



儿童手表内置软件诱导消费问题突出



”

专家认为，要消除儿童手表带来的隐患，主要还是从前端加以遏制，“除了通话和定位功能之外，一些增值服务可以采用准入制，或者申请报备制，经过有关部门审批后，厂商才能上线这些应用，通过前置性的审核，并加以技术手段和政策法规的管制，才能遏制儿童手表的相关问题。”

当前市场上，小天才、华为、小米等品牌都在积极竞争儿童手表市场，集体“卷”向多功能，不少旗舰产品售价超过千元。公开数据显示，中国儿童智能手表2020年市场规模为136亿元，到2023年市场规模突破200亿元。这显示了市场对儿童手表的强劲需求和行业的增长潜力。

儿童手表在功能上集体“堆料”，也引发了公众对儿童手表过度娱乐化的担忧。此外，一些儿童手表应用被投诉存在诱导充值消费等问题，也正在成为监管重点。黑猫投诉平台上关于儿童手表质量差、虚假宣传、手表应用诱导儿童消费等问题的投诉超过2600条。

市场：多款儿童手表售价超千元

6月5日，朝阳区一家小天才专卖店的工作人员介绍，当前店里Z10儿童手表已断货，想要购买需要调货，“最多可以调3只”。东城区一家专卖店的负责人则称，Z10上市不到20天，店里已经卖了40多只，目前店里仅剩4只。

6月8日，小天才天猫旗舰店显示，Z10手表到手价2299元，已售超过8000单。在京东旗舰店，该款产品显示已售超过5000单。在小天才天猫旗舰店，最畅销的一款机型为Q2A儿童电话手表，售价599元，显示超过20万人付款。

IDC发布的《中国可穿戴设备市场季度跟踪报告》显示，2023年第三季度，儿童智能手表出货量580万台，同比增长7.2%。IDC还指出，儿童智能手表市场上人民币400元至600元和1000元至1500元价位段成为重点增长部分，也是厂商竞争的重要价位段。

市场占有率方面，Counterpoint Research发布的报告显示，中国是全球最大的儿童智能手表市场，2023年第一季度，儿童智能手表排名前四为小天才、华为、小米、360，占比分别为35%、15%、9%、

8%。

小米官网显示，米兔儿童手表目前在售的11款产品中，有一款手表售价破千，其余10款价格在299元-999元不等。5月，米兔手表还推出了旗舰产品S1，作为该品牌首款价格破千的手表，小米在追求性价比之上，开始发力追逐高端市场。

而华为在售的6款儿童手表中，三款手表破千元，价格在1148元-1848元之间。其中，在天猫旗舰店卖得最好的是华为儿童手表5活力版，售价538元，为华为价格最低的一款儿童手表，页面显示已售超过2万单。5月，华为同样发布了最新款儿童手表5Pro，售价1148元。

拼高端之余，儿童手表市场依然有大量平价手表，价格在100元-300元不等。在某购物平台上，读书郎一款售价150元的手表显示已售超过1.1万单，文曲星一款5G儿童手表售价113元，显示已售超过6400单，均可实现定位、通话、摄像、社交等功能。

产业观察家丁少将表示，儿童手表最初被推出，主要是为了解决家长对监护孩子安全这一痛点，随着厂商不断优化和更新儿童手表的功能，儿童对智能手表的需求被激发出来，该设备被视为是孩子娱乐社交的工具，因此很多儿童会要求家长给自己配备儿童手表。

问题：黑猫投诉平台显示儿童手表相关投诉超2600条

社交功能为孩子带来娱乐与便利，也为家长带来管理难题。

在社交功能方面，多款儿童手表提供“碰一碰”“摇一摇”加好友功能，加上加好友后，用户可以相互发信息。而对于小天才手表来说，其“微聊”功能仅限于同品牌用户间使用，这种封闭式的社交网络设计，导致了一个结果，就是“你没有小天才，就进不了我的圈

子”。

一家小天才专卖店负责人表示，社交工具属性是儿童手表热销的重要原因，“手表可以折旧换新，小孩子可能从各种渠道，广告或者同学之间交流后，了解到新款上市了，就会要求家长来买。”

然而，关于儿童手表“堆料”“功能冗余”等吐槽声不绝于耳，儿童手表手机化、社交娱乐功能影响注意力、广告过多诱导消费等问题也让很多家长面临管理难题。

最近，有家长发现孩子沉迷于小天才的好友圈和微聊里，“孩子频繁聊天、加好友，点赞赚积分，每天放学回来就花很多时间在上面，晚上做作业学习的时候不专心，随时在看手表和回手表信息。”

也有家长表示，由于儿童手表安装软件需要家长授权，并且可设置自动关机，所以只要家长管理到位，并不会影响基础功能的使用。

黑猫投诉平台显示，关于儿童手表的投诉超过2600条，投诉主要集中在质量差、虚假宣传、手表应用诱导儿童消费等问题。

一名投诉者称，360儿童手表存在诱导未成年儿童充值的问题，“一款名为历史时光机的软件看上去是学习软件，实际里面有大量诱导孩子进行购买vip的项目，导致孩子在未经大人同意的情况下进行消费，半个月期间购买299包年会员一次，79包季会员一次，29包月3次。”还有家长反映，360儿童手表存在恶意广告的情况，打开App后自动弹出广告，只有等广告播放完成后才能点击关闭。

手表应用诱导儿童消费的情况并非个例，一名家长反映，华为儿童手表预装软件广告过多，“十个有八个打广告，诱导孩子开会员。”该家长反映，这些软件包括酷我音乐、小度、喜马拉雅、KaDa故事等，非常担心孩子误操作付费使用。

今年5月，小天才儿童手表还曾陷入涉黄涉暴风波，后又因被吐槽“一刀切”屏蔽敏

感词受到关注，引发了公众对儿童手表厂商在内容审核标准问题的讨论。

监管：专家建议“增值服务采用准入制或者申请报备制”

据悉，针对以上问题，各大品牌均开发了防沉迷系统，家长可通过手机对儿童手表的使用时长、应用使用、流量及支付进行限额管理。

对于预装软件广告过多的情况，华为官方客服表示，华为儿童手表确实内置了酷我音乐、小度等软件，如果该手表使用的是儿童华为账号，手表会过滤一些广告，如果仍然出现广告过多的情况，家长可以根据使用情况卸载软件。

今年3月11日，《儿童智能手表个人信息和权益保护指南》正式实施，《指南》从处理个人信息的规范性与权利保障、儿童个人信息安全、默认隐私和保护、监护人控制、操作系统和应用程序安全、网络信息内容安全、新技术新应用安全七个方面针对儿童智能手表生产者提出建议。

《指南》提出，儿童手表制造者需要考虑的因素包括在监护人控制应用程序设置足够的功能，以确保监护人能够对儿童智能手表的特定操作进行适当控制，例如交友功能、应用内付费、内容发送功能等可能涉及敏感个人信息或敏感内容的操作。除此之外，对于快捷支付、预充值、手表端自动续费等问题，《指南》也提出相关建议。

丁少将认为，要消除儿童手表带来的隐患，主要还是从前端加以遏制，“除了通话和定位功能之外，一些增值服务可以采用准入制，或者申请报备制，经过有关部门审批后，厂商才能上线这些应用，通过前置性的审核，并加以技术手段和政策法规的管制，才能遏制儿童手表的相关问题。”

盘古智库高级研究员江瀚则指出，家长作为孩子的第一监护人，应加强对孩子的教育和引导。教育孩子正确使用儿童手表，避免过度依赖和沉迷其中。同时，家长也应对孩子的消费行为进行监管和控制，避免不必要的经济损失。