

高考志愿填报如何避坑

高考成绩陆续公布

步入盛夏,高考成绩及分数线也进入密集发布阶段。据北京商报记者梳理,截至6月23日下午,江西、云南、宁夏、内蒙古等多地已公布高考分数线。从北京的安排来看,北京高考评卷工作从6月8日开始,预计于24日结束。期间,北京全市组织1315名教师,在北京大学、清华大学、北京师范大学、首都师范大学、北京第二外国语学院、北京工业大学等6个评卷点进行评阅。

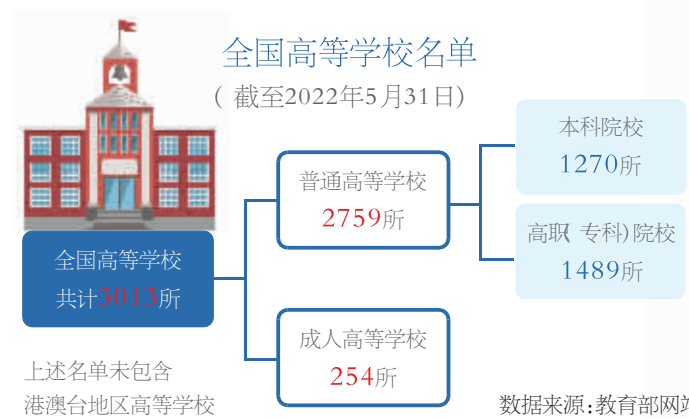
根据时间安排,北京将在6月25日中午前发布高考成绩,同时发布各批次录取最低控制分数线和全市高考考生分数分布表。6月27日8时-7月1日17时,统考考生可填报本科志愿,单考考生可填报单招志愿。

为方便考生在填报志愿时查询院校信息,教育部也于日前公示全国高等学校名单。截至2022年5月31日,全国高等学校共计3013所,其中普通高等学校2759所,含本科院校1270所、高职(专科)院校1489所;成人高等学校254所。名单中未包含港澳台地区高等学校。

考生在填报志愿时可先查找相关院校信息,避免上当受骗。

值得考生关注的是,教育部此前印发的《关于公布2021年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》显示,今年有31个新专业被正式纳入本科专业目录,包括国际税收、智慧海洋技术等专业。这些新专业也将成为考生的新选择。

6月23日起,全国各地高考成绩及高考分数线陆续出炉。填报志愿成为摆在考生们面前的头等大事。近年来,各类志愿填报指导服务层出不穷,为避免家长和考生上当受骗,教育部发布预警,提示考生谨防“高价志愿填报指导”陷阱。据悉,目前教育部已启动2022年高考网上咨询周”活动,通过文字问答、视频直播两种方式为广大考生提供免费志愿填报咨询服务。



避开填报志愿陷阱

北京商报记者注意到,目前社会上存在机构或个人向考生和家长开展“高价”志愿填报咨询活动的情况。这些活动往往存在政策解读不精准、信息提供不准确、费用收取不规范甚至诈骗等问题。针对这些五花八门的指导咨询服务,教育部也向广大考生和家长发出预警。

教育部提示,广大考生要综合参考本地招生考试机构和所在中学、有关高校提供的咨询服务信息,结合本人实际情况,自主合理填报,切勿轻信所谓的“高价”志愿填报咨询服务。

“志愿填报服务只是工具,家长和考生要先了解清楚这些服务的定位。”中国教育科学研究院研究员储朝晖在接受采访时指出,家长和考生不能完全依赖高考志愿填报服务,也要尽量避免对这类服务期望过高。

围绕近年出现的“志愿填报服务”虚假诈

骗案例,教育部也作出梳理汇总。具体来看,这些案例中包含了虚假宣传拥有“内部信息”、假冒志愿填报专家身份、假借咨询服务名义进行诈骗等多类侵害考生权益的情况。如某网站自称掌握内部大数据,能够“精准定位院校”等。但事实上,每年高考填报志愿前,各省级招生考试机构都会发布当年高考成绩统计情况和近年来各高校录取分数情况,并不存在市面上的咨询机构或个人声称的“内部信息”。

认准官方信息

实际上,目前教育部正深入实施2022年高考护航行动”。据悉,教育部已开展“点亮权威考试招生机构官网标识”专项行动,协调相关互联网平台对各省级教育招生考试机构和属地高校注册的官方网站、微博、微信公众号、百家号等在互联网上进行统一权威标识,以便于广大考生和家长识别,获取正规的招生政策和服务信息。

