



艾 瑞 数 智

从“猎奇”到“信赖” 折叠屏手机用户发展洞察报告

CONTENTS

目 录

01 折叠屏手机行业发展现状

02 折叠屏手机品牌竞争现状

03 折叠屏手机用户消费心理洞察

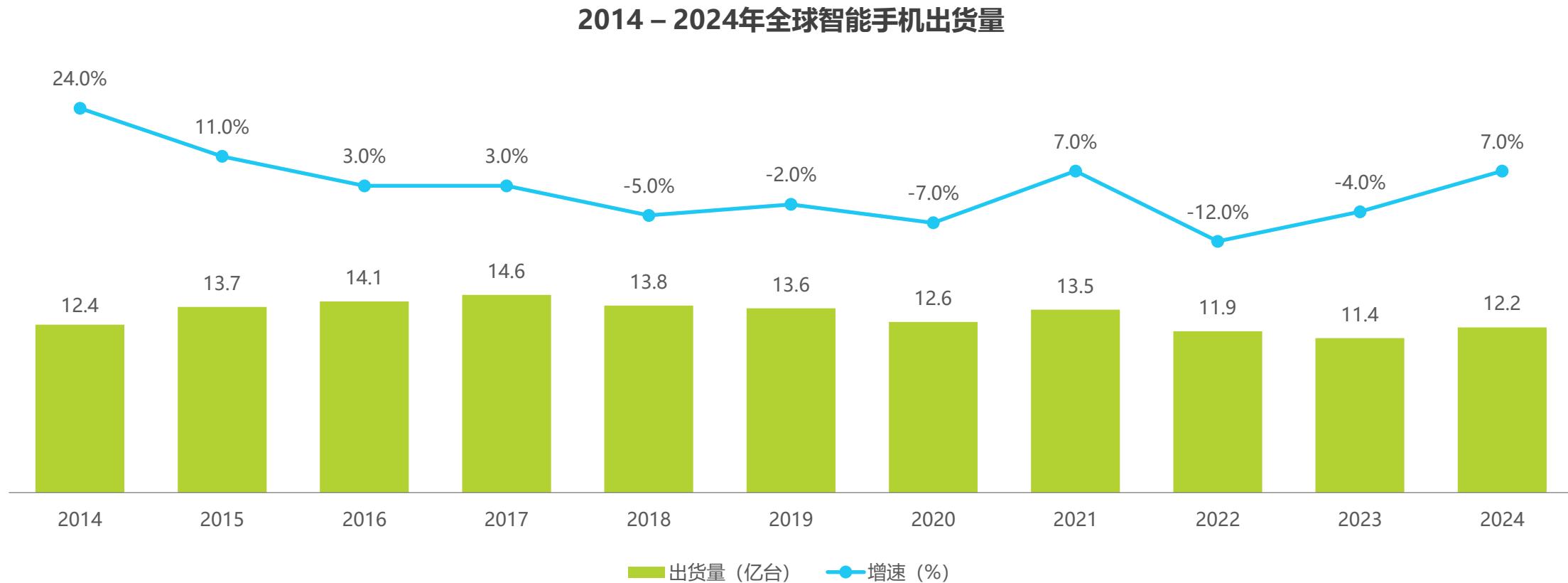
04 折叠屏手机用户使用及需求洞察

05 折叠屏手机产品未来趋势

01 / 折叠屏手机行业发展现状

全球智能手机市场已全面进入存量竞争

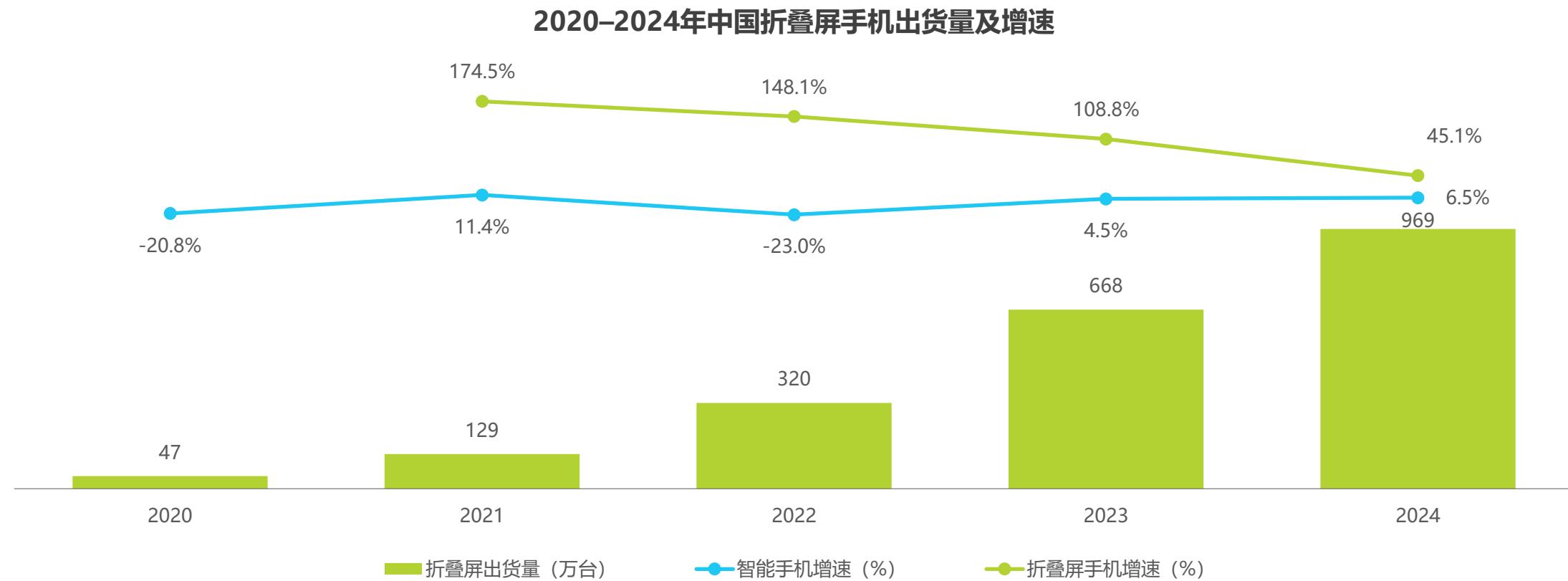
2014年-2017年期间，智能手机市场仍处于增量发展阶段，全球出货量由12.4亿部增长至14.6亿部的峰值。自2017年起，市场进入存量竞争阶段，年均出货量下降约2.52%，至2024年全球智能手机出货量已降至12.2亿部。



来源：Omdia，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

折叠屏手机成为突破市场增长瓶颈的战略方向

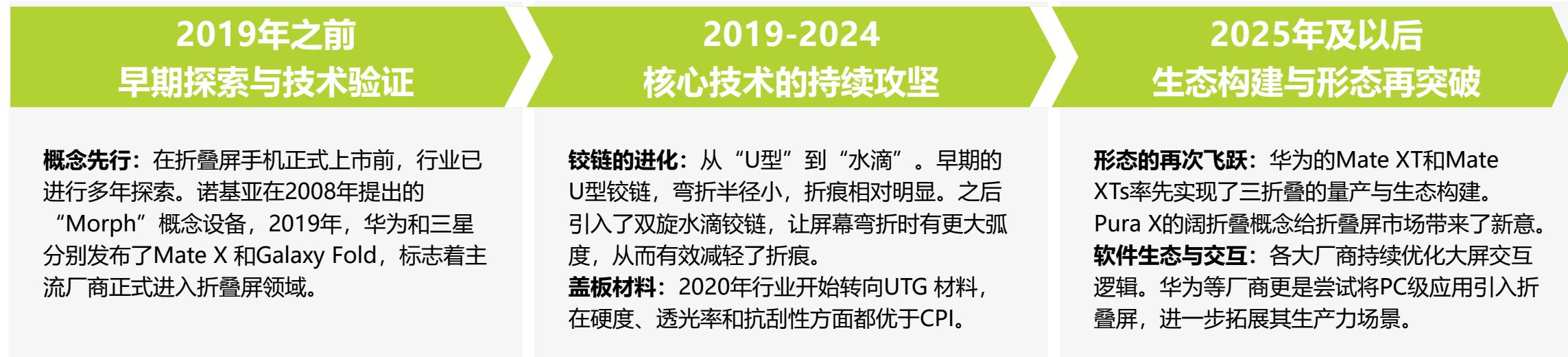
直板智能手机市场已趋于饱和，近年来增长势头放缓。各大厂商亟需通过创新产品形态以开拓高端市场。折叠屏手机凭借“形态革新”重新定义了用户体验，2022年-2024年出货量均保持高速增长，已成为智能手机实现技术突破与品牌升级的重要战略载体。



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

折叠屏手机技术发展历程

折叠屏技术历经从概念探索、核心硬件可靠性攻关，到软件生态优化及形态边界拓展的持续演进过程。当前，折叠屏手机正朝着更高耐用性、更优用户体验以及更多样化形态的方向加速发展。



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

折叠屏手机产业链图谱

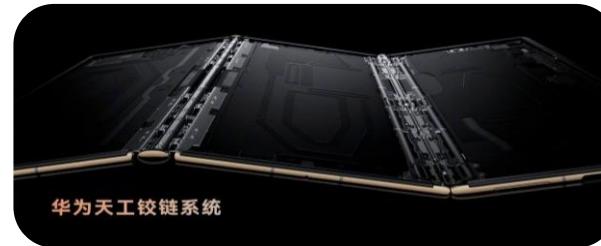
折叠屏手机产业链主要涵盖上游原材料供应、中游折叠屏手机设计及制造及下游终端线上线下销售三大环节。当前以华为、三星等为代表的手机厂商，凭借雄厚技术实力和市场影响力，引领折叠屏产业链各环节协同共进，加速推动整个产业链向前发展，为折叠屏手机市场发展注入强大动力。



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

折叠屏全产业链协作，推动用户体验跃升

折叠屏手机制造商凭借强大的技术实力与市场影响力，引领产业链各环节协同发展，推动折叠屏产业持续进步。



华为携手生态伙伴，创新铰链产品形态设计，推动铰链耐用性标准提升

- 华为Mate XT的天工铰链系统，具备双轨联动结构，集成一体连杆与滑动弧臂，有效降低转轴整体厚度。上游供应商宜安科技、精研科技等企业深度参与研发，创新应用新材料，增强铰链中轴耐久性能，提升铰链整体质量。



华为鸿蒙系统突破设备交互界限，帮助用户在手机实现PC体验

- 由于设备交互方式不同，电脑依赖键鼠，手机更侧重触控，导致单一设备无法融合各自体验。依托鸿蒙的全场景分布式能力，Mate XTs成功打破了交互限制。
- 首次将PC级交互体验引入移动终端，不仅实现PC版WPS、Wind及万兴脑图等生产力软件兼容运行，还支持PC级多窗口交互模式，配套星闪键盘、手写笔等外接输入设备，在智能手机平台上完整还原桌面级操作体验。

中国折叠屏以技术、成本与市场重构全球竞争格局

中国折叠屏手机产业链在长期的技术积累基础上逐步趋于成熟，相关技术水平已达到国际先进标准，高度集中的制造集群有效释放了成本优势，推动形成“技术—成本—市场”之间良性循环，依托本土创新能力和规模化制造体系，将持续引领全球折叠屏产业的发展进程。

中国折叠屏产业链在核心技术、成本控制与市场创新取得重要突破



1

市场与形态创新

2025年前3季度华为以近70%份额主导市场，预计25年中国出货量达947万台；华为发布全球首款商用三折叠，引领三折叠新形态技术升级与产业链协同创新。

2

成本驱动产品普及

供应链集群效应使折叠屏手机价格主要集中下探区间至5000-7000元，推动产品从“高端尝鲜”转向“大众常用”，加速市场渗透与消费普及化进程。

3

折叠屏手机技术全球领先

国内企业铰链设计进一步突破，轻薄化和折叠寿命达国际第一梯队；屏幕材料选用创新，提出多种UTG+复合材料叠层技术方案，率先实现UFG玻璃量产。

4

供应链本土化

UTG超薄玻璃、铰链等核心部件国产化率显著提升，京东方、精研科技、凯盛科技等企业实现关键替代，国产UTG良率升至80%，铰链成本下降50%。

中国折叠屏手机厂商积极参与行业标准制定

国家标准与团体标准为柔性显示、机械耐久性及环境适应性等关键技术建立了统一的测试基准，有力推动了市场的规范化发展与规模化应用；手机厂商通过制定布局规范、交互体验等体验设计原则，主导构建生态标准，其中部分企业产品已堪称行业标杆，我国在折叠屏领域正逐步从“技术跟随者”向“规则制定者”转变。

现阶段折叠屏行业主要的国家标准和团体标准

YD/T 6399-2025《移动智能终端卷曲性能技术要求和测试方法》

由华为、小米、中国信息通信研究院等主流厂商和机构起草。针对卷曲屏性能标准，覆盖基本功能、光学、机械与环境可靠性。

GB/T 43445-2023《信息安全技术 移动智能终端预置应用软件基本安全要求》

规定智能终端（主要指智能手机）中预置应用软件基本安全要求，适用于终端研发、生产、测试。

GB/T 38001.61-2019《柔性显示器件 第6.1部分：机械应力试验方法》

为屏幕可卷曲的移动智能终端（例如未来可能出现的卷曲屏手机）确立统一技术与测试规范。

手机厂商制定的标准、规范

品牌	标准	重点内容
华为	《折叠屏&平板应用体验评估标准》	为折叠屏应用构建精细化的体验评估体系，规范生态发展。
华为	《折叠屏移动智能终端人机界面设计及开发指南》	提供UX设计原则和开发指导，帮助开发者进行折叠屏适配和创新。
OPPO、小米	《移动终端用折叠显示屏技术规范》	中关村标准化协会发布团体标准。规定移动终端用折叠显示屏要求及检验方法。

标杆级产品表现

轻薄

华为三折叠展开后最薄
3.6mm为现阶段最薄表现。



耐久

华为nova Flip为首次通过**120万次弯折测试**的折叠屏手机，并获得SGS认证。



折叠屏手机产品形态多元化，华为技术路线领先

当前折叠屏市场呈现形态多样化，现有的折叠类型分为横向折叠、竖向折叠、三折叠及阔折叠四大类，横向折叠和竖向折叠作为常规形态，手机厂商多数产品均采取上述产品形态。华为的三折叠与阔折叠作为创新形态，相较其他品牌，差异化明显，技术路线上处于领先地位。

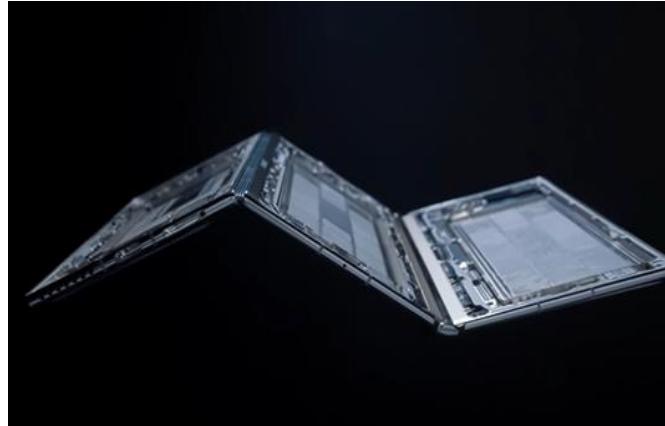
	华为	三星	OPPO	vivo	小米	荣耀	moto	努比亚
横向折叠	Mate X7 	W26 	Galaxy Z Fold7 	Find N5 	X Fold5 	MIX Fold 4 	Magic V5 	
竖向折叠	Pocket 2 	nova Flip S 	W25 Flip 	Galaxy Z Flip7 	Find N3 Flip 	X Flip 	MIX Flip 2 	Magic V Flip2 
三折叠	Mate XTs 非凡大师 							
阔折叠	Pura X 							

来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

折叠屏铰链技术日趋成熟完善，耐久性获得用户认可

折叠屏铰链技术日趋成熟，使用寿命可满足用户实际使用需求。制造商正从多层面推进创新，突破现有产品形态局限，采用新型材料以增强铰链的物理性能，融合智能技术以提升制造精度，全面优化产品品质与生产良率。

结构设计：三折叠形态创新



在铰链结构设计方面，制造商持续进行技术创新，以榫卯式缓震结构替代传统齿轮机构，并结合碳纤维材质门板以实现铰链轻量化。

引入双轨架构，借助一体连杆与滑动弧臂配合，达成内外屏幕同步弯折，创新应用双铰链系统，推动三折叠形态技术突破与产品创新。

材料选用：复合材料增强减重



在铰链材料选用方面，为进一步提升铰链自身的耐久性与轻量化水平，各厂商相继采用新型材料以增强铰链部件结构强度、减轻重量。

华为在铰链中使用航天级钢材，强度达2400MPa，荣耀应用抗压强度达2300MPa第二代盾构钢，使轴盖抗冲击能力提升25%。

制造工艺：AI检测提升精度

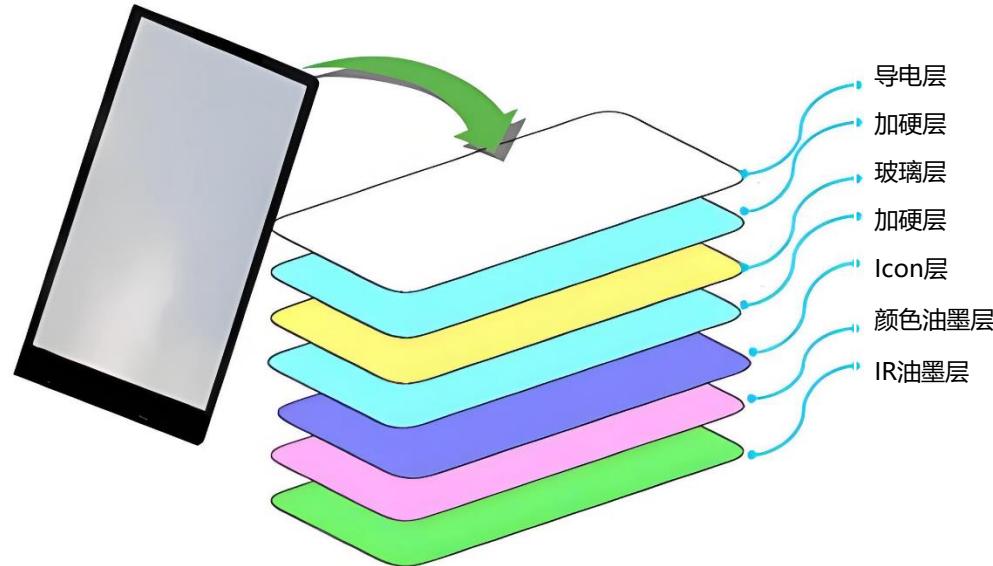


在铰链制造工艺上，为确保部件加工精度，以金属注射成型（MIM）为主，液态金属与3D打印技术为辅逐步成为铰链生产主流方案。

为进一步提高铰链加工精度，铰链制造商引入人工智能大模型对部件实施检测。将组装筛选的精度提升至0.003毫米水平。

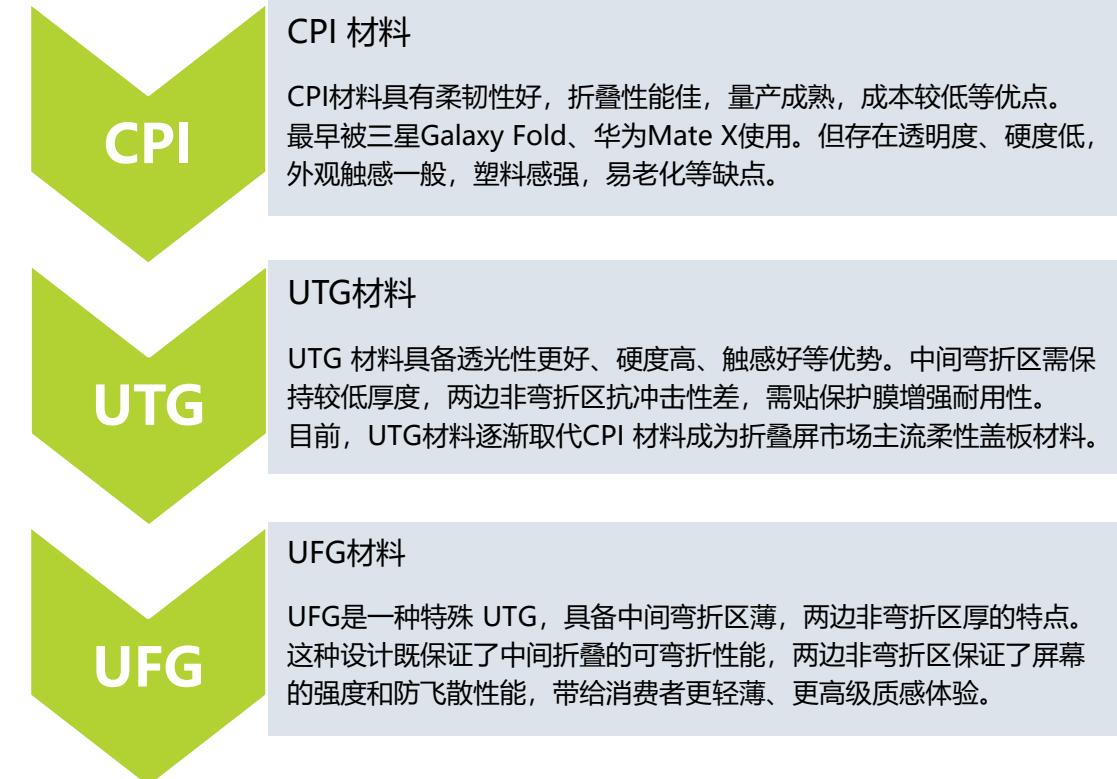
UTG+复合材料成为折叠手机盖板主流解决方案

折叠屏手机的独特产品属性要求盖板材料既要有良好柔韧性，又要兼顾足够硬度。折叠屏手机发展初期盖板多采用CPI材料，随着应用深入，CPI材料透明度、硬度、质地偏软、塑料感等缺陷逐渐明显。当前UTG材料方案成为行业主流。展望未来，折叠性能更优、抗冲击能力更强UFG材料有望成为下一代盖板玻璃关键技术路径。



盖板玻璃通常有7层结构，其内表面与触控模组和显示屏紧密贴合、外表面有足够的强度，达到对显示屏、触控模组等保护，**是实现折叠的核心部件。**

折叠屏手机厂商对盖板技术的发展进程



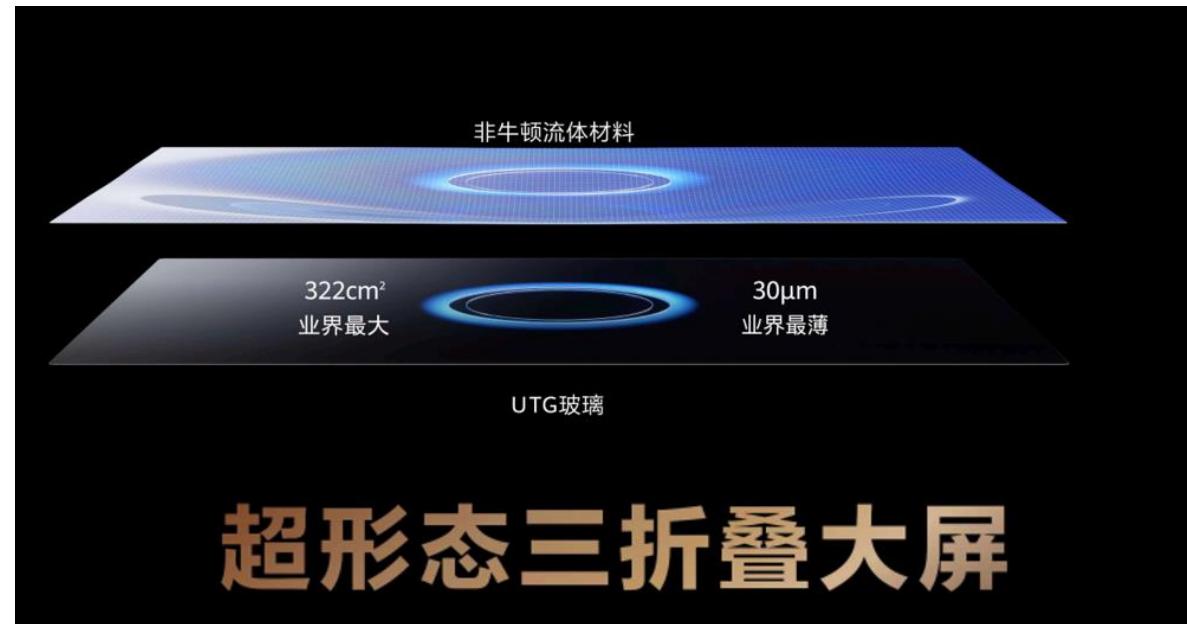
复合叠层让折叠屏手机更“抗造”、更“轻盈”

