

# 在国内销售的充电宝必须要有CCC标志吗？

## ——市场监管总局相关司局负责人答记者问

本报记者 林丽鹂

### 服务窗

随着智能手机、平板电脑等电子设备的快速普及，消费者对移动电源(充电宝)的使用需求激增。我国作为全球最大的充电宝生产国、消费国，2024年市场规模已达10.46亿美元，占全球市场的30%以上。

今年以来，旅客携带的充电宝等锂电池产品在飞机上起火冒烟事件多发。中国民航局日前发布紧急通知，自6月28日起，禁止旅客携带没有CCC认证标志(俗称3C标识)、CCC认证标志不清晰、被召回型号或批次的充电宝乘坐境内航班。

一时间，很多消费者都在查找自己的充电宝是否有CCC认证标志。就大家普遍关心的问题，记者采访了市场监管总局相关司局负责人。

问：什么是CCC认证？为什么要将充电宝纳入CCC认证监管？充电宝CCC认证从何时开始执行，是否有强制性？

答：CCC认证(China Compulsory Certification，中国强制性产品认证)是我国为保护消费者人身安全、国家安全及环境，依法实施的强制性市场准入制度。

近年来，由充电宝引发的火灾等事故时有发生，威胁到消费者的人身健康和公共安全。为加强充电宝产品质量安全监管，市场监管总局根据《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》要求，于2023年3月发布《关于对锂离子电池等产品实施强制性产品认证管理的公告》，将充电宝及其关键部件——锂离子电池(也就是电芯)纳入强制性产品认证，也就是CCC认证管理，明确自2024年8月1日起，未获得CCC认证的充电宝及电芯，不得出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。

通过实施CCC认证，按照两项强制性国家标准《音视频、信息技术和通信技术设备 第1部分：安全要求》(GB 4943.1—2022)和《便携式电子产品用锂离子电池和电池组 安全技术规范》(GB 31241—2022)的规定，对充电宝的充放电温度控

制、高温外部短路、跌落和挤压等关键安全指标进行严格测试，同时对生产企业质量保证能力和产品一致性开展检查，确保产品持续符合标准和CCC认证要求，切实把好市场准入关。

问：如何辨认真假CCC认证标志？

答：目前充电宝施加CCC认证标志的主要方式为印刷或模压标志，即产品本体上印制有CCC认证标志图案。

此外，充电宝也允许粘贴标准规格CCC认证标志。标准规格标志采用全息激光防伪技术制作，对准标志观察，整体为白色底板，黑色图案，并含有菱形图案和中国认证字样暗纹，有真实感和立体感。如果没有立体效果，那么可以判断是仿冒的标志。

市场监管部门也提示广大消费者，CCC认证标志不能在市场上流通，网上售卖的含有CCC字样的标志均不合法，请消费者不要购买使用。

问：2024年8月1日起，市面上销售的充电宝都要有CCC认证标志。在此之前购买的、没有CCC认证标志且未被召回的充电宝，还能用吗？

答：2024年8月1日起，如果商家销售了没有CCC认证的充电宝，就违反了产品质量法等法律法规。对于消费者来说，未被召回的充电宝能够使用。但在乘坐公共交通工具时，要遵守相应规定。

问：夏季到了，对于安全使用充电宝有哪些建议？

答：一是消费者不要随意将充电宝放置在车内等太阳直射、高温、不利于散热的环境中使用。因为充电宝内部温度超过一定限度时，就可能发生“热失控”，引发着火或冒烟。

二是充电宝产品内部的锂电池使用的是易燃电解液，相对不稳定，一旦出现严重磕碰、挤压变形、鼓包漏液等情形，请消费者及时停止使用并淘汰、更换。

三是消费者在购买充电宝产品时，请认准产品上加施的CCC认证标志，也可以通过“全国认证认可信息公共服务平台”，查验该产品的获认证情况以及CCC认证证书是否有效。

部、山东中东部、河南东部、安徽北部、黑龙江东北部等地的部分地区高温健康风险极高(红色预警)，公众可关注预警信息变化，避开高温时段外出，减少户外活动。

高温健康风险预警分为5个风险等级：低风险、中等风险、较高风险、高风险、极高风险。其分级标准是根据高温与循环系统疾病、呼吸系统疾病的超额死亡率的暴露反应关系分析得到的。

