

迟到八年，苹果终于下场！iPhoneDuo 入局，折叠屏行业迎来终极淘汰赛

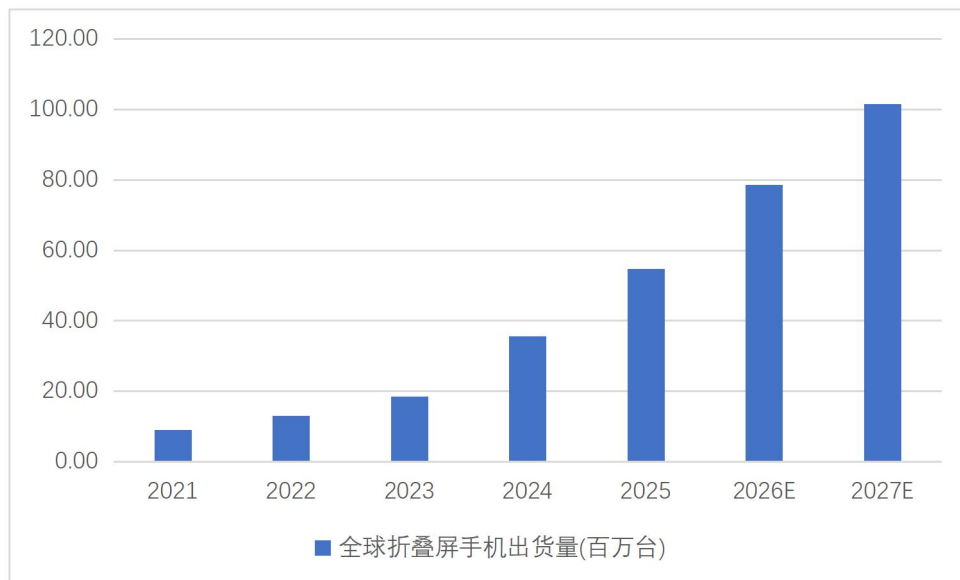
汉鼎智库咨询 2026-09-17

北京时间 9 月 10 日凌晨，苹果首款折叠屏手机 iPhoneDuo 正式亮相。这款筹备近十年的横向内折机型，国行 15999 元起售，展开后拥有 7.6 英寸大屏，补齐了 iPhone 产品线最后一块形态短板新华网。

当苹果正式踏入折叠屏赛道，持续八年的行业竞赛迎来转折点：此前由三星、华为主导的市场格局被瞬间打破，赛道从“国产厂商创新内卷”迈入“全球巨头高端对决”，整个折叠屏产业的产品标准、生态规则、供应链体系都将迎来一轮重塑。

数据显示，全球折叠屏手机出货量正处于持续上行通道。2021 年全球折叠屏出货量仅 910 万台，预计到 2027 年将增长至 1.015 亿台，市场规模实现量级跨越。行业增速虽会随着基数扩大逐步回落，但长期增长确定性不减，iPhone Duo 选择在这一节点入局，正是瞄准折叠屏从高端小众走向大众普及的关键窗口期。

2021-2027 年全球折叠屏手机出货量(百万台)



数据来源：公开资料，汉鼎智库整理

一、 市场格局重构：三强垄断，中小品牌生存空间急剧收缩

在 iPhoneDuo 发布之前，折叠屏市场已经形成稳定格局：三星长期稳居全球第一，华为凭借全栈自研守住国内高端市场，小米、荣耀、OPPO 等品牌瓜分剩余份额，行业呈现“双强领跑、群雄分食”的局面。

苹果的入局直接改写行业座次。Counterpoint 预测，iPhoneDuo 上市首年，仅凭短短数月销售窗口，就能拿下全球 25% 的折叠屏出货份额，一举跃居全球第二名；三星份额回落至 38%，华为维持 22%；三星+苹果+华为三大巨头合计占据 85% 的市场份额，留给其他安卓厂商的市场仅剩 15%。

万元以上超高端市场会率先迎来挤压。iPhoneDuo 锁定商务精英、苹果生态忠实用户，直接对标华为横向折叠与三星 ZFold 系列。高端价位段从多品牌

混战，收缩为三家巨头的贴身肉搏。对于中小厂商而言，单纯依靠硬件堆料已经很难分到蛋糕，行业马太效应急剧放大，缺乏自研铰链、柔性屏与系统能力的品牌，将逐步退出主流折叠屏赛道，被迫退守竖向小折叠、中端平价市场。

