



多种口味吸引年轻人甚至未成年人“入圈” “三无”电子烟化身“可乐罐”公开卖

□ 本报记者 孙天骄

“福祿大彩蛋，强烈推荐！薄荷白桃青提口味全”“兔兔奶茶杯，水基油激爽润口，奶茶般纵享丝滑”“流体暴力熊造型，抽完还能当摆件，颜值真的高”……

《法治日报》记者近日调查发现，线上线下电子烟销售市场出现了大量这种“三无”电子烟产品：外包装上无详细中文说明，无生产厂家等信息，更没有生产许可证。这些“三无”电子烟在外包装上和卖家的推广广告中，被称为“一次性雾化剂”“奶茶杯”“可乐罐”“星球杯”等，多种口味是这类产品的主要卖点。

事实上，《电子烟强制性国家标准》《电子烟管理办法》等明令禁止除烟草口味以外的调味电子烟。同时，向未成年人销售电子烟也是禁止行为。然而，这类“三无”电子烟却以奇特造型、花样口味，不仅吸引了大量年轻人，还逐渐吸引不少未成年人“入圈”。

接受采访的专家认为，“三无”电子烟泛滥会导致多方面的危害，扰乱烟草市场秩序，危害人体健康，而其对未成年人的危害更是值得警惕。在多重禁令之下，“三无”电子烟仍野蛮生长，这归咎于交易手段的隐蔽性、监管不力等多重因素，亟待采取相应措施加以规制。

三无电子烟受追捧 各种口味吸引少年

“前段时间，我本来是想去买普通卷烟的，但进店后，老板向我热情推荐了一款一次性电子烟，说是叫‘可乐罐’，有多种口味，味道甜美，年轻人爱都爱。”北京市朝阳区居民袁先生向记者谈起了第一次购买电子烟的经历。

袁先生去的烟酒店位于朝阳区一小区内。据店主介绍，一次性电子烟可以抽6000口左右，充电就能抽，一支能抽一个月，性价比高，有各种水果口味，比普通卷烟和市面上的普通电子烟都要好抽。出于好奇，袁先生花99元购买了一支柠檬口味的“可乐罐”。

袁先生回家后才发现，这种电子烟可能是“三无”产品。“外包装格外简陋，连生产厂家和生产标准都没有，附带的使用说明书里只有繁体中文。”

抽了一段时间后，袁先生发觉，这种水果口味的电子烟虽然比普通卷烟的焦油味、抽起来味道比较甜美，不过抽多了会感觉嗓子疼，“后来就不敢再抽这类电子烟了”。

近日，记者来到上述烟酒店实地采访，一进门，就看到门口收银台前摆放着大量五颜六色的小瓶子。店主看到记者在观察这些小瓶子后，立刻拿出一个递了过来并说道：“一次性电子烟，有果味的还有汽水味的，不刺激，好多小年轻都买。”店主口中的一次性电子烟，价格在89元到99元

不等，其中一款名叫“兔兔奶茶杯”，外形就像一个迷你的带吸管水杯，包装上还印着卡通兔子图案，分为多种颜色，不同颜色对应不同口味，有奇异果、黑加仑、激爽可乐等。此外，旁边还放着不少某款电子烟的替换芯雾化弹，也有多种口味，如蜜桃多多、元气草莓、冰魄薄荷等。

记者花99元买了其中一款青提味的“兔兔奶茶杯”，在这款产品的外包装上，尽管有某品牌名称，但是生产批号、生产厂家、使用说明等信息一概没有，只有简单的信息表明，该产品烟油容量为15毫升，尼古丁含量为每毫升30毫克。

记者询问店主具体使用方式时，得到的回复是“可以直接用自己的数据线充电，充电就能抽，大概能抽6000口”。在介绍商品时，店主更是多次表示，这种果味电子烟“都是年轻人来买，一次买好几种口味换着抽，其中不乏学生党”。

据了解，“可乐罐”等“三无”电子烟近期在市场上悄然出现，并迅速在年轻人群体中风靡。

江苏南京的段女士逛街时经常看到，有年轻人随身携带造型精致的电子烟，她觉得这样随手拿出来抽一口的感觉很酷，于是特意托朋友买了一款名为“奶茶杯”的水果味电子烟。

“我单纯觉得样子好看，抽着好玩，想着水果味的应该危害也不大，这个和专柜买的普通电子烟不太一样，抽起来味道真的很香，但一天不能抽太多，抽上十几口就感觉嗓子像被顶住一样。”段女士说，这种电子烟的受众主要是年轻群体，身边不少“00后”都在抽。

