

2023年中国折叠屏手机 市场洞察报告

©2023.3 iResearch Inc.

摘要



直板智能手机发展遭遇瓶颈，大屏尺寸与便携需求的矛盾难以解决，而折叠屏手机突破限制，创新形态能够满足用户对**大屏沉浸体验和便携操作**的需求。



在中国智能手机行业出货量下滑的大周期背景中，折叠屏手机市场实现**持续性地逆势增长**，预计**2023年**将迎来爆发，折叠屏手机出货量将**超过550万台**。



随着屏幕、铰链等技术方案日益成熟，折叠屏将不断实现机身减薄减重，**向轻薄化趋势发展**，同时**软件生态的完善**将成为优化用户体验的关键方向。



中国折叠屏手机市场“百花齐放”，国内主要手机品牌厂商均已入局，**华为和三星占据7成市场份额**，其中**华为独占半壁江山**，在用户认知和满意度排名最高。



折叠屏手机现有用户**以高端群体和男性用户居多**，未来女性用户增长趋势乐观，预期产品**轻薄化会带动女性用户市场爆发**。

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机产品现状

3

折叠屏手机用户洞察

4

折叠屏手机未来发展趋势

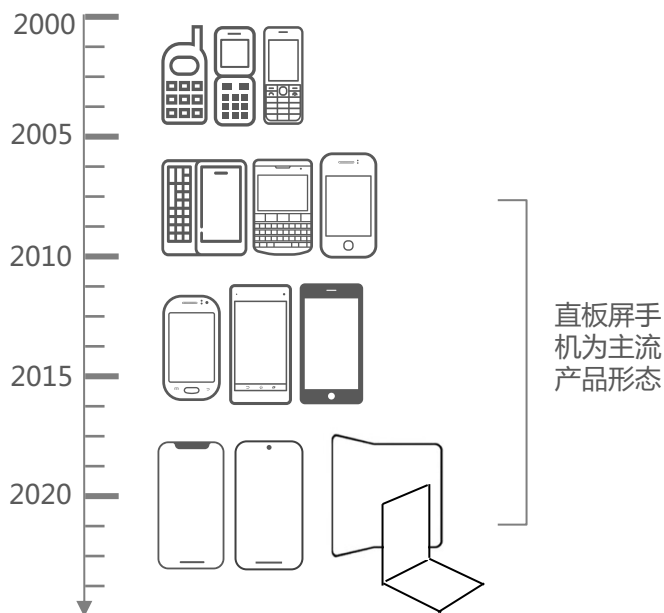
5

折叠屏手机发展背景

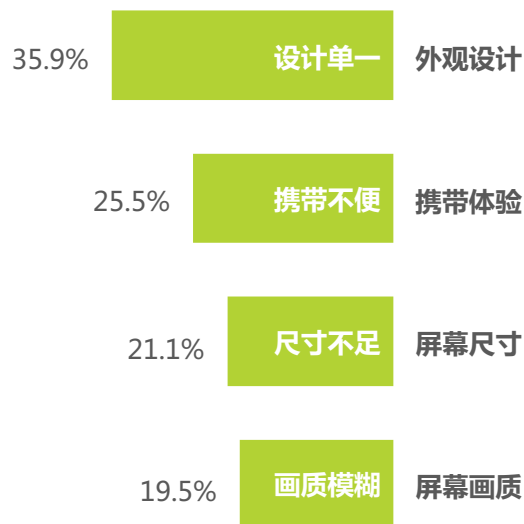
直板手机遭遇发展瓶颈，折叠屏成为行业发展新契机

纵观手机发展史，直板智能手机凭借革新的产品体验替代了传统功能手机并成为主流产品形态，但历经多年的迭代和发展，如今直板智能手机的硬件配置和功能体验陷入发展瓶颈，用户的换机动力下降，换机周期也在进一步延长。直板智能手机的尺寸发展受用户便携性需求的制约，无法真正意义上满足用户对于大屏的需求；而折叠形态手机在保证便携性的同时，更大程度上满足了用户的大屏需求，折叠屏成为智能手机行业发展新的机会点。

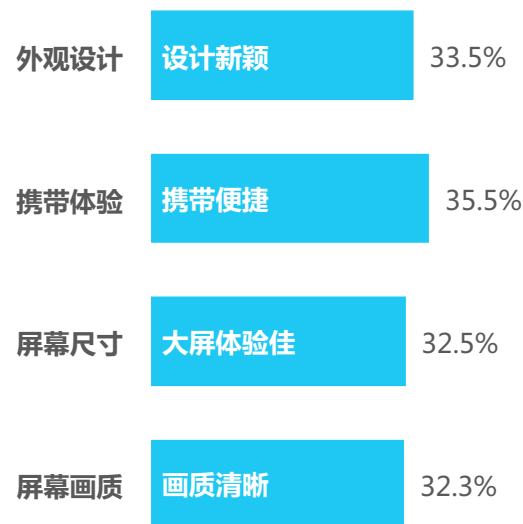
手机产品形态演进历史



直板机使用痛点



折叠屏手机爽点



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

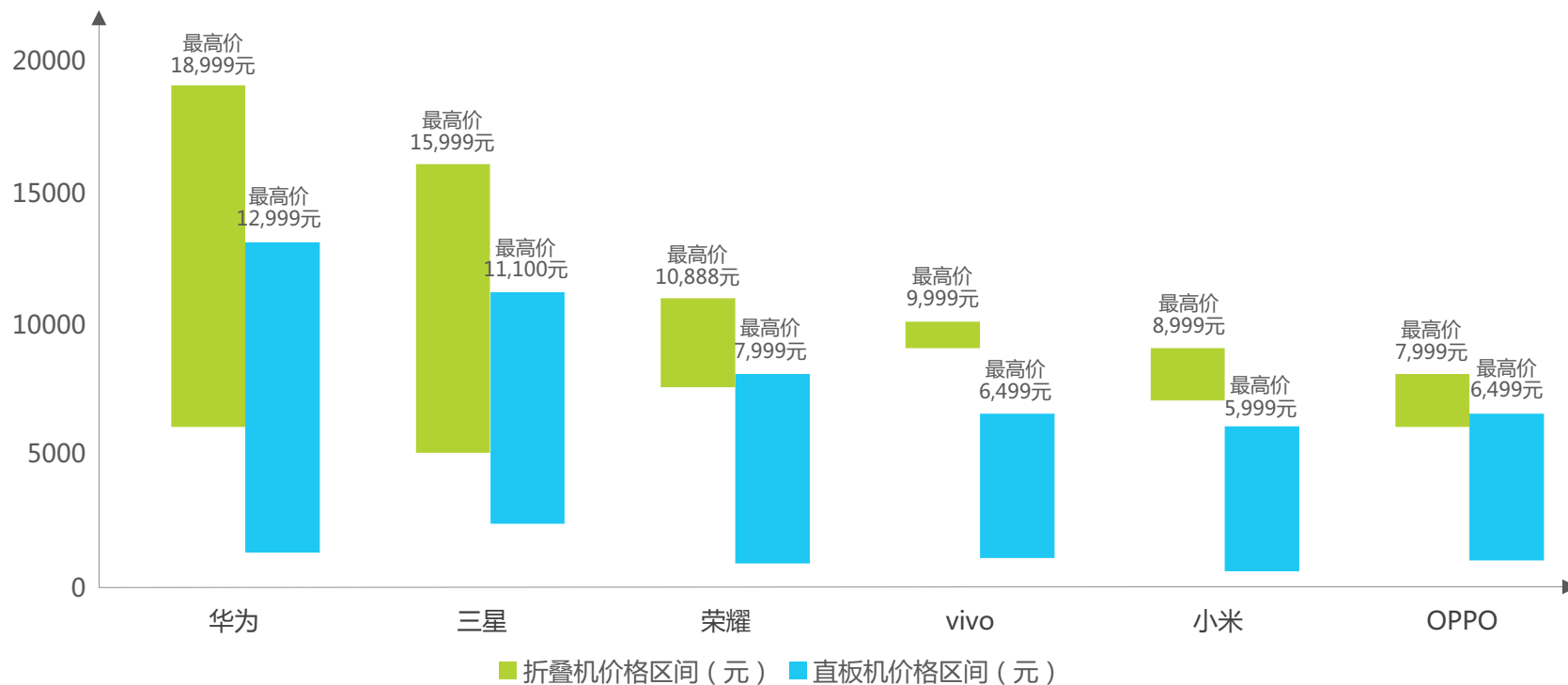
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机发展背景

折叠屏手机是国内厂商冲击高端智能手机市场的新赛道

在智能手机市场整体遭遇发展瓶颈的同时，各大厂商将目光聚焦到了高端手机市场。随着供应链技术进步和消费者需求变化，具备高市场价值和差异化竞争优势的折叠屏手机在中高价位市场中初露锋芒；其相关技术在华为、三星等头部品牌厂商的积极推动下逐渐成熟，折叠屏手机的高价值属性和差异化产品形态有助于国内品牌厂商进一步冲击高端智能手机市场。

国内主要手机品牌厂商（在售）产品价格区间及最高价情况



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。
注释：各品牌在售产品均取各机型最低配置售价。

折叠屏手机发展背景

国家政策大力推动智能移动终端相关产业进一步发展

2021年以来，我国为满足新一轮的科技革命和产业变革深入发展的需求，为我国网络通信的发展提供安全高效、集成互联的基础设施服务，在“十四五”前后，中央围绕智能终端及其供应链产业颁发了多项指导性、激励性的相关政策方案，为以智能手机为代表的智能移动终端制造产业提供优异的政策利好环境。

“十四五”规划期间网络通信产业发展相关政策及部分内容一览

类别	颁布时间	政策内容
智能手机端	2021.01	《基础电子元器件产业发展行动计划（2021-2023）》——瞄准 智能手机 、穿戴式设备、VA/VR设备等 智能终端市场 ，推动微型片式阻容元件、微型射频滤波器、高端锂电等片式化、微型化、轻型化、柔性化、高性能的电子元器件应用。
	2021.03	《“双千兆”网络协同发展行动计划(2021-2023年)》——鼓励终端企业加快 智能手机 等终端研发，进一步 降低终端成本，提升终端性能 。鼓励芯片器件、网络设备等企业持续提升产业基础高级化水平，着力提升核心芯片、模块、器件等研发制作水平，推进我国通信产业链自立自强。
	2021.03 “十四五规划”	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》——坚持把发展经济着力点放在实体经济上，加快推进制造强国、质量强国建设，强化基础设施支撑引领作用， 推进产业基础高级化、产业链现代化，增强制造业竞争优势，推动制造业高质量发展 。
供应链端 (软硬件)	2021.03	《关于2021-2030年支持新型显示产业发展进口税收政策的通知》——对 新型显示器件生产企业 进口国内不能生产或性能不能满足需求的自用生产性原材料、消耗品， 免征进口关税 。
	2021.11	《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》—— 支持成立国内首家开源基金会 ，开放原子开源基金会， 加速孵化开放鸿蒙、欧拉等一批开源项目 ，推动开源代码托管平台发展，优化壮大开源社区
	2022.09	《“新时代工业和信息化发展”系列主题新闻发布会第九场》——在移动操作系统方面， 支持骨干企业开展核心技术攻关，加快移动操作系统应用推广和生态建设 。如 鸿蒙操作系统 装机量已超3亿台。