同时,教育部要求各省开展志愿填报咨询服务“五个一”活动,即至少开展一次覆盖全体师生的志愿填报政策培训、提供一本志愿填报指导材料、组织一场线上直播咨询活动、播出一档电视或电台政策宣讲节目、发布一期志愿填报预警信息。

此外,2022年全国普通高等学校招生网上咨询周”活动也已经于6月22日启动,将持续至28日。考生可登录教育部“阳光高考”信息平台进行咨询。平台提供文字问答和视频直播两种方式,其每日文字问答的咨询时间为9时至17时。教育部也鼓励高校要积极采用视频直播方式开展招生宣传和咨询。

“现在各个学校都发布了高考相关的招生信息,比如历年来的录取分数线。”储朝晖表示,“这些信息可以作为考生的基础参考。同时,考生也要对打算报考的目标院校做一些深入了解。而对考生来说,填报志愿时最重要的因素就是认清自己的优势所在,再去填报专业和学校。”北京商报记者 赵博宇

点映及预售超4000万《人生大事》再燃电影市场

未映先火的电影《人生大事》,即将于6月24日正式登上大银幕。随着上映时间逐渐临近,该片的热度也进一步升高,据灯塔专业版显示,截至6月23日16时46分,该片的点映及预售票房更是已超过4000万元,居于一周内地想看榜首位。《人生大事》势如破竹般的声势,不免令业内好奇上映后该片能搅动多大观影潮。

居想看榜首位

即将迎来的这个周末,正在被《人生大事》这部进入上映倒计时的电影带动起热潮。

公开资料显示,《人生大事》由导演刘江江执导,演员朱一龙领衔主演,同时演员杨恩又、王戈、刘陆、罗京民主演,该片讲述刑满释放的殡葬师三哥在一次出殡中遇见了孤儿武小文,意外地改变了三哥对职业和生活态度的故事。

该片此前曾于2021年底宣布计划2022年4月2日上映,随后在今年3月25日发布公告称决定取消原先的上映计划。经过两个多月的等待,6月8日《人生大事》终于发布定档海报,正式宣布将于6月24日在全国上映,6月19日、6月23日超前点映。

尽管中间经历了撤档再定档,但《人生大事》的热度却并未受到影响。截至北京商报记者发稿,《人生大事》的淘票票想看人数也进一步增长至36.63万人,居于一周内地想看榜首位,且仅近一周内,想看人数便增加了近3万人。

与此同时,灯塔专业版显示,截至6月23日16时46分,《人生大事》的点映及预售票房已突破4000万元门槛,其中,该片以3.5万场点映场次,实现点映总票房超过2700万元,而预售票房则累计达到1284.8万元,并继续保持着增长。

点映评分创纪录

随着《人生大事》点映场次的开设,该片的映前口碑反馈正渐渐出炉,并成为带动影片热度上

升的另一推动力。

淘票票点映评分显示,截至北京商报记者发稿,《人生大事》的点映评分达到9.6分,其中92.1%的评价者为该片打出9-10分,8分及以下的评分占比不足一成。而这一点映评分,也《人生大事》创造了过去三年剧情片和家庭片点映评分纪录。

而从购票用户的性别分布来看,女性用户以88.5%占据较大比例,同时《人生大事》的平均评分打出9.7分,男性用户的占比虽仅有一成左右,远不及女性用户,但对该片的平均评分也在9分以上,并打出了9.3分的分数。

此外,在购票用户年龄分布方面,25-29岁用户占比最高,达到28.4%,《人生大事》的平均评分为9.6分,紧随其后的则是20-24岁的用户,占比为25.3%,30-34岁的用户占比排在第三位,但对该片的平均评分则达到9.7分。

“点映的设置可在一定程度上影响到对影片正式上映后初期的市场表现。”影评人刘贺表示,观众当下看电影的行为已不会简单地被绚丽的预告片或宣传文案所打动,而是会结合自身对影片的兴趣以及作品实际口碑等因素来共同决定,如若一部影片开设点映,且首波传递出较好的反馈,能提升观众最终选择观看这部电影的决心,但如若点映口碑不及预期甚至是负面口碑占比较大,也会劝退观众,消除人们的观影欲望。

