

# 什么是烟草广告、 促销和赞助

## 世界卫生组织《烟草控制框架公约》定义：

烟草广告和促销系指任何形式的商业性宣传、推介或活动，其目的、效果或可能的效果在于直接或间接地推销烟草制品或促进烟草使用；

烟草赞助系指目的、效果或可能的效果在于直接或间接地推销烟草制品或促进烟草使用的，对任何事件、活动或个人的任何形式的捐助。

## 我国《烟草广告管理暂行办法》规定：

烟草广告指烟草制品生产者或者经销者（简称烟草经营者）发布的，含有烟草企业名称、标识，烟草制品名称、商标、包装、装潢等内容的广告。并规定，禁止利用广播、电影、电视、报纸、期刊发布烟草广告。这个定义实际上就是指直接烟草广告。

因为国内烟草广告的规定不够全面，导致目前国内烟草广告仍然涉及衣、食、住、行、娱乐、教育、体育、公益等多方面。





# 直接烟草广告

直接烟草广告是烟草经营者发布的，含有烟草企业名称、标识，烟草制品名称、商标、包装、装潢等内容的广告。



- 2012年11月1日人民网报道：在京津塘高速出京方向42公里处，树立着一块“苏烟”的广告。



- 在阜阳颍州南路阜阳建委大厦楼下，在道路中间的隔离栏上悬挂着条幅：“软红安徽黄山超值回归，安徽中烟宣”。



- 江苏中烟的“梦都”品牌卷烟出现在创建全国文明城市的灯箱广告上。



- 烟草经营者派发的酷似人民大会堂烟盒的扑克。



# 直接烟草广告

## ——经销点的烟草展示

利用烟草专卖店、经销点展示烟草品牌及烟草制品，属于直接烟草广告。



● 北京市昌平区回龙观华联门口的中南海销售点。



● 上海市松雪街一家小学校附近的杂货店，比零食摆放得更为显眼的是五花八门的烟盒。



● 大红鹰和黄鹤楼的专卖店更是明目张胆做宣传。



# 间接烟草广告

## ——企业文化及形象宣传

开展企业文化宣传，是烟草企业的营销手段之一。通过核心文化的宣扬，能给人以良好、深刻的印象，拉近与消费者距离，提高消费者对该品牌的信任度和忠诚度，终极目的还是刺激烟草消费。



● 上海烟草专卖局门口“爱我中华”的企业文化宣传。



● 听到“鹤舞白沙我心飞翔”就会联想到白沙烟，这就是企业文化的作用。



● “山高人为峰”与红塔山。



# 间接烟草广告 ——品牌延伸

随着政府监管的力度逐渐加大，烟草“广告”的范围在逐步缩小。一些烟草企业将香烟的品牌延伸到其他产品上去，在为其他产品光明正大地做广告的同时来提升香烟品牌的知名度。例如生产T恤、帽子等青少年喜爱的产品，将烟草品牌印在产品上，在年轻人聚集的地方免费赠送或贱卖，从而将使用者变成行走的广告牌以逃避有关的广告禁令。



- 七匹狼男装及皮具等产品的广告使“七匹狼”堂而皇之地登上电视及其他媒体，而不被查处。



- 烟草经营者将品牌延伸到影视文化、矿业开采等领域。



# 间接烟草广告 ——烟草影视

赞助影视作品也是常见的间接烟草广告。如，烟草商冠名的“××剧场”，电影和电视剧中出现烟草的品牌标识和相关内容，一些热播的影视剧中充斥着大量吸烟场景等。

据对2011年票房排名前40的国产电影的调查显示，70%的电影有吸烟镜头。



● 电影《让子弹飞》和《风声》、电视剧《新上海滩》和《晚婚》中的吸烟镜头与烟草品牌宣传。



# 烟草赞助体育赛事

赞助宣传是烟草广告的又一变形。从本质上来说，赞助宣传是典型的烟草企业借公益之名，达到烟草产品营销之实的手段。借助体育活动，向人们传递“吸烟和健康能够相容”等心理暗示。同时，体育赛事往往更多吸引年轻人的注意力，凭借这些活动，烟草企业及其品牌更易获取年轻消费者的好感和信赖。



