



拒绝野味和非法猎捕 降低生物安全隐患

2023年电商无野行动报告



目录

摘要	01
一、电商无野（行动）背景	02
（一）生态安全和公共卫生安全需要网络平台监管非法野生动植物交易	02
（二）网络平台非法野生动植物交易监管中的政企行业合作	02
（三）网络平台非法野生动植物交易监管中的公众参与	03
二、电商无野（行动）的关注重点及行动	05
（一）网络平台非法野生动植物猎捕工具和手段的监管挑战	05
（二）猎捕工具问题	06
1、逆变器电击设备蚯蚓电机	06
2、毒害野生动植物的化学品药剂	08
（1）诱捕金蝉的药剂	08
（2）毒鸟药扁毛霜	08
（3）毒鱼药	09
（4）杀树环嗉酮	10
3、高科技猎捕工具户外夹子报警器	11
4、捕鸟工具	12
（1）“媒音”捕鸟设备	12
（2）捕（粘）鸟网	12
（三）其他问题	13
1、异宠乱象	13
2、利用野生动物博眼球、蹭流量	15
3、玳瑁制品	18
三、各电商平台和短视频平台情况	19
四、报告建议	21
附录	23
1、在电商平台和短视频平台或其他网络社群常见的野生动植物及相关制品	23
2、在电商平台或其他网络社群常见的有毒农药及其他有毒化学品	23
3、在电商平台或其他网络社群常见的对生态环境有严重破坏性的逆变器电击设备	24
4、在电商平台或其他网络社群常见电子猎捕装置	24
5、在电商或其他互联网社群常见的传统猎捕工具	24
6、部分关键词解释	25

摘要

电子商务和社交媒体深刻改变了区域乃至全球信息交互和商品交易模式的同时，也出现了大量不法分子利用电商平台进行野生动物及制品非法交易的情况。野生动植物及制品非法交易不断改变形式隐匿于各类新型网络平台，隐藏在海量信息流和贸易流中，这给监管和执法等部门带来了严峻的挑战。网络化的野生动物及制品非法交易具有快捷、隐蔽、辐射面广、涉及种类多等特点，包括不断变化的用户名、线下聊天的安全性和隐蔽的虚拟专用网（VPN），**意味着网络公司必须承担起发现并阻止网络野生动植物犯罪分子的责任。**

然而制度安排却困难重重，其中监管的成本重要的挑战。虽然精心设计和适当的监管必然会权衡监管所造成的经济后果和保护弱势群体和促进环保，但设计糟糕、充斥着繁文缛节的监管体系一方面可能难以避免监管俘获，另一方面也无法避免地造成损害。**其中一个争论的“风暴眼”是：平台应否、以及在何种程度上对用户借助平台发布的侵权、违法乃至犯罪的内容承担法律责任。**目前，我国的《民法典》、《信息网络传播权保护条例》等法律、法规借鉴了欧美国家的“避风港”原则，规定平台履行了如通知-删除等义务后可以获得民事责任豁免。然而，对于平台用户的行政违法行为，平台在尽到何种义务后可以免于承担相应行政责任，尚缺乏整体性的制度安排。

目前，网络平台非法野生动植物交易的监管主要依靠政企合作，在监管过程中网络平台内的经营者和用户等的公众参与较少。2022年11月-2023年11月，电商无野行动对网络平台（传统电子商务平台和短视频平台）上关于野生动植物非法交易、食用野味、破坏生物多样性相关的商品或视频内容进行举报监督和倡导。截止2023年9月，共向平台或有关部门完成超过6000次举报，30%的举报被受理，为有效举报；向相关方移交超过100条非法野生动植物相关的信息，针对网络平台上引流售卖猎捕工具、用于毒鸟的限制性农药扁毛霜等相关的信息做了系统性调查和举报。不同于2022年报告的关注重点是野生动植物非法交易，本次报告还延伸探讨了猎捕工具和方式的禁令以及网络平台的**责任。网络平**

台的非法野生动植物猎捕工具和手段的监管挑战如下：如何监管这些“匿名的大多数”，此为挑战一；传统司法管辖权的问题如何解决，此为挑战二；网络平台是没有相关利益的网络平台、有部分利益的网络平台和有直接利益的网络平台里的哪一类的确认，是挑战三。

2023年，电商无野（行动）发现传统电子商务平台里明显违反国家法规或破坏生物多样性的相关商品和内容正在减少，而短视频平台和更加隐蔽难以监测的网络社群情况相反。对此，电商无野（行动）倡议：

无论是传统电子商务平台还是短视频平台，都应该发挥自身的优势和作用，积极履行社会责任，加强与相关部门、环保组织的合作，共同打击和预防野生动植物非法交易，共同推进生态文明建设和可持续发展。对于野生动植物非法交易，相关平台可以采取以下四点措施：一，加强审核机制，针对用户发布的信息和交易行为，设计关于野生动植物非法交易的审核机制，可采取人工审核和系统审核相结合的方式；二，设立针对野生动植物非法交易的部门，采集和整合有关野生动植物非法交易的信息和数据，开展监测和分析工作，协助有关部门打击违法行为；三，强化合作机制，与有关部门和环保组织建立合作关系，共同开展打击和防范野生动植物非法交易的工作，及时交流和共享信息和经验；四，加大公益投入，积极参与野生动植物保护和环境保护公益事业，支持相关公益机构和公益项目，引导用户摒弃野生动植物非法交易的错误观念和**行为。**

同时，电商无野（行动）建议相关部门对具有杀伤力比较大的猎捕设备如捕猎夹、索套等捕猎设备的生产和销售进行溯源和管控，并限制售卖或出台禁售法规；建议林业、渔业、农业、市场监管等部门对用于毒杀鱼类、鸟类的农药或其他药剂的宣传和售卖进行对应的管控，加强普法宣传；建议国家邮政管理部门对野生动物的运输加强监管，特别是活体野生动物，包括异宠、外来入侵物种等；建议广大消费者拒绝食用野味，拒绝从网络平台购买非法野生动植物及其制品和猎捕工具等，不捕捉野生动物，不盗挖受国家保护的野生植物，不从事严重破坏生物多样性的活动。

一、电商无野（行动）背景

野生动植物在生态系统中扮演关键的角色，其通过食物链和生态过程来维护生态平衡。如果某些物种受到威胁或灭绝，可能会导致整个生态系统的紊乱，影响其他物种和环境健康。保护野生动植物对于维护生态平衡、促进科学研究、维护自然和文化遗产以及促进经济可持续发展都具有巨大的重要性，这不仅有益于野生动植物本身，也有益于整个地球生态系统和人类社会。

“生物多样性”是生物（动物、植物、微生物）与环境形成的生态复合体以及与此相关的各种生态过程的总和，包括生态系统、物种和基因三个层次。生物多样性关系人类福祉，是人类赖以生存和发展的重要基础。人类必须尊重自然、顺应自然、保护自然，加大生物多样性保护力度，促进人与自然和谐共生。

（一）生态安全和公共卫生安全需要网络平台监管非法野生动植物交易

野生动植物是生物多样性的一部分，两者相互影响，保护野生动植物是保护生物多样性的一部分。野生动植物面临着许多生存威胁，这些威胁包括但不限于气候变化、环境污染、栖息地丧失和破坏、过度捕猎和盗猎、野生动植物非法贸易等。其中非法捕杀、交易、食用野生动植物的行为严重威胁国家生态安全、生物安全、经济安全，保护野生动植物资源、促进人与自然和谐发展是我国生态文明建设的重要内容。据2020年7月联合国毒品和犯罪问题办公室（UNODC）最新发布的全球野生动物犯罪报告，2016年以来，打击野生动物犯罪的政策环境和非法贸易市场本身都发生了很大的变化。国际社会上，不管是官方还是公众，都普遍意识到野生动物非法贸易对生态安全和公共卫生安全造成的威胁。

在网络时代，新一代信息通信技术催生了电商平台这一商品交易新模式，如平台电商淘宝、拼多多、

京东等，内容电商如抖音、快手等，电子商务和社交媒体深刻改变了区域乃至全球信息交互和商品交易模式的同时，也出现了大量不法分子利用电商平台进行野生动物及制品非法交易的情况。野生动植物及制品非法交易不断改变形式隐匿于各类新型网络平台，隐藏在海量信息流和贸易流中，这给监管和执法等部门带来了严峻的挑战。网络化的野生动物及制品非法交易具有快捷、隐蔽、辐射面广、涉及种类多等特点，包括不断变化的用户名、线下聊天的安全性和隐蔽的虚拟专用网（VPN），意味着网络公司必须承担起发现并阻止网络野生动植物犯罪分子的责任。如果不严加制止，杜绝此类现象的蔓延，容易导致更大规模的野生动物被猎杀，使更多野生动物面临濒临灭绝的危险。

然而制度安排却困难重重，其中监管的成本是重要的挑战。虽然精心设计和适当的监管必然会权衡监管所造成的经济后果和保护弱势群体和促进环保，但设计糟糕、充斥着繁文缛节的监管体系一方面可能难以避免监管俘获，另一方面也无法避免地造成损害。其中一个争论的“风暴眼”是：平台应否、以及在何种程度上对用户借助平台发布的侵权、违法乃至犯罪的内容承担法律责任。目前，我国的《侵权责任法》《信息网络传播权保护条例》等法律、法规借鉴了欧美国家的“避风港”原则，规定平台履行了如通知-删除等义务后可以获得民事责任豁免。然而，对于平台用户的行政违法行为，平台在尽到何种义务后可以免于承担相应行政责任，尚缺乏整体性的制度安排。

（二）网络平台非法野生动植物交易监管中的政企行业合作

国务院2016年建立的打击野生动植物非法贸易部际联席会议机制正在对网络非法野生动植物贸易给予更多的关注。2018年修订的《中华人民共和国野生动

物保护法》明确“禁止网络交易平台、商品交易市场等交易场所，为违法出售、购买、利用野生动物及其制品或者禁止使用的猎捕工具提供交易服务”。2020年2月24日，全国人大常委会通过《关于全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习、切实保障人民群众生命健康安全的决定》，乃有史以来打击非法野生动物交易的最严苛的政策。为了响应这一决定，多家公益机构和大量志愿者共同发起了电商无野公众参与行动，简称电商无野（行动）。2020年7月，国家林草局、农业农村部、中央政法委、公安部、国家市场监管总局和国家网信办联合开展了“打击整治破坏野生植物资源专项行动”。同月，中国野生动物保护协会、中国野生植物保护协会等九个行业协会联合发出《抵制野生动植物非法交易行业自律倡议》，号召各行业组织成立抵制野生动植物非法交易自律联盟，制订行业自律公约，以实际行动共同抵制乱捕滥采滥食、非法交易野生动植物行为。

行业自律公约明确规定的权力是网络平台监管权的重要来源。行业协会通过民主程序制定行业公约并共同遵守，实现了“自愿”与“强制”的统一。这些行业自律公约对业内成员具有普遍的约束力，可视为规范性权源之一。但是虽然同属于一个行业，网络平台之间还是有区别，如欧盟从平台的主要功能出发将信息社会服务提供者分为6种，即电子商务平台、网络支付门户、社交网络、搜索引擎、云计算服务、应用商店。随着网络业务类型日趋复杂、多样，纯粹的ISP和ICP的界限愈加模糊，网络平台更多地融合了ISP和ICP两者的元素，再简单以两者的分类来讨论义务和责任问题已经捉襟见肘。网络平台的类型是讨论网络平台法律义务和法律责任的重要前提。

