

聯合國世界無菸日與台灣新型菸品的管制

●陳雪琴、蘇芳誼／整理

主持人：張文貞教授（國立台灣大學法律學院）

姚孟昌老師剛剛介紹過聯合國設立「世界無菸日」的緣起，以及世界衛生組織與《菸草控制框架公約》等相關的內容，同時也提及台灣如何在《菸害防制法》內容的修正上，得以與世界衛生組織《菸草控制框架公約》要求接軌，並作出具體回應。當然，最近《菸害防制法》有很大的修正，個人原本以為這是一個很大的進步，不過與聯合國所有會員國的現狀進行比較，我們其實還有很多要努力的空間。

台灣推動菸害防制的工作，最早是從八〇年代就開始，主要是透過董氏基金會與很多非政府組織（NGO）串聯開始，台灣在政治民主化的發展脈絡下，讓NGO能夠注意到問題的核心，跑得比政府還要快，甚至也因為NGO具備跨越國界的特質，得以與亞洲其它的NGO相串聯，對全世界日後推動《菸草控制框架公約》時，其實有很大的助益。

回應剛剛姚老師所談到的內容，台灣在政治民主化之後，積極推動菸害防制的工作，導致很多吸菸者的反彈，他們主張吸菸是個人的自由，有什麼理由需要禁煙？甚至，很多菸業廠商也覺得，為什麼台灣對吸菸者有這麼多的管制？確實如此，在此要特別補充，台灣政府為了落實《菸草控制框架公約》國內法化，將《菸草控制框架公約》的許多管制規定在國內落實，同時也進行《菸害防制法》法理的修法，其實這一路走來有很多不同挑戰要面對，真的不簡單。

我們法律人在學校課堂上都會討論以下兩個司法院大法官很重要的憲法解釋與裁判：

第一是【釋字第577號解釋】：主要是菸業的廠商挑戰菸品的標示。我們這次修法的內容涉及菸品的標示空間，明確要求菸商要清楚標示菸品的危害，從百分之三十的標示空間，增加到百分之五十。對於這樣的發展我們會覺得有所進步，其實有很多國家對菸品空間的標示要求，甚至達到標示百分之八十。當時菸商認為政府對於菸品空間的標示規定限制了他們的言論自由權利，他們向憲法法庭提出釋憲申請，大法官也作出詳細討

論，最後認為政府對於菸品標示的規定沒有違憲，雖然其中有限制菸商的表意自由，但是為了更重要公共健康的目的，最後作出合憲的決定。

第二是【釋字第794號解釋】：這是對菸商贊助活動有所限制。剛剛姚孟昌老師特別提到《菸草控制框架公約》其實對於菸商支持包括電影等相關活動的贊助有所規定，即使菸商贊助長者福利的活動是屬於公益性質，但是公益性活動承載這菸商的名稱四處宣傳，也等於幫菸商進行活動宣傳，因此《菸草控制框架公約》很早就規定類似的活動，需要被限制或禁止。

其實，台灣落實防制菸害的規定時，也會面臨菸商的挑戰。在【釋字第794號解釋】的案例上，菸商贊助一項促進長者福利的活動，表面上好像是好事一件，但是菸商贊助該項活動的背後，仍有推銷其菸品的特別目的，所以菸商的贊助活動是需要被限制的。這號解釋引起社會蠻多的討論，由於這算是一個比較間接的管制，菸商不服一路打到憲法法庭，最後大法官們還是決定遵循《菸草控制框架公約》的規定，認定政府的作為是合憲的。換句話說，這種間接管制的方式還是要凸顯強化菸害管制的公共目的，才有辦法給予這個間接管制的正當化理由，最後認定為合憲。我們相信經過這一次修法，接下來一定也還會有很多的挑戰。台灣是一個民主自由的社會，大家享有自由的權利，這是好的，但是享受自由權利的同時，大家也要理解對這些自由權利限制的理由，尤其是對於菸害方面的管制，我們除了要去理解它、瞭解它，最後甚至還要去遵循它，這是相當不容易的。

過去每一次只要《菸害防制法》進行修法，最後都會引來菸商的反對並提出訴訟，一直到憲法法庭，要求大法官的解釋。對於這次修法，也許菸商還是會反對提起訴訟，我希望最好不要再走到憲法解釋這一個階段。現在我們能做的，就是讓大家去理解，為什麼對菸害管制採取的手段是這麼嚴格？甚至連這些擁有豐富資源的菸商們，想要去贊助表面上看起來是公共福利的活動也被禁止，在此背後有很多的原因，其實需要大家更多的理解。

前一陣子台灣環境資訊中心在他們的網頁上有一篇報導，談到印尼的童工因為採菸葉而引發一些身體上的疾病與相關問題，我們在理解這一些資訊的時候，可以發現很多是來自我們的無知，特別是對於菸害與我們身體健康的關連！不可否認，菸害有時候還會產生所謂複合效應（synergy）的問題，不管是吸菸還是二手菸，它暴露在不同的環境當中，會產生什麼樣的已知或未知的危害，這就是為什麼我們進行菸害管制必須嚴格落實並提早因應的主因，但是在教育的場域裡，如何讓大家更能理解，其實是需要一點時間來推動才看得到成效。

今日很高興邀請兩位專家學者，向各位說明更多有關菸害的知識與背景。首先請台灣醫界菸害防制聯盟賴志冠理事，從資訊面、科學面，特別是對於這次《菸害防制法》

的修法內容，大家一定會問，為什麼要這麼嚴格？大家對於這一部分需要有更多的瞭解。隨後再邀請董氏基金會菸害防制中心林清麗主任，介紹說明這三十多年來，她投入菸害防制這件很重要事情的心得。

與談人：賴志冠理事（台灣醫界菸害防制聯盟）

主持人張文貞老師剛剛講到，個人的自由以不妨礙他人的自由為限，個人的權利不能侵犯到他人的權利，也就是為什麼政府要用這麼多的法令來約束菸商作為。

台灣是一個海島國家，受到許多特殊外交關係的影響，以致於對附近周圍國家的狀況也不是很了解。以我自己為例，長期從事戒菸與菸害防制的工作，一直到四、五年前，也就是2018年左右，才對印尼菸害的狀況有比較多的認識。由於菸害與人類的健康息息相關，很多法律條文與限制的實證基礎也是建立在醫學、公共衛生，或是更基礎的生理學或是藥學之上，個人就從這個觀點來向各位報告。

首先，我援引電影魔戒的概念——誰取得魔戒就可以控制全世界，提出「菸草帝國：尼古丁之戒」（The Empire of Tobacco: The Ring of Nicotine）。在此，所謂「魔戒」就是指尼古丁（Nicotine），菸商依靠尼古丁建立他們的菸草帝國，控制菸草市場。而「尼古丁之戒」——並不是指戒指，而是要努力把尼古丁戒掉的意思。簡單來講，尼古丁是權力之戒，菸商利用尼古丁建立菸草帝國，反觀如果沒有尼古丁，大概他們整個菸商帝國就會垮掉。

各位可以回想一下，是否聽過菸商在談論尼古丁？我告訴各位，菸商絕對不跟大家談有關尼古丁的問題，因為他們害怕讓尼古丁變成一個重要的議題。我們跟菸商談菸害，他會跟你說錢害，你跟菸商說菸燃燒不好看，他會回應你說燃燒是必然的，但是只要你跟他說尼古丁成份的問題，菸商就閉口不談了。

我問各位第一個問題：請找出一項讓你非常喜歡、可以獲得極大滿足且想要做的事，然後重複、重複、再重複去做這一件事，最後會有什麼感覺？假如現在有一件事是你非常喜歡做，想想看你做這件事情，限定在白天做就好，且一個小時只能做一次，晚上不要做，每一次花十分鐘。由於限定一個小時只能做一次，睡眠不好的人大概一天睡五、六個小時，如此一來白天大概最多可以做到十五、六次。各位想想看，有沒有辦法一天二十四小時扣除睡覺的時間，剩下的時間都來做最喜歡做的事？或許有人會說，按照這樣的生活方式生活過一天應該沒問題，假使一個星期七天都要這麼做，也許你會回應說，下定決心去做應該沒有問題。那如果我們從七天延長到五十二周，每天都按照這樣的模式進行，我想你可能會說怎麼可能。假使我們提出持續做五年或十年甚至更久，各位要不要做？大家的答案可能就會是不可能。

大家再回想一下，吸菸者的生活是不是就是這個樣子。這是意志力的表現嗎？我認

為不可能是意志力，絕對沒有人會有這種超人般的意志力。顯然，這樣子的表現絕對是超意志力的，因為在此背後有一個魔力在控制，這個東西叫做「成癮」，這是菸商絕對不會跟你坦白講的事。

再問大家第二個問題，請問一包菸裡面有幾支菸？一般人都會回答二十支。為什麼一包香菸是裝二十支菸？不做一包三十支、四十支，或是五支、十支？這是菸商訂的規範嗎？還是約定俗成？病人住院前，我們的醫護人員通常會詢問病人有無抽菸、喝酒、或吃檳榔等生活習慣，這一類與身體健康相關的問題。特別是遇到有抽煙習慣的病人，一定會加問一天大約抽多少支菸？大部分病人的回答大概會落在十支到二十五支之間，一天抽菸超過兩包以上的人很少。顯然，一包二十支菸是合乎大眾的需求，絕對不是憑空杜撰的，這樣估算起來，一天二十四小時，扣掉睡覺的時間，剩下的時間大概一個小時抽一支菸。

