

随着AI领域的快速发展，AI培训日渐火热，各类培训课程层出不穷。这些课程往往只教授某个模型工具的操作方法，却宣称能帮助学员实现“AI技能变现”。低价入门，高价卖产品、卖会员、卖素材，成为其惯常套路。

6.6元“入门”1599元“进阶” AI培训课程为何越学越贵



不少AI课程与卖产品、卖会员、卖素材相捆绑

2月16日，文生视频大模型Sora发布，立即引发广泛关注。从事互联网运营的邱娜觉得自己必须有所行动了。“难以想象输入文字就能生成视频，这种强大的技术能力让人感觉不学就要被淘汰了”。

“一个长期关注的PPT公众号推出了6.6元的AI设计体验课，我在2月25日付费进群，26日开课。”邱娜加入的课程微信群有近160名学员。根据助教人员提供的兑换码，学员可以在3天内免费使用AI工具网站上的部分素材，输入关键词即可得到一幅由AI绘制完成的图片。

据邱娜介绍，在录制课和直播课中，培训老师向学员们强调，AI设计适用于缺乏绘画和摄影专业技能的“小白”，可以帮助生成合适的素材资源且不用担心版权问题，是一个“零门槛、实用又赚钱的技能”。

“体验课结束之后，想要再用网站怎么办呢？”当邱娜询问助教人员，对方表示可以报名价值1599元的正式课，再免费使用3个月会员权限，之后组织大家团购，一个月大概19元。

对方还告诉邱娜：“AI绘画工具之所以这么厉害，是因为要持续消耗算力，所以好的工具都不是免费的。报名正式课之后可以帮助对接定制商单，一单挣回学费。”从6.6元到1599元的进阶式付费模式，让邱娜既害怕错失学习机会，又担心是否会有更多付费套路。

记者调查发现，类似的AI课程五花八门，但不少课程都与卖产品、卖会员、卖素材相捆绑。除了依靠工具网站的使用和资源收费，由AI课程衍生的付费项目还包括：为AI工具提供提示词或剧本、制作AI工具图片素材、有关背景知识搜集和整理、课程资源二次销售等。

AI培训热度背后反映出部分职场人士的焦虑

尽管AI培训课程的内容鱼龙混杂、收费不一，但其热度的背后，都是公众对新兴技术的兴趣以及部分职场人士的焦虑。

“面对新技术的时候，我们很容易产生一种害怕错过的情绪。当大家都在讨论某一个新技术的时候，好像你不跟进的话，显得有点落伍，进而产生焦虑。”在清华大学新闻与传播学院教授沈阳看来，科学技术快速发展的进程中或科技泡沫中，这种情绪非常明显。

作为一名互联网从业者，邱娜经常会接文字排版、PPT制作、海报制作等兼职商单，自从ChatGPT（通用聊天机器人）发布后，她一直为如何利用AI工具提高工作效率而焦虑。

对此，心理咨询师唐婧也有明显的感受。“2月22日，一家企业的高管就向我倾诉，感觉到自己的很多工作内容被AI替代，人力成本收缩，导致自己和团队的压力很大。”近两年，越来越多前来咨询的职场人士向唐婧表达了关于技术发展带来的焦虑以及迫切希望掌握AI技术的愿望。

2023年7月，智联招聘联合北大国发院发布的《AI大模型对我国劳动力市场潜在影响研究报告》显示，有69%的受访者尝试使用过ChatGPT、文心一言等大型语言模型类AI工具。面对AI工具的普及以及带来的影响，65.8%的受访者表示，将参加AI工具使用技能的培训课程。