据悉，气象部门将通过国家突发事件预警信息发布系统12379手机短信、手机客户端等渠道发送预警信息至国家级各部门应急责任人，同时通过微博、抖音等多渠道向公众传播。

### 新职业新故事



图为怀凯在制作药膳。  
李庆亮摄(人民视觉)

一碗鸡汤，能尝出几种味道？

在药膳制作师怀凯的精心烹调下，鸡肉的鲜美、草药的香气都汇聚在鸡汤中，汤色纯净，喝起来鲜甜清润。

怀凯选用散养土鸡，在鸡汤中加入芍药花、人参、石斛、葛根等中药材，烹制安徽省亳州市的知名药膳——芍花鸡。

亳州是芍药花的重要产地。过去，亳州人会在鸡汤中加入芍药花进行炖煮，但口感较为单一。后来，怀凯根据中药材的特性和味道，在鸡汤中再添加几味中药材，让这道菜味道层次更丰富，也更为滋补养生。

“没想到改良的芍花鸡一经推出，就成了店里的爆款，一年能卖出近2万份。”怀凯说。

合理运用中药材烹制可口菜肴，是药膳制作师的重要技能。今年3月，人力资源和社会保障部公布了中式烹调师(药膳制作师)国家职业标准，药膳制作师被定义为“运用中医药理论，以食药物质和食材为原料，使用烹调技法制作药膳的人员”。

“药膳制作师既要懂烹饪，是餐厅的大厨，又要懂中医药理论知识，特别是能够作为食药物质的中药材。”怀凯说。

怀凯从小便跟着父辈学习中药知识，后来又去亳州学院进修中医学。今年40岁出头的他，从事药膳制作近20年，已成为省级非物质文化遗产怀养堂药膳制作技艺第五代传承人，同时担任省药膳研究会秘书长。

2023年3月，人力资源和社会保障部在安徽合肥组织召开药膳制作师国家标准开发启动会，宣布由亳州市牵头实施药膳制作师的国家标准开发工作。怀凯作为当地药膳行业的代表性人物，也参与了标准起草。

说起药膳制作师国家标准的出台，怀凯难掩兴奋：“这

### 药膳制作师用中药烹制可口菜肴

## 将中医药理论融入饮食养生

本报记者 罗阳奇

赋予了药膳制作师正式的职业身份，有了具体的职业评价标准及操作规范。”他告诉记者，国家标准出台后，可通过职业技能等级来判定药膳制作师的水平，有利于行业规范的形成和人才的培养。

在怀凯经营的药膳餐厅，刚入座，一份时令菜单便引起了记者注意。茴香白玉苦瓜、茯苓鸡蛋饼、薄荷酸梅汤……菜单中展示了20多种时令药膳。

“芒种和夏至时节，饮食要注意降燥、解暑，我们根据这一特点制作了菜单。每两个节气，我们都会推出一份适合当季食用的时令菜单。”怀凯说。在中医理论中，不同节气要选择相应的饮食。懂得根据节气养生，按照气候特点烹调菜品是药膳制作师的职业技能之一。

如今，怀凯的药膳餐厅能用上百种中药材。亳州中药材种植、加工、贸易历史悠久，为相关从业者提供了不少便利。亳州中药材专业市场规模大，聚集了3万余家药商，平均每日上市的中药材达2800余种，年交易额达600亿元。“在亳州，我们制作药膳的原料都能得到及时供应，品质也有保证。”怀凯说。

