

日期：2017年1月5日

致：

香港特別行政區立法會
衛生事務委員會

尊敬的委員會主席及各位議員，

雪茄業界

就更改雪茄封包及零售盛器上的健康忠告之立法建議
對行業的嚴重打擊作出陳述

(一) 前言

我們的團體，由四間於香港經營多年的雪茄公司組成，業務涵蓋雪茄進口、批發及零售。於2015年7月6日立法會舉辦有關此法案的特別會議中，我們亦是於當日唯一有就雪茄行業發言的四個業界團體。我們公司名稱分別是(i) Davidoff of Geneva Hong Kong Limited; (ii) The Pacific Cigar Company Limited; (iii) Cigraal Limited; and (iv) Cigar Time Limited.

(二) 行政摘要(Executive Summary)

基於雪茄行業及產品的獨特性、保障消費者的必要及對海外經驗之參考，香港雪茄業界人士反對要求健康忠告須至少覆蓋雪茄零售盛器表面面積（通常為正面及背面）85%的立法建議。

而我們業界亦必需強調，政府於2016年11月23日之簡介會，及2016年12月19日於衛生事務委員會會議中展示之雪茄盒樣本及標示方式，與業界實際情況相比，實為以偏概全，未能反影主流及大多數市面上五花八門不同尺寸之雪茄外盒包裝，無法反影和解決業界之技術問題及消費者因擴大健康忠告而無法辨別真偽雪茄之非預期影響。

市面上不同之雪茄包裝及現時50%之健康忠告



行業反對立法建議之原因如下：

I. 在實際操作上業界難以執行

本港市面上之雪茄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，盒面需具備兩邊或三邊之本盒邊沿；這些邊沿已佔據盒面部份面積，某些品項除去邊沿後，盒面所剩面積甚至低於條例所建議之85%。

在執行政府建議時，標貼若要同時貼在盒蓋和盒邊上，健康忠告將不能符合法例“穩固地”貼在雪茄盛器上的要求。

II. 條例建議將導致消費者無法辨識雪茄真偽

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仿偽品；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。針對消費者而言，各項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。

若執行85%的建議時，健康忠告將覆蓋雪茄盛器盒面上的所有標籤。消費者將不能從標籤分辨雪茄是否正品。部份標籤為生產商或產地政府貼上的封條，業界不能移動位置。而且，非法商人只需印制大尺寸之健康圖像，便可以低成本模糊消費者，讓他們成為仿偽品的受害者，亦促使本港淪為雪茄仿偽品的龐大市場。

III. 其他國家、地區，針對雪茄行業之困難，作出符合實況之個別安排

i. 英國 –

英國上議院於2016年3月16日通過加大健康忠告面積的議案，但雪茄產品獲得豁免；法案要求在雪茄外盒正面的30%面積貼上健康忠告，並在背面貼上大於該面積40%的戒煙標語；

ii. 歐盟 –

歐盟予2014年5月19日通過加大健康忠告面積的最新指令，但雪茄產品獲得豁免；法案要求成員國立例要求在雪茄盒正面的30%面積貼上健康忠告，並在背面貼上大於該面積40%的戒煙標語；

iii. 加拿大-

於2011年生效、訂立要求健康警告覆蓋表面和背面面積各75%的規例適用於香煙，但不適用於一般雪茄；雪茄盒上的健康忠告要求則根據包裝盒面面積小於或大於149平方厘米，分別要求為20平方厘米或40平方厘米；

iv. 泰國 -

泰國在2014年9月落實對執行新的健康警告法例，要求香煙包裝上的健康警告覆蓋正面和背面的各85%，但雪茄獲得豁免。
雪茄零售盛器上的健康警告維持予50%。

IV. 雪茄的產品規格、客戶群、銷售通路與香煙產品截然不同

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；世界衛生組織煙草控制框架公約僅要求各國在本地法律中確保煙草產品上的健康忠告覆蓋表面面積的50%或更多及不低於30%。雪茄現行的50%，亦已符合該建議。

