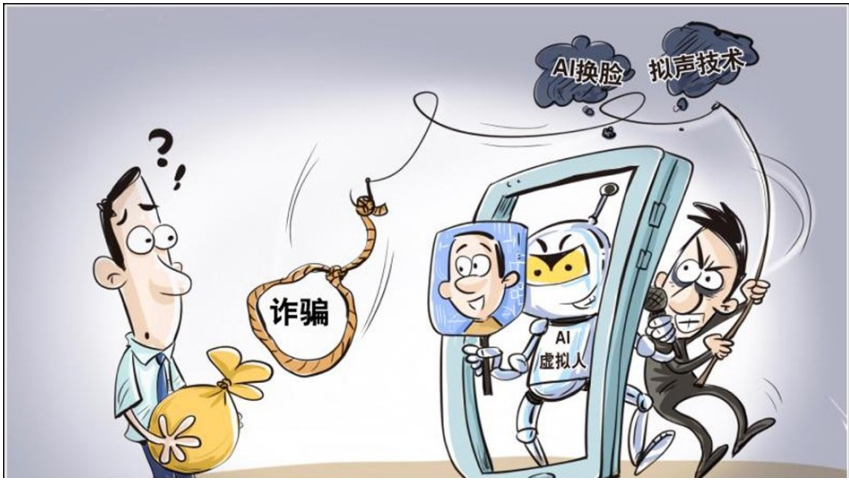


热销的“国风毛衣”算不算诈骗？



商品页面，少女身着中式元素服装款款而来，清新灵动；收到实物，裤子裹在腿上，腰带状若抹布。日前，“国风毛衣第一批受害者”登上各大社交媒体和短视频平台的网络热搜。

仅仅是因为消费者自身条件不如走秀模特带来差异吗？仔细观察不难发现，这些模特图几乎全部是AI生成，一些服装业内人士认为图中服装效果几乎无法实现，部分电商是靠卖图“预售”而后找人紧急加工。

AI在服装领域已不可避免地展开运用。在一些法律界人士看来，尽管对于商业领域使用AI技术尚没有专门法规，但仅靠几张AI图就开始卖货依然存在违法之嫌。

“国风毛衣”让消费者成受害者？

不久之前，市民杨女士在电商平台刷到一组“国风毛衣”图，走秀模特身着色彩淡雅、轻盈飘逸的服装，让她十分心动：“一直想尝试国风元素，又觉得汉服太过隆重，这些服装一下就抓住我的心。”加之已进入“双十一”折扣期间，这些服装又是毛衣，她立即在同一家店下单了三套。

然而收到第一套服装她就大感不妙。“首先材料就不太好，裤子裹在脚上，服装无论怎样调整，也不像走秀图那样有廓型。”杨女士表示，自己身高171cm、体重59千克左右，虽不如模特纤细但在健康合理范围，“穿上这套衣服就是膀大腰圆。”

后来杨女士才发现，网上已有不少跟她有同样困扰的消费者，“国风毛衣第一批受害者”登上多个平台热搜。一些不同身材的视频博主还买了“国风毛衣”测评，效果和杨女士自己尝试如出一辙。“我跟这些博主还有一点消费感受相同，就是有些款式一直拖着没发货，问客服就说‘还在排单。’”最终杨女士选择全部退货。

点开多个电商平台搜索“国风毛衣”，能找到不少销售此类商品的店铺，这些店铺虽然各有“品牌”，使用的图片几乎完全一样。这些被反复使用的系列图片均是模特走秀的场景，背景空间陈设相似，看上去的确像一场真实存在过的走秀活动。杨女士表示，“当时看到是走秀图，以为是新的国风品牌。我当时以为既然能办走秀应该是比较大的品牌。”

不过细看之下，这些图片依然露出诡异的端倪：在AI图最容易露出破绽的手部，有模特“长”着几乎完全一样长的6根手指；看秀的人群中，有人面部结构和身体姿态奇异，有人干脆没有五官；而舞台背景出现的文字，呈现出一种与汉字结构相反的奇特字型。

“概念图”变实物还有很长的路

“为什么很多人下单之后迟迟收不到货？因为货要等到足够多人下单后才会去做。”一些从事过服装行业的人也表示，如今部分电商直接卖AI图的做法“非一日之寒”。曾开过20余年服装店的周女士表示，相比过去开服装店拿货压货现场交易，一些电商手上根本没有货，只提供展示和咨询，下单后工厂直接发货；后来直播兴起，一些主播自己购买价格高昂的品牌服饰出镜带货，等下单的人够多后再“打版”仿造，“这样发展下来可不是只要出假人图就好了。”

