“小天才”手表争议背后：

如何为被“圈住”的童年解绑

对于孩子早早就接触社交网络，家长们总是忧心忡忡，尤其是觉察到一款产品开始左右孩子社交行为的时候。

这或许是“小天才封闭社交”话题反复登上热搜的主要原因之一。作为儿童智能手表头部品牌，小天才依靠产品规模优势，通过“好友圈”等社交功能构建起一个封闭的儿童社交网络，不与其他品牌儿童智能手表互通，被指设置“社交壁垒”。

在这个圈子里，小天才手表成了“社交硬通货”，害怕孩子被孤立的家长，则有被“绑架”之感。

在网友的众多讨论中，有人认为小天才手表备受争议的社交功能满足了孩子的需求，映照出社会、学校、家庭的不足之处，没有“小天才”，也会有“小地才”；也有人认为，这些功能是为增加用户粘性，但不应“利用人性的弱点盈利”。

那么，一款以儿童安全为初衷的电子产品，从什么时候，变成了孩子之间划分“我们”和“他们”的界碑？“封闭社交”或许只是表象，更应该思考的是，数字时代，我们该如何守护童年？



“围墙”的形成

一年多前，一名给孩子买了小天才手表的亲戚告诉我，她5岁的儿子小Z上幼儿园大班时，就哭着闹着要买一块小天才儿童手表。

我问她，为什么一定要买小天才？她的回答是，因为孩子班上的同学基本上用的都是小天才，她的很多同事给孩子买的也是小天才。如果买其他品牌的手表，就无法和同学们互动。

我又问，能不能不买，主动权不是在父母手里吗？她说，她本来说不买，是孩子爸爸买的，认为孩子有社交需求——在幼儿园能交到朋友，不被孤立。

我的这位亲戚反感儿童手表里各种“花里胡哨”的应用，她不允许孩子一直盯着手表屏幕，因为这不仅会影响孩子的专注力，浪费时间，更会影响孩子的视力。

她觉得儿童手表没必要开发那么多功能，对家长来说，只需方便随时与孩子联系、能查看定位就够了。她曾就此在网上发了一篇吐槽帖，没想到引来一些讨论，很多父母都有和她类似的担忧。

儿童手表的设计初衷和卖点，起初并不是社交。它的前身是儿童防丢器，定位、通话、一键呼救是它的核心功能。家长买它，图的是能及时知道孩子放学后有没有安全到家，与孩子走散时能及时找回。孩子戴它，是因为家长的要求。

但市场很快发现，一块只能打电话和定位的手表，拴不住孩子的手腕。于是听音乐、拍照、社交等功能一层一层叠上去，商业逻辑主导下，一块旗舰款儿童手表的售价动辄两三千元，已经超过不少中端智能手机。而支撑这个价格的，早已不仅仅是定位精度或通话质量。

小天才的“碰一碰加好友”功能，原是一种安全设计。两个孩子的手表碰一下才能加好友，隔着互联网加不了陌生人，这道物理门槛把很多危险挡在了外面。但这道门槛只对同品牌开放。一个孩子手腕上戴什么牌子的表，决定了他课间能跟谁“碰”，放学后能跟谁聊到一起，“好友圈”里能看到谁的动态。这就形成了一道“围墙”。

“围墙”的效果，家长最先感受到。有孩子回家说，班上同学都在小天才的“好友圈”里聊天，自己加不进去，因为手表是别的牌子。有孩子被小区里用小天才的其他孩子奚落过。有孩子坚决不肯用家长买的其他品牌手表，因为“学校里大多数人都用小天才”。根据市场研究机构洛图科技8月发布的中国智能儿童手表线上市场报告，小天才线上销量、销售额双双排名第一。

一个在现实中孤独的孩子，可能在一块智能手表里找到归属。这件事本身不坏。需要警惕的是，孩子是否也可能会被“圈”住。

家长看不见的地方

小Z的妈妈说，虽然她会严格限制孩子使用智能手表的时间，但总有疏漏之时。她无法时刻盯着孩子。小Z会自己点开那些应用，像个小大人般煞有介事地研究起来。

也许把全部板子打在小天才身上，并不完全公平，它不是唯一设置品牌壁垒的厂商。问题在于，当小天才的产品规模大到足以影响群体行为，社交壁垒就不再只是产品设计问题，更是一场关于童年的社会实验。

尼尔·波兹曼在《童年的消逝》中讲过一个观点：童年不是生物学概念，是媒介环境的产物。印刷术把成人世界用文字锁起来，孩子读不懂，于是有了一个被保护起来的、缓慢生长的阶段，叫童年。电视把锁撬开了，图像不需要识字就能看懂，孩子和成人坐在同一个屏幕前，分享同样的信息、暴力、欲望和广告，童年开始消逝。

波兹曼的这本书于1982年出版，他批判的对象是电视。但如果他活到今天，看到一块戴在5岁孩子手腕上的智能手表，他大概会如此判断：电视至少还是全家共用的，父母知道孩子在客厅里看了什么。手表是私人化的、贴身的、屏幕只对一个人亮。它比电视更彻底地把一个信息世界直接递到了孩子眼前，而那个世界的规则，把家长排除在外。

儿童智能手表一般配有家长管理APP，家长可用来定位、通话、限制使用时间等，而“好友圈”等社交功能并不对家长开放。去年，有媒体曾报道，小天才手表内置的“好友圈”点赞、等级排名等功能，导致儿童群体中产生“点赞攀比”“人气攀比”的风气，甚至衍生出“刷赞代练”、“账号买卖”、“代养号”等灰色产业链。争议之下，小天才宣布暂时下架“运动赞”和“等级”两项功能。

网络平台规则模拟社交，也可能扭曲社交。孩子学会的可能不是怎么和人相处，是怎么运营一个账号。有中学生混迹手表社交圈多年，为了维持主页点赞量，每天放学后抱着手表点两个多小时。加好友要看点赞量，像职场看学历。

数字童年

或许孩子不可能被排除在网络之外，但如何营造健康的网络环境，依然有很多路要走。

今年9月18日，国家互联网信息办公室发布《国务院关于保障未成年人健康安全使用网络的规定（征求意见稿）》，向社会公开征求意见，意见反馈截止日期为10月17日。

该征求意见稿规定，不得向未成年人提供陌生人网络社交服务、虚拟亲密关系服务，不得提供诱导未成年人沉迷等危害或者可能严重影响未成年人身心健康的网络服务。

儿童智能手表的市场普及，也催生出强制性国家标准《儿童手表安全技术要求》（GB 46859—2025）。新国标将于2027年1月1日起实施，其中明确要求不同品牌手表之间应支持交换电话号码和昵称，且交换功能受家长管理端控制。

但强制要求交换电话号码和昵称，并不一定意味着打通社交功能。小天才客服此前回应媒体时称，暂未收到专属社交功能改动的通知。

有家长提出担忧，即使社交功能跨品牌互通，只要点赞排名、诱导攀比等社交规则不变，孩子们不过是换了一个范围更大的平台。

回到最初的问题：一块儿童手表，到底应该做什么？它首先是一款保护儿童安全的产品，让孩子遇事能求助。把“社交”做成壁垒，利用孩子不成熟的心智来增强用户黏性，这样的儿童手表偏离了本分。

或许真正需要重新思考的，是一套在数字时代关于童年的共识。

据澎湃新闻