

2025年中国民航充电宝新规全景分析： 政策动因、产业震荡与市场变革趋势

识微科技商情部

2025.08

CONTENTS

01.

事件梳理

02.

传播回溯

03.

影响洞察

04.

行业趋势及风险

05.

结论与建议

Part. 01
事件梳理

政策背景



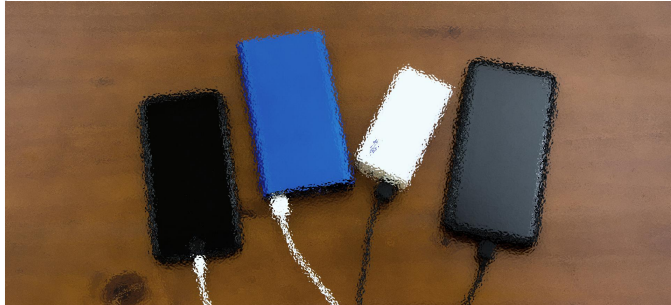
6月26日，为保障航空运行安全，民航局发布紧急通知：自6月28日起禁止旅客携带没有3C标识、3C标识不清晰、被召回型号或批次的充电宝乘坐境内航班。这一政策出台源于近年频发的航空安全隐患，充电宝内置的锂电池在受到高温、挤压、碰撞等外部干扰时，极易引发内部短路并产生大量热量，一旦发生热失控将导致起火甚至爆炸，且具有“起火快、威力大、扑灭难”的危险特性。而截至目前，2025年中国民航已记录15起旅客充电宝起火冒烟事件。

充电宝新规“一刀切”具体原因



● 充电宝起火冒烟事件频发

近年来，各地充电宝引发的不安全事件时有发生。而截至目前，2025年中国民航也已发生15起旅客充电宝起火冒烟的事件，给航空安全造成了严重威胁



● 锂电池固有的危险性

锂电池受到外部因素干扰，如高温、挤压、碰撞等，极易引发内部短路，进而产生大量热量。当热量积累到一定程度，可能引发电池的热失控，导致起火、爆炸



● 电池产品质量参差不齐

近期，国家市场监管总局通报移动电源质量国家监督抽查情况，在抽查的149批次移动电源中发现有65批次产品不合格，不合格率占比达43.6%



政策内容



● 容量限制与携带要求

➤ ≤100Wh: 可直接携带, 无需航空公司批准 (例如常见的10000mAh/3.7V充电宝约为37Wh)

➤ 100Wh-160Wh: 需航空公司批准, 每人限带2块 (如43000mAh/3.7V充电宝约为159.1Wh)

➤ >160Wh: 严禁携带或托运

飞行全程禁止使用充电宝充电 (仅可作为备用电源存放)

2025年6月28日实施的新规是民航局基于安全风险评估的必要举措, 这些新规旨在减少因劣质充电宝引发的航空安全事故。新规核心限制条件集中在**充电宝的容量、3C标识及产品召回情况**方面。

● 强制3C认证要求

➤ 所有充电宝必须带有清晰的**中国强制性产品认证 (CCC)** 标识, 无标识或标识模糊的产品禁止登机

➤ 2024年8月后生产的充电宝必须符合**新版3C认证标准**, 否则不得销售或携带

● 召回型号禁令

➤ 品牌官网公示的缺陷型号、被召回型号的充电宝 (如罗马仕PAC20-272、安克A1642)

