

热点关注

在高考作文题中 读懂AI时代之变

2026年高考作文题出炉。在AI科技一日千里、诸多行业乃至社会生态面临重构的当下,今年的高考作文题也因应时势,着重于一个“变”字。

北京卷的写作题目中,有一个选项为“重阳节到来之际,学校拟组织志愿者到敬老院开展‘人工智能(AI)与幸福晚年’主题活动。请你写一段活动的宣传语,吸引老人们积极参加”。

微写作一向强调应用性,这次与AI挂钩,还考查了学生对AI时代的认知。

AI是未来科技和社会生态的重要一环,但绝非全部。人类真正要关注的不仅仅是AI,更是被改变、被重构的世界。

全国I卷就直接将“变”作为主题:“词语是表达思想情感的载体,也是展现社会生活变化的窗口。当前,世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开……在你的成长过程中,你对哪一个词语的理解发生了变化?”

近年来,基于对考生观察、思考、表达和创造能力的综合考查,题干材料充足、观点指引明显的命题作文已很少出现,题目大多具有很强的开放性。全国I卷的这一题目就极具开放性,切入点很多。

对词语的理解和变化,既是个人体验,与知识积累和阅历有关,也往往是社会的呈现,折射出时代之变。在这个一切都在急速切换的时代,每个人都会对“变”有着切身感受。

仅以AI为例,童年读物里的“人工智能”只是科幻想

象,可成为高考生时,“人工智能”已是生活日常,甚至深刻影响着专业选择和就业方向,这样的“变”,无人可以抗拒和逃避,只能选择拥抱。但拥抱也需要技巧和策略。

北京卷正式作文题的“二选一”,一题是“学海无涯,读书有法”,以元代学者程端礼编撰《读书分年日程》,分阶段详细规定核心经典的阅读顺序与精读方法为引子,提出“无论是个人的阅读与成长,还是国家、社会的发展,都需要做好规划,循序渐进;也需要身体力行,下足功夫”的主题。

另一题,是以“含英咀华”为主题,强调在阅读经典、鉴赏艺术、感悟生活时需要反复品味、用心体悟。但二者所着重的良好学习方法和人生体验方式,都是应对时代之变的修身之道。

上海卷作文题则直指科技带来的变化:“每个人都有对世界的想象。科技改造世界时,也改造着我们的想象,对此你有怎样的认识和思考?”这一题目可算是全国I卷的“细分版”,将主题聚焦于科技。

这一题也可以与全国II卷的题目相互观照,并交汇于“变”字。

全国II卷引用“日月不失其体,故蔽而复明;江汉不失其源,故穷而复通”,认为“在个人成长、社会发展乃至文明演进中,总会呈现困顿、挫折,甚至会有风高浪急、惊涛骇浪的考验。然而,日月虽有被遮蔽之时,只要本体未失,终能重放光明;江河即使遭遇险阻,只要源头不竭,终能贯通入海”,实则也是让考生在时代巨变面前保持信念、坚定认知。

当AI重构世界,机器取代大量人类工作时,许多人却都难免陷入彷徨,甚至生出“人类的想象力是否正在将自己赶尽杀绝”的恐惧。但也恰恰是这个时代,让人类的想象力、创造力与自我认知变得空前重要。

一个人前路的宽窄,并非高考所能决定,也不是专业所能决定,更不是经验所能决定,而是内心的丰盈程度。一个人有多少梦想,能不能坚持,有多少想象力和创造力,有多少现在看起来“无用”的爱好、知识和技能,是其中的关键因素。

AI来袭的时代,人类要做的不仅仅是像上海卷所说的那样,以想象力创造科技,再以想象力面对被科技改造的世界,还需要像全国II卷所说的那样“本体未失、源头不竭”,一方面保持坚定的自我认知,一方面主动拥抱变化。

