



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Tài liệu
tóm tắt



Toàn cầu



Tháng 6 năm 2026

Tìm hiểu về các loại túi ngậm nicotine

Những bằng chứng mới nhất và
Hoạt động của ngành thuốc lá



Những điểm chính cần ghi nhớ

- Các công ty thuốc lá xuyên quốc gia đang đẩy mạnh quảng bá các loại túi ngậm nicotine, thường nhấn mạnh vào hương vị, sự tiện lợi và tính kín đáo khi sử dụng.
- Tỷ lệ sử dụng đang tăng nhanh, đặc biệt là trong giới trẻ.
- Đến năm 2025, ước tính có 34 tỷ túi ngậm nicotine được bán ra, tăng 660% so với năm 2020.
- Ước tính đến năm 2027, thị trường túi ngậm nicotine toàn cầu sẽ đạt giá trị 15,99 tỷ USD.
- Túi ngậm nicotine không chứa thuốc lá và do đó có thể không thuộc phạm vi điều chỉnh của các quy định kiểm soát thuốc lá. Các công ty thuốc lá xuyên quốc gia đang lợi dụng sự không rõ ràng này để nhanh chóng mở rộng thị trường.
- Túi ngậm nicotine không phải là phương pháp hỗ trợ cai thuốc lá đã được chứng minh hiệu quả và tác dụng lâu dài của chúng đến sức khỏe con người vẫn chưa được biết rõ.
- Chính phủ nên ưu tiên ngăn chặn thanh thiếu niên bắt đầu sử dụng nicotine, đồng thời bác bỏ mọi nỗ lực của ngành thuốc lá nhằm tác động vào quá trình xây dựng chính sách và quy định pháp luật.

Các công ty thuốc lá đang bán một sản phẩm mới gây nghiện: túi ngậm nicotine. Nếu không được kiểm soát, chiến dịch quảng bá rầm rộ này của ngành thuốc lá có thể châm ngòi cho một làn sóng nghiện nicotine và những tác hại mới, trong bối cảnh thế giới vẫn đang phải đối mặt với những hậu quả của đại dịch thuốc lá và thuốc lá điện tử hiện nay.

Túi ngậm nicotine là gì?

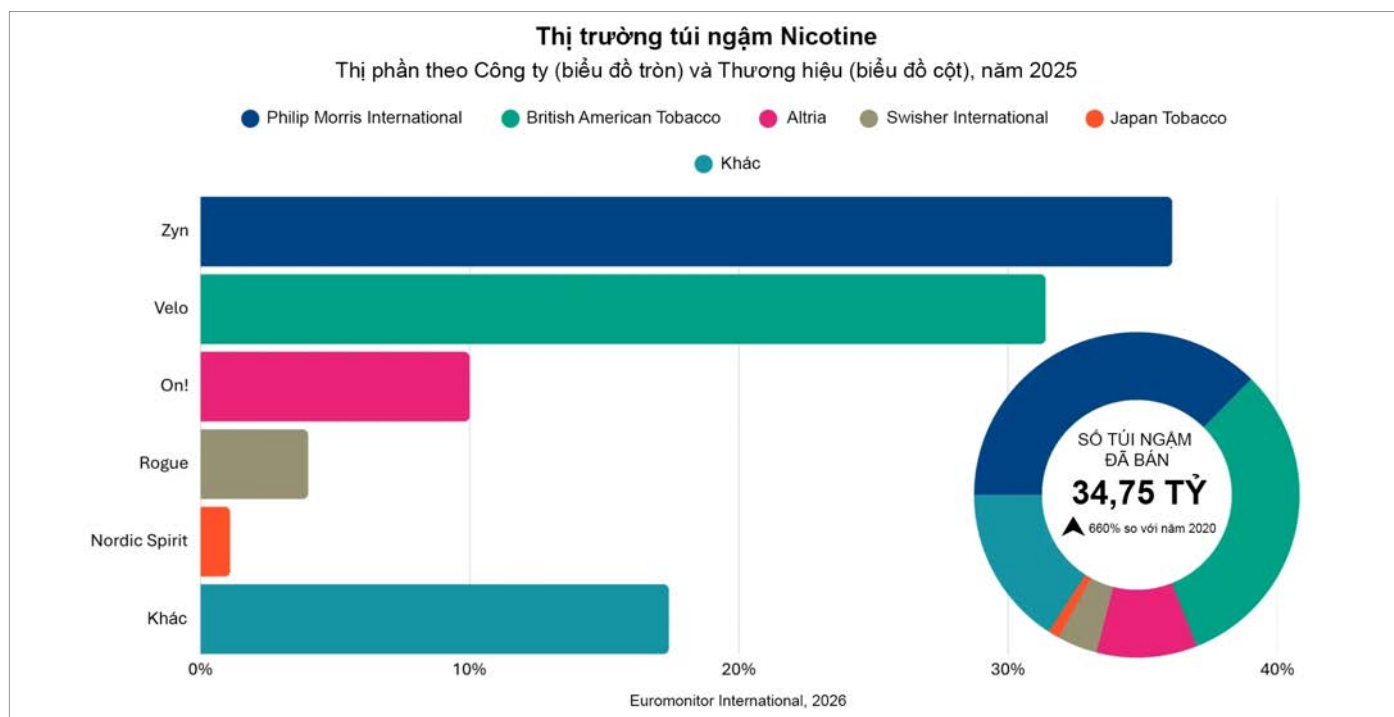
Túi ngậm nicotine là một gói nhỏ mà người dùng đặt giữa môi và nướu. Túi ngậm này chứa nicotine dạng bột, các chất tạo hương vị, chất xơ thực vật như cellulose và một số chất độn khác.¹ Nicotine có thể được chiết xuất từ cây thuốc lá hoặc được sản xuất theo phương pháp tổng hợp.

Túi ngậm nicotine tương tự như snus, một sản phẩm ngậm trong miệng phổ biến ở Thụy Điển. Hai sản phẩm này thường bị nhầm lẫn, đặc biệt là vì các loại túi ngậm nicotine được gọi là "snus trắng" ở một số quốc gia và khu vực. Tuy nhiên, snus có chứa thuốc lá, trong khi các loại túi ngậm nicotine thì không.

Một số thương hiệu túi ngậm hàng đầu thuộc sở hữu của các nhà sản xuất thuốc lá đa quốc gia lớn nhất thế giới. Theo Euromonitor, năm 2025 Philip Morris International (PMI) và British American Tobacco (BAT) mỗi bên kiểm soát khoảng một phần ba thị trường túi ngậm nicotine toàn cầu.² Japan Tobacco International (JTI) và Imperial Brands dường như chỉ kiểm soát khoảng 1% thị phần trở xuống vào năm 2025. Mặc dù phần lớn lợi nhuận của các công ty thuốc lá xuyên quốc gia này vẫn đến từ thuốc lá điếu, nhưng tỷ lệ hút thuốc giảm đã thúc đẩy họ mở rộng danh mục sản phẩm nhằm bù đắp sự suy giảm của thị trường thuốc lá điếu, giữ chân khách hàng hiện có và thu hút thêm khách hàng mới. Các công ty thuốc lá xuyên quốc gia thường gọi túi ngậm nicotine là "sản phẩm ngậm không khói" hoặc "sản phẩm nicotine ngậm thể hệ mới".

