



空气中的雾霾,灰尘,PM2.5;自来水里的漂白粉,重金属,异色异味。这两年发生在每个人身边的雾霾天和多起严重的水污染事件,让我们前所未有地关注起每天都会和我们亲密接触的空气和水。

一时间空气净化器、净水机、吸尘器等净化产品热销,小企业忙着扩大产能,大企业则利用渠道优势强势切入,在市场上随便走一遭,品牌就有上百种,净水和空气净化产品市场迎来春天。数百亿甚至数千亿的市场,足以引起资本和商家的青睐,很多商家开始在这个市场跑马圈地。

记者 程国平/文 马健/图

这是一个持续三年增长40%的市场 这是一个未来销售规模可达数千亿的行业 这是一个100多个品牌竞争撕夺的市场 净化产品:春天里火一把

A 净水器具持续三年销售增长40%

窗外,春风拂面,杨柳摇曳,春姑娘来了。这也是一个净化市场的春天,郑州,各种品牌的净水机和空气净化器正延续着去年冬天以来的畅销。

过去的2012年,太多自来水出厂水质不达标的新闻,太多扑面而来的雾霾,太多地下水和河流惨遭排污的报道,一次又一次地刺激着人们的神经。

PM2.5,灰霾,水污染,这些词汇,从来没有像现在一样人尽皆知,深入人心,人们渴望着“健康呼吸”和“安全饮水”。

这样的渴望,也许就能成就了一个产业——空气净化和净水设备行业。

“实际上,从2010年开始,在郑州市场,净水器具和设备销售增长一直高达40%以上。”这是一名在郑州净水行业做了5年的资深人士透露的数字,而从去年第四季度到现在,增幅高达50%,北京、上海的市场远比郑州这类北方市场成熟,所以净水机和空气净化器在那里销量更高。

相比净水处理技术和设备,空气净化器的市场不过刚刚启动,前年冬天和去年冬天,在苏宁、国美等家电卖场,在红星、居然等家具卖场,空气净化器已从过去的边缘位置跃升到比较显眼的地方。

而且,不少大品牌,比如远大、怡口、蓝飘尔、开能、爱惠浦等都在家具卖场开出了面积不小的体验室,由此足见商家对市场的重视。

B 一个市场有100多个品牌抢生意

上周末,记者随便走进了一家大型家具卖场,经营净水机和空气净化器的商家有几十家,经营的品牌更是上百种。在这些品牌中,有主打原装进口概念的进口机,有主打国产名牌的国产货,更多的是不知名的品牌,他们在争夺着同一块市场蛋糕。

省内一家专做水处理生意的公司董事长韩亚希表示,她了解到的郑州市面上的净水机品牌至少有100多个,这还不包括那些没有生产许可证的黑品牌。

在市场上,这些不同品牌的净水设备分为前置过滤器、软水机、净水机、纯水机,价格从800多元到10000多元不等。而关于软水、净水、纯水的概念,销售员似乎解释的也不尽相同。至于净水设备所有的滤芯、滤料,那就更不得而知了。

除了这些在商场里出售、直接为市民安装入户的家用小型机外,在各大小区随处可见的自动售水机也各有不同品牌。

当然,在郑州市场上,还有为企事业单位及居民家庭做全屋水处理的中央水处理系统,也有不同的厂家和品牌。

在市场上,各类空气净化器价格从几百元到六七千元不等,在功能上,大多主打有效去除PM2.5,去除率均在98%左右,比如某款日系品牌净化器宣称“PM去除率达99%”,韩系品牌某款净化器“PM2.5去除率97.9%”。此外,除甲醛、烟尘、粉尘和杀菌等也是空气净化器的卖点。

在品牌上,有以空气净化器为主打的远大、艾波特、安吉尔、亚都等品牌,也不乏家电业大佬借渠道优势蜂拥进入空气净化和水净化市场推出的系列产品,比如霍尼韦尔、松下、飞利浦、三星、日立、TCL、美的、九阳等知名家电品牌。

