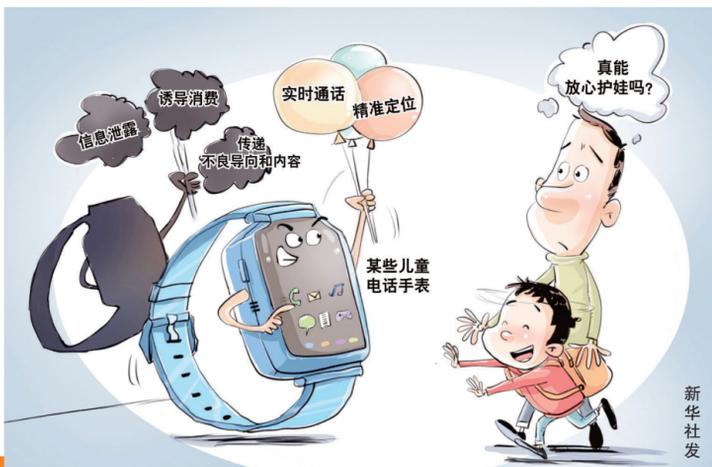


“护娃神器”儿童电话手表真能放心护娃吗

可实时通话、能精准定位，被称为“护娃神器”的儿童电话手表，自面世以来一直颇受消费者青睐。然而近年来，一些手表的功能逐步手机化，儿童沉迷手表社交圈、应用程序含低俗内容等问题引发家长担忧。

“护娃神器”真能让家人放心吗？儿童电子产品如何平衡安全性与便利性？“新华视点”记者展开调查。



新华社发

攀比成风 部分儿童沉迷“表圈”

放学时分，几个小学生围拢在一起，兴致勃勃地摆弄着电话手表。“你不给我点赞，就别跟我一起玩了。”一个孩子说。这是记者日前在广州某小学门口看到的场景。

这些孩子口中的“点赞”，是手表主页上的一种互动功能。一个学生告诉记者，主页点赞数是社交地位的象征，点赞高的人会被称作“大佬”，成为班里“最靓的仔”。

记者调查发现，儿童电话手表往往预装了许多应用程序，其中不少程序需要做任务攒积分才能体验更多玩法。这些复杂的规则设计，构成一个社交生态系统。

以小天才电话手表为例，用户通过完成每日签到、步数挑战等日常任务，可以获得积分。根据其规则说明，积分是鼓励孩子积极行为的产品模块，可用于手表中个性化元素的获取。

在这种规则设计下，一些孩子为了攒积分换奖励，将大量时间精力花费在手表上。

记者在采访中了解到，为了收集更多点赞量，有的孩子会催促别人给自己主页点赞，这种行为被称为“催主”。还有人手动统计点赞的好友针对性“私催”，“私催”后仍不点赞的好友直接删除，甚至在好友圈辱骂。

一个名为“权益卡”的抽奖应用程序，在手表用户中很受欢迎。“权益卡有不同等级，积分花得越多，抽到稀有卡的几率就越大。”一名六年级学生告诉记者，一些稀有卡会和柯南、哪吒等热门动漫IP联名，同学之间会经常在一起比较谁的权益卡、稀有卡更多。

“儿童对新生事物有猎奇攀比心理，面对功能多样、游戏属性强的电话手表应用更容易网络成瘾。孩子长时间使用智能电子产品，会带来注意力下降、睡眠紊乱等问题，影响社交能力与情感发展。”长期从事青少年心理健康问题研究的广东省心理卫生协会常务理事张欣华说。

广州市民赖女士正面临这样的烦恼。她向记者抱怨，自己11岁的孩子把大量课余时间都用在攒积分、给好友点赞上，周末如果不强行控制，孩子一天玩电话手表的时间甚至能超过10个小时。

暗藏隐患 “护娃神器”不安全

从早期主打电话通信、楼层定位功能的“护娃神器”，到如今集社交群聊、视听娱乐、扫码支付等功能于一体的全能设备，儿童电话手表的功能不断升级。多位家长向记者反映，手表的设计越来越向手机靠拢，加剧了孩子之间攀比的攀比风气，还带来信息安全等风险隐患。

