# 空气净化器使用情况报告

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2025-06-12

*第一篇：空气净化器使用情况报告空气净化器使用情况报告兴寿镇中心幼儿园一、基本情况近两年，雾霾天气持续增多，PM2.5值频频爆表，空气质量时常处于中度污染或重度污染。为了保障我园幼儿的健康，我园于2024年9月，为七个教学班购置了14台夏普...*

**第一篇：空气净化器使用情况报告**

空气净化器使用情况报告

兴寿镇中心幼儿园

一、基本情况

近两年，雾霾天气持续增多，PM2.5值频频爆表，空气质量时常处于中度污染或重度污染。为了保障我园幼儿的健康，我园于2025年9月，为七个教学班购置了14台夏普型号为KI-GF60-W的空气净化器用于净化空气。

二、设备运营情况

1、效果

本款空气净化器具有净化空气、负离子、除菌和加湿的功能，一般来说，当室外空气污染时，室内可以达到优的空气质量，使用效果明显。除过滤PM2.5以外，灰尘、异味、花粉等大颗粒物质、敏物质、病毒、甲醛等有害物质也可以通过它来过滤；

本款净化器使用ＨＥＰＡ过滤材料，它的组成是由非常小的玻璃纤维交织而成的类似滤纸的空气过滤材料，通常有多层皱折，以扩大其表面积和增加对空气中颗粒物的捕捉效率。ＨＥＰＡ过滤材料可有效清除０．３微米以上颗粒物，其捕捉人体可吸入浮游污染物的效率最高可达９９．９７％，是世界上公认的较好的空气净化过滤材料。能够达到很好的过滤效果。

本款空气净化器是由高压产生电路负离子发生器、通风机、空气过滤器等系统组成。净化器运行时，机器内的通风机使室内空气循环流动，污染的空气通过机内的空气过滤器过滤后，将各种污染物清除或吸附，然后通过装在出风口的负离子发生器将空气不断电离，产生大量负离子，被微风扇送出，形成负离子流，达到清洁、净化空气的目的。

此外本款空气净化器还有加湿的功能，秋冬季节空气干燥，导致皮肤紧绷、口舌干燥、咳嗽感冒等空调病的滋生。本产品在雾化过程中，释放大量负氧离子，能有效增加室内湿度，滋润干燥空气，并与空气中漂浮的烟雾、粉尘结合使其沉淀，能有效除去油漆味、霉味、烟味及臭味，使空气更加清新，保障幼儿健康。

2、安全性

本款空气净化器是由HEPA滤纸过滤型除颗粒物和物理吸附除气体污染物，其在运行过程中并不会产生臭氧污染。并且出风口和入风口都有特殊处理，避免幼儿把手指伸进去造成危险。在用电过程中，我园责成专人负责开关，并且把电源放置在幼儿难以触及的地方，充分考虑了安全性。

3、适用性

经济迅速发展，人们的生活品质稳步提高，各种高科技的产品逐渐填满人们的生活空间。但是在享受现代生活带来便利的同时，在周边几乎所有东西的品质都提升的同时，空气的质量却下降了，人们所关注的健康也因此大打折扣，因此也为空气净化设备打开了市场，适用于我们的生活。

4、潜在问题

对于除菌、去异味、除甲醛这些问题，每个品牌的空气净化器都能做到。要彻底除菌、去异味、除甲醛，要求空气净化器所采取的净化技术是相当科学、讲究的。一些厂家为了忽悠消费者，任意夸大产品功能，而实际上只能去除其中的一部分有害物质。所以，并不是每个品牌的空气净化器都可以把细菌、异味和甲醛等有害物质同时消灭。

空气净化器存在辐射，因为产品出厂的时候，就已经考虑了辐射问题、噪音问题、二次污染问题等。但是现在由于空气净化器市场比较混乱，部分小品牌、贴牌产品的品质难以保证，建议尽量能离人远一点。

任何电器都是可以24小时运作不休息的，只是电器都会有使用寿命，这个寿命是按照使用时间来计算的。对于空气净化器而言，长时间开了之后，对过滤材料损耗较大，比如原本可以使用一年的材料，只能使用半年或三个月就需要更换。如不及时更换空气净化器不但达不到好的净化效果而且容易产生臭氧危害人体健康。

5、建议

中国整体城市环境空气质量状况在世界上较差，在经济发展的同时更应注重健康。随着环境污染日益严重，加上许多室内装修和装饰材料的污染，空气源已成为影响人体健康的隐形杀手。人类68%的疾病与空气污染有关,世界卫生组织更是把室内空气污染列为18类致癌物质之首。所以应加大对于空气的治理，加强对空气净化设备的投入。

