

“变脸”烟草广告 无烟社会当禁!

本报讯:日前上海世博会退还2亿元烟草企业捐款,赢得了社会的广泛赞誉。中国控制吸烟协会认为,世博会接受烟草企业捐款,有违WHO《烟草控制框架公约》关于“禁止对国际事件、活动和/或其参加者的烟草赞助”的原则。

退还捐款表明了上海市政府重视“无烟世博”的决心。近年来,烟草赞助渗透到很多公益活动中,有人甚至认为这是烟草企业在“履行社会责任”。其实,烟草赞助也是一种变相的烟草广告。

烟草广告“改头换面”

“红河集团温馨提示,出行请注意交通安全”;“爱我中华”;“红双喜,快乐一起来”。在生活中,变相烟草广告随处可见。

在衣、食、住、行、娱乐、教育、体育、公益等各方面,我国各地违法违规以及违背《烟草控制框架公约》的烟草广告、促销和赞助行为普遍存在,广告形式越来越多样,也越来越隐蔽。

烟草广告是指烟草制品生产者或者经营者发布的,含有烟草企业名称、标识,烟草制品名称、商标、



包装、装潢等内容的广告。《广告法》明确规定禁止利用广播、电视、电影以及报纸期刊的文章,变相发布烟草广告。

变脸的烟草广告分为以下几类,主要表现为:

一是使用烟草广告语。非烟草企业利用广播、电视、电影、电视、报纸、期刊发布广告,广告中出现烟草广告语。

二是品牌延伸。非烟草企业利用广播、电视、报纸、期刊发布广告使用与烟草企业相同或近似的商标、包装、装潢、商品名称等。

三是赞助和促销。与媒体合办栏目,或是赞助体育赛事。一些地方政府还以“红头文件”形式下达买烟指标,直接构成烟草

制品促销行为。

四是发放礼品赠品。河南许昌宣传河南著名烟草品牌帝豪所附赠的礼品靠垫、礼品纸巾和水杯,杯上写着“工艺帝豪,醇逸奔放”。

完善立法堵住漏洞

国家控烟办杨焱副研究员认为,目前国家广告法对烟草广告的管理还很宽泛,缺乏对变相烟草广告的具体定义,可操作性较差,所以许多烟草公司打了“擦边球”。

全面禁止烟草广告、促销和赞助是《烟草控制框架公约》中的一项重要内容,而我国现行的法规与《公约》的要求还有明显的差距。

北京广告监测中心的

一位工作人员认为,尽管《广告法》明令禁止任何企业在大众媒体上发布烟草广告,“变脸”烟草广告仍然屡禁不止,究其原因,生产烟草的企业都有着丰厚的利润,他们有实力也希望借助媒体来扩大自己品牌的知名度,以实现利润的最大化;媒体明知不能发布这些烟草广告,但是在高额广告费的驱动下,采取变通的方法来发布这些“变脸”的烟草广告。

中国控烟协会建议,政府有关部门全面禁止任何形式的烟草广告、促销和赞助。对现有的各式烟草广告及变相烟草广告进行清理,加强公共场所、户外(如机场、高速路、灾区等)广告的监管。

(编辑:张心哲)

国内要闻

西藏将创建20家无烟医疗卫生机构

自治区卫生厅表示,中央财政将安排58万元专项资金,用于提高西藏控烟履约能力和项目地区公民健康素养水平。

据了解,该项目包括烟草流行情况监测、健康素养监测、烟草控制综合干预、健康素养综合干预等四大内容。其中,将选择拉萨市、山南地区20家卫生行政部门和医疗卫生机构开展烟草流行情况监测。内容包括公共场所禁止吸烟有关法规、条例、规定制定情况,被动吸烟情况,对公共场所禁止吸烟的态度和看法等内容。

通过监测掌握公共场所禁止吸烟现状,动态掌握西藏公民健康素养水平,为国家的控烟履约工作提供基础数据。

选择拉萨市、日喀则地区和山南地区的6个点,针对18岁至69岁的城乡常住居民开展健康素养监测活动。其中基线调查1200人,效果评估1200人。另外,明年还将创建20家无烟医疗卫生机构,开展1个戒烟服务试点,提供戒烟支持服务。

(编辑:张心哲)

中国疾病预防控制中心控烟办调查显示

超过半数影视剧有吸烟镜头



本报讯:中国疾病预防控制中心控烟办公室对2008年、2009年热播的前70部电影进行调查。结果表明:有40部电影有吸烟镜头;吸烟镜头最多的一

部电影中,吸烟镜头总时间长达14.37分钟,占总片长的11.74%。占电视剧总时间的5.06%,烟草镜头295个,平均每集出现11.35个,最长一个烟草镜头持续3.6分钟。

中国控烟协会专家认为,吸烟是影响青少年身心健康和导致不良生活方式的重要因素,而影视剧中的烟草镜头已成为影响青少年吸烟的重要因素。

据调查,在影视剧中看见烟草镜头最多的青少年,尝试吸烟的可能性提高3倍,不吸烟的青少年如果其偶像吸烟,则他们对吸烟行为认同的可能性提高16倍。

(编辑:张心哲)



台湾禁烟新规奏效 吸烟人口减少30万

据台湾媒体报道,台当局“卫生署”委托研究发现,90%以上台湾岛内民众知道“3人以上室内工作场所禁止吸烟”等规定,岛内社会形成禁烟及拒烟的氛围,吸烟人口减少30万人,烟捐征收金额较预期减少50亿元新台币。

报道中指出,台湾去

年18岁以上吸烟者约393万6405人,禁烟新规定今年1月中旬上路后,吸烟人口减至361万371人。

调查亦显示,知道室内职场禁烟新规定的民众,维持90%以上的高比率,室内及户外公共场所二手烟的暴露情况亦持续改善,反映台湾烟害防制落实彻底,政令宣导确实收到成效。

(编辑:张心哲)