

加热烟草制品：反驳烟草业论点

加热烟草制品（HTP）：相同的本质，不同的把戏

加热烟草制品（HTP）是烟草行业让人们在烟草上瘾以及吸引包括年轻人在内的新用户的新方法。烟草公司试图以“风险更小”为由对HTP进行营销，这些公司声称产品不需要燃烧，并且只向吸烟人士推广销售这些产品。然而，这一行业长期以来一直就其产品的健康风险作出虚假声明，最明显的即为对“淡味”和“温和”卷烟的营销，这些卷烟并不比其他卷烟更加安全。此外，HTP以吸引年轻人的方式在世界各地进行营销。

烟草业论点：使用HTP比吸传统卷烟的风险更小。

回应：使用HTP对健康的影响尚不明确。鉴于这些产品相对较新，且与传统卷烟相似，没有长期影响研究支持这种“风险更小”的说法。可以确定的是，长期接触HTP排放中的化学物质（如尼古丁、一氧化碳、各种醛类和其他物质）会增加一个人出现多种严重健康问题的风险，包括心脏病、中风和某些癌症。¹⁻⁶ 因此，有理由认为，长期使用HTP可能会对健康造成不利后果，而且这些化学物质对人体的危害很大，减少接触并不能以同等的比例降低疾病风险。这一“风险更小”的信息非常类似于烟草行业早先试图误导消费者，使其认为“淡味”、“温和”和“低焦油”卷烟危害较小。烟草行业的内部文件显示，烟草公司明知道这些卷烟对健康没有任何好处、是虚假的保证，却有意进行推广。⁷ 现在我们了解，“低焦油”卷烟带来的特殊危害在于增加肺腺癌的风险。⁸ 鉴于经过数十年的时间才完全发现传统卷烟对健康的破坏性影响，在充分了解使用HTP的短期和长期健康影响之前，公众应对“风险更小”以及围绕着HTP的类似说法保持怀疑。

烟草业论点：美国食品药品监督管理局（FDA）允许菲利普·莫里斯国际公司（PMI）将其HTP IQOS作为“风险更小”的产品推向市场，表明这是一种更安全的吸烟替代品。

回应：这是一个不实的说法。FDA允许PMI使用“减少暴露”这一信息推广销售IQOS，这

这一“风险更小”的信息非常类似于烟草行业曾经对消费者的误导，使其认为“淡味”、“温和”和“低焦油”卷烟危害较小。

与“风险更小”是不一样的。FDA的网站指出：“即使具有这一作用，这些产品也不安全，未经FDA批准。”⁹ 授权不允许PMI做出任何其他修改后的风险声明，不得声称IQOS产品已得到FDA认可或批准或者FDA认为产品对消费者安全。

此外，FDA的授权仅适用于IQOS，并非一般的HTP，并且仅包括四种IQOS产品（IQOS系统和充电器，以及三种加热烟支）。⁹ 目前不包括全球范围内较新或不同版本的IQOS产品。此外，没有任何其他政府对HTP有类似于美国“减少暴露”说法的监管途径。182个政府在《世界卫生组织烟草控制框架公约》的要求下负有国际义务，HTP作为烟草制品，必须按照公约进行最严格的监管。¹⁰

烟草业论点：HTP营销不针对年轻人或不吸烟者。

回应：PMI于2014年首次在日本和意大利推出其HTP“IQOS”。¹¹ 简单了解一下PMI在意大利对IQOS的营销，即可推翻其说法，即他们不向年轻人或从未吸烟的人士进行营销。IQOS在意大利的推出

非常隆重，包括在全国各大城市和度假胜地设立 IQOS “大使馆” 和 “专卖店”。¹² 在这些新潮，时尚的店铺里，年轻的店员通过产品使用指导和免费试用，以及营销活动和派对来吸引更年轻的客户群体。PMI 还通过各种社交媒体平台以及拥有年轻粉丝的网红向广大受众推广销售 IQOS。¹¹ PMI 的策略是有效的。一项 2019 年的研究发现，在意大利，近一半 IQOS 曾经的使用者从未吸过传统卷烟。¹³ 此外，619000 名非吸烟者或曾吸烟者表示有意在未来尝试 IQOS。¹³

