

中国公共卫生与烟草控制议题监测 月度分析报告

2014-12



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

2015年1月20日



目录

第一章研究主要发现及结论.....	3
1.1 议题的总体分布趋势及分析.....	3
1.2 烟草控制议题传播模式分析.....	4
第二章研究报告正文.....	6
2.1 议题的总体分布趋势及分析.....	6
2.1.1 控烟议题报道时间分布趋势.....	6
2.1.2 总体议题的结构分析.....	8
2.1.3 烟草控制一级议题分布.....	8
2.2 控烟议题的传播模式分析.....	10
2.2.1 信源：谁在说.....	10
2.2.2 信道：媒体渠道.....	11
2.2.3 信宿：对谁说.....	12
2.2.4 体裁.....	13
2.2.5 自主性.....	14
2.2.6 报道调性.....	15
2.3 控烟重点议题分析.....	16
2.3.1 重点报道标题列表.....	16
2.3.2 烟草与健康议题结构分析.....	16
2.3.3 控烟报道的文本分析：怎么说.....	17
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.....	19
附件.....	21
附件 1：月度研究主要编码表（2014 年）.....	21
附件 2：2014 年 12 月监测研究重点报道标题列表.....	23



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12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4880条，删去重复报道后共计725条，平均转载率为6.7次/条。
- 👉 相较于11月，本月首发报道数量更多，但平均转载率有所下降。本月仍有比较重要的控烟热点事件发生，故在月初、月中和月末分别形成了三个高峰期。
- 👉 月初高峰期的报道主要是对11月末公布的《公共场所控制吸烟条例（送审稿）》和通过的《北京市控制吸烟条例》相关报道的延续。月中（12月11日左右）高峰期的报道主要话题是：国家卫生计生委于12月10日召开新闻发布会“介绍我国控烟形式及控烟法制化建设情况”。月末（12月24日左右）高峰的报道主要针对的话题是《中华人民共和国广告法（修订草案）》的修改。值得一提的是，除了烟草广告这一话题本身积聚了较多的传播势能外，也因为搭上了近期更“红”的儿童代言广告一事的便车，而获得了更多关注。
- 👉 本月，控烟相关报道达91.2%，烟草行业相关报道的比例占7.6%，两者均涉及到的报道占1.3%。抽样结果显示，控烟报道的平均转载率为7.9次/条，烟草行业报道的平均转载率为3.6次/条。



- 👉 议题内容方面：首发报道数量最多的议题依次是“无烟立法”、“烟草与健康”和“公共议题、抗争性议题与公共事件”，而“影视作品及广告”议题的平均转载率最高。从前文的热点事件（两大重要立法、控烟情况介绍和广告法修改）可以看出，本月的突出议题正好与之相呼应。
- 👉 值得一提的是“税收价格”议题，此议题在本月的监测态势中并非最突出，但纵向与 11 月相比较来看，这一议题数量增长较多。其主要原因在于在控烟情况介绍热点事件中，几乎所有报道都涉及到这一话题，也因此使“税收价格”问题成为本月评论中热议的话题。

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）和卫生主管部门发出的报道最多，中央政府部门为信源的报道平均转载率最高。尤其是中央政府部门（非卫生部门）和国家卫生和计划生育委员会的角色突出使得本月的控烟报道格局较“高”。媒体关注的内容除了传播事实和评点立论外，媒体还在两大重要立法后发出了关于本地控烟立法和无烟落实情况的走访。
- 👉 **信道（传播渠道）**：都市类媒体和综合类媒体首发报道最多，且转载率最高，这主要与本月媒体（自采自评）的报道数量多关系密切。本月中央媒体中最突出的是新华社。
- 👉 **信宿（对谁说）**：“烟民”和“政府决策部门”是主要倡导对象，无明显倡导对象的报道平均转载率最高。对“烟民”的倡导主要是采取戒烟措施和遵守无烟法规；对“政府决策部门”的倡导则在于要严格立法执法，从根源上破



除烟草经济。其中破除烟草经济在本月的报道中比较独特，这与控烟情况介绍中谈及烟草税收甚至与中央的税收体系改革相关。

 **体裁：**消息体裁的报道数量占比最大，且平均转载率最高。本月评论和深度报道的数量虽不多，平均转载率也并非很高，但从文本分析看来质量比较可观，出现了几篇观点有意思、值得思考的报道。

 **自主性：**本月政府或控烟组织输出的报道数量和平均转载率均高于被动输出的数值。本月控烟议题格局较“高”，得到中央政府部门和卫生部门的关注。而媒体则在传播事实和后续跟进上力量突显，这在信源结构上得到了体现。

 **报道调性：**本月积极调性报道的比例为 67%，消极调性报道的比例为 5%，中性调性的报道比例为 28%。

 **图表数据及详细分析见报告正文。**



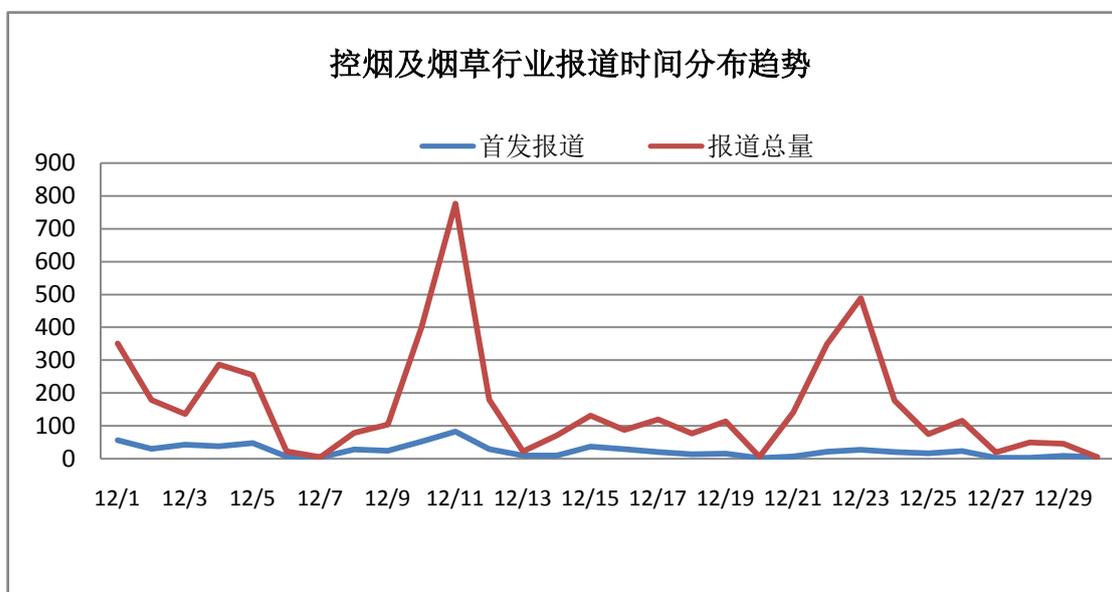
第二章研究报告正文

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12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4880条,删去重复报道后共计725条,平均转载率为6.7次/条。

