



“零基础学AI”的是你 “轻松月入过万”的是他

部分“AI+”培训定制骗局网“围猎”年轻人



重庆晨报
民生在线
扫码关注

难事、烦事、委屈事、不平事、
新鲜事告诉我们，记者帮你办

一个精心设计的陷阱

“零基础学AI，轻松月入过万”“适合在校大学生，课余时间就能做”——在不少短视频平台上，类似广告非常具有诱惑力。

来自四川内江市的大学生小张正是被这样的诱惑击中，掉进了精心设计的陷阱。

2025年6月，小张在网络直播间看到一则“零基础学AI轻松变现、学不会全额退款”的广告。课程顾问热情介绍，只需支付2690元购买基础课程，学成后接单每月至少收入5000元。小张心动付款后，课程顾问却开始以“账号流量低、起步慢、变现难”为由制造焦虑，接连推销5000元至10000元的高阶课程和流量套餐。当小张意识到不对劲、要求按承诺退款时，对方却搬出电子合同，称“开课后仅退10%”。小张这才发现，报名时匆忙勾选的电子合同里，一堆密密麻麻的条款中竟然藏着高额违约金的“暗雷”。

“快要毕业了，想着能学一门新技术也好，没想到就被骗了。”小张懊恼地说。

无独有偶，四川德阳小伙朱先生近期花费9580元购买了某科技公司的“AI+”视频剪辑教学服务，却发现所谓的“精品课程”不过是画质模糊、内容简陋的录播材料，与宣传的“名师一对一指导”相去甚远。该公司只同意退还1376元人工服务费，拒绝退还8204元技术服务费。纠纷直至当地消委会介入才得以解决。

令人忧心的是，短期内四川内江市消委会就收到上百起情节雷同的投诉。涉事经营者虽公司名称不同，但操作模式惊人一致：以免费或低价“AI+”培训体验课引流，用虚假成功案例制造信任感，再以“仅剩最后优惠名额”催促消费者仓促付款，甚至诱导经济能力有限的大学生办理分期付款。不少年轻人在“随时可退”的口头承诺下签订了分期付款合同，签署后才发现合同内暗藏高额违约金条款。

近期，四川省保护消费者权益委员会发布的统计报告显示，2025年全年“AI+”培训相关投诉达3739件，同比上升2.21个百分点。“通过对投诉案例的分析，我们发现受骗的年轻群体比较多。”四川省消委会投诉部主任彭欧说。

为年轻人定制“骗局网”

记者调查发现，“AI+”培训乱象频发，其危害远不止是几千元的学费损失，它更像一张精心编织的大网，将涉世未深的年轻人牢牢套住。

——虚假宣传，定制“围猎”产业链：记者采访发现，一些商家编造虚假成功案例、伪造收益截图诱导消费，重点瞄准社会经验不足、经济需求迫切的大学生群体。不少所谓的“AI+”培训老师、培训课程都是从第三方打包购买的，不少直播课程实为录播。

更恶劣的是，涉事企业往往在收取大量学费后快速“隐身”，通过列入经营异常名录、注销公司等方式逃避维权责任。四川省消委会律师顾问团成员、四川川商律师事务所律师主任张义文认为，这类行为已涉嫌违反广告法、消费者权益保护法乃至刑法的相关规定，构成虚假宣传与欺诈行为。

——诱导大学生办理分期付款：记者

近年来，随着人工智能技术席卷各行各业，一股以“AI创作”“Python编程”“AI配音”等为名的新型“AI+”培训热潮异军突起。然而，这场技术盛宴的背后，一条精准瞄准涉世未深年轻群体的“割韭菜”产业链正在悄然成形。

记者近期调查发现，从引流噱头到合同陷阱，这类“AI+”培训已形成一套完整的“收割闭环”。



采访了解到，部分商家以“兼职收入能覆盖分期付款”为由，诱导经济能力较弱的大学生开通分期付款，一旦培训课程无法兑现承诺，学生不仅学无所成，还要背负债务。

——退费无门、维权困难：“类似的培训大多都在网上，培训课程运营的是一个公司，贷款的又是另一个公司，经营主体非常复杂，维权的时候双方扯皮，很难找到具体负责的经营主体。”一位被骗大学生坦言。

“我们接到的投诉受害者也遍布全国多地，这类骗局往往会设置层层掩护，有的甚至是空壳公司，即便消委会出面调解，也很难找到实际经营者。”彭欧说。

构建多方共治的防“坑”屏障

面对“AI+”培训乱象频发的趋势，业内人士呼吁，亟待从“源头管控+精准维权+行业引导”三维发力，通过深化消费者教育、强化多部门联动监管、督促平台履行主体责任、多措并举推动新兴消费领域规范健康发展。

监管部门需向前一步，建立联动处置机制。四川内江这起案件经当地政法委统筹，协调公安、网信等部门联合处置，为小张拿回了2421元退款，并批量化解百余起投诉，累计挽回损失40余万元。四川省消委会相关负责人建议，开展“AI+”培训商家专项排查整治，对违规经营、投诉集中的商家依法曝光，严厉查处虚假宣传、设置霸王条款等违法行为，对涉嫌合同诈骗、卷款跑路等行为依法移交公安部门立案侦查。同时，全面推行“AI+”培训服务合同标准化，明确双方权利义务，杜绝不合理限制条款。相关部门也应建立联动机制，动态筛查线上培训广告，重点整治“保收益”“速成”等虚假宣传。

