互联网企业为何“钟情”空气净化器

雾霾频发催生“健康消费”，空净市场将达千亿元级别

“健康消费”的逐渐走热，意味着空净行业的机会：一方面，传统品牌融资高频闪现，另一方面，互联网公司批量跨界杀入。记者注意到，继“墨迹天气”APP推出了同名空气净化器后，锤子科技也推出了首款空气净化器产品“畅呼吸”，加上聚美优品、网易严选等此前推出的空气净化器，空净行业已经呈现出一番百花齐放的产业态势。

■记者 杨田风 实习生 杨清

“健康消费”带来千亿空净市场

根据中国产业研究院报告，空气净化器是一个新兴的爆发市场：今年上半年的销售额79亿元，同比增长47.3%，成为家电市场增速第二大的品类，但空气净化器在中国的普及率较低，不足1%，而欧美达到27%，日本17%，与中国环境较相似的韩国则高达70%。随着消费者认同、标准规范和品牌建立，其市场将达千亿元级别。

雾霾频发带动着“健康消费”提上日程，越来越多的品牌也开始进入空净行业并推出自己的产品。奥维云网最新数据显示，今年1-9月，空气净化器品牌数量为661个。

记者在天猫、京东上分别搜索“空气净化器”发现，两家平台上的空气净化器数量多达百页，涉及品牌繁多，价格从几百元到两三万不等。从电商平台的销售数据来看，目前空气净化器市场以飞利浦、Blueair等国外品牌占据着主要市场，国内品牌数量不少，各自占据了一部分市场。

11月30日，记者分别走访了长沙苏宁易购、通程、华润万家等卖场和超市，很多专柜有着空气净化器的销售。根据品牌、产品净化范围、功能大小的不同，产品价格也不等，并且差异很大，便宜的1000多元，贵的则上万元。一位销售人员告诉记者，秋冬季正值空气净化器的旺季，顾客大多是为“除雾霾”而来，其中2000多元价位的最为畅销。

最大融资超2亿，互联网企业涌入

这几年，继小米、猎豹等互联网公司相继推出空气净化器后，越来越多的互联网企业也打起新型家电的算盘。

11月上旬，锤子科技发布了旗下首款空气净化器以及防雾霾口罩、汽车空调滤清器等。此前20天，墨迹天气发布了国内首款大气预警空气净化器，正式进军空净领域。此外，小米、猎豹、360、网易、果壳网等都已入局空净产业。

精明的资本圈也早已看清了空净市场的真实面目。11月5日，国产空气净化器专业品牌352环保科技获得了超2亿元人民币的融资。据了解，这是迄今为止空净行业最大笔融资。除此之外，今年空净行业的融资数据也不少。今年10月，合肥青空净化科技获得东方弘道天使轮融资；9月北京爱空气科技有限公司旗下品牌“空气堡”获得光速中国、真格基金的数千万元B轮融资；同月“造梦者”获小米科技、三行资本和顺为资本战略融资；8月“智享空净”获300万元天使轮融资。今年更早还有“云蝌蚪”、“同净环境科技”等项目完成融资。

抽查 三成产品不合格

空气净化器的实际效果到底如何呢？记者采访了多名消费者，其中大多表示，在干燥灰尘多的天气里，感觉还是有点效果的。但有的表示，感受不明显，只求图个心理安慰。

记者注意到，各个厂家对产品的宣传方式五花八门、各有卖点，有的宣称“滤芯寿命长”、有的突出“净化面积大”、有的主打“蓝光杀菌”，还有的号称“360度吸气净化”，几乎每个品牌或卖场都有着各种促销活动，其中有款售价13000元的空气净化器最低可优惠到9999元。

近日，有地方质监部门对市面上空气净化器进行了抽查，抽查产品10批次，其中合格7批次，不合格率达30%，不合格产品为DEME笛米牌、金色之花牌、Air-Fi牌等某些规格型号产品，不合格原因包括标志和说明、电源外部软线不合格等。

购买

国标支持“三高一低”

