



朱慧卿作（新华社发）

两个高考生的故事，一直萦绕在河北省秦皇岛市青龙一中教师岳彩霞脑海里。一个理科生因听信付费机构推荐，被录取到很远的学校而无法适应；另一名复读生因志愿填报失误，导致全部滑档。而这，并非孤例。

2026年全国高考结束后，另一道更复杂的“选择题”随之展开：在近3000所高校、2000多个专业和不断变化的年度招生计划之间，如何为孩子找到更适合的方向？如何破解这道关乎千万家庭的题目，正成为教育界、科技界与社会共同关注的话题。

6月10日，千问上线高考志愿填报Agent（智能体），为全国考生免费提供志愿填报和咨询服务。据千问介绍，它基于千问高考志愿大模型和攻克8年高考数据经验打造，具备“志愿日历”“志愿报告”“志愿问答”三项核心能力。

多位受访专家认为，高考志愿填报的痛点正在从“信息差”延伸到“认知差”，AI不应止步于信息查询和分数匹配工具，还要在更深层的人生规划中扮演更主动的角色。

填补“认知差”，需要技术的力量

“高考志愿填报从来不是简单的分数与院校的匹配，而是高中生第一次正式审视自我、面向未来的人生规划。”中国教育学会高中教育专业委员会理事长、香港中文大学（深圳）当代教育研究所所长唐江澎表示，他从教43年来的体会之一是，中学教师对

大学专业的认知更新，已难以赶上大学与时代的变化，家长面对各类招生信息更加难以做出合理判断。

阿里千问上线高考志愿填报智能体——

高考志愿填报有了AI助手

本报记者 刘少华

华中科技大学新闻与信息传播学院教授曹林则认为，当下家长缺的不是信息量，而是信息框架：“过去说信息鸿沟在城乡之间，但今天哪怕是一线城市的家长，面对‘智能科学与技术’‘数字人文’‘智能传播’这些新专业，同样是‘小白’。不是家长反应慢了，而是变化太快了。”

岳彩霞所在的县城高中每年都有大量家庭来咨询志愿：“作为老师，每年找我们咨询的孩子太多，精力实在有限。我们对AI最朴素的期待，就是准确可靠、门槛要低，能引导家长和孩子慢慢明确方向。”

来自产业一线的判断更为直接。阿里巴巴集团副总裁、千问事业群总裁吴嘉对记者表示，每年能够聘请专业志愿规划师的家庭不足5%：“剩下95%的考生，同样需要专业、可靠、个性化的志愿指导。”

“今天AI的能力已经足够强大，加上多年沉淀的专业数据和真实场景需求，完全可以把志愿填报服务打造成考生人人都能使用的、专业的公共服务。”在吴嘉看来，“科技不仅要追求星辰大海，也要守护人间烟火，AI的使命是弥合社会的信息差。”

辅助人作判断，而非替人回答

“AI是辅助规划的帮手，而不是决定选择的主人。”唐江澎提醒，“问询AI后，选择靠自己。”

帆书APP创始人樊登认为，多数家庭花重金购买志愿咨询，本质上是想买一个“标准答案”，但人生不存在唯一最优解。“AI不应是另一个替你做决定的人，它真正该做的，是把分散的信息整理成更清晰的分析框架，帮助家庭看清问题，再把判断权交还给考生和家长。”樊登说。

边界感的另一面，是对AI推荐过程本身的透明要求。近年来，付费志愿咨询市场鱼龙混杂，部分机构在缺乏资质和数据来源的情况下，将商业术语包装成专业建议，最终由家庭承担选择失误的代价。

不替人决定，还要让人看得懂推荐从何而来。多位专家建议，AI志愿填报产品应当公开数据来源、披露推荐逻辑、保留可追溯的对话与建议记录，让考生和家长能够看到“AI是怎么想的、依据是什么”。AI志愿填报的价值不在于替考生简化选择，而在于让更多家庭获得可理解、可比较、可追溯的信息支持。

这些需要AI产品在设计阶段就认真考虑。吴嘉说，千问设计之初就定位为“主动追问、合理规划”，而非“一锤定音”。他解释，跟传统聊天机器人接到问题就直接作答

不同，智能体具备自我认知、记忆与用户对齐的能力，“在需求表达不充分或信息尚未更新时，不会贸然回答，也不会一味迎合，而是合理追问、主动提示风险”。

比如，智能体可以捕捉“乐于打交道”“不想离家太远”等更具体的需求，反映在志愿推荐中。学生在阅读志愿报告时，也可以继续反馈“这个学校我不太想去”“再加几个金融学专业推荐”，由系统据此实时调整。

千问产品负责人郑嗣寿介绍，高考志愿填报智能体将原本模糊的志愿准备期，拆解为按省份、批次、个人偏好动态生成的清晰步骤，从建立认知、做自我探索到查分填报，逐日对考生及家长进行提示。

要关注一次选择，更关注长期成长

在曹林看来，志愿填报本就应该被理解作为一种公共服务。“志愿填报这件事不能只交给那些要花钱的商业机构。AI恰好能把权威信息普及开来，补上公共服务的短板，减少对人脉、对付费咨询的依赖，这本身就是公平。”

