

四部门出手掐灭未成年人“第一口烟”

未成年人能在校园周边轻易购买电子烟、娱乐场所“上头电子烟”竟涉毒品……涉及未成年人电子烟的消息备受关注。2月22日,公安部官网发文,近日,公安部、国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局、教育部联合印发《清理整治向未成年人销售电子烟严厉打击涉电子烟违法犯罪专项工作方案》(以下简称《方案》),部署自即日起至4月底开展专项清理整治工作。

业内人士认为,严格杜绝向未成年人出售是电子烟行业不可触碰的“红线”,企业若是追求短期利益向未成年人出售,不仅得不偿失,且非长远之计。随着政策的不断明晰,未来电子烟行业的发展将更加规范化、法治化、国际化。



全球电子烟产业必将朝着法治化、规范化、国际化新格局发展。”在敖伟诺看来,全球电子烟市场规模不仅逐渐扩大,且未来发展也正逐步明晰。

据中国电子烟行业委员会方面数据显示,2021年全球电子烟预估零售额为800亿美元,同比2020年全球零售额363亿美元,增长120%。其中,中国内销零售额预估197亿元人民币,同比2020年的145亿元人民币,增长36%。目前,中国电子烟行业委员会已有23家上市公司,总市值超过1.5万亿元人民币。

面对广阔的市场空间,电子烟的发展也迎来了国家法治化监管。2021年11月26日,国务院公布关于修改《中华人民共和国烟草专卖法实施条例》的决定,明确电子烟等新型烟草制品的监管法律依据。

一位接近电子烟发展的业内人士表示,随着电子烟身份明确合法化,相关政策出台指日可待。政策日益明晰的同时,无论对于电子烟行业发展,抑或是电子烟企业发展,都将释放利好。

独立经济学家王赤坤说:“法律法规逐步出台和完善;电子烟市场规范和电子烟市场标准会逐步制定,电子烟市场自律将逐步形成。”

那么,电子烟日益规范化发展后,竞争将聚焦何处呢?敖伟诺站在行业委员会的角度上谈道,惟有不断创新才能抢占先机。“具体而言,目前我国电子烟行业以出口为主,全球电子烟产品的生产制造及供应链高度集中在我国深圳,占90%以上,伴随市场进一步发展,电子烟的科技创新也将不断升级。”

北京商报记者 白杨

要身份证等信息时,对方称不需要。

此外,针对此次方案中提到的“清理一批校园周边销售电子烟网点及电子烟自动售卖机”的情况,一位长期从事电子烟销售的业内人士表示,电子烟自动售卖机对于向未成年人出售确实存在一定的空白地段,不过,目前随着行业整体发展以及相关部门的清理整治,电子烟自动售卖机正在逐渐退出市场。

或受此消息影响,2月22日A股37只电子烟概念股普遍出现小幅下跌。截至收盘,仅聆达股份、鹏辉能源、赢合科技、共达电声4只个股小幅上涨。

行业加速出清

“市场并不依赖向未成年人出售电子烟而发展,企业也不应在未成年人身上谋求获利。保护未成年人、严格杜绝向未成年人销售产品是必须牢牢守住的行业红线。”中国电子烟

行业委员会秘书长敖伟诺在接受北京商报记者采访时表示,目前已有33家会员企业签署《不向未成年人售卖电子烟的承诺函》。

正如敖伟诺所言,除了签署相关承诺书,诸多电子烟品牌已发布了多种方式避免向未成年人出售电子烟。ZIPPO VAZO相关负责人在接受北京商报记者采访时表示:“在线上,自互联网电子烟禁售的法律法规正式出台后,ZIPPO VAZO响应法律法规,积极开展行动,完成了天猫、京东、微店等多个互联网销售渠道的关闭,也于第一时间撤回了于相关互联网电商平台的广告投放。在线下,我们第一时间更换门店物料,确保清晰的未成年人警示标志出现在每一家线下门店的显著位置,并更新产品包装,根据法律要求在包装上印刷相应的警示标语等。”

暴雪则在选择经销商时会明确告知经销商严禁在中小学校、少年宫等青少年聚集区

域附近开设电子烟零售点,严禁向未满18周岁的青少年售卖电子烟产品,严禁通过互联网、自动售货机售卖电子烟产品。

喜雾相关负责人回复北京商报记者:喜雾一直以来都坚决支持和配合国家保护未成年人免受电子烟侵害的决策和工作。作为以研发为核心的品牌,喜雾将通过加大合规高质量产品研发力度,以保障消费者权益、维护未成年人身心健康。”

王山红认为,保护未成年人身心健康,远离电子烟的迷惑,是大是大非的法律与道德问题,相关企业、行业、协会等任何利益攸关方,务必清醒认识、严格自律,不要在线上线下的模糊地带打擦边球,任何侥幸心理、任何短视行为,都不可取。

