

李希光 周桓宇 主编



控烟报道读本

A Handbook for Tobacco Control Reporting

清华大学出版社
Tsinghua University Press

李希光 周桓宇 主编

控烟报道读本

A Handbook for Tobacco Control Reporting

清华大学出版社

Tsinghua University Press

北京

序 言

我见到奶奶最早的一张照片，是她早年在东北老家时拍的：照片中的她叼着一枝长长的烟袋。后来奶奶跟着父母去了南方，父母为了孝敬奶奶，每月给她买卷烟抽。尽管奶奶后半辈子都是在肺病中度过的，但是，从来没有人告诉奶奶去戒烟。即使在奶奶病重的时候，儿女们来看她，仍然是拎着香烟孝敬她老人家。

父亲本来不抽烟。但是，在20世纪60年代初三年困难时期，父亲在南方一座煤矿担任总工程师。当时，政府为了照顾知识分子，确保他们的生活质量不下降，每个月发给他一条香烟。头几个月，不吸烟的父亲把整条的香烟送给抽烟的同事。后来他发现，这一条香烟的价钱够当时一个贫困农民一年的口粮，于是父亲决定自己抽了。从此，父亲一发不可收拾，一抽就是50年。退休后，父母把在南京的房子卖了，再加上一生的积蓄，在北京奥运村附近购买了一套住房，希望过一个健康幸福的晚年。但是，就在入住新房的头一年，父亲被诊断患上了喉癌，进行了全喉切除。父亲每天高高地站在阳台上，透过玻璃窗，静静地望着鸟巢的一角，迎接2008年北京奥运会的到来。不幸的是，2007年秋天，父亲被诊断为肺癌晚期，并已扩散到脑部。在距离北京奥运会还差279天的时候，父亲去世了。

父母生病住院，亲戚朋友来医院探望，送的最贵重的礼物就是香烟。病人给医生送的也是香烟。中国的“发烟”、“敬烟”现象是世界上独一无二的。逢年过节、婚丧嫁娶、大学毕业后第一次走进办公室、朋友之间、陌生人之间交流的语言就是香烟。在中国的许多场合，香烟还是一种货币。托人办事，送钱不方便，就送一两条香烟。借用熟人的司机出趟车，给条香烟权当干一天活的报酬。

在今天中国的官场里，更是“送烟”文化盛行。而且盛行的是送昂贵的“中华”



香烟。值得警惕的是,现在又有人开始送世界上最昂贵的“熊猫”烟。当邓小平活着的时候,他专抽特制和特供的“熊猫”香烟。熊猫牌香烟诞生于1956年,并成为中国军政领导人享用的专有品牌。毛泽东喜爱熊猫牌香烟,他去世后,邓小平成了熊猫香烟最显赫的顾客。邓小平在1997年去世后,上海烟草公司开始向社会发售很少量的熊猫香烟,但价格极为昂贵。几年前,上海烟草推出的一种包装豪华的礼盒,内装两盒“熊猫”香烟,售价为102美元。目前,上海烟草公司已经下调了“熊猫”香烟的价格,但即便如此,仍然是多数国内品牌的60倍。今天,购买一条熊猫牌香烟,等于农民一年的收入。一条“熊猫”香烟可养活贵州或甘肃农村的三口之家一年之久。买“熊猫”香烟的人很少自己抽,一般都是馈赠亲友,或者送给上级和领导,以此来表达谢意或者希望能打动他们。

科学家研究了这种用香烟馈赠给亲友和领导的香烟文化。他们发现,烟草是导致成年人死亡和残疾最大的可避免因素。每次吸烟都会给身体带来伤害。烟草含有上千种有毒物质。吸烟者吸进烟气时,这些化学物质通过肺进入血管,影响着身体器官和系统的功能。