诱导消费是家长反映强烈的问题之一。广州家长冯女士的孩子在手表上开通了“咪咕短视频会员”“咪咕秀影娱乐精彩集锦精选包”等收费服务，每项服务每月扣费15元，而她直到3个月后才发现。

“孩子手表用的是我手机号的亲子卡，不仅没经过我本人授权就能开通服务，我本人还不能取消，只能用孩子的号码给运营商打电话才能取消。”她对此很困惑。

北京朝阳区的李先生也表示，手表中不少App都采取免费试用部分功能、付费解锁全部功能的策略，有利用未成年人自制力较弱的弱点诱导其充值消费的嫌疑。

根据手表的规则设计，积分、权益卡等虚拟物品具有重要价值，这甚至催生了相关交易“产业链”。记者在某二手交易平台看到，一张“哪吒”权益卡售价30元，一个“跑步666”隐藏徽章售价4.99元，点赞量达到数十万的“高赞账号”，售价可达数百元。

儿童电话手表还存在信息泄露的风险。记者发现，一些版本较老、配置较低的手表缺乏必要的安全设置，一旦有心怀不轨的人入侵，可以较为轻易地获取位置、人脸图像和对话等个人信息。“现在手表摄像头像素越来越高，许多孩子有随手拍的习惯，不经意间就

可能泄露敏感信息。”北京某小学老师说。儿童电话手表甚至可能成为传递不良导向和内容的工具。

2024年5月，辽宁沈阳一家家长发文称，其10岁女儿收到手表好友发的污秽图文信息。警方调查发现，对方使用的是未实名号码。2022年7月，针对有消费者反映相关产品应用商店内下载的部分游戏、漫画等App含有淫秽色情、血腥暴力内容等问题，北京、天津、河北三地消协组织联合约谈了广东小天才科技有限公司。

记者了解到，目前，主流的儿童电话手表产品均设置了不良信息过滤、网络权限等安全措施。以小天才为例，在设置针对违法信息和不良信息的过滤机制之外，还在家长App端设置了“短信安全守护”“相册安全守护”等功能，加强对不良信息的筛查力度。

尽管如此，还有种种办法能绕过监管。记者在某二手交易平台发现，有卖家声称可帮助儿童“远程刷机”，刷机后可安装面向成年人的应用软件。还有家长反映，一些孩子为了方便加好友，会偷偷更改家长App上的管理权限，但操作时无需额外验证提示。

协同管理 引导儿童健康社交

在智能设备深度嵌入日常生活的今天，如何既让孩子享受网络时代的便利，又让家长放心？

“儿童类电子产品直接面向未成年人，相关企业不仅是产品生产者，也是内容提供者，监管责任要重于一般平台。儿童电话手表‘主页面’等功能设计，实际上是将社交地位进行量化比较，诱导心智尚未发育成熟的儿童进行攀比。这涉嫌违反《未成年人网络保护条例》‘不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务’的有关规定。”浙江大学数字法治研究院副院长高艳东说。

相关部门正在行动。2025年7月，中央网信办部署开展为期两个月的“清朗·2025年暑期未成年人网络环境整治”专项行动，重点关注未成年人模式的使用情况及内容建设存在的问题、儿童智能设备的内容安全及功能规范，以及AI功能在未成年人领域不当应用及诱导沉迷问题，一批违法违规账号及企业、平台受到处理。

中国人民大学法学院教授刘俊海建议，加强儿童产品及内容提供者的资质审核及追责机制。企业从事制作、发行儿童广播电视节目等相关工作，需取得广播电视节目制作经营许可证；在网络上对儿童用户分发相关内容也应取得相应资质，同时承担因内容把关不严导致不良后果的连带责任。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示，儿童电子产品和相关服务涉及未成年人权益保护，监管部门应予以重点关注，在完善相关标准制度的基础上加强日常执法，发现违法违规行为要依法查处。同时，畅通投诉维权渠道，及时解决消费者合理诉求。

“和成年人一样，孩子也有社交需求，不能‘只堵不疏’，而要做好引导。”中国教育科学研究院研究员储朝晖表示，家长与学校要做好协同管理，根据不同年龄段孩子的实际情况，制定有可操作性的管理规章，共同织牢织密儿童健康社交的防护网。

