

海马干上摊 检察官亮剑

严厉查处涉保护动物违法行为,同时引导合法利用

本报记者 张宇洲 通讯员 陶晨

大多数人都知道,海马干是“强身健体、祛风活络”的名贵滋补中药材。但很多人不知道,海马是我国重点保护野生动物。

今年2月,国家林业和草原局、农业农村部发布公告,调整后的《国家重点保护野生动物名录》正式公布,《名录》显示海马属所有种均被列入国家二级保护动物范畴。这就意味着,非法售卖海马和海马制品,将被追究刑事责任。

今年年初,温岭市检察院得到线索,称辖区内有商户存在违规销售海马及其制品的行为。就此,一场围绕海马的保卫战拉开帷幕。



贩卖海马制品被查获

“大的18元一克,小的15元一克。”在温岭某杂货铺,国家二级保护野生动物海马制品明码标价,只要花几十元就能买几条,有人拿来泡酒,当成滋补佳品。

“北有人参,南有海马”,传统中医认为海马干具有较高的药用价值,因此很多沿海地区自古便有食用海马干的习俗。”温岭市检察院检察官助理朱凯新表示。

经过调查发现,在售的5家商户都没有经过相关部门的批准,并且也没能拿出合法来源证明。其中4家为药店,1家为杂货铺。

“卖海马干也犯法吗?”检察官上门时,杂货铺老板十分不解。据他交代,这些海马是附近渔民在打捞渔

获时额外捕获的,出水即死后便带回来卖给他。新鲜的海马可便宜,一斤收购价格高达2000多元。

随后,相关部门对商户售卖海马制品进行了查获,并对商家进行了处理。

合理规划海马资源

“仅仅处理个别商家,并不能从根本上解决问题。”随后,温岭市检察院向相关职能部门制发公益诉讼诉前检察建议,要求严厉查处非法销售海马及其制品的行为,加强执法检查。更重要的是,要及时做好野生动物保护相关普法,让更多人了解到海马是受法律保护的野生动物。

针对建议中重点反映的未经批准擅自经营问题,

渔业部门和市场监管部门在收到检察建议后,结合当地民俗分析研判后发现,由于温岭市地处沿海,医药企业对于海马及其制品的利用率相对较高,无证经营情况相对普遍。

为尽快解决问题,让民众“放心买、放心用”,上述两个部门主动出击,积极助力温岭市医药企业申办《水生野生动物经营利用许可证》,成功帮助国药控股台州有限公司、台州市温岭中医医疗中心(集团)、台州瑞人堂药业有限公司等8家企业申办了《水生野生动物经营利用许可证》。

今后,这些企业在收购合法养殖的海马或者有捕捞资质船只捕获的海马后,可以正常进行销售。在保证海马医药价值得到合法、合规的利用同时,也促进了海马的源头保护。

让更多人参与到保护中

要将保护理念深入人心,重点人群是渔民。据了解,渔民在海洋捕捞时,往往会把海洋生物一同拖上渔船,这类无差别作业很容易误伤海马。此外,很多渔民由于一直以来的习惯性认知,并不晓得海马是保护动物,需要进行放生处理。而在利益的趋势下,渔民会将这些捕捞上来的海马用于出售,这就导致了恶性循环。

为此,温岭渔业部门利用渔业会议、座谈等形式对渔业从业人员开展培训,累计发放水生野生动物宣传资料、画册220份,通过实际行动,提高从业人员对海马及其他野生动物的保护意识。

检察官提醒,保护野生动物就是保护人类家园,也是保护人类自己。保护野生动物,检察在行动;保护野生动物,从我做起。

跟5岁女童学化“纯欲蜜桃妆”?

儿童美妆博主风该“刹一刹”了

《北京晚报》

教化妆、代体验、防踩坑,一些靠谱的美妆博主是不少爱美人士的心头好,也受到诸多美妆品牌的青睐。然而,这股美妆风过早地刮向了孩子。社交媒体平台上出现了一批打着“全网最小美妆博主”“跟着萌娃学化妆”等噱头的少儿“网红”。

值得注意的是,背后的成年人赚得盆满钵满,表演和观看的未成年人却可能因过早接触物欲世界而三观迷失。此外,专家指出,引导少儿进行美妆产品代言,并拍摄上传视频涉嫌违法。

稚嫩的脸庞 成人的模样

爱美之心,人皆有之。但当6岁的女儿提出“想要美妆套装,化优雅熟女妆”时,山西太原市居民秦女士十分意外。一番询问过后,秦女士发现,在幼儿园中,少儿美妆博主颇受欢迎。小朋友争相购买少儿“网红”推荐的美妆产品,带着口红、眼影等一起玩耍,还有的热衷模仿,拍摄“美美的”美妆视频。