来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机产品现状

3

折叠屏手机用户洞察

4

折叠屏手机未来发展趋势

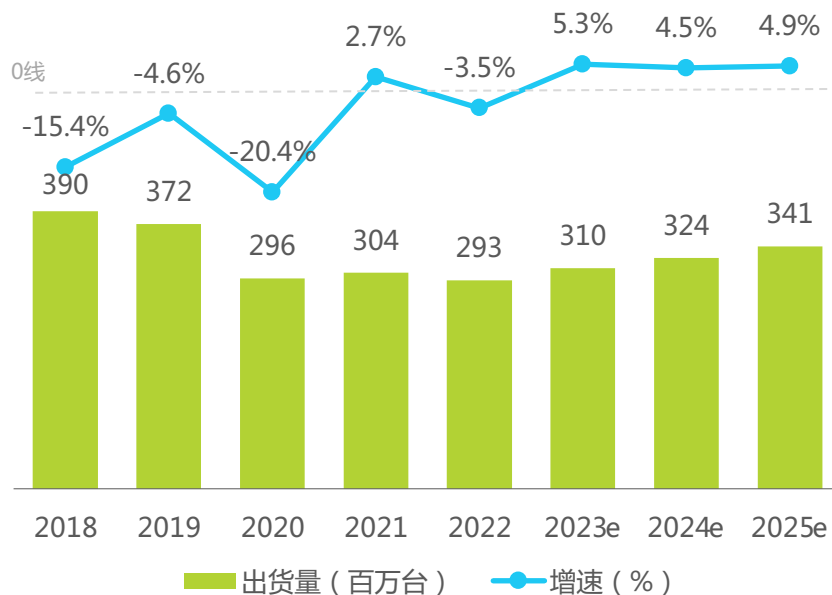
5

折叠屏手机中国市场现状

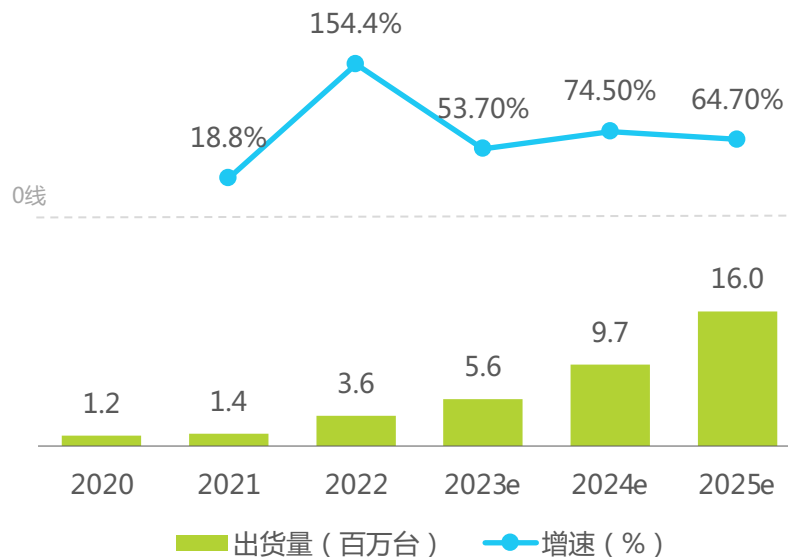
智能手机市场出货量持续低迷，折叠屏手机赛道逆势增长

受市场饱和、用户换机周期长等行业现状影响，中国智能手机市场出货量自2018年开始不断下滑。长期来看，随着经济的复苏，未来行业有望逐步回暖。而折叠屏手机凭借创新性的形态和沉浸式大屏体验，在行业出货量整体下滑的大周期背景下，实现持续的高速增长，2022年中国折叠屏手机出货量同比增长154%；随着国内厂商的陆续入局和产品迭代，预计2023年会迎来折叠屏手机市场爆发，折叠屏手机出货量将超过550万台。

2018 – 2025年中国智能手机出货量



2020 – 2025年中国折叠屏手机出货量



来源：艾瑞消费研究院根据公开资料、专家访谈自主研究建模并绘制。

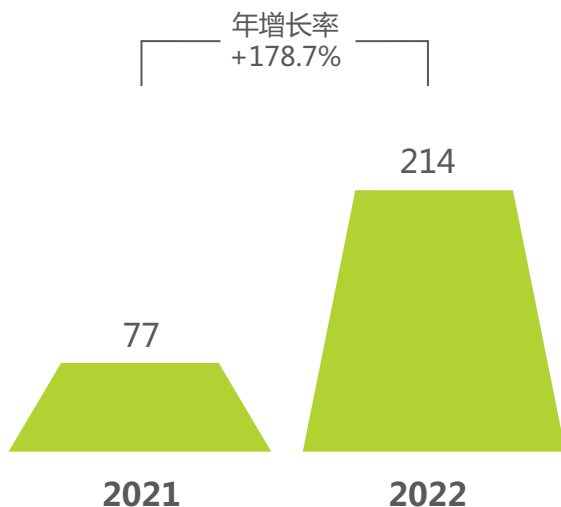
来源：艾瑞消费研究院根据公开资料、专家访谈自主研究建模并绘制。
注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

折叠屏手机中国市场现状

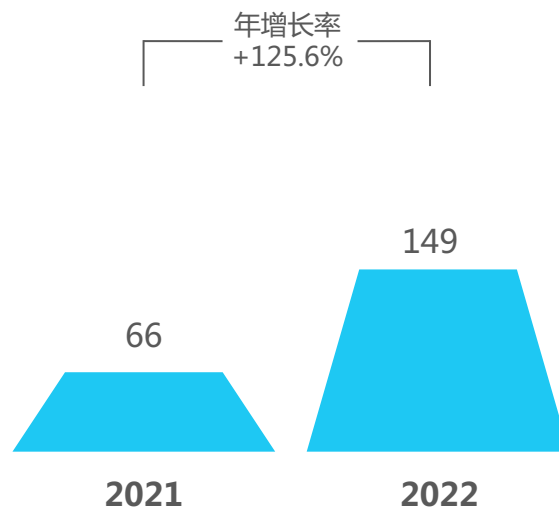
横向、竖向折叠屏手机各具优势，出货量均成倍攀升

横向折叠屏手机凭借创新的形态和极致的大屏体验，刺激了高端智能手机用户的消费，同时横折机型的高价值和高端性，吸引了国内厂商关注，并纷纷发布横折机型的旗舰折叠产品，以此提高品牌力和影响力，促进了横折机型的增长。竖折机型的成本相较于横折机型更加可控，而其折叠形态更加小巧、便携，尤其受到女性用户青睐。横向、竖向折叠屏手机均已成为智能手机市场中相当出色的增长点。

横向折叠屏手机中国市场出货量变化（万台）



竖向折叠屏手机中国市场出货量变化（万台）



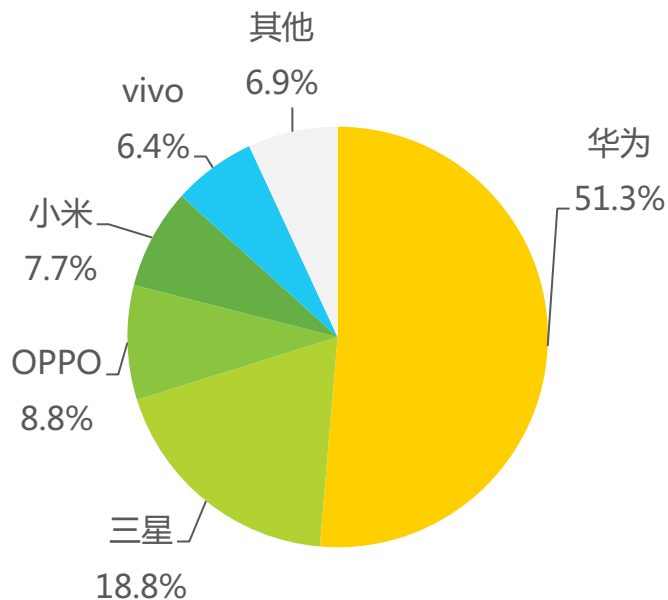
来源：艾瑞消费研究院根据公开资料、专家访谈自主研究建模并绘制。

折叠屏手机中国市场现状

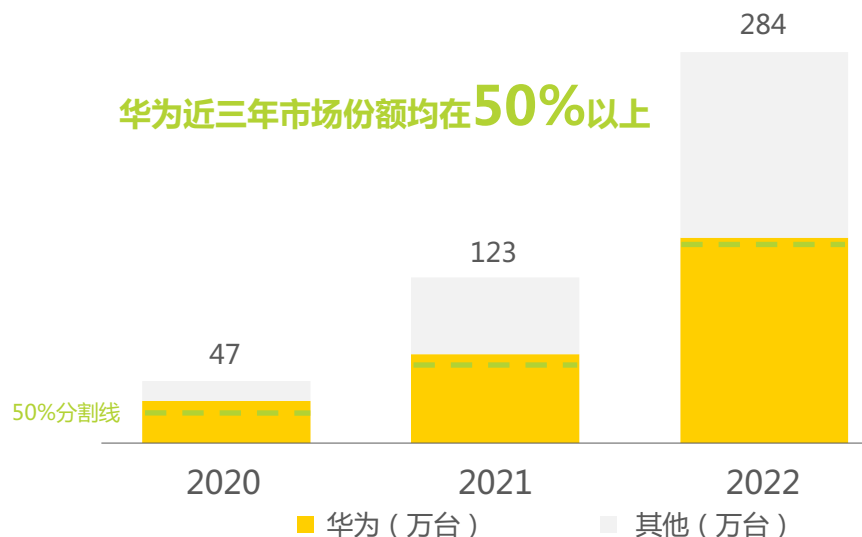
国内各大厂商入局追赶，华为独占市场半壁江山

华为、OPPO、小米、vivo等国内主流手机品牌厂商在近几年竞相涌入折叠屏手机赛道，形成“百花齐放”的竞争格局。2022年，随着各品牌折叠屏旗舰产品的发布和迭代，国内销量市场份额在快速变化。华为凭借行业先发优势和智能手机高端市场的影响力，连续三年保持过半市场份额，引领中国折叠屏手机市场的发展。

2022年各品牌折叠屏手机 中国市场份额



2020年-2022年国内折叠屏手机头部品牌华为 中国市场销量及份额变化



来源：艾瑞消费研究院根据公开资料、专家访谈自主研究建模并绘制。

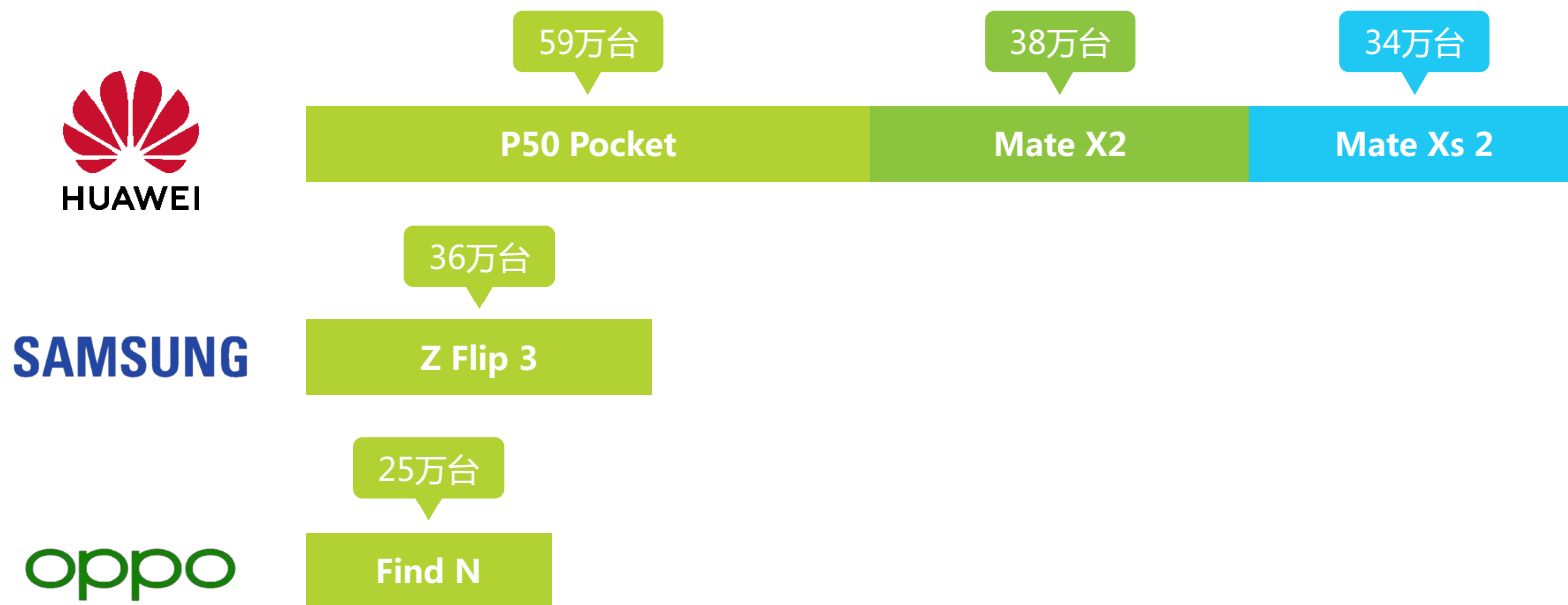
来源：艾瑞消费研究院根据公开资料、专家访谈自主研究建模并绘制。

折叠屏手机中国市场现状

华为、三星、OPPO机型销量入围前五

2022年国内主要手机品牌厂商多已入局折叠屏手机市场，据统计，国内市场全年销量TOP5机型分别属于华为、三星和OPPO。其中华为P50 Pocket凭借其业界首创的多维联动升降水滴铰链设计和万元以下的定价，使得该机型在全年销量中遥遥领先于市场。另外，华为折叠屏机型中同样表现亮眼的有Mate X2和Mate Xs 2，销量分别为38万台和34万台。其他国内厂商目前折叠屏机型迭代较少，其中OPPO的Find N入围前五。艾瑞预测国内厂商为了扩大销量和提高影响力，未来将会不断迭代折叠屏旗舰产品，在国内市场逐渐站稳脚跟并持续向头部厂商发起挑战。

