

华为、小米、苹果

折叠屏冲刺“亿级门槛”

迈入9月,消费电子行业迎来折叠屏史上最为密集的新品交锋窗口。

短短72小时之内,华为、小米、苹果接连发布新一代折叠旗舰——华为Mate XT2、小米18 Fold、苹果iPhone Duo,叠加此前三星Galaxy Z Fold8上新,折叠屏手机成为今年秋季手机市场绝对焦点。苹果首款折叠屏iPhone Duo起售价15999元,尚未发售便冲上热搜,近百万人预约,二手平台部分预售订单成交价冲高至49999元,个别标价甚至达到9.9万元。

喧嚣的发布会、火爆的网络热度和普通消费者谨慎观望形成强烈反差。市场调研机构Counterpoint数据显示,当前折叠屏在全球智能手机市场占比仅约2%,历经七年发展依旧属于小众高端品类。全球智能手机大盘正在遭遇“量跌价涨”的特殊局面:IDC预测,2026年全球智能手机出货量将同比下降16.7%,但产品平均售价上涨27.6%,行业销售额逆势增长6.3%。Counterpoint最新报告预测,到2026年底,全球折叠屏智能手机累计出货量将突破1亿台大关。

直板手机创新趋缓,折叠屏被各大厂商视作冲刺高端溢价的核心抓手。苹果的入局,进一步放大赛道热度,也将铰链、屏幕、软件生态、产业链配套等长期积累的行业矛盾摆上台面。一场由头部企业主导的白热化竞争已经开启,但折叠屏要真正走入大众消费市场,仍要翻越成本、体验、生态三座大山。

■新快报记者 陈学东

市场热度

热搜、黄牛与“2%的现实”

iPhone Duo发布次日,“近100万人预约购买iPhone Duo”的热搜词条撕开折叠屏市场极具反差的一面:线上热度爆棚,线下实际转化却难言乐观。iPhone Duo定档10月23日正式上市,距离开售还有一个多月时间,代抢、高价预订已经在二手交易平台蔓延开来。

得物App公开交易记录显示,256G版本预售订单成交,成交价最高达49999元,相比官方起售价15999元,溢价高达34000元;512G、1TB、2TB版本预售报价分别达到54999元、59999元、64999元。

更夸张的是,某二手平台上已有商家上线iPhone Duo首发代抢服务,有黄牛标价高达9.9万元。发布会之前,就已有黄牛放出消息,首发新机加价区间普遍在3000元至5000元,供应链铰链良率受限带来的产能瓶颈,进一步放大市场炒作空间。

疯狂溢价的另一面,普通消费者的换机意愿却十分克制。社交平台舆论两极分化,一部分科技爱好者、商务用户愿意为全新形态买单,但更多普通用户对万元以上的价格望而却步。一台折叠屏的花费,足以购置一台顶级直板旗舰外加一台入门平板,性价比成为普通用户最大顾虑。

不少网友吐槽,折叠屏机身重量远超普通手机,维修成本居高不下,屏幕损坏维修费用近乎半台新

机,万元购机换来一台“娇气”的设备,实用性不如直板手机。有第三方维修机构结合苹果过往定价规律测算,iPhone Duo的内屏更换价格大约会达到1155美元,约合7787元人民币。

纵观整个行业,折叠屏从2019年商用至今,七年时间全球累计出货量即将突破1亿台,但渗透率提升缓慢,全球市场占比仅2%,即便是渗透率最高的大中华区也仅有3.2%。IDC数据显示,国内折叠屏市场在连续多个季度高速增长之后,也出现过单季同比下滑的情况,增长并非一路坦途。

行业之所以依旧集体押注折叠屏,源于直板智能手机创新陷入瓶颈。处理器性能、影像系统迭代带给消费者的感知越来越弱,手机硬件趋于过剩,用户换机周期持续拉长。当硬件参数内卷难以刺激消费,形态创新成为为数不多的突破口。折叠屏可以实现手机与平板的形态融合,视觉冲击直观强烈,不需要复杂科普就能让消费者感知产品差异,成为手机厂商冲击高端价位、重塑品牌形象的关键载体,销量之外,它还承担着品牌高端化的战略任务。

