

健康警告标签

有效标签的基本要素

烟草制品包装是烟草业的一种基本沟通渠道。

烟草公司依靠包装设计来建立品牌认知和促进销售，特别是因为在许多市场中，烟草广告受到了越来越大的限制。

- 通过烟草制品包装所树立的品牌形象，常常与烟草制品使用相关的真相和危险完全相反²。烟草公司树立的品牌形象宣扬身份地位、财富、性吸引力、魅力、苗条、男子汉气概、热爱运动、健康等等。
- 对吸烟者来说，尤其是对十几岁的青少年吸烟者来说，烟草制品包装就象是一个徽章，代表了他（她）希望向他人传达的理想自我形象³。

《烟草控制框架公约》要求有效的健康警告标

《烟草控制框架公约》（简称《公约》）作为世界上第一份全球公共卫生条约，建立了降低烟草使用所带来的破坏性的健康和经济影响的政策框架。《公约》第11条要求缔约方实施有效的措施，在批准《公约》三年内，在所有烟草制品包装上警示烟草使用的有害影响。实施图片式健康警告标签政策，不会给政府带来额外的财政负担，费用由烟草公司承担。

实施健康警告标签的全球进展

各国政府通过实施《公约》第11条实施准则规定的措施，已在改进烟草制品健康警告标签方面取得了长足的进展。截至2016年11月1日，至少已经有118个国家和地区通过立法，要求图片式健康警告标签至少占卷烟烟盒主要可见部分的30%，在一些国家和地区，雪茄、水烟、无烟烟草制品和散装烟叶等其他烟草制品的包装上也同样需要印制图片式警告标签。至少已有108个国家和地区制定了图片式健康警告标签的规定。但是，并不是所有这些国家和地区图片式健康警告标签的规定都已经得到了落实。

“我们与吸烟者的最后沟通渠道是烟盒本身。在缺乏任何其他营销信息的情况下，我们的包装...是我们能够传播品牌精髓的唯一渠道。换句话说，当其他的渠道都被堵上了，包装就是我们的营销。”¹

菲利普莫里斯公司高管，1994。



毛里求斯，2009



乍得，2015

有效健康警告标签的要素*

要素	描述	营销
图片	通过图片和（或）图标展示烟草使用的有害影响。	照片和强有力的图片比纯文字更能帮助吸烟者直观认识烟草导致疾病的性质。 在一个人决定是否吸烟，或者是否减少吸烟时，图片更可能引起注意和被记住。 在识字率低或研究显示吸烟者漠视纯文字健康警告标签的地区，图片尤其重要。 图片式健康警告标签能到达儿童和青少年，尤其是格外容易接触吸烟的吸烟者子女。
尺寸	占烟盒主要可见部分的至少50%。	大幅信息更可能被注意到。 标签有效性随着尺寸增大而增加。 大幅标签刺激情感反应，提高戒烟动力。
位置	把健康警告标签放在主要可见部分（即正反面，烟盒最大的两面）。	在显眼位置的信息更可能被注意到。
轮换和数量	在所有烟草制品上同步使用多个健康警告标签，或者定期轮换使用。	防止人们由于长期接触某一特定图像而降低其对警告的敏感度
信息内容	通过显示烟草使用和接触二手烟的有害后果和影响，呈现各项风险因素。 包括具体各项风险的严重程度。 指出烟草制品的成瘾性。 对不同烟草制品（卷烟、雪茄、无烟气烟草制品、水烟），使用特定信息内容。	信息显示烟草使用的有害影响，向公众提供以其他方式可能无法获得的重要公众健康信息。 能够让人们对烟草使用有不悦情感反应的信息，更可信且更有说服力。
颜色、背景和字体	使用全色。 使用与背景和文字形成反差的颜色。	尽可能高度可见和容易理解。
戒烟信息	提供戒烟建议和当地戒烟热线号码和/或网站。	帮助吸烟者戒烟。
语言	使用本国主要语言。	信息使用所有主要语言，确保更广泛地到达受众。
信息来源	健康警告标签可以指明来源，比如建议该健康信息的国家主管当局（比如卫生部）。	根据文化不同，指明来源可增加信息的可信度。

*本表着重指出的要素是根据世界卫生组织《烟草控制框架公约》第11条实施准则和烟草标签资源中心编写的《烟草标签与包装工具包》归纳的最佳实践。

主要信息

- 图片式健康警告标签有效地传达烟草使用的风险，提高关于吸烟相关风险的知识，降低青少年吸烟的意图，劝说吸烟者戒烟，保持戒烟者不再吸烟。
- 有效的健康警告标签是大幅、清晰的，多个轮换使用，至少占整个烟盒的50%，包括文字和生动的图片。
- 世界卫生组织《烟草控制框架公约》要求缔约方在批准《公约》的三年内，在所有烟草制品包装上实施大幅、清晰、 轮换的图片式健康警告标签。



巴西，2009

参考资料

1. Hult M. Presentation at the May 17, 1994 Corporate Affairs Conference: Marketing Issues (internal industry document.) Philip Morris. 1994. Bates No. Bates No. 2504015017/5042. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/jga42e00>
2. Center for Behavioural Research in Cancer. Health warnings and contents labelling on tobacco products: Review, research and recommendations/ prepared by the Centre for Behavioural Research in Cancer. Report prepared for the Ministerial Council on Drug Strategy Tobacco Task Force on Tobacco Health Warnings on Content Labelling in Australia. Carlton South: The Center; 1992.
3. Cunningham R, Kyle K. The case for plain packaging. Tobacco Control. 1995;4(1):80-6.