

帮你搜 替你试 随时应答……

AI扎堆上岗 帮忙还是添堵

不知道该买什么, AI帮你搜; 拿不准口红色号, AI替你试; 半夜购物有疑问, AI客服随时应答……今年“双11”, 从挑选商品到完成下单, 从虚拟试妆到售后咨询, 各大电商平台不约而同地把AI嵌进了购物全流程。可记者调查发现, 看似智能的AI, 实际体验却难言省心, 甚至成了货不对板的“帮凶”。



(冯晨清/图)

专家支招

要让AI亮明身份

面对“双11”的AI新乱象, 中国政法大学法学院副教授沈伟伟认为, 其症结主要在于“权责不清”——一旦出了问题, 消费者不知道该找谁。

沈伟伟分析, 造成“权责不清”的原因主要有两点: AI技术跑得太快, 新问题层出不穷, 监管难免“跟不上”; 更关键的是, AI本身如同一个“黑箱”, 其决策逻辑复杂难懂, 这直接导致了“归因困境”。“出了问题, 是开发AI的公司、使用AI的平台, 还是发布AI生成内容的商家负责?”他认为, 正是这种责任链条的模糊, 让消费者维权变得异常艰难。

如何破题? 沈伟伟建议, 首先要让AI“亮明身份”, AI使用者应当承担相应的披露义务。例如, AI客服必须在对话开始时明确告知其AI身份, AI生成内容必须打上清晰的“AI制作”标签。其次要利用平台作为整个电商生态的“中枢”。当消费者和监管部门还在适应新技术时, 平台作为对技术和商业模式最敏感的一方, 必须积极改进和管理AI技术应用。

此外, 司法判例也可发挥“探路”作用, 法院通过审理AI消费纠纷等典型案件, 以更灵活的方式回应现实争议, 填补规则空白。“最终目标是让消费者、平台和商家在这个被AI技术重塑的商业时代, 尽可能有法可依。”沈伟伟说。

(北晚 袁璐)

AI导购

答题15分钟“忙了个寂寞”

从“万能搜”到“帮你挑”, AI导购在这个“双11”被包装成“比你更懂你”的购物助手, 然而, 不少消费者在使用中发现, 有了小助手, 不仅没省时, 反而添了堵。

任女士的遭遇就很典型。她想为女儿买一条“蓝色小碎花法兰绒连衣裙”, 想着用AI能免去海选的麻烦, 便尝试了某平台的“AI万能搜”。系统倒是很“敬业”, 接连提问: “喜欢什么裙长”“偏爱哪种碎花”“预算多少”……任女士花了15分钟一一作答, 满心期待能得到一个精准的推荐,

谁知最后系统却显示数据为空。“忙了个寂寞。”她最后干脆手动翻页, 看了不到两分钟就挑中一款。

萨先生也有类似体验。初见AI导购时, 他被其精致界面吸引, “乍一看很惊艳, 感觉购物进入了新时代”。当他实际使用时却发现, 如果选择的提示词过多过细, AI推荐的商品几乎都是0人付款的冷门商品。“网购我还是更信赖销量和评价, 没人买过的东西, 我怎么敢当‘小白鼠’?”萨先生坦言。

为验证消费者的反馈, 记者实测了某平台“AI万能搜”。记者输入明确

需求: “家用咖啡机, 2人用, 非全自动, 易清洁, 预算2000元以内。”首次尝试, 系统直接回答: “作为一个人工语言模型, 我还没有学习如何回答这个问题。”再次尝试后, AI推荐了三款咖啡机。

然而细看推荐, 并不理想。第一款咖啡机的链接里, 全是价格18元至110元不等的咖啡机配件, 根本不是主机; 第二款推荐中, 排名第一的商品仅有1人付款, 第二名至第四名更是0人付款, 且没有一家是官方旗舰店; 第三款推荐, 不仅链接和推荐品牌不一致, 价格更是达到4990元, 远超设定的2000元预算。

AI试衣

“生成的照片根本不是我”

这个“双11”, 当你拿不准口红颜色是否适合自己时, 不少电商平台推出了结合AI与AR技术的虚拟试妆功能。用户上传照片, AI即可实时展示上妆效果, 并能依据个人肤色进行智能调节。然而, 实际使用并没有那么“美好”, 甚至还会带来新的消费。

“我明明按照AI试色选了某大牌20号颜色的口红, 到手一涂完全不是那个颜色!”网友“momo”无奈地表示。她事后反思, 虽然AI试色效果惊艳, 却忽略了现实光线、自身唇色等关键因素, “试色和实

物差距太大, 感觉没什么实际参考意义”。

潘女士对AI试衣功能的体验也不佳。“说明上写着上传照片越清晰, 效果越好。生成的图片确实精致, 但那根本不是人啊!”她先后试了六套服装, 发现AI仅仅是将她的头部图像拼接在模特身上, 身高、身材比例乃至肩线形态都与本人严重不符。“同一人试穿牛仔装时显得圆肩驼背, 换穿西装却又变得挺拔笔直。细节全无, 最多算个娱乐功能。”潘女士失望地说。

更值得关注的是, 当AI技术被用

于电商平台商品图片的生成与美化后, 引发新的“货不对板”问题。

“以前的‘卖家秀’顶多是精修, 现在直接用AI生成, 图和实物压根不是一回事!”今年“双11”, 李女士在某店铺购入一件紫色毛衣, 商品图中的模特身着毛衣, 展现出浓郁的港式复古风, 织物看起来柔软蓬松。实际收到后, 她发现毛衣质地硬邦邦, 与图片效果天差地别。仔细检查后, 李女士发现商品图中模特的一只手竟有六根手指, 原来是一张AI生成的图片。

AI客服

一直在说又好像什么都没说

AI客服也是今年“双11”各大平台和不少品牌商家的“标配”。然而许多消费者发现, 永不离线的承诺带来的并非便利, 而是新的“煎熬”。

“它好像一直在说话, 又好像什么都没说。”白领章女士这样形容她与AI客服的深夜“鏖战”。她购买的一件商品承诺“买一送三”, 签收后却发现少了三件赠品。她立即联系客服, 可无论她如何描述情况, 客服的回复始终是: “理解您焦急的心情, 正在为您查询物流状态, 请稍候……”

当她又尝试发送快递单照片, 并直接指出发货重量有问题时, 客服给

出的还是刚刚的“车轱辘话”。“怎么听不懂人话呢? 我真是心头火起, 才发现自己一直在跟AI聊。要这样的AI客服有什么用? 纯属添乱!”

记者体验发现, 当前, 不少AI客服对复杂问题的理解能力仍相当有限, 其回复严重依赖预设数据库, 一旦用户的问题超出设定, 对话就容易陷入“提问—标准回复—再次提问—相同回复”的死循环。更糟的是, 当AI客服无法解决问题时, 一些人工客服被刻意“隐藏”, 转接繁琐甚至根本无法接通。

消费者秦颂前几天与一家大闸蟹

商家的AI客服“纠缠”许久却始终没等来人工客服。他购买的大闸蟹在收货后发现死蟹, 但AI客服始终无法理解并处理其赔偿诉求。为了转接到人工客服, 他按要求回复了“简单描述您遇到的问题”“请选择您要咨询的业务类型”等系统提问, 耐着性子等待了半个多小时后, 眼看马上就要轮到自己, 系统却给出了令他抓狂的回复: “您好, 今天服务时间已到, 由于排队人数过多未能及时接入, 我们深表歉意, 请您明天联系我们处理。”“平台是省事了, 可消费者被拿来当球踢了。”秦颂气愤地说。