➤ 严禁托运, 必须随身携带, 并在安检时单独取出检查

重要事件



6月

充电宝行业迎来召回潮



6月中旬 因充电自燃问题，北京多所高校禁用罗马仕充电宝引发关注

罗马仕充电宝：6月16日，宣布召回49.1万余台存在安全隐患的移动电源产品

安克创新充电宝：6月20日，称因部分批次的基础款移动电源产品存在安全风险，公司启动主动召回，共计71.2万余件

6月26日

民航局发布充电宝新规



民航局：发布紧急通知，自6月28日起禁止旅客携带无3C标识、标识不清晰或被召回型号 / 批次的充电宝乘坐境内航班

6月28日，新规全国机场同步实施，深圳机场等启用型号智能比对系统

6月30日

明星发文强调3C标识



胡彦斌：6月30日发文称同行工作人员的设备被扣留，提醒机场充电宝必须具备3C标识

7月

多方回应充电宝新规



铁路及地铁部门：7月1日，回应充电宝检查规定较之前无明显改变，未禁止没有3C标识的充电宝进站

民航局：7月2日，回应机场拦截不合规充电宝流向问题，称将设置旅客充电宝自弃、暂存区域以及寄递服务，并对超过暂存期限的充电宝和旅客自弃的充电宝一同作销毁等合理处置

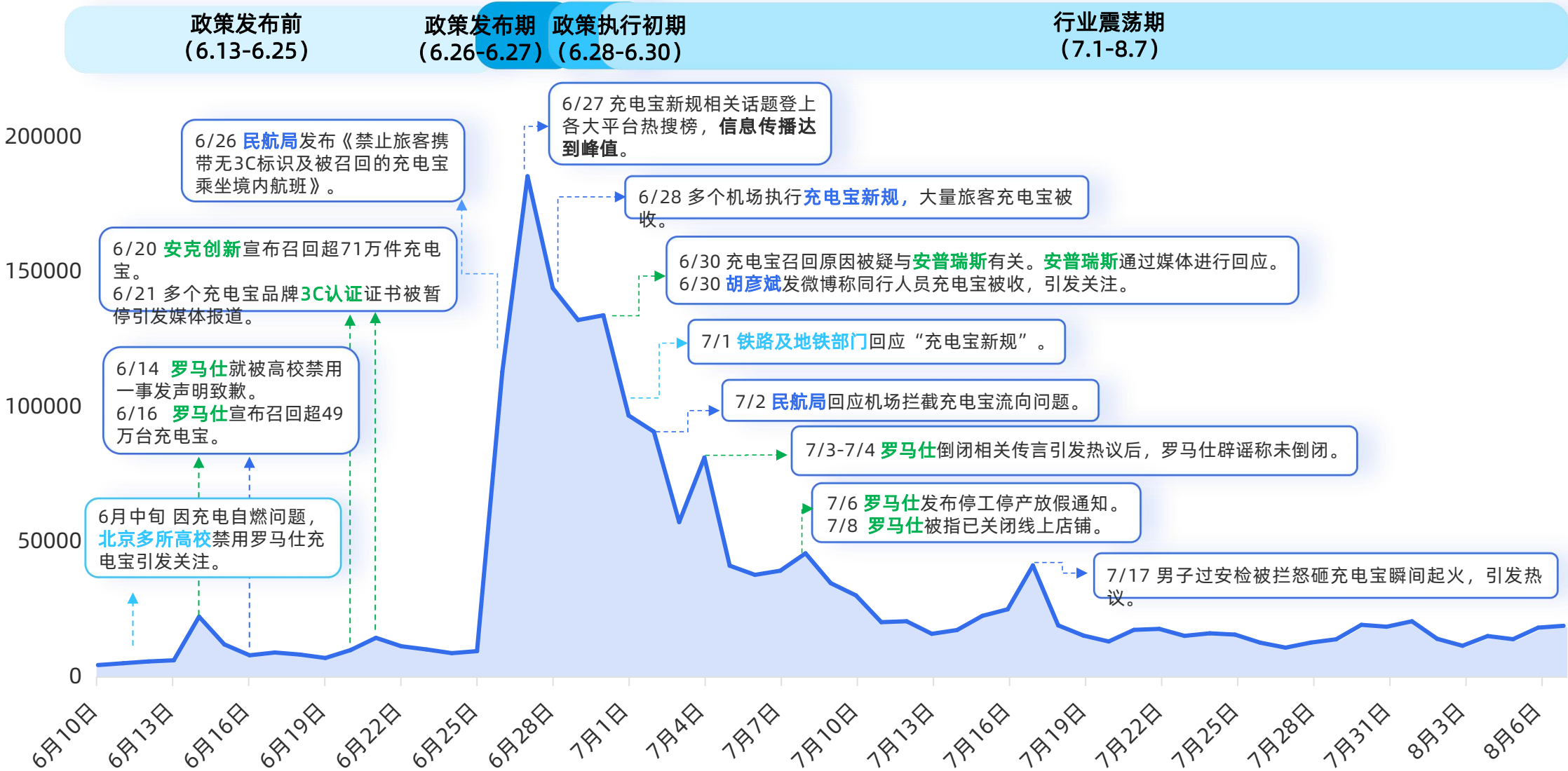


Part. 02

传播回溯

数据来源：识微商情系统

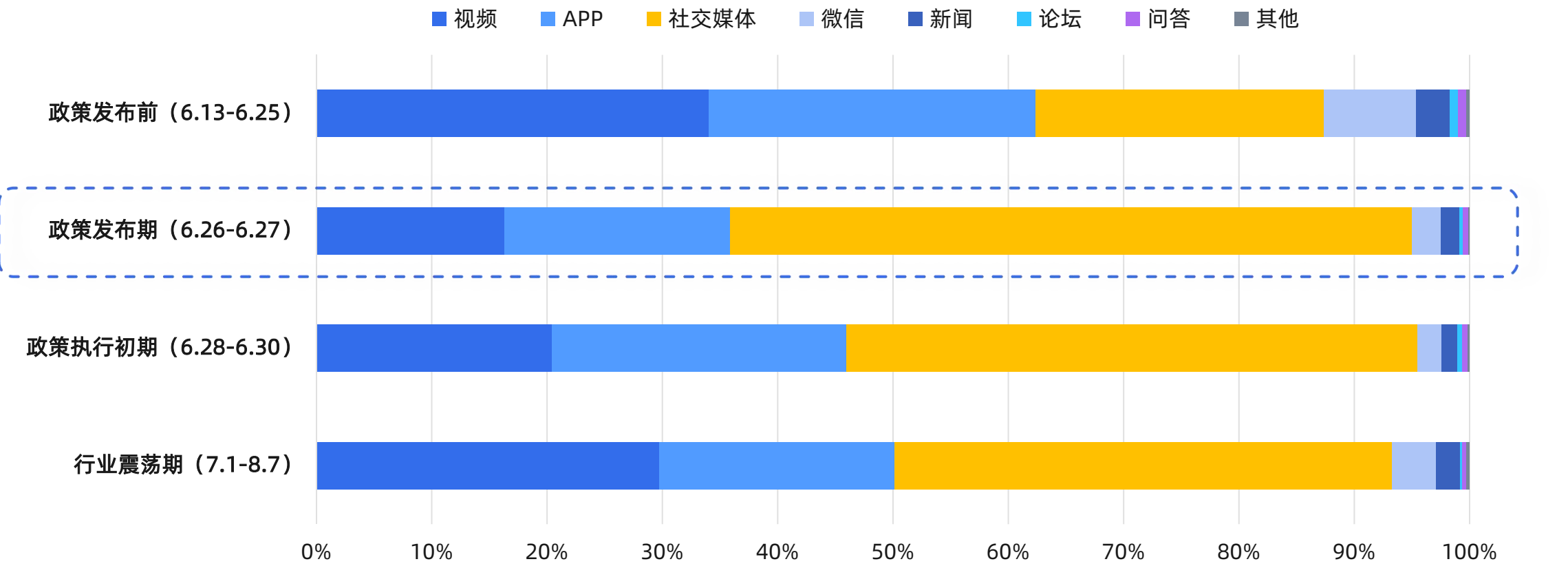
传播趋势



传播场域



监测时段内，充电宝新规舆情相关信息量共**187.5万**余条。社交媒体平台成为充电宝新规相关话题发酵的主要传播场域，相关话题（如“充电宝 召回”“充电宝安检新规”“民航局称将做好被弃充电宝回收记录”“充电宝 退不了”等）频频登上微博热搜榜，引发网友热议。视频平台也为充电宝新规传播破圈发挥了重要作用，如新闻媒体发布新规内容解读视频引发众多网民互动；大量旅客分享拍摄的“机场安检暂扣充电宝”的短视频，直观展示新规执行场景。