亳州还形成了覆盖中药材种植、中药饮片加工、中成药制造、中医药科研等各环节的中医药产业链条。2024年产业规模达2102.6亿元，同比增长11.9%。

依托中医药产业的发展优势，亳州近年来打造了“亳州养生”劳务品牌。“通过技能人才的培养，为产业发展助力。”亳州市人力资源和社会保障局局长陈长安说。

截至目前，亳州市已举办6届全国性药膳技能大赛、7场全国性药膳学术论坛、8次大规模药膳产品展销会，还成立了亳州药膳学校，举行各类型药膳技能培训6000余人次。

前不久，一场药膳制作师培训在亳州药膳学校举行。授课的老师既有各地名厨，还有来自中医院的专业中医师。

学员王世界听得认真。他是本地厨师，从事餐饮行业近10年。“葛根、茯苓这些中药材我们经常看到，但从来没想过可以在餐饮中应用，这次培训学到了很多知识。”王世界说。

今年5月，由亳州技师学院(安徽中药科技学校)和亳州药膳学校联合设立的亳州药膳产业学院成立，已开始招收初高中毕业生。在该学院，学生毕业后既可以拿到相应学历的毕业证书，还能获得药膳制作师的职业资格证书。

为促进产教融合，亳州药膳产业学院还与当地10余家药膳龙头企业合作，邀请企业负责人担任客座教授，打造校企共育的药膳专业技术人才平台。

“我们计划首次招收100名学生。未来，还要持续加强药膳制作师技能培养，有效赋能产业发展。”陈长安说。目前，亳州已聚集药膳企业1500多家，产值150多亿元，相关从业人员达到3万余人。

本版责编：吕 莉 陆凡冰 李祉瑶

## 首个国家级高温健康风险预警发布

### 预警分为5个等级

本报北京7月2日电 (记者白剑峰)7月2日18时，国家疾病预防控制中心和中国气象局联合发布首个国家级高温健康风险预警。

根据预警，预计7月2日20时至3日20时，华北南部、黄淮、江淮、江汉、江南北部、东北地区北部及内蒙古、新疆等地高温健康风险较高(黄色预警)；江苏、山东、河南、安徽、黑龙江等地的部分地区高温健康风险高(橙色预警)；其中，江苏北



## 江西葛仙村度假区夜游体验再升级

### 文旅融合展新姿

暮色四合，千灯竞放。今年夏夜，江西省上饶市铅山县葛仙村度假区(简称“葛仙村”)化身一片璀璨灯海。葛仙村专为暑期档打造的全新产品——行进式演出·千灯盛境，以古画《上元灯彩图》为蓝本，再现“凤箫声动，玉壶光转，一夜鱼龙舞”的夜游盛景。

葛仙村自2020年5月开门迎客，首月客流量破8万人次，5个月营收过亿元。5年间，葛仙村持续深耕文旅融合，发展夜间经济，不断优化游客体验，从依托葛仙山的仿古村落，蜕变为集夜游演艺、国风体验、生态康养于一体的综合度假区。今年，葛仙村持续推出一系列新品，以“上新”之势为游客带来更丰富多元的度假选择和体验。

#### 新品迭出，焕新体验

##### 摘星楼：新地标重塑景区格局

作为景区入口处全新落成的地标性建筑，摘星楼飞檐翘角，气势恢宏。夜幕降临，登临其上，可真切感受“危楼高百尺，手可摘星辰”的意境。楼檐下悬挂的40块鎏金牌匾尤为引人注目，从“万事大吉”“鸿运当头”的美好祝愿，到“盛世太平”“物阜民丰”的家国理

