



一块本该只用于定位、通话的“儿童安全手表”，如今却成了中小小学生眼里的“社交硬通货”。近日，记者采访多位家长、一线资深教育工作者以及心理学专家发现，儿童电话手表在满足安全联络需求的同时，其内置的“碰一碰加好友”、点赞、积分、装扮秀等社交功能，已嵌入儿童的日常交往逻辑，甚至催生出台养号、刷赞、账号买卖等灰色产业链。这块小小屏幕，究竟守护了安全，还是打开了潘多拉魔盒？

现象调查

虚拟点赞，撑起未成年人社交地位

“我们班几乎人人都有电话手表，没有的就像‘异类’。”四川省成都市某小学四年级学生乐乐一边展示手表上的好友列表，一边告诉记者。他的手表里有88个好友，除了班里同学，还有很多是在小区玩的时候加的陌生人。

在不少中小小学生中间，电话手表已不仅是通信工具，更成为他们构建社交网络的“入场券”。

浙江省温州市的徐先生对此深有感触。他告诉记者，为了能和其他同学“碰一碰”加好友，孩子强烈要求必须购买“小天才”品牌。“要是买了别的牌子，就没办法加入他们的圈子。孩子为此哭闹了好几次，最后只能妥协。”

家长想不到的是，手表里简单的聊天工具、主页展示已催生以小学生、初中生群体为主的少儿社交圈——“XTC圈”。在这个圈子里，“主页点赞数”成为衡量社交地位的核心指标。所谓“点主”“刷主”，是指在主页

点赞的人。热衷于玩主页的被称为“混圈”。在“XTC圈”中，以点赞数高为荣，达到一定程度甚至会被尊为“大佬”，没有成为“大佬”的，则要想尽办法获取点赞数。

圈子里把好友位称为“列”，添加好友的行为称为“扩列”。手表上的聊天功能中，除了“碰一碰”加好友外，还可以通过家长手机搜索对方“天才号”来添加好友。为了拉高点赞数，混圈的未成年人只能依靠网友，各类社交平台、聊天群就成了“扩列”的来源。他们在发布自己账号添加方式的同时，会加上自己的等级、主页点赞数和个人爱好等信息。

由于每个账号的好友数量有150的上限，没有每天按时“刷主”、刷主次数少的“不够活跃”的人就成了劣质好友，会被无情地移除，勤勤恳恳点赞的才有资格留在好友位置。有的只能删除现实生活中的好友，来保证“刷主”的网友数量。这样的社交模式让未成年人沉醉其中。

“乱”象丛生

代刷、养号、买卖，未成年人成消费目标

因为监护人、学校和老师的管控程度不同，未成年人能使用手表的时长和时段不一，有时实在挤出没时间“刷主”，市面上还应运而生了一款“自动刷主bot”程序。它一般带有获取好友点赞列表、自动全点主页、查询点赞队列情况等功能。记者在闲置交易平台通过关键词搜索发现，其价格一般在50元左右，最贵的程序100多元，还支持修改运动步数刷“能量”。还有些人提供运营账号、“装修”主页等收费服务，盯上了未成年人的钱包。

小朋友渴望成为“大佬”的虚荣心理，催生了灰色的账号交易现象。

那么，代养号、刷赞、账号租赁等业务在哪些平台可以找到、售价如何呢？经过走访和梳理，记者发现，学生们主要是在自己的

“主页圈”，以及闲鱼等公开平台找“服务”。而在“主页圈”提供服务的，有相当一部分是洞悉游戏规则的“小商人”们。

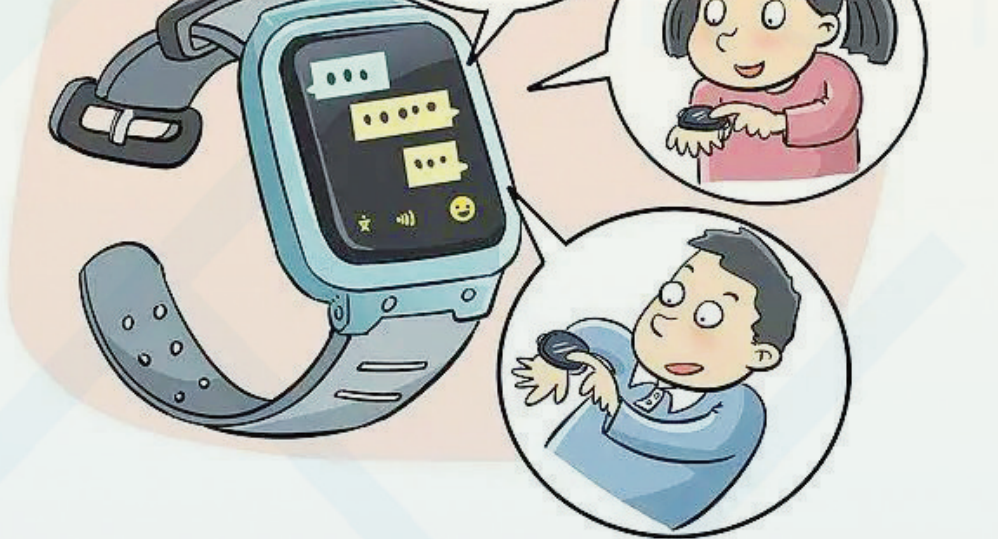
学生小琳家长描述，即使买了手表，也怕影响学习，不敢让她使用太久，“尤其现在是升高中的关键时刻”。于是，小琳和家長约法三章，周一至周五住校期间，把手表放在家里。周五回家后、周末两天，均可以获得3个小时左右的使用时长。