为提升折叠屏手机抗冲击性能，制造商普遍采用玻璃与特殊材料复合叠层结构，增强产品耐用性、轻量化水平。

华为：UTG玻璃+非牛顿流体材料

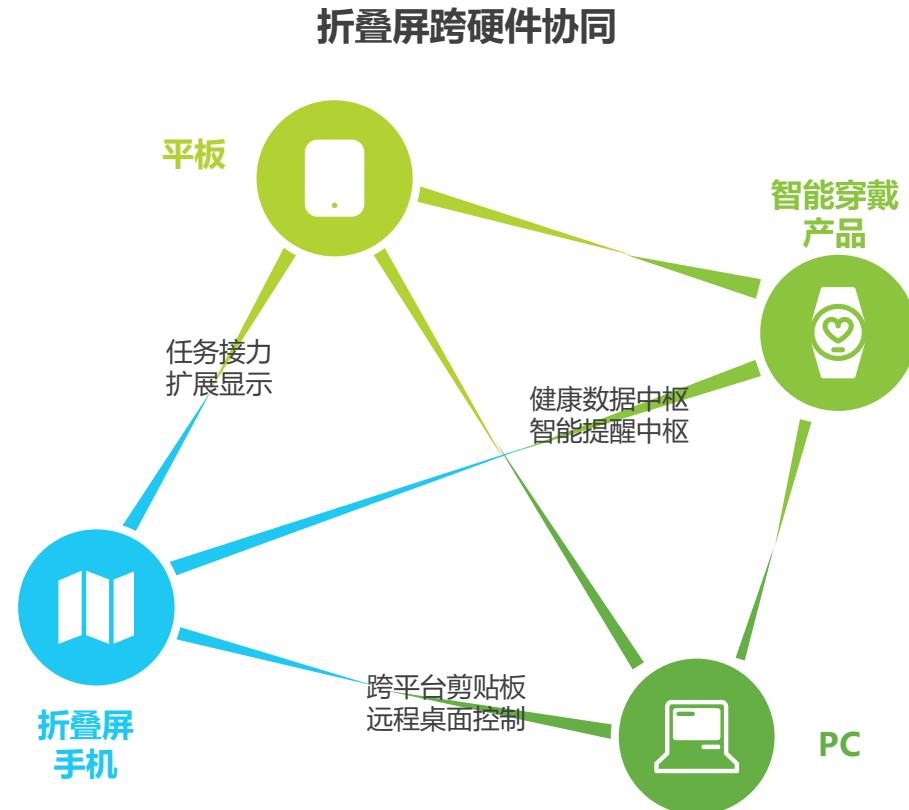
华为Mate XTs通过UTG玻璃与非牛顿流体材料的复合叠层设计，达到纤薄与耐用兼顾。

采用30μm超薄柔性玻璃，具备高硬度、高透光率和耐弯折特性。非牛顿流体材料选用透光率强的高透聚硅氧烷，“遇强则强、遇柔则柔”。这种复合叠层设计使Mate XTs屏幕抗冲击性能实现了30%的提升。



折叠屏手机从单一设备到跨设备构建协同体验生态

通过折叠屏手机与平板、智能穿戴、PC等设备的深度联动（如任务接力、扩展显示、跨平台剪贴板），推动硬件技术、软件生态及跨系统协同的创新突破，最终实现从“单设备形态创新”向“多设备智能中枢”的转型，通过生态重构提升用户场景价值，引领行业从“小众高端尝鲜”向“主流生产力工具”渗透。



技术挑战

- ◆ 硬件限制：电池续航、散热效率因机身空间受限，需通过高密度电池技术与散热材料创新突破物理限制。
- ◆ 软件生态：需从“硬件适配”转向“场景化体验”，支持手机/平板/PC自动切换界面，优化大屏分屏、悬停交互等场景体验。
- ◆ 生态壁垒：跨设备协同需打破操作系统（Android/iOS/鸿蒙/Windows）的生态壁垒，通过统一账号体系、云端算力扩展实现设备间功能联动。

未来趋势

场景化应用（如商务办公、内容创作）与生态整合（如鸿蒙的多形态融合）释放价值，折叠屏将最终演变为“智能互联中枢”。



鸿蒙系统

华为依靠自研操作系统和庞大的产品线，专注于优化自身生态内手机、平板、电脑等设备的协同体验，生态内体验无缝流畅。核心内容如：碰一碰传输、多屏协同、跨设备任务接力等。

折叠屏手机软件生态的构建与体验持续优化

通过人工智能驱动场景化交互与跨设备协同机制优化用户体验，依托动态化开发框架及配套开发者工具降低应用适配成本，推动操作系统向“软件定义硬件”方向演进（如鸿蒙系统分布式协同架构），实现从“以手机为中心的扩展思维”向“以轻办公核心需求为导向”的转型，进而促进功能兼容性的统一，打破生态割裂的局面。



1

交互体验

现状：实现了分屏多任务等基础功能。华为等厂商引入了PC级应用，提升生产力。

挑战：多任务体验不彻底，应用间数据拖拽等高级功能支持不佳；许多功能仍是“手机思维”的放大，未真正触及“轻办公”核心痛点。

发展方向：AI驱动交互：根据场景自动调整界面和功能；实现更深入的跨设备协同，成为互联中枢。

2

应用层适配

现状：主流应用已完成基础适配，但大量应用仍只是简单拉伸，未针对大屏优化布局。

挑战：开发成本高，需针对不同折叠状态设计多套UI；应用界面在折叠屏上可能出现显示不全、布局混乱等问题。

发展方向：研发新的开发框架，以更高效地实现动态布局；强化开发者工具，降低适配成本。如：鸿蒙系统与合作伙伴联合深度调优，让多品类设备的性能提升了15%，续航提升了35min以上。

3

系统级支持

现状：安卓系统开始支持动态适配屏幕尺寸；鸿蒙系统在分布式协同和PC级应用上领先。

挑战：不同厂商对安卓标准差异大，生态割裂；系统级适配的深度和广度有待统一。

发展方向：走向“软件定义硬件”。操作系统需更深度地为折叠形态设计交互逻辑，而非简单扩展。



最新鸿蒙系统中，小艺可以做到下单购物、订机票、调节音量等更深入的功能。



AI 智能体与折叠屏手机融合应用

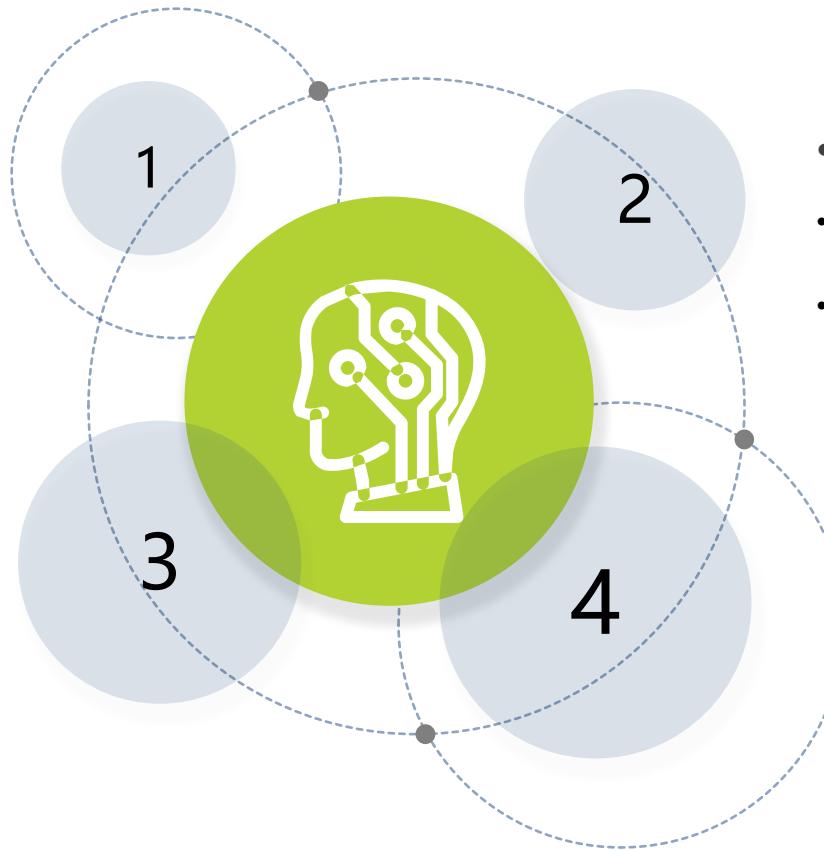
AI智能体与折叠屏的结合，实现了从“单任务处理”到“多任务并行”的效率跃升。华为以全栈AI与鸿蒙生态在端云协同上领先；三星则将AI深度融入折叠屏的办公与创作；而vivo正全力押注轻量化的端侧模型，它们共同推动了折叠屏手机交互的变革，重新定义了移动智能终端的交互范式与生产力边界。

交互方式

- 从“你问我答”的被动指令，转向基于多模态感知和意图理解的主动服务。
- 交互更自然、高效，设备能预判需求，减少手动操作步骤。

交互空间

- 折叠屏展开后提供PC级大屏幕，为AI智能体实现“双屏并行协作”提供了物理基础。
- 实现多任务并行处理，信息呈现更充分，大幅提升复杂任务的处理效率。



任务处理

- 从单点响应升级为自动化执行闭环，能自主规划、调用工具并完成复杂任务链。
- 将用户从多步骤的繁琐操作中解放出来，真正实现“一句话办成事”。

智能协同

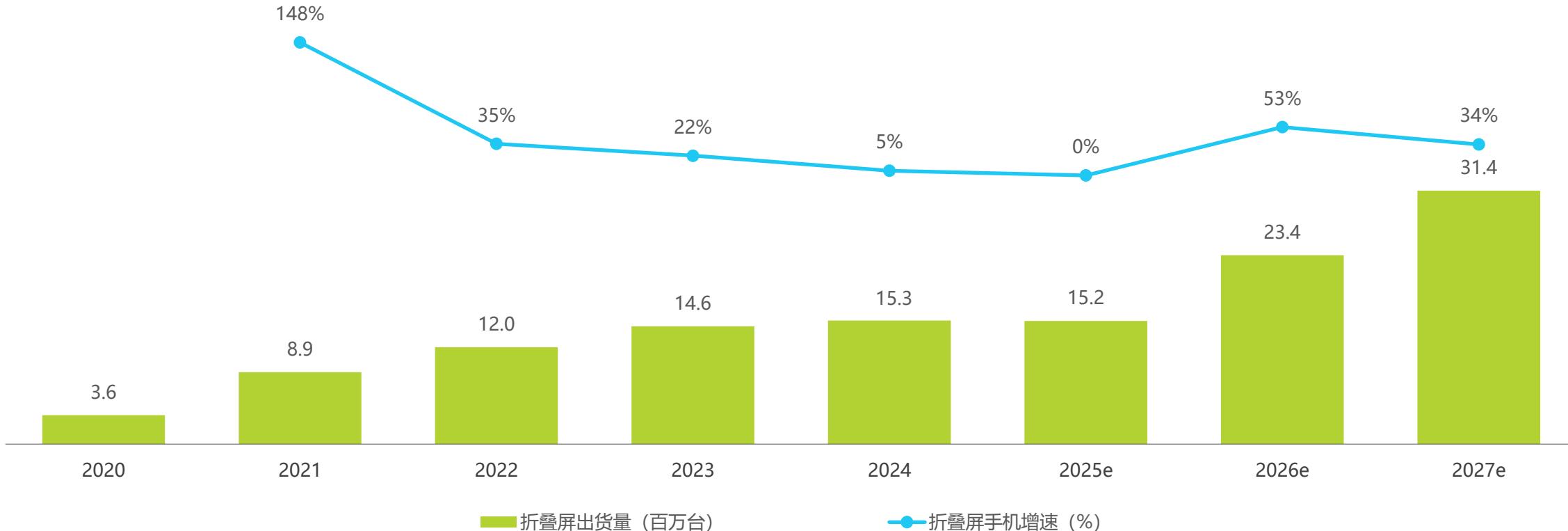
- **生态协同：**支持跨品牌、跨系统的互联互通，AI智能体可跨设备调度服务与数据。
- **多智能体协同：**让手机中的多个智能体实现跨场景、跨应用的智能协作，提升效率并解决单一智能体难以处理的复杂任务。

02 / 折叠屏手机品牌竞争现状

2026年或将成为折叠屏智能手机发展关键年

Canalys数据显示，2025年H1折叠屏智能手机全球出货量为660万台，预计2025全年出货量实现0.1%同比增长。尽管，折叠屏主流厂商通过采取降低售价、扩展SKU等方式来寻求增长，整体需求依旧承压。三星发布三折叠产品吸引新用户，传闻的苹果折叠产品有望带动品类讨论度，2026年或成为折叠屏复苏关键年。

2020–2027年全球折叠屏手机出货量及预测

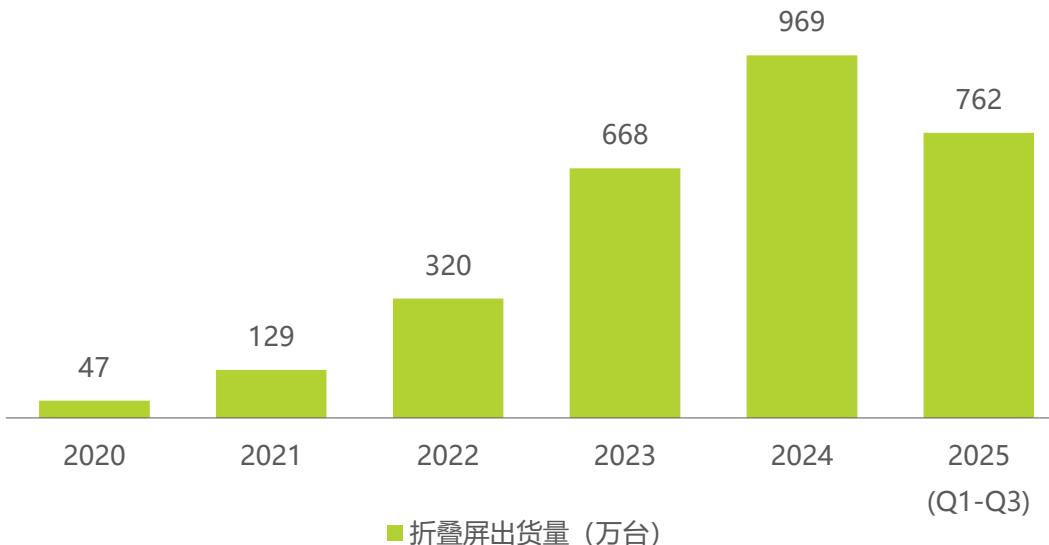


来源：Omdia (Canalys)，艾瑞消费研究院自主研究及绘制

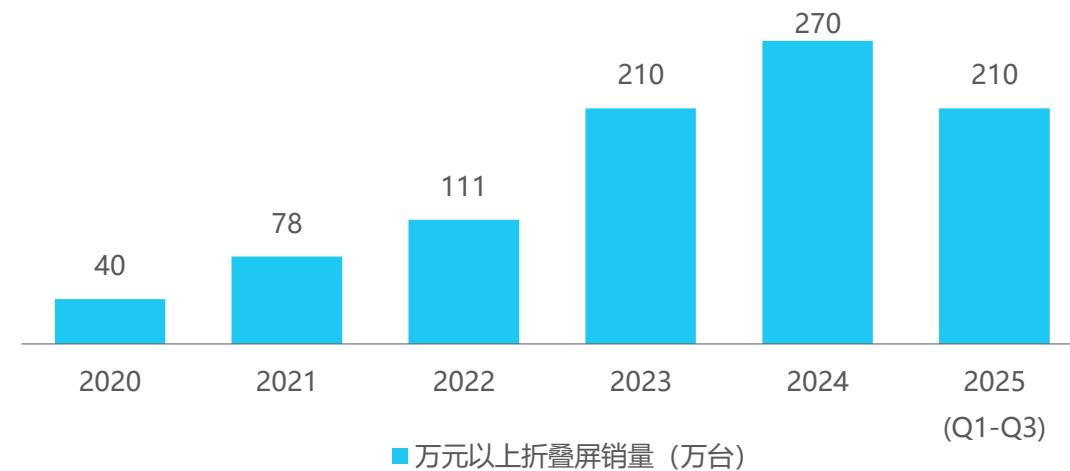
中国折叠屏手机市场不断增长

2024年，中国折叠屏手机出货量达969万台，2025年前三季度出货量也达到762万台，其中，2024年万元以上折叠屏手机270万台，销量同比增长60万台，市场整体呈现稳步增长态势。

2020–2025Q3年中国折叠屏手机出货量



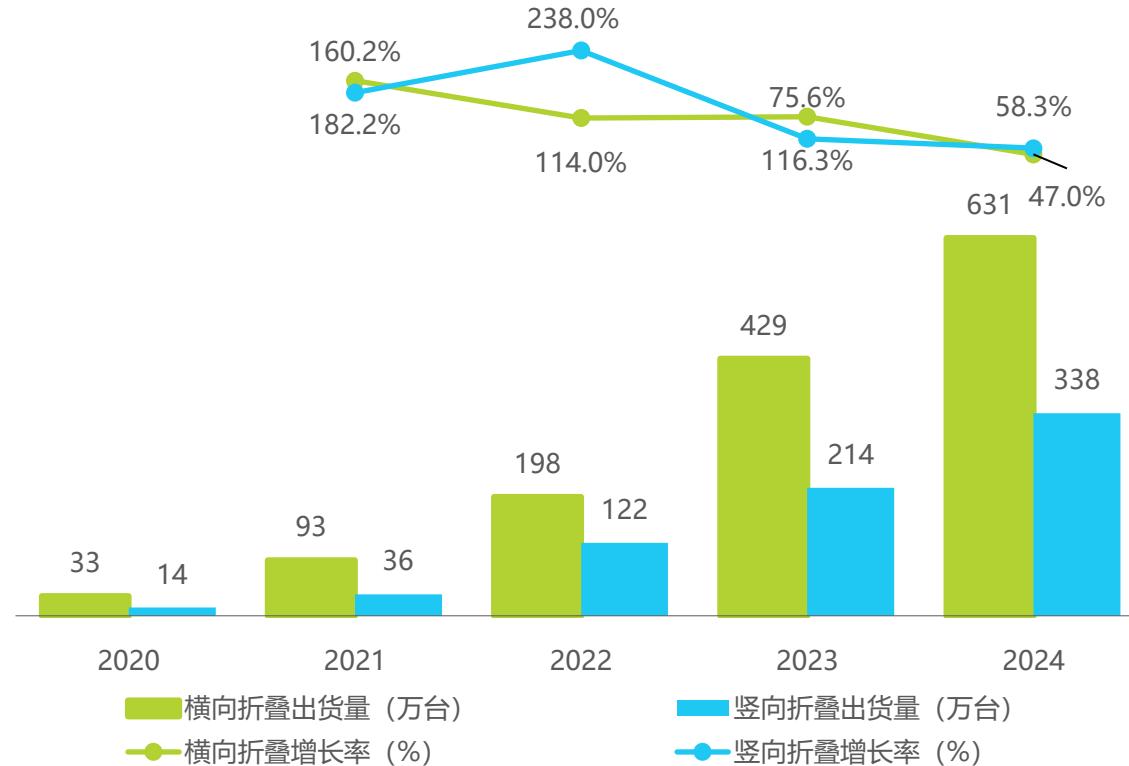
2020–2025Q3年中国万元以上折叠屏手机销量



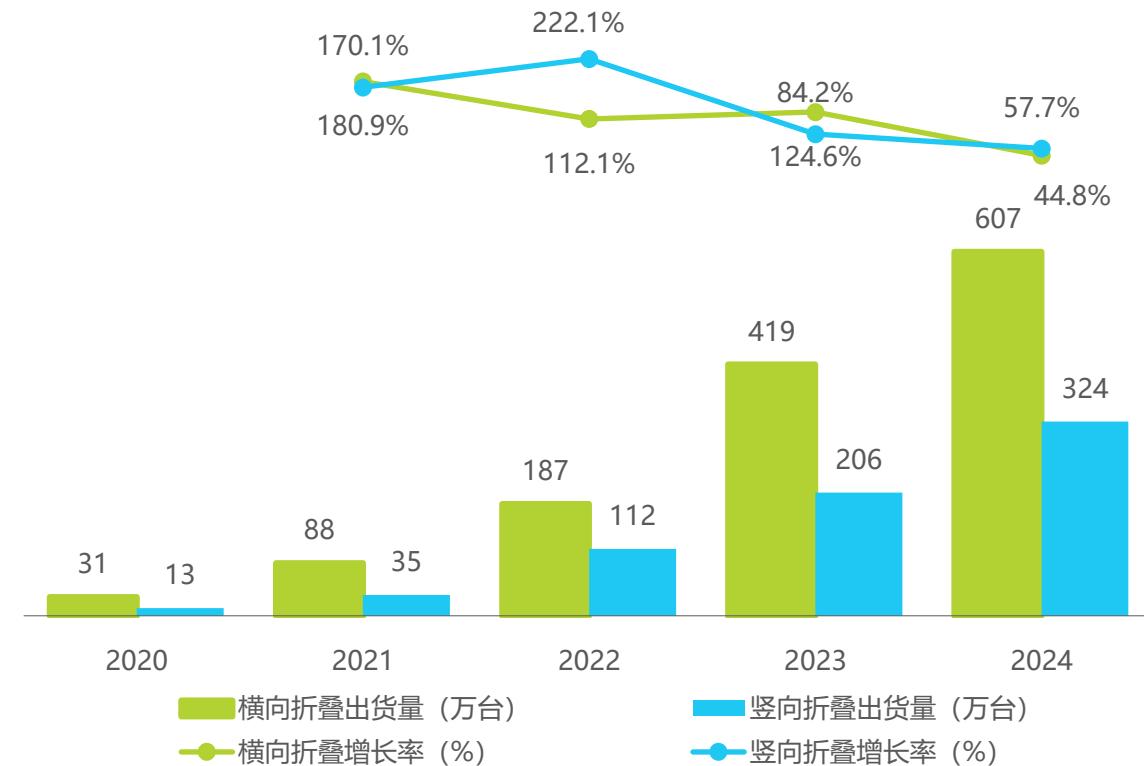
横向折叠屏手机目前仍是折叠屏市场发展主流

从数据来看，2024年横向折叠屏手机的出货量631万台，销售量607万台，远超竖向折叠屏手机，依旧是折叠屏手机行业的主流品类。

2020-2024年中国横折/竖折叠手机出货量及增速情况



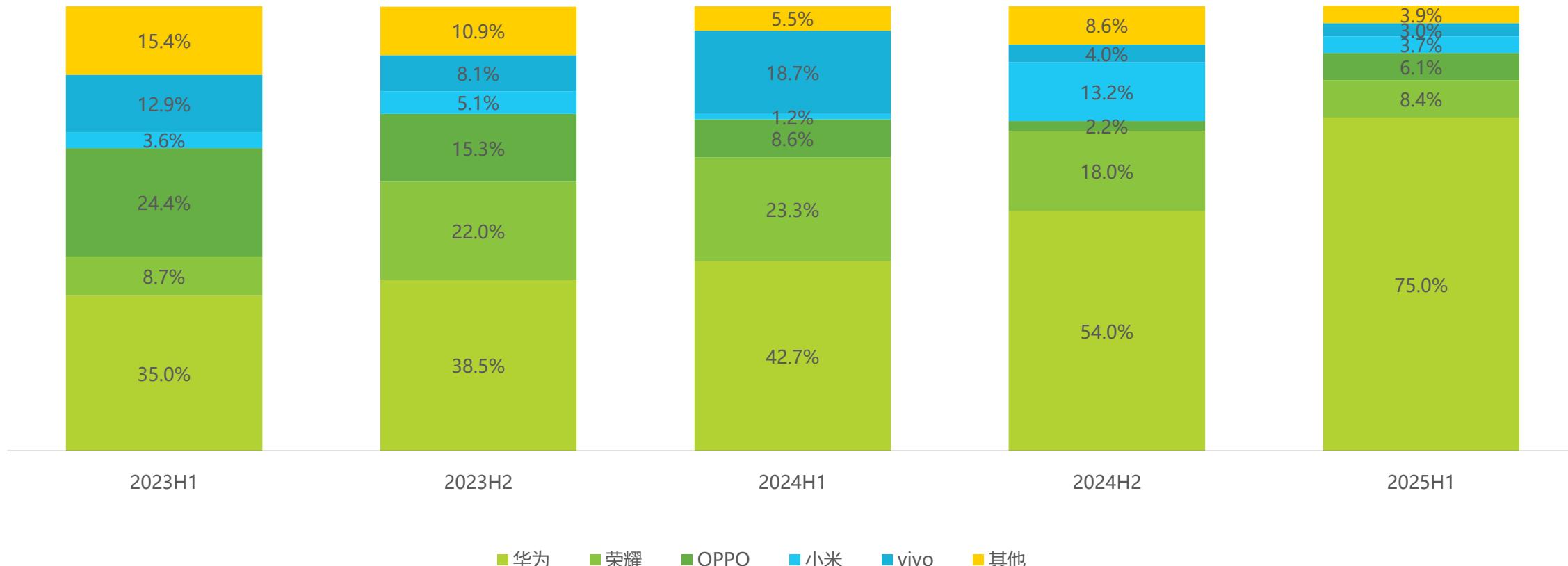
2020-2024年中国横折/竖折叠手机销量及增速情况



中国折叠屏手机市场格局呈现出“一超多强”态势

根据IDC数据显示，过去三年间中国折叠屏手机市场竞争持续加剧，华为在市场中的占有显著上升，从23H1 35.0%到25H1的75.0%，显示出其主导地位的不断强化，而荣耀、OPPO、小米等品牌的市场表现出较大的份额波动，进一步展现出折叠屏手机市场竞争的激烈程度。