● 以“利群”命名的浙江排球队。



● 2010年广东省“芙蓉王杯”青少年高尔夫球积分巡回赛夏季大奖赛。



● 2010中南海一份爱心传递行动——蓝色风尚为爱起跑活动。



● 红云红河拉力车队参加2009全国越野拉力锦标赛。



### 烟草赞助文娱活动

烟草企业同样热衷于赞助各种文娱活动。通过这种赞助，传递着“烟草符合年轻人的潮流”等信息。



●上海烟草集团公司常年赞助主办“中华杯”国际服装设计大赛。图为2009年“中华杯”国际服装设计大赛15周年庆典。



●浙江中烟工业有限责任公司多年一直赞助冠名西湖情大红鹰玫瑰婚典。图为2011中国国际西湖情大红鹰玫瑰婚典现场。



●2012年4月11日，由X娇子冠名的“X娇子2012世界超模美丽时尚SHOW”活动在成都隆重举行。



# 烟草赞助公益事业

烟草经营者还利用赞助公益、捐资助学、改善部分地区医疗卫生条件和支援受灾地区等进行宣传。特别要引起警惕的是，烟草企业以“慈善”、“社会责任”之名向灾区、学校和青少年提供的各类“支持”，看似是为社会做贡献，实则是烟草企业得以免除缴税的同时为自己做的形象广告，对青少年吸烟产生极强的诱导作用。



● 烟草希望学校



● 金叶赞助医疗



● 烟草捐赠灾区



# 烟草经营者参与 其他公共事务

除了赞助体育、文娱、助学等等，烟草经营者还通过参与其他公共事务，树立形象，宣传品牌。



●昆明机场“红塔集团”吸烟室。



●白沙与110的合作。



●全国烟草行业共同捐资捐物兴建中国烟草博物馆，2010年被列为学生开展课外活动的社会基地。



●2012年，成都卷烟厂联合人物周刊主办“青年领袖”评选活动的现场。



# 烟草促销

烟草经营者常通过买赠活动、免费品吸、分支销售（主要是针对学生或低收入群体，以单支的形式进行的销售）开展烟草制品促销。



## 五叶神 金秋有礼

在本商场购买五叶神香烟一条以上(含一条), 即可以参与现场抽奖。

活动时间: 9月26日-10月8日  
 活动赠品(或奖品)以实物为准。  
 活动解释权归广东中烟工业有限责任公司五叶神品牌。  
<http://www.wuyeshen.com>

<p><b>特等奖</b> 建国60周年纪念版紫砂茶具</p>	<p><b>1等奖</b> 建国60周年纪念版商务对杯</p>	<p><b>2等奖</b> 建国60周年纪念版火花珍藏套装</p>
	<p><b>3等奖</b> 建国60周年纪念版花梨木烟嘴</p>	<p><b>纪念奖</b> 建国60周年纪念版扑克牌</p>

