

经历了数轮井喷式发展之后，国内空气净化器行业在 2015 年迎来成长的阵痛期。市场第三方调研机构中怡康发布的数据表明，上半年空气净化器市场零售量、零售额同比双双大幅下跌。但这并不意味着空气净化器行业步入了寒冬，随着冬季的到来，空气净化器市场再度出现销售复苏，一方面是环境因素所致，另一方面则是优质空气净化器产品的净化功能、效果正逐渐被理性消费群体所重点关注，用户消费理性化升级的结果。

用户消费理性化升级

空净产品销售瞄准功能和效果

空气净化器市场呈现小幅提升

虽然较前两年的热销态势有所差距，但是近期以来，随着空气问题关注度的提升，也在一定程度上推动了空气净化器产品销售的走高。

记者日前登录天猫电器商城也发现，自 10 月以来，国内空气净化器销售又呈现了一个小幅度的提升，截至 10 月 31 日，天猫空气净化器销量前十均突破了 2000 台，其中排名第一超过 8000 台。

线下渠道也是如此。记者走访北京多家线下家电卖场发现，目前空气净化器和电暖气产品均被众多卖场放置在焦点中心位置，同时也吸引了众多消费者的选购。“空气越来越不好，出门都需要戴口罩，所以想买一款好一点的空气净化器。”正在选购空气净化器的李女士表示。

其实和李女士的想法类似的消费者很多。随着空气净化器逐渐被广大用户所熟知，消费者在选购的时候越来越理性，不再是单纯地为了产品而购买产品，更看重其净化效果。从价格方面就可看出，如今用户购买空气净化器时，更注重是否有效，中高端空气净化器产品已成为消费者青睐的目标。

用户需求的转换，也为中高端品牌且真正拥有高效净化的企业提供了市场机遇，纷纷推出新品或者通过营销推广的方式，希望让自身的高品质产品为大家所熟知。日前，来自芬兰的空气净化专家 LIFAair 便在北京推出了全新的空气净化器产品，而国内高端空气净化器领导者艾考林，也与北京国际流行音乐周“巨匠殿堂”系列演唱会达成战略合作，为明星歌手提供健康空气服务。

用户理性消费推行业平稳升级

虽然前期行业的粗放式发展，导致了品牌数量激增，虚假宣传、夸大宣传、产品质量参差不齐等现象困扰行业，影响了用户的选择，抑制了行业的高增长。但整个空调净化器产业仍是一个朝阳产业，原因在于空气净化器对于用户来说，是一个能够真正实实在在提升用户品质的健康型家电产品。伴随着用户的消费行为日趋理性，这一消费市场将逐渐慢慢释放，并呈现稳步扩张的态势。

艾考林环境科技(北京)有限公司创始人刘庆军在接受记者采访时也明确指出，很多普通消费者认为空气净化器好似鸡肋，并不能提升室内的空气质量，其实这是一个行业普遍存在的误区，其关键在于选对真正有效

的产品。

刘庆军还进一步表示，近年来 PM2.5 为消费者所熟知，很多消费者甚至将 PM2.5 与空气污染画上了等号，认为解决了 PM2.5，室内空气就变好了，实际情况并不尽然。相对于 PM0.5、PM0.3 及以下的颗粒物来说，只能到达支气管的 PM2.5 颗粒物对人体的伤害几乎可以忽略不计。空气中的颗粒物越小，对人体的伤害越大，基本上从 PM1.0 往下，PM1.0 能到达肺部，PM0.5 能进入血液，PM0.3 能随血液进入人体任何器官，是各种心血管疾病和癌症的主要致病因，颗粒物每下降一个层次，对人体的伤害则跃升一个档次。例如 H1N1 流感病毒、SARS、肠道类病毒、埃博拉病毒、MERS 病毒，还有重金属颗粒物、化学有机物均处于 PM0.01~PM0.3 之间。这部分颗粒物不仅对人体危害更大，而且人体对其几乎无法防御。而当下市面上很多空气净化器只能净化 PM0.5 以上的颗粒物，而对 PM0.5 以下的颗粒物，则几乎没有作用。

