

儿童电话手表变“社交神器”？

从“定位手表”到“社交神器”，升级迭代的儿童电话手表在未成年人中，尤其是城市儿童中逐渐风靡。隐忧随之而来，功能升级的电话手表容易导致儿童沉迷，也潜藏隐私暴露和被不法利用的风险。家长和专家呼吁，使电话手表回归儿童健康与安全核心功能，保护未成年人身心健康。



功能日益“手机化”

据中国产业研究院《2022—2027年中国儿童智能手表行业深度调研及投资前景预测报告》公布，目前中国5岁—12岁的儿童数量约为1.7亿，智能儿童手表的市场普及率约为30%，基本上3个孩子当中，就有1个孩子有电话手表。其中，电话手表在城市儿童的市场普及率至少过半。

儿童电话手表的发展轨迹从“满足家长”到“取悦孩子”，越来越风靡。以市场占比较大的某品牌儿童电话手表为例，刚开始围绕孩子通讯，主打“双向通话”，此后逐渐增加各种娱乐功能并升级迭代。

家长张女士说，孩子从小学一年级到初二，用了三代电话手表，最初的电话手表是为了父母可以随时了解孩子位置，只设计了GPS定位、通话功能，如今已集社交、娱乐、购物、拍照等多功能为一体，孩子爱不释手。

记者调查发现，这些儿童电话手表里，预装了聊天软件、语音助手、红包支付、故事歌曲、字典题库等应用，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”。

潜藏网络沉迷隐忧

电话手表中的社交功能最受孩子们欢迎。比如有的手表“碰一碰加好友”，还能发布朋友圈，其他人随时打卡、点评点赞。但是，通过电话手表这一媒介，儿童过早开展“网络社交”有着一定的危害。

可能导致儿童网络成瘾。一些家

长告诉记者，连成人都抵抗不住社交媒体的诱惑，一刷手机就停不下来，更何况孩子？有时发现孩子凌晨还躲在被窝里用电话手表聊天，其成瘾性不亚于手机。

华南师范大学心理学院教授陆爱桃认为，小学生处于身心发展的关键期，他们的自制力和自律性较弱，网络世界容易让孩子产生获得感和满足感。沉迷于电话手表发圈、打卡可能会加剧儿童的网络依赖甚至导致网络成瘾。过多地使用智能产品也会导致孩子专注力下降、视力降低、睡眠质量下降等问题。

部分家长担心，孩子接触过多、过于成人化的网络信息，会造成心理早熟，沉迷虚拟网络社交则可能降低孩子现实生活中的人际交往能力和意愿。“儿童电话手表内附加太多功能对孩子来说是弊而不是利。”一位家长说，孩子从众心理很强，如果有别的孩子在用这些功能，你的孩子肯定也想用。

有的儿童手表存在隐私暴露风险。记者发现，一些版本较老、配置较低的儿童智能手表没有相应的隐私设置，各种App安装无须用户授权就可以开启多种敏感权限，远程获得孩子的位置、人脸图像和对话等信息。一旦有不怀好意的人侵入手表，家长的“省心神器”将变成偷窥孩子的“跟踪器”。

专家分析，由于儿童缺乏辨别是非的能力，电话手表也有可能被一些不良分子利用，他们通过一块电话手表就能伪装成孩子的长辈，从而传递错误的价值观，诱导购物，随意的信息轰炸也会影响孩子作息，甚至诱骗孩子违法犯罪。

多方合力，加强监管引导

世界各国都注意到网络社交对青

少年的危害。今年9月，美国Facebook公司暂停其为13岁以下青少年打造的Instagram（图片社交平台）体验计划。英国出台最严网络新规，规定未成年人不能在社交媒体上点赞。澳大利亚拟起草《在线隐私保护法》，规定社交媒体必须优先考虑保护未成年人，违规企业将面临上千万元人民币处罚。

为更好地守护未成年人成长，专家建议，加强行业审核与监管，规范健康指引标准。应借鉴国外一些国家的做法，把儿童接触社交媒体纳入监管范围，加强儿童智能产品和应用的审核和整改；发布关于儿童智能产品的设计与推广的指导规定，让企业在开发相关产品时有法可依。

