商务部回应汽车行业“内卷”

配合相关部门加强综合整治与合规引导

新华社北京6月5日电（记者 谢希瑶）商务部新闻发言人何咏前5日表示，针对当前汽车行业存在的“内卷式”竞争现象，商务部将积极配合相关部门，加强综合整治与合规引导，维护公平竞争市场秩序，促进行业健康发展。

在商务部当天举行的例行新闻发布会上，有记者问，近期“零公里二手车”持续引发市场讨论，商务部对于汽车行业“内卷”现象有何看法？何咏前作出上述回应。

何咏前介绍，汽车业是国民经济战略性、支柱性产业，是稳增长、扩消费的重要领域。近年来，商务部深入实施汽车以旧换新、汽车流通消费改革试点等，持续释放汽车消费潜力，培育消费新增长点。近期，商务部有关司局组织行业协会、研究机构和相关企业座谈，听取意见建议，研究进一步做好汽车流通消费工作。下一步，商务部将会同有关部门，继续加强对汽车消费市场跟踪研究和政策引导，推动破除制约汽车流通消费堵点卡点，更好满足居民多样化、个性化消费需求。

商务部：敦促美方彻底取消包括301关税在内各种对华限制措施

新华社北京6月5日电（记者 谢希瑶）商务部新闻发言人何咏前在5日表示，我们敦促美方彻底取消包括301关税在内的各种对华限制措施，与中方共同维护日内瓦经贸会谈共识精神，推动中美经贸关系健康、稳定、可持续发展。

在商务部当天举行的例行新闻发布会上，有记者问，美国贸易代表办公室6月1日宣布，延长对中国在技术转让、知识产权和创新方面的行为、政策及做法的301调查中的豁免期限。豁免期限原定于2025年5月31日到期，现已延长至2025年8月31日。商务部对此有何评论？何咏前作出上述回应。

何咏前表示，中方反对美301关税的立场是明确的、一贯的。美301关税措施是典型的单边主义和贸易保护做法。此前，世贸组织专家组已裁决美301关税措施违反世贸规则。美301关税措施最终成本由美国企业和消费者承担，这是典型的“损人不利己”行为。

另有记者问，当地时间6月3日，美国白宫发表声明称，美国总统特朗普宣布将进口钢铁和铝及其衍生制品的关税从25%提高至50%。请问发言人对此有何评论？

何咏前表示，中方已多次强调，232关税是典型的单边主义和保护主义行径，早已被世贸组织争端解决机制裁定违反世贸规则。此次美方再一次提高钢铝及其衍生制品关税，不仅损人害己，无助于维护产业安全，还将严重扰乱全球产业链供应链稳定，美方做法已遭到多个国家反对。中方敦促美方尊重经济规律，摒弃零和思维，停止泛化和滥用国家安全概念，与各方一道维护以规则为基础的多边贸易体制，通过平等对话解决各自关切，共同维护全球产业链供应链稳定。

假调研解决不了真问题

下基层调研热衷于前呼后拥；发现问题应付了之，群众希望落空；工作解决方案脱离实际，难以落实……今年以来，中央和地方曝光的一些党员干部调查研究虚风，严重背离调查研究本质，是官僚主义、形式主义的表现，值得警惕。

有的党员干部下去调研“坐着小车转一转，隔着玻璃看一看”，不了解民情民意；有的不愿和群众打交道，怕同群众接触惹事上身、怕跟群众交流脱不开身、怕为群众办事麻烦缠身；有的不会做群众工作，同群众搭不上话、坐不到一条板凳上去……这样的假调研、浅调研，不仅解决不了问题，反而浪费大量资源，加重基层负担，影响实际工作。

中央八项规定的第一条，就是要改进调查研究，充分彰显出调查研究作为我们党传家宝的重要性。调查研究要注重实效，不能搞作秀式调研、盆景式调研、蜻蜓点水式调研，要真正把功夫下到察实情、出实招、办实事、求实效上。

