

2026-2031年中国量子测量行业市场全景调研与发展前景预测报告

报告简介

量子测量是指利用量子力学原理中的叠加、纠缠、隧穿等效应，实现对时间、频率、重力、磁场、电场等物理量的超高精度测量，以及利用量子态对微弱信号进行放大和检测的前沿技术领域，是量子信息三大支柱之一。从产业范畴看，量子测量涵盖原子钟及时间频率传递、量子重力仪与重力梯度仪、量子磁力计、量子陀螺仪与惯性导航、单光子探测与量子雷达、量子增强成像等核心方向，其精度可达到经典物理极限的数个数量级超越，在导航定位、资源勘探、国防安全、基础科研等领域具有不可替代的战略价值。作为典型的前沿基础研究与高端应用牵引相结合的战略产业，量子测量技术的发展水平直接关系到国家精密测量能力、时空基准自主可控能力以及在新一轮科技革命中的竞争位势，是科技强国建设的重要标志。

当前，我国量子测量产业正处于从实验室原理验证向工程化样机应用过渡的关键阶段，技术突破与场景探索同步推进。在技术研发层面，我国在冷原子钟、光晶格钟、量子重力仪、量子磁力计等方向取得国际并跑甚至领跑成果，中国计量科学研究院的NIM6铯喷泉钟、中科院精密测量院的钙离子光钟、中国科学技术大学的锶光晶格钟等达到国际先进水平，无液氦量子重力仪、芯片级原子钟等工程化样机研制取得进展，但在系统集成度、环境适应性、长期稳定性等工程化指标方面与欧美顶尖机构仍有差距；在应用场景层面，量子测量技术已在北斗卫星导航系统的时间基准、国防安全领域的惯性导航、地质调查领域的重力辅助导航、生物医学领域的微弱磁场检测等场景开展试验应用，但大规模商业化部署受限于设备体积重量功耗、操作复杂度、成本控制等因素；在产业生态层面，以中科院系统、中国航天科技集团、中国电科集团等国家队为主力，部分高校衍生企业和民营初创公司参与，但专业化分工体系尚未形成，核心器件如高稳频激光器、真空系统、低噪声电子学等依赖进口或自主定制，工程化人才和产业化经验稀缺。与此同时，行业面临基础研究投入周期长、工程化转化风险高、应用场景验证慢、国际技术封锁加剧等多重挑战，部分前沿方向存在研究与需求脱节、样机与产品断层的问题。

展望未来，量子测量产业的发展将深度融入国家精密测量基础设施建设和高端装备自主可控战略，呈现出“工程化加速、应用场景化、集成芯片化、系统智能化”的演进趋势。在技术演进层面，芯片级原子钟、微机电量子传感器将向小型化、低功耗、可批量生产方向突破，支撑便携式高精度导航定位；光晶格钟的精度提升和可靠性改进将支撑下一代秒定义和相对论大地测量；量子重力梯度仪的航空/航天搭载应用将提升资源勘探和地下目标探测能力；量子磁力计在生物医学(心脑磁图)、地质调查、反潜探测等领域的应用将深化；量子增强雷达和成像技术将在低可见度条件下目标探测中展现优势。在应用拓展层面，量子惯性导航将在卫星拒止环境下为航空、航天、水下、地下提供高精度自主导航；量子时频传递将支撑金融交易、电力通信、科学研究的高精度时间同步；量子重力测量将在油气勘探、矿产资源调查、地下空间测绘中创造商业价值；量子生物磁测量将在疾病早期诊断和脑科学研究中开辟新应用。在产业能力层面，核心器件的国产化和标准化将降低成本和提升可靠性，模块化、可定制的量子测量系统将逐步产品化，与人工智能、大数据的结合将提升复杂环境下的信号处理和决策支持能力。在生态构建层面，国家时间频率基准、重力基准等基础设施的建设将带动技术成熟，国防、航天、测绘等领域的刚性需求将牵引工程化进步，产学研用协同创新机制将培育专业化企业群体。

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测量行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国量子测量行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外量子测量行业的发展现状、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。报告还综合了量子测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。报告对于量子测量产品生产企业、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，对于研究我国量子测量行业发展规律、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 量子测量行业发展概述

