重庆商报
2026年11月6日 星期五
编辑 王文渊 美编 徐剑
校审 黄颖

AI攻占双十一 真假图片

AI标注“隐形”真假难辨，生成图价格不到实拍图1/4

AI模特抢了真人模特饭碗

花的钱是真的，但能看到几张真的产品图？“双十一”临近，关于电商平台AI模特展示的话题再次引发关注。“以前模特图虽然会狠狠P图，但至少能看面料和质感，现在直接用AI，请问是要卖给AI吗？”多名网友在社交平台吐槽电商AI模特图“失真”“无法判断版型”。但也有网友直言：“真人展示也不真实，我不排斥做得好的AI。”

乱象背后，是一条逐渐清晰的AI模特图产业链。



反手、三条腿……
电商平台模特AI味浓

一家淘宝店铺展出的女童模特图中，反手姿势明显违背人体结构。该店客服称，图片由模特拍摄，均为“实物拍摄”，并称“网图和实物会有点差别是正常的”。

拼多多一些店铺的商品图，同样存在类似畸变模特。记者注意到一家店铺商品图出现“三条腿”模特。该商品详情页图片上，还赫然标注着模特身高、体重、三围、试穿尺码等信息。浏览时发现，该商品详情页还显示了其他店铺。记者按图索骥联系相关店铺，客服称其图片为实拍图，其他商家应该是盗图。

同时，记者在抖音平台多家店铺发现，一些模特以“无头”形象示人。其中一家店铺的商品主图中，模特右手端着咖啡、左手揣在兜里，唯独脖子以上空缺。此外，该平台多个博主发帖介绍无头AI男装教程、爆款剪辑等。

不只是商品图，评论区也存在疑似AI图片。淘宝平台评论区提示“为你显示真实评价”，但一个在某店铺有过5次购买记录的账号，在评论区为其购买的连衣裙写好评，晒出的照片中却出现了“三只脚”的情况。

记者对比发现，部分商家会明确标注“模特由AI生成”字样，但有些商家并没有作任何标注。澎湃新闻找到其中一家旗舰店，该店疑似也使用AI模特图。在询问客服店铺是否有真人实拍图时，该客服回复“暂时没有”，但该店铺模特图并未作AI相关标注。

电商摄影师报价
AI生成图价格不到实拍图1/4

AI模特图代做、AI提示词指令合集、服装垂类AI工具……AI模特图产业已逐渐规模化，一份AI女装生图提示词指令合集售价16.9元，已售866份。而一份AI女装带货工作流教程售价9.9元，已售出3.7万份。

记者以商家身份联系到一名摄影师，他称可以接实拍模特图，也可以做AI模特生成图。该摄影师报价，实拍的话，场地费、模特费、摄影费，算下来拍一件衣服至少两三百元，一件衣服可拍摄9张图。而他用AI生成模特图则最低收费6元1张，如果清晰度降一些，可以5元1张图，并可以免费生成一张先看看。记者随机发过去一张衣服的图片，其半小时即发过来一张AI模特图。而如果采用实拍的话，有从业者称需要隔天或者两到三天才能出图，价格高出4倍多。

一家AI电商图公司的从业者透露，他们使用主流模型，配合内部工具，能够交付高清无AI水印原图。针对“AI模特撞脸”的情况，他们认为最稳妥的方法是商家有本身合作的模特或者员工，跟对方签署协议。此外，他们建议商家找国外面孔进行调整。关于衣服质感问题，他称“通常衣服面料AI基本可以，消费者看不出差异”。至于模特身高、体重、三围等数据，上述从业者表示“可以随意设计，商家设计好我们按需求做”。当被问及AI虚拟人是否涉及虚假宣传时，他们称，“遍地是AI人，要看平台规则，正常没问题。”

一家商业模特服装拍摄公司工作人员介绍，他们目前均为实拍，有的模特愿意授权进行AI创作，有的模特则不授权，他们这里目前还没有人买模特的肖像权做AI。这位工作人员强调，模特行业是比较抵触AI的，很少有模特愿意授权用自己的脸做AI。

有坚持白底图实拍的摄影公司称，AI面料还原度低，看不到面料质感。还有电商摄影从业者表示，用AI的商家退货和投诉要高很多。

多个平台发布规范
严打用AI假图欺骗消费者等行为

记者注意到，多个平台也曾发布公告治理AI模特图乱象。

淘宝平台在2025年3月启动AI假图治理，严厉打击利用AI假图欺骗消费者、侵害原创品牌商家的违规行为。

2025年9月，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。《公告》显示，抖音已上线两项核心功能：一是AI内容标识功能，协助创作者为AI内容添加提示标识，方便用户辨别；二是AI内容元数据标识读写功能，可识别并写入AI内容的元数据信息，为内容溯源提供技术支撑。

小红书平台于今年8月发布AI治理规则公告，在AI标识方面，对于以AI虚拟人形象运营的账号，呼吁创作者如实说明创作方式，帮助其他用户知道“正在与什么样的账号互动”，主动标识后流量不会受到影响。笔记无论是完全由AI生成，还是经AI润色的再创作，呼吁创作者发布笔记时主动声明。对于未主动标注的AI内容，平台识别后将统一添加标识。

拼多多也在今年8月发布《关于进一步规范商家AI生成图片合规应用的公告》，违规情形包括使用AI生成的、违反物理、生物或客观规律的图片等，将对违规商家采取部分或全部商品下架、禁售等措施。

律师说法

“法律禁止的是误导、混淆，而非技术本身”

针对电商AI模特图泛滥是否构成虚假宣传、消费欺诈等问题，北京盈科（杭州）律师事务所方彩虹律师认为，使用AI模特图，是利用AI技术生成虚拟模特图并应用于电商店铺商品展示页面，属于人工智能的正常技术应用。根据现行法律法规，并不禁止AI在电商领域的正常应用。但使用AI模特图是否构成虚假宣传或消费欺诈，主要取决于商家展示内容与实际销售的商品实物是否相符，以及商家是否对消费者存在虚假陈述或隐瞒。“法律禁止的是误导、混淆，而非技术本身。”

方彩虹律师认为，判断是否构成虚假宣传的核心，不在于是否使用AI技术形成模特图，而在于AI模特图所展现的商品信息是否与实物一致。商家使用AI模特图时，如客观、真实呈现商品信息，未虚构商品品质、未隐瞒商品瑕疵、未删除或隐匿AI生成标识，亦未对消费者作虚假陈述、诱导其购买，则不构成消费欺诈。反之，若展示的商品信息与实物差异显著、远超合理美化边界，叠加商家客服虚假陈述、隐瞒瑕疵或隐匿AI标识等情形，足以认定商家具有欺诈故意的，实务中容易被认定为消费欺诈，须承担《消费者权益保护法》规定的惩罚性赔偿责任，并可能承担相应的行政责任。

针对电商商家使用AI模特图是否需要标注等问题，方彩虹律师指出，商家作为内容发布用户，在通过电商平台、直播间等发布AI模特图时，应当主动声明，并使用平台提供的标识功能进行标识。同时，平台方有核验义务，对未声明但检测到合成痕迹的内容，平台需要采取适当方式提示公众该内容疑似生成合成内容，如标注“疑似AI生成”。此外，从消费者保护角度看，商家也应明确标注模特图的AI生成属性；未标注且足以误导消费者认知的，构成对消费者知情权的侵害。

“法律不禁止AI技术，但AI技术并非免责事由。”

上游财经综合澎湃新闻