

脏乱厨房秒变精品堂食 外卖店铺“AI换脸” 平台启动专项整治

温馨的用餐环境、醒目的门店招牌、座无虚席的顾客……临近饭点,当你打开外卖平台,这样一家装潢精致、众人排队用餐的门店头图,肯定会让你下意识地认为:这是一家拥有线下实体门店的靠谱好店。然而这些外卖头图,竟是AI生成的虚假图片。如今一些外卖商家正使用AI生成的虚假门头图片,将无堂食、无实体门店的“幽灵厨房”包装成热闹非凡的线下堂食店。

记者了解到,针对部分外卖商家使用AI图片造假问题,三家外卖平台正在进行专项整治。市场监管部门表示,除了要求外卖平台加强审核外,还将加大检查力度,进行重点、全覆盖整治。



● 现场走访

部分“堂食”店铺仅有操作间

文女士是外卖平台的常客。她发现,近来各外卖平台上多了些装饰雷同的外卖店,这些店的头图有着相似的特点:大字招牌门头、氛围感十足的灯光、座无虚席的顾客以及烟火气十足的用餐环境。这样有线下门店的外卖店,让她立即选择了下单。

但之后她无意间发现,自己经常光顾的那家自称有堂食的外卖店竟藏于商业街负一层,根本没有堂食。她后来才知道,平台上氛围感十足的头图,竟是用AI生成的。

像文女士一样,被外卖店虚假AI头图所困扰的食客不在少数。记者对多家外卖平台上疑似使用AI头图的商家进行了走访。

某外卖平台上的“胡季爆炒干锅(春熙路店)”外卖店头图显示,店内有两层,二层包间里还有顾客在用餐。可当记者来到成都未来中心二层该店铺所在地时发现,这是一家专做外卖的店铺,只有一个操作间。

当记者询问为何使用与实际不符的AI头图时,员工避而不答。据在此处统一管理的工作人员介绍,这里有12个外卖商家,他们只检查商家的证照是否齐全,是否存在超范围经营、食材过期、虚假宣传等问题,并未对商家的线上头图进行检查。

某外卖平台上的石小路肥肠芋儿鸡(春熙路店)也存在同样情况,头图中看似是临街堂食店铺,实际上开在外卖商家集中区,并无堂食。还有一家荣兴冰室·港式茶餐厅(建设路店),其头图看起来颇具格调,让人认为这是一间堂食小店。而当记者来到位于活水桥北街60号负1楼11号的实际地址时,一间阴暗的无堂食外卖店就展现在眼前:门店在狭小的巷道内,店内卫生情况不佳、预制产品无序摆放。

记者了解到,该店开张不到一个月,老板在武汉,通过“远程”遥控开店。老板姚先生介绍,虽然他有经营餐饮的经验,但面对复杂的外卖平台规则,他最终选择将店外包给外卖运营团队,“你只需给他们列个菜单,图片、定价、店内装修就都可以搞定。”他自称门店头图是运营团队制作上传的,他并不知情。随即,属地市场监管人员到达现场检查,责令其置休、整改。

● 记者调查

运营团队替商家开店“包办一切”

外卖头图是用于外卖平台上展示商家形象的图标。记者调查发现,目前各外卖平台都存在商家使用AI头图将无堂食包装成有堂食的情况,这些店铺有的月销量数千单甚至上万单。从商家主动购买服务,到代运营公司“包办一切”,再到平台审核失灵,让消费者陷入一场精心设计的视觉骗局。

为何使用AI头图?记者调查发现,这背后是一整套针对消费者心理的精准算计。

商家认为,在顾客对食品安全越加重视的当下,“头图显示有堂食,顾客就更容易进店”。因此为了吸引顾客下单,他们就会购买或生成有堂食的AI头图,或交由第三方运营团队

包办。

除了迎合顾客外,外卖店铺的装修还影响着店铺的销量。不断上升的销量能提高下单转化率,转化率越高,平台给到的流量也就越高。因此,将线上店铺打造得像线下实体店一样光鲜亮眼,就成为外卖商家努力的方向之一。

记者以开外卖店为由,咨询一家外卖代运营公司。客户经理唐先生表示,现在外卖商家更新换代快,“这家没做起来,马上关闭重新开”。因此运营公司的效率也要跟上商家开店的速度。他们为商家提供全套服务,包括店铺设计、爆款设置、引流等。

他说,市面上的运营团队参差不

齐、收费模式多样,但共同点是承诺“包办一切”。而“包办一切”往往意味着,商家只需提供菜品和成本价,运营团队就可以将一家外卖店在线上开起来,包括定价、设计图片、策划活动等,“至于图片是否真实、是否使用AI,有的商家不知情、不在意,消费者也无法鉴别。”

唐经理透露,现在平台的考核机制更侧重于“商家数量”而非“运营质量”,比如外卖平台业务经理的KPI是拉新,追求上线率,这导致在商家资质审核和后续管理方面存在粗放问题。

而由于消费者对视觉与现实的差距有着“极高的容忍度”,使得外卖行业“货不对板”成为常态。

● 整治监管

三大外卖平台启动专项治理

互联网分析师丁道师表示,用AI生成图片进行宣传的现象已非常普遍,各大城市均出现了这一现象,不仅是外卖平台,旅游、电商等领域也同样存在。

他表示,过去一段时间,人工智能快速发展,目前AI生成内容的泛滥趋势已不可阻挡,大部分人无法分辨人工和人工智能图片的区别,同时由于它“免费且高效”,导致更多商户选择使用。

对于外卖店“AI换脸”现象,多家外卖平台均表示,不允许商家使用AI头图。

饿了么表示,已成立专项治理小组,持续推进这类问题的治理,会通过

完善规则、技术研发等方式,加强对此类门店的识别以及整改。

京东外卖表示,将严格管控入驻商家的品质,制定严格的商家管理规范。针对个别门店使用AI图片作为头图的问题,当前已组建了专项治理团队,持续进行排查治理。

美团外卖表示,头图(店铺头像)不能使用商户牌匾、环境图、门脸图等图片。餐饮商家使用第三方AI软件,生成门头图样式的图片作为logo,有误导用户的嫌疑,目前平台已成立专项小组进行专项治理。

同时记者也将此事向属地市场监管部门进行了反映。监管人员到

店检查后,已责令涉事餐厅进行整改,并要求商家将有虚假宣传嫌疑的图片进行更换;对卫生条件差的餐厅,要求其卫生验收合格后才能重新营业。

监管人员表示,他们前期未注意到外卖商家使用AI图片的问题,接下来他们将同外卖平台进行对接,要求平台加强审核,同时他们也将加大检查力度,针对无堂食外卖进行重点、全覆盖整治。



市场监管人员到现场检查,要求商家进行整改。

● 专家建议

需改变平台估值和增长的逻辑

记者看到,目前各平台已对记者所反映的个别商家问题进行了处理,但依旧有其他商家存在使用AI图片的情况。

上述分析师表示,整治只是一方面,更深层次的问题在于如何扭转整个行业的生态。平台的估值和增长依赖于庞大的GMV(商品交易总额)。在这种逻辑下,海量的、哪怕是粗制滥造的店铺,只要能能为平台贡献流水和

流量,就具备了存在的价值,最终,为这场“虚假繁荣”买单的还是消费者。

值得一提的是,国家有关部门制定的《人工智能生成合成内容标识办法》于今年9月1日起施行,其中规定需对AI生成内容进行标识。尽管《办法》并非直接剑指外卖领域,但相信随着新规落地,那些企图借AI“挂羊头卖狗肉”的商家,也将受到制裁。

(综合成都商报 北京日报)