

观点
扫描

如今AI浪潮来袭，思考更是我们不能丢弃的核心能力。技术不是魔术，学习本就不会轻松，暴利卖课本质是一种投机喧嚣。愿我们每个人都能保持清醒的头脑和本心，做AI时代耳聪目明的独立思考者。



随着社会分工的加深，越来越多年轻人不会做饭，许多人即使会做饭也只是弄个家常菜，大菜、硬菜能做的少。预制菜种类则丰富多了，更重要的是，品质相比于刚开始也有了不小的进步，给想在年夜饭上为家人做一桌大餐的年轻人提供了一个选择。

卖DeepSeek课程？不，他们“卖刀”！

AI时代最赚钱的都有谁？答案一定少不了“卖课的”。DeepSeek崭露头角之际，技术开发者还在忙着更新迭代的时候，《普通人用DeepSeek搞钱的10个野路子》《2天学会AI变现》等课程已经批量上架，有博主甚至公开炫耀自己靠收费社群4天赚了20万元，假借DeepSeek之名的“割韭菜”之“刀”又快又利不禁令人感叹！

从元宇宙到ChatGPT，再到DeepSeek，每当新技术爆火时，总有“卖课”行为一哄而上。记者曾询问多位技术人士，他们的观点出奇一致：向普通受众传递新技术、新知识是好事，但现在投机者越来越多，快把市场“玩坏了”。

他们的课程知识量低，焦虑量高。一些授课老师与其说是技术“大拿”，不如说是营销专家。他们先想方设法让自己跟名校名企攀亲带故，在头衔上大书特书，然后把DeepSeek包装成赚快钱的“灵丹妙药”，对自由职业者吹嘘：2天速成，有人已月入5万！对“打工人”说：自动写周报，保住你的35岁！对想学AI的人喊：让你AI学习效率提升10倍不止，再不学就晚了！

他们大多只管收钱，不管教学质量。“交钱前承诺包教包会，付款后只剩自生自灭。”受访者表示，许多课程把免费资源包装成“秘籍”，质量参差不齐。据媒体报道，一位花199元购买“教DeepSeek做自媒体爆

款内容”课程的消费者直呼上当，课程都是网上能查到的信息，所谓爆款技巧也没有参考性。一位花钱购买DeepSeek本地部署教程的消费者告诉记者，自己部署的DeepSeek并不好用，“得先花钱买芯片或者算力，单靠笔记本电脑根本不行”。

暴利卖课之所以令人叹息，是因为“知识镰刀”收割的是人们的求知欲，国产创新好不容易收获了国民认可度，却要被这些蹭热点的投机者恶意消耗，进而引发一系列劣币驱逐良币问题。

采访中，记者收集到了一系列呼吁：以DeepSeek、AI等为名义的课程，也是培训课的一种类型，能否对这些卖课方进行监管，保护消费者合法权益？技术人士认真撰写DeepSeek解析文章通常只有很少的阅读量，而“5分钟速成”却能大行其道，流量算法能否不再奖励“伪学习”？大众平台缺少真正的官方和专业人士讲解，能否加强正规科普，让“李鬼讲师”无处遁形？

人工智能先驱图灵曾提出世纪之问：“机器能像人一样思考吗？”如今AI浪潮来袭，思考更是我们不能丢弃的核心能力。技术不是魔术，学习本就不会轻松，暴利卖课本质是一种投机喧嚣。愿我们每个人都能保持清醒的头脑和本心，做AI时代耳聪目明的独立思考者。

董雪 来源：新华每日电讯

预制菜上百姓餐桌还需过几关

每逢春节，年夜饭常常是最隆重而又充满仪式感的。而今年春节有点不一样，预制菜在许多人的将信将疑中走上了年夜饭的餐桌，“预制菜在骂声中卖爆”成了多个社交平台的热门话题。数据显示，今年预制菜销售额已突破200亿元，同比增长超过50%，可谓爆发式增长。

节日之前，社交媒体上就有许多网友发帖“求推荐适合年夜饭的预制菜”，评论区网友纷纷晒出了自己认为好吃、有性价比的年夜饭预制菜清单。越来越多人开始接受这种形式，它让不会做饭的人也能在家做出一桌丰盛的年夜饭，方便、耗时短、种类齐全，一些消费者还惊喜地发现，有的预制菜年夜饭味道还不错，不输饭店。据不完全统计，2025年共有23家预制菜相关企业推出了预制年夜饭大礼包，其中，预制菜企业9家，餐饮品牌14家。

充满争议的预制菜，为何能在今年春节销售火爆？主要原因是方便。预制菜分为半成品、成品，半成品已经经过初步的加工，仅需要简单的烹饪即可食用，而且配有烹饪指南，火候、调味相对容易掌握，口味相对稳定。成品则经过完整的加工，可直接食用或加热后食用。五分钟做好一盘小龙虾、十分钟出炉一份烤鱼，几道菜同时做，甚至只需要二十分钟就能搞定一桌大餐，大大减轻了年夜饭厨师的负担。

预制菜年夜饭的主要客群是“90后”“00后”的年轻人，这一群体更有意愿尝试新兴事物。随着社会分工的加深，越来越多年轻人不会做饭，许多人即使会做饭也只是弄个家常菜，大菜、硬菜能做的少。预制菜种类则丰富多了，更重要的是，品质相比于刚开始也有了不小的进步，给想在年夜饭上为家人做一桌大餐的年轻人提供了一个选择。相对在酒店吃年夜饭，预制菜性价比往往更高，还不用大冷天出门，更加随意。

在看到预制菜优势的同时，也不能忽视消费者的

种种顾虑。从网友讨论中可以看出，仍有不少人对预制菜持怀疑态度。最让消费者挂心的问题便是安全性、健康性，消费者普遍担心添加剂过量、食物不新鲜，食用预制菜会伤害健康。口味也是消费者担忧的一个重要方面，一些预制菜品牌口味不错，但也有的口味一言难尽。此外，色泽不佳、实物与包装袋宣传图不符、淡化年味等问题，也让许多消费者不敢轻易尝试。

预制菜想被端上更多节日餐桌，赢得消费者信任，如今还需要加点火候。消费者对于预制菜的顾虑，要靠相关企业用长期的品质保证来打消。企业要加强研发，促进上下游企业和科研单位加强合作，增强优质原料保障能力。在调味、口感、保鲜上多下功夫，提升气调保鲜、品质调控、新型包装材料等关键技术创新研发水平，加快先进生产工艺应用，不断提高预制菜的品质和口味，让消费者吃到口味更多样、安全健康更有保障的预制菜。在欢聚氛围上下功夫，适度给消费者保留一些加工步骤，提高消费者的厨房“参与感”，让消费者在享用美食的同时共享亲情友情。

市场秩序需要经营主体自觉主动维护，也需要相关部门加强监管。要及时推进预制菜标准体系建设，加强生产许可管理，加大监督检查力度，督促食品生产经营企业按照预制菜原辅料、加工工艺、贮藏运输等要求从事预制菜生产经营活动，让预制菜产业在群众的监督下发展。市场监管主体应定期开展专项整治行动，重点打击滥用食品添加剂等消费者集中担忧的问题。积极营造良好的产业发展环境，鼓励相关行业协会、产业联盟等加强行业诚信体系建设，推进预制菜品牌培育。还要大力推广餐饮环节使用预制菜明示，保障消费者的知情权和选择权。各方共同努力，让预制菜在阳光下制作，才能走上更多百姓餐桌。

仇莉娜 来源：经济日报