近日，一名拥有2000万粉丝的测评博主在短视频平台上发布了一则介绍水果味电子烟危害的视频，而在评论中却有不少网友留言称“想买”“有没有卖的”“年轻人谁抽卷烟啊”，对这种水果味电子烟的追捧可见一斑。

相关新闻报道显示，不少中小学校周边店铺向学生兜售果味电子烟。有网友评论称，“我才六年级，班里就有人抽了，老师最近在忙着请家长‘喝茶’”“我现在初二，身边抽的人确实不少”。

禁烟之下隐蔽售卖 平台设置专属超话

记者近日调查发现，无论是线下实体店，还是线上电商平台、社交软件中，都有大量“三无”电子烟售卖情况存在。

在一些电商平台，搜索“电子烟”关键词时，会直接弹出“绿网计划”页面，显示根据相关法律法规规定，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。平台进一步规定禁止发布电子烟及相关商品，如电子烟套装、雾化器、烟油、烟弹、注油工具或服务、加热卷烟烟具等。

因此，在相关平台检索“果味电子烟”“烟油”等关键词，均显示无搜索结果。

2022年10月1日起正式实施的《电子烟强制性国家标准》规定，禁止电子烟烟弹销售除烟草外的其他口味。《电子烟管理办法》也明确规定，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；禁止向未成年人销售电子烟。

然而，多重禁令之下，“三无”电子烟为何仍能轻易买到？

朱杰说，随着电子烟国标的出台，国标电子烟只能卖烟草口味，而“三无”电子烟拥有各种水果口味，更容易被消费者所接受。2022年5月，中国疾控中心烟草发布发布的《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%。在2021年中国电子烟消费者偏好口味中，60.9%消费者偏好丰富的水果、食物等其他口味。

北京化工大学文法学院讲师吴迪认为，这类电子烟对年轻消费者，特别是未成年人吸引力强。其外观设计十分可爱，包装像零食或玩具，又有多种新奇口味，对孩子具有很强的诱惑力。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，电子烟与传统烟草相比，外观观设计新颖、口味样式各异，更加符合青少年的心理特征。

“《电子烟管理办法》出台后，由于明文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，使得一部分青少年群体选择这些‘三无’产品作为新的‘玩具’，继续选择自己喜欢的口味。”吴迪说。

朱杰还提到，“三无”电子烟在研发、税收、人工等方面，成本远低于国标电子烟，所以价格低廉，利润空间大，因此消费者更愿意选择，商家也更有利可图。同时，由于这类“三无”电子烟多是小作坊式经营，资金、技术投入低，并且藏于暗处，相关部门打击难度较大。

朱杰建议有关部门加强监管，从生产和销售两方面着手，双管齐下。相关监管部门应追溯查找不法生产厂家，予以整治打击；公安部门、市场监管部门应当在酒吧、学校等“三无”电子烟集中场合进行巡查，及时发现并处理“三无”电子烟销售终端。同时，建立举报奖励机制，将监管变为群防群治，提高监管效率。

吴迪认为，应当进一步压实网络平台责任，采取技术手段，对一些可能涉及“三无”电子烟的关联词，如“雾化油”等进行审核和筛查，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，保护未成年人健康成长。

“要重点强化电商平台、社交平台的主体责任，严密排查，快速环节要坚守实名制，严格检查包裹物品，不给违法寄送‘三无’电子烟提供便利。”吴迪说。

朱杰还呼吁，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。家长也应加强教育和管理，避免青少年前往容易接触到烟草的场合。

漫画/李晓军

重大任务派给谁，推选先进评给谁？

温州公安打造“三能”积分平台给出精准答案

□ 本报记者 陈东升 □ 本报通讯员 赖冰山 章程凯

在基层公安工作中，如果有大任务，派给谁？如果推选先进，评给谁？如果关爱帮扶，呵护谁？这些问题一直是公安队伍管理的难点，也是系统性重塑励警工作的重点。

什么是能、他能不能、怎样才能？2022年以来，浙江省温州市公安局作为全省试点，深入践行“三能”和“三个出来”的要求，主动融入数字化改革浪潮和“公安大脑”建设，以瓯海区分局为样本，打造“三能”积分先进典型管理平台，依托“一舱、两库、三指数”6大场景多跨协同、数智赋能，实现对民警成长记录、选树培育、爱警暖警、荣誉积累等综合管理，全力打造公安队伍先进典型管理新载体、新模式。