2023H1-2025H1中国主要折叠屏手机厂商市场份额

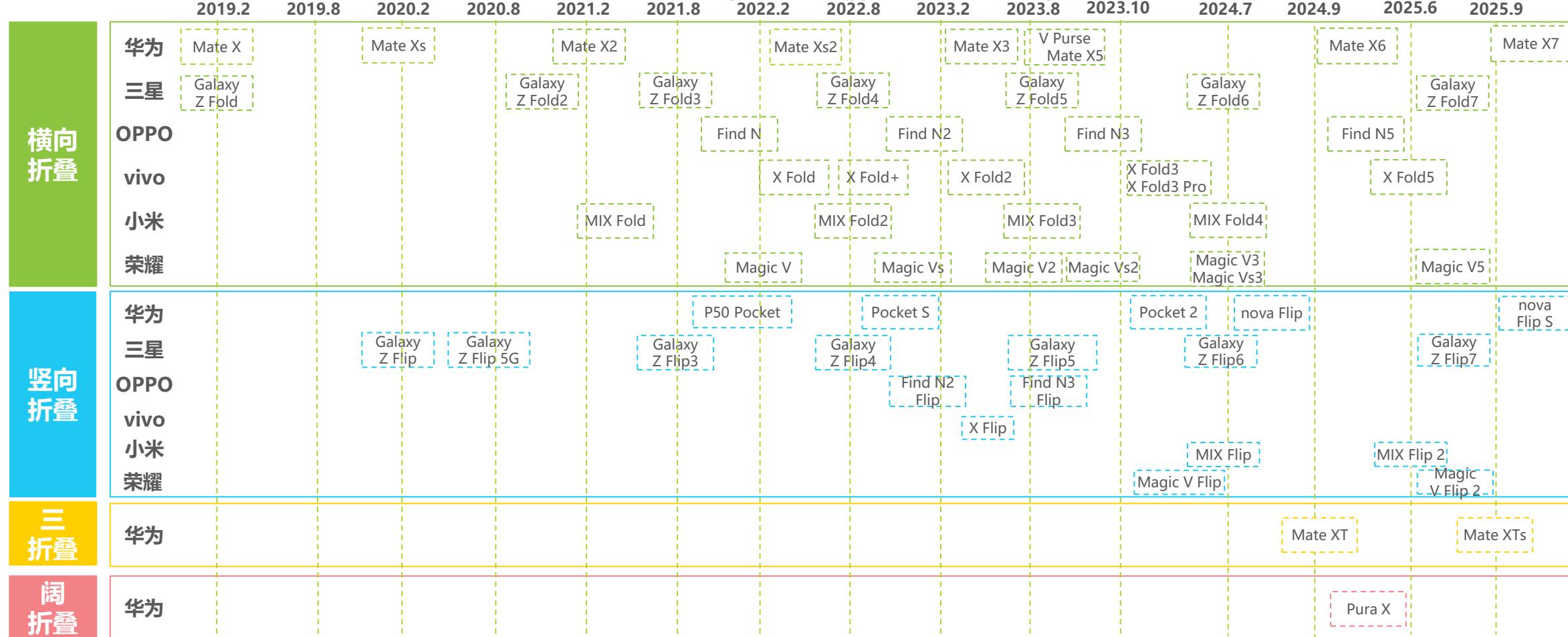


来源：IDC，艾瑞消费研究院绘制

折叠屏手机市场差异化发展，各品牌更新侧重不同

2019年，华为与三星率先进军折叠屏手机市场，开启“折叠元年”，随后其他厂商相继跟进。从产品形态来看，折叠屏手机分为四类：横折叠、竖折叠、三折以及阔折叠，各品牌依据自身经营战略，灵活调整产品迭代节奏。

2019-2025年11月年中国主要品牌折叠屏手机发售情况



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

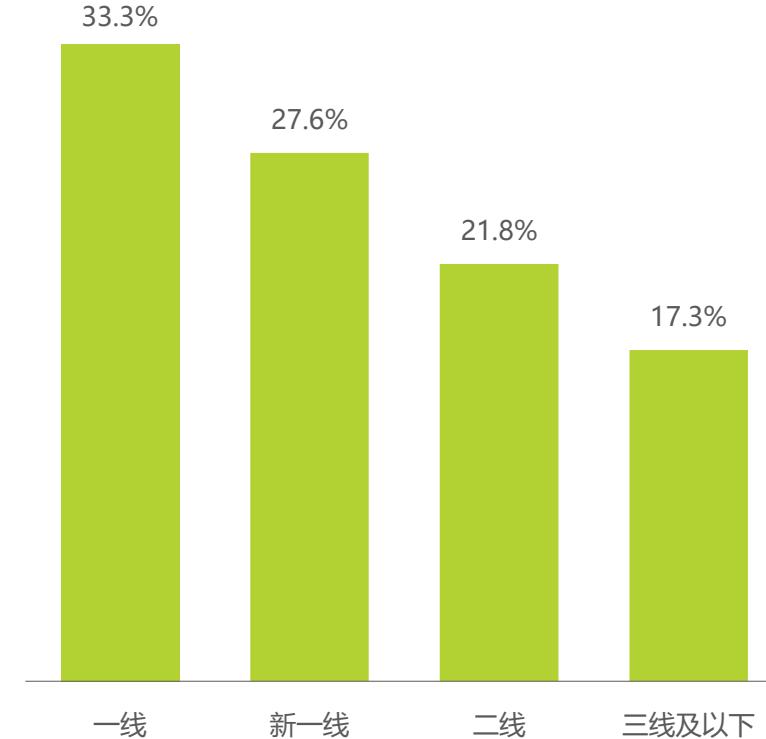
03 / 折叠屏手机用户消费心理洞察

中国折叠屏手机用户画像

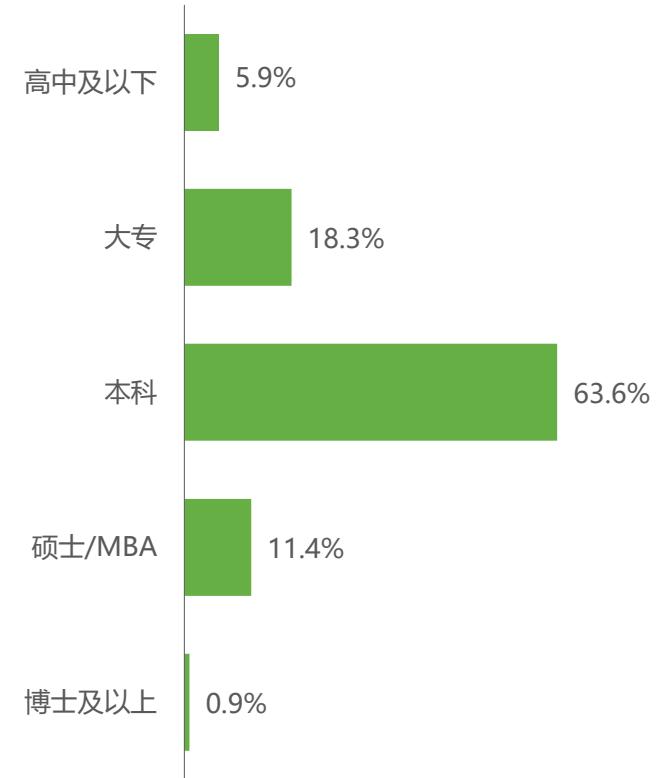
从性别上看，男性和女性用户都喜欢折叠屏手机；从城市上看，一线和新一线用户更加偏好折叠屏手机，用户比例显著高于低线城市。从学历上看，高学历用户更偏好折叠屏手机，本科及以上用户比例高于75%。



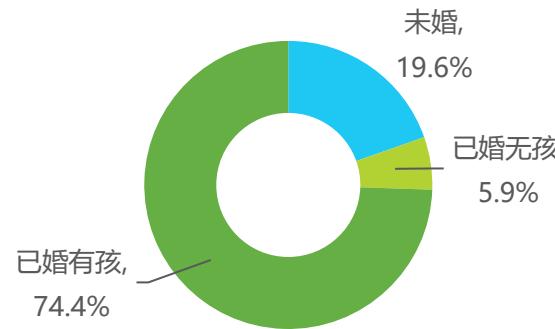
所在城市



学历情况



婚姻状况

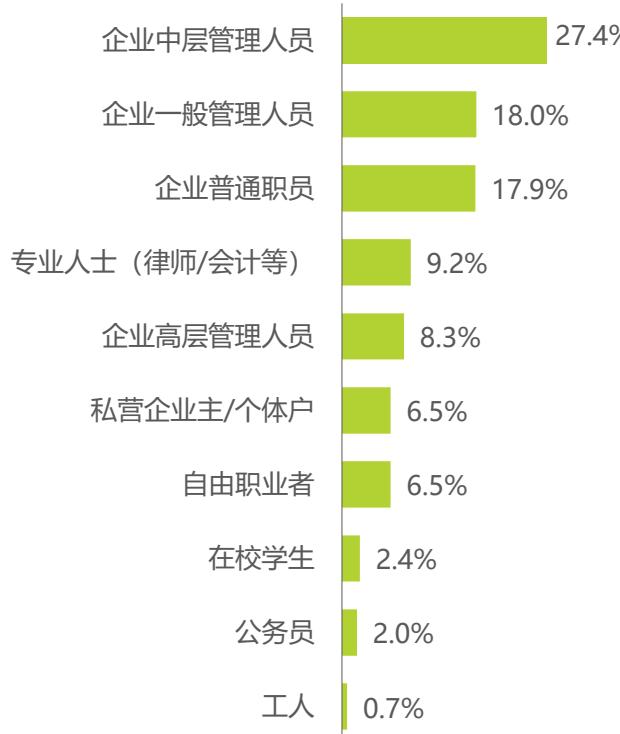


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

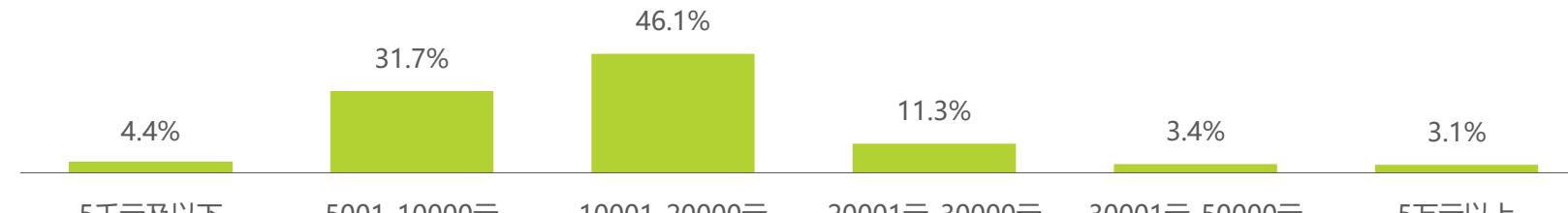
中国折叠屏手机用户画像-职业爱好

在职业方面，折叠屏用户多为企业管理人员，占比为45.4%，其中中层管理人员占比27.4%。个人收入方面，10000-20000元的占比最高，为46.1%。超过一半以上的折叠屏用户喜好旅游、美食/探店，他们还喜欢尝试新科技，追逐潮流，钟爱知名品牌，希望生活质量不断提高。

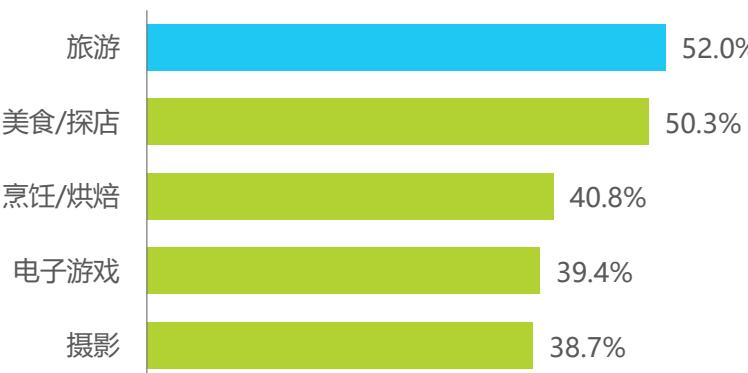
职业情况



个人月收入情况



爱好TOP5



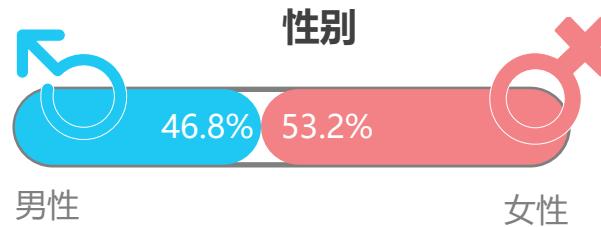
个人价值观TOP3

价值观	得分
我喜欢尝试新科技	4.31
我更喜爱知名品牌的产品	4.26
时尚潮流的产品提高生活质量	4.24

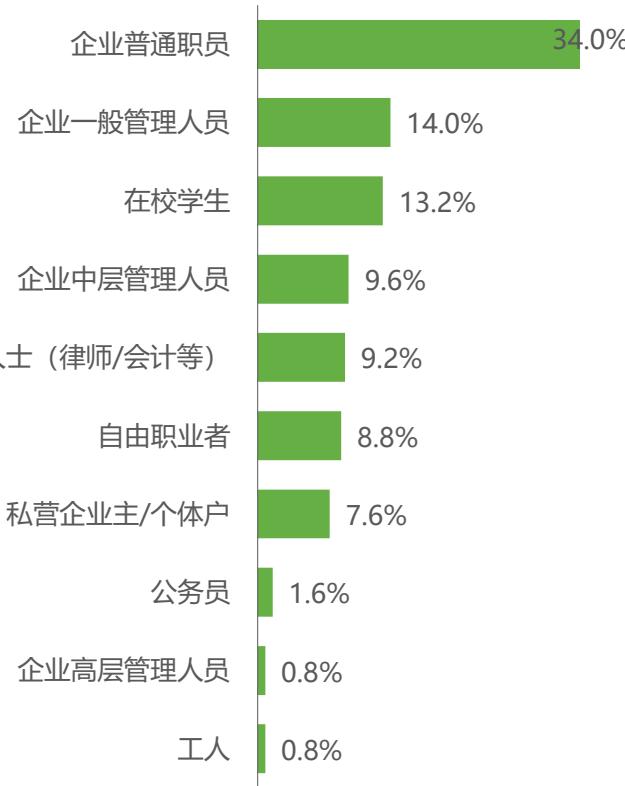
样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

细分人群-折叠屏手机年轻用户画像

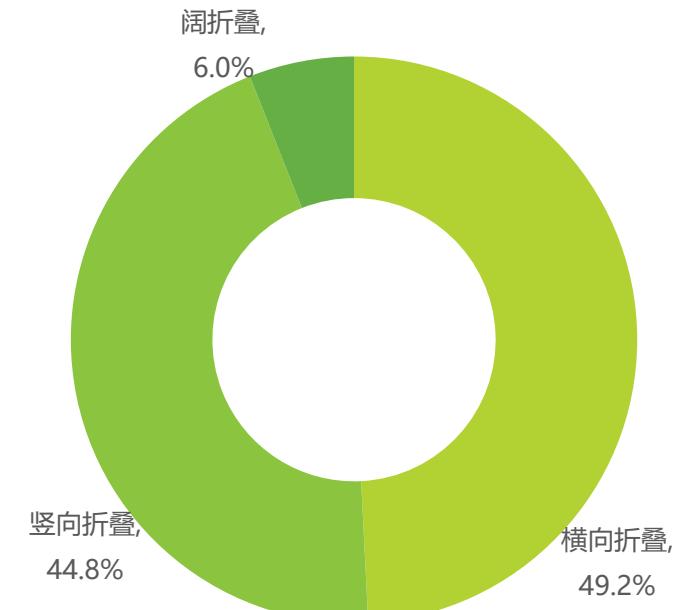
折叠屏手机的年轻用户中，女性占比显著高于男性，34%为企业普通职员，其次为企业一般管理人员和学生。爱好二次元/动漫、绘画、电子游戏等。使用的折叠屏手机以横向折叠和竖向折叠形态为主。



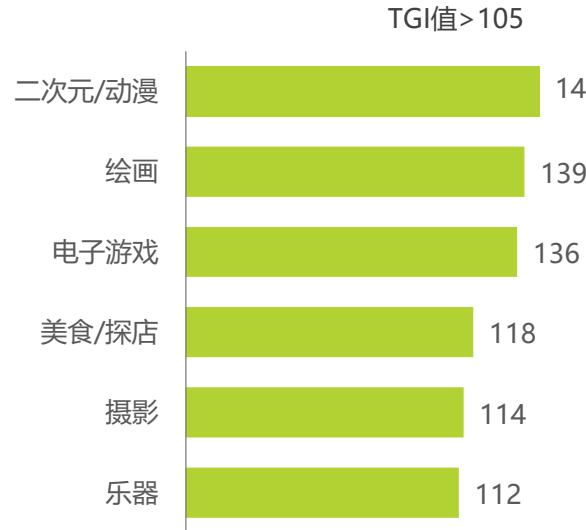
职业情况



使用的折叠屏手机类型



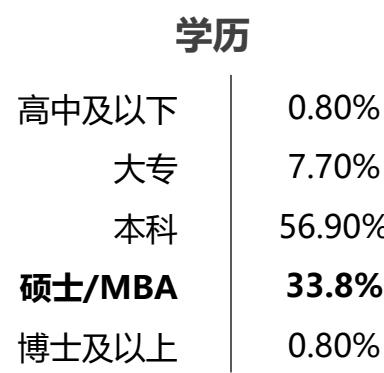
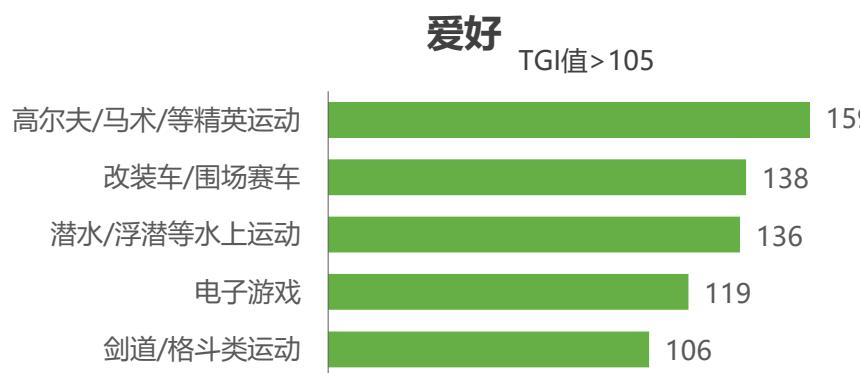
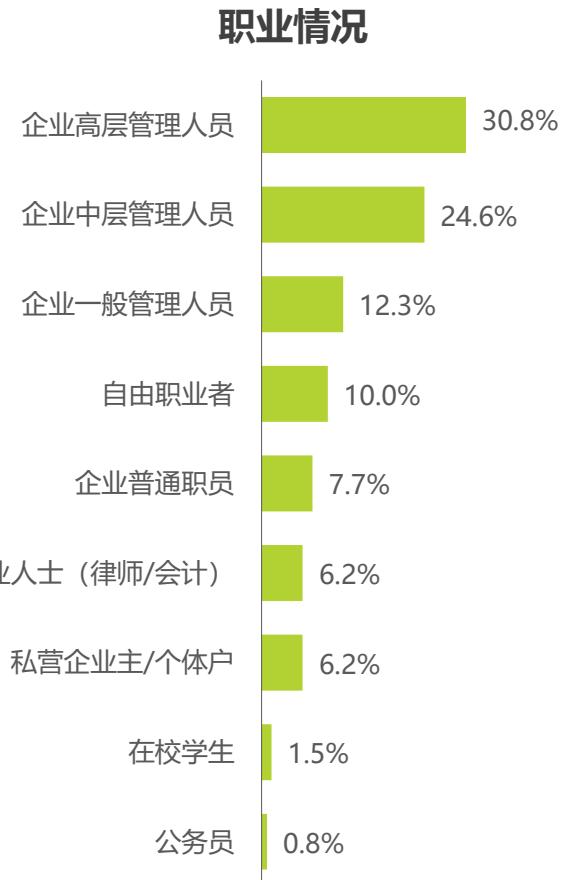
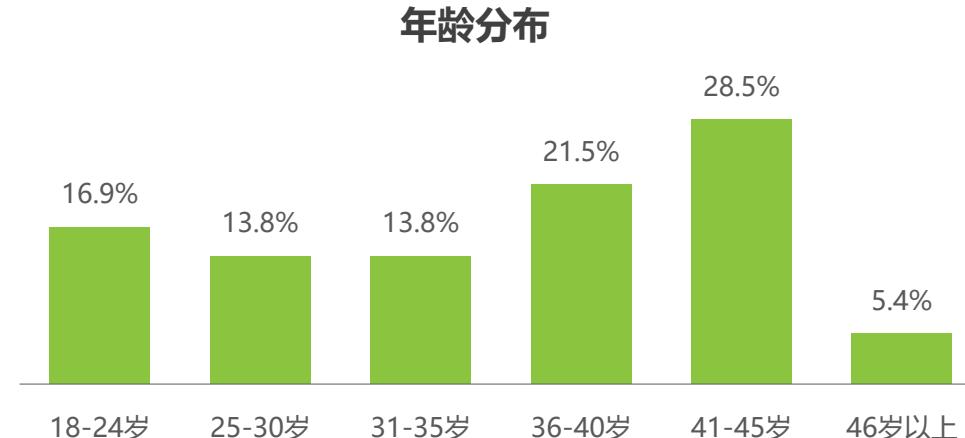
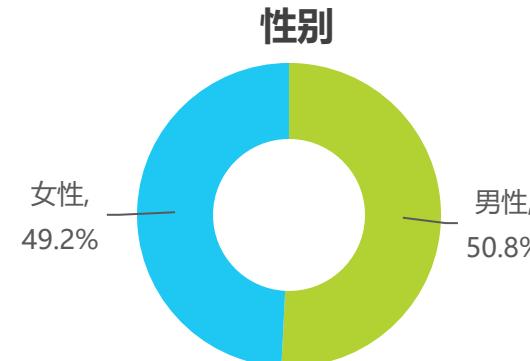
爱好



样本：18-24岁用户 N=250，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

细分人群-横向三折叠用户画像

三折叠手机用户中男女比例基本一致，年龄以36-45岁为主，职业方面以企业中高层管理人员为主，其中高层管理人员占比30.8%，学历上硕士/MBA占比33.8%，精英属性突出，活动偏爱高尔夫、马术等小众运动。

