

Chiến Dịch Quảng Cáo Thuốc lá có hương vị và cộng đồng người AA& NH/PI

Chiến dịch quảng cáo nhắm vào các cộng đồng AA & NH/PI

Các công ty thuốc lá trước đây đã từng:

- Tài trợ cho các lễ hội và sự kiện văn hóa
- Được quảng cáo trên các phương tiện truyền thông bằng ngôn ngữ bản địa dành cho AA & NH/PI
- Sử dụng các hình ảnh và hương vị mang đậm bản sắc văn hóa. Các sản phẩm bao gồm những hương vị quen thuộc đối với các cộng đồng AA & NH/PI
- (ví dụ: trái cây nhiệt đới, hỗn hợp thảo mộc)



Tác hại của hương vị che lấp

- Các hương vị như xoài, vải, bạc hà và kẹo giúp che đi vị gắt của thuốc lá.
- Điều này làm gia tăng nguy cơ nghiện—đặc biệt là trong giới thanh thiếu niên và người trẻ tuổi.

Tại sao hương vị lại quan trọng trong cộng đồng của chúng ta?

- Việc nhắm mục tiêu theo văn hóa giúp gia tăng mức độ tiếp cận và sự bình thường hóa sản phẩm
- Tiếp thị chuyên biệt theo ngôn ngữ giúp giảm thiểu nhận thức về các rủi ro
- Các hương vị đặc thù theo cộng đồng giúp sản phẩm trở nên hấp dẫn hơn

Thông Tin Chính

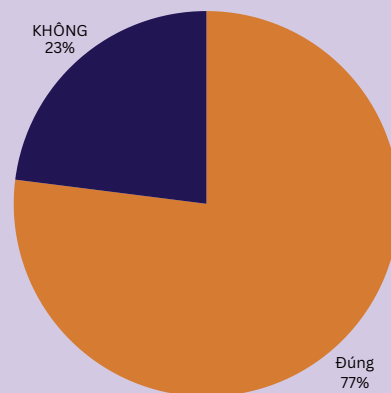
Tỷ lệ sử dụng cao các sản phẩm có hương bạc hà và hương liệu khác

Hương bạc hà khiến việc bắt đầu hút thuốc trở nên dễ dàng hơn và việc cai thuốc trở nên khó khăn hơn.

Tỷ lệ sử dụng ngày càng gia tăng trong các cộng đồng NH/PI

Trong số những người trưởng thành thuộc nhóm bản địa Hawaii và Quần đảo Thái Bình Dương có hút thuốc, khoảng 77% sử dụng thuốc lá có hương bạc hà.

Tỷ lệ tự báo cáo sử dụng thuốc lá hương



Các sản phẩm có hương liệu và giới trẻ thuộc nhóm AA & NH/PI

Thuốc lá điện tử có hương liệu đặc biệt phổ biến trong giới trẻ



Mọi thắc mắc xin liên lạc:
rodlew@appealforhealth.org

References

Campaign for Tobacco Free Kids. (n.d.). *The tobacco industry's social media marketing tactics*. Campaign for Tobacco-Free Kids. <https://www.tobaccofreekids.org/what-we-do/industry-watch/tobacco-industry-social-media-marketing-tactics>
CDC. (2023). *Tobacco use - Health, United States*. www.cdc.gov/nchs/hus/topics/tobacco-use.htm
Truth Initiative. (2021). *Flavored tobacco use among youth and young adults*. Truth Initiative. <https://truthinitiative.org/research-resources/emerging-tobacco-products/flavored-tobacco-use-among-youth-and-young-adults>