



保护沦为赚钱工具的童模

邵宁

一个年轻妈妈无意中一脚，把一个无辜可爱的小女孩踢进大众的视线，也使一个鲜为人知的行业暴露在光天化日之下，这个行业就是童模。

被踢的小女孩妞妞就是童模，有一双大眼睛和甜美的笑容。尽管次日凌晨妞妞妈妈在微博上发布了道歉声明表示，表示“女儿是至亲，绝对受到最好的呵护与疼爱”，但她还是被再次爆出用衣架打妞妞的画面。网友的批评从妞妞妈妈的“家暴”变为孩子沦为家里的“赚钱工具”。

与此同时，更多的行业内幕也被揭露出来：童模的数量之多、年龄之低，令人咋舌！

湖州织里，自古就是丝绸之乡，而今更有“时尚看巴黎，童装看织里”的美誉。那里是全国闻名的“童装之都”，有童装类企业1.3万多家，童装销量占全国市场一半以上。而电商的兴起，则使童装模特儿的需求大增——照片拍得漂亮，童装就卖得火爆。于是，童模、童模培训机构和摄影机构，一起构成织里完整的童模产业链。比如被踢的妞妞刚满三岁，进入织里已有半年。这里有上千个与她一样的童模，有的甚至比她还小，穿着纸尿裤。无数“高颜值”的孩子从各地涌来，陪伴他们的家长同时也是他们的经纪人。

这些童模的工作量有多大？据妞妞妈妈发在朋友圈的信息，女儿四天里拍了近四百件衣服，一天最多拍了超过百件。据报道，织里有个当红童模一天拍了264件衣服，时间从早上9点到凌晨2点。还有一个11岁的混血童模在网上表示：“我年收入高一点儿八十多万元，低一点儿五六十万元。”还有一名在童装网店做摄影的网友称，童模每次拍摄大概是7小时。有时候大冬天拍T恤，孩子冻得发抖也继续拍。



孙绍波 画

因此，童模存在的合理性受到了质疑，很多人抨击童模的父母，把孩子当成了“摇钱树”。但是，这一行业的合法性问题其实更值得重视。

每天拍摄7-10小时甚至更长，且经常如此，这些儿童的劳动强度一点也不比成人低，平均一天拍100套衣服，你一个成年人，一天换一百套试试，一小时10多套，还要摆出各种姿势和笑脸，累不累？童模的薪资也高于成人的普通工作。不是有家长说，虽然童模只能做几年，但是就这几年，就能挣出“正常人一辈子也挣不来的钱”！

我国法律规定，包括国家机关、社会团体、企事业单位、民办非企业单位、个体工商户在内的用人单位，均不得招用不满16周岁的未成年人。不满16周岁的未成年人的父母或其他监护人有义务保障其不被用人单位非法招用。任何组织或者个人不得招用不满十六周岁的

未成年人（国家另有规定的除外），但童模显然不属于“国家另有规定的”之列。

儿童参与工作之所以在世界范围内禁止，是因为儿童还没有达到可以正常劳动的年龄，他们需要健康地生长发育，需要得到亲情的呵护，需要在学校学习各种知识。而固定的长时间劳动，是他们幼小的身心所无法承受的，更不要说因此而受到虐待了！

童模产业，在一张张美丽可爱的照片的掩盖下，却是对儿童无底线的摧残。这些孩子都不到14岁，最小甚至只有两岁，不去正常上学，不去幼儿园，每天工作七八个小时甚至更多，儿童的天性使他们无法忍受这种长时间的工作，但只要稍有不耐烦或开小差，就会遭到谩骂和殴打，而这些都来自自己的至亲。童装广告上那一张张天真烂漫的笑脸背后，可能是数不清的眼泪！

必须制止童模产业的泛滥。或许有人认为，儿童参与工作，他们与电商是否构成雇佣关系很难认定。其实，我国有完善的劳动监察制度，必须对童模从业主体——销售童装的电商企业、童模摄影机构等开展执法检查，如果发现长期使用未成年人拍摄，就有违法用工嫌疑。另外，对于属于义务教育阶段的童模，学校应当承担监护责任，如有长期请假缺课从事童模拍摄的，也可向有关部门举报。当然，还有最重要的一个环节，父母。孩子不可能自己去接单拍照，对于驱使他们从事高强度拍摄工作的父母，也必须用法律手段予以约束。

“幸运的人一生都被童年治愈，不幸的人一生都在治愈童年。”避免让孩子受到伤害，是全社会的责任。更要忠告家长：不要被眼前的利益所蒙蔽，从而让孩子付出一生的代价。

“我们从来没有听说过语文特长生加分，数学特长生加分，因为语文和数学是每个人都必须要学的，考试升学的时候要按照他真正的分值去录取。而体育和艺术特长生加分就表示，学生有特长就学，没准还能加两分，你要没这个特长就可以不用学了。所以我认为取消体育艺术特长生加分才是体育和艺术真正面向人人的一个前提条件。”