平均每次雪茄零售交易之金額約為港幣2000至8000元，甚至更高。由於雪茄消費高昂，雪茄購買者全為高消費力之成熟人士，不會涉及年輕大眾。雪茄不會成為年輕人養成吸煙習慣的“第一支煙”。

請求

鑑於以上原因，我們強烈反對建議條文要求健康忠告須至少覆蓋雪茄零售盛器表面面積（通常為正面及背面）的85%。我們懇請議員及局方了解業界實際營運狀況，保障消費者權益及參考世界各地經驗，於更改健康忠告面積的條例中，給予雪茄豁免安排。

(三) 以上論點之詳細敘述

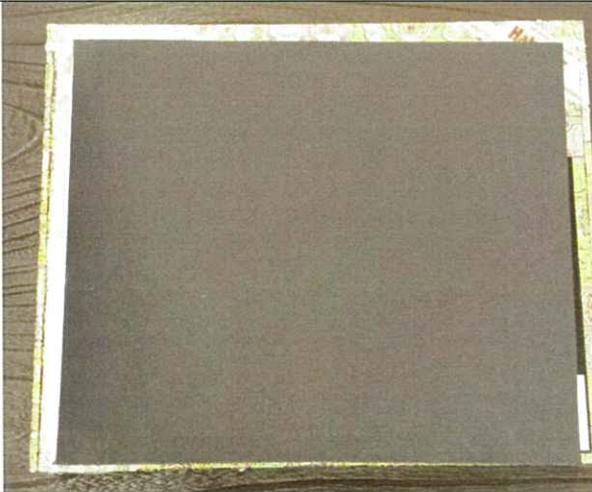
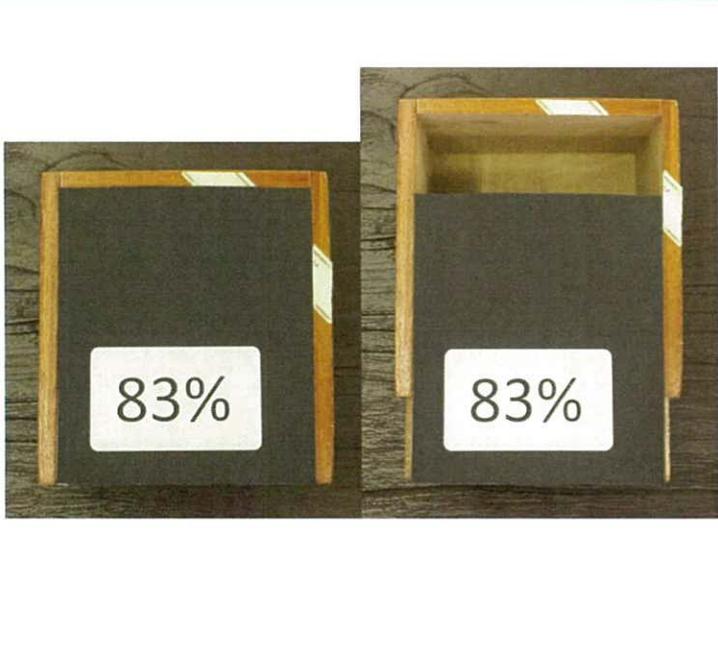
1. 在實際操作上業界難以執行

在本港銷售之雪茄品項超過八百多個。每個品項的品名、規格、包裝模式、口味等均各有不同。由於雪茄的規格大小、保存需求、歷史因素等，每個雪茄品項均採用其獨特的零售盛器。因每個品項的進口量有限，業界必須採用原廠所製做之包裝。因此，市面上的雪茄零售盛器有數百種不同的大小規格。為符合現時有關健康忠告的規定，我們以標貼的方式，把50%大小的忠告貼於雪茄零售盛器之上。