吸烟是肺病的主要诱因,包括慢性阻塞性肺疾病、支气管炎和肺炎。烟气通过气管和鼻腔,鼻腔通常能过滤刺激物。但烟气中的化学成分使呼吸道变窄,使呼吸更加困难。通过呼吸道,烟气进一步到达肺部。烟气到达肺部底部,释放出损伤肺部组织的毒素和刺激物。肺部受损会引起慢性呼吸紊乱,导致感染率和死亡率上升。肺本来是将吸入空气中的氧气转到血管并输到全身的,但吸入烟气后,烟碱和其他大量毒素就被带到了血液中。吸烟损伤肺健康,还会导致严重的甚至是致命的肺部疾病。烟草烟雾中有超过40种的化学物质已被证实具有致癌作用。吸烟者患肺癌的可能性是不吸烟者的20倍左右。吸烟时间越长,在多个部位出现癌变的危险性也就越高,诸如发生鼻腔癌变和鼻窦癌(危险增高两倍),以及口腔癌变(高4~5倍),鼻咽癌(危险增高2倍),口咽部和下咽部癌变(高4~5倍),喉癌(高10倍),食管癌(高2~5倍),胃癌(高2倍),胰腺癌(高2~4倍),以及更高的肾癌危险。近期还有研究指出,大量吸烟与乳腺癌之间可能存在联系。此外,吸烟是引起心血管疾病的最大危险因素之一。吸烟增加高血压与动脉栓塞的危险,并最终引起心脏病发作和中风。吸烟者患中风的风险比常人高2倍,患心脏病的风险比常人高1.5倍。

但是,由于人们生活在一个媒介化的现实里,他们总是相信媒体传递的信息和图片是正确的和真实的。而不愿意去阅读和思考科学家的医学和健康报告。在抽烟与健康这个问题上,媒体带给人们的是一种虚构的真实。在现实生活中,



在我身边的抽烟的人身上,我看到的更多的是烟草给他们的身心和家人带来的折磨和痛苦。而在媒体构筑的画面和传递的故事中,吸烟者总是强者。

看看媒体上吸烟者的形象,要么是成功人士,要么就是英雄好汉。每天晚上闲着无聊,打开电视,在千篇一律的警匪片里,勇敢的刑警队长在不停地抽烟,被审判的杀人恶魔在张口说话之前,必向警察要根烟抽。这种媒介化的现实在现实中竟然变成了生活中的现实:一张新闻照片显示,云南某大学杀人犯马加爵被警察抓住后,他和警察的第一个交流是警察给他点烟。

无论是虚构的还是真实的媒体画面,吸烟的画面总是给人一种“酷的男子汉”或“性感的女子”的印象。如果你不抽烟,你就算不上是一个男人,你就算不上是一个有特殊魅力的女子。今天,巩俐、王菲、陶虹这些大红大紫的女明星,也是通过吸烟的镜头展现自己的魅力的。

烟草公司总是想方设法设计各种应对策略抵抗控烟运动的形成和发展。它们利用手中强大的广告和营销力量,控制或渗透各种媒体。著名的烟草公司红塔集团就连在陕西贫困地区援建的扶贫项目都是建卷烟厂。国家烟草专卖局还与烟草企业共同商讨《烟草控制框架公约》给中国烟草业带来的影响并提出相关对策建议。

面对来自烟草业强大的利益集团的反对声音,我们希望通过这本教材培训和影响一批新闻工作者,并通过这些新闻记者的反烟报道,揭露烟草企业制造的种种伪理论,如“低焦油香烟”、“设吸烟室”、“提高烟草税会加剧烟草走私”等。同时,利用媒体的力量,开展一场全民的社会动员,掀起一场全面的控烟运动,揭穿烟草公司误导的欺骗性香烟品牌语言,如女子用烟命名为“梦都”、少年用烟命名为“骄子”;呼吁政府禁止烟草厂家使用“熊猫”、“中华”和“中南海”这些美好的字样,因为按照中国政府已经批准的《烟草控制框架公约》,烟盒上都要加上大面积的健康警示语,而这些有特殊含义的品牌名字和健康警句出现在一起就会引起歧义。要利用媒体,把吸烟的男子汉形象改造成弱者、失败者,甚至阳痿者的形象。从长远来看,我们倡导控制烟草的关键是控制青少年抽烟,其目的是消灭下一代烟民。如果我们的下一代不吸烟了,烟草业自然就灭亡了。但是,烟草业正在利用媒体拼命培育下一代烟民。如《魔戒》和《超人》这类面向儿童的电影中,都有很明显的烟草公司的印迹。

