

“AI押题”不是高考捷径而是教育歧途

近日，据媒体报道，随着高考临近，押题卷市场热度居高不下。“名师”和“AI预测”押题齐上阵，这些靠谱吗？“AI押题”能成为备考神器吗？

近年来，每年高考临近时，都会出现“高考押题热”，比如网上会出现各类“高考押题卷”“高考猜题库”“备考攻略”，今年的“高考押题卷”还出现了抢先预售、限期优惠、限时销售等模式。一些博主还借AI兜售“押题卷”……

“高考押题热”会给考生造成误导

高考对考生及其家庭的重要性不言而喻，一些考生和家长想借“押题”博得一个高一点的分数，其心情可以理解，但若想依靠押题取胜，甚至由此滋长出投机心理，就很容易上当受骗。

实际上，现在的高考命题更多考查考生分析信息和运用信息的能力，而不再仅考学生“死记硬背”的能力，靠AI押中题目的可能性很小。

况且高考命题人为了防范“高考押题”，还会反其道而行之。所以，无论是名师“押题”，还是AI“押题”，不管商家吹嘘得多么神奇，最多不过是对考生、家长的忽悠。

“高考押题热”一方面在于一些老师、考生与家长热衷于押题，或是有投机心理，对高考还未能形成正确认识，折射与暴露了当前高中教育存在的一些问题。

另一方面，也是由于一些商家借此炒作，利用考生与家长的浮躁心理，将押题当成牟利工具。比如对“AI押题”战绩夸夸其谈，还进行虚假宣传，让考生、家长受到忽悠，误听误信，将各类“高考押题卷”当成备考“神器”、制胜“法宝”。

“高考押题热”不利于培养学生的独立思考能力，还可能给学生造成误导，让他们过于依赖“高考押题卷”，从而影响他们的高考成绩。

“押题”不是高考捷径而是教育歧途，“高考押题热”实则是走向了教育反面。该给非理性的“高考押题热”降降温了。通过疏堵结合，形成各方合力，“高考押题热”才可能得到有力遏制，考生与高考、学生与教育，也才能更好形成“良性互动”，实现“双向奔赴”。

最好的“高考神器”是放平心态，踏实学习

拿“名师预测”来说，所谓的名师也只能根据近年来高考命题涉及的考点进行预测，如盲人摸象一般，在某考卷详情中，以2024年高考真题为例，列举了各科多道“押中”题目，可再细看题目，就会发现商家所谓的“押中”判定得过于宽泛。比如一道数学几何题，真题为五面体，押题卷为三棱锥，题干、设问均不相同，仅因均考查了相同的知识考点，就被判定为“押中”。某校一位地理名师预测当年可能会考到寒潮寒流，而高考题目中恰巧就有这样的题目，这也被吹嘘为“押中”。

至于“AI押题”更是被吹得神乎其神。仔细观察发现，所谓的押题不过是打了“擦边球”，牵强附会罢了。从往年情况看，这些押题卷所谓的“押中”标准非常宽泛，只要涉及相同知识点都算押中了，这些知识点平时复习都会讲到。比如，AI对比的仅仅是基于题型和大致考查方向，完全抛开了具体题目内容。只要真题与AI预测题都包含基础题、难度题，涉及集合复数概率等考点，就会被判定为“相似度极高”。如此宽泛的对比标准，根本就谈不上精准押题。

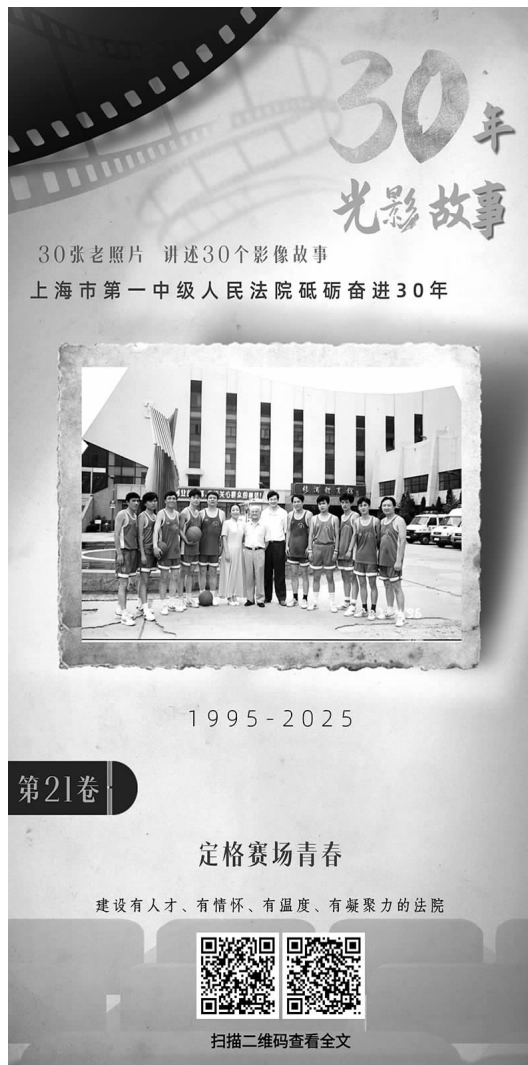
虽然“AI押题”并不靠谱，但也有不少老师认为，AI虽难以精准押题，但在辅助考生复习方面具备一定价值。比如，AI能够快速生成知识框架，还可以依据考生的学习情况，提供个性化的学习方案，帮助考生提高复习效率。