规范化发展指日可待

“电子烟行业的发展已经进入新的时代,

乱象屡禁不止

此次四部门联合印发的《方案》更多的是关注向未成年人销售电子烟等方面。山红创新研究院院长、封闭式电子烟发明人王山红告诉北京商报记者:“本方案以实际行动重申了国家坚决保护未成年人身心健康的强大意志,线上线下、校园周围、任何非法场所销售电子烟的行为,都是违法的。”

事实上,近年来国家相关部门已多次明令禁止向未成年人出售电子烟。但仍有部分商家铤而走险,不仅未经身份核实出售电子烟,甚至有商家“变着花样”暗中进行电子烟线上销售。

北京商报记者注意到,部分电子烟商家利用朋友圈、微信群或在相关电商平台打着“电子雾化器”“雾化弹头”等擦边球进行销售。当记者在线上咨询购买电子烟是否需要

顶层规划出台 保险业如何为养老服务加码

我国老龄化进程加快,养老服务供需缺口巨大,顶层设计规划养老服务体系建设恰逢其时。2月21日,国务院发布关于印发“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划(以下简称《规划》)的通知。除了大力发展银发经济外,其中还多次提到保险业,包括稳步建立长期护理保险制度,推动个人养老金发展等。下一步,有了“导航仪”的保险业将怎样发展?保险机构将如何谋局“享老”新未来?

鼓励开发“适老化”产品

根据国务院印发的《国家人口发展规划(2016—2030年)》预测,2030年我国60岁及以上人口将达到3.6亿人,占比高达25%。我国老龄人口绝对数量逐年攀升,意味着正在加速进入老龄化社会,同时,养老需求迫切。

人口老龄化持续加深的背景下,老年人的养老居住问题备受关注。贝壳研究院发布的《2021社区居家养老现状与未来趋势报告》调查发现,超六成老年人处于“独立居住”状态。随着家庭结构趋于小型化和核心化,老年人与子女同住的比例逐渐下降。也有调查显示,社区居家养老是大部分家庭首选的养老形式,也是目前我国养老比例最大的一种养老形式。

不论是机构养老还是居家养老,除了硬性配套建设,还要有软性配套服务的完善。清华大学国家金融研究院中国保险与养老金研究中心研究专员王言表示,在保险产品端,可提供兼具风险保障和财富管理功能的商业养老保险、养老保障产品、保险资管产品。保险公司可以通过开发年金险、风险保障型寿险等满足老年人生活费用的给付需求,通过医疗保险、护理保险等产品满足老年人的医疗照护需求,在“商业养老保险+养老服务”健康险+健康管理服务、居家护理服务”两大方向加大产品研发力度。

保险产品要符合老年人特点,满足多样化需求,一方面体现了老年人的需求旺盛;另一方面,养老服务供需不平衡的问题也暴露出来。在满足养老服务供给、多维度养老服务体系建设方面,王言建议,一是可以通过自建养老社区等模式参与养老服务;二是以保险产品为核心,多点参与康养行业,以保险产品衔接上下游养老与健康服务,搭建连接保险产品、养老服务与医疗康复的康养产业闭环。

建立长期护理保险制度

第七次全国人口普查数据显示,我国已逼近深度老龄化水平。随着我国的预期人口寿命不断增加,老龄人口呈老龄化趋势,建立长期护理保险制度势在必行。

长期护理保险主要是为被保险人在丧失日常生活能力,年老患病或身故时,侧重于提供护理保障和经济补偿,目前我国的护理保险有社保型的护理保险制度、商业性护理保险两大类。

此次《规划》提出,稳步建立长期护理保险制度。制定全国统一的长期护理保险失能等级评估标准,建立并完善长期护理保险需求认定、等级评定等标准体系和管理办法,明确长期护理保险基本保障项目。健全长期护理保险经办服务体系。

事实上,国家多次出台政策支持商业保险公司参与,目前绝大部分试点城

市的长护险项目都是商业保险公司承办。数据显示,截至2021年上半年,49个长期护理保险制度试点中,城市参保人数达1.34亿,累计享受待遇人数为152万。不过,长护险仍面临商保占比低的问题,作用发挥亟待提高。

从稳步建立长期护理保险制度来看,保险机构显然还需要从多方面作出努力。王言表示,保险机构可在筹资、服务和管理三个维度参与长期护理保险制度建设。

王言认为,首先是创新管理,提升信息化水平。长期护理保险在各个环节都有信息化的应用,当前存在信息系统不完备、应用不充分的问题,之后要提升信息化水平和加强信息平台建设,并拓展大数据应用,整合信息资源,为下一步制定政策、服务管理等提供支撑数据和参考信息。其次是提高专业化服务水平,培养一批具有专业知识和技能的长期护理保险人才,在失能评估、护理巡查、护理机构审核、上门回访、项目稽核等方面发力,促进长护险的可持续发展。另外,还可以通过自建养老设施或股权投资养老机构在筹资源端推动建立长期护理保险制度。

2021年6月,中国保险行业协会发文称,正推进寿险及护理保险转换机制研究工作。此次《规划》指出,研究建立寿险赔付责任与护理支付责任转换机制,支持被保险人在失能时提前获得保险金给付,用于护理费用支出。