2025年1月

**第二篇：空气净化器调查表**

您可以承受的空气净化器的价格区间是多少？

□500以下□500——1000 □1000——1500□1500——2025□2025——2500□2500——3000□3000以上在选择这类产品是哪类要素是您最在意的？多选

□品牌知名度□操作简便□价格的高低□产品的外观质感

□使用的方便性□产品功能□产品的核心技术□产品外观尺寸 3您喜欢的空气净化器的方式是？

□壁挂式□落地式□吸顶式□移动式

4您希望空气净化器具有其它哪些功能？（多选）

□可听音乐□可驱蚊虫叮咬□可检测环境空气质量□装饰功能□智能遥控 □加湿除湿功能□时钟功能□省电□静音□有滚轮□负离子功能 5您希望使用什么材质的空气净化器？

□金属烤漆□塑料轻便□无所谓□其它

6您喜欢什么外观形态的空气净化器？

□普通方整型□有设计感的路线型□卡通形状□特殊另类造型□其它 7您在空气净化器的外观方面最关注哪些方面？

□简单大方□大气气派□功能键多□有LED显示屏触控□体积小巧8你喜欢什么颜色的空气净化器？

□亮丽白□夜色黑□玫瑰红□金属灰□天空蓝□土豪金

9如果您拥有一台空气净化器，您会选择将它摆放在什么位子？

□卧室□客厅□厨房□书房□厕所

10您需要的空气净化面积大约在多少平方米？□15以下□15——30□31——50

**第三篇：空气净化器市场需求分析**

空气净化器市场需求分析室内空气净化工程设计

一、空气品质对人体健康的重要性

众所周之，空气和水一样，是维持生命体最重要的物质之一，同每个人都息息相关。据统计，一个成年人一天的空气摄入量高达20-30公斤。人体对空气不仅仅是一种需要，其所吸入空气的质量将直接影响机体的各项机能。现代医学研究表明，呼吸自然新鲜的空气能促进血液循环，增强免疫能力，改善心肌营养，消除疲劳，提高人体的神经系统功能，提高工作效率；反之则将导致头晕、乏力、烦闷、精神不振、注意力不集中等症状，日积月累，还将引发各种人体疾病。

二、空气污染现状分析

漂浮在室内空气中的粉尘、二手烟、细菌、病毒以及装修材料中释放的各种污染物，无时无刻不在危害着我们的身体健康，但由于其看不见、摸不着的特点，往往不易引起我们太多的注意，以致让它们得以长期逍遥，为所欲为。例如：

◆空调污染：据加拿大环卫组织的调查表明，人类68%疾病是由于室内空气污染造成的。空调系统的使用，更让这一状况变得严峻。空调虽然满足了人们对环境温度的要求，但同时也带来了另外一些不可忽视的问题——由于减少了空气的流通交换，时间一长，室内就会聚集大量挥之不去的粉尘、细菌、病菌和有害气体；另外由于空调器内部提供的温暖潮湿环境，也为病菌的生长繁殖提供了极大的方便，特别是中央空调，如果长期未进行清洗，随着机器的运转，内部滋长的大量细菌将被源源不断地吹送到室内空气中。

◆装修污染：装修房屋，本是为了获得更加舒适的生活或者工作环境，但是装修过程中使用的胶合板、涂料、胶水等材料都存在着大量对人体有害的化学物质，如苯、甲苯、二甲苯、甲醛等。随着时间的推移，它们将逐渐挥发到室内空气中，如不采取有效的方法清

除，将严重危害着人们的健康。

◆尾气污染：汽车已成为现代人不可或缺的交通工具，但是随着汽车拥有量的剧增，其所产生的大量尾气也让生活在都市里的人们被迫吞食着这种慢性毒药。

◆工业污染：现代城市的繁荣是以发达的制造业为基础的，而传统工业必然伴随着有害废气、烟尘的大量产生。这些有害物质流动在空气中，入侵街道和居室，然后通过呼吸进入肺部、最终溶入身体的血液循环中，为我们的身体带来不可忽视的安全隐患。

三、空气净化器市场环境分析

1.市场需求环境分析。

随着生态环境的不断恶化、空调系统的高度普及、严重呼吸系统疾病的流行以及国民物质生活水平的不断提升，消费者的健康意识有了极大提高，室内空气环境问题日益受到人们的重视。净化空气环境，改善空气品质，已经成为人们日益迫切的愿望和要求。