Nhiều loại túi ngậm có hàm lượng nicotine cao hơn cả thuốc lá điếu thông thường

- Một số loại túi ngậm được quảng cáo là có hàm lượng nicotine dưới 2 mg mỗi gói, trong khi những loại khác lại tuyên bố có thể chứa gần 50 mg, hoặc thậm chí nhiều hơn.³ Hầu hết các công ty thuốc lá lớn đều bán túi ngậm nicotine với hàm lượng khác nhau.
- Để so sánh, hầu hết các loại thuốc lá điếu chứa từ 10 đến 12 mg nicotine, trong đó khoảng 1 đến 2 mg được hấp thụ trong quá trình sử dụng.⁴ Các sản phẩm nicotine thay thế thông thường được chấp thuận để cai thuốc lá, chẳng hạn như kẹo cao su và viên ngậm nicotine, thường chứa từ 2 đến 4 mg.⁵
- Nghiên cứu cho thấy túi ngậm 4 mg có thể cung cấp lượng nicotine tương đương với một điếu thuốc lá, trong khi các túi ngậm 8 mg trở lên cung cấp lượng nicotine nhiều hơn đáng kể.⁶ Lượng nicotine được hấp thụ có thể còn tăng cao hơn nữa khi người dùng sử dụng nhiều túi ngậm cùng lúc, còn được gọi là "dùng theo bộ" hoặc "dùng chồng nhiều túi".⁷
- Thông tin ghi trên bao bì túi thường không rõ ràng và có thể gây hiểu nhầm. Việc ghi nhãn không được tiêu chuẩn hóa, một số nhãn trên bao bì ghi số mg mỗi túi, số khác lại ghi số mg mỗi gram.⁸ Điều này khiến người tiêu dùng khó so sánh hàm lượng nicotine giữa các sản phẩm khác nhau.



Thị phần của các công ty (biểu đồ tròn) và thương hiệu (biểu đồ cột) trên thị trường túi ngậm nicotine, tính bằng đô la Mỹ, năm 2025. (Nguồn: Tobacco Tactics. Xem thêm tại: www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/)



Túi ngậm nicotine là một phần trong chiến lược có chủ đích của ngành công nghiệp thuốc lá nhằm mở rộng và duy trì việc sử dụng nicotine.

Ngày càng có nhiều người trẻ trên thế giới sử dụng các loại túi ngậm nicotine và thị trường này đang tăng trưởng nhanh chóng.^{9, 10} Doanh số bán các loại túi ngậm nicotine có hàm lượng cao hơn đã tăng nhanh hơn so với các loại có hàm lượng nicotine thấp hơn.¹¹ Mặc dù các nghiên cứu từ Hoa Kỳ và Vương quốc Anh cho thấy phần lớn người dùng túi ngậm nicotine cho đến nay đều đã sử dụng các sản phẩm thuốc lá hoặc nicotine. Tuy nhiên, cũng đã ghi nhận việc sử dụng túi ngậm nicotine ở những người chưa từng hút thuốc hoặc sử dụng nicotine trước đó.^{12, 13}

Theo công ty nghiên cứu thị trường Euromonitor, ước tính năm 2025 có 34 tỷ túi ngậm nicotine được bán ra trên toàn cầu, tăng 660% so với năm 2020.¹⁴ Công ty này ước tính giá trị thị trường toàn cầu sẽ đạt 15,99 tỷ USD vào năm 2027 và 25 tỷ USD vào năm 2028.^{15, 16, 17} Tại Hoa Kỳ, hiện là thị trường túi ngậm nicotine lớn nhất, doanh số bán hàng đã tăng hơn 1300% từ năm 2019 đến năm 2025.¹⁸

Năm 2023, các thị trường hàng đầu cho túi ngậm nicotine là Hoa Kỳ, Thụy Điển, Đan Mạch, Pakistan và Áo.¹⁹ Các thị trường khác có sự tăng trưởng nhanh chóng trong giai đoạn 2022-2023 bao gồm Cộng hòa Séc, Hungary, Vương quốc Anh và Uzbekistan.²⁰ Gần đây, ngành công nghiệp này cũng đã bắt đầu bán các sản phẩm này tại các quốc gia có thu nhập thấp và trung bình khác, bao gồm Mexico, Philippines và Nigeria, và đang đầu tư mở rộng thị trường tại Ukraine.^{21, 22, 23, 24}

Các công ty thuốc lá xuyên quốc gia đang thúc đẩy đà tăng trưởng của thị trường

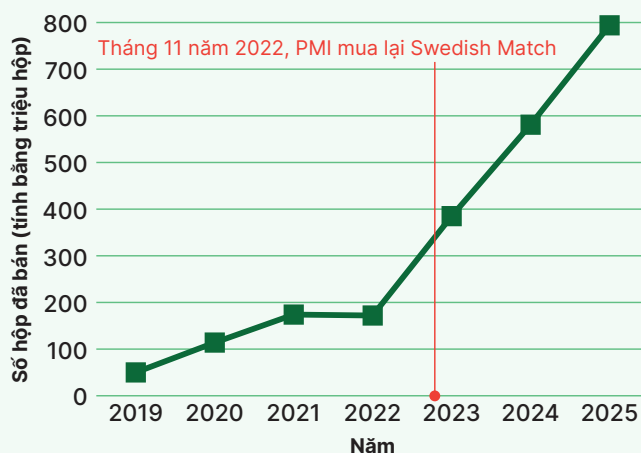
Hệ thống sản xuất, phân phối, tiếp thị và bán hàng khổng lồ của các tập đoàn thuốc lá lớn – từng được sử dụng để tạo nên đại dịch thuốc lá và sau đó là sự bùng nổ của thuốc lá điện tử – nay đang được huy động để mở rộng thị trường túi ngậm nicotine.

Đặc biệt, PMI và BAT đang đầu tư nguồn lực đáng kể vào việc mở rộng thị trường:

- BAT cho biết họ đã đầu tư \$40 triệu vào sản xuất túi ngậm nicotine tại Pakistan trong năm 2020.²⁵
- Năm 2024, PMI cho biết sẽ đầu tư hơn \$800 triệu vào các nhà máy Zyn trên khắp Hoa Kỳ.²⁶
- Năm 2024, BAT cho biết họ đầu tư \$162 triệu để mở rộng sản xuất các sản phẩm không khói tại nhà máy ở Hungary.²⁷
- PMI cho biết họ đã đầu tư \$5 triệu để phát triển thị trường túi ngậm nicotine ở Ukraine vào năm 2025 và có kế hoạch đầu tư thêm \$10 triệu nữa vào năm 2026, bao gồm cả việc ra mắt dòng sản phẩm Zyn mới.²⁸

PMI đã thúc đẩy doanh số bán sản phẩm Zyn tại Mỹ như thế nào?

Khi PMI mua lại Swedish Match, nhà sản xuất túi ngậm nicotine Zyn, vào năm 2022, thương hiệu này chủ yếu được bán ở Thụy Điển, Mỹ và một số quốc gia chọn lọc ở châu Âu. Đến năm 2025, PMI báo cáo đã mở rộng sang 56 thị trường. Năm 2026, hãng bắt đầu quảng cáo Zyn trên xe đua công thức F1 của Ferrari trong khuôn khổ hợp đồng tài trợ cho đội đua này, tương tự như cách họ đã từng quảng bá thuốc lá Marlboro trước đây.²⁹



Nguồn: Chú thích cuối trang số 30 - 36

Ngành thuốc lá đang tìm cách tác động đến chính sách đối với túi ngậm nicotine như thế nào?

Các quy định về túi ngậm nicotine rất đa dạng, từ việc cấm bán hàng hoàn toàn đến việc hầu như không có bất kỳ hạn chế nào. Ở một số quốc gia, túi ngậm nicotine nằm trong vùng xám pháp lý—không bị cấm cũng không được phép—vì chúng không thuộc bất kỳ danh mục sản phẩm hiện có nào và do đó không được bao gồm trong các quy định hiện hành. Ở những quốc gia có quy định kiểm soát, nhiều nước phân loại các loại túi ngậm nicotine là sản phẩm thuốc lá hoặc sản phẩm liên quan đến thuốc lá, trong khi những nước khác coi chúng là thực phẩm, dược phẩm hoặc sản phẩm liệu pháp thay thế nicotine, hoặc thậm chí là chất độc.^{30, 31}

Các công ty thuốc lá xuyên quốc gia đang lợi dụng sự không rõ ràng về mặt pháp lý này để nhanh chóng mở rộng thị trường trước khi các chính phủ kịp lấp đầy những lỗ hổng pháp lý.