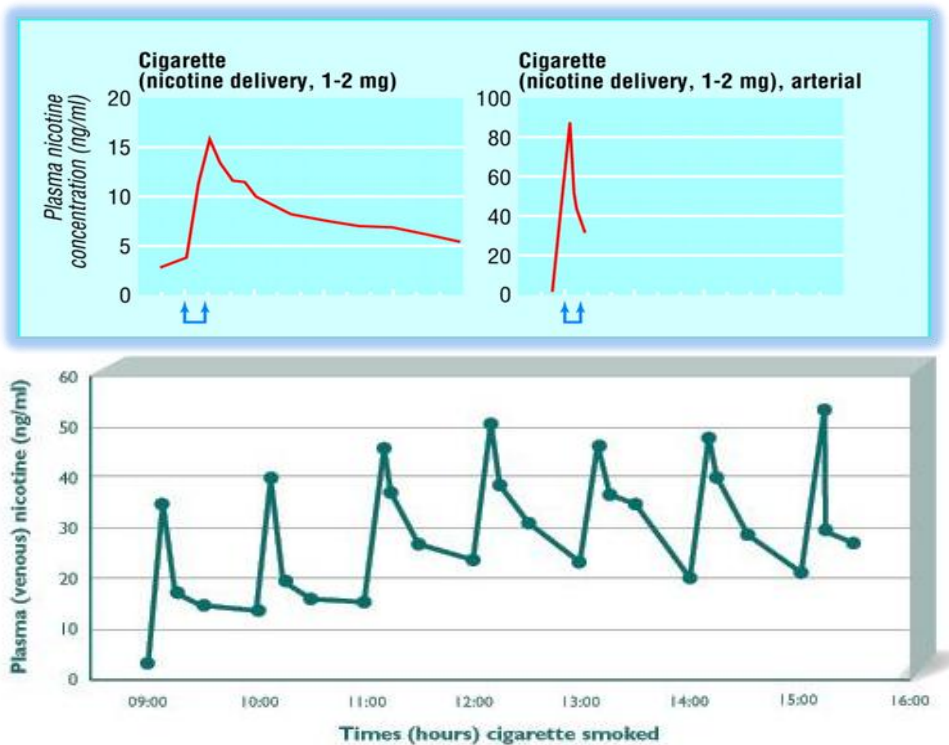
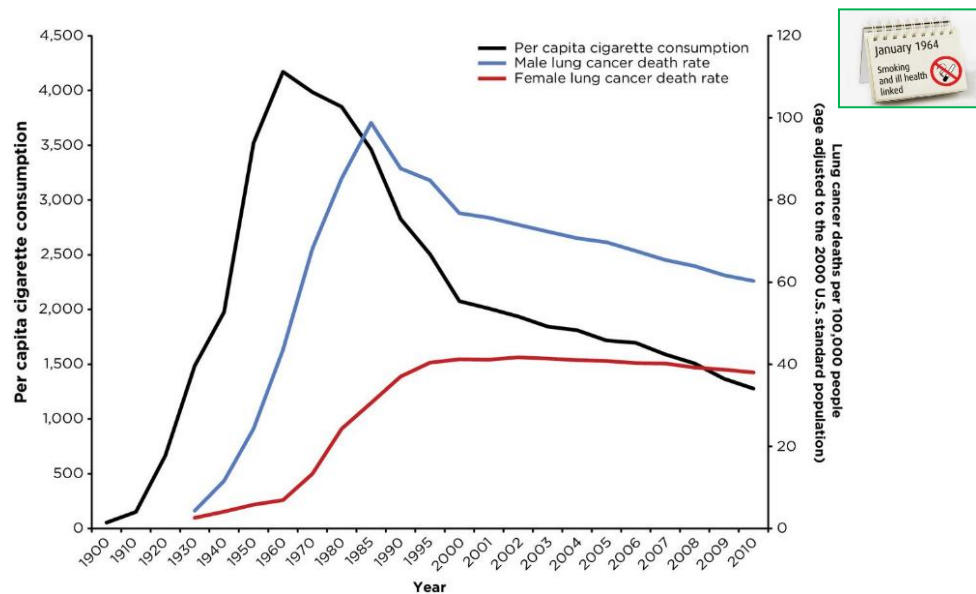


圖1、尼古丁的代謝

圖1是尼古丁代謝的臨床試驗圖，上方左側是抽一支菸的代謝情形，線條所示是尼古丁濃度的反應，抽一根菸大概需要十五分鐘左右，尼古丁濃度可以達到最高。每個人的代謝不同，有人代謝快有人代謝慢，如上方右側圖所示，大概一個小時後濃度開始下降，濃度不到一半時，你的身體會有所反應，提醒你要去做呼吸治療——就是要去抽菸補充尼古丁。因為有些人代謝快需要四十五分鐘，有些人代謝慢要一個半小時，每個人

的代謝速度不同，自然造成每個人的吸菸量不一樣。基本上，濃度上升的速度每一個人都差不多，至於下降的速度則與每一個人肝臟的代謝有關，下降速度快的人，尼古丁濃度反應很快就不夠，通常一個小時之後就開始忍不住，坐立難安馬上需要去抽菸，因此代謝快的人比較容易成癮。換個角度想，我們坐雲霄飛車，是從很高的地方快速衝刺下去，還是慢慢下降，感覺比較刺激？我想大多數人應該會說速度越快越爽，抽菸的反應也一樣，而這樣的結果比較容易上癮。

至於，不抽菸的人大腦裡的尼古丁需求通常不太會被活化，反觀抽菸者的需求一旦被活化起來後，不去刺激它會感到飢渴，必須不斷透過抽菸補充尼古丁，才能夠滿足基本的需求，抽菸成癮的機制就是這樣來的。一旦抽菸成癮之後，必須定時補充尼古丁，才不會坐立難安。其實燃燒香菸，不只會產生尼古丁，還有一氧化碳與焦油等其他致癌物質。三十年前醫學研究證實抽菸會產生四、五十種致癌成分，現在大概有九十三種。由此可見，我們吸菸不止是吸入尼古丁成份，還會吸入焦油等很多致癌物，這麼多致癌物質進到我們的身體肺裡、呼吸道的結果，最後造成的結果，不會只有肺癌而已、還會導致全身性癌症，甚至其他慢性呼吸道與心血管等疾病。



Cancer Epidemiol Biomarkers Prev 2019 (28) (10) 1563-1579; DOI: 10.1158/1055-9965.EPI-19-0221.

圖2、吸菸與肺癌

上圖2顯示，最左邊的黑色線條代表一個國家平均每人吸菸的數量，隨著吸菸量不斷地上升，最後會看到第二條線代表的是男性因肺癌而死亡的數量，這兩條線幾乎呈現平行的狀態，且兩者的間隔大概為二十五到三十年。很多國家都逃不掉這樣的發展趨勢，

差不多跟隨吸菸者吸菸數量上升的曲線，間隔二十五年之後，再劃一條接近平行的曲線，幾乎是代表肺癌死亡的曲線。吸菸大概從1950年二十世紀初開始大流行，這張圖最早是1900年第一次出現，但是到1950年、1960年之後，才發現吸菸與得肺癌相關的結論，後來經過很多人的研究終於找到證據，得到吸菸導致肺癌的最新結論。

1964年美國的衛生官員正式宣告吸菸有害健康。如果你是Apple電子產品的忠實用戶，二、三十年如一日都使用Apple公司的產品，Apple公司一定會採取高規格招待VIP客戶。反觀，菸商是怎麼對待他們的忠實客戶？簡單而言，菸商的回應就是殺掉一半的忠實客戶，這些人都是因為吸菸而死亡。世界上有哪一家正派的公司是這樣對待他們的忠實客戶？菸商販賣香菸賺客戶一輩子的錢，結果菸品的消費者卻是最大的受害者，近一半吸菸的消費者因吸菸而死亡，剩下來存活的吸菸者則躺在病床上咳嗽、氣喘吁吁，面對這樣的情況難道我們不需要通過相關的法令來限制菸商的行為嗎？



圖3、Philip Morris 空洞承諾的歷史

菸商很清楚知道抽菸有害健康這件事，但是他們做了哪些努力？有人整理莫里斯（Philip Morris）執行長從1954年到2018年說過的話。從1954年人們發現吸菸與肺癌有關時，他的回應是「如果知道我們目前販售的產品會危害消費者，我們明天就停止營運！」1954年他說這句話，一直到現在2023年，前後將近七十年，吸菸有害健康這個事實已被證實，菸商有無停止販賣任何菸品？顯然沒有，菸商講的話千萬不要相信。1972