2022年中国折叠屏手机市场畅销机型销量TOP5



来源：艾瑞消费研究院根据公开资料、专家访谈自主研究建模并绘制。

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机产品现状

3

折叠屏手机用户洞察

4

折叠屏手机未来发展趋势

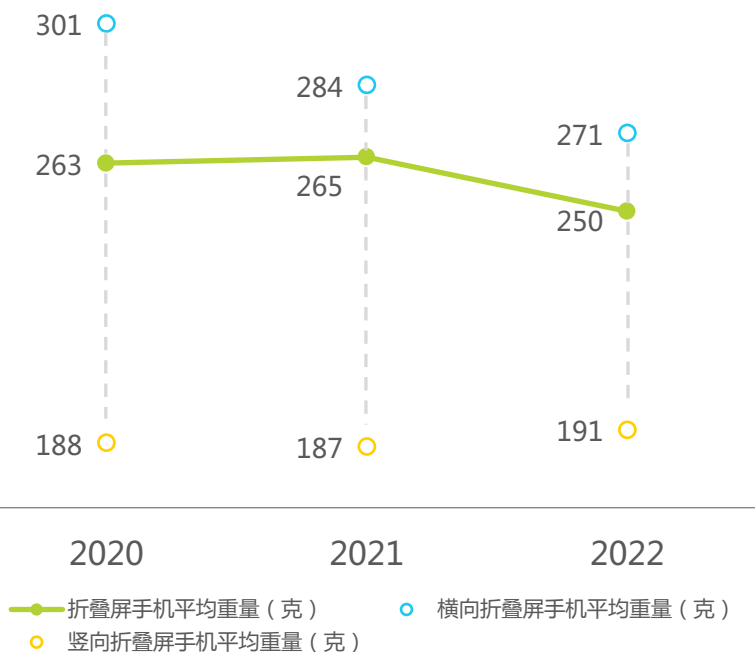
5

折叠屏手机产品现状

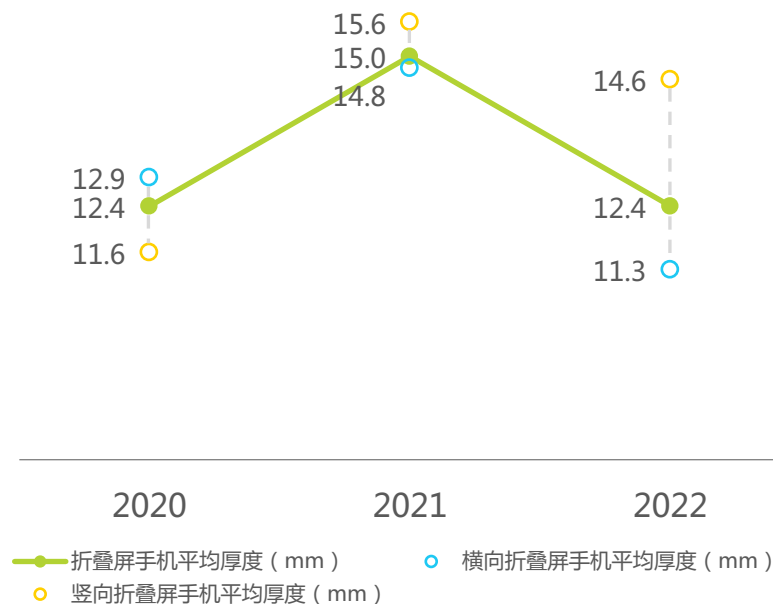
随着硬件技术进步，国内折叠屏手机将向轻薄化方向发展

得益于技术的进步，各大厂商在折叠屏硬件上的轻量化复合碳纤维材料应用日趋成熟，并通过日益精简化的铰链设计，如华为Mate Xs 2简化的双旋鹰翼铰链、小米MIX Fold 2的微水滴形态转轴，带动折叠屏手机整体平均重量减轻，平均厚度减薄；其中21年因多家厂商发布了折叠屏系列初代产品，但在技术上未十分成熟，导致折叠态平均厚度稍有提升。就横向折叠屏手机市场来看，近两年平均重量下降30g，折叠态平均厚度减薄1.6mm，正不断朝着轻薄化的方向发展。

2020-2022年中国折叠屏新发布产品 平均重量对比



2020-2022年中国折叠屏新发布产品 平均厚度对比 (折叠态)



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。
注释：各品牌新发布产品均取各机型折叠态最薄厚度。

折叠屏手机产品现状

华为和三星折叠屏手机在产品价值和销量上引领市场

在产品溢价竞争上，华为与三星依靠直板机在高端市场的口碑积累和折叠屏手机出色的产品力，长期引领万元以上高端市场，同时在全年折叠屏手机销量中领先于其他国内厂商。另外，华为和三星长期坚守高端旗舰折叠屏市场，使其产品拥有较高的保值率。万元以下折叠屏手机市场竞争激烈，各家品牌产品销量相近，但产品均价定位各有不同。

2022年主要品牌厂商（在售）折叠屏手机均价和销量



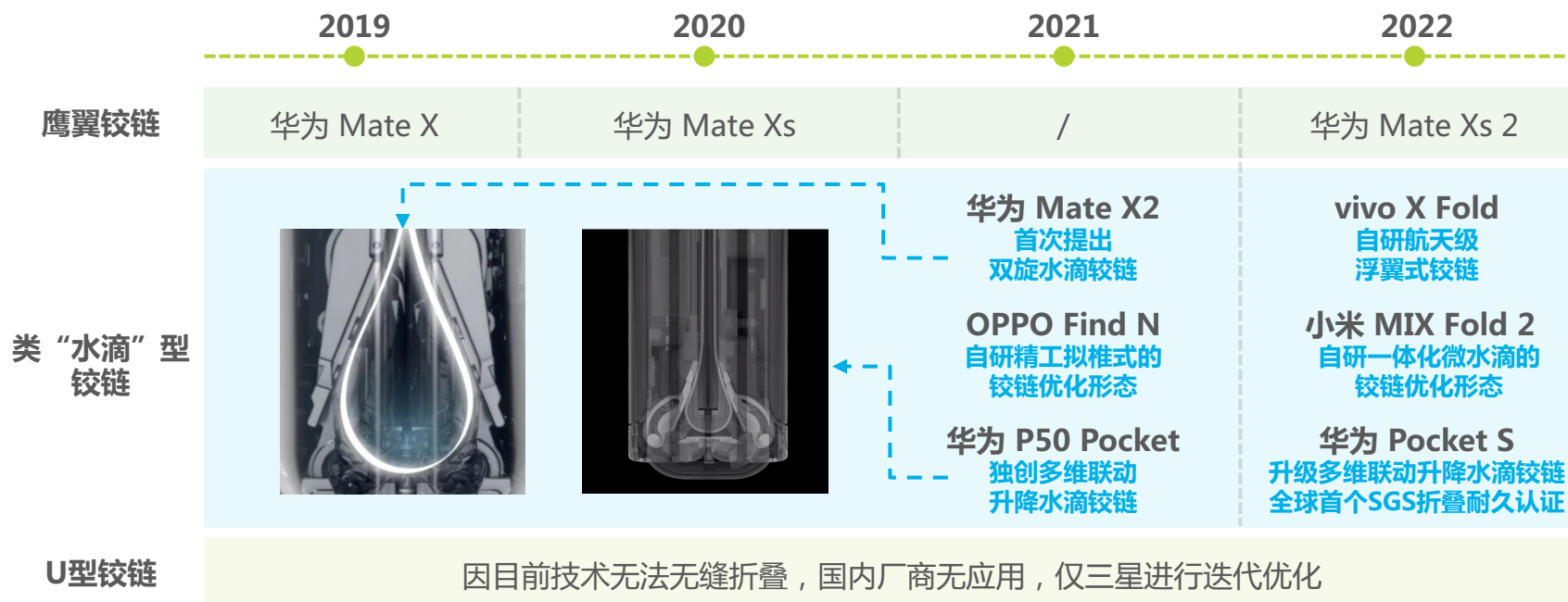
来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。
注释：各品牌在售产品均取各机型最低配置售价。

折叠屏手机关键技术：铰链

国内折叠屏手机厂商不断创新，促使铰链技术快速成熟

折叠屏手机的铰链是支撑柔性屏幕、控制旋转幅度、实现手机形态变化的重要机械“关节”，也是决定折叠屏手机产品完成度的关键所在。随着技术进步，鹰翼铰链、类“水滴”型铰链和U型铰链均得到应用和发展，目前类“水滴”型铰链已经成为折叠机铰链的主流设计方向。得益于以华为为代表的国内厂商对于类“水滴”型铰链设计方案的创新，历经数代机型升级与优化发展，帮助铰链设计快速走向成熟，并在折合缝隙、屏幕折痕、机身厚度等维度上实现重大突破，促使折叠屏手机走向更稳健的高度。

折叠屏手机厂商对铰链技术的应用与迭代优化发展进程



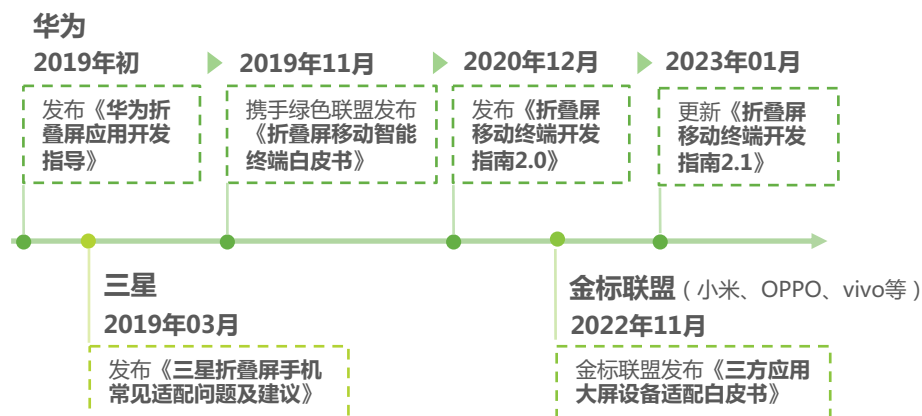
来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

折叠屏手机关键技术：软件生态

软件设计普适性的规范与案例推广，让折叠屏生态逐步完善

折叠屏产品的使用体验关键是手机应用软件生态是否满足大小屏的适配。手机系统厂商纷纷在软件适配生态建设上发力，国内手机厂商联合阿里巴巴、腾讯等互联网企业（如金标联盟）发布开发指南，在折叠屏手机软件的界面设计上提出规范的设计与案例，为用户提供更流畅、自然的人机交互体验，促进折叠屏手机软件应用的适配生态进一步完善。其中华为基于人因研究的最新成果发布了《HarmonyOS折叠屏设计规范》，并同步更新于绿色联盟发布的《折叠屏终端开发指南2.1》中，本次更新针对折叠屏软件界面设计提出更加科学的适配规则定义，并针对影音娱乐、社交通信、电商等常用软件场景提出沉浸式体验和双窗口的创新案例，已帮助国内TOP1000的应用实现95%的大屏适配。