那么，像小琳这样的手上有点零用钱、手表在平时不能使用、又想获得点赞的孩子怎么办呢？“小商人”们抓住了商机，为其提供账号代运营点赞服务，一周可以收费30—50元。小琳称，这样的“小商人”往往是“家教没那么严格的同龄人”。

“养肥了”的号还可以售卖，就像游戏账号一样。有人专门养号出售，交易平台上，可以看到一些已养成的“大佬”账号在售，一个30多万点赞的账号售价近300元，一个“天才秀装饰全有”的22万多主页点赞的账号500多元，“99W+”的账号甚至可以卖到800元。但网络平台鱼龙混杂，未成年人更难以分辨真伪，被欺诈的情况难免发生。



本版制图：龚华林



背后原因

线下社交匮乏与产品设计缺陷

从最初的定位、通话等基础功能，到如今的拍照、聊天、视频通话、发朋友圈、玩游戏，儿童智能手表的功能日益丰富。数据显示，目前我国5岁至12岁的儿童约1.7亿人，儿童智能手表的市场普及率约为30%，相当于3个孩子中就有1个使用儿童智能手表。

据记者调查，儿童智能手表如今成为小学生眼里的“社交硬通货”，原因有以下几点。

功能日益“手机化”。当下，孩子们抬起手表“碰一碰”加好友，如同大人交换名片般拓展社交圈，这样的场景随处可见。这些儿童智能手表里预装了聊天软件、语音助手、红包支付等应用。其中聊天软件可以发语音、图片、表情包，或者视频通话，也有类似微信朋友圈的功能，手表好友可以互相点赞或评论，宛若一个“迷你版智能手机”。

人际交往“圈层化”。不同品牌的儿童智能手表存在加好友限制，形成了隐形的“社交门槛”。因此，使用相同品牌儿童智能手表的孩子们会组成一个社交小圈子，在小圈子里，大家热衷于分享日常：谁去了哪个地方玩，又吃了什么好吃的……类似分享常常会引发孩子们的点赞和羡慕。

社交成果“指标化”。儿童智能手表简单地以点赞数量，作为社交成果的指标。几十万的点赞量，对于孩子们来说，依靠现实生活中朋友的真实点赞，是不可能达到的，以至于有小学生每天花6小时运营账号，现实好友也因“不够活跃”被删除，勤勤恳恳点赞的才有资格留在好友位置。

“孩子们沉迷于手表社交，本质上是现实社交需求没有得到充分满足。”资深小学教师李凯云分析，当前中小小学生学业压力大，课余时间被各类补习班和作业占据，线下社交机会有限，电话手表的社交功能恰好填补了这一空白。“虚拟世界里的点赞和认可，能快速满足未成年人的归属感需求，这种即时反馈对心智尚未成熟的孩子极具吸引力。”

“平时工作忙，很少有时间陪孩子出去玩，她只能在手表上和同学聊天互动。”上海家长马女士坦言，原本以为电话手表比手机更安全，没想到反而让孩子陷入了另一种沉迷。北京家长何先生则认为，校园里的攀比风气也起了推波助澜的作用：“别的孩子都在比点赞数，自家孩子不想落后，就只能跟着‘内卷’，这种风气让人担忧。”

未来出路

多方合力监管，规范行业发展

儿童智能手表的规范，离不开明确的行业标准与严格的监管措施。近年来，相关部门虽已出台多项政策，但市场仍存在功能堆砌、信息安全等问题，需要监管部门、企业、家校进一步形成合力，推动行业规范发展。

从监管层面来看，强制性标准的出台与落地是关键。2022年4月，国家市场监督管理总局（国家标准委）发布的国家标准《儿童手表》，覆盖定位性能、电磁辐射、信息安全等关键指标；2024年3月，中国网络安全产业联盟组织制定的《儿童智能手表个人信息和权益保护指南》实施，进一步要求企业为家长提供应用安装、社交控制等管理功能；2025年5月，工业和信息化部公开征求《儿童手表安全技术要求》强制性国家标准意见，明确提出“手表不可预置游戏、小说等娱乐导向应用”“支持设置使用时长和时段”“禁止手表端充值”等要求。

教育部课程教材研究所博士徐文静认为，将推荐性标准上升为强制性标准，能从源头减少风险，“政府和相关机构需加大抽查力度，对不符合标准的产品坚决下架，对违规企业依法从严处置，形成有力震慑”。

