本期热评 >> 老 穆

警惕招生诈骗设局挖坑

2025年高校招生录取工作陆续启动，考生和家长进入关键性的选择期，一些不法分子利用部分考生和家长的急切心理，通过编造不实信息、虚假夸大宣传、制造报考焦虑等方式实施诈骗。

教育部日前发布预警，提醒考生和家长勿信不实信息，谨防上当受骗。

近年来，一些不法分子在高考前后及招生录取阶段，设计各类骗局，话术与手段不断升级，考生及家长稍有不慎就可能上当。教育部会同有关部门，结合近年来个别地方出现的一些案例，郑重提醒广大考生和家长，应从正规渠道了解、确认招生政策和信息，一旦遇到谎称花钱能上好大学、好专业，分数不够也能上大学等情况，要保持清醒头脑并及时报警，切勿轻信各种团伙或个人的蛊惑。

比如，一些不法分子利用考生家长的急切心态和侥幸心理，声称有内部特殊渠道、掌握内部招生名额，或是能够通过“定向招生”“委培招生”等名义降分录取，有的甚至伪造公文印章，冒充军队机关或招生部门工作人员，以达到骗取钱财的目的。

教育部重申，高考录取不存在所谓的“内部指标”，考生及家长要高度警惕此类“花钱能买大学名额”的诈骗信息，“内部渠道”不可取，“内部指标”不可信。

再如，有些考生分数达不到高校录取要求，但仍强烈渴望上大学，家长以为多交钱就能走捷径，从而被不法分子利用，交纳高额录取费、手续费等，有的考生拿到录取通知书或入学后，才发现被忽悠进成人高等教育序列。

所以，考生和家长务必要认清不同教育类型，认真辨别普通高等教育与其他教育形式，切莫一时心急“上错学”。

还有，不法分子冒充高校招生办工作人员，向考生寄送伪造的录取通知书，发送相关录取短信，甚至伪造招生网站，诱骗考生将学杂费打入指定的银行账号，或以其他理由获取个人信息，进而骗取钱财。

对此，考生和家长应通过官方发布、认证的网站确认录取信息，收到录取通知信息时要注意甄别，切勿打开来源不明的网站链接，切勿在未核实账号真伪的情况下轻易转账。

其实，这都是拙劣骗术，每年招生录取期间便会卷土重来。究其原因，部分家长对高招信息不够了解，面对繁杂的志愿填报、专业前景等信息，容易“慌了神”“迷了眼”。在此背景下，盲目选择机构咨询或轻信所谓“走后门”，一个“量身定制”的骗局可能就在眼前。

考生和家长要从正规渠道了解、确认招生政策和信息，谨防山寨账号或网站骗局，也要注意保护好个人信息，切忌因一时冲动，被侥幸心理蒙蔽。确定志愿、查询录取结果、核实通知书真伪均应通过权威平台。一定要擦亮眼、走正途，不偏听、不轻信，莫因琢磨旁门左道而着了骗子的“道”。

有话直说 >> 王志艳

谁给伪专家开了“绿灯”？

社交平台上，“博士学姐”“金融大V”“医美专家”屡见不鲜……近日媒体调查揭露，不少所谓“专家”实为“李鬼扮李逵”，尤其是医疗、金融、农业等领域，已成为伪专家的重灾区。

比如有的打着“健康科普”幌子的“网红医生”，根本没有专业背景，他们兜售“视力恢复训练”等伪科学内容，已被医学界辟谣，却仍以此误导公众；某些“金融大V”精心打造“投资天才”等虚假人设，推销课程、诱导投资，甚至直接实施诈骗；还有一些农业“专家”推荐所谓“防虫神器”“增产神药”，利用专业术语包装无效产品，导致农户蒙受经济损失……种种乱象表明，伪专家的影响已不仅是信息污染，甚至产生了实质性的社会危害。

伪专家的生存逻辑，本质上是流量时代的“人设经济学”——一个闪亮头衔胜过长篇干货，几句惊悚标题能换海量点击。这背后已形成一条灰色产业链，“虚假人设”正成为收割流量的“新镰刀”。

