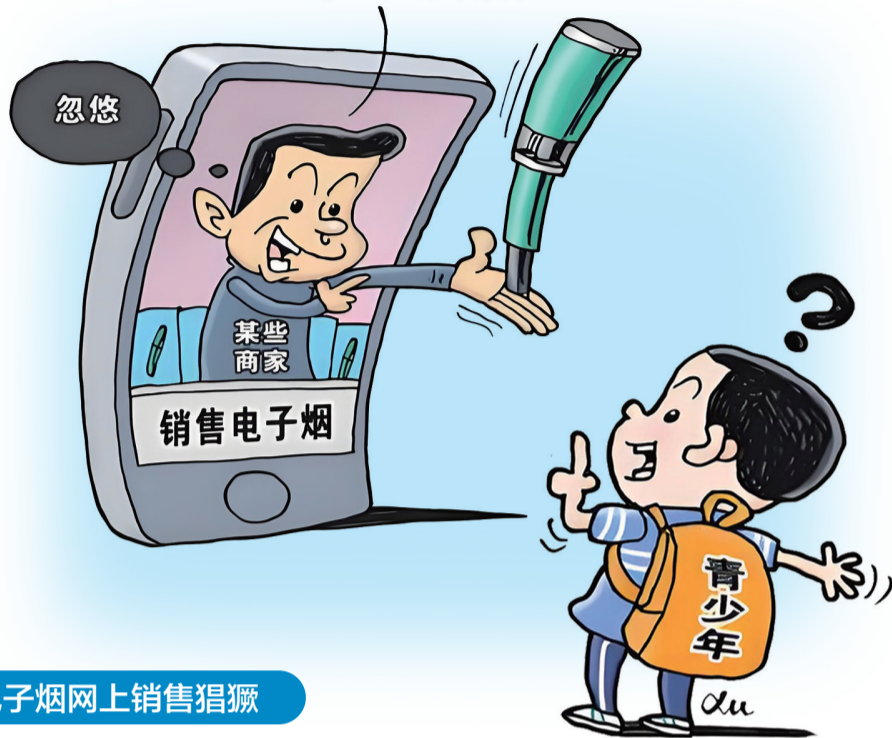


# 果味电子烟网售缘何久禁不绝

~ 安全放心、无毒无害、低毒低害 ~



短视频平台上，一条标有“新口味到货”的视频里，展示着各种口味电子烟的精美图片；评论区里，“怎么买”的留言下方，回复的是社交平台账号或私密网址。看似寻常“种草”的背后，实则是电子烟“公域引流、私域交易”的灰色产业链正悄然运转。

记者调查发现，大量果味电子烟交易转移至线上渠道，呈现交易平台私域化、线上线下一体化、实物运输隐蔽化等特征。出于尝鲜猎奇心态，难挡“物美价廉”诱惑，果味电子烟在部分青少年群体中受到追捧，甚至成为诱导涉毒的载体。执法人员表示，打击电子烟非法交易在平台监管、快递渠道监管等层面仍存难题，成为网络空间治理新挑战。

## “公域引流、私域交易”，电子烟网上销售猖獗

“正品果味烟弹，口味齐全，私聊下单。”在某短视频平台上，这样的“广告”并不鲜见。记者搜索“电子烟”等关键词，虽然页面会出现“网络销售电子烟违法”的提示，但稍加变换搜索方式，如搜索“可乐杯”“酒吧精灵”等暗语，疑似电子烟的内容便大量出现。

记者以买家身份尝试联系多家网络店铺，体验了完整的线上交易流程。记者在淘宝上检索“雾化器”，选择一家名为“驰正医疗器械旗舰店”的店铺进行咨询，客服便发来微信号。记者添加该微信后，对方在微信中发来多张标注口味的电子烟图片，包括“奶茶杯”“可乐杯”“暴力熊”等造型时尚的产品，并表示由海外仓进口，质量有保障。

当记者询问是否有水果味时，卖家回应：“口味齐全，只走快递，不支持线下取货。”记者购买了一款“ICEMAX”（冰爆）草莓味电子烟，配备10ml一次性烟弹，花费123元。记者提供地址与联系方式后，对方迅速发货，三日即到货。

类似的交易模式并非个例。

记者在调查中尝试联系了多名卖家，发现其操作流程高度一致：先在公域平台发布短视频或图文内容引流，再通过私信或主页简介引导用户添加微信，最终在私域完成交易。整个过程，卖家无需与买家见面，交易全程依托网络。

“公域引流、私域销售，是电子烟非法销售的主要方式。”福建省烟草专卖局有关负责人说，早期是在淘宝、京东等公域平台上直接交易，在集中整治后，转为平台上引流，在微信上完成交易，形成“线下无货、线上成交、快递配送”的闭环。

执法人员介绍，一些卖家甚至将电子烟伪装成“文具”“玩具”“日用品”等，在快递面单上填写虚假品名，以规避平台和物流检查。

电子烟非法销售层层加价、牟取暴利。福建省烟草执法部门查处的一起案件中，电子烟烟弹3颗的成本价仅12元，到某集中点仓库价格涨到25元，从仓库经中间商卖到福州后涨到60元，再通过网上销售到“消费者”手中涨到99元。

## 猎奇尝鲜、“物美价廉”，青少年是吸食主力军

在福建一所职业院校附近走访，记者看到一名正在吸卷烟的学生。记者问：“平时有没有吸电子烟？”这名学生立即从口袋里掏出电子烟。他说，电子烟是从网上购买的，花三四十元钱可以抽几千口，口味很丰富，身边有多个同学像他一样既抽卷烟，也抽电子烟。

