

充电宝行业遭“价格内卷”反噬



■廖木兴/图

反噬

“野蛮生长”后的必然崩塌

“充电爆”危机的直接后果,首先体现在销售渠道上。日前,当记者在淘宝平台搜索“罗马仕充电宝”,结果已显示为“非常抱歉,没有找到相关的宝贝”;在京东平台,罗马仕官方旗舰店内多个充电宝相关产品已显示为下架状态。在抖音罗马仕旗舰店,则已无法搜索到充电宝产品。

显然,此次危机给企业和整个行业带来了沉重的打击。以罗马仕为例,其召回的充电宝价格在75元-200元之间,召回共计49.17万台充电宝的损失在3687.75万-9834万元之间;阿克创新召回共计71.29万台充电宝的损失则高达1.06亿-1.63亿元。同时,阿克创新还要在主战场美国召回近116万件充电宝,损失更为严重。

此外,品牌声誉也受到损害,消费者的信任度下降,可能会影响企业未来的市场份额和销售业绩。阿克创新最新财报显示,其充电宝业务毛利率仅剩8%,远低于消费电子行业22%的平均水平。

受充电宝召回事件影响,罗马仕经营陷入困境。7月6日凌晨1点多,罗马仕正式发布停工停产放假通知。停工时间为自2025年7月7日起持续6个月。除召回相关员工外,其余员工

停工停产。此前的7月2日,罗马仕公司发生工商变更,雷社杏卸任法定代表人、董事、经理,由雷杏容接任,此次变更不足三个月。再加上快递公司以“安全隐患”为由拒收召回产品、电商平台下架充电宝、顾客退货遭遇网店余额不足等都说明,罗马仕当前经营很困难,是一个不争的事实。

而对于“倒闭”传闻,罗马仕7月3日深夜通过官微声明:“没有倒闭,感谢关心。定将努力解决所有朋友、用户及合作伙伴的一切问题”,并强调召回计划长期有效。

反噬效应还沿着产业链向上蔓延。为头部品牌供应电芯的赣州某材料厂,因客户连续压价,被迫采购云南小作坊生产的隔膜材料。“每平方米便宜三毛钱,全年能省三百万元。”厂长苦笑展示仓库里未达标的材料,“现在认证被撤,这些全成废品了。”下游渠道同样遭殃,河南代理商王先生库存的2000台充电宝一夜变成危险品:“商场要求立即下架,损失只能自己扛。”

从高校禁用、机场禁飞,到头部品牌大召回,这场充电宝危机看似突然而猛烈,实则是行业“野蛮生长”十余年的必然崩塌。

出路

安全重构与技术救赎

多位受访者认为,召回事件以及民航局的“3C禁令”将推动行业加速出清不合规产品,一方面促使充电宝行业集中度进一步提升,另一方面将重塑此前由安普瑞斯主导的国内充电宝电芯市场格局。

有充电宝品牌内部人士告诉记者,移动电源作为由多部件组成的整机产品,其3C认证包含两个层级,一部分是核心部件合规,包括电芯在内的所有主要零部件均需通过3C认证;另一部分是整机综合测试,产品组装完成后须通过循环寿命测试、跌落防护测试等多项检测,确保符合国家3C认证标准。

自2023年8月起实施的移动电源3C认证新规规定,2024年8月之后,未获得3C认证的充电宝将被禁止销售、进口或生产。这意味着,数十万台仍在售的“无证充电宝”或将面临全面退市,整个行业进入“强监管时代”。业内人士坦言:“行业必须直面历史遗留问题,强制认证将倒逼企业提升品控水平。”

危机之下,充电宝厂商还火速变阵。公开资料显示,阿克创新已终止与涉事电芯供应商合作,并与宁德时代旗下宁德新能源签署合作协议;倍思自查未使用风险批次电芯;有公司积极寻求与亿纬锂能等知名电芯厂商合作。

技术突破成为破局关键。宁德时代开放新型磷酸锰铁锂专利,使电芯热失控温度从180℃提升至300℃。阿克创新新款充电宝通过UL94 V-0阻燃测试(燃烧10秒内自熄),尽管成本增加15%,但199元定价反而创造30%溢价空间。

市场端也出现消费觉醒信号。京东消费研究院调研显示,68%消费者愿为3C认证产品多付20%费用。在广州天河区岗顶一家电子卖场,导购员指着两款充电宝说:“以前顾客先问容量和价格,现在第一个问题都是‘会不会爆炸’。”