Ngành thuốc lá và các đồng minh của họ sử dụng nhiều chiến lược khác nhau để vận động hành lang nhằm nới lỏng các quy định, bao gồm cả các biện pháp gây sức ép và hứa hẹn lợi ích kinh tế như:

- Đe dọa cắt giảm việc làm và ngừng hoạt động nếu cấm sử dụng túi ngậm nicotine³²
- Cảnh báo rằng thị trường bất hợp pháp sẽ gia tăng nếu túi ngậm nicotine bị kiểm soát chặt chẽ hoặc bị đánh thuế cao, một lập luận do ngành thuốc lá đưa ra nhưng không được các nghiên cứu độc lập ủng hộ³³
- Cam kết đầu tư vào sản xuất trong nước nếu túi ngậm nicotine được cấp phép lưu hành³⁴

Để gây ảnh hưởng đến các cơ quan quản lý, các nhà sản xuất túi ngậm nicotine và các đồng minh của họ cũng bắt đầu đề cập trên mạng xã hội và trong các bài báo về quyết định cho phép tiếp thị sản phẩm Zyn do Cơ Quan Quản Lý Thực Phẩm và Dược Phẩm Hoa Kỳ (FDA) ban hành năm 2025.³⁵ Trong quyết định này, FDA kết luận rằng các túi Zyn có tiềm năng mang lại lợi ích cho người lớn hút thuốc lá và/hoặc sử dụng các sản phẩm thuốc lá không khói khác, nếu họ chuyển hoàn toàn sang sử dụng Zyn. FDA lưu ý rằng các túi này không được "FDA phê duyệt" và cũng không được phép sử dụng như công cụ hỗ trợ cai thuốc lá. Tuy nhiên, những người ủng hộ túi ngậm nicotine ở các quốc gia khác đang viện dẫn quyết định của FDA như một bằng chứng về tính an toàn và độ tin cậy của sản phẩm, để hỗ trợ các luận điểm giảm tác hại của thuốc lá và quảng bá Zyn như một sản phẩm "giảm thiểu rủi ro".³⁶

Cách ngành thuốc lá xây dựng hình ảnh túi ngậm nicotine: “Người bạn đồng hành hằng ngày của bạn”

Các tập đoàn thuốc lá lớn đang xây dựng một “câu chuyện chuyển đổi” trên phạm vi toàn cầu nhằm cải thiện hình ảnh của mình. Trong câu chuyện này, họ đang cố gắng khắc họa bản thân và ngành thuốc lá như một doanh nghiệp tiên tiến, mặc dù các hoạt động kinh doanh của họ lại cho thấy điều ngược lại.³⁷ Để đánh lạc hướng sự chú ý của công chúng khỏi hàng nghìn tỷ điều thuốc lá mà họ vẫn tiếp tục sản xuất và bán mỗi năm, ngành này tích cực quảng bá các sản phẩm không phải thuốc lá điếu, bao gồm túi ngậm nicotine.

Một báo cáo của Tổ Chức Y Tế Thế Giới (WHO) cho thấy các loại túi ngậm nicotine được tiếp thị gián tiếp như những sản phẩm giúp giảm hoặc cai thuốc lá, hỗ trợ luận điểm giảm thiểu tác hại của thuốc lá do ngành này đề ra, nhưng các thương hiệu này cũng thường được quảng bá như các sản phẩm phục vụ lối sống, được miêu tả trong bối cảnh du lịch, ăn uống và giải trí, thậm chí còn được quảng bá như những sản phẩm giúp tăng cường hiệu suất thể chất.

NGÀM TIẾP THỊ NHƯ SẢN PHẨM HỖ TRỢ CAI THUỐC LÁ



Quảng cáo gián tiếp miêu tả Zyn như một sản phẩm hỗ trợ cai thuốc lá (Nghiên cứu về Tác động của Quảng cáo thuốc lá của Đại học Stanford)



Quảng cáo gián tiếp miêu tả Velo như một sản phẩm hỗ trợ cai thuốc lá (Nghiên cứu về Tác động của Quảng cáo thuốc lá của Đại học Stanford)

TIẾP THỊ LỐI SỐNG



Quảng cáo mô tả Velo như một sản phẩm phong cách sống (Nghiên cứu về Tác động của Quảng cáo thuốc lá của Đại học Stanford)

**WARNING: This product contains nicotine.
Nicotine is an addictive chemical.**

**PICK YOUR IDEAL
FEBRUARY WARDROBE**



Quảng cáo mô tả Zyn như một sản phẩm phong cách sống (Nghiên cứu về Tác động của Quảng cáo thuốc lá của Đại học Stanford)

Cách tiếp cận này đi theo đúng “kịch bản” mà ngành thuốc lá từng sử dụng để khiến hàng triệu người nghiện thuốc lá, và cho thấy ngành này đang giăng lưới rộng nhất có thể để lôi kéo thêm người sử dụng mới, bao gồm cả giới trẻ và những người chưa từng hút thuốc.

Thông điệp “không bỏ lỡ bất kỳ khoảnh khắc nào” là một trụ cột nổi bật trong chiến lược tiếp thị túi ngậm nicotine của ngành này, và cho thấy điều dường như là mục tiêu mà ngành này đang hướng tới: Biến túi ngậm nicotine thành “người bạn đồng hành hằng ngày của bạn” (một khẩu hiệu của Velo). Khi túi ngậm nicotine được quảng bá như một giải pháp tạm thời cho những tình huống không thể sử dụng thuốc lá điều hoặc thuốc lá điện tử, rõ ràng mục tiêu không phải là giúp giảm việc sử dụng thuốc lá điều hay thuốc lá điện tử. Vấn đề cốt lõi là làm tăng việc sử dụng nicotine, bất kể là từ sản phẩm nào.

Khai thác mọi thời điểm trong ngày của người tiêu dùng



Tổng mức sử dụng đồng thời nhiều sản phẩm

X2

Mức sử dụng đồng thời với các sản phẩm thuộc nhóm mới

X5

38

Trang trình chiếu từ bài thuyết trình của BAT trước các nhà đầu tư tại Hội Nghị của Nhóm các nhà Phân tích Người Tiêu dùng (Hội nghị CAGNY) tại New York.



Thu hút nhóm khách hàng trẻ tuổi

Các nhà sản xuất túi ngậm nicotine đang sử dụng những chiến thuật tiếp thị vốn được biết là đặc biệt thu hút giới trẻ:

TIẾP THỊ TRÊN MẠNG XÃ HỘI: Ngành thuốc lá phụ thuộc rất nhiều vào mạng xã hội để tiếp thị các loại túi ngậm nicotine, điều này giúp họ tiếp cận giới trẻ một cách hiệu quả hơn. Tại Hoa Kỳ, hầu hết các quảng cáo túi ngậm nicotine đều được đăng tải trên các tài khoản mạng xã hội của các thương hiệu.³⁹ BAT, PMI và JTI đều đã sử dụng những người có tầm ảnh hưởng trên mạng xã hội với lượng người theo dõi từ 24.000 đến 12 triệu người để quảng bá sản phẩm túi ngậm nicotine.⁴⁰

Dù được quảng bá là sản phẩm giúp nâng cao hiệu suất, giúp thư giãn, hỗ trợ lối sống hay hỗ trợ cai thuốc lá, các túi ngậm nicotine hầu như luôn được định vị là một sản phẩm kín đáo.⁴¹ Chính tính kín đáo này khiến sản phẩm đặc biệt hấp dẫn đối với giới trẻ, cho phép họ sử dụng túi ngậm nicotine mà không dễ bị phát hiện tại trường học, trên xe buýt và những nơi khác nghiêm cấm hút thuốc lá điều hoặc thuốc lá điện tử.⁴²