不想吃调研的苦，就极易吃“无效”的亏。调查研究首先是“体力活”，需要大量实地走访，广泛搜集材料，有的甚至需要长途跋涉，长期跟踪，才能获取一手资料，掌握真实情况；其次更是“脑力活”，需要对搜集到的材料和观察到的现象深入思考，反复对比研究，透过现象看本质，才能找到破解问题的方法。

面对海量信息，党员干部必须下大力气提升自己的调研能力。调研前要做足前期功课，带着问题去、揣着方法干，有的放矢；直奔基层、直插现场，真正倾听群众呼声，了解群众所思所盼；要建立健全调研成果转化机制，让调研成果变成解决问题的实际举措，努力把调研的一张张“问题清单”变成“成果清单”，做好“后半篇文章”。

党员干部要始终秉持“甘当小学生”的谦逊态度，发扬“解剖麻雀”的求实精神，少一些“出发一车子、开会一屋子、发言念稿子”的虚浮，多一些“蹲点摸实情、入户听真话、现场解难题”的实干，切实把好事办好、实事办实、难事办妥。

新华社北京6月5日电

新华时评·锲而不舍落实中央八项规定精神

警惕非法“校园贷”陷阱 全国学生资助管理中心发布预警

新华社北京6月5日电（记者 魏冠宇）记者5日从教育部获悉，全国学生资助管理中心近日发布2025年第2号预警，提示广大学生警惕非法“校园贷”陷阱。

预警称，非法“校园贷”近期卷土重来，严重损害了广大学生的切身利益。一些不法网贷平台以门槛低、办理快、额度高、利率低为噱头，诱导学生过度消费、盲目借贷，使学生陷入债务困境、面临高利贷风险，部分学生因无力偿还债务而遭受非法催收，引发一系列严重后果。

全国学生资助管理中心提醒广大学生，树立科学理性的消费观，培养理性消费意识和良好消费习惯，合理规划日常开销，避免超前消费、过度消费、从众消费等；通过正规渠道申请资助，国家建立的高校资助体系，包括国家助学贷款、国家助学金、勤工助学等多项资助政策，能够有力保障学生顺利完成学业；若不慎陷入非法“校园贷”困境，一定要留存借款合同、转账记录、催收信息等相关证据，并立即报警，用法律武器维护自身合法权益。

迎接高考

6月3日，在湖北省襄阳市保康县第一中学，高三学生在操场上放飞写有自己心愿的纸飞机。

2025年高考在即，高三学生正加紧复习。一些学校组织减压活动，帮助学生放松身心，以轻松、自信的心态迎接高考。

新华社发（**杨韬** 摄）

“AI押题”噱头吸睛，靠谱吗？

新华社北京6月5日电（记者 赵旭 周思宇 李紫薇）中高考进入冲刺阶段，一些商家以“AI押题”“AI提分”等为噱头推出各类商品、课程，宣称“押题准确率超80%”。动辄上百元的“押题卷”吸引了一些焦虑的考生和家长。

这些被热炒的产品究竟是助力考试的“神器”，还是收割家长钱包的“利器”？记者对此进行了调查。

▶广告诱人价格不菲

“求资料！”在一些社交平台，一批以“AI押题”“AI预测”为名的帖文评论区，充斥着考生和家长的询问。帖文内容五花八门：作文预测、数学重点标注、选择题答案分布分析……

一些账号滚动发布“喂了17万道竞赛题、4千套内部卷”“AI押题准确率超80%”等吸睛话术，推销付费“押题卷”，单科资料包普遍标价百元左右。

记者随机联系一名商家咨询。对方表示，其团队针对新高考二卷研发了语文、数学、英语三套资料包，其中语文、英语主打作文押题，数学则提供基于AI统计的考点分析及两份押题卷，三套售价共299元。购买者多为考生家长，也有少量学生和教师。从商家发布的聊天截图看，近一个月来，数十名顾客转账购买了相关押题卷。

“我们的数据来源是近5年真题、近2年名校试卷，用AI估算考点题型出现的概率，筛选押题内容。”该商家声称，其自研大模型给出的3份押题卷，与2025年浙江首考物理试卷对比，准确预测的考点覆盖分数超过75分。

