

外卖商家 AI 图片头像背后—— 脏乱小作坊摇身一变光鲜大门店



大气的门头，暖色的灯光，热闹的环境，在各大外卖平台上，你见过这样的商家头像吗？近日，消费者秦晗在点外卖时，被一家看似热闹的街边冒菜店头像吸引，然而收到的餐品却让她大失所望——牛肉不新鲜，餐盒里还有短发。她仔细查看才发现，这家店的地址与头像严重不符，疑似是用 AI 生成的虚假图片。记者调查发现，类似情况在外卖平台上并不罕见，许多店铺的门头图与实际环境其实大相径庭……



“x x 自建房”……

记者注意到，网友们的担心集中在两点：第一，视觉冲击带来决策误判。高饱和的 AI 场景让人下意识以为门店卫生、食材等级更高，实际却可能是“幽灵厨房”；第二，食品安全焦虑。AI 门头的出现是否是掩盖了后厨真实的场面？卫生条件堪忧的“小作坊”是否也能通过 AI 门头秒变光鲜厨房？以及万一出现食品安全事故，消费者又该如何维权？

在一个主打 AI 生成图片的网站上，记者输入了几个关键词，“火锅店”“暖色调”“热闹”，不到 30 秒的时间，网站就自动生成了好多张符合记者要求的图片。

但是，这些免费生成的 AI 图会出现一些问题，例如 AI 会创造出子虚乌有的字，还会生成一些胡乱拼凑的单词。

这时，如果商家对 AI 生成的图片不满意，就能带着这些 AI 图片找到电商平台，上面有很多卖家可以提供“精修”“P 图”的服务，宣传语写着“美团门头，饿了么门头包过”，还有“审核不通过，退全款”的售后服务。

而在电商平台上，购买这些所谓“包过”的门头图，也仅需 5 元至 50 元不等的价格。

如果将这些图片放在外卖平台，当作店铺的头像，又是小图，又无法点开放大，很容易让消费者误认为自己选择的是一家干净、真实的餐饮店。

疑惑：“堂食店”竞品控极差

作为一名“朝十晚七”的上班族，秦晗每天的晚餐几乎都是以外卖为主，因为下班时间晚，再去买菜做饭让她觉得有些浪费本就不多的休息时间。

秦晗点外卖有一个习惯，她通常会选择一些连锁品牌，或有堂食的店套餐，这样可以避免一些看起来不太卫生的“作坊”店。

然而，最近的一次点餐经历，让秦晗感到防不胜防。

店铺月售 1000+，店名叫“辣 x x · 牛油冒菜（徐汇店）”，店铺头像看起来是一家街头门店，暖色灯光的店招下，坐着好几桌顾客，看起来好不热闹，秦晗顿时有了食欲，在点进这家外卖店后，她很快选好了一份套餐，花费三十余元。

没过多久外卖送达，当秦晗开始享用这份晚餐后，却发现一片牛肉吃起来不太新鲜，本以为只是店家出品不够稳定，于是将牛肉挑出放在一旁，可是马上秦晗又在餐盒里看见一根短发，这一次她彻底放下了筷子，再无食欲。

“这么大的店出品这么拉跨吗？”原打算投诉商家，可当秦晗再一次点开这家外卖店，在“商家”介绍一栏她发现，这家冒菜店的地址竟然在一个裙房的二楼，那店铺头像里显示的街边门店又是怎么回事？

抱着这个疑问，秦晗又尝试点开商家头像，可她这才发现，商家的头像根本无法点开放大，始终只能看到一个小图。

在凑近手机仔仔细细看了一会儿后，秦晗觉得这张图片的“AI 味”很重——整张图片饱和度很高，而且图片上似乎有一层“膜”，显得不够真实。

在社交平台上搜，秦晗发现有不少外卖店铺都会用 AI 生成的门头图片当作头像，光鲜亮丽的门头之下，很可能就是穿上了 AI 外衣的“小作坊”。

调查：AI 让小作坊秒变大门店

为了一探 AI 门头的外卖店是否货真价实，新闻晨报·申度新闻记者近日在美团、饿了么、京东三家外卖平台上，分别选取了几家门店进行走访。

首先，记者来到了秦晗碰到的这家冒菜店，根据商家在外卖平台上提供的地址，记者找到了这个位于徐汇区天钥桥路 327 号二楼裙房的店铺。

乘坐电梯上二楼后，几个小房间出现在记者眼前，分别是轻食店、米粉煲店以及这家冒菜店，记者注意到，这些店铺均没有堂食座位，都是以外卖打包为主，当天下午 2 点，整层楼几乎只有外卖员在进出。

与平台上精美的沿街门头图片不同，这家冒菜店仅在房间里放置了一个店招灯箱，以及在玻璃门上贴了一张店招贴纸，整间店不到 10 平方米，食材、物料都放在这个小房间里，与店铺头像里“判若两店”。

在这家冒菜店内，记者找到店主，并以顾客的身份向其询问 AI 门头的情况。

“这个（图片）我不清楚，都是公司设计的。”该店主介绍，他们品牌是连锁店，在全国有一百多家分店，至于平台上显示的这个门头图片，是公司交给他的，然后由他上传至外卖平台，至于是不是有误导消费者的嫌疑，该店主也只是笑着摇摇头，说“不太清楚”。