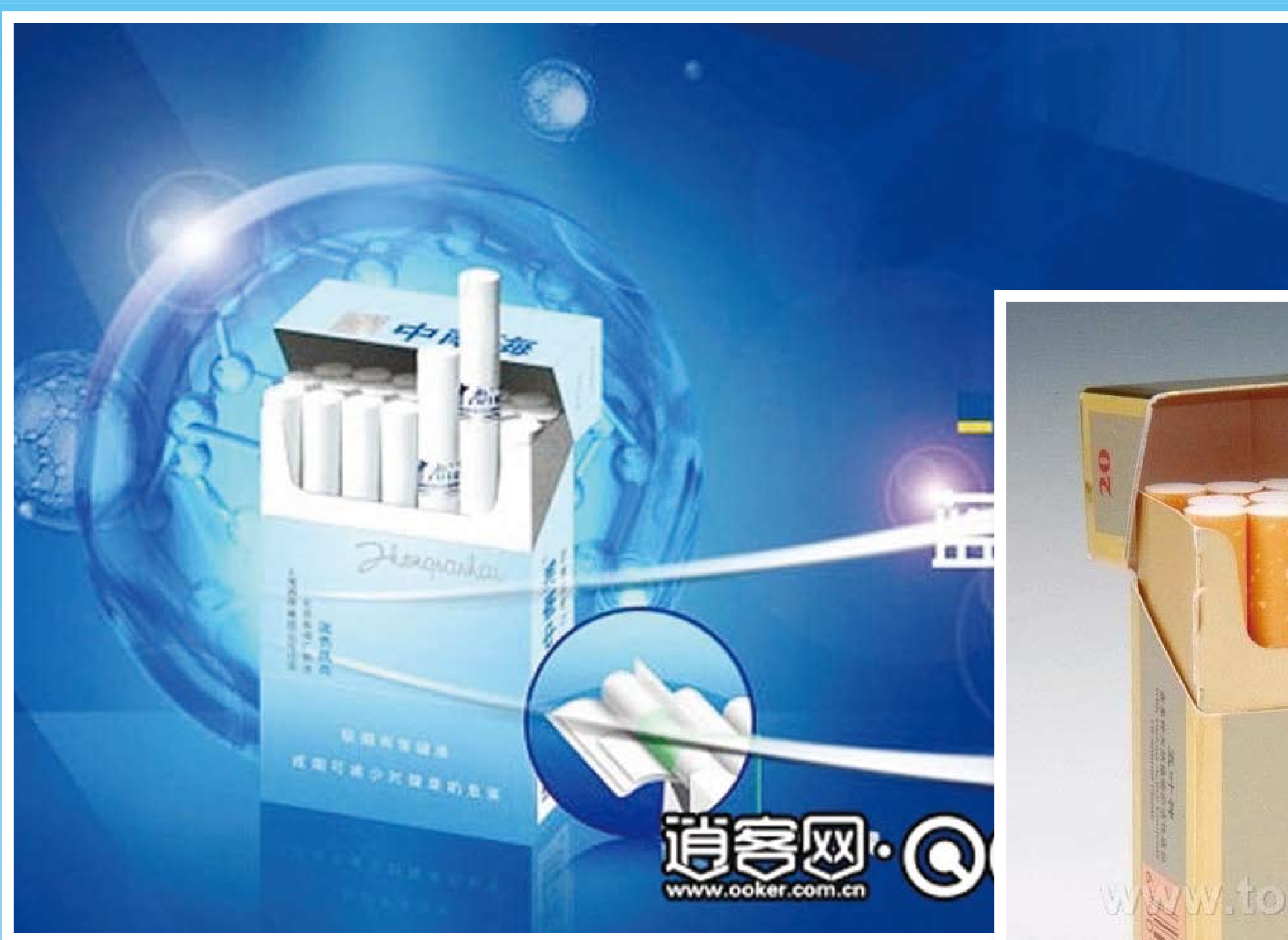
昵图网 www.nipic.com BY: 遛狗 NO:20100512043503098387



# 烟草广告中的骗局—— 低焦油、低尼古丁的卷烟 危害小

尽管低焦油≠低危害，低尼古丁≠低危害，但烟草经营者通过“淡味”、“低焦油”等文字以及烟盒包装的轻柔颜色，向人们传递“低焦油=低危害”的错误信息。错误信息的传递达到了预期的效果，我国低焦油卷烟销量从2007年至2010年以年平均37.2%的速度增长，远高于同期全国卷烟销量年平均3.3%的增长速度。

