

破局与重构

2025 空调行业趋势与消费需求白皮书

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

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。

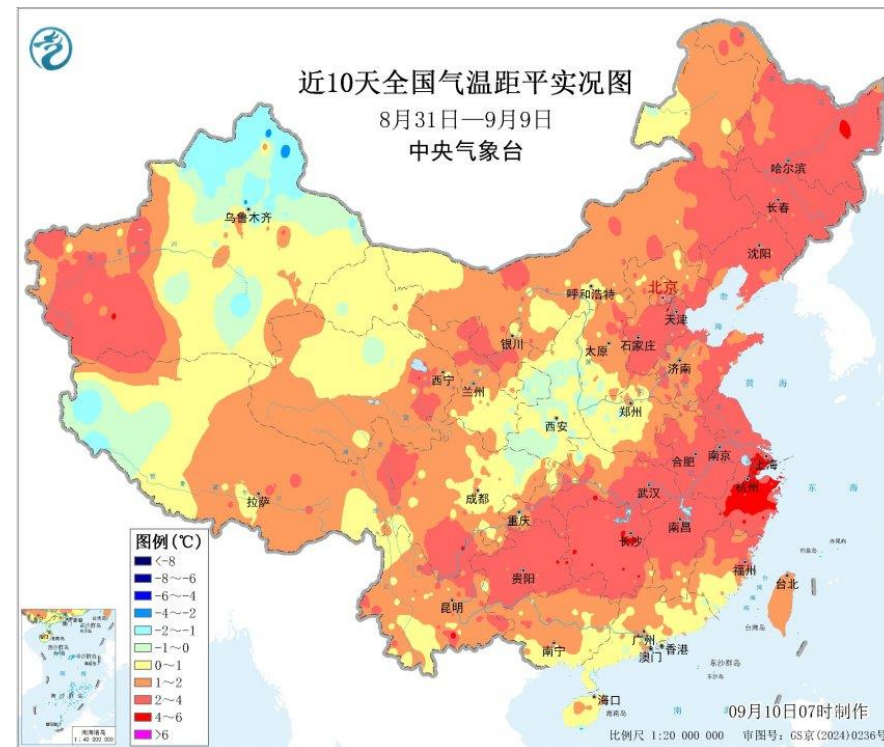
标准明确

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。

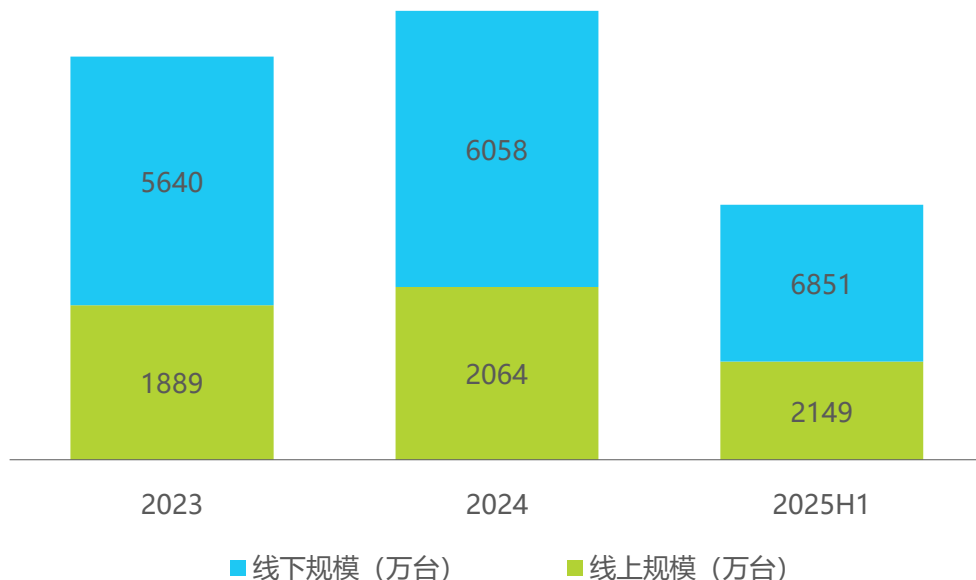


- 高温天气和国家补贴政策的双重刺激，《中国经营报》报道指出，6月底至7月期间，上海、杭州等地空调销量同比增长超过200%，部分门店甚至出现库存紧张的情况。

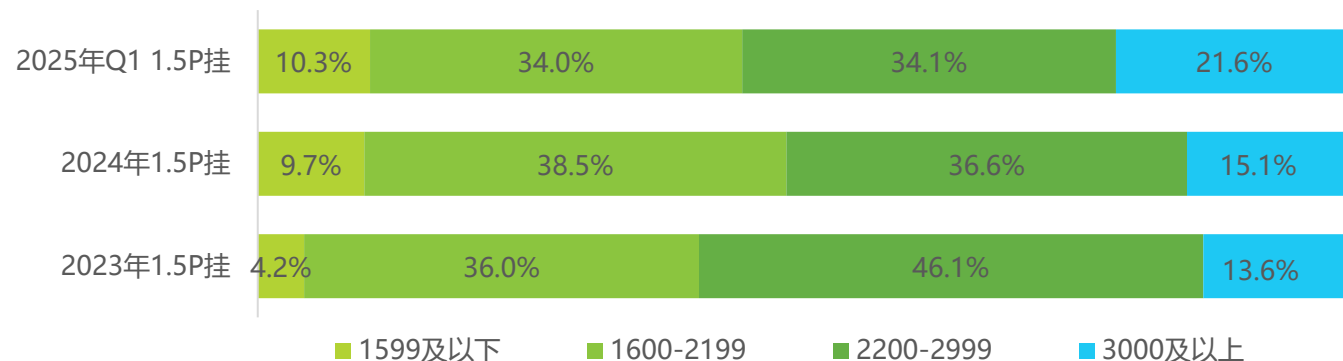
看市场：规模稳定,存量深耕,电商主战场优势显现

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

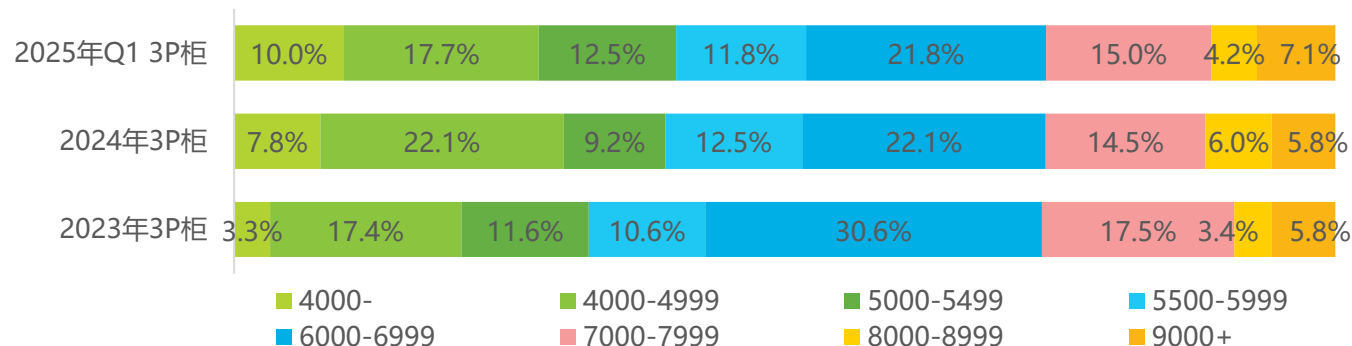
2023-2025中国家用空调市场规模



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



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.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

