

# 国际野生生物贸易研究组织(TRAFFIC) 关于网络非法野生生物贸易(2012年1 月-2014年9月)的监测报告

## 综述要点:

- 国际野生生物贸易研究组织(TRAFFIC)对中文电子商务网站的定期在线监测数据,特别是自2012年起的监测数据,显示网络上发布了大量非法野生生物制品的在线广告。
- 网上提供的非法野生生物制品一半以上都是象牙制品。各网站采取定期删除相关广告信息的措施后,这些在线广告数量已急剧下降并保持下降趋势。
- 然而,我们不能因为这种急剧下降的趋势而抱乐观态度: **特别值得注意的是,通过社交媒体平台进行的在线非法野生生物制品交易日益攀升导致非法贸易数量仍然居高不下。**
- 我们需要探索遏制非法野生生物贸易的新途径,例如:与最终为促成在线交易提供寄递服务的物流公司和提供支付交易服务的金融公司合作。



社交媒体平台上出售的象牙制品

## 背景

互联网已经彻底改变了全球的通讯,用户足不出户便可以体验便捷的信息传播和交流互动。“互联网实时统计(Internet Live Stats)” 2014年7月1日的数据显示,目前全球有超过29亿的互联网用户,超过世界人口总数的40%(请见图1)。中国凭借其6.41亿的互联网用户,已成为全球最庞大的网民群体<sup>1</sup>。

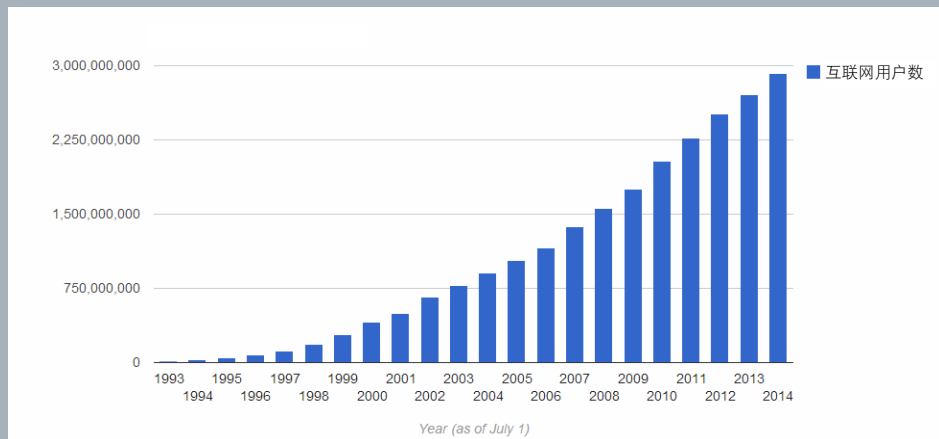


图1 全球网络用户数量

随着互联网用户数量的迅猛增长,电子商务也在蓬勃发展。根据市场调研公司eMarketer 2013年12月报告,2012年中国B2C贸易总值约为1100亿美元,到2014年B2C和C2C网络交易总值预计将增长至2746亿美元<sup>2</sup>。如此高额的电子商务交易环境下也蕴藏着非法的交易活动。网络犯罪通常容易达到隐藏真实身份并开展隐蔽性强的交易行为。因此,网络监测对于了解在线非法野生动物贸易水平和规模至关重要。

<sup>1</sup> <http://www.internetlivestats.com/internet-users/> (2014年7月1日获得该数据)

<sup>2</sup> <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1009649> (2013年2月5日获得该数据)

早在2006年，TRAFFIC就对选定的中国大陆、台湾及香港特别行政区中文网站及交易平台开展了历时8个月的调查。最初的调查结果显示，大量的濒危物种制品在互联网上出售（查出332件象牙制品<sup>3</sup>和193件犀牛角制品）。显然，必须对网络销售行为进行全面网络监测。TRAFFIC自2010年起开始对网络市场进行定期调查，初步措施是简单统计出售非法野生动物制品广告的数量。调查结果分别在2010年及2011年国家濒危物种进出口管理办公室召开的研讨会上通报给了各执法部门。这些初步研究突出强调需要更深入了解网络贸易状况，以便完善检测方法进而制止非法交易。2011年底，一项全面网络监测项目开始在中国运作。调查结果会定期反馈给网站和平台负责人及执法部门，例如国家林业局、森林公安局等。TRAFFIC同时开展对电子商务专业人员的定期培训，内容包括用来掩盖非法交易的最新代名词、法规变更及物种鉴定等。