业内人士称短期内很难形成体系化的培训课程

尽管AI培训需求旺盛，但不少业内人士表示，AI大模型推出时间不长，短期内很难形成体系化的培训课程，目前AI培训“虚火”较旺。

“大家往往会低估长期的发展，高估短期的进展。”沈阳表示，从长远来看，AI应用前景确实非常广泛，但就短期而言，AI的舆论热度多多少少有高估的成分。

在业内人士看来，AI技术和AI工具使用，是两个不同的领域。一家电子商务网站的AI工程师告诉记者，开发者更多关注技术，终端用户更关注功能实现，而广大职场人士则希望通过培训，掌握一定的技能。与前两者相比，后者的需求更容易“满足”。

记者采访调查了解到，不少此前从事PS技术、视频制作、电脑绘图等互联网技能培训的创业者，争相将AI技术纳入核心培训业务，以期从“AI+”的热度中再度捞金。

还有一些培训课程通过“卖课”的形式“卖产品”，但这些AI产品并不一定适用于个人使用者。2021年，创业者李想成立一顾数字科技公司，专注通过AI技术提供人力资源服务。从面试防作弊监控到AI面试大模型，再到一键生成人力培训视频课件，李想和团队开发的众多AI产品，最终服务对象是高校、企业，而不是个人使用者。“大部分人并不需要通过所谓的培训课程，尤其是那种收费高的课程来学习工具的使用。”李想表示。

据《工人日报》

消费资讯

“消协315”平台上线 消费者维权更方便

“全国消协智慧315”平台（以下简称消协315平台）于2024年3月15日上线试运行。该平台上线标志着全国消协组织有了统一的受理投诉渠道，为消费者反映日常生活中遇到的消费问题提供方便。

消费者可通过微信搜索“消协315”小程序、登录网址（<https://315.cca.org.cn>）等方式进入“消协315”平台进行投诉咨询。经营者可登录网址（<https://315.cca.org.cn>）申请入驻平台进行投诉和解。

“消协315”平台开通消费者在线投诉端口，全国消协组织实现在线接收消费者投诉。消费者可随时随地登录平台进行投诉，通过在线投诉、在线提交证据、在线协商、在线查询等功能，反映消费者诉求。通过互联网、数字化、人工智能技术，消协组织实现对消费者投诉的在线受理、在线分办、在线和解、在线调解、在线反馈，消协组织、经营者、消费者三方在线互动，促进投诉便利化、信息透明化、处置快速化。对于收到的涉及未入驻经营者的消费者投诉，平台将第一时间向社会公开投诉信息，督促相关经营者入驻平台并解决消费者的投诉。

据《中国消费者报》

国家标准今年7月实施 老人鞋产品有“标”可依

作为老人鞋市场的首部国家标准，历时3年、由12家单位共同起草的GB/T43587—2023《老人鞋》于近期发布，并将于7月1日正式实施，结束了老人鞋行业“无标准可依”的现状。

近年来，老年人群体日益庞大，老年人的穿鞋问题也受到广泛关注。一般来说，随着年龄增长，人的脚会有足弓塌陷、脚部变宽等足部特征变化。部分人还表现出行动迟缓、稳定性变差等生理和行为变化。与之相对应的鞋类产品的要求也与普通旅游鞋、运动鞋等有所不同。虽然老人鞋市场呈快速增长趋势，但产品质量参差不齐。

此外，由于老人鞋属于新兴产品，目前不少生产企业执行的标准是GB/T15107《旅游鞋》或QB/T2955—2017《休闲鞋》等，这些标准并未对鞋的防滑性能、减震性能提出相关要求。标准执行上的混乱不仅让消费者在选购时感到迷茫，也影响老年人的穿着体验和安全。

《老人鞋》国家标准规定了老人鞋的术语和定义、技术要求、试验方法、结果判定、检验规则、包装、运输、贮存，全方位守护老人鞋品质与性能。充分考虑到了老年人对鞋的特殊需求，如规定了鞋头设计要满足老年人足部生理变化，宜圆头或宽头设计、有效足跟不超过25毫米；老人鞋需结合老年人的生理需求，帮面固定方式应便于老年人穿脱，不宜采用有自由端的系带结构，鞋后帮或鞋外侧宜有反光条。

据《中国消费者报》