



内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

# 商家用 AI 生成商品宣传图引流卖货 实物与商品图严重不符

前不久，居住在辽宁某市的韦女士在浏览购物网站时，看到一款“软萌兔子挂件”的商品链接，主图里棕色的兔子玩偶绒毛蓬松、圆眼透亮，标价40元一个、70元两个。她当即下单购买了两个玩偶。

等待20多天后，韦女士终于收到包裹。然而，拆开快递包装的瞬间，她却哭笑不得：实物兔子挂件毛发粗糙杂乱，眼睛歪斜，嘴巴缝线如同“生气皱眉”，与图片中的可爱模样判若两物。她联系客服反映问题，对方仅回复称“图片有滤镜，自制款存在误差”。

“这哪是误差？分明是用‘照骗’欺骗消费者！”韦女士气愤地说。事后她再次登录店铺页面时，发现这款商品已经下架，评论区里有不少买家吐槽实物“货不对板”。她这才反应过来，商家使用了AI生成的精致图片当噱头，实际发货的却是粗制滥造的商品。于是，她拍摄了实物与商品链接的对比图，向商家申请退货。

这样的“照骗”并非个例。记者近日调查发现，随着AI生成技术在电商领域的快速渗透，不少商家开始使用AI生成的图片、视频作为商品宣传素材，凭借精美视觉效果吸引消费者下单。但这类商品宣传往往隐藏“货不对板”的问题——AI生成图过度美化商品外观、夸大功能细节，导致实物与宣传图差异显著。加之商品详情页缺乏真实信息披露，一定程度上损害消费者知情权和选择权，相关消费纠纷数量持续攀升。

## 实物与宣传图差异明显

居住在重庆市的于女士未曾想到，等待4个月的“梦中情偶”，最后换来的却是一肚子气。

2025年7月，喜欢收集玩偶挂饰的她在某购物平台上看到一款暹罗猫造型的毛绒挂件，在宣传图里，小家伙和她养的暹罗猫外形简直一模一样。

“当时，店铺页面显示的销量高达3.9万件，商品评论区里多是‘还原度超高’的返图，我立刻就下单了。”于女士说。下单后，面对的是漫长的预售等待。半个月过去，她忍不住向客服询问发货进度，客服回复说“商品正在打样，要还原图片的85%以上，还得经过四五轮调整”。

于女士心想，正所谓慢工出细活，于是继续耐心等待。

2025年11月5日，于女士的手机收到一则发货通知提示，她满怀欣喜地再次点开店铺详情页查看，但却愣住了：原来那只精致灵动的暹罗猫造型商品宣传图被换成了粗糙的样品图，塑料质感的眼睛，起球的毛发且颜色不均，完全看不出暹罗猫的品相。她立即联系客服交涉，对方轻描淡写地回复：“现在展示的是实物，不满意可以退货。”

于女士对此非常不满：“退货的运费要由我承担，而且白白等待了4个月，太憋屈了。”

记者看到，因为像于女士这样对实物不满意的买家较多，商家曾经在粉丝群统一回应：“这是我们能达到的‘极限’，实物不比照片差，不满意可退。”

更让于女士生气的是，商家承认起初令她倍感心动的宣传图“是AI生成的”。

于女士吐槽道：“他们先是用AI生成的宣传图吸引消费者，然后采用长时间的预售‘拴住’消费者，等发货时再换图，让我4个月的漫长等待落空。再精致的AI生成宣传图，也抵不过‘货不对板’的失望。”

上海市民龙女士也有类似的遭遇。2025年4月，她在某电商平台看到一家销售中老年人服饰的店铺，一件销量300多件的绣花短袖上衣吸引了她——宣传图里，银发老奶奶穿着浅蓝印花衣衫站在河畔，面料清透、刺绣花朵精致，商品介绍文案写着“亲戚夸年轻”。龙女士想着给外婆添一件夏装，便花费329元下单购买。

但当她收到货时却发现：衣服版型皱，印花模糊，刺绣针脚歪斜，和宣传图里的衣服完全不符。她仔细查看该店铺发现，所有商品图中，老年人模特均是分毫不差的笑脸、一模一样的拍照姿势。

种种不自然之处让她怀疑，商品图片是AI生成的。龙女士向店铺客服提出质疑，客服并没有回应“是否使用AI图”的询问，只是表示“衣服质量有保障，不满意可以退货退款”。龙女士退货后，发现自己被店铺拉黑了，无法在店铺内再次下单，也无法给出商品评价。

龙女士无奈地说：“现在网购不仅需要防备实物色差，还得先辨别宣传图是不是AI生成的，这坑可怎么避！”

## 在架商品缺乏细节描述

记者采访了解到，玩偶领域是商家采用AI生成商品图的重灾区。一名玩偶设计师介绍说，一个有趣可爱的玩偶需要经过一二十道工序才能制作完成。在此期间，还需要玩偶试版一复版一定版，如果需要印花，还要重新再试版，流程复杂、成本高昂。因此，一些没有能力开发原创玩偶、独自开模打版的商家，就会用AI生成商品图片引流后，将粗制滥造的实物卖给消费者。