运行以来，全市公安机关涌现出一大批全国公安系统英雄模范集体和个人，温州市公安局被授予全国五一劳动奖状，系2022年全国公安系统唯一获此殊荣的集体。瓯海辖区刑事治安警情同比下降

24.13%，群众安全感、认可度测评排名全市第一，被推选为“全省模范公安局”。

“金胜义，男，45岁，禁毒大队大队长，三季度积分93.06分，排名分局第一。健康状况良好，从警无违纪违法行为。”“三能”标签：全国优秀人民警察、业务精通的禁毒先锋、毒品治理创新意识强……”近日，瓯海区分局“三能”励警积分评价体系首期晾晒模型出炉。在管理平台“驾驶舱”内，民警不仅可以看到自己的季度、年度评价分值，还能查看个人从警生涯的“三能”专属画像。

这套积分评价体系源自浙江公安“三能”通用标准，又有温州公安的独特“密码”。该局按照“平时、关键时、危急时”3大维度，共设置对民警“忠诚品格、日常考核、执法办案”等11项评价项目，并结合基层所队、机关警种的不同特点调整赋分规则，按季度、年度动态生成“三能”积分，评选出“三能”之星，让民警对“什么是能、我能不能、怎样才能”的成绩一目了然。

“为了让民警‘三能’画像更生动直观，我们还多跨平台，形成涵盖民警从警生涯全周期、全维度的数据池，一舱展示民警成长的全息‘数字档案’。”温州市公安局政治部副主任唐成耀说。

目前，该“驾驶舱”已对内连通本警种“违纪违法”“信访投诉”等平台，向上对接省公安厅“智慧政工”“执法办案”等系统，对外采集社会组织“健康档案”“志愿服务”等信息，通过多跨协同自动抓取200余万条数据，为精准画像提供了坚实保障。

“如此高的荣誉，对我们既是激励更是鞭策！”当双手捧回“全国优秀公安基层单位”的牌匾，瓯海区分局潘桥派出所所长项长勇感慨万分。该所在竞争中脱颖而出，还得益于“三能”积分先进典型管理平台的又一项功能——“三能”典型模型。

2022年5月，全国公安系统开展英雄模范立功集体表彰。瓯海区分局通过“三能”积分模型场景，将全区公安机关符合警种、年龄、荣誉等人员予以自动筛选排名，最终根据基础条件和“三能”画像情况，潘桥派出所顺利“出圈”，最终获得公安部表彰殊荣。

2022年以来，该局已通过“三能”典型模型，推选

出“全国枫桥式公安派出所”“全国优秀人民警察”等一批集体和个人，共有11个集体和105个人受到记功嘉奖。

“通过平台模型与大数据碰撞功能，我们对单位和民警生成多类自定义标签，便于快速产生符合条件的‘三能’典型对象，有效提升政工平台的智慧化水平。”瓯海区分局党委委员、政治处主任林建敏说。

除了典型推选，该平台还依托“看三能”“比三能”“选三能”等筛选功能，选拔出一批具有侦查、反诈等特长人才，充实到大案要案侦破、打击整治电信诈骗等专项岗位。

依托“三大指数”感知典型培育，宣传报道、警队健康情况，并视情纳入“三能典型库”“三能关爱库”，是温州公安“三能”积分先进典型管理平台的又一项功能。

试点运行以来，瓯海区分局先进典型报道量同比上升40%，督察扣分数同比下降25.5%，“三能”战力得到有效提升。在该局2022年提拔任用的31名中层干部中，“先进典型库”人员占比达32.2%。

专家解读@索尼中国微博账号被禁言事件时称 跨国企业应尊重当地法律及人民感情

□ 本报记者 赵丽 □ 本报实习生 王禹钦

1月4日晚，认证为“索尼(中国)有限公司官方微博”的账号@索尼中国被禁言，其账号页面显示“因违反相关法律法规，该用户目前处于禁言状态”。

据公开报道，被禁言的原因是@索尼中国在邱少云忌日当天，发的微博高度疑似影射侮辱烈士。截至记者发稿时，该微博账号仍处于禁言状态。

中国人民大学教授吕景胜对侮辱、诽谤英雄烈士问题作过深入研究。在他看来，“亡国先灭其史，诛其魂先诛其心，诋毁、抹黑英雄会使人民没有精神寄托和信仰，此类事件的性质极其恶劣”，应当依法严惩。

