

DeepSeek火爆的另一面：有人卖课赚钱、有人山寨成“疯”

本报记者 秦枭 北京报道

近期,DeepSeek风光无限,上线一周的时间,其用户就突破1.25亿,在AI产品日活总榜中仅次于OpenAI旗下的ChatGPT,在国内则已超越豆包。与此同时,从云服务提供商、芯片制造商、应用巨头、汽车制造商再到电信运

营商,DeepSeek的“朋友圈”仍在持续扩展,那些错失早期投资机会的创投机构也踏破了DeepSeek的门槛。

然而,当资本还在追求投资机会,AI公司还在探索商业化路径,技术开发者还在忙着更新迭代之际,殊不知互联网上已经有人利用DeepSeek开始

“赚钱”了。

近日,《中国经营报》记者经过调查发现,凡与DeepSeek“沾亲带故”,从卖使用课程和关键词,到用DeepSeek为自己的工作赋能,再到用DeepSeek炒股、赚钱的应用程序、公众号或者教学课程,都在变现,并且获得了不俗的收益。

利用焦虑“贩卖”知识

盖宏表示,从ChatGPT的兴起到Sora,再到DeepSeek,之所以能被投机分子利用,实际上是他们在利用信息差、焦虑和流量来收割消费者。

从元宇宙到ChatGPT,再到DeepSeek,每当新技术爆火时,卖课、卖服务的“中间商”便会赚得盆满钵满。

“当迟钝的人还在调戏DeepSeek、用DeepSeek玩梗的时候,精明的人已经开始用DeepSeek赚钱了。”在一个关于“如何用DeepSeek赚大钱”的课程里,记者看到了这样的一句话。

记者登录某知识付费社群平台看到,与DeepSeek相关的课程数不胜数,最高价卖到了599元,最低的也要50元。这些课程的作者大多“声名显赫”,或者自称从互联网大厂离职、或者自称天使投资人、抑或初创公司的CEO。记者统计发现,加入这些课程的人多则数万人,少则数百人。

记者在该社群中看到,付费成员超8000名,人群付费价格也从52元一路涨到62元,按最低估价计算,收入已超40万元。

上述课程内容主要包括DeepSeek使用方法,DeepSeek能做什么,如办公、数据分析等。记者发现,和大多数课程类似,该课程也从最基础的登录开始,然后便是介绍如何向DeepSeek提问,随后大部分的内容基本与DeepSeek无关了。

记者注意到,在部分付费课程的售后评价中,有用户觉得

课程很实用,帮助很大。但也有用户觉得课程质量参差不一,内容鸡肋。一位该课程的使用者告诉记者:“如果你是对大模型一无所知看看还行,但现在大部分的内容能在网上搜得到,而且很多免费教,不必花钱来学这个。”

除了一些“廉价”的具体方法之外,在一些电商平台上,还会销售DeepSeek“本地部署”的方法。所谓的本地部署,简单来说就是不用联网就可以流畅地使用DeepSeek,这种模式下,商家一般打包出售“安装包+教程+提示词”,其价格数十元不等,如果需要一对一的服务,还需要加价。

记者查阅DeepSeek官方文件显示,DeepSeek本身为开源大模型,因此是允许本地部署服务,但仅限于个人,如果涉及商业销售和牟利,就可能涉嫌触犯法律。

数码爱好者史航告诉记者,由于本地部署时所有计算都发生在本地,无须网络请求,因此推理速度完全取决于用户自己的设备计算性能。“本地部署实际上相对简单,但大多数人使用的是‘阉割版’,要是这样的话,还不如直接使用App。如果要想使用完整版的DeepSeek R1,最低的配置都需要4090(24GB)显卡CPU 16核以上,内存64GB以

