

避孕套在美国的推广及其启示

周云

(北京大学人口研究所, 北京 100871)

摘要: 在美国, 避孕套是一种受欢迎的可避孕可预防传染病的工具。本文利用相关文献资料并通过实地考察, 研究了避孕套在美国的推广等问题。这类研究对在中国进一步开展计划生育、增进民众防病意识、提高公众健康水平有一定的借鉴意义。

关键词: 避孕套; 美国

中图分类号: R169 文献标识码: A 文章编号: 1000-4149(2004)06-0037-05

Production and Promotion of Condom Use in the United States

ZHOU Yun

(Institute of Population Research, Peking University, Beijing 100871)

Abstract: Condom is a popular contraceptive as well as disease prevention method in the United States. With information from second-hand sources and a small-scale field study, this research examines sales of condom and promotion of condom use in the United States. It is important to study the experience of condom use promotion in the U. S., in hoping to convince more Chinese to adopt the method for fertility control as well as for disease prevention purpose.

Keywords: condom; U. S.

在许多人看来, 避孕套是一种避孕的手段和方法, 但实际上它的发明本意更多是为了防止性病^[1]。据说, 避孕套于18世纪首先出现在英国, 但“避孕套”这一名词开始叫响却是在18世纪时的法国^[2]。有研究认为, 正确且经常使用避孕套这一男性避孕方法, 其避孕效果可达到97%; 即便使用方法有误, 避孕效果也可达到86%^[3]。避孕套在许多国家都很受欢迎。美国1982~1990年间避孕套的使用率在10%^[4], 尽管这一比例与日本等国家相比较低, 但仍高出中国2002年时使用率的5.11个百分点^[5]。笔者认为, 使用避孕套的不同比例不仅与每个国家的生育政策、人们的生育行为、个人生育信念以及预防特别是性病和艾滋病的紧迫性有关, 也与产品的宣传推广有密切的联系。本文利用相关的文献, 结合小范围实地调查, 主要研究避孕套在美国作为一种商品的市场运作及推广宣传并总结对我国计划生育和预防疾病有参考价值的一些经验。

一、避孕套的种类与销售渠道

1. 避孕套的种类

目前市场上避孕套的制做材料主要是乳胶, 但也有少量产品出自动物内脏膜皮。动物内脏膜皮制成的避孕套在抵御疾病方面被认为有一定的缺陷, 乙肝病毒、单纯疱疹病毒以及艾滋病病毒等都有可能穿透内膜, 导致疾病的传播。当然如果使用避孕套主要是为了计划生育, 橡胶或者膜皮制成的避孕套都能起到作用。20世纪中后期FDA通过了至少2种塑料避孕套的生产和使用(“前卫”[“Avanti”]、“超级特洛伊”[“TrojanSupra”]), 因

收稿日期: 2004-04-05

作者简介: 周云(1959-), 女, 山东青岛人, 博士, 北京大学人口研究所副教授。

此目前在美国市面上可以见到3种不同材料制成的作用、功能和价格各异的避孕套。表1是对避孕套的种类及相关项目所做的简明分类。

表1 美国避孕套的种类及其特点

种类	橡胶制	膜皮制	塑料制
品牌	多种多样	“福雷克斯” (“Fourex”); “野羔羊” (“Naturalamb”)	“前卫” (“Avanti”); “实际” (“Reality”)
制作材料	天然橡胶	羊内脏膜皮	塑料
价格	低廉	低廉/中档	昂贵
可否避孕	可	可	可
可否防止性病	可	不可	有可能

资料来源: 见参考文献 [15]

