



“AI换脸拟声”不当滥用频繁出现 全国人大代表建议加快立法

促进生成式人工智能 健康发展规范应用

蒲晓磊

“去年‘十一’假期,有网友说,放了7天假,却被‘AI雷军’骂了8天。”全国人大代表,小米集团创始人、董事长兼首席执行官雷军说,当自己想通过法律维权时,却发现对此没有专门的立法,只能以侵犯隐私权、肖像权、名誉权等起诉,而这些都要量化损失,“在网上被骂8天,损失根本没法量化”。

近年来,人工智能为社会生活和商业活动带来巨大便利和机遇的同时,也衍生出一系列社会、伦理、安全和法律问题,引发社会公众普遍关注。

陕西警方2024年通报一起案件,某公司财务人员接到经理的视频通话,要求她转账186万元到一个指定账户。因为视频通话中对方的声音、长相和言谈举止都与经理一样,财务人员迅速完成转账。事后当上级领导询问时,财务人员才发现被骗并连忙报警求助,最终保住了其中的156万元。在本案中,犯罪分子就是用人工智能实现了声音和视频画面的深度伪造,以此实施诈骗。

近段时间,有商家在视频切片中通过AI技术更换专家语音和字幕,制作虚假广告,不少消费者上当受骗。

“过去一年,至少有几十个视频冒用我的声音、形象讲述虚假内容,有的连我自己都觉得很逼真。”全国人大代表、中国工程院院士张伯礼表示,利用人工智能生成虚假内容的违法犯罪事件越来越多,必须采取有力措施予以遏制。

雷军指出,“AI换脸拟声”不当滥用造成了违法侵权行为频发,易引发侵犯肖像权、隐私权以及诈骗等犯罪行为,甚至造成难以挽回的大规模声誉损害,带来社会治理等风险。AI深度合成技术具有所需素材获取便利、技术使用门槛低、侵权主体及其手段隐蔽性强等特点,给治理带来较大挑战。

北京互联网法院3月13日在通报建院以来涉网络消费虚假宣传案件审理情况时指出,一些商家利用AI技术假冒公众人物形象制作虚假广告,或利用网红达人进行“种草”营销,并通过算法精准推送,导致消费者容易“踩雷”。

无论是名人还是普通人,在被“AI换脸拟声”行为侵权时,都会感到苦不堪言。

对此,多名全国人大代表建议,应当加快制定人工智能法,对有关人工智能法律问题作出全面规定,明确强化技术监管、压实平台责任、加大惩处力度等内容,填补因人工智能技术兴起而形成的各法律之间的空白地带,为促进生成式人工智能健康发展和规范应用提供有力法治保障。

相关制度存在一定滞后性

近年来,为促进生成式人工智能健康发展和规范应用,我国持续完善相关制度。

近日,国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家广播电视总局联合发布《人工智能生成合成内容标识办法》,该办法将于2025年9月1日起施行。在此之前,我国还颁布实施了《互联网信息服务深度合成管理规定》《生成式人工智能服务管理暂行办法》。

多名全国人大代表认为,相关

法规、规章在促进人工智能健康发展方面发挥了重要作用,但由于位阶低、内容分散等原因,不足以充分应对对人工智能技术所引发的各类问题。

雷军认为,相关法规、规章的颁布实施,对人工智能立法进行了有益探索。但目前“AI换脸拟声”的有关规定,尚存在效力位阶偏低、内容偏原则且分散、多个部门职责交叉或职权定位有待明晰等不足,导致现阶段针对“AI换脸拟声”造成的侵害,只能依靠基础法

律中关于隐私权、肖像权、名誉权等的零散法条进行规制。

全国人大代表、西南政法大学教授付子堂表示,人工智能等技术加速突破,必将深刻改变人们现行的生产生活方式,而目前相关的法律制度存在一定滞后性。例如,生成式人工智能等新兴领域存在规范真空,数据隐私保护、算法责任认定等方面存在法律适用问题,并且在个人信息信息保护、算力治理等方面存在多头管理问题,监管协同性不足。