控烟及烟草行业报道量变化的时间分布趋势如下:



相较于11月,本月首发报道数量更多,但平均转载率有所下降。本月仍有比较重要的控烟热点事件发生,故在月初、月中和月末分别形成了三个高峰期。



月初高峰期的报道主要是对 11 月末公布的《公共场所控制吸烟条例（送审稿）》和通过的《北京市控制吸烟条例》相关报道的延续。因为这两件事引发的关注多，又发生于月末，传播的势头便持续到了 12 月初。

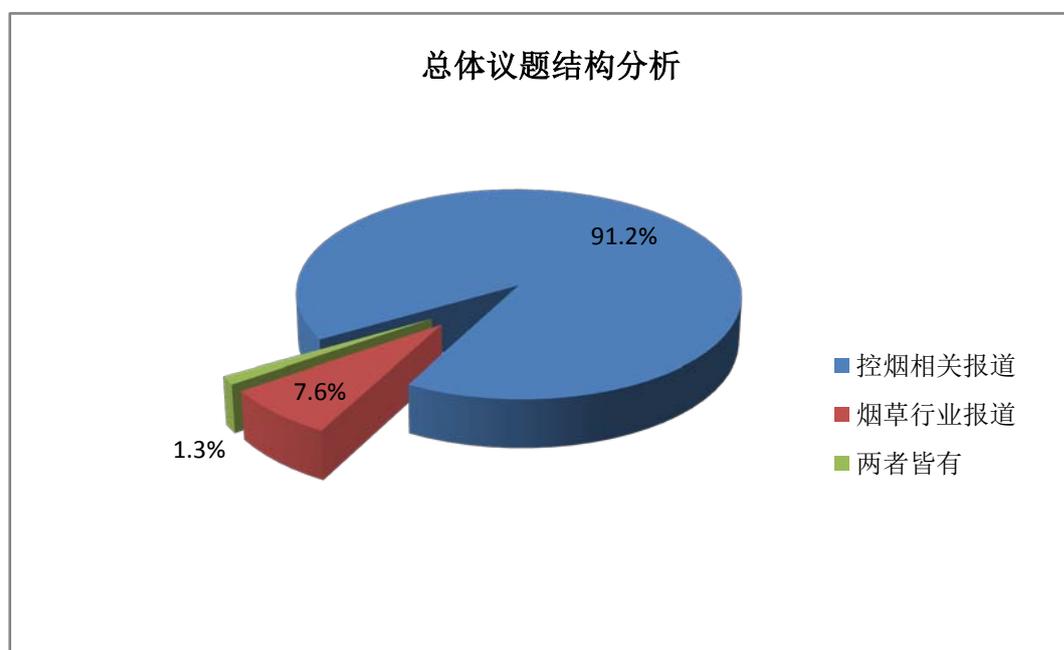
月中（12 月 11 日左右）高峰期的报道主要话题是：国家卫生计生委于 12 月 10 日召开新闻发布会“介绍我国控烟形式及控烟法制化建设情况”（《[卫计委：我国吸烟人数超 3 亿 将推动提高烟草制品税收及价格](#)》）。由于发布主体具有新闻价值规律中的重要性和显要性，也因为是对控烟工作的 2014 年阶段性总结，可由此推断出中央对控烟的态度的动向，因此成为了本月发生的控烟热点中最突出的一个事件。

月末（12 月 24 日左右）高峰的报道主要针对的话题是《中华人民共和国广告法（修订草案）》的修改。值得一提的是，除了烟草广告这一话题本身积聚了较多的传播势能外，也因为搭上了近期更“红”的儿童代言广告一事的便车，而获得了更多关注，比如本月平均转载率最高的报道《[10 周岁以下孩子不得做代言人,王诗龄森蝶被禁止代言](#)》。在节目《爸爸去哪儿》的播出后，节目中的几位小童星都获得了较高的曝光率和代言的机会，而相关法规的推出正好与这样“红火”的态势相照应，获得了媒体关注。报道中涉及了多个广告方面，而媒体仅以童星代言为标题即可见一斑。在这样类似于“搭便车”的报道中，一方面烟草广告可能被降位于其他话题之后，另一方面也因为转载的增多而获得更高的曝光率。而在本月的报道中，因为童星代言话题收获的转载次数多，因此研究团队倾向于认为烟草广告话题从中获得的益处多于被淹没的可能。



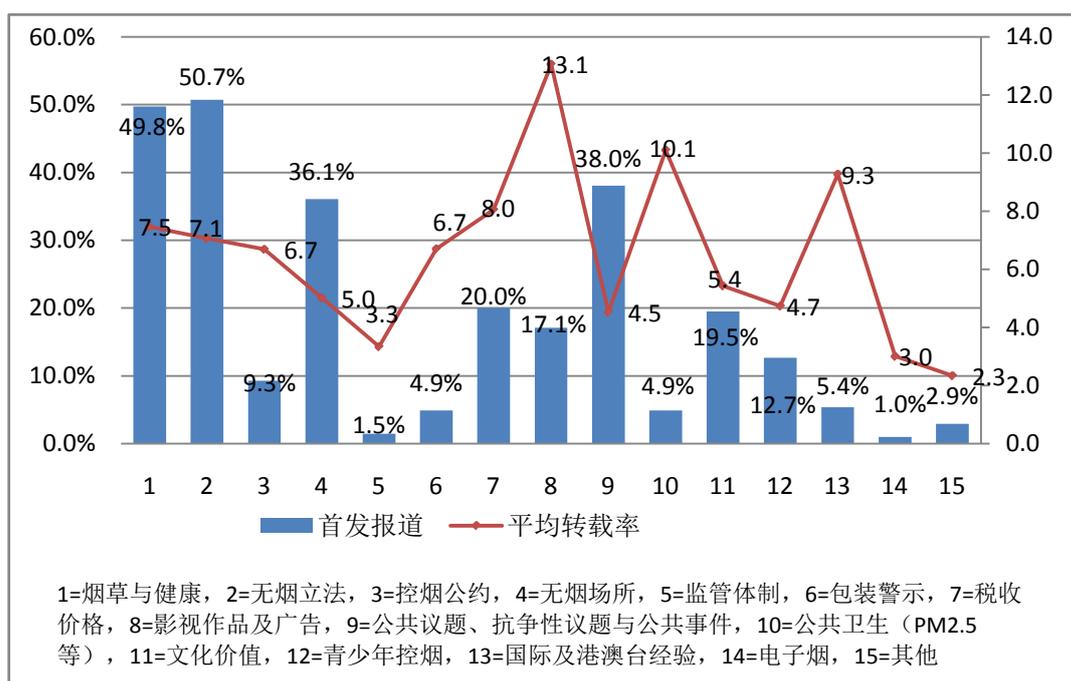
2.1.2 总体议题的结构分析

本月，控烟相关报道达 91.2%，烟草行业相关报道的比例占 7.6%，两者均涉及报道占 1.3%。抽样结果显示，控烟报道的平均转载率为 7.9 次/条，烟草行业报道的平均转载率为 3.6 次/条。从本月结构来看，烟草行业报道的数量有所上升，但控烟相关报道在数量上仍然占绝对比例。