2. 销售渠道

在早期, 避孕套在美国的销售渠道比较零散^①, 大公司坚持单一渠道销售。例如, 杨斯公司^②只通过药店售卖自己的品牌避孕套。公司在自己产品的宣传品上称: “我们通过只卖一种品牌的避孕套来保护药商; 我们产品的质量是厂家所能提供的最好的质量……我们的产品由负责责任的药商和我们自己的代理商只在药店售卖”^[6]。而现今, 避孕套在美国的销售渠道五花八门——综合超市、药店^③、折扣店、杂货店、街头小商品; 服务性商店——加油站、报亭、烟铺、旅馆, 甚至理发店; 自动售卖机; 间接订购途径——网络订购和邮政订购。从目前市面上避孕套的销量渠道排名看, 药店销量最大, 其次是大卖场 (mass merchants), 然后是大小食品超市^[7]。有“家庭生育”专柜的超市能够吸引更多顾客在此购买避孕套。表2显示了几种主要销售渠道的不同销售份额。

表2 20世纪90年代美国家庭生育计划用品
在不同渠道的销售额

销售途径	价值 (百万, 美元)	%
药店	181	63.5
大卖场	56	19.7
食品超市	48	16.8
总计	285	100

资料来源: 转引自 Radice, 1996^[8]。这里提到的家庭生育计划用品中大约87%是避孕套。

二、避孕套使用的推广

1861年, 《纽约时报》刊登了美国第一例关于避孕套的广告。10多年后 (1873年), 美国通过了以安东尼·科姆斯托 (Anthony Comstock) 命名的科姆斯托克法。该法律将任何与家庭生育计划和避孕有关材料、物品都定为淫秽物品类别, 禁止在美国境内以任何形式做关于家庭生育计划或避孕的广告, 同时还授予邮政系统没收任何邮寄的避孕套的权力^[9]。

20世纪20年代前后性病开始在美国泛滥, 之后纽约和其他几个州开始修改本州的法律, 允许医生开避孕套的处方, 以防止性病^[10]。当时社会只承认避孕套是预防疾病的一种方法, 而不承认它是一种简单的避孕方法。1936年美国最高法院做出了与科姆斯托克法有所不同且对推广使用避孕套十分有利的决定: 禁止邮寄家庭生育计划信息的法规与医生分发用以拯救患者生命或提高患者生存质量、使之精神得到福康的材料并不矛盾^[11]。1965年最高法院在“格里斯沃尔德诉康涅狄格”一案后又做出了完全认可以避孕为目的使用避孕套的决定。从此与避孕套相关的广告、小册子、宣传材料不再受到任何限制, 开始出现在很多场合^[12]。

1974年时美国仍有29个州有不同的法规限制分发、买卖 (在什么地方交易、同什么人进行交易)、陈列避孕套, 同时限制为避孕套做广告^[13]。有的州将避孕套列为预防疾病类用具, 有的州则将其列为既预防疾病又能避孕的用具, 并用不同的法律规定不同种类的避孕用具如何买卖^④。也有的州通过药品管理条例或法令来管理药

① 例如旅馆服务员、电梯司机、沿街叫卖小贩、理发师、酒吧招待员、食品杂货店店员、香烟摊贩、饭店服务员、裁缝、汽车加油站服务员、擦鞋匠、老虎机经营人员以及兄弟会公寓的学生等。

② 目前美国五大主要避孕套生产厂家是: 朱利叶斯·施米德股份有限公司、卡特·华莱士公司 (前身是杨斯橡胶股份有限公司)、安塞尔股份有限公司、塞弗得克股份有限公司 (前身是美国橡胶集团公司)、基利安胶乳公司。

③ 美国的药店并非只卖药品, 也兼售各种杂货, 例如护肤卫生用品、文具、少量食品、家庭清洁用品以及其他家庭产品。称其为药店多因这种商店内有一个独立的处方药药房, 人们可以在这里买到处方药。

④ 英文中有两个关于避孕用具的词, prophylactics 和 contraceptives。有的州将 prophylactics 定义为可预防疾病和怀孕的工具; 有的州将 prophylactics 只定义为预防疾病, 特别是性病的用具, 而 contraceptives 只是防止怀孕的用具。contraceptives 更具有计生、避孕的含义; prophylactics 更有预防疾病的含义。

