温陵生活周刊

20版 温陵志/ 刺桐香远 海丝流长
21版 温陵志/ 明代乡贤 四地奉祀
19版 茶道/白濑水库移民安置攻坚提速
22版 养生/中西医并举 阻击“头号杀手”
23版 食疗/本草润肌肤
24版 品味/“泉州造”创新突围

“双11”又见新“戏法”

滤镜美化、AI虚拟带货、无感授信诱导,当心这些“技术坑”

一些线下商家的“双11”促销力度很大(李菁 摄)

数码产品迎来“双11”优惠(CFP 图)

线上主播备战“双11”(CFP 图)

本报讯 (融媒体记者李菁)一年一度的“双11”促销季已经开启,各购物平台、社交平台和短视频平台的广告轮番上线。和往年相比,今年的营销手段“翻新”,新型消费陷阱也悄悄冒头,滤镜美化、AI虚拟带货、低价预售套路、无感授信诱导等新玩法,让不少消费者踩坑。

“双11”促销季才刚开始,市民林女士已经退掉了今年预热期时购买的一套床单。她在某购物平台看中一套棉麻床上四件套,镜头里的床单看起来颜色鲜艳、饱和度高,面料厚实又透气,于是她便第一时间下单。收到货后,她发现床单的布料轻薄透纱,颜色偏灰发暗,和商家展示的完全两样。她联系商家协商退换,对方只以“拍摄光线、屏幕显示存在色差”为由搪塞,退货还要她自行承担运费。林女士遭遇的是“滤镜陷阱”。这类依靠强光、滤镜、特定拍摄角度,对服装、家居、生鲜、珠宝等商品的色泽、质感过度修饰,放大商品观感,造成展示失真的套路,让不少消费者踩坑。行业数据显示,线上女装整体退货率维持在50%—60%,直播渠道退货率突破80%,低价直播间退货率接近90%,其中过半退货纠纷的诱因是直播滤镜、灯光美化带来的货不对板。

“眼见未必为实”,AI虚拟带货也可能带来消费陷阱。如今,不少直播间没有真人主播,部分商家借助AI数字人、AI生成效果图批量剪辑带货视频,甚至用绿幕抠图伪造产地、工厂实景,诱导消费者相信“源头直供”。2026年2月施行的《直播电商监督管理办法》已明确,使用人工智能生成的人物图像、视频从事直播电商活动,应当进行标识并持续向消费者提示,但有商家刻意隐藏标识或将标志放在不显眼处,还通过AI话术夸大产品功效。

消费陷阱不只停留在商品展示环节,付款环节同样暗藏猫腻。目前,部分平台的商品支付环节内嵌信贷诱导,存在“无感授信”新风险。平台将信贷选项设置为优先位置,通过默认勾选、淡化关键提示等方式混淆支付边界,把信用授信包装成普通付款,或者设置优先选择信贷付款方式可享受商品优惠。不少消费者随手一点,在不知情的情况下开通了分期授信。此外,该功能存在关闭路径隐蔽、免密自动扣款等隐患,一旦发生逾期,还可能触发信用惩戒。

市场监管部门提醒市民,“双11”看直播时,应警惕画面循环、没有真人互动的AI直播间,优先查看无滤镜实拍图与追评;比价时认真核对到手价,看清预售定金、尾款、保价条款,分清定金与订金;付款前仔细核对支付选项,防范不知情授信;保存直播录屏、促销截图、订单聊天记录,以便发生消费纠纷时维权。遇到虚假宣传、货不对板、售后失联等问题,可通过平台协商,协商无果可向12315投诉。

(相关报道见第十八版)

航标
(中国晚报优秀专栏)

