

中国公共卫生与烟草控制议题监测 月度分析报告

2014-8



中国人民大学 公共传播 研究所
RENMIN University of China Public Communication Institute

2014年9月15日



目录

第一章 研究主要发现及结论	2
1.1 议题的总体分布趋势及分析	2
1.2 烟草控制议题传播模式分析	3
第二章 研究报告正文	5
2.1 议题的总体分布趋势及分析	5
2.1.1 控烟议题报道时间分布趋势	5
2.1.2 总体议题的结构分析	6
2.1.3 烟草控制一级议题分布	6
2.2 控烟议题的传播模式分析	8
2.2.1 信源：谁在说	8
2.2.2 信道：媒体渠道	10
2.2.3 信宿：对谁说	10
2.2.4 体裁	11
2.2.5 自主性	12
2.2.6 报道调性	13
2.3 控烟重点议题分析	14
2.3.1 重点报道标题列表	14
2.3.2 烟草与健康议题结构分析	15
2.3.3 青少年控烟议题结构分析	16
2.3.4 控烟报道的文本分析：怎么说	16
2.4 烟草行业输出议题析	18
2.4.1 重点报道标题列表	18
2.4.2 烟草行业重点议题	18
附件	20
附件 1：月度研究主要编码表（2014 年）	20
附件 2：2014 年 8 月监测研究重点报道标题列表	22



第一章 研究主要发现及结论

1.1 议题的总体分布趋势及分析

- 👉 2014 年 8 月，研究监测获得中国公共卫生与烟草控制议题以及烟草行业输出议题的相关报道总量共计 2736 条，删去重复报道后共计 424 条，平均转载率为 6.5 次/条。
- 👉 从报道时间看，本月报道量分布比较起伏，高峰出现在 8 月下旬 25-27 日。从整体舆情看，本月的话题围绕着《广告法》的修订和审议在进行，该话题断断续续持续了一整月。8 月 25 日，《广告法》修订草案提交全国人大常委会审议，随后两天内出现了较多相关的报道，因此形成了 8 月的报道高峰。
- 👉 本月，控烟相关报道占 77.1%，烟草行业相关报道的比例占 18.2%，两者均涉及的报道占 4.7%。抽样结果显示，控烟报道的平均转载率为 7.6 次/条，烟草行业报道的平均转载率为 5.6 次/条。本月烟草行业在社会公益议题上，输出的报道较多。
- 👉 相比 6 月的数据来说，本月的报道虽然在数量上不多，但质量上更胜一筹，热点事件的发声更为集中，单个传播势能较大。在控烟报道的淡月，热点事件可能不多，但是能在单个事件上进行深度挖掘。



- 👉 监测结果显示，首发报道数量最多的议题依次是“烟草与健康”和“无烟立法”。平均转载率最高的议题是“影视作品及广告”和“国际及港澳台经验”。
- 👉 本月控烟议题围绕的核心话题是：烟草与广告。全面禁止烟草广告一事在本月达到高潮。无论是从行动过程还是结果来看，《广告法》修订案禁止烟草广告一事，控烟主体（如控烟组织、意见领袖等）和重要媒体都扮演了主动、积极的角色，成功借势《广告法》修订，并经由立法领域向青少年、社会影响等话题转化、结晶，使其成为社会关注的公共事件，传播力大大提升，成为今年继中央禁烟令后的又一大控烟立法领域重要事件。

1.2 烟草控制议题传播模式分析

- 👉 **信源（谁在说）**：媒体（自采自评）的报道最多，达到了 41.3%，表明本月控烟议题媒体关注度高。中央政府部门和公共意见领袖为信源的报道平均转载率最高。本月底，《广告法》修订案提交全国人大常委会审议，在相关报道中多出现委员在会议上的讨论意见。同时，本月公共意见领袖也主动发声进行倡导。
- 👉 **信道（传播渠道）**：综合类网络媒体和都市媒体首发报道最多，都市媒体和中央媒体的报道平均转载率最高。在都市媒体对烟草广告的报道中，京华时报比较突出。
- 👉 **信宿（对谁说）**：“烟民”和“政府决策部门”是主要倡导对象，对“烟草行业”倡导的报道平均转载率最高。



- 👉 **体裁：**消息体裁的报道数量占比最大，其他体裁和深度报道的平均转载率最高。在公共事件和争议事件上，本月都出现了典型的深度报道。
- 👉 **自主性：**本月政府或控烟组织输出的报道数量上低于被动输出的数值，在平均转载率上高于被动输出的数值。
- 👉 **报道调性：**本月积极调性报道的比例为 60%，消极调性报道的比例为 5%，中性调性的报道比例为 35%，在调性结构上与 7 月数据几乎保持一致，变化幅度较小。这说明 7、8 月的报道调性趋势相同，比较稳定，控烟议题在舆情上理性、积极。
- 👉 **图表数据及详细分析**见报告正文。