“其实看到这些图片的时候我就知道这些图肯定有问题。”目前旅居欧洲的行业从业者马女士注意到这一争议，“AI是大量喂图后人工选择关键词，由它选择各类元素拼贴合成。这些图中的裙子，看上去就是汉服轮廓

加上针织质感合成。但现实中针织面料很难做出这些图中的飘逸效果。”马女士介绍，这种既挺括又飘逸的“矛盾感”，知名品牌香奈儿曾推出过一条名为“冬夜”的礼服，是通过在雪纺纱上刺绣实现的，“一条裙子做了一个月”。类似质感可以用相对较轻的马海毛制作，但电商平台上从50元至300元的不同售价，“都不可能涵盖设计制作成本。”

马女士也坦言，尽管业内看法不一，但AI不可避免对服装设计制作产生冲击。“比如学设计一开始，大家都会用‘灵感簿’，把自己有感觉的元素集合在一个板子上，看起来跟AI喂图没啥区别。”马女士强调，设计师的想法看上去天马行空，但设计时一定会考虑服装版型、材料、工艺等因素的适配度，或者有执行力强的团队帮助设计师完成落地。“很多知名设计师展现在公众面前的形象就是天马行空般快速画几张概念图，实际上还有团队细化出制作草图。如今AI图不管看上去如何逼真，本质上还是一张概念图，没有专业团队审核甚至不具备消费时的参考价值。”

目前，也有国产品牌开始探索AI设计的可行性道路。在社交媒体上，有设计品牌搜集民族服装元素和工艺细节融入设计，利用AI技术展现了一系列含有国风元素的服装，收获超3万点赞。但这些服装均未投入生产，仍在研究其版型、面料和结构，目前仅有的产品是两款丝巾。即便如此，该品牌的AI图已被四家电商直接拿去使用并公开销售。

仅卖AI图涉嫌违法

仅靠几张AI图片就吸引消费者付款的店铺，是否涉嫌诈骗？在一些法律界人士看来，目前对AI技术运用尚无明确法律条文，对AI生成图文的版权归属也未明确。而且从目前的商品图和实物图对比看，其颜色、造型等要素仍基本一致，认定诈骗有一定难度。但按照《消费者权益保护法》第二十条规定，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。

记者在这些使用AI图片的店铺发现，绝大多数店铺都未提供任何与商品相关的材料、保养等信息和细节图。在这些商品的详细页面里，店铺只是将同一张走秀图不断截取放大细节。这些销售“国风毛衣”的店铺里，评论区里几乎清一色的好评，只有零星评价附上了实拍图。然而一些带图的好评中，所谓的“消费者”身着的根本不是商品页面的服装。

此前有消费者质疑时，商家称“模特实拍图”，甚至有商家在介绍页面称“图片实拍，不得盗用”。随着事件发酵，如今一些商家坦承用的是AI生成图。

相比之下，普通的服装品牌则大多包含商品的详细信息。以优衣库为例，其介绍页面中商品说明、面料组成、上市季节、洗涤和护理信息等一应俱全，还有多张图片展示领口、面料、口袋等细节。如今社交媒体和短视频平台对AI内容已有明显提醒，但多个电商平台对AI图没有这项内容。

今年开始实施的《互联网信息服务深度合成管理规定》中明确，深度合成服务提供者提供人脸生成、人脸替换、人脸操控、姿态操控等可能导致公众混淆或者误认的，应当在合理位置、区域进行显著标识，向公众提示深度合成情况。一些法律界人士也表示，随着技术快速发展，相应的法律规范也必将进一步完善。

本报综合消息

最近，数场将在上海举办的演唱会开票信息登上了热搜榜，很多歌迷晒出了成功抢购到门票的截屏，“手慢”的歌迷却表示又遗憾又不甘心。与此同时，社交平台和二手交易平台上有关“门票转让”的信息多了起来。

上海辟谣平台调查发现，很多转让信息的可信度不高。有的骗子冒充正规购票平台工作人员行骗，还有的利用公众对第三方支付平台的信任制造陷阱。由于票款价格不菲，不少网友因此损失惨重。

小心演出票二手交易骗局！

票务平台真有内买渠道？

“对方言之凿凿，说用我本人的账户下单，有短信通知，门票也会出现在我的账户里。”消费者小齐因对一个细节生疑，最终没有落入假票陷阱，“我收到了‘门票已预约，请尽快付款’的短信后，对方发给我一个声称是‘平台内买财务账户’的二维码，让我付款。怎么证明这个二维码是平台财务的呢？”

在搜索社交平台的相关帖子后，小齐坚定了对对方是骗子：他一旦给这个账户转账，对方能立刻拿到票款，然后消失；至于此前收到的“门票已预约”短信通知，大概率是骗子冒充正规票务平台的口吻发送的。