年莫里斯執行長又說「如果科學家證實菸品有害，他會立即關閉工廠。」其實，科學家早就證實吸菸會致癌，他的製菸工廠依然沒有關閉，甚至還持續生產新的產品。1997年莫里斯執行者再說「如果科學家證實紙菸致癌，他會立即關閉工廠。」科學家後來真的證實紙菸會致癌，可是菸商的工廠不但沒有關閉，甚至又研發製造出更好更新的菸品。於是，2017年莫里斯執行長改口說，要引領一個「無煙未來」，這裡所指的無煙產品，不是沒有菸葉（tobacco free）而是無煙（smoking free）的香菸。顯然，他根本沒有要放棄菸草的打算，等到2018年時機成熟之後，他才要嘗試放棄紙菸。

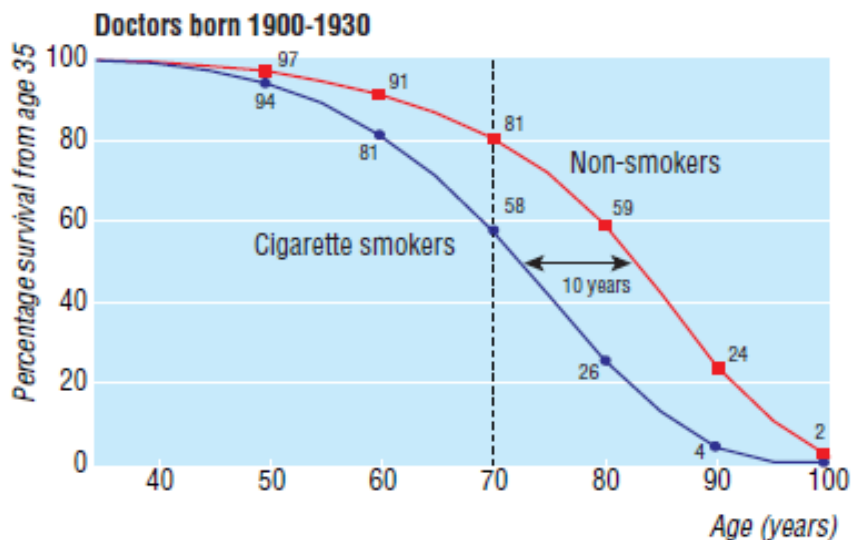
簡單的結論是，紙菸燃燒會產生尼古丁、焦油與一氧化碳，其中焦油已知含九十三種致癌物質。根據世界衛生組織的研究報告指出，全球每年因吸菸致死的人口逾八百萬，其中七百萬係直接因吸菸而死亡，另外約有一百二十萬名非吸菸者因曝露在二手菸下，死於非命或吸菸導致火災發生造成的傷害。同時，該報告也講到半數死於吸菸相關的疾病，包括惡性腫瘤、心臟與腦血管疾病、慢性阻塞性肺病，導致吸菸者提早死亡，比不吸菸者減損十至十二年的壽命。

尼古丁的成癮性在生物的歸類中，與海洛英、古柯鹼是同一等級。如果你搭飛機降落在機場，行李中有攜帶海洛英、古柯鹼這些毒品，依據中華民國法律規定情節嚴重者可判處死刑。反觀，搭機旅客下飛機出關後，會經過很多的免稅店時，店家積極鼓吹提醒旅客進來多買幾包菸。雖然菸品與毒品同樣是成癮性物質，但所得到的對待並不一樣，由於吸菸容易成癮，就必須在菸盒上標示其中的成份，例如尼古丁幾毫克、焦油幾毫克。



圖4、代言萬寶路的牛仔死於肺癌

萬寶路（Marlboro）過去有一段時間，找牛仔來拍形象廣告代言他們的產品，大多數人恐怕不知道，很多牛仔都是因為吸菸而死亡。請問大家一個問題，菸商販賣菸品，為什麼菸商要找牛仔來拍廣告？其實菸商很聰明，他們不但要賣香菸，還要塑造吸菸行為的美好形象。因為菸商所拍的萬寶路廣告主角是牛仔表現多麼豪邁，旁邊圍繞著都是美女，他們希望小孩子看到萬寶路的菸品廣告，長大之後學會抽菸如同帥氣的牛仔一樣。由此可見，菸商主要販賣的是一個吸菸的好形象，也因為這個原因，菸商積極參與任何公益活動，贊助音樂家、舞蹈家、藝文團體，塑造吸菸是有氣質、有文化的形象。事實上，菸商絕口不提吸菸成癮之後，容易罹患癌症而死亡的事實，其實這些才是真相。



Doll R, Peto R, Boreham J, Sutherland I. BMJ, doi:10.1136/bmj.38142.554479. AE (published 22 June 2004).

圖5、一項針對英國男性醫師的研究：持續五十年的觀察

英國牛津大學有一位著名的流行病學家與他兒子合作進行一項持續五十年的研究。他們兩人對抽樣的對象提出一個很簡單的問題，就是請教被調查的對象最近有沒有抽菸？隨後每年都提出相同有沒有抽菸的問題？接著紀錄被調查者是否還存活著，這樣的問卷調查持續五十年之久，最後他們提出以下的觀察報告：圖5顯示，最上方的線條是不吸菸者，下面線條代表吸菸者，年紀為七十歲的受訪者當中，不吸菸者在一百人當中占八十一位，而吸菸者只有五十八位；年紀為八十歲的受訪者當中，不吸菸者有五十九位，吸菸者只剩二十六位，上述兩者的壽命差距只有十年。這個研究有什麼特殊的技術嗎？沒有，就只是問被調查者有沒有抽菸而已，被調查者如果不戒菸持續抽菸壽命就少了十年。

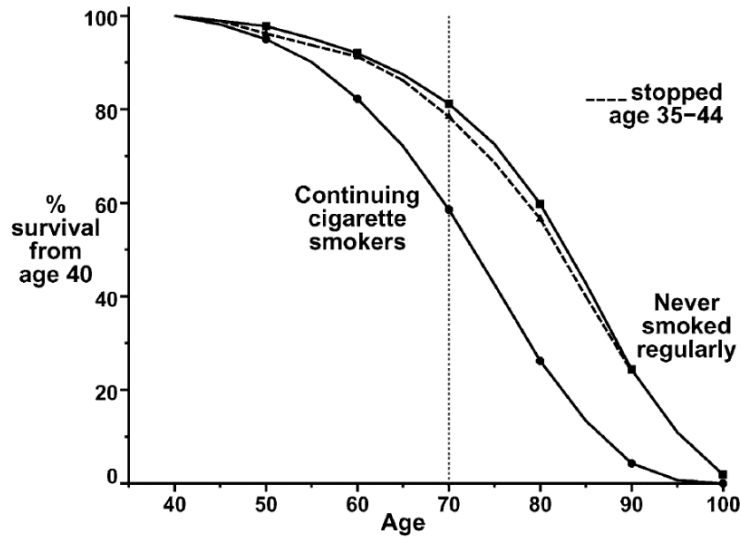


圖6、針對英國男性醫師的五十年觀察研究：兒子接棒

如果早在四十歲時就進行戒菸，如圖6的虛線中可以看出，與不抽菸的曲線幾乎一致，可見戒菸是一件好事，代言戒菸的孫越叔叔曾說「戒菸及早，生命美好」。所以，不只要戒菸，而且要及早，生命才會美好，這個道理非常簡單。

美國成人平均菸品消耗量：自1960年代開始下降 U.S., 1900-2012

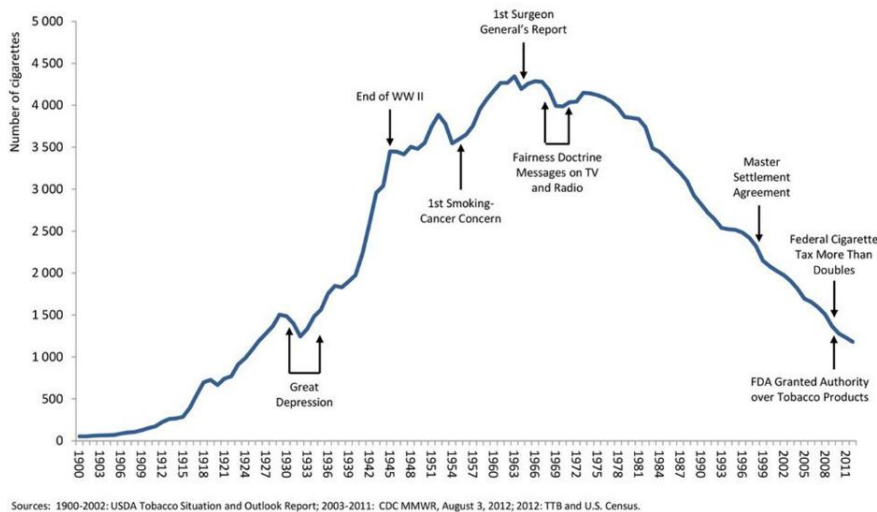


圖7、1900~2012美國成人平均菸品銷售量

圖7所示，1950年代科學家研究發現，吸菸與肺癌有所關連，導致1960年代美國成人的菸品消耗量開始下降。美國的菸草公司為了求生存，開始轉往亞太、中東、東歐等地區拓展新市場，他們一方面積極塑造新形象來吸引青少年、年輕族群等新客群，另一方面也從事淡、加味菸等新產品的開發，以增加他們的銷售量。菸商為了維持菸品市場的銷售量不會坐以待斃，在不同的年代都有推出新型產品，今（2023）年的新型菸品，就是所謂的電子菸、加味菸，相信等到2030年、2040年還是會有新型菸品問市。販賣菸草的利益非常龐大，菸商研究發展與市場行銷的能力又很強，很善於營造他們的企業形象，所以必須用嚴格的法令去限制這些菸商的銷售行為。

