

高考结束，志愿填报成为青年面对的重要选择。当万千学子站在人生路口，许多家庭都在思考：是跟随众人眼中的“热门”方向，还是坚持自己内心的志向？这让人想起湖南高考考生钟芙蓉的故事——她以优异成绩报考北京大学考古专业时，父亲那句朴实的“自己想做什么就去做什么”，道出了选择的关键——尊重青年自身的热爱与理想，回归立德树人的教育初心。

在现实中，志愿填报有时会陷入单一化的思维。“升学—择业—发展”的固定路径，可能让教育变得模式化，使重要的人生选择失去个性色彩。这提醒我们：当教育过于看重眼前目标，可能模糊青年对未来的清晰定位。那些总是追随潮流的青年，往往难以在漫长岁月里留下持久的贡献。

破解难题，需要以热爱为指南针，校准人生方向。在各行各业，都有坚守理想的榜样：比如选择守护文化遗产的年轻人，在敦煌的石窟里解读千年文明；比如实验室里默默攻关的科研工作者，为科技进步奉献智慧……他们的故事印证着，只有发自内心的热爱，才能让人在时代变迁中保持定力，在各自领域创造独特价值。钟父支持女儿选择的可贵之处，正在于跳出了世俗眼光，守护了珍贵的理想火苗。这启示我们：真正的教育智慧，是帮助年轻人发现自己的兴趣所在，而不是用机械标准规划他们的未来。

从更深处看，让志愿选择回归理想本质，是时代对教育使命的呼唤。当社会为青年成长提供更广阔的舞台，我们更应坚守教育根本目的。这需要教育体系不断进步：在中学阶段播撒兴趣的种子，拓展学生对不同职业的认识；在评价标准上，避免单一尺度，展现各行各业奋斗者的精神风采。当成千上万青年能追随内心的星光坚定前行，国家在科学研究、文化传承等重要领域，才能获得蓬勃的青春力量。

青年梦想的高度，丈量着国家未来的维度。在民族复兴的伟大征程上，我们比任何时候都更需要青年以热爱为帆、以家国为灯塔。当志愿选择真正扎根于个人理想与时代需要，教育的沃土必将培育出支撑复兴伟业的栋梁之材。

如何看待 AI “一本正经地胡说八道”

谷业凯

【现象】使用人工智能大模型时，不少人或许都遇到过类似问题：它们有时会捏造细节，甚至“一本正经地胡说八道”。比如，让它推荐书，给出的却是一堆压根不存在的书名；人物身份张冠李戴，还能给出一些并不准确的链接……这些现象都可以归为 AI 幻觉。

【点评】所谓 AI 幻觉，可以通俗地理解为 AI 也会像人产生心理幻觉一样，遇到不熟悉或超出“知识储备”的问题时，编造一些并不存在的细节，生成与事实相悖的答案。一项调研显示，对于“公众认为使用 AI 应用过程中有哪些突出问题”，反馈最多的是“内容不准确，或含虚假信息”，占比高达 42.2%。

AI 幻觉从何而来？可能得从源头寻找答案。大模型的工作原理，是基于概率生成内容。给它上半句，它就根据自己“学”过的海量知识，“算出”下半句该说什么。比如，当用户输入“今天天气非常”，它大概率会接“不错”“热”“潮湿”等答案，而不会出现“甜”。同时，大模型又不是简单地储存所有事实，而会像人脑记东西那样，进行大量压缩和泛化——也就是“抓概要，找规律”。因此，当“喂给”大模型的训练数据包含虚假信息时，它就会产生“幻觉”，给出错误答案。有报告显示，我国生成式人工智能产品用户规模达 2.49 亿人。用户规模快速增长，AI 幻觉潜藏的风险也随之增加。比如，如果一些看似合理却与现实相去甚远的内容被 AI 反复学习，会形成“数据污染—算法吸收—再污染”的恶性循环。有效防范由此带来的虚假信息泛滥，已成为不容回避的课题。

不过也有观点认为，AI 幻觉可被视为一种“发散思维”和“想象力”。理论上，如果把训练一个大模型看作信息“压缩”的过程，那么大模型经过推理，输出答案就是一个信息“解压”的过程。这种处理信息的方式，可能会出现谬误，也可能触发新的创造。对发展尚未定型的新事物，要保持开放心态，辩证看待其利与弊，在有效防范弊端的同时，给予足够空间使之朝好的方向成长。