在IFAW、国际野生生物贸易研究组织（TRAFFIC）和世界自然基金会（WWF）的支持下，互联网企业联盟探索了一套预防网络野生动植物非法贸易的技术规范。2020年8月6日，腾讯联合学术机构、社会组织以及相关

企业在中国互联网协会平台正式发布了《网络平台非法野生动植物交易控制要求》团体标准，2023年3月，国家林草局、农业农村部、中央政法委、中央网信办、公安部、海关总署、市场监管总局、国家邮政局等8部门，在全国范围内组织开展了代号为“网盾行动”的打击整治网络非法野生动植物交易联合行动。2021年11月2日，国家林业和草原局野生动植物保护司下发通知，要求互联网企业采取有效措施来防范网络野生动植物及其制品非法交易，并主动配合相关部门查处非法交易行为。通知里提到了“打击网络野生动植物非法贸易”互联网企业联盟。

值得注意的是，区别于“打击网络野生动植物非法贸易”互联网企业联盟，2018年3月7日，在美国旧金山，由世界自然基金会、国际野生生物贸易研究组织携手百度，阿里巴巴，腾讯（前三者合称为BAT）及eBay，Google，Microsoft等全球领先的电子商务、科技和社交媒体公司，利用网络平台和移动端应用APP，共同打击网络野生动植物的非法交易，共同发起了“打击网络野生动植物非法贸易全球联盟”。3月1日，打击网络野生动植物非法贸易全球联盟发布的题为《在线下，在野外》的报告，报告称世界上最濒危物种的生存正遭受到始料不及的威胁来自互联网。2021年4月22日，抖音正式加入打击网络野生动植物非法贸易全球互联网企业联盟。不同于我国的“打击网络野生动植物非法贸易”互联网企业联盟，“打击网络野生动植物非法贸易全球联盟”还包括生态保护公益组织，生态保护公益组织与联盟企业成员的携手合作，有助于有效地打击网络野生生物犯罪，唤起公众保护意识，共同净化互联网环境。

（三）网络平台非法野生动植物交易监管中的公众参与

互联网技术、电商和物流快递（特别是基于智能手机的社交媒体工具）的发展为非法交易提供了可乘之机，传统的非法野生动物交易市场正在更多的向线上转移。各类法律法规及行业自治规范都赋予了网络

平台制定一系列监管制度的权力，但此类监管制度的制定过程却缺乏公众参与，具体表现为：第一，网络平台在制定规则时缺乏意见征求程序。网络平台的规则外部性特征明显，极大程度地影响了平台内经营者及普通用户的利益，应妥善征求相关利益群体的意见。但是，法律法规在赋予网络平台制定规则权时，并未对其意见征求程序加以设定，民主参与性缺位，网络平台的规则制定因规范制度缺失而具有主观性和随意性。第二，网络平台监管权力侵害的救济途径不通畅。在网络平台的监管权力作用于相对人时，往往会提供申诉及复议的渠道。但是，由处罚行为的作出方进行复核存在严重的信任风险。客服人员也更倾向于机械地解释规则以达到息事宁人的目的，而非判断规则的适用是否恰当，更不会对规则本身的合理与否提出质疑。在对司法实践领域的案例进行检索时，发现相关案例量极少，这与网络平台这一庞大的市场体量存在着巨大的不匹配。可以推测，大部分网络平台监管权力的侵权情形并未进入司法领域。与此同时，作为规则相对方的平台内经营者和普通消费用户的力量极度分散，网络平台内的经营者和用户只有接受与否的自由，就具体内容进行协商的自由极少。

2022年11月，电商无野（行动）《2020-2022年野生动植物及制品和捕猎工具在互联网平台贸易现状调查报告》发布，得到了各界的支持。志愿者受邀参加国家林业和草原局野生动植物保护司召开的防范和打击网络非法野生动植物交易工作组第二次会议，进行行动报告分享。然而，自2022年12月COVID-19疫情封控解除后，野味和野生动植物相关的商品及信息又开始在网络平台涌现。2023年5月，新《中华人民共和国野生动物保护法》颁布，同时野猪被移除“三有”保护动物名录，网络平台上更是出现了大量猎捕野生动物、食用野味、引流售卖猎捕工具等相关信息

内容。由于监管对象多、监管时间长、监管任务重等，网络成为了“监管不易之地”。在当前的网络交易中，除传统的象牙、犀角、虎骨、玳瑁等野生动物制品外，作为异宠饲养的两栖爬行动物、鸟类、灵长类动物和小型哺乳动物等野生动物（包含人工繁育的）正在成为不法商家的目标，这些动物越来越多的成为当前网络野生动物非法交易的受害者。大多数消费者对法律的边界缺乏认知的情况下，很容易被不法商家引导消费。网络信息的繁杂性以及用户沟通的匿名性，给网络非法野生动物交易的管控带来了巨大的挑战。

网络平台非法野生动植物交易监管的公众参与亟需进一步加强。2018年12月19日，国家林业和草原局与腾讯公司签署了战略合作协议，国家林业和草原局还与腾讯公司及七家知名生态保护公益组织共同发起“创造人与自然更美好的连接”联合倡议，会议同时宣布成立“企鹅爱地球-自然生态保护顾问团”，这是首个由七大国际生态保护公益组织的专家、科学家组成的自然保护领域的专家团。虽然网络平台非法野生动植物交易控制政企行业合作中增加了国际生态保护公益组织的协作，不过国内生态保护公益组织的参与亟待增强。

电商平台产品路径设计一般为“进入首页”——“搜索商品”——“选择商品”——“选择商品属性”——“立即下单”/“放进购物车”，电商无野（行动）团队在此前的基础上，继续针对“搜索商品”环节展开行动。电商无野（行动）同广大志愿者一起，对于网络平台上存在的非法野生动植物交易相关的信息进行监测、举报和倡导，并积极与有关部门和相关网络平台沟通，大量阻断了破坏野生动植物资源的行为，进而保护野生动植物及生物多样性。

二、电商无野（行动）的关注重点及行动

2022年11月-2023年10月，电商无野行动对网络平台（传统电子商务平台和短视频平台）上关于非法野生动植物贸易、食用野味、破坏生物多样性相关的商品或视频内容进行举报监督和倡导，截止2023年9月，共向平台或有关部门完成超过6000次举报，30%的举报被受理，为有效举报。向相关方移交超过100条非法野生动植物相关的信息，针对网络平台上引流售卖猎捕工具、用于毒鸟的限制性农药扁毛霜等相关的信息做了系统性调查和举报。

不同于2022年报告的重点关注是野生动植物非法交易，本次报告还延伸探讨了对猎捕工具和方式的禁令以及网络平台的责任。《中华人民共和国野生动物保护法》中和野生动物猎捕工具相关的条款并不多。根据《中华人民共和国野生动物保护法》（2023）二十四条、三十一条和三十二条，诱捕、猎捕的装置和方式存在禁令，并且有科学研究的豁免规定，发布广告存在禁令，提供交易服务存在禁令。但电商无野（行动）始终认为这是一个重要议题，目前盗猎分子很容易通过线上或线下等方式获取各式各样高效的猎捕工具，大大方便甚至刺激了非法盗猎行为。

（一）网络平台非法野生动植物猎捕工具和手段的监管挑战

目前《中华人民共和国野生动物保护法》对非法猎捕工具和方法的规定采用的是列举式的规则设计，这种规定方式具有滞后性，还牵扯到如何认定问题，也就是各种猎捕工具的认定标准，例如有以“捕鼠”名义售卖猎夹的行为等。《中华人民共和国野生动物保护法》并未明确禁止企业、店铺、散摊、作坊、个人等生产、销售禁用的猎具，《中华人民共和国电子商务法》第十条规定了对登记豁免的经营者进行了规定，只有《网络交易监督管理办法》第十二条第二款对登记豁免的经营者的公示要求进行了规定。禁止使

用却又不禁止生产和销售。依《中华人民共和国野生动物保护法》第五十五条规定，只能处罚电商平台和商品交易市场，那些售卖禁用猎具的卖家和制作相应猎具的个人、作坊和企业，并不违法。而在网络平台出现的疑似非法的大量图片、视频和直播恰好大量来自于以上豁免方，社会影响及其恶劣，也存在潜在犯罪风险。如何监管这些“匿名的大多数”，此为挑战一。另外，在网络平台进行非法野生动植物及制品交易，其行为空间地域跨度大，难以追溯运输和收货地，其违法行为发生地可能涉及多个省份和地市，如果彼此间缺乏沟通，很可能造成重复处罚或者均不处罚的情况。因为在实践中，对违法行为发生地的理解一般是指实施地和结果地，非法交易野生动物行为中不只是直接的收购、销售、运输行为，还有中间的代理、委托的协助行为等，有些行为很难界定“实施地和结果地”。传统司法管辖权的问题如何解决，此为挑战二。确认网络平台是没有相关利益的网络平台、有部分利益的网络平台和有直接利益的网络平台里的哪一类，是挑战三。

根据《中华人民共和国电子商务法》，若非法野生动植物交易在电商平台上发生，平台应当承担如下责任：第30条防范违法犯罪活动的行政责任；第31条相关商品信息记录保存义务；第32条对违法行为负有警示、暂停和终止服务等义务；第38条明知状态下侵权行为的连带责任。而这些规定有非常明显的事后性，“非法野生动植物交易”本身非常隐蔽，难以被查处。“明知”状态的证明也有相当难度。监管措施必需意识到技术现实，不恰当的规制总会造成创新的代价、社会福利的损失和个体权益的侵犯。

用传统民商事法律理论解释网络交易平台与交易双方的法律关系，并试图将已经发展成熟的法律制度套用于网络交易平台的思路，面临一些根本性的问题：首先，网络交易平台以电子技术集散、处理海量

信息为特征，这与线下交易中介人工处理具体化、特定化的交易有差异。这一点使其服务具有线下交易中难以比拟的成本优势，但同时也使其无法投入如线下中介一样的资源对特定交易进行审查。因此，其注意义务无法与线下类似中介服务等同。其次，网络交易平台在整个交易中的角色是根据用户指令被动处理相应交易。本质上，它对交易的实质内容不做审查、不做判断，也没有自身观点，这也与线下中介有本质的不同。伴随商业模式的进化，网络交易平台的角色已经远非如单纯信息传送通道一样消极和中立，它们在商品和服务展示、交易规则安排、商品和服务评价、商户信用评价等方面均扮演了非常积极的角色。这些积极的角色增加了用户已有内容的价值并在很大程度上塑造了交易秩序，同时，也使得网络交易平台很难如电话公司等单纯通道经营者一样获得广泛的责任豁免。毕竟，它从反面证明，与电话公司等单纯通道不同，网络交易平台可以对内容实施一定程度的控制。

根据网络平台的具体经营或者参与程度，将其分为三类：第一类是仅提供技术、不参与经营活动的网络平台；第二类是提供技术和市场条件、部分参与经营活动的网络平台；第三类是既提供技术、市场条件商品服务，又直接参与经营活动。例如日常梳理线索时，志愿者也发现了不法分子中的一些“黑话”。有些人会发一个大象的图标，配的文字却是“非料”、“果冻料”之类。在野生动植物制品贩卖圈内，这两个看起来莫名其妙的词，指代的就是某类象牙制品。这些暗语，客观上也给平台认定一些违规行为带来困难。但是不同参与程度的平台对这个问题的掌握能力不同。另外，由于仅根据猎捕工具的图片还无法证明其违反了野生动物非法交易的禁令，因为无法排除其用作他图。值得注意的是，在网络平台上放置禁限工具是否属于“提供广告”，或者符合什么条件构成“提供广告”，是本报告建议的社会组织提起公益诉讼的一个方向。