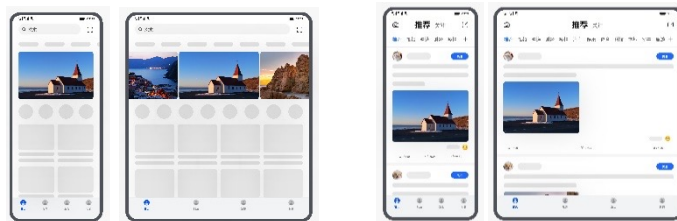
折叠屏适配规范与案例推广进程



《HarmonyOS折叠屏设计规范》部分设计规范



自适应动态布局常用案例



音乐娱乐类场景首页案例

社交通信类场景首页案例

来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

来源：《华为折叠屏应用开发指导》

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机产品现状

3

折叠屏手机用户洞察

4

折叠屏手机未来发展趋势

5

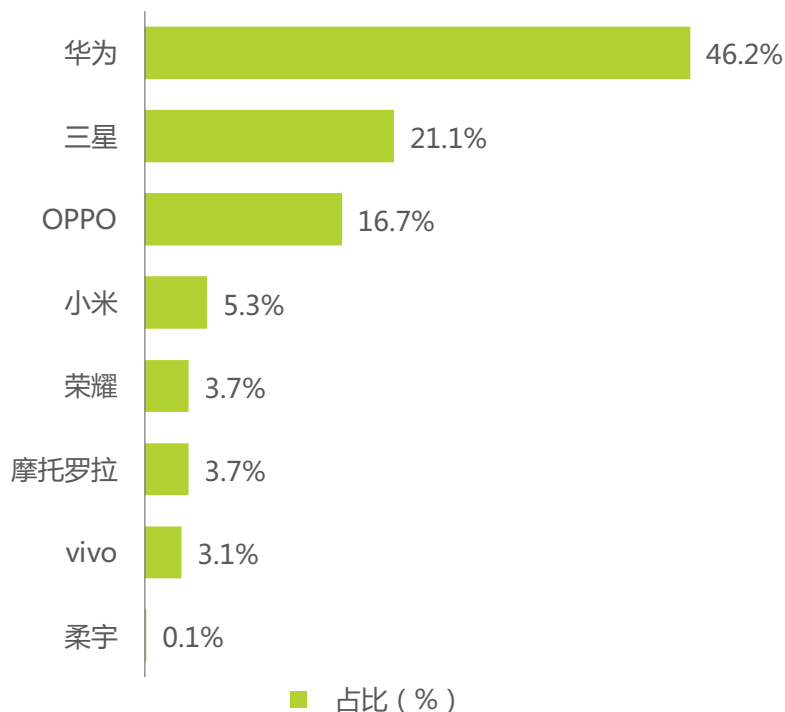
折叠屏手机品牌认知度和用户满意度

折叠屏手机品牌认知

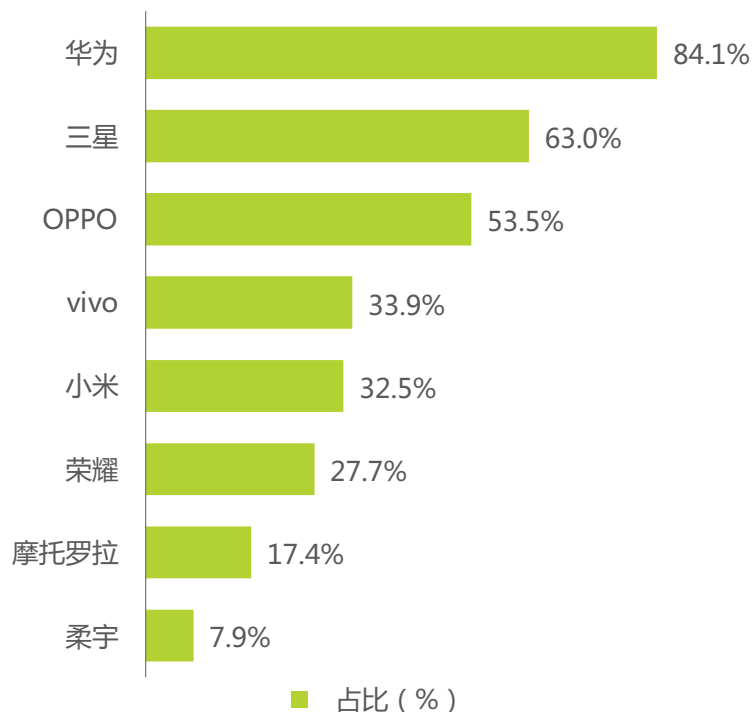
智能手机用户对折叠机品牌认知较为集中，华为认知度领先

近半数的智能手机用户在提到折叠屏手机品牌时，首先想到华为，并且在折叠屏手机品牌整体认知度上，84.1%的智能手机用户对华为推出的折叠屏手机系列有所耳闻。在品牌整体认知度中，华为和三星均在60%以上，二者在折叠屏手机领域先发优势依旧明显。近年来随着更多品牌的入局和机型的发布，用户对折叠屏手机品牌的认知度也在快速变化。

折叠屏手机第一提及品牌



折叠屏手机品牌整体认知度



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

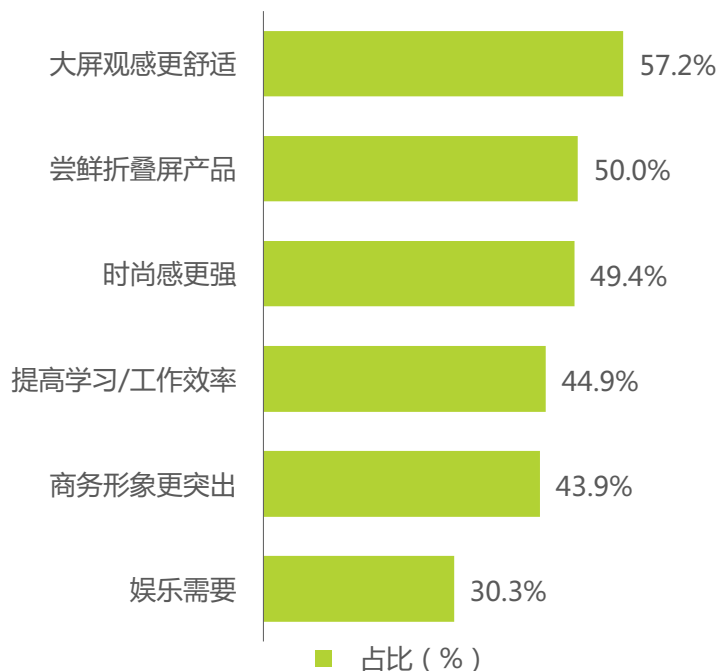
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机横折用户关注情况

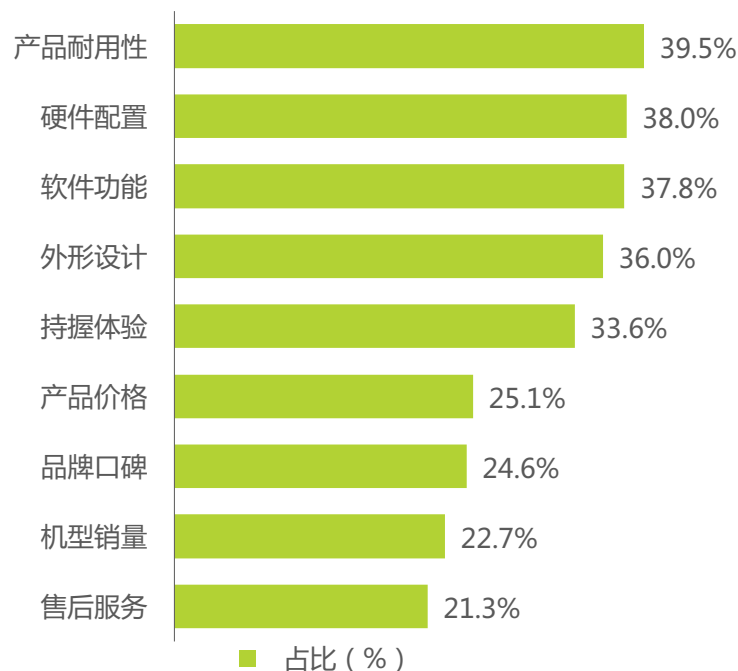
横折用户优先关注大屏观感，最重视产品耐用性

折叠屏手机作为可折叠柔性屏首次普及应用的载体，其横向展开状态下的大屏画面给予用户强烈的视觉冲击，因此更舒适的大屏观感是横折用户关注折叠屏手机的首要原因；在购机重视因素上，横折用户最重视产品耐用性，如折叠屏手机是否抗摔不易坏、抗磨不易花、防水防尘等，并且对硬件和软件的配置都有一定的要求。

横向折叠屏手机关注原因



横向折叠屏购机重视因素



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

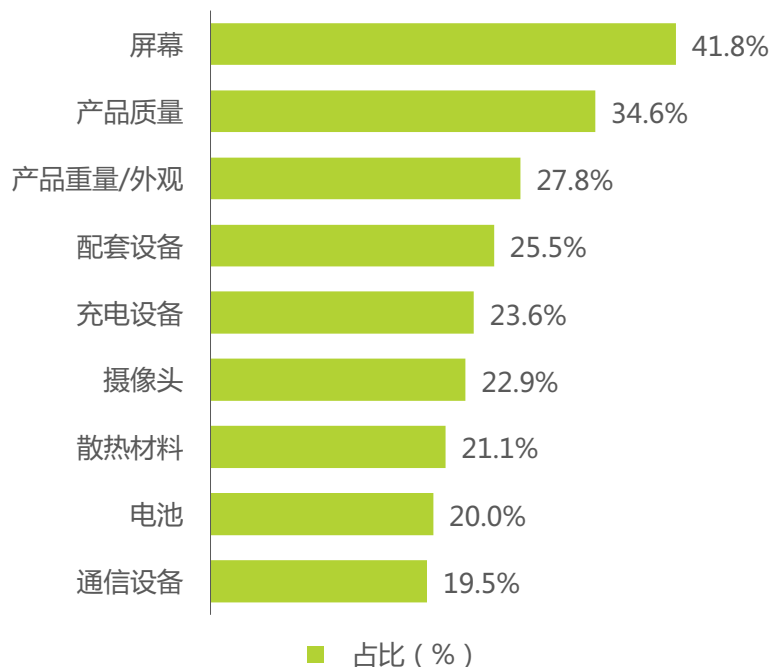
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机横折用户购买情况

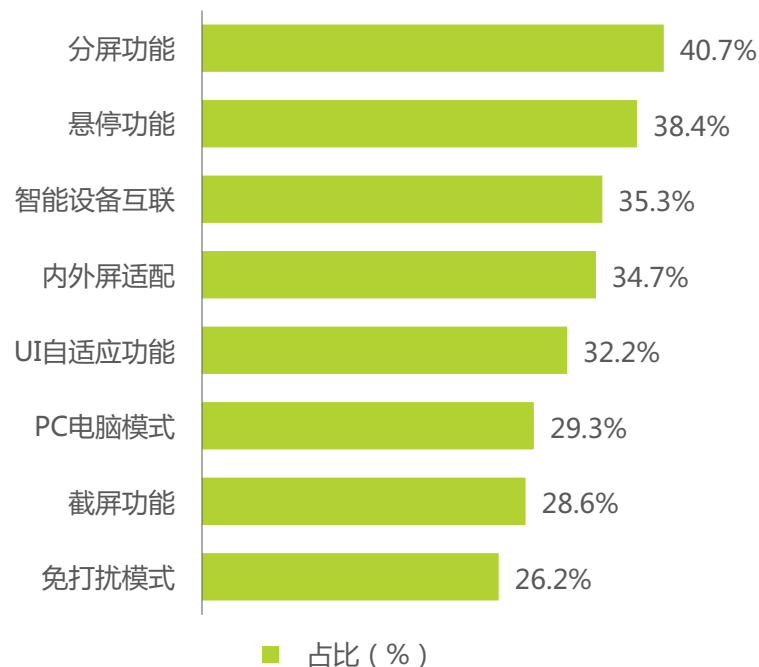
屏幕硬件和分屏功能是横折用户购机时最关心的手机配置

在硬件设备上，41.8%的横向折叠屏用户在购机时最重视屏幕硬件，期待高分辨率、高清晰度的屏幕与大屏展开状态所带来的沉浸式观感，以及可靠的屏幕体验；其次优先关注产品质量和产品重量/外观，即是否耐摔防水、轻薄好握持等问题；在软件功能上，分屏功能最受横折用户关注，其次是悬停功能和智能设备互联。