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，盒面需具備兩邊或三邊之本盒邊沿；這些邊沿已佔據盒面部份面積，某些品項除去邊沿後，甚至低於條例所建議之85%。

政府建議中最主要的建議修訂，是要求健康忠告須至少覆蓋零售盛器表面面積（通常為正面及背面）的85%。早在2015年政府開始提出條例建議時，我們已向政府表達我們難以在零售盛器表面面積的85%上貼上健康忠告。政府在簡介會上舉例說明的標貼方法亦不符合實際情況，原因有以下數項：

- 如上述提及，大部份盒面都有木盒邊沿，除去邊沿所佔之面積，85%之健康忠告其實是幾乎覆蓋整個盒面。
- 覆蓋雪茄零售盛器最大兩個表面面積的85%的健康忠告，將比部分零售盛器的盒蓋更大，意味著標貼將要同時貼在盒蓋和木盒邊沿上。因健康忠告同時貼在兩個平面上，被貼上的健康忠告將不能符合法例“穩固地”貼在雪茄盛器上的要求；

	<p>符合現行法例要求的雪茄盛器上50%之健康忠告</p>
	<p>在貼上達到表面面積85%的健康忠告後，各個標籤均被覆蓋。</p>
	<p>部份品項，即使把健康忠告貼在整個蓋子上，亦不能符合政府建議法例的要求。</p> <p>(例一)</p>



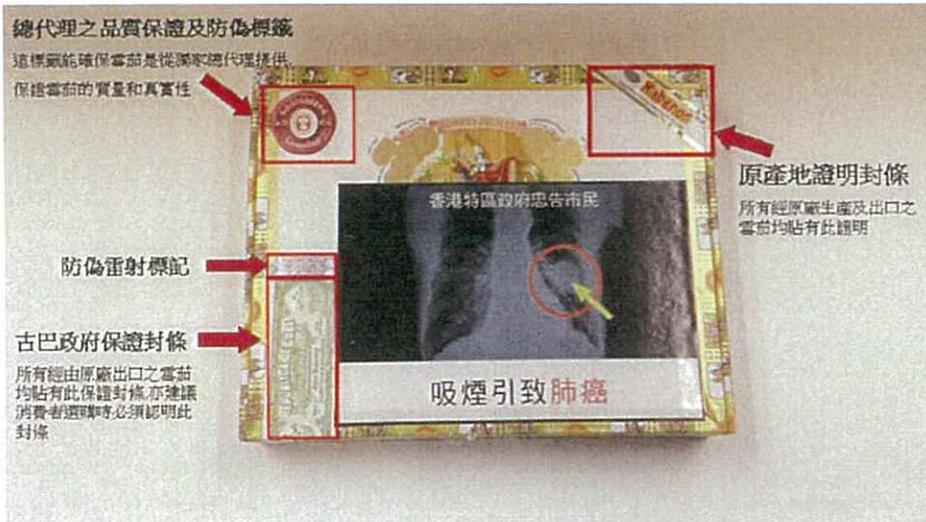
部份品項，即使把健康忠告貼在整個蓋子上，亦不能符合政府建議法例的要求。

(例二)

2. 條例建議將導致消費者無法辨識雪茄真偽

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仿偽品；而雪茄仿偽品，一直對業界及消費者構成威脅；除一些國家亦有公佈仿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仿偽品都是最熱門的話題；甚至業界，亦曾聯同本港及海外地區之政府部門，共同打擊雪茄仿偽品活動。

- 早於一百多年前開始，生產商已在盒面貼上標籤。為保障行業及消費者，產地政府、生產商及代理多年來均投入大量資源，創立並改良雪茄產品的防偽特徵。生產商和代理亦努力教導消費者分辨正品。例如，在一盒古巴雪茄中，能看到下列標籤：