## 市场监测

### 电子商务平台及网站：

2012年1月，TRAFFIC开始对15家选定网站的五种主要非法野生动物制品（象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品及穿山甲片）进行密切追踪监测，并对用于掩盖这些非法制品的12个已知代名词进行定期搜索。监测范围随新制品、网站特别是新代名词的发展趋势而不断拓展更新。

TRAFFIC调查发现，随着打击力度的增大，非法贸易商家对描述野生动物制品的代名词不断进行扩展以防止他们的术语被屏蔽，相关广告被删除。为适应这一趋势，TRAFFIC不断更新其掌握的代名词并将此变化及时反馈给网站负责人(表1)。例如，针对象牙制品的网络交易代名词最初只有“象牙，XY和Xiangya”，截至2014年9月，仅象牙一类搜索代名词数量就高达22个，包括“非洲塑料、黄料、白塑料、果冻”等术语。TRAFFIC目前至少识别了总计64个其监测的非法野生动物制品的代名词。

至2014年9月底，TRAFFIC继续每月定期监测25家电子商务类网站及古玩销售类网站，涉及8大类野生动物制品——象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片、豹骨、塞加羚羊角和盔犀鸟头骨，用于描述这些非法制品术语的搜索量达64个。TRAFFIC的专家最初对每个监测网站逐一手动搜索制品名称及各自相应代名词，并将搜索结果在数据库中记录。对这些数据进行筛选确认相关广告并移除重复词语。近期，TRAFFIC启用了自动搜索和筛选方法。

每个月非法野生动物制品广告总量(TWPA)和新增非法野生动物制品广告总量(NWPA)被记录在案。对每个网站逐一搜索每个代名词，然后将记录的搜索结果（包括网页链接、商品名称、具体描述及卖家信息）分别发送给每个网站/平台负责人，供他们参考并清理相应发布信息。根据TRAFFIC提供的这些反馈信息，部分网站/平台负责人已屏蔽了一些涉及的代名词，这些代名词就再也无法被用于非法制品的广告，但是网站负

<sup>3</sup> 尽管中国存在受限制的合法象牙交易，网络象牙交易仍然未经批准，属于违法交易。

责人无法屏蔽全部涉嫌代名词，因为其中有些通常被用于合法制品。TRAFFIC会将月度合并监测结果同时上报给相关执法部门。

某些特点有助于分辨真伪野生物制品，例如：通过检验网站发布的书面制品描述和图像来分辨，尤其是那些涉及象牙、犀牛角、玳瑁制品、穿山甲甲片、盔犀鸟头骨和塞加羚羊角制品。对于虎骨和豹骨制品的广告，很难直观辨别真伪，只能以卖家的具体描述为基础进行判断。另外，卖家可能用其他商品的图片代替其销售的商品以吸引消费者的眼球，由于不是所有消费者都能够鉴别真伪制品，因此，尽管统计结果中已排除了明显的假冒制品广告，有些广告仍可能被误计入非法野生生物制品统计结果中。TRAFFIC还使用一些方法用于处理不同网站发布的相同制品广告的重复信息，这些广告信息通常可以追溯到同一个商家。在此种情况下，重复信息将被计为一个单独数据点。

时间	网站数目	制品数目	制品*	所有制品的关键词数量
2012年1月	15	5	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片	9
2012年5月	24	5	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片	12
2012年7月	24	6	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片、豹骨	20
2012年8月	24	7	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片、豹骨、塞加羚羊角	30
2012年10月	24	7	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片、豹骨、塞加羚羊角	37
2013年1月	24	8	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片、豹骨、塞加羚羊角、盔犀鸟头骨	40
2013年7月	25	8	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片、豹骨、塞加羚羊角、盔犀鸟头骨	57
2014年6月	25	8	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片、豹骨、塞加羚羊角、盔犀鸟头骨	64
2014年9月	25	8	象牙、犀牛角、虎骨、玳瑁制品、穿山甲甲片、豹骨、塞加羚羊角、盔犀鸟头骨	64

\*犀牛角=RH, 虎骨=TB, 玳瑁制品=HS, 穿山甲甲片=PS, 豹骨=LB, 塞加羚羊角制品=SH, 盔犀鸟头骨=HC

表1：TRAFFIC的网络和电子商务监测进展（2012年1月至2014年9月）

2012年1月，TRAFFIC在调查的15家网站发现5类非法野生物制品的近3万条广告（见图2）。这一数据在接下来的两个月上升至逾50,000条。直至2012年4月，在TRAFFIC向监测的网站负责人反馈监测数据后，一些网站负责人第一时间清理了其网站上涉嫌违法的广告，该数据又再次下降到约3万条。随后，非法野生物制品广告总量(TWPA)再次上升，主要原因是TRAFFIC自2012年5月起将监测的网站数扩大到24家，并增加了监测制品数量（2012年7月起增加豹骨，2012年8月起增加塞加羚羊角，2013年1月起增加盔犀鸟头骨）。另外，截至2014年10月，搜索代名词数量也增加至37个。总体来说，非法野生物制品广告总量(TWPA)保持相对稳定的原因是由于各网站负责人屏蔽了多种代名词并清理了违法广告。