但事实是，使用低焦油、低尼古丁的卷烟，由于深吸和吸入量增加，可能导致肺腺癌的发病率上升。



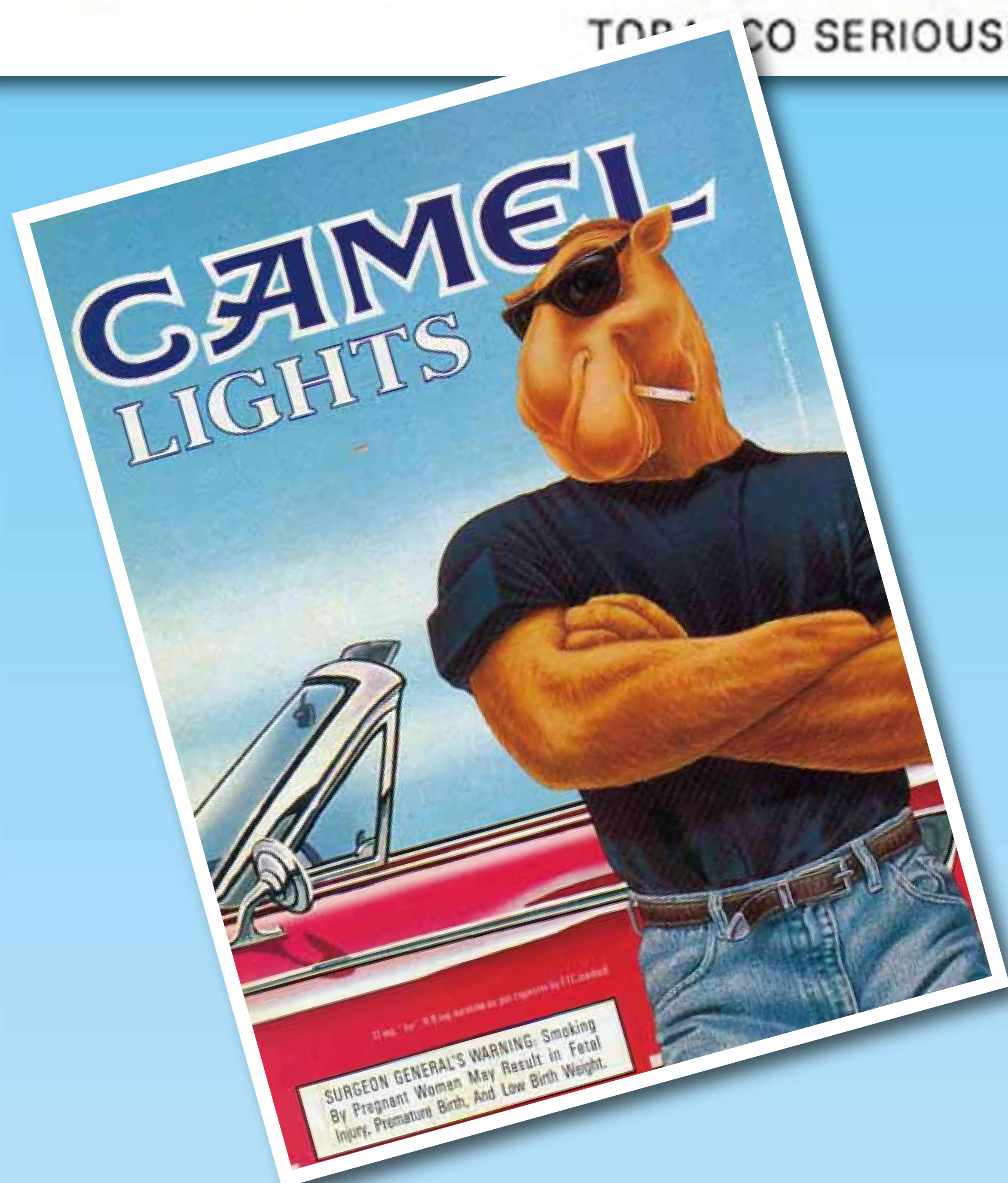