“缺乏全流程品控能力的品牌将在新一轮监管收紧中面临更大淘汰风险。未来行业的安全底线将回归于‘自建产线+供应链透明’的标准路径。”头豹研究院分析师廖添宇表示。

观察

敬畏安全底线,行业才能长远

充电宝危机暴露了3C认证体系的致命漏洞。罗马仕召回产品中,87%竟持有有效认证证书。认证机构人士透露:“样品检测合格后,企业更换廉价材料已成惯例。”这警示整个电子产业——认证不是“免死金牌”,必须建立关键件变更预警系统,对量产产品突击抽检。

更深层警示在于“低价内卷”的发展模式。当充电宝价格杀到69元时,行业龙头毛利率已逼近制造业代工厂水平。这种自毁式竞争正在耳机、电动牙刷等领域复现:某TWS耳机品牌为降价将电池容量缩减30%,导致充电起火事故;电动牙刷厂商用塑料电机替代铜线电机,短

路风险倍增。墨柯呼吁建立电芯“护照制度”,像新能源汽车电池般全生命周期追溯。

从充电宝到“充电爆”,这场危机映照出中国制造业转型的阵痛。当高校宿舍里的年轻人拔掉充电线,当机场安检员举起禁止登机的红牌,整个行业终于意识到:没有安全底线的性价比,终究是沙上筑塔。

烈火淬炼真金,那些坚守安全红线、押注技术创新的企业,正在将召回现场变为品质革命的起点。正如一位从业二十年的工程师在实验室写下的话:“我们制造的不仅是储能设备,更是握在千万人手中的信任。”

敬畏安全底线,行业才能长远。这是充电宝风波留下的直观警示,也是各行各业应有的基本常识。

内卷

价格战绞杀安全底线

其实,这一场爆雷并非偶然。它是整个行业长期以来“价格战”与“低质内卷”的必然结果。

数据显示,2024年中国充电宝市场规模已达1200亿元,占全球近40%。但看似庞大的市场背后,是令人瞠目结舌的“价格战”。在电商平台上,20000mAh的充电宝售价低至50元,相较于2021年,价格近乎腰斩。甚至还有30元以下的“地摊货”。

要知道,一个高质量电芯的成本就要40元以上,加上电路板、外壳、包装、运输等,真正做出合格产品的最低成本往往在60元以上。

但为了抢占市场,大多数厂商只能选择压缩成本。于是,供应商被逼降价,偷工减料就成了“潜规则”。一位不愿具名的代工厂负责人透露:“10000mAh充电宝的合理成本应在40元以上,但市场倒逼我们接受19.9元包邮的订单。”为满足这种“自杀式定价”,厂商不得不采用二手电芯、削减保护电路,甚至用工业胶水替代阻燃材料。

真锂研究创始人墨柯指出,行业内卷严重,充电宝企业话语权较大,为了能够接到订单,电池供应商可能会选择采购杂质含量高、品质差的原材料,以此来控制成本,以满足合约规定的性能指标。

这种无序竞争直接造成了“劣币驱逐良币”的现象,部分厂商甚至将生产环节外包以压低报价。“羊毛出在羊身上”,品牌要求便宜,供应商就只能在原材料上动手脚。真锂研究院的对比数据揭示残酷现实:20000mAh充电宝均价从2019年的149元暴跌至2025年的69元,而同期头部企业研发投入占比从5.2%萎缩至2.1%。更危险的是,电芯成本占比从60%飙升至85%,这迫使企业只能在核心部件上铤而走险。

拆解低价充电宝,可见三重压缩手段:在电芯环节,罗马仕为降价将电芯厚度从0.8mm减至0.6mm,导致充放电时更易变形短路;在材料端,大量白牌产品使用回收电芯,以工业级碳酸锂替代电池级材料;在容量标注上,部分厂商将30000mAh电芯标为20000mAh,既规避民航限制又制造“虚标性价比”。东莞某代工厂的流水线上,工人正给电芯贴上“B级品”标签,这些存在轻微瑕疵的产品以正品三折价格流向市场。

谁知,这一动,就动出了安全事故、品牌危机和行业信任崩塌。真锂研究院首席分析师墨柯指出行业的悖论:“现在是降价找死,不降价等死。”当某品牌推出通过军用标准测试的安全款时,其199元定价被同行讥讽为“自杀行为”,结果三个月销量不足竞品零头。这种劣币驱逐良币的循环,最终在2025年夏天酿成全行业爆雷。