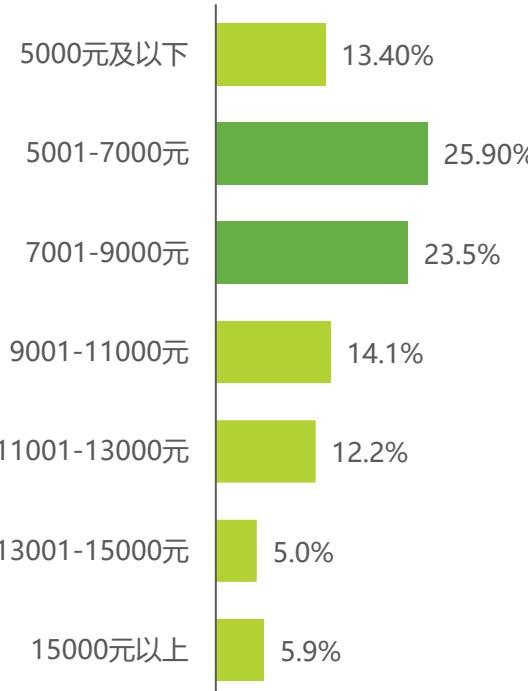


样本：横向三折叠用户 N=130，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

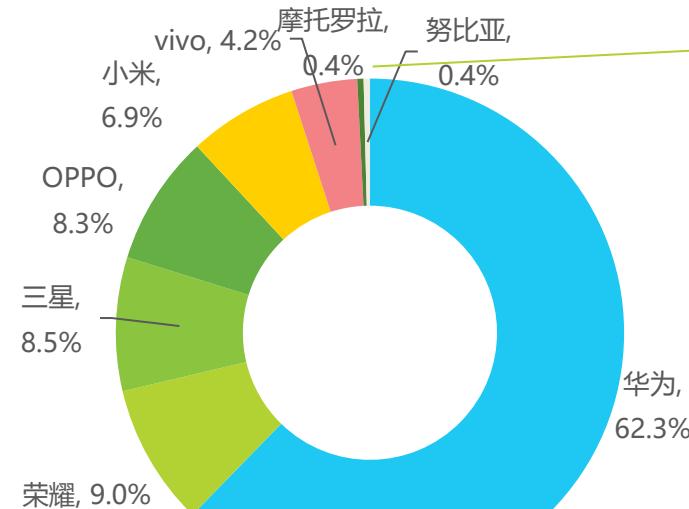
中国折叠屏手机用户使用手机情况

5000-9000元是大部分用户所用折叠屏手机的价格。手机品牌方面，华为是用户使用最多的品牌，以62.3%强势领先，其次是荣耀、三星、OPPO等品牌，华为品牌具体机型中，用户使用Mate X6、Pocket 2、Mate X5的占比位列前三。

所用折叠屏手机价格



所用折叠屏手机品牌



具体型号

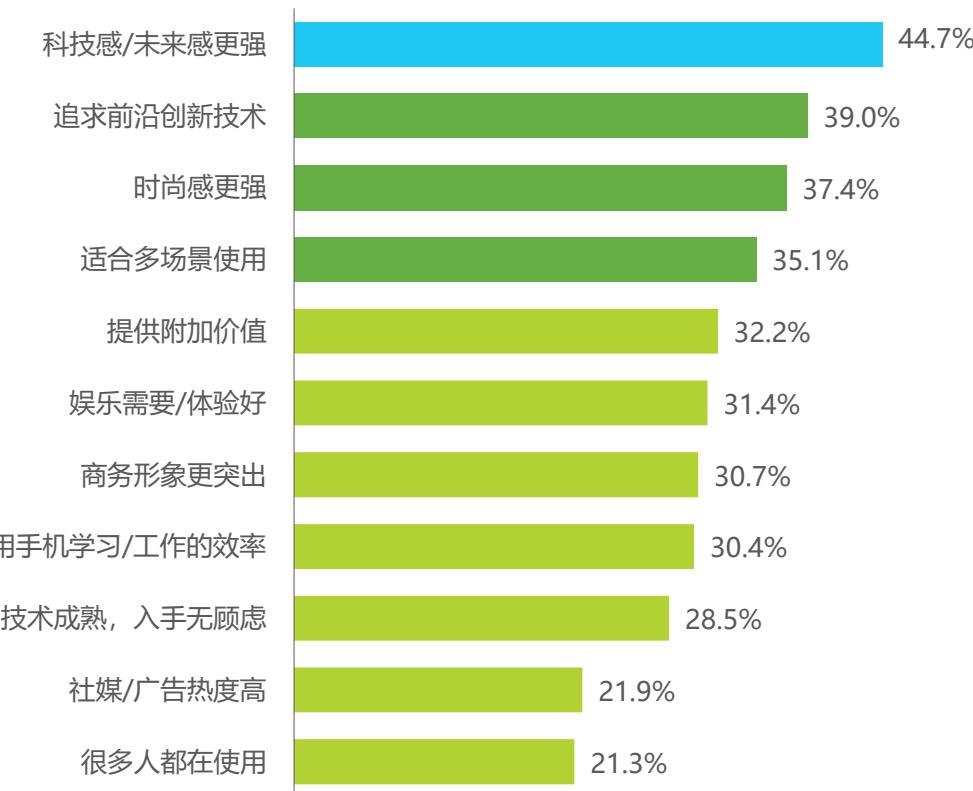
Mate X6	15.3%
Pocket 2	15.0%
Mate X5	11.5%
Pura X	11.5%
Pocket S	10.0%
nova Flip	8.6%
Mate XTs	7.6%
Mate XT	7.3%
MateX3	4.8%
nova Flip S	2.8%

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

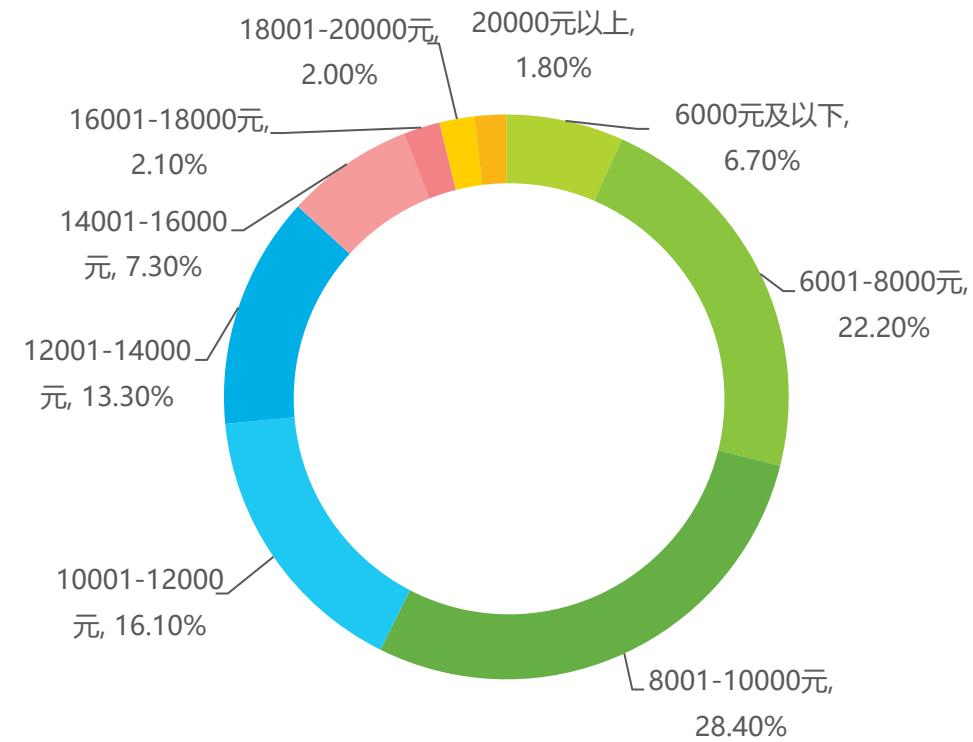
用户购买折叠屏手机原因及购买预算

科技感/未来感更强是用户购买折叠屏手机的关键原因，占比44.7%，其实追求前沿创新技术、时尚感强、适合多场景使用等。用户在购买折叠屏手机时的预算也比较充足，预算8000-10000元的占比28.4%，6000-8000元的占比22.2%。

购买折叠屏手机的原因



购买折叠屏手机的预算

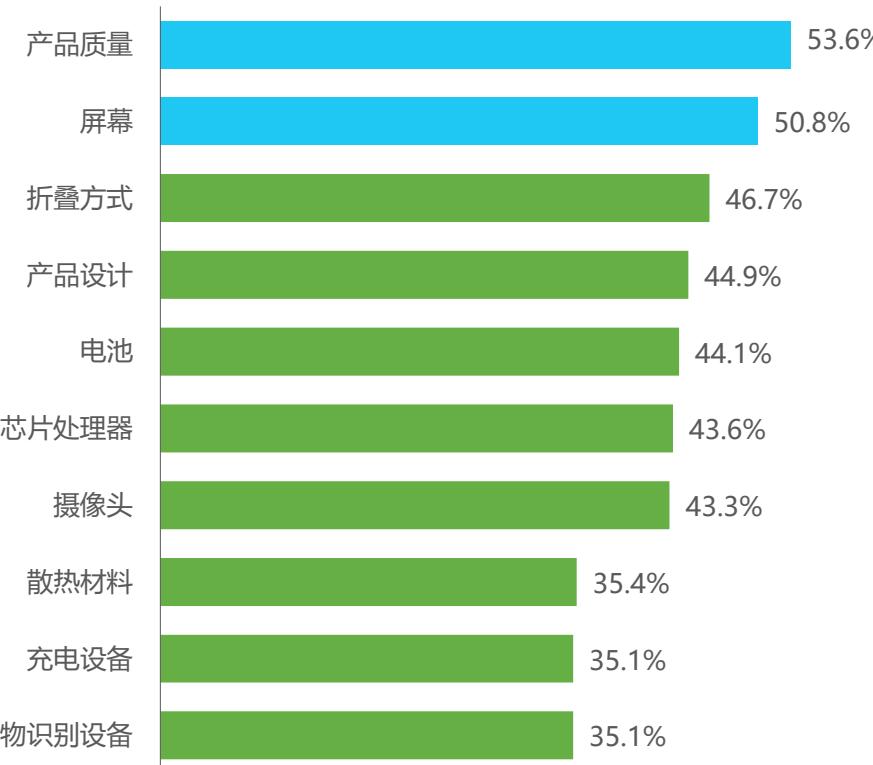


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

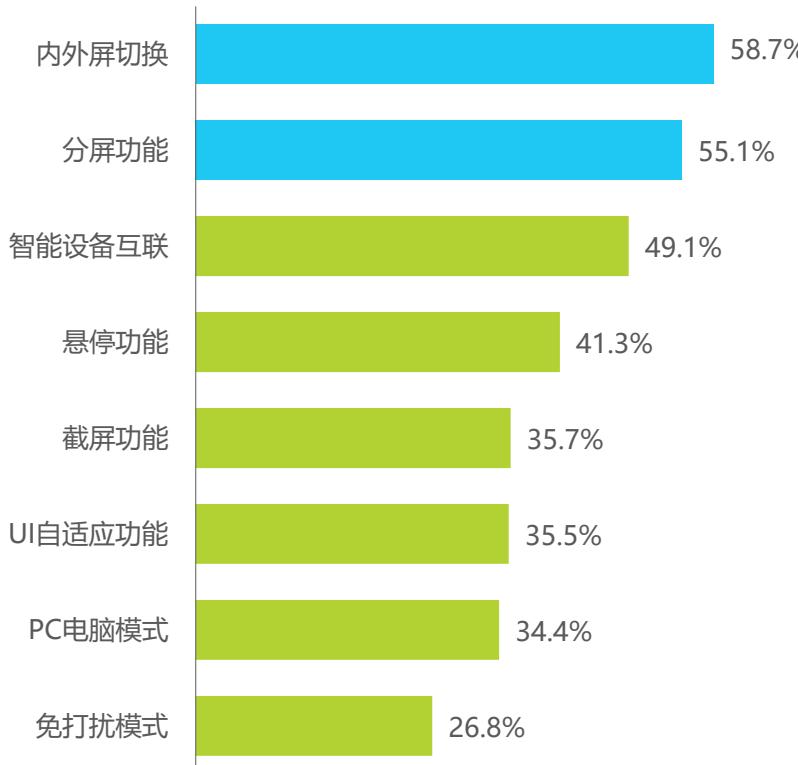
用户折叠屏手机关注因素

硬件方面，超过一半的用户关注产品质量（是否耐磨、耐摔等）、屏幕（分辨率、色彩等），折叠方式、产品设计、电池也是用户比较关心的硬件设备。软件方面，有超过55%的用户关注内外屏切换、分屏功能。

用户关注的折叠屏手机硬件设备



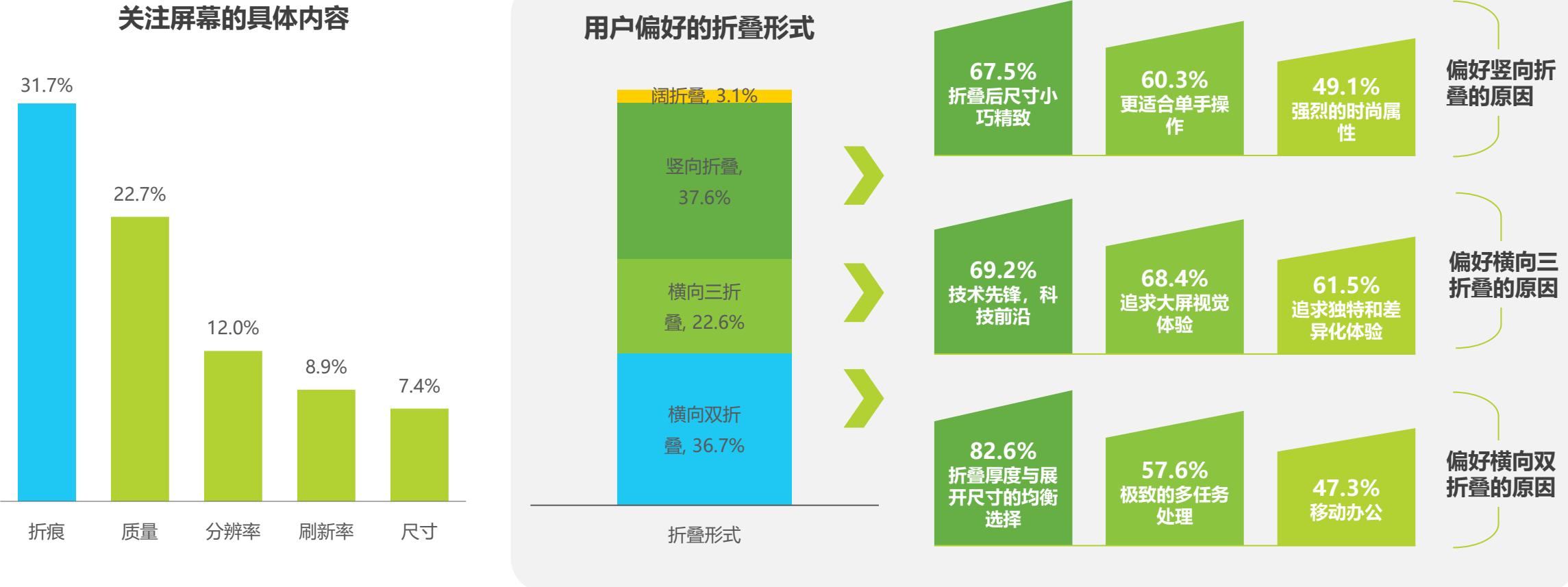
用户关注的折叠屏手机软件设备



样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

用户对折叠屏手机屏幕及折叠形式偏好

折痕依旧是大部分消费者最为关注的内容，其次是屏幕的质量。折叠形式方面，传统的横向双折叠和竖向折叠依旧备受青睐，均有超过35%的用户偏好这两种折叠形式，偏好三折叠的用户占比在22.6%。偏好竖向折叠主要是因为折叠后尺寸小巧，偏好三折叠是主要是为了体验前沿科技，偏好横向双折叠是出于均衡的选择。

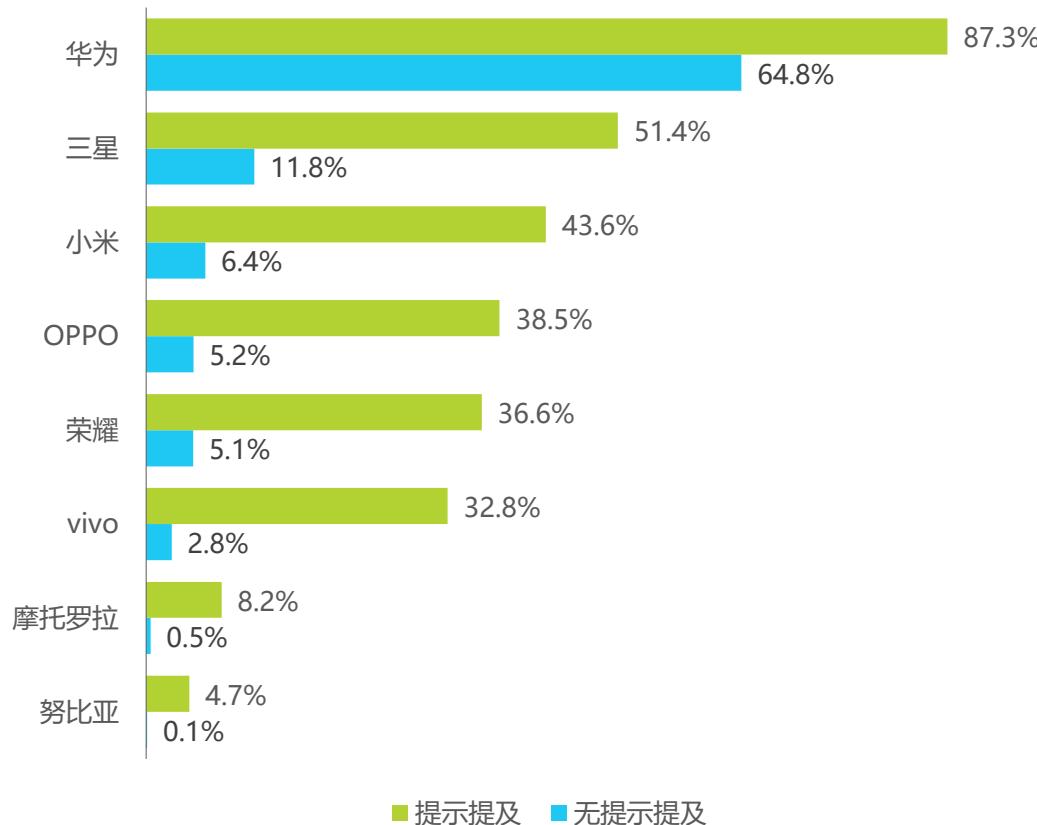


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。注：调研用户为折叠屏现有用户，用户会根据当前折叠屏产品认知、拥有及使用情况选择，调研结果为当前产品形式偏好情况。

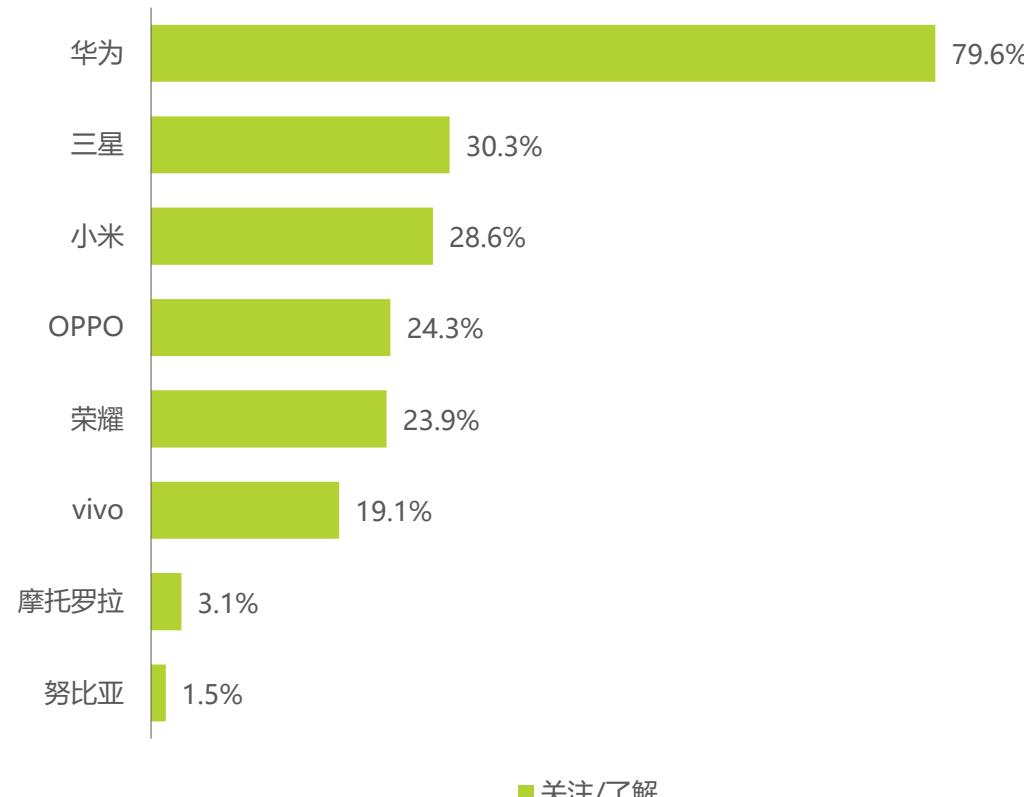
折叠屏手机品牌认知情况

华为在无提示提及、提示后提及和关注了解层面的品牌认知均显著领先其他品牌，体现其在折叠屏市场的主导地位。三星、小米、OPPO等品牌紧随其后，具备较高的市场认知度。

折叠屏手机品牌认知率（无提示提及和提示后提及）



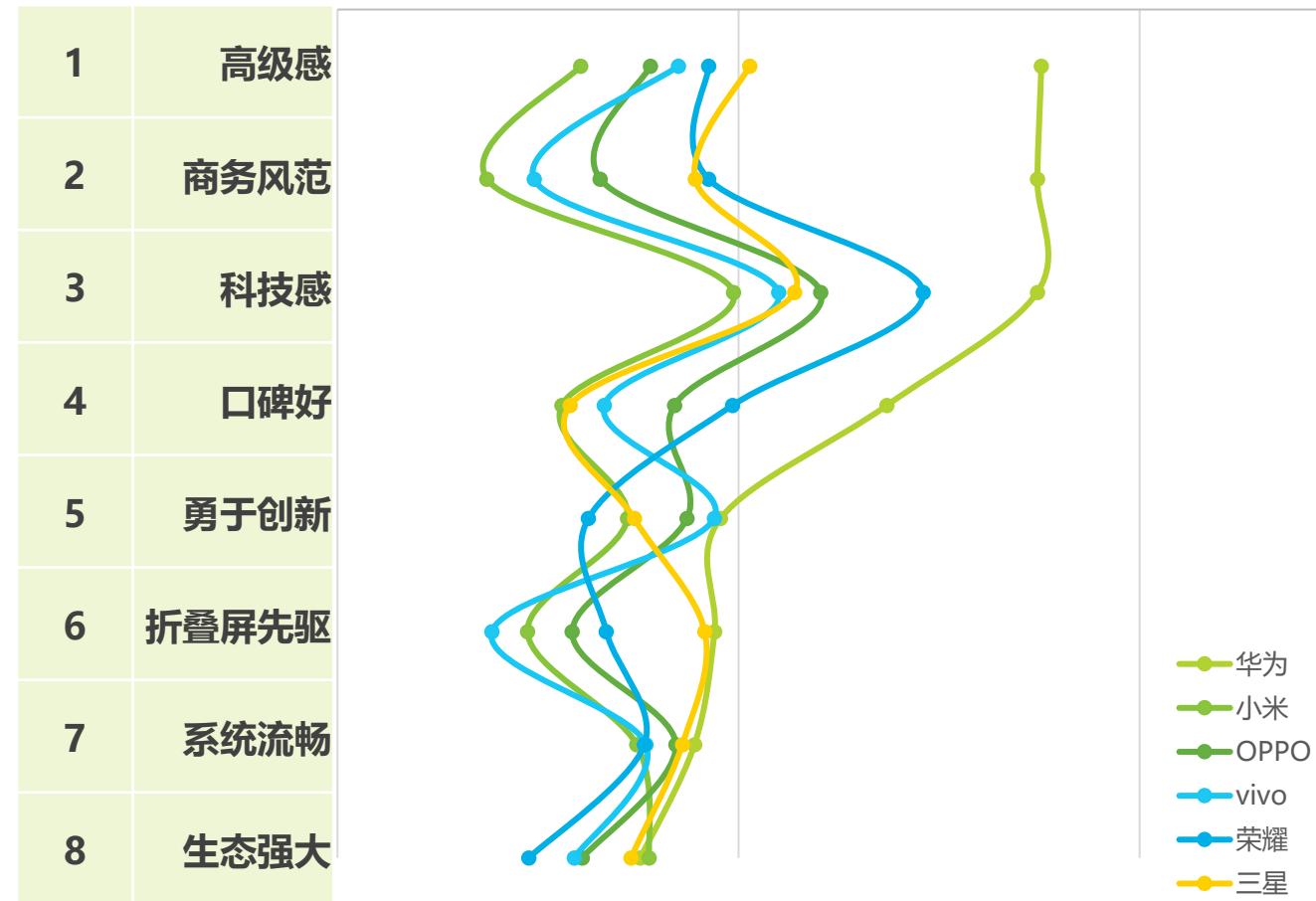
折叠屏手机品牌关注和了解情况



样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机品牌形象感知

华为在高端感、商务风范、科技感、口碑和创新力等核心形象维度上显著领先其他品牌，凸显其在折叠屏行业的高端与技术领导地位；作为国内折叠屏的主要推动者之一，其折叠屏先驱的认知也较为明显。在具体体验上，华为不仅在系统流畅度方面受到用户认可，在生态体验上也与小米共同展现出较强优势。