细化认定标准加大惩处力度

2025年全国人大常委会工作报告指出,要围绕人工智能、数字经济、大数据、自动驾驶、低空经济、航天等新兴领域加强立法研究。

多名全国人大代表建议,加快人工智能立法进程,有力解决人工智能发展和崛起所导致的各类法律问题,促进生成式人工智能健康发展和规范应用。

“立法层面对于谣言的认定标准和处罚措施还有待细化完善,惩处力度也需要加大,此外AI技术服务提供者的监督责任

也需要加强,全力引导技术向善。”全国人大代表、中华全国律师协会副会长万立认为,这些内容在立法时都要有所考虑。

“要着手构建阶梯式法律框架,夯实制度根基,可细分制定人工智能法等专门法律,并完善能与个人信息保护法等上位法相衔接的、对深度合成内容进行有效规范的配套条例。”付子堂说。

雷军建议,探索推出人工智能单行法,提高立法位阶及其效

力,在分级分类的基础上进行务实治理,明确“AI换脸拟声”应用边界红线,完善侵权证据规则,加大对利用人工智能技术实施犯罪行为的刑事处罚力度。

“要规范‘AI换脸拟声’技术的不当利用,有必要要求深度合成服务提供商对人工智能生成的内容进行强制标识,减少恶意滥用。这也有助于厘清责任,对违法犯罪行为追责。”全国人大代表、TCL创始人、董事长李东生说。

律师解读《人工智能生成合成内容标识办法》

AI生成内容将要“亮身份”

本报全媒体记者 王 青

会各界纷纷呼吁加强对人工智能的监管和规范,为此,记者采访了北京市天元(西安)律师事务所余伟安律师和陕西硕博律师事务所律师卢越睿律师。

记者了解到,3月7日,由国家网信办、工业和信息化部、公安部、国家广播电视总局联合制定的《人工智能生成合成内容标识办法》印发,办法自2025年9月1日起施行,届时就相当于给AI创作的内容发放了“数字身份证”。

该办法规定了两种标识方式:显式标识与隐式标识。余伟安表示,显式标识要求在生成合成内容或交互场景界面中,以文字、声音、图形等直观方式呈现,确保用户能够清晰感知。

例如,AI生成的文本需在起始、末尾或中间合适位置添加文字或通用符号提示;音频要在相应位置添加语音或音频节奏提示;图片、视频以及虚拟场景则要在显著位置设置提示标识。

卢越睿介绍,隐式标识借助技术手段,在生成合成内容的文件元数据中添加相关信息。服务提供者需按规定在文件元数据中嵌入生成合成内容属性、服务提供者名称或编码、内容编号等要素。

同时,鼓励采用数字水印等方式进一步强化隐式标识。文件元数据如同文件的“身份档案”,详细记录文件来源、属性及用途等关键信息。

卢越睿还提到,对于AI服务提供者

而言,落实标识要求虽在短期内会增加技术研发与人力投入成本,对小型企业构成一定挑战,但从长远看,这将推动整个行业朝着更加规范、健康的方向发展,增强用户对AI技术应用的信任度。

“从公众权益角度出发,该办法为大众提供了清晰辨别AI生成内容依据,降低被误导的风险。若因未标识的AI内容遭受损失,公众可依据此办法及相关法律法规,通过法律途径维护自身权益。”余伟安说,9月1日起该办法与现有互联网信息服务相关规定相互配合,可以给AI内容戴上“紧箍咒”,形成更为完善的内容管理体系,助力营造清朗的网络空间。

在当今互联网时代,网购已成为人们重要的生活方式。然而,随之而来的网络消费陷阱、纠纷也不时发生。记者近日采访发现,虚假发货、单货不一致、货不对板等问题频发,且具有隐蔽性,一些商家浑水摸鱼,违法套利,严重侵害了消费者权益。

“虚假发货”“买A发B”因何发生

不久前,天津市民刘梅(化名)在某电商平台下单购买一个浴室置物架,结果收到了一块洗碗布,正在纳闷时,打开手机电商平台App发现,所购买商品显示已签收。于是,她向商家询问,商家回复说洗碗布是赠品,真正商品有另一个快递单号,可凭号去快递驿站取。

刘梅根据商家提示拿到了一包快递,包裹上的信息显示,收货地址是自家的,但姓名和手机号不符,她将信将疑拆开了快递,发现商品的品牌与自己下单购买的并不一致。经查询,二者价格相差两倍以上,刘梅感觉被“坑”了,于是向电商平台客服投诉。