由于国家对空气净化器还没有制定出相关标准，所以目前市场上的净化器无论从产品性能，还是产品质量方面均存在较大的差距。有些产品只是针对部分空气污染物有一点净化效果，甚至有的产品根本没有任何效果还有负作用，也堂而皇之地称为空气净化器或空气清新器。有的产品虽然有一定的净化能力，但其使用寿命又太短。更有甚者，个别企业将

其产品的净化作用夸大或借题发挥，如单一的负氧离子发生器美其名曰“氧吧”，臭氧发生器冠名为“活性氧”等等。市场的不规范，厂家的恶性竞争，导致空气净化器这一在国外非常看好的产品，在我国市场上并未能激发起消费者的购买热情。

2025年3月1日由国家质量监督检验检疫总局、卫生部、国家环境保护总局共同颁布的我国第一部《室内空气质量标准》开始正式实施，这无疑为空气净化器市场的规范创造了有力依据。空气净化器的春天，将离我们越来越近。受工业污染、装修污染、空调病、“非典”等因素的影响，国民对提高室内空气质量的重要性已有了相当的认识。随着众多类似产品生产厂家的大力宣传，人们对“要用空气净化器净化室内空气”的认同只是一个时间问题。

2.市场潜量状况。

为满足人们对室内空气质量的要求，各种家用空气净化器应运而生。空气净化器是由高压产生电路负离子发生器、通风机、空气过滤芯片等系统组成，主要有过滤烟尘、清除异味、杀灭细菌和病毒、补充负氧离子、补充活性氧（O3）、清新空气等功能。达国家的空气净化器市场目前已相当成熟，日本和美国是世界上两大空气净化器生产国和消费国，其年需求量总和在1000万台左右。有消息称我国家用净化器今后一至两年内市场的需求规模可达到1000亿元，这是一个潜力巨大的市场。

空气净化器的主要消费群体有：高档写字楼办公室、银行、高档酒店客房、医院特护病房、高级休闲场所；高收入年轻家庭或家有孕妇、老人、婴儿或病人的家庭等。据初步统计，仅厦门市就有高级写字楼近百座，入驻企业数万家，其中外资企业3千余家；拥有银行网点400余个；共有卫生事业机构758个，床位6054张；3星级以上酒店27家，拥有高级客房数千间；空调保有量已超过十万台；年商品房销售面积约300万平方米。所有这些都为空气净化器提供了广阔的市场空间。

3.竞争者状况。

目前，在国内空气净化器市场上介入较早且在业内有较高知名度的品牌主要有领锋环境的Aisa、亚都、飞利浦、海尔、、奥得奥等。近年来，国内从事空气净化器生产的企业数量急速增长，目前已达数百家，品种近千个，可见竞争的火爆。但是整体来讲，国内空气净化器市场还远未成熟，销售数量还非常有限。

4.消费者需求的特点。

家用空气净化器市场在我国还处于起步阶段和时尚消费阶段。通过咨询活动发现，消费者对空气净化器的认识还非常有限，存在很多偏差，例如有很多消费者把空气净化器当成是氧吧的一种，还有部分消费者把空气净化器当作吹风机。

由于对净化室内空气的重要性认识不足及价格因素的制约，空气净化器在现阶段还无法达到普及，只有部分层次较高的消费者才有购买意识和购买能力。

通过调查，我们发现对于空气净化器，普通消费者普遍关心产品的价格、净化效果、使用寿命等问题，高端消费者则更关注其真正的净化效果、使用寿命、方便性等问题。

5.行业前景。

尽管家用空气净化器市场在我国还处于起步阶段和时尚消费阶段，但是随着人们对生活质量要求的不断提高，家用空气净化器必将会进入更多的寻常百姓家。

四、空气净化器产品介绍

◆工作原理：空气净化器通常由高压产生电路负离子发生器、通风机、空气过滤器等系统组成。净化器运行时，机器内的通风机使室内空气循环流动，污染的空气通过机内的空气过滤器过滤后，将各种污染物清除或吸附，然后经过装在出风口的负离子发生器将空气不断电离，产生大量负离子，被微风扇送出，形成负离子流，达到清洁、净化空气的目的。

◆主要功能：主要功能是过滤烟尘、清除异味、杀灭细菌和病毒、补充负氧离子、补充活性氧（O3），清新空气；其他还有光电传感遥控、自动烟雾检测、多档风速、多向气流、智能定时及低噪音等。