（二）猎捕工具问题

1、逆变器电击设备蚯蚓电机

蚯蚓被称为“生物耕耘者”、“松土机”和“清洁工”，它们在土壤中将大量的枯枝落叶混合到下面的土壤层中，加速有机物分解、增加植物养分释放；它们打出的通道疏松多孔，可提高土壤储水保肥和通风透湿能力。另一方面，蚯蚓是维持生态系统稳定的重要一部分，一旦农田里失去了蚯蚓，不仅会导致土壤板结化等问题，还会使生态系统失衡，食物网结构的功能和稳定性会遭到严重破坏。土壤蚯蚓也是土壤普查的生物指标之一。电蚯蚓机又称“地龙仪”，近年来一些地区频发用蚯蚓电机电捕蚯蚓的乱象，导致一些地方土壤生态遭破坏，土壤板结，蓄水保肥能力降低；此外，还会影响当地生物多样性。

2020年初至今，电商无野（行动）一直针对保护蚯蚓进行呼吁、倡导，长期关注电商平台售卖电蚯蚓设备的情况，为电商平台提供停止售卖电蚯蚓设备的建议，呼吁公众停止“灭绝式”电捕蚯蚓的行为。在这段期间，各电商平台和有关部门逐步重视起蚯蚓保护。2022年农业农村部、国家林草局、国家市场监督管理总局、生态环境部、公安部、国家中医药管理局、国家药监局7部委相关职能部门联合下发了《关于加强野生蚯蚓保护改善土壤生态环境的通知》，针对部分地方出现电击“灭绝式”捕杀野生蚯蚓现象，要求迅速排查整治非法捕捉、收购、加工野生蚯蚓，督促交易场所及时下架电捕野生蚯蚓设备。2023年（今年）初中央1号文件中又明确提出禁止灭绝式电蚯蚓的问题。

电商无野（行动）最初关注的售卖量达百万的电蚯蚓设备，目前在电商平台已基本下架完毕。关于保护蚯蚓，从“无人问津”到国家高度重视，电商无野（行动）看到全社会在生物多样性、土壤等方面的保护意识在逐渐提高，民间公益组织的声音越来越被国家高层和相关方重视。目前，各大主流电商平台已经对相关关键词都做了屏蔽，在搜索电蚯蚓设备的时候，基本不会看到相关商品出售，部分平台会设置弹出相应的公益科普宣传，如“保护蚯蚓、守护土壤健康”“守护土壤卫士”等保护宣传页面。

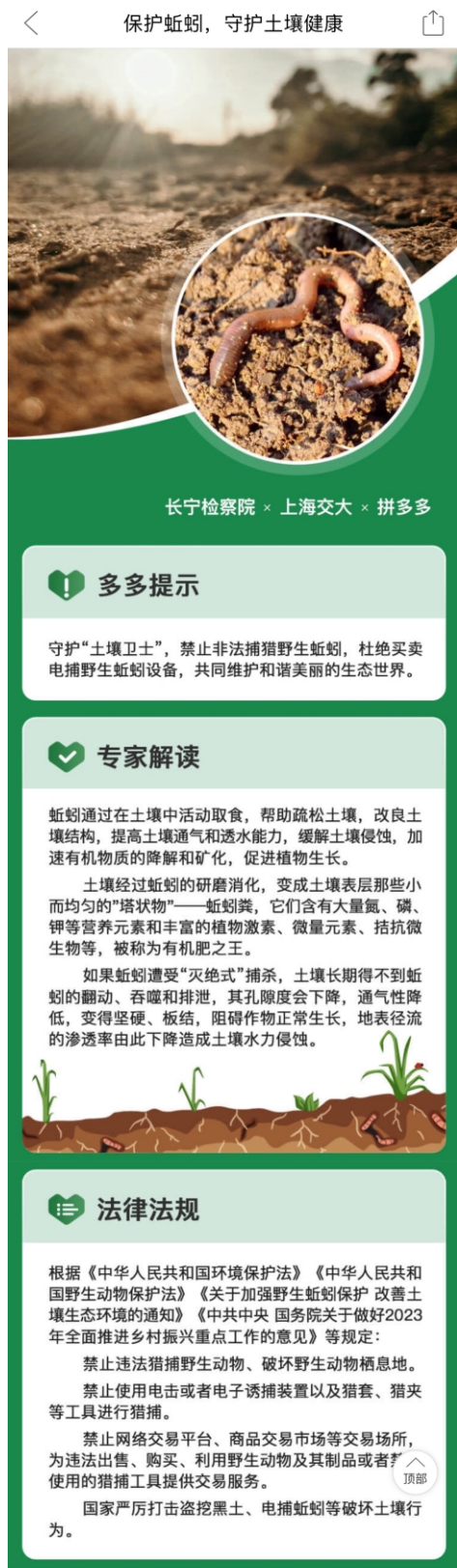


图1 2023年拼多多平台搜索“蚯蚓”时弹出的关于蚯蚓保护的提示

但志愿者发现，有部分卖家为了躲避平台的监测，会使用隐蔽的销售话术来售卖电蚯蚓设备。如搜索“逆变器”之时，能够发现极少数卖家仍在偷偷售卖电蚯蚓设备。对此，电商无野（行动）继续呼吁电商平台对目前仍残余的电蚯蚓设备商品或相关信息进行处理，希望能真正像宣传的一样“守护土壤卫士”“保护蚯蚓保护土壤健康”；也呼吁有关部门对其他规模性捕捉野生动物或破坏生物多样性的电子设备的问题进行关注，如“蚂蝗机”“电鱼机”“蝎子灯”“电煤”，捕鸟设备、户外红外线设备等。在2023年中央一号文件关于“加强高标准农田建设”的专门章节中，出现了“严厉打击盗挖黑土、电捕蚯蚓等破坏土壤行为”的明确表述。表面国家高层对蚯蚓及土壤生态系统的保护。

电商无野（行动）呼吁和保护蚯蚓已经多年，电商无野（行动）发布了近30篇的倡导文章，向给平台和有关部门的反馈举报百次有余。

呼吁和保护蚯蚓的行动并不是一帆风顺，行动初始曾被一些自媒体质疑甚至攻击。直到后来，蚯蚓保护行动才得到了各大媒体的关注，七部委联合下发保护蚯蚓的相关文件，最终，小小蚯蚓出现在2023年中央的1号文件中。每一次志愿者的举报和反馈，每一次读者的关注和转发，都无形中推动了蚯蚓的保护。



图2 2023年在淘宝搜索“蚯蚓机”时弹出的宣传页面



图3 2022年7月相关部门向电商无野（行动）了解相关情况

拒绝野味和非法猎捕 降低生物安全隐患

2023年电商无野行动报告

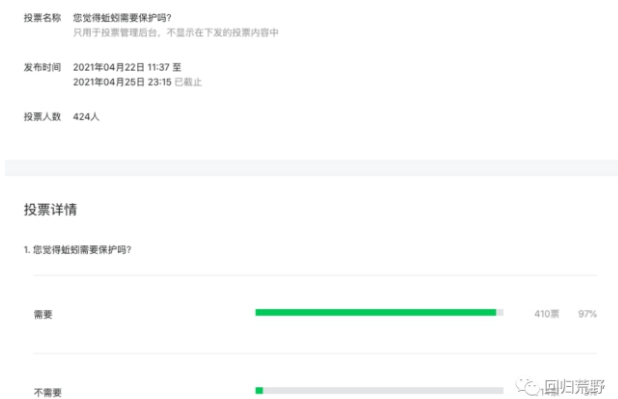


图4 2021年4月回归荒野公众号发起“蚯蚓是否需要保护”的投票

在图4的投票中, 共有424人参与投票, 其中410票觉得蚯蚓需要投票, 即97%的人觉得蚯蚓需要保护(这里说的保护是指保护蚯蚓免遭被大规模用电流、毒药等灭绝式的范围性捕捉)。

了解更多关于保护蚯蚓的详情, 可以关注回归荒野公众号, 点击“蚯蚓保卫战”合集, 或者搜索关键词“蚯蚓”进行查看。关于蚯蚓保护, 电商无野(行动)希望国家能从法律层面禁止蚯蚓电机的生产售卖以及电捕蚯蚓的行为。保护蚯蚓不止于保护蚯蚓本身, 更是保护土壤, 保护生态系统。

2、毒害野生动植物的化学药剂

(1) 诱捕金蝉的药剂

知了猴, 又名爬拉猴、爬猴、蝉蛹等, 学名金蝉, 是常见的一种食用昆虫。金蝉在我国南北各地均有分布, 通过吸取树的汁液为生, 卵产于树上; 秋季孵化出幼虫, 幼虫落到地上并钻入地下; 在地下蜕过几次皮后, 再爬出地面蜕皮, 脱离若虫状态, 然后繁殖产卵再到死亡。

金蝉因富含蛋白质, 低脂肪, 味道鲜美, 深受人们喜爱, 目前在我国的某些地区已经有相对成熟的金蝉养殖产业模式。但电商无野(行动)注意到, 电商平台拼多多有人在售卖诱蝉药(粉), 拼单量超过10万单, 这些诱蝉药(粉)的宣传语是“狂抓万斤”“抓到手软”“夜抓百斤”“千里引蝉粉”“一天能抓一万只”“三秒诱蝉五秒成窝”等。诱蝉药(粉)是

否真的有宣传的功效, 这种药品的使用会对野外金蝉种群和当地生态环境造成什么程度的影响, 都还有待论证。但使用药物来大规模捕捉金蝉是不可取的。这种行为会对该区域的金蝉种群数量产生负面影响, 打破区域性金蝉自然繁殖的平衡。

诱蝉药(粉)的宣传语具有夸大、虚假且破坏生态的嫌疑, 电商平台在审核这类商品的时候应该慎之又慎。电商无野(行动)也一直在呼吁有关部门关注这类用来诱捕捕捉金蝉、蝎子、蚂蝗、鱼虾等野生动物的药物。

(2) 毒鸟药扁毛霜

“扁毛霜”学名“呋喃丹”, 属于只要接触极少量就会引起中毒或死亡的高毒农药, 是一种残留期特别长的有机磷类农药, 其原用于毒杀地下害虫, 后被用来毒杀鸟类, 候鸟啄食后会窒息而死。投毒一次, 捕鸟人可连续捡拾5、6天。由于“呋喃丹”是高毒农药, 为了保证生产、食用的安全, 该类农药已被全国许多省市的林业部门列为禁用农药。

2023年初电商无野志愿者在拼多多、快手等网络平台发现有用户在公然宣传限制性农药扁毛霜的信息, 数量居多。其中有部分视频/商品的介绍内容还会暗示用扁毛霜杀死的野鸟可以用来食用。还有一部分用户在以“驱鸟剂”的名义售卖该限制性农药。如若发现有人在网络平台宣传或者售卖扁毛霜, 可以进行举报。

