

致：立法會秘書處
衛生事務委員會秘書

支持加強控煙措施

儘快實現無煙香港

本人支持政府加強控煙措施，包括增加煙害圖像警示的款式數目及擴大其面積至最少佔煙包的百分之八十五、全面禁制電子煙及擴大禁煙區，以抑制煙草的流行及保障市民大眾的健康。

香港政府及社會各界由八十年代至今一直努力推動控煙工作，積極宣傳吸煙禍害及推廣戒煙，令吸煙的行為非正常化，使吸煙人口比例下降至全球最低的地區之一。煙草商眼見世界各地政府的控煙措施令煙草的需求減少，而他們的宣傳渠道亦被限制，便以狡猾的行銷策略為煙草市場開闢新客源，如於銷售點進行鋪天蓋地式的煙包展示、推出以年青人為銷售對象的電子煙產品等，以圖增加煙草需求及其利潤，情況令人十分憂慮。

作為專業的設計師，深明產品包裝的設計是建立品牌形象及宣傳的最佳及最直接工具，無論品牌標誌、顏色、文字、甚至線條都直接影響消費者對產品的觀感，從而改變消費者的行為及需求。香港政府於九十年代已禁止煙草產品於各媒介的宣傳及推廣，現時法例亦規定煙害圖像警示必須佔煙包面積最少 50%，惟煙草商仍利用法例漏洞，無所不用其極地利用煙草產品包裝作為直接向消費者宣傳推廣之渠道。

從市場上的煙草產品包裝可見品牌的營銷對象針對不同的消費群組，例如以粉紅色纖幼型的包裝吸引女性、以深色簡單型格的包裝吸引崇尚潮流的男性、甚至以與水果相似的顏色圖案設計吸引年青人，意圖減淡消費者對煙草產品危害健康的印象，誘使消費者作出錯誤的決定。因此政府必須儘快擴大及加強煙包上的煙害圖像警示，以防止煙草商繼續利用根深蒂固的品牌形象及層出不窮的包裝設計以吸引消費者，保護大眾免受煙草的危害。而於煙包上擴大煙害圖像警示的範圍及增加戒煙熱線亦是最直接向吸煙人士推廣戒煙的方法，同時可加強市民尤其吸煙者對煙草禍害的認知，再配合政府其他的無煙宣傳，效果將更相得益彰。

近年，於不同的行銷媒體見到電子煙市場的崛起，其需求及銷售額均有極速的增長，表面上電子煙是捲煙以外的產品選擇，標榜較捲煙健康，甚至被定位為戒煙工具。但其實電子煙製造商無疑是在鼓吹一種風氣，將吸煙行為正常化及塑造為無害、正面、趕上潮流的行為。

其實各大煙草公司早已對電子煙市場虎視眈眈，尤其電子煙產品可為煙草市場吸納年青新血，作為吸食傳統捲煙的門檻，增加具長遠需求的客源。更令人擔心的是電子煙的銷售模式看準現行法例的漏洞，結合傳統捲煙的銷售手法與新興的行銷媒介及銷售渠道，不但利用藝人為代言人，更推出數之不盡的口味、包裝、形狀之產品，於售賣潮流物品的店舖甚至是網上商店進行銷售，並於受歡迎的社交平台及電話應用程式進行宣傳及推廣，顯然是針對年青的消費群組，價錢亦切合他們的消費能力。

外國的數據顯示電子煙已於一些國家或地區的年青市場搶灘成功，使用率極速增長。因此香港政府必須當機立斷，於電子煙還未開始廣泛流行之前「一刀切」全面禁制，以保護年青人免受引誘，防止電子煙成為他們開始吸煙的第一步。

本人懇請各位議員支持政府加強控煙措施，莫再讓煙草商以不同的藉口增加其公司利潤，而犧牲廣大市民的健康及增加社會的醫療成本。我期望政府繼續與各界多方的配合，儘快實現無煙香港的願望！

專業設計師