



召回、3C 禁令……超百亿市场将重塑 “充电爆”事件后谁能“上桌”？

当下的这场移动充电宝安全危机，影响在以一种始料未及的速度扩大。日前，中国民航局在官网发布了一则紧急通知，在全国范围内收紧了对充电宝的航空安全管控：自6月28日起，禁止旅客携带没有3C标识、3C标识不清晰、被召回型号或批次的充电宝乘坐境内航班。

民航局的一纸禁令，成为这场危机从行业内部溢出至公共安全领域的标志性事件。6月16日，深圳罗马仕科技有限公司（下称“罗马仕”）宣布召回约49万台产品；同样，行业领军企业安克创新科技股份有限公司（下称“安克创新”）近日也宣布在中美两大市场召回共计超过180万台产品。两家公司均在相关公告中，将原因指向了“电芯”和“原材料”问题。而本次事件也将对蓬勃发展的充电宝行业上下游带来冲击。据中研普华产业研究院《2024-2029年充电宝产业现状及未来发展趋势分析报告》称，2023年全球充电宝市场规模大约为32.9亿美元，预计到2030年将达到34.1亿美元，年复合增长率保持稳定。艾瑞咨询发布的《2024中国共享充电宝行业研究报告》显示，从规模角度来看，行业全年恢复势头良好，突破126亿元，未来行业在刚需属性加持下有望突破400亿元。中国作为充电宝生产大国，全球市场占比也有望扩大。那么，这场“充电爆”危机，其背后的根源究竟是什么呢？

A 供应链失序竞争反噬自身

要理解这场危机的根源，必须从一个关键的地方开始：价格。记者通过对主流电商平台的历史数据追踪发现，一款“罗马仕20000mAh 22.5W快充充电宝”，在2021年时，其日常售价普遍在人民币129元至149元区间；到了2024年底，在部分渠道，这个数字变成了69元。

据数据分析，一枚安全可靠的优质电芯，其成本约为人民币40至50元。加上电路板、外壳、封装等其他物料，一个充电宝的基础物料清单成本至少在50至60元。而且，这个价格尚未计入研发、营销、物流、渠道费用及必要的企业利润。

当市场零售价逼近产品的物料成本线时，一个艰难的权衡便摆在了所有厂商面前。“供过于求的局面导致充电宝厂商在采购电芯时，会持续不断地压价。电芯厂在这种压力下赚不到钱，但又不想放弃订单，就只能在用工用料等方面节约成本。”真锂研究院创始人墨柯向经济观察报记者表示，“这样一来，产品的安全系数就会降低，缺乏基本保障”。

于是，在成本压力之下，供应链的妥协首先体现在对电芯等级的选择上。一位资深的锂电行业工程师李先生告诉记者，行业内依据电芯质量的高低，存在“A品”“B品”乃至“C品”的分级。

“A品电芯是性能、容量、外观等各项指标完全达标的优质品，主要供给手机、新能源汽车等高端应用。B品电芯则是在生产过程中，因有轻微瑕疵或参数偏差而未能达到A品标准的电芯，它们功能上仍可使用，但性能、可靠性和循环寿命等都不及A品，但由于价格便宜，大量的B品电芯会流向对成本极其敏感的充电宝行业。”李先生表示，B品电芯的内部结构可能存在不稳定性，更容易在过充、过放或物理撞击下发生内部短路。

比使用B品电芯更有甚者，或许是直接在核心原材料上进行“违规”操作。

安克创新在相关公告中的指向则更为具体，表示某供应商部分批次的行业通用电芯存在“未经批准的原材料变更”，并明确这可能导致“隔膜绝缘失效”，从而引发过热甚至燃烧风险。

“隔膜是锂电池的‘安全卫士’。它是一层带有无数微孔的薄膜，作用是允许锂离子在充放电时自由通过，同时作为一道绝对的物理屏障，阻止正负极的直接接触。使用劣质、不耐高温或更薄的隔膜，在多次充放电循环或温度升高时，就更容易破损或熔化。一旦它被内部生长出的锂枝晶刺穿，正负极直接接触，就会形成剧烈的内部短路，并引发发热失控。”上述资深锂电行业工程师李先生就“燃烧风险”向记者如是表示。