二、 产品标准升级：从“硬件拼形态”转向“生态拼体验”

过去八年，折叠屏行业的竞争重心始终停留在硬件层面：铰链结构、折痕控制、机身厚度、屏幕材质成为比拼核心。很多机型硬件参数拉满，却长期面临 App 适配不全、多任务卡顿、内外屏切换割裂等痛点，折叠屏始终被贴上“小众尝鲜”的标签。

iPhoneDuo 最大的行业价值，不在于钛金属机身、无明显折痕的屏幕，而在于 iOS 针对折叠形态完成底层交互重构。依托全球数百万开发者资源，苹果一举解决了长期困扰行业的应用适配难题，内外屏无缝切换、多窗口并行运行、跨设备流转体验全面打通，把折叠屏从“玩具形态”拉回到生产力工具的正轨。

行业竞争主线随之切换：比拼不再是谁率先做出三折叠、双外屏等新奇造型，而是系统流畅度、软件生态完整度、长期使用稳定性。三星、华为已经快速跟进，进一步优化大屏多任务系统；小米、荣耀等国产厂商不得不加大软件投入，单纯堆砌硬件参数的打法将彻底失效。折叠屏终于告别“试验品”阶段，正式走向成熟的主流旗舰品类。

三、 供应链迎来新一轮升级，成本战进入新阶段

苹果强大的供应链议价能力，将倒逼整个折叠屏产业链加速技术迭代、降本增效。iPhoneDuo 大规模采购超薄柔性 UTG 玻璃、高精度钛合金铰链、定制化柔性 OLED 面板，庞大订单会带动上游零部件良率持续提升，摊薄行业整体制造

成本。

此前折叠屏价格居高不下，核心原因就是铰链、柔性屏良品率偏低、产能有限。随着苹果大举下单，柔性屏、转轴结构件的产能快速爬坡，未来两三年内，万元以内折叠屏机型会越来越多，产品价格梯队进一步拉开：苹果守住 1.6 万元以上顶格高端市场；华为占据 1.2 万—1.8 万元商务市场；小米、荣耀主攻 8000—12000 元主流价位；竖向小折叠下沉至 5000 元价位段，折叠屏正式从奢侈品向大众高端机型普及。

与此同时，果链零部件厂商迎来新的增长红利，柔性显示、精密结构件、FPC 柔性电路板等细分赛道景气度持续上行，折叠屏产业链迎来新一轮资本与产能投入。

四、 国产厂商的应对：守住差异化，深耕本土场景

面对苹果空降带来的冲击，国产折叠屏厂商并非全无还手之力。华为手握铰链、鸿蒙系统、三折叠独家形态三大护城河，牢牢守住政企商务市场，依靠跨设备全场景生态稳住基本盘；小米依托人车家智能互联，把折叠屏打造为移动办公中枢，用快充、影像、续航等硬件优势守住主流价位；荣耀、OPPO 则深耕竖向小折叠，瞄准女性消费群体，避开苹果正面竞争。

短期来看，iPhoneDuo 受产能限制，出货量难以快速放量，国产厂商依然保有充足的缓冲时间。长期来看，单纯比拼硬件参数没有出路，只有持续打磨系统交互、打造场景差异化、深挖国内办公、移动互联等本土需求，才能守住高端基本盘。

五、 结语：折叠屏正式迈入规模化元年

iPhoneDuo 的发布，标志着折叠屏正式走完 8 年探索期，进入规模化普及的黄金时代。苹果带来的不仅是一款旗舰新机，更是一套成熟的产品标准与生态体系，把折叠屏从小众创新推向智能手机下一代主力形态。

行业淘汰赛已然打响：头部三强瓜分高端市场，中小品牌加速分层；竞争从硬件内卷转向生态比拼；价格持续下探，用户群体持续扩容。未来三年，折叠屏有望成为智能手机存量市场最大的增长引擎，一场关乎未来十年手机产业话语权的竞争，才刚刚拉开序幕。