2022年10月12日，@索尼中国官方微博发布一条帖子，内容是“待到山花烂漫时，她在丛中笑”。这句诗出自《卜算子·咏梅》，以梅花的品质和形象象征中国共产党人在艰难环境下克服一切困难的不屈意志。

而该帖子配发的图片是一片红色的花簇，在花簇正中央放了一个黑色狗头在凝视镜头。

当天正是抗美援朝英雄邱少云烈士牺牲70周年，上述黑色狗头的图片构图与邱少云烈士牺牲时的画面高度雷同，有疑似影射侮辱之嫌。

这并非索尼公司第一次受到质疑。公开报道，2021年10月12日，索尼公司因违反广告法中“广告不得损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密”条款，被监管部门罚款100万元。

2021年6月30日，@索尼中国发布海报，宣布新机将在7月7日晚上10点发布，而这正是1937年“七七事变”的发生时间，这一“巧合”随即引发中国网友质疑和愤怒。次日上午，@索尼中国删除相关文章并就此事发布道歉声明。

此外，记者还查询到，2019年12月13日正值南京大屠杀死难者纪念日，索尼公司在这一天召开新闻发布会推出新款降噪耳机，喊出“从不妥协”的口号。

针对索尼公司的行为，中国人民解放军西部战区陆军官方微博、官方微信公众号于1月6日发文：“因涉嫌侮辱邱少云，索尼公司被微博禁言，该！每到重要节点就出来作妖，对于这种可耻行为，我们坚决反对！”

1月7日，共青团中央官方微博也发文怒批索尼公司，强调绝不容忍对烈士的恶意歪曲、丑化、否定。

还有不少网友发出质疑：索尼公司长期在中国做生意，难道连中国的法律和民族感情都不知道？

“跨国企业在任何地方经营都要遵守当地法律，尊重当地人民感情。这是投资兴业、开展合作最起码的遵循。”曾担任过多家外企公关工作的业内人士彭凯说，索尼作为深耕中国市场的数十年的公司，理应知悉中国的民族英雄、理解和尊重中国的民族感情。在中国土地上，公然侮辱中华民族的英烈，不是“工作安排不周”“给公众造成误解和困扰”“深表歉意”轻飘飘几句话就能获得谅解的。

军事专家公方彬告诉记者，为避免发生冲突，国际性大公司内部大致都有研究各个国家法律环境、经济文化禁忌的职能部门。对此类事件，中国网民态度比较强烈，也给予了索尼公司一定的警示，但也要注意不要过度放大，应把握尺度，群众不要借此做出过激举动。

公方彬注意到，针对侵犯英烈名誉荣誉事件，@共青团中央都及时发声谴责，他对这种官方主动亮剑，以及很多媒体在舆论场主动出击、旗帜鲜明表明立场的做法表示赞赏。“无视会让对方寸进尺，近几年，在保护英烈的法律完善方面，我们做了很多工作，现在是时候拿起法律武器了。”

据了解，英雄烈士保护法明确规定，篡改、否定英雄烈士事迹和精神，宣扬、美化侵略战争和侵略行为，寻衅滋事，扰乱公共秩序，构成违反治安管理行为的，由公安机关依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。此外，我国广告法也有明确规定，“广告不得损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密”。

在吕景胜看来，对网上侮辱英烈的行为，应根据其情节、阅读量、流量、造成的社会影响及危害等，进行综合研判，考虑是否可适用治安处罚法等。

但他同时指出，对于“擦边球”行为，没有具体明确的指向，属于利用隐喻影射手法影射英烈，手法阴暗险恶，但提升到法律层面规制惩罚有一定的难度，很多时候往往只能删除、禁言，而无法进一步处罚。“目前英烈法所规定的‘歪曲、丑化、篡改、否定英雄烈士事迹和精神’是否包含如索尼公司这次事件中的这种‘影射’行为，有待法律界定、司法机关认定。”

“这说明我们的法律政策还有需要完善之处。要优化法律规则，依法应对和处置这种行为。”公方彬说。