根据消费者提供的线索，

记者分别在3家电商平台上选购了3款被认为使用了“AI宣传图”的玩偶。

一款商品名为“敦煌飞天猫飘带毛绒玩具公仔”，售价35元。在宣传视频中，憨态可掬、灰黑条纹相间的玩偶猫垂挂在背包上，几缕胡须和身上的飘带随着玩偶的旋转上下轻颤。然而，记者拿到实物后发现与宣传图并不相符：猫咪的脸和身体像是被压扁了，毛发凌乱且毫无质感，几根线似的胡须横在脸上；象征着“飞天”的翅膀和飘带上的花纹十分粗糙。

“你们是用了AI图吗？真的有实物吗？”面对记者的询问，商家称没有使用AI生成图片，但无法提供实物图。对此，客服的解释是：“库房有实物图，我们客服手上没有图”“图片好看是我们摄影师拍照技术好”“如果您不满意实物，可以选择退货”。

另外两款商品情况类似，实物与宣传图差距明显。其中一款“荔枝挂件”，在商品图里已经出现了颜色、形状都存在差异的不同版本，而记者到手的实物与图片和视频中的挂件均不相同。

针对以上3款商品，记者下载商品宣传图后上传AI软件询问“是否为AI图”，得到的回复是：“大概率是AI生成图，尤其是精致繁复的混合纹饰与完美无瑕的卡通形象的结合，非常符合当前主流AI图像生成模型的产出特点。”

记者发现，这类商品其详情页中除了相关图片、视频外，无材质、大小、纹路等细节描述，商家也是“一问三不知”，甚至拿不出一张清晰的实物图。

## 有人向商家兜售AI工具

记者调查还发现，在一些

平台上，有人专门兜售“AI工具”，宣称“可以为电商提供各种商品图场景”“生成多角度模特图”等，为商家借助AI批量制作虚假宣传素材提供便利。

例如，在某平台上一位名为“跨境电商好物××”的博主，其首页帖文内容均为指导某AI工具生成电商产品展示背景、模特等相关宣传图的视频。记者私聊询问该AI工具后，被引导添加其私人聊天账号。之后，对方发来一个链接，点开显示为某AI生成图网站。用户在该网站首次注册，网站会赠送400算力（AI生成操作消耗相应算力，例如上传商品图，生成3张相应模特图，一次消耗40算力），算力消耗完之后可以选择额外购买加油包，120元可购买2000算力，也可以选择299元包月即可获得21000算力，足够批量生成上百张不同风格的“实拍级”商品图，且下载图片时可以“去水印”。

记者尝试发现，仅上传一张网络上检索到的平铺红色连衣裙图片，选择“AI模特”功能，十几秒后，原本随意铺在床单上的裙子，已经“穿”在了精致妆容的模特身上，并且可以进一步消耗算力“更换背景”，记者选择“咖啡厅”这一场景后，很快模特已经“身处”窗明几净的咖啡厅内，姿态自然，裙摆褶皱与周围环境高度契合，连纽扣的光泽度都显得真实细腻。

记者多番尝试后发现，此商家甚至可以“凭空捏造”商品，在没有任何商品图、模特图的情况下，在该页面“图片描述”中以文字叙述想要的商品宣传图样，仅一分钟，便可生成效果逼真的商品图片。

（据《法治日报》记者/孙天骄）

## 恋爱期间消费、婚前买车买房……

# 最高法发布涉彩礼纠纷典型案例

最高人民法院日前发布5件涉彩礼纠纷典型案例，进一步加深各级法院对涉彩礼纠纷裁判规则的理解，以公正裁判促进家庭文明、社会文明建设。

恋爱交友期间的消费性支出，是否属于彩礼？“刘某诉张某婚约财产纠纷案”明确，恋爱期间的消费性支出，属于情谊行为范畴，不宜由司法予以调整。刘某在同居关系结束后，要求张某全部返还的款项

系日常多次转账形成，且双方互有转账，张某亦有生活消费和为刘某购买衣物、充值话费支出，人民法院认定转账系用于双方共同生活开销，对刘某要求张某返还转账的主张不予支持。

典型案例明确，以婚姻为目的给付的购房款、购车款等具有彩礼性质，可按照彩礼裁判规则予以处理。

在“赵某诉李某等婚约财

产纠纷案”中，李某（女）答应赵某，在赵某为其买车后办理结婚登记，于是赵某给予李某购车款15万元。之后双方发生争吵，李某独自回娘家生活，双方未能就登记结婚事宜协商一致。赵某起诉请求判令李某返还彩礼及购车款。人民法院查明，赵某的给付行为系以婚姻为目的，该购车款具有彩礼性质，综合考虑实际消耗、共同生活时间等事实，酌定李某返还部分金额。

婚托婚骗等违法行为时有发生，这批案例重申禁止借婚姻索取财物的司法态度。在“郑某诉吴某离婚纠纷案”中，郑某与吴某经他人介绍相识仅3天后便“闪婚”，吴某接收彩礼后结婚10余天就借故离开，郑某多次要求其返回、共同生活，吴某均推诿拒绝，并对郑某称要离婚。人民法院认为，虽然双方已办理结婚登记，但共同相处时间明显较短，结合具体

案情，支持了郑某要求解除双方婚姻关系、吴某返还全部彩礼的诉讼请求。

此外，这次发布的“王某诉孙某婚约财产纠纷案”对未办理结婚登记但共同生活时间较长这一情况的涉彩礼纠纷作出不予返还彩礼的处理，将双方共同生活时间的长短、是否生育子女、彩礼的用途作为核心考量因素，妥善平衡双方利益。

（据新华社 记者/冯家顺）