

民生  
关注重庆晨报  
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

AI绘画超市海报



AI生成的毛绒挂件



## 重庆女子苦等4个月 暹罗猫挂件到手却粗糙不堪 AI照骗横行电商 货不对板谁之过

近期，电商平台涌现多起由AI生成图片引发的消费纠纷。商家使用高度美化的AI图片或视频作为商品宣传素材，吸引消费者下单，但收到的实物往往粗糙低劣，严重不符。调查发现，从玩偶挂件到服装服饰，此乱象已蔓延至多个商品品类。其背后，一条由AI工具兜售者、投机商家构成的灰色产业链正在形成，利用技术低成本炮制虚假宣传。法律专家指出，未显著标识的AI商业宣传图涉嫌侵害消费者知情权与选择权，可能构成虚假广告乃至欺诈。尽管已有相关法规与平台规则出台，但治理仍面临识别难、举证难等挑战。专家呼吁，需通过强化强制性标识规范、压实平台责任、推动行业自律等多方协同，方能遏制“AI照骗”乱象，维护健康诚信的网络消费环境。

### AI“照骗”引纠纷频发

“用AI图吸引下单，再用预售拴住消费者，最后换图发货，4个月的等待全白费了。”重庆于女士愤慨地说。原来在2025年7月，于女士被购物平台上的一款暹罗猫造型毛绒挂件宣传图吸引，图中玩偶与自家暹罗猫外形几乎一致，且店铺显示销量3.9万件，评论区多为“还原度超高”的返图。她下单后，客服以“打样需多轮调整”为由让她耐心等待。同年11月收到发货通知时，于女士却发现店铺详情页的精致宣传图已替换成粗糙样品图：塑料质感的眼眶、起球且颜色不均的毛发，完全看不出暹罗猫品相。客服轻描淡写表示“不满意可退货”，却要求她承担运费。更让她气愤的是，商家承认最初的宣传图是AI生成的。

“本以为是为软萌可爱的兔子挂件，收到的却是‘皱眉生气’的残次品。”辽宁韦女士的网购经历，更是道出了不少遭遇AI“照骗”消费者的无奈。不久前，她在购物网站被一款标价40元的“软萌兔子挂件”主图吸引，图中棕色兔子玩偶绒毛蓬松、圆眼透亮，当即下单两个。等待20多天收到包裹后，实物却让她大跌眼镜：毛发粗糙杂乱，眼睛歪斜，嘴巴缝线扭曲如皱眉，与宣传图判若两物。韦女士联系客服维权，对方仅以“图片有滤镜，自制款存在误差”搪塞。当她再次登录店铺时，商品已下架，评论区满是“货不对板”的吐槽。直到此时，韦女士才意识到商家用AI生成的精致图片当噱头，实际售卖的是粗制滥造的商品。最终，她拍摄对比图申请退货，才算挽回损失。

类似于女士和韦女士的纠纷很多。上海的龙女士为外婆购买一件中老年绣花上衣，宣传图中面料清透、刺绣精美，实物却版型皱巴、印花模糊。她怀疑店铺中所有姿态、笑容都一模一样的老年模特图均为AI生成，退货后竟被商家拉黑。“现在网购不仅要防色差，还要先辨图片是不是AI生成的，太心累了。”龙女士无奈表示。

消费纠纷的持续攀升，反映出AI“照骗”乱象的蔓延态势。据无锡市消费者权益保护委员会数据，仅2025年三季度，当地消保委系统收到的智能服务消费相关投诉就达127件，其中部分便涉及AI生成宣传素材引发的消费争议。

### 低成本造假催生灰色产业

AI生成技术为何成为部分不良商家的“新宠”？根源在于极低的造假成本与极高的引流效果之间的巨大诱惑。一位玩偶设计师透露，开发一款原创玩偶需经历设计、开模、打版、反复调整等复杂工序，成本高昂。而利



用AI工具，商家只需输入文字描述或简单参考图，便能快速生成细节丰富、画面精良的“商品实拍图”或“模特展示视频”，用于店铺引流。

记者调查发现，一些线上平台存在专门兜售此类AI工具及教程的卖家，宣称能为电商“生成多角度模特图”“更换任意商品背景”，甚至“凭空造物”。记者实测，仅需上传一张平铺的衣服图片，花费少量算力，即可让衣服“穿”在姿态自然的虚拟模特身上，并置身于咖啡馆、工作室等逼真场景中，整体效果足以乱真。此类服务的包月费用仅数百元，却能批量产出上百张高质量虚假宣传素材，远低于雇佣模特、摄影师进行真实拍摄的成本。这条灰色产业链的滋生，使得不具备产品开发能力或意图以次充好的商家，得以近乎零成本包装商品，进行虚假或夸大宣传，不仅直接侵害消费者权益，更对踏实研发、诚信展示的商家构成不正当竞争，长远将侵蚀整个电商市场的信任基石。

