

“三无”电子烟化身“可乐罐”

相关部门严格监管电子烟市场,采取法律手段规范电子烟产业发展

“‘奶茶杯’‘可乐罐’‘星球杯’，3个只包邮，厂家直送’……在刚满十八岁的“老烟民”小晨（化名）的朋友圈里，她时常能看到兜售这类“玩具”的微商广告。不过，这些五颜六色、名字可爱的东西并非真的玩具，而是一种一次性电子烟。

这些标价 59—159 元不等的一次性电子烟不仅外观亮眼,且有“绿豆冰棍、生椰拿铁、草莓冰激凌”等多种口味可供选择。“虽然是一次性,但里面有 15 毫升的大容量烟油,买回去能吸上五六千口。”卖家称,这些电子烟配有充电口,方便消费者多次使用。值得注意的是,这些电子烟外包装都为外语介绍,未见中文标记,且未注明生产厂商名称、地址和生产日期等信息,实为“三无”产品。

今年10月1日起正式实施的《电子烟强制性国家标准》规定，禁止电子烟烟弹销售除烟草外的其他风味。《电子烟管理办法》中明确规定，任何个人、法人或者其他组织不得通过本办法规定的电子烟交易管理平台以外的信息网络销售电子烟产品。然而，记者近期调查发现，这些非法生产的“三无”电子烟在网络上的生意似乎未受影响，经过“包装”，销售甚至越发火爆。

“三无”电子烟“很好卖”

目前，正规渠道的品牌电子烟只能销售烟草口味。而年轻消费者对果味电子烟的需求给了“三无”电子烟的生存空间。“吸电子烟的人很少有喜欢烟草口味的。”小晨说，她朋友圈的微商开始改卖这种外观色彩丰富、且具有多种不同口味的“三无”电子烟。

事实上，这类“三无”电子烟在网络上并不难找到。记者搜索“奶茶杯”等关键词，发现还有人为其创建了微博超级话题，目前此类话题已有2000余名粉丝、发布了2000多条帖子。

有买家发布求购帖，半天就收

到 30 多条评论，评论区大多为 IP 地址显示广东、湖南等地的电子烟微商留下联系方式及价目表，这些产品包括“奶茶杯”“可乐罐”“星球杯”等。虽然品名不同，但均为一次性电子烟产品，标价 59—159 元不等；口味多种多样，包括绿豆冰棍、生椰拿铁、草莓冰激凌等，一些热销口味被特别标注“断货”。其宣传海报颇能蹭热度、搭上世界杯元素。然而在这些商品外包装图片上，却没有任何中文标识，有微商表示这些产品为“外贸出口货源”，并强调是“厂家直销”，部分产品外壳有“防伪验证

码”，强调不会有品质问题。对于买家身份、年龄，微商并没有核实，而是直接发送了收款码，还有卖家称，同城可以闪送，“两小时就能收到”。

有卖家表示,感兴趣者还可以成为“代理”。尽管一些快递公司已经限量或不再接受电子烟寄递,但他表示“自己有门路,每天都能发出几百单,可以一件代发,没有囤货风险”,更声称“很多学生都在做我的代理,很好卖”。代理价格在30—60元左右的一次性电子烟,通常能卖到59—159元不等的高价,其中的利润率最高可达165%。

电子烟潜藏安全隐患

“三无”电子烟有着小巧的外形、令人喜爱的口味，对校园里的未成年学生很有吸引力，而其背后却潜藏着被忽视的安全隐患。

在一款“三无”电子烟的外壳上，其生产标准编号仅显示为企业标准，未有任何其他说明。2022年5月1日起正式施行的《电子烟管理办法》中强调，“电子烟产品应当符合电子烟强制性国家标准”。而“三无”电子烟却缺乏生产标准等安全标识。

小晨称，相比正规厂家生产的电子烟，“这种（电子烟）烟杆电池很不稳定”，她已经充坏了好几个“奶茶杯”。另有微商反映，这种“三无”电子烟电池的稳定性存

在问题，“每次充电1小时就行了”“充太久烟油被充焦就无法使用了”。

这类电子烟的设计缺陷不仅体现在烟杆上，真正被雾化加热的主体——烟油的安全性更不为人知。许多“三无”电子烟外壳上并没有写明烟油的主要成分，只用英语写着“本品含有尼古丁”，尼古丁是一种上瘾性物质。”消费者并不清楚这些具有多种口感的电子烟其中究竟添加了何种成分。在微博超话中，不少消费者在交流购买到劣质“三无”电子烟后的不良体验，“吸了一口就想吐”“味道完全不正常”。一些微商对烟油的安全性问题，通常以“大家都在吸”“评

价都没问题”为由搪塞，有的转而推荐购买要价更高、有防伪的“三无”电子烟，称“吸进自己肺里的，一分钱一分货”。

一位自称与电子烟厂家私交甚密的微商源源(化名)透露,这类电子烟之所以外包装全为英文,是因为今年10月《电子烟强制性国家标准》实施后,一些电子烟厂商不敢再生产面向国内消费者的产品,但为了满足消费者仍然存在的对果味电子烟的需求,他们开始打上“外贸产品”的幌子继续生产、销售相关产品。由于市场需求较大,“为了牟利,这些电子烟基本用的都是最便宜的(原料),(烟油成分)大多来路不明”。