舆论特点



● 媒体多层次、多角度报道，推动舆情扩散

- **主流媒体权威发声。**央视、人民网等央媒第一时间报道民航局新规，强调政策必要性（安全风险、行业规范）。
- **商业媒体设置冲突性议题。**搜狐、新浪等商业媒体聚焦“机场暂扣充电宝流向”“罗马仕退款排17万位”等冲突性话题，放大公众焦虑。
- **财经媒体深度追踪。**蓝鲸财经等深度追踪罗马仕等企业的经营困境，推动次生舆情。



● 明星发言加速舆情裂变

- **明星发言成为舆情“助燃剂”。**6月30日，胡彦斌发布微博称“同事充电宝被没收”，并提问“可3C规则是什么”，引发粉丝及围观网民关注讨论，形成“支持政策”VS“质疑执行”的对立舆论场，推动舆情加速传播。这表明，明星发言成为舆情“助燃剂”，进一步凸显了明星效应对舆情传播发酵的推动作用。



舆论特点



● 平台热搜机制与推荐逻辑助推舆情发酵

- **平台热搜抬升话题热度。**微博、抖音等社交平台通过热搜标签（如#充电宝安检新规##罗马仕退款排到17万位#）集中引流，吸引网民关注讨论，推动舆情声量持续攀升。
- **算法推荐加剧舆论分化。**平台根据用户兴趣精准推送充电宝相关信息，并优先推送冲突性内容（如“机场拦截充电宝疑似流入二手平台”），加剧舆论分化。



● UGC内容成为舆情演化的重要驱动力

- **情感化叙事，强化舆论共鸣。**大量旅客在社交平台（微博、小红书、抖音）晒出充电宝被机场安检暂扣的照片或视频，直观展示新规执行力度，引发公众对政策执行的质疑。
- **暴露执行矛盾，衍生次生舆情。**不同城市旅客对比各地机场/地铁检查标准，引发对政策执行公平性的质疑。同时，民航局新规实施后，不少用户分享曝光“二手平台7元一斤卖充电宝”，引发舆论对执行部门处置方式的争议。



舆论聚焦



2025年中国民航充电宝新规发布以来，公众舆论主要聚焦于政策执行、品牌信任危机、认证标准争议等多个领域。政策执行层面，围绕充电宝产品处理、物流回收、机场安检服务等争议不断；品牌信任危机方面，围绕罗马仕、安克等知名充电宝品牌质量安全问题引发的信任危机成关注重点；消费者权益保障方面，额外经济支出、召回产品处理渠道不畅等问题引发讨论；认证标准上，与国际标准的不一致引发公众不满；行业未来发展维度，产业升级、中小厂发展等多话题受到关注。