记者搜索发现,在小红书、B站、好看视频、快手等社交媒体平台上,少儿化妆的图文视频不在少数,有的发布在少儿美妆博主的主页上,还有的在成人博主的主页中穿插发布。

“刚过完5岁生日,化个纯欲蜜桃妆”“精致女孩都应该用,我都用了8瓶了”……短视频中,香甜音乐背景下,身穿露肩装的少儿“网红”卷出成熟的发型,娴熟地化上一层层粉底和眼影,对着镜头嘟嘴眨眼,用清脆的娃娃音熟练介绍化妆品,引导网友购买,俨然一副出入社交场合的大人模样。

“少儿美妆博主受捧的背后是近年来快速发展的儿童美妆产业。”广东省化妆品学会常务副秘书长、暨南大学生命科学技术学院教授刘忠说。有电商平台发布数据显示,2020年国内儿童彩妆销售额同比增长了300%。“85后”妈妈成为主动给孩子购买化妆品的主力军。

记者在电商平台搜索“儿童化妆品”发现,产品种类繁多,口红、腮红、眼影等一应俱全,店铺十分活跃。

直播电商从业者黄小树(化名)指出,快速发展的儿童美妆企业有旺盛的广告需求,一个在小红书上拥有10万粉丝的博主,每接一单广告就能获得数千元收益,可谓获利可观。

让孩子过早化妆实在“坑”娃

对一些家长而言,为孩子拍摄短视频,小范围上传发布,可以记录生活、锻炼孩子的口语表达。但多位业内人士表示,多数少儿美妆博主实际上是由成年人策划制作内容交由少儿“网红”进行表演,以“吸睛”为目的,获取流量为商家做广告,进而赚取利益,纯粹记录生活的博主少之又少。营造人设,打造少儿美妆博主,不仅“坑”了自家娃,也“坑”了别家娃。

儿童易沉迷其中,滋生攀比心理

有家长观察到,为了推销产品,少儿美妆博主常说“幼儿园小朋友都在用”“快让妈妈给你购买吧”,对儿童激励作用明显,“一旦听到,转脸就让我购买产品”,或者跟同学比着买。

北京志霖律师事务所副主任赵占领认为,美妆产业细分领域众多,若将注意力投入其中,会耗费大量精力,侵占儿童的学习、户外活动等时间。且社交媒体具有一定的成瘾性设计,儿童过早接触美妆、“网红”等,容易沉迷其中,还会引起同伴间的效仿,引发攀比。

化妆品使用低龄化明显,不合格儿童彩妆产品盛行

广州中医药大学第一附属医院皮肤美容科主任医师丁慧说,儿童彩妆产品并不是大众类产品,它是为艺术类、演员模特等方向的孩子设计的,供他们在特殊场合短暂使用。

“彩妆含有大量人工合成的色素和粉剂类成分,而且油彩的防腐成分很多,合格的儿童彩妆产品都会对

儿童皮肤造成负担,不合格的彩妆产品,可能还会给儿童的呼吸系统造成伤害。”丁慧说。

部分视频内容传递软色情信息和容貌焦虑

记者观察到,一些少儿美妆博主所说所写的“心机”“绿茶”等内容呈现成人化趋势,甚至包含“纯欲”“斩男”等软色情词汇。“这些内容被小孩子说出来,又被小孩子看到,影响太恶劣了。”秦女士说。

“过早地让孩子接触化妆,不会让孩子建立对‘美’的正确认识,一些孩子的审美观会变得非常单一,还会使其忽视对心灵、智慧上,以及自然美和多元美的追求。”中国政法大学传播法研究中心副主任、中消协专家委员会专家朱巍认为,美妆风潮低龄化也意味着物化女性、容貌焦虑等倾向过早地传递到儿童身上。

儿童代言美妆产品涉嫌违法

受访专家和业内人士认为,儿童代言美妆产品行为涉嫌违法,应整改下架违法内容,加强平台监管。朱巍指出,广告法明确规定,不得利用不满10周岁的未成年人作为广告代言人。在针对未成年人的大众传播媒体上,不得发布医疗、药品、化妆品、美容广告以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告等。有关平台应尽快下架违法视频,整改相关板块,对存在违法行为的家长、审查不严的平台依法追责和教育。

专家建议加强对监护人的宣传教育,改进学校美育工作。幼儿园和学校也应重视美育,培养青少年鉴赏美创造美的能力。

此外,还应规范儿童彩妆市场发展。2021年6月18日,国家药品监督管理局就《儿童化妆品监督管理规定(征求意见稿)》公开征求意见。专家表示,征求意见稿对儿童化妆品的安全性评价进行了严格要求,但惩处力度还稍显不足,监管措施仍需进一步加强。同时规范儿童彩妆广告用语,让确有需要的儿童用上无毒无害的美妆产品。