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

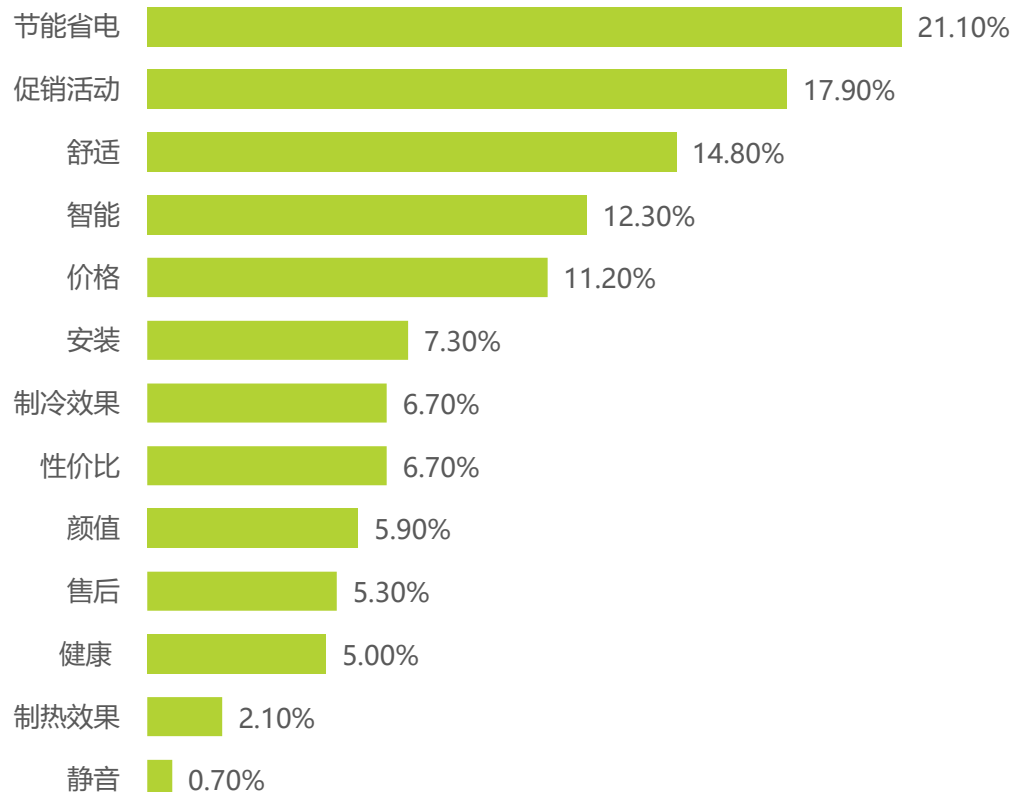
- **京东构建线上线下商品池深度互通体系，**消费者可通过线上渠道直接选购空调高端款型，且能同步享有线下专业讲解、售后保障等优质服务。无需亲临线下场景，依托数字化终端即可便捷完成高端商品选购，真正实现“线上下单，服务到家”的高效消费体验
- **全渠道库存与服务协同调度：**凭借京东强大的数字化系统，线上线下的库存实现实时共享。线上订单可依据消费者地理位置，灵活调配周边线下门店库存进行发货，达成“线上下单，门店发货/就近配送”的快速响应机制，让消费者在享受线上便捷性的同时，体验到如同线下购物的高效服务