不过,令人欣慰的是,在毛泽东和邓小平这两代领导人过世后,后任的国家领导人中,几乎看不见抽烟的(至少在媒体上看不见)。我们相信,领袖人物作为榜样的力量是无穷的。我们希望无烟领导人群体不久将会出现在省部级、司局级乃



至县团级的层面上。而这一点儿能否实现,还取决于中组部在考察干部中,能否把不吸烟作为提拔干部的硬指标。

最后,我要谈一下这本书编写背后的故事。

2006年深秋的一天,我意外地收到了多年没见的老朋友李淑珊(Susan V. Lawrence)的电子邮件。她说要来清华见我,跟我谈谈是否共同开展一个控烟报道的培训项目。早在10多年前,她在北京担任《美国新闻与世界报道》杂志北京分社社长的时候,我认识了她。她后来当了5年《远东经济评论》北京分社社长。2003年跟英国广播公司驻京记者的丈夫去了华盛顿,就再也没有了联系。只是有时在电视里看到她丈夫站在白宫草坪前报道新闻的画面。

在淑珊给我发电子邮件的一周前,慈善家、纽约市市长彭博(迈克尔·布隆伯格)授权无烟草青少年运动作为合作中心之一,与其他中心共同执行其高达1.25亿美元的历史性“彭博全球减少烟草使用行动”。该行动主要针对全球2/3的烟民所在的中低收入国家。作为“彭博行动”的一部分,无烟草青少年运动设立了国际资源中心,提供有关烟草使用和有效干预措施的准确信息,以协助世界各地的机构倡导这些干预措施的采纳和执行。无烟草青少年运动还与国际防痨与肺部疾病联合会合作,向中低收入国家的政府和非政府组织提供经济资助,以加快控烟进程。而淑珊被任命为无烟草青少年运动中国项目主任,在美国华盛顿特区工作。

从接到淑珊那个电子邮件到这本书写作完成,正好一年时间。在这一年里,从筹集控烟研究班资金,到收集这本书的素材和图片,来清华和去云南研究班讲课,没有淑珊的工作,就不可能有清华大学这个控烟项目,更不会有这本书的出版。

经过淑珊的联络,控烟学院(Tobacco Academy,成立于2006年7月)慷慨地提供了他们的培训讲义大纲。这个讲义大纲构成了本书的主体。这个学院的课程开发得到了以下机构的支持:法国国家癌症研究所、英国控烟医学会资源中心、国际健康促进与教育联合会、控烟框架联盟和无烟草青少年运动。书中的有些内容由美国癌症协会、约翰·霍普金斯大学彭博公共卫生学院、世界银行和世界卫生组织提供。

在这本书刚刚即将编辑完毕之际,李淑珊又专程陪纽约市卫生局局长兼彭博家庭基金会国际卫生项目总监费和平医生(Thomas R. Frieden)来北京。费和平医生听了有关中国控烟项目的报告和我们这本书的编辑出版的进展。他又把他与纽约市市长迈克尔·布隆伯格新近合写的一篇文章《如何防止一亿人死于烟



草》送给我们,作为本书的前言。这里我要一并致谢。

最后,我要特别感谢周桓宇、肖黎黎、王硕功、印曦、王晓培、关威、杜涛、李可、班卓等人。他们在本书的编辑、翻译、对外联络和在北京、昆明的两场控烟报道研究班中付出了巨大的劳动。没有他们的辛勤和高效率的工作,这本书不可能这么快出版。

