

3到15天速成万粉号

——AI造假起号乱象调查

□新华社“新华视点”记者 陈一帆 周思宇

外国人熟练演唱中文歌曲、银发奶奶传授养生秘诀、氛围感女孩分享穿搭美学……社交媒体上,一些AI生成的视频关注度颇高,“细节满满”让很多网友信以为真。“新华视点”记者调查发现,不少社交账号利用AI技术造假、博眼球快速“吸粉”起号,进而变现。

近期,多个平台对“AI起号”现象开展专项治理行动,清理违规内容并封禁部分账号。

AI造假起号成新套路

广西市民王夏经常刷到这样的视频:“帅哥”“美女”高频率更新日常生活,并在评论区与网友频繁互动。由于熟悉AI软件,王夏很快发现这些视频的主角是AI数字人,“但视频没有任何AI生成提示字样,好几个账号显示来自同一家MCN公司”。

当前,生成式人工智能技术日益普及,不少内容创作者通过AI创作出更具想象力的作品。但也有一些人利用AI造假,无底线博眼球,作为起号变现捷径。

记者在某社交平台上发现,部分账号将目标锁定中老年女性群体,利用AI打造“完美熟龄女性形象”,搭配

“40+、50+长这样,怎么样”等话术,进行“年龄焦虑”营销。

此类账号发布的穿搭、保养、护肤、养生等视频多未设置AI生成提示,不少网友误以为是真人,在评论区咨询保养方法。一些账号背后运营者则借机推送“三无”保健产品广告,还有“水军”互动造势。记者注意到,虽然部分视频存在明显技术破绽,但浏览、点赞、评论量依旧不少。

记者调查发现,当前,主流网络平台普遍升级AI内容识别系统,要求对AI生成作品添加标注,但仍有一些人采用各种手段绕过审核。

“平台甄别AI内容主要依靠特征性技术痕迹,一些起号者通过多种手段削弱特征痕迹,逃避平台标注。”重庆理工大学计算机科学与工程学院教授李彦说,如通过微信转压缩等方式改变视频文件代码结构,再上传至平台,就较难判定为AI生成内容。

记者用一款AI软件生成一张人像图片,裁掉AI生图软件水印后发布在社交平台上。发布后,平台系统并未自动识别、提示添加标注。相当一部分网友辨别不出这是AI生成图,纷纷点赞、发送私信,账号后台收到超200条消息。

起号有教程 多手段变现

记者调查发现,社交平台上有不少AI造假起号的教程,情感、养生、颜值等类别是“重灾区”,相关帖子常以“条条是爆款”“最适合普通人入局”“3天暴力起号”等为噱头。

以一则“养生赛道”起号教程为例,先向AI软件输入器官、食物等关键词,生成吸睛文案,批量产出拟人化素材、智能合成动态视频;再在片尾设置养生知识问答,引导互动并刺激转发,以提升账号互动权重。该教程声称:“按照此方法,单条视频制作最快仅需15分钟,单账号日均收益可达500+(元)”。

有专营平台起号的商家告诉记

者,只需缴纳1680元,3到15天即可运营出一个万粉AI账号。当账号积累一定流量后,就可以通过电商带货、账号转卖等方式变现。

“后面的电商带货,从直播间搭建、选品策略、话术设计到违禁词规避等,我们有一套运营体系,学员照葫芦画瓢就行。”一名售卖AI账号起号教程的商家说。

一名博主透露,她借助AI软件生成的“氛围感美女”视频在多个平台“吸粉”过万,接到不少推广商单,月收入在1万元左右。

有商家称,手上有未标注AI生成的“美女”账号,粉丝量均在1万以上,

且为“三无账号”(无实名、无账号违规、无作品违规),“现在平台风控很严,账号会升值”。

该商家说,这些账号销售十分火爆,买家经常催着加急起号,有个合作商“一周就要几十个万粉号”。在其提供的交易截图中,9个账号的成交价从700元至4000元不等,而百万粉丝的号要十几万元。

记者搜索发现,社交平台上有多数网友求购和出售账号。一名卖家称,2.5万粉丝的AI养生号售价6000元,11万粉丝的AI宠物号售价1.6万元,11.7万粉丝的AI母婴号售价1.35万元,这些账号同样为“三无账号”。

阻断AI造假起号利益链

根据反电信网络诈骗法,任何单位和个人不得非法买卖、出租、出借互联网账号。多个网络平台规定,账号仅限本人使用,禁止以任何形式出租、转让、售卖或以其他方式许可他人使用账号。

重庆公孝律师事务所执行主任徐斌表示,AI造假起号灰色产业链是技术异化的结果,可能造成低俗猎奇信息泛滥,加速虚假新闻、谣言传播,扰乱网络空间秩序,亟待加强清理整治。

今年4月以来,中央网信办部署开展“清朗·整治AI技术滥用”专项行动,聚焦AI换脸拟声侵犯公众权益、AI内容标识缺失误导公众等AI技术滥用乱象开展重点整治。第一阶段累计处置违规小程序、应用程序、智能体等AI产品3500余款,清理违法违规信息96万余条,处置账号3700余个。

