



### ▼ 2016年产品颗粒物CADR值虚标(部分)

布鲁雅尔403	标称值400	实测值362.8
瑞士风P500	标称值295	实测值282.8
莱克KJ706-F	标称值500	实测值469.1
亚都KJ480G-P4D	标称值480	实测值452.6
夏普KJFGD160Y	标称值160	实测值153.9

### ▼ 空气净化器零售市场规模



### 监管力度不足

“市场需求大，产业发展快，但对应的行业标准和监管却并没有得到及时跟进。”家电行业观察家梁振鹏表示，这是空气净化器领域发展混乱的一大因素所在。

据了解，国家标准委批准发布新修订的《空气净化器国家标准》，明确了评价空气净化器的基本技术指标与空气净化器产品的标志和标注，新标准已于2016年3月1日正式实施。但事实上，新版空气净化器国标仍然是推荐性标准，国家鼓励自愿采用，但非强制执行。企业违反标准更多是违规，而不会构成经济或法律方面的责任，也就没有处罚可言。对企业的约束力并不大。

事实上，过去几年来，不管是国家质检总局，还是中国消费者协会以及地区相关协会部门，对于空气净化器都有抽查，也都有企业存在违规情况，但往往是要求整改之类，没有具体处罚措施。

宽松的市场监管，注定了空气净化器市场准入门槛低，基本上是个小作坊，能够组装生存，贴上品牌就可以进入市场。

据了解，在空气净化器行业内，较大部分的品牌商都是由原有的代工厂转向品牌运作的，这也是空气净化器市场品牌高度分散的主要原因。数据显示，2016年实际在销的空气净化器品牌数量为714个，而理论合计品牌数高达982个。

另外，空气净化器产品本身技术含量也不高，几乎毫无创新可言，产品迭代性较差，市场上老旧和库存机型较多。数据显示，2016年线下市场销售的空气净化器产品中，有46.2%是2014年及之前上市的机型，而线上也有42.2%是2014年及之前上市的机型。

洪仕斌直言，市场需求旺盛、行业不规范，最终结果就是市场混乱，消费者购买空气净化器产品时往往是看品牌知名度以及价格。当“只买贵的不知道啥是对的”成为市场主流后，浑水摸鱼的企业自然而然就多了。

### 用户满意度低

种种行业乱象最终导致了用户满意度不高的结局。据去年初一项调查数据显示，对于空气净化器，用户满意情绪的占比为41.54%，愤怒情绪、反感情绪、失望情绪和回避情绪的占比则分别为37.1%、14.4%、4.17%和2.8%。总体来看，有六成网民对空气净化器持负面情绪。

空气净化器的投诉情况也是屡屡发生。据国家工商总局网站数据显示，2016年12月，北京12315、96315两条热线共接到有关空气净化器引发的消费纠纷多达60件，平均一天近两件。投诉主要原因有：一，经营者宣传净化器时使用“最好”、“最高效”等绝对化用语，或夸大宣传净化器的功能；二，商家不守信，拒绝履行购机时的约定，如不履行事先约定不满意包退的承诺或赠送的产品；三，商家以无货为由拖延送货，

如消费者韩先生在某网站购买空气净化器后，对方一直以无货为由拖延；四，保修期内出现有异味、噪音大、不具有净化空气功能等质量问题。

有业内专家指出，空气净化器不同电视、空调、冰箱等家电产品具体的功效有着明显感知。而空气的净化，本身看不见、摸不着，用户感知不明显。用户对于空气净化器产品本来就是一知半解，导致用户对于空气净化器产品的作用持怀疑态度。

消费热情高涨但认知低下，对产品识别存在缺陷。消费者对空气净化器认知仍处于初级阶段。奥维云网数据显示，52%的用户表示对空气净化有一定的了解，但是不深入；39.3%的用户表示听说过，了解其作用；6%的用户表示有深入研究；2.7%的用户表示听说过，但不知道具体作用。

比达咨询分析师陈彪表示，很多企业看重眼前利益，在宣传上过于夸大净化效果，导致了用户心理落差大，国家监管部门和媒体对诸多问题事件的曝光也加剧了用户的不信任，这也是空气净化器在2015年突然出现市场下滑的主要因素。并不是市场需求萎缩，而是整个产业出现信任危机。

北京商报记者近日通过走访北京多个小区发现，很多用户家中的空气净化器都处于闲置状态。家住北京昌平的黄女士便表示：“家里2014年买了一台夏普空气净化器，从2015年之后便一直闲置，主要原因是感觉没什么效果，也没有动力去购买滤网更换。”

### 净化指标阴阳脸

有产业观察家指出，目前我国空气净化器每年零售量市场规模大概在600万台左右，与电视、空调等4000多万台市场规模还有着很大的差距。而空气问题的治理并非一朝一夕，需要较长时间，这意味着消费者的净化需求将长期存在。

如何促进空气净化器产业健康发展，关键是要解决市场上存在的虚假宣传、偷换概念等问题，消除用户信任危机，这需要国家监管部门、行业机构和企业的多方协作。

例如，空气净化产品的核心指标之一CADR值，其数据应由权威机构检测得来。但有些企业虽然标明了数值，却拿不出任何检测报告；还有些只取得了国外机构的检测结果，在国内上市后稍做换算就进行宣传，其数值也存在很大疑问。监管机构需要加大对相关指标的管控，并制定相应的处罚措施来规范企业。

事实上，在今年1月，国家质检总局发布了2017年产品质量国家监督计划公告，其中显示家电品类16类，再次将空气净化器产品列入抽查计划中。

对于行业机构，则需要积极树立行业标杆，来引导空气净化器厂商的正向发展。梁振鹏还指出，如果空气问题持续，将推动空气净化器行业的发展，空气净化器也将成为家庭中的标配家电。空气净化器厂商不应只考虑赚快钱，而应该着眼长远发展，注重产品品质和创新以及用户体验、服务的升级。