新华社“新华视点”记者（新华社广州1月12日电）

“嗨，我们又来啦！”南极秦岭站附近，几只黑白分明、步履蹒跚的阿德利企鹅歪着头，打量着不远处向他们热情招手的中国考察队员。

每年南半球的夏天，秦岭站附近这片冰原和冻土都会迎来两拨特殊访客：一拨是数万对前来繁殖的阿德利企鹅，而另一拨则是专门研究南极鸟类的中国科研团队。他们已持续跟踪研究南极鸟类30多年。

今年，中国第42次南极考察队又一次如约而至，继续开展对这些极地“原住民”的监测研究。

极地生态研究 听“原住民”解读环境变化

秦岭站数公里外的恩克斯堡岛东部，有一片颜色偏黄、地势平坦的区域。这是阿德利企鹅用数千年时间开辟的繁殖地，粪便、遗体风化与碎石共同构成它们的独特特区。

企鹅占南极鸟类生物量的90%以上。每年夏季，数万对企鹅从南极海域洄游至此，衔石筑巢、产卵、轮换孵育，直至雏鸟换羽入海。

阿德利企鹅对海洋与气候环境变化极为敏感，被科学家们视作南极生态系统的关键“生物指示剂”。

我国对南极鸟类的系统性科学研究，起步于上世纪90年代。早期考察受条件所限，系统、持续收集数据很困难。随着我国极地科考能力提升，特别是南极秦岭站的建立，常态化、长期性、精细化的监测成为可能。

“监测它们的种群数量、繁殖成功率、时空动态、栖息地特征，就像在阅读一部动态的‘极地生态年鉴’。”来自北京师范大学的第42次南极考察队队员马明浩告诉记者，这些数据不仅能反映本地生态系统健康程度，更是研究全球气候变化对南极影响的一扇窗口。

记录与守护 对地球生命的尊重与珍视

今年考察的重点工作之一是监测和研究阿德利企鹅的孵化模式。由于阿德利企鹅雌雄外观无异，科研人员对企鹅成体进行标记，分析双亲轮流孵育对繁殖成功率的影响。

马明浩几周前观测到一只格外胆小的雄企鹅，稍有动静就作势欲逃。几天后，它的伴侣接班，却异常勇猛，对靠近的科研人员频频啄击。

“每只企鹅都有自己的性格，都是独特的个体。”马明浩说，这个有着“大女主”的家庭，成功孵化并喂养大了两只健壮的雏鸟。每一次细致的观察，都蕴含着对地球生命的尊重与珍视。科研团队也密切关注企鹅天敌的动态，开展有害生物监测，为这片重要繁殖地的生态安全提供预警。

三十年接力 从填补空白到中国方案

“长期、连续的监测数据是最宝贵的。”中国第33次和34次南极考察队队员、北京师范大学教授张雁云说，该校生命科学学院上世纪90年代踏上南极科考征程开始，老中青鸟类学研究者十多人已持续研究南极企鹅30余年，正为解析阿德利企鹅种群动态与气候环境关联性，积累起独一无二的数据资源。

近年来，我国引入无人机航拍、图像自动识别、声学记录分析等新技术，企鹅的监测研究效率和精度大幅提升，科学家们能更精准地掌握繁殖对数。

“极地生态研究需要代代接力。”中国极地研究中心（中国极地研究所）动物学专家、中国第42次南极考察队队长戴宇飞表示，我国企鹅研究团队计划进一步融合遥感、人工智能等新技术，提升声学监测的自动化与智能化水平，并加强与国际同行的合作，共同探究全球气候变化下的极地生态系统响应这一重大科学命题。

最新调查显示，恩克斯堡岛繁殖区的阿德利企鹅数量约3万对，总体呈波动上升趋势。随着雏鸟羽翼渐丰，到2026年2月底，阿德利企鹅将携幼鸟离开恩克斯堡岛，重返大海。

研究数据正在汇入中国及国际的极地生物数据库，成为评估南极生态系统管理与保护成效的重要依据，也是我国参与南极条约体系协商、履行国际环境责任、贡献极地治理“中国方案”的科学基石。