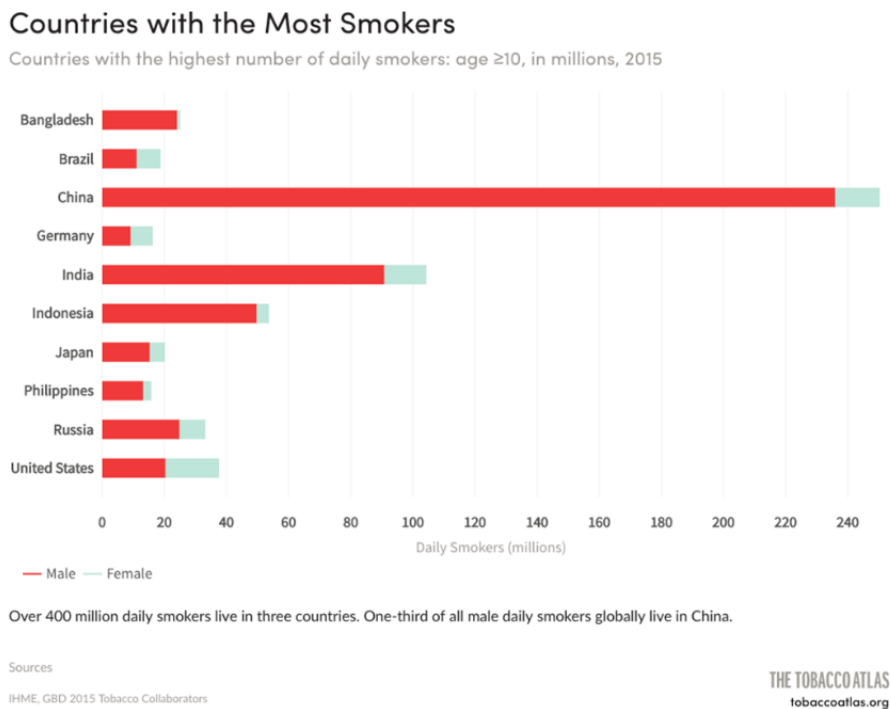
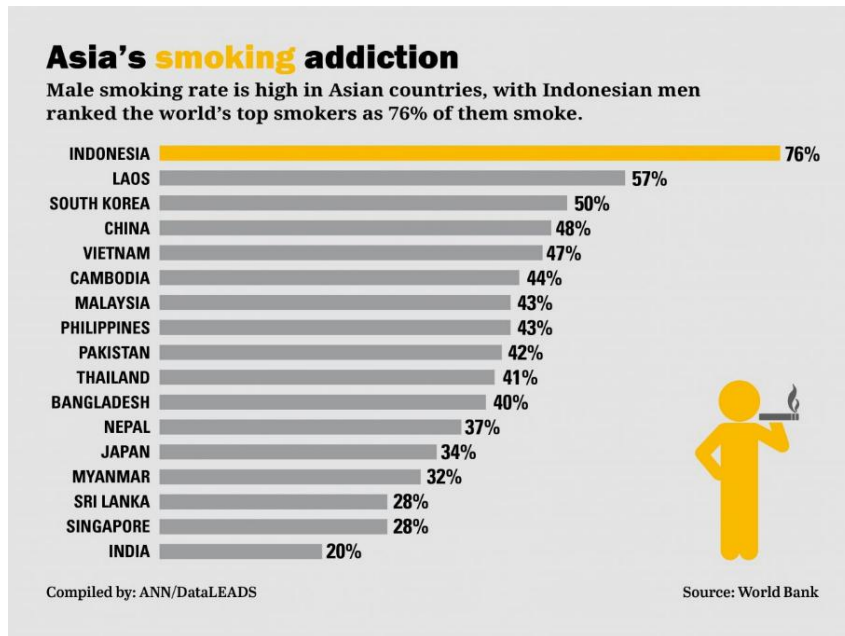


圖8、吸菸者人數排名前茅的國家

全世界有多少人在吸菸？根據2015年的統計數據顯示，全球滿十五歲以上的吸菸者，總計約十二億，其中男性吸菸者有九億四千兩百多萬人，女性則有一億七千五百多萬人。其中，其中有三個國家內部的吸菸者超過四億，最多的是中國，總數佔全世界將近三分之一的吸菸人口，其次是印度，以及印尼（一中兩印），這些國家全都在亞洲。從圖8中可以發現，歐美等先進國家的國民所得雖然較高，但是在這些已開發國家的菸品消費量僅有美國與德國入列。反觀亞洲、中東、東歐等區域的吸菸者相對多很多，這些是菸商想要積極經營的市場，預估將來非洲未來的市場潛力也很大。



Asia's smoking addiction. The Nation, Breaking News August 31, 2017 09:01.

圖9、亞洲男性的吸菸比率

全世界男性吸菸率最高的國家是印尼。2018年我們去峇里島參加亞太會議，發現在印尼當地抽菸是相當普遍的事，他們究竟有多少人吸菸？我就去查一下資料（圖9）發現，印尼全國有將近百分之七十六的男性有吸菸的習慣。





圖10、印尼的萬寶路男孩

根據聯合國兒童基金會（UNICEF）的報導指出，印尼男孩（詳見圖10照片）的吸菸人數正在失控中。這些抽著香菸的印尼男孩，一旦吸菸成癮之後，菸商就可以綁定這些男孩成為他們的忠實客戶，持續銷售香菸長達三十年，甚至達到四十年更久的時間。

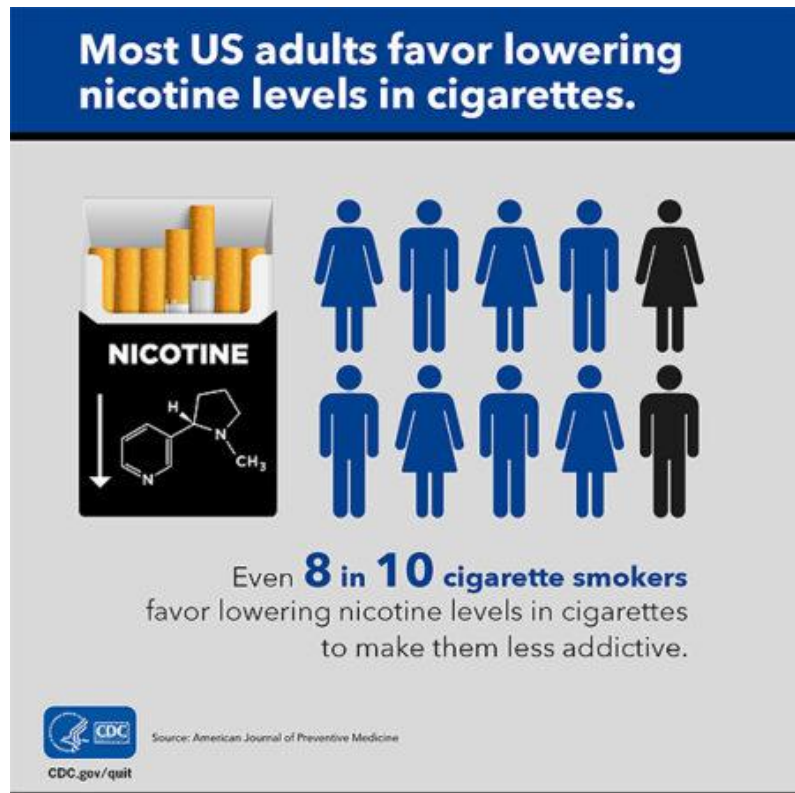


圖11、曾經的新型菸品：淡菸的故事

淡菸大概是1970、1980年代菸商開發出來的產品。由於吸菸容易吸入尼古丁、焦油等致癌物，飽受危害身體健康的批評，於是菸商轉而朝向開發新產品——淡菸，強調菸品的香味依舊，且健康減害。淡菸剛上市時，曾引領一股潮流十位抽菸者進行抽樣，有八個人是抽淡菸。甚至我的病人也曾問我說，改抽淡菸讓原本抽1.0的現在換成抽0.1，越抽越淡，越抽越薄，先減量之後再來戒煙，可不可行？我的答案還是不可行。從下圖12顯示使用不同尼古丁含量菸品者體內的濃度，假設我們選擇抽淡菸，預期身體內淺色線條的濃度是越來越低，但怎麼抽血驗出來的實際狀況都是深色線條？

