

昨天是第36个世界无烟日,记者实地走访: 人员密集的公共场所 禁烟标志咋成了摆设

本报记者 沈译筠

控烟是全球公认的、针对单一危险因素进行预防控制的最有效措施。世界卫生组织提出,每年的5月31日为“世界无烟日”,倡导全球公众关注吸烟对健康的危害。

在第36个世界无烟日到来之际,本报记者展开走访,聚焦公共场所吸烟、电子烟违规售卖等乱象。



人来人往的批发市场 他们旁若无人吞云吐雾

公共场所禁烟,目的在于有效杜绝二手烟危害,隔绝环境烟雾,还社会大众一个清朗的生活环境。

近年来,随着执法、宣传力度不断加大以及全民素质不断提高,全社会控烟环境整体向好,大众对烟草危害的知晓率、主动接受监督意识、控烟参与意识不断提高,年轻一代非吸烟人群比例逐渐提升。

但与此同时,记者实地走访发现,仍有部分公共场所禁烟问题上缺乏监督管理,抽烟现象依旧存在。

清晨5点,位于余杭区的杭州果品市场一派忙碌景象,商家与客户的交谈声加上往来三轮车、汽车鸣笛声充斥着整个市场。就在人员如此密集的环境中,抽烟者不在少数,既有顾客,也有商家。他们旁若无人地吞云吐雾,完全不顾其他人的感受。

在这个市场走了一圈,记者几乎没有看到禁烟标志,仅有一些商铺张贴了防火标志。



杭州果品市场内,一男子正点燃手中香烟



农发·城市厨房内,食客边抽烟边聊天

三五好友大排档聚会 禁烟标志下分发香烟

忙碌一天,邀上三五好友聚聚,这或许是许多人的休闲方式。

晚上7点刚过,农发·城市厨房负一层海鲜大排档已经热闹起来。酒过三巡,一阵阵欢声笑语不时从餐饮区传出,随之而来的,还有阵阵刺鼻的二手烟味。

记者观察发现,虽然大排档墙上贴有显著的禁烟标志,但并未对抽烟的食客起到警示作用,相反,有个人就在禁烟标志下堂而皇之地分发香烟并点燃,灯光下,烟雾缭绕。

除了食客,该区域部分海鲜销售商户同样缺乏自觉,站在摊位前抽烟的商家不在少数。

令人不解的是,记者在上述场所走访过程中,始终没有看到一位管理方或经营工作人员劝阻吸烟现象,张贴的禁烟标志似乎成了摆设。



销售点在售的水果口味烟弹

禁售半年多

水果味电子烟仍私下售卖

福禄大彩蛋、兔兔奶茶杯、流体暴力熊……曾经的电子烟市场,水果味电子烟是绝对的主流,仅一个品牌就有几十种口味,尤其受到年轻烟民的青睐。

去年10月1日起,正式实施的《电子烟强制性国家标准》规定,禁止销售除烟草外的其他口味电子烟。《电子烟管理办法》中明确规定,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。

按理来说,新国标实施后,能售卖的电子烟品种骤降,备受追捧的水果味电子烟也应该销声匿迹才对。然而记者在走访中发现,仍有个别销售点悄悄继续售卖不符合规定的电子烟。

“现在水果口味(电子烟)还有吗?”在杭州远洋乐堤港一楼电子烟销售点,记者以消费者身份向营业员进行咨询。

“悦刻的可以快递,四代五代都有”。营业员一边回答,一边从手机里翻出一张品类表让记者选购。

记者注意到,该张表格表头标注的是“悦刻烟弹价格表(四代五代)”,表格下方不同口味对应不同的价格,比如草莓、可乐、绿豆等口味价格为170元/盒,冰红茶、香芋冰淇淋、功夫铁观音等口味售价为160元/盒。

“市内有货就市内给你调,市内没货就到外地给你调,(我们公司)门店很多的。”该营业员直言,因为经常遇到有顾客大规模囤货,所以品类更新也很快,提醒记者如果有喜欢的赶紧下手。

“这都是真货吗?”记者问。

该营业员指了指墙上的“烟草专卖零售许可证”,“东西都是真的,就是贵,这些都是之前的囤货,不会有假的。”

对于非烟草味的烟弹交易流程,该营业员十分谨慎。她拒绝了记者加微信的请求,并称要在记者选好口味后才能把客服的联系方式给记者。她提醒记者:“尽量多囤一点,因为后期也没货了。”

离开该商场,记者又来到杭州市锦昌文华苑附近一家电子烟专卖店。店铺老板直言,水果味的只有烟弹,没有一次性的。说着,他从店内一处货架上拉出一只纸箱,里面装着各种口味的烟弹,“140元一盒,便宜不了,我这都不是假的。”

该商铺老板介绍,这些烟弹都是去年生产的,有效日期一般到今年9月~11月。他称,因为禁售,厂家那边也没有2022年10月之后的货了,因此,价格比之前更贵了。

记者走访发现,一些夜市地摊上也在偷偷售卖水果味烟弹,摊主几乎也是一套“饥饿营销”式说辞。除此之外,在朋友圈等平台,宣传、销售水果味电子烟的也不在少数,并以“再不买就没了”“爆款新品”等说辞吸引购买。

公共场所禁烟为何难以实施?已禁半年多的非烟草味电子烟、烟弹为何仍有人悄悄售卖?本报记者已将暗访情况反馈至相关监管部门,并将继续关注后续进展。