

# 中高考临近 “AI押题”靠谱吗?

中高考进入冲刺阶段,一些商家以“AI押题”“AI提分”等为噱头推出各类商品、课程,宣称“押题准确率超80%”。动辄上百元的“押题卷”吸引了一些焦虑的考生和家

长。这些被炒热的产品究竟是助力考试的“神器”,还是收割家长钱包的“利器”?记者对此进行了调查。

## 广告诱人价格不菲

“求资料!”在一些社交平台,一批以“AI押题”“AI预测”为名的帖文评论区,充斥着考生和家长的询问。帖文内容五花八门:作文预测、数学重点标注、选择题答案分布分析……

一些账号滚动发布“喂了17万道竞赛题,4000套内部卷”“AI押题准确率超80%”等吸睛话术,推销付费“押题卷”,单科资料包普遍标价百元左右。

记者随机联系一名商家咨询。对方表示,其团队针对新高考二卷研发了语文、数学、英语三套资料包,其中语文、英语主打作文押题,数学则提供基于AI统计的考点分析及两份押题卷,三套售价共299元。购买者多为考生家长,也有少量学生和教师。从商家发布的聊天截图看,近一个月来,数十名顾客转账购买了相关押题卷。

“我们的数据来源是近5年真题、

近2年名校试卷,用AI估算考点题型出现的概率,筛选押题内容。”该商家声称,其自研大模型给出的3份押题卷,与2025年浙江首考物理试卷对比,准确预测的考点覆盖分数超过75分。

然而,记者在“押题卷”中发现,所谓的分数“覆盖”,仅指“押题卷”中涉及的宽泛考点在正式考试中同样出现,如“牛顿定律”“电磁学”“几何光学”。而这些知识点本来就是中学物理的教学重点。

除了成规模的“AI押题团队”,社交平台上还有“散户”希望趁机的在市场上分一杯羹。记者联系到一名售卖AI“押题卷”的用户,对方自称“利用国外最厉害的算法大模型进行推理”,并可定制押题卷。例如,侧重参考某地区历史试卷或针对考生薄弱题型出题,此项服务收费100元。

## 存在误导备考风险

所谓的AI“押题卷”,是依赖大数据分析 with 模式识别、自然语言处理及机器学习等生成式人工智能技术,识别和提取历年试题和答案、评分标准、考试大纲、教辅材料等语料的特征规律,试图达到模仿命题逻辑、预测考试题目的。

山西教育科学研究院义务教育课程教学研究中心主任李萍近年多次主持中考命题。她表示,中高考命题均有严格的反押题机制,试题内容要严格区别于市面上的试卷。同时,命题时会结合当年学生的学情,确定考题风格和难易程度;学情数据要基于大量调研和分析,AI是不可能掌握的。此外,中高考强调育人功能,试题设计需考虑跨学科融合,以及“从记忆、分析到创新”的三级思维跃迁等,实现考题反套路化。

北京一位中学教师说,当前高考已从考查学生解题能力,转向考查在真实复杂情境下解决问题的能力,命题者设计的实际情境难以被简单“押中”。“AI基于统计关联‘猜题’,难以真正理解考题背后的具体情境、文化内涵和开放思维。”

