

# 烟草追踪快报

(第31期)

烟草，放开那些学子！

## 事件：

### 一、江西中烟——“金圣”品牌冠名助学疯狂

#### 链接 1. 瞄准“升学宴”开展“金圣助学”送礼

“金榜题名时，金圣来助学”，江西万载烟草抓住“升学宴”热潮，携手江西中烟开展“十年寒窗望金榜，九载春秋忆恩情”，金圣助学礼品大派送活动。凡是考取大学办“升学宴”选择金圣瑞香系列作为酒席用烟，桌数在十桌以上或选用金圣瑞香5条以上，现场赠送26英寸价值400元精美拉杆箱一个。

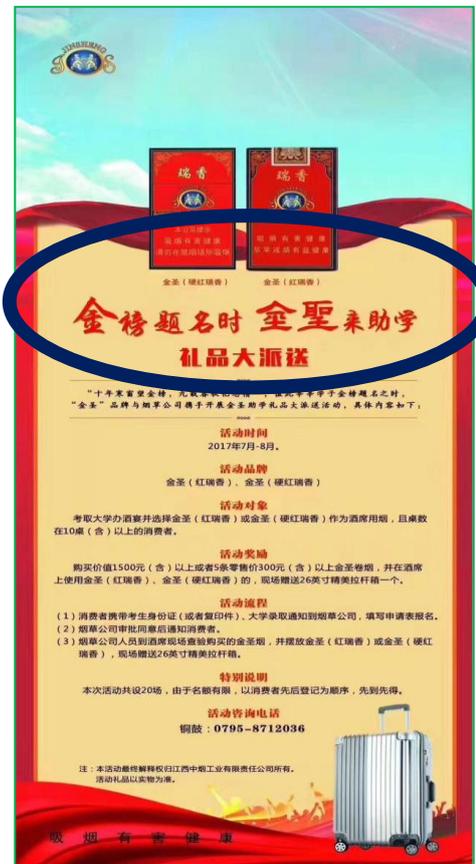
相信“金圣助学礼品大派送”活动不但会给广大莘莘学子带来一场别具特色的升学盛宴，更会让金圣卷烟畅销于这个季节、耀眼四射！（东方烟草网 2017-8-14）

【点评】最后一段话烟草业不打自招，一

语道破了助学的真正目的：“金圣助学礼品大派送”更会让金圣品牌卷烟畅销！

这是烟草业培育品牌认识的重要手段！在这种以“感恩”情感拉拢的招术下，青少年很难抵挡诱惑，从而获知了这种卷烟品牌！名义上称献的是一片爱心，实则是为吸烟者队伍培养后备军！

#### 链接 2. 江西中烟举行 2017 年“金圣学子”助学基金颁发仪式



2017年8月22日,江西中烟工业有限责任公司隆重举行2017年“金圣学子”助学基金颁发仪式,[江西中烟、江西省慈善总会](#)有关领导出席。(2017年08月31日国家烟草专卖局网站)



**【点评】**烟草业以“金圣”卷烟品牌冠名“金圣”学子，让莘莘学子在成长的过程中，接受到了烟草的熏陶，并对烟草业产生好感，从而减弱和忽略了烟草带给青少年健康危害的认识程度。

## 二、浙江中烟“利群”冠名助学

### 链接 3.2017年“利群”阳光助学行动启程

2017年利群阳光助学行动走进浙江、山东、江苏、广东等18个省(市)，(2017-05-24 06南方都市报)



### 链接 4.2017“利群阳光助学”在湖南收官

2017年8月26日利群阳光学子报告会暨助学金发放仪式在湖南长沙举行浙江中烟工业有限责任公司代表盛建民等为受助学子发放助学金。



## 链接 5. 2017 陕西利群阳光助学金发放仪式

2017年8月24日，陕西利群阳光优秀学子报告会暨助学金发放仪式在西安举行。作为利群阳光助学活动的发起者，浙江中烟工业有限责任公司十分重视，



其市场营销部副总经理及中原区域经理亲临现场。（陕西 三秦都市报 - 三秦网 2017-08-25）

## 链接 6. 2017 甘肃利群阳光助学行动

2017年8月21日上午，2017兰州晨报利群阳光助学金发放仪式暨阳光学子励志报告会在兰州市黄河剧院举行。浙江中烟市场销售部总经理张德春、浙江中烟品牌策划经理出席报告会。（兰州晨报 2017-08-22）



