

与烟用香精有关的事实

自 2010 年中，宣称代表全球烟草种植者的各个协会开始散布有关烟用香精和实施指引草案将“限制或禁止”使用这些香精的误导性信息。缔约方大会(COP)将于 11 月在乌拉圭就全球烟草公约《烟草控制框架公约》(《公约》)讨论这些指引草案。

框架公约联盟(FCA)完全认同第 9 和第 10 条(烟草制品成分管制和烟草制品披露的规定)的实施指引草案，并建议缔约方大会第四次会议不做修改全文采纳拟定指引。

《公约》指引草案敦促有关香精的行动

《公约》第 9 条和第 10 条的实施指引草案与制品管制有关，该草案由缔约方工作小组编制，以供缔约方大会审议(http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop4/FCTC_COP4_6-en.pdf)。指引草案建议，缔约方应禁止或限制在香烟和香烟类烟草制品中使用用于增加口感(吸引力)的成分，例如糖和甜味剂、食用香精、香料和药草。

在烟草营销中，香精占据着日益重要的作用，对年轻人而言尤其如此。香精增加了香烟的吸引力，鼓励年轻人尝试吸烟而减少戒烟行为(FCA 曾编制各个国家的风味香烟包装照片集，该照片集可在网上查看：http://www.fctc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=92)。

指引草案的第 3.1.2.2(i)条中“禁止或限制”香味物质的建议受到烟草业的强烈反对。菲利普·莫里斯国际公司(Philip Morris International)、英美烟草集团(British American Tobacco)和其他烟草公司发起国际不实信息运动藉以反对指引草案。与烟草业的宣称相反，指引草案并未建议禁止白肋烟或任何其他类型的烟草。同样，含有白肋烟的香烟继续在严禁香精的司法管辖区内出售。在加拿大，包括骆驼(Camel)、云斯顿(Winston)、高卢(Gauloises)和万宝路等含有白肋烟的美式香烟继续出售，但不含香精。¹

不论烟草业如何游说，“禁止或限制”香精的建议是完全合理、必要并值得给予支持的。虽然烟草业希望毫无限制的使用巧克力、水果、糖、糖果、冰激凌和其他香精提高产品吸引力，但这一愿望与公众健康相背离。

以下为美国食品和药品管理局(FDA)便览中的摘要，²摘要说明了与年长者相比，风味香烟如何更吸引青少年：

- “在 2004 年，有 22.8% 的 17 岁吸烟者报告称在过去数月曾吸食风味香烟，而在 25 岁的吸烟者中这一比例仅有 6.7%。”
- 2008 年 3 月开展的一次民意调查显示，在 12 至 17 岁的青少年中有五分之一的人曾注意过风味香烟制品或广告，而在成人中这一比例仅为十分之一。³

¹ 在加拿大，万宝路使用印有万宝路标识、颜色和标语的包装，但因商标原因并未标记“万宝路”字样。

² U.S. Food and Drug Administration, “Flavored Tobacco Product Fact Sheet” updated April 19, 2010, accessed June 14, 2010.

<http://www.fda.gov/TobaccoProducts/ProtectingKidsfromTobacco/FlavoredTobacco/ucm183198.htm>

³ 于 2008 年 3 月由国际传播研究(International Communications Research)针对年龄在 12 至 17 岁的青少年和成人展开的全国电话调查。

- 根据对年龄在 13 岁和 18 岁之间的青少年吸烟者的一项调查，听说过风味香烟的吸烟者中有 52% 的人报告说有兴趣尝试，近 60% 的人认为风味香烟的口感比普通香烟更好。”

指引草案同样建议缔约方禁止或限制在香烟和香烟类烟草制品中使用可能使人以为对健康有益的成分（如维生素）、与能量和生命力有关的成分（如咖啡因）和有颜色属性的成分（如粉红色卷烟纸）（第 3.1.2.2(ii)、(iii) 和(iv)条）

指引草案指出，《公约》第 13 条（烟草广告、促销和赞助）的现有实施指引建议缔约方尽量对更多增加烟草制品吸引力的特性施加限制，如有色香烟纸和有吸引力的味道（第 3.1.2.1 条）。

烟草业使用香精的情况有所增加

在许多国家的烟草业中，在香烟和某些其他香烟制品中添加香料的情况日益增多。在一些情况下，风味香烟的营销者为不同于大型跨国公司的小型公司。一些主要国际公司亦出售风味香烟。

由于认识到香精可增加香烟的吸引力，许多国家开始积极应对，立法限制在香烟和其他烟草制品中使用香精：

澳大利亚：一些州禁止在香烟中使用水果和糖果（例如）香精。

泰国：颁布管理规定，禁止市场上出售水果味和糖果味的香烟。

美国：国家立法禁止在香烟、手卷烟和某些小雪茄中使用“特色”香精。“特色”香精包括有水果、糖果、香料（如丁香）、酒精饮料等口味的产品。

加拿大：国家立法禁止在香烟、小雪茄和简装香烟（一种卷纸但由烟草制成）中使用香精和添加剂。

法国：法令禁止在香烟中使用香精，包括与香草有关的香精。

欧盟：2010 年 5 月 27 日，欧洲委员会表示，在对欧盟烟草制品指令(Tobacco Products Directive)的修订讨论中，便可能包括对“烟草制品中诱引物质”的控制措施的修改。此外，在 2010 年 7 月 6 日，欧盟新兴及新鉴定健康风险科学委员会(Scientific Committee on Emerging and Newly Identified Health Risks)在为欧洲委员会编制的意见草案中总结道“许多方式都能达到相同的提高香烟吸引力的效果，例如添加香精”。

（注：所有上述司法管辖区均允许继续出售薄荷醇香烟。）

要点

- 烟草业使用香精改善香烟口味并使其易于吸食是不对的行为。
- 为何人们更易于接受有冰激凌、糖果和水果口味（如巧克力、香草、薄荷、草莓、樱桃、桃子和葡萄）的香烟？
- 《公约》指引中禁止使用烟用香精的建议并不禁止美式香烟或白肋烟的使用。
- 烟草业发起不实信息运动，藉以竭力游说反对指引。
- 美国食品和药品管理局在国内实施国家限制时，引述了有吸引力的香精如何吸引年轻人的实例 (<http://www.fda.gov/TobaccoProducts/ProtectingKidsfromTobacco/FlavoredTobacco/ucm183198.htm>)

框架公约联盟

FCA 是由无政府组织、机构、专家和其他人士组成的民间社会联盟，旨在帮助制定和实施《公约》，使之成为有效控制全球烟草的基准。FCA 代表了来自 100 个国家的超过 350 个组织。欲知更多信息，请参阅 www.fctc.org。

更多信息，请联系位于渥太华的 FCA 通讯经理 Marty Logan，电话：+1.613.241.3927, loganm@fctc.org