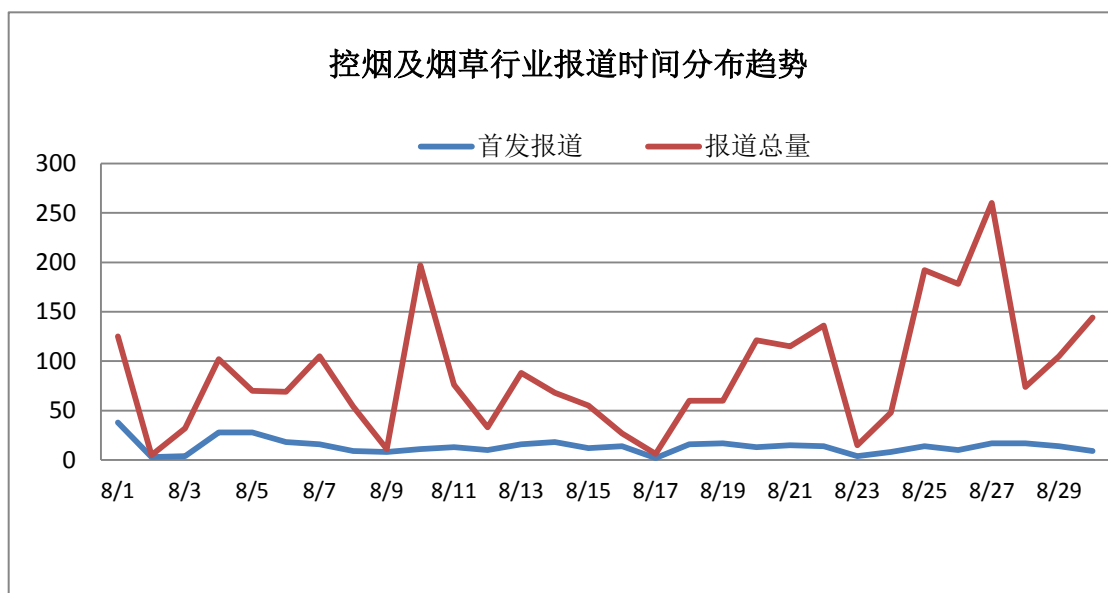
第二章 研究报告正文

2.1 议题的总体分布趋势及分析

2.1.1 控烟议题报道时间分布趋势

2014年8月，研究监测获得中国公共卫生与烟草控制议题以及烟草行业输出议题的相关报道总量共计2736条，删去重复报道后共计424条，平均转载率为6.5次/条。

控烟及烟草行业报道量变化的时间分布趋势如下：



从报道时间看，本月报道量分布比较起伏，高峰出现在8月下旬25-27日。

从整体舆情看，本月的话题围绕着《广告法》的修订和审议在进行，该话题断断

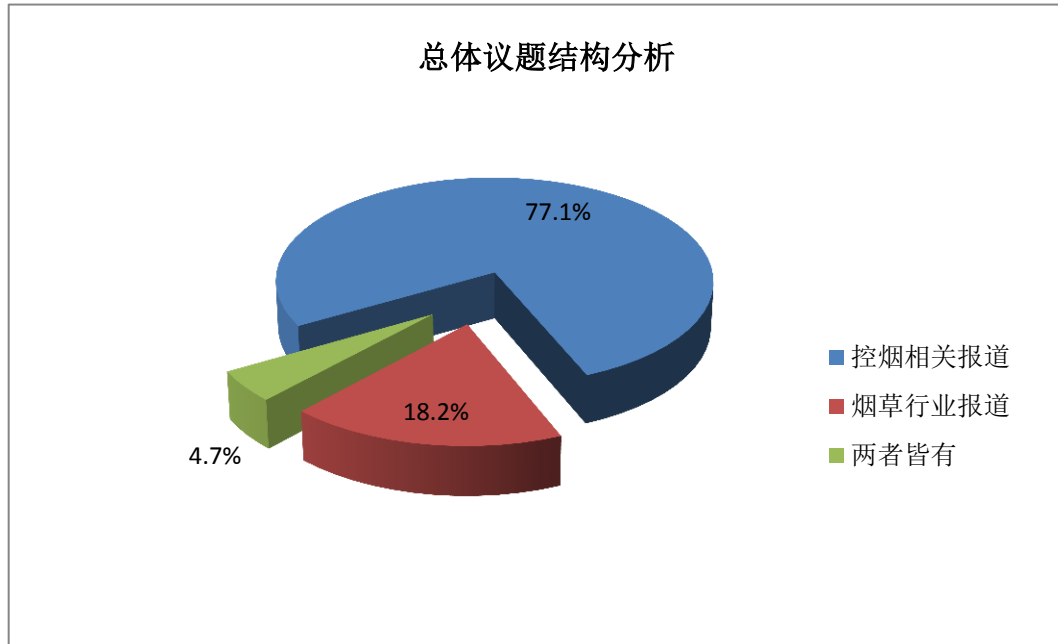


续持续了一整月。8月25日,《广告法》修订草案提交全国人大常委会审议,随后两天内出现了较多相关的报道,因此形成了8月的报道高峰。

2.1.2 总体议题的结构分析

本月,控烟相关报道占77.1%,烟草行业相关报道的比例占18.2%,两者均涉及报道占4.7%。抽样结果显示,控烟报道的平均转载率为7.6次/条,烟草行业报道的平均转载率为5.6次/条。

需注意的是,本月烟草行业相关报道的比例虽然与上月相比相差不大,但是本月烟草行业在社会公益议题上,输出的报道较多。

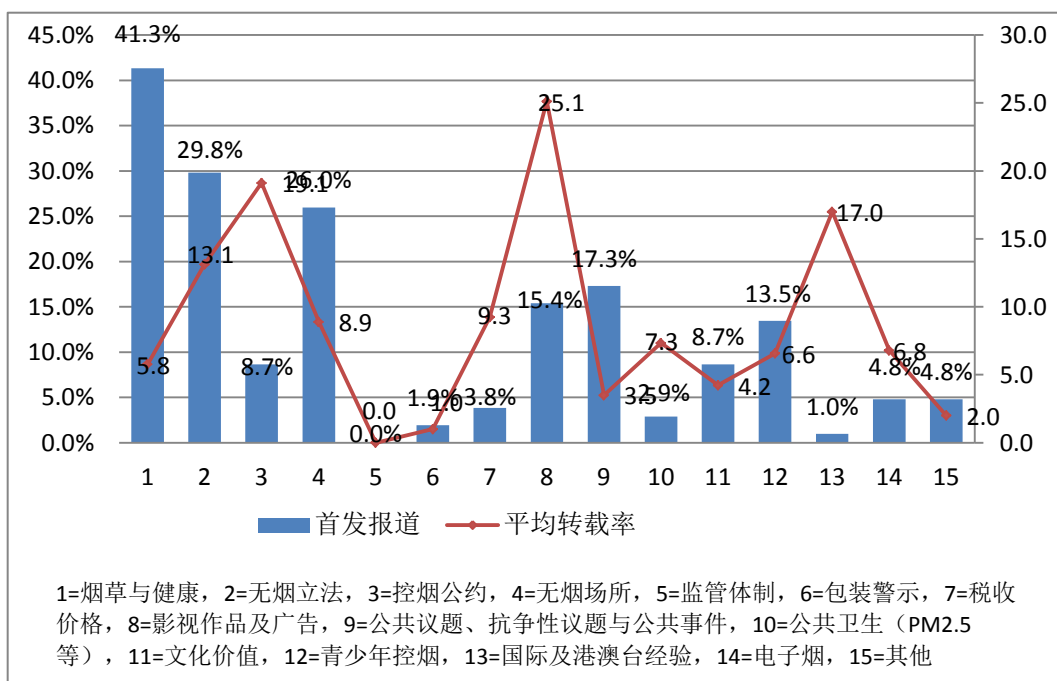


2.1.3 烟草控制一级议题分布

本监测研究将控烟议题分为十五类,对监测获得的控烟相关报道进行了十



五类一级议题的编码分析，得出的结构分布如下图所示：



监测结果显示，首发报道数量最多的议题依次是“烟草与健康”和“无烟立法”。平均转载率最高的议题是“影视作品及广告”和“国际及港澳台经验”。

本月控烟议题围绕的核心话题是：烟草与广告。在前几月中，《广告法》修订的相关话题已经出现，但多与其他热点话题共存，占报道版面。而在本月里，《广告法》修订一事成为绝对的主角，在抽样编码的控烟报道转载次数最多的报道里，前四篇皆与此相关。可以说，全面禁止烟草广告一事在本月达到高潮，这与本月提交全国人大常委会审议、得出最后结果不无关系。