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

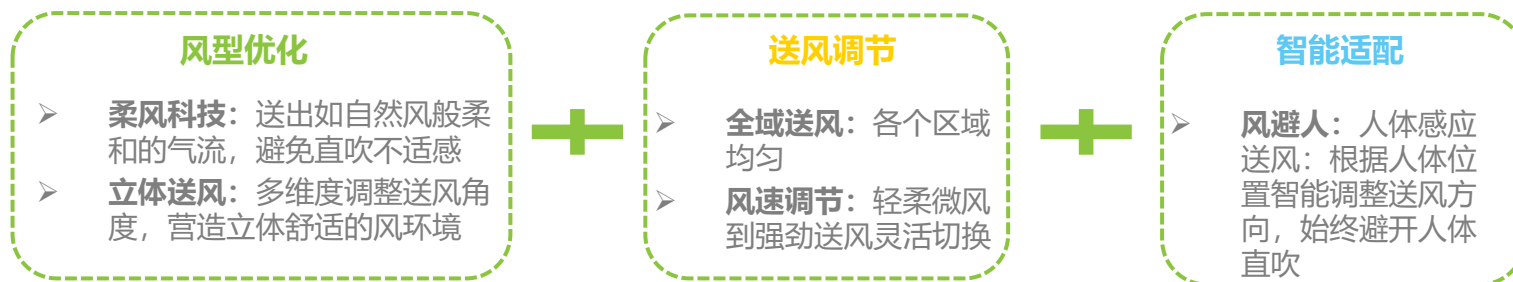
健康空气管理

- 自清洁
- 无菌化
- 空气管理

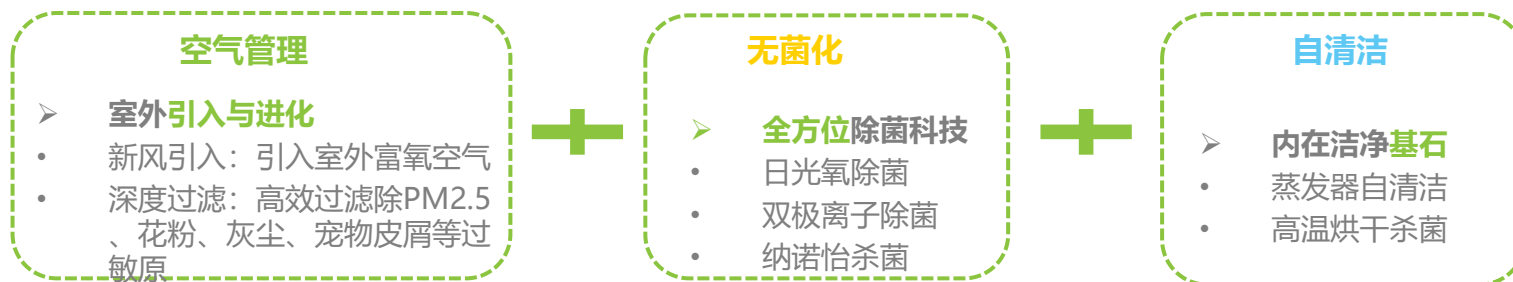
家居一体化

- 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

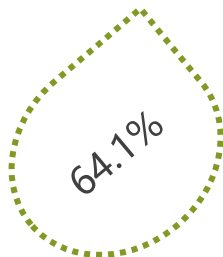
风感舒适关注点TOP3



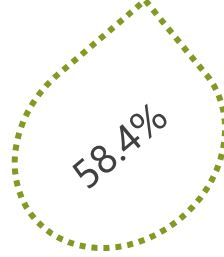
健康关注度显著提升

- 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

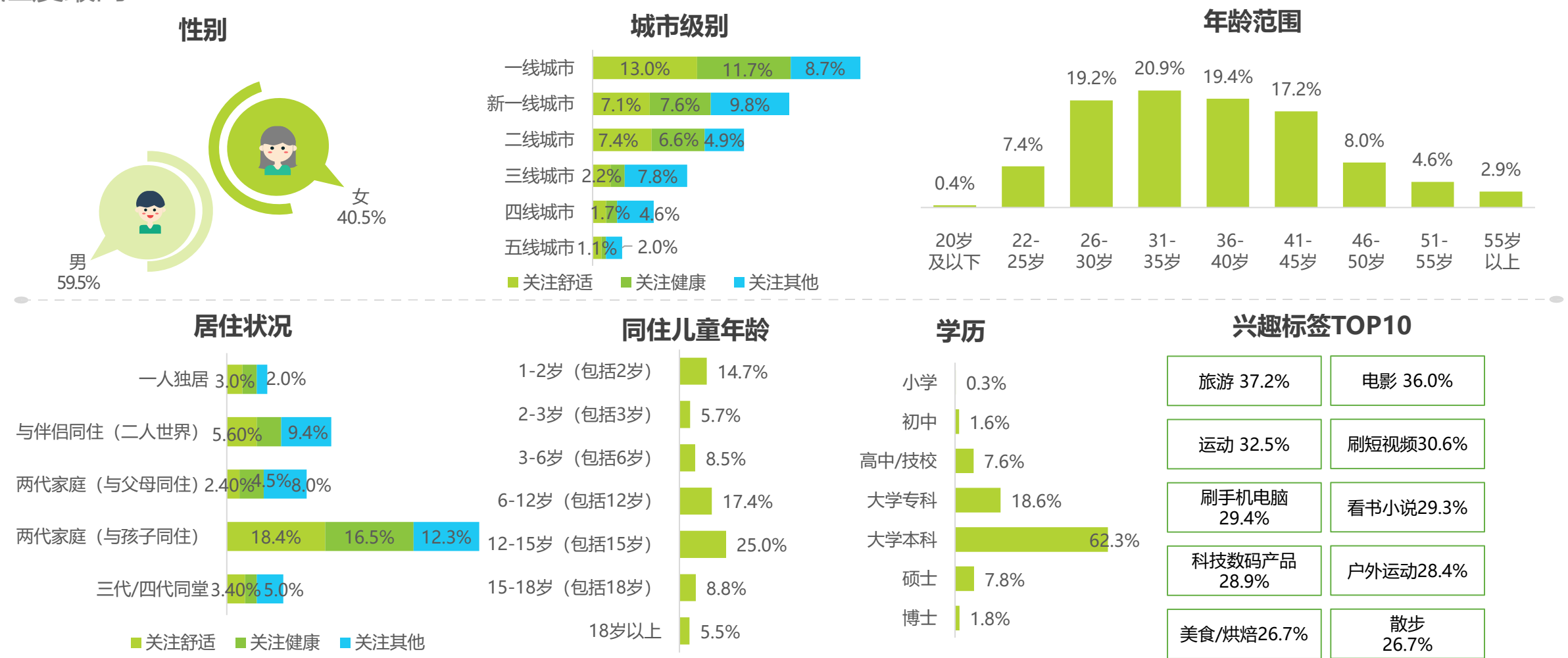
02

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



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

购买动机：源于功能刚需与生活品质提升

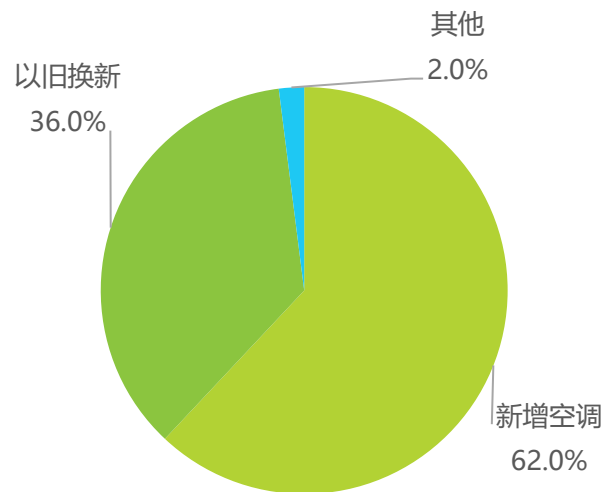
空调市场已进入存量更新阶段，用户的购买动机在刚需的基础上，逐渐向追求更高品质、更好体验和家居环境适配性转变

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

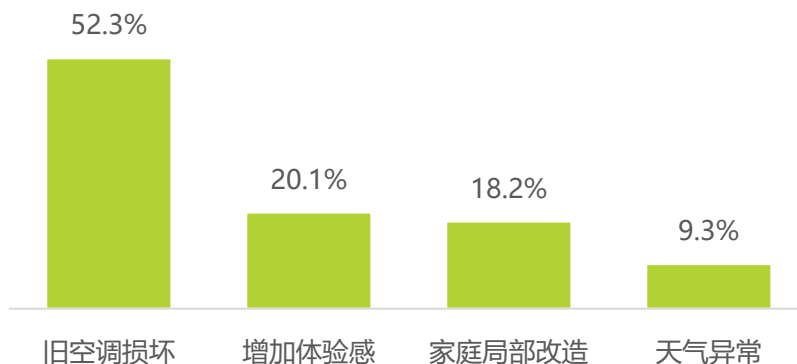
- **以旧换新是存量市场的洗牌**
- “旧空调损坏”（52.3%）表明行为在本质上仍以“功能性替代”为主
- 次要动机分析：“消费升级”趋势显著