短时间内，AI 幻觉问题难以被解决。各方都在努力降低其负面影响，相关部门也加大了对违规 AI 产品的处置力度，推动生成合成内容标识加速落地。一些大模型厂商在积极行动，比如文心大模型利用检索到的信息来指导文本或答案的生成，提高了内容的质量和准确性；通义大模型加强训练语料管理，通过“红蓝对抗”机制提升对虚假信息的识别能力。对广大用户而言，则要加快提升 AI 素养，学会“智慧”地运用“智慧工具”，既借助大模型破除思维定式、启发创新思路，又提高自身有效获取、理解、评估和使用信息的能力。

人类塑造工具，工具也影响人类生活。应对 AI 幻觉等问题挑战的过程，既促使人们思考改进工作方法，也为 AI 不断进化提供了源动力。激发新技术的正向价值，让 AI 更好融入生产生活、赋能千行百业，我们迈向智慧时代之路才能走得更加稳当、更加顺畅。



依规携带充电宝

坐飞机需要严查充电宝是否有 3C 标识，坐火车是否也有类似规定？记者 7 月 1 日从中国国家铁路集团有限公司获悉，根据相关规定，只要充电宝额定能量不超过 100Wh 就可以携带上火车。

新华社发 商海春 作

乐见骑行热成为文体旅融合发展新引擎

王志顺

夏日炎炎，不少人乘风而起，享受骑行的快乐。近年来，随着“骑行热”持续升温，相关产业在高速增长后进入提质升级阶段。这股热潮不仅是一种健身方式的流行，更成为推动体育、文化、旅游三大产业深度融合的重要力量。从北京的专业自行车 4S 店，到广西明仕田园的骑行绿道，再到四川延续数十年的家庭自行车赛事，骑行正在以其独特的魅力重塑我们的生活方式和产业格局。

“骑行热”首先体现在相关产业的蓬勃发展上。在北京，传统的自行车修理店正转型升级为“自行车 4S 店”，这不仅反映了市场需求的变化，还体现了产业服务理念的创新。随着中高端自行车消费群体的扩大，相关产业链条正在向专业化、精细化方向发展，在满足骑行爱好者需求的同时，也为从业者提供了广阔的发展空

间。

值得注意的是，骑行装备的专业化趋势并非简单的消费升级，而是骑行文化深度发展的必然结果。这为文体旅融合发展奠定了物质基础。在广西明仕田园，骑行与旅游的完美结合，让我们看到了文体旅融合的生动实践。景区通过精心设计的骑行绿道，将自然风光、农耕文化与运动体验有机融合，创造出独特的旅游产品。这种融合让游客以最舒适的节奏深度体验当地文化，从走马观花的旁观者转变为风景的一部分。环广西公路自行车世界巡回赛的成功举办，更是将专业赛事与旅游推广有机结合，通过体育赛事的传播力放大旅游目的地的吸引力。

四川杨林家庭自行车赛的案例则展示了骑行文化的持久生命力。这项延续三十余年的赛事，以其“淡

化竞技、倡导快乐”的理念，培育了深厚的群众基础。骑行文化的培育是一个长期过程，这里面涵盖了许多骑行爱好者和从业者的持续投入。当骑行从单纯的交通工具发展为一种生活方式，从个人爱好升级为家庭活动，再到形成社群文化时，它就具备了推动产业发展的内生动力。中国自行车运动协会的数据显示，2025 年计划内赛事达 101 场，单场参与人数攀升。这充分说明骑行文化得到普及，影响范围也在逐步扩大。

“骑行热”持续升温给我们带来了重要启示。文体旅融合发展需要有形的载体，而骑行以其广泛的群众基础和灵活的参与形式，成为理想的融合媒介。产业发展需要文化支撑，只有当骑行成为一种文化现象时，相关产业才能获得持续发展的动力。政府引导与市场机制的有机结合是关键，

