

近日，有网民反映消费市场上出现了以“奶茶杯”“可乐杯”等为名的一次性水果味电子烟产品，售价在40-199元不等。一些产品外包装全为英文介绍，且无生产厂商名称、地址和生产日期等信息。记者随机购买几款送检后发现，这些产品存在电子烟烟碱超标等质量问题。同时，这些电子烟线上销售途径相当隐蔽，卖家通过关键词屏蔽、隐藏物流信息等途径逃避平台监管。

2022年3月11日，国家烟草专卖局发布《电子烟管理办法》，并于2022年5月1日起施行。《办法》明确，禁止向未成年人出售电子烟产品；国务院烟草专卖行政主管部门建立全国统一的电子烟交易管理平台；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、雾化物和电子烟用烟碱等。但记者调查发现，依然有商家在网上“换马甲”售卖电子烟产品。

专家认为，此类产品流入市场会严重影响未成年人身心健康，建议重点监管雾化物工厂，从源头斩断威胁青少年身心健康的产业链。

### 非法电子烟泛滥

#### “奶茶杯”质量堪忧

“‘奶茶杯’‘可乐罐’‘星球杯’，3个包邮，厂家直送。”小晨（化名）在朋友圈里时常能看到兜售这类“玩具”的微商广告。“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。”

记者在微信朋友圈等渠道上看到，很多卖家都宣称此类电子烟没有传统香烟的有害物质，却有传统香烟的“口感”，是戒烟的完美替代品。有的还将电子烟产品名称冠以电子咖啡、雾化能量棒甚至戒烟棒等名称，这也迷惑了不少未成年人。

“看起来并没有什么危害，而且有很多口味”一些未成年人在不知情的情况下使用了这类产品，吸上了“第一口烟”。2022年5月，中国疾控中心发布的《2021年中国中学生和大学生烟草流行监测结果》显示，2021年中学生使用过电子烟的比例为16.1%，其中使用水果味的比重占到63.8%。事实上，2022年10月1日起正式实施的《电子烟强制性国家标准》规定，禁止销售除烟草口味以外的其他口味电子烟。这类“三无”电子烟通过各种水果口味，迷惑了不少消费者。

“水果味电子烟的出现，严重干扰了我们原本针对青少年的禁烟宣传。”深圳市控制吸烟协会负责人庄润森说。

除了名称、外包装和“口感”具有迷惑性，记者还留意到，这类电子烟产品大多为一次性烟油，且电子烟外包装都为外文，未见中文标记，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。记者随机购买了四款微商售卖的电子烟，依据《电子烟强制性国家标准》针对电子烟雾化物中烟碱和重金属含量进行检测。检测结果显示，四个样品中，提取出来的电子烟烟油都达不到宣称的15毫升或20毫升，有的甚至只有7、8毫升；其中一个产品烟碱含量超过国家标准规定的20mg/g，检测值为24mg/g，烟碱浓度超标。

此外，很多“三无”电子烟外包装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中究竟添加了何种成分。

广东质量监督检验研究院研究员孙世英表示，水果味电子烟中的“果味精油”究竟是何种成分，很难通过标准化检测来检测出来，只能通过气味来判断，这就给了很多不法商家可乘之机。不少消费者称吸食此类水果味电子烟“吸了一口就想吐”“味道完全不正常”。一些微商通常以“大家都在吸”“评价都没问题”为由搪塞，不做正面回复。

### 伪装成“外贸货”

#### 平台监管仍存漏洞

记者调查发现，一些“三无”电子烟是线上微商等渠道的热销产品，部分商家通过伪装成“外贸货”、逃避关键词搜索、逃避物流实名制约束等方式进行线上销售。

记者留意到，市面上贩售的“奶茶杯”等产品大多为英文包装，伪装成“外贸货”，还有的生产信息也未注明。对于这些电子烟外包装全为英文的内幕，一位自称与电子烟厂家私交甚密的微商源源（化名）透露，《电子烟强制性国家标准》实施后，一些电子烟厂商开始打上“外贸产品”的幌子继续生产、销售相关产品。

除了微商渠道，在一些电商平台上，记者也发现了这类产品的踪影。记者在淘宝页面搜索“电子烟”，出现大量“电子烟保护套”“硅胶套”“电子烟挂绳”等周边产品，店铺客服弹出留言“请及时加vx，避免因政策影响无法联系”，客服称“现在还能买，淘宝没有，+v”，而所谓的“+v”即通过社交软件微信进行联系。而在另外一个名为“WAPE总仓”的微信商城中，记者看到商城中展示了大量包括“流体熊”“烟弹”等在内的水果味电子烟产品。客服告诉记者，只需要选好后微信支付即可，商城中不展示物流信息则不会被平台监控到。

据知情人士介绍，在“三无”电子烟售卖链条上，寄递服务是重要环节。根据国家烟草专卖局、国家邮政局发布的《关于电子烟产品、雾化物、电子烟用烟碱等限量寄递的通告》，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。然而在记者购买的产品中，多数都是通过虚拟号码进行“一号多发”。

一些商家明知电子烟为快递禁止寄递的违禁品，依然在寄递环节钻空子。在“WAP E总仓”微商商城中的“用户下单必读”中写着，“烟草限寄快递已出，电子烟已成违禁品”“如有人电话咨询购买物品是什么，说生活用品，切记勿说电子烟”。

### 建议多方发力

#### 实现全产业链严格监管

针对这类电子烟在线上隐蔽售卖的情况，受访专家建议，对电子烟全产业链实施严格监管，管住线上线下销售渠道，鼓励民众积极举报违法线索，全方位拦截，让“三无”电子烟无隙可乘。

中国人民大学法学院教授刘俊海建议，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。上海交通大学中国城市治理研究院研究员蔡雨阳建议，应加强对社交媒体平台的监管力度，封禁违规账号，有效保障消费者安全。

此外，治理类似“三无”违规电子烟，溯及源头是关键。据悉，有关监管部门已经开始采取行动，阻断“三无”电子烟生产厂商的黑色产业链。2022年11月，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。国家烟草专卖局也开展“奶茶杯”“可乐罐”等调味电子烟整治工作，查破各类案件593起。

蔡雨阳表示，此类产品大量流通屡禁不止，提示监管部门必须加大监管力度，重点监管持证企业、雾化物工厂。建议由烟草管理部门牵头，市场监督管理部门和司法机关支持，对电子烟产业密集的地区和相关企业、雾化物工厂开展常态化监管。

青少年处于快速探索、学习周围事物的阶段，对新兴事物存在强烈的好奇心，电子烟外观设计新颖、口味样式各异，更加符合青少年的心理特征。刘俊海等专家认为，学校及家长应当共同担负教育职责，学校要加强对青少年法律知识和健康知识的宣传教育，让青少年了解烟草的危害，正确引导青少年远离烟草。对于校园不良风气，学校要及时引导阻止，家长也应加强教育，避免青少年前往容易接触到烟草的场合。（记者胡林果 熊嘉艺）

来源：经济参考报