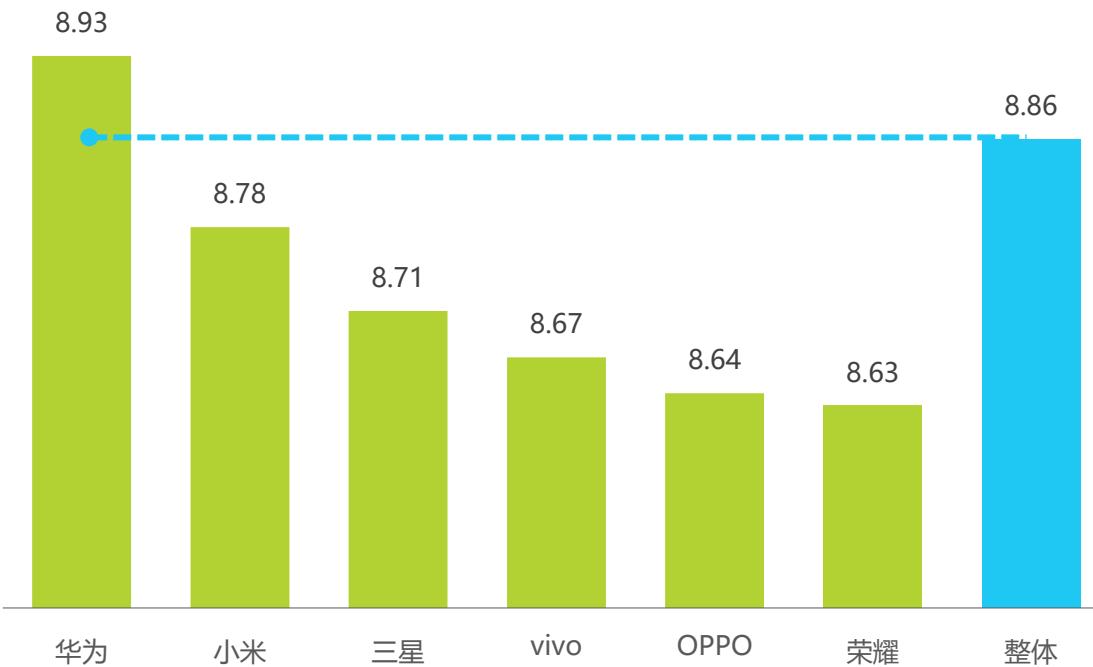


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

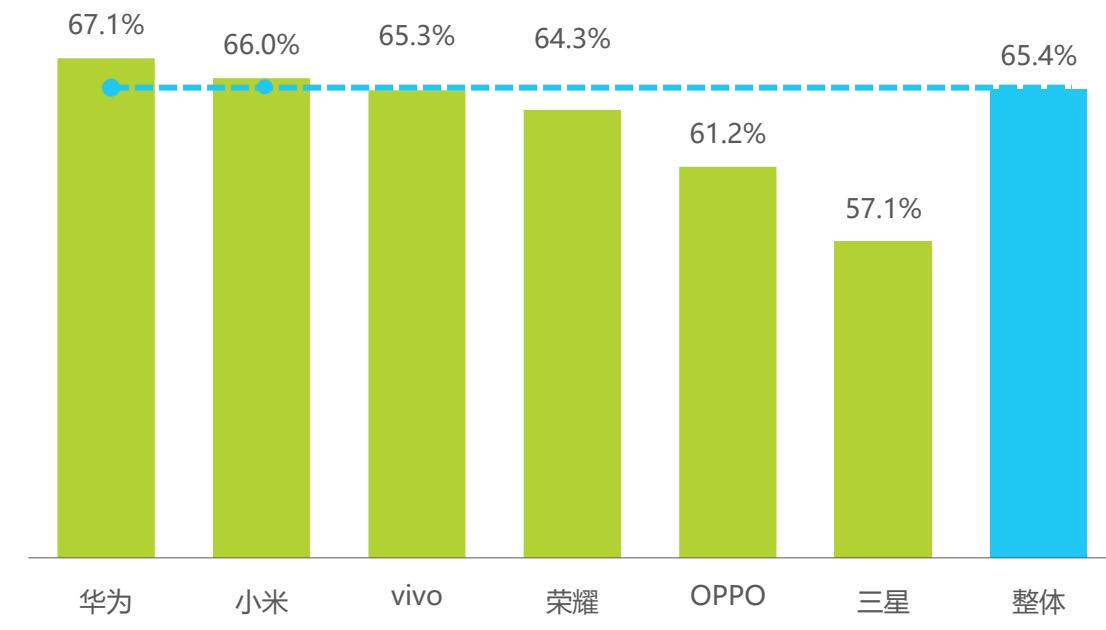
折叠屏手机现有用户满意度与推荐度情况

使用满意度方面，华为用户满意度最高，高于整体水平，体现出较强的用户认可度；其次为小米和三星。在推荐意愿方面，华为和小米的净推荐值排名靠前，显示出较高的用户推荐倾向和口碑传播力。

折叠屏手机头部品牌用户满意度



折叠屏手机头部品牌用户净推荐值 (NPS)

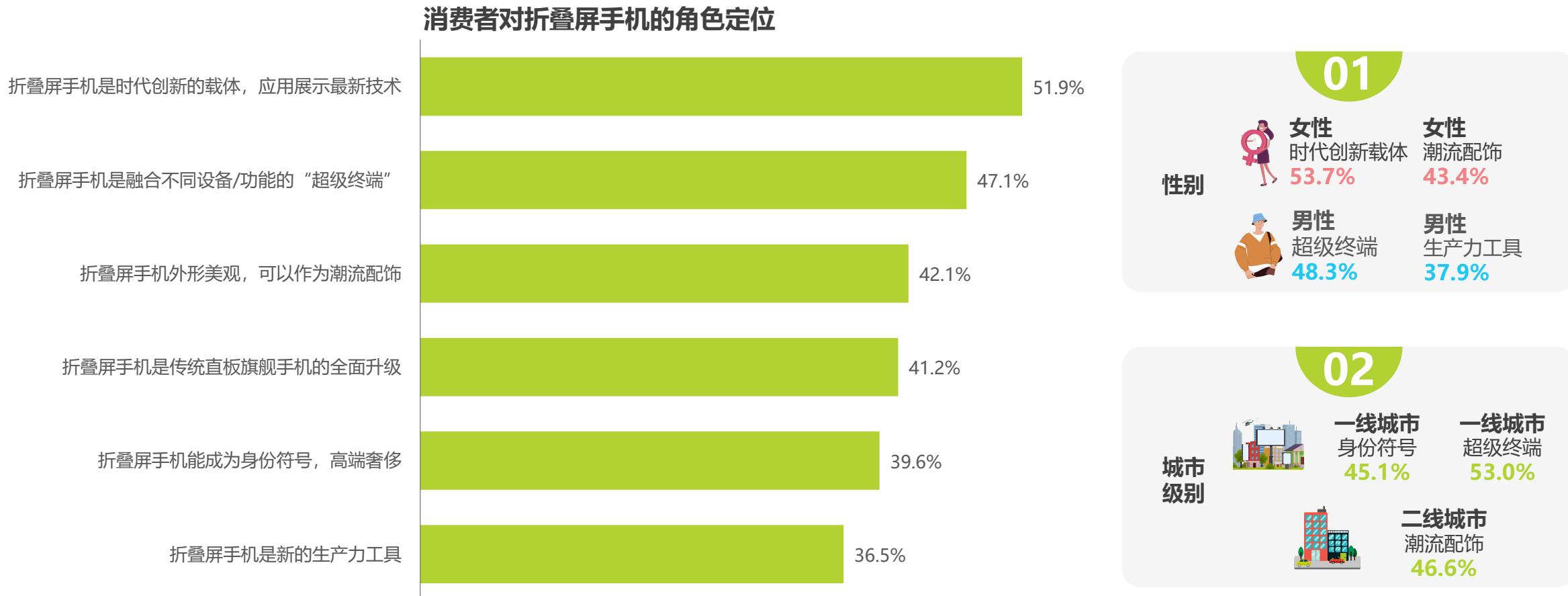


样本：N=1400，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

04 / 折叠屏手机用户使用及需求洞察

用户心目中折叠屏手机的角色定位

消费者心目中折叠屏手机是时代创新的载体，搭载展示了最新技术，科技感先锋属性强。其次，折叠屏手机是“超级终端”，融合多种设备功能。再次折叠屏手机设计美观，有美学装饰价值。具体看，男女认知有所差异，女性消费者更认同折叠屏时代创新载体、潮流配饰定位，男性消费者则认为折叠屏是超级终端、生产力工具。

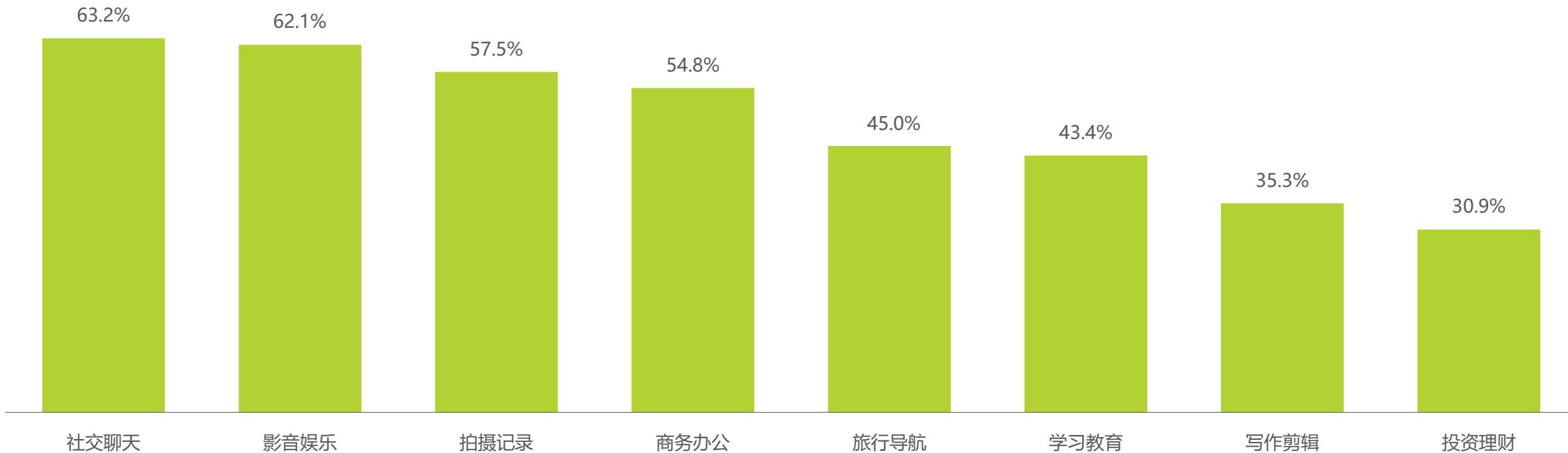


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

用户折叠屏手机典型使用场景

社交互动与影音娱乐是消费者使用折叠屏手机的主要应用场景，其次为拍摄记录，再次为商务办公。总体而言，折叠屏手机目前仍主要集中应用于沟通与娱乐领域，其在生产力场景中的应用需求尚有待进一步挖掘。

折叠屏手机常见使用场景

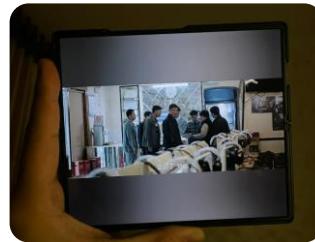
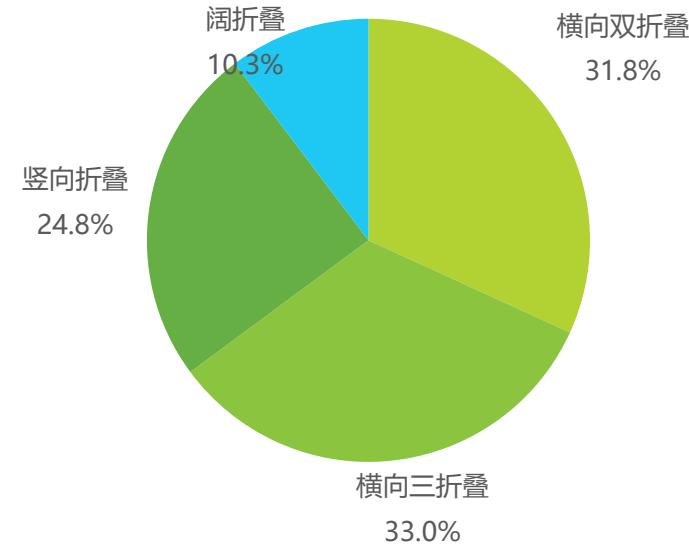


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

折叠屏手机使用典型场景-影音娱乐

在影音娱乐场景中，消费者更喜欢横向三折叠、横向双折叠形态折叠屏手机。屏幕更大，观看视频，游戏视野更开阔，沉浸感强、支持分屏功能，一屏多用保证休闲娱乐状态是消费者显著感知的产品优势。

影音娱乐场景折叠屏手机产品形态偏好



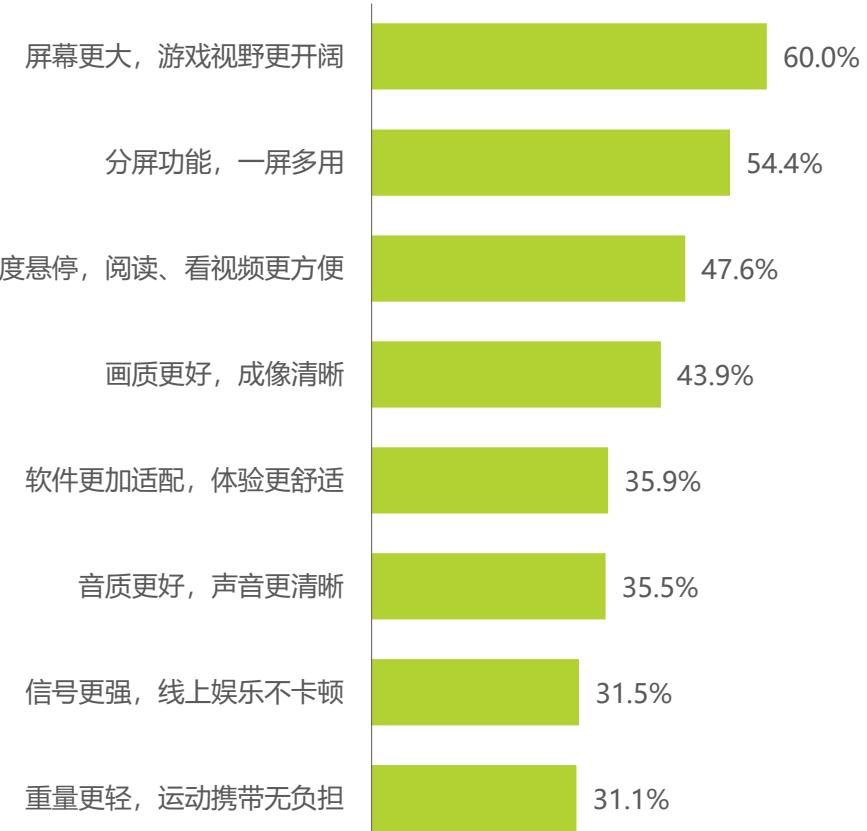
折叠屏的体验太震撼了！展开是大屏平板，刷视频、处理文档效率翻倍，合上是便携手机，手感一流。

——戴女士 成都

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

©2025.12 iResearch Inc.

影音娱乐场景折叠屏手机产品优势感知

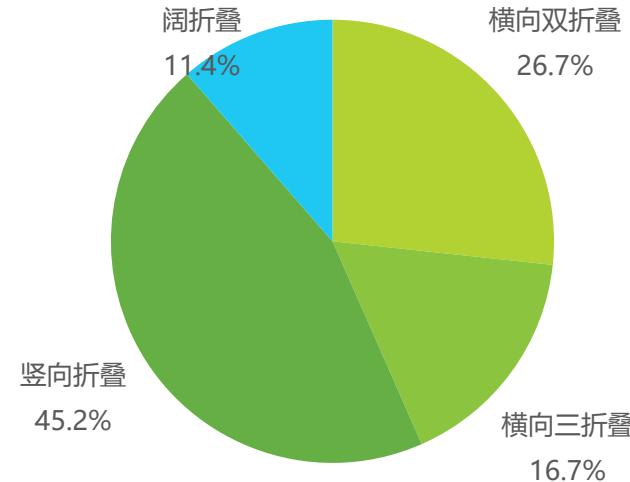


www.iresearch.com.cn

折叠屏手机使用典型场景-社交聊天

在社交聊天场景中，消费者对竖向折叠屏手机的偏好显著高于其他产品形态。一方面，凭借折叠特性有效扩大了屏幕尺寸，从而缓解了长时间使用所带来的视觉与操作疲劳。另一方面，通过折叠悬停实现的分屏功能，不仅满足了用户的社交互动需求，同时支持多任务并行处理，显著提升了使用的便捷性与效率。

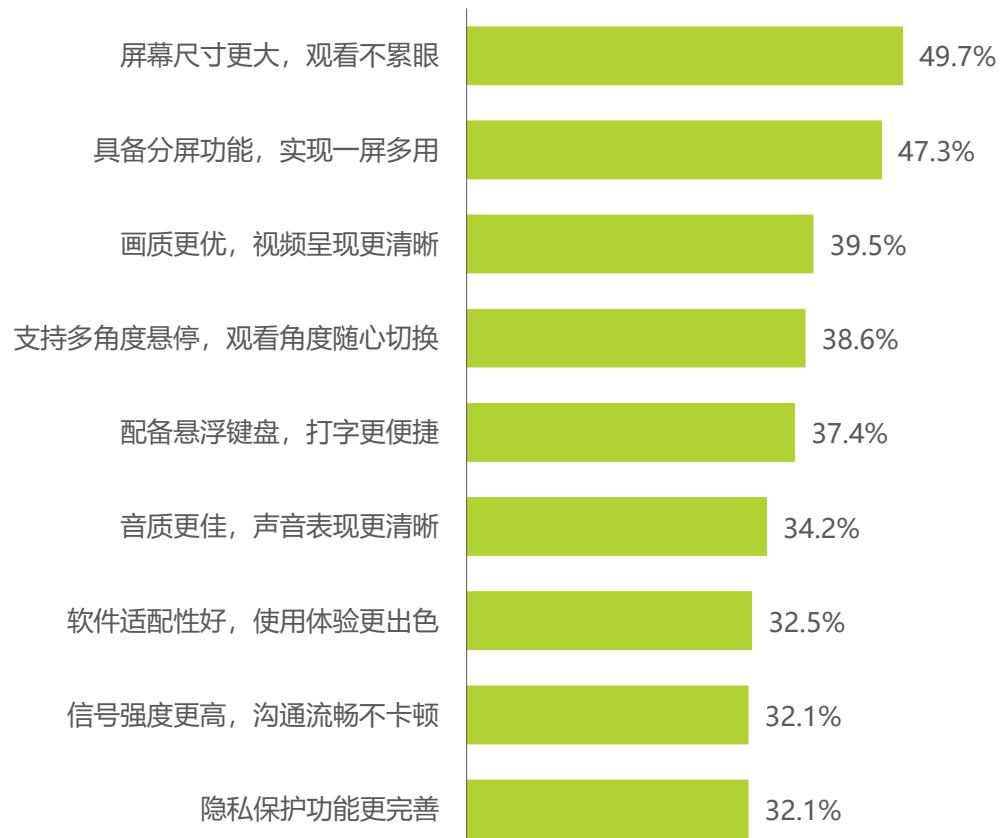
社交聊天场景折叠屏手机产品形态偏好



折叠屏对于我这种一心多用的人来说，真的很方便，左边聊天，右边刷微博，两不耽误。别跟我说什么生产力，忙着玩手机呢。
——袁女士 石家庄

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

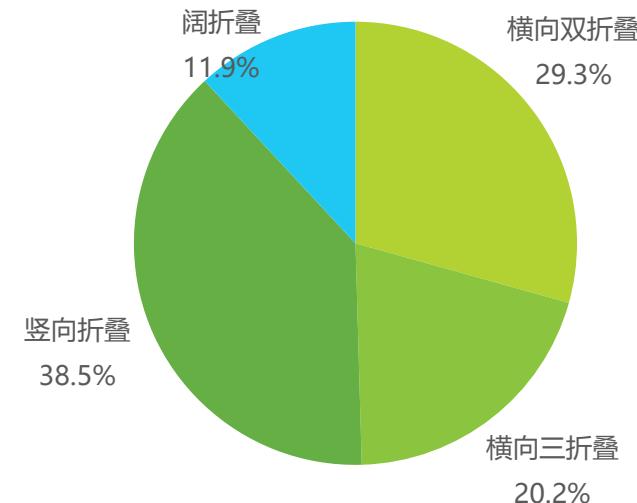
社交聊天场景折叠屏手机产品优势感知



折叠屏手机使用典型场景-拍摄记录

在拍摄记录场景中，消费者更倾向于选择竖向折叠及横向双折的产品形态。在具体应用过程中，消费者对折叠屏手机所支持的分屏拍摄、画面分割，多区域拍摄以及前后摄像头同步拍摄等功能所带来的独特体验感知深刻。

拍摄记录场景折叠屏手机产品形态偏好

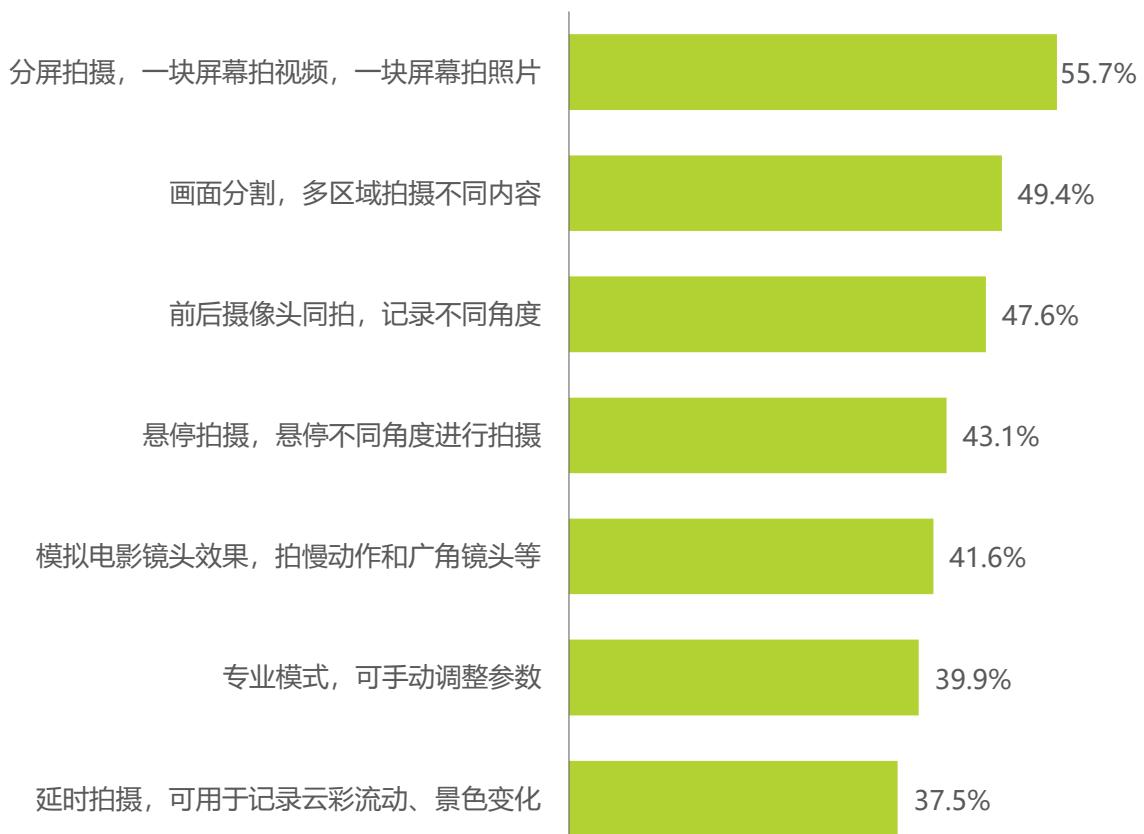


屏幕显示效果惊艳，色彩饱满，无论是看视频还是玩游戏，都能带来沉浸式的视觉享受。拍照功能更是强大，夜景模式下也能拍出清晰明亮的照片。 ——陈女士 杭州

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

©2025.12 iResearch Inc.