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“无烟立法”、“烟草与健康”和“公共议题、抗争性议题与公共事件”, “影视作品及广告”议题的平均转载率最高。从前文的热点事件 (两大重要立法、控烟情况介绍和广告法修改) 可以看出, 本月的突出议题正好与之相呼应。

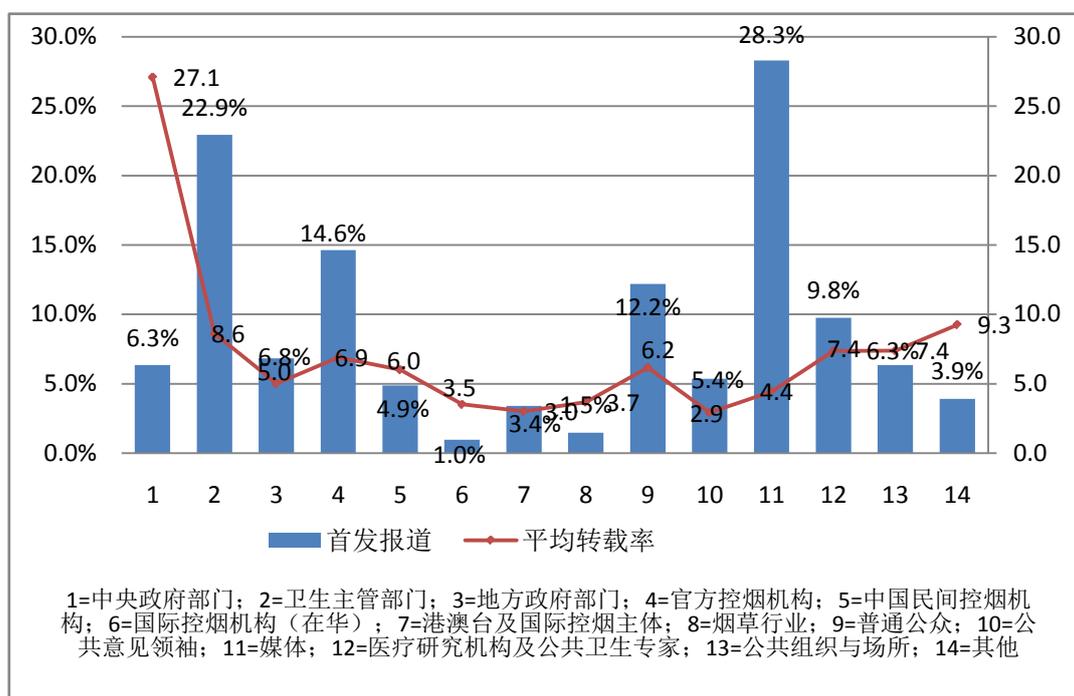
值得一提的是“税收价格”议题, 此议题在本月的监测态势中并非最突出, 但纵向与 11 月相比较来看, 这一议题数量增长较多。其主要原因在于在控烟情况介绍热点事件中, 几乎所有报道都涉及到这一话题, 也因此使“税收价格”问题成为本月评论中热议的话题。比如 支持的报道“控烟最有效的是价格手段” (《[禁烟别停留在“严格立法”](#)》), 反对的报道“烟草消费价格是实实在在上涨了, 但烟民及消费量并没有减少反而逐年增多” (《[秦仁:官方“控烟”不能总靠“提税价”](#)》)。



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）和卫生主管部门发出的报道最多，中央政府部门为信源的报道平均转载率最高。

在本月的热点事件中，两大重要立法发出者为中央及地方政府部门，控烟情况介绍的主体是国家卫生和计划生育委员会，广告法修改的发出主体是中央政府部门而传播主体是媒体的关注。尤其是中央政府部门（非卫生部门）和国家卫生和计划生育委员会的角色突出使得本月的控烟报道格局较“高”。

