

# 商科大学生 AIGC 模型使用情况调查与分析\*

## ——以福建商学院为例

文◆福建商学院国际经贸学院 傅金凤 林 航 刘心平

### 引言

当前,人工智能迅速渗透至社会各个领域,人工智能生成内容(Artificial Intelligence Generated Content,简称“AIGC”)技术的崛起被认为是第四次科技革命的核心技术之一。近年来,AIGC从应用探索迈向广泛普及,对教育领域的影响愈发显著,商科教育与AIGC技术的融合已成为时代发展的必然趋势。《教育强国建设规划纲要(2024—2035)》提出“实施国家教育数字化战略”,强调借助现代信息技术推动教育创新。AIGC作为新兴数字技术代表,凭借强大的内容生成能力,为教育提供丰富的教研资源并引发教学模式的创新,人工智能助力教育变革势在必行且意义重大。商科教育的目标是培育适应经济社会发展的高素质应用型人才。在数字化时代,AIGC为商科教育发展带来了新的发展契机<sup>[1]</sup>。当前AIGC技术正处于从研发逐渐成熟到应用快速落地的发展变革期,商科大学生对AIGC模型的具体使用状况尚不明晰,使用中面临的问题与挑战也亟须调研,以便为AIGC技术在商科教育中的合理应用提供现实依据,推动教育数字化战略实施,助力新时期商科教育的高质量发展。本文以福建商学院为例,对商科大学生AIGC模型的使用情况开展问卷调查。调查发现,商科大学生普遍了解AIGC技术,但使用频率和深度存在差异,主要应用领域为课程作业,且普遍认可AIGC模型的学习效果。在商科大学生使用AIGC模型的过程中,也存在AI课堂教学意识薄弱、学生AI认知度和使用能力有待提升以及对数据隐私和知识产权存在担忧等问题。因此,亟须共同探索提升商科大学生AIGC模型使用水平的具体措施。

### 1 商科大学生 AIGC 模型使用现状

本研究以福建商学院为例,采用访谈法和问卷调查法对在校商科大

学生AIGC模型使用现状进行调查,调查时间为2024年12月29日至2025年1月5日。福建商学院商科专业占学校现在专业数七成以上,其他非经管类专业也以商科应用为特色,调研单位具有较强的商科典型性。本次调查累计发放问卷370份,回收366份,其中有效问卷325份,有效率为88.8%;男生151人(占46.46%),女生174人(占53.54%);大一、大

\*【基金项目】本文系2024年国家级大学生创新训练项目“AIGC时代新商科人才核心能力重构与学生因应策略”(202411313003)与2024年福建省本科高校教育教学研究项目“AIGC时代新商科人才培养模式的构建与实践”(FBJY20240096)的研究成果  
【作者简介】傅金凤(2004—),女,福建泉州人,本科,研究方向:贸易经济研究。  
【通讯作者】林航(1978—),男,福建福州人,博士,副教授,从事文化贸易、贸易经济研究工作。

二、大三、大四学生的比例分别为 15.38%、20.62%、46.15% 和 17.58%，专业涉及经济学类、管理学类、金融学类、会计学类及其他。

1.1 总体状态：商科大学生普遍了解 AIGC 技术

调查发现，AIGC 模型正在以其显著实用性，逐步融入商科大学生的学习生活中。问卷数据显示，88.88% 的受访者表示听说过或了解过 AIGC 技术，说明当前 AIGC 技术在商科学生群体中具有较高的知名度和关注度。在 AIGC 技术的传播路径中，社交媒体和网络新闻发挥了关键作用。这些媒体平台凭借其广泛的传播范围、高效的传播速度和多样化的传播形式，成为商科学生获取 AIGC 相关信息的重要渠道，为他们在未来商业管理领域的发展奠定了坚实的技术认知基础。