在TRAFFIC实施对网站负责人的持续培训、指导和信息共享的措施后，非法野生物制品广告总量(TWPA)在2013上半年有了稳步的明显下降趋势，急剧下降至小于1万条并在此后一直保持该水平，并且仅有略微变化。纵使在监测范围不断扩大的条件下，在此

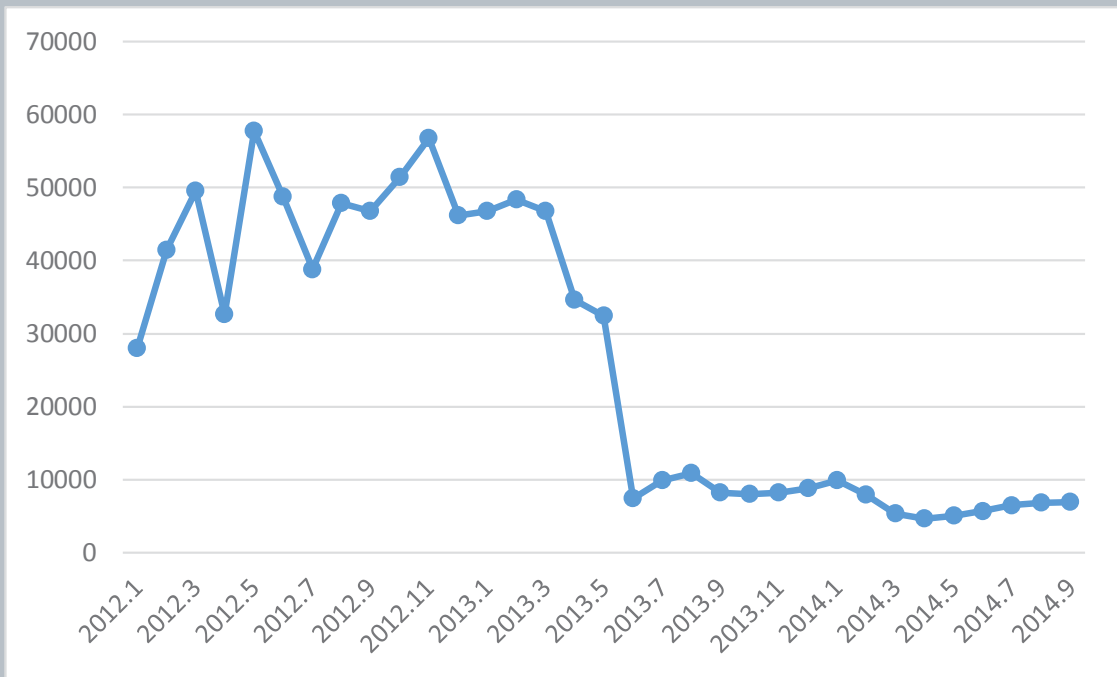


图2：所监测中文网站上非法野生动物制品广告总量(TWPA) (2012年1月至2014年9月)

期间(见表1)取得如此成果并不容易。同时,严重威胁极度濒危或濒危物种的网络非法贸易仍然情况严峻。然而,仅通过删除电子商务平台上的广告无法杜绝非法买卖野生动物制品的需求。不得不承认,仍有一些非法野生动物制品的交易不在TRAFFIC的监控范围内。这表明电子商务平台上非法野生动物制品的实际交易数量可能更高。

每个月在线发布的新增非法野生动物制品广告总量(NWPA)数目更精确直观地反映了网络非法野生动物贸易的水平和趋势。新增非法野生动物制品广告总量(NWPA)消除了已记录在案的广告影响,并意味着将更快发现新的贸易趋势(见图3)。TRAFFIC实施监测措施并向网站负责人反馈信息后,相关广告被删除,新增非法野生动物制品广告总量(NWPA)数目在2012年7月急剧降至1500条左右,并自此长期保持该水平,尽管由于引入其他额外网站和代名词监测造成了一些变化。