前不久,多家互联网平台发布专项治理公告,重点整治AI批量造假、AI起号引流带货、转让销售AI虚拟账号等违规行为。

李彦等专家认为,AI造假起号的背后,涉及技术提供者、传播平台、内容发布者等多个参与方,技术、数据等关键信息存在壁垒,需加强协同治理,多方共同打击违规行为。

北京邮电大学互联网治理与法律研究中心执行主任谢永江建议,技术提供者强化技术的安全性和合规性研发,提供技术支持和解决方案;平台提高对深度伪造内容的检测精度,进一步完善相关规则,明确对AI造假起号等违规行为的界定和处罚标准等。

阻断违规账号的流量变现,是从根源上打击黑灰产业链的关键。受访专家建议,监管部门应督促平台履行治理责任,建立违规账号“黑名单”,对高频、反复触犯平台规则的账号主体加大处罚力度,禁止违规账号进行带货、卖课等商业活动,持续开展AI造假起号整治,切断其获利渠道。

谢永江说,还应鼓励公众参与乱象治理,如举报可疑账号、引入专业机构开展评估等,“真实、优质的用户创作,是平台活力和创新的源泉”。

据新华社北京8月11日电

不做外卖没客流 做了外卖难盈利

外卖大战背后餐馆赔本赚吆喝

今年4月以来,各大外卖平台掀起“补贴大战”,纷纷推出高额优惠券吸引客户下单,各平台订单量一次次破纪录,但不少餐饮商家反映,补贴战打起来后,钱没多赚,店里日子反倒更难了。

困境 搞外卖月亏1万多元

外卖大战中,奶茶咖啡是主战场。在湖北宜昌一家茶饮店,以7月21日一笔19.4元的饿了么订单为例,扣除各类费用后,实际收入仅5.05元。该店的店长介绍,一杯奶茶的成本是5到6元,参与补贴后,入账收入与成本基本持平。合肥某商场一家甜品店,7月在京东营业额11207元,实际收入6082元,扣除成本后仅盈利1039元,算上房租、人工则处于亏本状态。

参与补贴,利润却被大幅压缩。叶瑶是粤菜馆经营者,该店一份招牌四宝饭外卖单,加打包费是28元,扣除对顾客补贴、平台佣金、配送费等各项费用

后,收入为15.61元,减去食材成本后仅有2元多,利润微薄。6月店铺美团外卖订单4158单,总营业额162215.8元,扣除补贴、佣金等后,收入102433.93元,再减去固定支出和食材成本,外卖订单相当于亏本1万多元。

在长沙“言西早”快餐店,外卖单占总单量五分之一,但利润极低。一份20元的鸡丝面,外卖收入仅10.9元,约为商品原价一半。平台补贴带动新客增长,新增营收却与补贴支出基本持平,每单收入比以前少6元多,商家陷入“为单忙活”的困境。

调查 外卖平台规则引矛盾

记者调查发现,当前主流外卖平台的抽成机制颇为复杂,不仅包含基础佣金,通常为订单金额的5%至10%,且设有1.04元保底等固定支出。还有一层设计,那就是若商家想获得平台曝光,占据平台靠前位置,被更多顾客看

到,就必须参与满减、折扣等各类促销活动,这些活动往往需要商家承担一部分费用。

而让商家两难的是,外卖的普及已显著分流了堂食客流。长沙一家快餐店老板谭聪说,店里堂食最少降了30%左右,客人都在平台上点外卖就不到店里来了。“但是线上没有平台曝光,哪个年轻人知道我们店?”

谭聪遇到的困境并非个案,记者走访了多家餐饮店了解到,如今,许多人依赖平台获取消费信息,若不参与平台活动,缺乏线上曝光,几乎难以被目标客群知晓,可一旦上线外卖,原本的堂食客人又会转向线上下单,直接导致到店人数减少。这种“不做外卖没客流,做了外卖难盈利”的困境,让许多商家不得不动卷入外卖平台的规则体系中。

观点 内卷式博弈不可持续

近日,市场监管总局等部门多次约

谈相关平台企业,规范向经营者收取佣金等收费。8月1日,多家平台承诺杜绝不正当竞争,抵制恶性补贴。

专家指出,外卖大战的实质是资本驱动“以烧钱换市场为特征”的“内卷式”博弈,本身不可持续,长期可能引发食品安全风险、消费者价格敏感等问题,还会加剧骑手劳动强度和安全隐患,甚至导致市场同质化。如果平台通过抬高佣金、压低价格等方式,将经营成本转嫁给商户和骑手,不仅会加剧行业内的无序竞争,也可能在服务质量和消费者体验上埋下隐患。短期“价格内卷”看似让利于用户,长期来看却可能导致行业生态失衡,最终受损的仍是消费者利益。

各方都在期盼平台经济的竞争焦点,从“卷价格”向“卷价值”“卷服务”转变,唯有共建共享、规范有序的平台生态,才能为餐饮产业和数字经济发展注入真正可持续的增长动力。

据央视、《北京晚报》