品药具（包括避孕套）的零售和批发，从而直接或间接地影响到避孕套的生产、分发、买卖、价格、宣传和陈列。

经过避孕套生产的第二次技术革命^①，避孕套产量增加，价格降低，销量也提高了。避孕套的使用从过去的富有阶层扩展到社会的各个阶层。早期利用动物内脏膜皮制做的避孕套价格十分昂贵，只有少数有钱人才使用得起。到了上个世纪20年代，由于家庭生育计划的推广和相关活动的展开，人们开始公开讨论包括避孕套在内的避孕方法。由于无需医生的处方就可轻易获得避孕套，所以在20世纪60年代避孕药出现之前，避孕套在美国是一种相对流行的避孕方法。当然，有了法律的支持、产品质量和数量的保证，避孕套是否能得到公众的认可，是与一个人的知识、使用目的以及他所处的外部环境有很大关系。

20世纪60年代和70年代避孕药和避孕环出现后，避孕套在美国的使用量有所下降。有人利用1965和1970年全美生育调查(NFS)数据，分析了避孕套使用状况，指出避孕套在现行避孕人群中的使用率已从1965年的22%下降到1970年的14%^[14]。但20世纪80年代后，由于艾滋病在世界各地的传播以及人们认识到人类迄今为止对这种疾病仍然束手无策，社会开始从预防疾病的角度宣传避孕套的使用和知识。而橡胶制避孕套可以预防艾滋病的传播。1987年，美国食品和药物管理局曾要求制造商列出避孕套可以预防的疾病，这包括梅毒、淋病、衣原体感染、生殖器疱疹^[15]。20世纪80年代兴起的“安全的性行为”运动也使得避孕套在社会上得以广泛传播和使用。20世纪80~90年代美国避孕套使用率的上升则是与预防艾滋病的各种努力紧密相连的。美国国立卫生研究所(NIH)的研究报告发现，性病高危人群中（青少年、青年、少数民族）使用避孕套的人数增加得最快^[16]。盖森(Gamson)认为，避孕套现在已经不仅仅是一种避孕方法，人们已将避孕套与预防疾病联系在一起，将其看作是一种个人卫生用品^[17]。

历史上人们一般不公开讨论避孕套。避孕套的传统销售途径仅限于药店，而且是放在柜台下被问到时才出售。直到1955年美国才开始在商店内公开摆放避孕套^[18]。之前也有避孕套的广告和宣传品，但并非在任何地方都可以刊登。例如，1931年杨斯公司就已经在与药店相关的杂志上^②为自己仅在药店售卖的避孕套做广告^[19]。1954年施米德公司首次在美国医学会杂志上刊登了几则有关避孕套的广告，但“避孕”一词没有出现在广告上，广告内容仅与疾病控制有关^[20]。1969年杨斯公司先于其他避孕套生产厂家在《运动》杂志上登出了避孕套广告，广告词中始终未提及“避孕套”和“避孕”，其重点放在了“性病是可以预防”这一主题上。广告中明确指出医生、诊所、公共卫生组织可以提供相关信息，并强调了药剂师的作用^[21]。1970年施米德公司首次在全国畅销出版物《花花公子》上为自己的产品做了广告，广告词仍然十分模糊：“当他人忙于推出面向妇女的家庭生育计划新产品时，我们在忙于改进男用产品”^[22]。广告中和避孕套唯一相关的信息是在广告词下写有自己公司的地址并说明这一公司是三种避孕套（“福雷克斯”[Fourex]、“拉姆斯”[Ramses]、“美男子”[Sheik]）和其他精细家庭生育计划产品的生产厂家。1986~1987年美国卫生局医务主任库普(Koop)公开认可避孕套后，避孕套开始出现在各种公共场所：报刊头版、新闻广播和学校教室。教育家、医学专家和公共卫生官员鼓励人们使用避孕套。宣传的重点始终放在避孕套的有效可靠性（避孕及预防疾病）、无副作用性（对橡胶产品过敏的个别人除外）、可得性（无需医生检查就可以使用、无需医生处方就可以得到）、低价位以及方便这些特性上。1987年安塞尔公司开始通过电视和印刷品宣传自己的产品。之后，其他几家生产避孕套的大厂家也纷纷利用媒体做广告，但更多的宣传是通过价格相对便宜、信息传达更为准确的杂志这一途径来进行^[23]。