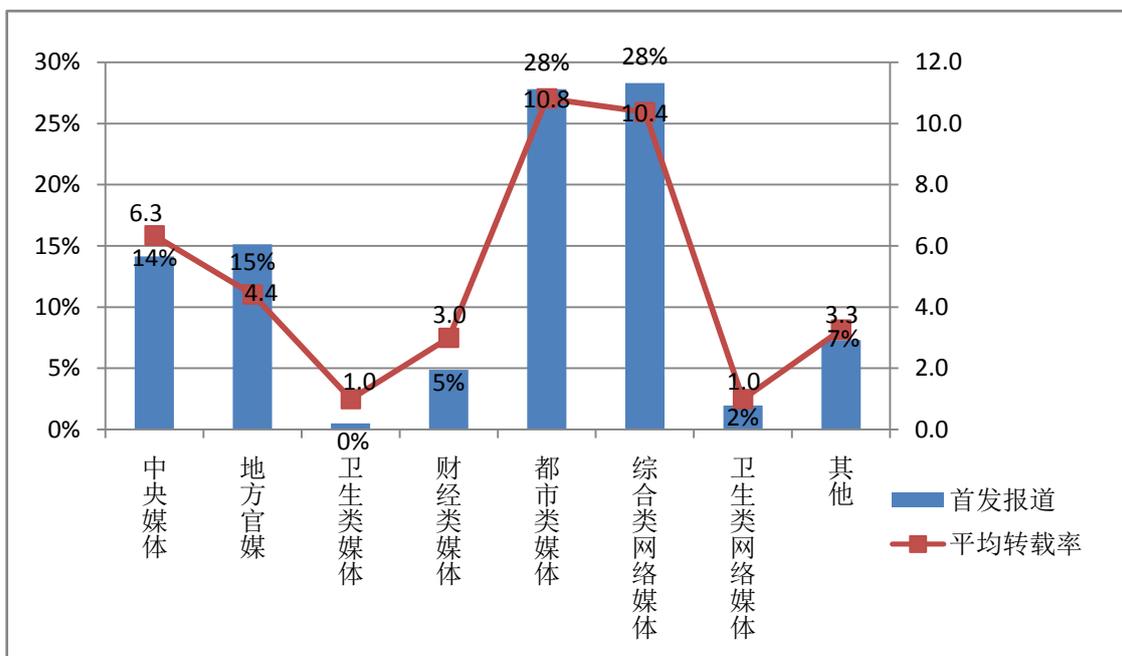
媒体关注的内容除了传播事实和评点立论外，媒体还在两大重要立法后发出



了关于本地控烟立法和无烟落实情况的走访。由此也可看出媒体从业者对法规条令是比较亲睐的，相对来说这是一项比较好控制或能设置的议题，能直接联系到当下情况，接地气。

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：



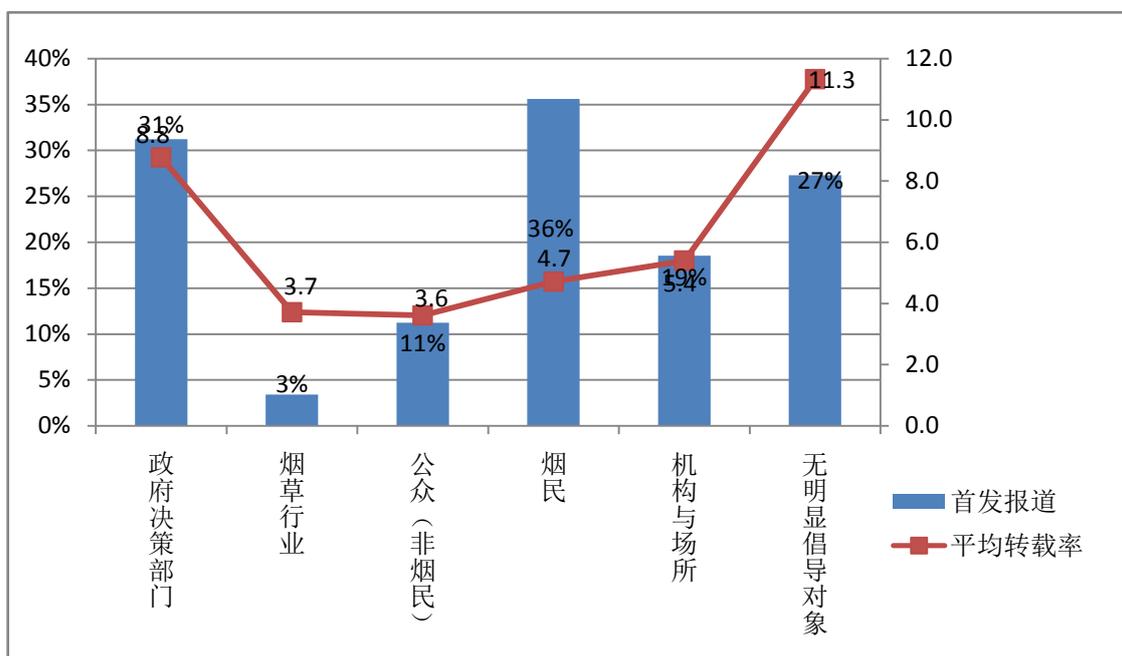
在媒体渠道的首发报道上，都市类媒体和综合类媒体首发报道最多，且转载率最高，这主要与本月媒体（自采自评）的报道数量多关系密切。

本月中央媒体中最突出的是新华社，在控烟情况介绍一事中，大多采用的是由新华社发出的通稿，使得这一事件具有了极高的权威性，但通稿数量多也反映出这一话题的单一。



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：



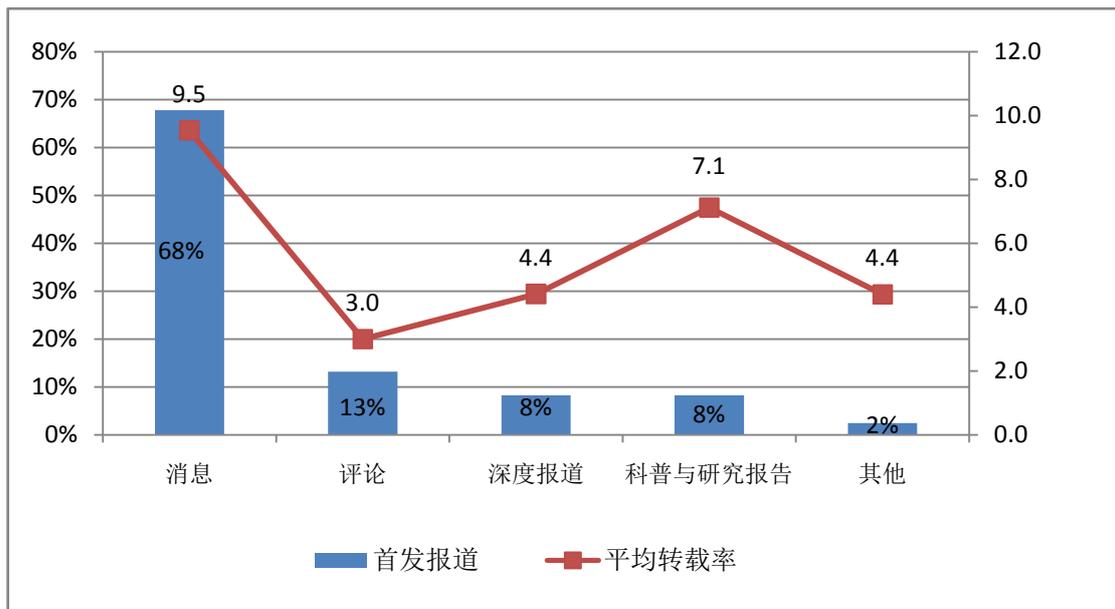
本月监测中，“烟民”和“政府决策部门”是主要倡导对象，无明显倡导对象的报道平均转载率最高。

对“烟民”的倡导主要是采取戒烟措施和遵守无烟法规；对“政府决策部门”的倡导则在于要严格立法执法，从根源上破除烟草经济，如“需要形成有效的管理约束，斩断那重重的利益牵绊”（《[控烟需先破烟草经济](#)》）。其中破除烟草经济在本月的报道中比较独特，这与控烟情况介绍中谈及烟草税收甚至与中央的税收体系改革相关。



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，且平均转载率最高。本月评论和深度报道的数量虽不多，平均转载率也并非很高，但从文本分析看来质量比较可观，出现了几篇观点有意思、值得思考的报道。择取一二如下：