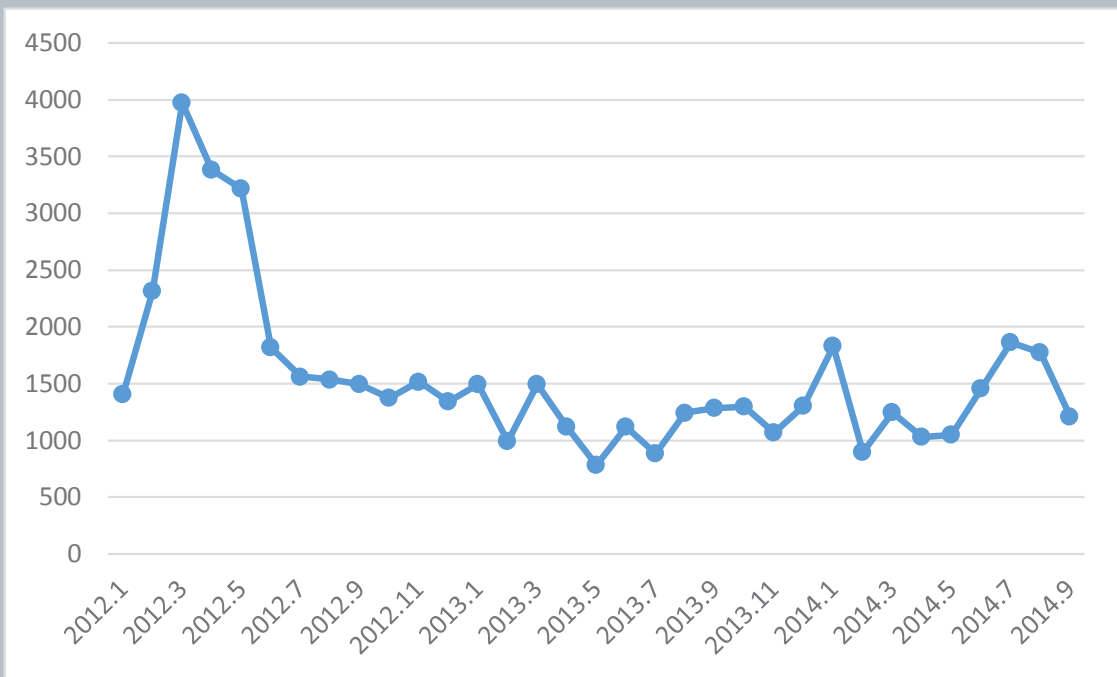


图3：新增非法野生动物制品广告总量(NWPA)数目 (2012年1月至2014年9月)

由于网站、制品和监测所用代名词的数量不断增加，无法直接对不同月份进行对比。故TRAFFIC在每个网站每项制品的新增非法野生动物制品广告总量(NWPA)基础上开发了一个指数<sup>4</sup>，用来比较在线非法野生动物交易（见图4）。