家长和专家也呼吁企业自律，以健康、安全为核心，升级优化儿童产品。陆爱桃说，所有功能的设计应符合儿童身心发展特点，满足其实际需要。通过堆叠功能和炒作概念来提高产品溢价的做法不可取。要指导相关产品升级与推广，禁止其他不适合儿童的附加功能，加强信息安全保护，检查并完善程序漏洞，避免因程序漏洞导致儿童的身心安全受到威胁。

专家还建议，教育部门、学校、家庭、社会形成合力，密织安全网。一方面，开展儿童智能产品危害和心理健康教育，让学生增强自身抵御不良信息的能力；另一方面，正确引导孩子通过提升社交能力、丰富业余爱好、增加趣味活动等，建立健康互动的交往关系，有意识地多提供“现实社交”。同时，家长也要起到引导、示范作用，关注孩子的身心变化，让其内心变得充实强大。

据新华社

多方入局

短视频成香饽饽

近日，2023微信公开课PRO通过线上形式正式开讲。数据显示，微信的视频号使用时长逼近朋友圈，直播带货销售额比去年同期增长了8倍。业内人士指出，过去一年，在社交媒体、长视频、搜索等互联网应用场景用户增长放缓的情况下，短视频依然一枝独秀，成为用户增长最明显的互联网赛道之一，未来互联网巨头重要竞争之一则是短视频领域。

视频号商业价值凸显

视频号的内容生态在2022年逐渐丰富，用户的使用时间也在逐渐延长。2023微信公开课上，视频号团队介绍，2022年总用户使用时长已经超过了朋友圈总用户使用时长的80%。视频号直播的看播规模（到指定直播间互动点赞数量）增长300%，看播时长增长156%，直播带货销售额增长800%。“视频号要成为微信体系内最原子化的内容组件”，过去一年中，原子化的视频号与微信生态之间激发出丰富的化学反应。

随着视频号生态的不断完善，视频号直播的商业潜力也在持续释放。2022年视频号直播带货规模保持高速增长，销售额同比增长超8倍，平台公域购买转化率提升超过100%，客单价超200元。

据视频号团队介绍，从“0粉”到“100粉”，再到“万粉”作者，视频号都有针对性地变现工具，通过直播打赏、直播带货、商品分享、互选广告等能力，创作者在提高积极性和成长性的同时，也保留了原创性和自主性，可以获得可观的收入，这为内容生态的持续丰富提供了更多可能。

短视频赛道迎来多方入局

尽管微信视频号应用与传统的短视频平台有一定区别，但微信投入重点资源开发视频号直播，或与“泛短视频”行情活跃度有关。早前CNNIC（中国互联网信息中心）的报告预测，截至2022年12月底，短视频用户规模约为9.85亿人，网民使用率超过92%，同比增长近两个百分点。来自索福瑞的数据则指出，短视频用户群分布广泛，从青少年到银发一族全都有其忠实拥趸。其中，50岁及以上中老年用户的使用率也超过30%。

或受上述数据影响，除微信外，多个跨界互联网平台都看重短视频这个“香饽饽”。在2023年1月初更新的新版小红书中，原属于“购物”的入口已经由“视频”取代，点击进入该页面后系统会自动播放短视频内容。哔哩哔哩（下文简称“B站”）在2022年第二季度开始，将App首页左上角的用户头像替换为短视频内容界面，分为了“看视频”和“听视频”两个板块。B站CEO陈睿在最近的财报电话会议上，曾反复提及B站的短视频产品Story Mode。他指出，“Story Mode在DAU的渗透上已经超过20%，更重要的是它在用户点赞上的比例达到了30%，这说明用户对于B站的Story Mode是接受的”。

此外，优酷、爱奇艺等传统长视频网站，也在近期增设短视频频道，积极引入短视频内容创作者。有不愿透露姓名的长视频从业者向记者表示，盈利难一直困扰长视频网站，如今各平台纷纷进入短视频赛道，希望借此找寻新的机会。