- **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

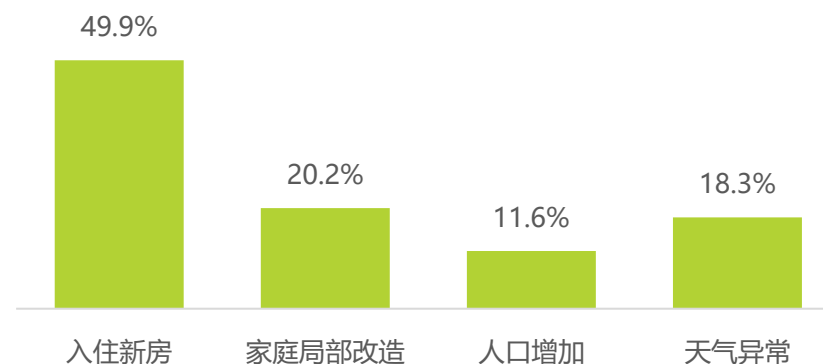
消费者购买动机



以旧换新购买因素

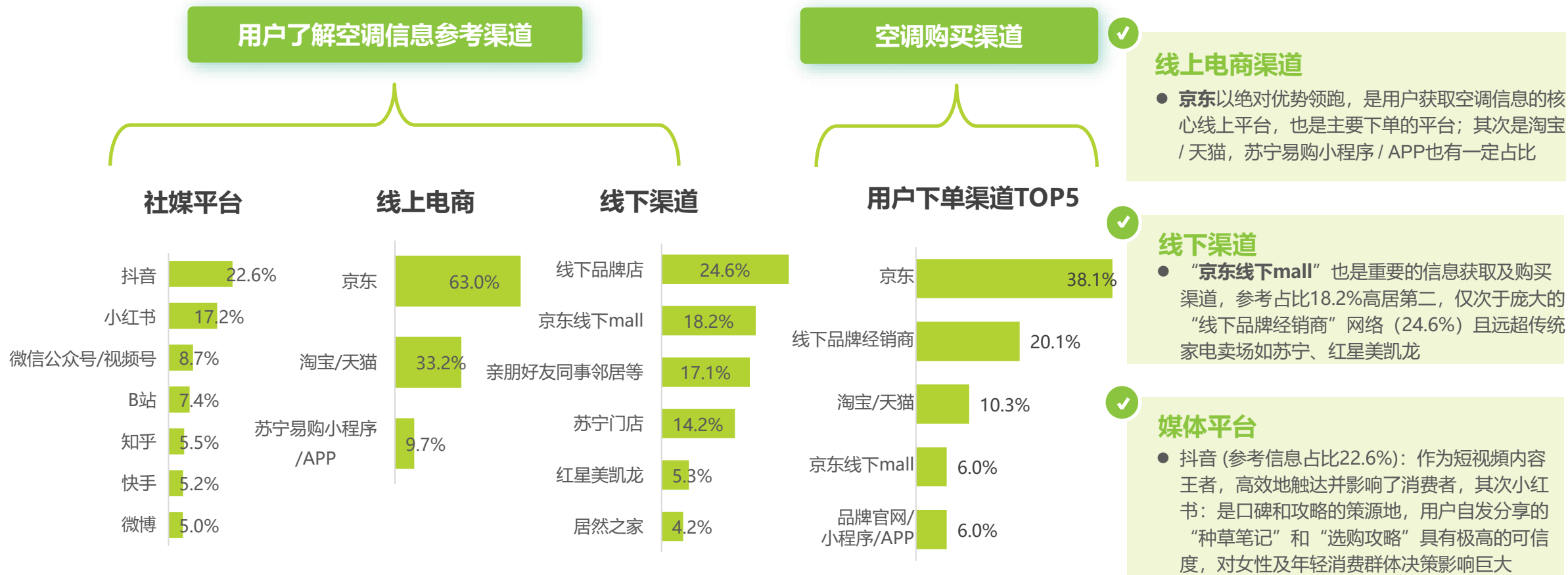


新增空调购买因素



渠道偏好：京东占位“第一信息渠道及下单平台”

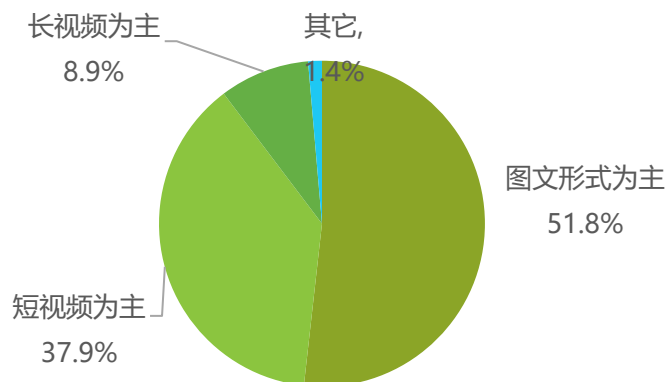
用户了解空调各类信息的渠道中，综合电商平台的信息触达中起关键作用；社交媒体平台中短视频 / 社交平台作用凸显，线下渠道辅助；京东已成功在消费者心中建立起“家电第一信息渠道”的强势认知