李希光

2007年11月19日于清华园

前言 如何防止一亿人死于烟草

有史以来,烟草这一人造物质首度成为人类主要的致死因素。按此趋势,到21世纪末,烟草将会导致10亿人早亡。烟草可导致至少1/3的吸烟者死亡,也是造成一些低收入群体健康状况不平等的主要原因。如能基于现有知识,采取紧急措施,则可避免千百万人过早死亡。

尽管疾病年轻化和早亡导致巨大的、不断增长的社会负担,而且有证据表明反烟倡导行动行之有效,但采取此类公共卫生干预措施来减少烟草使用的国家为数极少,采取全部措施的国家则无处可寻。虽然《烟草控制框架公约》为改善这种状况提供了前提条件,但与已制定并实施的肺结核、艾滋病或疟疾控制措施相比,目前尚无类似标准的控烟技术方案,也无量化的国际控烟目标,政府方面、双边或私人机构出资都十分有限。在此,我们提出全球目标,概述技术方案,描述了一个新的赠款方案,以有效促进控烟措施的实施。

虽然已大致有了关于青少年吸烟者的数据,但关于成年人吸烟率的数据尚未确定。在全球10亿成年烟民约有2/3生活在15个中低收入国家中。世界上80%的烟民生活在24个国家中。

由于烟草致病的情况很难量化(尤其在发展中国家),减少成年人吸烟率应成为全球最主要的控烟目标。目前,全球成人吸烟率约为25%。部分发达国家和较发达国家(如澳大利亚、巴西、加拿大、南非和瑞典)通过采取有效措施,已经将成年吸烟者的比例降至20%甚至更低。所有国家都应能达到这一水平。

为便于讨论,控制目标可简述为:在2005—2020年,所有国家人口的吸烟率都不超过20%,各国的绝对吸烟率至少降低5%(若该比例已降至5%~10%,则



继续降低;若一开始便处于此水平,则将烟民比例维持在5%以下)。保持较低的吸烟率对于亚洲和其他地区的众多青年女性尤为重要,这些女性目前并不抽烟,但她们是烟草行业争取的目标。当然,上述控烟目标仍需要各国和国际机构协商和认可。到2020年,如果全球成年烟民绝对吸烟率能减少5%,则至少能避免1亿当今活着的人因烟草而早亡,同时,能避免从现在到2030年出生的5000万婴儿的死亡(表1)。从现在到2050年,避免因吸烟而早亡几乎全靠烟民戒烟;此后,避免早亡的对象将越来越多地转向尚未开始吸烟的人。

表1 全球吸烟率由25%降至20%后,可减少因吸烟导致早亡的人数估算^① 百万

	2006年人口数*	烟民数量*	烟民减少数量*	早亡减少人数 [§]
目前				
成年人(年龄在18岁以上)	4 357	1 089	218	73
未来				
儿童(年龄0~17岁)	2 122*	531	106	35
待出生人口(2007—2030年)	3 020*	755	151	50
21世纪可以减少与吸烟相关死亡人数的最低估计	/	/	/	158

注: * 估计可存活至18岁的人数,以5岁以下儿童死亡率为参照系,并推定2030年儿童死亡率可减少50%。

※ 目前或未来的吸烟者(假设当前25%的成人吸烟率不变)。

假设吸烟率由25%降至20%。

§ 假设1/3的烟民会死于与吸烟相关的疾病。

人口流动可能会影响迅速降低吸烟率的可能性:这一特定目标能否实现尚不得而知。但是,我们可以肯定,能够降低吸烟率的有效策略是存在的,只是远未广泛采用。通过调整香烟价格、改变吸烟者形象、减少二手烟暴露、戒烟服务和加强监控措施,能够减少烟草的消费量(表2)。

