

## “高考状元”年年禁年年炒

# “傍状元”背后折射了什么

“各地高考成绩已陆续公布，尽管教育行政部门年年要求不炒作‘高考状元’，但‘状元’仍成为学校、教辅机构、企业家争相追捧的‘香饽饽’，庆功宴、颁奖会、商业活动等‘状元秀’还是络绎不绝。一些企业、机构、学校甚至‘傍状元’来打广告、争人气、提高知名度。”



资料图片

### “状元”被奖一套房 “傍状元”花样多

日前，广东省恩平市一考生以总分620分成为该市2016年理科状元，恩平市某地产公司奖给该考生一套100多平方米的“状元房”，引起一片哗然。

除了给“高考状元”赠送房产，近年来，“敕封”高考“状元”、请“状元”进行商业代言，让“状元”骑马游园为景区造势等炒作类报道也频频见诸报端。

事实上，每年在高三学生周

围，都充斥着各色“状元类”衍生商品：高考状元笔记、状元房出租、状元保健品、状元上过的教育机构等相关商品似乎搭上“状元”这趟顺风车，就不会愁销路。

记者在互联网上搜索“高考状元”，显示的相关网页，不乏“状元房”“状元小区”“状元学校”等字眼；在网络购物平台上，冠有“状元”头衔的状元笔记、状元保健品、状元教材等产品大卖；个别

寺庙甚至有“状元香”“状元符”“状元手链”……“状元”也从一个教育产物，演变成为一种拥有完整利益链条的“状元经济”。

南京师范大学教科院副教授殷飞认为，每个“高考状元”都有自己的特点和成长经历，借鉴其好的学习方法和读书态度，对广大考生有积极意义。“状元经济”喧嚣一时，如果炒作什么状元用品，则是异化和扭曲，不可取。

### 功利化心态 “状元”异化成消费“符号”

“十年寒窗无人问，一举成名天下知。”状元情结自古以来深植于国人心中。“高考状元”商业化、明星化，是一个严肃的社会课题。“状元经济”破坏了社会心态，使得“状元”成为消费“符号”，加剧了社会心态的浮躁。

北京大学社会学教授夏学銮认为，过分炒作“高考状元”会加深民众的分数崇拜，对素质教育来说是恶性循环。一些地方宣

传时把“经”念歪了，突出了“尖子”，忽视了“大多数”；突出了学校名气，忽视了教育内涵；突出了考试成绩，忽视了综合素质。

西南政法大学全球新闻与传播学院副教授蔡斐认为，不能将“状元热”完全归咎于媒体，“少部分媒体之所以热衷炒作‘高考状元’‘学霸宿舍’等新闻，在于很多社会民众愿意追逐这些新闻

以及背后的信息，如这些‘状元’‘学霸’在哪个学校的哪个尖子班。换句话说，读者对优质教育资源有迫切的需求，是媒体报道的原因和推动力。”

同时，不乏一些掌握优质教育资源的学校，为了保持教育资源的优势，以便未来招收到更优质的生源、继续做强做大等，也“默契”地迎合媒体、企业等对“高考状元”进行“炒作”。

### 携手降温“状元经济”

黑龙江省教育厅近日要求各地教育行政部门加强中、高考信息管理，禁止宣传炒作中、高考“状元”。除考生本人外，各级教育行政部门及招生机构一律不准向其他任何单位和个人提供考生报名信息。为防止炒作“状元”，广东、江苏、福建等地还对高分考生成绩进行了屏蔽。

政府主管部门、学校、社会应携手降温“状元经济”。一方面，应完善学校办学质量评价体系，遏制“唯分数论”的肤浅教育政绩观；另一方面，应加快教育资源尤其是优质教育资源的平衡布局。

此外，各地高考状元在取得高分后，也应端正心态，加强自律，认识到高考只是人生的节点，经过全面锤炼的人才能走得更远。

“我们现在最关注的还是学生的分数，觉得高考分数就是一切。”安徽省淮北市高考生家长钱星星说，“如果高考不是只看重分数这一个标准，‘状元’也就没那么重要了，‘状元经济’也就没有市场了。”

据新华社

## 全国首台“刷脸办税”智能机器人“上岗”

主动引导纳税人对话 实现无障碍交流

“尊敬的李先生，您好！我是小美，很高兴为您服务。”……全国首台“刷脸办税”智能机器人近日在广东省茂名市电白区地税局国地税联合办税服务厅上岗，吸引众多纳税人的关注。