拍摄记录场景折叠屏手机产品优势感知

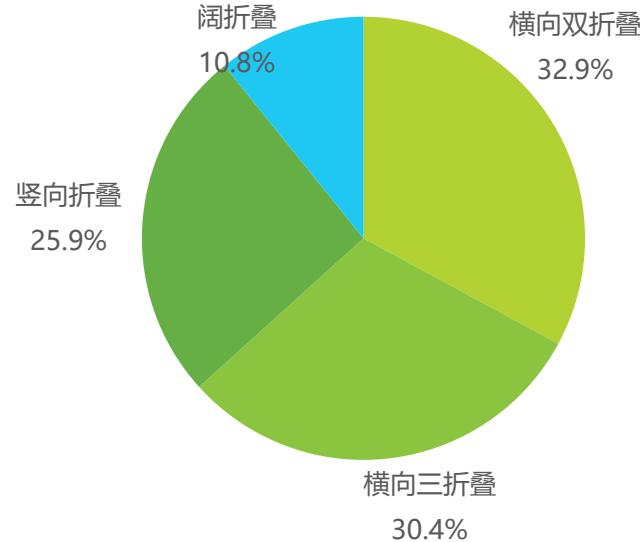


www.iresearch.com.cn

折叠屏手机使用典型场景-商务办公

在商务办公场景中，消费者更倾向选择横向双折叠、横向三折叠形态的手机产品。消费者在商务办公过程中，手机屏幕更大，事务处理体验更沉浸、支持分屏操作，便于快速实现多任务并行处理被视为核心产品优势。

商务办公场景折叠屏手机产品形态偏好

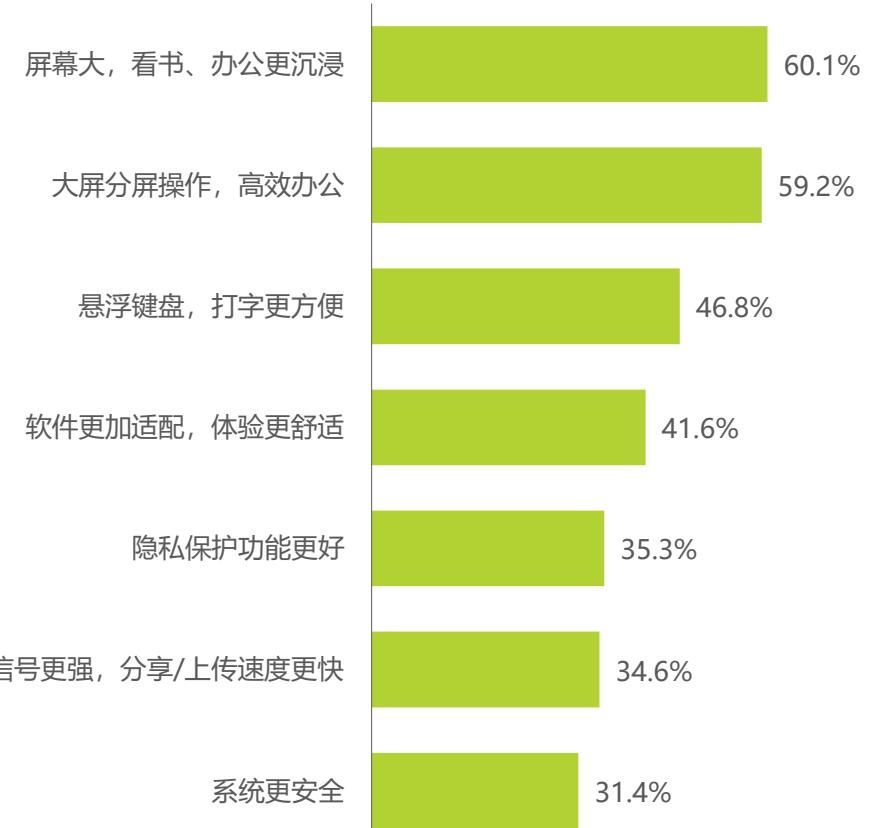


后悔买晚了。应该早点入手，无论展示PPT，回邮件，还是看文档，真的太方便了。比双折叠屏好很多。原来觉得双折叠屏足够，三折叠会沉，可是真的和有手机壳双折叠屏差不多。休假出去旅游再不用背电脑，随时随地开会。真是宝藏。——李先生 深圳

作为律师经常在外奔波，常要用手机看文件、处理工作，选择N5，录音AI功能强，一键转文本、AI提炼摘要，开会神奇，AI助手直接下达APP语音指令，开车时还能AI智能回复。——唐先生 北京

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

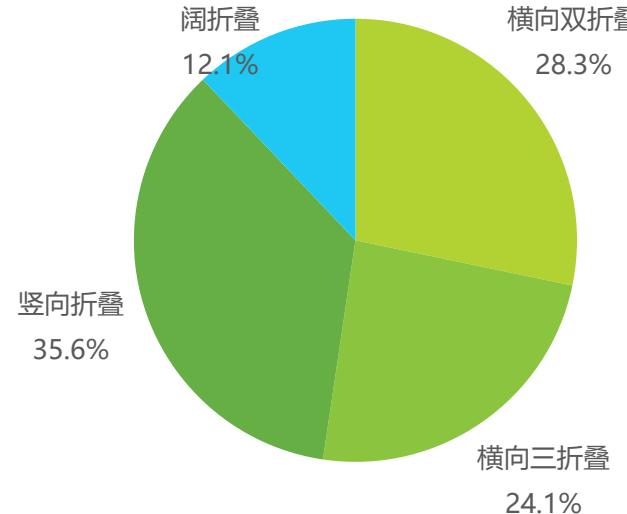
商务办公场景折叠屏手机产品优势感知



折叠屏手机使用典型场景-旅行导航

在旅行导航场景中，消费者倾向于选择采用竖向折叠形态的手机产品，屏幕可实现悬停，便于查询与操作路线信息，且折叠后体积小巧，便于携带。依托其独特的折叠结构，消费者对导航过程中信息准确性与内容丰富性具有更为显著的感知。

旅行导航场景折叠屏手机产品形态偏好

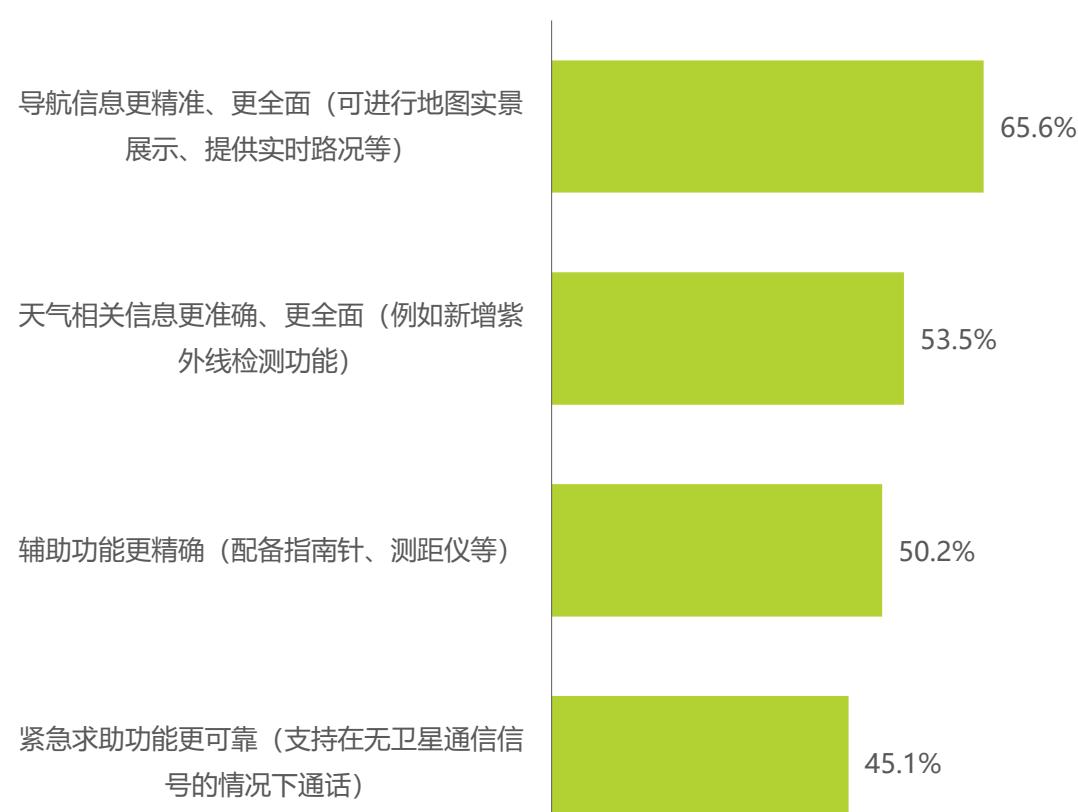


周末试了一下Mate X6大屏导航，沉浸感十足，以前旧别克，中控屏导航还不如Nate X6大屏导航沉浸感好，折叠屏手机用久了，越来越发现他的好。——吴先生 沈阳

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

©2025.12 iResearch Inc.

旅行导航场景折叠屏手机产品优势感知



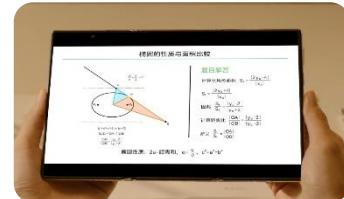
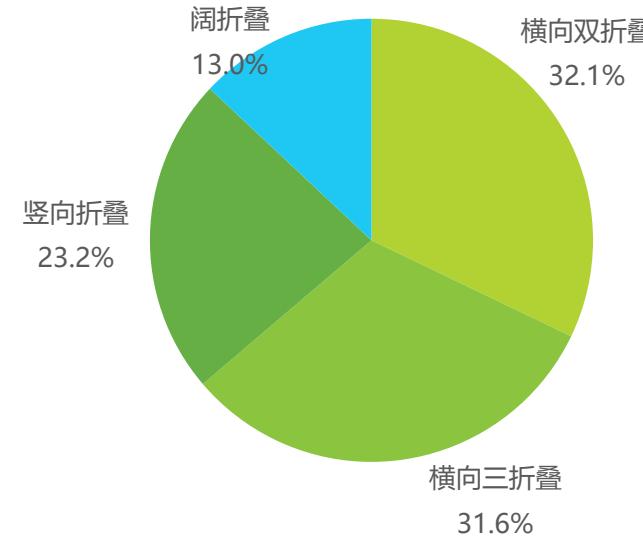
www.iresearch.com.cn

43

折叠屏手机使用典型场景-学习教育

在教育学习场景中，消费者更倾向于选择横向双折叠及横向三折叠形态的手机产品。在使用过程中，用户对大屏幕所带来的学习沉浸体验以及悬浮键盘所提供的操作便捷性表现出显著的感知与认可。

学习教育场景折叠屏手机产品形态偏好

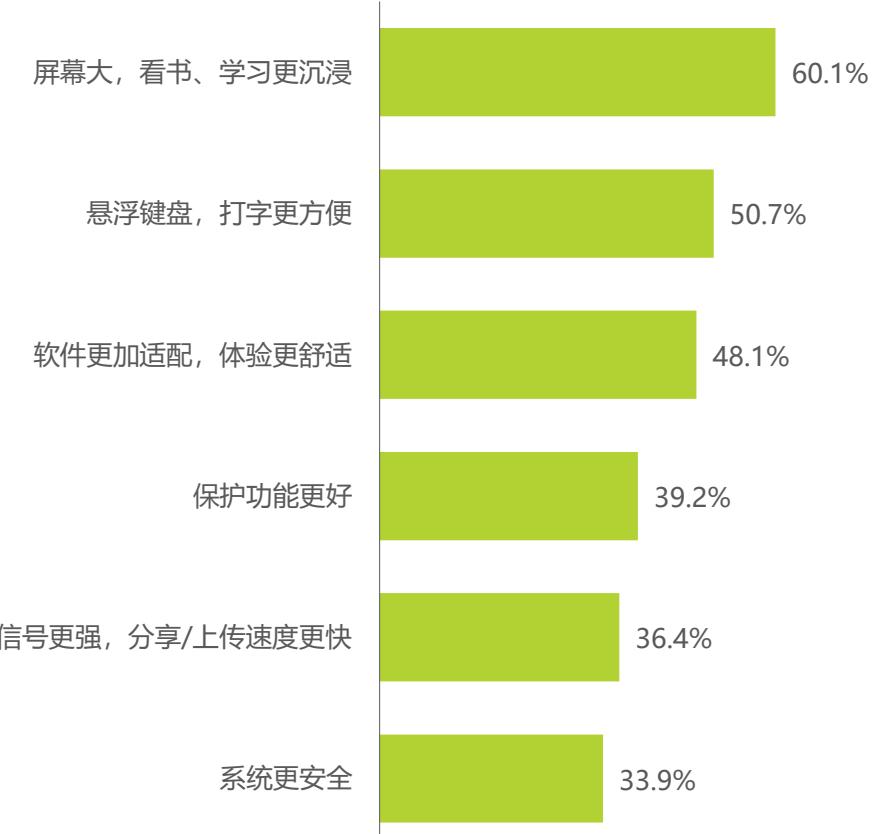


折叠屏手机可太适合备考了！随买折叠屏就是为了在地铁上看网课，随时随地可以开学，分屏一边视频一边做笔记。
——赵先生 北京

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

©2025.12 iResearch Inc.

学习教育场景折叠屏手机产品优势感知

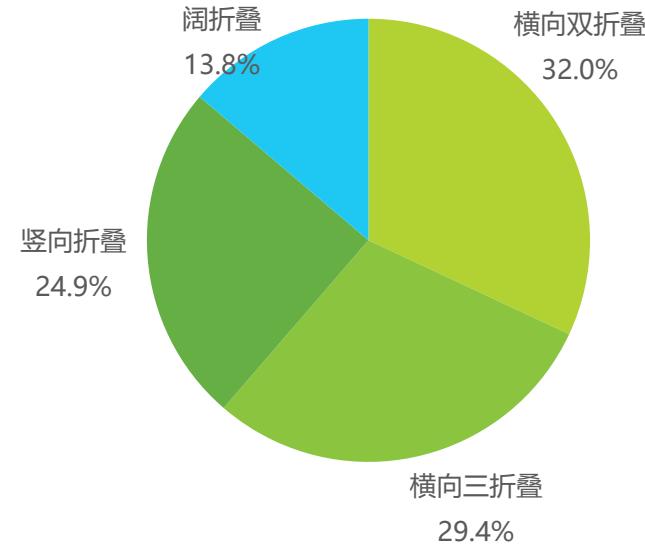


www.iresearch.com.cn

折叠屏手机使用典型场景-写作剪辑

在视频剪辑与文字创作场景中，消费者更倾向于选择采用横向双折叠及横向三折叠形态的智能手机产品，其更大的显示屏幕显著提升了内容编辑的便捷性。在具体使用体验上，分屏操作功能与大屏预览能力有效优化了工作流程，实现了更高的工作效率，成为产品的主要感知优势。

写作剪辑场景折叠屏手机产品形态偏好

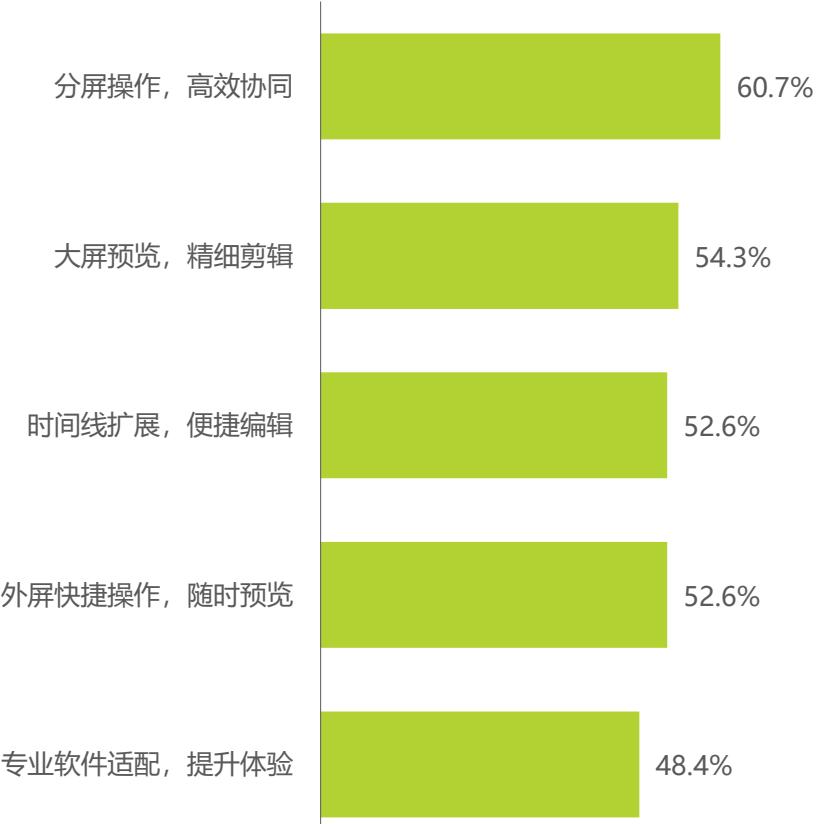


用指尖操控剪辑视频PS修图，结合各种手势操控——隔空翻页PPT,滑动抖音，截图，彻底解放鼠标的双手，真香！
——谭女士 广州

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

©2025.12 iResearch Inc.

写作剪辑场景折叠屏手机产品优势感知

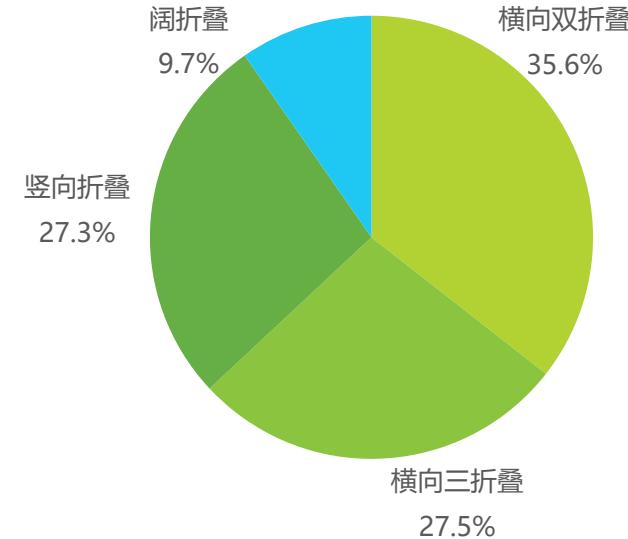


www.iresearch.com.cn

折叠屏手机使用典型场景-投资理财

在投资理财场景中，消费者更倾向于选择采用横向双折叠设计的手机产品。在具体使用过程中，折叠屏手机具备多窗口操作功能，支持多任务并行处理，更大的屏幕尺寸有助于实现更为丰富与全面的信息呈现，上述特性成为消费者感知的主要产品优势。

投资理财场景折叠屏手机产品形态偏好

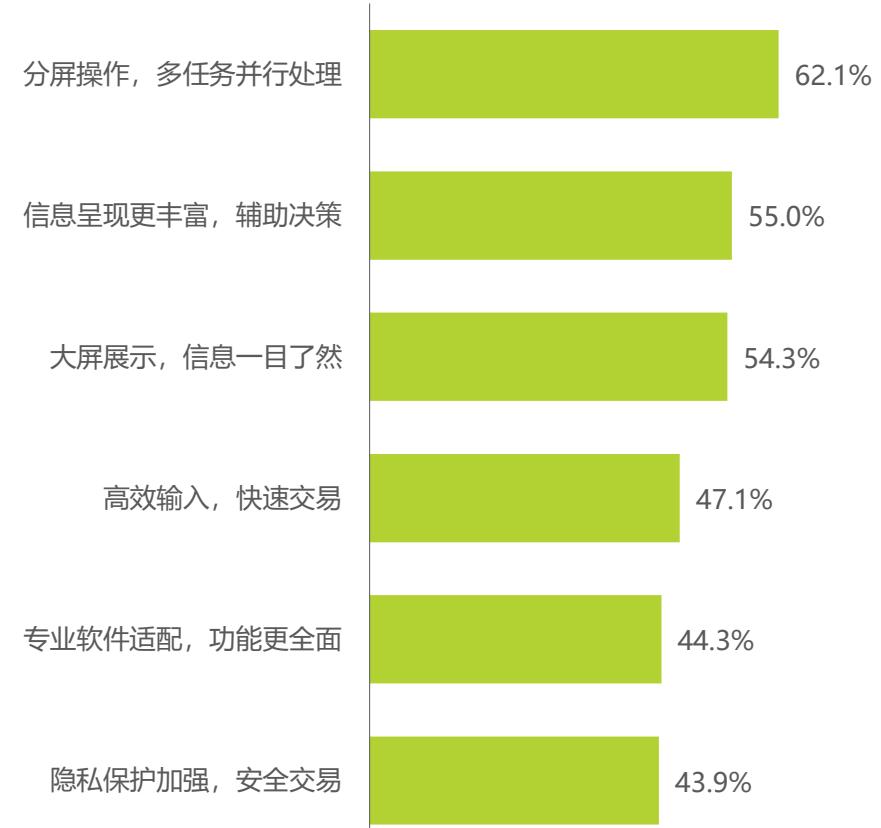


华为非凡大师XTS三折叠，东方财富炒股真的很好用。怎么折都有面可以同时看大盘重仓股票的日K、持仓界面。
——张先生 上海

样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

©2025.12 iResearch Inc.