## 链接 7. 2017 利群阳光助学浙江区

8月21日，利群阳光助学行动项目由都市快报联合浙江省利群阳光文化传播有限公司和杭州市慈善总会共同发起，浙江中烟工业有限责任公司巡视员孟伟刚致辞。（2017-08-22 杭州网）



**【点评】**上述活动中，到处闪现着“利群”阳光助学发起者——浙江中烟公司的身影，显示着烟草业的财大气粗，晃动着烟草业的“慈眉善目”。嘴上说着烟草在“坚守着一份纯粹的公益”，实质上却在收获巨大的广告效益！“利群”冠名助学17年，仅2017年，“利群”的名字就伴随着助学促销到了全国18个省市，这是多么大的一个广告效应！误导了大批的莘莘学子！

## 剖析：

### 一、烟草品牌冠名助学本质就是一种烟草广告的形式，

冠名的定义在“百度百科”中这样说：冠名是一种特殊的广告形式，冠名一般是指企业为了达到提升企业、产品、品牌知名度和影响力而采取的一种阶段性宣传策略。

由此断定，烟草企业或者烟草品牌的冠名，就是以营销为目的的典型的广告宣传策略和形式！“金圣学子”的“金圣”是烟草品牌，“利群阳光”的“利群”是烟草品牌。

新修订的《中华人民共和国广告法》第二十二条规定：禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。禁止利用其他商品或者服务的广告、公益广告，宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。而烟草业在越来越受到限制的情况下，便以烟草企业或者烟草品牌冠名的形式开展捐资助学、扶贫救灾等救济性活动，即营销了产品，又提升卷烟品牌知名度，这本身就是一种变相广告，明显违反了《中华人民共和国广告法》。

### 二、烟草品牌冠名助学违反了《中华人民共和国慈善法》

《中华人民共和国慈善法》第四十条规定：任何组织和个人不得利用慈善捐赠违反法律规定宣传烟草制品，不得利用慈善捐赠以任何方式宣传法律禁止宣传的产品和事项。

上述二种卷烟品牌冠名助学的活动中，“金圣”、“利群”分别是江西中烟和浙江中烟的烟草制品名称，烟草业利用捐资助学活动宣传烟草制品，显而易见地违反了《慈善法》的规定！

### 三、严重违背《烟草控制框架公约》相关规定

我国于2005年全国人大批准、2006年生效的《烟草控制框架公约》明确规定要禁止所有的烟草广告、促销和赞助。并且《公约》序言中对烟草广告、促销和赞助已有明确的定义：

“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。

上述冠名助学活动的性质，完全符合《公约》的定义，无一不是在直接或间接地推销烟草制品，整个活动包含了烟草广告、促销和赞助的所有内容，理应全面禁止！

#### **四、烟草将“广告效应”搭车冠名助学，本身就背离了行善的本质**

《公约》第 5.3 条实施准则还明确规定：缔约方不应接受、支持或认可烟草业组织、促进、参与或进行青少年和公众教育活动,或者任何与烟草控制有直接或间接相关的活动。

而烟草业瞄准了青少年“升学宴”商机、“助学”渠道等，声称回报社会，实质就是打着公益慈善的幌子，明目张胆地进行烟草品牌营销，提升甚至美化烟草业的形象，起到烟草“正常化”的作用，抹煞它和其它消费品之间的差别，淡化烟草使用的危害。其实，烟草企业的这种冠名捐赠、打“擦边球”的做法已经屡见不鲜，像前两年出现的“烟草助你成才”、“烟草希望学校”等等，这样的隐性广告，客观上起到了麻痹和误导的作用，让学子们以为烟草是一种有益的东西，，疯狂地诱导青少年亲近烟草。

因此说“烟草味”十足的慈善不过是一场沽名钓誉的“伪慈善” 烟草业不是雷锋，不会“做好事,不声张、不留名”。他们只会从狭隘的行业利益出发，将青少年对烟草的亲近当作烟草的未来！

烟草是燃烧生命的恶魔，慈善是放飞爱心的天使。在这场对青少年的争夺战中，我们法律天平该如何倾斜？

慈善固然要做，善款也是多多益善，但是对于烟草企业意图如此明显的“慈善”，慈善组织应当保持警惕，谨防善款来者不“善”，让公益成为公害。

**慈善，请远离烟草；  
烟草，请远离学子！**

**( 新探健康发展研究中心 2017 年 9 月 27 日 )**