高考最终考查的是考生对学科知识的总体掌握程度，而不是“猜题”“押题”的本领。更何况，高考命题本身具有严格的保密机制和反押题设计，要想在考前押中题目，简直难如登天。即便运气好“押中”，也多是考查方向的重合，出现完全相同题目的概率微乎其微。

高考备考并无捷径可走，但凡在考试前将希望寄托在猜题押题上的，多半都会上当受骗，后悔不已。对于考生而言，最好的“高考神器”是放平心态，踏实学习，回归课本，立足课堂，跟着老师的复习节奏，找准自己的薄弱点，稳步提升应试能力。毕竟，脚踏实地的努力，才是应对高考最可靠的“神器”。

综合自红网、新京报网等
(马九月 整理)

定格赛场青春



上海一中院砥砺奋进30年·光影故事

30年光阴长卷的第二十一卷。

1996年7月4日，时任上海一中院办公室秘书科科长（退休时任工会主席）的鄧小荣带领院篮球队队员们列队于体育馆门前，挺拔的身姿勾勒出锐意进取的剪影。

1996年的夏天，上海一中院在“撤一建二”改革中初露锋芒，如何凝聚人心成为关键课题，法院系统运动会恰如其时。“我看到的不仅是比赛，更是一支队伍的真正融合，是‘新时代一中法院人的精气神’！”鄧小荣回忆道。球场上的默契逐渐化作工作中的协作，敢打敢拼的体育精神悄然融入司法血脉。

以文化为引领，以健康为保障，凝神聚力、塑魂强魄。在一场场馥郁浓香的文化盛宴中，干警们“情系一中”的归属感愈来愈强烈。文化工程也如百花齐放，各类品牌项目一一登台，大大提升了广大干警的博雅素质。

文化的力量，如春风化雨般润泽一中人的心灵。“建设有人才、有情怀、有温度、有凝聚力的法院”，这是一中人的愿景，也是一中人的写实。

拒绝“天价”粽子 过“绿色”端午节

□ 关育兵

据媒体报道，端午粽叶裹着糯米的清香，本是承载民俗记忆的传统美食，如今却被层层华丽包装与高昂价格裹挟，成为市场异化的产物。对此，中国消费者协会发布消费提示，倡导简约消费，拒绝“天价”粽子和过度包装，推动粽子回归节日食品属性。这不仅是对市场乱象的警示，更是对消费理性回归、传统文化本真传承的时代呼唤。

从符号消费理论视角看，“天价”粽子的畸形繁荣，本质是资本对节日文化的解构与重构。有学者指出，消费社会中商品已超越使用价值，演变为彰显身份的符号。在电商平台，部分粽子礼盒标价突破3000元，包装成本占比高达45%，远超《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》规定的15%上限。商家将粽子与海参、虫草等名贵食材捆绑，用金丝楠木盒、丝绸锦缎包装，将节日食品异化为社交货币，满足部分消费者的“面子需求”。更值得警惕的是，此类高价礼盒易成为权钱交易的温床，中央纪委国家监委通报数据显示，近三年

因违规收送礼品礼金被查处的案例中，节日期间占比甚高，“天价”粽子正悄然侵蚀社会风气。

破解这一困局，需构建政府、企业、消费者协同共治的立体网络。政府层面，可建立包装废弃物回收押金制度，对过度包装企业征收生态税；同时利用大数据技术，对粽子价格、包装层数、材料成分进行全流程溯源监管。企业应主动探索绿色转型，杏花楼推出的“可食用包装粽子”，外包装采用糯米纸制作，既减少污染又增添趣味；五芳斋的竹篮礼盒，实现了包装的二次利用，这些创新为行业提供了范本。电商平台则需压实主体责任，参照京东“绿色商品认证”体系，对简约包装商品给予流量倾斜，对违规商家实施阶梯式处罚。

拒绝“天价”粽子，不仅是对奢靡之风的抵制，更是对生态文明理念的践行与传统文化的守护。唯有多方携手，让消费回归理性、让节日回归本真，方能让端午的粽香在绿水青山间，传递更醇厚的文化韵味。