香烟税收涨不涨？“‘控烟’绝不能像‘涨水电煤气价格，有利于居民养成节约资源的好习惯’的理论一样粗暴，把财税杠杆错误的当成了万能。”（《[秦仁:官方“控烟”不能总靠“提税法”](#)》）

控烟该不该？“谈到控烟，很多人不以为然，‘无非是个习惯，不用那么紧张’。此言差矣！”（《[控烟,兹事体大!](#)》）



又一个限塑令？“为了不让禁烟令成为又一个限塑令，窃以为，必须让相关罚则落实到位。”（《[别让禁烟令沦为限塑令\(图\)](#)》）

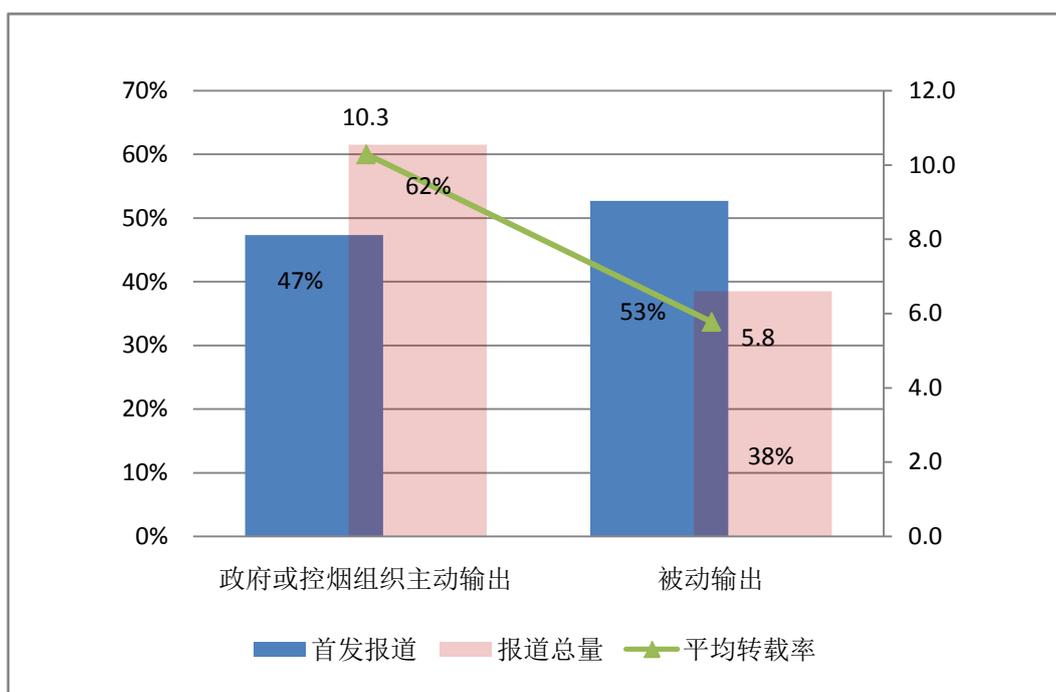
影视作品禁不禁烟？“支持影视作品控烟，但‘禁烟’只是看起来很美的设想，与其如此，不如继续探索考虑分级制。再往大了说，控烟的根本途径还是要到影视之外的现实中去寻找。”（《[影视作品该不该“禁烟”？](#)》）

为什么公众不去劝阻他人吸烟？“多数人面对吸烟人群时,往往都是沉默以对,心里反复出现的大多是:‘就这样吧’‘说了也不听,让他抽吧’……攻读传播学硕士的林祥,习惯用传播学中的‘沉默的螺旋’定律,来解释吸烟人群的问题。”

（《[消失的反对权](#)》）

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：



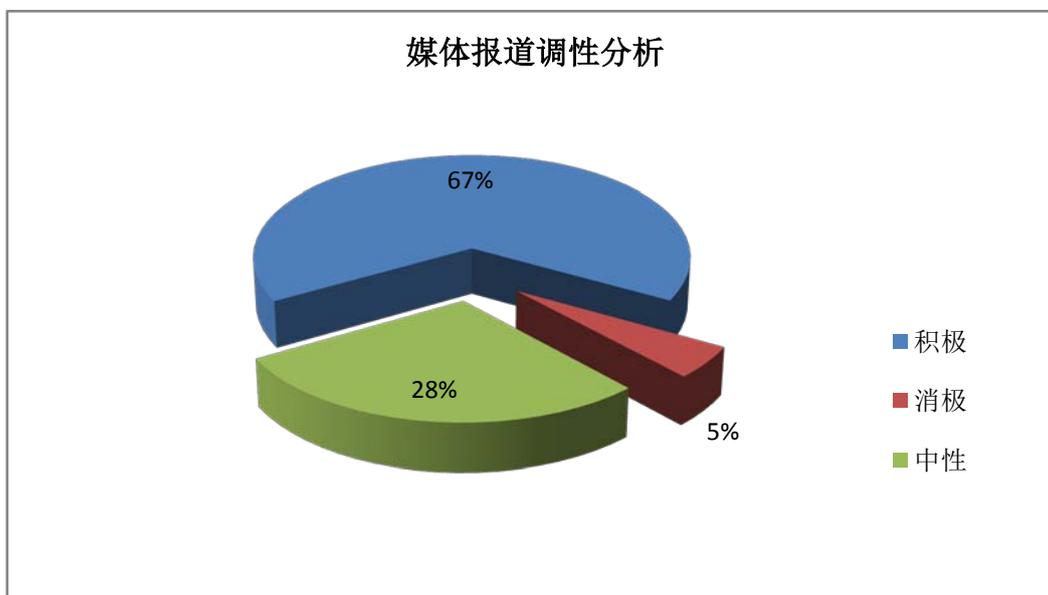


本月政府或控烟组织输出的报道数量和平均转载率均高于被动输出的数值，也如前文所说，本月控烟议题格局较“高”，得到中央政府部门和卫生部门的关注。而媒体则在传播事实和后续跟进上力量突显，这在信源结构上得到了体现。

在三个热点事件中，媒体对两大重要立法主要进行了事实传播、观点立论和当地跟进的报道，是三个事件中报道最全面的话题；对控烟情况介绍主要传播事实、发出评论；对广告法修订则主要以事实传播（如内容的解读）为主。

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 67%，消极调性报道的比例为 5%，中性调性的报道比例为 28%。本月的报道整体说来比较中性、积极，在消



