

罗马仕充电宝安全问题引发舆论风暴 校企政多方联动下的应急处置启示

（文稿内容转自人民网舆情数据中心）

近日，有多所北京高校学生发帖称，学校保卫处下发通知，近期发现 20000 毫安的罗马仕牌充电器在充电时，相较其他品牌型号充电器，更容易发生爆炸现象。如持有使用该品牌型号充电宝，建议立即舍弃，以防发生危险。



我们也

333

【安全提示】

接上级主管部门提醒，近期发现20000毫安的罗马仕牌充电器在充电时，相较其他品牌型号充电器，更容易发生爆炸现象。

!!!!!! 请各位师生员工及时排查本人充电宝是否是该品牌型号，如持有使用，建议立即舍弃，以防发生危险。

2天前 北京 回复



作者

你们是啥学校🤖 这不会是北京市统一的吧 2天前 北京 回复

92



: 真通知了😭

42

大家好：

近期发现，20000毫安的罗马仕牌充电器在充电时，相较其他品牌型号充电器，更容易产生爆炸现象。请如有使用该品牌型号充电宝的，一定要注意安全，注意人走断电~@所有人

多所学校工作人员向媒体确认上述信息。北京工业大学耿丹学院保卫处称，是接到北京市教委的安全提醒后做出的应急处理，根据其了解，北京市教委已向全市高校下发了该安全提醒。

北京市教育委员会工作人员回应媒体表示，高校有自主管理权限，上级规定不会具体到充电宝或者插销的类型，一般都是学校的校规或者安全管理规定。

6月13日，罗马仕官方客服回复称公司正在核查信息来源，具体事件真实度尚未确认，信息关乎公司品牌商誉，法务部门在跟进中。罗马仕所有销售的产品都经过质检合格才推出市场。

6月14日，深圳罗马仕科技有限公司官方微博发布声明称，对此事件给师生及公众带来的困扰深表歉意，并承诺对于权威机构鉴定存在缺陷的自家产品，将依法承担全部责任。罗马仕高度重视此事，已第一时间展开核查，并和北京市教育委员会等相关部门取得了联系。截至公告发布时，公司尚未收到来自北京市教育委员会的相关风险通告，并指出相关信息在传播过程中出现了偏差，导致公众产生误解。罗马仕承诺，后续事件进展将通过官方渠道及时通知公众。

6月16日，深圳市市场监督管理局网站消息称，深圳罗马仕科技有限公司按照《消费品召回管理暂行规定》的要求，向深圳市市场监督管理局报告了召回计划，将自即日起，召回2023年6月5日-2024年7月31日期间制造的部分罗马仕ROMOSS牌移动电源三款产品共计491745台。通知称，深圳罗马仕科技有限公司将为购买到召回范围内产品的消费者免费更换一台全新的、不低于原产品价值且符合安全要求的移动电源产品、或做退货退款处理。本次召回的移动电源产品，由于部分电芯原材料来料原因，极少数产品在使用过程中可能存在过热现象，在极端场景下可能产生燃烧风险，存在安全隐患。

6月18日，深圳罗马仕科技有限公司官方微博公示“移动电源召回计划”，表示由于部分电芯原材料在极端场景下可能产生风险，存在安全隐患，主动针对部分批次产品发起召回计划。

6月20日，国家市场监管总局全国认证认可信息公共服务平台显示，深圳罗马仕科技有限公司及相关公司的快充移动电源3C认证被大批撤销，证书状态显示“暂停”。

目前，在罗马仕各大电商平台的旗舰店内，已经无法在上架商品中搜索到充电宝。

整体来看，**事件发酵呈现出典型的多中心联动和迅速扩散特征**。最初，个别高校内发生罗马仕充电宝爆炸现象后，由校方保卫部门向全校发布安全提醒，并接到消防部门建议。此后，地方教育主管部门启动风险预警。随着罗马仕充电宝产品存在安全隐患的消息在北京多所高校广为传播，并获多家媒体采访确认，舆情开始大规模突破校园圈层，对罗马仕品牌层面产生波及。

在主流媒体、自媒体和社交网络的多维扩散下，舆情焦点迅速聚焦于产品安全责任、消费品质量监管及企业态度等话题。至此，罗马仕公司顺势启动应急响应，包括客服回应和官方微博发布说明、配合权威部门调查、向监管部门申报并召回相关产品。直至国家市场监管总局出面，罗马仕快充移动电源大批次 3C 认证被撤销，企业线上渠道也紧急下架相关产品。**一系列链式反应，将校园局部安全事故激化为消费品安全的社会性公共事件，引发行业、公众对移动电源行业产业链、认证监管体系的广泛反思，也为涉事各方舆情管理带来深刻挑战。**

