的价值融合深化。在国际治理方向，深度参与国际计量局(BIPM)框架下的国际单位制演进与比对互认，提升计量国际规则制定话语权;计量标准、技术规范、服务能力与国际接轨，支撑中国制造高质量出海。

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计量行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国计量行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外计量行业的发展现状、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。报告还综合了计量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。报告对于计量产品生产企业、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，对于研究我国计量行业发展规律、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 计量产业市场概述

第一节 行业定义

第二节 行业属性

第三节 行业成功要素

第四节 产业链分析

第二章 中国计量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 中国计量产业发展分析

第一节 中国计量产业发展现状

第二节 中国计量产业经济运行现状

第三节 中国计量产业存在的问题及发展障碍分析

第四章 中国计量市场现状及发展趋势

第一节 中国计量市场供给状况

第二节 中国计量市场需求状况

第三节 中国计量市场发展潜力及发展趋势

第五章 中国计量产业基本竞争战略

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 中国计量产业市场竞争策略分析

第一节 计量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 计量产业市场竞争力的塑造要素

一、反应速度

二、一贯性

三、弹性

四、敏锐性

五、创造性

第七章 中国计量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年中国计量产业竞争格局分析

第一节 2025年中国计量产业竞争现状分析

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年中国计量产业集中度分析

一、计量企业分布分析

二、计量市场集中度分析

第九章 领先企业在中国计量产业市场竞争策略研究

第一节 华测检测认证集团股份有限公司

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

第二节 广电计量检测集团股份有限公司

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

第三节 中国检验认证集团

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 谱尼测试集团股份有限公司

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

第五节 中国国检测试控股集团股份有限公司

- 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

第六节 钢研纳克检测技术股份有限公司

- 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

第七节 深圳市计量质量检测研究院

- 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 重庆市计量质量检测研究院

- 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 苏州电器科学研究院股份有限公司

- 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

第十节 中国计量科学研究院

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 中国计量产业市场发展预测

第一节 中国计量产业发展环境预测

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 中国计量产业发展预测

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 中国计量市场发展预测

一、2026-2031年中国计量市场需求预测

二、2026-2031年中国计量市场结构预测

三、2026-2031年中国计量市场集中度预测

四、2026-2031年中国计量市场供给预测

五、2026-2031年中国计量市场价格预测

第十一章 中国计量产业市场投资机会与风险

第一节 中国计量产业市场投资优势分析

第二节 中国计量产业市场投资劣势分析

第三节 中国计量产业市场投资机会分析

第四节 中国计量产业市场投资风险分析

第十二章 中国计量产业市场竞争策略建议

第一节 中国计量产业竞争战略建议

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 中国计量产业竞争策略建议

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年中国计量行业企业经营战略建议

第一节 2026-2031年计量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年计量行业企业的资本运作模式

一、计量行业企业国内资本市场的运作建议

1、计量行业企业的兼并及收购建议

2、计量行业企业的融资方式选择建议

二、计量行业企业海外资本市场的运作建议

第三节 2026-2031年计量行业企业营销模式建议

一、计量行业企业的国内营销模式建议

1、计量行业企业的渠道建设

2、计量行业企业的品牌建设

二、计量行业企业海外营销模式建议

1、计量行业企业的海外细分市场选择

2、计量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 计量行业发展战略研究

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年中国计量资产规模分析

图表：2024-2025年中国计量行业供给情况

图表：2024-2025年中国计量行业市场规模

图表：2025年中国计量行业负债规模分析

图表：2024-2025年中国计量行业市场产品价格走势

图表：2026-2031年中国计量行业市场产品价格趋势预测

图表：2024-2025年中国计量行业利润规模及增长速度

图表：2024-2025年中国计量行业销售收入

图表：2024-2025年中国计量行业销售利润率

图表：2023-2025年中国计量行业总资产利润率

图表：2024-2025年中国计量行业净资产利润率

图表：2023-2025年中国计量行业总资产增长率

图表：2024-2025年中国计量行业净资产增长率

图表：2024-2025年中国计量行业资产负债率

图表：2024-2025年中国计量行业速动比率

图表：2024-2025年中国计量行业流动比率

图表：2023-2025年中国计量行业总资产周转率

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：4066571

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4066571.shtml>

在线订购：[点击这里](#)