路透社和泰晤士报的调查显示，PMI 和英美烟草集团（BAT）都积极通过社交媒体和年轻网红对 HTP 进行营销，这是一种全球性的模式。^{14,15} 例如，BAT 为其 HTP “glo” 所赞助的 Instagram 页面上有几十条针对年轻群体的帖子，包括产品赠送以及赢取前往阿布扎比、伊维萨岛、米兰以及其他 “派对城市” 免费旅行的机会。¹⁶ 此外，页面还有各种话题标签，其中包括 #discoverglo。¹⁷ 页面上有来自世界各地的年轻网红 “和 glo 一起发现新的激情”，以及为 “自己和朋友” 准备的 glo 设备赠品。¹⁷ 措辞用语和生活方式、时尚以及音乐内容一起意味着页面是针对新用户的。旨在吸引非吸烟者的营销策略更进一步削弱了行业关于 HTP 旨在成为 “风险更小” 产品的说法。相反，通过 HTP 开始使用烟草的非吸烟者开始具有与烟草相关的健康危害风险。

烟草业论点：HTP 是打造 PMI “无烟未来” 以及 BAT “更美好明天” 的组成部分。

回应： PMI 内部文件显示，创造 IQOS 以及其他 “风险更小” 产品的主要目的是为了在对传统烟草产品日益不利的环境下保持盈利能力。¹⁸ “无烟” 标语背后的现实是，PMI 试图与自身在全球烟草流行中的角色保持距离，重塑企业形象。通过新的 “风险更小” 产品线，PMI 和其他烟草公司得以留住客户、吸引新客户。例如，BAT 将其烟草和尼古丁产品置于一个 “风险连续体”，鼓励消费者在不同的产品之间转换，而不是完全戒除。¹⁹

这些针对公共健康不实的关切表现是整个行业品牌重塑的一部分，目的在于改善公众形象，在健康和研究领域建立信誉，并为 HTP 和其他新产品创造更有利的监管环境。烟草业对其传统卷烟品牌的持续投资，以及对会切实减少烟草使用的立法方面的持续法律挑战，削弱了想要一个 “无烟未来” 和 “更美好明天” 的主张的正当性。²⁰⁻²⁴

烟草业论点：HTP 是 “无烟” 产品，不应受与传统卷烟相同的监管框架的约束。

回应： 烟草业使用这一论点出于几项原因。首先，宣称 HTP “无烟” 并因此 “更安全” 有可能规避许多国家、司法管辖区以及城市努力争取通过的无烟法律。如果 HTP 不受适用于传统烟草制品监管框架的约束，其他烟草管控措施（如健康警示、平装包装、较高的税率和营销限制等）可能会受到削弱。

对公众健康而言，HTP 是排放烟雾还是其他气溶胶并不像他们是否排放有害化学物质那么重要，而且，HTP 确实排放了有害的化学物质。²⁵⁻²⁷ 因此，HTP 应当受到与传统卷烟相同的监管框架的约束，以限制周围人员（包括弱势人群）接触有毒气体的可能。

烟草业论点：HTP 设备所使用的烟支不是卷烟。

回应： 如 PMI 的 “IQOS”、BAT 的 “glo” 以及 KT&G 的 “li1” 所使用的加热卷烟，其基本成分与传统卷烟相同：压缩烟草和纸质包装内的过滤嘴。和传统卷烟一样，各大加热烟品牌也有各种口味，并且成包销售。一些还与万宝路和健牌等主要品牌联名。烟草公司坚称加热烟不是卷烟，主要是为了避免对传统卷烟的严格规定和较高的税收。