购机硬件设备重视点



购机软件功能重视点



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

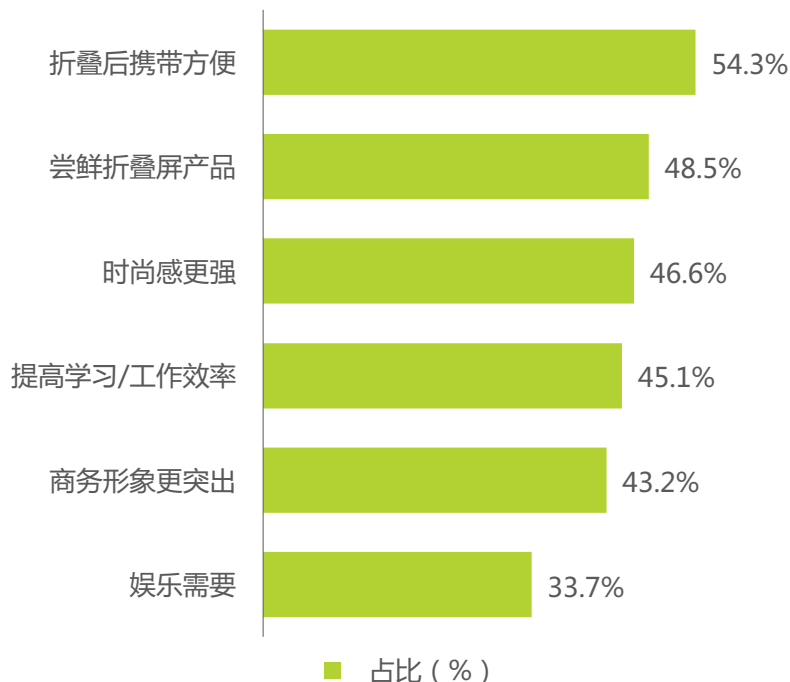
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机竖折用户关注情况

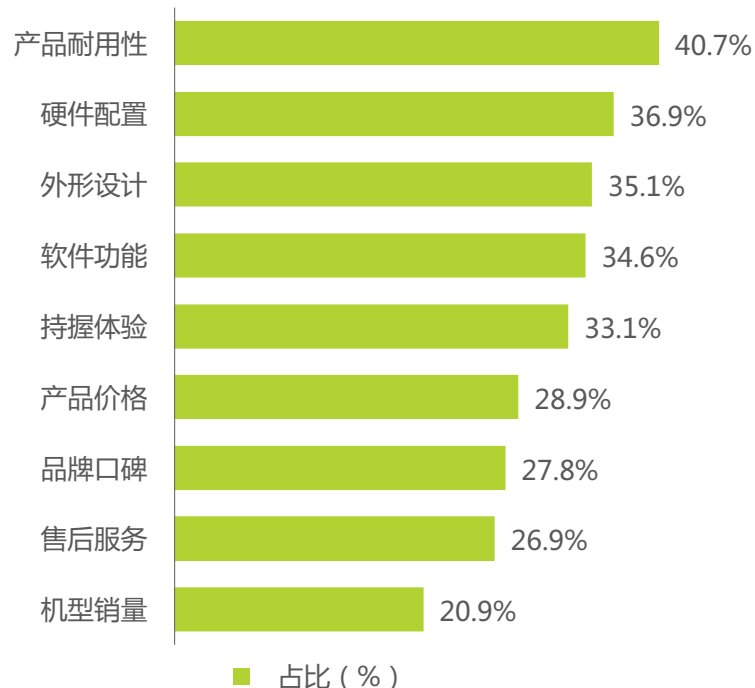
竖折机型的便携性最具吸引力，耐用性依旧是首要重视因素

纵向折叠屏手机的便携性成为吸引用户关注的首要因素；可折叠柔性屏带来的新鲜感和竖折小巧形态带来的时尚感对纵向折叠屏消费者具有较高的吸引力。在购机重视因素上，纵向折叠屏用户同样强调手机的耐用性（是否耐摔耐磨，防水防尘）和硬件配置，但相比于横向折叠屏用户，竖折用户对手机外形设计的重视优先级更高。

纵向折叠屏手机关注原因



纵向折叠屏购机重视因素



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

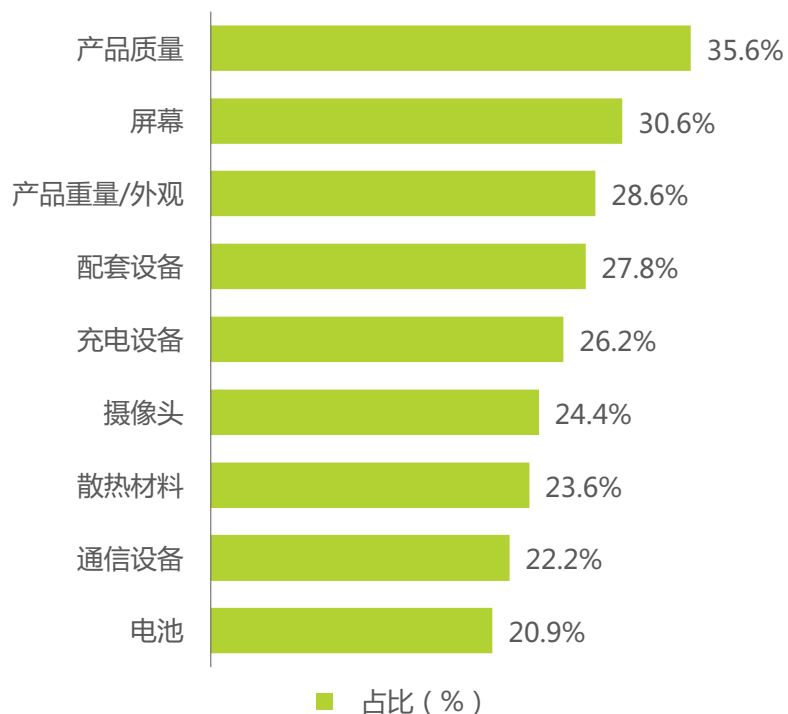
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机竖折用户购买情况

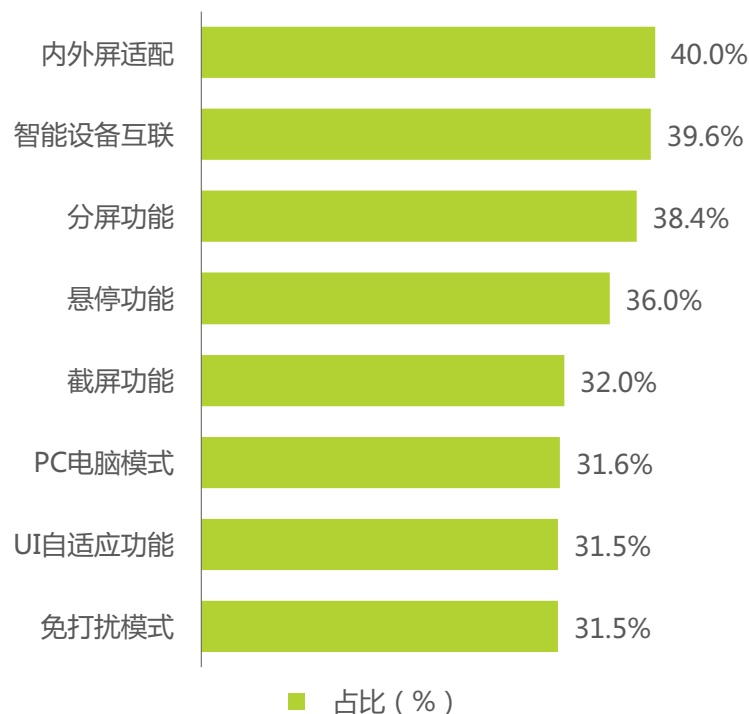
竖折用户较为重视产品质量和软件的内外屏切换功能

在硬件功能上，相比于横向折叠屏购机人群，纵向折叠屏消费者在屏幕重视程度上略有降低，而更加重视产品质量，耐摔、耐磨、防水的折叠屏手机更能打动消费者；在软件功能上，纵向折叠屏用户最先关注内外屏适配和智能设备互联，外屏会被较常使用，其切换的流畅性和适配度都会直接影响用户的购买决策。

购机硬件设备重视点



购机软件功能重视点



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

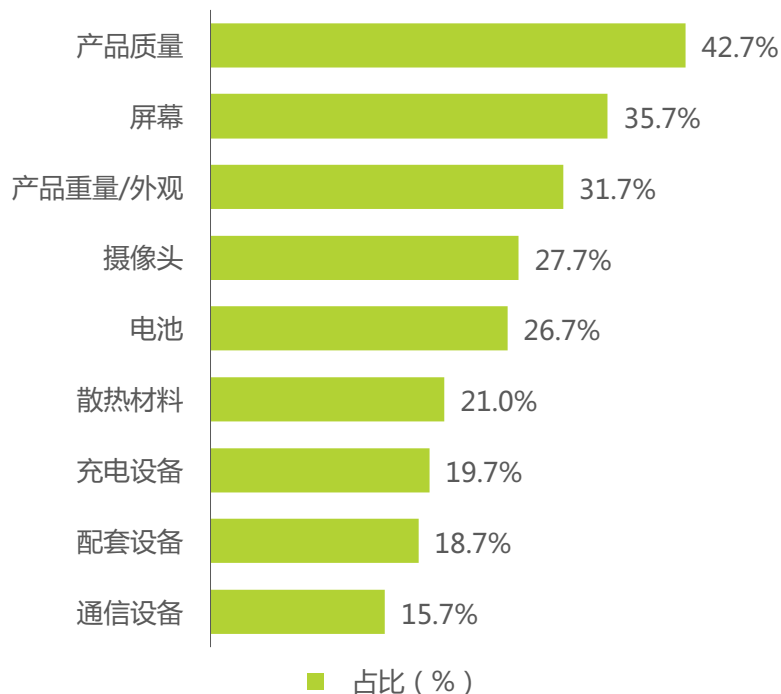
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机观望用户购买情况

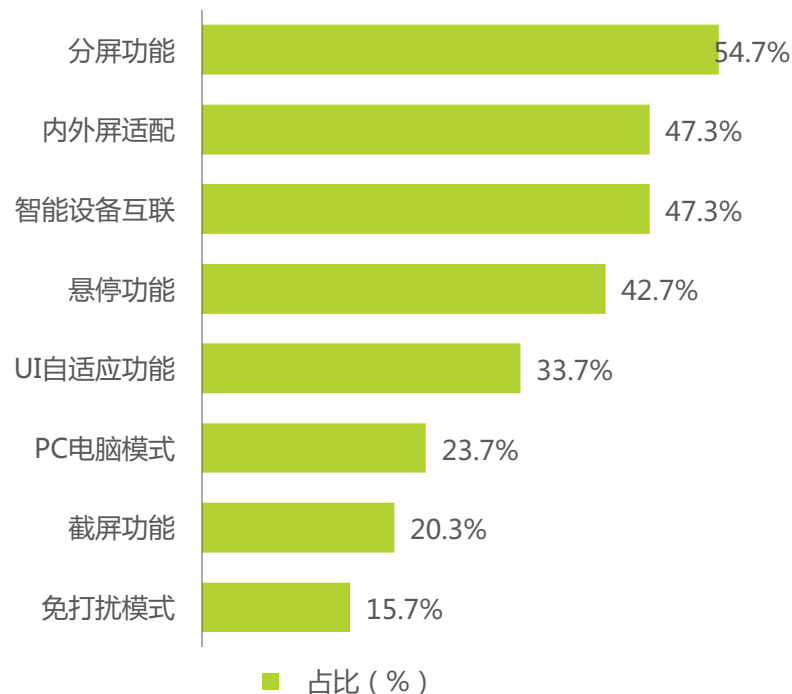
折叠屏观望用户更重视产品质量，对分屏功能格外重视

除了现有用户外，观望用户也是非常值得关注的群体。在硬件功能上，观望用户最重视产品质量，同时会关注屏幕的性能和产品重量，期待耐摔防水的可靠屏幕、更加优质的大屏观感、和轻薄便携的持握体验；在软件功能上，超半数观望用户首先关注分屏功能，期待多窗口操作带来更多便利体验，其次优先关注内外屏适配和智能设备互联。

