

全球范围内儿童接触烟草营销活动的情况

中国情况介绍

通过营销活动和媒体宣传而传达的烟草推销信息烟草推广信息会触及到非常年幼的儿童，并进而影响他们对于吸烟的态度以及相关的行为。此项研究探索了六个中低收入水平国家（包括中国）内5到6岁儿童接触烟草营销活动的情况。

研究人员对巴西、中国、印度、尼日利亚、巴基斯坦和俄罗斯的5到6岁儿童（研究的总体N = 2423）进行了一对一的访谈。在中国，研究选取了祁县城区和下辖的贾令镇一共396名5到6岁的儿童。研究人员让这些儿童将产品商标与产品图片配对，其中包括八个香烟品牌的研究还分析了所有研究对象和不同国家研究对象对香烟品牌商标的认知程度，以及这种认知程度与他们的性别、年龄、所在地、家庭成员的烟草使用情况、对媒体人物形象的了解和吸烟意向之间是否存在关联。



照片提供：D.L.G. Borzekowski

就整个研究对象群体而言，有68%的5到6岁儿童能认出至少一种香烟品牌商标，其中俄罗斯最低，为50%，而中国最高，为86%。中国的儿童平均能认出3.8个品牌（总共为8个）。被认出次数最多的三个品牌是：红河（58%）、红塔山（55%）和芙蓉王（51%）。有43%的儿童能认出万宝路品牌。在中国，年龄为6岁、居住在农村地区以及认识较多媒体人物形象的儿童更有可能认出至少一种香烟品牌。

中低收入水平国家的大多数低年龄儿童都熟知香烟品牌。本研究的结果表明，需要采取更为有效的措施来限制烟草营销活动的影响范围。

Borzekowski DLG, Cohen JE. International Reach of Tobacco Marketing Among Young Children (国际范围内低年龄儿童接触烟草营销活动的情况)。Pediatrics 2013; DOI: 10.1542/peds.2013 http://pediatrics.aappublications.org/content/early/2013/09/24/peds.2013-1150.abstract



研究对象的特征以及对香烟品牌的认知

中国	n (%)
性别	
男	204 (52%)
女	192 (49%)
年龄	152 (38%)
5岁	244 (62%)
6岁	
位置	
城市	198 (50%)
农村	198 (50%)
儿童所在家庭有人使用烟草	280 (71%)
父母使用烟草	258 (65%)
想吸烟	86 (22%)
识别任何香烟品牌	340 (86%)
能够识别万宝路	169 (43%)
	中值 (标准差)
了解媒体人物形象 (范围: 0 到 10)	7,5 (1,7)
了解香烟品牌 已知品牌数量 (范围: 0 到 10)	3,8 (3,0)