



花万元报志愿

AI大数据辅助填报高考志愿靠谱吗

中青报 中青网记者 孟佩佩 实习生 常笑雨霏

三分考，七分报。2021年全国高考结束，如何从2000多所高校中选择合适的专业和学校，成为考生和家长要再次面对的“头等大事”。

今年是河北省实行新高考的第一年，家在河北衡水的考生家长刘兰几乎每天下班后，都会找一两考生家长交流志愿填报信息。3+1+2的新高考模式，专业+学校新招录方式，普通类每次最多可填报96个志愿，选择多了，考生和家长的报考压力也大了，刘兰和越来越多的家长一样，考虑是否要找一家志愿填报机构辅助填报志愿。

2021年，全国高考报名人数达1078万，创下历史新高。随着近年来全国各地新高考改革不断深入，高考志愿填报咨询逐渐成为颇具规模的新产业，运用大数据进行专业和学校的匹配，成为新卖点。但听上去很靠谱的“卖点”真的靠谱吗？

应需求而生的高考志愿填报市场

半年前，刘兰在孩子的学校门口拿到了许多当地高考报机构的宣传单，第一次了解到高考志愿填报机构存在的她，一口气加入了名为“百年育才·大未来”等3个不同机构的新高考规划指导微信群，每个群的人数都多达200人。

刘兰告诉中青报 中青网记者，这些机构在当地都有线下门店，工作人员平时也会在微信群里免费提供选高考信息和志愿填报直播课，如需购买服务，根据报考一对一辅导或一对多辅导的不同形式，价格从几千元到上万元不等。

大二学生肖瑶也是在高考志愿填报机构的推荐下选择了如今就读的武汉大学。她妈妈当年在听了3家机构的讲座后，最终花了上千元选择了其中一家报了名，当时对高考政策完全不了解，怕滑档耽误孩子。通过机构推荐，第一志愿第一专业就录取了。肖瑶说，前期也进行了几轮磨合，他们的大数据筛选海量信息和系统智能排序，看上去还是很专业的。

不少考生家长发现，今年上半年，孩子就读高中门口出现了许多高考志愿填报机构的工作人员在做宣传，基本都有自己的独立门店，也有高中任课老师会介绍一些志愿填报机构。一些家长抱着试一试的

态度，加入了这类机构的微信群，参加线下宣讲会，部分家长会“下单”。

艾媒咨询日前发布的分析报告显示，2021年上半年通过志愿填报辅导或辅助软件获取志愿填报信息的比例为32.2%，2020年同期数据为28.2%。从往年的人工经验判断，变为基于互联网、大数据和人工智能等相关技术的“排兵布阵”，应需求而生的高考志愿填报市场似乎已成为高考经济中的“新风口”。

大中小企业入局，市场良莠不齐

瞄准高考志愿填报细分市场，创业青年白聪2014年创办了高考圈，带着团队开始自主研发大数据智能分析系统AI升学助手。白聪介绍，通过数据分析和清洗、计算，利用历史数据来预测未来，我们希望打造一套逻辑严密、算法精准、科学合理的升学工具。目前，这套系统已为北京、河北等省市的千余所中学，以及一些地区的线下报考机构提供技术支持。

河南郑州的一家名为“远大报考”的机构工作人员介绍说，其总公司以教育咨询类企业注册时间较长，所在分门店开业3年。我们会通过系统进行测评，测评出兴趣爱好、未来职业方向等，最终推荐10-20个左右的专业，通过专业进行学校选择。高考前根据模拟考试分数来进行大范围筛选，高考分数公布后再缩小院校范围。

工作人员还告诉记者，很多报考机构的智能填报系统几乎都一样，但他们几乎不用智能填报系统，输入成绩和所选考试科目，就可以生成高考志愿填报表，甚至可以针对不同地区高校的选报，但还是没有人工填报精确，一对一人工服务效果会更好。当记者咨询收费标准时，该工作人员说，需要到门店根据情况获知收费金额。