若是从这一主题出发,天津卷的作文题目可谓融汇了上海卷和全国II卷的内涵。

天津卷作文以一字双音的“调”字为题,当它读“tiáo”时,是画家手中的调色盘,精准调整颜色比例,当它读“diào”时,则有南水北调工程对资源的调动,以使自然更好地造福人类。这就让“调”字既有符合常识中的顺势而为,又有不拘一格的创造,恰恰对应了全国II卷的“自我认知、拥抱变化”和上海卷的“想象力”。

不同试卷的作文题目,因为一个“变”字而产生联系,这并非巧合。高考作文不仅仅是考题的一部分,也是对未来人生路的前瞻。在考生迈向成人之际,他们需要触摸社会、感知时代之变,一篇作文,正是一次总结和洗礼。

叶克飞

不吐不快

买家恶意“仅退款”,卖家跨省千里维权,耗时近一个月的时间,在警方介入下,终于全额退款。6月3日,又有一起“仅退款”事件引发社会关注。

不能再让经营者为投机者所伤

据报道,4月23日,一位上海买家从杨女士店铺下单了一批价值23600元的货物;4月27日,物流公司将货品运送到了买家指定的收货地点;4月29日,买家以未收到货物为由,在平台上发起全额退款申请,并备注“与卖家协商一致”,因杨女士未看到消息推送,平台以卖家超时未处理为由,全额退款给买家;5月17日,投诉、协商无果的杨女士等一行4人从河北邯郸出发,前往上海宝山区与买家协商,双方产生冲突,杨女士方以合同诈骗报警;5月21日,在警方介入下,买家退还款项。

所谓“仅退款”,是指消费者完成网购交易后,因为产品质量问题等原因,可直接选择退款而无需退货。最开始,“仅退款”还仅限于生鲜领域,毕竟生鲜如果在签收时已经产生质量问题,再要求买家寄回没有意义。后来这股风气愈演愈烈,“仅退款”逐步运用到全品类商品。但是,对全品类商品一律适用“仅退款”已经背离了这项操作的设计初衷。

以杨女士售卖的商品为例,她卖的是水槽组合,属于标准化工业产品,收货时就出现批量质量问题的概率较低,即便存在,通常也具有折旧残值或可维修,未必符合“仅退款”的适用前提。对于这类商品,适用“仅退款”违反了经济活动的效率原则。但在平台那里,为了证明自己的平台机制更优秀,无法踩下刹车。因此,“仅退款”的机制被人利用,产生了电商“零元购”现象。

近年来,利用“仅退款”机制骗取电商财物,并被追究法律责任的人不在少数。例如,今年5月份河南濮阳电商“程大叔”“千里追榴莲”事件,最终买家袁某某因虚构事实骗取退款,被行政拘留;又如,温州市一名女子李某利用“仅退款”从受害网店骗取了一年四季的服饰,涉案金额超两万元,最终以诈骗罪被刑事拘留。

“仅退款”的确是有可能触犯刑法的,虽然它听起来只是个普通的网络用语。“仅退款”的刑事风险,主要在于该行为涉嫌构成诈骗罪,嫌疑人一开始就存在非法占有目的,进而虚构退货事由,使被告单位陷入错误认识,骗取他人商品。

今年2月1日起施行的《网络交易平台规则监督管理办法》已明确,网络交易平台经营者不得利用平台规则,强制或者变相强制平台内经营者承担退款不退货等售后责任。管理办法是否落到实处,有待主管部门把工作做得更细,维护好中小商家权益。

不是每个人都有时间和精力千里维权,恶意“仅退款”,打击了中小商家的正常经营秩序,更消耗社会信用,推高了商事交易的信任成本。经营者不能为投机者所伤,有违世道人心的生意不能再继续得逞。 晏文龙

伪劣“拼豆”莫贪玩

近段时间,五彩斑斓的“拼豆”风靡玩具界,给青少年乃至成年人带来许多欢乐。说起这种玩具,玩法并不复杂,玩家只需将五颜六色的塑料颗粒在模板上排列成图案,再用熨斗加热定型,就能形成像素风格的各种物件。