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

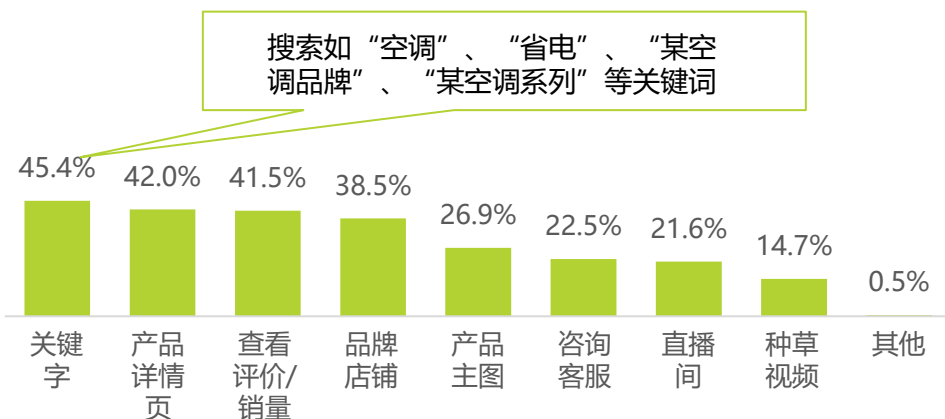
用户浏览的内容形式



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

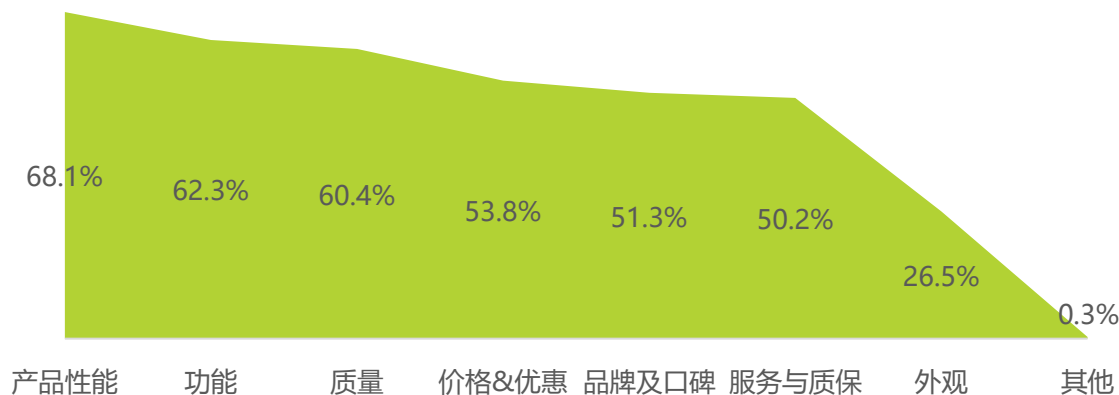
采用专业导购型直播、场景化体验直播，它提供了实时互动、深度讲解和极具冲击力的视觉演示，对于新品和高端机型，直播的价值尤为突出

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



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

©2025.9 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipopo.cn

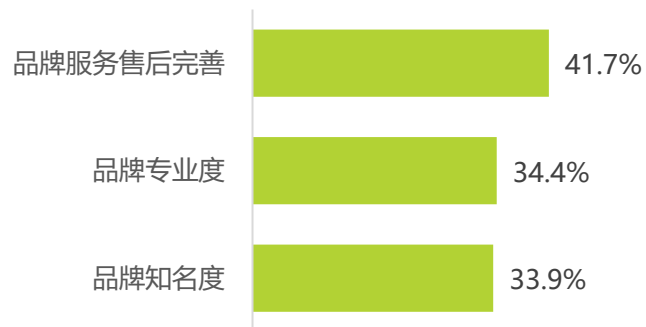
www.iresearch.com.cn

18

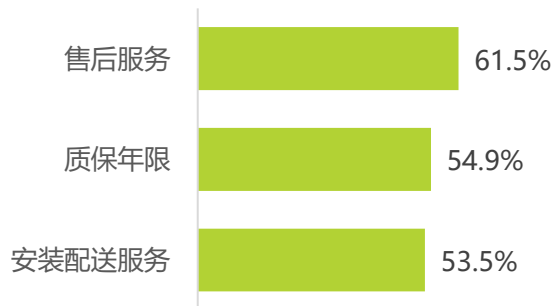
购买关注：品牌及服务体验细节关注度提升

“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

©2025.9 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

19

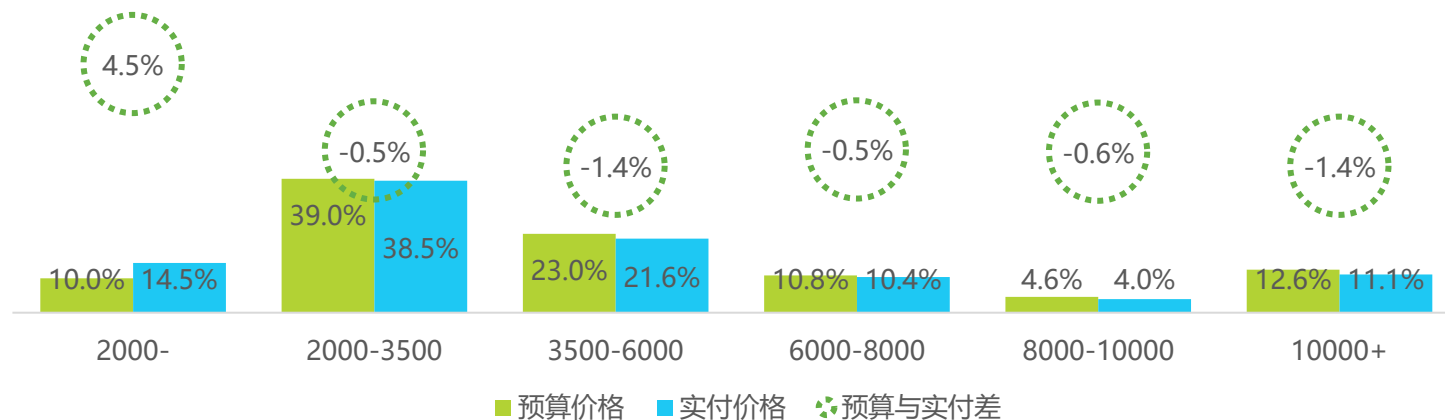
购买价格：价值、需求与促销共同驱动消费决策

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**：低功耗、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

注：数据来源于艾瑞大数据平台，结合社媒数据及艾瑞以往项目经验进行用户细分

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

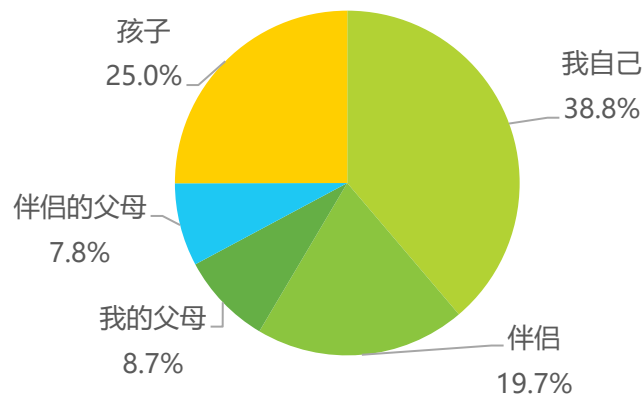
空调新场景：育儿适老关爱衍生舒适健康新场景

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

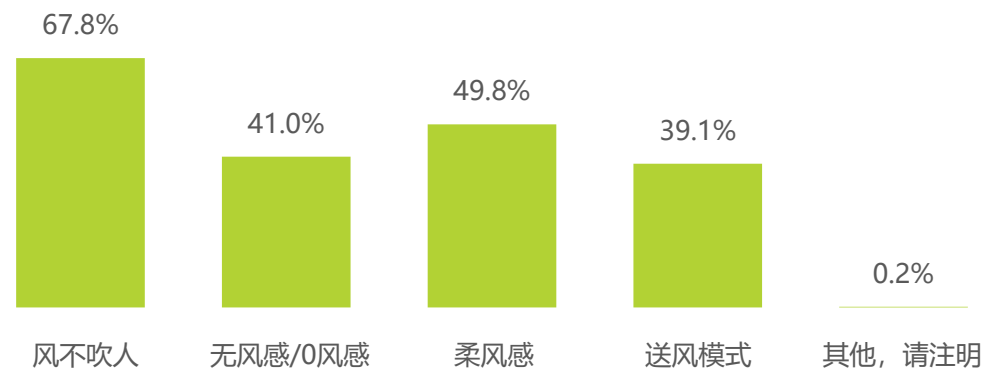


儿童和老人是家庭的重要守护对象，顾虑：免疫力低，怕冷怕热，易过敏
调查显示幼儿过敏占比位居第二，是脆弱敏感人群
空调选择应以舒适&健康为主，用户调查显示舒适-风不吹人、健康—除菌、自清洁 功能更受消费者青睐

