

空气净化器 成家电业新亮点



据家电协会徐东生秘书长介绍：“2010年，全球室内空气净化器市场规模有1000万台，其中北美市场最大，大约有400万台，欧洲和亚洲市场各占300万，其中中国有100万台。”空气净化器产品在某些国家的使用率高达80%以上，但是在国内还不到10%。这同消费者对此产品重视不够、流通渠道、生产厂家推动较少有很大关系，但相比之下，中国消费者对装修之后的空气污染却格外重视，这正是中国空气清洁器市场的发展潜力所在。“解决甲醛污染是主要问题，80%消费者购买空气净化器是为了解决这个问题。”宋广生主任说。

“据中国卫生部门的权威调查，目前中国房屋装修之后的甲醛超标率超过92%，多为封闭室内空间的甲醛天然挥发。”大金公司家用机推进部课长王伟斌强调称，“客观情况让中国开始对空气净化器的需求迅速增大。”目前空气净化器产品已经得到了企业和消费者的广泛关注，空气净化器正成为家电行业新的增长点。

宋广生主任称：“中国目前并没有特别突出的空气净化器品牌和产品，但是该产品已经成为很多企业新的投资方向。除了一直从事环境电器产品的亚都之外，诸如美的、远大等传统空调企业也开始进入空气净化器产业。外资品牌中，大金、飞利浦、夏普都有很全面的空气净化器产品。值得注意的是，国际健康产品企业安利也开始推出空气净化器。”随



着众多大品牌厂家的进入和大力推进，空气净化器产品正在得到消费者的关注，空气净化器市场正迅速升温。

人类至少70%以上的时间在室内度过，特别是城市人口，在室内度过的时间甚至超过了90%，室内空气污染已成为人类健康生活的隐形杀手，但是人们对室内环境污染存在很多误区，这使得改善室内空气质量并未得到重视，能够在装修后购买净化器来改善空气质量的消费者比例本身就不高，但是不装修家里的空气质量就完全令人放心吗？专家表示，除了建筑、装修材料产生刺激性强的污染外，饲养宠物、烹饪的油烟以及生活用品、生活垃圾等都会产生有害气体，这些室内低浓度污染会在不知不觉中给人类健康带来极大伤害。

但是如何选择适合自己的空气净化器产品也是一个课题。目前市场上净化器主要分

为普通净化器、除甲醛净化器和复合功能产品，价格也从1000元到1万元不等；采用的技术有HEPA过滤、活性炭、甲醛捕捉剂、光触媒、负离子等等。

很多净化器产品的宣传都很诱人：比如“甲醛分解无残留，烟尘菌味全能除”、“三小时快速除甲醛”以及从根本上打破“低浓度甲醛难以去除”的神话等。上海市环境科学院大气环境研究所钱华教授表示：“目前我国空气净化器厂家对其产品的评价并不科学。”比如有的空气净化器厂家宣称其对甲醛等有害物质的净化效率达到99%，甚至99.99%，但这种数据是在什么条件下，多大空间中，运行多长时间，才能够达到此效果，则没有说明。即使在不少空气净化器标准中，空气净化器半年后或者一年后使用效果如何目前也难以评价。所以在标准尚未完善之前，消费者购买空气净化器产品一定要仔细考量。（晴蔚）

洛阳人看 洛阳手机报



1. 权威、专业、及时、准确，洛阳手机报由洛阳日报报业集团精心打造，萃取本地、国内、国际新闻资讯，时尚实用，服务贴心。

2. 洛阳手机报本地新闻资讯内容丰富，总量占到了60%以上。

定制方法：

移动用户发送短信 LYD 到 10658300 订阅，3元/月。不收GPRS流量费。

联通用户发送短信712到10655885订阅，3元/月。不收GPRS流量费。