

AI 填高考志愿靠谱吗？专家建议来了

各地 2025 年高考成绩陆续发布，志愿填报是考生和家长眼下的头等大事。近期，AI 志愿填报成为热门话题，相关产品受到关注。

AI 填志愿，好用吗？靠不靠谱？

AI 填志愿产品扎堆“上线”

“AI 一键生成最优志愿方案”“AI 大模型，让志愿填报不再靠‘蒙’”……近期，各类 AI 填志愿产品扎堆“上线”，成为今年高考志愿填报市场上的“香饽饽”。

短视频平台数据显示，最近一段时间，AI 志愿填报相关话题播放量近亿次。记者在工作日上午看到，平台上数十个直播间推销 AI 填志愿产品和服务，单个直播间最多几千人同时在线。

在一个志愿填报咨询机构的直播间，主播宣称其使用的 AI 辅助填报工具，可以根据考生分数、地区、偏好等信息一键生成志愿填报方案。她边介绍边演示，输入相关信息后，不到一分钟，一份包括专业、院校、标注录取概率的志愿列表即生成。评论区不少人提问咨询。

一名北京考生告诉记者，周围同学和家长都很关注 AI 填志愿产品，不少人已经

试用。

据了解，目前较为热门的 AI 填志愿产品，有的为教育部门推出、面向高考生免费开放；有的是互联网企业开发、多数服务免费；还有的来自志愿填报垂类公司，价格从百余元到几千元不等。

记者走访线下高考志愿填报机构发现，AI 填志愿也是今年机构服务的主推卖点。四川考生小杨说，高考前家长就花 4000 多元找好了一家志愿填报辅导机构，“机构宣传今年升级了 AI 志愿填报功能，准确度更高，就被说动了。”

北方地区一名考生家长近日购买了一款 AI 高考志愿填报产品。“这款产品可以根据孩子的个性化需求进行进一步筛选。”该家长说，此前试用了多款类似产品，感觉功能大同小异，生成方案速度快，但比较大众化。

记者注意到，有主播称所使用的 AI 填志愿软件为“省考试院官方指定软件”，但实际并非如此。

高考志愿填报 App 优志愿创始人兼 CEO 耿忠诚说，个别机构声称其 AI 填志愿产品为自主研发，以此收取更高费用，实际上用的是免费 AI 大模型。一家从事 AI 辅助志愿填报机构的工作人员称，一些机构会把订单转给他们来做，再将方案转卖给考生和家长，“加价几百元或上千元”。

AI 给出的志愿方案靠谱吗？

志愿填报软件开发商北京清智领航科技

有限公司联合创始人曹长丹说，AI 填志愿的原理是把数据“喂”给 AI，比如往年各省份高校录取信息、教育部门公开志愿数据、高校官网信息、各地人才招引数据等。“在此基础上，告诉 AI 足够的个人信息和填报要求，它就能给出建议。”

AI 填报志愿的准确性和参考价值如何？

“感觉数据挺全的，给出的院校和我之前了解的差不多。”一名北京考生说。

重庆大学新闻学院教授张小强说：“从技术角度看，AI 辅助填报志愿可以在一定程度上帮考生和家长缩小需掌握的信息范围，给出看起来比较成形的参考方案。”

“数据是决定 AI 填志愿靠谱与否的关键因素。”耿忠诚说，如果收录的数据不全，比如不包含位次信息、部分地区加分等情况，AI 给出的结果就会有误差。

记者以 2025 届考生身份，向多个 AI 软件输入推荐报考院校指令，不同 AI 软件给出的结果各异，“冲稳保”不同梯队的 9 所院校中仅 2 所重合。

记者注意到，AI 在展示深度思考过程中，多次提及自身局限性，如“仍缺少多所大学 2024 年录取数据”“部分信息来自抖音视频，需进一步验证其准确性”等。

多名业内人士提到，当前不少 AI 工具存在“幻觉”问题，可能编造看起来合理可信实际上错漏百出的信息。“去年 590 分对应位次是 1 万名，但 AI 告诉我位次在 5000 到 6000。”山西一名考生家长说。