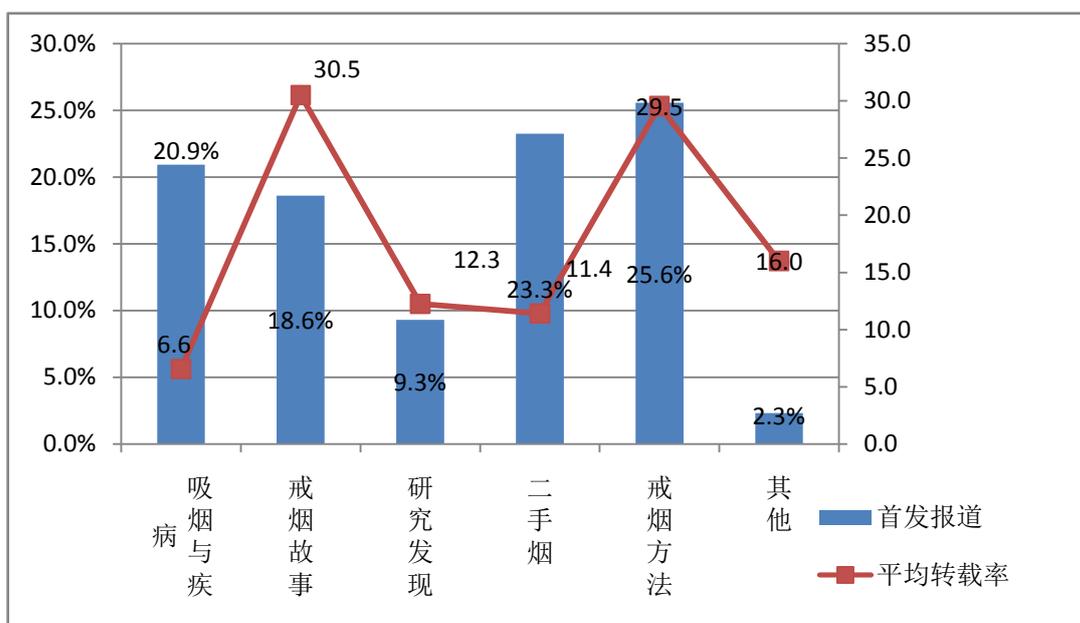
极调性的报道中主要是质疑法规的落实情况和更深层的体制情况。

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	10 周岁以下孩子不得做代言人,王诗龄森蝶被禁止代言	京华时报	12/23	282
2	我国近 11 亿人“接触”烟草疾病经济负担超 2000 亿元	经济参考网	12/21	101
3	卫计委:我国吸烟人数超 3 亿将推动提高烟草制品税收及价格	新华网	12/11	72
4	新研究发现为何男性抽烟比女性更危险	新华网	12/5	59
5	南昌一公司推出“戒烟奖”减重 1 斤奖励 100 元	市场信息报	12/4	42

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，“戒烟方法”和“二手烟”议题的报道数

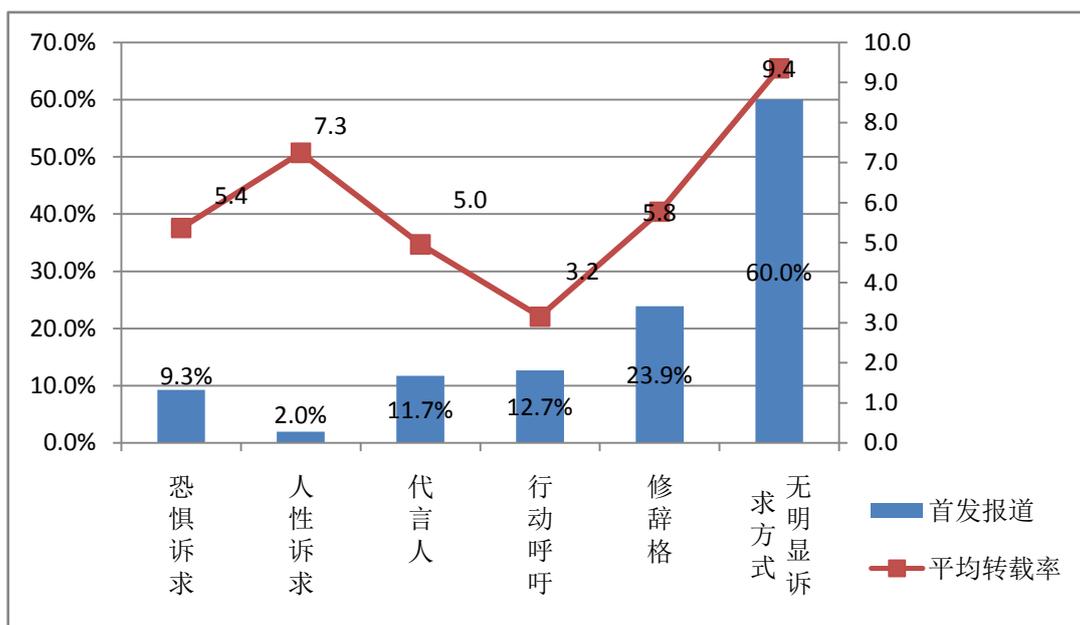


量最多。与 11 月数据一致，“戒烟故事”议题的报道平均转载率最高。

值得一提的是，2012 年 5 月 30 日发布的《中国吸烟危害健康报告》在当时并未在控烟领域之外引起广泛的报道，但其中的一些关键内容或重要信息都成为后来“烟草与健康”议题重要的数据引用来源，比如吸烟的危害、我国的控烟形势等，在本月的报道中便可管窥一二。在本月控烟情况介绍中，大多报道皆以此为背景。这也验证了研究团队当时在专题中所作的分析：专业、权威的报告本身传播话题不够突出，但却能成为重要的背景信息。此后吸烟与健康相关报告的发布或可由此得到一些启示。

2.3.3 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，“人性诉求”的报道平均转载率最高。有关于“人性诉求”的报道大多与自身或家人戒烟有关，如“戒烟虽然不容易，但是为了你和家人能够生活得更健康、更幸福，再难也应该去做”（《[成功戒烟必备的“三要素”](#)》）；“英国《每日邮报》和你一起见证医生的戒烟四部曲”（《[医生亲身经历支招“四部曲”助你成功戒烟](#)》）。