这么多品牌和产品，消费者应该如何挑选？

据记者了解，2016年3月正式施行的GB/T18801-2015《空气净化器》国家标准是重要的参考标准。根据这个标准，一台优秀的空气净化器应该满足“三高一低”的标准，即高CADR值+高CCM值+高能效等级+低噪音。其中，CADR值是判断净化能力的核心指标，CADR值又分为去除颗粒物的CADR值和去除甲醛的CADR值；CCM值可用来判断滤芯的使用寿命，噪音当然是越低越好。如果再加上价格低，“三高二低”可谓消费者选择空气净化器的硬标准。

不过消费者选购空气净化器时，虽然主要技术指标都要参考，但CADR值也不是越高越好。记者观察到，CADR值的高低与净化面积相关，往往CADR值越高，可净化的面积越大，但同时价格越高，噪音也越大。所以，还是要根据自己最大的需求进行选择。

工人在河北省沧县四星玻璃股份有限公司生产车间内检验中性硼硅玻璃管质量（11月16日摄）。

11月30日，国家统计局、中国物流与采购联合会联合发布数据，11月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.8%，比上月上升0.2个百分点，制造业继续保持稳中有升的发展态势。 新华社 图

新金融新征程，渤海银行长沙分行支持地方经济建设系列报道之六

助力企业做大做强 实现银企共赢

近年来，渤海银行长沙分行积极支持轨道交通、信息技术、智能装备等高端装备制造领域，特别是对掌握关键技术、产品已实现产业化、创新能力较强、在中国的制造产业链条中占据基础或核心地位的装备制造企业加大支持力度。该行与本土装备制造龙头企业一直保持良好合作关系，围绕和跟进客户需求，着力将分行个人工程机械按揭贷款业务标准化、特色化、创新化，支持湖南工程机械市场发展。

除了产品创新，渤海银行长沙分行还在服务方面为客户量身定制金融综合服务方案，每年根据客户的需求和经济形势、政策的变化进行优化升级，为客户提供多元化的服务，在资金结算、票据承兑及贴现、信用证、保函、保理、结售汇、咨询公司理财等业务方面开展进一步深化合作。据悉，该行入湘不到一年就与本土装备制造龙头企业山河智能签订了全面战略合作协议，向山河智能授信5.6亿元。今年以来，该行向该领域提供了超过1亿元信贷资金支持。

未来，渤海银行长沙分行将继续深耕智能制造领域，以更优质的金融服务帮助更多的企业塑造先进生产力，为促进我省制造业实现“中国智造”梦想贡献更多的金融智慧和力量。 ■熊芳 潘显璇

农行隆回县支行以学促做 彰显发展成效

在“两学一做”学习教育中，农行湖南隆回县支行紧紧围绕全行中心抓关键，坚持党建促发展的工作主线，以学习夯实基础，以实做引领发展，创新工作思路，形成党建工作与业务齐发展、互促进的良好局面。

党的十九大闭幕后，该行党委立即组织全体党员集中学习会议精神，进一步增强核心意识。该行开展正反两面教育，通过观看爱国影片、教育警示电影等形式，使全体党员接受党性意识和爱国主义教育。

在“两学一做”学习教育中，该行强化领导干部带头意识，解决实际问题，汇聚发展合力；以党内政治生活为抓手，深入查找全行作风建设不深入、发展乏力、基础管理薄弱等问题。

在开展学习教育活动的过程中，该行引导广大党员开展“四对照四反思”活动，使党员主动从思想深处进行反思；通过“比效率、比贡献、比担当、做表率”活动，调动全行员工的工作积极性，增强全员的责任心。通过以上活动加强引领，党委一班人勇挑精准扶贫重担，在当地率先为对口“帮扶村”设立“金融扶贫服务站”，为当地贫困村群众提供便民服务。

该行还通过组织开展“快乐工作，健康生活”健步走、拓展训练等文体活动，增强全行向心力和凝聚力；通过岗位轮换、跨部室、网点交流等措施，加大青年员工培养力度，为全行发展打造人才智力基础。

■潘显璇 钱书忠