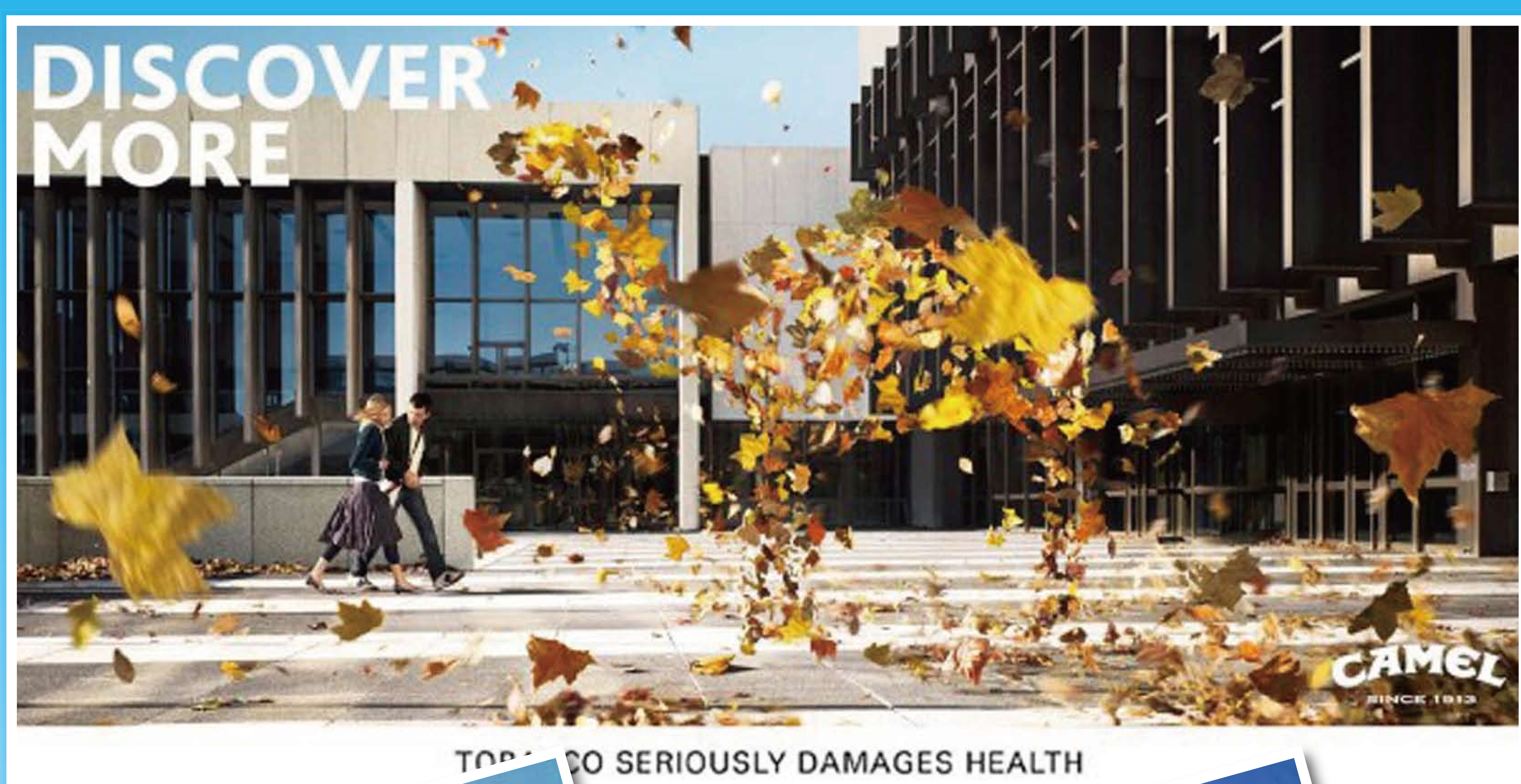
- 通过将烟草包装变浅，让吸烟者认为“低焦油的烟更安全”。