投资理财场景折叠屏手机产品优势感知

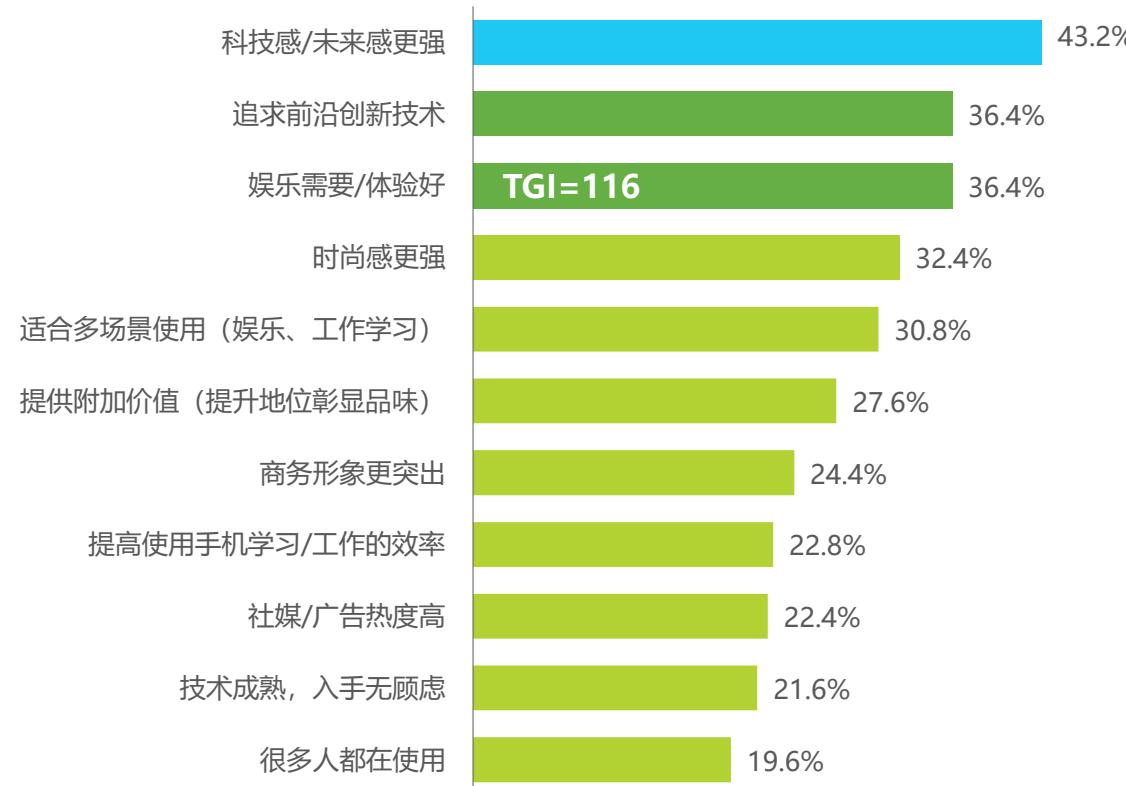


www.iresearch.com.cn

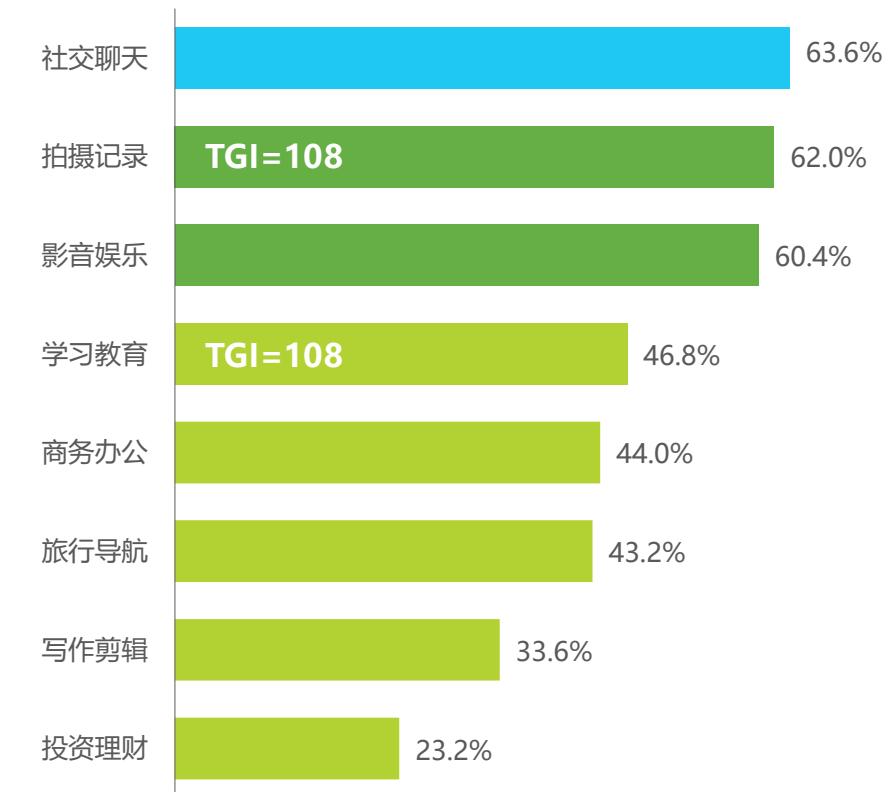
细分人群-年轻用户购买使用折叠屏手机行为

科技感/未来感更强、追求前沿创新科技、娱乐需求/体验好是年轻用户购买折叠屏手机的主要原因，年轻用户因娱乐需要/体验好而购买折叠屏手机的比例显著高于整体水平，TGI值为116。使用场景方面，年轻用户使用折叠屏手机进行拍摄记录和学习教育行为突出。

购买折叠屏手机的原因



折叠屏手机的使用场景

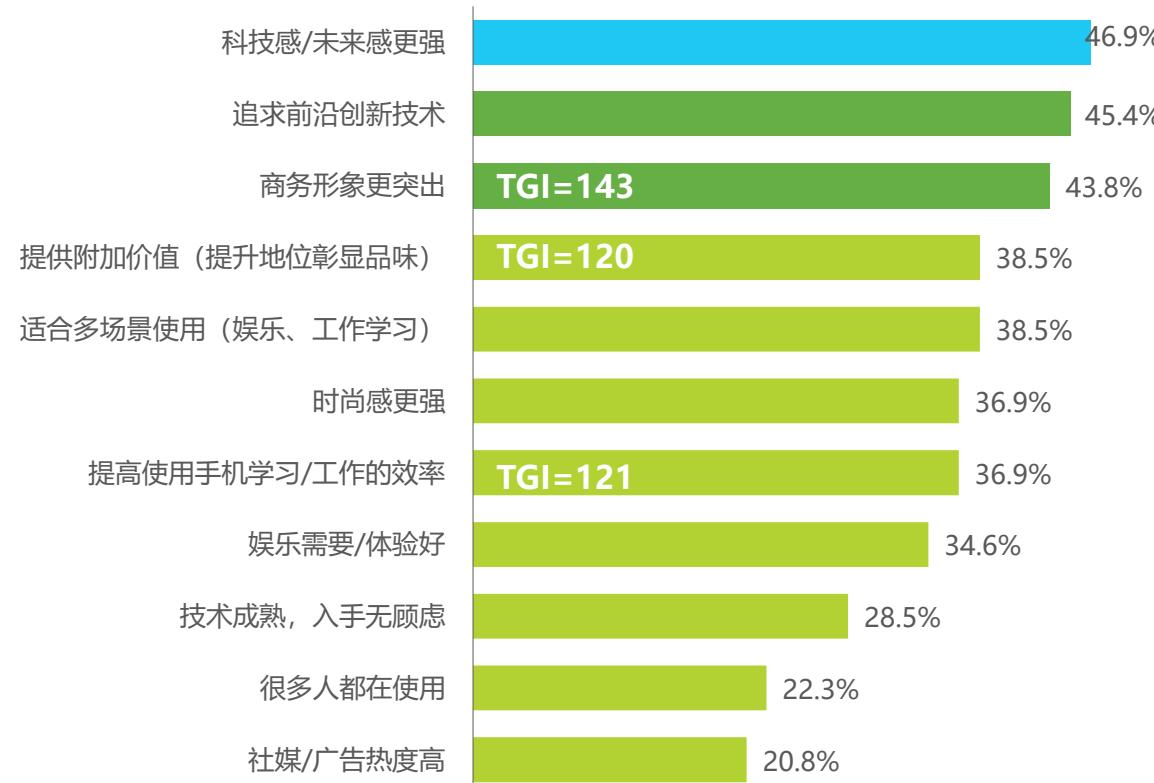


样本：18-24岁用户 N=250，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

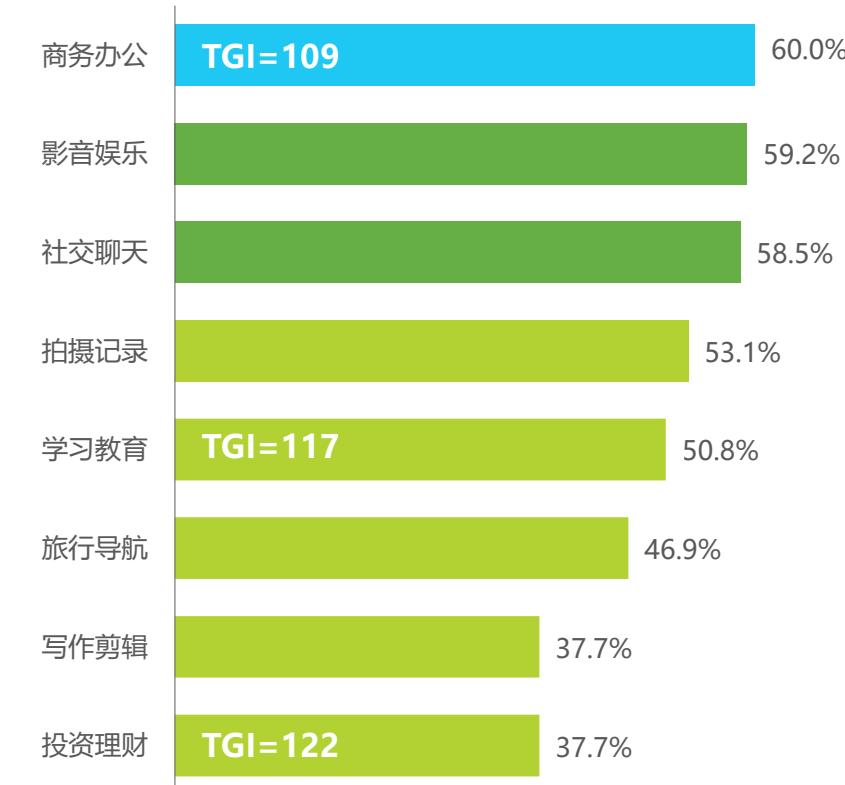
细分人群-三折叠用户购买使用折叠屏手机行为

用户购买三折叠手机主要原因因为商务形象更突出、提供附加价值、提高手机学习工作的使用效率。使用场景上，商务办公是主要的使用场景，其次是影音娱乐和社交聊天，投资理财和学习教育场景表现也比较突出。

购买折叠屏手机的原因



折叠屏手机的使用场景

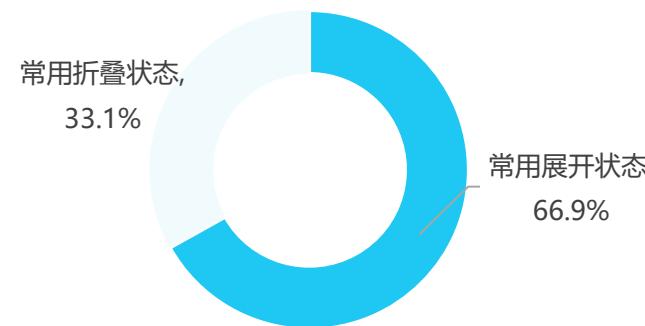


样本：横向三折叠用户 N=130，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

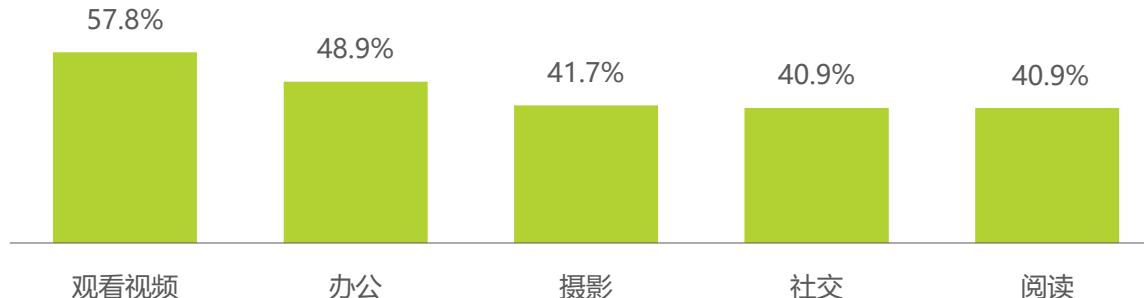
用户使用横向折叠屏手机使用状态偏好

超过65%的消费者在使用横向折叠屏手机时，展开状态下的使用时间长于折叠状态。更大的显示屏幕显著提升了消费者在观看视频和办公场景中的使用体验与效率。

消费者使用横向折叠屏手机的情况

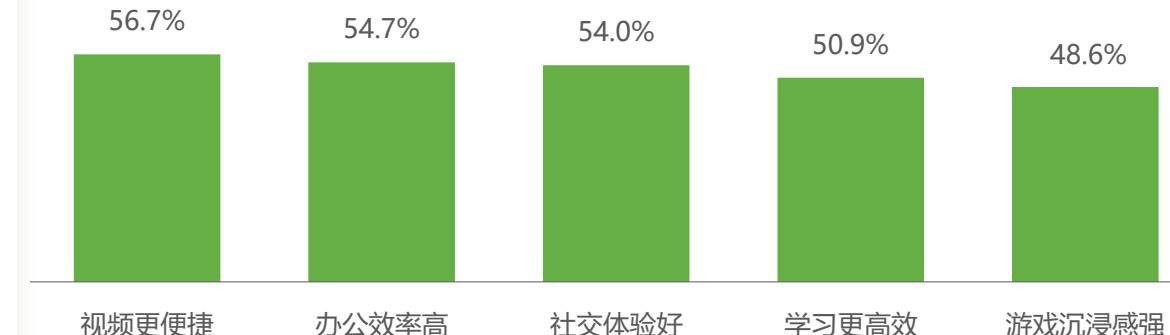


消费者使用大屏（展开态）典型场景TOP5

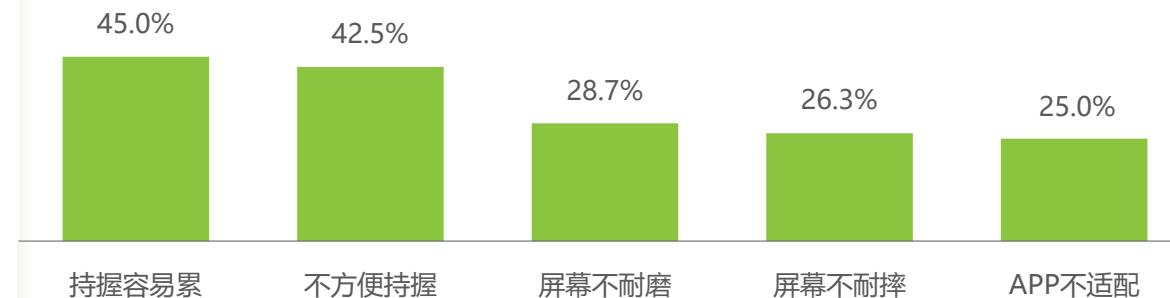


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

消费者喜欢使用大屏（展开态）原因TOP5



消费者不喜欢使用大屏（展开态）原因TOP5



用户经常使用的折叠屏创新功能

在折叠屏手机的具体功能使用中，以外屏作为主屏幕进行快速操作、实现应用程序的多开与多任务并行处理，以及借助AI智能助手提升事务处理效率，是消费者最为频繁使用的功能，显著提升了用户的操作效率。此外，设备支持的悬停拍摄功能亦为用户带来了差异化的使用体验。

消费者经常使用的折叠屏手机功能



折叠机一心二用最佳设备

“双屏显示两个app，一屏看视频一屏淘宝、小红书甚至玩游戏都妥妥的，一些简单的文字工作，也可以一屏查资料，一屏写内容，单独看视频和小说的体验也很不错，真的越用越爽。”——何先生 重庆



外屏做主屏，快速使用
50.0%



APP多开，信息全面
46.4%



AI智能体，智慧助手
41.9%



悬停拍摄，解放双手
37.9%



手写笔，提升效率
37.1%



跨系统互联，方便传输
36.3%

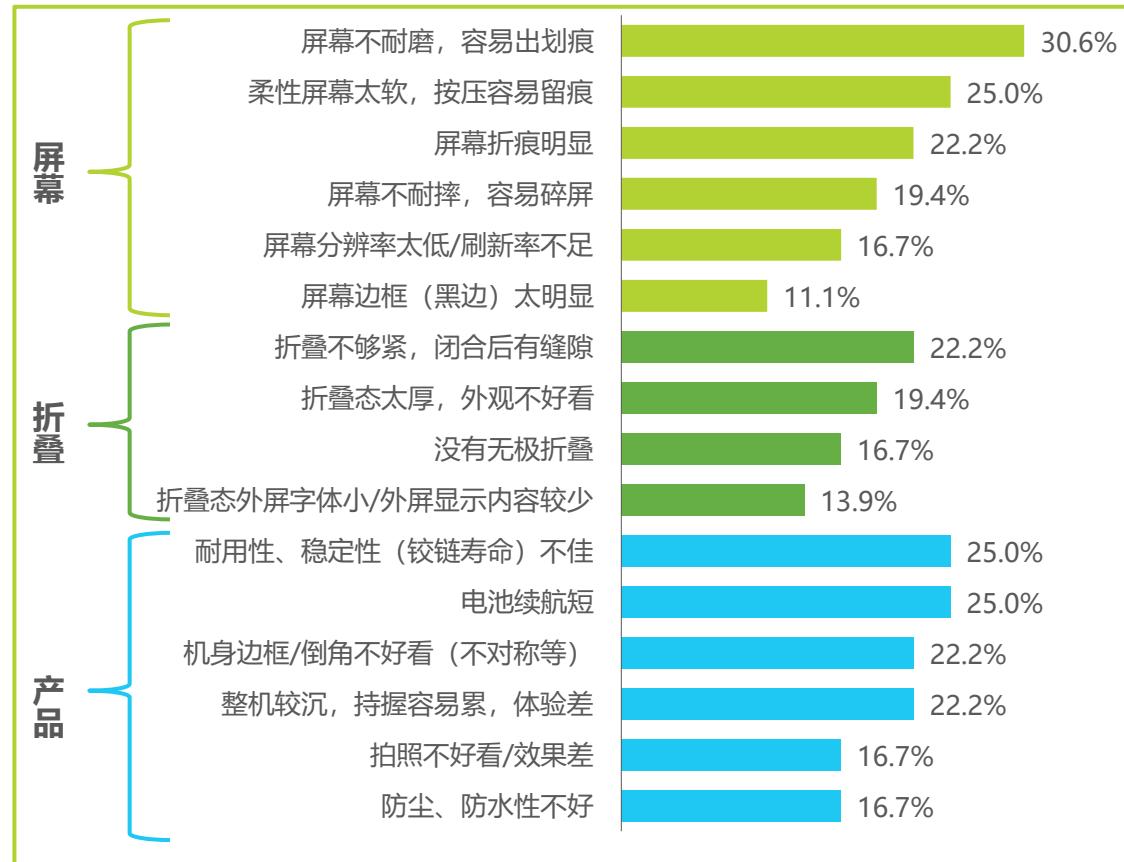


卫星通信，告别无信
32.1%

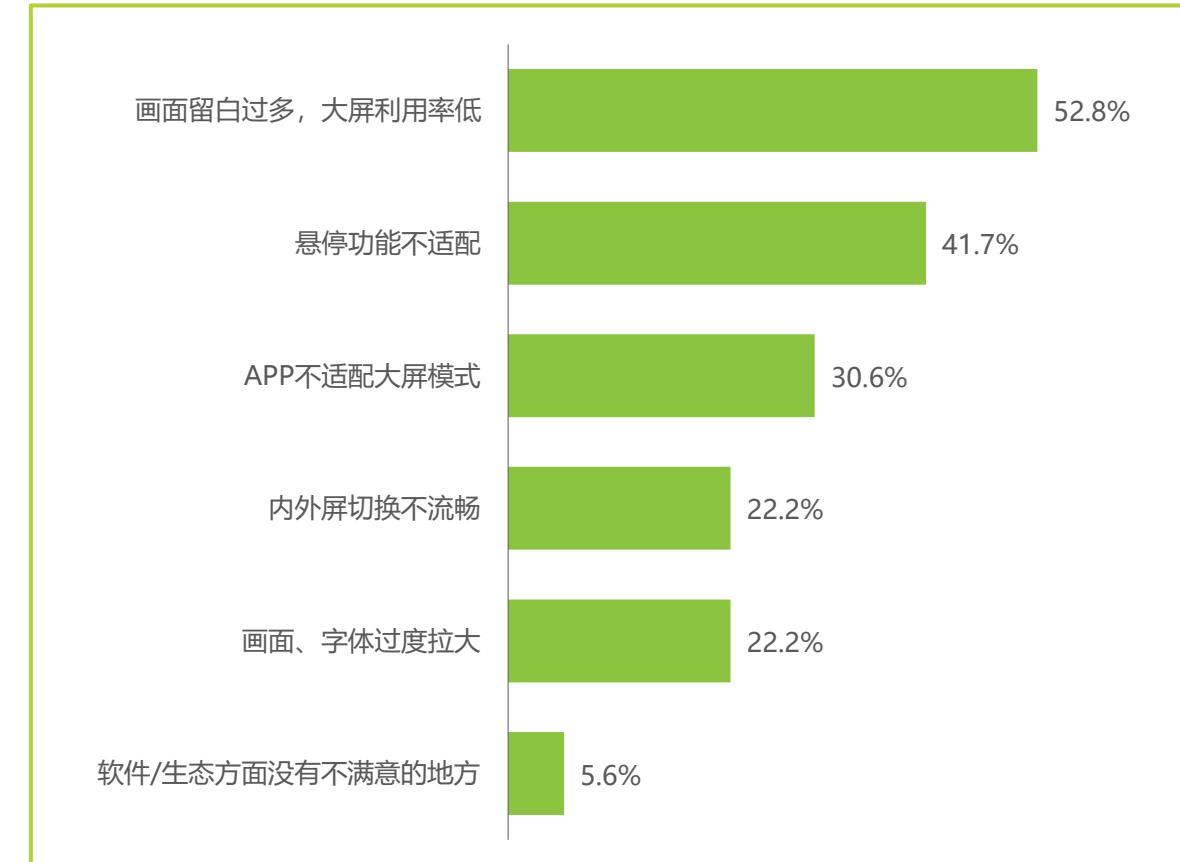
用户折叠屏手机使用痛点

消费者在使用折叠屏手机时，硬件方面的体验痛点主要集中于屏幕耐磨性不足、易产生划痕、折叠状态下闭合不紧密导致缝隙较大，以及对产品耐用性和稳定性的担忧。在软件使用体验方面，主要问题表现为显示画面留白较多，视觉效果欠佳，以及悬停功能的应用适配性较差。

消费者折叠屏手机使用痛点-硬件



消费者折叠屏手机使用痛点-软件

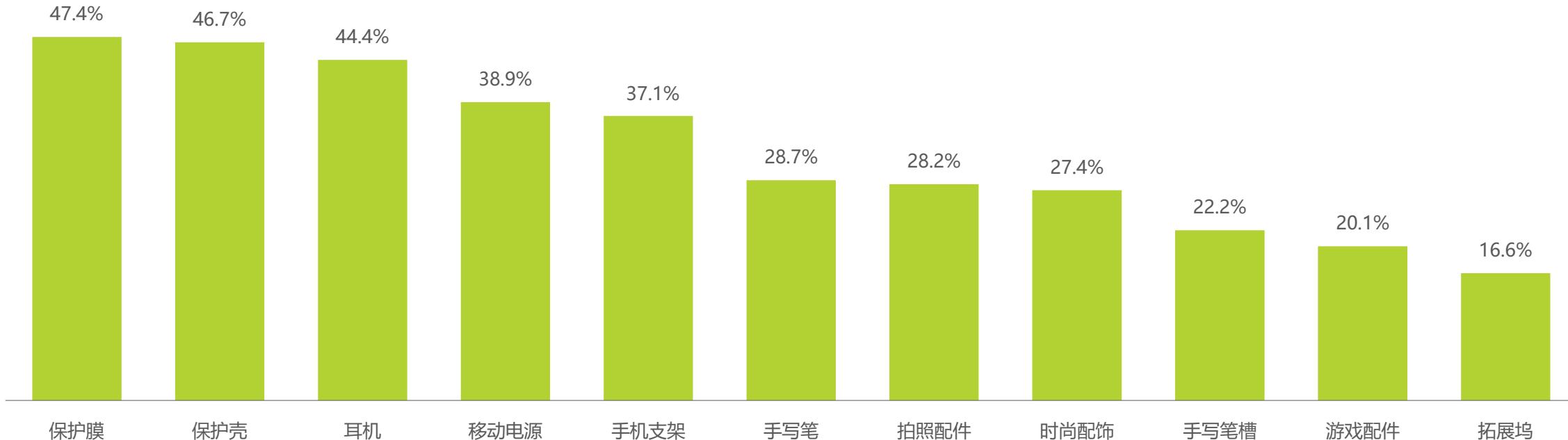


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

用户折叠屏手机周边配件使用情况

折叠屏手机周边生态中，屏幕保护膜、手机保护壳、耳机是消费者最常使用的三大配件产品。此外，移动电源也被高频使用，以进一步提升折叠屏产品的续航表现，满足日常使用需求。