在烟草广告一事上，整体报道舆情虽然不是尽善尽美，但仍然可圈可点。在控烟行动上，此前有 41 学者联名倡导全面禁止烟草广告，本月有 [《132 名人“联名上书” 呼吁新广告法禁止烟草广告》](#)。在媒体表现上，6 月有人民日报评论 [《不能给烟草留后门\(法评\)》](#)，本月有光明日报发声 [《变相烟草广告无处不在 全](#)



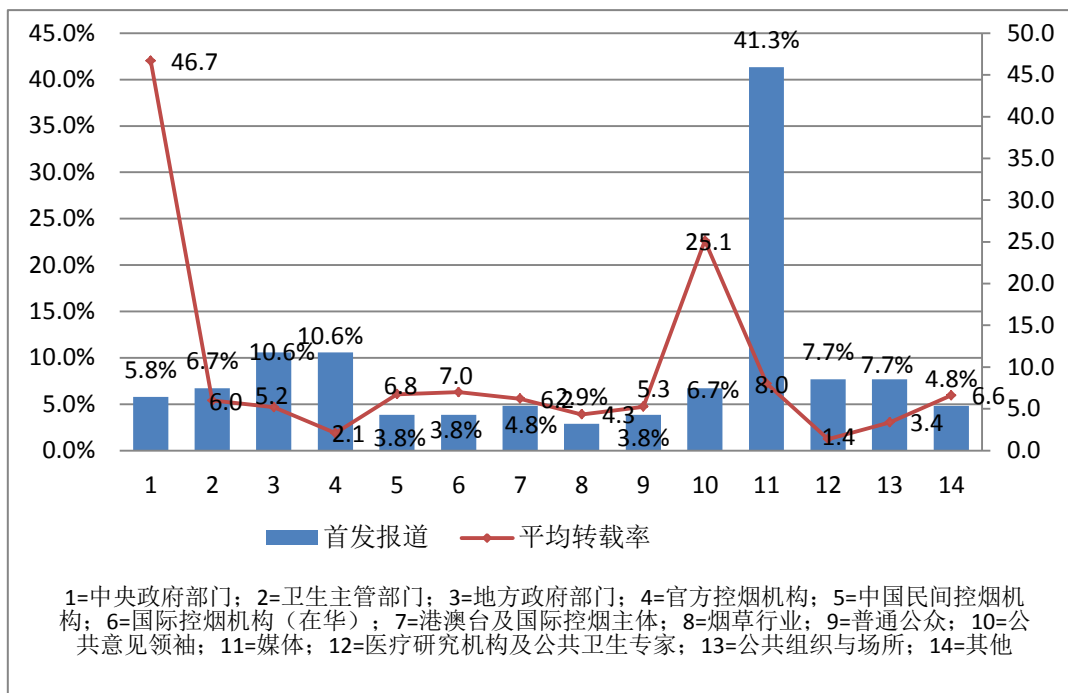
[面禁止烟草广告何时入法](#)》。无论是从行动过程还是结果来看，《广告法》修订案禁止烟草广告一事，控烟主体（如控烟组织、意见领袖等）和重要媒体都扮演了主动、积极的角色，成功借势《广告法》修订，并经由立法领域向青少年、社会影响等话题转化、结晶，使其成为社会关注的公共事件，传播力大大提升，成为今年继中央禁烟令后的又一大控烟立法领域重要事件。

需要一提的是，本月，影视明星房祖名和柯震东因吸食大麻在家中被捕，这使得本月出现了关于大麻合法化的话题。在一些报道中，大麻的危害和对大麻的控制常常与烟草加以比较，因此将其录入了编码表中。典型文本如，《[提倡禁烟吸大麻怎能合法?](#)》。

2.2 控烟议题的传播模式分析

2.2.1 信源：谁在说

本监测研究对控烟议题的信息输出主体即信源进行了统计分析，以了解控烟议题输出结构的现状和不足，结果如下图所示：



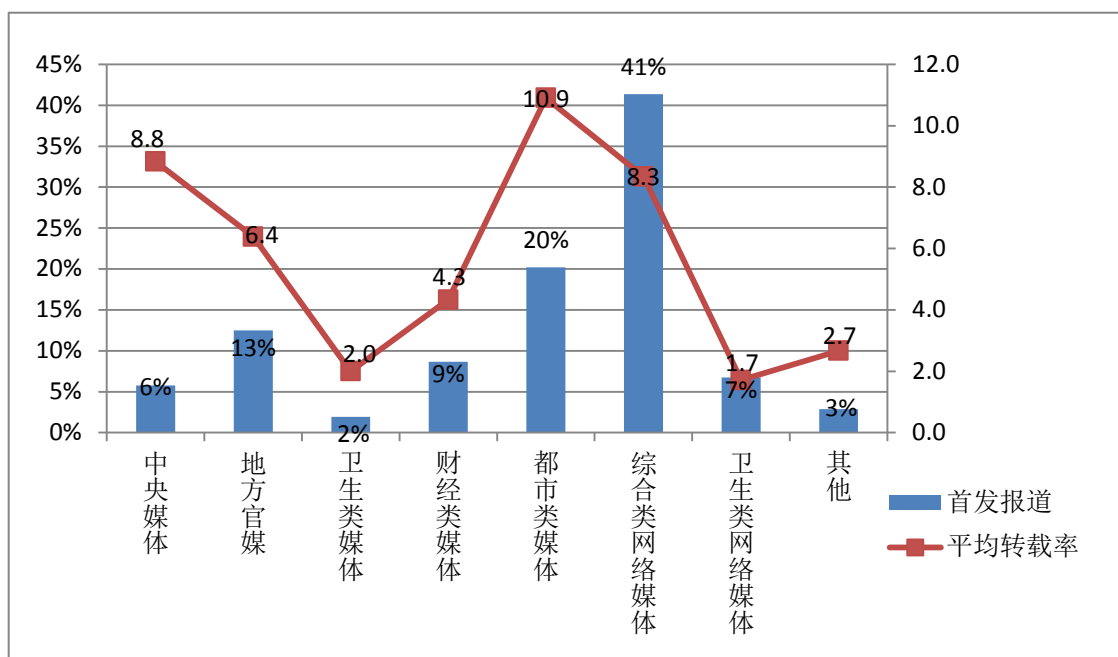
监测表明，媒体（自采自评）在信源中的占比最高，达到了41.3%，表明本月控烟议题媒体关注度高。中央政府部门和公共意见领袖为信源的报道平均转载率最高。

本月底，《广告法》修订案提交全国人大常委会审议，在相关报道中多出现委员在会议上的讨论意见，如《[全面禁止烟草广告是否应该入法引起热议](#)》。同时，本月公共意见领袖也主动发声进行倡导，如《[132 名人“联名上书” 呼吁新广告法禁止烟草广告](#)》，其中包括中国工程院院士钟南山、著名主持人赵忠祥、心血管病专家胡大一等。越是著名的组织和人物发出的新闻，越能引起关注，中央政府部门和公共意见领袖具有新闻传播价值规律中的显要性，因此，以其为信源的报道平均转载率较高。