政策执行问题 31%

不合规充电宝产品处理、物流回收、机场安检服务等成为舆论热议话题。

品牌信任危机 24%

罗马仕、安克等品牌因电芯缺陷大规模召回事件，引发大众对知名充电宝品牌的安全信任危机。

消费者权益保障 19%

旧产品强制更换致使消费者经济负担加重以及自行召回产品处理渠道不畅等问题引发热议。

认证标准争议 14%

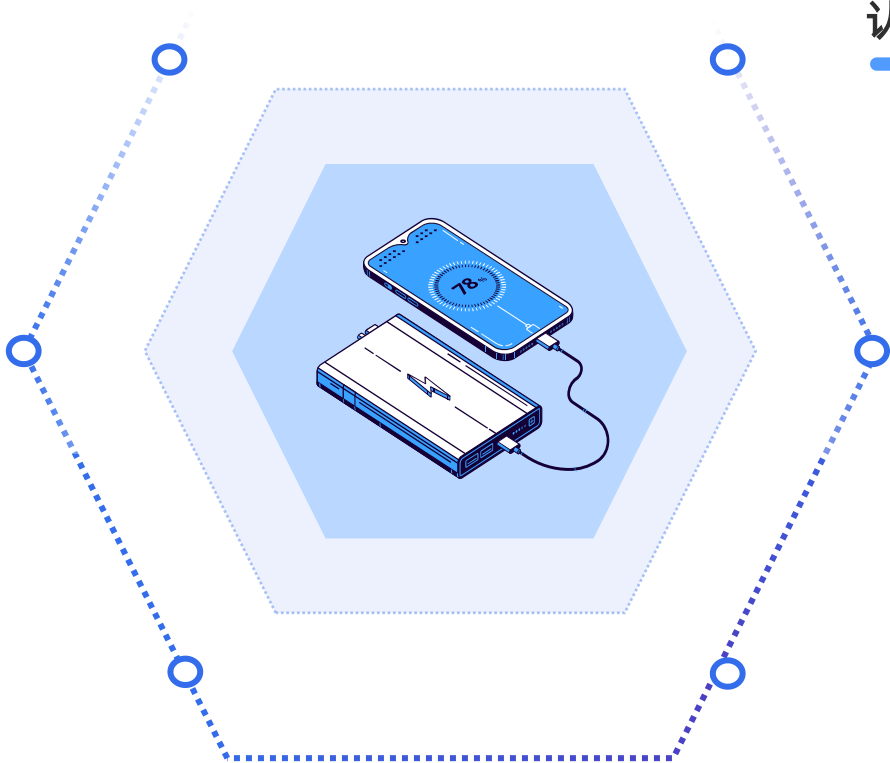
认证标准与国际标准存在差异，引发部分公众不满，出现“应允许国际标准通行”的相关言论。

行业未来发展 7%

新规引发网民充电宝行业的未来发展的探讨，包含产业升级、中小厂的生存等话题。

其他 5%

涵盖合规充电宝价格过高、公共交通安全边界延伸、3C标识灰产等问题被提及。



Part. 03
影响洞察

新规影响——制造端



认证成本激增

新规的实施显著推高了制造业端的认证成本，规定中涵盖安全认证门槛提升、检测项目复杂化、合规流程延长等方面。企业需承担更高的研发、测试和认证费用，尤其对中小厂商形成较大财务压力。

新浪财经：《[3C认证费用动辄两三万元，企业认证周期超三个月引热议](#)》

技术升级压力

新规通过严苛的技术准入标准（如电芯能量密度测试、电压温度双监测、额定容量限制等），对制造业端形成了多维度的技术升级压力，推动行业从“低价竞争”转向“技术驱动”。

新华网：《[充电宝安全新规 倒逼产业链转型升级](#)》

生产合规风险

新规通过强化全链条监管（从设计、生产到运输），提升了制造业端的合规门槛与违规成本。企业会面临因技术不达标、流程疏漏等导致的退货、罚款甚至资质吊销风险，这将倒逼行业建立更严格的品控体系。

证券日报：《[回归安全本质 充电宝行业迎来“破卷”时刻](#)》

01



02



03



新规出台后，**生产端部分品牌遭受巨大冲击**。罗马仕其3C证书被大批撤销，最终宣布停工停产6个月。安克创新虽积极应对，与不符合标准的电芯供应商终止合作并另寻合作伙伴，但也召回71.3万台不合规产品。此外，倍思、绿联等品牌部分3C认证被暂停。众多品牌信誉受损，行业竞争格局面临重构。



地址: 昌平区回龙观镇龙泽苑101号/北京

新规影响——生产端



➤ 催生灰产

新规发布后，有效筑牢了航空出行的安全防线，但也催生了灰色产业链。部分不良商家在电商平台公然售卖“3C认证贴纸”，甚至提供“定制年份”服务，为伪劣产品披上合规外衣。此外，央视曝光从机场拦截的大量无3C认证充电宝经“回收—翻新—转卖”的灰色链条，最终回流至闲鱼等主流二手交易平台，严重冲击市场秩序，亟需相关部门加强全链条监管整治。



