



手机价格集体上涨 成本抬高重塑市场格局

涨



近日，小米、华为等多家主流手机品牌集中调整产品售价，多款机型价格走高，部分机型涨幅达数百元，华为Mate 80系列部分版本最高涨幅达1000元。持续两年的手机涨价潮持续发酵，国内智能手机市场彻底告别长期低价内卷模式，全品类、跨品牌调价成为行业新常态。

记者 章沁橡

各家手机品牌涨价幅度较大

据了解，本轮手机涨价潮自2025年四季度全面开启，上游核心元器件价格普涨是根本诱因。存储芯片、系统级芯片（SoC）、印制电路板（PCB）、片式多层陶瓷电容器（MLCC）等关键零部件价格持续走高，大幅抬升整机生产成本。面对持续的成本压力，手机厂商采取多重方式对冲风险，包括控制硬件迭代节奏、部分机型缩减配置、优化供应链体系、压低零部件采购价格、更换供应商等，以缓解经营压力。涨价趋势自2025年以来层层递进、持续扩大。2025年10月，小米、OPPO、vivo、荣耀率先调价，多款在售机型价格上调100元至600元，拉开本轮行业涨价序幕。进入2026年，涨价节奏进一步加快，覆盖新机型、老机型、折叠屏、全系配件品类。

2026年1月，荣耀Power2、vivo S50系列、小米17 Ultra等新机首发价上调200元至500元；2月，三星Galaxy S26系列起售价上涨1000元，拉高全球高端旗舰定价水位；3月，OPPO、一加、vivo等品牌集中调整多款老机型售价。2026年下半年，行业涨价幅度进一步升级。7月，市面多款新机及在售机型普遍涨价300元至1000元。8月迎来年度调价高峰，小米9款机型统一上调300元至500元，华为nova16系列较上代涨价300元至500元。折叠屏赛道涨幅最为明显，OPPO Find N6、vivo X Fold6新一代折叠旗舰起售价上涨1000元，部分高配版本涨幅高达1500元。海外品牌方面，苹果虽未上调iPhone售价，但已于2026年6月上调iPad、Mac全系产品价格，全品类成本压力全面显现。

多家品牌客服作出官方回应

针对本轮调价，各品牌客服作出官方回应。华为表示，因关键物料市场价格调整，产品成本上涨，对应售价进行相应调整；小米客服则表示，受核心元器件采购成本持续上涨影响，对相关产品适当调整了零售价格；荣耀客服回复称，产品价格及活动会根据市场需求进行调整，所以在综合评估后对相关产品价格进行了适当调整。

荣耀则表示，结合市场供需与行业成本变化综合评估，对产品售价及市场活动进行动态调整。

国际数据公司（IDC）中国研究经理郭天翔分析，涨价并非国产手机品牌独有的现象。苹果虽未做出价格调整，但是近期各种渠道优惠力度不断减少，预计本月推出的新品也会上调价格；三星今年推出的部分新机，已

经完成售价上调。

他介绍，手机普遍涨价原因在于存储、系统级芯片（SoC）、印制电路板（PCB）、片式多层陶瓷电容器（MLCC）等主要元器件几乎都在涨价。面对成本压力，各大厂商也出台了应对手段：部分机型选择不升级甚至下调硬件配置，同时压低零配件采购价，或更换供应链供应商。

当前，价格变动的影响已经传导至市场端。根据全球市场研究机构Counterpoint Research发布的市场监测数据，2026年第二季度全球智能手机出货量同比下滑11%，创下自2013年以来第二季度最低水平；与此同时，2026年第二季度全球智能手机行业营收同比增长7%，达到创纪录的1090亿美元。

或重塑手机行业竞争格局

全球市场研究机构Counterpoint Research数据显示，2026年第二季度，全球智能手机出货量同比下滑11%，创2013年以来同期新低。但行业营收逆势增长，同比提升7%，达1090亿美元，创下历史新高。销量下滑、单价上涨的反差，意味着手机行业正式结束多年“以价换量”的低价竞争模式。

目前，业内普遍认为2026年手机涨价趋势基本定型，即便未来供应链价格趋于平稳，终端售价也难以大幅回落，行业整体价格水位将长期上移。对于消费者而言，新机性价比下降、旧机保值率提升，大众换机周期或将进一步拉

长。同时，低端平价机型可选范围持续收缩，用户购机预算也将整体提升。持续的成本上涨正从产品定价、消费习惯、行业竞争三方面深度重塑国内智能手机市场新格局。

涨价或重塑手机行业的竞争格局。郭天翔提到，从产品维度看，中低端机型受到的冲击更为明显。市场份额会进一步向头部厂商集中，高端品牌、高端产品占比高的企业更占优势。一部分消费者会倾向选择品牌拉力更强的产品，低端机型的市场份额或将进一步萎缩。

他同时判断，即便后续供应链价格回归平稳，手机售价也很难大幅回落，整体价位仍会高于涨价之前。

消费者整体趋于理性

面对来势汹汹的涨价潮，消费者的反应整体趋于谨慎，大批消费者正从“高频换机”转向“耐用型消费”，二手市场和持币观望成为主要应对方式。

整体看，消费者对涨价的接受度存在前提。有消费者表示，如果涨价的同时能提供软硬件升级或延保等附加服务，会更容易接受；如果只是单纯的被动涨价，则更倾向于等待。其中，观望与“给旧手机续命”的态度成为主流选择，不少消费者选择暂缓换机计划。社交平台上，“买部手机能换空调加洗衣机了”等吐槽引发广泛共鸣。市场研究机构IDC数据显示，截至2026年，中国市

场平均换机周期已跨过42个月的门槛，而在五年前这个数字还是24个月左右。

另外，对于有刚需的用户（如旧手机已无法使用），价格变动并未成为决定性障碍，他们更看重产品性能和实用性。同时，二手市场和新机市场出现“跷跷板效应”——新机涨价后，预算有限的消费者转向二手市场，二手手机交易量上升，部分“九九新”二手产品也跟涨150至2000元。

（部分文字综合中国新闻网、《济南时报》、《南方都市报》、《羊城晚报》、封面新闻、《北京商报》、《都市快报》）