



内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

充电宝新国标发布！设置 12 个月过渡期

强制性国家标准 GB 47372—2026《移动电源安全技术规范》于日前公开发布，并将于 2027 年 4 月 1 日起实施，明确提升移动电源在高温、过充、挤压等滥用场景下的安全防护能力，新增循环老化后析锂检测，降低移动电源长期使用后的内部短路风险。

技术规范由工业和信息化部组织制定，在此前两项通用强制性国家标准的基础上，明确多项关键要求，进一步强化移动电源安全水平，将对规范移动电源市场、推动产业升级和保护消费者权益起到重要作用。

· 技术规范新增电池针刺试验，从源头降低安全风险；

· 提出智能管理要求，电池电压、温度等关键参数需实时监测，产品还应具备异常信息存储与读取功能，切实保障消费者知情权；

· 推行产品唯一性编码管理，要求移动电源标注专属“身份证号码”，消费者可通过该编码查询电池品牌等核心信息；

· 加强生产制造全流程管控，明确提出移动电源的原材料、生产过程管控要求。

据介绍，技术规范设置了 12 个月的过渡期，核心考虑是为企业新产品研发、设计和生产线调整预留时间，避免行业波动和社会资源浪费。过渡期内，企业可选择执行新标准或原有标准，为产业平稳过渡提供充足空间；过渡期结束后，企业必须按照技术规范从事产品的生产制造和销售。

记者了解到，标准发布实施后，消费者已购买取得强制性产品认证（CCC 认证）的合规移动电源产品，可以继续正常持有和使用。

新标准还有哪些亮点？已购买的有 CCC 认证的充电宝，在新标准实施后还能带上飞机吗？记者采访了工信部有关负责人。

针对长时间使用后移动电源的安全问题，新标准新增循环老化后析锂检测，避免因循环析锂造成的安全问题。同时，

新标准要求，移动电源在使用一定时间或者次数后，主动降低充电电压，大大降低移动电源的安全风险。

新标准还规定，当电池温度超过制造商规定的充放电时的最高温度，移动电源应立即停止充放电，降低了电池温度继续升高的概率。

新标准从三个方面减少移动电源因过充电引起的安全问题：

一是提升电池过充本质安全。新标准将电池过充电试验电压提高到充电限制电压的 1.3 倍，大大提升了电池在过充条件下的本质安全水平。

二是降低电池遭受过充的概率。新标准要求，在现有一层保护电路设计的基础上，额外增加一层保护电路，降低电池遭受大电压过充的概率。

三是新增过压禁用功能。新标准要求移动电源在万一发生过充的情况下需要具备“锁死”功能，无法再对移动电源进行充放电。

在移动电源相关标识方面，新标准

做出了以下规定：

一是额定能量。本标准明确要求标明额定能量，方便民航、铁路等安检人员查验。

二是唯一性编码。本标准要求移动电源标识产品编码，且编码中需包含移动电源所用电池生产厂家，既方便消费者选购产品，也实现了产品全生命周期追溯。

三是建议安全使用年限。标注建议安全使用年限，提醒消费者关注老旧产品安全，及时更换新的移动电源。

针对网友关心的，已购买的有 CCC 认证的充电宝，在移动电源新国标实施后能否带上飞机，负责人回应，新标准实施后，旅客此前已购买的通过 CCC 认证的充电宝，只要符合民航现行相关规定，仍可正常携带乘机。需要强调的是，充电宝使用不当，如出现碰撞、严重挤压、过充等也会增加使用风险，建议旅客不要携带类似的充电宝乘机。

（据新华社）

消费警示

消委会揭秘美容美发行业四大消费陷阱

时下，颜值经济成为消费市场的重要增长极，但关于“美”的消费也暗藏重重陷阱。近日，福建省消费者权益保护委员会发布一批典型案例，揭秘美容美发行业消费陷阱。

商家通常以免费体验、限时优惠、会员福利等宣传语吸引消费者进店，降低其戒备心。在签订合同环节，商家混淆会员服务协议与消费金融贷款合同的界限，销售人员口头承诺“分期付款只是形式”“走个流程”，却在电子设备上让消费者快速勾选确认，消费者往往在不知情的情况下签署了包含贷款条款的法律文件。