□本期执行:融媒体记者 黄耿煌

让福船精神永不褪色向海行

许路,独立海洋考古学者、复古木帆船“太平公主号”建造者、《造舟记》作者。日前来泉州开展《凤眼凌波:舡目睭船眼睛——福船船眼文化与建造技艺》讲座分享。

2000年我产生了驾驶一艘中式木帆船环游世界的想法。那一年我们开始找船,直到2004年才找到国内稀有的一艘还能航行的木帆船,但也只是近海渔船,不能远航。我们求助专家,被告知相关研究积累不足,建议我们自行探索。于是我们在国内外开展田野调查寻访造船师傅,最终将目光锁定在福建沿海。

2006年条件成熟,我们找到晋江深沪的造船师傅,以友人从德国柏林国家图书馆找到的清代古籍《闽省水师各标镇协营站哨船只图集》中记载的远洋船为蓝本,在深沪湾复原了一艘明末清初泉州制式的远洋帆船,这就是后来的“太平公主号”。2007年元旦动工,同年10月船只下水,2008年4月13日正式开启横渡太平洋的航程。“太平公主号”远航十分成功,全程无动力横渡北太平洋,还从旧金山顺利返航,在太平洋跑了个来回。

“太平公主号”的完整故事记录在了《造舟记》一书中。虽然船最终在计划回港的当天凌晨与一艘大型货轮发生碰撞,被大海“收回”了。但宝贵的造船技术留存了下来:2007年我们建船时,就已经用三维软件制作了等比例数字模型,之后又与中科院自动化研究所合作对整艘木帆船进行全部结构数字化,就连升帆绞车的运作过程都能实现动态演示。

说到福船(即福建帆船),就绕不开它的“眼睛”。船眼是福建帆船最具辨识度的外部装饰,现存最早关于福船船眼的文献记载可追溯至明代早期。我在晋江深沪的镇海宫见过一艘有100多年历史的王爷船模型,上面的船眼是长条形的,和如今常见的圆形船眼截然不同。泉州人看船眼,首先看朝向:商船眼睛平视前方,认航路;渔船眼睛往下看,找鱼群;官船、兵船眼睛上扬,要出击。常见的船眼睛是圆睁的龙目形态,眼白中间嵌着黑眼球。凤眼较为少见,细长、灵动、近乎含情,多在官方八桨船(巡逻侦察船)中使用。龙眼是收势,凤眼是开势,一收一放之间,商船与战船的功能分野就全部体现在这一眼之中。船眼的朝向直接反映了船只的用途,是渔民和船匠对海洋的细腻理解。

船眼不只是装饰,更是福船营造法式的直观体现。林徽因当年研究中国木构建筑时曾提出“外观由结构决定”,福船也是如此。漳州月港留存的民国时期《郑氏造船图谱》明确记载“签一丈长,配目周四寸”,意思是船的龙骨每长一丈,船眼的瞳孔直径就对应配置四寸(“签”意为船的龙骨)。当年海关收税的时候,甚至不用专门测量船长,只需要看船眼瞳孔的大小就能估算出船只的尺寸。这是一套严格的比例规则,也是福船内在结构的自然外在呈现。

福船也绝非光秃秃的木质船体,它的装饰是一套完整的文化体系。除了船眼之外,船头绘有绿色花草纹样和代表妈祖胸襟的刺绣意象;船尾设有白蓝绿相间的“妈祖仙器”图案,还有两只托举船只渡海的“秋鱼”纹样。这些图案都不是随意绘制的,全部源自船只的结构属性、功能定位,最终指向的是人们在海上谋求生存、获取收益、谋求发展的朴素诉求。

如今,传统老木帆船早就不跑运输了,深沪湾里还停泊着一艘,却无法航行。我始终认为,福船不该是躺在博物馆里的静态标本。它的龙骨规制、船眼朝向、船头那朵代表妈祖胸襟的花,直到今天依然在向我们诉说:当年的泉州人是如何造出巍峨的木帆船,又是凭借怎样的勇气把一艘又一艘泉州帆船航行到世界各地。作为国家级、世界级非遗诞生地,我希望泉州能有更多合适的载体来传承这项技艺。不管是造船技术的现代转化,还是船眼文化的文创开发,都能让古老的福船精神始终看向大海,不断向前航行。

許路