中国教育科学研究院研究员储朝晖表示,AI预测仅停留在知识点表层,

无法触及高考考查的高阶思维和复杂问题解决能力。

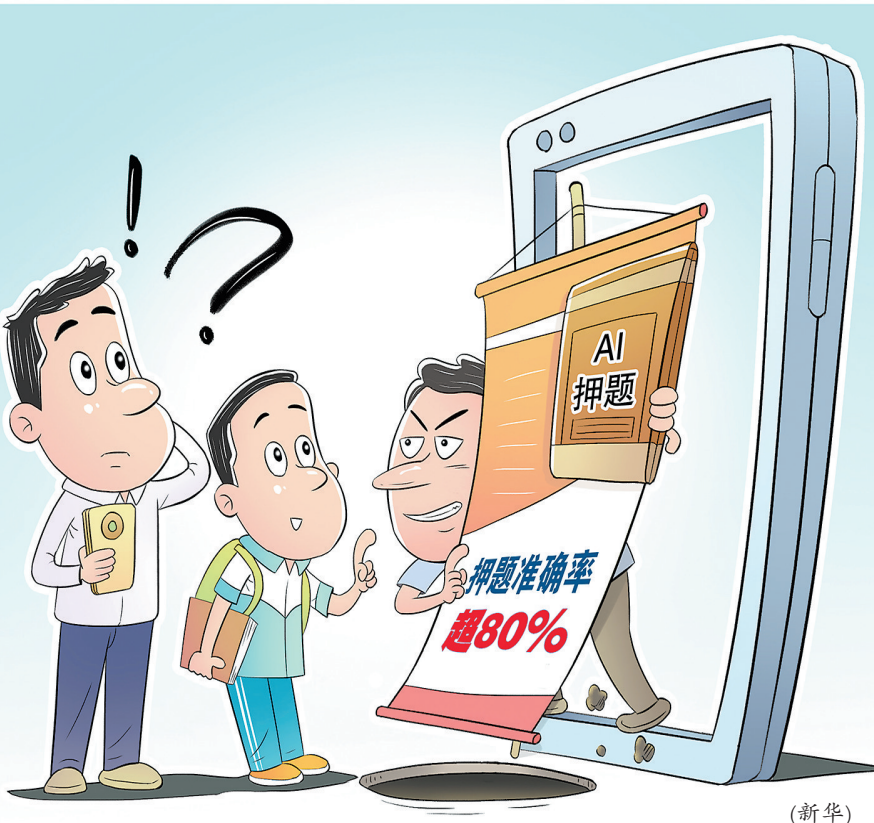
部分商家宣称的“覆盖大多数考点”实为偷换概念。

重庆一位教师以作文押题举例说,“科技与人文”“当代青年责任担当”等宽泛方向属命题应有之义,并无实质性指导意义。

AI“押题卷”还存在误导备考风险。

当前不少AI工具存在“幻觉”问题,常编造看似合理实则漏洞百出的信息。业内人士提醒,机构若直接使用此类内容作为产品,有可能严重误导学生。“过度依赖AI押题,极易误导复习方向,浪费冲刺阶段的宝贵时间,反而让学生忽略了系统复习知识体系和掌握应对考试本身规律的重要性。”

教育部近日也提示,高考命题持续深化改革,更加注重考查考生关键能力、学科素养和思维品质,突出反押题、反套路的导向,依靠AI或所谓“专家”押中题目的可能性极小。考生将大量精力投放到“押题卷”,不仅在备考时间安排上得不偿失,也容易被不法商家所骗,带来经济和心理上的双重损失。



(新华)

## 科学备考谨防营销陷阱

学习本无捷径。同济大学教育评估研究中心主任樊秀娣认为,无论是传统的人工押题,还是热门的“AI押题”,本质是商家利用考生和家長考前焦虑心理开展的营销炒作。

北京航空航天大学法学院副教授赵精武表示,这类宣传属于典型的虚假营销。商家通过偷换概念虚构“高考押题准确率”,涉嫌违反广告法。“广告法第28条在界定‘虚假广告’时就提及了‘虚构使用商品或者接受服务的效果’。‘AI押题’等相关营销活动符合‘虚假广告’情形。”赵精武说。

重庆三智律师事务所主任赵树乾指出,商家宣称“AI押题卷与真题相似度达87.5%”“AI提分”等,本质是通过模糊的算法比制造“押中”假象,且“相似度”标准缺乏权威定义,易使消费者误以为购买后可大幅提高分数,属于误导性宣传。

此外,近期有不法分子通过制作钓鱼网站,用发短信、网页弹窗等方式出售所谓的“高考真题和答案”,点击进入便会以“预付订金”等名义要求付款。

业内人士建议,针对“AI押题”营销乱象,监管部门应严查夸大宣传和虚假营销行为,打击利用押题诈骗及侵犯个人信息等违法行为。相关网络平台需认真落实信息内容管理主体责任,持续加大对涉考违法违规信息的监测处置力度。此外,还应推动AI教育产品合规认证,建立算法透明度与安全审查机制,要求开发者披露数据使用逻辑,减少“AI幻觉”误导。

西南大学附属中学教师王浩等受访者提醒,AI等技术只是学习辅助工具,不能过度依赖,以免干扰正常的备考节奏。家长和学生要理性看待押题噱头,避免因焦虑而轻信受骗。考生应扎实巩固基础知识,沉着应考。

## 压力层层传导

# 助贷行业迎来大变局

## 获客成本高企

“过去5年,助贷机构的获客成本上涨了6倍,新客户的转化成本最高达近3000元。”一位从业近十年的助贷机构资深人士介绍,“我们平台一年的获客费用就达十几亿元。”