### 虚假宣传触碰法律红线

使用未经显著标识的AI生成图进行商品宣传，触碰了多条法律红线。沈阳师范大学法学院副教授吴迪指出，自2025年9月1日起施行的《人工智能生成合成内容标识办法》已明确规定，AI生成内容用于商业用途时，必须同时添加显式与隐式标识，确保用户能明显感知。商家若未履行此项提示义务，导致AI生成图与实物在材质、版型、功能等方面存在“实质性差异”，并足以影响消费者购买决策，则涉嫌侵犯消费者的知情权与自主选择权。

北京航空航天大学法学院副教授赵精武进一步分析，该行为可能同时违反《广告法》中不得欺骗、误导消费者的规定，构成虚假广告，市场监管部门可依法处以罚款，情节严重的可吊销营业执照。若涉及消费欺诈，消费者还可依据《消费者权益保护法》主张“退一赔三”的惩罚性赔偿。

此外，AI生成图中若未经许可使用了与自然人高度相似的虚拟形象或

他人肖像元素，还可能侵犯肖像权、姓名权等人格权。向商家兜售用于制作虚假宣传素材的AI工具，同样属于为违法行为提供协助，需承担相应法律责任。法律框架已然存在，但如何在实际执法和司法中准确认定“实质性差异”“欺诈故意”，以及如何高效落实AI生成内容的标识规定，仍是当前面临的现实挑战。

### 多方协同筑牢维权防线

治理AI生成商品宣传图乱象，需凝聚监管、平台、行业、消费者四方合力，形成协同共治格局。

首先，监管层面应推动出台更具操作性的实施细则。吴迪建议，可由市场监管部门牵头，制定电商、广告等商业场景中AI生成内容标识的强制性规范要求，并考虑通过发布典型案例或司法解释，明确“实质性差异”等关键概念的认定标准，为执法和维权提供清晰指引。

其次，电商平台必须切实压实“守门人”责任。平台应在用户协议中明确AI生成内容的使用规则与标识要求，并投入技术力量开发或引入AI生成图片的识别检测工具，对未按规定标识或图片与实物描述严重不符的商品链接，采取流量限制、违规标注、下架商品乃至关闭店铺等分级处置措施。同时，优化消费纠纷处理机制，针对此类投诉设立快速通道，并合理分配举证责任，要求商家提供实物图、生产过程等证据，缓解消费者举证难问题。再者，推动行业自律至关重要。相关行业协会有可牵头制定AI技术在电商领域应用的自律公约，明确技术使用的伦理边界，并建立商家诚信档案与黑白名单制度，鼓励合规经营，曝光典型失信行为。最后，提升消费者自身的辨别能力与维权意识也不可或缺。

消费者在网购时需保持警惕，不依赖精美图片，应仔细查看商品详情、材质说明、用户评价（尤其是带实拍图的评价），对过于完美、缺乏细节或模特姿势表情高度统一的宣传图保持审慎。一旦发现问题，积极通过平台投诉、向市场监管部门举报或寻求法律途径维权。只有多方携手，才能将技术滥用的“虚火”转化为提升购物体验、鼓励真实展示的“活水”，筑牢电商领域技术向善的堤坝，维护公平诚信的网络交易秩序。

热评

## AI“照骗”泛滥 电商诚信基石不能“虚拟”

当技术不再是真实世界的辅助，而成为虚构商品的“帮凶”，一场由AI“照骗”引发的信任危机正在电商领域蔓延。从软萌玩偶到精致服饰，消费者满怀期待下单，收到的却是粗糙的“卖家秀”。这不仅是个别商家的道德失范，更是对电商赖以生存的诚信基石的公然侵蚀。

表面看，乱象源于AI技术门槛的降低，让虚假宣传变得“高效廉价”。实则暴露了多重深层矛盾：其一，是投机商家利用监管与技术识别的“时间差”，将技术红利异化为欺诈工具；其二，是平台在流量与审核之间的失衡，对明显失实宣传未能前置拦截；其三，是现有法规在“实质性差异”认定、举证责任分配等环节仍存在模糊地带，让维权步履维艰。

治理“AI照骗”，需跳出“头痛医头”的思维。技术问题终需技术手段应对，平台应加快部署AI检测工具，对未标识的生成内容进行风险提示。但根本之道在于压实主体责任：监管须出台更细化的商业应用标识与处罚标准；平台必须将内容真实性置于流量算法之上，建立便捷的投诉与举证通道；行业则应推动自律公约，将滥用技术者纳入失信清单。

科技进步应当提升消费体验，而非制造信息黑洞。当每一张AI生成的精美图片都可能是一个消费陷阱时，修补信任的成本将远高于治理成本。唯有让诚信看得见、让虚假付代价，方能引导技术向善，守护电商市场的清朗未来。

上游财经-重庆晨报记者 陈华 综合整理