这场跨越三十余年的科学守望，仍将继续。这不仅是中国极地科考迈进的坚定脚步，也是一群科学家与生命、自然、未来的无声约定。

新华社记者（新华社南极秦岭站/北京1月12日电）



2025年12月，来自北京师范大学的第42次南极考察队队员马明浩在秦岭站数公里外的恩克斯堡岛东部阿德利企鹅巢区，使用无人机对企鹅群进行观测记录。（受访者供图）

跨越三十余年

中国考察队与阿德利企鹅的南极之约

「832平台」助力脱贫地区乡村产业提质增效

新疆墨玉县的葡萄干、大枣等农产品销售额同比增长超60%，品牌“墨玉福袋”逐渐打响；西藏地区供应商平台交易额突破4900万元，增速达40%，青稞等更多农产品从粗加工走向深加工，价值大幅提升……

打开“832平台”（脱贫地区农副产品网络销售平台），越来越多来自脱贫地区的特色农副产品通过线上销售，跨越山海进入千家万户。最新数据显示，截至2025年底该平台累计成交额已超600亿元。

“832平台”是在财政部、农业农村部、中华全国供销合作总社指导下，由中国供销电子商务有限公司建设和运营的脱贫地区农副产品网络销售平台。

成立以来，这个以全国832个脱贫县命名的平台，正悄然改变着许多地区的乡村产业发展方式。

对不少脱贫地区而言，当地特色农产品销售面临一个共同难题：品质虽好，但没有稳定的销售渠道，或产品包装简陋，卖不上价钱。对此，“832平台”从推进产品标准化和品牌化入手，组织专业选品团队帮助脱贫地区商品进行分等分级、标准化包装。随着品质和包装的不断优化，越来越多产品如宁夏黄牛肉、河北省大名县花生油等赢得市场关注，实现从“产得出”到“卖得好”再到“叫得响”的跨越。

不仅如此，平台还帮助脱贫地区对初级农产品进行精深加工，通过“平台+政府+龙头企业”模式，在全国25个县市落地产业项目，培育出“墨玉福袋”“海伦大豆”等25个区域公用品牌，带动超10万农户增收，相关销售额累计突破30亿元，形成了以品牌为核心、全产业链联动的良性发展格局。

数据显示，目前，该平台上深加工产品的比例已超六成，在售商品达44万款，成功培育“两品一标”认证产品1.3万款，注册采购单位近50万个。为更好展示销售各类新向农农产品，平台不断推出各类提振消费活动，带动脱贫地区产品走向更广阔的市场。

平台上，“寻味832”进食堂、“832平台”乡村振兴公益行等一系列活动将消费帮扶深度融合入日常场景，持续提升脱贫地区企业的市场对接与运营能力。

2025年末，在粤港澳大湾区举办的脱贫地区农副产品产销对接活动，现场签约额超1.5亿元，吸引超百家央企、6000余家地方国企和200余万人用户参与。市场化销售不断增长，政府采购也为脱贫地区产品带来了稳定订单。如国家税务总局在平台专门开设“税务系统帮扶专区”，汇集了来自定点帮扶地区6400多家供应商的超11万种产品。

面向未来，中国供销电子商务有限公司董事长刘国生表示：“832平台”将在坚守公益“基本盘”、严控商品质量与价格的同时，坚持“背靠政策、面向市场”，通过完善运营机制、提升产品竞争力，吸引更多社会力量参与，推动帮扶成果实现长效化与可持续。”

新华社记者（据新华社北京1月11日电）

村里有个“画梦师”



1月6日，在河南商丘睢阳区吴营村，吴承言在墙上作画。新华社记者 郝源 摄

“吴老师，能和您合个影吗？”面对举起镜头的游客，河南商丘青年画家吴承言停下脚、没回答，直接露出两排大白牙，嘴角的鱼尾纹跟着多了好几道。

吴承言说，仅一个短视频平台的粉丝量就快速过了百万。“要直播、要画画、要接受采访，每天都有很多事情。”这个身高1米8多的壮汉搓着手坐在沙发上说，“这几天有点失眠。”

吴营村变“小”了。刚刚过去的元旦假期，每天数万人前来观光，村道形成热闹的大集，挤得很。这已是他第二次带老家吴营村。上次是2025年初，他在村里画的哪吒主题墙绘引起关注。这次火爆，则是因为一面“天安门”巨幅墙绘。