2.2.2 信道：媒体渠道

基于输出控烟报道的媒体现状，研究对信道的分类进行了进一步细分，将媒体渠道分为八类并进行了统计分析，结果如下图所示：



在媒体渠道的首发报道上，综合类网络媒体和都市媒体首发报道最多，都市媒体和中央媒体的报道平均转载率最高。

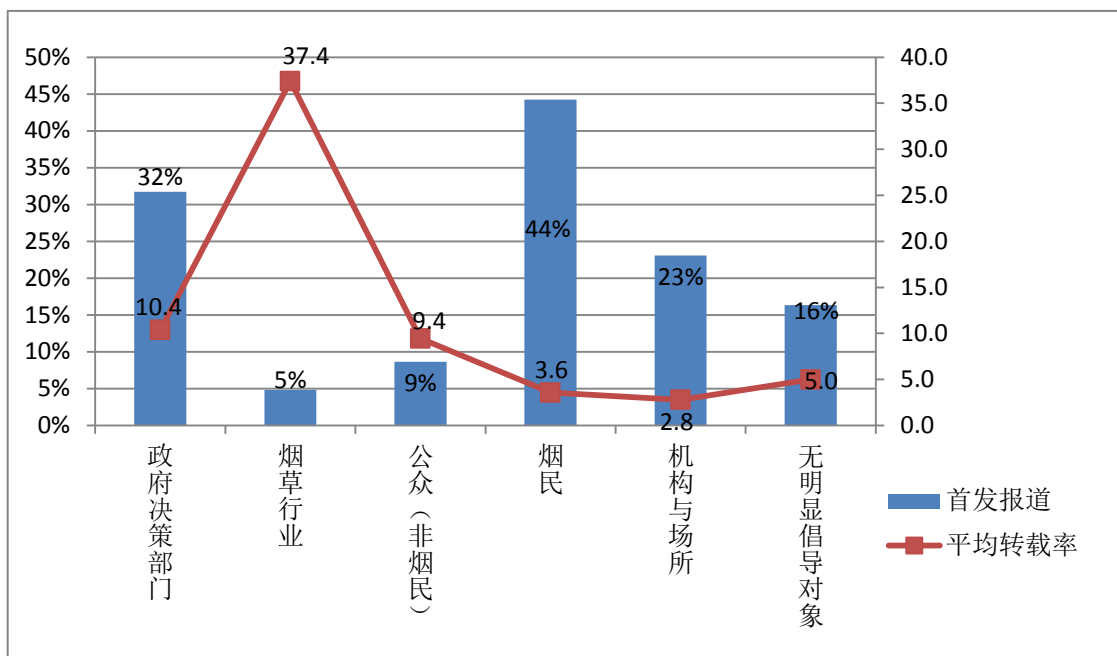
在都市媒体对烟草广告的报道中，京华时报比较突出。典型报道为，[《明星做广告代言必须先使用 户外烟草广告被叫停》](#)，[《“立法不能给烟草广告留后门”》](#)。其中，前者为控烟议题中转载次数最多的报道。

2.2.3 信宿：对谁说

本监测研究将控烟议题的重点倡导对象分为“政府决策部门”、“烟草行业”、“公众（非烟民）”、“烟民”、“机构与场所”、“无明显倡导对象”等七类，编码



分析如下：

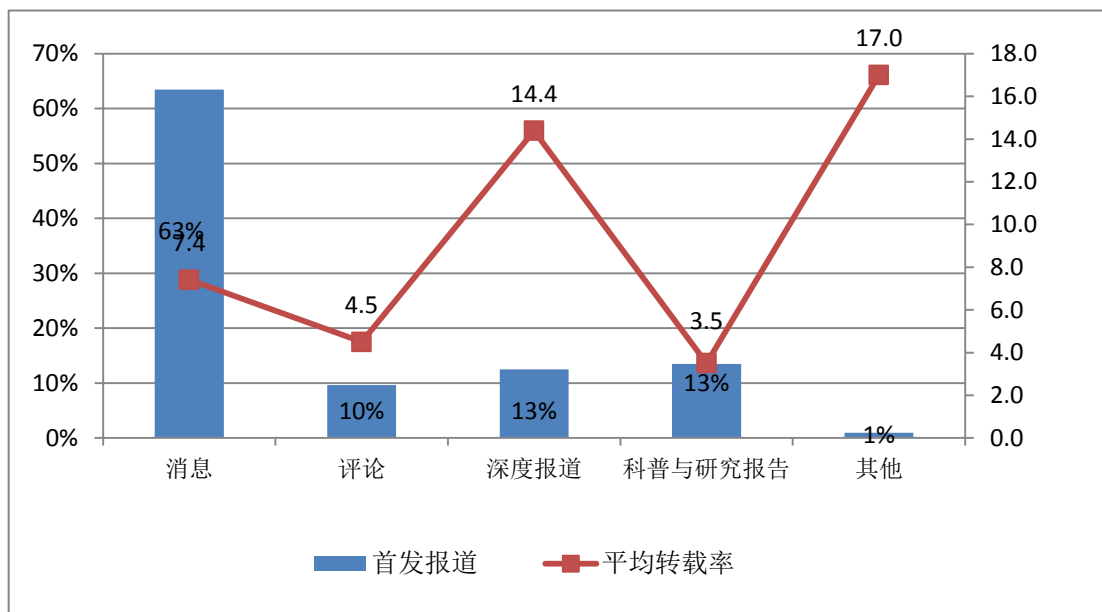


本月监测中，“烟民”和“政府决策部门”是主要倡导对象，对“烟草行业”倡导的报道平均转载率最高。

对“政府决策部门”的倡导主要着力在通过《广告法》全面禁止烟草广告上。对烟草行业的倡导报道数量并不多，一是着力在《广告法》通过审议后，倡导烟草行业遵守法规；二是地方法规对烟草售卖的限制，如“严格禁止经营户向未成年人出售烟草制品”（《[我市严禁向未成年人出售烟草制品](#)》）。