案例一：2025 年 3 月，一名大学生在福建一家美容门店被销售人员以办会员卡有优惠为由诱导签约，商家未明确告知该年卡实为通过第三方金融平台办理的 12 期消费贷款，总金额 2880 元。消费者仅接受了一次免费清洁准备项目（非正式治疗），事后发现征信报告中出现贷款记录，要求商家取消贷款并退款被拒绝，商家称“费用已用于检测和建档”。

福建省消委会指出，该案例中商家未告知年卡实为消费贷款，使消费者陷入错误认识，涉嫌故意隐瞒。依据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》有



· 资料图片

关规定，消费者可要求撤销合同，同时可申请退一赔三。商家除要承担相应民事责任外，还可能受到行政处罚。

美容美发行业商家跑路现象较为常见，有的商家跑路前还会以充值大优惠、套餐折扣为诱饵，诱导消费者一次性支付大额预付款。然后在未发布任何通知的情况下关闭经营场所，切断电话、微信等所有联系方式。消费者势单力薄，在经营者失联后，余额无处索赔，面临投诉无果、被转店、维权举证难（如合同、付款凭证不全）、责任主体确定难以及即便胜诉也难以执行判决的困境。

案例二：厦门一位消费者于 2024 年 11 月在当地一家美容公司支付 3000 余元购买面部护理套餐（共 4 次），仅完成 2 次服务。2025 年 1 月初，

该店突然关闭，门店大门上锁、电话无人接听、微信客服失联。消费者多次前往现场并通过 12315 平台投诉，要求退还剩余 1500 元费用，但始终无法联系到经营者。

福建省消委会指出，依据《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》有关规定，该案例中经营者在未提前告知消费者的情况下突然闭店，且失联逃避责任，涉嫌违反停业告知义务、逃避还款项责任，严重侵害了消费者的知情权和财产权。依据《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》有关规定，经营者应按照规定继续履行或退还预付款并赔偿消费者损失；行政部门可责令其改正，并根据情节予以行政处罚。

频繁医疗美容具有高度专

业性，消费者与医美机构之间存在信息不对称的问题，消费者无法判断治疗方案的科学性和必要性，只能被动接受医生的专业意见。一些医美机构设计连环套路，通过频繁更换主治医师，利用后任否定前任的方式，不断推翻消费者此前已付费的治疗方案，迫使消费者为纠错或新方案持续买单。

案例三：福建一位消费者自 2021 年起在某美容医院多次购买祛疤、年卡等美容项目，累计消费 2 万余元。其间医院连续更换三任主任医生，每位新医生均否定前任治疗方案，要求重新制定新方案并继续收费。2023 年，该消费者申请退还未使用项目的费用，医院口头同意但拖延至今未退款。

福建省消委会指出，该案例中新医生通过否定前任方案、要求消费者继续交费的行为，属于故意隐瞒真实情况，诱导消费者作出错误的意思表示，符合欺诈的构成要件。消费者 2023 年申请退还未使用项目的费用，医院口头同意但拖延至今未退款，属于故意拖延或者无理拒绝消费者的合理退款要求。依据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》有关规定，消费者可以要求撤销合同，同时可申请退一赔三。

一些美容店利用网络平台

流量进行宣传，但在实际服务交付环节设置障碍，侵害消费者的合法权益。其核心模式可概括为“线上过度承诺，线下单方减配”，消费者到店后，商家便找理由单方面、无预告地变更服务内容。这种行为本质上是在消费者支付对价后，利用其已到店的沉没成本（时间、精力）和信息劣势，迫使消费者接受缩水的服务。

案例四：2025 年 11 月初，福建一名消费者通过网络平台购买新客专享美甲团购券，直播间客服明确承诺可做指定猫眼款式。到店后，商家却称“只能做 2 个手指”、无法完成 5 指服务，且拒绝按宣传内容履约。

福建省消委会指出，依据《中华人民共和国消费者权益保护法》《福建省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》的规定，商家在直播中明确承诺可做指定款式，但实际到店后单方面限制服务内容，构成违约。依据《侵害消费者权益行为处罚办法》规定，直播间明确承诺可做指定款式，实际无法履约，且未提前告知限制条件，构成虚假或引人误解的宣传。依据相关法律法规，商家须按照约定继续履行或退还预付款并赔偿损失，还可受到行政处罚。

（据《中国消费者报》）