

魏银科 济南报道

商家AI假图泛滥 引发大量“货不对板”投诉

随着可灵、即梦等AI作图工具的普及，电商用AI生成产品图已变成常规操作。从服装、数码到家居、生鲜，AI几乎渗透所有品类，而“低成本、高美化”的特性，让中小商家尤其依赖这一捷径，甚至批量伪造“买家秀”和好评，制造热销假象。

在服装领域，不少商家利用AI生成虚拟模特展示服装，效果堪称惊艳。然而，消费者收到实物后却发现，衣服的版型、颜色与图片相差甚远。

“模特穿着时衣服线条流畅，质感十足，拿到手却像地摊货。”消费者孙女士告诉记者，她一开始以为是模特身材比例好、长得漂亮，仔细一看才发现是“AI生图”。她总结出“避坑技巧”：“只要模特手部细节模糊、只拍正面/侧面且多个模特都是一个姿势，十有八九是AI生成的。”

除了虚拟模特，生鲜产品也是AI图滥用重灾区。9月1日，记者在某电商平台搜索“白桃”时发现，三家分别售卖“江苏奶油脆白桃”“山东蒙阴大白毛桃”“陕西脆甜白桃”的店铺，竟使用同一套AI生成的桃子图片——图中的桃子通体雪白、无绒毛、果形圆润，完全不符合现实中毛桃的形态。更意外的是，这些店铺的销量均破千，评论区几乎没人质疑“图片与实物不符”，有买家留言“味道不错，脆甜多汁，就是桃子没有图片那么白”，完全没有意识到自己被AI图误导。

9月1日是国家网信办等4部门联合发布的《人工智能生成合成内容标识办法》正式实施第一天。“标识办法”明确，所有AI生成的文字、图片、视频等内容都要“亮明身份”。而上述三家卖白桃的店铺并没有添加标识，无论“明示”还是“暗示”都没有。

据电商投诉平台数据显示，过去一年，因“货不对板”引发的消费者投诉中，超过30%与AI虚假产品图直接相关。更隐蔽的是，部分商家还会用AI“修复”残次品图片：将有划痕的产品修得全新，把小果径的水果放大，甚至给过期食品P上新鲜生产日期，以此规避平台审核。

记者咨询法律界人士刘女士得知，若商家借助AI生成虚假产品图片，以此误导消费者下单购买，不仅违反《消费者权益保护法》，还可能构成欺诈。在此情况下，消费者不仅有权要求商家办理退货退款，还可依法主张三倍赔偿；“若商家此类行为情节严重，比如大规模使用AI虚假图导致大量消费者受损，或涉及食品、药品等特殊品类，更可能涉嫌虚假广告罪，进而面临刑事处罚”。

买家用AI伪造瑕疵骗退 多数商家难以分辨

记者在社交媒体上搜索发现，买家利用AI图骗退款的现象同样屡见不鲜。

“每天都能收到‘水果腐烂’的退款申请，一开始直接退，后来发现不对劲——有些腐烂痕迹太规整，同一批货总有几个‘烂得一模一样’。”某水果电商卖家王女士在社交平台分享自己的经历，她后来仔细观察并请教技术人员发现，这些“腐烂图”竟有80%是AI生成的。“有个买家发的‘榴莲变质图’，果肉上的霉斑边缘光滑、颜色均匀，根本不是自然腐烂的样子。”

除了生鲜、数码、服装品类也难逃“AI骗退”。某电子产品卖家透露，曾遇到买家收到全新耳机后，用AI生成“耳机头梁断裂”的图片，要求全额退款：“我们让他拍开箱视频，他说‘拆的时候没拍’，后来我们放大图片，才发现断裂处的像素有拼接痕迹，确认是AI伪造的。”但他也坦言，“如果不是我们有专人审核，大概率就退了，很多小商家没这个精力。”

这类骗术的成功率惊人。有媒体记者做了实验，拿着去除水印后的AI生成的商品瑕疵照片，向多个平台的商家投诉商品存在质量问题。面对这些“证据”，商家客服未对照片真实性产生怀疑，多数直接主动提出补偿方案，甚至表示会为消费者补发