小齐的判断没有错。上海辟谣平台留意到，已有不少歌迷粉丝被所谓的“票务平台内买”套路所骗，少则数千元，多则上万元。梳理相关骗局，套路几乎一模一样——

骗子先用“本人账户官方票务平台下单，有短信通知，可在官网查收门票”让受害人放松警惕；

然后用假冒的“预定成功通知”骗取信任；

再要求付款，付款方式不限于“票务平台内买财务账户”二维码、假冒票务平台的付款页面等；

当受害人付款后，骗子失联，受害人票财两失。

整个过程中，部分骗子还会用“身份证”“工作证”等证明自己在正规票务平台任职。可不要忘了，这些证件都有可能造假，凭照片无法鉴别真伪。

上海辟谣平台注意到，在这类骗局中，“大麦内买”最常出现。可事实上，大麦早在今年6月就通过官方微博澄清：“不存在内部购票通道；客服不会通过QQ、闲鱼、微信等外部聊天工具联系用户；任何以大麦或大麦员工身份要求私下转账的都是骗子”。

票款放第三方账户 观演后确认就安全？

也有网友询问，有的“二手票卖家”声称可以将票款放在第三方账户，等成功观演后再确认收货，这样的交易是不是就安全些？

事实证明，“票款放第三方账户”也不保险。骗子以“第三方账户”为障眼法，通过话术一步一步诱导受害人主动放弃第三方账户，选择直接转账或外链交易，最终落入陷阱。

消费者金晶通过闲鱼与一名自称有票的卖家沟通转让某场演唱会门票，对方称可以通过闲鱼付票款，票款暂存关联闲鱼的支付宝账户，待观演后，金晶确认收货，他才能收到票款。“听他这么说，我觉得没什么风险，如果演出看不了，就找平台介入，还是可以把钱拿回来。”金晶由此在闲鱼付款下单，没想到，套路刚刚开始。

对方说，金晶付款时没有备注姓名、场次等票务信息，由于订单量太多，搞不清到底是

哪个客户支付的票款，所以无法出票。

紧接着，对方又说门票热门，同一时间已有其他客户付款下单，所以金晶想要的门票“没有了”，还提供了他人下单的截屏。

当金晶提出能否协调时，对方称可以通过银行转账的方式将门票“抢”回来，因为他人的票款也在第三方账户，所以通过银行转账有机会“先到先得”。

此时，金晶已经通过闲鱼的“退款”服务拿回了之前支付的票款，“我觉得对方挺诚信的，钱也退回来了，所以就根据他的要求直接银行转账了。没想到，之后就再也联系不到他了。”

可见，骗子用“第三方支付平台”只是为了骗取受害者信任，他们的目标不是第三方支付平台中的票款，而是利用“识别失败”“标注不清”“付款未到账”等理由，最终诱导受害人脱离第三方支付平台交易。

“正规平台”的支付链接靠谱吗？

一家专业票务公司向上海辟谣平台提供了其最近监控到的另一种诈骗手段：伪造正规平台支付链接。该手段不仅隐蔽性强，还可能出现在不同的陷阱中。

具体来看，骗子伪造了官方购票网站和支付链接。比如，骗子会生成假的闲鱼分享图片，图片里面的二维码本身就是假的，普通人恐怕很难分辨。再比如，骗子模仿不同平台的页面，如闲鱼、京东、大麦等，制造假网站和链接，等着受害人点进去填写身份信息、银行卡信息等隐私。

利用这些假网站或假链接，骗子或是通过社交平台等招揽生意，如果有人上钩，就发布假页面和链接，直接骗取票款；或是把这些假网站、假链接“嵌”在其他陷阱里，欺骗受害者。比如，在“内买”骗局、当消费者通过第三方支付平台付款“失败”时，骗子发送这些链接，表示可快捷跳转到正规的付款页面，提高支付效率。很多歌迷认为平台付款安全有保障，不疑有他，不想进入的却是钓鱼网站。

这一骗局到这里还没结束，之后还会有套路：有的链接在受害人付款后，会显示“银联账户存在风险，需要向银联工作人员申请解除异常订单”等，骗子再假扮银行工作人员，骗取更多钱财……

上海辟谣平台了解到，就演出门票交易而言，正规企业应当至少具备营业执照、演出经营许可证等经营资质，消费者在交易前可要求对方提供相关文件以查验。

同时，选择服务时，尽可能通过提供第三方支付账户、具有售后服务的平台，而不是交易者自行提供的网站、小程序、微店等渠道。

交易过程中，务必使用平台自带的各种服务，警惕各种分享链接，不通过链接跳转的方式选购或交易商品。本报综合消息