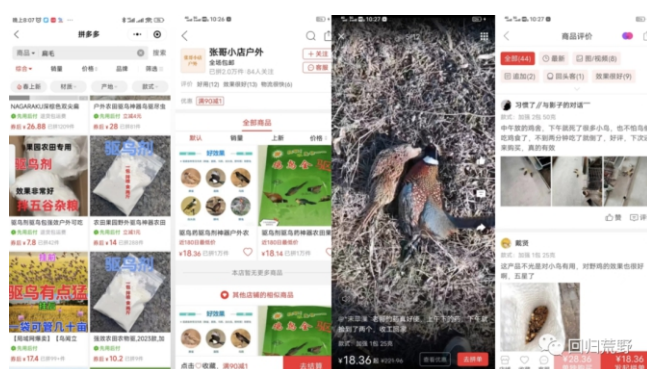
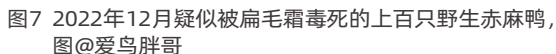
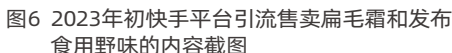


图5 2023年初在拼多多平台上扁毛霜的商品和买家秀中毒死亡的野生鸟类的照片截图



不法商家违规售卖扁毛霜，不仅对野生动物的生命造成了威胁，也对生物安全有着极大的隐患。电商平台和短视频平台作为信息传播的渠道，应该承担起社会责任，加强内容审核，对违法违规的信息进行屏蔽。虽然这些平台本身并没有直接参与到扁毛霜的销售和使用中，但是却无形中纵容了不法商家。

(3) 毒鱼药

2023年电商无野志愿者反馈，拼多多等电商平台上各类毒鱼、毒虾的药剂又开始泛滥，且数量和种类较之前增多了不少，宣传同样十分夸张，称“晕光整条河可食用”“晕光整条江”“专攻大鱼虾蟹通杀”“甲青菊脂 醉鱼”“一滴捡不完”“小河流醉鱼，一滴一盆”“晕鱼黑科技 徒手一天抓万斤鱼”“熏醉整天河大鱼”“药效强 可药30斤大鱼”“鱼虾全醉”等。

因为“毒”字被平台屏蔽，商家一般用“醉”“晕”“熏”字等代替，来打擦边球，规避平台监管。

电商无野（行动）志愿者看到各类毒鱼药剂的宣传上还写到了应用场地，可在黄河、长江、鱼塘、河流、湖泊、水库、海坑、渠道、小河沟、礁石等都可以使用。适用物种有草鱼、鲢鱼、河虾、鳊鱼、黄鳝、鲑鱼、小龙虾等水生物种。

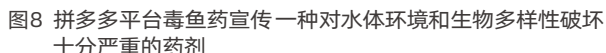




图10 卖家展示的卖家秀



图11 电商无野此前对于毒鱼药做的问卷投票

目前，关于电商平台上类似毒杀鱼类、鸟类、大树的化学药剂有很多，多数为农药试剂，如毒鱼毒虾的药是甲氰菊酯；毒鸟的是扁毛霜（也称克百威、呋喃丹）；毒大树的是环丙酮。以上农药或相关化学品破坏生物多样性的问题极其需要有关部门关注。这些药剂在各大网络平台上无限制售卖，可以说几乎没有监管。

电商无野（行动）呼吁有关部门能够关注这些化学品的使用范围和宣传，也呼吁电商等网络平台能够加强商品或信息的发布审核机制，杜绝破坏生物多样性相关的农药或化学品的不合规售卖或宣传。也呼吁检察院和有条件的社会机构对售卖平台及药剂生产厂商提起环境公益诉讼。

（4）杀树环丙酮

近年来，网上出现了一种毒杀大树的化学药品：环丙酮。许多古树、珍稀树木都死于该化学品。2019年8月至2022年5月，务川自治县多棵三百多岁的桢楠古树被人用环丙酮毒杀，桢楠为国家二级重点保

护野生植物。类似使用环丙酮毒杀大树的案例绝不是少数。在抖音、快手、拼多多、京东、淘宝等电商平台和短视频平台检索“杀大树”“灭大树”等关键词，便可以搜索到大量不合规引流售卖“毒杀”大树的化学药品环丙酮。

环丙酮是一种化学品，毒性相对很强，一般用于林地或铁路沿线等地。其多用于清除顽固性杂草或灌木，会抑制植物的光合作用，植物的根系和叶面都能吸收环丙酮，通过植物的木质部传导，使其代谢紊乱，导致植物死亡。

由于电商平台上各种不合规的宣传，环丙酮被宣传成一种专杀大树的化学品，包括“古树”“邻居家的大树”“参天大树”“被保护的大树”等。这些不合规的宣传容易引导有心之人用于毒杀古树、受国家保护的树种、濒危树木等。

电商无野（行动）呼吁电商及短视频等网络平台能够重视，尽快下架不合规宣传和售卖以毒杀大树为目的的环丙酮商品和引流视频，并进行相应的科普和宣传；有必要完善监测和审核体系，对类似化学品的不合规宣传和售卖进行监测，及时发现和应对对生物多样性保护不利的商品的售卖及宣传，进而保护树木甚至是受保护的古树。呼吁有关部门能够加强法律法规和监管，制定更加严格的法律法规，明确对该化学药品的不合规销售和使用进行限制和监管；加强执法力度，加大对违法行为的处罚力度，确保法律的有效执行。

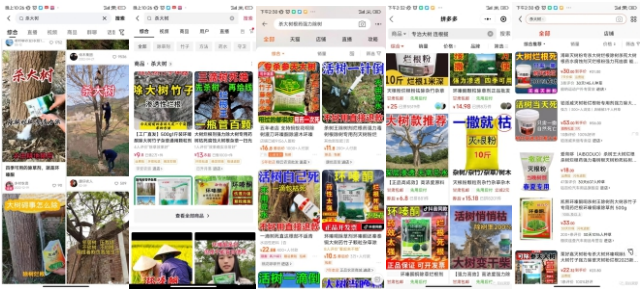


图12 快手、抖音、拼多多、淘宝、京东平台售卖和引流售卖的一些截图

3、高科技猎捕工具户外夹子报警器

近年来，电商平台及其他网络平台上出现了一种可以给盗猎者发送捕捉到野生动物的信号的远程电子报警设备。这种服务于盗猎者的设备通常需要和盗猎的夹子、钢锁套等设备配合使用。由于多数是玩户外盗猎的人常用，生产厂家或使用者一般称这种设备为“户外夹子报警器”或“夹子报警器”。

户外夹子报警器的生产厂商做了网络云服务系统，一般售卖出报警器后还会收取年费。在盗猎者安装好夹子报警器后，一旦有野生动物被捕捉，如果盗猎者交了年费或已充值，属于服务期内的话，便可以收到平台发来的捕捉到野生动物的报警信号（有一些是来电报警），盗猎者甚至可以在手机上听到报警器传来的野生动物的声音。盗猎者安装夹子报警器时可以做定位设置，即盗猎者可以第一时间定位找到猎物。

夹子报警器已经不是传统的捕猎工具，算是相对先进的网络高科技猎捕设备，因为夹子一旦捕捉到野生动物，这种报警设备就可以让盗猎者第一时间“收网”，并快速“销毁证据”。这对于野生动物来说是降维打击，也加大了林业部门、森林公安等部门打击非法盗猎的难度。夹子报警器作为被非法售卖同时泛滥的盗猎工具，极度不利于我国的野生动物资源和生物多样性保护。志愿者在拼多多、淘宝、京东、快手、抖音、微信公众账号、百度、小红书等平台均发现有户外夹子报警器的商品售卖或不合规的引流宣传。

电商无野（行动）发现除了在拼多多、京东、淘宝、快手、抖音、小红书、百度等网络平台外，在微信公众账号平台有很多夹子报警器厂商的公众号，上面有很多产品介绍，也有续费渠道及教程，购买了夹子报警设备的盗猎者可以在上面续费。在微信搜索“夹子报警器”便可以搜索到大量相关账号和其它相关信息。

电商无野（行动）呼吁京东、拼多多、淘宝、抖音、快手、腾讯、百度、腾讯等网络平台重视对盗猎工具户外夹子报警设备的商品信息及内容的监管，对不合规宣传和售卖的商家及个体户做对应处置，并做一些相关的科普宣传，屏蔽“户外夹子报警器”等相关的检索

关键词。

也呼吁市场监管部门、林业部门及公安部门等对非法宣传售卖户外夹子报警器和违法使用夹子报警器的行为进行严厉打击。



图13 京东、百度搜索关于“户外夹子报警”设备的截图



图14 分别是淘宝（天猫）平台和拼多多平台搜索页的夹子报警器设备的介绍

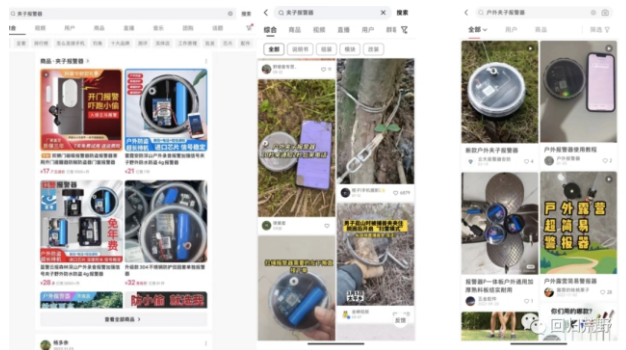


图15 分别是抖音、快手、小红书平台上户外夹子报警设备的相关商品或引流宣传

4、捕鸟工具

(1) “媒音” 捕鸟设备

2023年，电媒相关的捕猎设备一如往常的平台电商平台售卖。

打开各电商平台或短视频平台，输入“鸟音”“媒音”“电媒捕鸟”“捕鸟神器”等关键词，就会出现大量能模拟各类鸟叫声的音响设备商品。

这类设备可以将野生鸟类引诱至盗猎分子设下的陷阱，然后盗猎分子会趁机捕捉野生鸟类，其中也包括国家重点保护的野生鸟类。该设备能配置兽类的叫声声卡，用来诱捕除鸟类外的其他野生动物。使用、售卖、宣传该电子诱捕设备及发布相关广告都属于违法行为。

然而这类设备一直在电商平台和短视频平台还有网络社群被进行售卖/宣传，针对此现象，电商无野（行动）通过举报、沟通、呼吁等方式，已让网络平台上的大部分相关设备下架。即便如此，该设备仍没有被杜绝，在电商平台售卖，并且在商品介绍描述中就有一些野生鸟类的名字，如“黑水鸡”“原鸡”“白面鸡”“斑鸠”“野鸡”“原鸡”等。

电商无野（行动）呼吁电商平台和短视频平台及网络社群能够下架这些可以捕捉野生鸟类的电子诱捕装置，也希望有关部门能够重视这类产品的售卖情况及其对生态环境的危害。

(2) 捕（粘）鸟网

2023年3月初，志愿者在河南安阳做环境调研时，发现一张挂在村民家，用来防止野鸟吃玉米的捕（粘）鸟网，上面挂着几只死亡的野生鸟类。其中有两只疑似是国家二级保护动物斑头鹑鸮，属小体型猫头鹰的一种。

