

破局与重构

2025 空调行业趋势与消费需求白皮书

CONTENTS

目 录

01 空调行业发展趋势**全扫描**

Panoramic Scan of Development Trends in
the Air Conditioning Industry

02 多维解读空调消费**新图景**

Multidimensional Interpretation of the New Landscape of
Air - conditioning Consumption

03 用户及空调需求**新图谱**

New Map of Users and Air - conditioning Demands

04 舒适及健康空调**新标杆**

Typical Benchmark Cases of Comfortable and Healthy Air
Conditioners

01 /

空调行业发展趋势全扫描

Panoramic Scan of Development Trends in
the Air Conditioning Industry

看环境：政策推动与技术创新的双重驱动

节能降碳向低碳转型对空调市场的全生命周期发展具有深远意义，这一过程通过政策引导与技术创新的双重驱动，正在重塑行业格局并催生新的增长模式，助力空调市场全生命周期稳定发展

以“双碳”为目标，制造超一级能效产品



政策驱动发展

国家和地方政策相继出台，如《加快推动建筑领域节能降碳工作方案》，明确支持节能改造，为市场提供战略指导和政策保障，推动空调市场绿色转型。

市场前景广阔

随着政策推动和市场需求增长，建筑空调节能改造市场潜力巨大，预计将迎来爆发式增长，为行业提供持续发展的动力和机遇。

1

高效设备应用

高能耗低效 向**高效节能**转型

2

系统管理优化

依托智能分析技术，对建筑群内的设备进行统筹管理，实现**降低能耗、提升制冷/制热能效的节能**目标

3

可再生能源

关注能源结构变化，**开展多种能源综合利用**（太阳能、风能、余热资源、热泵技术、天然冷源利用等）

看环境：补贴周期与高温共振，放大旺季效应

国家补贴政策降低了消费者的购买成本，而异常高温天气则直接激发了市场需求，两者相结合不仅促进了空调销售的增长，也对相关产业链产生了积极影响

国家补贴政策

财政部第三批 690 亿元国补资金 7 月到位

政策文件依据：国家发展改革委、财政部《关于 2025 年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》（发改环资〔2025〕13 号）

补贴范围扩展

新政策明确将空调产品纳入消费品以旧换新补贴范围，支持消费者购买符合一级能效标准的空调设备，推动老旧设备淘汰。

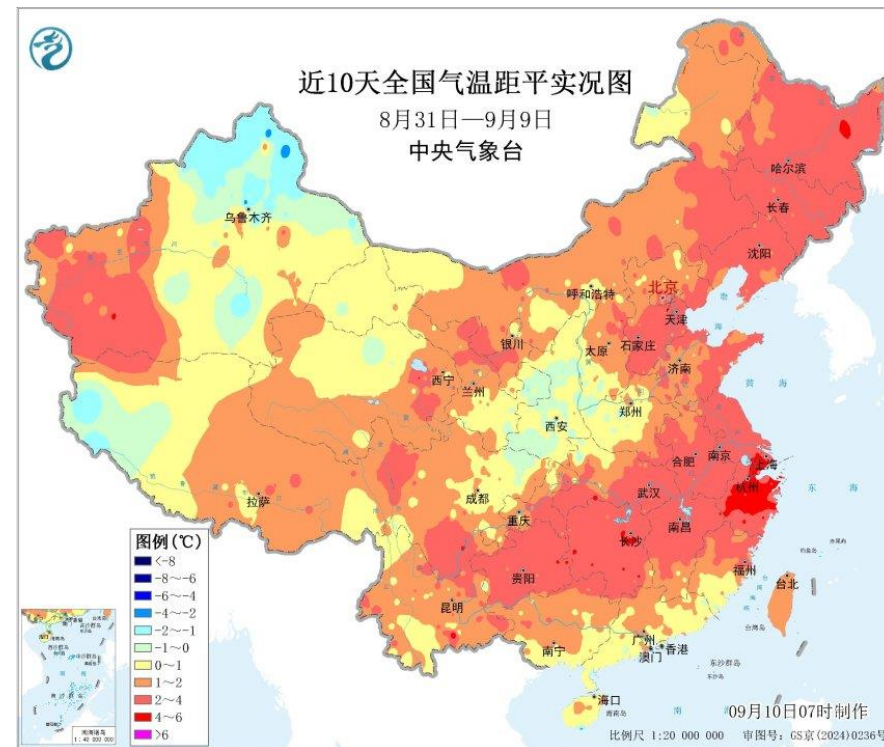
标准明确

对于一级能效空调产品，补贴标准为售价的 20%，单件最高补贴金额不超过 2000 元，有效降低消费者购买成本。

为防止资源浪费和政策滥用，政策规定每位消费者限购 3 台空调产品，确保补贴政策公平、合理、可持续实施。

全国多地 40℃ 极端高温

中国气象局报告：2025 年 7 月，全国 152 个国家级气象站观测到 40℃ 以上高温，陕西兴平（43.1℃）、湖北巴东（42.9℃）等 32 站突破历史极值，高温覆盖面积达 40.7 万平方公里。

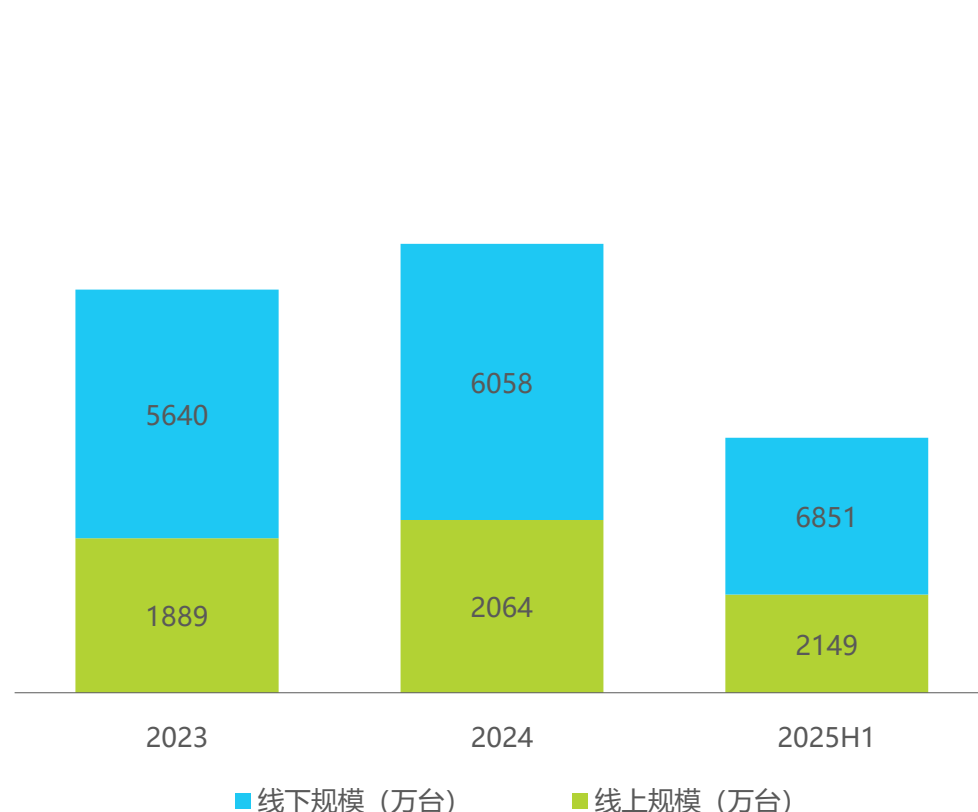


- 高温天气和国家补贴政策的双重刺激，《中国经营报》报道指出，6月底至7月期间，上海、杭州等地空调销量同比增长超过200%，部分门店甚至出现库存紧张的情况

看市场：规模稳定,存量深耕,电商主战场优势显现

空调市场增速放缓进入成熟期，线上销售占比达 60% 且传统电商为核心流量入口。线上价格呈K级分化状态，1.5P 挂机低价（1599 及以下）、高价（3000 +）占比均上升；3P 柜机 4000 - 及 9000 + 价格段占比亦上升

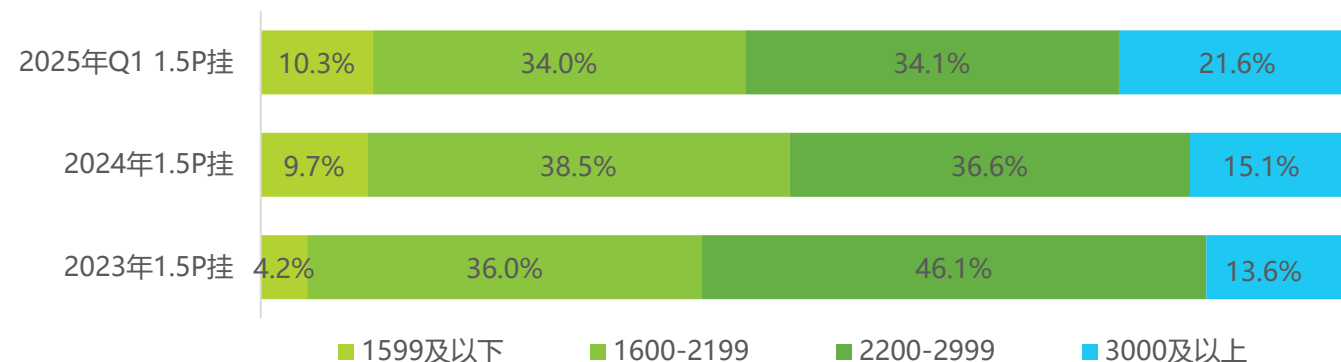
2023-2025中国家用空调市场规模



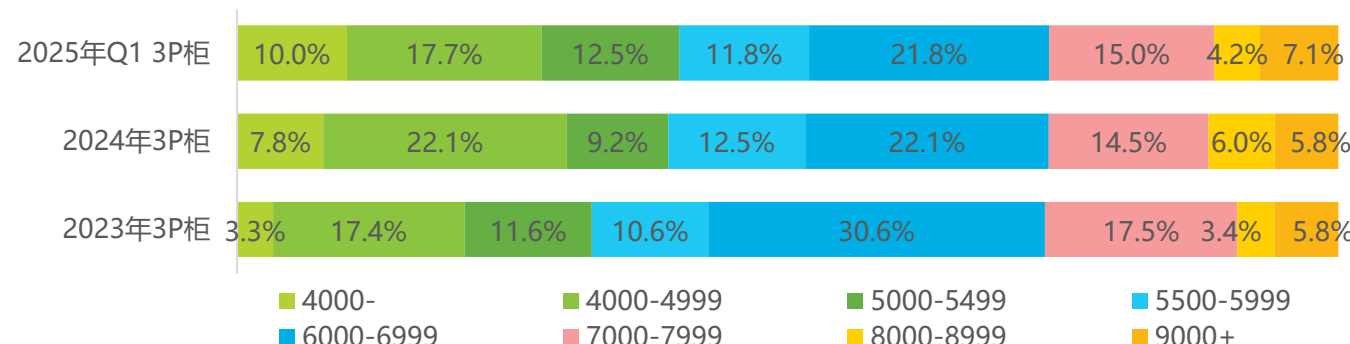
注：数据来自艾瑞零售市场监测及泛博睿、奥维云网

©2025.9 iResearch Inc.