既需要政策支持和基础设施投入，也需要市场主体不断创新服务模式。

当前，我国正在大力推进全民健身和健康中国建设，骑行作为绿色低碳的运动方式，理应得到更多重视。各地在规划旅游发展时，不妨将骑行绿道建设纳入整体布局；在培育体育产业时，注重骑行赛事的文化内涵建设；在促进文化传播时，充分发挥骑行活动的社群效应。同时，行业组织应加强标准制定和人才培养，为“骑行热”持续健康发展提供专业保障。

当“中国骑行地图”上的绿道如毛细血管般延伸，一条条精品线路串起山河湖海，加上消费场景的不断创新，可以预见，“骑行+”的乘数效应将持续释放。既为文体旅产业开辟增量空间，也为城乡居民创造更具质感的生活方式，让“诗与远方”真正融入日常生活的半径之中。

新规施行

鼓励互联网平台接入国家网络身份认证公共服务；劳动能力鉴定管理服务更便民；规范个体工商户登记管理……7 月起，一批新规将施行，一起来看！

新华社发 王珙 作



大学校园向公众开放咋就这么难？

乌梦达 魏梦佳 赵旭

随着暑期到来，高校大门为何难“打开”的话题，又引发关注。

一种声音是，大学校园向社会开放，可以最大程度地发挥独特作用，开得越大越好。也有人对校园开放表达担忧，比如担心干扰教学科研秩序、增加额外工作量、加大成本开支、升高交通及治安风险、容易被商业机构利用牟利等。

对此，教育部官网曾在发布有关政协提案答复意见时明确表示，大学校园更好向社会公众开放具有积极意义，有利于大学更好融入社会、服务社会。

近年来很多高校陆续向社会开放，如在旅游旺季增加更多预约名额，推出校园固定旅游线路，组织志愿者提供引导讲解服务等，但是高校开放的话题为何还总能引发争论呢？

关键还在于“落差感”——校园开放度以及对外开放过程中相关管理程序设置与社会公众期待存在差距。

曾经，高校大门普遍敞开，校友返校、市民健身、亲子游园、学术

交流成为校园常态。

疫情期间，高校严格入校管控。然而在经济社会恢复常态后的今天，不少学校还是“扭扭捏捏”，校园大门“欲开又止”——

有的采取网上预约“限制性开放”，但不是名额太少就是预约程序繁琐卡顿，不仅需填报身份信息，还得人脸识别，将便民流程变成“通关测试”；有的像是“挤牙膏”，没预约平台不说，还仅限周末刷身份证入校；有的干脆仍采取全时段封闭，民众压根找不到入校渠道。有网友坦言，想进学校还得“有关系”，或花钱找“黄牛”。

这种规避管理难度、维持“校内平静”的做法，是一些高校管理思维落后、校园治理能力不足的表现。

大学开放，贵在真诚，重在落实。化解“开放落差”，需要高校管理者正视公众对重回校园、感受文化熏陶的合理期待，拿出勇气和智慧，担起社会责任，摒弃封闭思维，让大学回归其作为公共空间的应有之义。

志愿服务不应被商业化

李秋阳

近年来，多地教育部门将志愿服务时长纳入中小學生综合素质评价体系，一些地方还专门搭建了青少年志愿服务平台。然而，在一些短视频平台上，志愿服务时长却变成了明码标价的商品，只需要转账，孩子的志愿服务记录就能“达标”。

志愿服务作为一项公益性社会实践活动，旨在培养青少年的社会责任感 and 团结协作精神，帮助他们建立正确的价值观，提升实践能力。当商家打着“志愿服务”的幌子收费，实际上是将志愿服务活动简化为可计量的“时长”，远离了设定的初衷。购买志愿服务记录就能“达标”，实则是对孩子思维的误导，长此以往更会造成世界观和价值观的扭曲。

这种现象的出现，是因为不少地方将志愿服务纳入中小學生综合素质评价，成为一项“硬性要求”。而学生学习任务重、时间紧，且找到合适志愿服务项目并不容易，无形中催生了花钱买志愿时长的市场。为此，各方必须坚持零容忍的态度，合力打击明目张胆的志愿服务时长交易。

志愿服务组织及相关部门要明

确志愿服务的范围，避免不良商家“钻空子”。比如，北京市志愿服务联合会出台了《“志愿北京”信息平台志愿服务项目发布规范》，明确规定以志愿服务名义开展的商业性活动，具有公益性但不具有服务性质的活动等 9 类情形都不被认定为志愿服务项目。