1. 古巴政府保證封條



古巴政府保證封條在1889年首次推行，及後經過多次更新，在2009年加入有防偽科技的全息圖。

2. 原產地證明封條



自1994年開始，所有盒面上均附有Habanos封條，證明雪茄產自古巴。

3. 總代理品質保證及防偽標籤



每盒直接由古巴經本港正式代理進口之雪茄，均有此標籤以供消費者確認雪茄來源。

過大的健康忠告，將覆蓋雪茄盛器上的眾多標籤。消費者將不能從標籤分辨雪茄是否正品。業界所關注的並非私煙（未完稅煙）銷售額會否上升，而是消費者會否購買到已經繳付稅款的次級品；

- 部分雪茄盛器上的標籤為外國政府或外地生產商所貼。而且作為封條，該標籤必須同時貼在蓋子和盛器之上。本地進口商不能撕開封條改變封條位置以遷就香港有關健康忠告的規定，否則該封條則變得毫無意義。政府將這些封條視為普通“商標及品牌”並建議業界移動標籤的位置不恰當亦不符合業界實際營運需要。

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仿偽品的機會；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，便可以低成本模糊消費者，讓他們成為仿偽品的受害者，亦促使本港淪為雪茄仿偽品的龐大市場。

3. 其他國家、地區，針對雪茄行業之困難，作出符合實況之個別安排

政府分別在2016年5月31日的文件及2016年11月23日之簡介會上提到法案參考了外國經驗；但我們難以理解，為何近年不同國家、地區在實施平包裝或擴大圖像忠告時豁免雪茄的安排，反而完全沒被提及。

英國

- 在2016年5月20日，經過英國國會及上議院通過的一系列煙草包裝條例正式生效；
- 對於香煙，英國最新規例要求健康忠告佔包裝正面和背面面積的各65%；
- 對於雪茄產品，英國規例僅要求在正面的30%面積貼上健康忠告，並在背面（如產品附有能打開的蓋，則在蓋的內則）貼上大於該面積40%的戒煙標語。¹因此，現行法例對雪茄要求已經比英國更為嚴格；

¹ Article 9, The Tobacco and Related Products Regulations 2016, United Kingdom
(見<http://www.legislation.gov.uk/uksi/2016/507/contents/made>)

- 平裝 (Plain Packaging) 要求並不包括雪茄包裝。²

歐盟

- 歐盟予2014年5月19日通過有關煙草產品條例的指令，並在2016年5月20日生效；
- 對於香煙，歐盟指令要求健康忠告佔包裝正面和背面面積的各65%；
- 對於雪茄產品，**歐盟指令**容許各國豁免在包裝上健康忠告需要達到兩個最大表面面積的65%的要求，**僅要求在正面的30%面積貼上健康忠告，並在背面**（如產品附有能打開的蓋，則在蓋的內則）**貼上大於該面積40%的戒煙標語。**³

加拿大

- 2011年生效、要求健康警告覆蓋表面和背面面積各75%的規例適用於香煙，但不適用於一般雪茄；⁴
- 雪茄包裝上的健康警告條例由另一條法例規管。雪茄盒的其中一面上須貼上符合下列要求的健康警告⁵：
 - 假如貼上警告的盒面面積小於或等於149平方厘米，該警告的面積最少為20平方厘米而寬度不小於4厘米；
 - 假如貼上警告的盒面面積大於149平方厘米，該警告的面積最少為40平方厘米而寬度不小於4厘米。

泰國

- 在2014年9月23日，泰國落實執行要求香煙包裝上的健康忠告須覆蓋正面和背面面積各85%的規定⁶；

² The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015, United Kingdom (見<http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2015/829/contents/made>)

³ Article 11, DIRECTIVE 2014/40/EU OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL (見http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ%3AJOL_2014_127_R_0001)

⁴ Tobacco Products Labelling Regulations (Cigarettes and Little Cigars) (見<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-2011-177/>)

⁵ Article 6, Tobacco Products Information Regulations (見<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-2000-272/>)

