

中国青少年对烟草营销的观念和营销暴露情况：基于焦点小组的研究

简报

青少年极易受到尼古丁成瘾的影响，而中国的青少年烟草使用率仍有下降空间。¹ 尽管中国禁止在公共场所投放烟草广告，中国的青少年还是很容易受到烟草营销的影响。研究表明，接触烟草营销会增加中国青少年使用卷烟的可能性以及其使用卷烟的行为。^{2,3,4,5}

本研究在中国10个城市进行，北京、上海、重庆、广州、沈阳、济南、昆明、开封、桂林和白银。研究结果可为加强限制全国范围的烟草营销的监管提供支持。

研究设计

本研究的数据来自 20 个在线焦点小组讨论，共有119 名 15-16 岁的 10 年级青少年参与。每个城市各有一女生小组和一男生小组，每组包括 5-6 名女孩或男孩。我们请每组参与者进行以下活动：1) 描述烟草广告和促销的来源；2) 描述烟草广告和烟草展示的吸引力；3) 讨论他们认为谁是他们所接触的营销活动的目标受众。

结果讨论

本研究的结果表明，烟草广告和烟草展示在中国公共场所和网络仍然很常见。许多烟草广告/展示被放置在吸引年轻人的位置（例如：学校附近和购物中心），并包含许多吸引年轻人的特点。本研究的中国青少年参与者认为，电子烟广告/展示是为像他们这样的青少年设计的，接触电子烟营销可能会导致未来的产品使用。中国或需加大监管力度，以减少中国青少年接触到有吸引力的烟草产品，特别是电子烟产品的营销。

此项目由彭博慈善基金会-彭博减少烟草使用倡议行动(www.bloomberg.org)资助



便利店中的烟草展示（摄于北京）

参考文献

1. Wang M, Luo X, Xu S, et al. Trends in smoking prevalence and implication for chronic diseases in China: serial national cross-sectional surveys from 2003 to 2013. *Lancet Respir Med*. 2019;7(1):35-45. doi: [10.1016/S2213-2600\(18\)30432-6](https://doi.org/10.1016/S2213-2600(18)30432-6)
2. Lam TH, Chung SF, Betson CL, Wong CM, Hedley AJ. Tobacco advertisements: one of the strongest risk factors for smoking in Hong Kong students. *Am J Prev Med*. 1998;14(3):217-223. doi: [10.1016/s0749-3797\(97\)00071-8](https://doi.org/10.1016/s0749-3797(97)00071-8)
3. Liu S, Xiao L, Zeng X, Di X, Li X. Tobacco use and exposure among secondary school students- China, 2019. *China CDC Weekly*. 2020; 2(22): 385-93. doi: [10.46234/ccdcw2020.100](https://doi.org/10.46234/ccdcw2020.100)
4. Wang L, Chen J, Ho SY, Leung LT, Wang MP, Lam TH. Exposure to e-cigarette advertising, attitudes, and use susceptibility in adolescents who had never used e-cigarettes or cigarettes. *BMC Public Health*. 2020;20(1):1349. Published 2020 Sep 4. doi: [10.1186/s12889-020-09422-w](https://doi.org/10.1186/s12889-020-09422-w)
5. Zhu J, Li J, He Y, Li N, Xu G, Yu J. The influence and interaction of exposure to pro-smoking and anti-smoking messaging on youth smoking behaviour and susceptibility. *Tob Induc Dis*. 2019;17:86. Published 2019 Nov 27. doi: [10.18332/tid/114066](https://doi.org/10.18332/tid/114066)

研究结果摘要

中国的青少年经常在公共场所和青少年聚集的场所接触到烟草广告和烟草展示

- 烟草广告/展示经常出现在公共场所，包括地铁站、购物中心，以及住所或学校附近的零售点或小卖部
- 传统媒体（即电视、广播和报纸）上的烟草广告并不常见
- 青少年经常接触网络烟草广告，尤其是通过品牌账号以及同学或朋友发布的电子烟销售信息来接触电子烟广告

“有时候在抖音上有刷到过，比如说刷视频软件，有时候会刷出来一条广告，上面就有那些关于烟草的广告之类的，可能会有一些。” - **白银，女生焦点小组**

“我朋友圈里面有微商发那种广告，电子烟的，他是卖电子烟的。” - **北京，女生焦点小组**

多个特点被描述为有吸引力的亮点，而且许多烟草广告和展示都包含吸引年轻人的特点。

- 参与者认为便利店中整齐有序的卷烟展示十分美观且引人注目；亮丽色彩和独特风味的使用令烟草广告/展示中的卷烟更具吸引力
- 电子烟广告/展示中的醒目色彩、青春概念的使用（例如时尚模特、滑板文化）、产品包装和价格促销（例如折扣、免费试用优惠）等吸引年轻人的特点吸引了参与者的注意

“吸引的是青少年，因为好奇心都比较重，会吸引他们注意，都特别好奇都想试一下是什么样子的。” - **白银，女生焦点小组**

“比如说他们照片里面特别年轻的形象，还有色调，色调感觉都是那种大红大紫的，穿着打扮都特别年轻时尚，包括刚才说的他们在滑滑板，滑滑板的时候手里拿一根烟，这样可能是一种潮流，一种形式。” - **北京，男生焦点小组**

参与者认为他们是电子烟广告/展示和风味卷烟的目标受众。

- 参与者普遍认为卷烟广告/展示针对的是老年人，但风味卷烟除外。部分参与者认为风味卷烟比传统卷烟更加新潮，适合青少年和大学生使用
- 虽然电子烟营销可能面向的是 30 至 40 岁试图戒烟的成年人，但参与者认为电子烟广告/展示主要面向的是初中生和高中生，因为这类群体会被时尚的产品设计、出现在广告/展示中鲜艳色彩和时尚风潮概念，以及各式各样的产品口味所吸引

“广告（说），电子烟还有水果味，（比如）苹果味，那些（让人）想去买。” - **重庆，男生焦点小组**

“感觉他们可能会把这些包装弄的五花八门的，弄的都特别好看，特别吸引人，觉得这个东西特别好看，大家都想试一下到底是什么样子的。” - **白银，女生焦点小组**

电子烟广告/展示，尤其是销售点的烟草展示以及同学和网络卖家发布的电子烟社交媒体广告，会增加青少年尝试电子烟的兴趣。