

THUỐC LÁ ĐIỆN TỬ, THUỐC LÁ NUNG NÓNG NHẪM TỚI GIỚI TRẺ VÀ NGƯỜI HÚT MỚI

Sử dụng thuốc lá điện tử, thuốc lá nung nóng tăng nhanh trong thanh thiếu niên - là vấn đề y tế công cộng báo động



Mỹ: giai đoạn 2017-2019 tỷ lệ sử dụng thuốc lá điện tử ở học sinh THPT tăng từ **11,7%** lên **27,5%**, ở học sinh THCS tăng từ **3,3%** lên **10,5%**. Tháng 2/2020, FDA Mỹ ban hành lệnh cấm với các sản phẩm TLĐT có hương vị trái phép nhằm giảm sự hấp dẫn với trẻ em và thanh thiếu niên. Nhờ đó, tỷ lệ sử dụng TLĐT giai đoạn 2019-2020 giảm mạnh từ 25,5% xuống **19,6%** ở THPT, và từ 10,5% xuống **4,7%** ở THCS.



Canada: tỷ lệ sử dụng thuốc lá điện tử ở thanh thiếu niên đã tăng gấp đôi từ **10%** năm 2016-2017 lên **20%** trong năm 2018-2019.



Các quốc gia Châu Âu: Tỷ lệ sử dụng thuốc lá điện tử trong nhóm 13-15 tuổi tăng nhanh, cả ở nam và nữ trong giai đoạn 2014 đến 2018: San Marino tăng từ **5,9%** lên **8,9%**; Ý tăng từ **8,4%** lên **17,5%**; Georgia tăng từ **5,7%** lên **13,2%** (Điều tra GYTs).



Việt Nam: **2,6%** thanh thiếu niên 13-17 tuổi hiện đang sử dụng thuốc lá điện tử (Điều tra Quốc gia sức khỏe học đường 2019).

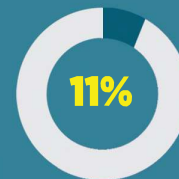


Số lượng lớn người sử dụng thuốc lá điện tử, thuốc lá nung nóng là người hút mới

- Theo báo cáo của công ty thuốc lá British America Tobacco 2019:



58% người sử dụng thuốc lá điện tử



11% người sử dụng thuốc lá nung nóng

Là người hút mới (chưa từng sử dụng thuốc lá).



Chiến lược quảng cáo, tiếp thị, sản phẩm nhắm tới trẻ em và thanh thiếu niên

Thiết kế sản phẩm bắt mắt

- Đa dạng từ màu sắc đến hình ảnh
- Kiểu dáng nhỏ gọn (hình usb, thỏi son, móc chìa khóa v.v.)
- Tạo xu hướng sang trọng, phong cách.



Hương vị hấp dẫn

- 15.500 hương vị thuốc lá điện tử khác nhau
- Các hương vị phổ biến: kẹo, trái cây, món trang miệng, v.v.
- Khả năng kết hợp hương vị bởi người dùng.



Chiến lược quảng cáo nhắm tới giới trẻ



- Quảng cáo trên mạng xã hội sử dụng phổ biến bởi giới trẻ (facebook, tiktok, Instagram, v.v.)
- Sử dụng người nổi tiếng (ca sĩ, diễn viên, v.v.), người có ảnh hưởng tới giới trẻ.

Đa dạng kênh bán hàng, tăng khả năng tiếp cận

- Cửa hàng trưng bày, giới thiệu sản phẩm
- Bán hàng trực tuyến trên internet: website, mạng xã hội, trang thương mại điện tử.