刘梅在接受采访时表示,她已不是第一次遇到这样的问题,之前还有一次快递单号不对,但收到的商品没错,她就没在意,但这次商品的品牌、价格都不符,难以接受。

“第二天,我没有收到平台客服的回复,却接到了商家的电话,希望私下赔偿,让我撤销投诉。我不同意,继续找了客服。”刘梅说,经过连续几天反复沟通,她最终同意由商家和电商平台分别给予一定补偿,合计100多元,仍不及订单价格。至此,这一纠纷告一段落。

记者在“黑猫投诉”平台上看到,关键词中包含“虚假发货”的投诉达23.4万条,涉及多个电商平台,“显示已签收却没收到货”“物流信息不对”“货不对板”等问题频发。在社交媒体上,关于网购“虚假发货”的讨论也是热点话题之一。

从事电商行业多年的李磊(化名)告诉记者,快递发“AB单”现象目前主要来自无货源商家,即一个是购物平台上填报的物流信息(快递号A),另一个是实际发货的单号(快递号B)。

“例如在某电商平台上,商家为了增加曝光率,往往会加上专属物流的标志,而无货源商家会从该平台发一个空单或赠品单,再从其他平台下单实际商品,目的是为了赚差价。”李磊说。

明令禁止为何屡禁不止

记者梳理发现,目前各大电商平台均已明令禁止“无货源店铺”,并发布相关治理公告,一些电商平台曾公布过打击虚假发货的案件,一些不法商家已付出了相应代价。但类似的投诉案件为何仍然频繁发生?记者调研发现,其背后有多重原因。

——不法商家牟利。多位业内人士表示,虚假发货起初用于平台商家刷单,目的是增加流量和关注度。“我们刚开始是在专门网站买物流单号,三毛钱一个,后来监管严了,公司几个员工之间互相刷单涨流量,许多商家对于这一套路十分熟悉。”李磊说,如今,无货源商家为了同时获得流量和利润,面对真实客户,也采用虚假发货方式赚差价,盈利空间可观。

——消费者“小惠即安”。许多消费者坦言,网购就是图个便利,“多一事不如少一事”,如果商品没问题,也就不吱声了,再加上商家给了赠品,便不再追究物流环节的瑕疵。对于个别较真的消费者,商家会主动提出“仅退款”或现金赔偿,消费者时间和精力有限,若商品价格不太高,通常不会过多纠缠和追责。对于商家而言,面对大量的消费群体,总体算来也不吃亏。

——电商平台“和稀泥”。刘梅说,此次纠纷中,平台客服专员的态度模棱两可,倾向于让商家和消费者自行解决。天津财经大学组织创新与治理研究中心主任彭正银认为,对于虚假发货等侵犯消费者权益的行为,商家负直接责任,平台也有失察之责。彭正银说,近几年,平台对商家的资质审核比较严,但对于物流信息、货品品质等问题缺乏有效监管手段和管理标准。

清朗网络消费生态如何打造

当前,平台经济、直播电商作为中国经济发展的新业态、新模式,发展迅猛,活力十足。国家统计局公布的数据显示,2024年,全国网上零售额155225亿元,比上年增长7.2%。其中,实物商品网上零售额130816亿元,增长6.5%,占社会消费品零售总额的比重为26.8%。

在此背景下,如何推动电商平台规范有序发展,打造清朗网络消费生态?解决假冒伪劣、虚假宣传等顽疾是当务之急。

商家树立诚信经营的理念是保障消费者权益的基础。天津辰一律师事务所律师常扬表示,买卖双方通过网络方式订立买卖合同,须承担合同约定的责任。

消费者的维权意识还需提升。根据消费者权益保护法,一旦商家的行为构成欺诈,消费者有权获得三倍购物价款的赔偿,赔偿额若低于500元,则按500元计算。“事实上,这一赔偿标准往往难以落实,消费者需进一步提升维权意识,保存好订单信息和沟通记录等证据。”万商天勤律师事务所律师邢国华说。

专家认为,电商平台的治理能力亟待提升。彭正银说,网络平台作为数字经济的核心载体,已成为引领经济高质量发展的重要力量,建议构建平台数字治理准则,通过亮黄牌、累计记分处罚制等方式,让监管落到实处。

南开大学中国公司治理研究院院长李维安表示,电商平台作为连接消费者与商家的桥梁,应确立“向善”的平台治理导向,建议利用大数据、人工智能等技术,实时监测交易参与者的行为和物流信息。同时,政府监管部门与电商平台建立信息共享机制,及时将涉嫌违法的商家信息通报给相关部门,形成监管合力。



网络消费陷阱

新华社发 徐骏 作