



『变种』电子烟网络大肆售卖 别轻易尝试

近年来，相关部门一直持续强化电子烟管控，不论是电子烟“线上禁售令”，还是明确强调禁售除烟草口味外的各类调味电子烟，电子烟看似已经“远离”了网络平台和未成年人群体。但记者调查发现，电商平台涌现出各类号称“不含烟碱（尼古丁）”的雾化器产品，这类商品无论从款式造型还是抽吸方式都与电子烟颇为相似，而且有多种口味可供消费者选择。

A 电商平台充斥“变种”电子烟，购买时没有任何限制

最近每次出门前，还在上高中的冯硕（化名）都会从抽屉里那一排五颜六色的长方形机器中挑一个带上，这种既有颜值又能吐出芳香雾气的雾化器已成为他近期出行的“标配”。

“这叫果味雾化器，在网上可以随便买，吸起来凉凉的，很甜。”冯硕告诉记者，他买的一次性电子烟一支不到30元，能吸一个月左右。

记者以“雾化器”为关键字在某电商平台搜索后，出现大量售卖电子烟的商家。记者注意到，冯硕经常光顾的这家店，名称中带有“医疗器械专营店”字样，在该款产品下方的具体介绍中，并未详细列明生产商的具体信息，但用醒目字样标注的“0焦油”“0尼古丁”“0有害物”等宣传语，极力将该产品与电子烟“划清界限”。

记者看到该款产品显示已有“7000+”人次付款，评价几乎均为好评，不少消费者还晒出了自己吐烟雾的视频。在问答区，一位消费者询问孩子是否可以购买，商家回复该产品不可给未成年人使用。但冯硕表示，自己在购买时并没有任何限制，商家并未询问购买者年龄。

吸食方便、口味多样几乎成了在售雾化器的统一特征，这也吸引了更多像冯硕这样的未成年人去尝试。冯硕就是在一名同学的推荐下“入坑”的，那名同学吸食的是带有尼古丁的电子烟。

记者在调查中注意到，一些雾化器商家通过无尼古丁的雾化器为噱头宣传引流，在个别店铺的留言区，有消费者询问是否有含有尼古丁的电子烟出售，一些回复隐晦地表示可以和店主私聊。

“当前电子烟商家想在电商平台卖货，大多选择这种规避方式。”电子烟商家刘铭告诉记者，如今在网上不能直接上架电子烟相关产品，发布相关图片也很容易被封号。安全起见，很多电子烟商家会进一些雾化器产品，以此为卖点，减少被监管的风险。在售卖雾化器的同时也能有效吸引有购买电子烟需求的消费者，一些买家和卖家在私聊时了解到有电子烟售卖，就会“心照不宣”地添加联系方式，后期通过社交平台私下交易。也有商家会要求消费者拍下店内相同价格的雾化器产品，冲店铺销量，增加曝光量，但实际发的货却是电子烟。

B 草本雾化器属于电子烟，相关部门已采取措施整治

事实上，针对电子烟成为新型电子烟的问题，相关部门也给予了关注。

此前，网络上出现大量以“草本雾化器”为名的电子烟雾化器，打着医疗器械“医用加热雾化”的名义大肆售卖，但外观和使用方式与电子烟完全相同。

“草本雾化器不是电子烟”也几乎成为这些商家的统一说辞，一些商家更是列出了雾化器的医疗器械注册编号，以示权威。

今年5月底，在国家烟草专卖局针对电子烟监管举行的新闻发布会上，国家烟草专卖局专卖监督管理司副司长孙冀指出，针对草本雾化器问题，国家烟草专卖局在2024年专门印发了《关于新型电子烟产品适用法律问题的批复》，其中明确，不含烟碱成分，全部或部分雾化成气溶胶供人抽吸、吸吮、咀嚼或者鼻吸等的产品，依照电子烟的规定管理。因此，该类假借医疗器械注册或备案名义生产、销售的草本雾化器属于电子烟。

针对此类产品在网络大肆销售，相关部门采取了一系列措施予以整治。

孙冀介绍，2024年9月，国家烟草专卖局、国家药监局就草本雾化电子烟社会危害性和监管工作情况开展联合调研，确定草本雾化电子烟与医疗器械在使用方式、温度、雾化物属性等机理上的五大核心区别，共同研究如何加强草本雾化电子烟监管、避免医疗器械污名化的举措。2025年，国家药监局医疗器械标准管理中心修改《2020-2021年医疗器械分类界定结果汇总》，对第二百五十四项的医用加热雾化器分类结果予以作废，从源头上杜绝了草本雾化电子烟取得医疗器械注册。

如今，记者在电商平台搜索“草本雾化器”后，页面会自动跳转至绿网计划，强调根据未成年人保护法、烟草专卖法、烟草专卖法实施条例等法律法规规定，任何公民、法人或者其他组织不得通过信息网络销售烟草专卖品，不得发布推广和销售电子烟的信息。

C 需要进一步完善监管体系，压实电商平台责任

近年来，国家针对电子烟的管控政策在不断收紧。

2019年10月30日，国家市场监督管理总局、国家烟草专卖局联合发布《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》，敦促电子烟生产、销售企业或个人及时关闭电子烟互联网销售网站或客户端；敦促电商平台及时关闭电子烟店铺，并将电子烟产品及时下架；敦促电子烟生产、销售企业或个人撤回通过互联网发布的电子烟广告，电子烟“线上禁售令”正式实施。2022年5月1日起，《电子烟管理办法》施行，禁止销售除烟草口味外的调味电子烟和可自行添加雾化物的电子烟。2022年10月1日起，电子烟国家标准施行，界定了电子烟的术语和定义，规定了电子烟设计与原材料要求、技术要求。

在加强电子烟违法广告监管方面，国家市场监督管理总局及时完善电子烟广告监管规则，于2023年发布《互联网广告管理办法》，明确规定禁止利用互联网发布烟草（含电子烟）广告。

但不可否认的是，当前仍然有大量变种电子烟在网络销售，各类电商平台成为主要销售渠道。

“互联网再大也大不过法网。”中国人民大学法学院教授刘俊海指出，当前很多在网络售卖的电子雾化器与电子烟极为相似，但电商平台往往只针对电子烟产品严禁销售，对其他打“擦边球”的产品却默认甚至助推，这是平台责任的缺失。

刘俊海认为，相关法律法规既已明确禁止在网络销售电子烟产品，监管应当更为严格。应进一步压实电商平台责任，电商平台除了要对一些可能涉及电子烟等关联产品的关键词进行屏蔽外，还应对相关类型产品进行严格审核，将可疑商品从平台中剔除，避免助长市场乱象，并严格检查平台商家是否存在“暗箱操作”引流等行为。此外，针对当前社交平台中存在大量电子烟营销的情况，也应当进一步

强化对于涉及电子烟及其关联词的排查。

厦门大学法学院烟草法律与经济政策研究中心主任姜孝贤指出，当前相关法律法规及国家标准对电子烟概念进行了界定，因此判断一款电子烟产品是否属于电子烟，需要结合产品名称、功效宣称、对消费者的诱导和误导程度、对人体的可能伤害等因素来综合判断。

电商平台应严格遵守相关规定，及时将销售电子烟的账号、店铺关停，下架违规商品。如果遇到新产品类型，无法确定其产品属性的，应当立即保存相关记录并向有关部门报告，基于相关部门的定性作进一步举措。若平台未能有效履行上述监管职责，将面临相应的法律责任。

据《法治日报》

