

空气净化器行业面临多重窘境

空气质量差让不少消费者诚惶诚恐，一直比较冷门的空气净化器因此备受热捧。然而，业内专家却提示消费者，“八成净化器难除甲醛”、“现有空气净化器难除PM2.5”，这让被神化的空气净化器黯然失色。一时间，产品质量参差不齐、价格混乱、虚假宣传以及标准缺失等质疑，让火热的空气净化器市场遭遇诸多尴尬。目前，《空气净化器环保认证规则》出台。业内专家认为，这将缓解行业的标准缺失，但还有诸多难题有待破解。

空气净化器标准出台

中国质量认证中心（CQC）联合国家室内环境与室内环保产品质量监督检验中心正式发布了《空气净化器环保认证规则》（以下简称“《规则》”）。《规则》在采用国标GB18801的基础上，还引用了《家用和类似用途电器抗菌、除菌、净化功能空气净化器的特殊要求》的相关要求，按照第五种认证模式对空气净化器的净化功能进行认证，以满足消费者对空气净化器安全、环保全方位的需求。据悉，此次发布的《规则》覆盖了所有家用空气净化器，对产品的净化性能及除菌性能指标做了检验要求：“固态污染物、气态污染物和微生物净化效率分别达到大于等于40%、大于等于25%、大于等于50%，才能判定产品具有相关性能。”通过检验的产品允许使用标有“中国环保产品认证”的标识。首批获得标识的空气净化器产品将很快公布并贴标。届时，消费者购买时将“有据可依”，不会再盲目。业内人士指出，以假乱真、以次充好的产品将面临着退市的危险。

高端产品遭冷遇

然而，在有标准可依后，空气净化器行业还应解决价格混乱的问题。目前，市

场上空气净化器价格从几百元到上万元不等。远大公司的一款TC5000型空气净化器价格达4万元以上。而记者在卖场走访时，不论是价格低的产品还是价格高的产品，促销人员都宣称此款净化器有去除甲醛的功能。对于定价为何如此悬殊，国家室内环境质量监督检验中心主任宋广生解释，有的产品带显示屏，有的有风机，产品的过滤材料也不同，净化原理也各不相同。有的产品很简单，成本低，但有的成本确实比较高。所以造成现在市场鱼龙混杂的局面，目前产品确实存在价格虚高的问题。但目前在宣传、销售、检测、购买和使用上，空气净化器市场都存在误区。宋广生告诉记者，近八成消费者购买净化器是为了解决甲醛污染的问题，但市场中80%的净化器的功能并不主要针对“除甲醛”。业内人士指出，现在，不少低端产品进行虚假宣传，常常自诩“甲醛克星”等，致使很多真正具有除甲醛功能的高端产品反而遭受冷遇。

噱头过后能否大热

更应该注意的是，在噱头过后如何让行业持续发展已成为空气净化器企业共同思考的问题。北京国美市场部总经理瞿文超表示，从2011年10月份开始，净化器卖得就非常好，是夏天销量的两倍多。中国疾病预防控制中心研究员戴自祝表示，PM2.5微粒在空气中PM10的总量里占到50%-60%。现有大多数以去除可吸入颗粒物为主要功能的空气净化器是针对去除PM10设计的，对PM2.5没有针对性。

不少业内专家分析，空气净化器面市已经有3年之久，然而由于消费者消费意识不足，空气净化器市场一直比较冷清。目前虽然借空气质量危机迅速升温，但要想长期保持市场关注度并不容易。

（据《北京商报》）