高考志愿填报成为众多企业眼中的“香饽饽”。企查查数据显示，目前我国在业、存续的志愿填报相关企业共计1529家，78%的企业成立于近3年，2020年新注册企业558家，同比增长77.1%。就在高考前一个月，301家新企业应运而生，同比增长90.5%。河北省以963家企业高居第一，独占全国总量的63%。

资本市场的青睐也助推了高考志愿填报机构如雨后春笋般出现。据介绍，高考圈隶属的北京问学教育咨询有限责任公司于2017年在北京股权交易中心正式挂牌，2018年完成A轮融资，投资方为中

关村教育投资。成立于2014年的高考志愿填报的大数据平台优志愿，2020年宣布完成千万级B轮融资，投资方为浙江创想文化产业基金和苏州惠柳山。拥有自主研发AI高考平台的百年育才于2017年挂牌新三板，2018年获得真格教育基金战略投资。

互联网大厂的入局，也让高考志愿填报市场变得更加火热。5月25日，百度联合高校、相关机构和企业发起“高考+计划”，百度搜索产品总监张燕薇表示，结合技术优势和互联网大数据的洞察，今天百度升级智能服务，推出AI智能估分、AI志愿助手、AI院校推荐等一系列AI工具集，辅助考生科学报考，让高考的每一分都用得漂亮。

记者搜索发现，阿里旗下智能搜索App“夸克”推出“夸克高考”，通过大数据和AI技术可一键智能填报；腾讯教育推出“招生通”和“新高考通”两大产品，旨在解决改革初期招生两端面临的难题，等等。

高考圈的一位早期投资人接受记者采访时说，目前是我国全面推行新高考的关键时期，志愿填报咨询行业正处于爆发期，行业未来或许以大数据、人工智能作为基础平台，解决80%人群的需求；人工指导服务20%的人群。

但也有业内人士提醒说，需求和供应暴涨，整个产业处于“乱序”状态。尤其新成立公司几乎都是“花式营销”，定价和服务等完全没有行业标准，智能填报系统背后的数据基本都是公共数据的筛选排序，鱼龙混杂的市场亟待相关部门进行规范。

十年寒窗苦读，可别都押在机构上

中国青年报官方微博近期发布的投票数据显示，多半网友认为高考志愿填报机构“不靠谱”，都是花式宣传营销，25%左右的网友认为“不好说”，要看机构资质，仅有少数网友认为“机构靠谱且掌握信息比较全面”。有网友留言：“对于刚踩（分数）线的人来说还是有必要，要求一个刚高中毕业的人在半个月掌握填报志愿技巧有些强人所难”。

尽管志愿填报“智能化”服务或将成为趋势，但面对种类繁多的服务机构，考生和家长仍需要注意谨慎选择，志愿填报市场也仍有诸多现实问题值得探讨。十年寒窗苦读，可别把志愿填报都“押”在机构上。肖瑶妈妈说，现在回头看，如果

能够耐心研究各高校的招考信息和志愿填报指南，自己进行填报志愿也不是很难的事情。再过几年，肖瑶的弟弟也要参加高考，是否还要通过机构填报志愿，肖瑶妈妈认为还需要重新考虑。也有天津考生家人告诉记者，去年是天津实行新高考第一年，平行志愿的政策让报考更加简单和科学了，关键在于认真研究招考指南，不需要找志愿填报机构。

刘兰坦言，尽管基于高考大数据、智能算法和科学规划让她感觉可靠，但疑虑仍然存在：通过性格测试来确定未来适合的职业是否合理？咨询的不同品牌志愿填报机构众说纷纭，每家机构的收费标准均不同，不同收费金额又对应不同服务，是否就是引导大价钱才能买到最靠谱的服务？即便签订了服务合同，万一机构填报使孩子滑档，耽误的还是孩子，再去找机构赔偿又有什么用呢？