购机硬件设备重视点



购机软件功能重视点



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

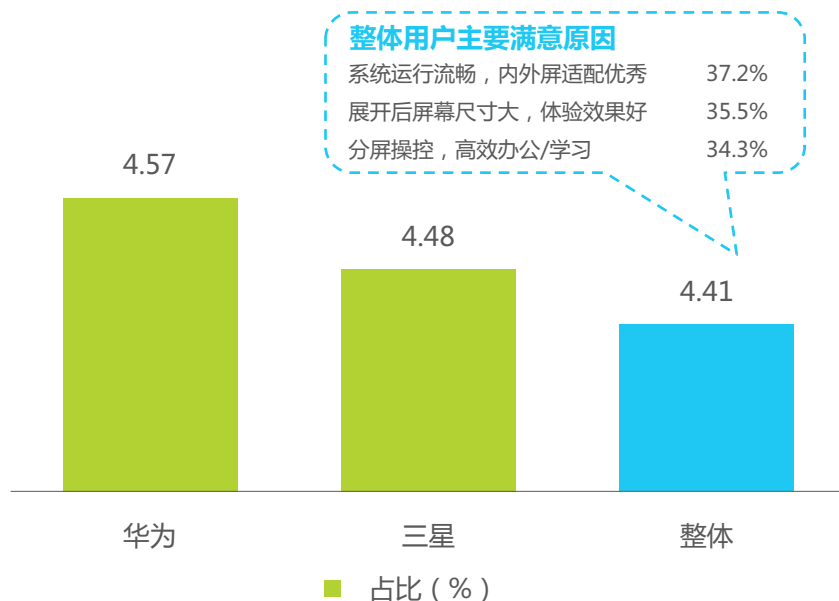
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机现有用户满意度情况

头部品牌满意度高于整体，屏幕质量、产品厚重是主要痛点

在折叠屏手机市场中，华为和三星两大头部品牌的用户满意度远高于整体均值，其中华为折叠屏手机的用户满意度较高。对折叠屏用户而言，系统流畅、大屏体验和分屏操控是主要满意因素。而折叠屏手机的用户使用痛点主要聚焦于屏幕质量、机身持握体验和产品质量上。针对屏幕质量，用户主要不满屏幕折痕明显且易碎易出划痕；针对机身持握体验，整机较沉、较厚导致用户体验差，且美观性不足；针对产品可靠性，防水防尘是用户的主要需求，并希望铰链可以更耐用。

折叠屏手机头部品牌用户满意度及整体用户主要满意原因



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机用户使用痛点

No.1 屏幕质量一般，折痕明显，不耐摔不耐磨

屏幕折痕明显	26.7%
屏幕不耐摔，容易碎屏	24.5%
屏幕不耐磨，容易出划痕	22.7%

No.2 机身厚重，持握体验差，颜值低

整机较沉，持握容易累，体验差	25.8%
折叠态太厚，外观不好看	22.7%

No.3 整机可靠性差，不防尘不防水，铰链寿命短

防尘、防水性不好	16.6%
耐用性、稳定性（铰链寿命）不佳	15.7%

样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机现有用户换机品牌流向

国内用户乐于体验折叠屏，换机最有意向选择的品牌是华为

国内折叠屏手机用户主要来自于华为、OPPO和苹果的直板机用户，其中37.6%使用折叠机的用户来自华为、20.2%来自OPPO（主要来自品牌忠实客户的支持转化），10.9%来自苹果用户（属于高端用户群体）。在未来手机机型的更换意向中，九成以上的折叠屏用户表示有继续使用折叠机的意向，其中52.3%的意向换机用户表示想使用华为的折叠屏手机，17.8%的用户想更换使用OPPO的折叠屏手机。



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

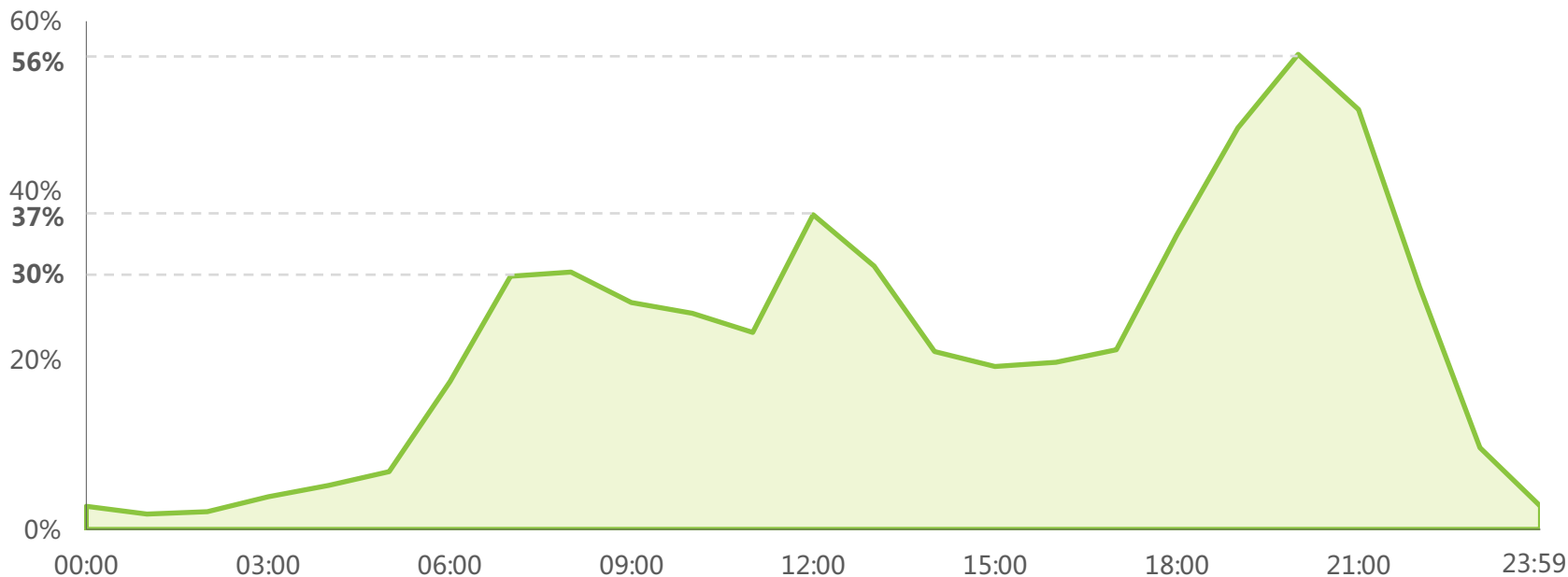
折叠屏手机用户使用习惯及未来期待

折叠屏手机现有用户使用习惯

折叠屏手机在日常休息时间使用频率较高

折叠屏手机的使用较为集中在休息时间，其中有超过半数用户会在20:00-21:00间使用折叠屏手机，并且于早餐时间的7:00-8:00、午餐时间的12:00-13:00均会较高频率的使用折叠屏手机。

折叠屏用户每日使用习惯时段频率分布



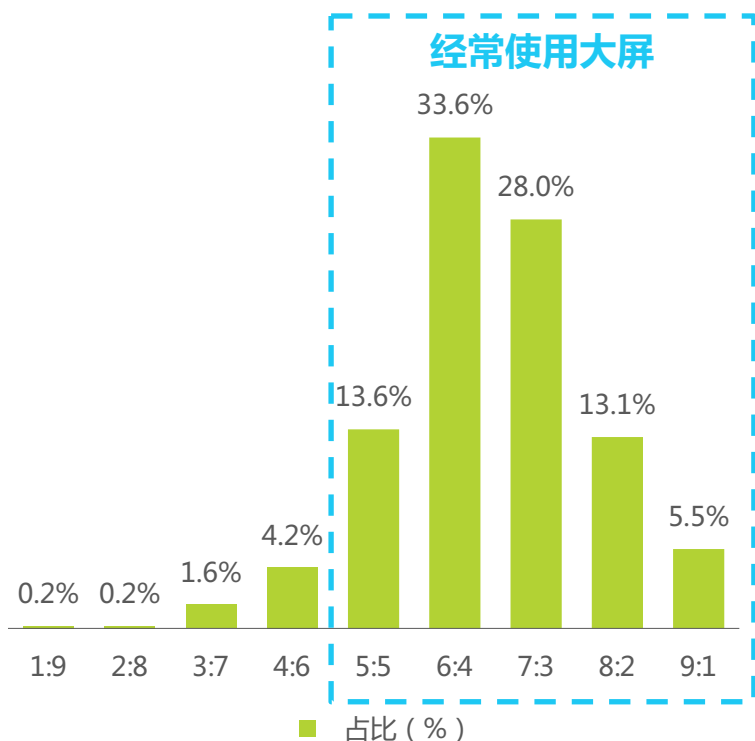
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机现有用户使用习惯

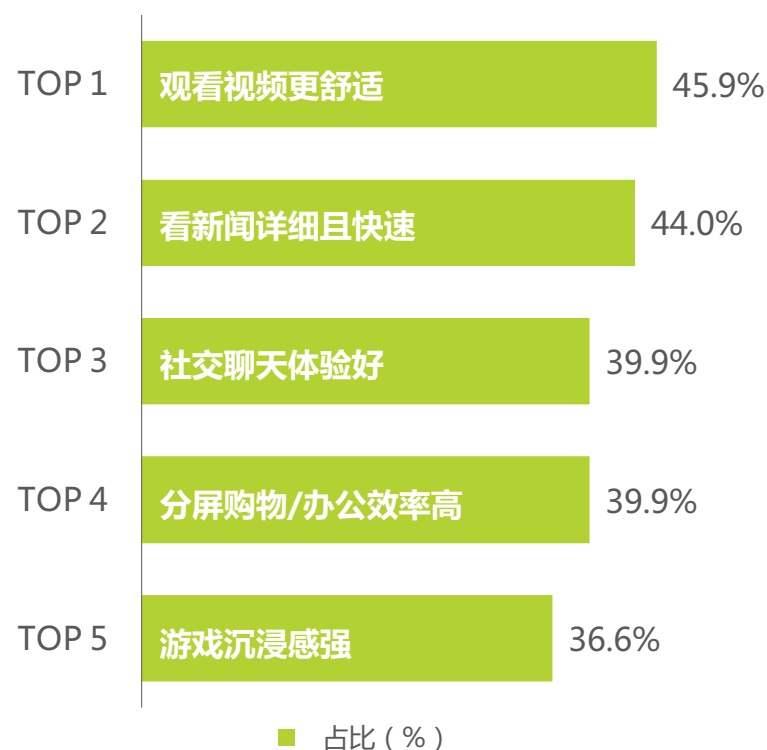
九成以上用户经常使用大屏，看视频舒适是主要爽点

从横向折叠屏手机用户的使用习惯来看，超过90%的用户更经常使用大屏，仅有6.2%的用户不常使用。用户经常使用大屏的原因主要是大屏操作更舒适更有沉浸感，如观看视频、阅读新闻、聊天刷圈和大屏游戏等，同时大屏模式下，分屏操作能让办公效率显著提高，购物时对比商品信息也更便捷高效。

横折用户使用大屏:小屏的时间比例



横折用户经常使用大屏的原因TOP5



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

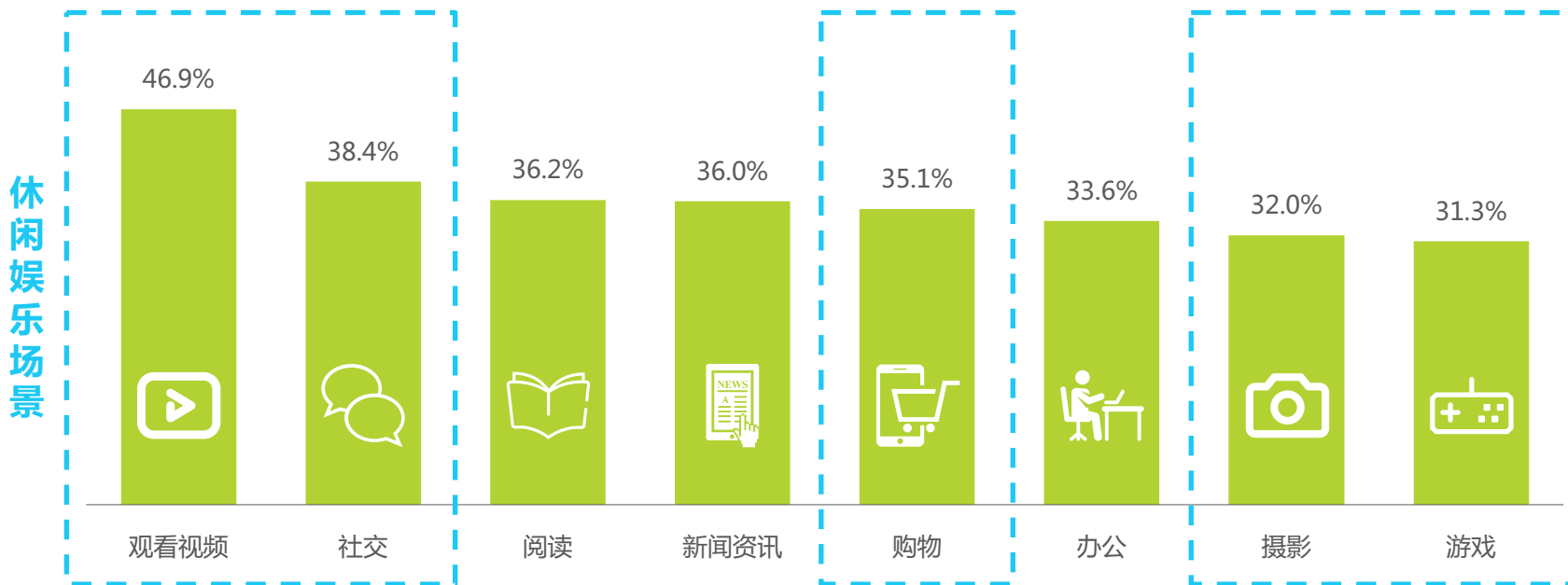
样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机现有用户使用习惯