曹长丹认为，一些 AI 工具有效信息增量

不足，给出的结果仅停留在历史数据的机械匹配，缺乏对动态政策、个体差异和深层需求的挖掘。

“算法能够高效处理分数、专业热度等数据化信息，但很难洞察不易量化的个人发展关键维度。”北京一名中学教师举例说，学生的家庭背景可能影响其是否选择培养周期长、学费高的专业，学生的抗压能力决定了其能否适应某些高压职业环境……

“这些极其重要的个人化因素，恰恰是算法模型无法通过标准数据获取并纳入推荐逻辑的。”这名教师说。

“人机协同”做出最优选择

受访专家表示，在填报志愿过程中，可以充分利用 AI 工具，通过“人机协同”做出最优选择。

6 月 19 日，清华大学沈阳教授团队发布《2025 高考志愿填报工具使用指南》，系统总结了高考志愿相关的 100 多个 AI 提示词模板。

张小强表示，提示词、上下文交流内容等会影响 AI 的结果输出，应学会使用 AI 工具，与其有效“沟通”。

耿忠诚认为，在采纳 AI 建议前，应认真核实 AI 给出的志愿填报方案，再次查阅学校历年录取分数、录取位次和院校专业信息等，减少 AI“幻觉”和数据误差带来的影响。

北京大学教育学院副教授张冉建议，考生和家长在选择付费 AI 填志愿服务前，尽可

能了解产品“底细”，如模型使用的训练数据、填报逻辑等；使用过程中，尽量明确孩子的个人偏好等个性化参数，让 AI 更清楚报考需求。

近段时间，各地教育部门开展了形式多样的高考志愿填报服务。重庆、北京、山西等多地依托互联网和志愿填报专家团队，帮助考生熟悉志愿填报规则、流程和操作，提供咨询指导。

多名专家提醒，考生和家长要仔细阅读各省招考中心印发的报考指南、教育部“阳光高考”平台和院校官网公布的招生政策等。“应让 AI 回归‘工具’本位，避免过度依赖而产生误判。”山西省招生考试管理中心高考处副处长张玉国说。

（新华社 李紫薇 周思宇 赵旭）

//////////

短 评

我们可以使用 AI 工具辅助填报志愿，但绝不能只使用 AI 工具。高考志愿填报，更多的是考验对自身需求和社会发展趋势的透彻认知，是考生经历高考后的又一个“大考”，某种意义上其重要性不亚于高考。AI 系统填的只是数据，而考生和家长填的却是孩子未来的人生。千万不要掉入算法的陷阱，高考志愿填报的钥匙要永远掌握在考生和家长手中，而这把钥匙将开启孩子未来的命运之门。

体育公益广告和中华体育故事征集活动征集通道开启

新华社北京7月1日电 为弘扬中华体育精神、培育体育文化，体育公益广告与中华体育故事征集活动征集通道1日开启，向全社会征集优秀体育公益广告、中华体育故事，以此引领价值追求，培育文明风尚。

该征集活动共包括两个板块：一是体育公益广告征集，围绕弘扬中华体育精神、培育体育文明风尚、发展中华体育文化、加强体育交流互鉴等主题，征集一批兼具思想性、艺术性、创新性的优秀作品；二是中华体育故事征集，围绕体育赛事里的中国故事、运动文化故事、中华体育精神传承发展、赛场文明建设等主题，重点聚焦体育活动、赛事中的人物、事件等，征集一批富有教育意义和鲜明导向的优秀故事，具象化呈现中华体育精神的深厚内涵。

活动面向全国，作品形式涵盖文本、平面设计、视频等多种类型。即日起至9月30日，各地各部门和个人均可通过人民网“体育公益广告与中华体育故事征集活动”页面（网址为<https://zhibo.people.cn/h5/act>），按照提示要求报送作品。征集结束后，活动将组织初评、网上评议、专家评审等最终确定优秀作品，并择优在媒体平台集中展播。