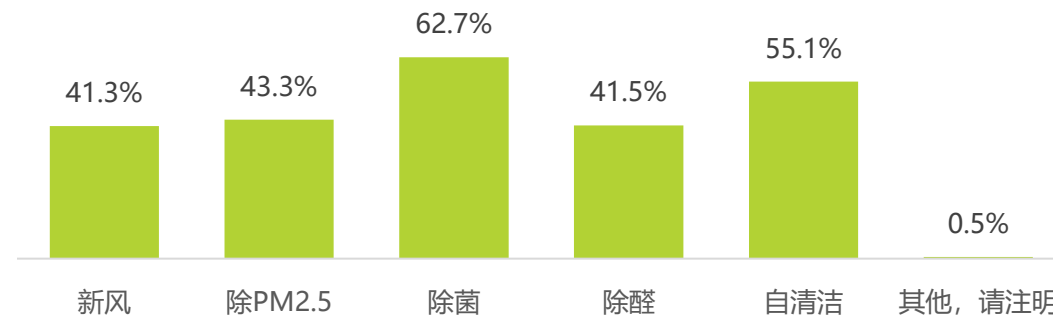
空调用户家庭中过敏人群



舒适关注



健康关注



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

©2025.9 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

24

空调新场景：超三成用户养宠，催生除菌、无风感需求

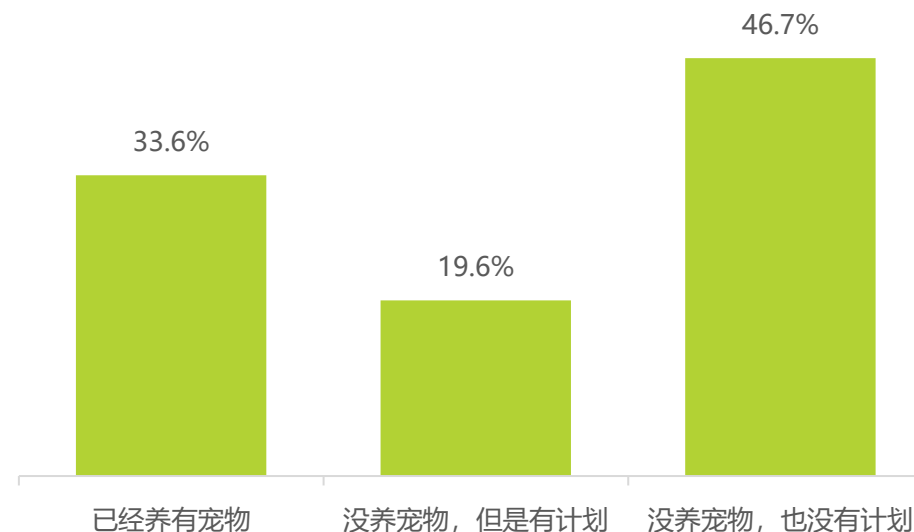
宠物作为人类新朋友，就像照顾家人一样爱护她

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



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

©2025.9 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

www.iresearch.com.cn

25

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

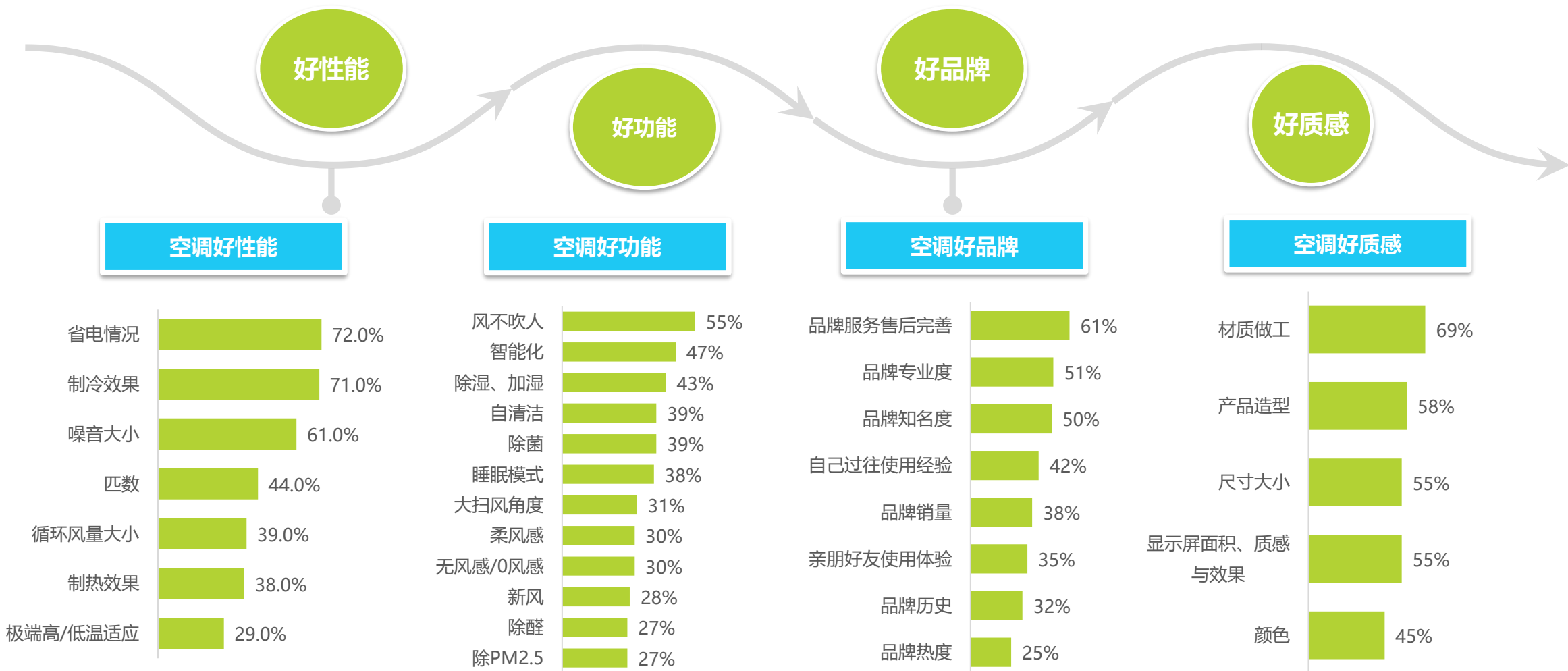
丰富。预算充足可选高端系列，追求更好的静音和舒适性

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

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.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