纽约市从2002年开始实施全面的烟草控制计划。通过增加税收,香烟的合法零售价上涨了32%,接近7美元一包。尽管存在反对声音,但几乎所有室内工作场所(包括酒吧和餐厅)都实行了禁烟。强有力的反吸烟刊物和电视广告开始大量推出(目前在美国,州和地方对烟草公司营销的限制必须服从联邦立法)。烟民可获得免费尼古丁替代治疗,以帮助他们戒烟;三年来,美国已向近20%的烟民提供此项戒烟服务。纽约还建立了严格的监测系统。

① 美国人口调查局,国际数据库 <http://www.census.gov/ipc/www/idbagg.html>, 2007年2月2日。



表 2 烟草控制技术方案

	说 明	益 处	备 注
价格	提高烟草税，防止走私	- 提高烟草价格是减少烟草消费最有效的方式 - 儿童、青年人和低收入者对香烟价格最为敏感	- 烟草税受到大部分公众的支持；把烟草税收拨用于烟草控制及其他健康和社会计划将使其得到更多支持。尽管烟草行业另有说法，但提高烟草税不会减少政府收入 - 解决烟草行业员工的安置问题，对某些地区具有重要的政治意义 - 减少走私可保护公众健康和保证税收
形象	禁止直接和间接烟草广告	- 禁止烟草广告及营销可限制烟草行业为烟草塑造正面形象的能力 - 如能全面执行，营销和促销禁令亦可限制烟草行业通过降低价格消除烟草加税对消费者的影响(例如，优惠券、买一送一)	- 烟草行业利用销售点、促销、直接邮寄、赞助、产品展示、产品用于影视等营销方式破坏广告禁令 - 如果烟草公司进行营销和宣传的费用不能作为商业开支获得税收减免，该行业的广告宣传便可减少
	强力而持续的反烟广告	抵消烟草行业塑造正面形象的措施包括：强调吸烟和吸二手烟的危害；揭示行业手段；宣传戒烟的益处和潜力以及烟草对人类造成伤害的真人真事；减少烟民数量，减少暴露二手烟的机会	烟草行业赞助的控烟广告毫无作用，反而增加烟草使用
烟草接触	建立无烟公共场所	- 保护公众不受二手烟危害 - 提高工作人员戒烟的可能性 - 提高吸烟对他人危害的认知度，增加戒烟动机 - 无烟公共场所会鼓励主动创造无烟家居环境，保护儿童和其他家庭成员，帮助吸烟者戒烟 - 改变吸烟者形象	- 允许在部分工作场所吸烟的法律(即部分禁止)对保护他人或鼓励戒烟没有效果 - 一旦执行，无烟法律会受到欢迎，实施后会获得公众支持 - 无烟法律反复证明，餐馆和酒吧的收入不受影响，甚至会略有提高



续表

	说 明	益 处	备 注
戒烟服务	通过广泛提供有效治疗,帮助吸烟者戒烟	• 吸烟者永久戒烟的机会几乎加倍 • 改变烟草形象:可能有助于烟草政策改变 • 鼓励医疗专业人士参与反烟工作	• 对烟瘾治疗不足:药物与咨询相结合效果最佳 • 比多数临床干预措施成本效益更高、健康效果更好;减少烟草使用的效果不如改变烟草价格、产品形象和接触机会等干预措施 • 从伦理方面考虑,将吸烟者缴纳的部分税金用于帮助想戒烟的人十分重要
监控	指导计划实施并监控效果	• 确定烟草使用率和消费模式,有针对性地进行干预和评估 • 评估征税、打击走私、改变吸烟者形象、减少二手烟暴露机会、戒烟干预以及宣传烟草知识等措施的效果	• 需要对吸烟状况设定标准的、有生物标记验证的定义