多位专家提醒，AI再聪明，也回答不了一个十七八岁的年轻人“我究竟想成为什么样的人”的疑问。AI能在“最后一公里”降低信息差，却替代不了高中阶段对一个人的兴趣发现和价值塑造。

北京师范大学心理学部党委书记、教育部全国学生心理健康工作咨询委员会秘书长乔志宏在工作中发现，很多踩着分数线进入大学的学生容易陷入“学习无动力、社交无欲望、未来无目标”的“三无”状态，“根源是唯分数论的单一培养逻辑透支了学生的生涯感知力”。乔志宏主张，志愿填报必须跳出分数本位，通过对话引导学生主动探索自我，动态生成个性化画像。

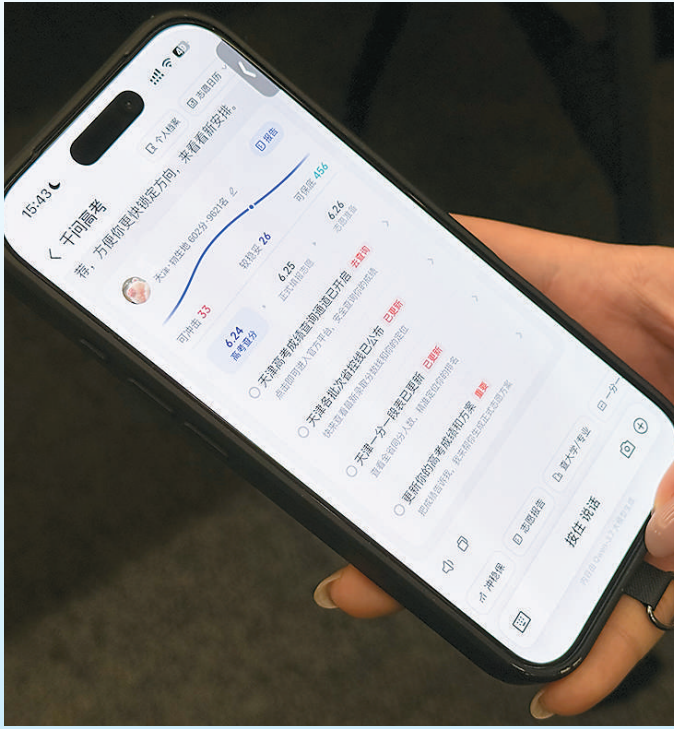
不过，AI可以帮助解决的问题之一，是让志愿填报更为公平。岳彩霞说，很多县城家庭并不是不愿意用AI，而是家中长辈不熟悉智能手机、不会描述自己的需求；一些偏远地区还存在设备老旧、网络不稳定的客观限制。她希望，AI志愿填报工具不要默认每一名用户都生活在一线城市。

千问将这个问题拆成两层处理。郑嗣寿介绍，一方面，在志愿填报中采用对话式交互，考生和家长不需要事先学习专业术语，用最日常的语言描述需求即可触发系统主动追问、补全意图。另一方面，今年高考季千问志愿填报智能体向全国考生免费开放，同时联合一线教师、心理咨询师在线上开设公益直播，以“AI+真人”的组合降低使用门槛。

面对未来，北京中学CBD商务区校区校长肖中认为，AI工具要真正打通“最后一公里”，需要满足三点：可信、好用、能融入学校与家庭的真实场景。“不是到考完之后再临时抱佛脚，而是要进入生涯规划课、家长会、班会的日常流程。”

千问还推出了面向偏远高中的“暖芒公益计划”。据介绍，行动将走进十余个省份的偏远高中开展线下指导，并联合一线教师、心理咨询师在线上举办上百场公益直播，免费向考生和家长开放；同时与地方教育主管部门、中学共建生涯规划课程资源，把单次发布会变成持续到下一届高三的常态化协作。多位受访者认为，AI企业、主流媒体、地方教育部门、学校与家庭之间，需要形成稳定、长期的协作机制，才能产生效果。

从分数、院校的静态匹配，到对兴趣、能力、家庭与未来的综合考量，AI走进民生场景的轮廓也在这里逐渐清晰。正如唐江澎所言：“做一次正确的选择固然重要，但更重要的，是用一生的付出，让这次选择梦想成真。”



用户在使用千问高考志愿填报智能体。

受访者供图

世界·永康五金指数

2026年5月永康五金三大景气指数有所调整

截至2026年5月，永康五金三大景气指数有所调整，市场交易景气指数、生产景气指数和外贸景气指数均环比下调。

一、永康五金市场交易景气指数微幅下降

截至2026年5月，永康五金市场交易景气指数收于92.35点，环比下降0.51个点。与4月相比，要素供给景气指数环比上升，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数环比下降，四大分项呈“一升三降”格局。

二、永康五金生产景气指数略有下跌

截至2026年5月，永康五金生产景气指数收于98.28点，环比下降0.61个点。与4月相比，要素供给景气指数微幅上升，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数环比下降，四大分项呈“一升三降”格局。