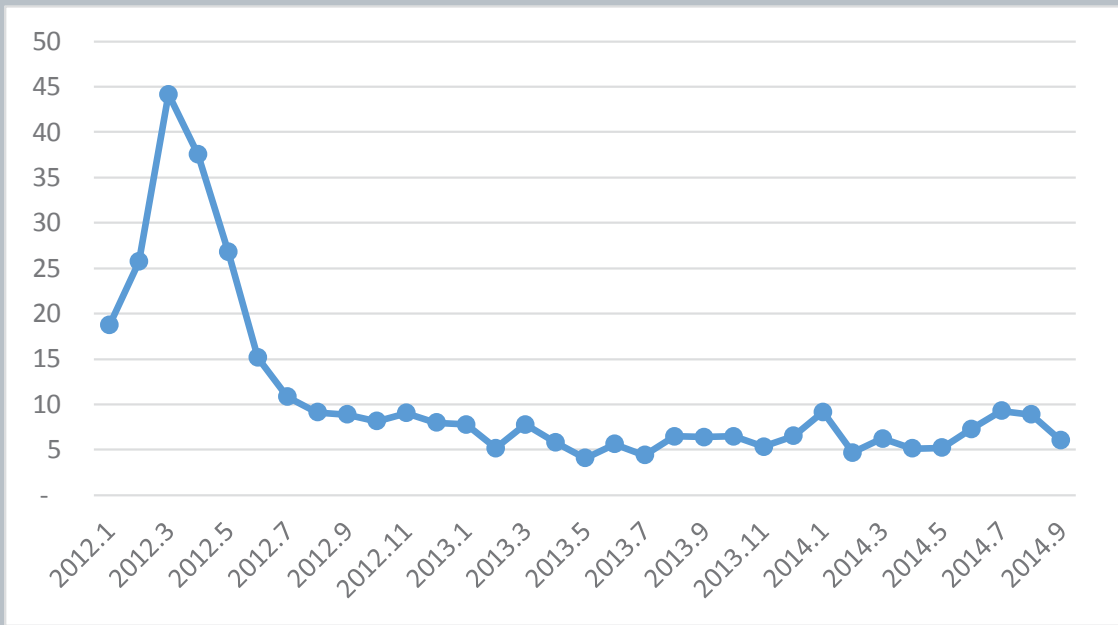


图4：每个网站每项制品的月新增野生动物广告数目（2012年1月至2014年9月）

从2012年1月每个网站每项制品的19条新增广告开始，这一指数在2012年3月达到45条的峰值，其后急剧下降至2012年7月的11条，并且截至2014年9月保持这一稳定水平或更低水平。

2012年6月23日国家林业局、森林公安局与国家濒危物种进出口管理办公室和TRAFFIC合作组织召开了一个研讨会，包括阿里巴巴、淘宝、腾讯等15家中国领先电子商务网站

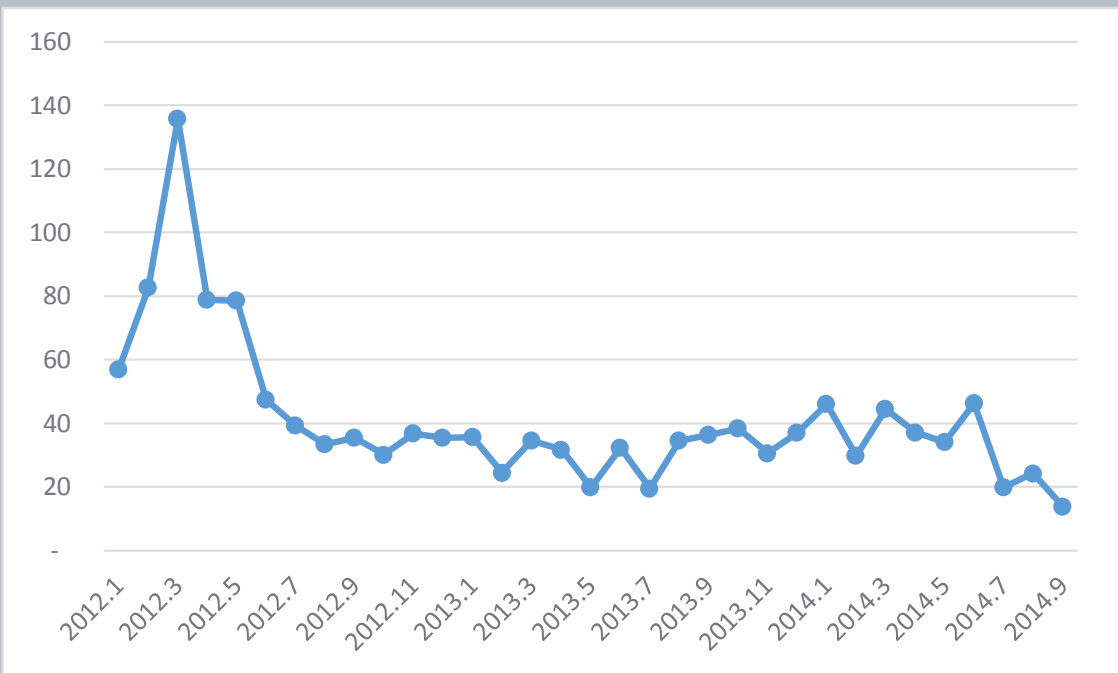


图5：新增象牙制品广告数量（2012年1月至2014年9月）

<sup>4</sup> 该指数的计算方法为：一个月的NWPA / 物种数 \* 本月TRAFFIC 监测的网站数

的负责人出席了该研讨会，并联合签署了野生动植物贸易零容忍倡议书。此研讨会召开后不久，自2012年7月起，非法野生动物贸易的数量就急剧下降了四倍。在此之后，至2014年9月，NWPA指数一直在5到10之间波动，监测的25个网站每月新增广告数目保持在1500条左右。

在被监测的8个制品中，最常见的是象牙制品广告，通常占到每个月新增广告数量的1/2以上（见图5）。

调查初期，每个网站新增象牙制品广告为57条，并于2012年3月达到136条的峰值。在15家领先电子商务网站联合发出倡议书后，该数值从2012年7月起下降到39条，并于接下来的24个月中保持在20-50条的范围内，被监测的每个网站象牙制品新增广告平均为35条。