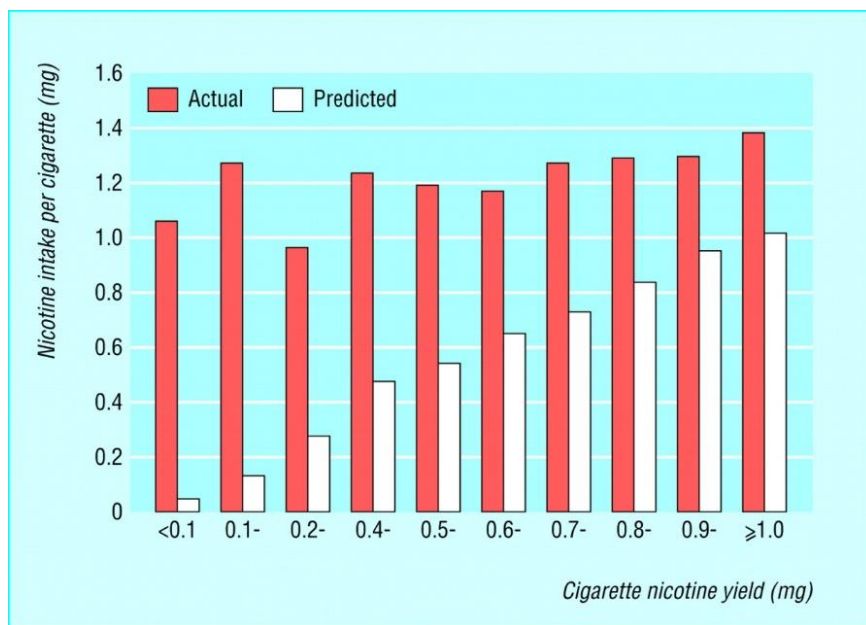


圖12、使用不同尼古丁含量菸品者之體內濃度



菸商宣稱淡菸的尼古丁含量濃度比較淡，事實上並不是如此。為什麼？因為淡菸的尼古丁含量濃度測試，其數據來自於吸菸機把這個菸吸完之後，測量每一根香菸濾嘴上的尼古丁含量濃度。菸商很厲害，他們在上面動手腳，先在香菸的濾嘴上打幾個洞，原本濃度很高的，在濾嘴上打幾個洞之後，尼古丁通過的濃度就變低，這是為什麼淡菸濃度低的主要原因。

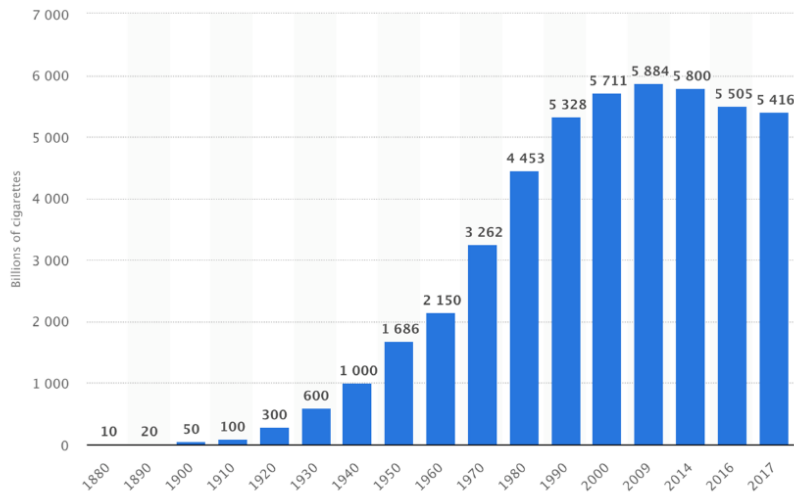
1970、1980年間開始有淡菸上市，2010年時才被禁止銷售。不論是從1970年或是1980年開始，等到2010年時，消費者抽淡菸也經歷三十至四十年之久的時間，其實醫學界早就發現淡菸危害人體的問題之後，才透過立法來處理淡菸所帶來的傷害，可是受害者數量之大已無法計算。大多數抽淡菸的人，錯誤以為它的尼古丁濃度變淡、毒性變少了，可以放心的抽，結果越抽越多。三十年所累積的吸菸總量非常龐大，最後罹患肺癌的人數也越來越多，若以五年期為一代，結果受傷者廣達有六、七代的人。



2003年世界衛生組織通過《菸草控制框架公約》（WHO Framework Convention on Tobacco Control，簡稱WHO-FTCT），提出六項翻轉菸品流行的菸害防制政策（MPOWER）。其中包括：

1. 監測菸品使用與預防政策（Monitor）；
2. 保護避免暴露於煙霧（Protect）；
3. 提供協助戒除菸品（Offer）；
4. 警示菸品危害—素面包裝（Warn）；
5. 落實禁止菸品廣告、促銷與贊助（Enforce）；
6. 提高菸稅（Raise）。

其中第4點提到警示菸品危害，就是採取所謂素面包裝的作法——目的是讓消費者認不出這個菸品，並將菸品塑造成是一個很恐怖的產品。如此的作法，當然會引起菸商的大反彈，既然菸品會傷害消費者的健康，我們不能任憑他們為所欲為，更不能因為考慮到菸商的抗議，不去制定嚴格的法令有效約束菸草公司的作為。



(單位：十億支)

圖13、1880~2017全世界香菸消費數量變動

根據圖13所示，全世界菸品的銷售量在2009年後出現下降的趨勢，菸草公司股價相繼滑落，英美菸草或日本菸草國際等大型菸商面對這樣的發展趨勢都感到憂心，他們無不絞盡腦汁苦思因應之道。2021年後，全世界大多數菸草公司股價下跌時，只有菲利普·莫里斯國際公司（Philip Morris International Inc.）是全世界菸類市場唯一股價沒有下跌、反而上揚的公司（圖14），因為現在大家熱議的萬寶路電子菸（IQOS）就是他們的產品，市場的銷售量非常好。



圖14、菲利普·莫里斯國際公司股價

很多反菸團體長期致力於宣導，提出如何讓我們這個世代不管是年輕人的還是小孩子都不要抽菸的倡議，不只反菸團體提出這樣的訴求，連販賣菸品的菲利普·莫里斯國際公司的網頁上，也提出這類的呼籲，只是他們的理由跟我們不同。他們說我們不要再抽紙菸了，因為紙菸對身體有害，於是他們開發一個全新的產品，透過這樣的推銷手法，讓市場上注意到他們新開發的產品，以致於菲利普·莫里斯國際公司的股價開始上揚。至於菲利普·莫里斯國際公司另一張網頁，則寫著無菸的未來（A Smoke-Free Future），看起來是不是很有意境？這些真的都來自菸草公司的網頁（圖15）。

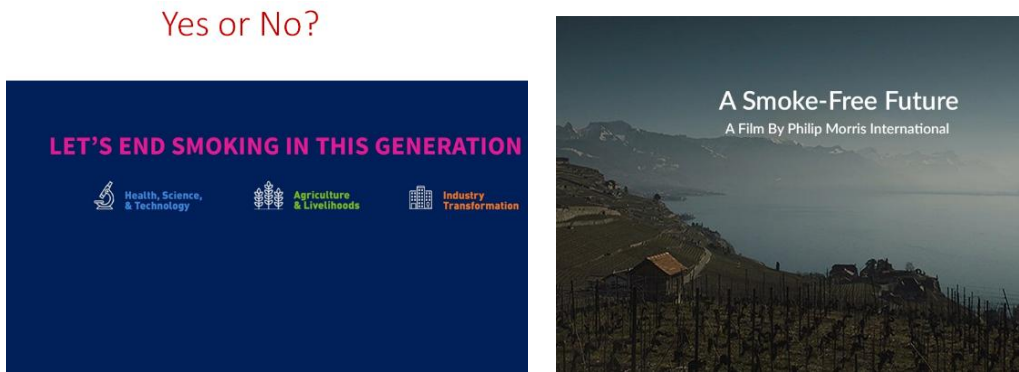
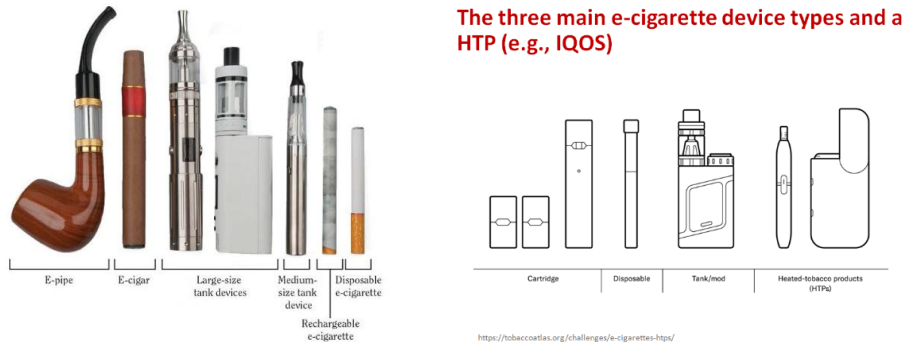


圖15、菲利普·莫里斯國際公司宣傳網頁

2019年，菲利普·莫里斯國際公司為了經營無菸的新市場，開始對外傳達「需要消滅紙菸才能生存」（Philip Morris needs to kill smoking to survive）的訊息，接著推動菸品的分類——燃燒式與非燃燒式。所謂「燃燒式」菸品，包括：紙捲菸、雪茄與煙斗；而「非燃燒式」就是指電子煙（electronic cigarettes）與加熱菸（heated tobacco）。現在很多父母親和老師都不知道小孩使用插在電腦USB上，然後含在嘴巴上的電子菸是什麼東西？