1.2 认知评价：AIGC 模型的工  
具价值获得认可

AIGC 模型在商科学习中的工具价值形成普遍的共识。调研数据显示，68% 的受访者认为掌握 AIGC 技能“非常重要”或“比较重要”，仅 7.2% 的受访者持否定态度。这一分布特征表明，当前商科大学生对 AIGC 技术重要性的认识显著增强；AI 技术实用性与职业发展预期是驱动商科大学生学习使用 AIGC 模型的关键变量，印证了将 AIGC 技术知识融入商科教育的必要性。

1.3 使用情况：商科大学生 AIGC 的使用频率存在差异

商科大学生使用 AIGC 大模型的频率呈现差异化特征。基于对商科大学生抽样调查，28.62% 的受访者表示每周使用若干次

AIGC 大模型，27.69% 的受访者表示偶尔使用，超半数学生未形成稳定使用习惯；20.31% 的受访者将其作为常规学习工具，17.23% 的受访者为高频用户（每日多次使用），体现出个体技术采纳程度差异明显。在工具选择上，文心一言使用率为 63.38%，显著高于其他模型；豆包（59.69%）、Kimichat（50.46%）、通义千问（47.38%）构成第二梯队。

1.4 使用痛点：数据隐私和安  
全问题最受关注

针对商科大学生使用 AIGC 模型的学习调查发现，学生普遍关注生成内容的安全性与使用隐私性。具体而言，67.69% 的学生最关注生成内容质量，担心其产生重复或低质量文本影响学习；61.54% 的学生担忧模型被恶意利用，如生成虚假或操控内容；60.92% 的学生对算法偏见和潜在歧视问题表示忧虑；57.85% 的学生担心数据泄露，害怕学术资源或个人信息被泄露。

2 商科大学生 AIGC 模型使用存在的问题

2.1 AI 课堂教学意识较薄弱

调研发现，当前商科教育在 AI 工具的应用上仍存在显著不足。教师利用 AI 工具开展教研活动的现象并不普遍，而将 AI 工具有效融入课堂教学的意识也相对薄弱。在案例单位和不少高校商科院系中，仍普遍存在着课堂前要求学生上交手机的传统管理方式。这种做法无形中阻碍了学生与 AI 技术的充分互动与交流。项目式教学和任务导向型教学是适应 AIGC 时代需求的重要教学模式，它们能够为学生提供实践操作和应用 AI 工具的机会，培养学生的创新能力和解决实际问题的能力。然而，这些教学模式在当前商科教育中的开展还不充分。导致他们使用 AI 开展自主学习的意识较低，无法深入挖掘和充分利用 AI 技术在学习和未来职业发展中的巨大潜力和价值。

2.2 存在对数据隐私和知识产  
权的担忧

商科大学生在使用 AIGC 模型时，普遍对数据隐私泄露风险感到担忧。AIGC 模型运行需要用户输入大量个人数据，若处理不当或被非法获取，隐私将遭受严重侵犯。除隐私问题外，知识产权侵犯也是受访学生关注的法律焦点。AIGC 生成内容时，会涉及版权、专利或商业秘密。受访者担心使用时无意侵权，引发法律纠纷与赔偿。尤其对于正在撰写学位论文和从事文化创意工作的学生来说，他们更重视知识产权保护问题。侵权不仅损害声誉，还对职业发展有严重的负面影响。

2.3 学生的 AI 使用能力欠缺

商科大学生在使用 AIGC 模型时暴露出诸多能力短板。首先是辨别 AI 生成内容真伪的能力欠缺。由于高校课堂尚未普及 AI 相关课程，学生面对 AI 生成的信息时，往往因判断力和批判性思维不足，难以甄别其准确性和可靠性，容易被大模型所误导。其次是学生的提问能力亟待提升。在 AIGC 技术蓬勃发展的当下，学生若缺乏精准的提问技巧，就无法有效与 AI 互动，难以获取高质量的输出信息。这些能力不足与当前大学教育现状紧密相连，应采取措施加以改进。

