89.0%受访者感觉当前AI卖家秀与收到实物差距大

2026年11月12日 08:29 来源：中国青年报



今年“双十一”大促期间，AI卖家秀引发了众多消费者的关注。不少AI卖家秀与产品真实情况差距太大，干扰了消费者的判断，透支了消费信任。为此，中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com)，开展专题调查，共回收1334份有效问卷。数据显示，今年“双十一”，81.5%的受访者感到AI卖家秀变多了。服饰鞋包(53.8%)、美妆护肤(46.8%)、家居家纺软装(37.4%)成AI卖家秀误导重灾区，89.0%的受访者感觉当前AI卖家秀是升级版的网购“照骗”。

“现在在网上买东西，常有种在浏览AI效果图合集的错觉。”浙江的85后吴志远最近正在装修，本来打算趁着大促入手一些家居好物，但在网上选了几天，发现很多商品的展示图都是AI生成的了，这让他有点心里“没底”。

他细数，小到锅碗瓢盆、桌面摆件，大到橱柜、床，不少商品都用上了精致失真的AI效果图。“小件退起来还方便，大件退货就太折腾了，东西太大，打包特别费工夫，运费还高。”这几天，在退了一张床和一个近2米高的置物架后，吴志远最后还是决定去实体店购买了。

“买了一条预售的连衣裙，等了一个月，到手后和商家AI宣传图里的完全是两回事。”00后大学生周婷吐槽，卖家秀里面料顺滑有光泽、剪裁得体，收到的实物却皱巴巴，裙摆设计都不一样。“这不就是骗人吗？”她感慨，虽然以前商家会修图，但毕竟还是在真实的产品照片基础上调整，现在AI制作的产品图片，凭空就能改动细节，对买家实在没什么参考价值。

调查中，近九成受访者(89.0%)感到当前AI卖家秀是升级版的网购“照骗”。“现在商品详情页里堆满了AI图，买东西跟开盲盒一样，实在离谱。”周婷觉得，如果商家要用AI图，至少要保证版型、材质、细节和实物一致，不能欺骗、误导消费者。“而且必须明确标注图片为AI生成，给买家提个醒。”

在李巧看来，AI生图既快捷又节省成本，确实能让产品看上去更精致，但一次次的收货落差，一定会让消费者对“AI味儿”的卖家秀失去信任、心生厌

本教材仅限天天中文内部使用

烦。“商家可以用AI适当展示产品，但实拍细节图不能省。不能有了AI就偷懒，否则看似节约了经营成本，实则最后丢掉的是顾客。”

在什么情况下，消费者愿意接受商家使用AI生图做商品展示？62.7%的受访者指出在显著位置清晰标注“AI生成效果图”；57.6%的受访者强调AI作辅助展示，同时提供实拍细节图；53.8%的受访者提出如实还原材质、版型、颜色等，拒绝货不对板；40.9%的受访者建议“实拍图”和“AI效果图”商品页严格分区展示。

单词：

	guānzhù	gānrǎo	tòuzhī	xìnrèn
	关 注	干 扰	透 支	信 任
	fúshì	liúlǎn	tújí	cuòjué
	服 饰	浏 览	图集	错 觉
	shùnhuá	jiǎncái	qīpiàn	qīngxī
	顺 滑	剪 裁	欺 骗	清 晰

讨论：1.如果你在网上购物时看到标注了“AI生成效果图”的商品图，会影响你的购买信心吗？日本电商平台对于商品宣传图片，一般有什么样的要求？

2.AI绘图成本低、效果好看，对商家很有吸引力，但过度使用会消耗消费者的信任。长远来看，只靠好看的AI图吸引顾客，是有利于店铺的长久经营，还是会伤害生意？请谈谈你的看法。

源新闻：https://www.chinanews.com.cn/sh/2026/11-12/10730603.shtml

音声 URL：http://ttcn.co.jp/sound/text/files20261121794472655.mp3

本教材仅限天天中文内部使用