“还有一个普遍的问题，就是空气净化器的净化效果能否稳定持续，往往是在刚开始使用时还有一定净化效果，随使用时间的延长，净化效果会急剧下降，不但起不到净化作用，还有可能成为细菌病毒堆积繁殖的二次污染源。”刘庆军表示，但是用户选择那些真正的高效净化产品，所有这些问题都应在其净化效果之内。

功能、效果成空净产业发展的新风向标

事实上，真正创新型功能、高效净化的空气净化器产品已逐渐被理性消费人群所接纳，除了一些星级酒店、会所、饭店之外，一些音乐人也都在普遍使用一些优质产品，目的在于保护嗓子。

雾霾问题虽然看起来对普通消费者的健康影响不大，如一些人对嗓子有痰、咳嗽等问题并不重视。实际上却并非如此，作为音乐人，往往能够感觉十分明显，主要表现为嗓子发干、发痒、咳嗽、有痰、疼痛、容易疲劳等。早在 2013 年，美国一摇滚歌手便因为空气问题而咳嗽不断，导致原计划的中山音乐堂演唱会被迫取消。

全国政协委员、中国音乐学院名誉院长金铁霖在谈及中国北方的雾霾问题时便指出，雾霾问题必须要治理好，因为雾霾会导致嗓子不适，已经影响到歌唱家唱歌。

海派音乐代表罗中旭日前在被问及雾霾情况是否会影响演唱会的政策演出，也表示肯定答案，“如果遇到雾霾，嗓子会发毛，有

时候唱歌会力不从心，会影响正常发挥”。

正是因为这些特殊群体的需求，空气净化器正在成为他们的必需品。就在将于 12 月 1 日~6 日保利剧院举办的北京国际流行音乐周“巨匠殿堂”系列演唱会发布会上，除了公布 6 位巨匠分别为台湾情歌教父张洪量、说唱俱佳的全能艺人黄安、海派音乐代表罗中旭、迪斯科女王张蔷及新裤子乐队、魔岩三杰之张楚、校园民谣领军人物老狼外，活动组办方特意为了歌手的健康、为了歌手的艺术生命常青，多方比较找到了符合他们要求的产品，并在现场为到场的艺人赠送艾考林空气净化器，目的希望艺人能以最佳的身体状态进行演出。

据组办方相关负责人介绍，众多品牌中，艾考林对净化效果“不管室外有多霾，艾考林保证您的室内空气始终是优”的承诺，引起了他们的注意，经过多方比较和严格筛选，组办方最后决定选择这个净化效果最佳的新品牌。最重要的原因就在于其能够真正高效净化室内空气，确保为歌手提供每次呼吸的健康保护。音乐节发布会前便已经过了多位歌手测试效果并实际使用，这些歌手在使用期间，嗓子一直处于最佳状态，空气净化效果非常好。

据了解，除了给艺人赠送艾考林净化器产品外，组办方为歌手提供了全方位的空气健康保护，从酒店客房到化妆间、休息室、剧场等场所都有艾考林空气净化保护，为歌手提供全程室内空气保护。

除了艺人这个特殊群体，儿童老人等特殊人群也非常需要净化器的健康保护，特别是在秋冬季，雾霾严重，各种流感等病毒性感染高发。真正好的空气净化器，应该具有非常好的杀灭细菌病毒效果，能有效预防各种流感的群体性感染。如艾考林在郑州某知名幼儿园实际使用的测试结果，从 2014 年 12 月 8 日到 12 月 31 日仅仅 22 天的时间，使用艾考林空气净化器的班级出勤率(横向 5 个班，2 个班使用艾考林，其他班使用其他品牌;纵向每个班连续 3 个月出勤率)分别提高了 11%和 16.9%，效果非常明显。

事实上，艾考林的品质和净化效果一直备受高端市场的青睐。除了与此次音乐周和合作外，如德国的凯宾斯基、美国的美高梅、中行总行、国家电网、宜家总部、新华社等高端客户也是在用过国际知名品牌的净化器后，又选择了本土新品牌的艾考林。

业内专家分析认为，随着空气净化器行业发展的日趋成熟，消费者对自身需求越加清晰，未来，只有那些真正具备高效净化、创新功能的产品才能够立足于市场。(北商)