3C标识词云图



新规影响——消费端

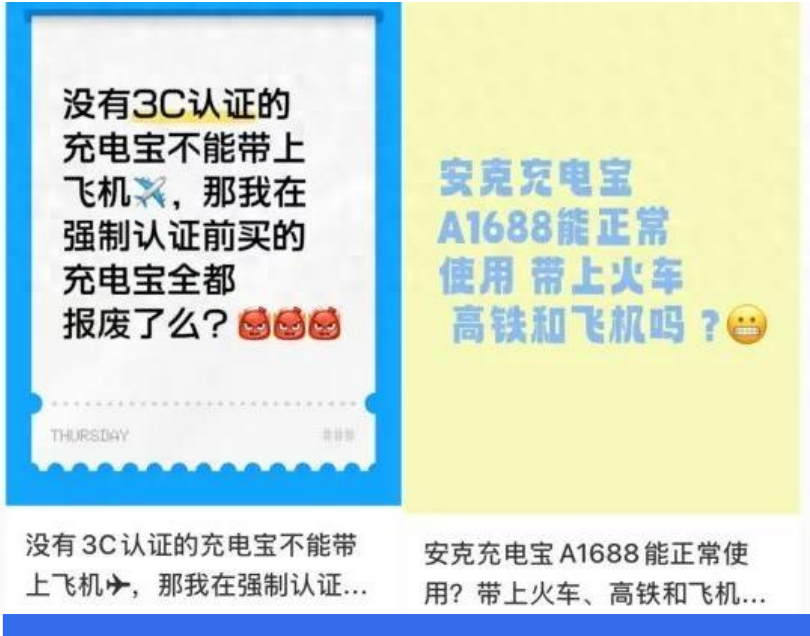


➤ 消费行为模式变迁

新规出台后，消费端行为模式深度变迁。公众决策大幅前置，部分公众于小红书等社交平台积极检索 3C 标准及合规充电宝选型指南，明确出行携带规范；同时，淘宝等电商平台上，3C认证充电宝搜索热度飙升。整体而言，公众消费决策环节从“临时购买”转向“提前规划”，安全合规成为消费核心考量。



舆论热词



新规影响——消费端



京东物流/时效

补贴

包邮

品牌

电池容量

华为12000 66W SuperCharge
多协议双向超级快充移动电源

真安全
厚膜级锂电芯

真安全
13重安全保护
200+项安全测试

真安全
可上飞机出行无忧

真快充
搭载66W快充

自营 华为【3C认证】可上飞机12000m

简单方便 | 强劲续航 | 大容量 | 高效充电

塑料

2个

双向快充

外壳材质

USB接口数

特色功能

¥277.61 低于同款均价 20%

明日达 只换不修 7天价保

已售60万+ 30天加购飙升5倍

已入会 华为京东自营旗舰店 进店

HUAWEI
华为原装66W
超级快充
12000mAh移动电源

苹果PD快充
多协议兼容

兼容A胶数据线

可上飞机

13重安全保护

机身通过认证

华为原装充电宝66W超级快充12000

PD兼容 | 多设备适用 | 66W快充 | 锂聚合物

2个

12000mAh

双向快充

USB接口数

电池容量

特色功能

¥265 低于同款均价 20%

明日达 每269减4 包邮 7天价保

已售3000+ 3万+人种草

五星店铺 京泓数码经营部 进店

通过国家3C认证

小米自带线充电宝
10000mAh
18W快充
90%轻薄便携
彩色翻盖设计

充电宝

PB1165MI

Type-c输入

类型

型号

输入方式

¥188.06 到手价 ¥189

明日达 只换不修 7天价保

已售200万+ 98%好评

小米京东自营旗舰店 进店

华为多协议超级快充移动电源
10000mAh (Max 22.5W SE)