AI 照骗 』搅局电商

买家卖家都喊『心累』

果然財經

AI既能为商品“美颜”增色，也能被用来伪造“瑕疵”撒谎——电商领域的“AI对轰”，正让买卖双方的诚信底线遭遇前所未有的冲击。这一边，商家用AI生成超现实的虚假产品图，以视觉“陷阱”吸引消费者下单；那一边，买家反手用AI将完好水果P成腐烂状，给全新商品添上“划痕”，靠伪造证据骗取退款。

“买卖双方都在防AI，太累了！”一位电商从业者道出当下行业的尴尬处境。



网购中常见的AI假图，涉及生鲜及服装等各领域。

商品，全程浑然不觉落入了这场由AI伪造证据设下的骗局。测试结果显示，记者获得补偿的成功率高达75%。

背后原因不难理解：一方面，AI生成的瑕疵图已高度逼真——对比十年前“买家简单P图，多看几眼就能识破”的情况，如今的AI工具能模拟自然磨损、氧化、霉变的细节，甚至添加“手捏水果的压痕”“液体滴落的水渍”，普通商家仅凭肉眼很难分辨；另一方面，商家的“止损心理”也给了骗子可乘之机：水果、生鲜等易腐品退货后无法二次销售，不少商家索性“花钱消灾”，默认退款。

刘女士告诉记者，买家的AI骗退行为并非“小事”，可能引发民事、行政、刑事多重责任。“民事上，属不当得利需返还退款及商家损失，还可能因违约被平台封号、冻结资金；行政上，未达刑事标准或遭治安拘留、罚款，还可能纳入征信影响信贷；刑事方面，若涉及合同、侵犯著作权或提交虚假诉讼证据，可能犯合同诈骗罪、侵犯著作权罪等，团伙作案或涉食品药品的，会从重处罚。”刘女士说。

AI造假迭代太快 平台检测技术难以同步

平台也并非“置身事外”，刘女士强调，电商平台处理退款争议时，需按协议履行审查义务（如核实照片、听取商家申诉），且依法保护商家与消费者双方的合法权益，“若未尽责（如未严格审查便支持退款），损害任意一方权益，应承担赔偿责任。”

“头部电商平台要更具责任和担当，引领行业自律规范，推动全行业形成合力，探索AI时代电商健康可持续的发展路径。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示，淘宝等电商平台应加强行业自律，制定打击AI假图的治理规则，在AI向善方面做出表率，优化消费环境。

今年4月，淘宝、京东、拼多多、抖音、快手五大平台密集发布规则修订声明，核心指向备受争议的“仅退款”机制改革，同步升级AI内容治理与商家权益保障措施。

比如，淘宝全平台启动AI假图治理，通过上线识别模型，采取“源头拦截”“存量清理”和“标识提醒”等多项措施，今年3月

底，淘宝已累计拦截近10万张AI假图。

淘宝还向全行业发出倡议，规范使用AI生成图片，保障商品信息真实，一起加入对AI假图的全面治理。

9月1日，抖音发布《关于升级AI内容标识功能的公告》，进一步规范平台上的AI内容创作与传播。

尽管平台已加大技术投入，但AI技术迭代速度极快，造假手段不断翻新，平台的检测技术很难做到完全同步。

数据显示，截至目前，我国已有490余款大模型在国家网信办完成备案，240余款大模型在省级网信办完成登记，我国生成式人工智能产品的用户规模已达2.3亿人。即使电商平台与头部AI工具合作，也无法覆盖所有小众工具，难免百密一疏。

“从技术原理来看，不同的AI模型在生成图像时的算法、参数设置等各不相同，这就导致溯源时，需要针对不同软件建立不同的识别模型。尽管生成内容溯源系统可通过数字水印、区块链、元数据嵌入等技术，追踪AI生成内容的来源等信息，但面对庞大量的软件，开发通用且精准的溯源工具确实面临挑战。”某企业大数据中心负责人祝先生告诉记者。