数据显示,去年“拼豆”在主流电商平台的销售额共计2.91亿元。某电商平台发布的2025年度十大商品中,“拼豆”以同比增长近500%的搜索量名列第二。有机构预测,2026年“拼豆”的市场规模有望逼近10亿元。

然而,这个“大小朋友”都爱玩的玩具,若操作不当,有可能成为藏在孩子身边的“隐形炸弹”。前不久有报道称,多地发生“拼豆”玩具引发的安全事故,甚至有儿童在玩耍“拼豆”的过程中不幸触电身亡。保障儿童安全,玩具的适用年龄至关重要。毕竟,玩具是否标注清楚适用年龄,不仅关系到产品标识的合规问题,更关乎无数儿童的切身安全。

根据《玩具安全》系列强制性国家标准,玩具产品应正确标识适用年龄,供3岁以下儿童使用的玩具不得含有小零件。而目前市场上的“拼豆”涵盖了性质截然不同的两类产品:一类是设计或预定供14岁以下儿童玩耍、无需高温加热定型的玩具,如果主要材质为塑胶,需以塑胶玩具类别取得我国强制性产品认证(CCC认证);另一类是面向成人、通过高温加热定型的手工作品,不属于儿童玩具范畴,不适宜儿童玩耍。由此可见,需要高温加热定型的“拼豆”并不适合给低龄儿童玩。不仅如此,很多“拼豆”的塑料颗粒直径通常在5毫米左右,正是幼儿最容易误食的尺寸。

就目前来看,除了产品标识不规范,市场上的“拼豆”产品还存在违规配备加热设备、质量参差不齐等问题。比如,一些厂商为了压低成本,在生产“拼豆”时使用回收塑料或工业染料,这些产品中的有害物质含量往往超出安全标准,暗藏巨大健康威胁。更令人担忧的是,在选购时,家长也难以通过外观判断产品质量和标准,仅能依靠品牌信誉和价格作为参考。

玩具适用年龄,看似一个简单的数字,背后却有着严谨的安全考量和科学依据。为此,生产厂家要负起首要责任,合规生产产品并正确标识适用年龄,筑牢儿童玩具的安全底线。同时,有关部门需严查平台及商家,及时下架问题产品,确保儿童在安全的环境中体验玩具乐趣。家长也应当重视“适用年龄”与安全警示,根据孩子年龄选择适合的玩具,切勿只因有趣美观而影响孩子健康。 臧梦雅

网约房经营须守法规

“网约房”作为一种新型住宿业态越来越常见,随之也产生了一些纠纷。近期,一位房主将自家住宅挂上平台短租,却被邻居告上法庭。房主很不解:“我自己的房子,难道还不能自己做主?”这话听起来理直气壮,实则模糊了“所有权”与“使用权”的边界,也忽视了邻里权益与公共秩序的法律底线。

共享经济催生了“网约房”的蓬勃发育。它既盘活了闲置资源,为房主增加收益,也丰富了旅游供给,为游客带来多元选择。然而,住宅的本质是居住,而非经营。一旦“住改商”,收入进入了经营者的口袋,随之而来的昼夜人流、嘈杂喧闹、电梯拥挤,以及不容忽视的消防风险、治安隐患,却由街坊四邻来承受,显然有失公平。

邻居将房主告上法庭,也折射出新业态与传统居住秩序的激烈碰撞。那么,市场便利与邻里安宁如何两全?民法典第二百七十九条明确规定:业主不得违反法律、法规以及管理规约,将住宅改变为经营性用房。业主将住宅改变为经营性用房的,除遵守法律、法规以及管理规约外,应当经利害关系业主一致同意。这一规定,正是为“住改商”划定的法律红线。