消费者使用折叠屏手机时常见周边配件

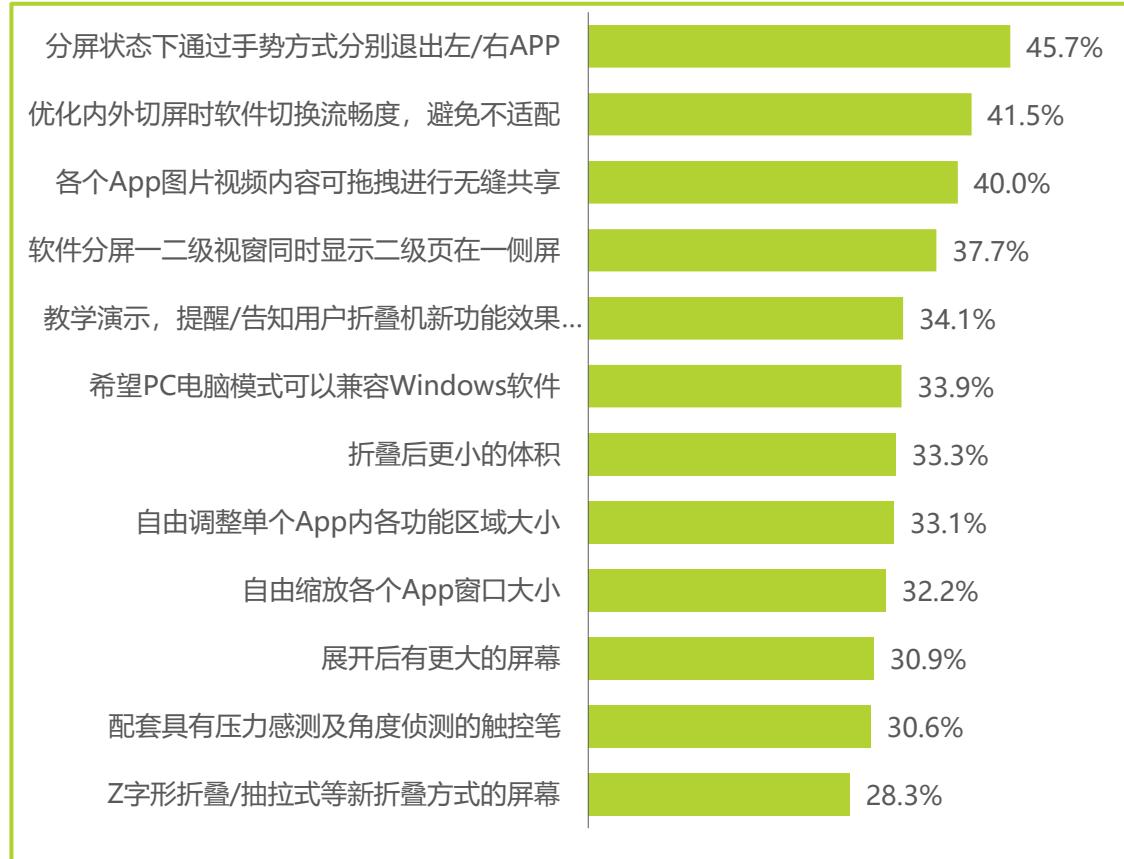


样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

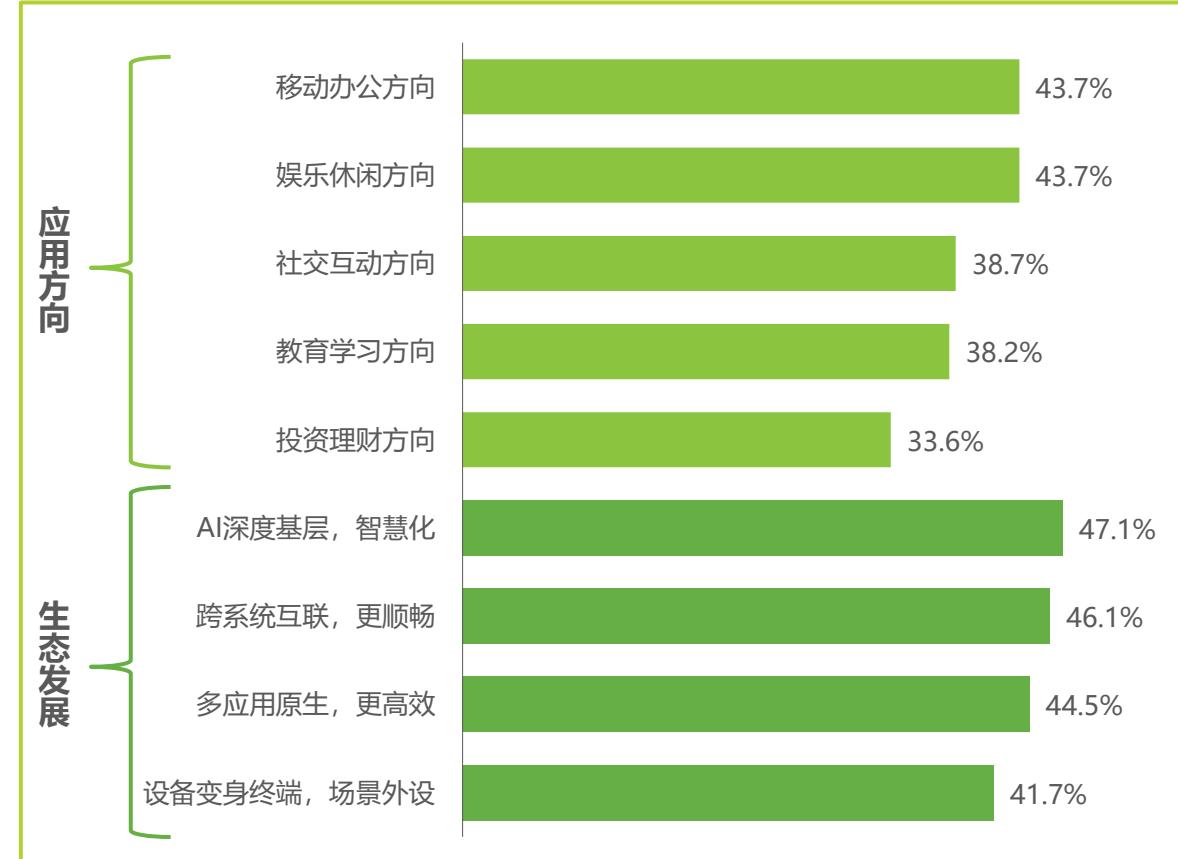
用户对折叠屏手机功能期待

功能优化方面，消费者最期待的是在分屏状态下更便捷地退出应用程序，提升内外屏幕软件适配的流畅性，以及实现应用程序之间高效的内容共享。产品应用层面，除娱乐休闲外，移动办公成为消费者重点期待的应用方向。生态发展方面，提升AI技术应用深度，更智能、生态开放，实现跨系统间无缝互联是消费者关注发展趋势。

消费者期待的折叠屏手机新功能



消费者期待的折叠屏手机应用及生态发展方向



样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

用户未来购买折叠屏手机情况

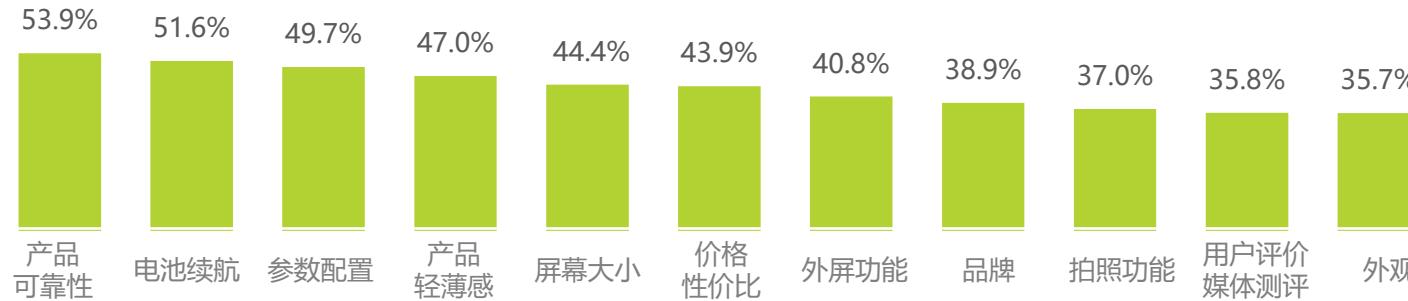
超9成消费者更换下一步手机时会考虑购买折叠屏手机。产品选择过程中，消费者重点关注设备的可靠性、电池续航能力及硬件参数配置等关键指标。消费者在选购折叠屏手机时更倾向于竖向折叠形态，购机预算主要集中于8,000至12,000元区间，华为为首选考虑品牌。



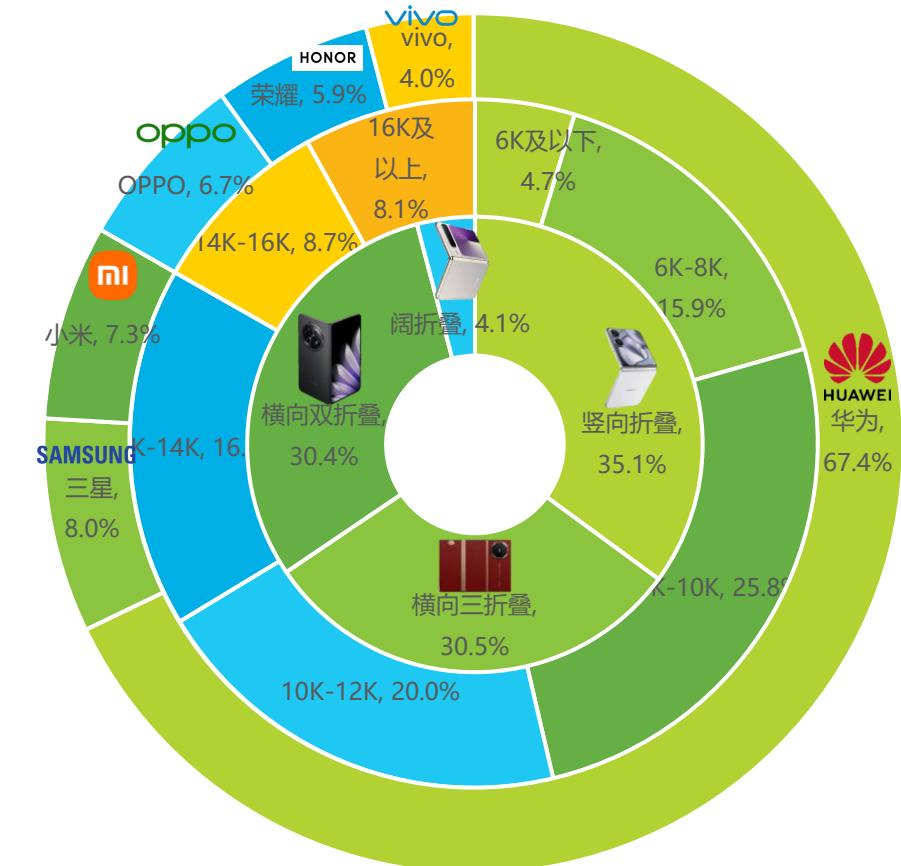
消费者折叠屏手机未来购买意愿



消费者未来购买折叠屏手机时关注因素



消费者未来购买折叠屏手机
产品形态/预算/品牌偏好情况



样本：N=1800，于2025年11月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

05 / 折叠屏手机产品未来趋势

折叠屏手机从“小众先锋”迈向“大众实用”

当前，折叠屏手机市场已迈过早期探索阶段，正经历从“小众先锋”到“大众实用”的关键跨越。这一转变的核心驱动力在于硬件技术的成熟、软件与生态的完善，以及多元化产品形态的创新。



1

形态创新：三折等新形态成为增长新引擎

- 以华为为代表的厂商推出的三折形态手机，通过差异化外观有效破解了市场同质化竞争。这一创新不仅吸引了早期尝鲜者，也成功触达了更广泛的消费群体。
- 三星跟进发布三折叠产品，预计其他主流品牌也将陆续跟进类似产品形态，共同推动折叠屏行业规模持续扩张。

2

巨头入局：催化市场声量与用户接受度

- 苹果的入局或将成为折叠屏市场迈向主流化的关键拐点。多家研究机构指出，苹果很可能于2026年下半年推出其首款折叠屏手机，这一举动将极大地提升全球消费者对折叠品类的关注度和接受度。吸引苹果固有的产品用户群的同时，有望带动整个折叠屏产业链的成熟与普及。

3

技术成熟：推动品类普及与规模增长

- 折叠屏手机经过数年迭代，折叠屏的核心痛点已得到显著改善。铰链、屏幕、电池等部件在技术上持续突破，折叠屏手机正在变得既好看又好用。
- 伴随技术及供应链日益成熟，生产成本下降，折叠屏手机价格带下探。这一举措有望降低消费者的入门门槛，成为推动折叠屏从“小众先锋”走向“大众实用”的关键一环。

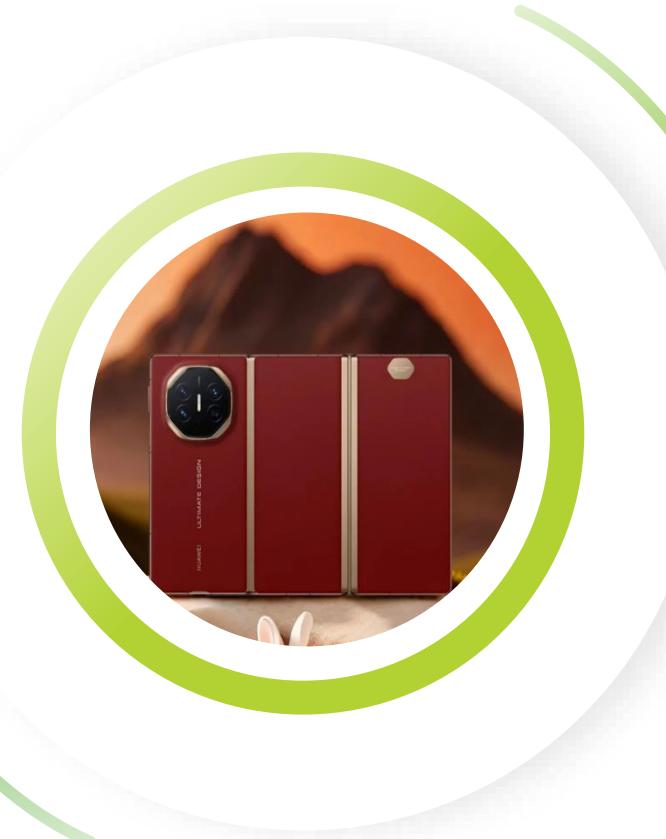
折叠屏手机硬件正经历“可用”到“好用”关键转型

折叠屏手机硬件发展，尤其是核心的铰链与屏幕技术，正经历从满足基本功能到追求综合体验的关键转型，行业步入精进深水区，硬件创新正从单点突破走向系统工程。铰链的精密化与屏幕的耐用性共同构成了体验升级的双引擎，推动折叠屏产品摆脱“尝鲜”标签，向可靠、好用且无负担的“主力机”地位加速迈进。



铰链：向追求轻薄与高效演进

- 铰链是折叠屏手机的“骨骼”，技术发展已跨越了基本的耐用性门槛，正朝着轻薄化、材料创新、智能化生产等更深层次领域迈进。
- 在产品端，当前铰链技术竞争焦点已从“能否折”转向“折得薄、折得轻”。为实现减重与轻薄化，产业界正积极采用新型材料。
- 在制造端，由于铰链结构复杂，迭代速度快，导致零部件模组化、标准化程度低，AI视觉检测所需特征库难以稳定建立。为提升效率，产业链朝着标准化的尺寸与公版发展，以降低成本、为自动化生产铺平道路。



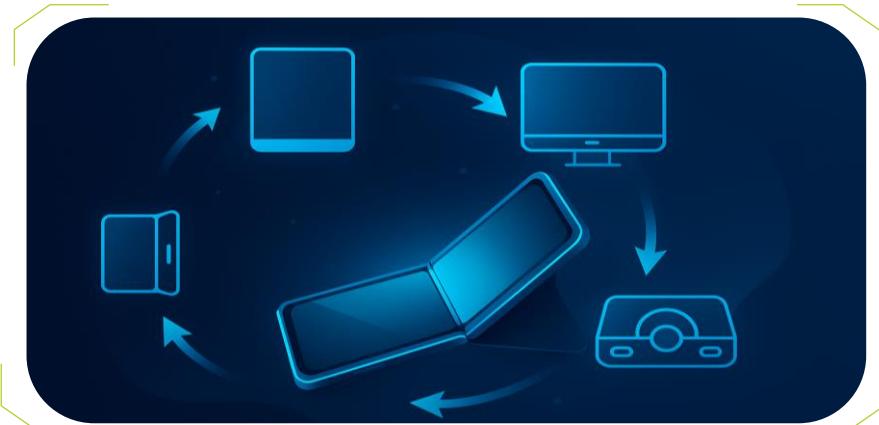
屏幕：从强化防护到主动修复的革新

- 屏幕是折叠屏手机的“门面”，技术发展正从被动防护向主动修复探索，力求在屏幕观感、触感和耐用性上实现突破。
- 当前，UTG是内屏主流盖板材料，但抗冲击性不足。厂商通过将其与特殊保护层（如PET高分子薄膜）组合成复合叠层结构来弥补。
- 未来，有望用UFG玻璃替代UTG玻璃，实现更高强度和抗冲击性能，提升屏幕的耐用性。此外，厂商正在探索屏幕自修复技术，当屏幕出现微观裂纹时，利用“伪金属图案”技术封住裂纹，防止扩散，实现“自我修复”。



生态协同与智能交互驱动用户折叠屏使用体验跃迁

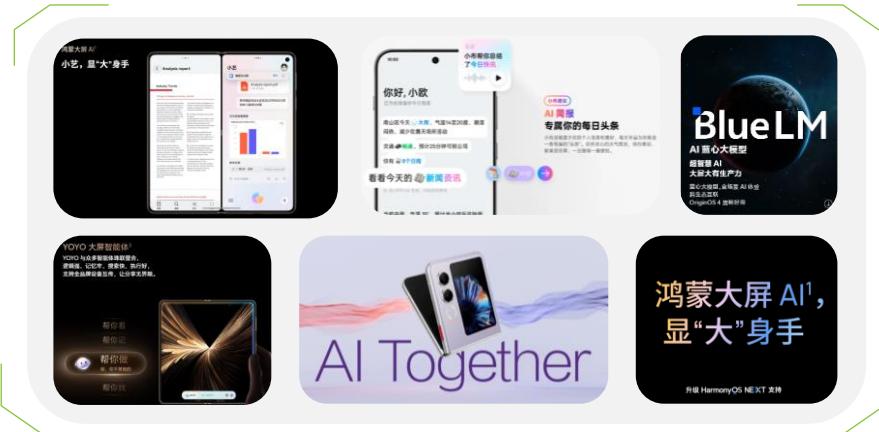
随着折叠屏手机的不断演进，软件生态正成为推动体验升级的核心驱动力。跨设备、跨场景的协同能力持续增强，使折叠屏手机在办公、娱乐、出行等使用场景中具备更高的连续性体验；同时，AI 正加速渗透至交互与应用层，推动分屏、多模态等核心体验全面智能化，进一步释放折叠大屏的使用价值。



D1

跨设备、跨场景协同

- **跨端协同成为标配能力：**折叠屏手机正在从单一终端拓展为连接手机、平板、PC、车机等多设备的协同枢纽，满足用户在办公、娱乐、居家等多场景的连续性体验需求。
- **交互体验进一步深化：**多设备间的互联更顺畅，键鼠、显示器等外设接入也更无缝，进一步提升跨场景的任务续接与内容流转体验。



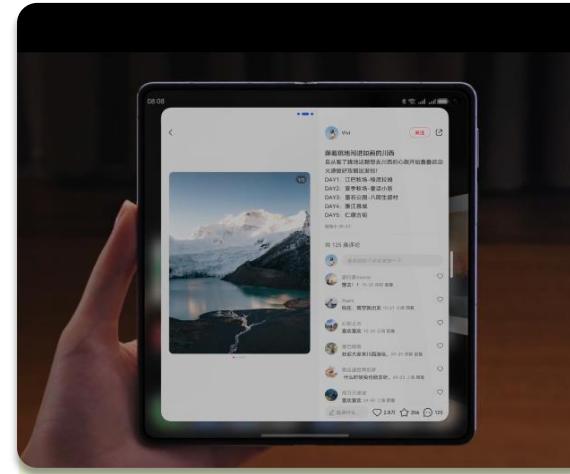
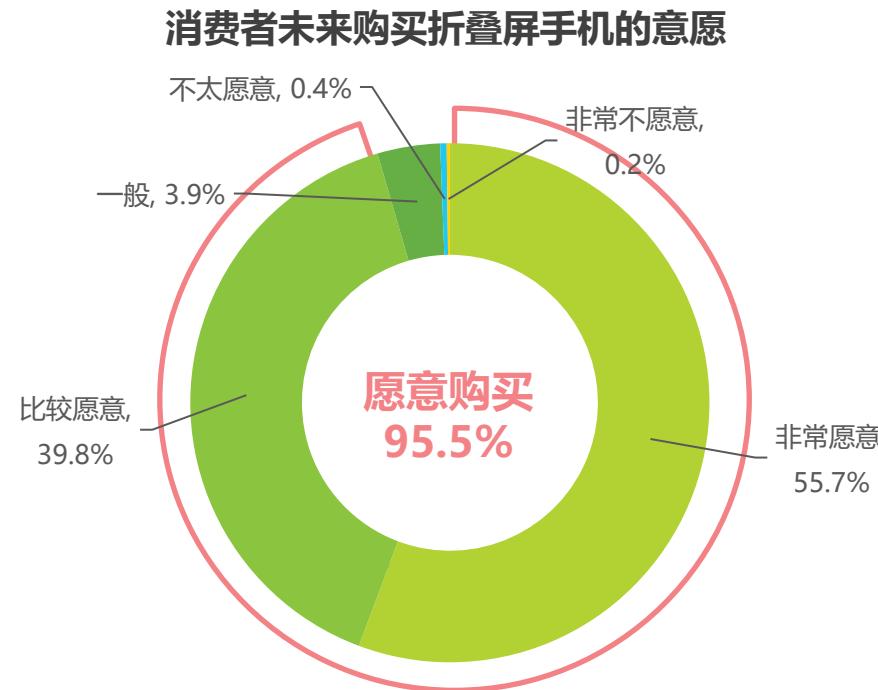
D2

AI智能化与原生应用深化

- **交互智能化突破：**AI 将从简单辅助功能进化为更主动的“任务型智能体”，能够识别场景、自动做出操作决策，减少用户在折叠形态下的手动操作成本。
- **分屏与多模态体验全面智能化：**AI 推动分屏布局更智能、跨屏任务续接更顺畅，语音、视觉、触控等多模态交互体验更加自然高效，释放大屏与折叠形态的使用价值。

用户折叠屏手机消费实现“尝鲜”到“常用”转变

折叠屏手机开始从“小众尝鲜”到“主流主力机”的转变，95.5%的消费者表示未来愿意更换折叠屏手机。大屏幕带来更好的观影、娱乐体验，覆盖更多的使用场景。竖折形态聚焦便携自拍、单手操作及社交分享，满足用户的情感需求。



效率神器

大屏实用性解决了“手机作为生产力工具”的核心痛点。多任务处理、商务办公、视频创作等多种场景全覆盖，实现“一机多用”。



时尚单品

折叠屏时尚单品则满足了“手机作为潮流符号”的情感需求。竖向折叠屏手机合上后精巧如化妆盒或鹅卵石的形态极具辨识度。它不再只是科技产品，更是一种时尚配饰。

THANKS

艾瑞数智致力成为领先的数智化全栈能力提供商