高校信息传播与责任边界之辨

在传播初期，**高校成为风险拦截的第一道防线**。各高校能迅速对潜在安全隐患进行信息通报，反映出学校在日常安全管理中具有相对敏锐的风险意识和较为完善的信息传递机制。保卫处和学生处工作人员以预防性通知的形式，建议师生排查并停止使用涉事品牌产品，有效降低了大范围安全事故发生的概率，这一应对措施具有现实针对性和及时性。

然而，**教育主管部门与高校之间责任边界在这一事件中表现得较为模糊**。北京市教委工作人员在回应媒体采访时明确指出，高校具有自主管理权限，相关规定不会细化到产品型号的具体层面。但在实际操作中，地方教育主管部门仍以安全提醒、信息通报等方式，对高校管理策略带来影响。

这一方面显示出地方教育主管部门对于风险管理的谨慎，另一方面也彰显其在舆情敏感事件中的“稳妥态度”，将裁量与处置主动权大幅授权给高校。总体而言，这是一种行政分权下各单位协同回应的表现，但在舆论压力下，也存在信息一致性难以保障、权责界定不清的问题。高校在表现出对安全问题的高度

重视和责任担当的同时，舆论场中“校园禁令”“全面叫停”等标签被过度放大，易引发社会误解，催生品牌危机。

罗马仕突发声誉危机应对分析

随着#北京多所高校禁用罗马仕充电宝#话题冲上微博热搜榜首位，网民对该品牌产品安全质量的担忧也蔓延开来。对于罗马仕品牌而言，此事件迅速演变为品牌声誉危机。舆论主要聚焦于两个方面：一是产品是否真存在大规模、普遍性质量隐患，若有问题是否及时召回；二是充电宝爆炸的个别现象是否存在导致企业、品牌无辜“躺枪”的可能。





部分网民评论

面对迅速发酵的危机, 罗马仕官方客服的初步回应十分谨慎, 表示尚在核查网传信息的真实性, 并重申所有产品经质检合格才上市, 同时强调信息传播可能存在误差。此时, 企业主要基调在于“厘清事实”“依法守责”, 力求避免因官方信息传递偏差加剧消费者恐慌。次日, 企业及时发布更为正式的公开致歉声明, 表达对各方困扰的理解与歉意, 承诺若有权威鉴定缺陷定将依法全面负责, 并表示已与相关政府部门积极沟通。

此番应对总体显示企业较高的舆情敏感度, 反应迅速, 并努力推动信息透明与多方协作, 试图制止舆论失控, 寻求平衡风险与责任。值得肯定的是, 罗马仕展现了正面回应的积极姿态, 在尊重消费者知情权的同时, 也展现出品牌对社会责任和法律义务的重视。

然而, 面对高校与监管部门联动释放出的高度警示信号, 罗马仕官方回应从“信息传播偏差导致消费者误解”到“召回问题产品”的**前后转变容易引发社会对**

其诚信度以及内部质量管理体系的质疑。在舆情高压面前，及时、透明、专业的信息披露，才是现代企业公共危机应对的基本准绳。

电子消费产品安全事件的社会影响与治理启示

该事件之所以持续引发舆论广泛关注，根本在于移动电源等消费电子产品的普及性，以及安全风险外溢影响的公共性。自燃、爆炸等极端事故的发生，一旦与人群密集的校园环境结合，便极易引发社会不安。“学生发帖—媒体跟进—高校和教育主管部门回应—企业致歉并召回—监管机构权威处置”的话题发酵路径，呈现了事件“发生—发酵—相关方回应—处置”的社会协作全链路。

一方面，公众对充电宝等日用消费品的质量投诉与安全预警越来越敏感，对企业和市场监管部门的要求也水涨船高。舆论不仅关注赔偿和召回，更在意“谁来发现风险、谁来承担责任、如何防控下一次事故”；另一方面，市场监管部门、认证机构的权威行动为维护消费信心、规范行业门槛、推动行业升级提供关键支撑。

回顾该事件的全过程，几方面启示应予重视。**其一，校园、企业和有关部门多方需共同完善消费品隐患的发现机制，提升预警能力和处置效率。**校方应与监管部门联合完善校园高频消费品（如充电宝、插座等）动态风险清单和应急处置预案。**其二，企业突发危机管理要坚持以坦诚沟通为核心，早期信息公开要及时、充分，勇于认责并立即启动权威检测和补偿措施，不回避、不推诿。**第三，市场监管与权威认证不能“一撤了之”，更需同步溯源抽查、提升技术标准、售后追踪等组合措施，遏制行业“劣币驱逐良币”的恶性循环。