### 社交媒体：

2014年3月起，TRAFFIC开始对日益增长的利用社交媒体平台出售非法野生动物制品的现象进行调查。最初的调查显示，不法商家发出非法野生动物制品图片及信息，以吸引和联系潜在消费者。所有访问者都可看到一般网站发布的广告，而社交媒体却不同，使用社交媒体的商家可根据访问者的个人介绍来选择可与之公开信息的访问者。这一私密的方法帮助不法商家巧妙地规避了监测。

一些使用社交媒体商家还会雇佣“代理”以帮其拓展消费者群体。“代理”将非法野生动物制品信息转发到自己的社交平台，一旦其社交圈内有人有购买意向，该代理会向上一级销售者购买该商品并加价转卖。通过这种途径，不法商家可以更迅速地销售其商品并关联更多用户。社交媒体零售的监测同时也存在相当大的挑战。大部分社交媒体平台只对“被验证”的用户公开商家在该社交圈内公布的信息。不法商家还会定期跟踪其圈内用户并可屏蔽没有消费记录或很少更新（被认为不活跃的）的用户，或者那些经常提出问题的用户。以上现象使得调查人员很难在这些异常谨慎的互联网圈子内保持圈内人的身份。TRAFFIC需要利用新的调查手段和技术以应对这一问题。尽管监测非法交易的过程中困难重重，TRAFFIC的调查依然监测到通过社交媒体买卖的大量非法野生动物制品贸易信息。表2展示了一个月内社交媒体平台上非法交易数量的摘要信息。

社交媒体账户	象牙原牙	象牙切块	犀牛：整只角或犀角切片以及加工制品等	盔犀鸟头骨	象牙制品
不法商贩 1	60+	100+	10		数千件
不法商贩 2	2	54		25	数百件
不法商贩 3	26	70+	50+	21	数百件
不法商贩 4	5	11			数百件
不法商贩 5	7	11	15		数百件
不法商贩 6	15	30+	2		数百件
<b>总计</b>	<b>115+</b>	<b>276+</b>	<b>77+</b>	<b>46+</b>	<b>数千件</b>

表2：单月社交媒体非法野生动物制品广告数量范例

表2的数据表明大量非法野生动物制品正通过社交媒体出售，这更表明调查人员、执法部门及社交媒体主管部门应加大对社交媒体平台上非法野生动物交易监测和打击力度的重要性。

## 监测及执法面临的挑战

电子商务的迅猛发展及匿名交易使野生动物网络非法交易的常规监测和检查面临多方挑战。商家隐蔽其违法行径的手段愈发熟练，例如利用社交媒体出售、使用新代名词掩盖所出售制品的真实性质等方法。调查受到非法在线交易的过程中某些代名词被屏蔽情况的阻碍，以及有限的能力也意味着根本不可能及时找到并删除所有违规广告。几秒钟就可以完成的在线交易对于网络监测和执法行动来说也是很大阻碍。

因此，网络监测需要迅速适应新变化并进行各种各样的尝试以面对出现的各种新挑战。TRAFFIC不断审查并调整其监测方法，包括进一步调查通过社交媒体进行的非法交易、积极寻找资金支持并扩大合作范围以增加在线监测的规模和范围。除了删除网站的非法广告以外，还需采取新的鉴别和实施执法手段。以最近的一起案件为例，执法部门通过社交媒体平台“微信”上的语音交易记录<sup>5</sup>成功抓获一名不法商家。

目前，在网上发布非法野生动物制品广告并不属于违法行为，但在线出售象牙制品则属于违法行为。这一点直接反映出法律更新的步伐也需要紧跟科技的进步。随着“担保交易”的广泛应用，支付方式成为侦查非法交易的一种新途径。一旦确认购买，买家会将钱款转至三方担保账户。一旦担保中介机构收到钱款后，卖家会向买家发货，买家收到商品后通知担保中介机构向卖家付款。此类跟踪资金流动的方式成为阻断非法网络交易的另一个很好的解决办法。检查和阻止非法交易的另一种方法是阻断物流环节，TRAFFIC已与多家物流公司探讨合作机制，以确保他们不会在不知情的情况下成为非法野生动物交易的承运渠道。

尽管如此，在与电子商务平台和网站及相关执法部门合作两年多后，非法野生动物制品广告总量(TWPA)和月新增非法野生动物制品广告总量(NWPA)在过去两年中保持平稳态势。这一态势归功于15家中国领先电子商务网站对非法野生动网络贸易的零容忍政策。TRAFFIC的定期监测反馈促使网站负责人将删除违规广告和屏蔽用于描述非法制品的代名词列入常规工作内容，并在一系列有针对性的培训研讨会上报告其采取的此类措施。尽管已取得了诸多积极进展，在消除非法野生动物制品在线交易方面还有很长的路要走，特别是通过社交媒体进行的此类交易。