然而，记者在“押题卷”中发现，所谓的分数“覆盖”，仅指“押题卷”中涉及的宽泛考点在正式考试中同样出现，如“牛顿定律”“电磁学”“几何光学”。而这些知识点本来就是中学物理的教学重点。

除了成规模的“AI押题团队”，社交平台上还有“散户”希望趁机在市场上分一杯羹。记者联系到一名售卖AI“押题卷”的用户，对方自称“利用国外最厉害的算法大模型进行推理”，并可定制押题卷。例如，侧重参考某地区历史试卷或针对考生薄弱题型出题，此项服务收费100元。

▶专家解析AI押题是否靠谱

所谓的AI“押题卷”，是依赖大数据分析与模式识别、自然语言处理及机器学习等生成式人工智能技术，识别和提取历年试题和答案、评分标准、考试大纲、教辅材料等语料的特征规律，试图达到模仿命题逻辑、预测考试题目的。

山西教育科学研究院义务教育课程教学研究中心主任李萍近年多次主持中考命题。她表示，中高考命题均有严格的反押题机制，试题内容要严格区别于市面上的试卷。同时，命题时会结合当年学生的学情，确定考题风格和难易程度；学情数据要基于大量调研和分析，AI是不可能掌握的。此外，中高考强调育人功能，试题设计需考虑跨学科融合，以及“从记忆、分析到创新”的三级思维跃迁等，实现考题反套路化。

北京一位中学教师说，当前高考已从考查学生解题能力，转向考查在真实复杂情境下解决问题的能力，命题者设计的实际情境难以被简单“押中”。“AI基于统计关联‘猜题’，难以真正理解考题背后的具体情境、文化内涵和开放思维。”

中国教育科学研究院研究员储朝晖表示，AI预测仅停留在知识点表层，无法触及高考考查的高阶思维和复杂问题解决能力。

AI“押题卷”还存在误导备考风险。

当前不少AI工具存在“幻觉”问题，常编造看似合理实则漏洞百出的信息。业内人士提醒，机构若直接使用此类内容作为产品，有可能严重误导学生。“过度依赖AI押题，极易误导复习方向，浪费冲刺阶段的宝贵时间，反而让学生忽略了系统复习知识体系和掌握应对考试本身规律的重要性。”山西省阳泉市实验中学物理老师南明科说。

教育部近日也提示，高考命题持续深化改革，更加注重考查考生关键能力、学科素养和思维品质，突出反押题、反套路的导向。依靠AI或所谓“专家”押中题目的可能性极小。考生将大量精力投放到“押题卷”，不仅在备考时间安排上得不偿失，也容易被不法商家所骗，带来经济和心理上的双重损失。

▶科学备考谨防营销陷阱

学习本无捷径。同济大学教育评估研究中心主任樊秀娣认为，无论是传统的人工押题，还是热门的“AI押题”，本质是商家利用考生和家长考前焦虑心理开展的营销炒作。

北京航空航天大学法学院副教授赵精武表示，这类宣传属于典型的虚假营销。商家通过偷换概念虚构“高考押题准确率”，涉嫌违反广告法。“广告法第28条在界定‘虚假广告’时就提及了‘虚构使用商品或者接受服务的效果’。‘AI押题’等相关营销活动符合‘虚假广告’情形。”赵精武说。

重庆三智律师事务所主任赵树乾指出，商家宣称“AI押题卷与真题相似度达87.5%”“AI提分”等，本质是通过模糊的算法比对制造“押中”假象，且“相似度”标准缺乏权威定义，易使消费者误以为购买后可大幅提高分数，属于误导性宣传。

此外，近期有不法分子通过制作钓鱼网站，用发短信、网页弹窗等方式出售所谓的“高考真题和答案”，点击进入便会以“预付订金”等名义要求付款。

业内人士建议，针对“AI押题”营销乱象，监管部门应严查夸大宣传和虚假营销行为，打击利用押题诈骗及侵犯个人信息等违法行为。相关网络平台需认真落实信息内容管理主体责任，持续加大对涉考违法违规信息的监测处置力度。此外，还应推动AI教育产品合规认证，建立算法透明度与安全审查机制，要求开发者披露数据使用逻辑，减少“AI幻觉”误导。