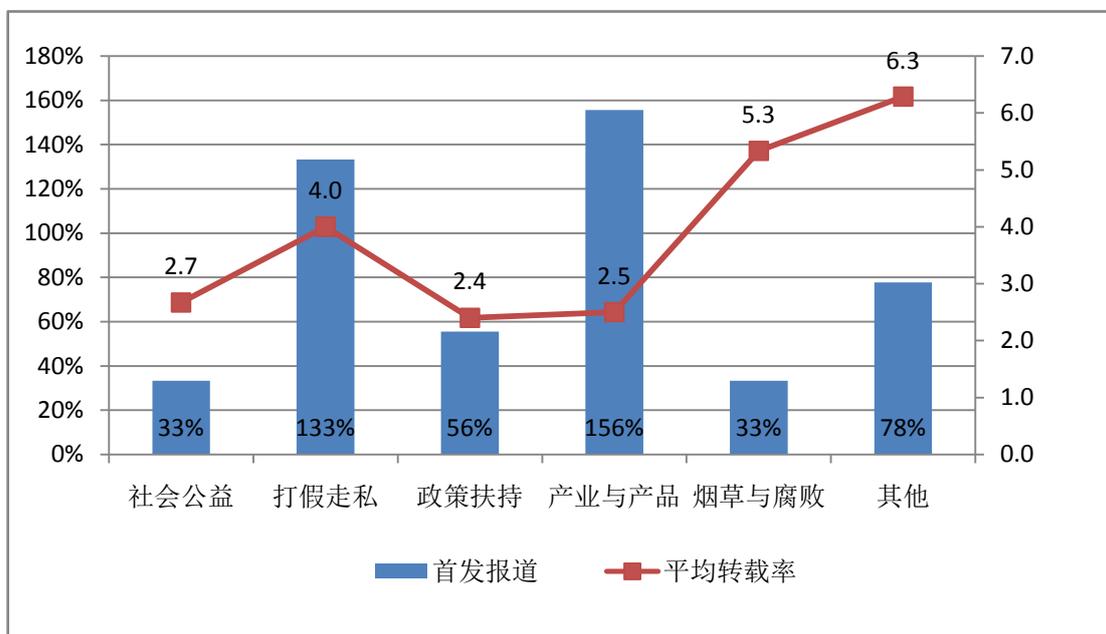
2.4 烟草行业输出议题析

2.4.1 重点报道标题列表

序号	标题	首发媒体	时间	转载
1	小众烟草卡成收藏金矿	人民网	12/12	35
2	韶关警方破获重大非法烟草案缴获烟叶 45.1吨	中国新闻网	12/11	28
3	烟草银行石化公积金月入过万中央将设红线	京华时报	12/4	13
4	中国控烟做不到卖烟草到底有多大经济利益?	腾讯财经	12/13	6



2.4.2 烟草行业重点议题



本月烟草行业议题报道没有出现集中或突出的热点事件，“产业与产品”和“打假走私”是报道数量最多的议题，其他议题的平均转载率最高。

“产业与产品”和“打假走私”议题多与烟草部门的年底总结和行动有关。而在其他议题中，话题比较杂乱，但主题是烟草管理体系内的自身建设有关：突出人物（《[周雪娟:把最美的青春献给烟叶](#)》），法治建设（《[执法者必先受治于法\(组图\)](#)》、《[远安烟草开展“国家宪法日”宣传活动](#)》），安全生产（《[虹口烟草绷紧安全这根弦](#)》），技术支持（《[市烟草局新卷烟物流配送中心投入试运行](#)》）。这些报道在以往的监测中并不突出，数量较少，因此才被归入其他议题中，而在本月却比较突出。研究团队推测，这或与近两月控烟事业态势的高涨相关，在如此外部环境之下，再高调地进行以往得“市场建设者”论调鼓吹或可招致非议，因而烟草行业转而“安内”。这显示出当下控烟良好的势态，但另一方面也可以说是烟草行业的高明，既然不能攘外，那便转而内部防御。



此外，还有两篇报道值得格外关注，即烟草专卖局局长凌成兴发表的关于控烟的看法，《[国家烟草专卖局局长:应避免控烟的绝对化扩大化](#)》、《[深化改革 保持税利平稳增长——烟草局局长答记者问](#)》。前一篇专门针对控烟，后一篇控烟的内容则包含在其中。从报道中推测出，其立场为：吸烟是有客观需求的，烟草行业对国家的贡献大，但烟草行业较好地履行了并将继续履行公约，打击烟草非法贸易，所以控烟是很复杂的，要慢慢来。这番话语看似积极支持控烟，实则加强烟草行业的形象，从烟草专卖局局长口中说出便更加耐人寻味，控烟主体不妨费烟草行业发出的关于控烟的看法多加关注，“知己知彼”。



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 12 月监测研究重点报道标题列表

标题	日期	转载
10 周岁以下孩子不得做代言人,王诗龄森蝶被禁止代言	12/23	282
7.4 亿人受二手烟危害卫计委推动提高烟草税价	12/11	152
公积金存超缴现象:吉林烟草高管月入账可超 1.8 万	12/4	112
我国近 11 亿人“接触”烟草疾病经济负担超 2000 亿元	12/21	101
卫计委:中国吸烟人数超 3 亿 15 岁以上人群吸烟率 28.1%	12/10	97
中国拟修广告法:严限烟草广告,规范“名人代言”	12/22	80
卫计委:我国吸烟人数超 3 亿将推动提高烟草制品税收及价格	12/11	72
人民时评:北京禁烟令能否推动公共文明	12/1	66
做广告将有“五禁区”:10 岁以下孩子不能作广告代言人	12/22	63
新研究发现为何男性抽烟比女性更危险	12/5	59
卫计委:将研究措施推动提高烟草制品税收和价格	12/10	57
烟草广告该不该全面禁止?	12/26	43
南昌一公司推出“戒烟奖”减重 1 斤奖励 100 元	12/4	42
广告法修订草案:烟草广告和广告代言等内容成为审议焦点	12/24	42
370 名全国人大代表呼吁制定禁烟法、烟草控制法的议案得到办理	12/28	42
我国吸烟人数超 3 亿	12/11	41
韩国拟于明年全面禁烟顾客吸烟业主也将被罚	12/12	38
有效控烟,党员干部要带头	12/22	35
小众烟草卡成收藏金矿	12/12	35
镶假牙更要注意口腔卫生有吸烟习惯的应戒烟	12/19	35
首个全国性禁烟令拟出台全面控烟还需全员参与	12/2	35
让青少年做“卧底”各国禁烟十大奇招绝招	12/11	35
北京控烟条例明年 6 月实施室内公共场所全面禁烟	12/5	35
我国近 11 亿人“接触”烟草	12/22	34
酒店不怕禁烟怕劝烟民	12/2	34
《公共场所控制吸烟条例》征求意见稿被“点赞”	12/11	31
控烟趋严令全球最大打火机制造地温州出口持续下降	12/14	30
警惕:市场现“茶烟”诱导青少年抽烟	12/12	30
公共场所禁烟不妨学“热炉法则”	12/11	30
北京首次立法禁止中小学周边 100 米内售烟	12/11	30
卫计委:室内公共场所全面禁烟个人最高罚 500	12/11	29
专家解析控烟形势:控烟源于功德成于法治	12/1	28
卫计委委托第三方评估地方控烟成效推动提高烟草制品税收及价格	12/11	28
韶关警方破获重大非法烟草案缴获烟叶 45.1 吨	12/11	28
昆明各大公园禁烟难不少管理方称没有处罚权难实行	12/1	28