想，不仅承载着深厚的传统文化底蕴，更成为游客祈福纳祥、拍照打卡的新地标。

##### 灵宝之瀑：律动山水打造视听新体验

乘观光车前往园区途中，可遇见由高处倾泻而下的音乐瀑布——灵宝之瀑。这座全新打造的回流瀑布，水流会伴随音乐节奏起伏律动，形成独特的反重力视觉效果。其整体造型经过精心设计，俯瞰如北斗七星排列，水流倾泻而下，气势磅礴。音乐与水流形态的巧妙结合，营造出“风生水起”的美好意境，为游客带来沉浸式的视听享受。这一融合声光电技术的人工瀑布，与原有水系景观形成互补，使葛仙村的“水文化”从视听观赏向沉浸式体验跃升。

##### 葛仙村千灯会：主题活动开启暑期夜游新玩法

针对暑期市场，葛仙村重磅推出葛仙村千灯会主题活动。活动旨在精心复原《上元灯彩图》中的各式灯彩，并融入多项非物质文化遗产灯组。近百人的巡游队伍携各式古灯，穿行于葛仙村的青石小巷之中，再现“东风夜放花千树”的璀璨灯会盛景，为游客打造一场穿越时空的文化光影盛宴。巡游表演结束后，庄重的“万灯祈福仪式”接续上演，万千油灯汇成祝福图样，诚

邀游客步入灯阵，亲手点亮“心灯”，共祈国泰民安、万事顺遂。

##### 《遇见·铅山》：实景演艺展现铅山文化底蕴

推出大型实景演艺《遇见·铅山》，剧目以青年“阿寻”的时空穿越为引，展现铅山三大历史篇章。首幕“鹅湖之会”，重现朱熹与陆九渊的学术之辩；次幕“梦回沙场”，展现辛弃疾金戈铁马的壮志豪情与深沉的家国情怀；终幕“万古一镇”，于河口古镇的茶道驼铃与畲族山歌中，铺陈多民族共生共荣的壮丽画卷。历史于此可触可感，铅山文化焕发时代新声。

##### 星辰音乐会：万人合唱点燃仲夏之夜

星辰音乐会点燃葛仙村的夏夜激情。知名乐队现场演绎耳熟能详的时代金曲，引发全场观众自发合唱，在星空下汇成震撼人心的音乐海洋，点燃游客的热情与共鸣。

##### 烟花秀：璀璨烟火流光溢彩

音乐会余韵未消，盛大的主题烟花秀随即登场。绚烂夺目的火花精准编排，在葛仙村的夜空中璀璨绽放，与漫天星辰交相辉映，编织出流光溢彩的视觉景观，为游客的仲夏夜之旅添上美丽的一笔。

#### 联动优化，产品矩阵协同升级

升级后的葛仙村夜游产品矩阵具有以下三大特点。

夜游体系进一步完善。灵宝之瀑与既有水幕电影《归真纪》共筑“水韵双璧”，摘星楼登高视角串联众妙阁、洗尘门等19个夜游点位，实现全域景观视线贯通。

文化体验进一步深化。葛仙村千灯会融合了汉服提灯游园、仙村灵宝集市等经典项目，并借非遗灯组强化“可带走的传统文化”属性。

康养内涵进一步延伸。新品布局后，景区形成“日间登山祈福—午后观瀑休闲—一夜赏灯观火”的全时段体验闭环，时时有精彩，处处有惊喜。

5年来，葛仙村以“月月有更新、季季见新意”的焕新节奏释放文旅活力。开门迎客以来，葛仙村始终坚持文化为核、创新为要的产品理念，通过将传统文化元素与现代科技、艺术表现手法相结合，不断丰富产品内涵，致力于为玩家提供更高品质、更具吸引力的文旅度假目的地，展现了其推动文旅产业高质量发展的坚定信心。从星辰广场到摘星楼，建筑形态迭代映射文化表达的深化；从静态水系到灵宝之瀑，技术赋能展现山水灵性；从常规灯展到千灯巡游，非遗资源转化为沉浸式体验。葛仙村正以集群式创新，打造传统文化活态传承的范例，为江西文旅高质量发展写下生动注脚。

数据来源：江西鑫邦葛仙山旅游投资管理有限公司