2.2.4 体裁

本监测研究将控烟议题呈现的体裁分为“消息”、“评论”等五类，编码分析如下：



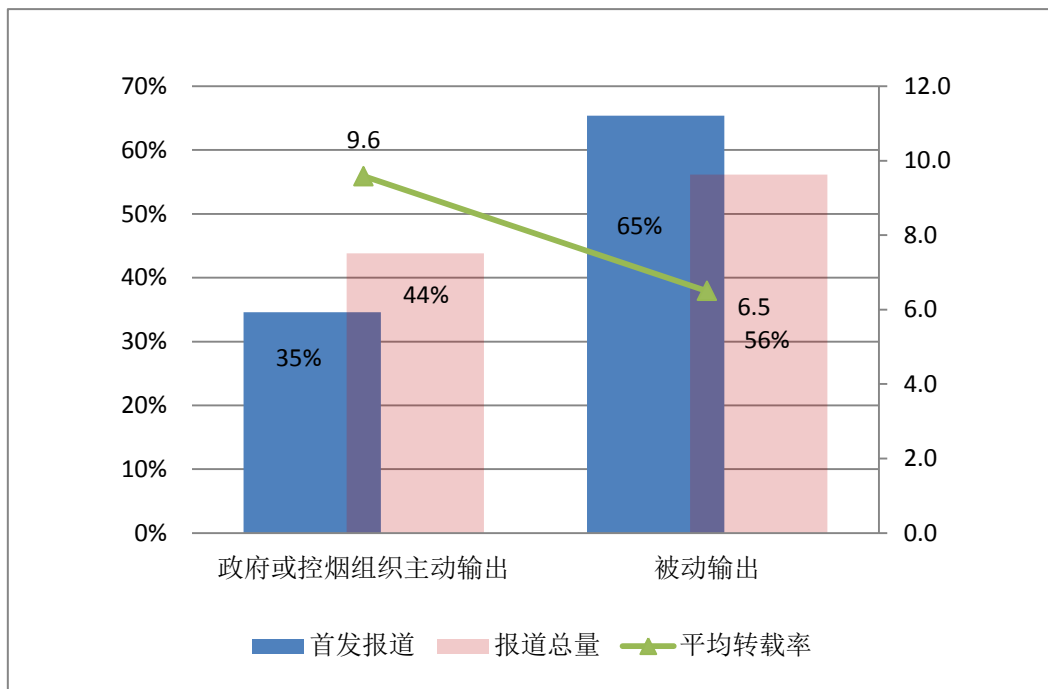
监测数据显示，消息体裁的报道数量占比最大，其他体裁和深度报道的平均转载率最高。

在其他体裁的报道中，《[美国如何防止空气污染](#)》转载次数达到 17 次，该报道节选自《美国民生实录》一书，单篇报道拉高了平均转载率。

在公共事件和争议事件上，本月都出现了典型的深度报道。烟草广告热点事件有光明日报的《[变相烟草广告无处不在 全面禁止烟草广告何时入法](#)》、京华时报的《[明星做广告代言必须先使用 户外烟草广告被叫停](#)》；南方周末相继在争议事件上输出了报道《[中美烟草诉讼,为何差距这么大](#)》和《[电子烟:肆虐在无主之地](#)》。

2.2.5 自主性

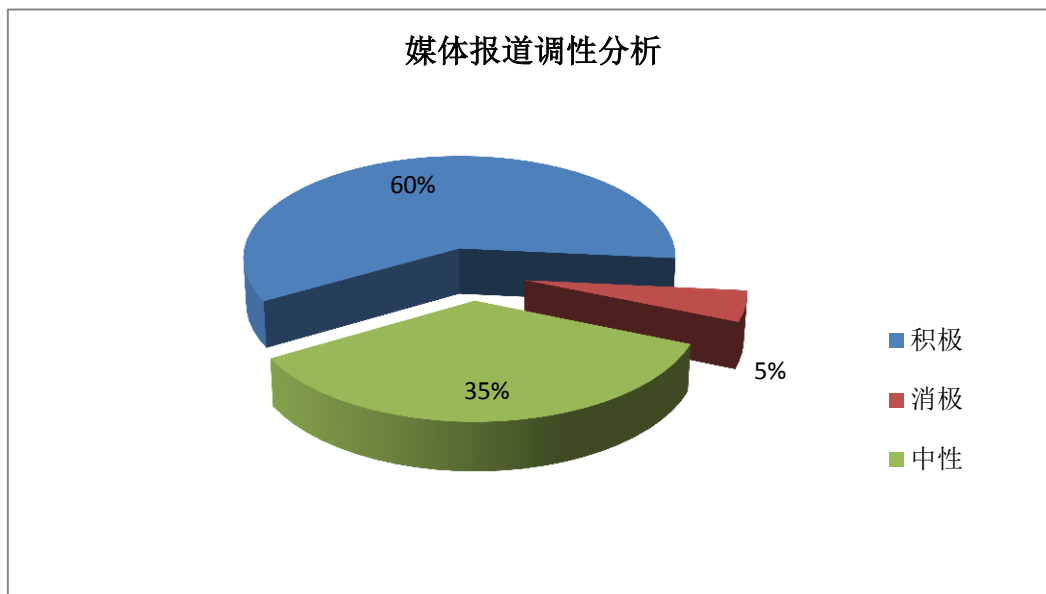
本监测研究进一步分析了控烟议题输出的主体，结果如下图所示：



本月政府或控烟组织输出的报道数量上低于被动输出的数值，在平均转载率上高于被动输出的数值。正如前文所述，本月热点事件禁止烟草广告在倡导过程中，控烟主体积极主动地发声，媒体在消息上跟进，在评论和深度报道中立论。为倡导过程和行动增加了传播势能，使得这一烟草立法领域事件转化为了社会公共事件。

2.2.6 报道调性

报道调性是指新闻报道中使用的文字、图像、声音所传达的倾向和感情色彩，一般新闻报道能给读者带来积极乐观、消极悲观和中性等感受。



在报道调性上，本月积极调性报道的比例为 60%，消极调性报道的比例为 5%，中性调性的报道比例为 35%，在调性结构上与 7 月数据几乎保持一致，变化幅度较小。这说明 7、8 月的报道调性趋势相同，比较稳定，控烟议题在舆情上理性、积极。

