



被列一级致癌物，谁在热捧槟榔

此次广电总局亲自出手叫停槟榔广告的背后，是小小槟榔潜藏的巨大危害



”

“槟榔加烟，法力无边；槟榔泡酒，永垂不朽。”

这句流传于湖南民间的口头禅，说的就是近几年迅速风靡市场的“网红食品”槟榔。

近年来，随着龙头企业的广告加持，槟榔这个源于东南亚的产物在我国迅速风靡，上下游产值更是高达数百亿元。

然而，槟榔的火爆与争议始终并存。在国际和国内，槟榔均被列为一级致癌物。今年8月，中国驻伊斯坦布尔总领馆曾发文提醒切勿携带槟榔入境土耳其，根据土耳其法律，槟榔中所含槟榔碱因具有致幻性而被认定为毒品。

就在日前，国家广播电视总局突然发布通知，决定自即日起，停止利用广播电视和网络视听节目宣传推销槟榔及其制品，并要求各地在9月27日前将核查情况报到广电总局。

面对广电总局禁令，槟榔相关产业又该何去何从？

致癌争议

此次广电总局亲自出手叫停槟榔广告的背后，是小小槟榔潜藏的巨大危害。

早在2003年8月，隶属于世界卫生组织（WHO）的国际癌症研究中心发表报告，认定槟榔为一级致癌物。中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅表示，槟榔对口腔的黏膜伤害，首先来源于槟榔碱、多酚和亚硝酸胺等物理和化学刺激，可能改变口腔微生态平衡，发生氧化应激反应激发炎症因子，促使上皮细胞在短时间内凋亡，同时阻止机体清除这些细胞外蛋白质，造成口腔黏膜下纤维化；另外，槟榔碱还会与亚硝酸钠反应生成致癌物N-亚硝胺，研究者在嚼槟榔的人唾液中检测到3种亚硝胺类物质。这些反应都在加速口腔癌前病变和癌症的发生。

一篇刊登于《中国牙科研究杂志》的论文《预测槟榔在中国诱发口腔癌人数及产生的医疗负担》指出，到2030年，湖南与槟榔相关的口腔癌患者将累计超过30万，在全国则可能超过100万，造成的医疗负担可能超过2000亿元（以每例医疗费20万元估算），足以抵消其对社会的经济贡献。

2017年，原国家食品药品监督管理总局公布致癌物清单时，将槟榔果列入了一级致癌物。2019年2月，国家卫健委印发《健康口腔行动方案（2019-2025年）》，其中提到“在有咀嚼槟榔习惯的地区，以长期咀嚼槟榔对口腔健康的危害为重点，针对性地开展宣传教育和口腔健康检查，促进牙周、口腔黏膜病变等疾病早诊早治”。

湖南省槟榔食品行业协会曾于2019年3月发布《关于停止广告宣传的通知》，要求湖南省所有槟榔企业停止国内全部广告宣传。但由于这只是一个行业自律性的表态，没有任何约束力，

因此执行效果并不理想，甚至槟榔广告近两年还从广播电视搬上了热门的网络综艺节目，如腾讯视频的《吐槽大会》第五季、优酷的《这！就是街舞4》等。

千亿产业

致癌争议的同时，槟榔产业却在逐渐做大。湖南省槟榔食品行业协会官网显示，槟榔全产业链收入超过600亿元，年上缴税收约8亿元，“未来极有可能打造成为千亿级以上的农产品加工业”。

目前，槟榔在我国已经形成完整的产业链。其中，位居上游的海南，是国内最大的槟榔果种植地。《海南日报》曾报道：截至2019年年底，海南省槟榔种植面积达178万亩，是海南230万农民的重要经济收入来源，占全省农业人口的41.37%。并推算，2020年全年槟榔总产值可实现146.8亿元。

而不产槟榔的湖南则成为了国内最大的槟榔生产加工地，同时也是中下游企业的聚集地。企查查数据显示，目前我国现存槟榔相关企业共2.6万家，其中绝大多数分布在湖南（1.56万家），数量位居全国第一。

在国内上万家槟榔企业中，目前已经跑出了口味王这样的全国性品牌。资料显示，口味王集团是国内最大的槟榔加工企业之一，拥有8个生产基地，合计占地近千亩，分布于湖南、海南两省。据北京商报报道，2018年口味王集团实现产值26.73亿元。

槟榔产业的步步高升，离不开各类广告的宣传攻势。

以口味王为例，2017—2019年连续三年独家冠名湖南卫视春晚，2017和2018年，还同时冠名了湖南卫视元宵喜乐会；此外，口味王还网络独家冠名《欢乐喜剧人第五季》，冠名芒果TV的自制综艺《野生厨房》，并以独

家植入、特约支持的方式出现在2019年热播电视剧《怒晴湘西》中。在线下，口味王的广告也出现在了公交、地铁、电梯、楼道等各类场景之中。

2019年，时任口味王总裁的陈义曾表示，董事会定下的目标是下一个十年，将口味王发展成为千亿企业。

当下，广电总局叫停槟榔广告，无疑给口味王乃至整个槟榔行业的发展增添了一丝不确定性。食品产业分析师朱丹蓬表示，广告宣传可以以最快的方式使消费者对产品产生认知，甚至可以激发消费者的购买欲望。因此广电总局叫停槟榔广告，对口味王以至整个槟榔行业的未来体量扩张、产业发展可以说是“当头一棒”。

中国新闻周刊就广电总局禁令联系口味王客服，对方表示不了解相关情况，但企业是合法合规经营。

多管齐下

业内人士看来，对于槟榔产业的管控，光叫停广告还不够，需要多管齐下。

在朱毅看来，一方面可以通过对槟榔征收重税，让槟榔重新稀罕起来，昂贵起来，以此来减少槟榔消费；另一方面，在槟榔包装上设置醒目的警示语，提醒消费者嚼槟榔可能存在的风险。

目前，槟榔广告本身的包装角度，帮助其规避了很多争议，对不了解其危害的人带来很大迷惑性。中国新闻周刊注意到，目前大多数槟榔产品包装和宣传中，对槟榔与口腔癌的关系、以及槟榔的高成瘾性避而不谈。即便标示了有害健康的警示语，也并不醒目，缺乏足够的约束力。

还有行业人士认为，槟榔产业应该效仿烟草的管理模式。2020年，国家市场监督管理总局修订了《食品生产许可分类目录》，其中未将“食用槟榔”收录在内，

这意味着槟榔不再作为食品来管理，也不能颁发食品生产许可，槟榔作为食品的生产许可和监管已缺乏依据。

在朱丹蓬看来，槟榔不再列入食品，意味着未来有可能像烟草一样去管控槟榔，也就是实行专卖制。“只有对生产和流通实行严格管理和限制，才能够让整个行业走向健康、良性、有序，也有利于对消费者安全提供更好的保障。”

还有观点认为，国家要引导槟榔产业调整发展方向。

据悉，槟榔也可入药，并被收入了《中国药典》，作为药品的法律地位非常明确。北京同仁堂生产的槟榔四消丸、华润三九黄石药业公司的木香槟榔丸、哈药集团三精黑河药业的槟榔四消片，产品成分中均含有槟榔。

不过一位中国热带农业科学院（海南）有关专家表示，由于槟榔种植面积大，全部药用也不太现实。该专家表示，目前行业内部比较混乱，产业何去何从，亟需厘清方向，规范发展。