图6：网络交易的一般流程

<sup>5</sup> [http://www.fj.xinhuanet.com/news/2014-08/27/c\\_1112255004.htm](http://www.fj.xinhuanet.com/news/2014-08/27/c_1112255004.htm)

如图6所示，一般销售流程可包括电子商务网站和社交媒体。因此，电子商务网站和社交媒体可实现互联。交易双方可能随时转变其交流模式，这也使调查及执法过程更加复杂。付款模式包括两种：即可通过担保付款也可无担保付款。（附件一）描述了一般网络交易的步骤及细节。

## 结论

TRAFFIC的定期网络监测，尤其是自2012年起对中文电子商务平台及网站的监测揭露了大量非法野生动物制品的在线广告及信息，2012年3月达到约4000条新增广告的峰值（见图3）。TRAFFIC的数据显示半数以上的网络非法制品为象牙制品。

TRAFFIC定期删除相关违规广告并定期向平台和网站负责人反馈调查结果并开展一系列培训活动，促使非法野生动物网络广告大幅减少并保持平稳。这一成绩也得益于2012年6月15家国内领先的电子商务网站对非法野生动物网络贸易共同表示“零容忍”态度，及与各网站相关负责人的长期稳定合作。尽管TRAFFIC监测的网站数量（目前25个）、监测物种制品数量（目前8个）和相关搜索术语数量（目前64个）一直在增加，月新增非法野生动物网络广告数目在过去25个月中一直保持在1500条左右。

然而，不能因为非法野生动物网络广告数目的显著减少而持乐观态度，目前的非法野生动物广告数目仍然高居不下，且目标物种都涉及国际保护动物。而常规监测的网站违规广告变少，正表明这些违规广告已转移到了其他地方，特别需要注意当前全球突飞猛进发展的网络商务环境下的这些违规广告。

特别引人注意和关注的是，通过社交媒体在线销售非法制品的行为日益增多，给监测和执法带来了挑战，并且解决这方面问题的能力亟待提高。TRAFFIC的数据显示，目前有大量非法野生动物产品通过社交媒体出售。需要开拓新方法来遏制此类非法贸易，诸如与最终促成网络交易的物流公司和提供支付交易服务的金融公司合作。

考虑到这些研究结果，TRAFFIC提出了以下改进电子商务市场在线监测的建议，以大幅减少利用电子商务市场出售非法野生动物制品的活动，并使那些销售此类制品和购买此类制品的商家和买家规避被拘捕和被起诉的风险。



## 建议

1. 物流和快递公司需要作出更多努力，通过常规和谨慎检查货物的措施确保他们的货物符合现行规定，以便阻断在线非法野生动物贸易。TRAFFIC随时为实现这一目标而提供知识培训和能力建设方面的协助。
2. 国家邮政局（中国物流和快递行业监管部门），应成为中国国家部门间CITES履约执法工作协调小组（NICE-CG）和省级部门间CITES履约执法工作协调小组（PICE-CG）成员。上述这两个机构负责监管中国CITES执法工作实施。
3. 打击非法野生动物贸易方面，社交媒体公司应该发挥更加积极主动的作用。例如，该行业掌握了监测和搜索关键代名词的技能，一经相关执法机关要求，这些公司有义务将其客户群的信息共享。对此可行性需更深入的探讨。
4. 政府应发出明确的信息，即中国象牙唯一合法渠道来自指定的象牙制造商和零售店，并且规定所有网上象牙销售都为非法行为。由于网上销售象牙系非法行为，应探究是否有可能颁布相关法规，以便规定在线发布象牙和其他受保护野生动物产品广告的行为（包括代名词）同样非法。
5. 应扩大由政府机构、非政府组织（包括TRAFFIC）以及由中国国家濒危物种进出口管理办公室CITES-MA合作设立的行业参与者组成的联盟，以便提升旨在打击非法野生动物在线（包括社交媒体）贸易的监测和执法活动的力度。

## 附件一：非法野生动物制品网络交易的一般步骤

本部分描述了图6所示网络交易的一般步骤。此部分描述基于TRAFFIC调查人员的观察经验。

### 第1步：引起对所售制品的关注

商家通常在电子商务站点发布广告（见图7），或在文玩/古玩收藏类论坛中发起线上拍卖。广告内容可将感兴趣的买家引导到个人移动终端账户，以保证此后沟通的私密性。交易地点可以是商家的个人网络店铺或实体店铺。