近期,助贷龙头奇富科技、信也科技、乐信相继发布2025年一季报,净利润同比增幅分别为60%、39%和113%。在业绩增长的同时,不断增加的获客成本及转型压力已有所体现。

例如,一季度,奇富科技用户获取成本(获批信贷额度的用户)涨至384元,去年同期为285元。公司还增加了获客投放,其销售及营销开支从去年同期的4.16亿元增至5.92亿元,增幅超40%;环比增长近13%。更多营销资源被分配到嵌入式金融渠道和信息流广告上,以探索更广泛的获客渠道。

获客成本高说明两个问题:一是客群逐年下沉,挖掘新客户越来越难;二是贷款的有效需求不足。上述人士坦言,近期一些中小助贷机构资金链开始断裂,部分用户开始抽贷还款。

此外,部分商业银行借助互联网助贷业务快速做大贷款规模,也暴露出金融消费者权益保护不完善等问题。据悉,部分网贷平台收取超高的利息,加上隐性费用,借款人陷入“债务陷阱”,使得助贷业务的实际利率超过36%。

面对行业乱象,监管部门出手治理。今年4月发布的助贷新规成为行业最为关注的政策之一。

中国普惠金融研究院研究部负责人胡煦表示,这是对于助贷行业监管方向的再一次明确。以往,个别银行充当资金的提供方,风控“空心化”。而助贷新规强调“商业银行应当开展差异化的风险定价”,“商业银行应当完整、准确掌握”助贷平台实际收费情况,对于借贷人提供了必要的保护。

从依靠流量、背靠银行赚得盆满钵满,到如今获客和资金成本同步高企,助贷行业正两头承压。

所谓助贷,是指商业银行借助外部互联网平台发放贷款的业务,主要服务于个人消费和小微企业、个体工商户的生产经营。今年4月,金融监管总局出台《关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》(下称“助贷新规”),将于10月1日起施行,旨在推动商业银行互联网助贷业务规范有序发展。

在持续规范和市场需求博弈中发展,助贷行业从“流量驱动”转向“合规驱动”是大势所趋。压力层层传导之下,助贷行业迎来大变局。

## 新规首提名单制管理

希望通过规范商业银行的行为,传导至助贷机构,进而引导整个行业的健康发展。

此前,部分中小银行及消费金融公司依靠与助贷的绑定获得固定收益,相关业务占比不断扩大,但靠资金批发并非“躺赢”,相关第三方平台合规性问题的风险也在不断释放。

例如,中邮消金逾期贷款和不良贷款余额近3年不断攀升,该公司2023年、2024年连续在银登中心挂牌转让个人不良贷款,以减轻不良贷款攀升压力。今年4月,广东金融监管局的行政处罚显示,中邮消金因未充分披露合作

类产品信息、贷后管理不到位、部分消费贷款被挪用,被罚款85万元。

此外,商业银行与助贷平台是按照贷款实收利息的一定比例分成的,助贷新规未对分成比例上限作出具体要求,这有利于商业银行与助贷平台按照市场规律开展合作。

然而,助贷行业的资金供给已然收紧。近期,部分中小银行明确表示暂停助贷业务资金供给,银行日益谨慎的态度已将压力传递给了助贷平台。“对于我们来说,可以合作的银行数量变少、竞争更激烈,资金成本也将增加。”一位业内人士说。

## 在合规中摸索转型

异化定价须匹配风险,这些是监管高度重视的内容,银行应重新核算合作成本,压缩不合理费用空间。

与此同时,助贷机构须通过总行级准入审批,涉及风控能力、数据质量等综合评估,区域性中小机构因资质不足面临淘汰。对于助贷机构来说,转型正在加速。

在信也科技首席财务官徐佳圆看来,助贷新规要求银行对合作互联网平台实行名单制管理,并规范了融资成本相关内容,要求明确费用标准并纳入合

同,这有助于提升业务透明度和规范性,推动助贷平台加强合规管理。资本充足、风险管理能力强、合规标准高的平台更具优势,能获得更多市场机会和资源。

“助贷机构在与银行探索合规方案,预计10月1日新规正式施行后,机构还会根据监管的反馈方向再进一步摸索调整。助贷新规对中小机构的影响可能在四季度显现,而对头部机构来说,可能会反映到明年的财报中。”一位头部助贷机构人士称。

(上证)