在吸烟率十年不变之后,不到两年时间,纽约的吸烟人数就减少了近 20 万,成年人吸烟率由 21.6% 降至 18.4%。禁烟进展如此神速面临政治阻力:虽然多数市民赞成征收烟草税,但无烟政策和其他措施在推出时仍有较大争议,有效的控烟措施几乎无一例外地受到实力雄厚的烟草行业的极力阻挠。尽管如此,控烟措施一经执行,一般都深受欢迎。

征税是减少烟草使用最有效的方法,在纽约全面控烟计划中,征税所作的贡献占吸烟率降低的一半以上。在成熟的市场经济中,烟草的价格弹性约为 $-0.25\% \sim -0.5\%$ (即价格每增加 10%,烟草消费便降低 2.5%~5%);吸烟率弹性估计为消费弹性的一半。在美国,与其他群体相比,青年人和低收入群体对烟草价格更为敏感。

同样,与其他地区相比,低收入国家烟草的价格弹性可能更高。如果目标已确定,吸烟率与价格弹性也已知,确定出将通过征税来实现的降幅(如 50%),则每个国家都有可能制定出烟草的目标税率。该税率只有在依据通货膨胀情况和消费者购买力进行定期调整时才能产生效果。尽管烟草行业的说客另有说法,但事实证明加税不会减少政府收入。

有效的征税需要有防止跨境和境内走私来配合。走私香烟价格低廉,会刺激



需求,尤其对青少年和低收入群体而言,从而削弱税收政策的效果。实施《烟草控制框架公约》,必然需要订立行之有效的防走私守则;在这方面,可借鉴武器生产与管制药品行业的经验,使各烟草厂商负起法律和经济责任,确保其产品不被非法销售。

将烟草税款特别拨用于烟草控制和其他公共卫生措施,有时会受到财政部门的反对。但是,如果烟草税收能够为烟草控制(包括为支付烟草税的烟民提供服务)和更广泛的卫生和社会服务项目提供资金,便能提升烟草税的受欢迎程度。在某些国家,解决烟草行业员工的安置问题可能具有重要的政治意义。

改变吸烟者形象对于结束烟草泛滥也十分重要。近几十年来,烟草行业耗资上万亿美元大搞营销,包括传统广告(如广播和印刷广告、广告牌等),商店内零售点宣传材料、非直接营销(如赞助体育赛事和文化活动、慈善捐款、向批发商、分销商和零售商提供促销补助、免费赠送香烟、店内产品展示和品牌促销等)、公关与游说以及有针对性的价格折扣,以消除征税对消费者的影响。吸烟者形象常现于影视,这往往是由烟草行业安排、支持甚至出资,有些甚至置国家禁止此类做法于不顾。在美国,有相当数量的青少年是因为受电影中的吸烟行为影响而开始吸烟的。

仅就美国而言,烟草行业每年便花费 130 亿美元进行营销,其中 80% 为优惠券和其他价格干预,以消除征税的影响。全球烟草营销费用每年可达数百亿美元。《烟草控制框架公约》所倡导的广告禁令可大幅度降低烟民比例,但只有在全面禁止且排除直接与间接广告和促销的情况下才会有效。为取得成效,禁烟令还须禁止价格折扣、免费样品、零售点广告和促销(包括店内产品展示)。各国还可以通过不允许烟草公司将营销与促销费用作为经营开支来达到减少烟草广告的目的。

强力而持续的反烟广告,反复强调吸烟的害处,也会有一定效果。在美国,加利福尼亚州和马萨诸塞州通过强硬的反烟广告大幅度减少了烟草使用量。烟草公司在美国广告和营销方面的花费约为每人每年 50 美元;1999 年,美国疾病控制与预防中心的报告建议,烟草控制计划每年在反烟广告中的投入至少应为每人 1 美元。从全球来看,仅有少量资金用于控烟广告;即使全球每年每人投入 1 美元(即每年 60 亿美元),与烟草公司每年的投入相比仍是小巫见大巫,除非限制烟草广告和促销。