从家庭层面来看，家长需承担起日常监

管责任。

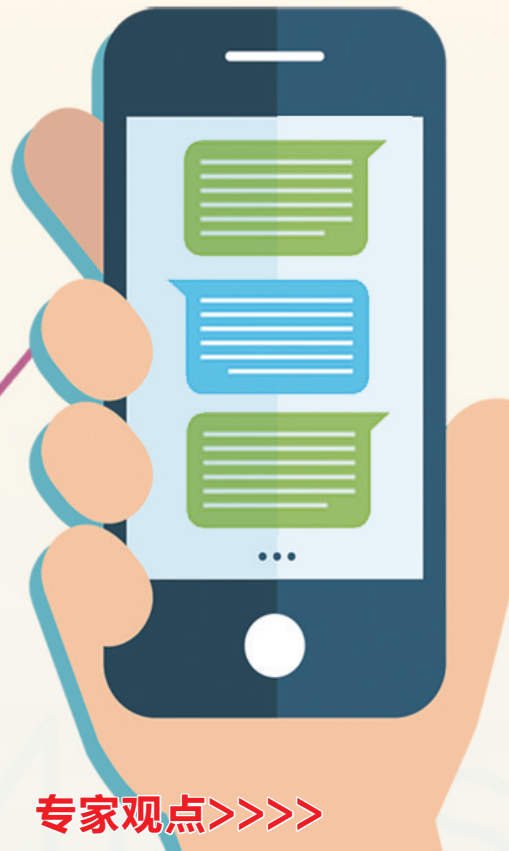
徐文静建议家长定期检查孩子手表的使用信息，“及时发现陌生好友添加、异常充值等问题，同时引导孩子树立正确价值观，拒绝因手表品牌、功能产生的攀比心理”。

同时，还需警惕“过度监控”带来的问题。华中师范大学心理学院教授谷传华表示，持续无边界的“监控”会让孩子时刻感到被监视，尤其容易引发青春期孩子的逆反心理。“面对不同年龄段的孩子，管理方式应有所调整——小学阶段可多沟通使用情况，青春期则需倾听孩子感受，在尊重与引导间找到平衡。”

此外，家校的监督与反馈也是推动行业完善的重要力量。家长可通过消费者协会、市场监管部门等渠道，反馈产品使用中发现问题；学校可定期汇总学生使用情况，向相关部门提出建议，形成“监管部门定标准、企业守规矩、家校提建议”的良性循环。

“我们已经开展了专题班会，引导学生正确看待虚拟社交，树立健康的价值观。”李凯云说，学校还向家长发放了倡议书，建议共同规范孩子的手表使用行为。

（综合《中国青年报》《解放日报》、封面新闻等 本报记者王露对本文亦有贡献）



专家观点>>>>

未成年人处于身心发展的关键期，自制力和自律性较弱，网络社交容易让他们产生获得感和满足感，痴迷于智能手表“发圈”、打卡可能会加剧网络依赖甚至导致网络成瘾。

——北京专门从事儿童心理咨询工作的陈静

企业作为产品供给方，更需主动承担责任。企业应主动给智能手表“做减法”，除基础功能外不内置过度娱乐化应用，同时建立完善的内容审核机制，开启不良信息过滤功能。

——教育部课程教材研究所博士徐文静

声音

给孩子的手表 少点社交多点安全

◎ 黄鹤权

近日，某品牌儿童手表灰色产业链曝光，引发诸多家长的担忧。不少未成年人在方寸表盘上构建起自己的社交圈，用点赞和好友数量衡量“身价”。这背后暴露的不仅是未成年人网络保护的漏洞，更是对孩子们价值认知的严重误导。

儿童手表最初的功能定位很清晰，就是通过定位和通话搭建亲子关系的安全桥梁。但随着市场竞争加剧，部分品牌抓住孩子的好奇心和社交需求，开始在儿童手表里设置添加好友等社交功能，却对背后的风险视而不见。

对心智尚未成熟的未成年人来说，这种社交功能的危害不容忽视。最直接的就是助长攀比心理，孩子开始比谁的好友多、点赞多。有专家指出，长期攀比会扭曲孩子的价值观，让他们把外在的物质和虚拟的认可看得过重，影响孩子健康成长。另外，孩子缺乏辨别能力，很容易通过手表添加陌生好友，不经意间泄露个人信息以及家庭信息，给别有用心的人可乘之机。

更加令人担忧的是，围绕相关儿童手表产品，网络平台上还出现了账号买卖、代刷点赞、代理运营等灰色操作。提供这些服务的，有相当一部分是洞悉游戏规则的未成年人。他们在家长看不见的范围内进行交易，将好友数、点赞量视为“变现”工具。在缺乏科学引导的情况下，孩子们是否会沉迷于此而耽误学业，又会不会在此过程中形成有偏差的金钱观，都有必要得到社会关注。

家长买儿童手表，买的是一份安心。儿童手表不该成为“焦虑制造器”，更不该成为滋生攀比心理的“名利场”。相关部门应进一步强化监管和规范，让防沉迷机制真正建立起来，对违法违规的产品和服务，该下架的下架，该处理的处理。品牌方也应站在有利于未成年人健康成长的角度，对儿童手表的社交功能施加必要限制，合理设定监护人监管权限，让未成年人以更适宜的方式应用相关产品，这才是更具社会责任、更符合大众期待的做法。