

用AI假图“薅羊毛” 电商遭遇新骗局

部分企业AI“反制”措施将在年底正式上线

双11购物节促销结束,玩具商家小黄(化名)的客服后台收到一则特殊的售后申请。

买家上传的照片中,售价167元的毛绒玩具挂件“贝儿”满身焦黑,尾巴呈现出火烧般裂纹,“都没有用怎么就这样了”,要求“退款50元”。

小黄表示:“之前我以为是客人把玩具丢火里了,后来经朋友提醒,越看越像AI(人工智能)假图。”

这场看似普通的售后纠纷,只是AI技术滥用的一个缩影。记者调查发现,从“烂掉”的香蕉到“漫画般”的破衬衫,从“击穿”的饭碗到“火烧”的毛绒玩具,生成的虚假瑕疵图已成为部分人薅羊毛的“退款神器”。

“火烧玩具”退款50元

商家“自制”防骗指南

11月中旬。一位消费者下单毛绒玩具挂件后没几天,就发来一张照片:玩偶裙摆开裂、绒毛斑驳,布料上还带着类似陶瓷的龟裂纹理,配文“都掉皮了,给我退50”。

小黄当时就觉得不对劲:“我们发货都是全新的,还有监控录像,怎么会坏成这样?”她没立刻戳穿,先让对方提供带时间数据的图片原片,消费者却只重复一句“质量问题”,随后直接申请了平台介入,并成功退款50元。

“我以为是消费者自己把玩具丢进火里,当时都想自认倒霉了,是朋友提醒我‘这图像AI生成的’。”小黄把图上传到AI检测工具,结果显示“这张图进行了AI修改”:玩偶链条边缘模糊、布料褶皱的光影逻辑混乱,尤其是“陶瓷裂痕”,完全不符合毛绒材质的物理特性。

此后,商家向平台申诉,追回了50元。

湖北的电商商家小幸运(化名)也遇到了AI生成的虚假商品破损图,同样用来申请售后退款。

不过,小幸运一眼识破了消费者的“骗局”。“正常破损不会四分五裂,且消费者态度存疑,破了还

拼起来拍照更无可能。”商家在接受记者采访时表示,消费者提供了一张“击穿版”宠物碗,态度强硬要求退款并拒绝提供视频。

小幸运认为,消费者提供的商品破损图存在明显不符合常理的痕迹,这是识别AI假图的关键线索。

生鲜类商品因为易变质、难举证的特点,也成为AI假图售后骗局的重灾区。“我们发过去的生鲜水果都是青的不会熟,更不会烂,一看就是AI做的。”一位有着多年销售水果经验的生鲜类商家告诉记者,遇到退款,自己会对水果的情况有基本判断。

对于识别AI假图的经验,一位商家总结了一份“防骗指南”,他说,可以通过数据识别用户是否有“不良行为”记录;从细节入手观察,“AI生成的瑕疵(霉斑裂纹)边缘模糊,光影和商品本身不匹配,比如霉斑颜色发灰不自然”;也可查痕迹,“部分假图会残留AI工具水印”;要对仅提供单张照片的情况保持警惕,“要求对方拍多角度视频,重点拍商品包装,瑕疵特写和手状态,或者用水印相机拍有时间拍摄记录等”。

绒玩具商家认为是AI生成的。
▲消费者退款时提供的毛绒玩具挂件“贝儿”



识别造假需技术升级

伪造证据“薅羊毛”涉嫌欺诈

AI以假乱真门槛并不高。目前各大主流AI应用中均配备有可以进行“AI修图”的功能,用户可轻松使用AI对实物图片进行“魔改”。测试中,记者随机选择一个AI修图,输入“玲娜贝儿挂件”“烧焦”“开裂”,不足10秒就出现了和上述涉事图类似效果的图片。

对于如何判断AI造假和真实图片,有受访者表示:“AI生成还是挺‘风格化’的,我自己可能对于图片更谨慎,对实际上真实的照片也会怀疑是AI生成。”也有受访者称:“感觉人的更有‘人’的笨拙感,AI的破坏很平均,但还是有被骗到。”

记者在测试中发现,目前,对于一些包装上带有文字的物品,AI生成的图片相对来说更容易露出“破绽”,如出现错字、变形等情况。此外,人为对物品的破坏很难做到“平均”,例如,破坏点往往只是一个划痕、一个洞口等,而AI生成的损坏图片则大多是整个物品均有破损痕迹。

