

iPhone Ultra màn hình gập: Giá bán “gây sốc” thị trường

16:39 12/04/2026

Apple được cho là đang chuẩn bị tung ra mẫu iPhone màn hình gập đầu tiên vào năm 2026 với mức giá vượt ngưỡng 2.000 USD, mở ra một phân khúc siêu cao cấp hoàn toàn mới. Tuy nhiên, bên cạnh kỳ vọng tạo đột phá, sản phẩm này cũng đối mặt không ít thách thức về thị trường, chi phí và cạnh tranh.

iPhone Ultra - bước đi chiến lược vào phân khúc siêu cao cấp

Apple đang chuẩn bị cho một bước chuyển mình lớn cả về thiết kế lẫn chiến lược giá với mẫu iPhone màn hình gập, được dự đoán mang tên iPhone Ultra hoặc iPhone Fold. Theo các nguồn tin từ chuỗi cung ứng, đây sẽ là thiết bị được định vị ở phân khúc cao nhất, tách biệt hoàn toàn với các dòng iPhone hiện tại.

Theo báo cáo của chuyên gia Mark Gurman từ Bloomberg, mức giá khởi điểm của thiết bị này sẽ không dưới 2.000 USD. Khi so sánh với các sản phẩm hiện tại, mức giá này được xem là rất cao. Hiện nay, phiên bản đắt nhất của hãng là iPhone 17 Pro Max với dung lượng 2TB có giá khoảng 1.999 USD.

Tuy nhiên, iPhone Ultra nhiều khả năng không dừng lại ở mức giá khởi điểm này. Dựa trên các bậc giá hiện tại, phiên bản dung lượng cao nhất có thể lên tới khoảng 2.799 USD, tạo ra khoảng cách đáng kể so với dòng Pro Max. Điều này cho thấy Apple đang hướng tới một nhóm khách hàng riêng biệt – những người sẵn sàng chi trả cho công nghệ tiên tiến và trải nghiệm cao cấp nhất.

Chiến lược này tương tự cách Apple từng áp dụng với dòng Apple Watch Ultra, khi tạo ra một phân khúc sản phẩm cao cấp hơn hẳn phần còn lại. Với iPhone Ultra, hãng dường như muốn thiết lập một “đẳng cấp mới” phía trên dòng Pro.



Chiếc điện thoại gấp của Apple sẽ có giá khởi điểm lên tới 2.000 USD.
Ảnh: MacRumors.

Về thiết kế, thiết bị được cho là sẽ sở hữu màn hình chính bên trong kích thước 7,7 inch cùng màn hình phụ 5,3 inch ở bên ngoài. Điểm đáng chú ý là Apple đang tập trung giải quyết nhược điểm lớn nhất của điện thoại gấp hiện nay – nếp gấp trên màn hình. Các kỹ sư của hãng được cho là đang thử nghiệm vật liệu polymer mới nhằm tạo ra bề mặt hiển thị phẳng hơn.

Ngoài ra, Apple có thể lựa chọn tích hợp cảm biến vân tay Touch ID trên nút nguồn thay vì Face ID dưới màn hình, nhằm tối ưu không gian hiển thị. Hệ thống camera cũng được thiết kế gọn gàng hơn với cụm hai ống kính phía sau.

Việc phát triển iPhone Ultra nằm trong kế hoạch dài hạn khoảng ba năm nhằm tái định nghĩa dòng iPhone. Theo nhận định của Mark Gurman, Apple không vội vàng chạy theo xu hướng mà ưu tiên hoàn thiện trải nghiệm người dùng trước khi tung ra sản phẩm.

Sản phẩm dự kiến sẽ được ra mắt vào khoảng tháng 9/2026 và được xem là “át chủ bài” của Apple trong cuộc cạnh tranh với các đối thủ Android – những hãng đã đi trước trong lĩnh vực điện thoại gấp.