创建无烟公共场所可保护公众免受二手烟危害、增加工作人员戒烟的可能性、增强对吸烟危害他人健康的认识,并且有助于改变吸烟行为的正面形象。提



高对二手烟危害健康的认识(通过法律规定建立无烟公共场所予以实现),也可鼓励家庭自愿创建无烟家居,可避免儿童及其他家庭成员受到危害,且有助于吸烟者戒烟。限制吸烟必须强制执行,无一例外;部分禁止或设立独立吸烟室不能杜绝他人暴露于二手烟环境,也无法大幅度减少烟草的使用。

面对提高的价格、有力的反烟广告以及无法在公共场所吸烟,很多吸烟者会愿意戒烟,但大多数人会因为得不到帮助而失败。以临床治疗和戒烟热线为基础的戒烟服务,能够将个人戒烟成功的可能性加倍,它比其他临床干预具有更高的效果,而且能够减少因烟草而患病和死亡的人数。虽然戒烟服务降低吸烟率的效果远不如提高价格或改变吸烟者形象,但它可以对改变烟草形象、增加上述法律改变的可能性产生重要意义。

戒烟服务应由临床医疗系统提供,服务机构人员本身应杜绝吸烟。医生对吸烟患者的简单忠告效果显著,但很少有医生这样做。具有尼古丁替代作用的非处方药物对帮助吸烟者戒烟十分重要,其他方法也有效果。目前,对吸烟者烟瘾的治疗普遍不足:理想的做法是,努力戒烟的人士应采用药物与尽可能听取咨询并用的方法。

监测对指导项目的实施和监控十分重要。有必要对吸烟状况制定标准化的、由生物标记检验的定义。监测也有助于评估征税、打击走私、改变形象、增加烟草知识、总结戒烟经验和其他方面的效果。需要建立不同地区的价格弹性,防止走私、最佳公共教育策略及其他方面的数据库。烟草行业必然会反对全球反烟倡议,对此,必须认清其手段并予以反击。

2006年8月,笔者之一的彭博先生宣布建立全球反烟倡议行动,并为最初两年提供1.25亿美元的启动资金。该倡议将推行前面提到的经过事实验证的措施,例如:通过提高烟草税和防止走私以提高烟草价格;通过禁止直接和间接宣传以改变烟草形象,并采取有效的反烟公共教育计划;保护非吸烟者不受二手烟危害并帮助吸烟者戒烟。在低收入和中等收入国家的项目:支持公共部门实施上述干预计划;支持社区教育的倡导活动,鼓励政策改变;严格监测全球烟草使用状况和各国实施干预措施的进展;同时使控烟干预措施最佳。

为将此策略付诸实践,公共部门将获得国际资源中心在倡导方面的支持,包括法律专业知识和健康教育。本倡议行动将支持世界卫生组织建立全球系统,以使各国承担责任,有效实施控烟政策。本行动还将针对中低收入国家制定资助竞标项目,在两年的时间内提供5万~50万美元的资金,优先资助负担最重的国家(尤其是中国、印度、印度尼西亚、俄罗斯联邦和孟加拉,这些国家的烟民人数约占



全球烟民的一半)。对成年人烟草使用进行系统性监测能有效提高干预目标的针对性并监督干预效果。我们鼓励其他私人和公共捐助者参与此倡议行动。

尽管烟草现已成为人类第一号杀手,尽管《烟草控制框架公约》已为控烟工作发展提供了依据,但目前仍未设立控烟的技术方案,没有可测量的目标,而且为扭转这一世界头号瘟疫的资金投入量也微乎其微。然而,如果各国能够提高烟草税、通过禁止烟草广告和进行反烟宣传来改变烟草形象、建立无烟场所、帮助吸烟者戒烟,并严格评估这些措施的执行情况,便有可能取得显著进步。政府在烟草生产和烟草收入中存在的经济利益以及烟草行业的反对势力,将给上述策略的实施带来挑战。但如果在 2020 年以前将全球成人吸烟率降低到 20%,则至少会有 1 亿当代人可避免因吸烟而早亡。