部分买家为绕开平台检测，会用境外未备案的AI工具生成瑕疵图，或通过“截图剪裁”去除图片中的元数据、水印等。祝先生指出，“截图虽然不会让区块链存证的信息失效，但会截断图片自带的时间戳、拍摄设备等标识，导致平台无法快速核验，只能通过人工复核，效率大大降低。”还有商家会用AI“混合生成”：将真实产品图与AI元素拼接，这种“半真半假”的图片更难识别。

记者采访的诸位人士一致表示，推动AI工具开发商、电商平台、监管部门、消费者等多方联动，从源头遏制AI滥用，才能让AI从“互害工具”回归“赋能工具”，重建电商行业的诚信生态。

今年4月以来开展的“清朗·整治AI技术滥用”专项行动，第一阶段已累计处置违规小程序、应用程序、智能体等AI产品3500余款，清理违法违规信息96万余条，处置账号3700余个。随着“标识办法”的落地实施，AI治理从“专项整治”迈向“制度规范”，为狂奔的AI技术套上了监管缰绳。

专家观点

2025年3月，国家互联网信息办公室等四部门联合发布《人工智能生成合成内容标识办法》（以下简称《标识办法》），配套的强制性国家标准《网络安全技术 人工智能生成合成内容标识方法》（以下简称《标识标准》）也同时出台，两者于2025年9月1日起正式施行。

中国网络空间研究院信息化研究所所长邹潇湘表示，这一套组合拳的推出，不仅为生成式人工智能内容的标识提供了清晰可操作的技术规范和强制统一的法律底线，更通过对内容生成、传播、使用全链条中各主体责任的精准划分，构建了“源头标识-分发审核-传播核验-用户声明”的协同治理闭环。

人工智能法治化 迈出重要一步

《标识办法》及《标识标准》的出台，标志着我国在人工智能法治化道路上迈出至关重要的一步。

对人工智能生成内容进行规制已成为国际共识与共同挑战。无论是欧盟《人工智能法》的强制性标注要求，还是美国加州系列法案聚焦的“数字溯源”与“人工智能水印”，都表明各国正意识到这场技术革命给内容生产带来的机遇和风险是并存的。

在此背景下，我国新规的出台，展现更为系统化和精细化的治理思维。新规的核心要点在于，它不再停留于原则性要求，而是通过强制性国家标准提供了清晰、统一、可操作的技术执行方案，如显式标识的时长、尺寸、隐式标识的包含要素等，给人工智能生成合成内容贴上了数字标识，实现“原则法治”向“技术法治”的跃迁。

其深远意义在于，它力图找到技术创新与规范治理之间的“黄金平衡点”。通过“技术赋能治理”的思路，力求以一种对内容生产干预最小、效率最高的方式——即在生成源头和传播等环节嵌入标识——来实现有效治理，尽可能减少对用户体验和创作流程的干扰。

提供人工智能生成合成 内容标识的规范路径

邹潇湘指出，《标识办法》的出台，清晰勾勒出一条人工智能生成合成内容的规范化路径。

具体而言，源头（生成合成服务提供者）承担强制标识义务，从源头上给内容打上烙印；入口（互联网应用程序分发平台）承担前端审核责任，需要在App上架时，就核验其是否具备标识能力，将不合规的人工智能应用挡在门外；流通（网络信息内容传播服务提供者）承担核验与提示责任，对属于生成合成内容要明确提醒公众；终端（用户）则承担主动声明责任，当发布人工智能生成合成内容时，应当主动声明，不得故意“以假乱真”。

这一制度设计超越单纯的技术合规要求，正在塑造一种全新的数字社会契约。

邹潇湘表示，人工智能的规范发展，绝非靠一纸政令或一方力量就能实现，它是一场需要社会整体参与的深刻变革。《标识办法》的出台，正是这种“多方协同参与”理念的集中体现。其规范发展必须建立在个人、企业、国家三大支柱之上，缺一不可。

新规将塑造全新的数字社会契约： 给人工智能生成合成内容贴上数字标识：

据中国网信网