Counterpoint预测,苹果入局之后,2026年有望拿下全球折叠屏25%的出货份额,2027年全球折叠屏出货量增速或将达到37%,市场格局将被重新改写。

技术博弈

国产先行探索,苹果后发入局的得与失

苹果正式推出折叠屏,标志这个赛道不再是安卓阵营的独角戏。在此之前,华为、小米、三星等厂商已经完成多轮迭代,大折叠、小折叠、三折叠轮番登场,行业竞争早已跨过“能不能折叠”的初级阶段,重量、折痕、防水、软件适配成为核心较量点。

国产厂商在折叠屏赛道完成从追赶部分领域引领的跨越。以华为Mate XT2为代表的三折叠产品,重构铰链机械结构,实现多维度展开,同时解决三折叠形态下防尘抗水难点。时隔六年,华为常务董事、终端BG董事长余承东再次主持华为全球直播,在介绍麒麟9050 Pro芯片时罕见全程用英文连喊“super fast,super intelligent,super cool”,被网友戏称为英文版的“遥遥领先”。

小米则用“中折叠”这一全新品类回应形态之争。小米集团创办人、董事长兼CEO雷军称,小米布局折叠屏已有五六年,先后推出四款大折叠、两款小折叠,“这几年我们一直在思考,能不能结合小折叠与大折叠的优势,做一款尺寸更合适、比例更舒服、更多人喜欢的新形态,我们的答案是‘中折叠’。”在折叠屏最核心的铰链与屏幕上,小米18 Fold采用双层UTG超薄玻璃,支持1.2米抗跌落,折痕深度控制在30微米以内。

作为迟到的人局者,苹果没有选择冒险的三折叠或者小折叠,直接采用市场验证成熟的横向书板式内折方案。硬件层面,iPhone Duo内外两块屏幕都支持ProMotion高刷,峰值亮度3000尼特,机身边框铰链护壳使用5级钛金属材质,搭配超瓷晶面板提升抗刮性能,搭载A20 Pro芯片;软件端重点发力多任务分屏,已经完成Zoom、Slack等海外主流应用适配,提供开发者适配工具,试

图补齐大屏生态短板。

苹果新任CEO约翰·特努斯为这次迟到给出了解释,他沿用苹果“后发定义终局”的产品哲学,称“直到质量、耐用性和设计均达到公司标准后,才决定推出折叠屏手机”。他同时揶揄竞品“其他公司只是把两部手机尴尬地粘在一起”,以此强调iPhone Duo“体现了极其复杂的工程,用起来却毫不费力”。

市场对苹果首款折叠屏的评价褒贬不一。支持者认为,苹果凭借庞大用户基数、严格品控能力,有望推动整个折叠屏市场规模扩容,倒逼上下游产业链工艺升级;质疑声音则提出,安卓厂商已经迭代数代折叠产品,苹果初代产品没有颠覆性形态创新,高昂售价更多依托品牌溢价,很难打动观望已久的大众消费者。

硬件只是基础,软件生态才是折叠屏真正的软肋。折叠屏的核心价值不是简单把手机屏幕放大,而是多窗口并行办公、对照文档、一边会议一边查看材料这类真实场景。如果仅仅是界面放大,用户很难为溢价买单。硬件可以在发布会集中展示,但聊天、办公、视频等海量第三方应用的大屏适配,并非手机厂商单方面就可以完成,需要海量开发者共同参与。

安卓阵营多年持续投入多窗口交互,但应用适配参差不齐,部分App依旧没有针对大屏做专门优化。苹果虽然已经展示部分第三方软件适配成果,但几款示范应用不能等同于完整成熟生态。开发者是否愿意投入人力适配,取决于折叠屏真实用户规模、使用频次以及维护成本,生态建设是一个漫长过程,并不会随着苹果发布新机一蹴而就。