真安全
厚膜级锂电芯

真安全
13重安全保护
200+项安全测试

真安全
可上飞机出行无忧

自营 华为【3C认证】原装多协议超级快

双向快充 | 高效充电 | 航空认证 | 上飞机携带

PD快充

2个

CP0

特色功能

USB接口数

国补省 问京言

¥138.31 到手价 ¥139

只换不修 7天价保

已售80万+ 30天种草飙升5倍

已入会 华为京东自营旗舰店 进店

品牌消费换新潮

新规发布后，超容量无3C认证标识的充电宝出行受限引发消费端消费换新潮。线上购物平台中，合规容量有认证的充电宝热销，如华为、小米等品牌符合3C认证的充电宝销量30天内加购飙升5倍。与此同时，罗马仕等白牌产品退货率激增，#消费者称罗马仕订单退款排到18万位#等词条引发热议。

网民言论

新浪微博@科技有意思：华为充电宝最近销量大涨300%，只能说充电宝的安全性终于被大家认识到了，用最好最安全的电芯虽然说出来违反广告法，但是是真的安全。

今日头条@碳三氢二：很多充电宝都有3C标识，还是一样的出问题。各位建议购买充电宝还是首选华为和小米的。这两家出了问题全网都会帮你维权。

新浪微博@MR-JikT水瓶座：罗马仕太垃圾了，全网都在退货，退回去快一个月了还不给处理，推三推四的。

Part. 04
行业趋势及风险

行业趋势



民航充电宝新规发布后，充电宝行业将步入一个更加规范、更加集中、也更注重安全的发展新阶段。未来的主流“玩家”将以注重供应链安全 and 产品质量的品牌为主，整个行业将从“混乱失序”走向“有序合规”，从“性价比”走向“质价比”。

行业全面合规化与标准化

- **3C认证成为准入门槛**：未来所有在市场流通的充电宝必须标配清晰3C标识，无认证产品将从生产和销售端被彻底清除
- **安全标准持续升级**：监管层和标准制定机构可能会进一步抬高安全门槛（如引入更高要求的电芯测试标准、强制要求使用阻燃材料等），推动行业技术迭代

品牌格局固化，头部效应加剧

- **市场高度集中**：华为、小米、安克、绿联、倍思等已通过认证、拥有强大供应链管理能力的头部品牌或将垄断市场，新品牌进入壁垒可能持续增高
- **“马太效应”显著**：头部品牌凭借规模、技术和品牌信任优势，市场份额和利润可能将持续增长，中小品牌生存空间或被极度压缩

产品价值回归，安全技术受青睐

- **价格小幅上移**：消费者已接受“为安全付费”，合规成本（认证、优质电芯）将使得充电宝均价维持在比新规前更高水平
- **技术创新成为新卖点**：品牌竞争焦点将从单一的“充电容量”转向“安全”“快充”“新材料与新形态”多个维度

产业链垂直整合与协同

- **向上游延伸趋势**：头部品牌为减少风险，将通过投资、控股或战略合作方式深度绑定顶级电芯供应商，甚至自建电芯厂，确保供应链安全
- **与终端协同趋势**：手机品牌（华为、小米）的充电宝将成为其生态链的一部分，与非生态链配件品牌的差距拉大

替代服务生态繁荣，场景分化明确

- **共享充电宝地位巩固**：在机场、火车站、商场等临时性、轻量级用电场景，共享充电宝将成为绝大多数用户的首选
- **公共服务补充力度加大**：公共场所（如机场候机区、高铁座位）将加速部署充电插座，作为基础服务设施为大众提供便利

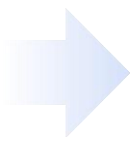
风险研判



民航充电宝新规的发布，彻底改变了充电宝行业的游戏规则，将行业从“野蛮生长”的增量市场推入了“合规至上”的存量洗牌市场。目前行业整体风险主要来自包括政策、供应链、个体生存等方面，风险与机遇在不同类型的企业间呈极端分化态势，建议企业及时调整生产经营策略，密切关注政策动向。