### 烟草广告的危害

- 1、烟草广告和促销活动可增加烟草消费量。
- 2、烟草广告和促销活动可以促使更多的青少年加入吸烟者队伍。以烟草企业或企业集团冠名的间接烟草广告对青少年的影响是对成年人影响的3倍。乔·骆驼香烟卡通广告仅播放了3年，就使18岁以下青少年选择骆驼牌香烟的人数从0.5%上升到32.8%，该类烟的销售额从每年600万美元上升到7.4亿美元。





# 烟草广告禁令带来的收益

### 1、经济收益：

烟草公司坚持认为限制烟草广告和促销将会给广告客户、媒体和整个经济带来严重影响。然而，事实证明并不是如此。

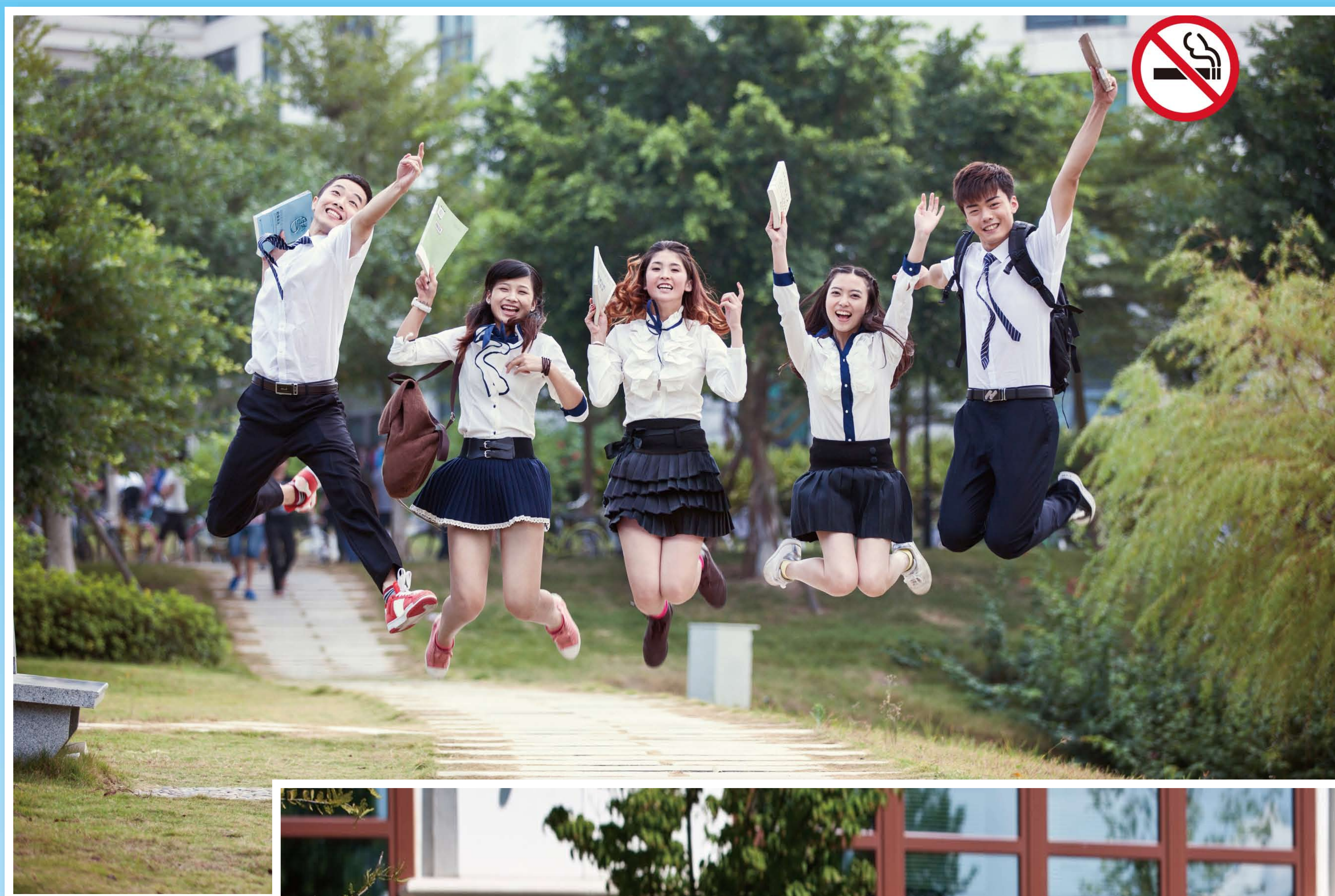
香港自1990年全面禁止烟草广告，但1993到1995年的电视广告收入却上升42%；

英国在完全禁止烟草广告后，用于烟草的花费将转向劳动力更密集的行业，因此额外产生15000个工作岗位。

### 2、健康收益：

全面禁止烟草广告后，可以使人均烟草消费量下降14%-37%，且青少年吸烟率下降。

3、只有全面涵盖所有的媒体并禁止利用烟草品牌及商标从事一切形式的广告和促销活动，烟草广告和促销的禁令才能较好地发挥效用。





# 全面禁止烟草广告、促销和赞助的倡议

烟草是给人类健康带来极大威胁的“软性毒品”，具有“成瘾性”。烟草广告完全是烟草经营者的一种营销手段，对烟草企业、烟草制品的美化、宣传只是为了增加烟草销量，诱导越来越多的青少年成为其烟草制品的消费者。

因而，全面禁止烟草广告既是我国履行《烟草控制框架公约》的要求，更是降低烟草危害、维护公民健康权益、维护国家利益必须采取的行动！这一行动需要每个公民予以关注、支持和努力！



我是一只木偶，  
身上吊着的每一条线  
都诱导着我不断吸  
烟。我绝望，我放  
任，我假装看不到恶  
魔在我身后狞笑。当  
咳嗽不停，当心脏  
疼痛，当孩子皱起眉  
头，我终于豁然，挣  
脱束缚，才能挽救自  
己！



## 禁止烟草广告、促销和赞助