爆款内容成争夺市场关键

面对新入局的竞争者，抖音、快手等短视频“前辈”也在积极求变。快手先是宣布在1月13日—1月29日推出“春节不打烊”活动，拿出70亿流量和1亿元红包激励平台商家。抖音则在上月月底完成了一系列组织架构调整，完成调整后的抖音也正式进军网约车市场，各大出行平台相继进驻。目前，抖音的本地生活应用也在积极推进，团购、电商服务均发展迅速。

2022年开始，抖音、快手等短视频平台正在学着做一些“更长”的内容，甚至在传统的影视剧赛道也开始出现更多布局。广电总局披露的数据显示，光是去年一季度备案的网络微短剧篇目就超过300部，累计集数超过7000集，热度之高可见一斑。抖音在去年6月宣布推出“剧有引力”计划，融合了先前推出的“新番计划”“千万爆款剧乐部”等活动，将短剧推向“零门槛”、人人都能创作的阶段。

雷科技负责人罗超分析指出，短视频火爆现象已有数年，用户变得挑剔和平台流量分发规则的变化，会给整个短视频生态带来一系列连锁反应，其中最突出的现象，就是顶流网红的保鲜度降低，以及爆款视频的数量日渐减少，这意味着，哪个平台能创造出更多爆款内容，就能在行业竞争中脱颖而出。

本报综合消息

火车上能打麻将还能K歌？

在西安，一则“在火车上打麻将”的视频引发了关注。视频中，在一趟行驶的普速列车上，一节车厢内放置了三台麻将桌，乘客围坐在桌前打麻将。这名发布视频的乘客配文称：“第一次体验火车上打麻将，好开心！”

网传视频中，列车正在向前行驶，车厢中摆着三张自动麻将桌，有不少乘客正在津津有味地打麻将，还有不少人驻足一旁观看。

有媒体报道称，该视频为一位女士拍摄，并称这是多家旅行社专门定制的旅游专列，列车中的两节车厢被改造成了麻将室和卡拉OK厅。相较于普通的火车，这趟列车挺有趣，乘车时间也过得很快。

视频发布后，有网友留言，“我妈能坐这个绕中国一圈。”“这条件我坐火车能从三亚坐到哈尔滨。”

1月13日上午，记者致电中国铁路

12306热线，接线员称，日常的列车不会有麻将车厢，也没有相关的车票售卖。有铁路内部人士告诉记者，从前述女子拍摄的视频来看，这应该是一趟旅游专列，这种专列相当于旅服公司开的“包车”。

1月13日，国铁西安局旅服传媒有限公司李慕华表示，这趟列车从西安出发，是一趟“秦岭冰雪游”主题定制列车，列车上配置了特色功能车厢，除了视频中的麻将桌，车上还配备了KTV、影院、按摩椅等娱乐设施，在特色餐车上，还有茶水、爆米花机、烤肠等。“从上车开始，游客就进入了旅游的过程。”

由于普通列车已不能满足人们对出行旅游的需要，从2022年春节开始，中国铁路西安局集团有限公司对9节车厢进行了升级改造，分别为3节淋浴车厢、3节餐车和3节娱乐车厢。9节车厢于2022年5月正式上线运营，根据客流情

况和需求给既有列车进行车厢配置。

车票118元/人，在12306是买不到的，它与普通列车不同，不仅仅是一张车票，里面还包含服务费、保险费。如果游客想乘坐这趟列车，可以去各大旅行社报名，或者直接通过集团自营的旅行社里的小程序进行购票。目前的旅游专列都在陕西省内，至于面向省外的旅游专列，可能要等到今年3月后。

值得注意的是，这并不是首个在旅游专列里放置麻将桌的公司。公开资料显示，2020年，中国铁路乌鲁木齐局集团有限公司推出了18节新东方快车，每趟专列均设有酒吧车厢，配有咖啡座、电视、音响、卡拉OK、钢琴等娱乐设施，并提供收费酒水和麻将桌。

目前，乌鲁木齐、兰州、成都等多地都开了旅游专列，不少旅游专列的条件比普通列车更好。

本报综合消息