根据现场与架设捕鸟网的人沟通得知，该捕鸟网是其去年从某电商平台购买而来，当时购买时商品介绍是“防鸟网”。

防鸟网一般线比较粗，颜色鲜艳（鸟会害怕），主要是防止野生鸟类来吃自家的水果或者鱼塘里的鱼，即便鸟撞在网上也不会受到伤害，而且可使用时



图16 在淘宝、拼多多、京东平台上搜到的正在售卖的各类“媒音”捕鸟设备

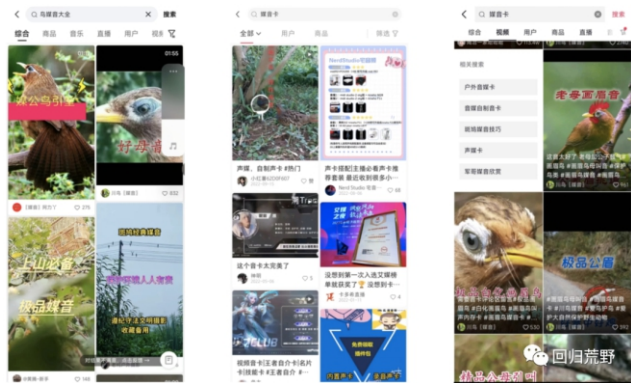


图17 在快手、小红书、抖音平台上用户发布的关于“媒音”捕鸟设备引流售卖的截图



图18 捕鸟网上的死亡的第一只猫头鹰



图19 捕鸟网上的死亡的第二只猫头鹰

间长。而捕（粘）鸟网线比较细，一般呈丝状，很多质地像钓鱼线，比较有韧性，和粘渔网有点类似，鸟一旦不注意撞上去就很难挣脱，只能等待死亡。关于捕鸟网，此前电商无野（行动）曾多次呼吁和倡导电商平台能够下架捕鸟网，电商无野（行动）为此曾联动新华社做了一次专题报道。经过电商无野（行动）持续地倡导、举报和沟通，相关电商平台已经下架了大量捕（粘）鸟网，一直到2022年才有了改善。但是部分电商平台上依旧有很多商家以售卖防鸟网的名义售卖捕鸟网。

2022年12月30日，十三届全国人大常委会第三十八次会议表决通过了新修订的《中华人民共和国野生动物保护法》，新法将于2023年5月1日起施行。修订后的《中华人民共和国野生动物保护法》第二十四条，明确将“捕鸟网”列入到禁止使用的猎捕工具当中。这样一来，就为相关部门查处关于捕鸟网的案件提供了坚实的法治保障。但其中存在一个难点，即猎捕工具的认定。另外，在特定情况下是可以使用禁用的猎捕工具或方法的，如因物种保护、科学研究可以进行网捕、电子诱捕野生动物；植保作业的时候大规模喷洒农药等。

再者，仅靠列举猎捕工具和方法，很难把所有猎捕工具和方法全部涵盖，比如掏窝、麻雀胶、蛇笼等。

捕鸟网是非常残忍的捕猎工具，野生鸟类一旦被捕鸟网缠住，在没有人及时干预的情况下，只能在挣扎中死亡。

有一部分人称，如果是以防鸟食用粮食和果蔬为目的，只有用真正的防鸟网才能真的可以防鸟，而不是用捕鸟网。防鸟网的价格较捕鸟网略微高一点，但是可使用时间长，可以有效防止野生鸟类啄食粮食和果瓜；而捕（粘）鸟网虽然便宜，但是一次性的，捕到鸟后就会废掉，使用周期短，不能真正起到防护的作用，反而成了杀生的工具，甚至危害国家重点保护鸟类，架设捕鸟网的人也可能会受到法律的制裁。

对此，电商无野（行动）建议电商平台和短视频平台等能够下架所有捕（粘）鸟网商品。也呼吁消费者不要购买捕（粘）鸟网商品，更不要架设捕鸟网捕鸟。

同时也建议国家有关部门设立捕鸟网相关的标准，让消费者、商家和网络平台能够区分捕（粘）鸟网和防鸟网，依法依规，禁止捕（粘）鸟网的生产 and 售卖。

（三）其他问题

1、异宠乱象

电商无野（行动）长期关注并推动着蚯蚓被灭绝式捕捉和异宠饲养两大问题的解决。



图20 为电商平台此前售卖挂满鸟的捕鸟网商品



图21 一位网友在电商无野（行动）视频下留言讲到关于在捕鸟网上救助猫头鹰的过程

2023年中央一号文件《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》日前公布。在关于“加强高标准农田建设”的专门章节中，出现“严厉打击盗挖黑土、电捕蚯蚓等破坏土壤行为”的表述。一只不起眼的小蚯蚓，首次出现在中央一号文件里，意味着国家更加重视耕地的生物特性、农业发展与生物多样性的关系，也意味着民间公益行动的意义非凡，即使一开始是不被肯定甚至是被质疑的。同时，中央一号文件中也首次提出了“异宠”，其中明确指出：严厉打击非法引入外来物种行为，实施重大危害入侵物种防控攻坚行动，加强“异宠”交易与放生规范管理。

2022年1月24日，电商无野（行动）建议：国家有关部门能够对网络平台上的另类宠相关的交易信息及宣传信息进行管控，出台相关的管控法规和细节；建议电商平台和短视频平台、贴吧论坛等社交媒体平台能够主动下架不合法规或存在生物安全风险的另类宠物商品或相关信息，并加强内部管控和自查；建议快递企业停止对活体另类宠物的运输业务；建议宠物爱好者购买符合法规，无安全隐患的宠物进行饲养。

2021年11月26日，“电商无野”呼吁：电商平台和其他网络平台能够主动下架这些外来入侵物种，也呼吁电商平台内部和相关监管部门也将外来入侵物种商品加入到重点监测和管控对象，也呼吁消费者不要购买这些外来入侵物种，更不要随意放生这些外来入侵物种，放生外来乳清物种可能是犯法行为。

疫情后，电商无野志愿者发现利用野生动物发布视频及进行直播获取流量等行为正愈演愈烈，完全不顾及接触和食用野生动物对人们可能存在的生物安全隐患，也不在乎这些行为可能对野生动物带来的伤害和潜在风险。对此电商无野（行动）呼吁有关部门和网络平台能够重视。

类似图23的现象很多，在短视频平台搜索“旱獭”等字样就会弹出大量的视频内容。

旱獭因长相呆萌而深受网友喜欢，它们在网络平台的出现率极高，但内容不外乎是各种和人类亲密

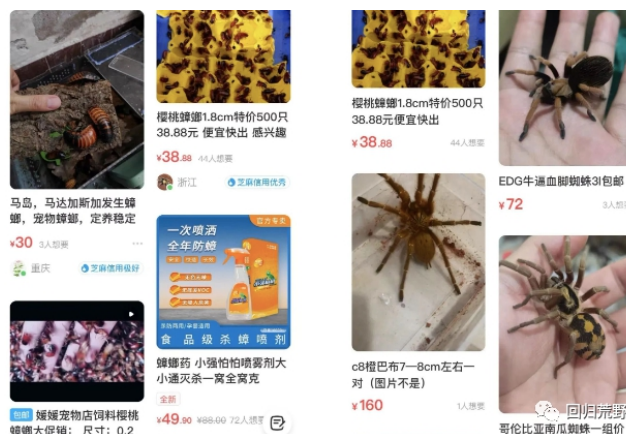


图22 2023年中央1号文件出台之前电商无野（行动）截取到的网络平台上的异宠图片



图23 草原上很多网红们与草原上的野生旱獭近距离接触和投喂，甚至旱獭都趴在人身上

接触。实际上，旱獭是鼠疫的主要传染源。亲、抱、摸，包括捕猎和食用旱獭，都有可能感染鼠疫。由于接触旱獭而感染鼠疫的案例并不少见。

在我国12个鼠疫自然疫源地中，喜马拉雅旱獭的分布区是最为活跃的鼠疫疫源地，也是我国动物间和人间鼠疫流行最严重的地区之一。电商无野（行动）呼吁大家，为了自己的生命安全，不要接近、投喂、触摸或者食用旱獭，部分网络平台的主播更不要为了流量而不顾自身安全，在旱獭洞周围坐卧休息、直播等。

除此之外，目前人工繁育养殖旱獭等野生动物的商家也越来越多，在很多宠物市场能看见这些野生动物。据志愿者线下调查，发现除了旱獭，还有小浣熊、豚鼠、河狸、鼯鼠等野生动物在大量养殖并被贩卖。甚至在北京某个宠物市场，售卖人员称“不需要办证就可以直接养”。

关于网络平台上的异宠乱象、外来入侵物种等问题，电商无野（行动）再次建议电商平台、短视频平台、贴吧论坛等网络平台能够紧跟国家大力保护生态环境和生物多样性的方向，不要纵容无底线的异宠商品售卖及宣传，警惕外来入侵物种等有生物安全风险、破坏生物多样性的不合规宣传信息等，加强管控，积极排查，快速反应。

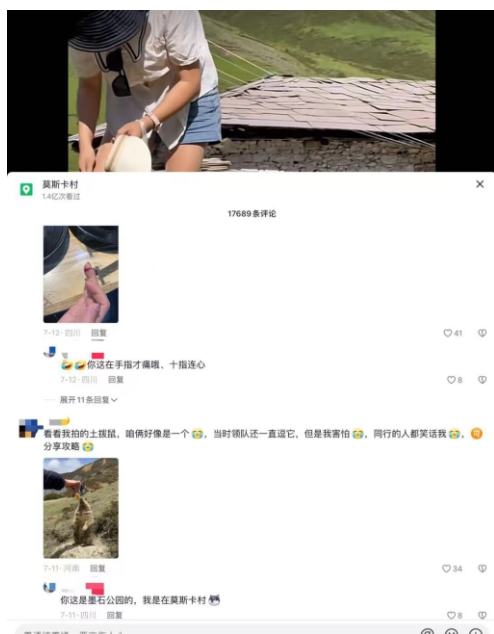


图24 一网红在投喂旱獭时被旱獭咬伤，后该事主打了狂疫苗



图25 被扮成宠物的旱獭，目前互联网平台上直播引流售卖旱獭的宠物电有不少

2、利用野生动物博眼球、蹭流量

自2023年初起，各大社交媒体平台上近距离接触或者投喂野生动物的内容层出不穷，最常见的是把野生动物萌物化、标签化，把人与野生动物之间的互动游戏化。部分在林区的网红主播，会打着“救助”的名义喂养雕鸮等野生动物，从而吸引流量，还会有网友主动打赏“捐助”让主播投喂野生动物。这些主播在抖音、快手、小红书等平台均有账号，且类似的主播并不少。这些行为可能导致野生动物幼崽被父母遗弃、野生动物习惯人类的食物，进而丧失野外生存的能力，可能导致提前夭折。是破坏野生动物资源、破坏生态环境的行为。

近些年，随着自媒体时代的崛起，人们喜欢分享各种猎奇的事物，而野生动物相关的猎奇素材便成了其中的一股热流。很多人会利用野生动物进行吸粉蹭流量。有整天投喂和救助猕猴的，有投喂金丝猴拍视频直播的，有直播藏马熊翻垃圾的，有在109国道喂马鹿拍视频的，也有直播喂旱獭的等等。

野生动物一旦偏好接受人类投喂，虽不至于使其完全丧失野外觅食能力，但可能因此会降低对人类的警戒程度。鼠兔和旱獭、金丝猴、猫头鹰等野生动物，在幼年期很容易受到人为投喂的影响，而变得过度依赖人类，甚至有可能导致其无法在自然环境中生



