



2018年9月7日，郑州锦荣国际轻纺城，小选手在走秀。每年全国各地的童模大赛层出不穷。

如通过修改《未成年人保护法》等上位法，从宏观原则上规制童模的不良现象；与此同时，建议各主管部门出台具体执行细则等相关规定来弥补监管缺位，通过行政手段约束不良企业的失范行为，给童模营造一个健康的发展环境。

“现在，我们业内有这样的共识，就是让市场更开放，政府监管越少越好、竞争更自由。但对于未成年人保护这个领域，则是法律规定越多越好，法网越密越好。这样才能真正加大对孩子的保护力度，更有利于保护孩子。”田相夏表示，“既然童模问题已经出现，那接下去法律就要给予童模明确的定义，划分年龄段，还有规定工作时间限制，划定法律‘高压线’，以及违反规定相应的处罚条款，才能让童模行业走向正规化与法治化。”

同样的“孩子过早商业化”的问题，其实国外已经引起了极大的重视。早在2013年，美国国会就提出过一项新法案，要求时尚行业要对儿童模特的权益进行保护——时装品牌和杂志应该为青少年/儿童模特提供和学校相同的保护机制。包括有专门医护人员在场；至少一个负责人在后台监督；工作期间有更多的休息时间；有一个单独受限的银行账户（类似信托基金），只允许15%的模特收入被转移。

纽约还在2013年修改《劳工法》，增加第三方对未成年人监护人的约束，即家长必须获得儿童委员会的许可证，才能够

签订相关商业娱乐合同（表演、模特、广告）。

此外，法律对工作时间也有十分严苛的规定，甚至细致到不同年龄段，上学、非上学期间的工作时间区别。比如在中国为黄金时期的2岁-5岁的童模，在纽约每天工作总时长不超过6个小时，这中间还包括吃饭、休息等以及3个小时休息时间。

英国的童工问题出现较早，所以针对文

艺行业的童工问题，英国甚至有专门法律法规——《未成年人表演法规》。

与美国相关法律考量较为一致的是，未成年人工作必须取得相关部门许可以及有着严苛的时间规定。2014年，英国教育部更新过工作与休息时间，2-4周岁儿童最多每天工作5小时，并且工作时间在早上9:30-下午4:30之间。

加拿大颁布的《广告标准准则》中就明确规定，不得将儿童作为广告对象；瑞典更是立法，全面禁止12岁以下儿童的电视广告。而日本则规定，不可雇佣中学生以下的孩子劳动，但如果从事演艺事业，未满13岁也可以，前提是工作时间要受到限制。

老实说，童模仍然是目前商业中不可缺少的一部分，对待童模市场，我国还不能做到“一刀切”。商业需求和儿童权利保障如何做到平衡，在田相夏看来，这就需要相关部门、社会群体相互配合，细化相关法律，促进未成年人保护体系的形成。

的确，对于童模保护来说，政府监管是最外围的，行业规范是中间的，父母的呵护是最内层也是最重要的。从这个角度来说，父母如何看待孩子现在的赚钱能力和以后的人生，应该成为童模家庭父母仔细思量的一个问题。且不说“压榨”“啃小”等充满批判的词汇，但如果父母真的在乎孩子的身心健康，就应该及时注意到孩子的情绪信号。毕竟，养育孩子不能简单靠外界监督，最终依靠的只能是自己的良心。■