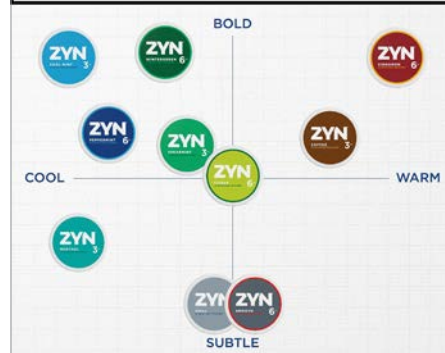
Tương tự như quảng cáo thuốc lá trước đây, túi ngậm nicotine được gắn với hình ảnh tình bạn, lối sống năng động, tình yêu và thành công.⁴³ Các phát hiện từ Pakistan cho thấy chiến lược tiếp thị này đang phát huy hiệu quả. Một nhóm khảo sát gồm các bạn trẻ từ 10 đến 16 tuổi trả lời rằng nhiều bạn trẻ xem Velo của BAT là một sản phẩm hiện đại, thời trang và “sang trọng”.⁴⁴

Quy mô tiếp cận toàn cầu của hoạt động tiếp thị kỹ thuật số này là một vấn đề đáng lo ngại. Các nhà nghiên cứu ước tính hoạt động tiếp thị trên mạng xã hội của Velo đã tiếp cận hơn 10 triệu thanh thiếu niên dưới 18 tuổi trong giai đoạn từ năm 2018 đến năm 2023. BAT và PMI cũng đang tận dụng việc tài trợ cho các đội đua F1 McLaren và Ferrari để quảng bá các thương hiệu túi ngậm nicotine của họ đến đối tượng khán giả ngày càng trẻ tuổi của F1, trong đó 34% nằm trong độ tuổi từ 16 đến 24 vào năm 2021.^{45, 46}

CHÚ TRỌNG VÀO HƯƠNG VỊ: Các sản phẩm có hương vị từ lâu đã được biết là đặc biệt hấp dẫn giới trẻ và khiến họ lệ thuộc vào những sản phẩm gây hại này.⁴⁷ Tại Hoa Kỳ, ước tính khoảng 85% người dùng trẻ tuổi thích các túi ngậm nicotine có hương vị với nồng độ nicotine tương đối cao, từ 6 đến 10mg.⁴⁸ Điều này làm gia tăng nguy cơ lệ thuộc vào nicotine, vì các nghiên cứu cho thấy các sản phẩm có hương vị thường liên quan đến việc sử dụng đồng thời nhiều sản phẩm nicotine.⁴⁹

Bất chấp những rủi ro này, ngành thuốc lá vẫn cung cấp hàng tá hương vị và quảng bá chúng rầm rộ. Các loại túi ngậm nicotine có nhiều hương vị khác nhau, bao gồm bạc hà (menthol), trái cây, kẹo, cà phê, gia vị và thuốc lá, cũng như những hương vị khó đoán hơn như “cơn sốt paan”, “bùng nổ”, “băng giá”, “đen huyền bí” và “sắc màu đô thị”.^{50, 51} Zyn cũng bán các loại túi ngậm nicotine có các “viên nang nhỏ chứa hương liệu” (những hạt nhỏ được nhúng trong túi), mà công ty này tuyên bố có thể đẩy nhanh quá trình hấp thụ nicotine và tăng cường hương vị.⁵²

WARNING: This product contains nicotine. Nicotine is an addictive chemical.



WARNING: This product contains nicotine. Nicotine is an addictive chemical.



Các quảng cáo của Zyn quảng bá các hương vị như Bạc hà the mát, bạc hà mùa đông, bạc hà cay, bạc hà lục, menthol, cam quýt, mát lạnh, êm dịu, cà phê, quế, rượu táo cay, Mojito và Espresso Martini (Nghiên cứu về Tác động của Quảng cáo thuốc lá của Đại học Stanford)

CHIẾN THUẬT BÁN LẺ: Việc thiếu quy định đối với hoạt động bán lẻ, cả tại cửa hàng và trực tuyến, làm gia tăng đáng kể nguy cơ giới trẻ tiếp cận và sử dụng các sản phẩm này, bởi các điểm bán lẻ là một trong những kênh trực tiếp nhất để các công ty thuốc lá và nicotine tiếp cận người tiêu dùng ở mọi lứa tuổi.



Ấn Độ: Một nghiên cứu về thị trường túi ngậm nicotine ở Ấn Độ cho thấy có ít nhất 68 nhãn hiệu khác nhau được chào bán trực tiếp trên web và thông qua các nền tảng thương mại điện tử của bên thứ ba.⁵³ Các thương hiệu trong nước và quốc tế như Velo và Zyn chủ yếu được bán thông qua các kênh trực tuyến.⁵⁴



Mexico: Đã có những báo cáo về việc túi ngậm nicotine được bày ở vị trí dễ thấy trong các gian hàng bán lẻ gần quầy thanh toán và trong các cửa hàng nằm gần trường học.⁵⁵



Pakistan: Trong một cuộc khảo sát tại 382 điểm bán hàng, 12,3% điểm bán có quầy/kệ trưng bày dành cho túi ngậm nicotine.⁵⁶ Một nghiên cứu ở Karachi cho thấy 20% cửa hàng bán túi ngậm nicotine nằm trong phạm vi 200 mét quanh trường học. Tại 59% cửa hàng, các túi ngậm nicotine được đặt cạnh các sản phẩm kẹo, và tại 70% cửa hàng, các túi ngậm nicotine được trưng bày ngang tầm mắt của trẻ em.⁵⁷ Các sản phẩm này cũng được cho là bán thông qua các nền tảng trực tuyến như FoodPanda.⁵⁸



Vương quốc Anh: Các thương hiệu túi ngậm nicotine, bao gồm Velo, Nordic Spirit và Zyn, đã cung cấp mẫu thử miễn phí cho người tiêu dùng thông qua cửa hàng trực tuyến, sự kiện và nhân viên/đại diện phát mẫu trực tiếp tại các trung tâm thành phố.^{59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66}

"Trong 5 năm qua, tình trạng sử dụng đồng thời nhiều sản phẩm nói chung đã tăng gấp đôi và **tình trạng sử dụng đồng thời nhiều sản phẩm thuộc các danh mục mới đã tăng gấp 5 lần** khi người tiêu dùng lựa chọn các loại sản phẩm khác nhau để phù hợp với tâm trạng và các thời điểm khác nhau trong ngày." Điều quan trọng là **nhóm người tiêu dùng này tạo ra doanh thu gần gấp đôi SO VỚI NHỮNG NGƯỜI CHỈ SỬ DỤNG MỘT SẢN PHẨM THUỘC DANH MỤC MỚI**, đóng góp 80% vào tổng tăng trưởng doanh thu của danh mục sản phẩm mới. Và khi các danh mục sản phẩm mới ngày càng phổ biến, **mức tiêu thụ trung bình hàng ngày cũng tăng lên** khi các sản phẩm này trở thành một phần trong thói quen hàng ngày của người tiêu dùng."

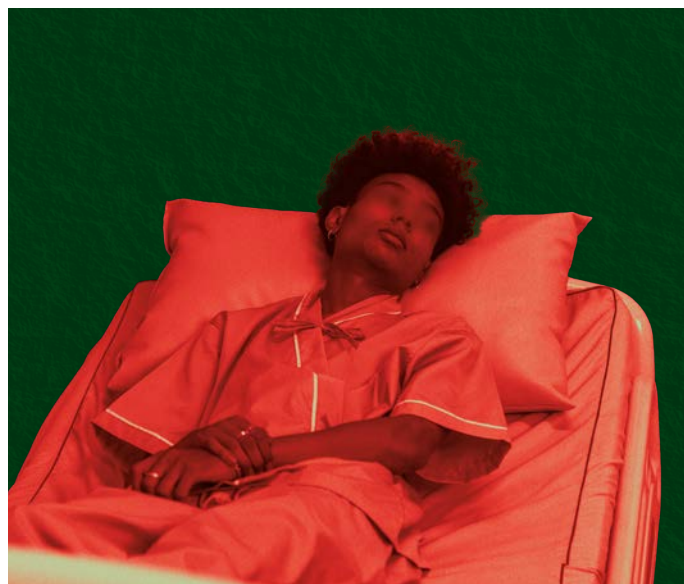
Giám đốc điều hành của British American Tobacco, Tadeu Marroco, trong buổi thuyết trình trước nhà đầu tư năm 2026 (thêm văn bản in đậm để nhấn mạnh)⁷¹

Túi ngậm nicotine không phải là một công cụ cai thuốc lá đã chứng minh hiệu quả.