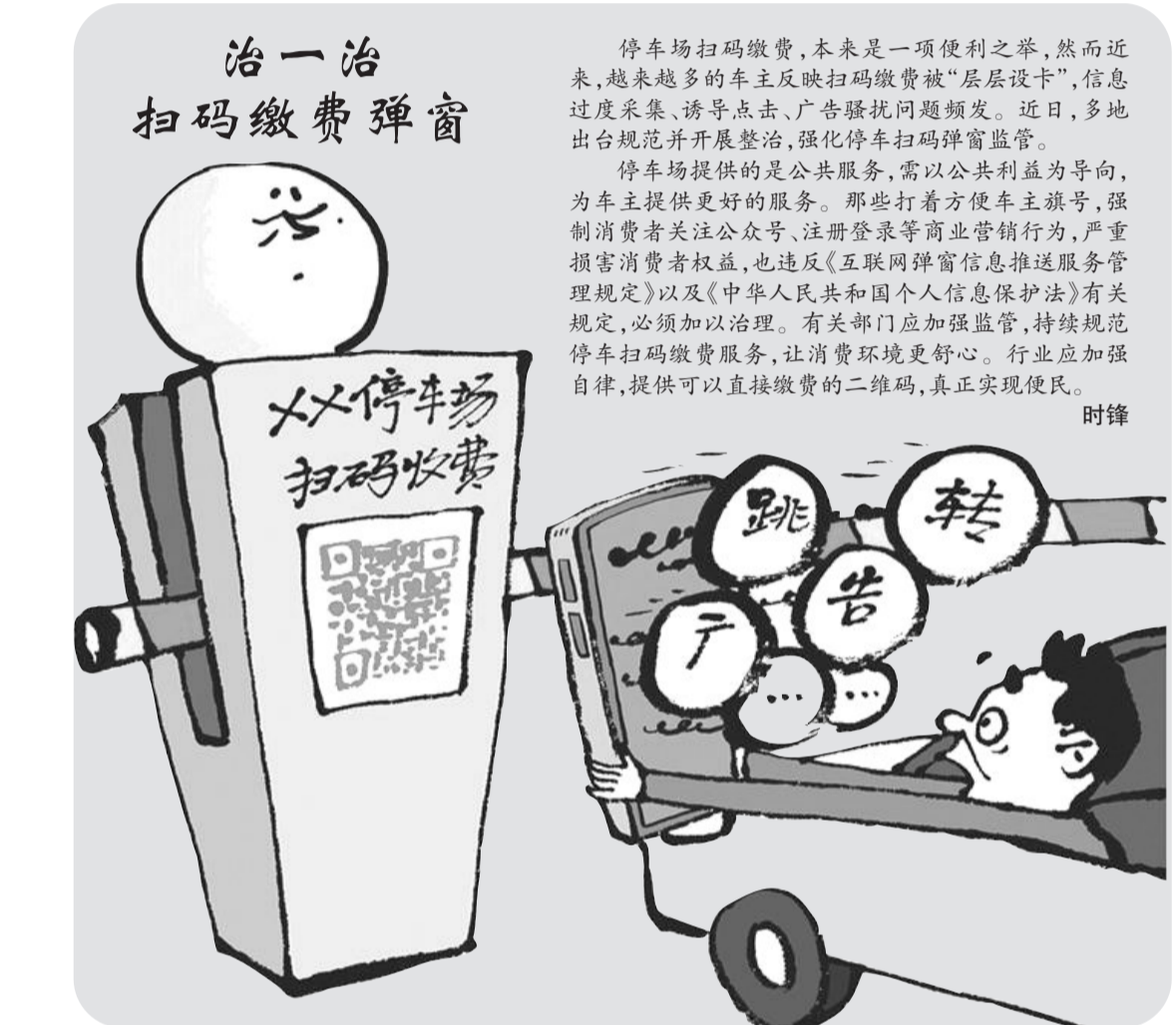
所谓“一致同意”,不是少数服从多数,而是一票否决。只要有一个邻居明确说“不”,房主便不能改变住宅用途。这并非苛求房主,而是对相邻权的坚实守护。