图26 典型的林区博主为了流量，投喂并拍摄同一只雕鸮的视频

存。野生动物进食过多人类的食物，也可能会胆固醇过高，且缺乏足够维生素及矿物质。像一些草食性动物进食带有包装袋的食物，也会容易造成肠胃阻塞。

关于不合理接触野生动物，还有一种现象即盲目“救助”野生动物。

有一位小红书博主发布了一则帖子，称自己“救助”了几只小兔猴。根据相关照片可以观察到其所“救助”的兔猴其实是健康的，根本不需要救，相反，它们的母亲可能就在周边。由于该博主的“爱心”干预，这几只小兔猴很可能被送到当地动物园，和母亲分离。有网友评论称已经有小兔猴死亡了，如果属实，该博主就是“好心”办坏事了。

对于类似以上利用野生动物博眼球、蹭流量的行为，电商无野（行动）会对一些不利于野生动物保护或存在生物安全风险、有不良诱导行为的短视频或直播内容向有关平台举报，结果一般是不做处理。

往往是类似上述举报反馈截图中的：“我们已收到您的反馈，平台将持续重点关注，一经核实将从严肃处理！”。由此可见平台并没有严肃对待此类的举报。

电商无野（行动）呼吁大家与野生动物保持距离，在野外不要亲密接触野生动物，不要投喂野生动物，不救助没有受伤的野生动物，不对野生动物使用不友好的方式来获取流量。电商无野（行动）呼吁抖音、快手、小红书等平台，将以上对公众有负面引导的视频或直播等内容进行处理，并做一些对野生动物友好、对公众有教育意义的科普宣传。

图30的新闻，看着都让人感到后怕。不论是藏马熊还是棕熊，都是性情凶猛的猛兽，同样都有伤人的记录，对人来而言是十分危险的。

在野外遇见它们，可能跑都来不及，新闻里的游客居然近距离靠近熊，还进行了投喂。如果游客频繁投喂这些熊，很可能会导致它们变得依赖人类食物，逐渐丧失自然觅食本能，妨碍它们正常的狩猎或觅食行为；一旦依赖上人类，它们的领地也会和人类居住地越来越近，从而给当地居民带来麻烦；人类投放食物还可能造成垃圾污染，破坏当地自然环境。如果大家在各平台上发现了诸如此类的内容，可以通过平台提供的渠道进行举报，共同遏制不良风气蔓延。

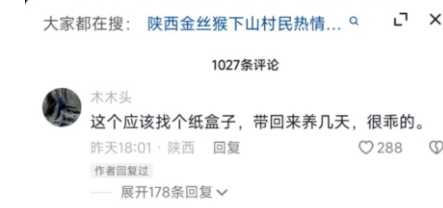


图27 抖音上一个小女孩近距离接触野生金丝猴的视频截图，评论就有上千条



图28 小红书一博主救助兔猴博文和网友们下面的评论



图29 电商无野（行动）举报相关内容的结果反馈



图30 关于游客投喂野熊的新闻视频截图

除了个人举报，各网络平台更应该做出行动，加强引导用户不要和野生动物亲密接触。例如小红书平台，自“和鼠兔拍照”事件被大面积曝光后，就在相关页面设置了置顶提示，同时删除了相关帖子。

此外，网络平台可以积极审查和删除包括相关亲密接触野生动物的内容，以减少模仿行为的发生；完善举报机制。

景区或者保护区，可以采取适当的管理措施，例如设置观察台、观察点和安全距离的标志，以指导游客如何观察野生动物；在野生动物保护区周边设立游客教育中心，向游客提供信息和指导，以确保他们了解如何与野生动物互动。

尊重野生动物的自然行为和生态角色，不要和野生动物亲密接触，更不要将其萌物化、标签化、游戏化，它们不是宠物。对野生动物保持敬畏之心，是保护它们，更是保护自己。

电商无野呼吁大家不要近距离接近，捕捉、触摸旱獭、鼠兔、金丝猴等野生动物，以免传染鼠疫等未知的疾病风险，也避免对这些野生动物造成伤害。

呼吁快手、抖音、小红书、微信视频号等短视频平台对食用野味、猎捕野生动物等相关的视频进行管控，对涉及违法的可移交有关部门处理，对不合规利用野生动物引流牟利的视频进行监测和屏蔽等。



在祁连大草原抓到兔鼠了啊啊啊啊

#兔鼠 #祁连山大草原 #青甘大环线 #青海祁连

07-16 青海

听见鼠兔的声音

图31 有网友随意捕捉鼠兔与其合照，被各大媒体和自媒体谴责



图32 鼠兔合照事件发生后，小红书新增置顶提示

3、玳瑁制品

玳瑁，国家一级保护野生动物。九个戒指，五副眼镜，一个手镯，会是从多少只玳瑁身上裁下来的？2022年12月，志愿者在抖音平台发现有人疑似在售卖玳瑁制品。

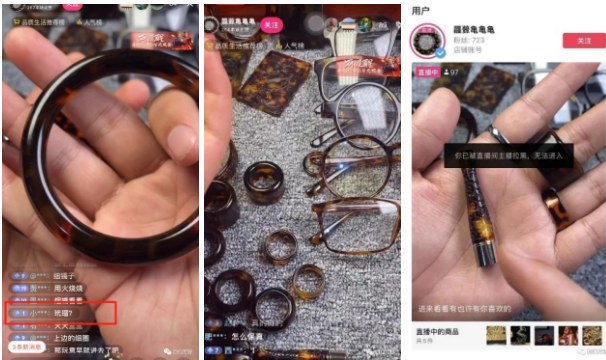


图33 抖音上，一个叫“龍龜龜龜”的主播，疑似在
售卖用濒危物种玳瑁制成的首饰

因截图的志愿者非专业人士，无法分辨出这些玳瑁制品是否为真，只见该主播在直播期间，不停地提醒网友不要说“敏感词”，并声称“懂的都懂”。该主播十分狡猾，志愿者只是试探性地问“这是真的假的？”，就被直接拉黑。这个账号也很神秘，两天后志愿者再次搜索，结果发现“没有该用户”。估计是个“流窜作案”的“惯犯”。志愿者当即举报了该直播间，抖音官方回复称“将重点观察”。

玳瑁，是海龟家族里的一员，有着两亿多年的演化历史，因其呈半透明状态、花纹华丽的甲壳，而备受瞩目。人类大量捕杀玳瑁，拿它们的甲壳，打造成各种工艺品，或是用来点缀自己，或是用来“避邪”，或是制作成标本来收藏。玳瑁，这个原本仅属于海龟的名字，如今也成为了一种珍贵宝石的代名词。

然而，为了保证加工出来的玳瑁品相好，人们经常采用活体掏洞加工法，即从玳瑁尾部下方掏洞，把玳瑁的肉连同内脏一次性掏出并风干，再往玳瑁体内塞进棉花，把尾部的洞缝合好，最后制作成标本。玳瑁经常在被掏空时死亡，发出一声声撕心裂肺的叫声。更有甚者，直接用开水活活将它们烫死，就是为了不破坏龟壳。

由于人类活动，玳瑁已经面临生存威胁，除人类追捧玳瑁制品外，渔业俘获、栖息地退化、海洋垃圾和疾病等也是威胁玳瑁生存的重要因素。濒危野生动植物种国际贸易公约（CITES）将玳瑁列入附录 I 进行保护；世界自然保护联盟（IUCN）红色物种名单中，玳瑁为极危等级；2015 年，《中国脊椎动物红色名录》也将玳瑁提升为极危等级。

作为一种濒临灭绝的珍稀动物，其“制品”为何这么轻易被搬到直播间兜售？另外，开抖音店铺卖文玩，需要提供哪些资质？如果处于资质齐全的情况，他们为什么能够在平台的眼皮子底下售卖疑似濒危物种制品，这其中的监管与责任平台是否有做到呢？

《中华人民共和国刑法》第三百四十一条规定了危害珍贵、濒危野生动物罪，非法狩猎罪，非法猎捕、收购、运输、出售陆生野生动物罪。本条规定在《刑法》分则第六章“妨害社会管理秩序罪”第六节“破坏环境资源保护罪”中，系食品药品部门管辖案件。

为了环境和谐、生态文明，电商无野（行动）建议各大电商平台和短视频平台应该加强短视频及直播带货的监管，对举报的内容进行快速处理，并对违法违规的用户做相应的管控处理，履行相应的企业社会责任。



图34 志愿者的举报反馈通知，显示为“对用户进行重点观察”

三、各电商平台和短视频平台情况

当今的电商平台和短视频平台不单是提供信息的居间服务者，它也在用技术能力“引导、塑造交易秩序”，“集制定规则、解释规则、解决纠纷等多项‘权力’于一身，履行着规制网络市场的公共职能”。关于网络平台非法野生动植物交易的责任主要有两种思路。

其一，规范角度考虑到网络平台的公共性和非中立性，我国政府依据“谁受益谁负责”的原则确立了“以网管网”的规则策略，政府虽然在“委托治理”中退居幕后，但是仍通过大量的法律法规为网络平台设置信息审查责任，甚至直接对网络平台发布行政命令。其推动立法强化网络交易平台责任的趋势也日益明显，其政策目标在于迫使平台加强对用户内容的私人审查，从而协助甚至替代监管部门完成整饬市场秩序的公共目标。但对平台经营内容和商业模式本质的分析不足，未能清晰地展示平台的经营活动与传统线下经营者活动的相似与不同。

其二，实用角度比较有影响力的守门员责任理论，即考虑到违法交易所产生的社会成本和平台对违法行为的限制能力，即使平台并非违法行为的实施者，也未从违法行为中受益，也应对其施以责任，迫使平台扮演守门员的角色，开发通过它们控制违法行为的潜力。因为对网络交易中的违法行为，网络交易平台拥有最便利的发现和限制能力，它是成本最低的违法行为的控制者。但这种方式存在一个成本问题，另外在合法性上也存在问题。¹目前网络平台非法野生动植物交易监管以政企行业合作为主。



图34 志愿者的举报反馈通知，显示为“对用户进行重点观察”

1.但这种观点带来了非常明显的缺陷：如果平台在判断是否违法上存在非常大的能力缺陷，那么，强行要求其补足这种能力会导致平台运营成本的显著上升从而对网络的创新能力形成明显的抑制；同时，这种能力的差距也会导致误判风险的上升从而对用户权益形成非常明显的侵害。所有这些均是依赖平台进行私人审查所产生的广义的社会成本，需要计入。[1]另一方面，更重要的是，如果缺乏对平台承担责任在规范价值层面的分析，即使实用角度能得出平台是成本最低的违法行为控制者的结论，也无法直接推导出应由其承担审核义务和成本。因为，它无法说明，为何要通过“责任”的方式来“强迫”其控制违法行为，而不是通过政府向平台购买服务或者合作治理的模式，来“激励”平台控制违法行为。

淘宝：有进步，下架很多非法野生动植物贸易相关的商品，但仍有捕猎设备等售卖，部分问题反馈后能积极处理，但通过平台的举报通道举报的结果往往显示“举报不成立”。

淘宝平台搜索关键词“弹簧套”和“媒音”，便可以查到很多捕捉野生动物的传统工具和诱捕野生鸟类的电子诱捕设备。在淘宝平台公开的渠道举报后，平台反馈显示为“举报不成立”。