教育部门应加强对志愿服务真实性的核查，严厉惩戒造假行为，同时完善志愿服务的制度设计，出台更科学、多维的评估考核标准，灵活设计更适合青少年的志愿活动，让志愿服务充分发挥其应有的作用。学校应摆脱形式主义的考核思维，将重点放在志愿服务的过程引导上，更关注志愿服务的过程和质量。

短视频平台、电商平台等也应承担起社会责任，加强对此类问题的监管力度，对相关账号和链接进行严格审核，发现违规行为立即下架或封禁，推动志愿服务回归“公益”“自愿”的美好初衷。此外，家长需认识到，真正的成长来自真实体验而非投机取巧，鼓励孩子真正参与志愿服务，从中收获体验和成长。

过度包装治理的“破”与“立”

李铁林

拆包装像“闯关游戏”，纸箱里面是泡沫盒，泡沫盒里有礼盒，礼盒里面是铁盒，铁盒里面还有拉菲草和塑料袋……商品包装追求“高端”“奢华”，看似精美，实则无用，令消费者备受困扰。

前不久，中国消费者协会等 7 家协会联合发出倡议，反对商品过度包装，推动绿色文明消费，确保商品包装合规合理。有数据显示，我国包装废弃物约占城市生活垃圾的 30%—40%。仅纸制包装，每生产 1 吨就需消耗约 20 棵树龄 20 至 40 年的树木和 500 吨水资源。商品过度包装，拆封即被丢弃，助长铺张之气、奢靡之风，也造成资源浪费、环境污染。遏制过度包装，看似事情不大，实则意义不小。

近年来，我国加大对商品过度包装的治理力度，从出台一系列强制性

国家标准，到加强线上线下常态化监管执法，再到端午节、中秋节、春节等重要节日前后开展专项整治，治理成效显著。去年，500 元以上的月饼礼盒已基本退出市场，电商快件不再二次包装比例超过 95%，智能装箱技术让包装耗材减量达到 20%。也要看到，现实中商品过度包装远没有绝迹，治理还要常抓不懈。

奢华的包装暗含“面子”，往往与违规收送礼、高档礼品套现等问题相关联，扭曲了消费的意义。像包装精美的高档茶叶，就流传着“喝的人不买，买的人不喝”的说法。小商品里亦有大政治。当下，深入贯彻中央八项规定精神学习教育正在开展，抓早抓小、防微杜渐，纠治过度包装现象背后的享乐奢靡问题，有利于遏制不正之风，进一步巩固风清气正的政治生态和干事创业的良好环境。

反对商品过度包装，并不意味着要降低品质、摒弃设计，也不代表包装产业的“蛋糕”就缩小了。包装产业是连接制造与消费的纽带，是国民经济的重要“配套产业”，做好绿色发展的文章，同样可以拓展高质量发展的新空间。例如，在浙江安吉，“以竹代塑”制成的可降解包装走进千家万户，不仅守护了绿水青山，也支撑起当地蓬勃发展的竹产业。目前，全球包装市场规模超万亿美元，塑料和纸占比约一半。跳出粗放经营、低价竞争的窠臼，立足循环经济探索研发有竞争力的替代材料，辅以浸润丰富文化内涵的设计巧思，包装产业向绿向新发展天地十分宽广。

不只是包装产业，放眼整个消费品行业，进一步培育绿色消费风尚，既要破除陈旧消费理念，也要增加新消费供给。简约不等于简陋、简单。多数

时候，获得感才是人们消费决策的金标准。商品要赢得青睐，就不仅要关注含绿量，更要在品质和创意上足下功夫。从轻便的竹制自行车，到健康的负碳家居，再到绿色溢价不断降低的有机食品，纵观近年来受到市场欢迎的绿色产品，都胜在找准了绿色理念和使用体验的平衡点。在供给侧更多着力，才能以不断涌现的消费新亮点推动绿色消费理念深入人心。

《中共中央国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》提出，“大力倡导简约适度、绿色低碳、文明健康的生活理念和消费方式”。推动经济社会绿色发展绿色化、低碳化，需要从国家战略的大处着眼，也需要从反对商品过度包装这样的细节着手。让新风劲吹，小改变累积起来，必能撬动生产方式、生活方式的大进步。