Hiện tại, chưa có nghiên cứu độc lập nào cung cấp đủ bằng chứng cho thấy túi ngậm nicotine là một công cụ hiệu quả để cai thuốc lá hoặc nicotine.^{67, 68}

Việc sử dụng túi ngậm nicotine cùng với các sản phẩm thuốc lá hoặc nicotine khác (còn được gọi là sử dụng kép hoặc đa sản phẩm) đang trở thành một vấn đề ngày càng nghiêm trọng. Tại Hoa Kỳ, có hơn ba phần tư thanh thiếu niên và người trẻ tuổi sử dụng túi ngậm nicotine cũng sử dụng ít nhất một sản phẩm thuốc lá khác.⁶⁹ Ngay cả các tập đoàn thuốc lá lớn cũng thừa nhận xu hướng sử dụng nhiều sản phẩm cùng lúc đang gia tăng. Giám đốc điều hành của BAT trình bày trong một bài thuyết trình với nhà đầu tư năm 2026 rằng việc sử dụng đa dạng sản phẩm "thuộc danh mục mới" đã tăng gấp năm lần trong 5 năm qua.⁷⁰

Hơn nữa, túi ngậm nicotine có nguy cơ trở thành điểm khởi đầu dẫn đến việc sử dụng nicotine, thay vì là công cụ giúp người dùng cai nghiện nicotine. Ngoài việc nhắm mục tiêu vào giới trẻ, nhóm vốn có tỷ lệ hút thuốc thấp hơn người trưởng thành, một số loại túi ngậm nicotine còn hướng đến nhóm người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe, vốn ít có khả năng sử dụng thuốc lá, bằng cách quảng cáo túi ngậm nicotine như một sản phẩm giúp tăng cường hiệu suất nhận thức và thể chất.^{72, 73} Các nhà nghiên cứu đã tìm thấy những ví dụ về việc túi ngậm nicotine được tiếp thị chéo với gói caffeine ở Ấn Độ, và sản phẩm túi ngậm này được giới thiệu trong các video như một chất bổ sung giúp tăng cường nhận thức tương đương với caffeine ở Mexico.^{74, 75}



Vì sao ngành thuốc lá muốn người tiêu dùng chuyển từ thuốc lá điện tử sang túi ngậm nicotine

Mặc dù các công ty thuốc lá xuyên quốc gia không công khai quảng cáo túi ngậm nicotine như một sản phẩm hỗ trợ cai thuốc lá điện tử, nhưng đã có báo cáo về việc người tiêu dùng sử dụng các túi ngậm này để cố gắng giảm bớt hoặc bỏ thuốc lá điện tử. Đối với các công ty thuốc lá xuyên quốc gia, đây có thể được xem là một "chiến thắng", không phải về mặt sức khỏe cộng đồng mà về mặt lợi nhuận.

TTC chiếm một phần tương đối nhỏ trong thị trường thuốc lá điện tử toàn cầu. Tuy nhiên, họ vẫn dẫn đầu thị trường túi ngậm nicotine. Việc chuyển hướng người tiêu dùng sang các nhãn hiệu túi ngậm nicotine thuộc sở hữu của TTC có thể giúp các công ty thuốc lá giành lại những khách hàng trước đây đã chuyển từ dùng sản phẩm thuốc lá của họ sang thuốc lá điện tử của các đối thủ không thuộc TTC, từ đó bảo vệ lợi nhuận cuối cùng. Nồng độ nicotine cũng có thể vượt quá nồng độ trong thuốc lá điện tử, đặc biệt là ở những nơi mà các loại túi ngậm nicotine không được kiểm soát chặt chẽ, làm tăng nguy cơ gây nghiện và khiến việc cai nghiện trở nên khó khăn hơn.

Túi ngậm nicotine tiềm ẩn rủi ro sức khỏe trong ngắn hạn, còn rủi ro dài hạn vẫn chưa được biết rõ

Việc sử dụng nicotine tiềm ẩn nhiều nguy cơ đối với sức khỏe, đặc biệt là ở người trẻ tuổi. Nicotine ở bất kỳ dạng nào cũng có thể ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển não bộ của thanh thiếu niên, bao gồm khả năng học tập, ghi nhớ và chức năng điều hành của não bộ.⁷⁶

Các nguy cơ sức khỏe ngắn hạn liên quan đến việc sử dụng túi ngậm nicotine đang dần được phát hiện. Việc sử dụng túi ngậm được cho là có liên quan đến bệnh nha chu, và việc sử dụng túi ngậm thường xuyên có liên quan đến các tổn thương trắng trên lưỡi.^{77, 78} Một nghiên cứu cho thấy phản ứng độc tố mạnh nhất xảy ra với các sản phẩm có hương vị, đặc biệt là các loại túi có hương bạc hà và thuốc lá.⁷⁹

Các nhà nghiên cứu cũng đã phát hiện ra các chất nitrosamine đặc trưng của thuốc lá (chất gây ung thư có trong các sản phẩm thuốc lá), crom độc hại và formaldehyde trong một số sản phẩm túi ngậm nicotine.^{80, 81} Người dùng có thể tiêu thụ lượng nicotine nguy hiểm mà không nhận ra khi sử dụng các loại túi ngậm có hàm lượng nicotine rất cao hoặc sử dụng nhiều túi cùng một lúc, như trường hợp của các sinh viên ở Anh.⁸²

Vì các loại túi ngậm nicotine là một sản phẩm tương đối mới, nên chưa có dữ liệu theo dõi dài hạn nào cho thấy tác động lâu dài của chúng đối với sức khỏe. Mặc dù ngành thuốc lá có thể đánh đồng việc chưa có bằng chứng về tác hại với việc sản phẩm giúp "giảm thiểu tác hại", thực tế là những tác động lâu dài đối với sức khỏe vẫn chưa được biết rõ. Một đánh giá tổng quan tài liệu về 62 nghiên cứu về túi ngậm nicotine đã kết luận rằng hầu hết các dữ liệu quan trọng về loại túi này đều đến từ các nghiên cứu do ngành thuốc lá tài trợ, do đó "vô cùng cần thiết" phải có một nghiên cứu độc lập.⁸³

Đề xuất

Việc thiếu vắng các quy định kiểm soát đang khiến việc sử dụng túi ngậm nicotine gia tăng nhanh chóng dưới sự thúc đẩy của các công ty thuốc lá xuyên quốc gia. Nếu không có các quy định cần thiết, các công ty thuốc lá và các nhà sản xuất khác có thể thoải mái triển khai toàn bộ các chiến thuật của mình để lôi kéo càng nhiều người dùng càng tốt.

Các chính phủ phải hành động ngay bây giờ để kiểm chế và, ở một số quốc gia, ngăn chặn một đại dịch nicotine mới có thể sánh ngang với đại dịch thuốc lá điện tử hiện nay.

Tại những nơi túi ngậm nicotine chưa bị cấm hoàn toàn, chính phủ có thể bảo vệ giới trẻ bằng cách:



Quy định về bao bì, bao gồm: • áp dụng bao bì đơn giản • yêu cầu in cảnh báo sức khỏe nổi bật • tiêu chuẩn hóa việc ghi nhãn hàm lượng nicotine

Ban hành quy định đối với hoạt động bán lẻ tại cửa hàng và trực tuyến, bao gồm cả việc áp đặt giới hạn độ tuổi

Cấm mọi hoạt động quảng cáo, khuyến mãi và tài trợ cho các loại túi ngậm nicotine

Áp dụng mức thuế đủ cao để hạn chế thanh thiếu niên tiếp cận sản phẩm

Triển khai các chiến dịch truyền thông hướng đến giới trẻ nhằm nâng cao nhận thức về túi ngậm nicotine

Giới hạn hàm lượng nicotine

Cấm các hương vị và chất phụ gia tạo hương được bổ sung sau khi sản phẩm được đưa ra thị trường

Lường trước sự can thiệp chính sách từ các công ty thuốc lá và nicotine, đồng thời sẵn sàng bác bỏ những can thiệp đó

Vì những tác động lâu dài đến sức khỏe vẫn chưa được biết rõ, và xét đến lịch sử lâu dài của ngành thuốc lá trong việc quảng bá các sản phẩm gây hại bất chấp những tổn hại đối với sức khỏe cộng đồng, các chính phủ cần có cách tiếp cận thận trọng đối với túi ngậm nicotine và ngăn chặn sự can thiệp của ngành thuốc lá.



