来源：视觉中国

作者丨张睿

编辑丨康晓

出品丨深网·腾讯新闻小满工作室

6000元以上手机卖不动、冲击高端手机市场收效甚微，从2021年底开始，国产手机厂商将目光转向了折叠屏。

“国内手机厂商喊了多年的高端手机突围战，但能让用户花6000元及以上的价钱买一部手机的品牌主要还是苹果和华为。在手机市场下行周期，提货4000元以上国产手机我都很谨慎”，某二线城市手机分销商林博对《深网》透露。

6000元以上高端手机出货难并非只有国内手机，被奉为高端手机圭臬的苹果手机价格也开始跳水。有渠道商透露，“发布不到两个月的iPhone 14已经开始降价。其中， iPhone 14 各个版本降价在500元左右，iPhone 14 Pro各个版本降价在1000元-2000元之间”。

“今年618 iPhone 13在京东上就降价卖爆了。苹果国包商自己贴了一部分钱进去，618价格比我们进货价都低。我还让我公司员工在618那天抢了一些苹果的货，后来都卖出去了。双十一 iPhone14估计还会有一波折扣”，东部沿海某二线城市渠道商张华对《深网》透露。

折叠屏成为国产手机向上的突破口。

自OPPO去年12月推出折叠手机Find N并将价格下探至7700元以内后，华为、vivo、小米、荣耀纷纷推出并迭代了新款折叠手机。据《深网》统计，2021年底至今，OPPO、vivo、荣耀、小米等国内手机厂商相继发布并迭代折叠屏手机有7款。在此之前，国内手机厂商折叠手机阵营仅有华为的Mate Xs及小米的MIX FOLD。

国内手机厂商“卷上”折叠手机很快反映在出货量上。据CINNO Research统计数据显示，2022年第二季度中国市场折叠屏手机销量达58.7万部，同比大幅增长132.4%。在国内手机出货量下滑的档口，逆势增长的折叠屏手机市场成为主流手机厂商的必争之地。

“国内手机厂商想在高端手机市场有质的突破，需要在手机形态上突破。直板手机形态是由苹果创造，无论在操作系统还是芯片能力，国产手机厂商在直板这个手机形态上无法超越苹果，突破直板的折叠屏或许是机会”，潮电智库董事长孙燕飚对《深网》表示。

不过国内手机厂商通过折叠手机“弯道超车”的判断在部分渠道商看来仅是个预判。“折叠屏手机销量太小，对于我们渠道商来说意义不大”，林博表示。

“4000元以上国产手机提货都很谨慎”

“在手机行业寒冬期，国内手机厂商推出的4000以上的手机机型我提货都很谨慎了。因为都是现款现货，3个月内出货不理想，就要降价回流资金。”渠道商林博有些无奈。

Find X5系列手机是国内手机厂商OPPO今年2月份推出的高端手机机型，售价3999元起。其中，OPPO Find X5 Pro天玑版（12GB+512GB）售价高达5799元。

OPPO曾对这款手机寄予厚望。在Find X5 Pro中搭载了OPPO自研影像专用NPU马里亚纳 MariSilicon X。不过，从销量上看，Find X5系列手机并没有达到OPPO的预期。

“不好卖，已经有渠道商降价500元-1500元下货，OPPO要推新款了”，林博透露。

作者在京东查询正在做限时促销活动的OPPO官方旗舰店发现，Find X5（8GB+128GB）折后价格为2799元，与2月份的3999元的起售价相比降了1200元。

对于OPPO要推新款的消息，有知情人士对《深网》透露，“国内手机厂商的旗舰机热销周期只有6个月，如果某一款手机销量不达预期，就会启动新机生产”。

对于“4000元以上国产手机提货都谨慎”的说法，另有渠道商对《深网》表示，没有那么绝对，“提哪个型号的货、提多少货都是跟厂商博弈的过程。但在行业不景气的背景下，厂商肯定要考虑渠道商的利益。

经营多家vivo品牌授权店的高森深刻感受到vivo在渠道策略上的变化。据高森介绍，vivo现在会针对S12、X80等机型实施分销制，希望各大品牌授权店都有钱可赚。