第一节 量子测量行业概述

- 一、定义
- 二、分类
- 三、产业链与价值挖掘

第二节 最近3-5年中国量子测量行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国量子测量行业宏观环境分析（pest）

第一节 中国量子测量行业政策(policy)环境分析

- 一、量子测量行业监管体系及机构介绍
 - 1、量子测量行业主管部门
 - 2、量子测量行业自律组织
- 二、量子测量行业标准体系建设现状
 - 1、量子测量标准体系建设
 - 2、量子测量现行标准汇总

3、量子测量即将实施标准

4、量子测量重点标准解读

三、量子测量行业发展相关政策规划汇总及解读

1、量子测量行业发展相关政策汇总

2、量子测量行业发展相关规划汇总

四、量子测量行业相关“十五五”规划解读

1、规划内容(量子测量主要内容)

2、对量子测量影响分析

五、“碳中和、碳达峰”愿景对量子测量行业的影响分析

六、政策环境对量子测量行业发展的影响分析

第二节 中国量子测量行业经济(economy)环境分析

一、中国宏观经济发展现状

二、中国宏观经济发展展望

三、中国量子测量行业发展与宏观经济相关性分析

第三节 中国量子测量行业社会(society)环境分析

第四节 中国量子测量行业技术(technology)环境分析

第三章 中国量子测量行业发展现状

第一节 中国量子测量行业发展分析

一、中国量子测量行业发展历程

二、我国量子测量行业发展特点分析

三、中国量子测量行业发展面临问题

四、中国量子测量行业发展趋势分析

第二节 中国量子测量行业运行分析

一、量子测量行业运行规模分析

二、量子测量行业运营状况分析

第三节 中国量子测量行业竞争分析

一、区域竞争情况分析

二、行业竞争梯队分析

第四章 中国量子测量行业市场发展分析及预测

第一节 2023-2025年中国量子测量行业供需分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

第二节 2023-2025年中国量子测量价格走势及影响因素分析

一、2026-2031年量子测量未来价格走势预测

二、量子测量市场价格区域性影响因素分析

第三节 对中国量子测量市场的分析及思考

一、量子测量市场分析

二、量子测量市场变化的方向

三、中国量子测量产业发展的新思路

四、对中国量子测量产业发展的思考

第四节 2026-2031年量子测量行业市场发展预测

一、2026-2031年量子测量行业市场竞争研判

二、2026-2031年量子测量行业市场发展趋势

第五章 2025年中国量子测量行业营销渠道分析

第一节 量子测量销售渠道分类及对比

一、量子测量行业销售渠道分类

二、量子测量行业渠道优劣对比

三、2025年量子测量营销渠道选择研究

第二节 各类渠道对量子测量行业的影响

第三节 主要量子测量企业渠道策略研究

第六章 量子测量行业主要品牌分析

第一节 量子测量行业品牌构成

第二节 主要品牌区域市场占有率分析

第三节 品牌满意度分析

第七章 量子测量行业上、下游产业链分析

第一节 量子测量行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 量子测量上游行业分析

一、量子测量成本构成

二、2023-2025年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

四、上游行业对量子测量行业的影响

第三节 量子测量下游行业分析

一、量子测量下游行业分布

二、2023-2025年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对量子测量行业的影响

第八章 量子测量行业区域市场调研

第一节 华北地区量子测量市场调研

一、华北地区量子测量市场规模分析

二、华北地区量子测量市场竞争现状分析

三、华北地区量子测量市场需求特征分析

四、华北地区量子测量市场趋势预测分析

第二节 东北地区量子测量市场调研

一、东北地区量子测量市场规模分析

二、东北地区量子测量市场竞争现状分析

三、东北地区量子测量市场需求特征分析

四、东北地区量子测量市场趋势预测分析

第三节 华东地区量子测量市场调研

一、华东地区量子测量市场规模分析

二、华东地区量子测量市场竞争现状分析

三、华东地区量子测量市场需求特征分析

四、华东地区量子测量市场趋势预测分析

第四节 华中地区量子测量市场调研

一、华中地区量子测量市场规模分析

二、华中地区量子测量市场竞争现状分析

三、华中地区量子测量市场需求特征分析

四、华中地区量子测量市场趋势预测分析

第五节 华南地区量子测量市场调研

一、华南地区量子测量市场规模分析

二、华中地区量子测量市场竞争现状分析

三、华南地区量子测量市场需求特征分析

四、华南地区量子测量市场趋势预测分析

第六节 西部地区量子测量市场调研

一、西部地区量子测量市场规模分析

二、西部地区量子测量市场竞争现状分析

三、西部地区量子测量市场需求特征分析

四、西部地区量子测量市场趋势预测分析

第九章 量子测量重点企业分析

第一节 科大国盾量子技术股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第二节 国仪量子技术(合肥)股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第三节 中科酷原科技(武汉)有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节 中国船舶集团有限公司第七一七研究所