衡水某知名高中副校长对记者说，新高考第一年，高考志愿如何准确填报，还需要等教育部门志愿填报指南下发后进行研究，校外的确有不少志愿填报机构，作为高校和老师，我们不会推荐考生使用机构填报。如果考生和家长一定要选择机构，需要提醒的是，连多年从事教育的老师们都在谨慎尝试第一年新高考报考，那些校外机构人员又能懂得多少呢？

著名教育专家熊丙奇曾在媒体发表评论称，互联网+大数据为志愿填报提供了不少便利，但当前由于准入门槛低，研发志愿填报类机构鱼龙混杂，有些缺乏专业知识，可能会误导学生填报志愿。要看到机构为考生和家长提供志愿服务的积极作用，但需要让志愿填报服务行业规范有序，同时高中学校要重视对学生的生涯规划教育，提高学生自主进行生涯规划的能力和意识，以此促进提供志愿服务的机构提高专业性和服务质量。

6月16日，教育部在官网发布预警，目前没有与任何招生考试机构、高校与社会机构或个人开展高考志愿填报指导的合作，切勿轻信所谓的“天价”志愿填报指导服务。6月22日-28日，教育部“阳光高考”信息平台将举办2021年高考网上咨询周活动，各招生高校将通过文字问答、视频直播两种方式为广大考生提供免费的志愿填报咨询服务。



扫一扫 看视频



码字人书店《请和我跳最后一支虚舞》表演现场。

受访者供图

中青报 中青网见习记者 李璇

看到钉在门口木条上诗的温床影的书墙，这八个字，还未走进这家专营诗歌、戏剧、电影书籍的码字人书店，读者便知道来对了地方。在木条一侧的地上还竖放着一块小黑板，上面写着每周即将在书店举办的文化活动、剧本朗读会和新书分享会。

近年来，无论是西西弗、言几又等品牌连锁书店，还是像码字人这样的主题书店，都在开发书店作为实体空间的意义。

互联网浪潮的兴起，电商平台的冲击、人们阅读习惯的改变，都在倒逼实体书店走上融合转型之路。2020年新冠肺炎疫情期间，各大实体书店纷纷发力线上直播，可在后疫情时代，线下依然是实体书店的重要战场。

参与在线竞争，打通线上线下的同时，实体书店在线下还有哪些机会？

做鲜活的文化现场

除了紧贴墙壁的蓝色书架是固定的，其他书架都可以移动，这样举办活动时就可以将书架推到两边，让空间变大。作为一家主题书店，我们给自己的定位是：要以活动为中心，做城市里鲜活的文化现场，所以从设计装修时就考虑了未来的空间需求。码字人书店创始人李苏皖说。

在李苏皖的规划里，码字人北京和平里店楼上楼下200平方米的空间，既是书店，也是融合小剧场、放映厅和艺术沙龙的文化现场。

《请和我跳最后一支虚舞》是李苏皖在码字人书店导演的一出沉浸式戏剧，观众可随着演员在书店里寻找隐藏的空间，甚至参与到话剧的情节里，在有限的空间里探索更多的可能性。

在李苏皖看来，码字人能够为人们提供的，是一种更为深入的体验感。

和平里店开业500天时，活动就已举办了274场，参加者大都是年轻人。有一次，一场演出刚结束，大家都在往外走，这时我听到一个年轻的女生对同伴说，参加这个活动，是她一周里最幸福的时刻。那个瞬间，我感觉就是码字人的高光时刻了。李苏皖说。

除了码字人书店，言几又、Page One、模范书局、大隐书局等实体书店，也在致力于将书店打造为城市文化空间。

在百道新出版研究院院长、百道网董事长程三国看来，当下的实体书店，更像是城市的文化容器。颜值高、内容好，实体书店本身自带情怀和影响力，在拍照打卡、体验活动的过程中，年轻人带来了流量，自身也更深入地参与到城市文化生活的建构里。程三国说。