2023-2025线上空调挂机（1.5P）市场分价格段零售额占比



2023-2025线上空调柜机（3P）市场分价格段零售额占比



www.iresearch.com.cn

6

看渠道：全渠道融合驱动消费体验升级

线下兼具空间体验优势，线上也可随时随地畅享品质与服务

线下场景体验

场景化升级：从「卖产品」到「造体验」的空间价值重构

- **自建渠道场景化升级对冲流量流失：**京东通过“家电家居一体化展厅”转型，京东在南三环开设的全国最大 MALL 店（北京南三环店），将空调与智能家居场景绑定。
- **空间价值重构与渠道协同：**京东 MALL 通过「家场景」沉浸式体验（如电竞游戏、咖啡烘焙等功能区），将传统家电卖场转化为「生活解决方案中心」。用户扫码即可线上自助下单，享受「同款同价同服务」，线下门店成为线上流量的「体验入口」。京东 MALL 通过整合 20 万+ SKU 与智能库存系统，实现「线上下单、门店发货」的分钟级响应。
- **艾瑞调研：**72.8%的空调消费者更倾向在购物前亲自触摸和感受商品，场景化升级满足了消费者对品质体验和互动服务的双重需求。



线上服务升级

线上畅享线下产品，服务标准全域统一

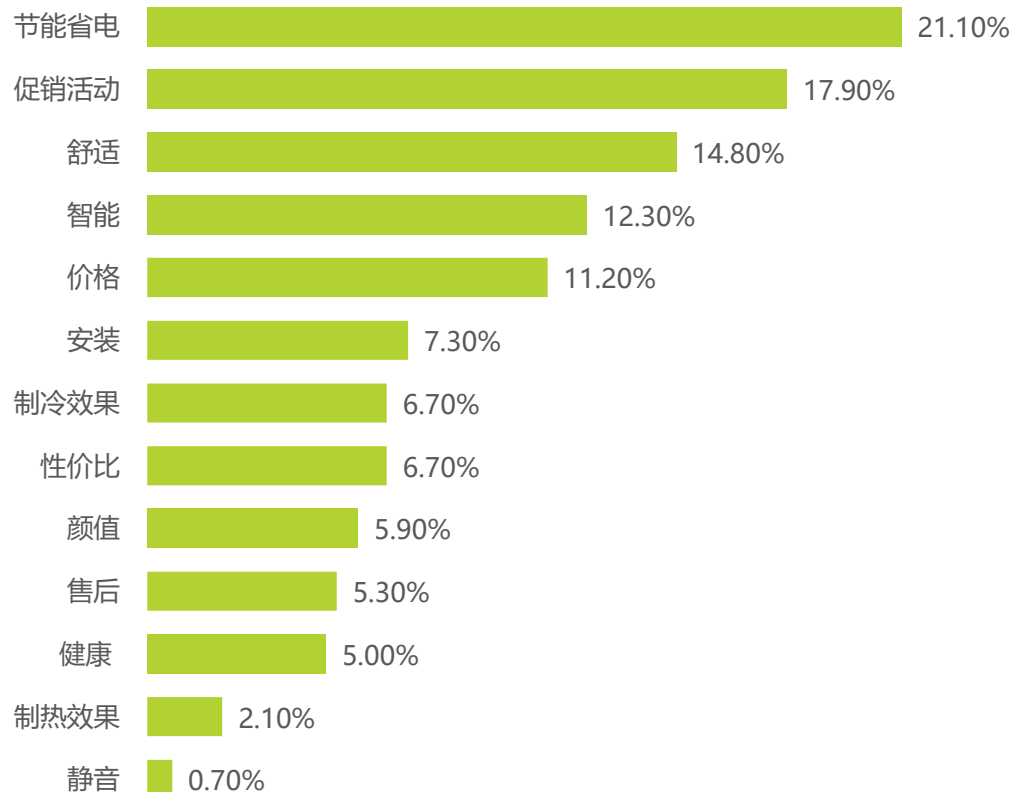
- **京东构建线上线下商品池深度互通体系，**消费者可通过线上渠道直接选购空调高端款型，且能同步享有线下专业讲解、售后保障等优质服务。无需亲临线下场景，依托数字化终端即可便捷完成高端商品选购，真正实现“线上下单，服务到家”的高效消费体验
- **全渠道库存与服务协同调度：**凭借京东强大的数字化系统，线上线下的库存实现实时共享。线上订单可依据消费者地理位置，灵活调配周边线下门店库存进行发货，达成“线上下单，门店发货/就近配送”的快速响应机制，让消费者在享受线上便捷性的同时，体验到如同线下购物的高效服务



看需求：消费热议话题映射空调体验升级方向

社媒热议成为空调需求升级的映射，节能、舒适、制冷效果、颜值、健康等成为2025年空调社媒TOP10的热议内容

2025H1社媒平台空调TOP10议题



节能省电热议点

节能省电热议词：新一级能效、一级能效、超一级能效、省电、节能率超省电、巨省电

舒适热议点

舒适热议词：无风感、柔风

健康热议点

健康热议词：新风、除菌、除醛



看需求：从基础功能向舒适、健康、美观需求进阶

从“单一温度调节器”向“舒适、健康、美观兼具的品质生活中枢”进化，舒适送风焕新风感体验，健康风系统全面改善空气质量，家居一体化实现产品与家装风格的和谐融合

旧时代

基础制冷

- 温度
- 能耗

新时代

舒适送风

- 无风感
- 柔风
- 风避人

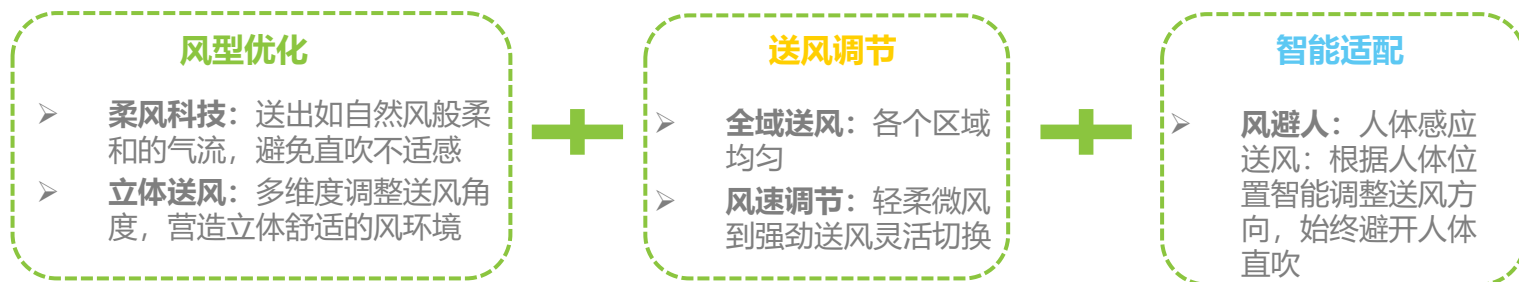
健康空气管理

- 自清洁
- 无菌化
- 空气管理

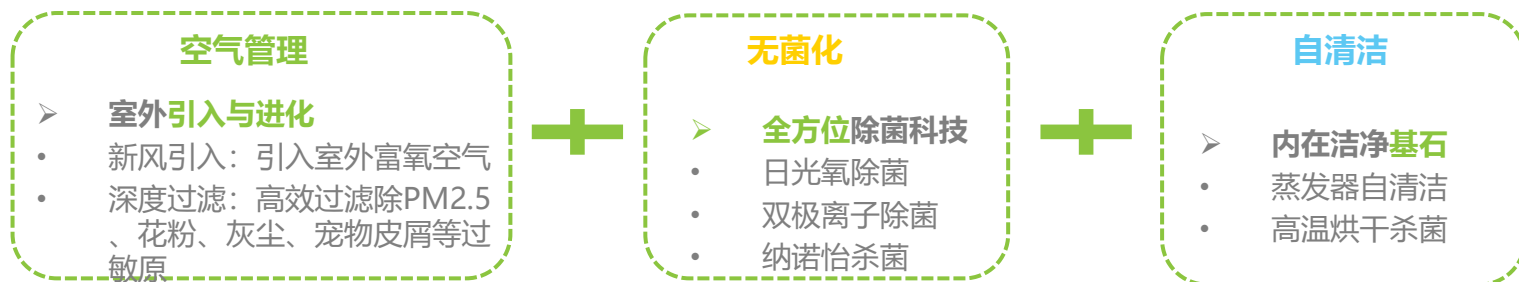
家居一体化

- 隐藏/嵌入
- 家居融合

舒适送风：打造宜人舒适风感体验的多维体系，实现对室内送风的精细化调节



健康空气管理：现代健康风构建的三位一体的壁垒，实现对室内空气的主动、全方位管理



美学设计与家居融合：需要更有质感的材质、更符合家居风格的配色、更简洁大气的造型

看方向：高端化多维升级持续用户关系

空调高端化向 “极致舒适 + 健康净化 + 美学融合 + 智能互联” 的综合体验与持续服务方向升级

维度	传统空调	高端空调
核心价值	基础温度调节	健康、舒适、智能、美观的综合体验
竞争焦点	价格、能效比	技术差异化、设计美学、生态服务
用户关系	一次性交易	持续服务与体验

极致舒适与个性化体验

- 为满足不同人群，通过复杂的风道和叶片设计，实现凉感无风
- 独立除湿/加湿功能，实现恒温恒湿的体感舒适
- 全域送风与分区控温（优化风机、风道、压缩机技术，超静音运营）
- AI智慧感应，感知人的位置、数量、活动状态，实现“风随人动、风避人”

健康与净化功能

- 向去除超细颗粒物（PM0.1）、病毒、细菌、甲醛等方向发展，与专业机构合作推出认证标准，增强可信度

美学设计与家居融合

- 摆脱传统的白色大塑料造型，用更有质感的材质
- 将空调与吊顶、柜体设计融为一体的隐藏式空调，或设计有艺术造型的空调

智能互联

- 全屋智能生态集成，不再是孤立的APP控制，与智能窗帘、灯控等联动，打造全屋智能体系

看机会：全场景空调从卖产品到卖生活方式的转型

跳出传统的“客厅、卧室空调”的简单分类，转而围绕用户的特定生活场景、空间功能和情感需求

分场景 机会分析	特定人群	影音娱乐场景	厨房专属场景
目标用户/空间	新生儿、过敏体质成员、老人的家庭	影音爱好者、游戏玩家；家庭影院、客厅游戏区	热爱烹饪的家庭；中式厨房
核心痛点	对空气细菌、病毒、花粉、尘螨等过敏原极度敏感，担心空调病	空调运行噪音干扰视听体验；传统空调风量调节影响沉浸感	高温、高油烟、空间小、安装难 传统空调易被油烟腐蚀，制冷效果差
产品核心	• 净化功能：配备高效抗菌滤网、UV紫外线杀菌、光触媒等技术，并能出具权威机构的除病毒、除菌检测报告 • 轻柔无风：真正的无风感技术，避免直吹，尤其为宝宝和老人设计	• 极致静音：在观影/游戏模式下，运行噪音低于22分贝，几乎无声 • 联动智能家居：与智能电视、投影仪、游戏主机联动，开机即自动启动空调并进入沉浸模式	• 大风量&强制冷：快速应对灶具产生的高温，即使爆炒也能保持凉爽 • 小巧嵌入式安装：可集成在吊顶或橱柜中，节省空间，与厨房装修一体化
	• 差异化卖点：“呵护宝宝第一口空气”、“老人安心房”	• 差异化卖点：“听得见的安静”、“沉浸式体验伴侣”	• 差异化卖点：“清凉厨房，告别蒸笼”、“不怕油烟的空调”

看趋势：舒适+健康+高端需求变革新信号

从“温度调节”到“舒适+健康+高端”的三维升级指向消费端深层诉求

风感舒适需求成“体验刚需”

