



暗语营销 公域引流 私域交易

果味电子烟网上销售缘何久禁不绝

短视频平台上，一条标记有“新口味到货”的视频里，展示着各种口味电子烟精美图片；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。

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，不得在网上销售电子烟；禁止销售除烟草口味外的调味电子烟。

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、线上线下融合化、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。记者在添加该微信后，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，3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，是电子烟非法交易的主要方式。”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、物流配送”的闭环。

执法人员介绍，有的社交平台逐步演变为引流入口，卖家通过评论区留微信号或在聊天信息中加群等方式，将用户引向私域社群。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。

值得警惕的是，为逃避打击，部分交易已转移至境外加密软件。执法人员介绍，一些不法分子使用“蝙蝠”“纸飞机”（Telegram）等境外即时通讯软件进行交易联络，这些软件具有“信息秒删、私密度高”的特点，且服务器设在境外，大大增加了执法部门的取证难度，违法犯罪行为模式出现“电诈化”趋势。

电子烟非法销售层层加价、牟取暴利。福建省烟草专卖局查处的一起案件中，电子烟烟弹3颗的成本价仅12元，到某集中点仓库价格上涨到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

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—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—18岁，通过口头相传、互相介绍电子烟卖家，形成圈子。还有执法人员说，电子烟不像传统卷烟，没有烟灰、烟头，一些中学生跑到厕所抽，抽完老师不知道、家长也不知道。

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，制成所谓的“上头电子烟”，向青少年兜售，多地法院查办了此类案件。

受访人士表示，电子烟对青少年身体的损害与传统烟草基本类似，会增加呼吸系统疾病风险，诱发心血管损伤。有执法人员说，国家将电子烟纳入烟草专卖管理，禁止销售除烟草口味外的调味电子烟，一个重要考量就是保护未成年人。但在治理实践中，除了吸食电子烟之外，还有大学生发现有同学有购买需求，在社交平台代卖电子烟，最终被执法机关查办。

平台失管、伪装寄递，治理面临多方面难题

近年来，国家烟草专卖局等部门出台多项管理规定，福建等地从强化网络治理、开展专项打击等方面采取措施，加大对电子烟违规销售的打击力度，在取得一定成效的同时，仍面临多方面治理难题。

平台监管责任未有效压实。调查发现，有的社交平台虽已对“电子烟”等关键词进行搜索拦截，但对“雾化

器”“奶茶杯”等变体关键词的监管仍存在盲区。一些卖家在评论区设置“暗号”，只有“圈内人”才能看懂。

尽管国家明令禁止利用互联网发布电子烟广告，但一些社交平台仍成为引流、交易重灾区。平台对“雾化器”“草本雾化”等关键词拦截不彻底，有卖家用“dd”“雾化器”“中药雾化器”等暗语指代电子烟，平台对此缺乏有效管控。

执法人员表示，相关部门虽建立协同机制，定期抓取敏感信息，但面对快速迭代的暗语体系和境外软件，技术监测手段仍显滞后。此外，平台对商户资质审核、商品信息管理、评论区审核等方面存在漏洞，有的违规账号被封后仍可轻易重新注册。

寄递渠道监管难。当前电子烟寄递有快递、闪送、同城自取、专车运输等方式，运输数量由“大件单次”向“小件多次”发展，运输方式由“三通一达”向“小型物流”发展，伪装性强。

福建省邮政管理局相关负责人介绍，涉及违规品的寄递件往往伪装性强、溯源难，本身就难以发现，部分卖家采用“拍A发B”方式，如下单普通雾化器实际发货电子烟，有的快递企业为控制成本，对电商大客户多以抽查代替全检，虽然与烟草部门建立了联合举报机制，但快递员主动发现并举报的案例寥寥无几。

法律适用难影响打击效果。目前，涉电子烟刑事罪名主要是非法经营罪，生产、销售伪劣产品罪，贩卖毒品罪。司法实践中，不少犯罪团伙为逃避打击，通过正规渠道取得了经营许可证，无法适用非法经营罪；若案件中未涉毒，也不能适用贩卖毒品罪。如何适用生产、销售伪劣产品罪，成为不少案件办理的关键。

深化协同、压实责任，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。

福建省烟草专卖局专卖处处长欧阳建筑建议，建立健全公安、检察院、法院、烟草、邮管、市场监督管理等部门联席会议机制，针对涉电子烟案件办理中遇到的新问题、新动向，加强共同研判，形成执法共识，对网络平台非法售卖突出问题，开展专项打击。

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。

打造宣传教育矩阵，家、校、社会合力筑牢防线。相关专家建议教育部门将电子烟危害等知识纳入中小学健康教育课程，通过典型案例曝光、普法讲座、校园宣讲等形式，提升青少年和家长的认知。烟草部门可联合卫生健康部门制作电子烟危害科普材料，通过电视、新媒体等渠道广泛传播，切实提高公众防范意识。

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《新华每日电讯》记者/王成、黄景鸿）