大屏使用以休闲娱乐场景为主，其中较多用于观看视频

超过40%的横向折叠屏用户习惯在大屏形态下观看视频，大屏的沉浸感能给用户提供更多观感上的享受，同时阅读、看新闻、游戏等场景都因大屏而带来了体验的升级；社交是第二常见的大屏使用场景，多窗口的展示和分屏操作让边聊天边刷圈成为基本操作，在购物和办公时，更能满足便捷商品比较和高效工作处理的需求。

横向折叠屏用户大屏使用场景TOP8



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机现有用户未来期待

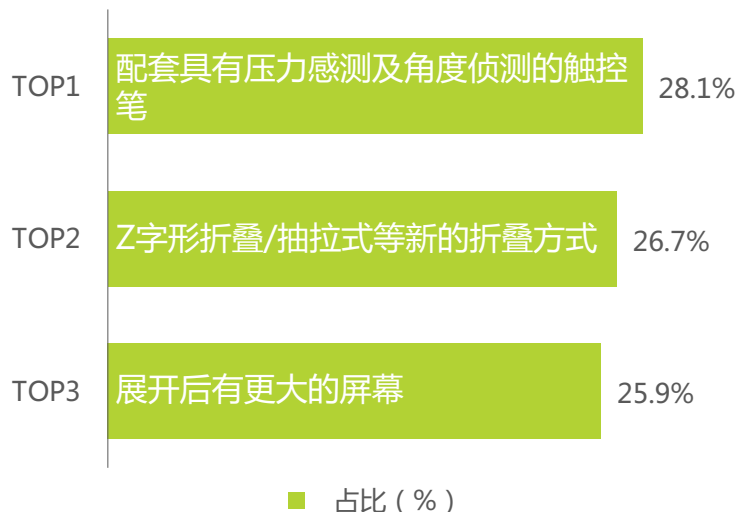
折叠屏手机现有用户对硬件配套和软件自定义更期待

折叠屏手机现有用户相对更期待软件方面的创新，对于手机界面App的灵活调控，如App窗口大小的自由缩放、App内各功能区域大小的自由调整和App之间图片、视频拖拽共享等操作均抱有期待；在硬件方面则更希望实现触控笔的配套以及在折叠方式上做出创新、大屏尺寸上实现突破。

62.6% 的用户期待硬件设备创新



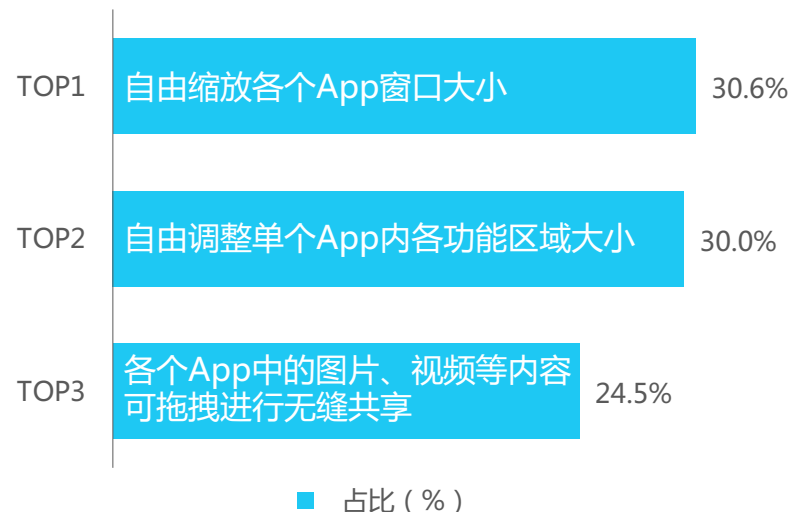
期待的硬件创新TOP3



97.6% 的用户期待软件功能创新



期待的软件创新TOP3



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机观望用户未来期待

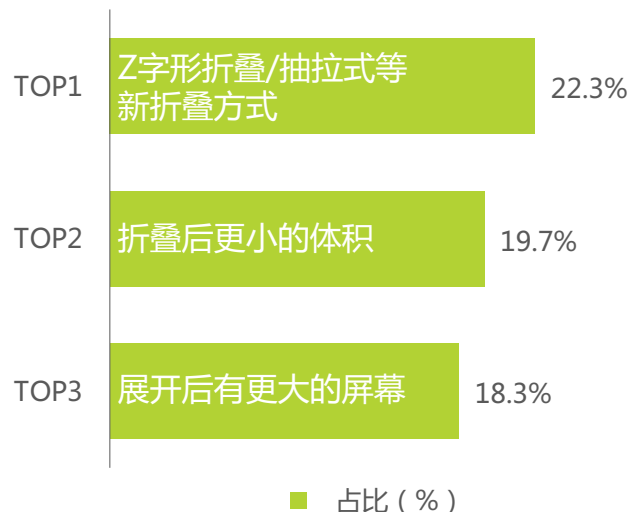
折叠屏手机观望用户对折叠形态和系统便捷流畅更期待

折叠屏手机观望用户相对更期待软件方面的创新，对于分屏状态下App的便捷操控、内外切屏时软件的切换流畅度和各App的无缝共享等功能均有一定的期待；在硬件方面则更希望在折叠方式上做出创新，同时实现折叠状态下更小的体积和展开状态下更大的屏幕。

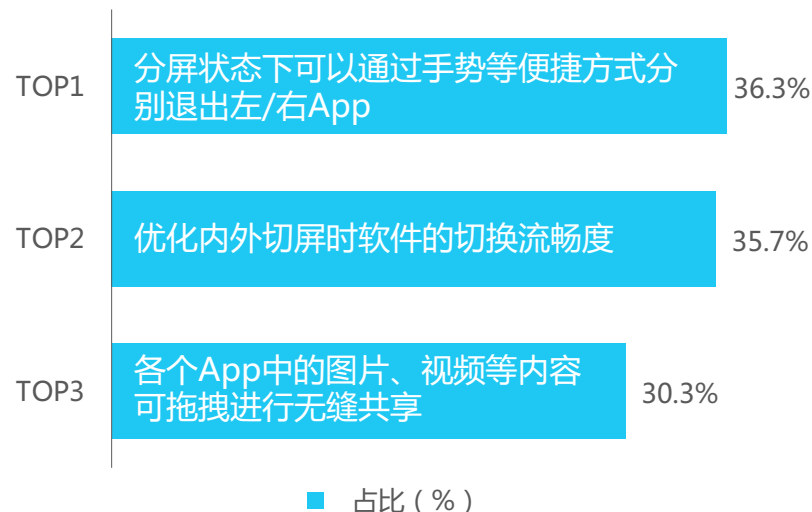
61.7% 的用户期待硬件设备创新

98.7% 的用户期待软件功能创新

期待的硬件创新TOP3



期待的软件创新TOP3



样本：N=1500，于2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

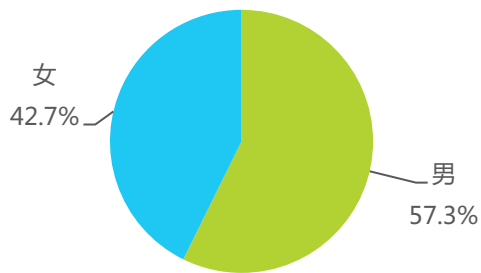
折叠屏手机用户画像

折叠屏手机横折用户画像

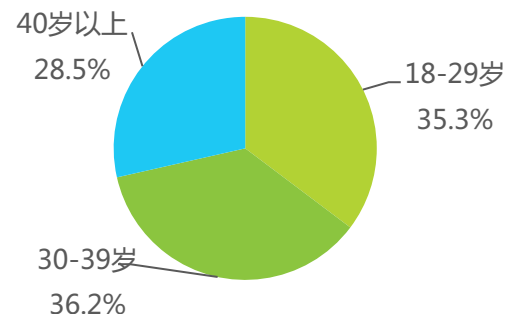
横向折叠屏现有用户多为高线城市高收入男性群体

从横向折叠屏手机用户画像来看，男性用户占比偏多，在年龄分布上相对均衡，热爱尝鲜的18-29岁年轻群体和经济收入稳定的30-39岁群体占比较高；在城市分布和收入分布上，由于横向折叠手机的价格需要一定的经济水平作为支撑，所以横向折叠屏手机的大部分消费者居住于经济条件较为优越的高线城市，并且超半数用户的收入水平在一万元以上。

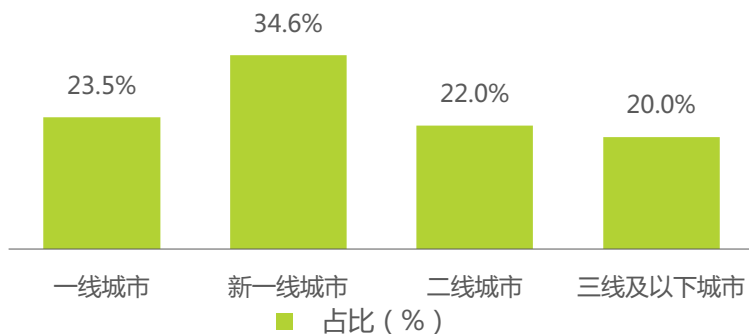
横折用户性别比例



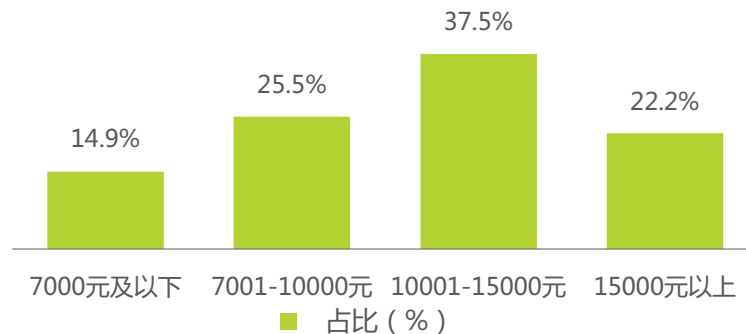
横折用户年龄比例



横折用户城市分布



横折用户收入分布



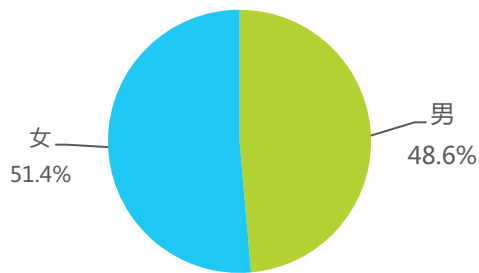
样本：N=550，分别于2022年4月和2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机竖折用户画像