记者见到吴承言的这天下午，他正要给“天安门”墙绘旁边的“天坛”墙绘收尾。只见他穿着袖子沾满颜料的迷彩棉服，把手机固定在手腕上以方便对照造型和颜色，寥寥几笔，便勾勒出“天坛”祈年殿台基上的出水口石雕。他的视线在手机屏和墙绘间来回扫过，一笔挥过，立体光影效果立马显现。

游客举着手机，围绕吴承言挤成了半圆形。镜头背后，数以万计的观众见证着又一幅墙绘作品的完成。吴营村变“大”了。村子因为有了各式墙绘，不再单调，那些远方的风景，对村民来说，仿佛变得触手可及。

吴承言说，他用五天时间完成的“天安门”墙绘，原本是为了帮助村里年事已高、不便远行的老人完成“去北京看天安门”的心愿，没想到会引起这么多关注。

面对“泼天”的流量，吴承言、常莉华这对“80后”夫妻开心，也清醒。“花无百日红，道理我们都懂，所以心态还算平和。”常莉华笑着说，其实一路走来挺不容易的。

长辈中有的医生，有的是画家，受此影响，吴承言

选择人生道路时有些“拉扯”。画中国画的父亲更推荐他去学医，“原因很简单，画画不挣钱”。

“我从小喜欢画画。初中画黑板报，就在学校出名了。毕业后，做村医的母亲让我在自行车车座上练习扎针，我害怕，下不去手。”最终，吴承言还是坚持上了重视美术教育的商丘市第四高级中学。

高中毕业后，吴承言多次报考中央美术学院，最终因英语不能过线落榜。后来，他在母校附近办起个人画室，还与人合作办过美术培训班。“我的学生里就有考上我的‘梦中情校’的，但我办班忙，没时间采风、搞创作，就在附近画些乡村风景。”说起往事，他还是有些遗憾。

吴承言的墙绘之路，始于妻子的老家赵楼村。“她在村里办幼儿园，我的画室就在幼儿园的地下室。2023年开始，我就在村里画画了，村民想看啥，我就画啥。”吴承言回忆。

从单幅十几平方米到100多平方米，如今，吴承言的墙绘作品越画越多、越画越大，仅仅是颜料、租升降车等，每个月都要投入好几千元。为了让画画可持续，他和家人还尝试直播带货、广告植入短视频。“下一步，准备把家乡的农产品、特色产业多宣传宣传。”常莉华在一旁补充道。

吴营村的池塘边，芦苇在冬日的冷风中摇曳，几只大白鹅在水中游弋，十分悠闲。

视线一拐，村里凡是有墙绘的地方，就自然形成了集市，摩肩接踵，好不热闹！“哪里有好流量，我们就到哪里摆。”在热气腾腾的灶馍摊位前，来自山东菏泽的摊主冯俊红说。

“多亏了吴承言，你看村里多热闹，咱也想试试。”面对记者的镜头，吴营村的马腾芝大姐笑着用手比了个“耶”。

村子火起来后，作为村党支部书记，吴成鑫也忙得团团转。他说，光靠村里是应付不来的，当地政府组织工作专班，抽调人员做好秩序、卫生、食品安全等工作，帮助改造提升村内道路2500余米，给100多家食品摊贩办理健康证。

忙碌中充满希望，“下一步，村里准备和几个景点串起来，还想着发展草莓、蔬菜基地。”吴成鑫说。

吴营村变美了。如今，吴承言已经在村里创作了40多幅墙绘，涵盖了国潮动漫、山水风景、科技人物、电影海报等，这些墙绘激活了乡村空间、凝聚了家国情怀，使吴营村变成了“没有围墙的美术馆”。

“村里几个年轻人想跟着我学画画，我准备在村里设个工作室，带动更多人，把村里的白墙画满。”吴承言说。

“吴老师来我们村里画吧！”“吴老师可以来我家乡画吗？”……面对网民铺天盖地的邀约，吴承言经过认真考虑，准备开启行程，一个月出去一两趟，让更多普通村庄受到关注。

“画画是我一直想做的事。”吴承言说，“不论会不会再有第三次、第四次爆发，我都不会放下手里的画笔。”

距离一幅展示袁隆平“禾下乘凉梦”的墙绘不远处，地里麦苗还显得有些青涩。对吴承言来说，他想让家乡、让更多乡村变得更美的梦，也才刚刚发芽。

新华社记者（新华社郑州1月12日电）