除利用电视、报刊杂志、公众活动提高人们使用避孕套的意识外，厂家还使用了其他一些行之有效的促销方法。对广大顾客，促销的方式有即时优惠券、再次购买时可用的优惠券、优惠包装、买一送一等。对零售商，促销手段更多，主要还是在价格上的优惠^[24]。推广使用避孕套的宣传活动不仅限于传媒和公众活动，厂家和商家也通过自己的网页、印刷宣传品告知公众使用避孕套的好处以及自己产品的特点。

在美国的药店、超市、杂货店都能见到避孕套。商店物品广告上经常刊登避孕套促销的种类和优惠的价格。各种商店在店内如何摆放避孕套的方式有一些不同，这与他们的销售目的、宣传与销售策略有关。笔者所到的华盛顿大学周围的连锁药店Bartell把避孕套放在“妇女用品、避孕用具、电话卡”这一货物通道内。这一通道在商店内相对角落一边，临近药房。在问到“为何摆放在此处？为何放在通道”时，这一商店经理说这些都是总部规划的，当地商店只是按规划摆放。至于进什么品牌的避孕套也由总部负责。对如此格局的解释，一是方便顾客，一旦顾客对避孕套等健康用品有疑问时可以立即到药房咨询。二是“美国人可能比较谨慎(prudence)”，不希望在特别公开的情况下查看、购买避孕一类用品。离学校步行相对较远的一个Bartell药店则将避孕套放在

① 1930~1935年间。其标志是用液态乳胶(liquid latex)替代绉纹薄橡胶(crepe rubber)为材料生产避孕套。

② 如《药商通报》(“Druggists Circular”)、《美国药商》(“American Druggists”)。

其药房左侧的婴儿用品一列里。药店工作人员和药剂师对如此安排没有任何的想法，但认为可能和“离公众眼睛远一点”有关，并说定货和摆放安排是总部决定的，当地药店不考虑这些问题。

连锁药店 RiteAid 并没有把避孕套归在某类商品下摆放，干脆将其放在药房前的架子上面。药房在整个商店的角落里，人们面对药房就可以看到避孕套。连锁蔬菜食品店 Safeway 校园附近的一个店内没有药店，避孕套就摆在离入口很近的货架上，但与其他一些简单药品放在一起。连锁蔬菜食品店 QFC 的一个店将避孕套放在“健康/美容、止痛、袜类、个人用品”类货架上。店内的一位经理说，总部会经常到各个分店巡查，根据每个分店的大小、经营地点以及以往销售避孕套的多少和品牌来决定再进哪种品牌以及进多少，摆在哪里卖也是总部考虑的问题。

三、启示

中国自 2001 年开始部分地区进入了艾滋病高发期。国家相关部门已经认识到了预防艾滋病、性病的重要性，开始广泛推广避孕套的使用并开始称避孕套为安全套。各方在总结自己的经验及教训^①的同时也研究避孕套在其他国家和地区成功推广的经验。美国避孕套的生产主要集中在几个声誉好的厂家，其中一些厂家生产避孕套已有百年以上的历史。避孕套在美国的销售渠道广泛，适合人们的各种需求。大型商店仍是避孕套销售的主要场所。知名厂家始终坚持通过大型商店和药店出售自己的知名品牌。商家也十分重视避孕套的销售方式，对人们的购物心理进行细致的分析，采用了多种优惠、促销的手段。很多商店都是大型连锁式的，店总部有专人负责市场的调研及各商店的销售状况，及时补充和调整避孕套的进货数量和种类。避孕套生产厂家和商家不同的销售和促销手段是避孕套走进千家万户的一个重要原因。