烟草部门执法人员告诉记者，果味电子烟因其口感香甜、造型时尚，对青少年具有极强的吸引力。一些电子烟产品被设计成“奶茶杯”“暴力熊”“可乐杯”等卡通造型，外观酷似玩具，极具迷惑性。有卖家甚至打出“中药雾化器”“草本雾化”等旗号，宣称产品“健康无害”，误导青少年购买。

在猎奇心态之外，价格便宜，是电子烟吸引青少年的重要

原因。烟草部门执法人员说，正规烟弹三粒装120元，单价40元，网上违规销售的烟弹单价在一二十元的不在少数，而一个烟弹相当于3包烟到4包烟，价格优势十分明显。

福建一名基层法院法官告诉记者，从案件中看，电子烟吸食人员较多集中在14至18岁，通过口口相传、互相介绍电子烟卖家，形成圈子。

值得注意的是，电子烟正成为诱导青少年涉毒的重要载体，有非法商家在电子烟油中添加依托咪酯、美托咪酯、替来他明等麻醉类、精神类药物。

受访人士表示，电子烟对青少年身体的损害与传统烟草本类似，会增加呼吸系统疾病风险，诱发心血管损伤。

## 深化协同 构建共治格局

多名烟草执法人员说，电子烟的监管，是我国烟草领域的新课题。面对野蛮生长的线上销售乱象，需要进一步深化部门协同，压实平台责任，同时提升家校参与度，构建共治格局，遏制电子烟在青少年群体中的蔓延态势。

电商平台、社交平台，是电子烟监管的重中之重。相关人士认为，要充分运用大数据技术，提高对关键词的识别、筛选、拦截能力，督促有关平台自主清理网络非法贩卖信息和虚假广告宣传信息，切断网络销售链条。

针对快递行业，执法人员建议，快递企业要提高人防、技防能力，加强与执法部门的合作和信息共享，要针对异常寄递行为进行画像，提高反应灵敏度。同时，还要推动电商平台和快递企业严格落实年龄核验机制，规范未成年人网购行为。

西北政法大学教授褚宸舸认为，社交平台、电商平台、快递物流企业还应积极履行主体责任，加大内部管控投入，进一步打破数据壁垒，与各地烟草、公安、市场监管等部门整合、共享信息数据，为有效打击提供支撑。

网上非法售卖电子烟治理，是一项系统工程。唯有职能部门、平台企业、社会各方协同发力，联动打击，才能斩断这条“围猎”青少年群体的灰色产业链。 据新华社

## 斩断电子烟网售的黑灰产业链

2022年5月1日起施行的《电子烟管理办法》规定，除全国统一的电子烟交易管理平台之外，不得在网络上销售电子烟；禁止销售除烟草口味外的调味电子烟。

然而，明令禁止、严打整治之下，电子烟披着“奶茶杯”“可乐杯”等新潮的外衣，依然在网络空间大行其道，对青少年身心健康造成严重威胁。

一些卖家以“换马甲”的方式逃避监管，在短视频平台用“雾化器”“草本雾化”等暗语作诱饵，吸粉引流。价格低廉、造型时尚、口味多样等“复合优势”，使果味电子烟迎合了青少年的猎奇、尝鲜心理。先在社交平台等“公域”引流，再到通讯软件等“私域”交易，最终由寄递物流送货到家，连同“上游”的黑作坊生产，以不断迭代的技术手段为支撑，逐步形成一条日趋隐蔽化、专业化的黑灰产业链。

电子烟网上销售缘何久禁不绝？网络平台首当其冲——“电子烟”等关键词被屏蔽，却难以阻止“雾化器”等暗语招摇过市；冷清的评论区留下一串串账号，俨然成为非法“交通站”；店铺资质审核“走过场”，入口把关流于形式。寄递物流难辞其咎——快递面单上的“指鹿为马”“拍A发B”的瞒天过海，查验环节的挂一漏万，为果味电子烟的流通开了“绿灯”。

网络空间，不能成为电子烟非法销售的“温床”。要坚持全链条打击，切实斩断黑灰产业链。

网络平台要练就“火眼金睛”——督促电商平台、社交媒体等加大技防、人防投入，提高技术筛查能力，运用大数据手段做优关键词、敏感词过滤。寄递物流行业要筑牢安全防线——将“三个100%”作为安全管理的刚性标准，加强与网络平台、执法部门的线索和信息共享。监管部门要协同共治——烟草、公安、市场监督管理等部门，要以最严监管织密电子烟治理网络，对于违规行为“露头就打”，持续强化执法震慑。

治理电子烟非法销售乱象，非一日之功，也非一方之力可为。唯有监管“长出利齿”，平台“守土尽责”，家校“携手共育”，才能构筑起坚实的“防火墙”，为青少年成长撑起一片“无烟”的天空。 据新华社

# 天一蜂业

## 天一蜂业 假一赔十

产品优惠：纯槐花蜂蜜，20元/500克（整桶2.5千克）；槐花浆，100元/瓶（500克）；高档槐花蜜、枣花蜜、桂圆蜜，售价150元/500克，现特价优惠100元/500克。

二日龄蜂乳，油菜花蜂王浆新品已到货。

活动时间：即日起至9月30日

地址：烟台市南大街116号亚细亚后楼（天一蜂业有限公司）  
联系电话：13806388092 吴

## 声明

上海市长宁区人民法院（2024）沪0105民初9974号判决认定，我们在部分商品上使用企业字号“婴儿乐集团”标识构成了对山东婴儿乐股份有限公司第3217321号“婴儿乐”商标的侵权。现在我们依据法院判决，已停止相关商品的生产销售。因我们的侵权行为，造成消费者对部分商品来源产生误认或者混淆，由此给山东婴儿乐股份有限公司造成了影响，我们特此道歉。

烟台嘉乐食品科技有限公司  
烟台婴儿乐集团有限公司  
2026年4月25日