- 但有關要求並不包括雪茄。雪茄零售盛器上的健康警告大小繼續由2007年通過的法例規管，即正面和背面面積的各50%⁷。

從以上例子可見，世界各地有關健康警告要求均對雪茄有特別的安排。在世界各地辯論及制訂有關法案時，議員及政府在制訂法案時均會考慮雪茄行業的獨特性和營運需要。

4. 雪茄的產品規格、客戶群、銷售通路與香煙產品截然不同

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%健康忠告，其實已經非常明顯，沒什麼可能會被忽略；世界衛生組織煙草控制框架公約僅要求各國在本地法律中確保煙草產品上的健康忠告覆蓋表面面積的50%或更多及不低於30%。雪茄現行的50%，亦已符合該建議。

此外，無論在世界任何地方，訂立煙草健康警告法例的其中一個最重要目的是避免年輕人士養成吸煙的習慣。眾所周知，雪茄零售價格遠較香煙高。每支手捲雪茄價格平均在港幣150元至600元之間，而平均每次雪茄零售交易之金額約為港幣2000至8000元，甚至更高。因此，雪茄購買者全為高消費力之成熟人士，不會涉及年輕大眾。此外，因上文所提及的雪茄保存需求及每次交易牽涉的金額，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。因此，雪茄不會成為年輕人養成吸煙習慣的“第一支煙”，亦因而不需要在對雪茄業界及消費者製造非預期影嚮 (unintended consequence) 的情況下要業界遵守過大的健康忠告要求。

⁶ 泰國法例譯文見<http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Thailand/Thailand%20-%20P%26L%20Rules%202013.pdf>

⁷ 泰國法例譯文見<http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Thailand/Thailand%20-%20Cigar%20Label%20Regs%202007.pdf>

(四) 請求

鑑於以上原因，我們強烈反對建議條文要求健康忠告須至少覆蓋雪茄零售盛器表面面積（通常為正面及背面）的85%。我們懇請議員及局方了解業界實際營運狀況，保障消費者權益及參考世界各地經驗，於更改健康忠告面積的條例中，給予雪茄豁免安排。

我們亦在此感謝議員對雪茄業界的理解和對本議題的關注。

順頌

康安

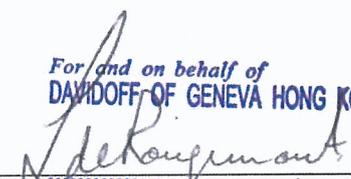
雪茄業界團體

聯絡人：Wong Chun Kwong, Kenith

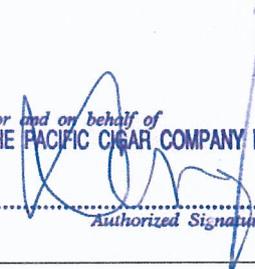
電話： [REDACTED] , 2165 6635 or Kenithw@pacificcigar.com

代表

For and on behalf of
DAVIDOFF OF GENEVA HONG KONG LIMITED

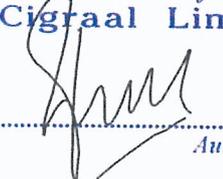

.....
Davidoff of Geneva Hong Kong Ltd.
Laurent de Rougemont
Managing Director

代表

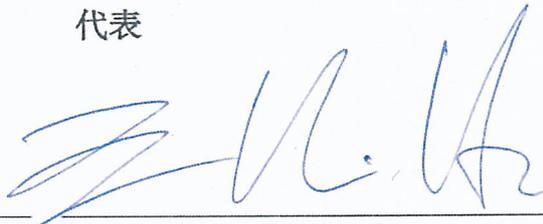
For and on behalf of
THE PACIFIC CIGAR COMPANY LIMITED

.....
Authorized Signature(s)

.....
The Pacific Cigar Company Ltd.
Kenith Wong
Regional Director

代表 For and on behalf of
Cigraal Limited


.....
Authorized Signature(s)
.....
Cigraal Limited
Eric Piras
Managing Director

代表


.....
Authorized Signature(s)


.....
Cigar Time Limited
Kent Chung
Managing Director