京东：较好，关于野生动植物贸易及野味相关的商品，反映相关问题也能及时处理。

抖音：较好，抖音正在与国际爱护动物基金会探索合作，借助图像识别和大数据技术，智能识别短视频中是否出现野生动物及制品。在进行二次判别后，将对违规内容进行下架处理；在正常的科普视频下方，则会添加动保警示标签，提示用户不得非法购买、非法饲养受保护的野生动物。同时，抖音强化了野生动植物相关举报机制，并成立动植物保护专项工作组，对于违规内容，一经核实，将切断不良信息传播路径，并配合相关执法部门，进行线下追查打击。

快手：有大量售卖猎捕设备的商家，很多狩猎的博主在快手平台分享猎捕、食用野味相关的内容，并进行引流售卖等，部分反映的问题能被处理，在平台举报的内容部分也能被处理。

2023年8月，电商无野（行动）向快手平台举报了1046多个引流售卖猎捕工具个毒鸟药视频内容，超过324个视频被处理。其中很多视频都是带着“遵守法律，爱护动物，保护野生动物”的提示，但实际上是一些捕捉野生动物和引流售卖猎捕工具的内容。

百度贴吧：存在不少非法野生动植物交易相关的信息，相关内容量比较大，很难靠举报杜绝，但一些问题也有被解决，没有对接到相关工作人员。

在百度的贴吧，有关野生动植物的交易信息是海量的，从捕捉方法、捕捉工具、捕捉、交易，都是一条龙的，几乎和最初关注的时候没有变化。除了各种动物外，一些国家或地方明令禁止的植物也在百度平台有大量交易信息。

闲鱼：存在售卖砗磲、兰花等濒危野生动植物的现象，举报结果往往不成立，没有对接到其平台相关的工作人员。

小红书：存在一些博主分享野味、异宠、不合理接触野生动物相关的帖子情况，发现举报后结果显示已被处理，但实际帖子依旧存在，没有对接到其平台相关的工作人员。

腾讯平台：在微信视频号/公众号上存在很多引流售卖猎捕设备的账号和视频内容，同时也有很多qq群和微信群从事专门的非法野生动植物交易的行为，且很难监管。2015年5月22日，企鹅爱地球项目正式启动，开通举报非法野生动物交易信息的渠道，向用户科普保护野生动物和生态环境的各类知识。2016年8月，QQ“非法售卖野生物及制品”举报标签上线，在个人帐号举报、群、讨论组举报选项中都新增了此举报标签。2018年11月，企鹅爱地球进一步升级，联合腾讯110小程序开通的“网络贩卖野生物及制品举报工具”。阿里安全风控大脑为平台提供治理的核心能力，通过人工智能算法等技术，可对文本、图片、视频、直播等内容进行全面检测，实现对涉及野生动植物违规信息的毫秒级识别。

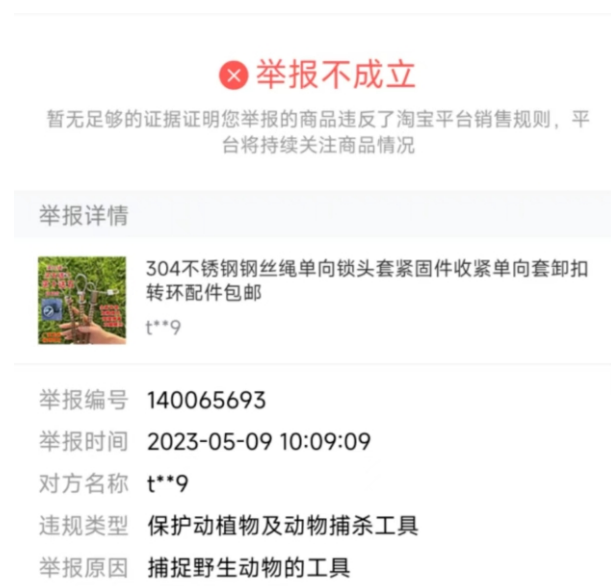


图36 在淘宝平台显示“举报不成立”的截图

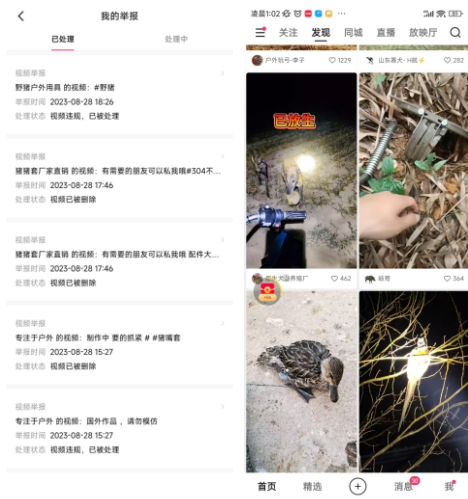


图37 快手平台上猎捕野味及向快手平台举报的处理情况的截图



图38 举报后快手平台的有效处理率大概为30%

四、报告建议

2023年，电商无野（行动）发现传统电商平台关于野生动植物交易的内容正在变好，明显违法国家法规或破坏生物多样性相关的商品或内容正在减少，且向短视频平台和更加隐蔽、难以监测的网络社群转移。对此，电商无野（行动）倡议：

网络平台应该发挥自身的优势和作用，积极履行社会责任，加强合作，共同打击和预防非法野生动植物交易活动，共同推进生态文明建设和可持续发展。

一、现行有效的监管规范

（一）《中华人民共和国电子商务法》授予网络平台对非法野生动植物贸易的监管权：

1、平台准入审核的权力。根据《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电子商务法》）第27条的规定，平台应当核验、登记经营者的各项真实信息，建立登记档案并定期核验更新。

2、制定规则的权力。根据《电子商务法》第32条的规定，平台应当制定服务协议和交易规则、信用评价规则、知识产权保护规则、投诉举报机制规则、争议解决规则。

3、处置侵权行为的权力。根据《电子商务法》第45条的规定，平台在接到知识产权权利人的通知时，应当采取删除、屏蔽、断开连接、终止交易和服务等必要措施。

4、处置违法信息的权力。根据《电子商务法》第29条的规定，平台发现平台内的商品或服务信息违法时，应当采取必要处置措施，包括实施警示、暂停或中止服务并及时公示。

5、消费者权益保证金管理权。根据《电子商务法》第58条的规定，平台经营者可以与平台内经营者协议设立消费者权益保证金，并就消费者权益保证金的提取数额、管理、使用、退还进行约定。

6、应急处置的权力。根据《电子商务法》第30条的规定，在发生网络安全事件时，平台应立即启动应急预案，采取相应补救措施并向主管部门报告。

7、裁决纠纷的权力。根据《电子商务法》第63条的规定，电子商务平台可以依据争议解决规则裁决纠纷，依据自愿原则公平、公正地解决当事人之间的争议。

（二）2021年由国家互联网信息办公室、公安部、商务部等部门联合印发的《网络直播营销管理办法（试行）》明确规定直播营销平台具有以下监管权：

1、对直播营销人员服务机构及直播间运营者管理的权力。《办法》第7条规定平台应当规范直播营销人员的招募、培训、管理流程。

2、禁止某些商品和服务进行直播营销的权力。

《办法》第7条规定平台应对直播营销的内容、商品和服务的真实性、合法性进行审核，严禁法律法规禁止以及不适宜以直播形式营销的商品和服务参与直播营销活动。

3、直播巡查管理的权力。《办法》第9条规定直播平台有权开展信息发布审核和实时巡查，发现违法和不良信息应采取处置措施。

4、对直播间运营者进行惩罚的权力。《办法》第10条、第14条规定平台对涉嫌违法违规的高风险营销行为可以采取限制流量、暂停直播、注销账号、禁止重新注册等措施，并可对违法失德造成恶劣影响的人员列入黑名单。

二、监管建议

但是2023年电商无野（行动）认为上述权力的行使依然不够且不够规范。例如平台擅长在用户协议中利用免责条款的设置排除对自己的不利法律后果。平台借意思自治的外衣对自己的责任予以事先排除的约定有悖于其平台管理者的身份，是对自身信息审核义务的逃避。而“用户协议”约定的义务本也能是网络平台监管权力来源之一。

（一）对于非法野生动植物交易问题，网络平台可以采取以下几点措施：

1、加强审核机制：网络平台应该加强对发布的信息和交易行为的审核机制，采取人工和技术相结合的方式，避免非法野生动植物交易的出现。

2、建立专门机构：网络平台可以设立专门的机构或部门，负责采集和整合有关非法野生动植物交易的信息和数据，开展监测和分析工作，协助有关部门打击非法行为。

3、强化合作机制：网络平台可以与有关部门和组

织建立合作机制，共同开展非法野生动植物交易的打击和防范工作，及时交流和共享信息和经验。

4、加大公益投入：网络平台可以加大对野生动植物保护和环境保护公益事业的投入力度，支持相关公益机构和项目，引导用户摒弃非法野生动植物交易的错误观念和行为。虽然通过规范平台这一算法应用的数字生态系统，能够避免挂一漏万，但是传统管制目录的方式不能放弃，建议由国家林草局牵头研究、制定出应当禁止生产和销售的猎捕工具目录，列入目录的猎具任何企业、单位、个人不得制作、销售，否则依法承担责任。目录可以根据实际情况适时增补。对于因科研等需求确实需要少量捕鸟网等猎捕工具的，可以凭相关部门批准文件特许生产，保证全过程监督，可追溯来源，避免流入非法渠道。

（二）对监管部门的建议

1、建议有关部门对具有杀伤性比较大的猎捕设备，如捕猎夹、索套等捕猎设备的生产和销售进行溯源和管控，并出台相关的限制售卖或禁售法规。

2、建议林业、渔业、农业、市场监管等部门对用于毒杀鱼类、鸟类的农药或其他药剂宣传和售卖做对应的管控，将强普法宣传。

3、建议国家邮政部门对野生动物的运输加强监管，特别是活体野生动物，包括异宠、外来入侵物种。

（三）对公众的建议

1、建议广大消费者不要食用野味，不从网络平台非法购买野生动植物及其制品和猎捕工具等，不捕捉野生动物，不盗挖受国家保护的野生植物园，不从事严重破坏生物多样性的活动。

2、建议公众积极参与监管网络平台非法野生动植物及其制品。

参考文献：

- 1.赵鹏，“私人审查的界限：论网络交易平台对用户内容的行政责任”，载《清华法学》2016年第6期。
- 2.万方，“网络直播营销平台监管权运行的困境及其破解”，载《法商研究》2023年第2期。
- 3.毛海波、吴慧琼、梁春霞，“网络交易纠纷中电商平台法律性质的类型化分析”，《上海法学研究》4.集刊2022年第4卷——上海市法学会网络司法研究会文集。
- 4.《上海法学研究》4.集刊2022年第4卷——上海市法学会网络司法研究会文集。
- 5.反盗猎重案组，新野保法主题分析——野生动物猎捕工具怎么治理？<https://mp.weixin.qq.com/s/WsILnSBvel-lJ7GqYzYdKg>

附录一

电商平台野生动植物非法贸易及破坏生物多样性检索关键词 ——电商平台及其他网络社群须重点监管的野生动植物及其制品和 相关捕猎工具、破坏生物多样性等商品或宣传内容的搜索关键词