上,硬盘30GB,这一套配置得好几万块钱,且没有办法保证收益,如果给其他人用,那你还要扩展带宽、硬件等,不值当。”史航说。

轩睿基金总经理盖宏表示,从ChatGPT的兴起到Sora,再到DeepSeek,之所以能被投机分子利用,实际上是他们在利用信息差、焦虑和流量来收割消费者。在大家热议的时候,消费者应该对新技术有个客观的了解,保持理性。有些人还没开始使用DeepSeek,就轻易相信那些卖课的人。其实, AI大模型是工作和生活中很好的助手,但不是什么都能做。与其听信那些说用DeepSeek就能“不费劲赚钱”的空话,不如多了解一些AI的基本知识。

盖宏认为,电商平台应严格审查商家所售课程的质量。部分商家夸大其词,声称课程能轻易带来丰厚收益,甚至实现财务自由,此类宣传多半不实,极有可能构成虚假广告。另外,亦有商家频繁更换身份,以逃避责任,导致消费者在课程不满意时难以进行维权。因此,平台必须保证投诉渠道的畅通,以便在消费者需要时,能够协助他们与商家取得联系,或协助退款事宜,绝不可放任商家出现不当行为。



被山寨域名“包围”

从解析IP的来源来看,60%的山寨域名解析IP来自美国,其余的解析IP主要分布在新加坡(11%)、德国(5%)、立陶宛(4%)、俄罗斯(4%)、中国(2%)和法国(2%)。

在培训课程“爆火”的同时,“山寨版”的DeepSeek也泛滥成灾。据奇安信XLab实验室的统计,从2024年12月1日至2025年2月3日的两个多月时间里,互联网上出现了2650多个山寨DeepSeek域名,尤其是自2025年1月26日起,山寨域名开始大规模涌现,并在1月28日达到高峰,当天新增山寨域名超过800个。此后,新增速度虽有所放缓,但山寨域名数量仍在持续增加。

而这些域名的使用者大多集中在海外,因美国出台法律禁止下载和使用DeepSeek,甚至对违规者处以最高20年的刑期,但这一措施似乎并未遏制美国人对DeepSeek的兴趣,反而催生了大量山寨网站。

这些山寨域名涉及约180个不同的注册商,其中排名前十的注册商占据了69%的份额。从域名

类型来看,com域名数量最多,达到1685个,net.xyz.cn等域名数量也有八九十个。

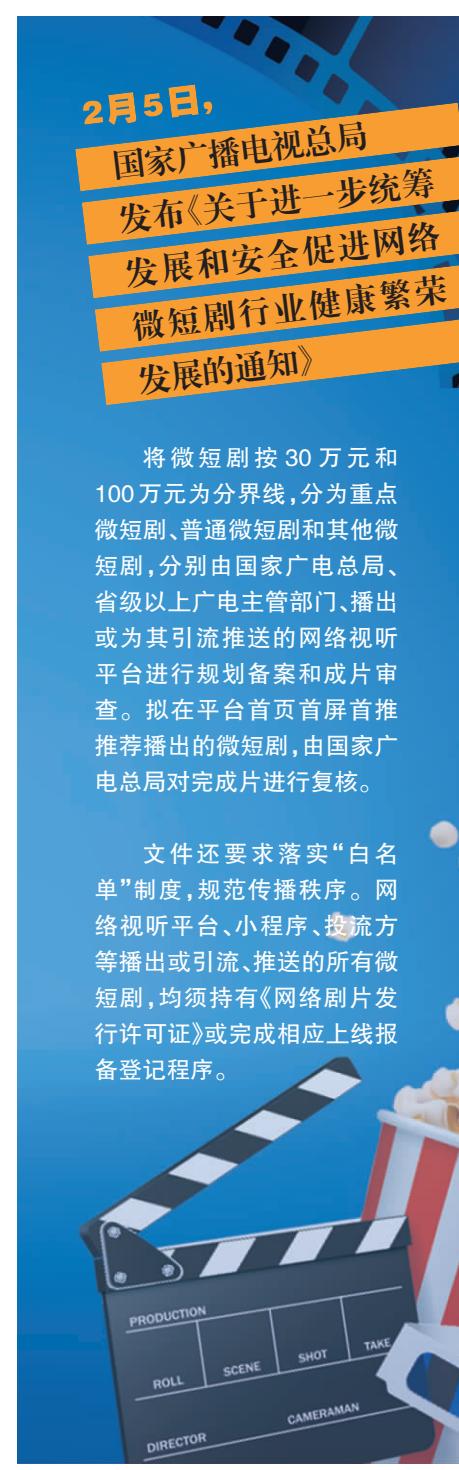
从解析IP的来源来看,60%的山寨域名解析IP来自美国,这一比例颇为讽刺,因为美国出台法律禁止下载和使用DeepSeek。其余的解析IP主要分布在新加坡(11%)、德国(5%)、立陶宛(4%)、俄罗斯(4%)、中国(2%)和法国(2%)。这种全球化的分布特点意味着用户可能面临来自世界各地不同类型的网络攻击,潜在的安全威胁更加复杂多样。

