

新研究揭示消费者普遍支持象牙禁贸

近日,国际野生生物贸易研究组织(TRAFFIC)和世界自然基金会(WWF)共同发布了一份名为《禁贸下的需求——中国象牙消费研究(2017)》的报告,报告显示自今年中国实施象牙禁贸措施以来,获得了公众的普遍支持,象牙购买行为正在逐渐减少,但认知度仍然有待提升。

本次研究由TRAFFIC、WWF与独立研究咨询机构GlobeScan合作开展,从去年8月开始,在北京、上海、广州和成都进行了8次深度访谈和8个专题小组讨论,并且在15个象牙消费相对活跃的城市对2027名受访者开展了在线问卷调查。

研究发现,象牙购买行为整体呈下降趋势。超过半数的象牙买家停止了购买象牙,大部分都发生在最近三年;过去一年中,北京等主要市场的象牙买家明显比其他象牙贸易活跃的城市有所减少;18岁至34岁“千禧一代”的象牙消费指数在15个城市当中普遍偏高;出境旅客所购买的象牙数量明显比没有海外旅行经历的消费多;过去三年里,象牙购买正从传统的主要消费城市向新兴消费城市转移,预

计这一趋势今后仍将继续。

研究还发现,在北京和成都等许多监管更为严格的城市,人们对象牙禁贸的认知度更高。但普遍而言,只有19%的受访者能够主动记起象牙贸易相关规定;46%的受访者在提示下能够记起象牙禁贸令;86%的受访者知晓禁贸令后,表示支持象牙全面禁贸;而在顽固的象牙买家群体当中,有62%知晓禁贸令后准备重新考虑他们未来的购买计划。这说明,提升消费者对象牙禁贸的了解不但十分必要,而且能切实改变消费态度和消费行为。

“一些地区正倍受非法野生生物贸易问题的困扰,而野生生物及其制品的合法市场更增加了此类问题的复杂性,中国的禁贸令为保护非洲大象种群的未来做出了明确承诺,并表现出应对这一关键问题上的卓越领导作用。然而,未来的几个月将十分关键,这将影响到象牙禁贸令能否有效的执行和传达。”WWF国际野生生物项目主任Margaret Kinnaird表示:“我们始终相信,2018年关停最大的合法象牙市场后,象牙的消费需求将会显著减少。”

TRAFFIC中国项目主任兼

WWF中国野生生物贸易项目总监周非表示:“提高法律意识,加强对违法后果的宣传,必将有助于象牙禁贸令改变消费者行为。”

2016年12月30日,国务院发出《关于有序停止商业性加工销售象牙及制品活动的通知》,要求分期分批停止商业性加工销售象牙及制品活动。通知规定“2017年3月31日前先行停止一批象牙定点加工单位和定点销售场所的加工销售象牙及制品活动,2017年12月31日前全面停止”。中国宣布象牙禁贸实施时间表的这一举措,被国际社会普遍称赞,并期待严格执行这项禁令后能扭转非洲野生象种群下降的趋势。TRAFFIC和WWF于2017年8月进行的象牙市场回访调查显示,无论是合法还是非法市场,象牙交易量都在减少,象牙价格也有所下降。

WWF美国办公室高级副总裁、TRAFFIC董事会成员Ginette Hemley也认为:“通过关闭象牙市场,中国彰显了致力于终止非洲象盗猎危机的决心和诚意。目前至关重要的是,象牙禁贸实施的同时也应当采取配套措施努力改变消费行为。”



“禁贸令仍面临许多挑战,”周非强调,“提高警觉,密切监测象牙禁贸带来的影响是至关重要的,例如确保库存象牙不会流入国内外非法市场。”

“考虑到中国在亚太地区的领导地位,我们期待中国的象牙禁贸可以起到表率作用,进而推动整个亚洲关闭象牙市场。”周非同时表示,“TRAFFIC和WWF将支持这些国家特别是中国的邻国实施象牙禁贸,并已经准备好为他国执行象牙禁贸和未来的影响力评估提供协助。”

有证据表明,越南、柬埔寨、老挝和缅甸的本土象牙市场越来越迎合中国游客,因此,对中国的邻国实施象牙禁贸的呼吁并非空穴来风。

自2002年以来,CITES缔约方委托TRAFFIC进行管理的大象贸易信息系统的报告一直将中国视为全球主要的象牙消费市场。较任何其他国家而言,中国的禁贸举措将更加有望能扭转大象盗猎和非法象牙交易的趋势,并为非洲象种群的生存带来重大利好。(高文兴)

腾讯启动“中国礼物”计划 以“创新+赋能”打造数字丝绸之路

2018年1月11日,主题为“中国礼物”的2017年度中国风物榜评选公益盛典在北京召开。活动表彰了2017年在中华文明保护与传承、文化创新及公益扶贫方面具有突出贡献的项目及合作方,现场颁发了文化保护创新奖、年度扶贫创新奖等多项大奖,并正式启动“中国礼物”计划。