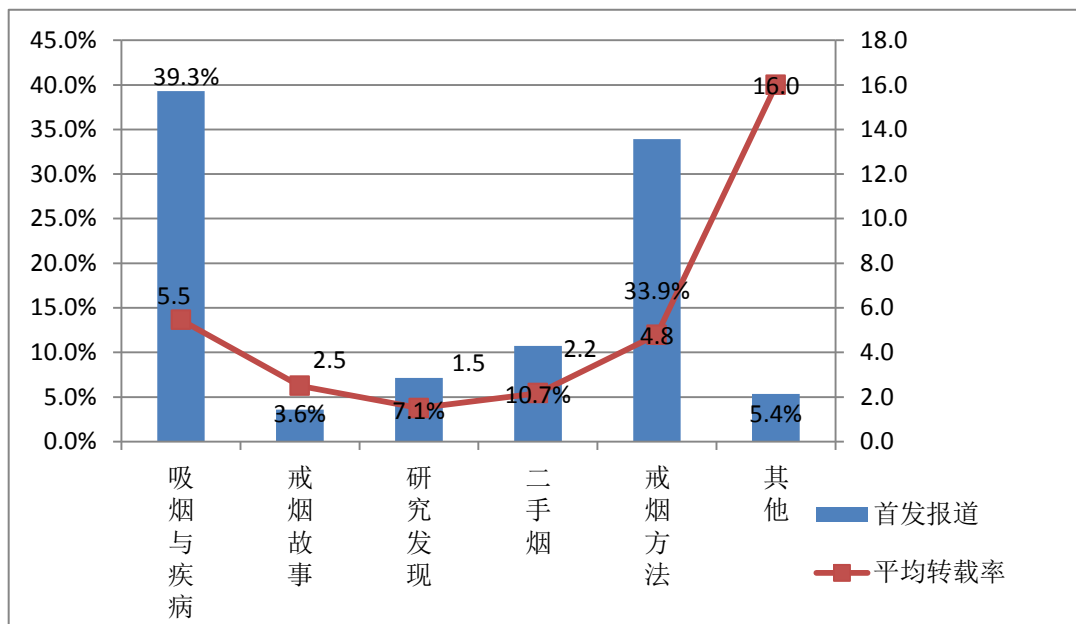
2.3 控烟重点议题分析

2.3.1 重点报道标题列表

序号	标题	首发媒体	时间	转载
1	明星做广告代言必须先使用 户外烟草广告被叫停	中金在线	8/26	120
2	广告法修订草案规定禁止设置户外烟草广告	中国新闻网	8/25	62
3	“立法不能给烟草广告留后门”	凤凰网	8/31	54
4	全面禁止烟草广告是否应该入法引起热议	中国广播网	8/30	43



2.3.2 烟草与健康议题结构分析

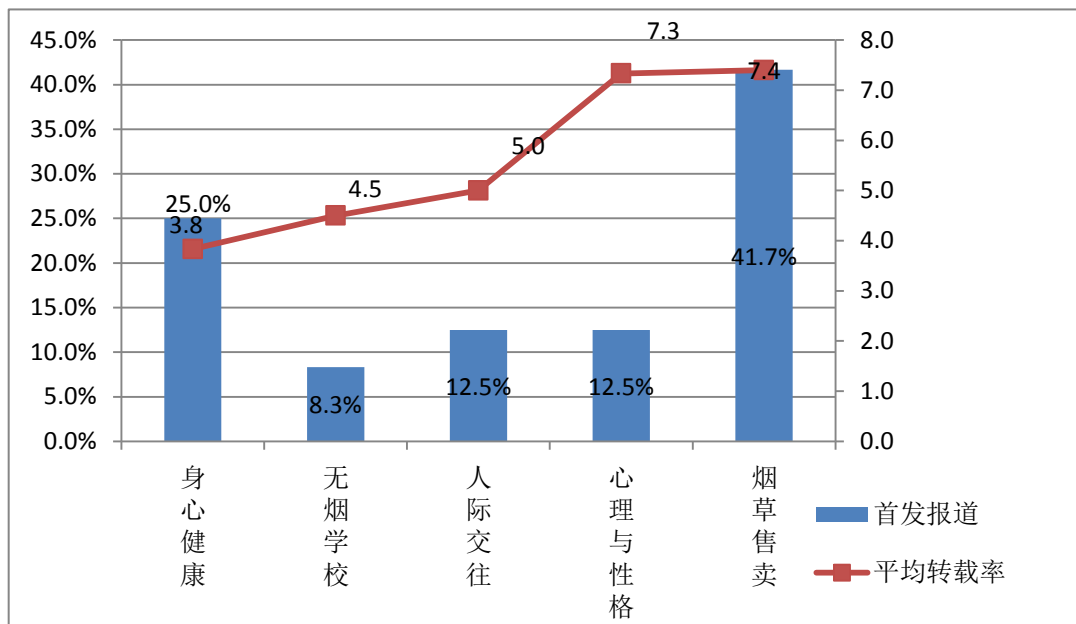


在本月的“烟草与健康”议题中，“吸烟与疾病”和“戒烟方法”议题的报道数量最多。其他议题的平均转载率最高，主要原因在于本月加入了部分大麻合法化话题相关的报道，在报道中，大麻的危害多与烟草相比较，拉高了这一议题的平均转载率。

而本月在提出问题和解决问题上的比例比较合理，报道数量相当。指出烟草有害的事实，同时也提供解决问题的戒烟方法，这样的结构能够使恐惧诉求更具有劝服效果，更有利于改变认知和态度，从而转换为行动。



2.3.3 青少年控烟议题结构分析



在“青少年控烟”议题中，“烟草售卖”的报道数量最多，且转载率最高。同时，“心理与性格”议题的转载率也较高。在本月的全面禁止烟草广告热点事件中，通过提及烟草广告的社会影响，尤其是对青少年的影响，烟草广告议题从立法领域事件转化为社会公共事件。在全面禁止烟草广告一事上，“青少年控烟”议题为其增加了合理性。

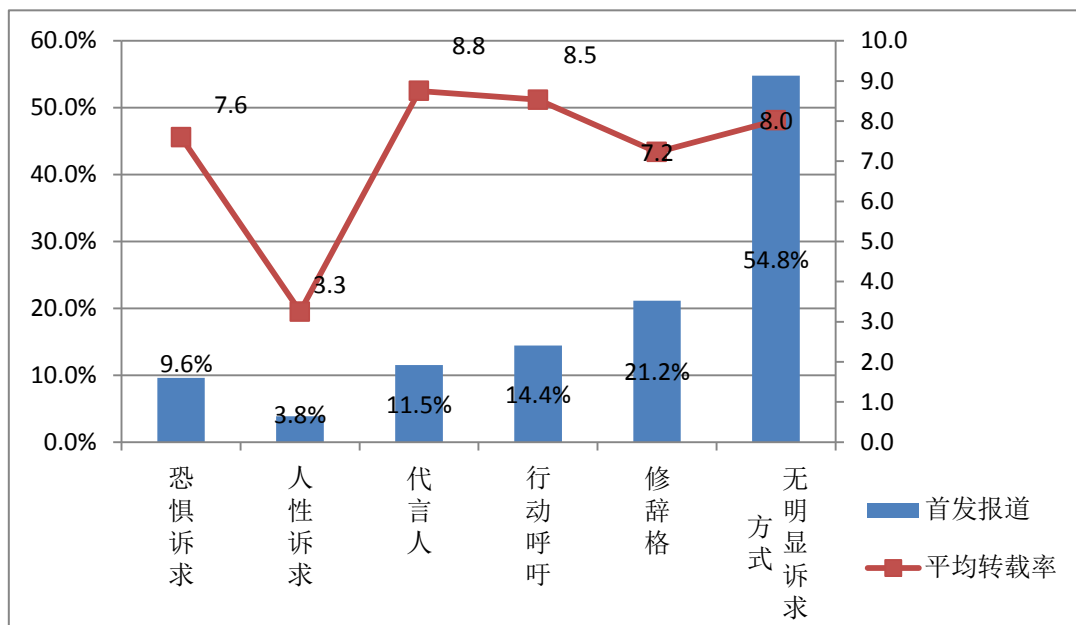
典型文本如，“烟草广告、促销和赞助必将继续危害公众，尤其是青少年，后患无穷”，“未成年人保护法里面没有规定相关的执法机构和处罚措施，因此在广告法等相关法律的修改中应对此予以明确”（[《变相烟草广告无处不在 全面禁止烟草广告何时入法》](#)）。