相关部门和厂商把握和利用各类社会事件，推广使用避孕套也是促使很多美国人接受避孕套的一个原因。例如，在不断修改的法律允许范围内，通过报刊杂志等百姓经常接触的媒体传播避孕套的信息；有目的的向性病、艾滋病高危人群及有计划生育需求的群体进行宣传。人们观念和使用行为的改变也与一些历史性事件相关，例如，避孕套生产技术本身的改革和质量的不断完善以及性病艾滋病的出现和流行。总之，美国避孕套生产厂家努力创建和保持知名品牌、生产高质量的产品以及社会各方结合现实通过各种途径及手段推广避孕套使用的历程，为在中国更好开展计划生育工作和预防性病、艾滋病提供了一些可借鉴的经验。

参考文献：

- [1] Gordon, Linda, 1976 *Woman's Body, Woman's Right: A Social History of Birth Control in America*. New York: Grossman Publishers.
- [2] Kruck, Wm. E., 1981, *Looking for Dr. Condom*, University: Published for the Society by University of Alabama Press.
- [3] www.drlee.org.
- [4] United Nations, Department of Economic and Social Affairs, *World Contraceptive Use*, 1998.
- [5] 国家统计局人口和社会科技统计司. *中国人口统计年鉴 2002*, 北京: 中国统计出版社, 2003.
- [6] Tone, Andrea, 2001 *Devices and Desires: A History of Contraceptives in America*. N. Y.: Hill and Wang.
- [7] Cohen, Jeffrey, 1995 "Condoms: fighting for share," *Progressive Grocer*, v. 74 (10): 93- 94.
- [8] Radice, Carol, 1996 "Condoms: protecting your share," *Progressive Grocer*, v. 75 (10): 134, 136.
- [9] Broun, Heywood and Margaret Leech, 1927 *Anthony Comstock: Roundsman of the Lord*. New York: The Literary Guild of America.
- [10] McCann, Carole R. 1994 *Birth Control Politics in the United States, 1916- 1945*. Ithaca: Cornell University Press.
- [11] Baker, Samuel A. 1974 "Advertising make contraceptives," IN *The Condom: Increasing utilization in the United States*. (Redford, Myron H., Gordon W. Duncan, and Denis J. Prager, eds.), pp. 115- 130. San Francisco: San Francisco Press, Inc.
- [12] 同注 [11].
- [13] Cook, Rebecca J. 1974 "State laws regulating condoms," IN *The Condom: Increasing utilization in the United States*. (Redford, Myron H., Gordon W. Duncan, and Denis J. Prager, eds.), pp. 59- 70. San Francisco: San Francisco Press, Inc.
- [14] Westoff, Charless F. and Norman B. Ryder, 1977 *The Contraceptive Revolution*. Princeton: Princeton University Press.
- [15] "Can you rely on condom", 1989, *Consumer Report*# 54, Mar.: 135- 142.
- [16] Cates, Willard, Jr., 2001 "The NIH condom report: the glass is 90% full," *Family Planning Perspectives*, v. 33 (5): 231- 233.
- [17] Gamson, Joshua 1993 "Rubber Wars: Struggles over the condom in the United States," IN *American Sexual Politics: sex, gender, and race since the civil war* (ed. By John C. Fout and Maura Shaw Tantillo), PP. 311- 332 Chicago: The University of Chicago Press.
- [18] Redford, Myron H., Gordon W. Duncan, and Denis J. Prager, 1974 *The Condom: Increasing utilization in the United States*. San Francisco: San Francisco Press, Inc.