- 用户需求侧：风感舒适需求成“体验刚需”：“无风感、柔风”成为“舒适”议题核心热议词，“避免直吹不适”已成为超越基础制冷的核心体验诉求
- 产品侧：挡风板技术：从“被动遮挡”到“主动控风”迭代进化；结构优化，从单维调节到立体送风；智能联动，从手动调节到人体追踪

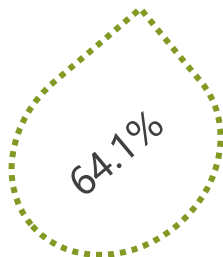
风感舒适关注点TOP3



健康关注度显著提升

- 空调功能从“基础制冷”向“全域健康空气中枢”进化，通过“自清洁（蒸发器高温烘干杀菌）+ 无菌化（日光氧 / 双极离子除菌）+ 空气管理（新风引入 + PM2.5 过滤）”三位一体技术构建健康壁垒，消费者对自清洁、除菌功能尤为期待

自清洁



除菌



高端化趋势明确

高端空调的核心价值已形成新公式：**健康净化能力 × 场景舒适体验 × 智能适配水平 × 美学融入度**

- 2025 冷年整体空调市场中，挂机 3000 元以上、柜机 8000 元以上的高端价格段逆势增长，其销额份额较 2024 冷年提升 3.1 个百分点。
- 高端空调核心价值从“价格 / 能效比”转向“健康 + 舒适 + 智能 + 美学”综合体验，72.8% 消费者愿为“场景化体验”“健康化”“舒适功能”支付溢价，且高端机型在“PM0.1 过滤、恒温恒湿、隐藏式设计”等技术上形成差异化竞争

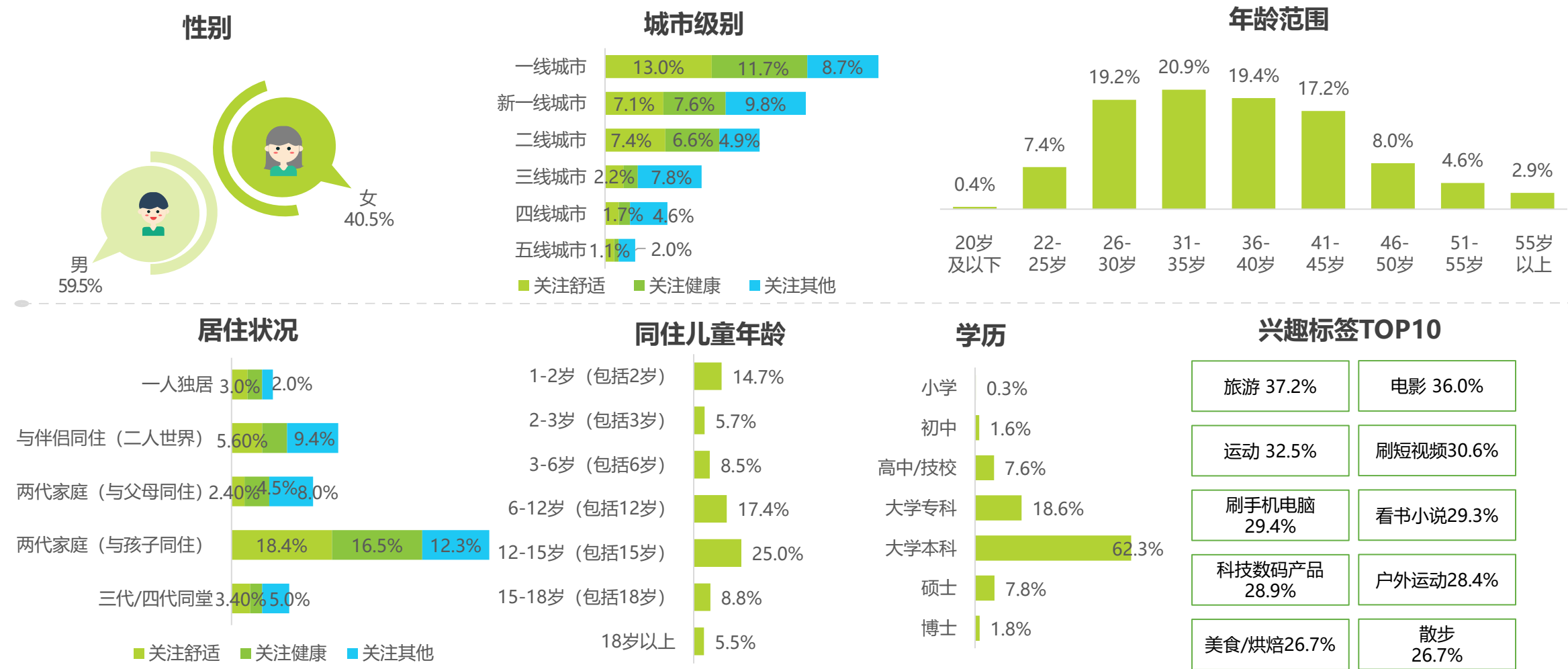
02

多维解读空调消费新图景

Multidimensional Interpretation of the New
Landscape of Air - conditioning Consumption

购买人群：空调主流消费群体代际与家庭结构新变迁

00后，90后的两代家庭成为当下空调的主流购买群体，一线城市、两代家庭（与孩子同住）人群对舒适程度关注度最高



购买动机：源于功能刚需与生活品质提升

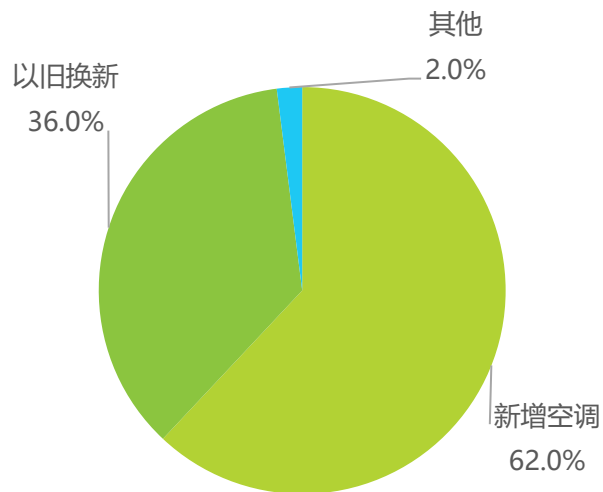
空调市场已进入存量更新阶段，用户的购买动机在刚需的基础上，逐渐向追求更高品质、更好体验和家居环境适配性转变

以旧换新的核心动机是“被动更换”与此相反新增空调是“主动升级”，两大需求是市场的核心机会

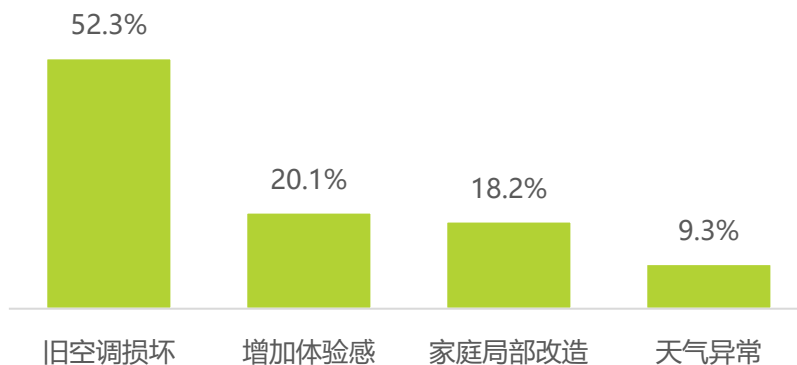
- **以旧换新是存量市场的洗牌**
- “旧空调损坏”（52.3%）表明行为在本质上仍以“功能性替代”为主
- 次要动机分析：“消费升级”趋势显著

- **新增空调是从无到有的增量市场**
- 增量市场的核心驱动力是“生活场景的变化”（入住新房、局部改造）
- 次要动机分析：改善生活与外部刺激

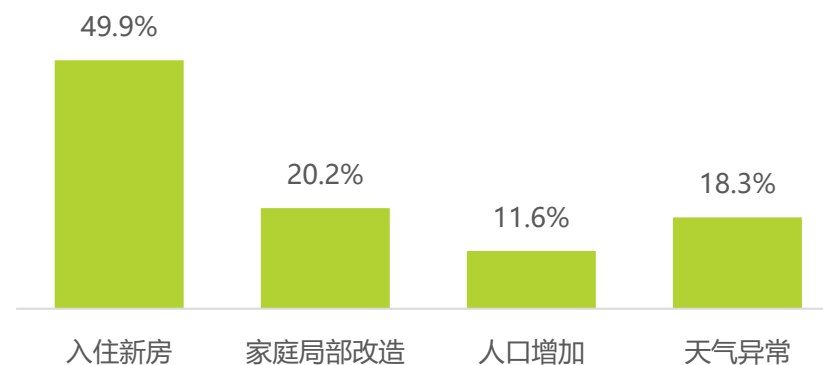
消费者购买动机



以旧换新购买因素

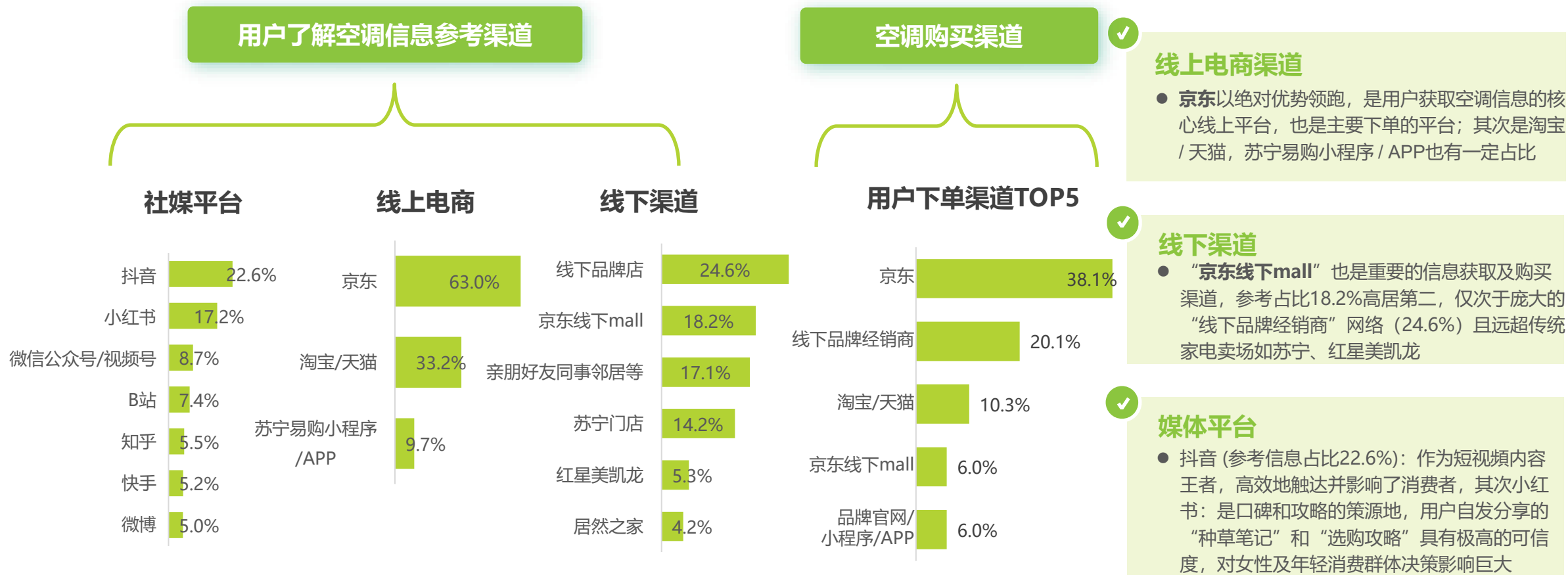


新增空调购买因素



渠道偏好：京东占位“第一信息渠道及下单平台”