2.3.4 控烟报道的文本分析：怎么说

研究表明，在控烟文本中使用“恐惧诉求”、“人性诉求”、“代言人”、“行动



呼吁”、“修辞格”、“无明显诉求方式”等手段能影响控烟传播的效果，对本月的控烟媒体报道文本进行分析，结果如下：



监测结果显示，无明显诉求方式的首发报道数量最多。代言人和行动呼吁诉求的报道平均转载率最高。

在本月的全面禁止烟草广告一事中，公共意见领袖发挥了传声筒作用，如参加《广告法》审议的委员和进行联名倡导的社会公知等。

在“吸烟与疾病”议题中，值得一提的是，报道《[16岁男孩一天抽两包烟 患上脉管炎腿疼难走路](#)》和《[80岁老人谈经验戒烟说难不难](#)》，两篇报道一篇指向烟害，一篇指向戒烟方法，都采用了叙述个体故事的方法，能对烟民感同身受，起到劝服效果。

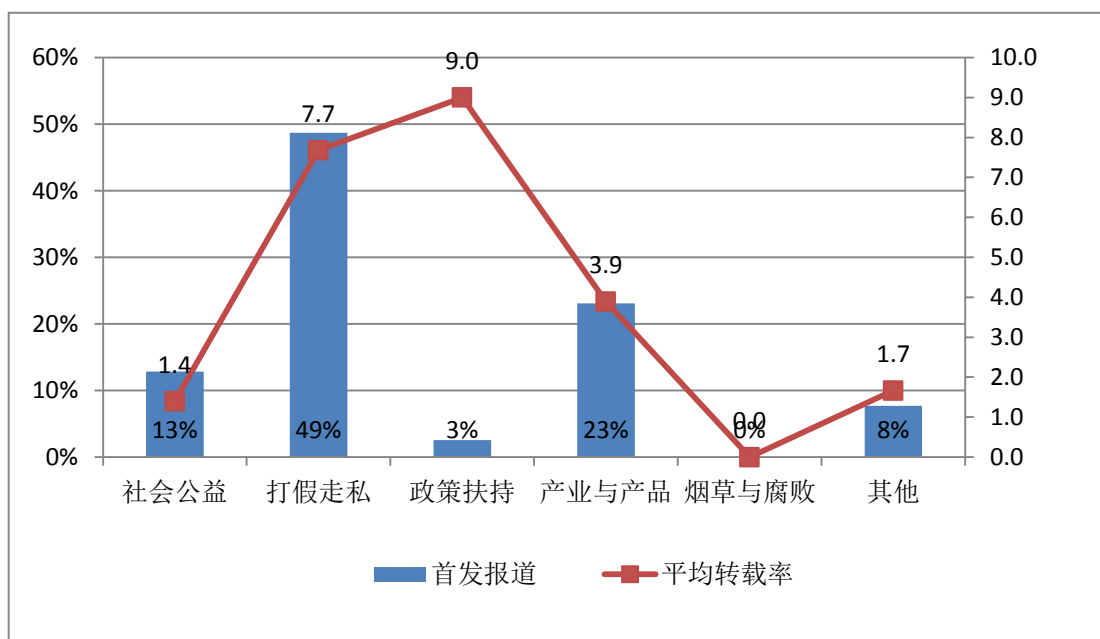


2.4 烟草行业输出议题析

2.4.1 重点报道标题列表

序号	标题	首发媒体	时间	转载
1	明星吸食的大麻 浙江义乌在航空邮包中查获过	四川日报网	8/22	31
2	内地货柜车藏 130 万支总值 350 万港元私烟司机被捕	中国新闻网	8/3	29
3	义乌打掉一假烟销售团伙 一货车 24000 多条烟全是假的	凤凰网	8/4	18
4	陕西铜川破获销售假冒名烟案 涉案价值超千万元	四川日报网	8/15	15

2.4.2 烟草行业重点议题



本月烟草行业的议题中，报道数量最多的是“打假走私”和“产业与产品”议题。“政府扶持”议题获得了最高的平均转载率，主要原因在于单篇报道《[王君会见国家烟草专卖局局长凌成兴](#)》转载次数达到9次，拉高了平均转载率。



“社会公益”议题从上月的占比 2% 上升至本月的 13%，需要警惕。8 月遇上云南地震、临近开学季，烟草行业输出的“公益”活动增多，如《[云南中烟向地震灾区捐款 1000 万支持抗震救灾](#)》、《[上汽集团携手上海烟草向青海捐赠校车](#)》、《[平顶山市总工会与市烟草公司联合开展金秋助学活动](#)》。

另外，《[打工 9 年依然欠债 种烟 6 年即成大户](#)》报道值得注意。在经济领域，烟草行业因为在营销方面经验较多，擅长于塑造人物打造形象方面。如本篇报道从标题上就很具有噱头，并且发布于重庆日报上，对于打动当地老百姓群体比较有效果。典型文本如，“时任重庆彭水烟草分公司烟技术员杨成槐的一通电话，把他说动了，他当即借了路费回到了村里。在杨成槐的指导下，他当起了烟农。从此，萧红的生活轨迹改变了。”在这方面，烟草行业的经验是值得借鉴的，如何讲故事、塑人物才能动人心、促行动。



附件

附件 1：月度研究主要编码表（2014 年）

内容分析编码表 1：烟草控制议题分类表

1=烟草与健康相关议题	2=无烟立法相关议题	3=控烟公约相关议题	4=无烟场所相关议题
5=监管体制相关议题	6=包装警示相关议题	7=税收价格相关议题	8=影视作品及广告相关议题
9=公共议题、抗争性议题与公共事件相关议题	10=公共卫生（PM2.5等）相关议题	11=文化价值相关议题	12=青少年相关议题
13=港澳台及国际经验相关议题	14=电子烟相关议题	15=其他议题	

内容分析编码表 2：烟草行业相关议题分类表

1=社会公益行为相关议题	2=打假走私相关议题	3=政策扶持相关议题
4=产业与产品相关议题	5=烟草与腐败相关议题	6=其他议题

内容分析编码表 3：主要二级议题分类表

控烟健康相关议题	1=吸烟与疾病	2=戒烟故事	3=研究发现	4=二手烟	5=戒烟方法	6=其他
控烟框架公约相关议题	1=公约介绍	2=履约情况	3=履约建议	4=国家形象		



公共场所控烟议题	1=政策介绍	2=控烟范围	3=医疗机构	4=效果监测	
青少年控烟相关议题	1=身心健康	2=无烟学校	3=人际交往	4=心理与性格	5=烟草售卖