3 提升商科大学生 AIGC 模型使用水平的具体措施

为推动 AIGC 技术与商科教育的深度融合与高效应用，培养出契合数智经济时代需求的复合型商业人才，亟须高校、学生和大模型企业等 3 个层面协同发力，探索提升商科大学生 AIGC 模型使用水平的具体措施，以期优化商科教育生态、提升商科大学生综合素养提供有益参考<sup>[2]</sup>。

3.1 学校层面

在 AIGC 技术飞速发展的背景下，为培养适应时代需求的商科大学生，可通过系统举措提升学生运用 AIGC 的能力。学校应开设涵盖理论知识、实践应用与案例分析的 AIGC 系列实践课程，让学生在实操中提高操作技能与问题解决能力；定期组织 AIGC 模型使用培训、讲座以及研讨活动，让学生及时了解行业动态、促进学术交流合作。同时，学校需提升教师群体 AI 素养，借助研修营、专项基金、企业专家讲座，助力教师掌握 AIGC 工具、开展跨学科研究、更新知识体系，形成“技术赋能—教学创新—学术反哺”的良性循环。此外，将 AIGC 模型使用能力纳入商科学生评价体系，通过课程考试、实际项目以及竞赛成果，全面评估学生对 AIGC 模型的学习与应用情况，激励学生主动学习与运用 AIGC 技术。

3.2 学生层面

在学习意识塑造上，学生要主动培养自主学习与探索意识，踊跃参与学校开设的 AIGC 课程，借助线上学习平台，获取 AIGC 领域的前沿理论与经典应用案例。同时，秉持勇于探索的精神，将 AIGC 模型融入商业案例分析、市场预测等商业场景中，通过反复实践，深化对模型的理解与运用。在实践能力锻炼层面，学生应积极投身各类学术竞赛和项目实践，借助“互联网+”创新创业大赛、商业计划书大赛等平台，获取真实场景下应用 AIGC 模型的机会。在激烈的竞赛与复杂的项目实践中，不仅能提升实操能力，还能进一步加深对 AIGC 模型的理解，做到学以致用。在学科交叉融合上，商科大学生应主动跨学科合作。例如，与计算机专业学生携手，整合双方优势资源，共同开发 AIGC 模型在商业数据分析、客户关系管理等领域的应用。通过跨学科合作，拓宽知识视野，打破学科壁垒，全方位提升对 AIGC 模型的综合理解与应用能力，培养适应时代需求的综合素养<sup>[3]</sup>。

3.3 大模型企业层面

在实践赋能方面，大模型企业可与高校开展紧密的合作项目，为商科大学生创造丰富的实践机会。通过举办 AIGC 商业应用竞赛，设定多元商业场景和任务，引导学生组队参赛，促使其在竞赛过程中深度探索模型功能，发挥创新思维，进而提升对模型的理解与灵活运用能力。在技术支持与迭代优化层面，企业要为商科大学生提供全方位技术支持，设立专门客服渠道，及时解答学生在模型使用过程中遇到的问题。同时，搭建有效的反馈机制，鼓励学生围绕模型使用体验、功能需求等提出意见，据此对模型进行针对性优化，提升模型性能与适用性。

结语

高校商科教育与 AI 大模型相结合，是 AIGC 时代新商科人才培养的应有之义。当前商科大学生普遍了解 AIGC 技术，但使用频率和深度存在差异，在使用 AIGC 模型的过程中，也存在 AI 课堂教学意识薄弱、学生 AI 认知度和使用能力有待提升以及对数据隐私和知识产权存在担忧等问题。因此，高校、学生和大模型企业等 3 个层面协同发力，共同探索提升商科大学生 AIGC 模型使用水平的具体措施。<sup>[8]</sup>

引用

[1] 祝智庭,戴岭,胡姣.AIGC技术赋能高等教育数字化转型的新思路[J].中国高教研究,2023(6):12-19+34.  
[2] 周杰.AIGC赋能教育数据治理变革:机理与应对[J].湖州师范学院学报,2024,46(12):35-42.  
[3] 陈雅赛.高校出版教育的AIGC技术融合应用与人才培养模式重塑[J].编辑学刊,2025(1):37-43.