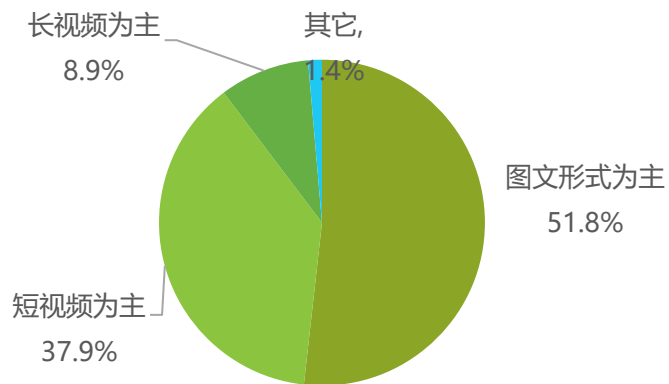
用户了解空调各类信息的渠道中，综合电商平台的信息触达中起关键作用；社交媒体平台中短视频 / 社交平台作用凸显，线下渠道辅助；京东已成功在消费者心中建立起“家电第一信息渠道”的强势认知



信息偏好：用户消费行为高度理性、品牌意识强烈

全域融合，通过好搜索、专业内容与真实评价多维赋能，为用户决策提供强力参考

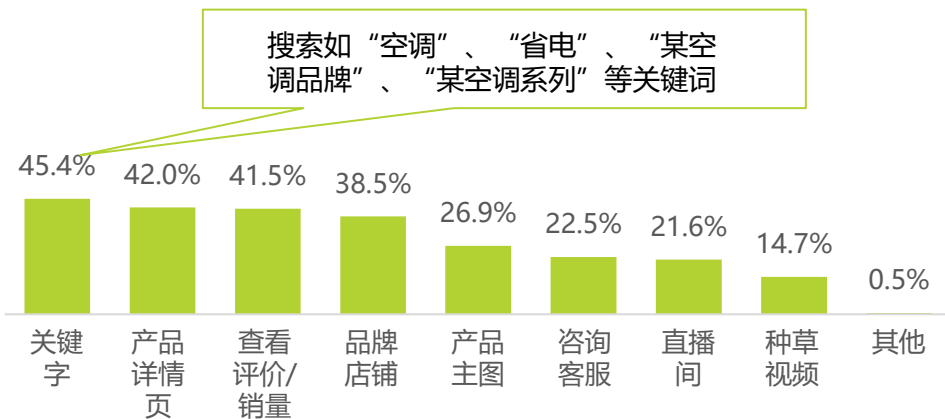
用户浏览的内容形式



内容形式偏好解读：

- 1.图文形式 (51.8%)** 是用户最喜欢的社媒信息形式，说明消费者仍依赖图文（产品详情、长图文测评等）深度了解空调参数、功能等细节；
- 2.短视频 (37.9%)**，反映出短视频平台（抖音、小红书等）的“场景化展示、快速传递信息”优势，成为品牌触达用户的重要渠道；
- 3.长视频 (8.9%)** 则偏向“深度测评、行业解读”，服务于小众精准需求。

京东/淘宝平台用户查看的信息内容



电商平台（京东 / 淘宝）信息查看行为解读：

信息同质化和差异化严重，专业的内容生态更能得到可靠的信息

京东作为3C家电领域的领导者,其内容生态旨在解决信息不对称问题

以专业化、标准化信息作为参考价值；京东自行或与知名KOL、第三方评测机构（如中关村在线）合作产出深度评测内容

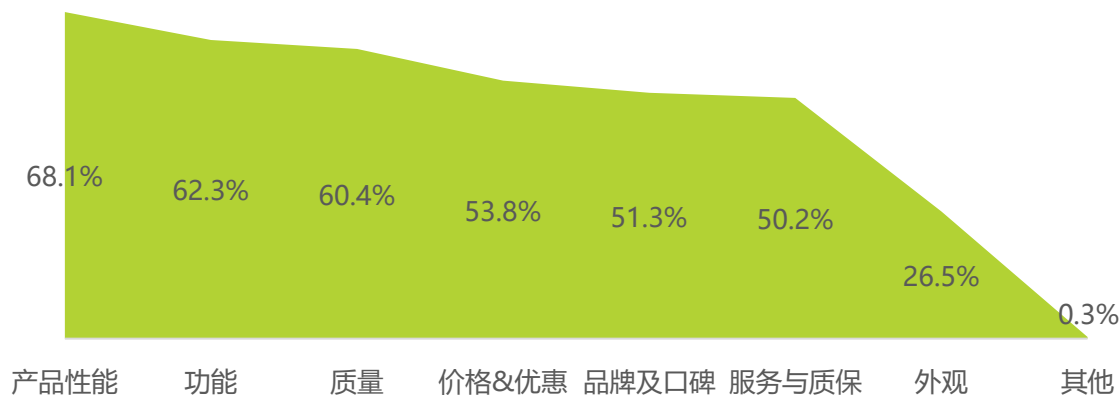
采用专业导购型直播、场景化体验直播，它提供了实时互动、深度讲解和极具冲击力的视觉演示，对于新品和高端机型，直播的价值尤为突出

购买关注：性能与品质作基石，综合体验定取舍

用户不在是单纯的价格敏感型或品牌盲目型消费，而是变得更加理性、成熟和注重综合体验

- 产品本身仍是主要关注点，“性能（68.1%）-质量（60.4%）-功能（62.3%）”铁三角构成了产品的核心竞争力
- 其次产品的竞争关键区为品牌及口碑(51.3%) 和 服务与质保(50.2%)：这两项占比过半且旗鼓相当，揭示了消费者的风险规避意识；
- 服务与质保是售后的“保险”，尤其是安装、维修、保修的时长和范围，直接影响了长期使用体验和购买信心。

空调购买者产品购买核心关注点



结合当下的用户关注，京东用自己独有的方式为空调消费者保驾护航

品控：自营直采 + 入仓全检，源头控制，正品保障

物流：自建物流网络，211限时达、精准预约、上门服务

服务：只换不修、价保、安装、以旧换新，一站式闭环服务

体验：一体化、标准化、可预测的高确定性体验

品牌及口碑方面关注TOP3



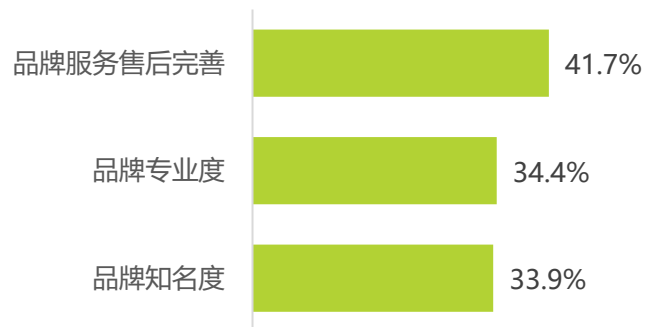
服务与质保关注TOP3



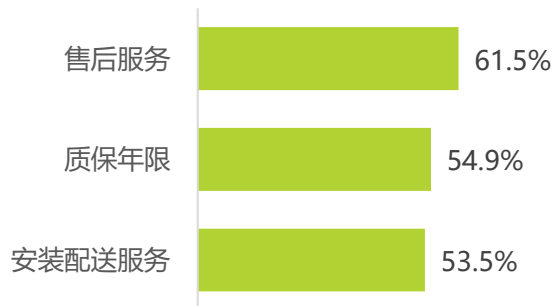
购买关注：品牌及服务体验细节关注度提升

“30天价保” “180天只换不修” “以旧换新补贴” “专业配送安装” 一站式服务，完美契合消费者最深层的信任需求

品牌及口碑方面关注TOP3



服务与质保关注TOP3



品牌及口碑+服务与质保关注度解读：

- 空调这类刚需产品，消费者的风险规避意识很高，因此挑选可靠的品牌及可靠的平台成为双重保险。
- 服务内容上，安装配送服务的专业程度，维修、保修的时长和范围，直接影响了长期使用体验和购买信心。



复杂环境安装：
技术攻坚与责任担当



以旧换新：三免四不限（免费上门、免费拆卸、免费搬运；不限购买渠道、品牌、年限、品相）



以“211 限时达”
高效服务与专业品质，打造物流领域标杆

数据来源于2025年8月艾瑞咨询iclick，2025年空调人群及消费调研，n=1466

211限时达：是指京东提供的一种物流配送服务，用户在上午11:00前提交现货订单，京东物流会在当日送达；若在夜间11:00前提交现货订单，则在次日15:00前送达

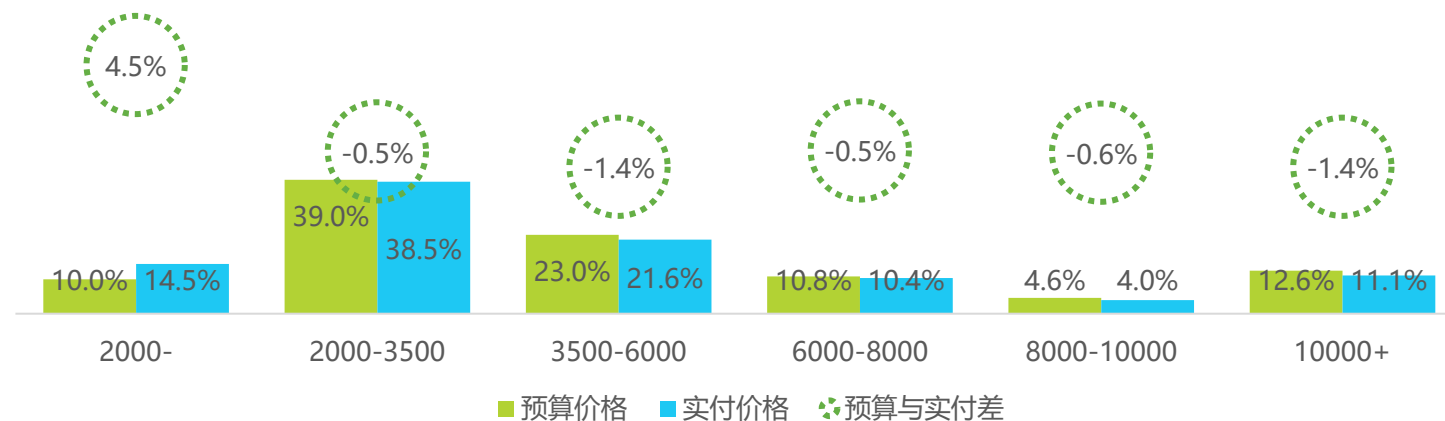
购买价格：价值、需求与促销共同驱动消费决策

超八成消费者空调实付价格低于预算，线上成高端空调核心选购渠道，用户线上购置高端款空调趋势显著

预算与实付差，影响因素解读：

1. 电商平台促销常态化：京东、天猫等平台通过“618”“双十一”“空调焕新季”等大促节点，叠加“跨店满减”“品牌专属券”“直播间秒杀”等玩法，让空调实际成交价大幅低于日常标价
2. 价格透明化与消费理性化：消费者能精准捕捉低价节点；用户预算通常会预留 10%-20% 的“缓冲空间”，促销时实际支出自然低于预期。
3. 产品迭代与市场竞争：空调行业技术迭代加速“无风感”“自清洁”功能下探至中端机型，叠加品牌间激烈竞争，中端机型价格持续下探，高端机型也通过“以旧换新折价”变相降价，使得消费者“低预算买高配”成为常态。
4. 政策红利直接让利：国家及地方“以旧换新”“节能补贴”等政策持续发力，部分地区“新一级能效空调”补贴幅度达 20%，消费者实际支付时可直接抵扣，拉低成交价。