这些山寨域名的主要用途包括钓鱼欺诈、域名抢注和流量引导。钓鱼欺诈手段包括窃取用户登录凭证、利用相似域名和界面误导用户、诱骗用户购买虚拟资产等。此外,骗子还利用市场的兴奋情绪,推出了所谓的“DeepSeek 加持”的虚拟货币,甚至出现了声称可以购买DeepSeek内部原始股的网站。

此外,苹果应用商店也成为“重灾区”,涌现了多款仿冒DeepSeek的应用程序,如DeepSeed,DreamDesk等高度相似的仿制应用。这些高仿App的名称与图标设计都极具误导性,导致用户在下载时极易产生混淆并下载错误,目前已有部分用户不幸中招受骗。此外,仿冒App在用户下载后会引诱其进行付费,骗取订阅费用。

而为应对这一问题,DeepSeek官方微博声明,明确指出目前仅在微信公众号、小红书和X(推特)三个社交媒体平台设有官方账号,其他均为仿冒。同时,DeepSeek官方网站和官方正版App内均不包含任何广告和付费项目。

微短剧首次集结春节档：迈向精品化 开启“先审后播”



本报记者 张婧超
北京报道

这是微短剧行业第一次正式在春节档集结,但相比于电影市场,微短剧市场却没有出现一部类似《哪吒之魔童闹海》的现象级作品来提升市场热度。

据WETRUE数据,整个春节档无一部全民级微短剧出

圈,整个大盘维持在6000万的热度值,按付费用户占比40%倒推,春节档八天,一共可以12.6亿元左右的收入大盘,远远比不上95亿元的春节档电影票房。但在春节档开始前,各大平台纷纷推出“过年看短剧”专区,微短剧单总数超过400部,涵盖古装、都市、爱情、奇幻等多种题材。可以说,蛇年微短剧春节档在to C商业

层面应该说远低于行业预期。

不过,在部分业内人士看来,这并非意味着微短剧将步入低迷,相反,从商业逻辑来看,行业不确定性正在减少。“行业发展趋势必然是精品化,同时政策与监管体系也越发完善,而行业要做的就是在内容创作和商业模式上的创新。”艾媒咨询CEO张毅向《中国经营报》记者说。

剧,剧组人数也从此前行业平均水平30人左右涨到了50至60人。

另外,从各平台到创作者,整个短剧赛道都希望通过春节档让行业再进一步,多维度的内卷一定程度上让短剧品质整体得到了提升。

但可惜的是,市场并没有被行业的这份“想进步”打动多少。在今年春节档,无论是微短剧还是长剧,风头完全被电影《哪吒之魔童闹海》抢走。

“严格来讲,作为一个文化娱乐消费品,微短剧有其周期性,或者需要从社会热点以及节假日的时间段进行考量,从生产的角度来看,需要适应内容的播出周期很重要;从传播的角度看,则需要通过更好的流量分配方式去触达观众,形成圈层传播,发挥社会最大的效益,进而提高商业的营收,我觉得还是需要有这样的一个档期。”张毅如是说。