“中国礼物”项目是腾讯“互联网+文化”理念的一次实操。“希望通过腾讯和互联网的携手,将各地的风物寻找起来,将它们品牌化,进行相应的包装,同时用相应的资源进行相应的传播。”腾讯政务旅游总经理舒展阐述了这一项目的愿景。

舒展表示,整个“中国礼物”项目将分成几个环节来进行,第一是征集:腾讯将从全国各个省进行筛选,甄选出最能代表当地特色的风物,将其打造成品牌;第二是传播:与其

它平台不同的是,腾讯会先将风物的故事挖掘出来,用“以事动人”的方式进行传播;第三是发售:通过腾讯平台体系分发,实现商业变现。

除了线上的传播和售卖外,腾讯还将联合人民网进行线下的全国巡演,在这个过程中,腾讯将发挥行业连接器的作用,利用自身的资源整合能力与各地政府部门进行联动,实现“可触、可感”的传播体验。通过线上和线下的结合,“中国礼物”项目将实现对中国文化及公益扶贫的全面赋能。

本次中国风物榜评选公益盛典以“中国礼物”为主题,其用意是以城市传统历史文化和城市创新发展的时代匠心物品打造,探寻那些广为人知的或是不为人知的祖辈们智慧的结晶,挖掘其背后的故事,在新时代的今天,让更多匠心好物和匠人通过“企鹅优品”再现光芒。(张明敏)



中国生物再过世卫预认证 全球消灭脊灰行动又添新砝码

近日,世界卫生组织(WHO)在日内瓦发布公告,宣布国药集团中国生物技术股份有限公司所属北京北生研生物制品有限公司(以下简称“北生研”)生产的口服二价脊髓灰质炎减毒活疫苗(以下简称“bOPV”)通过WHO预认证。这意味着我国自主研发的bOPV产品在安全性和有效性方面得到了WHO的认可,该疫苗被正式纳入联合国相关机构的采购目录。此前,北生研已于去年7月成功获得联合国儿童基金会(UNICEF)自今年起bOPV产品的长期采购订单,顺利成为UNICEF全球采购bOPV产品的第6家国际供应商。

据了解,WHO预认证是为保证疫苗产品的质量、安全性和有效性达到国际标准而进行的一项评估认证工作,为联合国采

购机构疫苗采购提供“通行证”。

联合国机构采购,将为不发达国家和地区的儿童免于脊髓灰质炎相关疾病危害提供安全保障。而bOPV产品通过预认证,为全球消灭脊髓灰质炎行动计划的实施提供了有力保障,将带动更多中国疫苗走向国门,造福人类健康,在中国疫苗产业国际化过程中具有里程碑意义。

在国家食品药品监督管理总局、国家卫生和计划生育委员会、中国食品药品检定研究院和国家发改委、工信部、科技部等部委机构的高度重视和支持下,bOPV产品历时5年成功完成世界卫生组织预认证目标。中国生物于2011年与比尔及梅琳达·盖茨基金会签署OPV合作协议,由盖茨基金会出资支持北生研OPV生产设施扩产及WHO

预认证项目。帕斯组织(PATH)亦曾提供帮助。自2012年项目启动以来,北生研如期形成了生产能力,全面提升QMS体系的运行和管理水平,并在肯尼亚开展了bOPV国际临床试验。北生研于2016年6月提交了bOPV预认证申请产品主文件,并于去年3月接受了WHO专家现场检查。

中国疫苗企业“走出去”,是全面贯彻落实“一带一路”倡议,开展国际卫生交流合作在传染病防控方面的有力实践,将为全球消灭脊髓灰质炎最后阶段战略计划的完成做出重大贡献。2013年,中国生物旗下成都公司的乙脑减毒活疫苗成为首个通过WHO预认证的中国疫苗。此次bOPV通过预认证后,中国生物旗下已拥有两家通过预认证的企业。(高文兴)

《公益时报》社申领记者证人员名单公示

按照《新闻记者证管理办法》要求,《公益时报》社已对申领记者证人员的资格进行严格审核,现将我社符合新闻记者资格的拟申领新闻记者证人员名单公示如下:李庆、皮磊。

公示期为2018年1月16日-1月20日。

《公益时报》社监督电话:010-65953695。

遗失声明

中国民族文化艺术基金会不慎将中国工商银行北京东四支行银行基本账户开户许可证遗失,账号:0200004109014489170,核准号:J1000173528201,特此登报声明作废。

注销公告

北京博媒互动信息技术有限公司(注册号:110108013257175)经股东会决议,拟向公司登记机关申请注销登记,清算组组长:赵辉,清算组成员:赵辉、樊洁,请债权债务入自见报之日起45日内向本公司清算组申报债权债务,特此公告。