——4月15日，教育部体育卫生与艺术教育司司长王登峰在教育部新闻发布会上就“教育功利化倾向影响美育”作出回复。

“这些乱象损害了消费者权益，也严重影响武夷茶的声誉，即日起推行‘认标购茶’，持续强化市场整治，依法打击侵权假冒、虚假宣传等乱象，让消费者能放心选购到货真价实的武夷茶。”

——武夷山市政府15日表示，新华社“新华视点”播发《随意贴“大师”“山场”标签，1斤岩茶能炒到几千元到数十万元！》，对部分茶商随意贴“山场”“大师”标签，炒作天价岩茶问题进行了报道，引发社会关注。

“将限制接单次数，规定车主在常用的路线上搭载乘客，同时去掉个性化头像、性别等个人隐私信息的显示。”

——15日，滴滴顺风车公布整改措施，目前暂无具体上线时间表。

“实行一个多月了，就餐时安静了许多，秩序也变好了，低年级段（一至三年级）学生就餐时间缩短约5分钟，粮食浪费情况也有好转。”

——15日，浙江三门县湴浦中心小学副校长林勇说。活泼好动的小学生能做到“食不言”吗？湴浦中心小学推出“无声食堂”：学生就餐时不能说话，要加饭加菜用手势示意。

“当时我妈妈在百度上面看到了‘中国国旅’的这个旅行社，然后她就通过网站找到联系方式，预定了我们接下来的行程，他跟我们承诺就是不强制消费。”

——山西消费者邢女士称她们一家在港澳游过程中遭遇了全程强制购物、不按承诺提供住宿、取消计划景点等问题。如今，很多人旅游都会选择在网上搜索旅行社信息，再报名参团，一些经过百度V认证的旅行社网站就成了消费者信赖的信息来源。但最近很多人反映，他们通过百度搜索并参团的旅行社，竟是打着正规旅行社旗号的假冒旅行社，原本满心期待的开心之旅变成了“糟心游”。

关注时事热点，聆听八方声音，敬请关注本报微信“新民眼”。

声音·热点

互联网烟草营销盯上女性和青少年

“2018年1月至6月共抓取烟草广告和促销相关信息51892条，烟草新闻7289条，烟民讨论47304条。”

——北京疾控中心发布的《2018年互联网烟草营销数据监测报告》显示。2016年，我国出台《互联网广告管理暂行办法》规定，禁止利用互联网发布烟草的广告。然而，烟草营销信息在内地的互联网平台上仍然大量存在。

“抓取情怀软文信息7766条，占14.97%。这些情怀软文通过渲染烟草与爱情、友情、亲情之间的关系，传播烟草信息，美化吸烟行为，提升公众对烟草品牌的认同度。本次还抓取到烟草相关伪科学信息418条，传播与科学相反的伪科学信息，以此加强品牌的认知度，从而吸引更多的潜在客户。”

尽管国家明令禁止，但目前互联网烟草广告仍大量存在且更加隐蔽。昨天，北京疾控中心发布2018年中国互联网影响数据监测结果显示，女性和青少年群体正在成为烟草网络营销的主要传播对象，15%的烟草信息用情怀软文来营销。

——本次监测还发现了大量的烟草广告和促销相关情怀软文信息和伪科学信息。

“目前在中国，男性仍然是卷烟的主要消费群体，但在互联网平台上，女性和青少年群体正在成为烟草营销信息的主要传播对象。监测发现，一些主要面对女性的导购分享平台上存在大量烟草营销信息，在这些生活分享平台上，女性用户占了约7成。”

——北京市疾控中心副主任曾晓范介绍。

“一个根本不吸烟的人，竟然仔仔细细一字一句地认真看完了全文！”

——网友评论。在一款名为“小红书”的App上，输入“烟”字进行搜索，页面提示有9.5万条“笔记”。例如首页中有一篇名为《硬核少年电子烟，拒绝二手烟》，看标题以为是劝阻吸烟的，但打开后介绍的却是一款电子烟产品。

“这种软文植入很隐蔽，不是传统意义上的‘广告投放’，但其实还是以做广告为目的，很多发布者

背后都是烟草营销机构。”

——一位长期从事控烟公益事业的工作人员说。

“网络上宣传的低焦油可以减少烟草危害，细支烟草、爆珠烟草可以降低健康隐患等文章都属于伪科学，千万要提高警惕。女性和青少年的生理特征决定了他们比成年男性更容易罹患吸烟引起的各种疾病。吸一样的烟，女性患肺癌的概率是男性的三倍，发生心肌梗塞的危险性是男性的两倍。女性吸烟还会降低受孕几率，患乳腺癌和宫颈癌的几率也会大幅增加。对于青少年来说，开始吸烟的年龄越小，成年后的吸烟量就越大，对健康的危害也就越大。”

——专家提醒。

本栏编辑 黄佳琪