Thị trường còn nhỏ, cạnh tranh lớn và nhiều ẩn số

Dù được kỳ vọng cao, iPhone màn hình gấp vẫn đối mặt với nhiều thách thức đáng kể. Trước hết, thị trường smartphone gấp hiện vẫn còn khá nhỏ. Theo ước tính của hãng phân tích IDC, tổng lượng thiết bị gấp toàn cầu năm 2025 chỉ đạt hơn 20 triệu máy.

Dù vậy, thị trường này được dự báo sẽ tăng trưởng mạnh, khoảng 29,7% trong năm 2026, phần lớn nhờ sự tham gia của Apple. Một số dự đoán cho rằng iPhone Fold có thể chiếm khoảng 22% thị phần trong năm đầu tiên, tương đương khoảng 6 triệu máy bán ra.

Con số này không nhỏ đối với một sản phẩm hoàn toàn mới, nhưng vẫn khá khiêm tốn nếu so với doanh số iPhone truyền thống. Điều này cho thấy Apple có thể sẽ lựa chọn chiến lược thận trọng khi bước vào phân khúc này.

Theo thông tin từ chuỗi cung ứng Trung Quốc, Apple đã tăng khoảng 20% sản lượng tồn kho ban đầu, với mục tiêu chuẩn bị khoảng 11 triệu máy cho giai đoạn mở bán đầu tiên. Tuy nhiên, các báo cáo khác lại đưa ra con số thấp hơn, khoảng 3 triệu tấm nền OLED được sản xuất trong đợt đầu.

Sự chênh lệch này phản ánh mức độ thận trọng của Apple trong việc xác định quy mô sản xuất, cũng như những biến số còn tồn tại trong quá trình phát triển sản phẩm.

Một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến thành công của iPhone Fold là giá bán. Với mức giá dự kiến trên 2.000 USD, thậm chí có thể lên tới 2.400 USD, tập khách hàng của sản phẩm này sẽ khá hạn chế. Đây sẽ là rào cản lớn trong việc phổ cập thiết bị đến người dùng đại chúng.

Bên cạnh đó, chi phí sản xuất iPhone màn hình gập được cho là cao gấp nhiều lần so với iPhone thông thường. Điều này khiến dự án trở thành một “canh bạc” lớn về mặt tài chính. Apple vì vậy có thể sẽ triển khai sản xuất ở quy mô vừa phải để thăm dò thị trường.

Yếu tố thời điểm ra mắt cũng đóng vai trò quan trọng. Nếu sản phẩm bị chậm trễ, thời gian bán hàng trước mùa mua sắm cuối năm có thể bị rút ngắn, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh số.

Ngoài ra, Apple cũng sẽ phải đối mặt với áp lực cạnh tranh từ Samsung – hãng công nghệ đã có nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực điện thoại gập. Samsung dự kiến ra mắt các mẫu mới như Galaxy Z Fold 8, Galaxy Z Flip 8 và một thiết bị màn hình rộng có thể cạnh tranh trực tiếp với iPhone Fold.

Đáng chú ý, một số nguồn tin cho rằng mẫu Galaxy Z Fold Wide của Samsung có thể có thiết kế tương tự nhưng giá thấp hơn, tạo lợi thế cạnh tranh đáng kể trong bối cảnh giá smartphone ngày càng tăng cao.

Trong quá khứ, Apple từng thử nghiệm nhiều dòng sản phẩm như iPhone mini hay Plus, nhưng không phải tất cả đều thành công. Với iPhone Fold, khả năng

thất bại hoàn toàn là không cao, nhưng cũng khó có thể tạo ra sự thay đổi ngay lập tức trong cục diện kinh doanh của hãng.

Dù vậy, sự xuất hiện của iPhone màn hình gập chắc chắn sẽ có tác động lớn đến thị trường. Sản phẩm này có thể góp phần đưa khái niệm smartphone gập đến gần hơn với người dùng phổ thông.

Câu hỏi lớn nhất vẫn nằm ở việc người tiêu dùng có sẵn sàng chi một khoản tiền lớn để sở hữu công nghệ mới hay không. Dù thành công hay không, iPhone Fold vẫn được xem là một bước đi quan trọng, có thể định hình tương lai của phân khúc smartphone gập trong những năm tới.

Thiên Trường