目前，中央网信办已将整治“伪专业”信息纳入2025年“清朗”系列专项行动，相信会有更多的违规账号被下架、封禁。

但治理绝非一日之功，我们不禁要问：是谁给伪专家开了放行的“绿灯”？只有从源头上解决问题，才能真正打掉伪专家的生存空间。 据新华网

诗画同评

王 鹏/画 穆 亮/诗

客服转人工少打弯弯绕

与智能客服沟通答非所问，“鸡同鸭讲”；转人工需要层层点击、重重闯关；经历弯弯绕后，抵达人工客服，提示还需再排队……沟通效率降低，消费体验糟糕。

智能客服本是为了解决问题，可如今常常成为问题本身。

上海市市场监管局公布的近期投诉举报受理情况显示，涉及经营者售后服务品质及消费履约等方面的投诉超五成，其中就包括平台客服不畅、人工客服电话无法接通等问题。

市场监管总局发布的数据显示，在电商售后服务领域，智能客服受诟病，2024年相关投诉同比增长56.3%。

提高咨询和接诉效率是提升消费体验的重要一环。企业、商家要秉持以消费者为中心的服务理念，把用心服务客户落到实处，而不是给客户添堵，更不能用所谓的“智能客服”糊弄客户。

说到底，“转人工”难题是一个愿不愿意真诚服务客户的问题。不要把智能客服当作回避客户的“挡箭牌”，只有快速响应客户诉求，快接、快办、办成、办好，更好满足消费者对良好体验的向往，才能让更多人敢消费、愿消费。 文图据新华社

一针见血 >> 胡 波

不妨晒晒“不防晒的防晒衣”

近日，媒体曝光防晒衣市场乱象引发广泛关注。一些被曝光的“不防晒的防晒衣”，既无产品名称、生产厂商，也无厂址，是典型的“三无”产品。但不少商家却打着“UPF50+”等高防晒指数的幌子，让伪劣产品在市场上大行其道，严重侵害消费者的合法权益，扰乱正常的市场秩序。让“不防晒的防晒衣”在监管阳光下“晒一晒”，既是对消费者的必要保护，更是重塑市场秩序的必然选择。

长期穿戴“不防晒的防晒衣”可能导致皮肤灼伤、加速光老化。有些标榜“UPF50+”的防晒衣实际防护效果甚至还不如普通纱窗，有的商家还公然宣称“消费者不会真去检测，数值随便写”。如此肆无忌惮地弄虚作假，暴露出部分企业将商业伦理与国家标准视若无物。更令人忧心的是，检测机构沦为造假帮凶。部分机构无需送检即可拿到合格报告，让伪劣产品披上“权威认证”外衣。某电商平台热销3万件的儿童防晒衣，详情页赫然标注“多重检测品质认证”，实际成分却与检测报告严重不符。这种从生产到认证的集体“作弊”，正在构成一条吞噬消费者权益的灰色产业链。当防晒认证沦为“皇帝的新装”，消费者不仅损失钱财，更可能付出健康代价。

“不防晒的防晒衣”之所以能够大行其道，屡禁不止，关键在于未能打到不良企业的痛处。只有将假冒伪劣的防晒衣公之于众，才能避免让更多的人上当受骗。建议市场监管部门开设“防晒衣质量红黑榜”，定期公布抽检结果。对涉事企业，应强制其在销售页面公示行政处罚决定书，利用大数据技术追踪伪劣产品流向，形成“一处违法、全国预警”的联防体系。

“防晒系数怎么写都行”暴露的不仅是行业乱象，更是对法治的蔑视。让伪劣防晒衣在监管阳光下无处遁形，既需要消费者的火眼金睛，也离不开执法部门的雷霆手段。唯有形成不敢假、不能假、不想假的市场环境，才能真正守住夏日里那一抹清凉的安全。 据《新华日报》

有感而发 >> 谷业凯

如何看待AI“一本正经地胡说八道”

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。

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幻觉可被视作一种“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。 据人民网