预算与实付差



61.3% 的用户认为
3000以上为高端挂
机

69.2% 的用
户认为
6220-9899
为高端风管
机

74.2% 的用户认
为3800-7000为
高端柜机

03

用户及空调需求新图谱

New Map of Users and Air - conditioning Demands

空调人群新细分：2025空调典型消费人群结构精细化

八类典型群体的群体特征、人群规模及需求差异全景：



家庭健康守护者 26.3%

携老育幼家庭、母婴家庭、多孩家庭

- **健康安全**：防空调病、空气净化、除菌、无有害物质释放
- **温室均衡**：多场景温度 / 湿度智能调节
- **静音低噪**：不影响家人休息



舒适体验派 20.9%

上班族、敏感人群、极致舒适追求者

- **舒适体验**：柔风技术、避免直吹
- **智能调节**：自动调节温度
- **智能联动**：与空气设备（如加湿器）联动



经济实惠族 16.8%

价格敏感群体、精打细算人群、城市租房族

- **高性价比**：价格低廉、耐用性强
- **节能省电**：低耗电、长效使用成本低
- **基础功能可靠**：制冷 / 制热速度快、稳定性强
- **实用至上**：无需复杂功能，满足基础需求



品质生活家 12.6%

品质中产、富足家庭、高净值人群

- **高端质感**：外观设计简约大气、材质高级（如金属面板、艺术造型）
- **智能定制**：个性化模式（如睡眠曲线、场景联动）
- **极致体验**：静音、快速调温、空气净化等功能顶配



年轻活力党 8.7%

年轻上班族、情侣、独居青年、新婚夫妻

- **时尚潮流**：外观设计个性化（多彩机身、极简 / 潮玩风格）
- **智能便捷**：手机 APP 控制、语音交互、远程操作
- **性价比**：价格适中，功能符合需求



智能便捷族 7.7%

科技爱好者、忙碌上班族、懒人一族

- **智能化**：全自动调节（根据天气 / 人体感应）、智能控制
- **便捷性**：一键操作、自动清洗、故障自检
- **场景适配**：与其他智能设备联动
- **高效节能**：智能省电算法，无需手动调节



银发关怀者 4.3%

老年人及其同住者、关怀者

- **操作简单**：大字体显示、一键启动、物理按键（非触屏）
- **健康适配**：温和送风、静音运行、空气净化（针对老年常见病）
- **陪伴功能**：远程监控（子女可通过 APP 查看状态）



颜值美学派 2.6%

美学爱好者、颜值至上、家居博主

- **外观设计**：极简 / 轻奢 / 艺术感造型，颜色多样
- **家居适配**：小巧不占地、与装修风格匹配
- **细节质感**：机身线条流畅、无螺丝钉外露、灯光氛围

主力人群：四大主力人群需求引导空调产品新方向

舒适体验、健康净化为主，智能操作引领新风尚，完善的售后服务使用户免除后顾之忧

【1】舒适体验派

上班族、敏感人群、极致舒适追求者



自我关爱、追求生活品质，对舒适有极致化、精细化的要求

产品需求：舒适体感需求更高

产品关注点：无风感技术、风不吹人、极致静音、设计美学

风不吹人
有凉感无风感

【2】家庭健康守护者

携老育幼家庭、母婴家庭、多孩家庭



47.3%的空调使用者是两代家庭与孩子共同居住
产品需求：健康守护、安全无忧

产品关注点：注重家人健康，对健康风空调兴趣更高，关注新风、除菌、除醛相关功能

健康呼吸
静享新风

【3】品质生活家

品质中产、富足家庭、高净值人群



高收入、专业人士等高端人群

产品需求：注重美学与设计、追求极致体验

产品关注点：高端材质与匠心工艺、隐匿化与一体化设计

方圆交融
智慧生活

【4】智能便捷族

科技爱好者、忙碌上班族、懒人一族



55.7%的空调使用者认为全屋智能联动最具高端产品的定位

产品需求：除空调基本功能外，对使用感更加重视，自动化与智能化

产品关注点：智能感知与交互需求

AIoT
接入全屋智能生态 一键配网

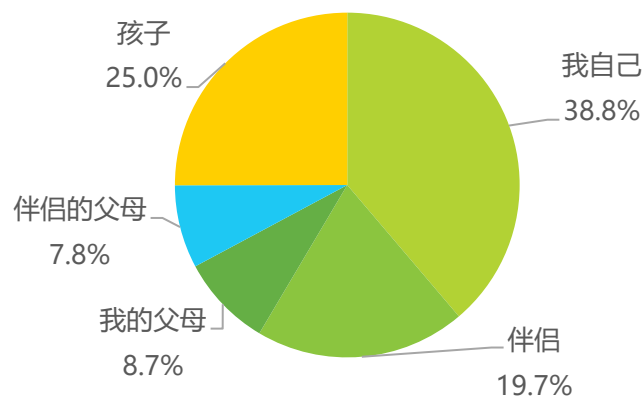
空调新场景：育儿适老关爱衍生舒适健康新场景

舒适、健康成为了关爱的选择，尤其是育儿家庭和与老同居家庭，对于空气健康舒适度要求更高

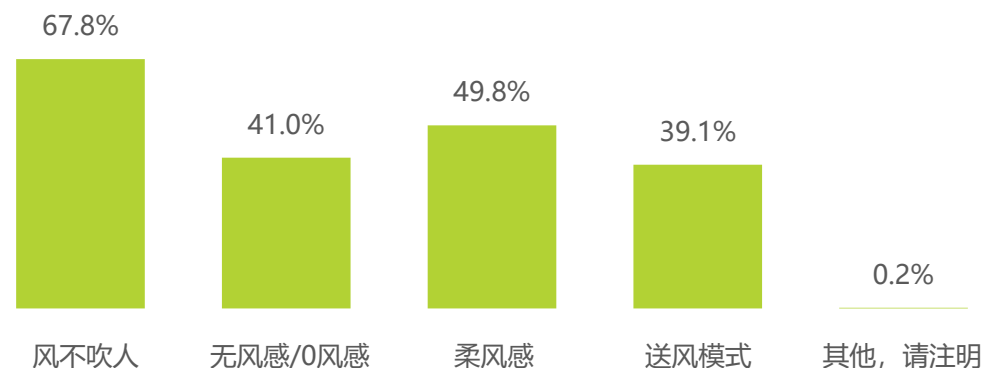


儿童和老人是家庭的重要守护对象，顾虑：免疫力低，怕冷怕热，易过敏
调查显示幼儿过敏占比位居第二，是脆弱敏感人群
空调选择应以舒适&健康为主，用户调查显示舒适-风不吹人、健康—除菌、自清洁 功能更受消费者青睐