图7：文玩收藏论坛发布信息的截屏

图7为不法商家在网上出售盗犀鸟头骨雕刻制品信息的截屏。商家只留下了其移动终端账户信息及邀请有意购买该制品买家加入该账户的意愿，而没有留下该制品的详细描述。

### 第2步：通过移动终端账户或网店召集买家

#### 移动终端账户：

由于移动终端账户具有私密性特点，不法商家

将其广泛用于联系和吸引有意购买非法制品的买家。这一首选联系方式的主要特点包括：

- 高私密性、被抓到的风险低。与微博或论坛相比，移动终端账户需要得到主人（例如不法商贩）的批准，访问者才能进入该账户。并且该账户只传递一对一信息而不是公开留言，交易十分“安全”。
- 有意愿购买的访问者将成为该账户成员，他们都是非法制品潜在买家。
- 向潜在买家发布新制品的方式便捷，上传一张照片后发布即可，该图像将自动显示在每位访问者的屏幕上。
- 一旦某位访问者此前有购买记录，此后的购买交易将直接通过移动终端账户进行。

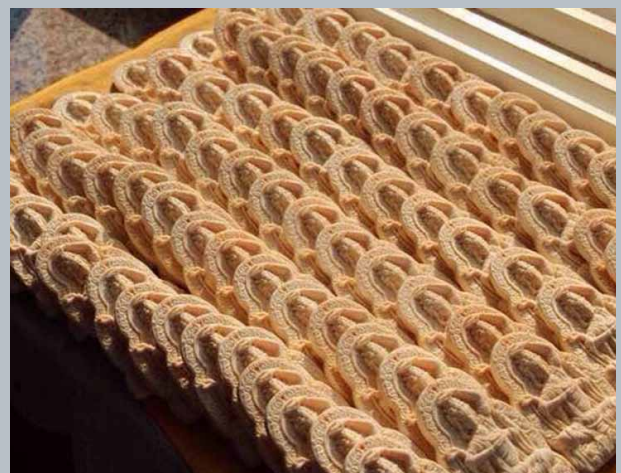


图8：卖家移动终端账户上的屏幕截图

图8所示的卖家账户每天都更新并且定期发布新品信息。其账户中的图片显示他巨大的存货量。而在公开论坛或网络店铺中，卖家很少公开其有大量存货的信息，但他们感觉在私人社交媒体圈内很安全。

## 网络店铺：

与移动终端账户不同，网店信息相对公开，因此不法商家了解在此公布非法制品有很高风险，所以不法商家会用其他合法产品进行掩饰。例如，图8中截屏所示的不法商贩在其网店中出售的都是合法商品，但这个不法商贩却通过移动终端账户出售非法野生动物制品。一些电子商务企业也证实，有时候一些商家在网店上销售的物品并不是他们真正出售的商品。

### 第3步 成交

根据买卖双方意愿，这一步骤包括担保支付和非担保支付（例如银行转账）两种方式。

- 近期移动终端账户间直接付款也成为新趋势：这不仅方便了买卖双方的交易，而且由于其私密性使得交易付款很难被跟踪。
- 网络支付服务还起到了一个重要作用。买卖双方私下沟通，并利用正规线上支付方式付款。这种方法表面看起来并不违法且很难被监测。线上支付形式通常提供担保交易服务，允许消费者先验货后付款。

图9 显示一只塞加羚羊角线上拍卖的截屏，内容包括商品描述、卖家移动终端账户详细信息以及必须通过电子支付方式付款的要求。



图9：不法商贩线上拍卖赛加羚羊角的截屏

国际野生生物贸易研究组织（TRAFFIC）创建于1976年，是全球最具规模的野生生物贸易监测研究组织。以其对可能因贸易导致濒危的野生生物种的情况问题，向相关部门提出建议参考，促使其及时采取相应措施的专业性在全球处于领先地位。TRAFFIC的使命是通过对全球野生动植物贸易的监测，保证贸易不危及野生动植物的生存。

网址: [www.trafficchina.org](http://www.trafficchina.org)

E-mail: [traffic.china@traffic.org](mailto:traffic.china@traffic.org)

新浪微博: <http://weibo.com/trafficchina>

**TRAFFIC**  
the wildlife trade monitoring network

is a strategic alliance of



本项目获得了WWF-UK和德国联邦经济合作与发展组织部(BMZ)的大力支持。并由TRAFFIC与GIZ共同执行。



Implemented by

**giz** Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