01

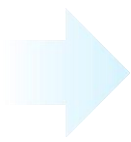
政策风险



新规设置了极高的准入门槛。未来监管部门可能进一步升级安全标准（如引入更严格的电芯测试、强制阻燃外壳），导致企业持续投入研发和认证，合规成本永久性提升。

02

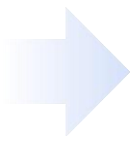
竞争格局风险



行业或将从“完全竞争”加速走向“寡头垄断”。头部品牌凭借认证、供应链和品牌信任，逐步形成竞争垄断。新进入者壁垒高不可攀，中小品牌生存空间不断压缩。

03

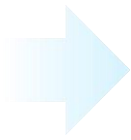
替代风险



新规显著提升了用户自带充电宝的“隐性成本”（购买成本、安检焦虑），直接强化了共享充电宝的竞争优势。在机场、火车站等核心场景，共享服务将对自带市场形成持续分流。

04

供应链风险



行业出清导致所有幸存品牌涌向少数顶级电芯供应商（如宁德时代、比亚迪）。这将加剧品牌对优质电芯的争夺，可能导致核心元器件成本上升、供应紧张，削弱品牌方的议价能力。

Part. 05
结论与建议

总结建议



自2025年6月26日民航局发布《禁止旅客携带无3C标识及被召回的充电宝乘坐境内航班》新规以来，充电宝行业发生显著变化。企业端合规成本攀升，需追加资金用于产品标识规范化及3C认证；消费者行为变迁，需明确合规标准提前自查以避免出行受阻。同时，新规倒逼行业技术迭代加速，推动企业在电芯安全、防火材料等领域加大研发投入。

市场格局剧变

强制3C认证抬高准入门槛，中小厂商因合规成本高企加速出清，头部品牌通过规模效应巩固优势，行业集中度显著提升。

消费者信任重塑

明确标识与严格质检增强正品辨识度，但网购平台仍存售假风险，需强化售后保障机制消解疑虑。



合规成本倍增

企业需投入更多资金用于产品检测、认证及包装标识规范化，短期内压缩利润空间，倒逼供应链升级。

技术迭代加速

航空安全标准推动电芯安全、防火材料等技术突破，促使企业加大研发投入以适配多场景需求。

总结建议



新规是一服猛药，但药后调理更为关键。充电宝制造生产商需走向“优质优价”，零售商需成为“信任网关”，监管机构则需筑牢“安全监管网”。唯有三方各司其职、协同努力，才能将此次短期阵痛转化为中国充电宝行业长期健康发展的坚实基础。

充电宝制造生产商

- **提升产品质量与安全性能：**企业应加大在研发方面的投入，优化生产工艺，选用优质原材料，特别是电芯等核心部件，确保产品从源头保障安全性。
- **加强品牌建设与市场拓展：**在行业规范升级背景下，企业应从价格竞争转向技术、品质与品牌竞争，通过提升产品质量与安全性能树立良好品牌。
- **强化资金与现金流管理：**暂停一切非核心的扩张计划，储备现金以应对可能的市场需求波动和持续的合规投入。

充电宝零售商

- **排查清退不合规产品：**对线上线下载渠道库存进行深度排查，立即下架所有无3C标识、标识不清晰或无法提供认证证书的产品。
- **调整采购与选品策略：**将采购资源集中于华为、安克、小米等头部合规品牌，降低售后风险和消费者投诉。
- **优化库存与供应链管理：**采用更小批量、更频繁的订单模式，以应对可能再次变化的监管政策和市场需求，避免库存积压风险。并建立更严格的供应商准入和淘汰机制。

监管部门

- **持续强化市场监管力度：**市场监管部门要加强对充电宝生产、销售、进口等全环节的监管。
- **完善认证与召回制度：**认证机构要严格把控3C认证审核流程，提高认证标准与要求，确保通过认证的充电宝产品真正符合安全与质量标准。
- **加强消费者权益保护：**通过多种渠道加强对消费者的宣传教育，普及充电宝安全知识与民航新规内容，提高消费者对充电宝质量与安全的重视程度。

谢谢观看

Thank you

识微商情出品

2025.08