该活动由中央宣传部文明培育局、国家广电总局传媒机构管理司、国家体育总局宣传司主办，北京体育大学承办。

体育公益广告和中华体育故事征集活动公告

为弘扬中华体育精神、培育体育文化，由中央宣传部文明培育局、国家广电总局传媒机构管理司、国家体育总局宣传司主办，北京体育大学承办，人民网、中国精神文明网、新华社体育部、中央广播电视总台体育青少节目中心协办的体育公益广告和中华体育故事征集活动，于7月1日开通作品申报通道。具体事项如下：

一、征集主题内容

（一）体育公益广告征集

1. 弘扬中华体育精神。围绕中华体育精神和奥林匹克精神的历史渊源、核心内涵、价值体现等；

2. 培育体育文明风尚。围绕文明办赛、文明参赛、文明观赛、理性追星、体育道德、赛风赛纪等；

3. 发展中华体育文化。围绕体育竞技文化、群众体育文化、体育非遗文化，以及我国“三大球”、田径、游泳以及冰雪项目等重点体育项目，突出文化内涵、价值理念、主要成果等；

4. 促进青少年体育。围绕推进青少

年身心健康、品格培养、体育爱好、体教融合、终身体育等；

5. 加强体育交流互鉴。展示中外体育交流、国际体育赛事典型故事等。

（二）中华体育故事征集

1. 体育赛事里的中国故事。中国体育代表团、运动队在各类体育赛事赛场内外的典型人物、拼搏故事、感人瞬间等；

2. 运动文化故事。各类运动项目的文化特质、历史渊源、社会影响等；

3. 中华体育精神传承发展。中华体育精神的历史渊源、核心内涵、价值体现等；

4. 奥林匹克故事与文化交流。奥林匹克运动与中华体育文化互动融通等；

5. 赛场文明建设。马拉松、“三大球”、乒乓球等文明办赛、文明参赛、文明观赛等；

6. 全民健身与健康中国。民间赛事运动、体育产业发展、青少年体育活动、科学健身指导等。

二、作品类别及格式要求

（一）体育公益广告

1. 平面类。包括海报、漫画等类型，作品格式为JPG、PNG等，色彩模式为RGB、CMYK，规格为352×485mm，分辨率300dpi，可以是单幅作品，也可以是系列作品。

2. 视频和动画类。包括影视广告、微短剧广告、短视频、AIGC生成视频、超高清等类型，作品时间在3分钟以内，要求有故事情节或相关创意设计，成片要求画质清晰，横屏、竖屏均可，以mp4格式上传；超高清视频要求符合4K指标，帧率为50fps，满足高动态范围（HDR）和宽色域（BT.2020）的技术要求。

3. 融媒类。包括移动端H5广告、场景互动广告、沉浸式广告等类型，分辨率需适合手机屏幕尺寸，默认页面宽度为640px，高度可以为1008px、1030px。

（二）中华体育故事

1. 文本类。叙事、文学等，字数5000以内。

2. 短视频类。知识类、文艺类、剧情类等。

3. 动画类。三维动画、定格动画、AIGC动画等。

4. 微纪录片类，阐释型、观察型、诗意型等，时间5分钟以内，mp4格式上传，大小均不超过100MB。

5. 演出类。小品、短剧、朗诵等，时间10分钟以内，以mp4格式上传，大小均不超过200MB。

三、作品报送

1. 报送时间。2025年7月1日至9月30日。

2. 报送途径。访问人民网“体育公益广告与中华体育故事征集活动”页面（网址为<https://zhibo.people.cn/h5/act>），按照提示上传相关信息。

联系人：北京体育大学唐胤，010-62981504、13810735333；

人民网人民视频袁小海，010-85721984、18310900686。

体育公益广告征集活动 中华体育故事征集活动

报送时间：2025年7月1日——9月30日

报送途径：访问人民网“体育公益广告与中华体育故事征集活动”页面（网址<https://zhibo.people.cn/h5/act>）