“对于X80这些热销机型，厂商一周会给我们分四次货，一次分3-5台左右，来保证我们的利润。当这款产品有利可图时，我们也愿意去推广这个机型”，高森说。

X80系列是vivo 4月推出的新品，售价3699元起，12GB+512GB版本售价4899元。据Counterpoint数据显示，2022年第二季度，在400美元以上的智能手机市场，vivo占比13%。其中，vivo X80占该细分市场总销量的29%。

不过，厂商和渠道商“相互取暖”并没有改变用户对国内手机厂商手机同质化和高端化的认知，4000元以下手机仍然是国产手机主力机型。

4000元以下手机拼产品力，6000以上手机拼品牌力和品牌溢价。在国内手机厂商突破消费者6000元的心理障碍之前，为争夺高端手机市场，国内主流手机厂商把关注点更多的放在折叠屏手机上。

2021年12月，OPPO推出折叠手机Find N，首发起售价7699元，把折叠屏手机售价拉到了1万元以内。在此后的半年内，荣耀和vivo分别推出了自己的首款折叠手机Magic V和X Fold。2022年下半年，小米和vivo都迭代了折叠手机，推出MIX Fold 2及X Fold+。vivo 最新发布首款双5G双卡双通折叠屏手机X Fold+。有消息透露，OPPO、荣耀正在研发和规划新款折叠手机。

随着国产手机在折叠手机上的推新和迭代，折叠手机在屏幕折痕、屏显、铰链寿命、续航、重量等方面都有所改善。

折叠手机离“主力机”还有多远？

虽然国内手机厂商近两年才发力折叠屏，但折叠屏手机的发展由来已久。

2012年，日本公司京瓷推出3.5寸双屏、可自由旋转的手机KSP8000，这让市场看到直板手机之外的可能性。但此时手机行业正值功能机向智能机的转换，没有功能创新的KSP8000仅是折叠手机萌芽期的一个“毛坯”。2017年和2018年，中兴和柔宇科技分别推出了折叠手机AxonM和FlexPai柔派。此时由于屏幕有折痕、铰链寿命短、成本高等问题，折叠手机在行业内一直没有掀起太大波澜，直至三星和华为入局。

2021-2022发布折叠屏手机汇总

2019年2月，三星和华为前后脚推出折叠手机Galaxy Fold（横向内折）和 Mate X（横向外折）。此后，三星和华为在折叠手机都保持着每年1-2款机型的迭代。2020年2月，三星打破之前横向内折设计，推出上下翻折设计Galaxy Z Flip。2021年12月，华为布局上下折赛道，推出P50 Pocket。自此，内折和上下折成为折叠手机的主要折叠方式。

由于横向外折手机屏幕始终暴露在外面，容易受到外部划损，且外折屏产生变形、断裂的风险也高于内折，所以后来跟进的折叠手机普遍采取内折方案。例如，OPPO推出的 Find N、vivo的X Fold、X Fold+ 及荣耀推出的Magic V都采用横向内折方案。

据艾瑞咨询发布的《2022年中国折叠屏手机市场洞察报告》显示，折叠屏手机的用户主要集中在一线及新一线城市。其中，横向折叠手机潜在购机人群更关注手机的科技感和高端感，而购买上下折叠手机的用户更关注便携性。

国内头部手机厂商加码折叠手机很快反应在销量上。据CINNO Research数据显示，今年上半年中国市场折叠屏手机销量达130万部，超2021年全年116万部的销量。

虽然折叠手机销量同比增速很快，但在整个智能手机市场，折叠手机占比依然“九牛一毛”。

今年上半年，中国市场智能机销量约1.34亿部，折叠手机130万，占比不到1%。可见，折叠手机对于国内手机厂商来说，培养用户品牌心智的权重高于销量本身。

在部分折叠屏手机用户看来，目前折叠手机在手机续航、重量、大小屏融合、APP适配等用户体验方面也存在痛点。

在Mate Xs用户李梦看来，除了屏幕大外，自己还未体验到折叠手机和直板手机有其他的区别。“更重要的是维修太贵了，换一个屏要五千多元”，李梦透露。

“目前折叠手机在消费场景、生产力场景方面还都不是刚需”，有APP开发者对《深网》表示。

但也有供应链人士对《深网》分析表示，消费者和开发者面临的痛点会逐一解决，折叠屏未来会进入主力机时代。“折叠屏手机制造难度是传统直板手机的2-3倍，制造周期和投入的复杂度是也在传统手机的2-3倍以上。随着OPPO、vivo、荣耀等手机厂商入局折叠手机，折叠屏的良品率和供应链的产能都在提高”。