除了邻居点头,程序合规也一步不能少。房主需要向公安、消防等部门申请办理证照和备案,住房必须符合消防安全要求,否则不能开张。这些看似繁琐的要求,并非多余。近年来,涉“网约房”民事纠纷逐年递增,刑事案件占比持续攀升,部分场所甚至沦为违法犯罪的隐蔽温床,教训不可谓不深。

严格限制,绝不等于否定这一新业态。实际上,各地监管部门始终秉持包容审慎的治理理念,为新业态留足成长空间、创新空间,同时划出安全底线,规范经营秩序。山东、江苏、辽宁等地已出台“网约房”相关管理办法,让“网约房”经营有规可依、有章可循。

新业态的良性发展,需要多方协同。对房主而言,需守住法律边界、尊重邻里权益,确有经营需求的,应事先与利害关系的业主沟通协商,取得书面同意,再向公安、卫生等部门完成备案并配备必要设施。对平台而言,不能仅做“甩手掌柜”,需加强房源资质审核与事后监管,对屡遭投诉、严重扰民的房源坚决下架。

便利与收益固然重要,但邻里和谐、居住安穩是城市生活的底线。唯有让新业态在法治轨道内运行,才能实现市场活力与民生安宁相得益彰。 武晓娟



百只猫崽被弃路边 该给宠物繁育“立规矩”了

据报道,6月5日,辽宁沈阳有市民在洪盛路附近发现上百只被遗弃的猫崽,均为名贵品种。该市民称,路边小猫多达百余只,数量过多无法自救,其中多只已被过往车辆碾轧死亡,令人痛心。

对此,当地回应称,相关部门已采取行动,对已死亡的,全部进行无害化处理,防止疾病传播;对未死亡的,已妥善转运至救助机构进行救助,现场工作已全部处理完毕。公安部门正在溯源追查违规弃养原因,并将依法依规开展追责打击。

数据显示,辽宁是全国重要的宠物活体繁育基地,年均向全国调运犬猫约500万只,其中,沈阳贡献了国内70%以上的宠物猫输出量。此次数量如此之多,名贵猫被集中遗弃,来自个人家庭的的可能性很小,而出自当地商业化的养殖户可能性更大。

事实上,在商业化养殖户眼中,猫虽然有宠物之名,却与普通的商品没有太大区别,其繁殖目的就是为了牟利。一旦猫病了,能救则救,救不了就扔掉,也是常有的事。

但这些被遗弃的猫崽抵抗力脆弱,露天遗弃极易滋生细菌、传播疫病,存在公共卫生风险。同时,

大量流浪宠物滋生,会破坏城市生态、影响市容环境。

这不是宠物友好社会该有的样子。即使饲养的宠物出现了病死、病害等问题,需要无害化处理,也不能这样随意遗弃。动物防疫法就规定,任何单位和个人不得买卖、加工、随意弃置病死动物和病害动物产品。

因此,“遗弃”二字无法概括此次事件的恶劣程度。这已经不仅仅是放弃饲养责任,而是对生命的公然践踏。目前,我国动物福利立法尚不完善,从某种意义上讲,正是因为弃养、遗弃猫犬等动物的成本极低,违规者才如此有恃无恐。

沈阳作为重要的宠物猫繁育地,如果溯源查实,此次猫崽遗弃,确系当地养殖户所为,那就不是某人的问题,而是整个产业链末端责任机制缺失的结果。

如果任由养殖户对这些宠物猫,生得出来,卖得出去,就继续生,卖不动了,或者市场冷了,就一弃了之,繁育收益被私人攫取,弃养的社会成本与生命代价却由公共救助体系和无辜动物来承担,权责严重失衡,必然催生更多的“清仓式抛弃”。