不过,这些问题很容易通过AI生成图片时变换提示词等方式解决,未来如何识别AI图片,仍是“魔高一尺,道高一丈”的技术不断对抗升级的过程。

今年9月1日正式生效的《人工智能生成合成内容标识办法》已为AI生成内容的

使用划出红线。第十条指出,“任何组织和个人不得恶意删除、篡改、伪造、隐匿本办法规定的生成合成内容标识,不得为他人实施上述恶意行为提供工具或者服务,不得通过不正当标识手段损害他人合法权益。”

万商天勤律师事务所程亮律师称,相较于普通“仅退款”,利用AI制作假图的行为性质更加恶劣,其行为是通过伪造证据的方式欺骗商家和平台,骗取商品或者退款,侵害了商家和平台的财产权益。

上海正策律师事务所律师董毅智表示,利用AI伪造证据申请退款或“仅退款”的行为,根据其情节和涉及金额,可能同时触犯民事、行政乃至刑事法律。该行为直接违背了《中华人民共和国民法典》中的诚实信用原则,属于典型的民事欺诈。受欺诈的商家有权请求人民法院或仲裁机构撤销该退款行为,并要求消费者返还货款。若骗取金额未达到刑事立案标准,行为人可能面临拘留和罚款的行政处罚。

董毅智称,如果行为人单次或多次骗取退款累计达到“数额较大”,则可能涉嫌构成《中华人民共和国刑法》中的诈骗罪。已有司法案例显示,即使单笔金额很小,但多次作案累计达到标准,也可能被追究刑事责任。

随意“仅退款”成历史

头部电商将出手拦截AI假图

随着AI图片恶意退款问题发酵,电商平台售后审核机制也被推至台前。

面对愈演愈烈的AI造假退款,电商平台的应对措施显得滞后。多位商家反映,平台的“退款”机制存在漏洞,“只要消费者提供图片,金额较低的,几乎都会自动通过。”而商家则需要花时间去分辨以及申诉。

如何有效识别AI生成的虚假证据、平衡消费者权益与商家利益,成为亟待解决的问题。对此,记者采访了京东、拼多多、抖音、淘宝(天猫)等电商平台。

京东方面表示,目前,针对普通商品不提供“仅退款”,仅对生鲜商品提供“坏损包退”的按比例退款服务。京东平台生态有关部门通过开展有关智能判责项目,已针对生鲜商品全面构建了多模态AI假图识别能力,正处于试运行阶段,可识别和拦截包括AI假图等在内的虚假凭证,预计年底将正式上线。

拼多多方面也表示,平台高度重视此类问题,将继续依照相关规定加强售后技术支持。如商家遇到此类问题,可保留相关凭证联系平台,平台会尽快核实处理,保障商家与消费者的正当权益。

抖音电商相关负责人谈到,平台目前并未提供“仅退款”服务,但在售后流程中,若消费者发起售后时申请平台介入处理,平台将根据双方举证、售后方案等进行综合评估,最终根据双方提供的证据进行判定。为保障商家合法权益,平台持续迭代技术,目前已建立相关AIGC识别能力,正在测试运行中。

对此,淘宝(天猫)客服回应称,平台有严格的风控系统会核实凭证真实性,建议消费者遇到问题时提供真实有效的凭证,避免恶意行为。

在中国商业联合会直播电商工作委员会副会长曹磊看来,面对AI技术滥用带来的新挑战,没有单一角色能独善其身。它需要监管部门划定底线、平台织密防护网、商家提升自卫能力,以及每一位消费者的诚信参与,共同构成一道坚实的防线。

天使投资人、网经社电子商务研究中心特约研究员郭涛指出,“仅退款”灰色产业对电商生态造成全方位破坏,严重扰乱市场秩序。对电商平台来说,此类行为打破买卖双方权利平衡,引发商家对平台规则公正性的质疑,导致优质商家流失。对消费者而言,长期来看,商家为对冲风险可能提高商品定价、收紧售后政策,最终损害合规消费者的合法权益,而且黑灰产业的蔓延会滋生不诚信的消费风气,破坏公平交易的市场环境,阻碍电商行业健康可持续发展。

郭涛建议,监管部门需完善法律法规,明确恶意退款的法律界定与处罚标准,落实AI生成内容强制标识要求,对违规AI服务提供者与篡改标识用户依法处罚;同时,建立跨平台消费信用机制,将恶意退款行为纳入个人征信。电商平台应优化规则与审核流程,打破“仅看图片即退款”的单一模式,增加人工审核环节,利用技术手段核验图片真伪。

据新京报