王言建议,老年人可以提前匹配一些保险产品对养老的需求。现在多家险企推出了与养老社区入住资格挂钩的年金险保单,中老年人可以配置一些年金险等提前做好储蓄安排,应对年老时的理财和消费需要,并且为未来入住养老社区做准备。另一方面,也可以配置一些健康保险产品应对年老时的健康管理需要。需要注意的是,无论是年金险还是健康险,都需提前配置,提前规划。

北京商报记者 陈婷婷 胡永新

不到10平方米“迷你”密室逃脱玩头在哪

密室逃脱在娱乐市场占有着一席之地,并逐渐诞生出空间大小可达数百平方米甚至上千平方米、更趋于沉浸式的大型密室逃脱项目。然而,此时还有另一波密室逃脱项目却并未向大发展,反而是在“小”上做起了文章。

在西单大悦城里,一家名为“微密”的密室逃脱店便以“小”为特色,将一整片空间隔成一个个单独的小房间,为玩家提供9个不同主题的密室逃脱项目。北京商报记者随机选择其中一个主题进行体验后发现,整个游戏只有一个房间,且空间大小只有6、7平方米,所有解谜的环节均在这一间屋子里进行。而据该店工作人员介绍,该店属于微型密室逃脱,此前记者体验的主题已属于该店面积极对较大的密室之一,其他多个主题的空间比之更小。

在北京市朝阳区同样也有一家密室逃脱店选择往“小”走了。该店值班人员表示,店内共提供5个主题的密室,其中最大的一个约有10平方米左右,游戏时长大多在20—50分钟,如果当日来体验的玩家较少,后边没有排队的玩家,则可以适当延长体验时间。

也正是受限于空间的大小,这些以“小”为特色的密室逃脱店所容纳的玩家数量也相对有限,基本5、6人就已是一场游戏的最高人数限制。一般情况下每场是2—4人,最多不能超过5、6人,毕竟每个房间的大小是有限的,为了更好的体验无法同时容纳更多的玩家。“微密西单大悦城店的工作人员如是说。

不言而喻,密室逃脱的体验乐趣便在于破解谜题找到出口,而故事情节的设置或游戏氛围的渲染则增加了沉浸感。然而,微型密室逃脱因房间空间较小,不少需要空间的复杂机械装置便无法应用,更多采用的是设置一道道密码锁,使得玩家需要在不同环节得到每一把锁的密码,从而走出密室,且密码锁的谜题设置也存在高低不一的难度,并覆盖多种形式。

以北京商报记者于微密西单大悦城体验的主题密室为例,整个体验过程中共有7道谜题,虽以破解密码为主,但覆盖了寻找物品、拼图、计算等方式,还需要动用常识积累,从而获得最终的开门密码。

与此同时,北京商报记者也在北京市海淀区一家微型密室逃脱店也进行了实地体验,约5平

方米的房间内,共设置了5道谜题,需要玩家观察房间内的摆设、动用具等来破译每一道关卡的密码,最终寻找到出门密码,从开始体验到结束,整体共用了近40分钟时间。而在体验的过程中,隐约也能听到其他房间内的玩家因解开谜题而发出欢呼的声音,或因寻找不到答案,选择向工作人员求助。

带着孩子前来体验的玩家王女士表示:“之前从网上看到微型密室逃脱,并有反馈说只有一间屋子,体验时间较传统密室更短,因此选择带着孩子来体验,在玩的过程中锻炼一下动脑能力,结果没想到其中一个环节的谜题不仅把孩子难倒了,我也一直找不到答案,最终还是经由工作人员提醒,才找到了破译的方法”。

值得注意的是,当下部分微型密室逃脱也正在选择借助科技手段,通过VR、AR等技术,不仅延展原本有限的室内空间,也丰富了游戏形式,从而增强玩家的体验感。

据相关门店介绍,借助VR、AR等技术手段的密室逃脱主要分为两种,一种是玩家身处一个不足10平方米的房间内,该房间四周并无实物,需要玩家全程戴着VR或AR眼镜在虚拟画面中发现线索、破解密码,甚至还能和虚拟的NPC进行互动;另一种则是玩家依旧需要在实体的房间内破解谜题,但在某个特殊环节中,需要借助VR或AR眼镜进行解谜,从而完成游戏。

增添了科技手段的密室逃脱也由此吸引了一批玩家。其中,玩家王先生向北京商报记者表示,微型密室逃脱本身在关卡设计上不会像大型密室有更为复杂的设置,因此对注重体验感的玩家不会有太大的吸引力,而增加了一些科技手段后也能成为一个吸引点,但在实际游戏体验过程中,VR画面呈现的效果不及预期以及部分设置容易造成玩家头晕的情况还会出现,在一定程度上有所影响。

数字文创产业智库研究员李杰认为,密室逃脱在国内发展多年后,从最初的形式趋同逐渐向多形式发展,技术手段的加持也带来新的元素,但无论是新形式还是新元素,均不是简单地叠加,而是基于受众群及内容主题进行融合,否则也会出现达不到预期效果的情况。

北京商报记者 郑蕊