## 破除不正当交易

# 医药价格招采信用评价标准更严

据新华社电 为更好破除商业贿赂、带金销售等不正当交易行为,国家医保局对价格招采信用评价制度进行修订,进一步提高医药企业失信成本,引导企业诚信规范经营。

根据5日发布的《关于进一步完善医药价格和招采信用评价制度的通知》,修订将“一般”“中等”“严重”“特别严重”四档失信等级调整为“失信”“严重失信”“特别严重失信”三档,并从严调整了相应评价标准。其中对于商业贿赂导致的“特别严重失信”由原先的200万元以上调整为100万元以上,“严重失信”由原先的50万元至200万元调整为50万元至100万元。对失信行为涉及向医疗保障部门工作人员行贿及给予其他不正当利益,或在国家组织集中带量采购中围标串标的,按最高失信等级顶格评定。

对“特别严重失信”生产企业,中止其全部产品在评价省份的挂网、投标资格的同时,中止其涉案产品在所有省份的挂网、投标资格,加大向生产企业穿透力度,评价处置原则上穿透至上市许可持有人。

国家医保局有关负责人介绍,本次修订也为医药企业制定了主动纠正失信行为的措施,如终止失信行为、依法处置涉案员工和代理企业、公开发布致歉声明、剔除价格虚高空间、退回不合理收益等,但不再保留慈善公益捐赠的方式。

## 首批38个

# 零售业创新提升试点城市名单公布

据新华社电 商务部等5部门办公厅近日印发通知,确定第一批全国零售业创新提升试点城市共38个。通知及名单5日对外发布。

据介绍,这38个试点城市根据此前商务部等部门印发的《零售业创新提升工程实施方案》要求,在各地申报试点的基础上,经专家评审并向社会公示。包括北京市、石家庄市、太原市、包头市、上海市、苏州市、郑州市、武汉市、长沙市、广州市、重庆市、西安市、拉萨市、银川市、石河子市等,建议试点侧重方向包括“一店一策”场景化改造、供应链提升、数字化赋能、多元化创新、政策创新等。

通知提出,省级相关部门要指导试点城市按照当地历史文化、资源禀赋、行业基础、规划布局,侧重2-3个试点探索方向,因地制宜推动试点建设差异化、特色化发展。要问需于企,问计于企,调动企业创新转型的积极性,依靠市场化力量“一店一策”推动存量商业设施改造提升。要加强政策激励,推行清单管理,选出有特色、有代表性、引领带动性强的项目。

通知要求,试点城市要在项目规划、改造审批、土地用途变更、投融资方面依法给予盘活便利,统筹用好现代商贸流通体系建设试点、一刻钟便民生活圈建设、城市更新行动、大规模设备更新、设立服务消费与养老再贷款、地方招商引资等政策,加大支持力度,优化营商环境。

# 用电“明细账”助力企业降本增效

据新华社电 记者日前从总部位于天津的国家电网有限公司客户服务中心获悉,经过近半年的研发及试点应用,由该中心打造的绿色国网用电分析(企业用电助手)服务,近日实现大范围推广。此举通过打造“数智管家”,直接助力企业降本增效。

企业电费不同于居民电费,构成更为复杂,成本占比更突出。为此,国家电网有限公司客户服务中心通过大数据建模和行业对标,在绿色国网平台上线用电分析(企业用电助手)服务,帮助企业用户优化用能水平。

用电分析(企业用电助手)服务包括负载分析、力调分析、分时用电分析和电量电费分析四大核心功能,分别从调整变压器负载率、提升功率因数、优化峰谷用电占比及深入剖析量费构成的角度,可以精确分析到每15分钟的负荷曲线变化和每天的峰平谷电量构成,助力企业更加便捷、精准开展能效优化,从而实现科学用电、降本增效。

国网客服中心能效业务负责人程诗尧说,试点阶段重点面向山东、浙江两地企业,随着效果得到验证,该项服务已经全面推开,接下来将通过“线上+线下”相结合的方式开展,其中,线上将精准推送服务信息,线下采用电话沟通、现场走访等形式,开展“一对一”专业指导。

“企业节能不是简单的‘拉闸限电’,而是通过精细化、专业化的能源管理,帮助企业合理利用能源,节约用能成本。”国网电力科学研究院能效专家赵志超表示,绿色国网用电分析服务整合了企业的电费组成、分时用电、用电负荷等专业信息,建立了更具实效性的电力大数据分析模型,有助于帮企业实现降本增效。