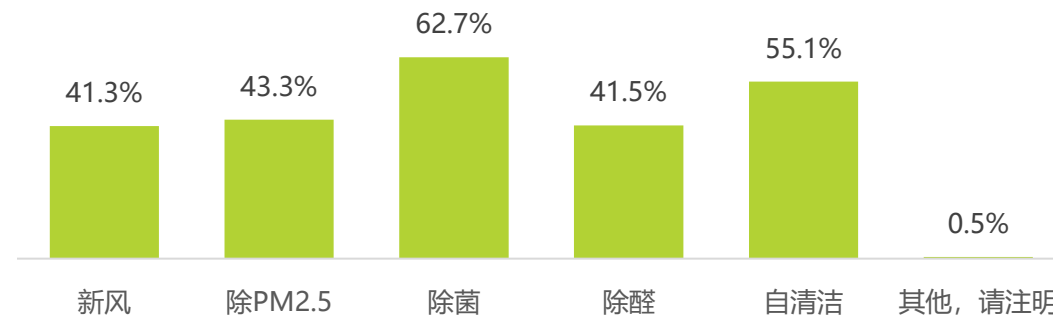
空调用户家庭中过敏人群



舒适关注



健康关注



空调新场景：超三成用户养宠，催生除菌、无风感需求

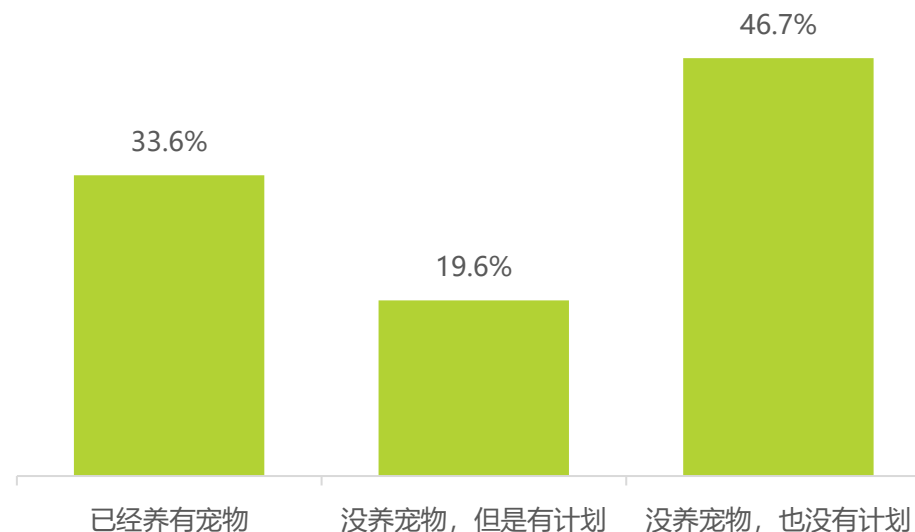
宠物作为人类新朋友，就像照顾家人一样爱护她

宠物毛发多
易滋生细菌
宠物怕空调直吹



爱宠人群中超过半数的消费者会为宠物选择带**除菌、无风感、自清洁**功能的空调

空调用户是否饲养宠物



空调新场景：居家办公衍生高端化新需求

高端系列、中央空调及定制化解决方案，是该场景的理想之选

沉浸式的舒适、健康是主打



维度

书房空调

场景需求

1. 静音需求极高（需专注）
2. 怕冷风直吹（久坐不动）
3. 空气洁净（密闭小空间）
4. 美观与集成（与书房环境融合）

产品选择

丰富。预算充足可选高端系列，追求更好的静音和舒适性

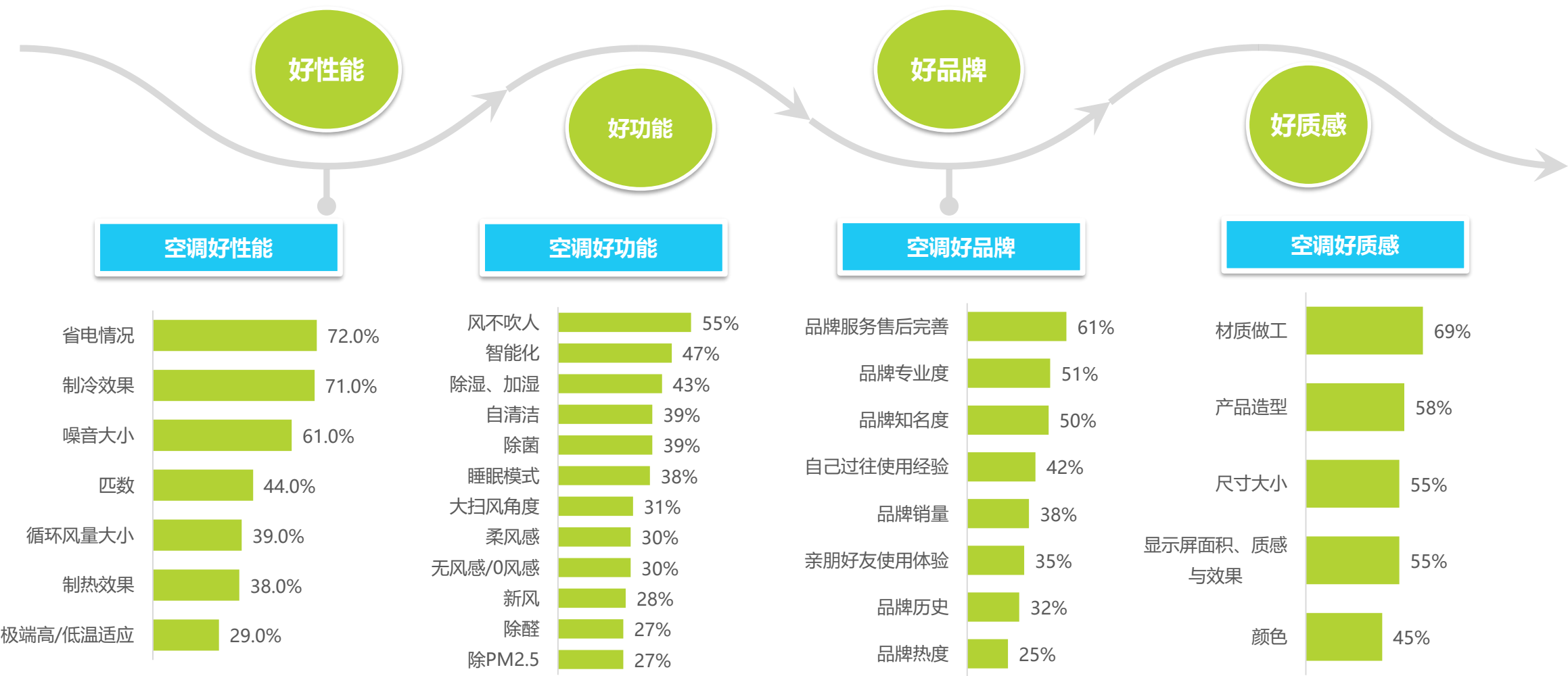
关注功能

1. 极致静音技术
2. 舒适风、健康风
3. 设计美学

空调需求新图谱：好性能、好功能、好品牌、好质感

Research
瑞 咨 询

优秀的产品与服务体验，是品牌真正深入人心的前提，也是赢得消费者长期青睐的关键



数据来源于2025年8月艾瑞咨询iclick，2025年空调人群及消费调研，n=1466
以上按照用户对性能、功能、品牌、外观整体的关注度进行左右排序
©2025.9 iResearch Inc.

空调新期待：入新境，享舒适，拥健康

消费者偏好，从“温度调节”到“空气品质管理与生活品质升级”的转变

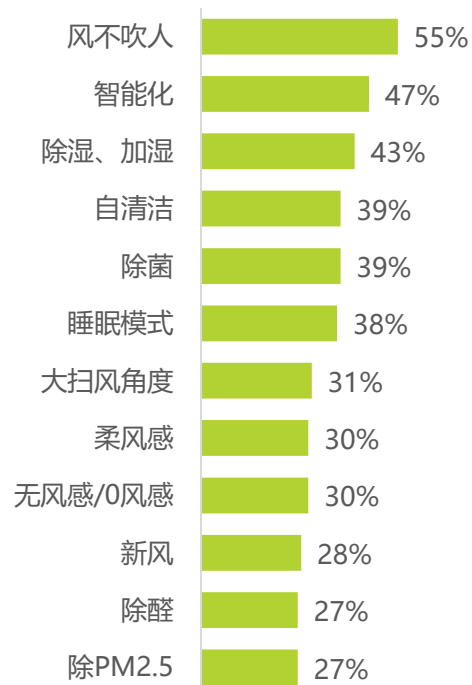
功能期待

升级期待

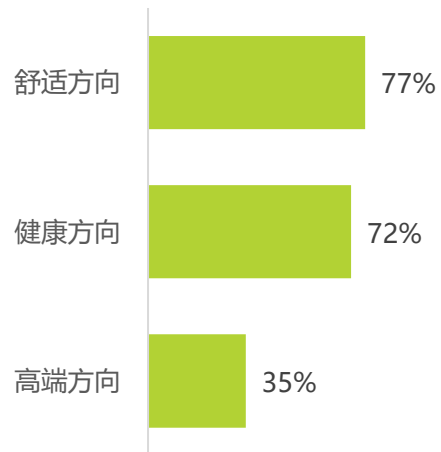
更舒适

更健康

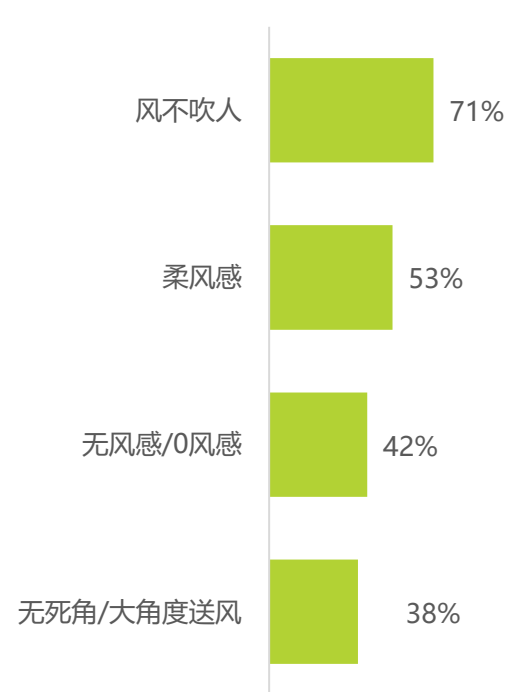
用户关注功能点



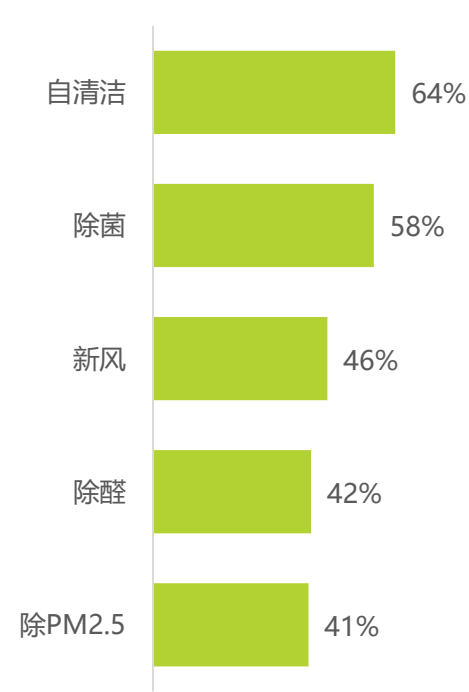
空调新期待



舒适空调新期待



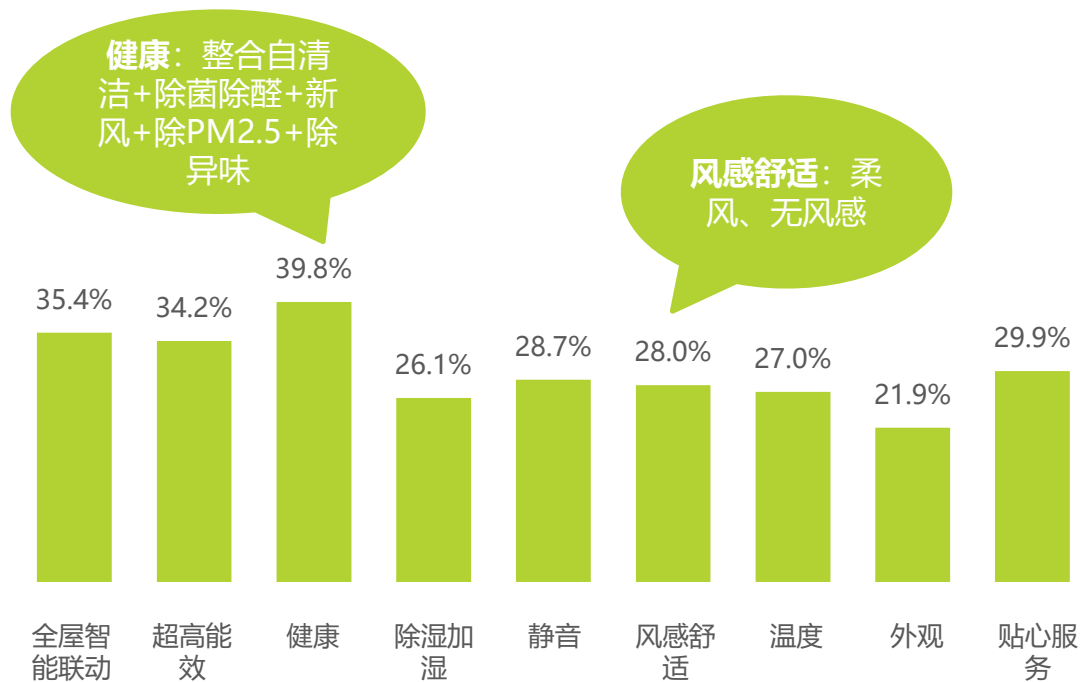
健康空调新期待



高端空调新特征：升级风感舒适、健康洁净好空气

将一个成熟的大家电品类重新拉回了“价值竞争”的轨道

用户认为高端空调的特征



基础性能（制冷/热速度、能耗、噪音）和价格

升级赛道是**风感舒适**、**健康**、**智能功能**，能够为全家创造舒适、健康呼吸环境的解决方案

舒适方面

- ✓ 柔风：通过**优化空调出风结构**（如多档位导风、微孔送风设计），将强劲气流转化为风速更缓、体感更柔和的自然风，避免直吹带来的刺激
- ✓ 无风感：借助**气流打散技术**（如层流送风、全域循环设计），让空调吹出的冷风/热风与室内空气充分融合，实现“有凉感/暖感却无明显风感”的体验

健康方面

- ✓ 新风功能：直接针对室内CO₂浓度过高、甲醛等VOC污染物累积问题，实现**不开窗通风**
- ✓ 除菌灭菌技术：**UV紫外线杀菌、离子技术、高温自清洁**
- ✓ 防过敏功能技术：通过“**拦截-灭杀-排出**”三个步骤来构建一个低过敏原的室内环境

舒适化方向：内在舒适，外在适配成为空调舒适新定义

用户在空调使用体验上的认知不断深化，舒适度成为重要购买关注因素，需求也从基础向综合、个性化、高品质方向升级，体感的“冷”和“热”与气候的“冷”和“热”

舒适维度	对应用户痛点
风直吹	直吹导致头疼 / 关节痛 / 着凉
硬风	强风刺激，体感“刺痛 / 僵硬”
气流循环差	全屋温度不均，“角落凉不透 / 过热”
吹久后干燥	皮肤干 / 喉咙疼，需额外开加湿器