「電子菸」的正式名稱是電子尼古丁傳遞系統（**electronic Nicotine Delivery System**，簡稱**ENDS**）或稱電子非尼古丁傳遞系統（**electronic Non-Nicotine Delivery System**，簡稱**ENNDS**）。這是一種可充電的霧化器，靠著加熱線圈，將混合了四項成分，包括：丙二醇（**PG**）、植物甘油（**VG**）、化學調味香精（**flavor**）或尼古丁（**Nicotine**）菸油，加熱使液體產生煙霧（**vape**）。由於電子菸沒有一般燃燒捲菸的焦油和抽菸產生的一氧化碳，以致於被視為「無害的香菸替代品」。但是，反對者認為電子菸對人體的危害更甚於普通捲菸，因為電子菸雖然沒有香菸致癌的焦油成份，但香味化學物被霧化之後的煙霧已經發現含有對人體有害的物質，且煙霧中的細微顆粒，對肺部危害甚大。

在此要特別指出，電子菸成份中的丙二醇（**PG**）增多一點可以增加香醇的感覺，植物甘油（**VG**）成分多一點則會冒煙，而所謂化學調味香精（**flavor**）則使用對人體無害的食用香精。由於食用香精是添加物，主要是用來食用的，而不是拿來吸用。最重要的是，菸商不會強調電子菸的成份中還有尼古丁的成分。現在最新的升級版為尼古丁鹽（**Nicotine Salt**）。

因為尼古丁是天然的化學合成，以前尼古丁吸食太多感覺很噏，現在尼古丁鹽口感變得較平順，而且吸收更快，所以短時間會吸收更多的尼古丁，因為作用更強，吸收更快，濃度更高。現在所有的菸商都製作尼古丁鹽，原本需要半年才會上癮，現在只要一個月到三個月就會成癮，變成菸商的忠實客戶。

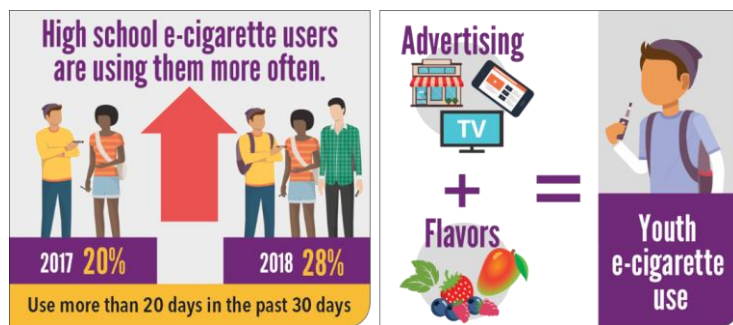


圖16、青少年使用電子菸增多：廣告+調味

菸商要增加新客戶的手段，除了在產品中加入尼古丁鹽之外，還要加上廣告與調味來吸引青少年，促使青少年吸菸率提高。為什麼？因為電子菸一旦成癮之後，對尼古丁的需求更高。美國電子菸剛上市時，很多人發現吸菸率迅速下降，大家高興沒有太久，隔了幾年之後吸菸率又開始飆高。顯然，青少年吸菸率升高，電子菸是主要原因，因為吸菸上癮之後，接下來就會吸食調味電子菸，加味尼古丁不斷提高，這也是為什麼調味電子菸需要進行管制的主因。



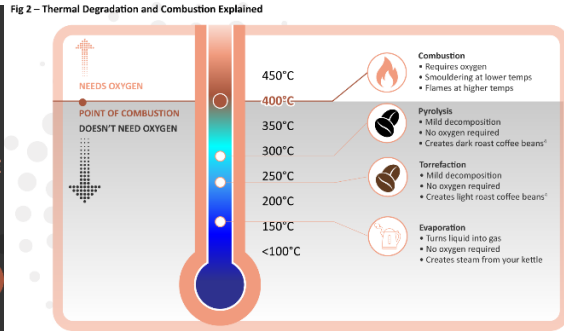
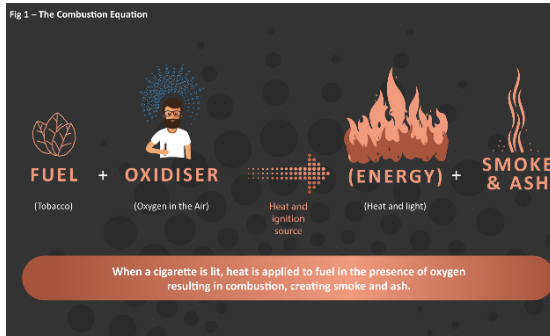
超越勾引，更要「鉤癮」：讓兒童、青少年先上鉤，再成癮



電子菸有各式各樣的口味以及廣告，連貓王及瑪麗蓮夢露都出來推銷。美國醫學會則採用一個有水果口味的電子菸廣告，吸菸是超越勾引，更要「鉤癮」：讓兒童、青少年先上鉤，再成癮。《TIME》雜誌就說，菸商鼓勵戒菸嗎？菸商通常說戒菸是最好的選擇，但是很難！如果戒不掉那就不要勉強，可以考慮使用替代產品。於是廠商開發電子菸作為新一代的產品，又說：現在有安全的菸、減害的菸！可以滿足需求。

如果我們從小就被香菸綁定，大腦還沒發育好就脫離不了尼古丁，這種情形如同一條蟲在侵蝕吸菸者的大腦，所以尼古丁對一個青少年的影響，造成大腦發育的遲緩，影響國家未來主人翁的身體健康。對於這種情況，我們怎麼辦？要不要管理？菸商絕對不會坦白承認尼古丁對大腦有負面影響。此外，高中生吸食電子菸過量會成為重度吸菸者，菸商也不會跟你講這件事，實際上我們看到的情況就是如此。

由此可見，電子菸對人身體健康的危害，包括：尼古丁成癮、導致大腦發育障礙、罹患肺臟疾病與心血管疾病的風險。有人說抽調味電子菸，吸到的是芒果、草莓味，但卻不知吸到很多致命的毒素。



至於，加熱菸則與傳統紙菸一樣都是以菸草製成，透過加熱菸草取代燃燒菸草而產生煙霧。當香菸被點燃時，加上氧化作用，熱量被施加到燃料上，導致燃燒，產生煙霧與灰燼。菸商利用加熱的方式，控制香菸燃燒的溫度在四百度以下，避免冒煙、產生有毒物質與菸灰，可以減少了百分之九十六的有害物質。所以，菸商強調他們的加熱菸是無煙霧（Smoke-free）的，絕口不談無菸草（Tobacco-free）、也不談尼古丁（Nicotine）成分、更不談成癮之後對健康的危害。對此，美國食品藥物管理局（FDA）的回應，只說暴露減少，並沒有說危害減少，但仍強調抽加熱菸仍是「不安全」且容易造成成癮性。



上圖是英美菸草公司（BAT）販賣的PULZE加熱菸於2019年5月6日在日本福岡的全球旗艦店開幕，內部的裝潢美輪美奐，銷售人員穿著正式的服裝提供服務，青少年來到這裡看到展示的商品，會不會有想要吸食的衝動？以後賣電子菸的場所大概都是這個樣子。菸商在各地設立展示場，從大阪國際機場設立展示場、到日本的便利商店櫃台以及百貨公司，甚至南非的精品專賣店也都有展示IQOS加熱菸。菸商選擇展示電子菸的地點，往往也是青少年聚集與出沒的地方，這樣的發展狀況令人感到擔心。

根據《財訊》報導，全球第一大的菸商菲利浦·莫里斯國際公司生產的IQOS加熱菸，2014年在日本舉行全球首賣時，掀起排隊購買的風潮，2018年5月在韓國的門市販賣，同樣也是眾多年輕人排隊搶購。顯然，在菸商的刻意經營下，IQOS已被視為一種潮流的熱門商品，不但日本、韓國出現大排長龍搶購的狀況，相信台灣也會發生，目前IQOS僅有在台北101大樓的周邊設有展示中心，未來假使法令沒有限制的話，早晚終將會進入101大樓公開展示。

不可否認，現代的菸草戰爭已經進入2.0版，菸商仍將採取兩面手法，一方面高呼禁止紙菸！另一方面，結合AI科技與新世代的科技意象，使菸品銷售走向精品化、形象化；同時，透過展售菸具、不販售菸品的模式，挑戰當前菸害防制的相關法令；再者，鎖定年輕世代，進行社群網路行銷，提供消費者更濃、更強的尼古丁與數以千種的香精產品。還有，採取關說與遊說並行的手段，進行政策干預。

未來將是人工智慧（AI）的時代，消費者抽的電子菸是電子產品，它會透過手機提醒消費者何時補充產品，同時告知消費者去哪裡購買？或是直接網路購買？假使消費者沒有大口吸食，吸小小一口放在手邊沒有再吸，電子菸就會知道，在下一口抽菸的時候會把溫度提高一點，加快消費者抽菸的速度。這一些消費者抽菸的行為特性，可以透過手機傳輸到菸商的營運總部進行大數據分析，菸商可以從中瞭解到他們銷售至台灣的菸品成分應該如何安排？以及台灣的經銷通路該如何經營？我們千萬不可小看這些菸商的能力，對於商而言這些事都是很小的投資。個人相信《菸害防制法》修法的速度絕對跟不上菸商推銷商品的速度，但是我們一定要讓大家知道這些真相，假使現在不做努力，嘗試好好管制菸商的所作所為，未來就輪到我們被宰割。