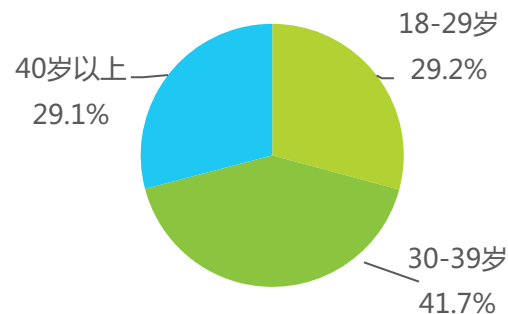
竖向折叠屏现有用户多为一线及下沉市场的中青年群体

相比横折，竖向折叠屏手机具备高端直屏手机相近的产品价格和软件适配生态，相对横折的学习成本更低，使竖折机型更受30-39岁用户群体和下沉市场欢迎。从年龄分布来看，30-39岁的中青年群体占比41.7%；从城市和收入分布来看，竖向折叠屏手机用户分布较广，高线和下沉市场均有覆盖，尤其是下沉市场用户占比突出，整体收入水平分布较为均衡。

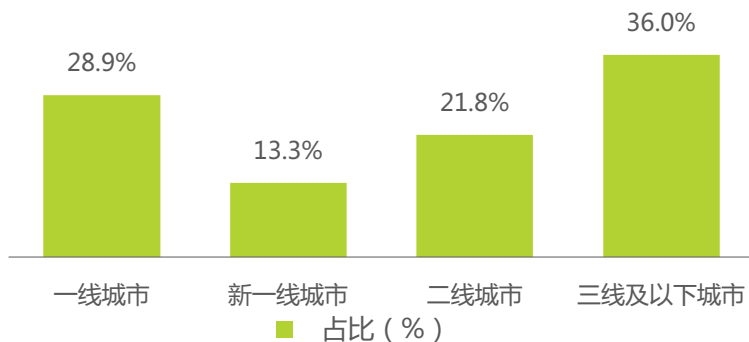
竖折用户性别比例



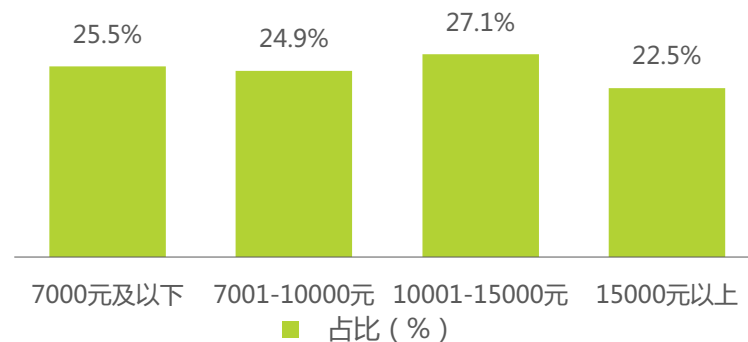
竖折用户年龄比例



竖折用户城市分布



竖折用户收入分布



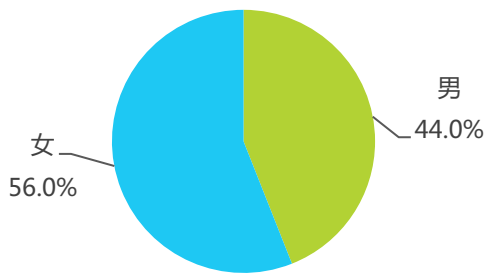
样本：N=550，分别于2022年4月和2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机观望用户画像

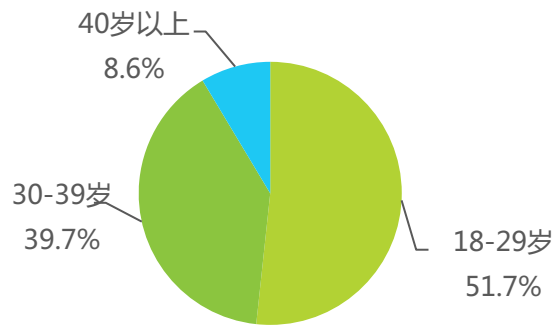
一二线城市青年女性群体对折叠屏手机的关注度较高

从观望用户画像来看，关注折叠屏手机的女性潜在用户超过男性潜在用户，以青年和中青年人群为主导，酷爱尝鲜的18-29岁年轻人占比最高，其次是经济独立性较高的30-39岁人群。女性用户对折叠屏手机的兴起正处于观望状态，加上部分折叠屏手机目前较为厚重的体积和较沉的重量，对大部分女性群体来说不够友好；但随着产品轻薄化的发展，未来女性对折叠屏手机的关注度和接受度将会进一步提升。

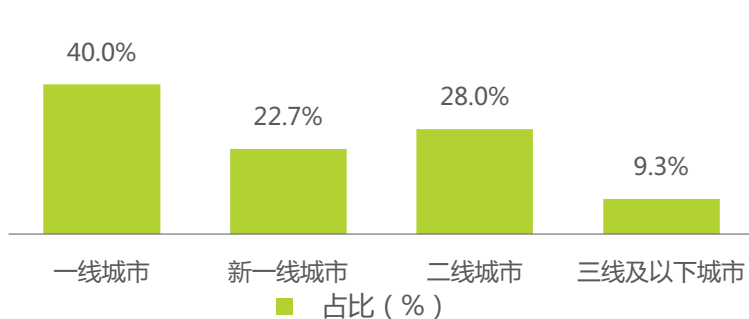
观望用户性别比例



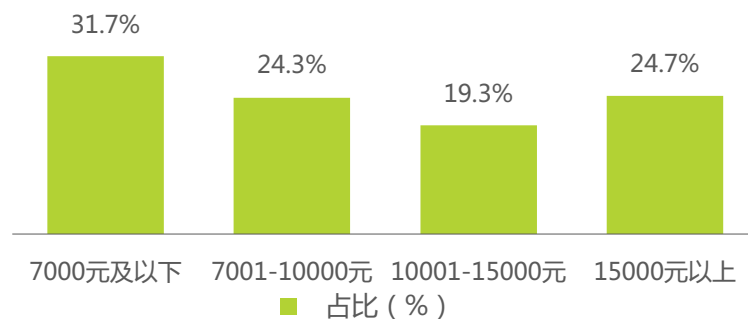
观望用户年龄比例



观望用户城市分布



观望用户收入分布



样本：N=300，分别于2022年4月和2023年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机产品现状

3

折叠屏手机用户洞察

4

折叠屏手机未来发展趋势

5

折叠屏手机发展趋势

横向折叠屏是未来主要升级方向，长期发展市场潜力巨大

折叠屏手机作为新形态产品高速发展，正处于从0到1的发展阶段，期间产品的迭代升级主要由供给侧主导，以硬件设备的创新为核心，不断向市场推出性能、配置等更优的产品。当产品趋于成熟，将会走进从1到N的快车道，此时产品的升级将由用户需求主导，而折叠屏手机功能上是为了通过大屏来提高信息获取的效率，让用户真正享受高效的生活，其中横向机型则更能让用户感受到大屏带来的畅快体验，所以在未来，横向机型会得到更多消费者的关注和青睐，并成为主要的升级方向之一。

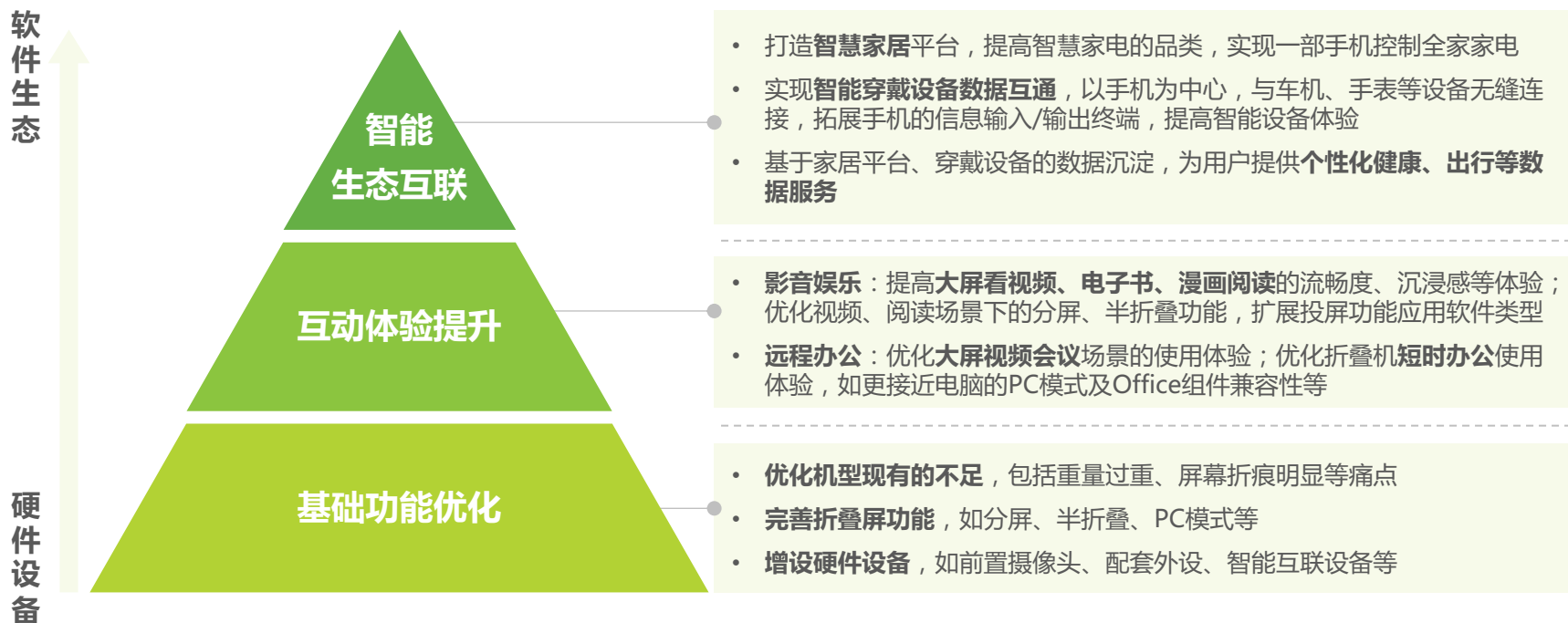


来源：艾瑞消费研究院根据公开资料、专家访谈自主研究建模并绘制。

折叠屏手机发展趋势

软件生态是折叠屏手机行业未来突破的关键方向

近几年折叠屏手机横空出世并快速成长，与其相关的硬件设备端和软件系统端也在迭代优化的路上。以硬件设备为代表的基础功能优化，是目前各品牌厂商发展的重中之重，是决定用户是否使用的关键，但未来随着科技的发展和技术的成熟，基础功能的优化会逐渐出现瓶颈，软件生态会成为优化提升用户体验的主要方向，大屏的使用率和交互程度会迅速攀升，如大屏模式下能提高短时办公的效率，与车机互联大屏控制车内温度，与家居互联大屏进行多方联动等。



来源：艾瑞消费研究院根据公开资料、专家访谈自主研究建模并绘制。

艾瑞定制化解决方案



品类拓展

多种方式帮助企业圈定未来业务中可拓展的高潜能产品品类，挖掘产品机会点，触达目标人群，实现品类拓展和业绩增长。



产品创新

为企业在产品机会点挖掘和产品创新可行性验证上提供数据分析，并通过可行性验证为企业新产品创新。



品牌定位与追踪

助力企业建立全新子品牌或品牌升级/再定位，并以品牌为抓手实现业务增长。并对企业品牌进行长期监测，提出品牌建设及运营建议。



TMIC isv服务

依托TMIC阿里天猫创新中心的isv认证以其数据资源和艾瑞的专家资源，为品牌的新品创新全流程提供服务。包括寻找新品机会方向、产品创意、新品概念测试优化与上市市场模拟。



人群洞察

为企业提供360度全景用户画像，亦可通过定制化研究分析用户的购买动机、场景、需求等U&A和人群细分研究，助力企业理解用户。



CEM-客户体验

顾客体验管理系统开发与洞察。通过多元数据（大小数据结合）为企业定制顾客体验管理体系与系统开发，定期监测顾客体验的变化并提供顾客体验优化洞察。



社群洞察运营

依托大数据源（如TMIC等）搭建真实的品牌目标人群社群。持续运营公有社群为特定品牌提供快速真实的调研洞察服务，也可为品牌提供私有社群搭建和持续运营洞察服务。



营销策略及效果

覆盖广告投放前中后全链路，为企业提供投前策略分析、投中KPI监测及投后效果分析。为企业持续提高广告投放ROI、降低获客成本及提升品牌资产提供数据依据。

关于艾瑞



艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

合作说明

该报告由财联社和艾瑞共同发起，旨在体现行业发展状况，供各界参考。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询