内容分析编码表 4：信源分类表

1=中央政府部门[不含卫生部门]	2=卫生主管部门	3=地方政府部门
4=官方控烟机构	5=中国民间控烟机构	6=国际控烟组织
7=港澳台及国外控烟主体	8=烟草行业	9=普通公众
10=公共意见领袖	11=媒体[自采自评]	12=医疗机构
13=公共组织与场所	13=其他	

内容分析编码表 5：报道体裁分类表

1=消息	2=评论	3=深度报道
4=科普与研究报告	5=其他	

内容分析编码表 6：信道分类表

1=中央媒体	2=地方官媒	3=卫生类媒体
4=财经类媒体	5=都市类媒体	6=综合类网络媒体
7=卫生类网络媒体	8=其他	

内容分析编码表 7：诉求方式表

1=恐怖诉求	2=人性诉求	3=代言人
4=行动呼吁	5=修辞格	6=无明显诉求方式



附件 2：2014 年 8 月监测研究重点报道标题列表

标题	日期	转载
明星做广告代言必须先使用 户外烟草广告被叫停	8/26	120
钟南山呼吁新《广告法》全面禁烟	8/27	79
男子京津高铁吸烟被罚款千元	8/10	77
广告法修订草案规定禁止设置户外烟草广告	8/25	62
男子高铁上烟瘾发作吸烟致高铁降速晚点被罚千元	8/10	60
工商总局受理 9 件反垄断案 涉烟草等国内外企业	8/27	55
“立法不能给烟草广告留后门”	8/31	54
我国拟修法禁止设置户外烟草广告	8/25	48
为什么我们不能全面禁止烟草广告——直击广告法修订草案审议现场	8/30	46
全面禁止烟草广告是否应该入法引起热议	8/30	43
烟企形象广告不算违法?	8/22	37
17 岁少年吸烟成瘾 致行走困难恐截肢	8/1	37
公共场所禁烟 广东正在立法	8/27	35
成都查获特大走私卷烟案 查扣卷烟 3650 条涉案逾百万	8/25	34
美国疾控中心:电子香烟会诱导从不吸烟的青少年吸烟	8/29	33
明星吸食的大麻 浙江义乌在航空邮包中查获过	8/22	31
高铁卫生间里吸烟 乘客柳某受罚千元	8/11	30
埃博拉死者近 900 美用烟草生产特效药 ZMAPP	8/6	30
内地货柜车藏 130 万支总值 350 万港元私烟 司机被捕	8/3	29
18 省市出台地方版公务接待规定 公函制、禁烟酒成共通点	8/29	29
提倡禁烟 吸大麻怎能合法?	8/20	28
全国人大常委会审议广告法草案 全面禁烟草广告	8/30	28
“邓小平”饰演者戒烟多年 为拍好戏重新吸烟(图)	8/8	26
中国光大银行与中国烟草总公司签署战略合作协议	8/21	25
盘点世界各国对吸大麻量刑 大多数国家严令禁止	8/21	24
湖北每百名初中生中 7 个是“老烟枪”	8/13	24
初三女生吸烟率高于成年女性 14 个初中生 1 个抽烟	8/13	24
变相烟草广告无处不在 全面禁止烟草广告何时入法	8/7	24
墨西哥 72 岁老妇控告烟草公司侵犯肖像权(图)	8/18	23
光大银行与中国烟草总公司签署战略合作协议	8/26	23



“大麻合法化”是毒品化思维	8/22	22
天津消协连发七问“剑指”淘宝网无视法规售烟	8/7	20
美国 29 州检察长联名要求美国加强对电子烟控制	8/10	20
世界卫生组织建议各国政府对青少年禁售电子烟	8/27	19
多伦多卫生局拟扩大禁烟范围 华人电子烟商叫苦	8/20	19
浙江警方捣毁一假烟窝点 案值超千万 20 余嫌犯落网	8/4	18
义乌打掉一假烟销售团伙 一货车 24000 多条烟全是假的	8/4	18
室内公共场所禁烟实施 3 年:部分仍烟雾缭绕(图)	8/20	18
哈尔滨方正县无照卖烟太嚣张 烟贩追打执法人员(图)	8/20	18
专家:《广告法》不应给烟草广告留后门	8/21	17
淘宝网上公然叫卖烟草 天津消协七问淘宝售烟	8/7	17
女护士控烟遭患者仨女家属暴打住院	8/22	17
美国如何防止空气污染	8/28	17
福州初审公共场所控烟条例 12 类场所拟禁烟	8/29	16
违规烟民拒受罚 控烟办:我们无执法权	8/27	15
陕西铜川破获销售假冒名烟案 涉案价值超千万元	8/15	15
女性吸烟雌激素促进烟草颗粒物致癌	8/24	15
工商总局受理 9 件反垄断案 涉及烟草保险等领域	8/26	15
16 岁男孩一天抽两包烟 患上脉管炎腿疼难走路	8/1	15
政协委员建议戒烟药纳入医保 广东卫计委:待研究	8/27	14
云南烟草专卖局向鲁甸地震灾区捐款 1000 万	8/4	14
烟草企业赞助行为也要禁止	8/31	14
让安全可管可控 瑞星护卫天津烟草	8/25	14
韩国的士和公交司机在车内吸烟 违者将被罚 600 元	8/8	14
广东惠州查获一起涉走私香烟洋酒案 案值约 50 万元	8/19	14
“烟草惠民工程”助烟农脱贫致富	8/11	14
小姨子开快运公司 姐夫借机运走私烟被查获	8/12	13
台湾研究显示青少年每天一包烟 染毒瘾机率高 10 倍	8/21	13
评论:禁烟关键是“法要责众”	8/15	13
内蒙古两企业涉垄断被罚 分别从事烟花烟草行业	8/14	13
买“中科院教授”的戒烟药老烟民 30 万元打水漂	8/11	13
工体看球难禁“二手烟”	8/10	13
工体看球难禁“二手烟”	8/10	13
132 名人“联名上书” 呼吁新广告法禁止烟草广告	8/28	13
易燃物旁烟头多 “无烟商城”为何难“戒烟”	8/24	12
委员建议全面禁止烟草广告及促销	8/31	11
天津市消费者协会上午七问淘宝售烟	8/7	11
陕西安康警方打掉非法经营卷烟团伙 涉案超 90 万	8/18	11
二手烟常备忽略但危害不浅 专家呼吁警惕二手烟危害	8/22	11



日本人吸烟率首次跌破 20%	8/1	11
俄禁烟令初见成效 年内吸烟人数下降 6%	8/7	11
把烟戒了,把钱捐了(点赞中国·爱国、敬业、诚信、友善)	8/20	11
扬州多处现“抓香烟”机 市民疑其具有赌博功能	8/23	10
烟草企业名称和商标广告	8/31	10
媳妇要求公公抽烟须下楼	8/24	10
日媒:日本社会毒品大麻泛滥“乱如麻”	8/25	10
情侣售假烟双双落网	8/1	10
埃博拉病毒克星或诞生 德公司从烟草叶萃取药物成分(高清)	8/15	10