◆主要类型：市场上的空气净化器有多种形式，按安装的位置分主要有：落地式、壁挂式、吊挂式、吸顶式等多种；按除尘方式可分为静电式、过滤式和复合式。

◆材料技术：光触媒、活性碳、合成纤维、HEPA高效材料、负离子发生器。

◆空气净化器未来产品发展方向：

1）高效去污型：以活性碳、光触媒、HEPA、负离子技术为代表，具有高效集尘、杀菌、除臭、去装修污染等特点。

2）自然环境模拟型：如模拟森林、瀑布、草原、海滨、阴天、雨天、晴天、春

天、秋天等自然环境的空气。

3）微气候调节型：集空气净化、空气加湿、温度调节于一体。

4）保健型：中草药、芳香药物。

5）低耗型：无需更换滤芯的净化装置。

6）款式、型号、功能多样化

五、经营策略分析

公众对空气净化器产品的认知和接受程度还很低，传统渠道的销售量还十分有限（通过对竞品在传统渠道的销量调查可见端倪）。初期可通过直接拜访目标很明确的有潜在购买需求及购买能力的集团客户（如OFFICE、酒店、医院、娱乐场所、车商等）的方式，进行面对面的沟通和演示让顾客了解产品的功能和特点，并通过为客户提供贴切、具说服力的方案，使其产生购买兴趣。与此同时设法与大的集团客户建立长期的合作联系，并结成利益联盟，为其提供类似产品或者服务及问题解决方案，实现企业效益最大化。

另外，高档住宅社区以及大型商业广场等也是重要的宣传渠道，可以经常在这些场所举办特卖宣传活动吸引目标顾客群。因为公众对空气净化器产品的接受程度还很低，目前商场固然不是最好的销售渠道，但却是很好的宣传展示渠道，将增强消费者的信赖程度。

空气净化器的车载系统市场优势得天独厚，无论是消费需求还是车主的消费能力都让其难以被抗拒，市场空间巨大。如果能与大的汽车厂家或者销售商建立长期合作关系，将可

为公司带来稳定的利润来源，公司把车载产品作为未来发展的一个重要部分。

**第四篇：空气净化器选购心得**

经过研究了众多科学论文、论坛，最后选择了夏普空气消毒机。以下是总结的一些空气净化器选购心得，供有需要的朋友们参考（本人只是总结了网络上大多数人提供的建议或反馈的问题，并不能保证这些内容的准确性）：

1、关于空净技术。目前空净的净化技术很多，很多商家说的天花乱坠，但就目前技术而言，虽然除尘和净化功能不是最强大的，但最安全的还是传统的滤网净化，其他凡是带离子的（不管是负离子还是净离子啥的）、光触媒、紫外线等技术均会有副产物（臭氧等）产生，只是或多或少的问题。对于质量过硬的品牌，其臭氧等有害物质基本上可以控制在安全范围内，但这只是对于成人安全而言，对于有婴幼儿的家庭，建议还是买纯滤网净化的。这款夏普净化器就好在它的净离子功能是可以开关的，可以根据需要使用。据说如果打开它的净离子功能，只会产生少量臭氧，数值是经过科学实验室检测过对人体无害的。经亲身验证，确实是没有臭氧味道的（很多带离子功能的净化器，就算是大品牌，在最开始使用时，都会有一些臭氧味道）。但目前还没有任何实验数据说明这种微量臭氧是否会对婴幼儿有害，所以建议有婴幼儿在房间里时，将净离子功能关闭。当然，咱这更换滤网的费用不菲，但据说万能的淘宝上有订做夏普HEPA滤网的（其它几层滤网是可以通过清洗、晾晒等方式反复多次使用的），200以内一个，但具体品质能不能与原装媲美就不知道了。

2、关于滤网。目前最先进的滤网就是HEPA滤网，HEPA只是一个技术标准，指的是可以过滤0.3微米以上物质的滤网。但很多产品都打HEPA的擦边球，做出HEPA-STYLE、HIGH-HEPA

等各种概念，实际上没有达到真正HEPA的标准。据说只有TRUE HEPA滤网才是真正的HEPA，而夏普就是用的这种滤网。

3、关于加湿。空净的通病就是会令房间干燥，所以越来越多的净化器增加了加湿功能。与普通的加湿器不一样，夏普的加湿是使用加湿滤网进行挥发的，虽然加湿性能没有加湿器明显，但不会有像油点一样的物质挥发出来（很多加湿器周围的物体上会残留下来像油点一样的小亮点，具体是什么东西我没有研究，但感觉上吸入身体的话总是不太好的），而且它的加湿功能是可以根据需要开关的。

