

南昌市电子烟市场情况分析及相关建议

许镭明 彭健

(南昌市青云谱区烟草专卖局 江西 南昌 330000)

[摘要]近年来,雾化型电子烟(下文简称电子烟)与加热不燃烧卷烟相比,因没有烟草制品的物理特性,受控约束小,发展势头迅猛,悦科、魔笛、欧凡尔、锐德等国内外电子烟品牌,不断出现在社会公众面前,与其它类型的流通商品相比,没有统一的产品标准和有效的管理依据,容易导致电子烟游离在正常的商品流通管理秩序之外。

[关键词]电子烟;现状分析

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.04.1921

为规范电子烟等新型烟草制品秩序,2021年3月22日,工信部、国家烟草专卖局发布了公开征求对《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定(征求意见稿)》的意见,在附则中增加一条,作为第六十五条:“电子烟等新型烟草制品参照本条例中关于卷烟的有关规定执行”。

为与时俱进,笔者结合南昌市场状况,从“推进电子烟监管法制化、符合电子烟产品特性以及当前国际监管的通行做法、增强电子烟监管效能”三点考虑,对电子烟现状进行分析。

一、现状分析

(一)现阶段电子烟特性。

1. 游离在控烟政策之外。由于烟气少、气味淡,不少人会钻控烟政策的空子,在公共场所的室内抽食,这对传统烟民会带来强烈的诱惑。另一方面,电子烟在广告宣传上不像传统卷烟处处受限,随着互联网和公共媒体的发展,电子烟的宣传短片、图片和广告语极其丰富,容易混淆公众视听,让电子烟容易被接收。

2. 存在虚假宣传成分。电子烟是一种模仿卷烟的电子产品,有着与卷烟相近的外观、烟雾和味道,打着“健康时尚”“卷烟替代品”的幌子来引导公众。但是电子烟所宣传的“功效”缺乏有关文献、检测报告等权威依据支撑,反之近年不少权威部门披露不少电子烟危害的报告。

3. 易满足年轻群体追求个性的需要。目前电子烟的消费群体以年轻人人居多,在酒吧、夜场等娱乐场所内吸食一根电子烟成为年轻人扮酷的方式。电子烟外形前卫,色彩绚丽,造型多样,口味丰富(中华、芙蓉王、利群、水果、汽水、零食口味等),比传统卷烟更新颖,可选择性多,携带方便,年轻人对卷烟认识较浅,容易接受电子烟的抽吸方式和味道,进而产生依赖。

4. 购买渠道多且被认为“正规”。目前对电子烟没有衡量产品质量的标准,所以吸食者认为所购买的电子烟均为合格产品。电子烟不受计划管控,在特殊时期(卷烟供应紧张期),购买需求容易得到满足,而且与传统卷烟相比,一些人认为电子烟没有假货,而且可以通过网络渠道、外卖等便利渠道购买。

5. 价格阶梯式存在。目前电子烟价格从十几到上千元都有,不仅能满足高端人群的消费需求,价格低廉的电子烟对未成年人也有较大诱惑。

(二)电子烟销售现状。

1. 传统商店。该类店面多为沿街商铺,多由电子烟厂家代理商上门宣传推销,用奖励型政策鼓励经营者尝试上柜销售,由于传统食杂店消费群体固定,人流量不高且整体店面形象较差,所以电子烟销量较低。

2. 连锁便利店(如有家、乐豆家等)。电子烟货源由厂家或代理商统一调配,该类便利店地点繁华、装修现代新颖,主要顾客为年轻群体,是电子烟重要的销售端。

3. 电子烟体验(专卖)店。该类电子烟销售店主要座落于商业中心圈的专柜或实体店,具有展示、体验、介绍、宣传、销售的作用,为开拓电子烟市场的主力军。

4. 特殊业态(酒吧、会所、网吧等)。由于电子烟的利润远高于传统卷烟,因此大力推销电子烟。由于场所的特殊性和消费人群的复杂性,该特殊业态极易出现毒品电子烟“上头”的现象,产生社会治安隐患。

二、电子烟管理对策设想

1. 市场数据作铺垫。加大对市场数据的掌控,尤其摸清电子烟体验(专卖)店和连锁便利店的底数,与市场监督管理部门协作,通过营业执照的经营数据确定全市电子烟专卖店数量和大致分布情况,并由烟草、市监组成联合工作组,向电子烟专卖店和电子烟专柜聚集多的商场管理部门进行正面宣传,引导电子烟经营者规范有序经营。

2. 及时寻求政府部门支持。据成都商报报道,目前世界上有189个国家和地区出台电子烟管控措施,日本、加拿大、新加坡等国家全面或部分禁止电子烟,但目前南昌对电子烟在公众场合吸食的管理暂为空白,站在保护未成年人的角度需要政府部门尽快将电子烟纳入管控。

3. 全面了解电子烟的成分情况。当前针对电子烟产品还需做到自身心中有数,可以主动联络质检等部门对市场主流品牌电子烟的成分、配件质量进行检测,根据结论及时制定和调整对策。

4. 强化卷烟市场化取向改革。电子烟涌现的背后是利益在驱动,电子烟的暴利使创业者和投资者纷纷涌入,并且将目标客户群体定义为年轻人。卷烟生产企业还需在符合卷烟生产国家政策、标准的前提下,加强年轻烟民对新时代传统卷烟吸食口感的研发,另一方面,烟草商业企业要进一步落实上级要求,做实卷烟市场化取向改革,真正还原市场需求和货源供应,只有满足了社会公众的需求才能获得市场。

5. 在传统卷烟零售户中觅支持。倡导经营者改造好经营环境,多上架传统卷烟,营造宜人的卷烟消费环境,同时可采取鼓励政策,进一步提升零售户在传统卷烟上的盈利水平和满意度,引导零售户以传统卷烟为主,主动拒绝电子烟等有关产品。

6. 适应电子烟管理的新环境。电子烟的管理要以国家的具体政策为准,如何及时做好有关政策的落地,就需要自身有专业的知识和人员能迅速融入新的电子烟管理秩序之中,作为烟草主管部门应当做好前期工作,如对相关电子烟品牌的研究,了解市场所销售电子烟品牌的占比,掌握电子烟的销售模式、购买渠道,还有掌握相关法律法规政策,并加强与中烟电子烟部门沟通了解电子烟工作原理和制作、原料采供等一系列工作。同时对零售点的分布和库存情况要及时了解,为专卖管理提供信息储备。

电子烟作为新型产品,与传统卷烟还是存在较大的特性差别,作为传统烟草行业应及时关注其发展,在不乱阵脚、不滥用市场支配权的前提下,依法依规做好宣传引导。

参考文献

[1]谢巨晨.电子烟全球流行情况及应对策略分析[C]//第21届全国控烟学术研讨会暨中国控制吸烟协会成立30周年纪念会.2020.