全球材料科学领域知名学者崔屹，曾于去年底在微信朋友圈转发一则关于锂电储能系统起火相关新闻时，配上了这样一条意味深长的文案：“我研究锂电池技术近20年，虽然已开特斯拉近10年，但是始终不敢在家里装锂电池储能系统，因为锂电池的安全问题没法解决，小则烧毁房子，大则丢性命。家里需要绝对的安全，特别是在那8个小时的睡眠态！”

另外，记者通过对公开报告的梳理发现，充电宝产品的不合格率近年来呈现出一条清晰的、逐年恶化的曲线。根据国家市场监督管理总局对网售充电宝的历年抽检结果，其不合格率已从2020年的19.8%，一路攀升至2021年的25.0%、2022年的35.4%，并在2023年达到了惊人的44.4%。

比不合格率整体攀升更值得警惕的，是抽检不合格项目性质的变化。在近年来的官方抽检报告中，直接威胁人身财产安全的核心安全功能，成了失效的“重灾区”。比如，2022年的国抽报告就显示，在不合格产品中，“有8批次移动电源过充电检测不合格”，更有多达“9批次移动电源在热滥用试验过程中发生了起火或爆炸”。

B 行业洗牌，谁能“上桌”？

近两年，罗马仕因质量问题频出，产品销量已经出现下滑趋势。这次事件更是一记重锤。截至发稿，抖音罗马仕官方旗舰店已全部下架充电宝，只有数据线、充电器和支架、散热器有售。

安克创新也在电商平台下架了召回型号的产品，虽然及时出具了赔偿方案，销量仍不可避免受到影响，已经跌出淘宝充电宝榜单前三。

头部企业让出的市场份额，自会有新兴品牌来抢夺。从榜单上，我们看到倍思和小米两个品牌销量增长迅速。此外，京东京造、网易严选等品牌依托平台流量和背书，都在等待一个弯道超车的机会。华为、OPPO、vivo等品牌也加大了在快充生态领域的投入。

不过在短时间内，安克创新的行业地位恐怕仍难以撼动。作为国内高端充电宝市场的头部品牌，安克创新拥有成熟的技术和销售渠道，销售规模稳居行业第一，超过40%的毛利率也明显高于行业水平。尽管因召回事件短期承压，仍有稳定的基本盘。

但这并不意味着它能高枕无忧，在新崛起的品牌中，小米或许会成为其未来难缠的竞争对手。小米生态拥有庞大的用户基础，又以极致性价比著称，供应链和线上渠道也是现成的。安克创新、罗马仕召回事件后，小米充电宝部分渠道销量单周增长超30%。

虽然如此，小米这次也难免受到了民航局3C认证新规的影响。全国认证认可信息公共服务平台显示，小米公司有两款充电宝3C强制

认证证书被暂停，型号分别为PB2022ZM和P05ZM。截至6月中旬，小米京东自营旗舰店仍有多款3C认证已被撤销的产品以“国补”名义销售。

由于多个充电宝品牌共用供应商，只有彻底优化调整供应链，行业的问题才能根治。行业洗牌后，安全合规与供应链控制力将成为分水岭，技术型品牌有机会获得更多消费者的信任，进而在市场上拥有更大的份额和话语权。

低价是一枚回旋镖。行业无底线的内卷，最终会让低价变成一把利剑，刺向链条上的每一个人，包括消费者、品牌、供应链、渠道……

3C认证新规在短期内会给充电宝行业带来阵痛，但从长期来看，也是给了行业一次“自救”的机会，促使上下游转型升级。

一方面，供应链的安全性和质量将被重新审视，品牌也不得不加强对代工厂的原料溯源和生产监控。另一方面，产品研发也将从充电速度、外观，转向以安全性能为主。与此同时，认证标准和监管力度加强使合规壁垒大幅提高，一批低质产品将被加速淘汰。

经过这轮市场教育，如果消费者能够接受品牌的“安全溢价”，品牌能够为产品的安全性投入更多成本，那么正循环的形成将会成为可能。

充电宝行业正在经历的这次“危机”，本质上是行业从“价格内卷”向“安全合规”的强制升级。洗牌之后，只有拥有技术实力、对供应链强管控的品牌才能“上桌”。

综合《经济观察报》、央视新闻