对于折叠机手究竟能否会成为主力机型，一位折叠屏技术专家曾告诉《深网》，判断折叠屏技术是否成熟，很简单，就看苹果有没有量产折叠屏手机。“折叠屏在技术上还处于攻关阶段，距离大规模量产的技术成熟期还有一段距离。

苹果要通过iPad试水折叠屏？

苹果何时会推出折叠屏手机？事实上，早在2018年1月苹果就在美国提交了其折叠屏专利申请并在次年获批，但在量产折叠屏手机方面却按兵不动。“无论从销量增长还是利润占比看，苹果手机都不急于推出折叠手机”，有供应链人士对《深网》透露。

从出货量看，苹果手机稳占全球手机出货量前二的位置。从利润上看，苹果攫取了全球智能手机产业一半以上的利润。据Counterpoint数据显示，2021年第二季度苹果公司就独占了全球智能手机市场3/4的利润，而在2020年第四季度苹果的利润份额高达86%。

从苹果公司本身的营收构成看，贡献了一半以上营收的iPhone产品一直是其现金牛业务。在折叠屏技术和产业链还处在完善和磨合阶段，苹果不会轻易拿自己的主营业务做实验，况且，折叠手机的制造成本还处于高位。

与直板手机相比，折叠屏的成本高企主要体现在屏幕和铰链上。

在屏幕价格方面，三星首款折叠手机GalaxyFold的面板价格接近180美元。DSCC曾预测，到2022年随着良率和产能利用率的提升，价格有望下降到90美元。而据CINNO Research发布的报告显示，“由于国内柔性AMOLED面板厂纷纷以激进的价格策略抢占项目订单，部分产品价格已下探至刚性AMOLED面板价格水位”。

在铰链方面，有消息透露，OPPO Find N和vivo X Fold的铰链供应商均为苹果供应链企业杭州安费诺飞凤通信。其中，OPPO Find N铰链部件的单个成本近800元，而vivo X Fold铰链

添加了多重航天材料，成本超过了1200元。

有供应链人士推算，通常手机硬件成本是售价的50%-60%。折叠屏幕加上铰链要2800元，外加其他结构件和电池、加工费用，硬件总成本应该在5000左右。

如果厂商想要赚钱，折叠屏手机价格需要在1万以上。

目前，国产折叠手机价格在7000元-12000元之间，这就意味着价格在8000元左右的折叠手机利润空间不大。折叠屏产业链的规模效应还没形成，习惯了高利润的苹果不会贸然下场。

据市场研究机构CCS Insight近日发布报告预测，苹果或将在2024年推出折叠屏iPad。从营收构成看，iPad产品在苹果硬件（iPhone、iPad、 Mac）中占比最小，不到10%。以iPad来试水折叠屏，可以最大程度降低风险。

“目前对苹果来说，推出一款折叠屏iPhone是没有意义的。苹果不会跟随这一潮流，而是通过折叠屏iPad来进行试水。对苹果来说，折叠屏iPhone的风险很大。首先，为了不影响现款iPhone的销售，定价必须很高，折叠屏iPhone的价格可能会达到2500美元”，CCS Insight研究主管本·伍德（Ben Wood）日前表示。

国内手机厂商已经将折叠屏手机售价拉到了1万元以内，这会对苹果之后的折叠手机定价造成冲击。中信证券分析称，随着折叠屏手机大规模生产，未来主流折叠屏手机或降至5000元～8000元价格带。

苹果不急于量产折叠手机为已经“抢跑”的国内手机厂商留下了几年的窗口期。但消费者也给先入局的厂商提出了一系列难题。如何解决大小屏融合、APP适配、便携性、手机续航、维修成本高等痛点，也是“卷上”折叠屏的国内手机厂商们必须快速解决的问题。

（文中林博、张华、高森为化名）

腾讯新闻出品内容，未经授权，不得复制和转载，否则将追究法律责任。