随后，记者通过外卖平台又找到了一家疑似 AI 门头图片



的川菜店铺。

一家名为“川 x x · 拒绝预制菜”的店铺位于徐汇区桂林路 396 号 33 号楼，记者来到该地址看见，一楼是几家沿街店铺，几家店铺中间有一个楼梯通往二楼，入口处还写着亿望美食的字样。

来到二楼后，这家川菜店就在入口第一家，该店在墙上贴着一张纸质的店招，大概有几张 A4 纸大小，门口放着一个货架，上面放着外卖和一些包装调料，两个大铁勺也随意放在满是污渍的货架上，不到一米之外，放着一个大号的湿垃圾桶，桶身更是被污渍所布满。

然而，该店在外卖平台上的形象却是另一番光景——图片上这是一家沿街店铺，有双开门的木制大门，毛笔字体写成的店招，店招下面还挂着一排红灯笼，此外还有石狮子、海报、易拉宝等物品。

在该店的厨房里，记者拿着外卖平台上的图片试图向仅有的工作人员询问，但是对方对此却毫不知情，表示自己只是打包外卖的，不清楚图片的情况。

此外，记者还陆续走访了几家粥店、炸鸡店以及小吃店，尽管这几家都是沿街店铺且有堂食座位，但是均存在门头店招“线上光鲜，线下简陋”的情况，全都疑似为 AI 生成的图片。

值得注意的是，这些疑似 AI 生成的门头图，至今无一商家能在美团、饿了么、京东三家平台“全部通关”。它们往往只能在一到两个平台蒙混过关，未过审的门店则是换成食物特写或纯文字 Logo。

显然，三家平台因为审核制度和效果不同，导致难免有 AI 门头图成为“漏网之鱼”，最终在平台上呈现。

测试：生成一张 AI 门头图仅需 30 秒

在社交平台上，网友们发现类似的 AI 门头图充斥在各个地方的外卖平台。

湖南的一名网友在社交平台上晒出三张对比图，App 上显示的外卖店铺头像像是日式居酒屋灯火通明，线下却是一家连招牌都没有的简易厨房；四川的一位网友发帖称，点进一家“美式汉堡”店，AI 渲染的落地窗和霓虹灯让她误以为是商场店，结果收到的餐品来自菜市场二楼档口；广东的一位网友则是点进一家头像是沿街门店的粥店，结果商家地址显示在

平台：已成立专项小组推进整改

针对商家使用 AI 生成虚假门头图的问题，新闻晨报·申度新闻记者近日采访了美团和饿了么两个平台的工作人员，两方明确表示将严厉打击此类误导消费者的行为，并已成立专项小组推进整改。

美团外卖在《入网餐饮服务提供者审查登记规范》中明确规定，头像（店铺头像）不能使用商户牌匾、环境图、门脸图等图片。然而，部分商家为规避规则，转而通过第三方 AI 软件生成高度仿真的门头样式图片作为 Logo，使消费者误以为其线下门店与线上展示一致。美团表示，此类行为涉嫌虚假宣传，平台已启动专项治理，通过技术手段识别违规图片并督促商家整改。

同时，饿了么也针对“AI 门头图”问题展开行动。平台称，目前已成立专项小组，持续推进这类问题的治理，将通过完善规则、技术研发等方式，加强对于此类门店的识别以及整改。

律师：AI 门头图已涉嫌虚假宣传

与堂食店“所见即所得”不同，顾客在外卖平台上点餐，往往只能通过商家介绍了解情况，而店铺头像更是决定了“第一印象”，但商家以 AI 生成的图片作为门头图，是否潜藏着法律风险？对此，天達共和（上海）律师事务所富贵律师和上海恒永律师事务所孙磊律师均认为商家已涉嫌虚假宣传。

孙磊律师表示，根据我国《电子商务法》的规定，外卖平台入驻商家属于电子商务经营者，展示的店家图片应当被视为向消费者发送的招徕广告，应当遵守我国《广告法》的有关规定。我国广告法规定“广告不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者”。因此，商家展示 AI 合成的照片招徕顾客，但实际店铺与照片差别过大，确实存在虚假宣传和误导消费者的情形，是违法行为，广告监督管理机关可以对其进行行政处罚。

“商家通过虚构的图片做展示，让消费者误以为商家有实体店，可以放心消费，事实上已经对消费者产生误导。”富贵律师在接受新闻晨报·申度新闻记者采访时表示，消费者对外卖平台有信任基础，并且很难自己去核实，因此外卖平台需要对商家的宣传展示进行监管。而且外卖平台不应停留在消费者举报后再去监管，而应当对图片的真实性在商家上架之初即进行审核，“例如，商家需要提供门头图片的来源，通过视频等方式进行证明”。

最后，若消费者轻信虚假 AI 图片的商家，导致食品安全事件，富贵律师建议维权路径可分三步：第一步，立即就医并保存诊断报告，同时向公安机关报案；第二步，通过平台客服投诉，要求平台对商家进行惩罚；第三步，如协商赔偿无果，可依据《食品安全法》第 148 条和《消费者权益保护法》第 55 条提起诉讼，向商家主张“退一赔十”，并要求平台承担连带赔偿责任。

“消费者还可就医疗费、误工费、营养费等实际损失一并索赔。”富贵律师说道。

此外，孙磊律师认为，若有商家进行虚假广告宣传，还可能引发“不正当竞争”等法律问题，具体情形需要具体分析。