www.iresearch.com.cn

27

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

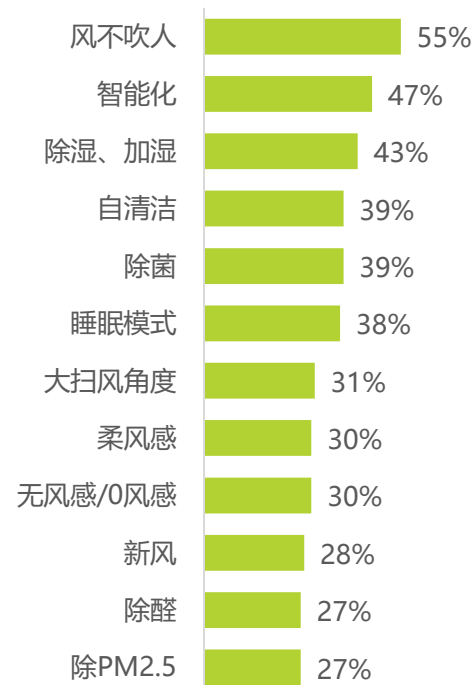
功能期待

升级期待

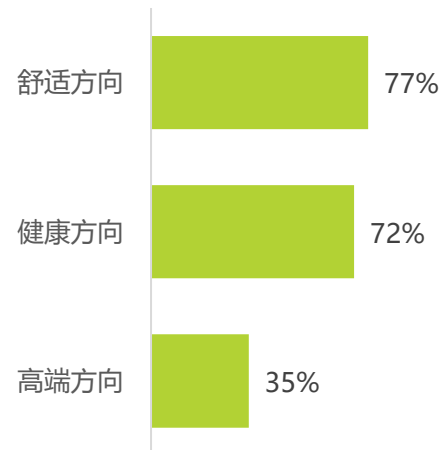
更舒适

更健康

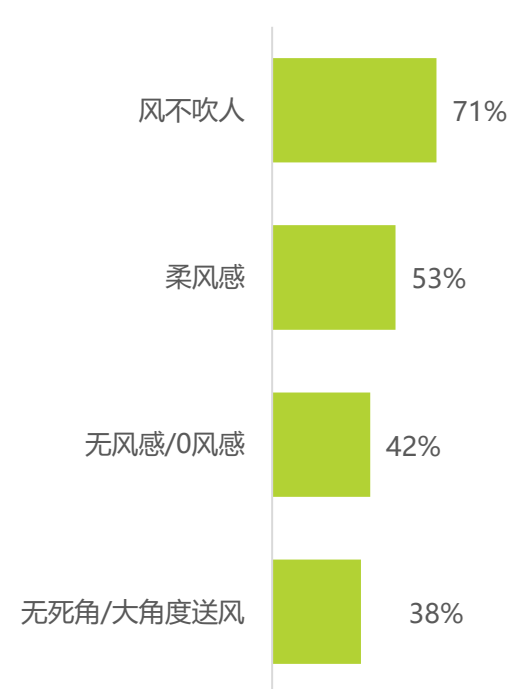
用户关注功能点



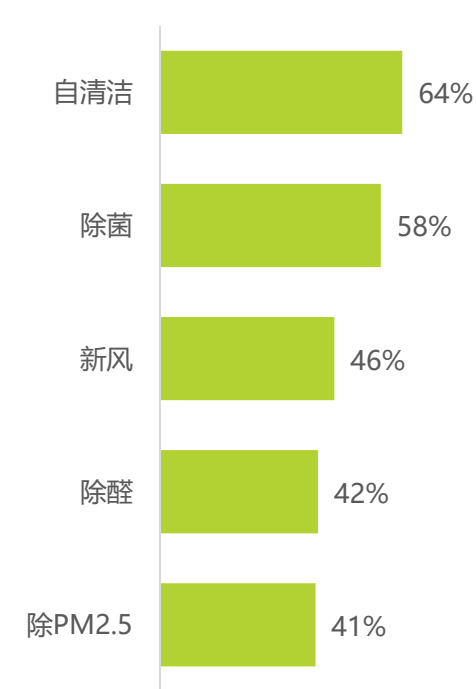
空调新期待



舒适空调新期待



健康空调新期待



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

©2025.9 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

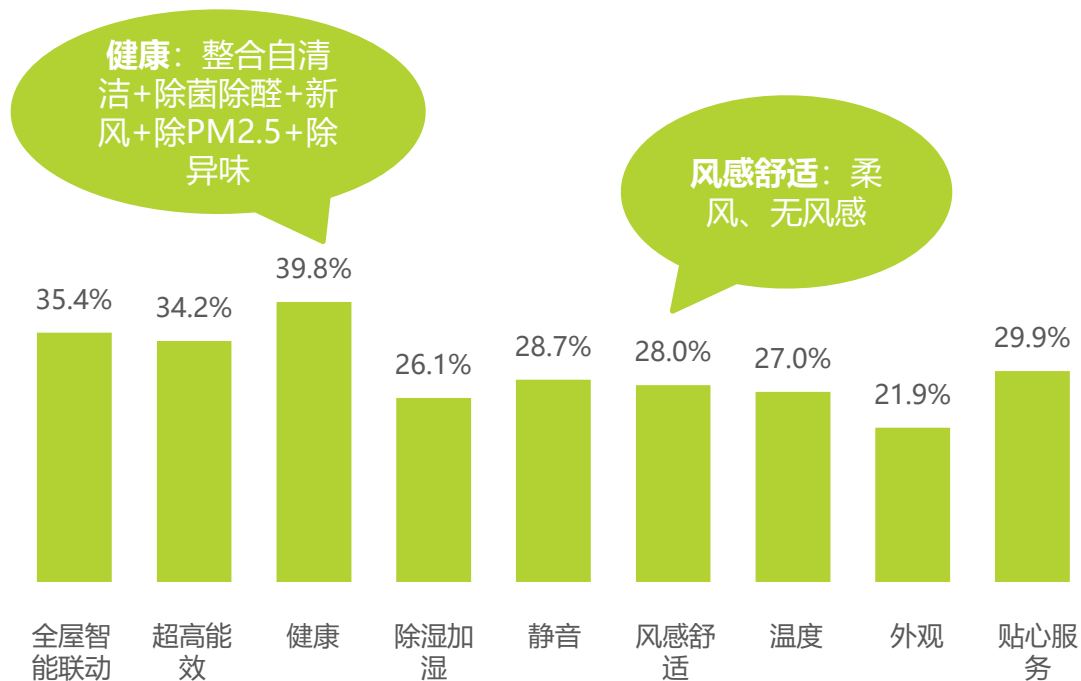
www.iresearch.com.cn

28

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

Research
艾瑞咨询

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



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

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

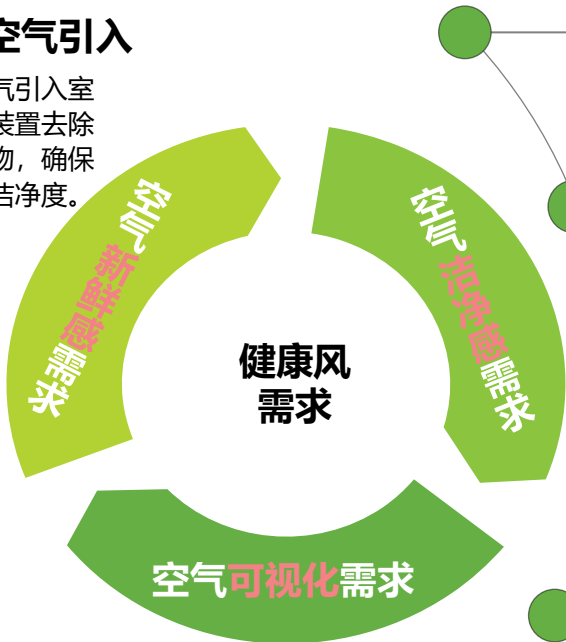