三、永康五金外贸景气指数环比下调

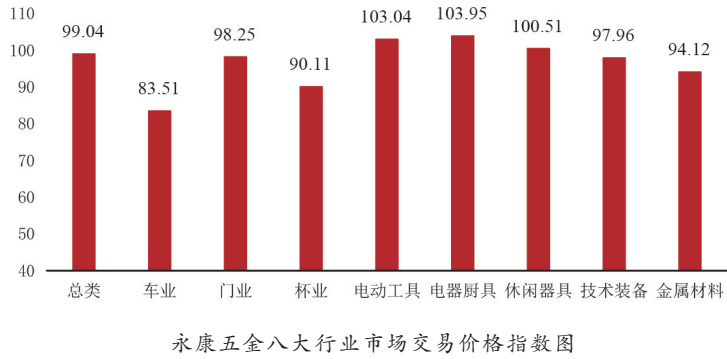
截至2026年5月，永康五金外贸景气指数收于96.47点，环比下降1.72个点。与4月相比，要素供给景气指数环比上升，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数环比下降，四大分项呈“一升三降”格局。

2026年5月永康五金三大价格指数两升一降

截至2026年5月，永康五金三大价格指数两升一降，市场交易价格指数和生产价格指数环比上涨，外贸价格指数环比下调。

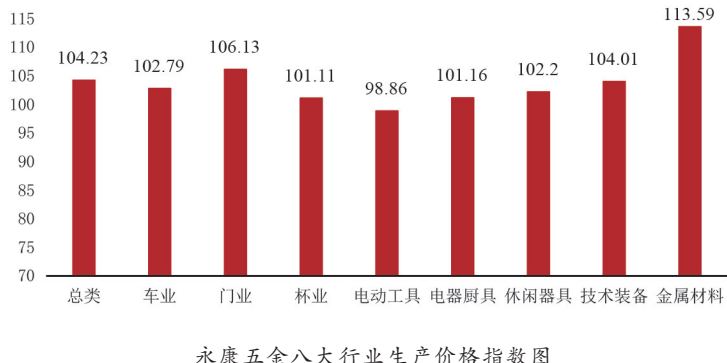
一、永康五金市场交易价格指数微幅上升

截至2026年5月，永康五金市场交易价格指数收于99.04点，环比上涨0.44个百分点。与4月相比，杯业、电动工具、电器厨具、技术装备和金属材料五大行业环比上升，其中，杯业涨幅最大，环比上涨3.62个百分点；车业、门业和休闲器具三大行业环比下降，八大五金行业呈“五升三降”格局。



二、永康五金生产价格指数轻微上行

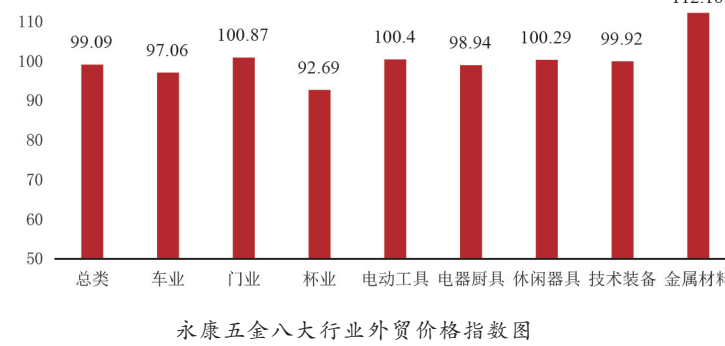
截至2026年5月，永康五金生产价格指数收于104.23点，环比上升0.38个百分点。与4月相比，车业、电动工具、休闲器具和金属材料四大行业环比上升，其中，金属材料涨幅居首，环比上升5.14个百分点；门业、杯业、电器厨具和技术装备四大行业环比下降，八大五金行业呈“四升四降”格局。



三、永康五金外贸价格指数环比下行

截至2026年5月，永康五金外贸价格指数收于99.09点，环比下降1.33个百分点。与4月相比，休闲器具、技术装备和金属材料三大行业

环比上升，其中，金属材料涨幅最大，环比上涨3.13个百分点；门业、车业、杯业、电动工具、电器厨具五大行业环比下降，八大五金行业呈现“三升五降”格局。



2026年5月永康五金产业发展分项指数走势稳步上行

截至2026年5月，永康五金产业发展分项指数走势稳步上行。具体来看，永康五金电商指数、永康五金创新指数和永康五金产业链指数均环比上涨。

一、永康五金电商指数环比上扬

截至2026年5月，永康五金电商指数为124.56点，环比上升1.94个点。其中，境内电商指数收于106.57点，跨境电商指数收于142.54点。

二、永康五金创新指数微幅上涨

截至2026年5月，永康五金创新指数为130.71点，环比上涨0.94个点。其中，创新投入指数为115.92点，环比上涨0.59个点；创新产出指数为139.73点，环比上涨1.99个点。

三、永康五金产业链指数环比上升

截至2026年5月，永康五金产业链指数收于104.09点，环比上涨1.83个点。其中，产业链规模指数为99.29点，产业链质量指数为106.78点，产业链稳定性指数为108.30点。