與談人：林清麗主任（董氏基金會菸害防制中心）

最近由於立法院通過《菸害防制法》的修正草案，有很多法律人因為看不懂通過的《菸害防制法》來找我們討論。這兩年來我們看到一份媒體報導強調我們推動菸害防制的工作，因為法律的執行就是要讓大家守法、理解，因此無論是宣導、倡議，甚至是立法的時候，當需要提及新型菸品、電子菸、加熱菸時，千萬不要再用「新穎」、「新興」、「另類」等形容詞，而是使用直接且準確的文字：「電子菸」、「加熱菸」，讓民眾聽得懂、好宣傳。不過，台灣剛通過的《菸害防制法》，既沒有出現「電子菸」這

三個字，也沒有發現「加熱菸」這三個字。



基本上，加熱菸是歸屬於「其它菸品」，而電子菸則是歸屬於「類菸品」。對此，我們曾詢問衛福部國民健康署（以下簡稱「國健署」）「加熱菸」與「電子菸」的英文是什麼？國民健康署給我們的回答是這些並不重要。去（2022）年9月，《DailyView網路溫度計》網站做了一項統計（詳見上圖），過去兩年在立法院網路聲量最高的議題，是《菸害防制法》修正草案，當它公布之後，有一些教授、支持者看到修正草案，稱讚董氏基金會真厲害，讓《菸害防制法》成為網路聲量最高的議題，因為第二名到第五名議題聲量加起來總和，只有第一名聲量的百分之八十而已。其實，會有這樣的結果並不是我們的功勞，我們只占其中一小部分而已，主要是因為過去兩年國際菸草公司砸大錢，請兩個公關公司進行新聞炒作，而國健署也砸了很多錢，宣傳新興菸品「一開、一禁」的政策——電子菸要禁止，加熱菸要開放。根據世界衛生組織（WHO）2021年所發布的《全球菸草流行報告》（WHO report on the global tobacco epidemic 2021）指出：「菸草公司的目標很簡單，就是要讓下一代對尼古丁繼續成癮，而新型菸品正是菸草公司走向目標的捷徑。」在我最早投入菸害防制工作之初，當時台灣的吸菸人口是百分之三十三，男女平均，現在政府的統計數字百分之十三，我覺得這個統計數字是低估了，百分之十八應該是合理正常的。不管官方的數據資料是不是縮減，可是年輕人吸菸總數的確是減少了，當時統計的數據是百分之十八，現在的官方數字則只有百分之六。當年輕人總數愈來愈少時，菸草公司為求生存就要開拓新市場，而生產新型產品的電子菸與加熱菸，乃成為菸草公司業績成長的捷徑。

對於菸害的部分，我要在此強調——只有吸菸與不吸菸的問題，而沒有減害與少害的問題，也沒有比較好的菸。菸草公司宣傳的重點，常常是減害。

政府+民間=禁止新型菸品(阻絕於境外)

- 2016年起~123個醫事及社福團體籌組「台灣拒菸聯盟」與衛福部國健署、同步推動禁止電子煙、加熱菸。
- 2018年10月，陳時中部長，在立法院明確表態「不贊成開放電子煙、加熱菸等新型菸品」。



董氏基金會
JOHN YUNG FOUNDATION

8

2016年起，全國一百二十三個醫事及社福團體籌組「台灣拒菸聯盟」與國健署、同步推動禁止電子菸、加熱菸，阻絕於境外的運動。過去的传统紙菸盛行百年，我們不斷地推動遏阻抽菸人口的擴大，因為紙菸是合法的商品，全世界所有國家到目前為止，仍沒有辦法完全消滅或禁止它。但是我們與政府站在一起，不斷努力試圖將新興菸品的電子菸與加熱菸拒絕於境外，雖然到目前為止，台灣還沒有開放，但是欠缺的是一個明文的法律規定，所以我們又努力的推動修法。

2018年10月，衛生福利部陳時中部長在立法院明確表示「不贊成開放電子菸、加熱菸等新型菸品」的立場。董氏基金會老董事長嚴道博士也是一位法律人，不管在《菸害防制法》的上沖下洗左搓右揉的制定過程中，或是透過社會倡議、法案政策、教育宣導、媒體傳播，儘管我們沒有經濟專家，但是我們對免稅菸、走私菸等面向都有所著墨，甚至包括國際合作等等部分，都圍繞在《菸害防制法》當中。我們老董事長與終身志工陳淑麗女士原本都是老菸槍，因為他們戒菸成功，體認到防制菸害的重要，他們比我們不抽菸的人更努力投入防制菸害的工作。陳時中部長過去也有抽菸的習慣，有五十二年菸齡的他知道菸癮難戒，他擔任衛福部長知道政府有防制菸害的政策，為此他毅然決然宣佈戒菸，展現他重視菸害防制的決心。

2019年美國政府要求台灣開放萊豬進口外，還有開放加熱菸。我們民間團體發動老弱婦孺到行政院遞交陳情書，由內政衛福勞動處蘇永富處長代表接下陳情書，當時蘇處長表示加熱菸、電子菸跟傳統菸品一樣都有害，目前在台灣都是禁止的，未來也會繼續朝此方向推動！

沒有想到，2020年10月22日，政府對於新型菸品的立場出現大轉彎，決定採取「一禁（電子菸）、一管（加熱菸）」的作法。為什麼要「一禁、一管」？我覺得政府提出的理由根本禁不起考驗，首先，台灣目前有五萬七千名青少年使用電子菸，這個問題非常嚴重，我們必須採取禁止的手段；其次，因為加熱菸目前僅有一萬六千名青少年使用，所以政府參考世界衛生組織的政策採取開放管理的方式。

2020年由於立法院修法一直沒有交出具體的成績單，因為其中牽扯到的議題既深且廣，我們觀察其他國家的發展，瞭解到《菸害防制法》能不能通過的關鍵，來自於政府的意志，台灣也不例外。儘管如此，我們仍不放棄努力推動修法，我們誠意一一拜訪各個黨團，台大兒童醫院黃立民院長也加入了我們陳情的行列。在此過程中，因為中央已經確定「一開、一禁」的方向，新北市、台北市也是遵循中央採取「一開一禁」的立場，但是我們竭盡所能將不少家長團體納入台灣拒菸聯盟陳情的行列中，最後促成新北市、台北市通過禁止電子菸、加熱菸的地方自治條例。另外，2022年台南市黃偉哲市長接到我們的陳情信之後，一個禮拜就給我們回覆，最後也接受台灣拒菸聯盟提供的新型菸品自治條例版本。2020~2023年期間，我們仍持續拜會時代力量、國民黨與民進黨的立法院黨團，以及相關立委，陳情促請他們支持全面禁止新型菸品，以上都是我們台灣拒菸聯盟整個陳情的過程，值得提出來與大家分享的地方。

在2022年1月，行政院版的《菸害防制法》修正草案，送到立法院之後，「一禁一管」就成為一個明確的目標。因此，台灣拒菸聯盟、政府與菸草公司三方鼎立，我們要求「雙禁」政策是不能改變的，很多人認為這是不可能，我們之所以堅持「雙禁」的理由——第一，菸商的希望一直想要達到「雙開」的目標，政府現在已經攤牌採取「一開一禁」，假使政府背後沒有「雙禁」的壓力，最後將只有往「雙開」方向走去。所以，我們只有硬著頭皮一定要往前走，不管再大的壓力，我們也無從選擇必須堅持「雙禁」的立場，不然「雙開」——電子菸與加熱菸都開放的態勢一旦成形，一切都來不及了。

第二、我們必須瞭解菸商的策略，不外乎採取新聞置入、作假議題、出征幫助者、投書置入、買網路民調以及收買學者教授等手段。在過去兩年，他們動用公關公司從一個變成兩個，主打的策略包括：影射董氏基金會昔日是反菸團體，今日是菸商同路人，指控董氏基金會與大菸商合作、傳統紙菸合作，聯合欺負小菸商。其實所有的加熱菸都是跨國菸草公司製造的，全世界電子菸前十大品牌的前五大，全部也都是菸草公司的。另外，國健署也花了很多錢，買新聞也買廣告貫徹執行政府的意志，以致於去年我們看到不少菸害防制的新聞與廣告。公關公司砸了很多錢，各位看到不少團體出現在立法院、行政院的陳情新聞或廣告，都是公關公司花錢請出來的團體，表面上他們陳情要禁售紙菸守護孩子，實際上對於我們禁止電子菸的主張絕口不提。

