三条腿、畸形手
AI卖家秀能否让消费者放心选择?

“双11”临近,电商平台AI模特再次引发关注。部分商品图的“模特”手部姿势明显违背人体结构,甚至长着三条腿……不少消费者疑惑,AI模特能否真实还原服装效果?AI模特图在服装电商行业是否已成趋势?“生成式”卖家秀能否客观呈现服装品质,让消费者放心选择?

速度快、成本低
AI生成卖家秀已成行业趋势

打开各大电商平台检索服装商品,各式各样的模特展示图随处可见。记者随机搜索某品牌长袖针织衫,商品主图为模特上身效果图。记者将图片上传至国家反诈中心App“AI内容鉴定”,检测结果显示“图像含AI生成痕迹”,但店铺客服却称“商品展示图为真人实拍”。

另一款在售的毛呢西装外套,商品链接附带同模特、同场景的短视频。记者观察发现,模特的声音和口型并未时刻保持一致,这段视频同样被国家反诈中心App检测为“含AI生成痕迹”。

多位服装电商从业者证实,当前行业内应用AI模特图相当普及,特别是今年以来,已有不少商家开启了“生成式”卖家秀模式。某服装电商企业负责人张志涛算了一笔账:“以前把样衣寄出去拍图,最快要3到4天拿到成片。改用AI后,几分钟就能生成整套图片。以前寄拍一套图,费用通常在600到800元,现在AI生成的成本仅三四十元。”记者了解到,当前市场上已经形成了一定规模的AI模特图产业,包括代做、提示词指令、服装垂类AI工具等细分领域。不少科技公司开发的AI模特图生产系统,商家只需上传服装照片,平台即可自动生成模特效果图。



一些出现模特畸变现象的“生成式”卖家秀。

“模特”长出三条腿?
早期AI易出现形体畸变

降本增效之下,“生成式”卖家秀的效果究竟如何?一家中老年服饰电商公司负责人王珺表示,早期技术不成熟,AI模特容易出现形体畸变,但随着技术迭代,AI模特图对服装产品的还原度也明显提高。不过服装行业有其特殊性,“生成式”卖家秀暂时还无法完全替代产品细节高清实拍。

王珺说:“我们前期测品时,基本上全部用AI生成。测完款形成基础数据后,对‘爆款’会用真人实拍。因为有些材质的细微部分,AI很难精准呈现。”除色差、面料质感外,也有网友提出,普通人身材体型差异大,“生成式”卖家秀只能识别衣服的外观和设计,上身效果千差万别。服装批发工作室店主雪彦坦言,“一件衣服好不好穿,卡不卡脖子、卡不卡腋窝,裤子坐下去会不会堆在腰上、舒不舒服??这些真实的上身感受,AI模特展示不了。图片是虚拟的,但衣物最终要穿在真人身上。”

专家:
隐瞒AI属性效果严重失真或涉嫌虚假宣传

北京邮电大学互联网治理与法律研究中心主任谢永江表示,客观来说,当前AI模特图应用在服装电商的确存在短板。AI模特图难以满足消费者看清真实效果、判断上身感受的需求,同时,绑定样衣扫描、面料采集、3D布料解算的垂类虚拟试衣方案,理论上可以做到高保真展示,但成本偏高,目前很难在中小商家普及,未来它更适合作为实拍素材的补充,而非完全替代实拍。谢永江指出,法律上并不禁止AI模特正常使用,但相关从业者要明确两条风险边界:一是图片展示效果和实物是否有实质性差异,是否会误导消费者购买;二是商家是否刻意隐瞒。如果商家谎称是真人实拍,同时AI图里的版型、面料和实物差别很大,足以影响消费者下单,有可能构成虚假宣传,甚至被认定为消费欺诈。

据 人民网

多餐饮品牌要求“消费才可入座”,合规吗?

日前,多家知名餐饮连锁品牌宣布,在全国门店施行消费入座,引起舆论热议。支持者认为,餐饮品牌承担着经营压力,没有义务必须免费向公众开放座位,而且“消费入座”能更好保障已消费顾客的合法权益。不过也有网友认为,这样的规定少了点人情味儿。商家给躲雨的人留个座,让路过的人发会呆,虽然暂时带不来收入,却能传递善意,也是企业履行社会责任的表现。那么,“消费入座”是否合法合规?商业空间的公益性边界究竟在哪里?

北京市律师协会消费者权益与产品质量安全法律专业委员会主任、中国消费者协会律师团律师芦云指出,餐饮店的座位区域本质上属于商家的经营性空间,并非纯粹意义上的公益性场所,因此商家有权自己定规矩。某餐饮连锁品牌表示,将为店员提供统一的服务指引,要求以友好、友善的方式与顾客沟通,并妥善处理合理的临时需求和特殊情况,优先为孕妇、行动不便者等需要帮助的顾客提供协助。那么,“消费入座”具体如何执行呢?如果有消费者没有消费却坐了很长时间,商家如何执行新规呢?对此,法律专家岳屾山认为,理论上企业有权要求未消费的消费者离场,但在具体执行过程中,不能强制驱逐,只能通过劝导,若劝导不成可考虑向相关部门寻求帮助。还有网友提出“点一杯饮品究竟能坐多久”“消费后离店再回来如何处理”等细节问题,但该餐饮连锁品牌目前没有明确规定。那么,如何平衡消费和入座?芦云指出,作为经营方可以定规则,但不能一刀切且强制要求。“权力的行使一定是有边界的,在发挥公益属性的同时,还要考虑不能影响其他消费者行使权益。同时作为消费者,也应当充分知道法律的规则和边界在哪。”

有分析指出,一个小小的“座位”能引发争议,是因为同时承载了两种社会性质——它既是商业空间里的付费资源,又长期被默认为城市中一处可以短暂停歇的公共角落或者公共空间。近年来,类似“消费入座”的争议和讨论反复出现,比如一些书店、一些茶饮店都提出了“消费入座”,甚至“要求按人数点单”以及“入座超过2小时必须续单”等要求。企业如何平衡社会责任与经营权益?岳屾山指出,企业在条件允许的情况下为公众提供便利是履行社会责任的表现,但确实需要考虑企业自身的经营负担和成本压力。例如,在人流密集时段,企业有权根据自身情况调整政策,而在闲时可适当提供帮助,不应对企业这类行为进行严格限制,以免过度干预影响企业的自主经营权。

据 央视新闻