烟草业论点：HTP 帮助吸烟者戒烟。

回应： 世界卫生组织指出，“没有充分的独立证据支持使用 (HTPs) 能够作为人口层面的戒烟干预措施来帮助人们戒烟。HTP 含有烟草，这些产品的使用构成烟草使用，因此造成销售国家/地区的烟草负担。”²⁸

虽然关于 HTP 和戒烟的证据仍然相当少，但大多数研究并未发现 HTP 是有效的戒烟设备。^{29,30} 相反，大多数 HTP 使用者继续使用传统卷烟和 HTP，而非完全转向 HTP。^{29,31,32} 因此，没有国家或司法管辖区批准 HTP 作为戒烟辅助。²⁹ 此外，监管机构没有批准任何 HTP 作为安全有效的尼古丁替代疗法，也没有任何 HTP 制造商将这些产品作为戒烟设备进行营销。

烟草业论点：HTP在危害减少框架之内。

回应：HTP不在危害减少框架之内。它们含有烟草，任何形式的烟草使用都是有害的。此外，对使用HTP对健康的影响仍未充分了解。鉴于这些产品相对较新，且与传统卷烟相似，宣称HTP排放的有毒物质水平有所降低（与传统烟草相比）即为健康风险的降低是不负责任的。卷烟是一种独特的致命产品，因此把它作为一个比较标准来衡量另一种产品的相对危害程度是没有帮助的。最后，HTP释放有毒气体，使使用者接触有毒化学物质，并不能帮助吸烟者戒烟。³³

烟草业论点：HTP和其他新型烟草产品对环境更好。

回应：这是烟草行业典型的策略，名为“漂绿”。漂绿是指具有争议的行业所使用的一种做法，以环保为名对其商品和/或形象进行推广，³⁴以增加产品销量，并转移公众对其破坏环境做法的注意力。³⁵世界卫生组织2017年的一份报告记载了烟草生命周期各个阶段对环境的有害影响。烟草种植、烟叶烘烤、产品制造、销售、使用以及使用后的废弃物均会破坏环境。³⁶尽管如此，跨国企业仍各自每年生产数千亿支卷烟，没有任何内部文件表明主动减产的打算。³⁷HTP设备仍然使用一次性烟支/烟盒，并且设备本身必须得到处置。电子设备的处置对土壤、水和大气是有害的。³⁸