广告法修订草案拟禁止在公共场所设置烟草广告	12/23	28
卫计委:提高烟草税及价格为最佳控烟措施	12/10	27
专家称“国内禁烟执法仍面临诸多挑战”	12/9	26
以身作则宣扬健康资讯大马卫生部官员需禁烟减肥	12/1	26
男子为表戒烟决心吞打火机做梦梦到肚子爆炸(图)	12/19	26
广告法修订草案:10周岁以下未成年人禁代言广告	12/23	26
北京将进入全面禁烟新时期引导未成年人远离烟草	12/10	26
吸烟导致室内“雾霾”PM2.5值最高超出室外6倍	12/4	25
我国控烟状况忧喜参半	12/24	25
深圳控烟办:场所管理者提供烟灰缸或受罚	12/17	25
全国控烟履约力度加大控烟法治建设获突破性进展	12/26	25
控烟专家建议电子烟也要禁	12/4	25
禁烟标志下还有人吸烟(图)-天津日报数字报刊	12/23	25
国家卫计委:违规吸烟罚500额度不算高--旅游频道 权威全面报道...	12/11	25
我国拟修法为烟草广告划定五条红线	12/23	24
卫生计生委:吸烟罚五百额度不算高	12/10	24
十年禁烟不理想《最强禁令终登场》	12/25	22
除烟草专卖点外其他场合禁止烟草广告	12/22	22
广告法二审拟进一步限制“烟味儿”	12/22	20
医生亲身经历支招“四部曲”助你成功戒烟	12/29	19
屏东县52所小学设无烟步道禁烟范围扩至校园周边	12/19	19
控烟趋势日益严格温州打火机出口持续下降	12/14	19
专家:边疆民族群众吸烟习惯特殊云南控烟任重道远	12/27	18
中国有3亿“烟民”7.4亿人受二手烟危害	12/11	18
我国拟修法严控医疗类广告代言限制烟草广告	12/22	18
室内一支烟PM2.5涨三十倍戒烟五年肺癌死亡率能减半	12/2	18
禁烟,可否尝试下放执法权	12/5	18
戒烟24小时,你的心血管开始受益! 金羊网	12/5	18
广告法修改拟出台“史上最严”烟草广告	12/22	18
专项监督检查显示江西小型公共场所控烟不给力	12/15	17
专家:2014年是控烟理念在中国深入普及的一年	12/23	17
我国每年约10万人死于二手烟烟民总数超3亿	12/11	17
公园设禁烟区听证代表都赞成 2014年12月11日星期四A05 今日生活	12/11	17
调查:台湾成人、青少年吸烟率双双创历史新低	12/9	16
深圳卫计委:截至11月底吸烟罚款超45万	12/11	16
昆明”创建无烟餐厅“调查:逾七成餐厅无烟灰缸	12/16	16
湖南控烟专项检查美发和沐浴场所合格率最低	12/8	16
广告法修订草案全面禁止烟草广告呼声最高	12/25	16



中国控烟法规为何形同虚设(图)	12/18	15
王儒林李小鹏会见国家烟草专卖局局长凌成兴	12/5	15
外媒:为北京全面禁烟叫好需既看条例又看疗效	12/1	15
四川查缴假烟近 4 千万支 265 人被刑拘 94 人获刑(图)	12/15	15
深圳控烟 9 个月 8277 人被罚款逾 41 万元	12/11	15
民间组织发布控烟报告称我国控烟状况忧喜参半	12/24	15
李玲蔚委员:全面禁止所有烟草广告	12/24	15
广告将有“禁区”,有钱不能“任性”	12/23	15
抽根烟罚 500 你还要任性地抽下去?	12/2	15
中国拟颁最严禁烟令专家建议戒烟药入医保	12/1	14
用口香糖代替烟?跟著“资深烟民”学戒烟	12/2	14
吸烟人的权益也需尊重	12/24	14
违规吸烟最高罚五百提高烟草税为最佳控烟措施	12/10	14
生活是一门学问教你戒烟 8 个窍门	12/24	14
戒烟五年,肺癌死亡率能减半	12/15	14
汉“最严”网吧禁烟办法将实施网吧未见网友抽烟	12/15	14
成都拟将禁烟范围进一步扩大	12/21	14
安徽 81%受调查者支持公共场所全面禁烟(图)	12/3	14
2015 省人大立法项目听取意见控烟条例列入预备项目	12/21	14
“指尖上的灰霾”伤肺更伤“心”	12/23	14
(健康报)北京公共场所将全面禁烟(2014-12-01 13:52:21)	12/1	14
也禁止,如何?	12/18	13
烟草制品税收及价格将提高	12/11	13
烟草银行石化公积金月入过万中央将设红线	12/4	13
女白领“打电话”戒掉烟瘾 12320“脱烟”成功率达九成	12/9	13
昆明“创建无烟餐厅”调查:与去年相比没大改善	12/17	13
禁止一切烟草广告	12/26	13
后湖“老烟枪”因戒烟与妻争执一怒吞下打火机 19 天	12/17	13
北京控烟条例明年 6 月起实施妇幼保健机构室外需禁烟	12/10	13
“法治红利”提速中国依法控烟进程	12/29	13
中国吸烟人数超 3 亿 7.4 亿非吸烟人群受二手烟危害 中国江苏网	12/10	11
为何烟瘾难戒?秘密在大脑	12/6	11
北京明年 6 月起室内禁烟中小学周边禁售烟	12/1	11
《广告法》大修,应彻底禁止烟草广告和赞助	12/24	11
“中国企业职工控烟教育项目”启动	12/18	11
中山 90 后打工小伙戒烟购彩喜中 25 万	12/22	10
我市高校明春全面禁烟	12/19	10
卫计委强调控烟法制化:罚款最高上万改革烟草税	12/10	10
上海 12320 开通 8 年周年衍生热线戒烟等公益服务	12/9	10



青荣城铁两侧 500 米内禁放风筝全程全列禁烟	12/17	10
昆明禁烟新规今日将听证禁烟区内吸烟最高拟罚 200 元	12/10	10
禁烟别停留在“严格立法”	12/3	10
金正恩命令官员不得抽外国烟 - 泉州晚报数字报·泉州网	12/3	10
韩国明年起全面加大禁烟力度扩大禁烟区域范围	12/12	10
国家卫计委: 推动提高烟草制品税收及价格	12/11	10
北京通过《北京市控制吸烟条例》	12/1	10
“禁烟草广告” 仅是控烟第一步	12/23	10