社会视角

“一票跨两省”还游客完整壶口

据报道,近日,有网友发帖称,之前需跨省分别购票的壶口瀑布景区,现在可以互通门票了,一票即可游玩陕西、山西两地景区。6月2日,壶口瀑布景区工作人员证实,6月起,游客可在陕西或山西一侧购票(80元/人),跨省畅玩两个景区。

黄河壶口瀑布位于陕西省与山西省交界处,因黄河为天然省界,这一自然景观很自然地分属两省管辖,由此分为黄河壶口瀑布旅游区(陕西侧)和山西黄河壶口瀑布旅游区,但给游客带来的不便与负面影响却十分直接,自由由游客出发前要在攻略里反复权衡“只看一侧还是咬牙买两侧”“陕西侧看正面山西侧看俯瞰哪个更佳”。

此外,还有体验的割裂感,壶口瀑布陕西侧河岸开阔可俯瞰高瀑与枯水期分流景象,山西侧有紧贴瀑布的龙洞与主台,正面感受水雾扑面,二者互为补充才能完整理解“黄河一壶收”的意象,被迫“二选一”有损审美的完整性。

此次,壶口瀑布的门票互通,其意义绝不只是帮游客省下一份门票钱。站在游客角度,不必再做痛苦的取舍,这种心理账户上的愉悦感会转化为更高的口碑传播意愿和重游率。站在景区运营角度,则会推动景区更精细化的运营和管理,而不是只将注意力集中在门票上。

从行业趋势看,单纯靠圈地卖门票的“门票经济”已经显露疲态,旅游景区由门票依赖型向产业综合收益型转变,鼓励跨区域文旅资源协同开发与联合营销则是大趋势。秦晋两地的这次携手,既增强了游客的获得感,也为景区自身创造了更多发展机遇,符合未来文旅融合的趋势。不仅对壶口本身有利,也为日后其他跨省旅游合作树立了参照系。

放眼全国,像壶口瀑布这样被行政区划一分为二、天然属于两省或两地共有却各自售票的景区其实不算少。比如横跨安徽金寨与湖北罗田、英山的天堂寨,位于湘黔渝三省交界的“边城茶洞—洪安古镇”片区,云南与四川交界的泸沽湖等景区。

它们曾经与黄河壶口瀑布一样,被行政区划一分为二,也各自售票。现在或者一票通用,或者推出联名票,又或者有一定期限内的互通优惠,总体的趋势是合二为一,给游客更多便利和获得感。

为什么明明是同一个自然景观、同一片山水,被省界一划就要游客买两次票?行政管理归属、投资主体与经营诉求不同,利益博弈中难以取得高水平信任等都是现实因素。比如,门票互通后担心一方客流增长另一方减少,担心黄牛倒卖互通票套取差价、把控门票收入改造费用和票务收入到账扯皮,这些技术性和制度性的顾虑都增加了门票互通的

实施难度。

但景区高质量建设,分治同样造成内耗。两省景区为争夺客源在宣传口号、节庆活动上各自标榜而无法形成统一品牌叙事,节庆运营还容易导致基础设施重复建设或标准参差,应急救援力量难以统一调度,这些都在无形中拉低了目的地的整体品质感。

壶口瀑布一票通用,显现了当前景区更加开放更重合作趋势的缩影。只要利益协调机制到位,打破分割运营在技术和管线上完全可行。换言之,游客感知的是一个完整的壶口、一个完整的天堂寨、一个完整的泸沽湖,谁先尊重这种完整性,谁就更容易赢得口碑与综合收益。

当然,门票互通只是跨省文旅深度融合的起跑线,远不是终点。比如在公交车安排上、车位配置调度上、产品协同和服务标准统一、形象树立和品牌打造上、安全保障和客流引导上,特别是收益分配模式的打磨上,都有更多工作需要去落实。

壶口瀑布此次门票互通,具有积极的示范意义,也为推动跨省文旅协同发展提供了实践案例。事实上,从游客满意到居民获益再到目的地品牌增值,这条路没有捷径,但也是最值得走也应当走得好的那条路。 新京