

AI 模特“试衣”商品能买吗？

专家：商家应尽标识义务，避免损害消费者知情权

小巧的面庞、无瑕的肌肤、完美的身材比，模特与身上的着装相得益彰，将服装衬托得更合身、更显潮流……这是出现在某电商平台的一款商品图。但仔细观察可以发现，试穿服装的模特似乎并非真人。私信店家后，对方爽快承认宣传图是由AI制图而成，“为了更好地展现服装细节”。

记者近日调查发现，多个电商平台的不少商家已采用AI模特试穿服装展示商品。不仅如此，在电商平台上，还有一些店铺开始提供AI模特图制作服务，如“AI绘图模特生成”“假人换真人模特”等。

用AI模特“试衣”图作宣传，呈现出的商品效果靠谱吗，消费者会买账吗？AI模特“试衣”图是否可以随意制作使用，可能会面临哪些法律风险？带着这些问题，记者展开了调查采访。

细节之处差异明显 可能涉嫌虚假宣传

AI模特“试衣”宣传图，衣服在模特身上严丝合缝，几乎一丝褶皱都没有，然而实物真的如此吗？

记者近日以“精美套装”等为关键词在各大电商平台上进行检索，发现有不少商品的宣传图明显的AI模特“试衣”图。这些AI模特比较明显的特征是，身材曲线明显，四肢纤细，五官极其精致有漫画感，背景多为虚化的纯色底色。

例如，某电商平台一家有6000人收藏的店铺，居于店铺好评榜第二名的是销量超450件的套装，其商品图是由一金发碧眼的卡通头像模特呈现的，而套装和模特在照片中都像被柔焦（指摄影中使用柔焦镜头或在镜头前加柔焦滤镜等方法，使拍摄的影像达到细腻柔和的效果）了，一眼看上去像是一幅漫画插图。

记者下单该商品，收到

货后打开发现，到手的套装和宣传图上差异甚大：颜色有出入，凭空多出来一块褶子，领口高度也不符。更令人无语的是，模特图上的衣服是落肩的灯笼袖，长度正好在手肘上方，而实物衣服的袖子却盖过了手肘，袖口也不能收紧。

记者遇到的情况并不是个例，在某网店，一件以AI模特作宣传图、已售几百件的衣服，其评论区充斥着这样的评论：“可能是因为AI图，所以画上很贴身，但收到之后过于肥大了”“裙子上面都是褶子”“衣服的颜色和图中的不一样”。

在社交平台上，“AI模特”词条下，不少网友明确表示不愿为AI模特买单，不少网友认为，用AI模特展示衣服会增加网购踩雷的概率。有网友直言：“AI模特和人类的头身比例不符，哪有参考性呢”“AI模特图生成后，

实体商品也变虚拟了，真实性如何保证呢”。更有网友明确表示，“不会买任何AI生成产品图的产品”。

中国政法大学教授、中国消费者权益保护法研究会副秘书长孙颖说，人工智能在电商销售领域的应用，最好是真人模特或主播利用AI技术自动更换不同款式衣服进行展示。“目前AI制作模特图，在技术上还存在一些不能克服的障碍，在细节部位会有所不同，让消费者无法判断衣服的真实样子。”

“AI模特图因为不能完全真实展现商品外观、款式、颜色、花色等客观情况，必然会涉及损害消费者的知情权和选择权，违背了经营者对消费者应当承担的商品或服务信息全面、真实、准确的义务，甚至有可能涉嫌虚假或者引人误解的宣传。”孙颖说。

制作成本低廉高效 技术水平有待提高

为什么一些商家会愿意选择AI模特“试衣”图进行商品宣传？

有业内人士告诉记者，这主要是一些网店为了节省拍摄成本。公开报道称，有商家将真人模特替换为AI模特之后，包括模特、摄影师等工作人员的费用及场地费、设备费等在内，当月成本节省了4万元左右。

“一些中小商家往往请不起模特，或者做不到十分精美的拍摄，AI模特可以帮助他们以较低的成本完成较高品质的产品展示。此外，一些特定拍摄需要外国模特等，选用AI模特会比现实中寻找一个合适的模特更方便快捷。”上述业内人士说。

在相应需求之下，提供AIGC（AI Generated Content，人工智能自动生成内容）功能的软件越来越多。相关软件生成AI模特图的方式主要为：使用纯文字描述、文字加图片、图片加图片的方式，即可一键生成AI模特“试衣”图。