1、在电商平台和短视频平台或其他网络社群常见的野生动植物及相关制品

(1) 野生动物及相关制品

搜索关键词：穿山甲制品（穿山甲鳞片穿山甲、穿山甲透骨液、穿山甲）、猛禽（瓜、羽）、大壁虎（蛤蚧）、虎骨（大猫骨）、虎牙（大猫牙）、象牙、象皮、象牙、狼爪、狼牙、狼皮、野鸡、画眉、百灵鸟、柳莺、黄腰柳莺、红点颏、点颏、北红尾鸲、三道眉草鹀、黄喉鹀、树鹀吧、蓝点颏、麻料吧、燕雀吧、黄雀吧、麻料鸟、山雀、杂色山雀、贝子、煤山雀、大山雀、秀眼、黄鸟、苏雀、蜡嘴等、蟾蜍、斑纹蛙、石蛙、麂子、野生蛇、野生林蛙（雪蛤）、壁虎、鹰嘴龟等野生龟鳖类（下山龟）、受国家保护的昆虫类、海马及制品、砗磲及其制品（玉化贝）、玳瑁及其制品、红珊瑚及其制品、野生蓝鳍金枪鱼、野生海龙、红腹锦鸡、白腹锦鸡、白冠长尾雉等、犀鸟头骨机器制品、独角鲸牙、大白鲨鱼牙。

(2) 野生植物相关其制品

搜索关键词：雪莲（花）、雪兔子、天山雪莲、塔黄、发菜、崖柏及其制品、苏铁类植物（非普通种）、金毛狗蕨、野生兰花、野生杜鹃（映山红）、新安杜鹃、野生芍药、野生牡丹、野生红豆杉、沙罗等

(3) 存在生物安全隐患的物种（包括部分外来入侵物种）

搜索关键词：活体鳄龟、红火蚁、非洲蜗牛、清道夫、（活体）鳄鱼、食人鲳、鳄雀鳝（鱼）、红尾鲶（财猫鱼或红尾鸭嘴鱼）、巴西（红耳）龟、（美洲）鳄龟、马来鳖、蚂蚁（国外种）、加拿大黄花及其种子等

2、在电商平台或其他网络社群常见的有毒农药及其他有毒化学品

(1) 毒鸟药

搜索关键词：扁毛霜（礞）、呋喃丹、克百威、捕猎药、毒鸟药、呋喃丹、野鸡药、三步毒野鸡（全杀）、毒野鸡、引鸡粉、诱鸡药、诱鸟药、野鸡封喉药、斑鸠药、喜鹊药、麻雀药等

(2) 哺乳动物毒药

搜索关键词：野味王（原粉）、引诱粉、捕猎粉、狩猎粉、野猪药（野猪粉）、麂子药、毒狗药等

(3) 水生鱼虾类毒药

搜索关键词：清塘剂、清塘净、清塘威、毒鱼赛单、赛单、硫丹、鱼藤精、名鱼藤氰、鱼藤酮、毒鱼藤、憋虾灵、醉鱼药、熏鱼药标记或宣传用于毒药的菊酯类农药等。

(4) 毒树药

环嗪酮、大树枯、杀大树、毒大树等

(5) 吸引昆虫的其他药剂

捕蝉粉、诱蝉粉、捉蝉粉

3、在电商平台或其他网络社群常见的对生态环境有严重破坏性的逆变器电击设备

(1) 捕猎设备

搜索关键词：电猫、捕猎机、捕猎器、野猪机、野兔机、捕兔机、电击枪、高压逆变器等

(2) 电蚯蚓设备

搜索关键词：户外一体机、锂电池一体机、户外合体机、蚯蚓电机、蚯蚓捕捉机、地龙仪等

(3) 电鱼设备

搜索关键词：打鱼一体机深水、电捕、鱼霸，扑鱼机、扑鱼机深水、一体机打鱼、锂电池电鱼、黄鳝机、吸鱼机、一体机捕、一体机捕鱼最新款、一体机捕鱼一扫光、一体机捕鱼全套、一体机捕鱼打鱼、一体机捕鱼吸鱼机、一体机捕鱼大功率、锂电一体杆等

4、在电商平台或其他网络社群常见电子猎捕装置

(1) 电煤捕鸟器

搜索关键词：电煤诱捕机、媒音、媒音机、诱鸟（机）器、诱鸟神器、引鸟（神）器、竹鸡声卡（音）、黑水鸡声卡（音）、山鸡声卡（音）、电媒、鸟媒、电媒、鸡媒、音媒、鸟叫仿声器、鸟叫机（器）、鸟声音播放器、户外扩音（器）、鸟叫仿声器、叫鸟机、宇声电媒、野马电媒、电子诱鸟机等

(2) 捕鱼电子可视设备：

搜索关键词：瞄鱼器、可视瞄鱼、钓鱼和科技、可视瞄鱼杆、瞄鱼利器、可视瞄鱼神器等

(3) 灯光诱捕设备

搜索关键词：蝎子灯、紫外线捕捉灯、捕蝎王、捕蝎头灯、专业捉蝎照明、蝎子灯大光斑、充电白紫光、升级版捕蝎王、多功能捕蝎灯、照蝎灯、专用捕蝎灯、LED强光捕蝎灯、LED强光捕蝎神器、清晰照蝎灯等

(4) 红外线辅助设备

搜索关键词：红外线弹弓、红外线钢珠弹弓、红外线弓弩、红外线瞄准等等，射鱼弹弓等

(5) 捕捉野生动物的电子报警设备

搜索关键词：户外夹子报警器、智能户外报警器、野猪报警器

5、在电商或其他互联网社群常见的传统猎捕工具

(1) 猎套

搜索关键词：脖套、排套、连环套、地套、钢丝套、弹簧套、吊脚套、野猪套、鹿子套、猎兔套、野味钢丝套300斤、三节（套）、两节（套）、弹簧套、吊脚套、绳套、拌脚套、套脚、脚绳、钢丝绳套、钢丝绳自锁扣、野外抓捕神器、套野猪神器、抓鸽子神器、脚伴、山鸡脚套（绊脚）、野鸭套（绊脚）等

(2) 猎夹

搜索关键词：捕猎夹、猎兔夹子、野兔夹子、山猫夹子、野猪夹、鹿子夹、捕兽夹、地夹子、脖夹、钢丝夹、弹簧夹、山猪夹、夹子报警器、踏板、野兽夹、兔夹子、深山夹子、猎兽夹、抓野猪器、夹野味的夹子、山猪带齿、山猪铁夹、夹子报警器等

(3) 猎笼

搜索关键词：滚笼、拍笼、排笼、地笼等

(4) 猎网

搜索关键词有：捕鸟网、粘鸟网、地笼网、拦江粘网、野鸡捕网、野鸡粘网（野外）等

(5) 统称性关键词

搜索关键词有：猎户工具、户外猎捕工具

6、部分关键词解释

蛤蚧	大壁虎（国家二级），目前国内属濒危物种。
下山龟	是指从野外捕获的龟，下山龟比较难养，很多下山龟都活不下去，但因为基因原因，很多玩家也要尝试养下山龟。
生桩	从山野或者园培中采挖植物树种，对根杆重度修剪以达到后天造型的桩材。
（各种）下山桩	多指从野外山林中采掘，对根部和茎杆进行重度截断的盆景桩坯。由于不少盆，如“下山杜鹃”、“下山崖柏”、“下山映山红”、“下山金弹子”、“下山黄杨”等。
生桩	盆景素材都在深山老林或者野外河谷，因为习惯将非人工培育的桩材统称下山桩。
下山兰（花）	从野外盗挖的兰花，很多濒危的野生兰花被盗挖濒临灭绝。
（户外）媒音卡	“电媒捕鸟器”捕捉野生鸟类的电子诱捕器。
地龙仪	用电流捕捉野生蚯蚓的机器，或叫“蚯蚓电机”。
电鱼机	电鱼逆变器、深水逆变器、捕鱼逆变器，用来范围性电捕鱼体重的鱼，被渔业法和野生动物保护法命令禁止。
地笼网	或叫地笼网子、绝户网：关键词有“地笼网 鱼”、“地笼网 虾”、“地笼网”，根据渔业法第三十条，地笼产品为禁用商品。
玉化贝	砗磲制作的饰品，国家二级或一级保护动物。
扁毛霜（礞）	或叫克百威、呋喃丹，“扁毛霜”原是一种杀虫药，用来消灭蚊蝇，后来有人发现“扁毛霜”毒鸟“效果更好”，这种方法被逐渐“推广”开来。由于“呋喃丹”是高毒农药，为了保证生产、食用的安全，该类农药已被全国许多省市的林业部门列为禁用农药。
电媒捕鸟器	利用播放异性鸟叫声捕捉野生鸟类的电子诱捕设备，各大平台均有售卖。
引蝉粉	在野外捕捉金蝉时用的一种化学药剂，成分未知，主要在拼多多、快手售卖。
野猪粉	吸引野猪的一种化学药剂，成分未知，主要在拼多多、快手等平台售卖。
蝎子灯	用于捕捉野生蝎子的紫外线灯具，在各大电商平台均有售卖。
毒鱼药（清塘剂）	在自然水域捕捉鱼类的化学药剂，包括一些农药，在拼多多平台大量售卖，一般有“清塘”、“晕鱼”等关键词字样。
夹子报警器	猎捕野生动物捕猎夹的配套电子设备，当野生动物被捕捉到时可只能报警，各大平台均有售卖，属于一种新型的猎捕设备。
杀大树的环嗪酮	因为不合规宣传导致破坏生物多样性、灭杀大树的农药化学品。

本报告由回归荒野编写

撰写：

何颖莹，电商无野行动者，武汉大学环境与资源保护法学博士研究生

蒋雪华，电商无野行动者，长期进行野生动物保护与研究

报告顾问：

丁岩林，西北政法大学环境法律与政策研究中心主任

管绍贤，中国野生动物保护协会志愿者委员会副秘书长

温波，国家地理学会空气和水保护基金前项目主任

审核校对：张晓磊

排版：莫存柱

电商无野行动（Wildlife-Free E-Commerce Initiative）：依据《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国野生动物保护法》《中华人民共和国水生野生动物保护实施条例》《中华人民共和国陆生野生动物保护实施条例》《国家重点保护野生动物驯养繁殖许可证管理办法》《中华人民共和国邮政法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国邮政法实施细则》等法律法规，本行动由回归荒野、无毒先锋、自然田NatureFields、中国生物多样性保护与绿色发展基金会、北京草原之盟环境保护促进中心、反盗猎重案组等多家环保组织和志愿者团队在2020年3月共同发起，通过对各大电商平台和存在非法野生动物贸易信息的网络社群中销售的国家重点或明令禁止交易的野生动植物相关商品进行举报、沟通，督促电商平台和其他网络社群采取下架相关商品、处理相关交易信息等措施，进而降低公众健康隐患、降低生物安全风险，同时保护濒危野生动植物和生物多样性。

回归荒野：关注生物多样性保护，主要通过独立调查、企业倡导、公众参与等活动，推动网络平台上的非法野生动植物交易等问题的解决，旨在推动生物多样性保护，降低生物安全隐患、保护濒危物种等。

感谢国家林草局野生动植物保护司、北京企业家基金会创绿家项目组、绿色电商小组、SEE江南中心、深圳市零废弃、北京慈善义工文化艺术促进中心、北京草原之盟环境保护促进中心等对2023年电商无野行动及本报告给予的支持，感谢所有参与电商无野公众参与行动的志愿者。