(下转第 78 页)

^① 关于中国推广避孕套使用的过程可参见笔者另外一篇文章《男性避孕方法在我国的宣传和推广》。

我国人均收入水平已经相脱节, 适时地在全国范围内提高个人所得税起征点并进行有利于缩短差距的税率改革, 一方面可缓解低收入者的税收负担; 一方面, 可有效调节高低者之间的财富差距。其三是增值税。近年来, 增值税转型的呼声越来越高。生产型向消费型的转变无疑会刺激投资, 从而促进经济的增长。这些税制方面的改革与实施社会保障税相协调、相配套就会为社会保障制度的改革创造有利的实施环境。

其次, 预算改革将影响社会保障税的经济调节和社会收入分配效应。改革我国现行的国家预算体系, 要求建立和编制政府社会保障预算, 把各项社会保障基金和专项资金纳入预算管理; 将社会保险基金纳入社会保险财政专户, 实行收支两条线管理, 确保财政资金有效运营; 同时, 建立社会保障基金的自求平衡机制, 实现社会保障基金管理法制化。

再次, 就社会保障制度本身而言, 需要做的还有许多: 第一, 完善劳动力市场体制: 包括疏通渠道, 保持供需双方信息对称、加强劳动力培训力度及其培训体系的建设、强化企业人力资源管理、促进年金制的全面实施等等诸多方面。第二, 建立健全多层次的社会保障体系: 除了有国家提供的以公共品形式出现的社会保障外, 还应该强化私人提供的社会保险服务, 为提供这些服务的公司团体创造充足的空

间; 同时结合人口结构的现状和现存人口对社会保障产品的需求, 建立适宜的社会保障组合。

此外, 还要做到的是: 依法采取切实有效的措施, 增加社会保障基金收入; 完善社会保障支出体系, 使社会保障基金支出趋于合理化; 加强协调, 理顺管理体制, 确保社会保障基金的收支平衡; 定期和不定期分析收支增减因素, 建立社会保障基金运营预警机制等等。

参考文献:

- [1] 张佐民. 关于建立社会保障基金自求平衡机制的几点思考. 黑龙江财会, 2003, (3) .
- [2] 赵小仕, 杜明霞. 现行个人账户制度低效率的经济学思考. 人口与经济, 2003, (1) .
- [3~4] 哈维·S·罗森. 财政学(第六版). 北京: 中国人民大学出版社, 2003.
- [5] 吴敬琏. 如何实现稳定和有效率的增长. 经济管理文摘, 2003, (12) .
- [6] 腾征辉. 反贫困的社会保障制度选择. 经济管理文摘, 2003, (12) .
- [7] 楚 庄. 税收公共财政再分配. 中国税收, 2003, (7) .
- [8] 郭 凯. 谁阻碍了中国富人成为慈善家. 21世纪经济报道, 2004, (3) .
- [9] 黄剑雄. 西方最优税收理论的发展及其政策启示. 财贸经济, 2004, (2) .
- [10] 杭 行, 刘伟亭. 关于社会保障制度的深层次思考. 社会保障制度(人大资料), 2003, (11) .
- [11] 张 帆. 浅析公平与效率. 群言, 2003, (12) .

[责任编辑 齐明珠]

(上接第40页)

[19] 同注 [6].

[20] 同注 [11].

[21] Brenner, Lewis R. 1974 "Condomunications," IN The Condom: Increasing utilization in the United States (Redford, Myron H., Gordon W. Duncan, and Denis J. Prager, eds.), PP. 131- 145. San Francisco: San Francisco Press, Inc.

[22] 同注 [11].

[23] Murphy, James, S. 1990 The Condom Industry in the United States. Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers.

[24] 同注 [23].

注: 作者在此感谢美国华盛顿大学人口与生态研究中心对本项研究的支持。

[责任编辑 王树新]