健康化方向：守护空气健康将成为下一代空调基本任务

健康环保逐渐成为成为主流生活理念

健康维度	对应用户痛点
新风功能缺失	密闭空间缺氧 / 空气浑浊
颗粒物过滤不足	粉尘 / 花粉 / 宠物毛引发过敏 / 呼吸道不适
杀菌能力薄弱	霉菌 / 细菌滋生，异味 + 感染风险
无除甲醛功能	新装修家庭甲醛超标，不敢长时间开空调
自清洁功能缺失	蒸发器藏污纳垢，空调“越用越脏”
无空气质量监测	不知道“净化有没有用”，盲目开空调

新风空调：室外空气引入

通过新风系统将室外空气引入室内，同时采用高效过滤装置去除空气中的颗粒物和污染物，确保引入空气的新鲜度和洁净度。

空气净化空调：空气净化技术叠加

利用PM2.5/PM10过滤技术、烟雾和灰尘清除技术，以及花粉和宠物皮屑的过滤手段，全面净化室内空气。

空气除菌空调：杀菌除病毒技术导入

运用日光氧除菌科技、双极离子除菌技术和纳诺怡杀菌技术，有效杀灭空气中的细菌和病毒，提升空气卫生质量。

空气除甲醛空调：甲醛吸附清除技术导入

通过专业除甲醛技术，如活性炭吸附、光触媒分解等方法，去除室内装修后释放的甲醛等有害气体，保障室内空气安全。

内外机自清洁空调：自清洁技术导入

传统空调使用 3-6 个月后，蒸发器会附着灰尘、霉菌（南方梅雨季霉菌滋生率达 87%），开机后易吹出“霉味风”，引发呼吸道不适；而人工拆洗不仅需支付 200-300 元 / 次的费用，还可能因拆装不当损坏机器。自清洁技术通过“主动清洁蒸发器”，彻底解决这一痛点，目前主流技术有“高温杀菌自清洁”“水洗自清洁”“脉冲除尘自清洁”。

空气质量监测空调：直观数据监测与可视化

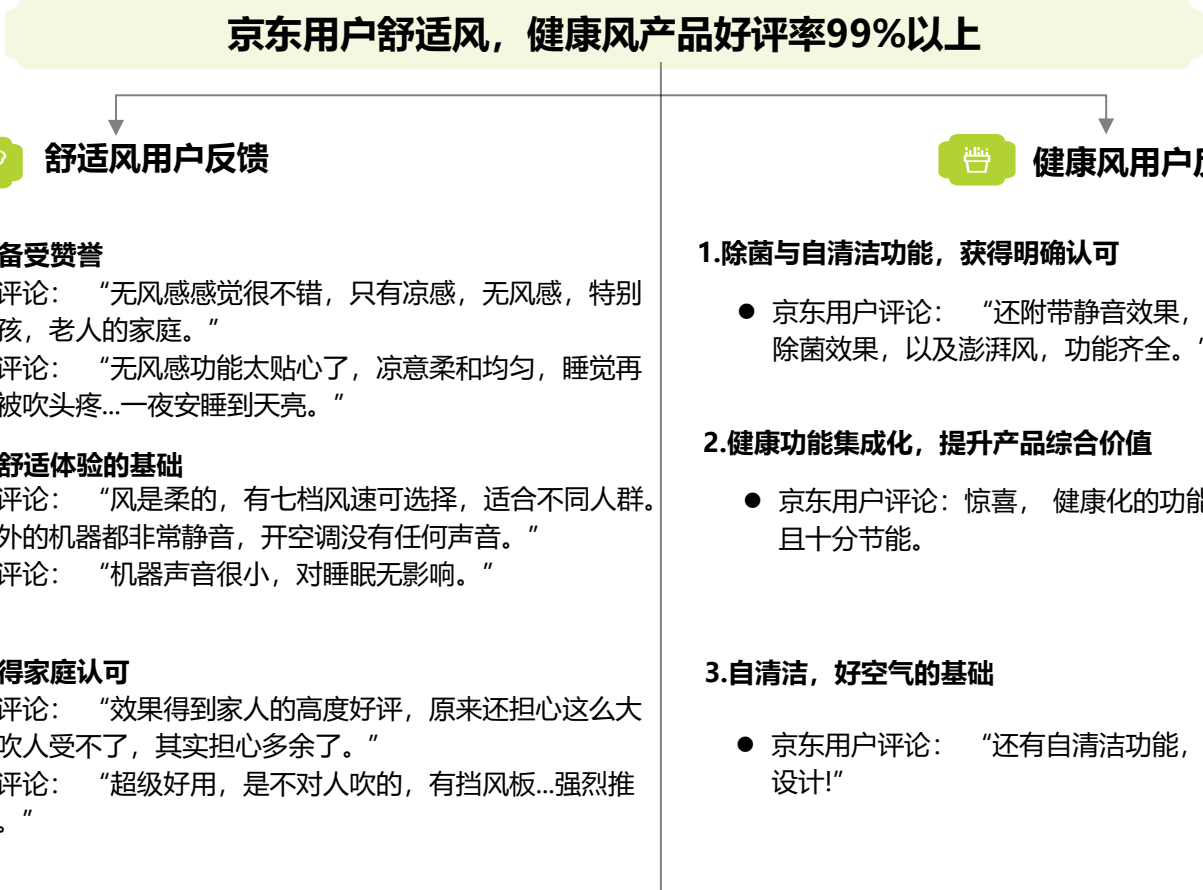
空气质量监测是健康风空调的“智能大脑”——它解决了消费者“空调到底有没有净化效果”的核心疑虑，通过实时监测、数据可视化、自动联动，让“健康风”从“体感感受”变成“数据可证”。目前主流监测维度覆盖PM2.5、CO₂、甲醛、TVOC、湿度，不同维度对应不同用户场景，且交互方式直接影响使用体验。

产品反馈： 用户原声解读舒适、健康的空调制胜法则

Research
艾瑞咨询

结合京东空调用户的买后评价分析，用户对“无风感”、“柔风”和“静音”等功能表现出极高的满意度和情感共鸣；健康功能作为产品的增值亮点，虽然提及频率低于舒适功能，但一旦提及均为强烈正面评价，巩固了产品的高端定位和99%的好评

方向	核心特征关键词	用户反馈关键词	好评率
舒适风	#无风感 #柔风 #静音 #透风 #舒适 #风避人 #	“适合老人小孩”、“安静睡眠”、“无风感太贴心”	极高，接近100%
健康风	#集成化除菌 #除醛 #新风 #空气净化 #除尘 #除味儿#	“功能齐全”、“除菌效果”	高，99%,作为惊喜亮点被用户认可



产品评价：99%好评率解码空调增长新引擎

用户
喜好

舒适方面(无风感、透风、舒适、柔风、风避人)
健康方面 (新风、除醛、空气净化、除尘、除味儿)

200%
舒适风、健康风趋势空调
京东成交额增长率

99%
舒适风、健康风趋势空调
用户好评率

用户
反馈



**sf03tcf805jmzf** 钻石会员 14年 购物达人

08-22

超赞 ★★★★★ 已购 3匹 一级能效 AI科技净省电

空调外观大气，效果得到家人的高度好评，原来还担心这么大的出风口吹人受不了，其实担心多余了。还是说一下的是安装服务真不错，我走的是以旧换新，拆机、安装环节都很专业，安装也很及时，家人特意叮嘱要表扬。市场上的好产品不少，海尔的服务确实还是很让人放心的。 收



**j***u** 钻石会员

08-14

超赞 ★★★★★ 已购 1.5匹 一级能效 升级AI节能王子Pro【标...

用了一周后来评论:外观简洁大方，室内和室外的机器都非常静音，开空调没有任何声音。风是柔的，有七档风速可选择，适合不同人群。有wifi控制功能，还有几档睡眠模式，可根据用户体感自动调节。还有自清洁功能，非常棒的设计！性价比高，爱好静音的用户不要错过。 静音效果：非常棒 产品特色：适合不同人群，有几档睡眠模式 收起



**j***r**

09-05

超赞 ★★★★★ 已购 3匹 一级能效 WiFi 人感净省电 plus

外形外观相较于传统机型焕然一新，30秒就能让客厅凉爽，还附带静音效果，防直吹，除菌效果，以及澎湃风，功能齐全，而且十分节能，能耗比高达4到5之间



**青***勤** 钻石会员 本店购买≥2次

08-15

超赞 ★★★★★ 已购 大1.5匹 一级能效 无风感pro25新款

无风感感觉很不错，只有凉感，无风感，特别适合有小孩，老人的家庭，机器声音很小，对睡眠无影响，手机app遥控，方便实用，值得推荐，价格亲民，



**星河璀璨ii** 金牌会员

08-26

超赞 ★★★★★ 已购 大1.5匹 一级能效 无风感 25年新款

卧室装了这台无风感挂机，体验超预期！无风感功能太贴心了，凉意柔和均匀，睡觉再也不担心被吹头疼。运行声音轻，几乎静音，一夜安睡到天亮。外观简洁大方，不占空间。[小灰客服]解答细致，安装师傅专业高效，细节到位。性价比很高，值得入手！ 收起



**jd-aillenchan** 本店购买≥2次

09-02

超赞 ★★★★★ 已购 大1匹 一级能效 升级Ai节能王子Pro【...

格力空调体验超棒！下单当天，就马上有回收师傅和安装师傅联系上门服务时间。送货上门的包装严实，没有一点破损和迹，京东的物流速度真的没话说。回收师傅准时上门，拆卸旧空调手法娴熟，全程利落高效。安装师傅也特别专业，精准定位打孔，管线排布规整，还仔细调试机器，耐心指导使用，服务细致周到。空调开机迅速制冷，运行几乎没用后有噪音，节能又省心，最满意的是防直吹功能(因为空调是直对床)，按了睡眠模式后，真的几乎感觉不到风吹。 收起



**u***i** 金牌会员 本店购买≥2次

08-12

超赞 ★★★★★ 已购 1.5匹 一级能效 升级Ai节能王子Pro【标...

买了2台AI节能小王子，超级好用，是不对人吹的，有挡风板，分开的，制冷速度也快，主卧一台，次卧一台，功率买的都是一样的，新品，外观好看，精致，强烈推荐这一款

04

舒适及健康空调新标杆

Typical Benchmark Cases of Comfortable
and Healthy Air Conditioners

京东联合多个空调品牌共塑舒适、健康新生态

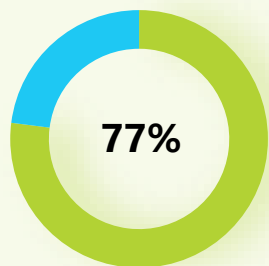
当下，空调消费正经历从“刚需温控”到“品质体验”的转型，京东积极响应这一趋势，联合格力、海尔、美的、TCL、小米等空调品牌，精准落地舒适风与健康风技术。同时，作为核心销售渠道助力多款舒适、健康空调产品创下销售佳绩

从“刚需温控”到“品质体验”

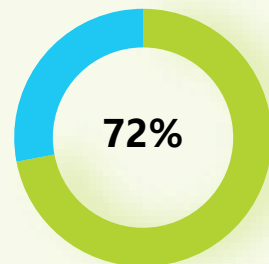
京东平台推动普及

京东联合头部品牌协同合作

77% 用户对**舒适风**空调充满期待



72% 用户对**健康风**空调充满期待



01

政策支持

叠加国家补贴与京东以旧换新补贴，降低舒适类、健康类空调购买成本，实现“低投入享高品质”

02

未来赋能

预计3年内超60%城市家庭换新/新增空调时优先选舒适/健康款，京东将与品牌深度协同，通过消费洞察、联合定制推动技术迭代



专家之声

“作为以用户需求为核心的零售平台，京东持续与品牌方深度协同，通过消费洞察反馈、联合产品定制及技术共创，推动舒适、健康空调技术的快速迭代与体验升级”

