



The Pacific Cigar Company Ltd.

16/F, Guangdong Investment Tower, 148 Connaught Road Central, Hong Kong

Tel: 2528 3966

Fax: 2520 6895

太平洋雪茄有限公司就"加強控煙措施的立法建議"
向香港特別行政區 立法會衛生事務委員會提交之意見書

2015 年 6 月 23 日

1) 背景

太平洋雪茄有限公司，成立至今二十多年，一直作為所有古巴雪茄，於香港及其他亞太區國家、地區的獨家總代理。於本港境內，本公司經營十二間雪茄專賣店，及供應全港有銷售雪茄之店家及場所。

2) 銷售通路及客戶類別

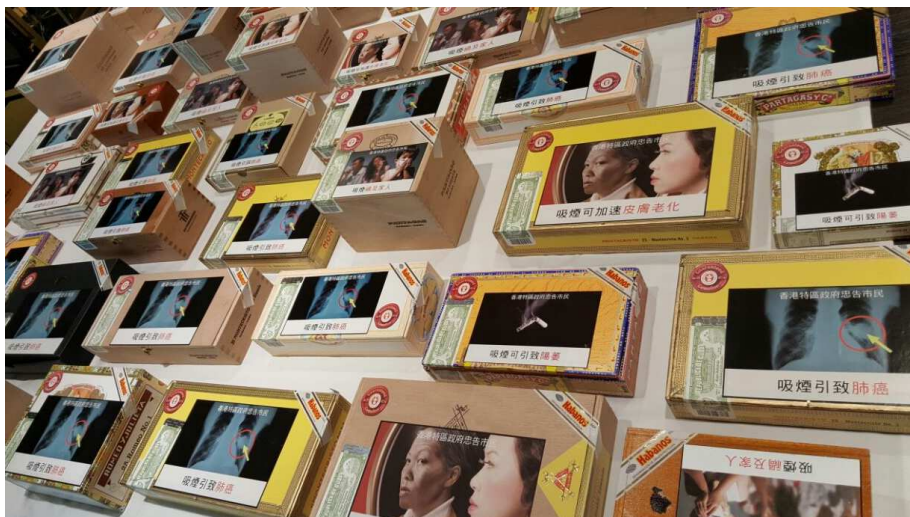
我們於本港銷售之雪茄品項，合共超過五百多個，而各品項的品名、規格、包裝模式、口味、均有所不同；基於這個產品特性，及對產品知識的高度要求，絕大部分客人，均會選擇於雪茄專賣店，或有雪茄專櫃之專業酒行購買，而這類通路亦佔據我們銷售額九成以上。

因雪茄的零售價較昂貴，我們的主要客戶群亦是較成熟，較有消費力的一群，因此，對雪茄產品而言，其主要銷售場所，主要的消費顧客，均不會涉及年輕大眾，亦不容易出現一般消費品的即興購買。

3) 500 多種產品項目，沿用原廠零售盛器

由於雪茄的規格大小，保存需求，歷史因素，每個雪茄品項均採用其獨特的零售盛器；再加上每個品項之進口量有限，業者必須採用原廠所製造之包裝；因此，我們市面上雪茄的零售盛器，已達數百種不同的大小規格。

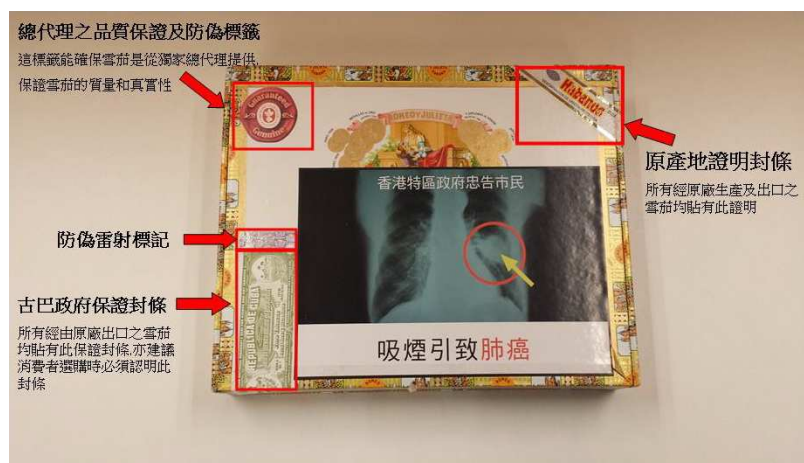
現時有關健康圖像之條例，亦顧及到業者的困難，容許我們以標貼的方式，把 50% 大小之健康圖像貼於雪茄零售盛器上。



4) 除產品資訊外，原廠於盒面上加上了各項高科技防偽標籤

有使用雪茄的人士都知道，由於雪茄的零售價昂貴，國際市場上充斥著冒牌偽品；而雪茄偽品，一直對業界及消費者構成威脅；除一些市場亦有公佈偽品雪茄的統計數字外，國際上所有關於雪茄的書籍、雜誌、及討論平台，如何分辨及避免買到雪茄偽品都是最熱門的話題；甚至本公司，亦曾聯同本港及海外地區之官方部門，共同打擊雪茄偽品活動。有見及此，為保障行業及消費者，原廠及總代理投下大量資源，創立防偽原素及致力重點教育消費者，避免受偽品所害。