Giảm thiểu tác hại hay gây thêm tác hại?

Vì không đốt cháy và không chứa thuốc lá, các công ty thuốc lá xuyên quốc gia và các đồng minh của họ thường quảng bá túi ngậm nicotine như một lựa chọn ít gây hại hơn so với hút thuốc.⁸⁴ Tuy nhiên, vì theo đuổi lợi nhuận chứ không phải sức khỏe cộng đồng, các công ty thuốc lá xuyên quốc gia có thể đang tiếp cận những nhóm người tiêu dùng mới, và từ đó tạo ra những tác hại mới.

Các công ty thuốc lá xuyên quốc gia có một lịch sử lâu dài trong việc phát triển và quảng bá mạnh mẽ các sản phẩm mà họ ngụ ý là "an toàn hơn" so với những sản phẩm trước đó, mặc dù biết rõ điều đó không đúng. Ngành này đã làm điều đó với các loại thuốc lá "nhẹ", "ít hắc ín" và có đầu lọc. Nhiều thập kỷ sau, họ tiếp thị thuốc lá điện tử và các sản phẩm thuốc lá đốt nóng là "giảm thiểu rủi ro", mặc dù tác động lâu dài đối với sức khỏe của các sản phẩm này vẫn chưa được biết rõ.⁸⁵ Có bằng chứng cho thấy ngành thuốc lá đang lặp lại chính "kịch bản" này với các loại túi ngậm nicotine.

Để củng cố lập luận về "giảm thiểu tác hại", một số công ty thuốc lá xuyên quốc gia đang thúc đẩy một cách diễn giải sai lệch về cái gọi là "Trải nghiệm Thụy Điển". Một số nhà nghiên cứu cho rằng tỷ lệ hút thuốc tương đối thấp ở Thụy Điển là do nước này tiêu thụ nhiều snus (snus là một loại túi ngậm có chứa lá thuốc lá). Một số công ty thuốc lá xuyên quốc gia và đồng minh của họ đã lợi dụng lập luận này để thúc đẩy việc sử dụng túi ngậm nicotine.⁸⁶

Việc cố tình đánh đồng snus với túi ngậm nicotine là gây hiểu nhầm. Snus là một sản phẩm khác với các loại túi ngậm nicotine (loại này chỉ xuất hiện trên thị trường vào cuối những năm 2010). Hơn nữa, các chuyên gia y tế Thụy Điển đã chỉ rõ lịch sử thực hiện các biện pháp kiểm soát thuốc lá mạnh mẽ của nước này có liên quan đến tỷ lệ hút thuốc giảm và khẳng định rằng "không có bằng chứng thống kê" nào cho thấy snus là nguyên nhân gây ra hiện tượng này.⁸⁷ Cơ Quan Y Tế Công Cộng Thụy Điển đã bày tỏ lo ngại về tỷ lệ sử dụng túi ngậm nicotine và thuốc lá điện tử ngày càng gia tăng trong giới trẻ và đề xuất đưa túi ngậm nicotine vào các chương trình nỗ lực phòng, chống tác hại của thuốc lá.⁸⁸

Tỷ lệ sử dụng túi ngậm nicotine đang tăng nhanh, và việc thiếu các quy định pháp lý cùng với hoạt động tiếp thị rầm rộ của ngành thuốc lá đe dọa lôi kéo thêm những người sử dụng mới và làm tình trạng lệ thuộc nicotine ở những người đang sử dụng trở nên nghiêm trọng hơn. Do đó, mặc dù những người hút thuốc trưởng thành chuyển hoàn toàn sang sử dụng túi ngậm nicotine có thể giảm tiếp xúc với một số chất độc hại, nhưng tác hại đối với toàn xã hội sẽ không giảm nếu một thế hệ mới và những người chưa từng sử dụng nicotine trở nên lệ thuộc vào các sản phẩm gây hại này, trong khi các tác động lâu dài đến sức khỏe vẫn chưa được biết rõ.

Chú thích cuối trang

- ¹ Azzopardi D, Liu C, Murphy J. Chemical characterization of tobacco-free “modern” oral nicotine pouches and their position on the toxicant and risk continuums. *Drug Chem Toxicol* [Internet]. 2022;45(5):2246–54. Available from: <http://dx.doi.org/10.1080/01480545.2021.1925691>
- ² Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ³ Mallock N, Schulz T, Malke S, Dreijack N, Laux P, Luch A. Levels of nicotine and tobacco-specific nitrosamines in oral nicotine pouches. *Tob Control* [Internet]. 2024;33(2):193–9. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057280>
- ⁴ Jewell T. How much nicotine is in a cigarette and other tobacco products? [Internet]. Healthline. Healthline Media; 2019. Available from: <https://www.healthline.com/health/how-much-nicotine-is-in-a-cigarette>
- ⁵ Wadgave U, Nagesh L. Nicotine replacement therapy: An overview. *Int J Health Sci (Qassim)* [Internet]. 2016;10(3):425–35. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5003586/>
- ⁶ Heshmati J, Bates EL, Shahen S, Visintini S, Quirouette E, Mullen K-A, et al. Nicotine pouch pharmacokinetics compared to smoked tobacco: A systematic review and meta-analysis. *Drug Alcohol Depend Rep* [Internet]. 2025;17(100389):100389. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.dadr.2025.100389>
- ⁷ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ⁸ World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- ⁹ Han D-H, Harlow AF, Miech RA, Bae D, Cho J, Dai HD, et al. Nicotine pouch and E-cigarette use and co-use among US youths in 2023 and 2024. *JAMA Netw Open* [Internet]. 2025;8(4):e256739. Available from: <http://dx.doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2025.6739>
- ¹⁰ CDC Foundation. Monitoring tobacco product use among youth and young adults in the U.S. TEEN+ Data Brief, Issue 2. 2025. Available from: <https://tobacomonitoring.org/wp-content/uploads/2025/09/Tobacco-Epidemic-Evaluation-Network-Data-Brief-Issue-2.pdf>
- ¹¹ Truth Initiative. What is Zyn and what are oral nicotine pouches? 2026 Jan 7. Available from: <https://truthinitiative.org/research-resources/emerging-tobacco-products/what-zyn-and-what-are-oral-nicotine-pouches>
- ¹² East K, Tattan-Birch H, Taylor E. What are the characteristics of people who use nicotine pouches and what types of pouches are being used? Data from an online cross-sectional survey of UK adults. *PLoS One* [Internet]. 2025;20(10):e0332962. Available from: <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0332962>
- ¹³ Sun H, Tattan-Birch H, Oldham M, Cox S, Jackson SE. Oral nicotine pouch use among U.S. middle and high school students, 2021–2023 [Internet]. medRxiv. 2026. Available from: <http://dx.doi.org/10.64898/2026.01.28.26345040>
- ¹⁴ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ¹⁵ Rossel S. The potential of pouches. *Tobacco Reporter* [Internet]. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2024/01/30/the-potential-of-pouches/>
- ¹⁶ C.Murray. Nicotine pouches prove a hit but come under increasing scrutiny. *The Financial Times* [Internet] 2024 Nov 5. Available from: <https://www.ft.com/content/8a4ab7c8-574c-4aa7-a8bb-7f6ef0d4b973>
- ¹⁷ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ¹⁸ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ¹⁹ Rossel S. The potential of pouches. *Tobacco Reporter* [Internet]. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2024/01/30/the-potential-of-pouches/>
- ²⁰ Campaign for Tobacco-Free Kids. Nicotine pouches. 2025 Oct 15. Available from: <https://www.tobaccofreekids.org/what-we-do/global/nicotine-pouches>
- ²¹ Campaign for Tobacco-Free Kids. Nicotine pouches. 2025 Oct 15. Available from: <https://www.tobaccofreekids.org/what-we-do/global/nicotine-pouches>
- ²² Donahue T. Nordic Spirit booming in Philippines. *Tobacco Asia*. 2025 Jul 15. Available from: <https://www.tobaccoasia.com/news/nordic-spirit-booming-in-philippines/>
- ²³ Akinseinde-Jayeoba K. CAPP raises alarm as 781 nicotine, tobacco products flood Nigerian market. *Nigerian Tribune*. 2026 Feb 12. Available from: <https://tribuneonline.ng/cappa-raises-alarm-as-781-nicotine-tobacco-products-flood-nigerian-market/>
- ²⁴ PMI to double Zyn investment in Ukraine. *Tobacco Reporter*. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/04/08/pmi-to-double-zyn-investment-in-ukraine/>
- ²⁵ Vandermeulen J. Building a \$3trn economy: the case for supporting legitimate businesses. *Business Recorder*. 2025 Feb 20. Available from: <https://www.brecorder.com/news/40348991>
- ²⁶ Truth Initiative. Philip Morris International to invest over \$800 million to meet growing Zyn market . 2024 Sep 18. Available from: <https://truthinitiative.org/research-resources/emerging-tobacco-products/philip-morris-international-invest-over-800-million>
- ²⁷ Tobacco Insider. British American Tobacco: manufacturing. *Tobacco Insider*. 2026 Jan 15. Available from: <https://tobaccoinsider.com/british-american-tobacco-manufacturing/>
- ²⁸ PMI to double Zyn investment in Ukraine. *Tobacco Reporter*. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/04/08/pmi-to-double-zyn-investment-in-ukraine/>
- ²⁹ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ³⁰ Grilo, G, Carrington, D, Hartmuller, R, Albuquerque, B, Muggli, M, Welding, K. Global regulatory scenario for nicotine pouches. Institute for Global Tobacco Control, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health and International Legal Consortium, Campaign for Tobacco Free Kids. October 6, 2025. Available from: https://www.globaltobaccocontrol.org/sites/default/files/2025-10/FINAL_Global%20Regulatory%20Scenario%20of%20Nicotine%20Pouches_07Oct2025.pdf
- ³¹ Duren M, Atella L, Welding K, Kennedy RD. Nicotine pouches: a summary of regulatory approaches across 67 countries. *Tob Control* [Internet]. 2023;tc-2022-057734. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057734>

