

空气净化器市场：

井喷式发展中多些“真科技”少点“大忽悠”



1

空气净化器市场 年产值达千亿元

近年来，随着雾霾日益频发，一大波空气净化器产品“井喷式”发展。中国电子商会消费电子产品调查办公室发布的分析报告称，未来我国空气净化器销量将保持30%~35%的高速增长，2017年可达1000亿元以上。

2016年3月1日，空气净化器产品的新国标正式实施。根据新标准，消费者挑选空气净化器主要应该关注4个指标：洁净空气量(CADR)、净化能效、颗粒物的累积净化量(CCM 颗粒物)和噪声。

“近几年，消费者的空气净化意识得到显著提高，中国成为我们最为重视的市场之一。”瑞典布鲁雅尔中国区总经理陈冰日前在京表示，空气净化器主要由马达、风扇、过滤网、智能监测系统组成。产品生产者要重视标准的执行，一些重要指标和参数应明确标识，让消费者选购时清楚了。消费者要定期更换过滤网，否则净化器也可能成为室内空气污染源。

国家卫计委宣传司司长毛群安表示，在应对雾霾的情况下，建议生产和管理部门对健康防护产品的标识、标准、质量进行规范和监管，不能误导老百姓。目前，很多净化器产品的标识不清晰，比如用静电方式净化空气，虽能达到净化效果，但同时也会产生臭氧，若臭氧超过限值，同样对人体有害。

2

噱头多 定价乱 消费者如何科学选择

空气净化器市场“井喷式”发展也带来了不少隐忧。中国空气净化行业联盟主席戴自祝认为，解决室内污染问题的关键还是要因地制宜地运用通风和净化设备，面对五花八门的空气净化器人们往往会被搞得一头雾水。

“近几年，做家用电器的、做健康产品的纷纷开始卖空气净化器，有的企业甚至直接贴牌销售。”国家室内车内环境及环保产品质量监督检验中心有关专家说，有的商家“浑水摸鱼”欺骗消费者。

“看看外观设计，是不是进口，再看看产商给出的一些数据。”国内某大型商场负责人介绍，大部分消费者买空气净化器时，一方面只是粗略查看，另一方面，他们缺乏参考的依据。

3

科技手段优化室内空气 智能化成发展趋势

随着互联网时代的发展以及科技的进步，为消费者提供智能、高效且可持续利用的产品成业界共识。

高效过滤并不是衡量空气净化器质量的唯一标准，在无声、高效过滤的同时还需要保持整屋空气循环。陈冰说，应通过手机APP与空气净化器连通，通过远程控制并调节风量、模式、加湿等，实时查看室内空气质量、流量，加强智能芯片制造的同时也要为用户提供更便捷的服务。

事实上，空气净化器除了要具备实时监测、高效处理等智能化的芯

中国疾控中心主任王宇介绍说，从雾霾对健康影响的风险评估来看，室内空气PM2.5浓度在75以下时比较安全，诱发健康问题较少；家有孕妇、儿童以及患有慢性呼吸系统疾病、高血压、冠心病等基础性疾病的敏感个体时，室内空气PM2.5浓度应尽可能降低至35以下。

要研发对消费者生命健康安全负责的产品。业内人士指出，飞利浦、霍尼韦尔、布鲁雅尔等空气净化器领先品牌多采用含静电集尘、超声波技术的多层渐进式过滤网，让气流充分穿过滤网中的介质，吸收过滤二手烟、挥发性有机化合物等，并捕捉和吸附小至0.1微米粒径的有害物质，加强更优化、更智能的芯片研发成为关键。

片技术以外，用户对其的认知和判断也相当重要。专家表示，学者和科研人员要多做科普工作，要正确引导消费者挑选和使用空气净化器，促进市场的规范化、合理化。

陈冰等业内专家认为，企业科研人员不仅要研发对消费者生命健康安全负责的产品，加强更优化、更智能的芯片研发，还要将深奥的科技知识以简单易懂的方式让消费者了解，更要公开信息，让用户放心。

(据新华社电)