市场复苏再添柴

面对《人生大事》较高的热度,电影院也已开始进行各项准备,且在影片上映首日,该片的排片占比已达到24.4%,共计6.1万场。



尽管从数字上看,这一排片占比看似不及电影《侏罗纪世界3》34%的占比,但值得注意的是,《人生大事》自6月24日晚18时才正式在全国影院上映,当日的放映时间只有6个小时,远不及其他影片,却依然能获得超两成的排片占比。而从6月25日起全天放映后,据灯塔专业版显示,《人生大事》的排片占比便开始超越《侏罗纪世界3》等其他影片。

而另据映前媒体票房预测显示,当下多方对该片上映后的累计票房也较为看好,并预测能实现8.74亿-16亿元的票房。若该预测能最终实现,《人生大事》则有望进入2022年国内电影票房排行榜的前五位。

在刘贺看来,现阶段电影市场的热度正渐渐升温,《人生大事》的上映也将继续添一把火,这把火不仅是吸引更多观众来到电影院观影,也是增加更多电影出品方的信心,从而实现更多优质作品能够陆续定档与观众见面,从而又进一步刺激观影欲望,由此整体推动电影市场的复苏。

北京商报记者 郑蕊

图片来源:《人生大事》官方微博

X 西街观察 Xijie observation

苹果还没找回“仙女棒”

张绪旺

按照惯例,距离苹果秋季发布会还有几个月,但iPhone 14系列的相关传闻已经多了起来:电池容量将会更大,增加了古铜色版本,或许抛弃了“刘海屏”,还是1200万主摄像头……真真假假的消息,撩拨着粉丝的心绪,也再一次让友商放宽了心。

苹果是不是创新的代名词,仁者见仁智者见智,毕竟外观设计专利也是专利,微创新也是创新。只不过在市场号召力和竞争力两个维度,苹果被寄予厚望很久了。

“如果我有仙女棒,变大变小变漂亮。还要变个都是漫画、巧克力和玩具的家。”经典动漫《机器猫》中文主题曲,演绎了小朋友对新奇、梦幻和创新的渴望,但苹果显然还没找回自己的“仙女棒”。

iPhone今年15岁,上一次大震撼还是十周年的时候。2017年问世的iPhone X,取消了home键,推出了“刘海屏”——前者为人津津乐道,后者挑战行业审美。

无论如何,被罗永浩痛斥为“奇丑无比”的设计,当年仍是创新标杆引来厂商模仿。直至罗永浩折戟锤子手机,投身直播带货,转了一圈又回到AR硬科技,苹果终于极大可能抛弃“刘海屏”,个中巧合让人啼笑皆非。

更要命的成分,来自友商。屏幕变革的这五年,安卓阵营大踏步前行,全面屏、挖孔屏、柔性屏、折叠屏……拆解成参数,扩大到摄像头像素、CPU功效、电池续航、充电效率、价格

优势等多个维度,友商似乎对苹果形成全面碾压。这种数学上的对比,甚至安卓厂商们都懒得再用“不服跑个分”来diss苹果。

其实,iPhone蛮有人缘,依靠不错的集成能力和情怀加分,在用户这里大有市场。但希望越大失望越大,与五年的自己、十五年的自己相比,苹果的魔力消弭没能刹住车。

翻看iPhone 14系列的爆料消息,苹果陷在挤牙膏式的创新里不能自己。手机的未来是什么?没有企业能一锤定音。但至少折叠屏、全面屏等可见的技术路线上,苹果的“克制”令人着急,也让人生气。

前文所述,苹果的“仙女棒”近些年总指向不痛不痒的地方,更多的尺寸选择,一看就是新品的新配色、每次升级一点的电池电量,确实“变大变小变漂亮”。拥趸想要的,不能年年满足于,也要“巧克力、漫画和满足是神奇的玩具”。

创新这件事,固然与对手竞争,更重要的是超越自己。只比对手好一点,赢了市场未必能赢得口碑,打破沉闷需要硬创新黑科技。

同样的未雨绸缪,也送给安卓阵营尤其是国产品牌。智能终端的竞争打了很久,在制造销售端总算跑到了近乎同一个路口。如果国产品牌在产品集成层面能抓住机会反超且拉开距离,同时尽快补上芯片等供应链短板,对苹果期待与否,消费者就不必关心了。