《菸害防制法》政院版送到立法院之後，整個發展出現一個重大的轉折，有幾位教授的論述不斷出現在菸商公關公司發表的新聞稿之中，他們的主張是說，禁止電子菸的

政策需要多加考慮，可是對於加熱菸就採取不用禁的立場，因為這是減害的產品所以不用禁，這種減害產品的說法與菸商的論述完全一模一樣。等到2022年4月14日立法院舉行公聽會，其中三位教授的名字再也沒有出現在菸商公關公司的新聞稿裡，這三位中的一位教授特別走過來告訴我們說，董氏基金會的立場是站在對的那一方，他並沒有拿菸商的好處，只是立場跟董氏基金會的立場不同，日後不會再出來反對。

家長團體積極參與台灣拒煙聯盟之後，於2022年4月14日立法院公聽會，提出電子菸、加熱菸要雙禁的主張，隨後9月5日，五大團體發表全台家長問卷調查結果：1. 高達97.5%贊成政府全面禁止電子菸；2. 高達95.5%贊成政府全面禁止加熱菸；3. 高達96.7%贊成政府禁止未來所有的新型菸品。9月26日家長、教育與菸害防制共三十四個團體緊急呼籲政府立即完成《菸害防制法》的修訂不要再拖延。

2022年10月正式展開《菸害防制法》的協商進程，10月28日進行第一次協商，全國家長會長聯盟暨相關團體齊聚立法院，呼籲本會期一定要通過修法。12月15日台灣拒菸聯盟赴立院拜會各黨黨團，呼籲禁止加味菸與新型菸品、勿讓載具及健康風險評估成為大破口。2022年末，第二次協商之後，台灣拒菸聯盟提出搶救《菸害防制法》修法四大訴求：第一、不要縱容「加熱菸載具隨便行銷」；第二、不要縱容「誤導性的健康風險評估字眼」；第三、不可放棄「禁止加味菸品」；第四、不可放棄「印製大幅警示圖文」。

在此要特別提出，2023年1月4日進入《菸害防制法》的第四次協商進程，最讓人感動的是，家長團體的群組成員大概有四百人左右，其中以高雄最多有二十多個家長團體的幹部參與，我們在群組中日以繼夜不斷地努力的討論，將近有兩個月的時間，也有醫師提供他們的專業知識協助我們。大家要知道，俄羅斯與烏克蘭的作法是把加熱菸當菸草產品來管理，而把加熱菸載具視為3C產品來管理，如此一來到處可見加熱菸載具的廣告，加熱菸品牌的名稱展現在載具上。反觀，我們政府主管機關拒絕將加熱菸納入菸品管理，堅持加熱菸載具當3C產品來管理即可，也不禁止廣告，顯然這些都是主事者的問題。我們在立法院強烈表達反對，堅持台灣沒有菸品廣告，拒絕台灣成為菸商廣告加熱菸行銷的樂園。

我們在整個協商過程遇到的阻礙，連醫界都看不下去，其實當政府決定「一禁一管」的政策主軸之後，醫界除了個別的醫師幫忙我們之外，醫師公會、藥師公會與全聯會這些醫事團體都沒有辦法再出手幫忙，因為與他們主管機關的立場不同。後來，2023年1月5日三大醫事團體——台灣胸腔暨重症加護醫學會、台灣肺癌學會與台灣兒科醫學會接連發布新聞稿，反對加熱菸當3C產品管理。他們除了聲援台灣拒菸聯盟，也譴責國健署政策失當。隨後，1月9日全國家長會長聯盟等四十個家長團體聯名舉行記者會，要求將加熱菸載具那菸品管理！國健署感受到社會極大的反彈壓力，最後也同意不再堅持原來的立場。

2023年1月10日進行《菸害防制法》修法的第五次協商，行政院版本送到立法院，菸品標示空間是百分之八十，送到立法院被立法委員把標示空間砍為百分之五十。當天全國家長聯盟號召數十個團體齊聚立法院前抗議，與立委裡應外合，最後歷經五小時的協商，成功阻擋加熱菸器的廣告、促銷、展示、網購郵購，表面上雖然有所進步，但仍與台灣拒煙聯盟的訴求存在落差。

2023年1月12日《菸害防制法》修法三讀通過，歷經十六年終於完成修法！之後，我認為，我們不用再當黑烏鴉了，這次含淚接受，接下來就是要監督政府的執法，既然已經完成修法，希望我們的形象會好一點，不要再人見人怕。結果沒有想到政府提出《菸害防制法》八個條文的預告，真是跌破大家眼鏡，第一個是「指定菸品健康風險評估審查辦法」，本來就不應該有這樣的字眼，所以低調的處理。但是政府的健康風險評估的辦法實在是非常荒唐，「健康風險評估」一詞直接誤導民眾，以為通過的菸品比較安全，有訂等於沒有訂。在預告的時候，我們只有提出兩個卑微的要求，第一個要求就是在第3條規定菸商必須提交「加熱菸對二十歲以下與未使用之人影響」資料，卻未納入第5條規定的核駁要件。此外，也沒有菸商違法的下架機制。最後，也沒有從生物、心理與社會三個面向建立本土公共衛生資料，瞭解加熱菸對台灣年輕成人與非吸煙族群的影響及傷害。

最後是加味菸的部分，2023年1月12日《菸害防制法》通過，2月15日總統公布，行政院公告實施是3月22日，這一段時間國健署的廣告、投入的影片，以及所有網路的宣傳都是禁止加味菸，這算是一個德政。可是有關《菸害防制法》的預告，相較於萊豬給五天，其它是六十天，只有《菸害防制法》的八個預告全部只給七天。這七天預告是菸品禁用花香、果香、薄荷與巧克力等四種添加物。原本應遵照母法法律案，總統公布之後十二個月後執行（即2024年2月15日起施行），現在變成是這個辦法公告之後的十八個月後執行，等於菸商要一，我給他二，這是非常離譜的事。國健署自己的聲明稿中，指出菸草公司申請了一千二百多種菸品口味添加物，但是國健署的公告卻是禁止其中四種口味。換句話說，菸草公司最常用的前十名口味添加物，就有五種菸草口味不在他預告的裡面。

我們非常謝謝薛瑞元部長，他在3月22日新法上路的那一天站出來宣示：1. 支持與協助地方人力，即日起全面稽查取締。2. 確實下架電子菸與目前所有的加熱菸！業者若違規不改，就罰到下架為止！只要違規業者違規就取締，而且開始執行，因為加熱菸現在還沒有通過，其罰鍰與條例大概都比照電子菸，但是它通過之後就會比照紙菸。

對於加熱菸的管理，其實最簡單的作法，就是當作菸草管理就好，偏偏我們的政府不要，只是為了盒子上面不能有警示圖文，菸商無法接受，所以在修法過程中，這部分比較少被提出討論。全世界明文禁止電子菸的國家，大概有三十個國家，而明文禁止加熱菸的國家，大概只有十三個國家。所以，全世界最大的菲利浦·莫里斯公司與第五大

韓國的KT&G菸草公司合作，推出lil Hybrid「複合適加熱菸」表面上是加熱菸的形式，但實質內藏電子菸，2021年成功在十個國家銷售。大家都知道，現在韓劇很夯的，用這種方式成功在全世界推銷他們的產品。



我要讓大家看的是，這是法律的執行前與執行後的一個狀況。上圖左，IQOS是全世界最大的加熱菸品牌，旁邊的lil Hybrid內藏電子菸的加熱菸品牌，這兩個品牌一旦違規我們要怎麼去檢舉？因為台灣目前沒有明確的規定，在信義計畫區有他們產品的專賣店。但是2023年1月12日《菸害防制法》在立法院通過、2月15日經總統公布之後，它不但沒有減少，面積反而變更大，本來旁邊的柱子是沒有的，變成四面都有柱子，法律開始執行之後，連玻璃門上面都有，它不是遮掉I或S，而是將IQOS中間的O裡面加上MA，這就是菸商的運作手法。現在IQOS遭到很多人檢舉，廠商的說法是外傳今年7、8月國健署可能核准加熱菸上市，因此部分加熱菸廠牌專賣店，現在則採取「遮招牌」方式規避法規，有的遮掉S或I，像今年4月，古亭捷運站出口在法令執行之後，也是用這種方式，將IQOS整個遮掉。

5月22日我們拜會台北市衛生局陳彥元局長陳情，應落實台北市的《新興菸品自治條例》規定，北市高中職以下學校周邊五十公尺內不得販賣、供應、展示或廣告加熱式菸品，並確實取締IQOS廣告店家。7、8月一旦加熱菸開始販賣前，政府必須跟業者進行溝通，我們就舉例台北市某國小旁邊，五十公尺內有全聯與家樂福兩家超市，以及三家超商，政府必須和業者先溝通，會有這樣子的一個狀況，然後達成一個處理的共識。

美國電子煙肺傷害(EVALI)疫情

2月底通報，最年輕通報案例13歲，死亡案例最小為15歲。



數據來源：2020.02.18美國疾病管制與預防中心(CDC) 圖片編輯：董氏基金會菸害防制中心

2010年，美國電子菸規管政策規定「開放成人、禁止青少年使用」，結果受害者都是年輕人，2011年1.5%的美國高中生使用電子菸，2019年爆升至27.5%（達到五百三十萬人）。上圖顯示，二千八百零七人確診住院的病例，其中死亡案例最小的是十五歲，住院急診的最小是十三歲，這是電子菸被證實對肺傷害的部分。◆