探索主题化，聚合细分市场

剧集《繁花》近日发布了首支预告片，片中出现了和平饭店、东正教堂等颇具上海风情的文化地标，在社交平台上掀起新一轮有关海派文化的讨论。几年前，上海大隐书局有限公司董事长、创始人刘军就开始规划建设一家以海派文化为主题的主题书店。2020年4月，作为上海首家海派文化主题书店，大隐书局旗下的海派书房在上海徐汇区开业。

海派书房在图书选品上侧重沪版图书、海派文学、海派建筑等类别，在文化活动中，也致力于打造海派文化讲堂、海派文创秀场等品牌活动。在刘军看来，主题书店会是实体书店的一种发展方向：在上海、北京、深圳这样的城市开设实体书店，常常动辄就是几万平方，大几千平方这样的集中空间，对书店来说运营成本会相当高，但是如果就某一个主题领域进行深度开发，聚合细分市场，实体书店还是有机的。

除了海派书房，大隐书局近年来还推出了聚焦艺术主题的九棵树艺术书店。九棵树是大隐实体书店里坪效最高的，它把喜爱艺术或者正在从事艺术工作的年轻人都聚到了一起。刘军说。李苏皖的码字人书店如今已开到第三家，根据各家店的选址，李苏皖在选书、展陈、活动的安排上也各有主题侧重。

和平里路店地处北京街区氛围里，书店更突出对北京风物、北京文化的展现，胡同快闪店因为选址临近不少影视公司，更侧重发挥戏剧、电影特色。李苏皖说。

程三国认为，开设主题书店需要长期投入，大多要依托书店主理人多年的资源积累，像现在流行网剧杀青，有些书店就想在业务里加上这一块，如果没有掌握新业务的能力和资源就盲目跟风，资金投入只会打了水漂。



扫一扫 看更多图片

两度失败，倔强的她开了第三家书店

中青报 中青网记者 洪克非

阅读，拥有一个书店，是一个让我闪闪发光充满能量的梦想。大学毕业的那个夏天，主学平面设计的中引平无所畏惧地成为我们想成为的那种人——做一个书店的掌门人。

2016年至今，她开了3次店，前两次尽管书店拥趸无数，但流量没有变成营业额，均以失败告终。痛定思痛，中引平和朋友们开始思考，到底要开一间怎样的书店？如何在书店行业不景气的大背景下开辟出一条新的生存之道？如今，她的第三家书店终于扭亏为盈，实现了情怀和商业的双赢。

第一个梦：关于倾听和倾听

2016年6月，笔名“子墨”的中引平在位于湖南省岳阳市境内的湖南理工学院南院附近一个小巷子里，开了一家不到30平方米的小书店。气质脱俗的店主、独特的装帧设计，即便是书架上零散摆放了些回收来的、品质并不高的旧书，但依然人潮涌动。

因为她的书店不光有书。中引平在店内做了一档关于倾听和倾听的栏目“喃喃夜语”，每周一个主题。最初的想法很简单，希望更多的同好来到这里，表达真实的自己。

偏僻小店推出的一个活动，意外吸引了很多人。年轻人一起聊梦想聊旅行聊爱情。半年后，来的人越来越多，30平方米的空间已无法承受盈门的顾客。她向朋友借钱，换到了旁边一间70平方米的门面。

在那里，她和岳阳木林心理工作室创始人李钟鹏创办了新栏目“木头大叔”心理交流会，线下交流+线上图文分享，线下参加活动的客人通过对话来释放压力并获得专业的心理指导；线上的人也可以通过留言来提出问题，两人都会耐心作答。成百上千的年轻人聚集到这里，或痛哭流涕，或喜笑颜开。