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第五节 中国电子科技集团有限公司电子科学研究院

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六节 华工科技产业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 武汉光迅科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 江苏亨通光电股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 浙江九州量子信息技术股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 广电计量检测集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十章 中国量子测量行业竞争状态及市场格局分析

第一节 中国量子测量行业投资、兼并与重组状况

一、中国量子测量行业投资现状分析

1、中国量子测量行业投资主体分析

2、中国量子测量行业投资切入方式

3、中国量子测量行业投资规模分析

4、中国量子测量行业成功投资案例

二、中国量子测量行业兼并与重组状况

第二节 中国量子测量行业波特五力模型分析

一、量子测量行业现有竞争者之间的竞争状况

二、量子测量行业关键要素的供应商议价能力分析

三、量子测量行业消费者议价能力分析

四、量子测量行业潜在进入者分析

五、量子测量行业替代品风险分析

六、量子测量行业竞争情况总结

第三节 中国量子测量行业市场格局及集中度分析

一、中国量子测量行业市场竞争格局

二、中国量子测量行业市场集中度分析

第四节 中国量子测量企业发展状况分析

一、量子测量企业主要类型

二、量子测量企业资本运作分析

三、量子测量企业国际竞争力分析

第五节 量子测量行业竞争趋势分析

一、量子测量行业未来竞争格局和特点

二、国内量子测量企业竞争能力提升途径

第十一章 中国量子测量市场痛点及产业转型升级发展布局

第一节 中国量子测量行业经营效益分析

一、中国量子测量行业营收状况

二、中国量子测量行业利润水平

二、中国量子测量行业成本管控

第二节 中国量子测量行业商业模式分析

第三节 中国量子测量行业市场痛点分析

第四节 中国量子测量产业结构优化与转型升级发展路径

第十二章 中国量子测量行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、行业市场营销创新

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2026-2031年量子测量行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2026-2031年量子测量行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展方向分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第十三章 中国量子测量行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、市场风险分析

四、经济波动风险

第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十四章 中国量子测量行业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 中国量子测量产业链布局诊断

第二节 中国量子测量行业swot分析

第三节 中国量子测量行业发展潜力评估

第四节 中国量子测量行业发展前景预测

第五节 中国量子测量行业发展趋势预判

第十五章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 量子测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年中国量子测量资产规模分析

图表：2024-2025年中国量子测量行业供给情况

图表：2024-2025年中国量子测量行业市场规模

图表：2025年中国量子测量行业负债规模分析

图表：2024-2025年中国量子测量行业市场产品价格走势

图表：2026-2031年中国量子测量行业市场产品价格趋势预测

图表：2024-2025年中国量子测量行业利润规模及增长速度

图表：2024-2025年中国量子测量行业销售收入

图表：2024-2025年中国量子测量行业销售利润率

图表：2023-2025年中国量子测量行业总资产利润率

图表：2024-2025年中国量子测量行业净资产利润率

图表：2023-2025年中国量子测量行业总资产增长率

图表：2024-2025年中国量子测量行业净资产增长率

图表：2024-2025年中国量子测量行业资产负债率

图表：2024-2025年中国量子测量行业速动比率

图表：2024-2025年中国量子测量行业流动比率

图表：2023-2025年中国量子测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：4066896

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4066896.shtml>

在线订购：[点击这里](#)