据了解，这名让纳税人大开眼界的“税务人员”小美，是电白区地税局刚刚引入的第三代智能税务机器人。

作为最新版的智能税务机器人，“小美”收录了几乎所有的国地税业务类型、操作指引和营改增热点问题，不但可以为纳税人提供强大的语音互动咨询、预约取号、业务表格下载、二维码扫描、纳税申报以及发票打印等6大类办税服务，还能在办税厅“流动办税”，主动感应并“走”近纳税人，引导纳税人，提供热情服务。

“小美”是目前国内首款采用

“人脸识别”技术的智能税务机器人，她在事前完成纳税人的脸型、身份证、联系电话等信息采集证

后，纳税人只需现场“刷脸”2秒钟，“小美”即可准确识别，主动叫出纳税人姓名并问好，即时为纳



智能机器人“小美”在为纳税人办理业务。

税人提供优质的自助办税服务。

据介绍，升级后的税务机器人“小美”还能模拟人的思维模式，可以摆脱对问题库的编程依赖，主动引导纳税人对话，实现无障碍交流，她针对纳税人需求做出的相应引导，准确率几近百分之百。

“小美”机器人是该类机器人的最新型号，具备独特的“人脸识别”功能，通过“刷脸”与身份证信息相互验证，有效避免冒用身份证办税的现象，更加安全。

据了解，除了在办税厅为纳税人提供“刷脸办税”服务外，“小美”还能通过Web、App、微信和电话这4种渠道，为纳税人提供24小时全天候服务。同时，“小美”还能在和纳税人沟通过程中不断自我记忆学习，补充自己的知识储备。

据中新网

## 山村残疾青年 网上卖土特产

27岁的“郭大拿”去年在网上帮当地农民卖了一万四千多斤核桃。虽然双耳失聪，四肢蜷曲变形，但这个瘦弱的年轻人并没有屈服命运的安排，在互联网上实现了创业梦想。

“郭大拿”原名郭朋朋，是山西省古县五马岭村人。“郭大拿”是乡亲们送他的外号，在山西方言里，“大拿”是行家里手的意思。

“郭大拿”初中时患了一种名为“进行性肌营养不良”的疾病，身体落下残疾。古县是山西著名的核桃产区，但由于销路不畅，老百姓的核桃只能积压在家中，或低价出售。于是，他尝试把村民的核桃收集起来，在网上销售。经过多年的摸爬滚打，如今，他的淘宝生意已走上了正轨。

“郭大拿”说，“核桃卖出去了，乡亲们高兴。帮买家找到想要的土特产，他们也高兴，这就是我的价值。”

据新华社

## 老人自筹600万元 历时5年建“瓷宫”



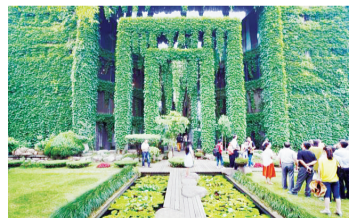
在江西省景德镇浮梁县浮梁镇新平村，86岁的余二妹历时5年自筹600万元打造的“瓷宫”，目前已初具规模。

余二妹12岁拜舅舅为师，开始学习陶艺制作。改革开放后，她独立经营柴窑和陶瓷厂，自己厂生产的陶瓷，余二妹都会收藏起来，几十年下来，她收藏了6万多件瓷器作品。在她80岁时，决定筹建陶瓷博物馆并付诸行动。老人说现在各种博物馆泛滥，而这座建筑的名字就叫“瓷宫”。

经过5年的艰辛付出，目前，老人的第一座“瓷宫”已经初具规模。她说，建造“瓷宫”是为了完成自己的梦想，也是为瓷都景德镇做点有意义的事情。

晚综

## 大宅布满爬山虎 仿佛“绿野仙踪”



日前，浙江省温州市玉苍东路上的一座“绿野仙踪”似的神秘大宅在朋友圈热传，每天都有不少人慕名而来。这座被当地人称为“温州大宅”的大楼外墙布满爬山虎，一条人造瀑布从三重门中缓缓流出，置身其中，如同仙境一般。

据悉，该建筑曾与美国雪儿洛杉矶的家、希腊大海的殿堂、意大利的科莫湖畔别墅等被《安邸AD》杂志评选为“世界最美丽的家”。

让时尚回归自然，让艺术走入日常生活之中，是不少人在观赏这幢奇妙建筑后发出的感叹。

晚综