观看《欢喜一家人》《吉祥任务》《多大点事儿》《与君重逢初见时》《美猴王》等49部推荐剧目。

1月15日,作为微短剧市场最大人口之一的抖音也宣布启动2025年短剧春节档,并推荐了30部精品微短剧。

从春节档的表现中可窥见2025年微短剧行业的一些变化。首先,春节期间上线的短剧,制作成本提升到了80万—100万元的区间,而此前50万元左右是行业平均水平。行业头部公司之一的花火岛也感叹,去年的行业(制作成本)顶配已成为今年的行业标配。如倪虹洁、舒畅、韩童生等长期活跃在长剧、电影等品类的知名演员也纷纷参演了今年春节档的微短剧。

其次,在服装化(妆)道具方面,大部分短剧表现出明显的精细化、品质化倾向。冲刺春节档的不少短

监管:倒逼行业告别粗放式发展

而就在春节假期刚结束时,2月5日,广电总局发布《关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》,其中指出,未来的微短剧行业将采取分类分层审核制度,将微短剧分为“重点微短剧”、“普通微短剧”和“其他微短剧”三类。其中,“重点微短剧”(符合特殊题材、总投资额度达到100万元及以上、长短视频平台招商主推或在各终端首页首屏推荐播出、自愿按重点微短剧申报等几种条件之一)、“普通微短剧”[总投资额度在30万元(含)—100万元之间且非重点推荐]均应报省级以上广电主管部门进行规划备案和成片审查,“重点微短剧”的规划备案由国家广电总局统一备案公示管理。

“其他微短剧”(总投资额度不足30万元且非重点推荐),由播出或为其引流、推送的网络视听节目履行内容管理的职责,负责内容审核把关与版权核定,定期将审核剧目信息报属地省级广电主管部门备案。

实际上,从去年年中开始,多位从业人员便向记者透露,他们已经接到微短剧备案的相关通知,按照投资额30万元和100万元两个门槛,将微短剧划分为重点微短剧、普通微短剧和其他微短剧三类,分别以不同的途径备案审核。

“如今广电总局以正式文件下发,其实也说明去年采取的这一措施起到了一定效果,今后要将该制度彻底固定下来。”广电产业资深分析师吴纯勇向记者说道,在2024年之前,由于审核标准模糊、权责划分不清,平台常陷入“既当裁判

员又当运动员”的尴尬境地。传统人工审核已难以应对海量内容。这种管理真空,既损害观众权益,也阻碍行业可持续发展。

在吴纯勇看来,广电总局落实“分类分层审核”制度,本质是通过差异化治理实现“抓大放小”。“重点微短剧”以及拟在平台首页首屏推荐播出的微短剧的规划备案或复核由广电总局来抓,而“其他微短剧”由播出或为其引流、推送的网络视听节目履行内容管理的职责,负责内容审核把关与版权核定,定期将审核剧目信息报属地省级广电主管部门备案。这种监管结构,既避免了“一刀切”扼杀创新活力,又通过将部分权责下沉提升了管理效能。

“‘先审后播’的备案新规落地后,我们新备案剧目画风大为改善,制作方在剧本和拍摄阶段,有更强的内容合规意识,涉及低俗擦边、以暴制暴、炫富拜金内容显著减少,现实题材作品增多。”红果短剧相关负责人说。

抖音相关负责人介绍,落实新规的同时,抖音平台也大力推进精品微短剧创作投入,发布“辰星计划”扶持精品微短剧创作,发挥微短剧带动文旅、新技术试验场的价值。

吴纯勇向记者表示:“微短剧的精品化是自监管层到从业者都一致认可的方向。在此背景下,在守住监管政策的底线、符合主流价值观外,微短剧也会在内容创作上起到辅助政府的职能进行引导宣传,并在社会热点话题层面进行正向引导。”