於一百多年前開始，原廠已於盒面上標貼辨識標籤，多年來不斷改良，加入多項高科技防偽技術，亦教導消費者購買前必需認明。



古巴政府保證封條



古巴政府保證封條在 1889 年首次由西班牙國王皇家法令推行；在 1912 年，獨立的古巴政府授權使用新的設計；在 1931 年，1999 年均有更改及加入專用防偽辨識；於 2009 年，更加上了有防偽科技的全息圖（Hologram）。

原產地證明封條



自 1994 年開始，所有盒面上均附有 Habanos 封條，證明雪茄的原產地。

總代理品質保證及防偽標籤

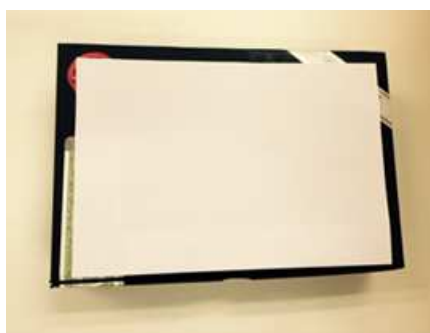


為使消費者於各銷售場所快速辨識，以免買到來源不明及有真偽問題之雪茄，每盒直接由古巴經本港總代理入口之雪茄，均有此標貼。

針對消費者而言，以上標籤是唯一讓他們進入銷售場所，判斷雪茄真偽之基本方法；而且，如消費者有進一步的疑問，亦可將零售盛器上的資訊，給予進口商作進一步調查。

5) 過大的健康警告，將完全覆蓋零售盛器盒面上所有產品及防偽資訊

如之前提及，雪茄產品有數百種大小不同的外盒規格；而大部分之零售盛器為達至保存效果，均沿用有多年傳統之木盒製作，而大部分盒蓋均使用掀開或趟開方式，木盒邊沿已佔去部分盒面面積，如將健康圖像面積由 50% 增至 85%，所有盒面之產品資訊及防偽標籤，將會完全被覆蓋，出現以下之情況：



由於雪茄體積較大，外盒包裝也較一般煙草產品為大；現行的 50%健康圖像，其實已經非常明顯，沒什麼可能會被忽略；而且，按照世界衛生組織<<煙草控制框架公約>>，針對健康警語的指引，亦是[應佔主要可見部分的 50%以上，但不應少於主要可見部分的 30%]；因此，我們實在看不見有加大雪茄零售盛器上健康圖像的需要。

6) 覆蓋盒面所有產品資訊，剝奪消費者分辨真偽能力，助長非法偽品滲透市場

如之前所述，雪茄品項達數百種之多，專業的銷售場所會展示各種不同的雪茄品項供顧客選擇；如盒面資訊全被覆蓋，除剝奪了生產商展示商標之權利，更令消費者難以認定所購買的品項規格，在購買過程中，對店家及消費者造成溝通上極大之混亂。

現時原廠於盒面上加上之高科技防偽封條與標籤，有效地減低消費者購買到偽品的機會；但健康圖像增大至覆蓋所有標籤，非法商人只需印制大尺寸之健康圖像，便可以低成本，輕易地模糊消費者，讓他們成為偽品的受害者，亦促使本港淪為雪茄偽品的龐大市場。

7) 其他國家經驗參考

因雪茄之獨特經營模式，及雪茄零售包裝上之限制，不同國家、地區在推出新法例時，都會顧及行業之困難，作出符合實際情況之安排。

以泰國為例，據了解，政府於 2013 年推出增大煙草產品健康圖像至 85% 的規定，但同時，雪茄零售盛器上的健康圖像仍可維持於 50%。

(來源: <http://www.tobaccocontrollaws.org/legislation/country/thailand/pl-health-warnings>)

另外，根據資料，加拿大政府於 2011 年推出增加煙草產品健康圖像至 75%，但同時，雪茄品項（每支 1.4g 以上）零售盛器上的健康圖像則依照另行規定；如盒面面積小於 149 cm²，健康圖像只需不少於 20 cm²；如盒面面積大於 149 cm²，健康圖像只需不少於 40 cm² 大小。

(來源: <http://www.tobaccocontrollaws.org/legislation/country/canada/pl-health-warnings>)

8) 結論

我們明白到煙草產品需要被規管，亦全力配合政府通過之控煙政策；但我們相信，任何規管政策要達至有效目的，必須於消費者權益，行業產品實際情況間作出平衡，避免出現剝奪消費者權利，打擊正當商人而助長非法行為之反效果。

聯絡人:

黃春光, Kenith Wong

電郵: kenithw@pacificcigar.com

電話: +852 2165 6635