平台方则必须扛起主体责任，不能当“甩手掌柜”。当前，培训机构正是利用平台广告引流，再转入私域社群运营，客观上形成了监管缝隙。张义文建议：“短视频、直播等平台需严格核查入驻机构的营业执照、办学资质，对‘月入过万’‘轻松赚钱’等涉嫌虚假宣传的内容建立前置审核机制，及时清理违规话术。”此外，还要抓实源头管控，推动完善行业监管标准，明确准入、服务及收费规范。

消费者自身也需提升“免疫力”，理性看待“暴富神话”。多位专家呼吁，年轻消费者在购买“AI+”培训课程时，要理性看待宣传案例与收益承诺，切勿轻信“学员高收益案例”，谨慎对待抽奖等促销手段。更重要的是，要保存好聊天记录、页面截图、交易凭证等相关证据。

相关新闻

谁在“围猎”银发群体？ 监管部门重拳整治！

先在短视频平台积累粉丝，再在私域直播间诱导老年人购买所谓“神药”“神器”……今年“3·15”晚会起底了诸多“私域营销”套路，加之不久前市场监管总局公布了一批私域直播虚假宣传典型案例，一条针对老年群体的灰色产业链正浮出水面。

公域引流，私域成交

江苏齐女士的母亲被拉入“中百之家”微信群，群聊以红包、购物券为诱饵完成引流，主播“齐总”打着慈善福利的旗号直播带货，售卖“三无”产品。老人对素未谋面的主播深信不疑，将子女的劝阻当作耳旁风，家中堆起如山的“三无”产品。

这起典型的骗局，正是私域直播针对老年群体“公域引流，私域成交”套路的生动体现。

这并非个例。近期，市场监管总局公布一批典型案例，精准戳中这类骗局的共性：专盯老年群体的健康需求下手，不法商家通过虚假宣传，将普通商品包装成医治百病的“神药”“神器”，诱导老年人购买。

典型案例中，部分私域直播平台作为运营方，成了虚假宣传的“帮凶”。

广州赞赏信息科技有限公司作为“微赞”平台运营方，为商家提供虚拟人气、马甲互动、自设销售数据等有偿服务，营造虚假火爆的引流氛围，且未履行商家资质审核义务，放任其引流老年人做药品、保健品虚假宣传，最终被罚110万元。

厦门何某某的套路更常见：靠短视频平台近千万粉丝的账号在公域吸粉，引流至微信后，售卖无资质自行分装的胃舒固体饮料，还谎称能治胃病、胃酸等胃病，最终被罚没合计122.9万元。

吉安天草健康大药房有限公司通过杭州某平台私域直播销售丹参保心茶、健延龄胶囊，夸大宣传为能调经止痛、改善内分泌失调的“神药”，领到20万元罚单。

还有湖北六零时代体育针对柔力球中老年爱好者，在私域直播中将软骨素钙片与抽筋、关节响症状绑定，暗示能治器质性病变，因虚假宣传被罚5万元。

……
这些案例的共同套路，都是专打“老年健康牌”，把公域当引流入口，把私域变成虚假宣传、交易的隐蔽场所，全程脱离平台监管。监管部门的查处也释放明确信号：私域不是法外之地，不管是引流的商家还是失职的平台，都会被依法追究。

为银发消费保驾护航

私域直播曾是监管“盲区”，如今正逐步纳入法治轨道。2025年10月15日，新修订的《反不正当竞争法》开始施行，为私域直播监管提供了坚实法治保障。

新法完善了对虚假宣传违法行为的规制条款，强化了平台企业责任。平台经营者要严格落实《反不正当竞争法》关于平台责任的要求，不仅自身要合规经营，还要引导和规范平台内经营者依法公平竞争。对于明知或应知平台内经营者存在违法行为而未采取必要措施的，平台需承担相应责任。这意味着，平台不能再当“甩手掌柜”，必须主动履行审核、监测、处置等义务，建立健全内部合规机制。

市场监管总局表示，将研究制定虚假宣传有关法律适用问题的指引，厘清相关法律适用边界，为地方市场监管部门执法办案提供参考借鉴。同时，加大消费警示力度，通过典型案例曝光、消费提示发布等方式，提升公众识别能力，比如上海市、区两级市场监管部门已发布300余次有针对性的消费提示警示，举办识假辨假讲座200余场次。

面对层出不穷的“温情牌”“免费福利”等诱导手段，老年消费者也要增强辨识能力，用好法律武器维护自身权益。

北京市中同律师事务所合伙人赵铭表示，私域直播的行为受《反不正当竞争法》、《广告法》、《消费者权益保护法》等法律法规约束。消费者尤其是老年群体要增强防范意识，任何宣称“包治百病”的产品都涉嫌虚假宣传，交易应通过正规平台进行，要保留好聊天记录、转账凭证等证据。一旦权益受损，及时向市场监管部门投诉举报，依法维护自身合法权益。

本版文据新华社