- 32 Chapman M. BAT says it won't make nicotine pouches in Kenya amid over proposed health warnings [Internet]. The Examination. 2024 [cited 2026 June 2]. Available from: <https://www.theexamination.org/articles/bat-says-it-won-t-make-nicotine-pouches-in-kenya-amid-over-proposed-health-warnings>
- 33 World Bank Group. Confronting illicit tobacco trade : a global review of country experiences (Vol. 1 of 2). WBG Global Tobacco Control Program. 2019 Jan 1. Available from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/677451548260528135>
- 34 Chapman M. BAT says it won't make nicotine pouches in Kenya amid over proposed health warnings [Internet]. The Examination. 2024 [cited 2026 June 2]. Available from: <https://www.theexamination.org/articles/bat-says-it-won-t-make-nicotine-pouches-in-kenya-amid-over-proposed-health-warnings>
- 35 U.S. Food and Drug Administration. FDA authorizes marketing of 20 ZYN nicotine pouch products after extensive scientific review. 2025 Jan 16. Available from: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-20-zyn-nicotine-pouch-products-after-extensive-scientific-review>
- 36 STOP. Zyn's FDA authorization: a global marketing tool for the tobacco industry. 2026 June. Available at: <https://exposetobacco.org/resource/zyn-nicotine-pouches-fda/>
- 37 Mehegan J, Gallagher A, Elmitwalli S, Edwards R, Gilmore A. Analysis of Philip Morris International's "aspirational" target for its 2025 cigarette shipments. Tob Control [Internet]. 2025;34(e1):e57–63. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2023-058511>
- 38 British American Tobacco. Transforming & winning: CAGNY conference 2026. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Presentation.pdf
- 39 Czaplicki L, Tfayli D, Spindle TR, Ibrahim M, Kennedy RD, Dowd A, et al. Content analysis of marketing features in US nicotine pouch ads from 2021 to 2023. Tob Control [Internet]. 2024;tc-2024-059010. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2024-059010>
- 40 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 41 Department of Health, Behavior and Society. "Discreet" and "convenient": how oral nicotine pouch ads appeal to the youth market. Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health. 2025 Apr 3. Available from: <https://publichealth.jhu.edu/2025/how-oral-nicotine-pouch-ads-appeal-to-the-youth-market>
- 42 MacGregor A, Shields J, Hamid A, Holman E, Biggs H, Minty S, et al. "I'd rather have worse gums than worse lungs": Young people's views of nicotine pouches in the UK. Addiction [Internet]. 2025;(add.70214). Available from: <http://dx.doi.org/10.1111/add.70214>
- 43 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 44 Khan SA, Zahra FT, Farzeen M, Khan A, Siddiqi K, Bauld L, et al. The perceptions of nicotine pouches among adolescents in Pakistan: A qualitative study. Nicotine Tob Res [Internet]. 2026;28(6):950–5. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntaf223>
- 45 STOP. Driving addiction: a race for future generations. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/Race-For-Future-Generations.pdf>
- 46 STOP. Driving more addiction: Philip Morris International's reappearance on F1 cars marks 50 years of using F1 to sell addictive, harmful products. 2025 Dec 8. Available from: <https://exposetobacco.org/news/50-years-of-using-f1-to-sell-addiction/>
- 47 Vogel EA, Tackett AP, Unger JB, Gonzalez MJ, Peraza N, Jafarzadeh NS, et al. Effects of flavour and modified risk claims on nicotine pouch perceptions and use intentions among young adults who use inhalable nicotine and tobacco products: a randomised controlled trial. Tob Control [Internet]. 2025;34(3):315–22. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2023-058382>
- 48 Gonzalez LF, Friedman TC. Nicotine pouches: A wolf in sheep's clothing. Tob Prev Cessat [Internet]. 2026;12. Available from: <http://dx.doi.org/10.18332/tpc/211847>
- 49 Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. Int J Dent [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
- 50 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 51 Cohen JE, Ibrahim M, Saraf S, Welding K, Luo W, McWhirter KJ, et al. Velo (BAT) buffet of oral nicotine pouches in Pakistan: varying brand variant levels of nicotine, menthol and other flavour chemicals. Tob Control [Internet]. 2025;tc-2024-059139. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2024-059139>
- 52 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- 53 National Institute of Cancer Prevention and Research. Unmasking nicotine pouches in India: product availability and industry tactics. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India. 2026 Jun. Available from: https://nicpr.org/wp-content/uploads/2026/06/FactSheet_on_NicAlert_Study_in_India.pdf
- 54 <https://pouched.in/>
- 55 Salud Justa. Alerta ciudadana sobre las bolsas de nicotina, la nueva estrategia de las tabacaleras (Citizen alert regarding nicotine pouches, the new strategy of tobacco companies). 2024 Sep 17. Available from: <https://saludjusta.mx/alerta-ciudadana-sobre-las-bolsas-de-nicotina-la-nueva-estrategia-de-las-tabacaleras/>
- 56 Farzeen M, Moodie C, Khan Z, Khan SA, Ansari S, Khan A, et al. The availability and marketing of nicotine pouches at tobacco-selling points-of-sale in Pakistan. Nicotine Tob Res [Internet]. 2026;28(2):292–7. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntaf069>
- 57 Akhlaque G, Siddiqui MMU, Iqbal R, Vancy AA, Khan JA, Naz S. Marketing strategies and consumer and sellers perception about oral nicotine pouches in Karachi, Pakistan. Tob Use Insights [Internet]. 2024;17:1179173X241308145. Available from: <http://dx.doi.org/10.1177/1179173X241308145>