“暴利”电子烟市场不是法外之地

近年来，监管部门对于电子烟的管理愈加严格，相关规范不断出台。“但上有政策下有对策，还是会有一些厂家生产不符合国标的产品。”电子烟行业专家陈中说：“太暴利了，谁都想分一杯羹。”

针对一些厂家打“擦边球”，以“专供海外”为说辞继续生产果味“三无”电子烟产品的情况，陈中分析说，“这些企业是没有生产许可资质的，同时根据我国电子烟的监管规定，无论是销售国内还是出口的产品，均须具有生产资质并注明厂名厂址与生产许可证号，这种违规行为需要承担法律责任。”

陈中认为，治理类似“三无”违规电子烟，溯及源头是关键。“上游的这些非法生产‘三无’水果味电子烟的厂商被清理掉，下游黑市的交易才会减少。”事实上，国家监管方面已经开始采取行动阻断“三无”电子烟生产厂商的黑色

产业链。在电子烟产业较为发达的广东，11月3日，东莞市工业和信息化局发布了未获证电子烟企业的后续管理工作通知，要求各部门在全市展开摸查，发现企业未获许可证却仍在生产、经营电子烟，将联合多部门进行查处。据千龙网消息，11月2日，广东东莞警方打掉一涉嫌销售“三无”假冒电子烟的窝点，涉案金额高达137万元。

在“三无”电子烟售卖链条上，寄递服务是重要环节。11月23日，国家烟草专卖局、国家邮政局发布了《关于电子烟产品、雾化物、电子烟用烟碱等限量寄递的通告》，其中提到寄递烟具、电子烟烟弹（液态雾化物）、烟弹与烟具组合销售的产品（包括一次性电子烟等）、烟液等雾化物、电子烟用烟碱，每人每天限寄一件，不准多件寄递。陈中认为，限制电子烟相关产品快递有利于减少非法产品

的流通，但这一规定需要有关部门严格执法，落到实处。

违规发布电子烟售卖信息的微商，网络平台有义务采取限制措施。对此，中国人民大学法学院刘俊海教授建议，要进一步压实网络平台责任，应采取技术手段，对一些可能涉及电子烟的关联词等进行屏蔽，并严格检查平台商家是否存在“暗箱操作”等行为。社交平台对于涉及电子烟及其关联词的信息要进行更加严格的排查，应及时封停存在销售电子烟行为的违规账号，对于可疑账号采取必要的限制措施，保护未成年人的健康成长。

“市场有眼睛，法律有牙齿，电子烟市场不是法外之地。”刘俊海认为，身披马甲的“三无”电子烟销售屡禁不止，需要相关部门对电子烟市场的新动向形成常态化严格监管，切实采取法律手段规范电子烟产业发展。



资料图片

别让电子烟毒害孩子

电子烟是一种模仿卷烟的电子产品，是否有害一直存在争议。随着科学研究进一步深入，电子烟已被越来越多专家与专业机构认定为存在健康风险——将含有尼古丁的液体经过雾化后吸入口中对人的呼吸系统同样具有危害。尤其是未成年人呼吸系统尚未发育成型，吸入此类雾化物会对肺部功能产生不良影响，并可能导致烟碱中毒等多种问题。

基于电子烟多样的口味以及炫酷好玩的追求，让不少喜欢追逐新事物的年轻人成为电子烟的拥趸。为了吸引年轻人，商家还在外观上动了很多脑筋，走起了“可爱风”。除了品类繁多的“奶茶杯”之外，包装像零食吸一口就能吐出烟雾的“气泡口香糖”也颇受欢迎。这些打擦边球的电子烟产品，由于外形和口味“新奇”，对未成年人有强吸引力，很多人称之为“儿童电子烟”。

禁止向未成年人出售电子烟是社会共识。2022年10月起,《电子烟强制性国家标准》正式施行,除烟草口味以外的调味电子烟全面禁售。一些电子烟厂商

为了满足消费者仍然存在的对果味电子烟的需求，开始打上“外贸产品”的幌子继续生产、销售相关产品。

电子烟“线上禁售令”设立初衷主要是为了保护未成年人权益，但商家通过微信交易的方式让“年龄门槛”形同虚设。由于电子烟大多是通过网络、微信在暗地裡售卖，卖家不会去核实消费者是否是未成年人，也无法核实。

“三无”电子烟化身“奶茶杯”“可乐罐”，熏坏的是孩子的肺，全面禁售不能成为一句空话。一方面，要从源头上加强电子烟等新型烟草制品监管，清理非法生产“三无”水果味电子烟的厂商，推动电子烟行业的规范发展。另一方面，市场管理部门要加大打击力度，不给“奶茶杯”等违法电子烟可乘之机。此外，相关社交平台也守土有责，隐性销售的行为虽然能避开平台的审核，但平台也应该通过巡查等方式主动清理非法内容，或者提供便捷的投诉渠道，在接到投诉后也要及时处置。

(来源：中国青年报、钱江晚报等)



资料照片