运用日光氧除菌科技、双极离子除菌技术和纳诺怡杀菌技术，有效杀灭空气中的细菌和病毒，提升空气卫生质量。

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

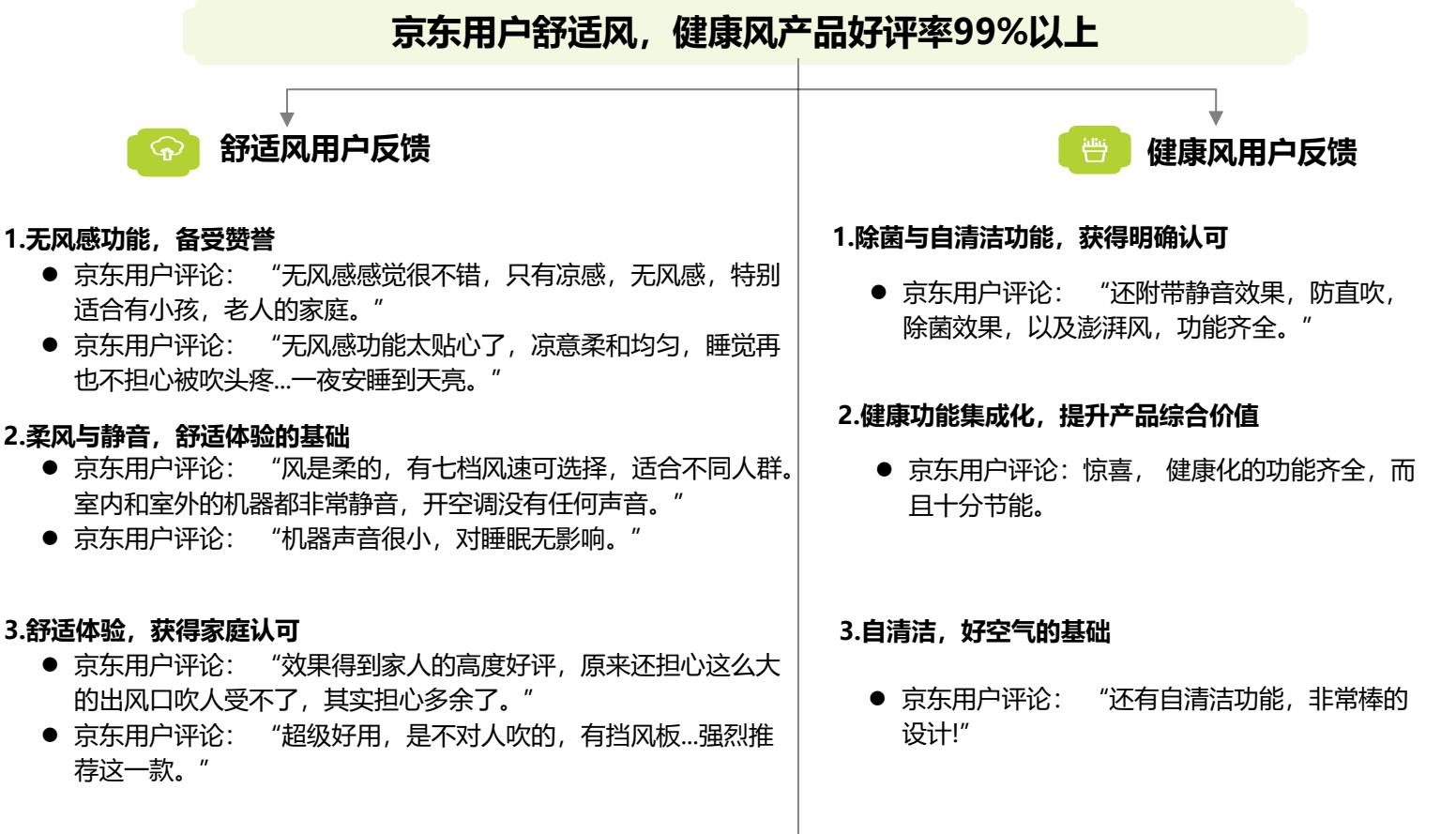
空气质量监测是健康风空调的“智能大脑”——它解决了消费者“空调到底有没有净化效果”的核心疑虑，通过实时监测、数据可视化、自动联动，让“健康风”从“体感感受”变成“数据可证”。目前主流监测维度覆盖PM2.5、CO₂、甲醛、TVOC、湿度，不同维度对应不同用户场景，且交互方式直接影响使用体验。

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，有几档风速可选择，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【标...

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

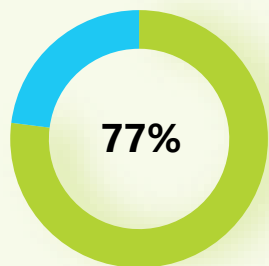
当下，空调消费正经历从“刚需温控”到“品质体验”的转型，京东积极响应这一趋势，联合格力、海尔、美的、TCL、小米等空调品牌，精准落地舒适风与健康风技术。同时，作为核心销售渠道助力多款舒适、健康空调产品创下销售佳绩

从“刚需温控”到“品质体验”

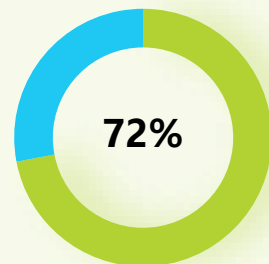
京东平台推动普及

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 品牌精选
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