- 58 Food Panda. Tobacco hub. Available from: <https://www.foodpanda.pk/shop/ct5f/tobacco-hub/category/6fdf5eb7-e084-423d-bd4b-49617ea056e3?srltid=AfmBOoo32r3FTkudCQKIK93msHYNqnG0AZpZ968VIENCEJ5THSWTrtxz>
- 59 Nicotine-pouches.org. Free nicotine pouch samples UK (2026 guide). 2025 Apr 6. Available from: <https://nicotine-pouches.org/nicotine-pouches-uk-free-sample>
- 60 Nordic Spirit UK. Claim a free sample. Available from: <https://nordicspirit.co.uk/free-sample>
- 61 Zyn UK. Try the world's no. 1 nicotine pouch brand* for free. Available from: <https://www.zyn.com/gb/en/try-zyn.html>
- 62 Velo UK. Free nicotine pouch sample. Available from: <https://www.velo.com/gb/en/free-can>
- 63 Das S. Influencers and freebies: Big Tobacco's push to sell nicotine pouches in UK. The Guardian [Internet]. 2023 July 30. Available from: <https://www.theguardian.com/business/2023/jul/30/influencers-and-freebies-big-tobaccos-push-to-sell-nicotine-pouches-in-uk>
- 64 Vesty H. Firm offering free samples in Manchester city centre responds after punters claim "it's a bit dodgy." Manchester Evening News [Internet]. 2026 Mar 25. Available from: <https://www.manchestereveningnews.co.uk/news/greater-manchester-news/caffeine-pouch-firm-denies-claims-33651500>
- 65 Clarke L. Tobacco firm Velo under fire for giveaways at Temple Meads station [Internet]. Bristol Live. 2025 Apr 29. Available from: <https://www.bristolpost.co.uk/news/bristol-news/tobacco-firm-velo-under-fire-10138564>
- 66 Pooran N. Crackdown on snus-style nicotine pouches in 'smokefree generation' law. Independent [Internet]. 2025 May 6. Available from: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/snus-illegal-vapes-smoking-law-b2745627.html>
- 67 Heshmati J, Shahan S, Bates EL, Visintini S, Quirouette E, Mullen K-A, et al. Nicotine pouches and clinical outcomes related to smoking cessation: A systematic review of randomized trials. Addiction [Internet]. 2025;(add.70193). Available from: <http://dx.doi.org/10.1111/add.70193>
- 68 Hartmann-Boyce J, Tattan-Birch H, Brown J, Shahab L, Goniewicz ML, Ma CL, et al. Oral nicotine pouches for cessation or reduction of use of other tobacco or nicotine products. Cochrane Database Syst Rev [Internet]. 2025;10(10):CD016220. Available from: <http://dx.doi.org/10.1002/14651858.CD016220.pub2>
- 69 CDC Foundation. Monitoring tobacco product use among youth and young adults in the U.S. TEEN+ Data Brief, Issue 2. 2025. Available from: <https://tobacomonitoring.org/wp-content/uploads/2025/09/Tobacco-Epidemic-Evaluation-Network-Data-Brief-Issue-2.pdf>
- 70 British American Tobacco. 2026 Consumer Analyst Grop of New York (CAGNY) Conference. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Prepared_Remarks.pdf
- 71 British American Tobacco. 2026 Consumer Analyst Grop of New York (CAGNY) Conference. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Prepared_Remarks.pdf
- 72 Tech offices offering nicotine pouches as workplace perk [Internet]. Tobacco Reporter; 2026. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/03/06/tech-offices-offering-nicotine-pouches-as-workplace-perk/>
- 73 Foster T. The dangers of America's nicotine boom [Internet]. Men's Health. 2026 Jan 13. Available from: <https://www.menshealth.com/health/a69730176/nicotine-boom-dangers/>
- 74 National Institute of Cancer Prevention and Research. Unmasking nicotine pouches in India: product availability and industry tactics. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India. 2026 Jun. Available from: https://nicpr.org/wp-content/uploads/2026/06/FactSheet_on_NicAlert_Study_in_India.pdf
- 75 Salud Justa Mx. Estrategias de posicionamiento y comercialización de bolsas de nicotina en México. 2026. Available from: https://saludjusta.mx/wp-content/uploads/Estrategias-de-posicionamiento-y-comercializacion-de-bolsas-de-nicotina-en-Mexico_SJMX.pdf
- 76 Castro EM, Lotfipour S, Leslie FM. Nicotine on the developing brain. Pharmacol Res [Internet]. 2023;190(106716):106716. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.phrs.2023.106716>
- 77 Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. Int J Dent [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
- 78 Miluna-Meldere S, Vanka SA, Skadins I, Kroica J, Sperga M, Rostoka D. Oral mucosal changes caused by nicotine pouches: case series. Diagn Pathol [Internet]. 2024;19(1):127. Available from: <http://dx.doi.org/10.1186/s13000-024-01549-3>
- 79 Miluna-Meldere S, Vanka SA, Skadins I, Kroica J, Sperga M, Rostoka D. Oral mucosal changes caused by nicotine pouches: case series. Diagn Pathol [Internet]. 2024;19(1):127. Available from: <http://dx.doi.org/10.1186/s13000-024-01549-3>
- 80 Mallock N, Schulz T, Malke S, Drejack N, Laux P, Luch A. Levels of nicotine and tobacco-specific nitrosamines in oral nicotine pouches. Tob Control [Internet]. 2024;33(2):193–9. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057280>
- 81 Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. Int J Dent [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
- 82 Clegg R. The rising use of nicotine pouches snus - and risk to gums and teeth. BBC [Internet]. 2025 Jul 19. Available from: <https://www.bbc.com/news/articles/c9395ywg73o>
- 83 Travis N, Warner KE, Goniewicz ML, Oh H, Ranganathan R, Meza R, et al. The potential impact of oral nicotine pouches on public health: A scoping review. Nicotine Tob Res [Internet]. 2025;27(4):598–610. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntae131>
- 84 Reimann H, Berger M, Eckert E, Merches K, Börnke F. Beyond smoking: Risk assessment of nicotine in pouches. Toxicol Rep [Internet]. 2024;13(101779):101779. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.toxrep.2024.101779>
- 85 STOP. Understanding heated tobacco products (HTPS): current issues and recent findings. 2025, apr 30. Available from: <https://exposetobacco.org/resource/understand-heated-tobacco-products/>

- ⁸⁶ Tobacco Tactics. The Swedish experience. 2026 Feb 25. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/the-swedish-experience/>
- ⁸⁷ Ermann LL, Klefbom L. Swedish tobacco policy: Key learnings to decrease smoking and challenges that still lie ahead. Tob Prev Cessat [Internet]. 2024;10. Available from: <http://dx.doi.org/10.18332/tpc/196350>
- ⁸⁸ The Public Health Agency of Sweden. Vägen till ett rökfritt Sverige (The road to a smoke-free Sweden). Available from: <https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/andts/forebyggande-arbete-inom-andts/tobak-och-liknande-produkter/vagen-till-ett-rokfritt-sverige/>



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Giới thiệu về STOP

STOP là một tổ chức giám sát ngành công nghiệp thuốc lá trên toàn cầu, với sứ mệnh vạch trần những "thủ đoạn" của ngành thuốc lá đang làm suy yếu sức khỏe cộng đồng. Là mạng lưới gồm các tổ chức học thuật và y tế công cộng, STOP tiến hành nghiên cứu và theo dõi, giám sát ngành thuốc lá, chia sẻ thông tin nhằm đối phó với các chiến thuật của ngành thuốc lá và vạch trần những hành vi sai trái của ngành này trước công chúng toàn cầu. STOP được Bloomberg Philanthropies tài trợ trong khuôn khổ [Sáng Kiến Bloomberg về Giảm sử dụng thuốc lá](#). Để biết thêm thông tin, hãy truy cập exposetobacco.org.