1. U.S. Food and Drug Administration (FDA). Harmful and Potentially Harmful Constituents in Tobacco Products and Tobacco Smoke: Established List. Updated Oct. 7, 2019. Available from: www.fda.gov/tobacco-products/rules-regulations-and-guidance/harmful-and-potentially-harmful-constituents-tobacco-products-and-tobacco-smoke-established-list
2. Auer R, et al. HeatNot-Burn Tobacco Cigarettes: Smoke by Any Other Name. *JAMA International Medicine*. 2017. 177(7):1050-1052.
3. Zuck, K. Evidence Related to the Health Risk of IQOS Use: Evaluation of Product Chemistry. Pre-sented January 24-25, 2018 at the USFDA Center for Tobacco Products. Slide 15.
4. Bekki K, et al. Comparison of Chemicals in Mainstream Smoke in Heat-not-burn Tobacco and Combustion Cigarettes. *J of UOEH*. 2017. 39(3):201-207.
5. Farsalinos, K. et al. Carbonyl emissions from a novel heated tobacco product (IQOS): comparison with an e-cigarette and a tobacco cigarette.
6. U.S. Department of Health and Human Services (USDHHS). How Tobacco Smoke Causes Disease. The Biology and Behavioral Basis for Smoking-Attributable Disease (Key Findings FS). Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 2010.
7. Bates, Clive & Rowell, Andy. (2004). Tobacco Explained... The truth about the tobacco industry... in its own words. Center for Tobacco Control Research and Education, UC San Francisco, University of California at San Francisco, Center for Tobacco Control Research and Education.
8. USDHHS. The Health Consequences of Smoking: 50 Years of Progress. A Report of the Surgeon General. Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health, 2014.
9. U.S. FDA. Philip Morris Products S.A. Modified Risk Tobacco Product (MRTP) Applications. Last updated: 7 July, 2020.
10. WHO. Decision: FCTC/COP8(22) Novel and emerging tobacco products. 2018.
11. Jackler RK et al. Global Marketing of IQOS The Philip Morris Campaign to Popularize “Heat Not Burn” Tobacco. SRITA White paper. February 21, 2020.
12. TobaccoIntelligence. How PMI Creates Brand Awareness for IQOS in Italy. 22 Nov. 2017.
13. Liu et al. Heat-not-burn tobacco products: concerns from the Italian experience. *Tobacco Control* 2019; 28(1):113-114.
14. Kirkham C. Exclusive: Philip Morris suspends social media campaign after Reuters exposes young ‘influencers.’ Reuters [online]. May 10, 2019.
15. Shukman H. British American Tobacco used young Instagram stars in its ads. *The Times* [online]. August 17, 2019.
16. Instagram. @glo_worldwide [BAT sponsored account]. Accessed 13 Nov. 2020.
17. Instagram. #discoverglo [BAT Glo affiliated link]. Access 13 Nov. 2020.
18. PMI. 10 year Corporate Affairs Objective and Strategies. 2014. PMI Reuters Documents. Reuters News; Thomson Reuters.
19. Inspiring Products Driving Change. Harm Reduction Focus Report 2016. [Accessed Nov.13, 2020].
20. Bloomberg News. BAT appeals to court after South Africa digs in on tobacco ban. Published May 30, 2020. [Accessed Nov. 16, 2020]
21. National Confederation of Industry (Confederação Nacional da Indústria) v. ANVISA (2018). [Accessed November 16, 2020]
22. BAT Uganda Ltd v. Attorney General & Center for Health, Human Rights and Development (2016). Tobacco Control Laws.
23. BAT Kenya, PLC v. Ministry of Health (2017). Tobacco Control Laws.
24. Honduras, et al. v. Australia (2018). Tobacco Control Laws.
25. Campaign for Tobacco Free Kids. Heated Tobacco Products: Global Regulations. May 2020.
26. Ruprech AA, et al. Environmental pollution and emission factors of electronic cigarettes, heat-not-burn tobacco products, and conventional cigarettes. *Aerosol Science and Technology*. 21 March 2017. 51(6):674-684.
27. Glantz SA. Heated tobacco products: the example of IQOS. *Tobacco Control* 2018;27:s1-s6
28. WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2019. Geneva: World Health Organization; 2019.
29. Luk TT, Weng X, Wu YS, et al. Association of heated tobacco product use with smoking cessation in Chinese cigarette smokers in Hong Kong: a prospective study. *Tobacco Control*. Published Online First: 10 September 2020.
30. Dunbar MS, et al. Correlates of awareness and use of heated tobacco products in a sample of US young adults in 2018-2019. *Nicotine Tob Res* 2020;ntaa007.
31. Kang H and Cho S. Heated tobacco product use among Korean adolescents. *Tobacco Control*. Published Online First: 04 June 2019.
32. Hwang J, Ryu D, and Park S. Heated tobacco products: Cigarette complements, not substitutes. *Drug and Alcohol Dependence*. 2019. 204: 107576.
33. F. Houghton , S. Houghton, D. O’Doherty et al. Greenwashing tobacco—attempts to eco-label a killer product. *J Environ Stud Sci* 2019;9:82-85
34. B. Watson. The troubling evolution of corporate greenwashing, *The Guardian*, 20 August 2016 [online].
35. Tobacco and its environmental impact: an overview. Geneva: World Health Organization; 2017.
36. WHO. HTP Factsheet, 2nd Ed. 2020.
37. Campaign for Tobacco Free Kids. TakeAPart’s. Tobacco Company Dossiers. Last Updated 13 Nov. 2020.
38. Li & Anchal. Environmental and health impacts due to e-waste disposal in China – a review. *Science of the Total Environment*. October 2020; Vol 737.