但一年后，书店还是难以活下去，她不得不关门歇业。中引平反思：除了营业额增加，书店的经营并没有进步多少。一位书友玩笑间说中了要害：以前你去你理学院的小书店，想给你钱都没地方，书没多少，还是旧的；饮品那么便宜，参加活动又都是免费的；办个读书卡只要99元还终生有效。不过那确是一个



中引平近照。

理想国。

第二个梦：用音乐撕开无趣的生活

书店在中引平的心中就是一个理想国。

出生在岳阳一个小山村的中引平自幼爱读书，光看着那些静静躺在书架上的书，就感到安心和满足。创业失败半年后，不甘失败的她写了一篇文章《书店，最美丽和最残酷的梦想》，以此公开招募股东。粉丝和朋友的激情仍在，当晚就有近200人添加微信想要投资书店。

受到鼓舞，她把第二家书店开到了当地比较有名的新小区星河国际，不仅有书和交友会，还有触动人心的音乐剧。用音乐撕开无趣的生活，中引平与音乐工作室创始人麻老师合作，一档音乐会专栏“唱游拾光”夺目而出。

团岳阳市委书记李乐在接受采访时提到令他印象深刻的一幕：最“疯狂”的时期，书店每周六晚挤满了各色年轻人，他们席地而坐，时而安静地听歌，时而大声合唱，用音乐表达对生活的热爱。

中引平还曾把音乐会搬到山林之中，虽然天寒地冻，路途偏远，但原定100人的活动，最后到场了200余人。星空下的玻璃房子里，篝火、市集和音乐，让年轻人热血沸腾。

遗憾的是，由于位置较偏和房租过

第三个梦：情怀与商业的交融

屡遭失败，中引平和朋友们开始反思，到底要开一间怎样的书店？如何在书店行业不景气的大背景下开辟出新的生存之道？

她带着苦闷到全国各地上百家书店走访，终于琢磨出了问题所在——以往书店尽管门庭若市，但流量没有变成营业额。在人们习惯于网上购书的当下，仅有热闹的活动不足以支撑一家书店。要让书店活下去，必须将书“植入”到活动中去。

2019年6月，倔强的她开启了第三个书店：书门书屋，取意“书本香，门无界”。500平方米的复合型书店，不再只是书店，而是一个平台；不仅有功能齐全的水吧，还有独立的儿童绘本教室、多功能教室；不再只是单纯售卖书籍、饮品、文创，而是结合了讲座、手工、展览等各式活动的生活空间。

书门书屋创造了一种“线上内容分享+跨界资源整合+线下活动实践”的模式，通过微信公众号平台、小程序、官方公众号以及微信社群，线上线下店内店外，全方位连接用户。

中引平注意到，快节奏生活的当下，如何慢下来是许多人内心的期盼。书店联合了一些青年手工艺人，和他们一起开设了

高等问题，第二个书店最终也不得不停下脚步。

小书屋也能装下理想国

为了保证书籍的新潮和及时递送，书店与京东签订了同步上架的协议。

4月15日，中引平在微信上留言：一个书店要活着，做这些也都还是不够的，需要更为丰富的活动才能有足够的流量，产生相对应的消费。因此，书店还开设了读书会：约书和今晚有诗；创业分享会：创业者说和与你青春；专题讲座：女性成长沙龙和父母成长课堂等，此后又增加了“巴陵少年研习所”“童趣实验室”，等等，让书店不仅是青年的港湾，也是儿童的乐园。

如今，她的第三家书店终于扭亏为盈，实现了情怀和商业的共赢，这种全新模式带来的全新生活方式。

27岁的中引平说，在她数年创业里，家人和朋友无数次担心她太累而劝她放弃，可他们哪里知道，那看似平静安稳的生活，才是最让我疲软的。现在这种没日没夜投入做一件事情的状态，才真正得让我感到平静和安稳。我总像是像疯子一样笑着对朋友说，我有一间小书店，它真的一小，但是足够装下我想要的理想国。