——京东空调业务部负责人张京

- 京东以消费洞察为核心，联合格力、海尔、华为、美的、小米等品牌精准落地舒适风（无风感、柔风、智能感知等）与健康风（新风、除菌、自清洁等）技术
- 除此之外：京东平台成为品牌健康舒适款核心销售渠道，多款产品创首销纪录、获金榜认证，用户口碑显著

京东持续深化品牌协同及政策补贴

- **技术方向**：舒适风向“AI精细化感知”升级，健康风向“全维度空气管理”拓展，同时融合智能生态联动
- **市场拓展**：从一线/新一线城市向二三四线城市延伸，覆盖更多年轻家庭、多代家庭
- **京东角色**：持续深化“品牌协同+政策补贴”，推动健康舒适风空调从“高端选项”变为“家庭标配”

京东 × 格力：舒适空调实践—AI 节能王子 Pro

在当前消费升级与健康家居的主流趋势下，【格力AI节能王子Pro】不仅是格力的技术集大成之作，更是精准契合未来家庭空气管理需求的标杆产品。它真正实现了“舒适、节能”两大维度的全域领先



格力AI节能王子Pro



京东平台数据印证产品价值

舒适风技术 ——“风不吹人更养生”

核心优势：采用运动子母导风板，通过独特气流设计实现“沐浴式制冷、地暖式制热”，避免冷风直吹引发的老人关节不适、儿童着凉问题，同时保持室内温度均匀
格力“风不吹人”核心技术，兼顾舒适体验与制冷/制热效率（无效能耗损）

1



节能属性 ——AI动态节能

节能优势：搭载“AI 动态节能技术”，开机后自动根据环境与系统参数进入最低功耗模式，实验室数据显示“相比无AI节能技术机型，全年再省电13.6%”，获国际领先认证

2



产品荣誉

入选京东第一期“家电家居品质金榜”，成为舒适空调代表

用户口碑

京东平台好评率高达99%，核心评价集中于“无风感很舒适，老人孩子都适应”“耗电比老空调少很多”



专家之声

“【格力AI节能王子Pro】不仅仅是一款空调，更是一种面向未来的健康、智慧、绿色生活方式的选择。它代表了格力对消费者需求的深刻洞察与技术创新的不懈追求，是当下空调市场中兼具口碑与实力的首选机型”

——格力电器销售总监 卢陆群

京东 × 海尔：舒适空调实践—舒适风系列

海尔舒适风系列空调自带人感模组，无需额外操控。6m内即可感知人体存在，自动调节舒适送风；2m可感知人体靠近，自动切换风避人，避免冷风直吹着凉，带来更舒适的体验

Haier

舒适风系列产品

1

舒适风：以智能感知与高效送风重构家庭舒适体验

海尔即将上市的舒适风系列空调满足国家一级舒适风感，远近吹风都舒适。舒适风Pro挂机采用双翼送风科技，送风角度更多、更全面，轻松实现上下环抱风、制冷天幕风、制热地毯风、强劲风等多种舒适风效并搭载了行业首创的**wifi人感科技**可以进行智能感知，可准确感知人的位置，实现风避人吹、人近舒适风，给用户更加智能的防直吹体验。



2

健康风：以全面净化能力筑牢家庭空气安全防线

海尔舒适风净省电 Plus 柜机的健康风设计，延续了海尔空调在空气净化领域的技术积累，以“全面净化、长效守护”为目标，为家庭构建起多维度的空气健康屏障。海尔净省电 Plus 柜机搭载的**双级离子除菌技术**，能够释放出大量正负离子，对常见的细菌的除菌率高达 99% 以上，极大地降低了因细菌滋生引发的健康风险，为用户打造了一个更安全、健康的呼吸环境。



京东平台销量表现及用户反馈

销量领先

海尔舒适风净省电Plus系列凭借着舒适省电，在京东平台首发即引爆，GMV超千万元，创海尔史上最佳新品首销纪录

用户反馈

在京东平台，海尔舒适风净省电 PLUS 收获了大量用户的积极反馈，累计好评率达 99%



专家之声

“基于舒适、健康、节能空调的发展趋势，海尔舒适风和净省电Plus柜机是非常值得入手的产品。它不仅在节能省电方面表现突出，也兼顾了健康、舒适、智能操控和强劲的性能”

——海尔智家空调产业中国区市场总经理 杜宏伟

京东 × 鸿蒙智选：舒适空调实践—风神之眼

风神之眼成为空调领域“舒适 + 智能”融合创新的典范产品，其搭载毫米波雷达 AI 人感技术，实现了“风避人吹、风随人动、人近风柔”三重智能送风模式，一经上线便引发消费者高度关注

华为智选 品牌战略
鸿蒙智选

鸿蒙智选MEIPONT智能空调 风神之眼



风神之眼的新品市场反响热烈

1

舒适：毫米波雷达 AI 人感

鸿蒙智选风神之眼推出毫米波雷达AI人感技术，实现风避人吹、风随人动、人近风柔三重智能送风，精准识别人体位置与状态，解决传统空调直吹着凉问题；同时在设计时通过优化风道结构、升级压缩机效能，实现了“舒适风”与“制冷速度”的平衡，制冷速度并未打折，甚至因送风更均匀，能让房间更快达到整体舒适温度



2

智能：鸿蒙生态联动

支持星闪无网操控、华为穿戴设备睡眠联动、智能门锁场景触发，实现“人未到，温先调”的智慧体验

权威认证

市场认可度高：获中国家电研究院“雷达AI人感创新先锋”认证

市场反响

凭借毫米波雷达 AI 人感送风、鸿蒙生态智能联动等核心优势，产品一经上线便引发消费者高度关注，预售订单量快速攀升



专家之声

“鸿蒙智选风神之眼空调在设计时，通过优化风道结构、升级压缩机效能，实现了“舒适风”与“制冷速度”的平衡，不仅是技术集大成者，更代表了空调从“工具”到“智慧空气管家”的产业升级方向，值得每个追求品质生活的家庭选择。”

——MEIPONT空调总经理 甘建国

京东 × TCL：健康空调实践—小蓝翼Q7 Pro

TCL小蓝翼Q7 Pro树立了新风空调“健康+智慧”的全新标杆，其首创“新风净化二合一”系统，实现了“鲜氧充盈、净化无忧、恒温舒适”三位一体的居家空气管理体验，上市以来已成为众多健康生活追求者的首选。

TCL TCL 小蓝翼Q7 Pro

小蓝翼Q7 Pro的市场应用价值

1

恒温&新风 持续焕新室内空气

TCL空调特针对核心用户对健康空气、洁净空气、静音新风的需求，推出小蓝翼Q7系列新风空调，搭载“新风净化二合一”强悍功能，堪称新风空调界六边形战士！

从新风维度来看，新风量高达60m³/h，半小时就能把整个房间的空气焕新，同时具备恒温新风和独立新风功能，夏不闷冬不燥！



新风技术加持

高转速电机离心涡轮增压技术，通过二次增压释放新风



市场反响

99%除菌率及除醛新风功能能够满足母婴、新装、都市等细分群体的精细化品质要求，消费者好评率达99%

2

智能净化空气，默默守护呼吸健康

从净化维度来看，空气净化器+空气检测仪功能二合一。搭载五重净化滤网，甲醛和病毒细菌去除率高达99%！TVOC实时显示空气质量，且支持自动开启净化功能，24小时守护家庭呼吸健康



专家之声

随着消费者的需求升级，高端用户追求舒适体验、健康功能，TCL空调特针对核心用户推出小蓝翼Q7系列新风空调，搭载“新风净化二合一”强悍功能。TCL空调将继续深耕“智慧健康”赛道，以用户为中心，通过持续技术创新，为全球家庭带来更健康、舒适、智能的空气体验。
——TCL实业中国营销本部空调产品经营中心总经理 叶进

京东 × 美的：舒适空调实践—无风感·云朵系列

美的无风感空调·云朵系列，是一款集AI无风感、母婴级净护和冷暖双出风为一体的无风感空调，不仅能给全家带来舒适的体验，呵护家人的健康，还拥有流畅的U形曲线设计和3d彩色显控，简洁灵动，能完美融入各种家居空间



美的无风感空调·云朵系列



舒适风技术 ——“有凉感，无风感”

核心优势：集低阻驭风科技、棱镜散流科技与智控风感系统于一体，打造“有凉感，无风感”的舒适体验，彻底解决空调直吹引发的头痛、关节不适等“空调病”问题

具体应用场景

- **卧室睡眠场景：**安享整晚深度睡眠
- **儿童房/育婴场景：**无风凉爽的室内环境
- **客厅休闲/老人房场景：**“提供全域舒适气温”

1

母婴级净护 ——多维度升级体验

健康保障：具备母婴级净护功能，能有效去除室内细菌、病毒等有害物质，为母婴等敏感人群营造洁净、健康的室内空气环境，契合家庭对“健康空气”的核心需求

权威认证：美的无风感·云朵系列通过了国内多项严苛的母婴级产品认证，如中国家用电器研究院的“母婴级家电认证”

2



市场表现：京东平台的热销与口碑

市场表现

美的无风感空调推出10年来市场反馈非常热烈，已然成为同价位段的明星产品线和标杆，销量连续多年稳居同价位段前列，上市至今全渠道销量已突破1000万套

用户口碑

京东平台好评率高达 99%，核心评价集中于“无风感很舒适，老人孩子都适应”“耗电比老空调少很多”



专家之声

“3月全新上市的美的无风感空调·云朵系列，这是一款集AI无风感、母婴级净护和冷暖双出风为一体的无风感空调，不仅能给全家带来舒适的体验，呵护家人的健康，还拥有流畅的U形曲线设计和3d彩色显控，简洁灵动，能完美融入各种家居空间”

——美的空调线上业务部长 贾虎

京东 × 小米：健康及美学空调实践—巨省电风管机

小米巨省电风管机具备大 3 匹 APF 4.72 的节能优势、灵云智控引擎等智能配置、风量自适应补偿的舒适体验、离子净化与新风模块的健康功能，还拥有超薄机身可隐藏式安装，适配各类户型



小米巨省电风管机

舒适

- 风吹人 / 风避人 / 人近柔风；风量自适应补偿，制冷制热不衰减；可选 3D 出风面板

健康

- 离子净化技术，除细菌、PM2.5；可选除醛滤网（1 小时除醛率 ≥99%）、新风模块（160m³/h 风量，45 分钟全屋换气）

美观

- 超薄机身，隐藏式安装，节省空间空间，适配各类户型



节能

- 大 3 匹 APF 4.72，全年省电 2094 度、省电费 1047 元；高效双缸压缩机，硬核配置保节能



智能

- 灵云智控引擎，结合用户习惯、地理位置、天气自动调控
- 可选智能空气管理面板，支持智能选型、全链路 OTA、远程诊断

小米风管机，口碑优选之品

市场表现

2025 年 1 - 5 月，小米稳居线上空调市场前三，其中风管机作为重要品类，在整体增长中也发挥了关键作用，在市场中收获了消费者的关注

用户口碑

小米风管机在京东平台好评率高达 99%，用户基于其高性价比、高美观度、高舒适度给与好评



专家之声

“小米巨省电风管机是同档位最节能、最智能、最舒适的风管机，它的APF达到4.72，AI节能率21.8%，198mm超薄机身，不挑户型，隐藏安装，并且风量自适应补偿，制冷制热不衰减”

——小米中央空调产品负责人 吴庆壮

THANKS

艾瑞数智致力成为领先的数智化全栈能力提供商