



为了满足广告、影视界的需求，**各类童模培训机构、童模中介如雨后春笋般出现在市场上**，他们挖掘、培养、包装、营销儿童模特，**许多家长和孩子则抱着童星梦步入低龄版“娱乐圈”**。

在龚明看来，童模和成年人模特的拍摄效率没有太大不同，童模拍照现在已经流程化了，仰头举手转个圈，一天能拍五六十套是家常便饭，有经验的、年纪大的孩子在更换服装的频率、拍片速度较未经训练的童模更快，一天要拍100多套也完全不成问题。这就意味着要换100多次衣服，做100多次重复的动作。当然，脸上还得一直挂着轻松童真的微笑。

除此之外，服装拍摄基本都是反季的。这意味着经常要在冬天拍夏装，或者在夏天捂着羽绒服拍冬装。这样的工作强度，即便是大人都难以忍受，更何况一个小孩子。

可是这些几乎以童模为“职业”的孩子每天都异常忙碌——写作业只能趁着化妆间歇，感冒了也是轻伤不下火线继续拍摄。小小年纪就有了“要让客户满意”的职业意识。

尽管如此，童模的高收入依然吸引了很多家长，龚明就遇到过不少上着幼儿园请假来拍摄的童模，还有的干脆不上幼儿园了，甚至还有推迟上小学来拍摄的童模。对此他也感到很无奈，“小孩子到年龄还是应该读书，但我遇到的很多童模一天赚的比我一

个月都多。我也感觉这样不太好，但也不知道该怎么评价”。

## 童模培训火爆

早在淘宝诞生之前，国内就已经出现了童装模特。当时的童装模特多数局限在一定的地域范围之内，除了厂家自身的人脉联系外，也会有一些地域性的中介，但基本没有专业的经纪机构。国内当时也没有专门的童模培训机构，只有为了满足家长“望子成龙”心态而开设的童星培训机构。模特作为其中一项童星培训项目，被视作打造基本功。

一些儿童培训机构会针对性推出“少儿平面模特培训班”，培训内容主要集中在训练体态、控制表情、走好台步几个部分。2004年前后，星姿态等早期的少儿模特机构开始出现；2007年，知名模特机构新丝路举办了第一届儿童模特大赛，童模产业初具雏形；2008年林妙可在奥运会走红、2013年《爸爸去哪儿》爆红，进一步刺激了童星培训机构数量的增长，专业化的童模培训机构也开始增加。

为了满足广告、影视界的需求，各类童模培训机构、童模中介如雨后春笋般出现在市场上，他们挖掘、培养、包装、营销儿童模特，许多家长和孩子则抱着童星梦步入低龄版“娱乐圈”。

在网络上以“招聘童模”为关键词检索，可以得到上百万个检索结果，童模之火可见一斑。记者在大众点评上随便以童模培训为关键词搜索，仅上海一地就出现了上百家培训机构的名称。

作为童模诞生的源头，不少培训机构水准良莠不齐，其中不乏滥竽充数、趁乱捞金者，利用家长的“望子成龙”心态，来诈取培训费用。2018年，央视就曾经报道过童星培训的骗局：有童星培训机构以三年包装培训、拿国际顶级大赛金奖为条件，开价近24万元“学费”。但在家长签约之后、选拔百名童模赴美参赛时，却发现所有的参赛选手都是中国孩子，而且每个人都有奖，所谓的“国际大赛”根本名不副实。

## 童模保护计划



联合供货品牌一起，**减少童模的使用**。

严格规范童模拍摄，**拒绝一切粗暴对待儿童的行为**，拒绝使用一切在拍摄过程中存在粗暴对待儿童行为的图片/视频。

涉及到未成年人拍摄时，**严格控制拍摄时间**，设定每日最高拍摄时限，在拍摄区域设置专门的休息区，并确保至少父母一方在场陪同。



制图：刘绮黎