4、关于噪音和灯光污染。噪音和灯光污染是很多人在选择空净时会忽略的问题，但其实真的很重要，尤其是对于有宝宝或是睡眠不好的人来说。日本的空净在噪音方面做得都比较好，晚上一直开着夏普最低风速都没有感觉，有点像夏日从窗口吹进微风的赶脚，由于带有加湿，还有些许凉意，夏天使用应该很爽。另外一方面，空净的显示灯虽然在白天不觉得有什么，但晚上还是感觉很亮的。夏普这款的显示灯是三档调节，可亮、可暗，可关，晚上用完全感觉不到它的存在。

**第五篇：空气净化器市场前景分析**

空气净化器市场前景分析

成熟、走向普及消费的分水岭。

产业发展分析

一、技术分析：

迄今为止三大空气净化技术------HEPA过滤技术、负离子和臭氧发生技术，历经三十多年的应用研究，现己十分成熟，并同时应用于了医学、保健、食物保鲜、卫生器械及其它领域。随着现代科技的发展，这三项技术的应用前景将更为广阔。

早在1934年，瑞士伯尔尼大学光学研究人员在一次光学实验中偶然发现，活性碳分子结构十分活跃，通过一种介质可以有效去除尼古丁，杀灭病菌，消除细小微粒。这一发现一经公布，引起了当时医学界的广泛兴趣。两年后，即1936年，荷兰医学院克思莱特医学博士，在医疗实验中进一步证明了活性碳在病理学上的有效性。

活性碳在空气净化领域的应用是在上世纪60年代末。飞利浦公司率先利用伯尔尼大学和荷兰医学院克思莱特的实验创造性地应用到了产品开发上。从此，人类真正地揭开了空气净化产业的序幕。

历史上，空气净化技术的应用经历了以下几个阶段：

1.二十世纪70年代，活性碳空气过滤技术的应用。其特点是净化功效单一，对空气中有害气体的清除效果不明显。

2.到二十世纪80年代中期，光触媒技术己被少数具有实力的企业，如飞利浦、松下、霍尼伟尔、BSE等应用到了空气净化产品中，加上原有的活性碳过滤技术，形成了HEPA过滤系统，带动了全球空气净化产业的技术升级，实现了空气净化的多样性、实效性。

3.在二十世纪80年代末，BSE公司率先利用臭氧在杀菌、除异味、保鲜等方面的特殊功效，把臭氧技术应用到了空气净化产品中，开发出了一系列多功能的空气净化产品：如冰箱保鲜机、衣柜除臭机、家用杀菌机等等，再一次带动了全球空气净化产业间多元化方向的发展。

4.负离子技术在空气净化产业中的应用，是在上世纪90年代初期，负离子对空气中属于正离子的烟尘有十分明显的中和作用。这样，就大大地提高了原有空气净化产品的净化功效，起到了双重净化功能。产品的实用性、功效性达到了前所未有的效果。这时，空气净化的技术手段己经成熟。

二、市场分析

国外市场分析：

从国外空气净化产业的发展来看，它是随着空气净化技术的演变过程而不断地发展壮大的。大致经历了三个阶段：

1.启动阶段。70年代是市场的开拓阶段，处于消费的引导期，市场刚刚开始形成，空气净化产业只是由少数几个厂家来支撑，尚未完全形成产业的规模化。

2.产业规模化阶段。80年代空气净化产品己被越来越多的消费者所认同，销售量迅速上升，进而带动了稳定的市场，大大地推动了产业的规模化发展。

3.产业成熟阶段。90年代初开始，市场消费日趋饱和，特别是欧盟、美国等发达国家，空气净化产品的消费转向了周期性消费，市场己经非常成熟。

国内市场分析：

国内空气净化产业至今尚处于市场和产业的萌芽阶段，与国外70年代末的产业状态相似。主要是因为国内空气净化产业起步晚----上个世纪90年代中期才由飞利浦、霍尼伟尔率先进入国内市场。当时，少数国际知名企业由于产品的市场定位高，且消费者尚不了解空气净化技术，因此，空气清新机成为一种奢侈品，乏人问津。制约了国内空气净化产业的市场前景。开始涉足空气清新机市场时，却因缺乏技术和资金，难以形成产业优势。其间国内厂家曾变

相地推出一些缺乏功效的概念性产品，如“氧吧”、

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！