数字

中怡康对消费者的调查显示,消费者对饮用水安全和空气质量的关注度超过**95%**。中怡康预计,到2020年,中国家电市场空气清新机的规模将达到**866亿元**。预计未来净水机市场可实现**5000亿**的销售规模。



某品牌的空气净化器标注“医用级”,可以过滤PM0.3的颗粒。

C 大学生创业卖净水机半年收益10多万

3月23日,周六。郑州黄河岸边花园口社区,在锣鼓声中,小区的管道直饮水项目宣布开工。不久的将来,小区的居民将喝到经过反渗透技术处理过的安全水。

谈妥这个项目的是郑州工程学院土木工程专业的大三学生宗明洋。在学校、在团省委系统的青年创业吧,宗明洋是一个创业明星,2012年7月到年底,宗明洋带着他的同学一块深入小区推销净水机,半年时间,他个人的收益是10多万元。净水处理设备的市场和利润由此可见一斑。

这次与花园口社区的合作,是宗明洋和花园口村村委及物业、小区居民谈妥的。之所以能顺利谈成这个项目,就是因为小区现在饮用水水质很差。

当天,花园口村村委相关负责人介绍,社区所用水源为地下水,但因社区所处位置离黄河较近,所以水质硬度较大,烧水时有大量水垢。此外,在这个小区,地下水直接进入用户家,没有经过消毒处理,在这样的现状下,花园口社区的居民很容易接受这个项目。

韩亚希介绍,在郑州一些高档酒店

开始装水处理设备,对自来水进行净化,因为很多高档菜品对水质的要求非常高,不用处理过的水,就无法做出合味的菜。

在郑州水行业深耕6年的水家装咨询师邱实表示,随着人们对饮用水和生活用水品质要求的不断提升,相比厨下型净水机,公司更专业的关注家居水净化系统解决方案的服务,全屋水净化处理系统及工程项目占公司营业额的80%以上,全屋净化、全家健康的科学理念正在以更快的脚步走入寻常百姓家。

D 未来中国净水机市场可实现5000亿的销售规模

净水和空气净化的市场容量到底有多大?

记者在采访过程中,没有人能说出一个准确的数字。2012年,一篇《净化空气路漫漫》的文章在《经济学家》杂志刊出。文中指出,世界资源研究所驻京办事处顾问塞利格松小姐说:美国花了25~35年提高空气质量。洛杉矶自打上世纪50年代开始治理,到现在也没达到联邦标准。虽然中国人手脚麻利,但因其起步较晚,更需时间。

“大气污染和水污染就在眼前,治理它又需要如此长的时间,天生逐利的资本没有理由不进入这个市场。”昨日,郑州一家原本生产节水龙头的企业负责人表示,

未来二三十年,应该是净化设备发展的黄金时代,年前,公司已经委托广州一家公司代工净水设备,目前,家用小型净水机已进入市场销售。

以生产净水设备闻名的上市公司开能环保也已在多省选点,建立大型旗舰店,其升级新品“机器人”品牌的水处理系统以普通家庭消费的市场定位迅速展开。

大型家电企业利用渠道和品牌优势强行切入净化市场的例子也不胜枚举,松下、飞利浦、三星、日立、TCL、美的,它们都不放过这个市场,更何况那些想在此行业分一杯羹的小企业?

从网上搜索可见的相关报道有:中怡

康对消费者的调查显示,消费者对饮用水安全和空气质量的关注度超过95%。中怡康预计,到2020年,中国家电市场空气清新机的规模将达到866亿元。

上周,在上海新国际博览中心举办的中国家电博览会上,艾波特总经理庞亚辉表示,预计未来净水机市场可实现5000亿的销售规模。汇银家电控股副总裁郭广忠透露,据公司调查发现,现在很多企事业单位都开始安装净水器,而不是喝桶装水。

数百亿甚至数千亿的市场,足以引起资本和商家的青睐,有条件的商家如何不进入这个市场呢?

>>>请继续阅读A28版