费和平(Thomas R. Frieden, 纽约市卫生局局长)

彭博(Michael R. Bloomberg, 纽约市市长)

目 录

序言	I
前言 如何防止一亿人死于烟草	VII

第一篇 烟草与健康

第 1 章 总览：健康	3
新闻作品 1：吸烟有益健康纯属无稽之谈	5
第 2 章 烟碱	7
新闻作品 2：尼古丁——致癌物的帮凶	8
第 3 章 循环系统紊乱	9
新闻作品 3：吸烟人面临两种中风危险	10
新闻作品 4：吸烟过多，血管阻塞	11
第 4 章 肺病	12
新闻作品 5：四分之一的吸烟者会患慢阻肺	13



第 5 章 癌症	15
第 6 章 吸烟与癌症	17
新闻作品 6: 吸烟熏出口腔癌	18
新闻作品 7: 30%癌症与吸烟有关	19
新闻背景 1: 吸烟与肺癌	22

第二篇 烟草经济

第 7 章 烟草经济概述	30
7.1 烟草种植	30
新闻背景 2: 中国烟叶的生产与管理	34
新闻作品 8: 南华县抓好基本烟田项目建设	38
新闻作品 9: 宜阳烟叶成气候农民发大财	39
7.2 烟草生产	40
新闻作品 10: 国际烟草生产商重组整合布局市场	42
新闻作品 11: 我国烟草上半年实现利润 592 亿元	43
新闻作品 12: 许烟“帝豪”品牌一月份再创佳绩	44
7.3 烟草贸易	45
新闻背景 3: 中国烟草市场有限竞争的政治经济学分析	48
新闻作品 13: 检验检疫部门在口岸大通关建设中开展优质服务	51
第 8 章 烟草消费的经济成本和社会成本	53
新闻作品 14: 中国人吸烟致死	58
新闻作品 15: 世卫组织呼吁东盟警惕开放烟草贸易的社会风	59
第 9 章 公众干预: 有成本一效益的控烟措施	60
9.1 政府为何应该干预烟草市场	60
新闻背景 4: 实行控烟对中国的好处	62
新闻作品 16: 中国证实了加紧烟草控制的计划	63
新闻作品 17: 禁烟影响社会稳定	64
新闻作品 18: 禁烟影响社会稳定是最离谱的遐想	65



9.2	低成本高效益的控烟措施	66
	新闻作品 19: 增加烟草税——一项有效的控烟措施	72
9.3	对烟草征税	73
	新闻背景 5: 中国与烟草控制有关的税收政策	78
第 10 章	实行控烟政策和缩减烟草消费对经济的影响	84
10.1	控烟政策会损害国民经济吗	84
	新闻作品 20: 烟草税要用于控烟和医疗	86
10.2	提高烟草税率会导致财政收入下降吗	87
	新闻作品 21: 提高税率是最好的控烟手段	89
10.3	提高烟草税率会鼓励走私吗	91
10.4	提高烟草税对穷人不公平吗	93
 第三篇 烟 草 行 业 		
第 11 章	烟草营销	98
11.1	为什么烟草制造商开展产品营销	98
	新闻作品 22: 变相广告叫停 烟草整合营销	105
11.2	烟草公司如何进行营销	107
第 12 章	专门市场	120
12.1	向妇女营销	120
	新闻作品 23: 烟草商觊觎亚洲女性市场	127
	新闻作品 24: 三种手段,烟草把女人拖下水	127
12.2	向年轻人促销	129
	新闻作品 25: 许多商店公然向学生售卖香烟	138
第 13 章	行业回应	140
13.1	品牌塑造	140
	新闻作品 26: 中烟“代工”万宝路: 外资解禁隐现想象空间	146
13.2	体育赞助	148
	新闻作品 27: 烟草赞助缩水 F1 进入断奶期	154