记者调查发现，伴随着商家对AI模特“试衣”图制

作的需要，生成AI模特“试衣”图的服务也正在成为一些商家的主打商品。在某网购App上，记者以“AI模特生成”“AI服装模特代做”为关键词进行检索，出现了多个相关商品。

在这些商品的详情介绍页面中，商家提供的服务包括：将假人试衣模型转换为真人模特、提供服装照片直接生成模特试衣图、可指定模特外形特征等。具体操作方面，多名商家均表示是用照片生成图片，“提供服装照片即可，最好是有假模或真人穿着的，效果会好些”【最佳素材】模特图（假模/真模），多角度，多姿势”。

价格方面，记者询问多家店铺得知，若让他人帮忙生成图片，3张到10张图片的价格在100元到300元不等。电商经营者还可以自行购买软件和学习教程，运用软件人工智能生成所需的模特图。

记者选择了一家月销量4000多件的店铺，首单不到1元就可以体验一次“AI绘图代出图”服务。按照店家指引，记者提供了服装图片

和“卷发少女”“可爱”“苗条”等关键词，几分钟后对方就给出了4张生成图片。

这些图片中，模特长相均符合预期，甚至较为逼真，看上去与真人差异不大。但服装样式的相似度却大相径庭，除颜色外，领口设计、袖子长度、袖子收边、有无腰带、装饰品位置等均与原图差别很大。

“您可以搜索下具体的关键词。”面对记者的疑问，店家表示可以通过限定关键词使得图片达到更令人满意的程度，“提供有真人或者假模穿着的图片，生成的效果图会更好些”。

在西南政法大学民商法学院副教授、网络空间治理研究院副院长郑志峰看来，利用AI技术生成模特图是AI技术具体应用情景的体现，有利于降低销售成本。同时，生成式人工智能技术可以批量高效率地生成各种模特图，甚至许多模特图都极具创意和美感，但生成的内容很难与现实模特一模一样，真实性、准确性都有待算法进一步发展。



图为记者提供服装图片和“卷发少女”“可爱”“苗条”等关键词后，“AI绘图代出图”店家给出的4张生成图片。

商家应尽标识义务 警惕肖像侵权风险

为规范人工智能生成物的应用，国家互联网信息办公室等三部门审议通过了《互联网信息服务深度合成管理规定》，已于今年1月10日起施行，其中明确规定，深度合成服务提供者和技术支持者应当加强技术管理，定期审核、评估、验证生成合成类算法机制机理。深度合成服务提供者和技术支持者提供具有生成或者编辑人脸、人声等生物识别信息的功能的模型、模板等工具的，应当依法自行或者委托专业机构开展安全评估。

规定还明确，深度合成服务提供者提供人脸生成、人脸替换、人脸操控、姿态操控等人物图像、视频生成或者显著改变个人身份特征的编辑服务，可能导致公众混淆或者误认的，应当在生成或者编辑的信息内容的合理位置、区域进行显著标识，向公众提示深度合成情况。

国家互联网信息办公室等七部门审议通过的《生成式人工智能服务管理暂行办法》将于今年8月15日起施行。其中再次强调，生成式人工智能服务提供者应当按照《互联网信息服务深度合成管理规定》对图片、视频等生成内容进行标识。

然而，记者调查发现，无论是采用明显的动漫人

物式AI模特图的商家，还是在社交平台上明确标榜自己拥有“高度拟人的AI模特”的商家，其在详情商品页面中都并未对是否为AI模特图进行标识。

值得注意的是，因为一些AI数据库中包含着海量人脸数据，一些AI模特图生成后可能和真人人脸具有高度相似性。对此，有网友表达了担忧，也提出了是否涉及侵权的疑问。

中央财经大学法学院副教授、博士生导师王叶刚说：“如果商家通过AI生成的图片与他人的肖像具有高度的相似度，使得他人可以从该AI图片中识别出特定人的身份，则该AI生成的图片应当属于他人的肖像，商家在制作和利用该图片时，应当取得肖像权人的同意，否则将构成对他人肖像权的侵害。”

郑志峰说，商家当禁止故意以违法的目的使用AI技术，如故意向人工智能提供一些违规的关键词，以生成一些涉及不良内容的图片，或是侵害他人肖像权、名誉权、个人信息权益的内容；对于正常使用人工智能生成的内容也需要负担适当的注意义务，确保生成内容合规，若发现生成内容涉嫌违规时应当及时向技术服务的提供者报告。

（法治日报）