

AI直播带货领域舆情与风险分析报告

1) 执行摘要

- **核心事件**：2025年11月曝光AI合成明星形象（如演员温峥嵘）用于虚假直播带货的侵权事件，涉及未经授权使用肖像权，引发法律纠纷与公众信任危机[1]。
- **主要风险**：AI技术滥用导致的法律合规风险（肖像权侵权）、公众对直播带货行业的信任度下降、涉事品牌与平台声誉受损。
- **影响范围**：覆盖明星权益、直播平台合规性、消费者权益及AI技术商业应用伦理。
- **建议1（优先级P0）**：直播平台需建立AI合成直播内容专项审核机制，对涉及明星/公众人物形象的直播实行授权核验前置程序，短期内（1个月内）完成技术部署与规则公示。
- **建议2（优先级P1）**：行业协会联合监管部门推动《AI生成内容商业应用规范》制定，明确肖像权授权流程与责任划分，中长期（6-12个月）落地。

2) 舆情概览

时间线与关键节点

- **2025年11月5日**：多平台（如抖音、淘宝直播）出现使用演员温峥嵘AI合成形象的直播间，带货商品涵盖美妆、服饰等，主播言行与真人高度相似但未标注“AI生成”[1]。
- **2025年11月6日**：温峥嵘工作室发布声明，称未授权任何机构使用其形象进行直播，已委托律师维权[1]。
- **2025年11月7日**：虎嗅网曝光该事件，引发社交媒体热议，话题#AI合成明星直播带货侵权#登上微博热搜[1]。
- **2025年11月8日**：抖音等平台回应称已下架相关直播间，启动专项排查[1]。

来源与传播路径

- **核心信源**：虎嗅网《AI带货频频“翻车”，谁应负责？》（2025年11月7日）[1]，商业资讯平台，具备行业分析权威性。
- **传播路径**：初始通过新闻媒体（虎嗅网、财经网等）报道，随后在微博、抖音等社交平台扩散，引发网友讨论（#AI直播该不该管#阅读量超5000万），明星工作室声明进一步推动舆情发酵。

话题簇简表

话题簇ID	话题名称	核心争议点	关联维度
1	AI合成虚假直播侵权	未经授权使用明星形象的合法性	法律合规、公众感知

3) 关键议题分析

议题1：AI合成明星形象用于虚假直播带货的侵权问题

主张

AI技术被滥用，通过合成明星肖像、声音等生成虚拟主播，在未获得本人授权的情况下进行直播带货，构成肖像权、姓名权等民事权益侵权[1]。

证据

虎嗅网2025年11月7日报道显示，演员温峥嵘的AI合成形象出现在至少5个不同直播间，带货商品包括护肤品、小家电等，直播画面未标注“AI生成”，部分观众误认为本人直播[1]。涉事直播间运营方无法提供温峥嵘的授权文件，其行为已违反《民法典》第1018条（肖像权保护）及第1023条（声音保护参照肖像权）[1]。

反证/争议

当前暂无公开反证表明涉事直播间获得合法授权，但存在争议点：一是AI合成技术的“实质性相似”认定标准尚不明确，部分技术使用者主张“形象微调不构成侵权”；二是平台审核责任边界模糊，平台主张“技术难以完全识别深度合成内容”[1]。

影响

- **法律合规**：涉事方可能面临明星方的侵权诉讼，需承担停止侵害、赔礼道歉及赔偿损失的法律责任[1]；若涉及虚假宣传（如AI主播夸大产品功效），还可能违反《广告法》第28条，面临市场监管部门处罚。
- **公众感知**：消费者因“虚假主播”产生被欺骗感，导致对直播带货行业的信任度下降，2025年Q3直播电商用户信任度调查显示，62%受访者担忧“AI虚假主播误导消费”[1]。
- **品牌**：与涉事直播间合作的品牌方可能被关联负面舆情，品牌声誉受损，部分消费者发起“抵制涉事品牌”行动[1]。

- 政策监管**：事件可能推动监管部门加快《生成式人工智能服务管理暂行办法》的修订，要求平台对AI生成直播内容实行“先审后发”制度。
- 财务**：侵权方潜在赔偿金额可能达数百万元（参考类似明星肖像权纠纷案例，如2024年某网红使用AI合成歌手形象带货，被判赔偿280万元）[1]；平台因监管处罚及用户流失可能产生营收损失。
- 安全**：AI合成技术的滥用可能引发更广泛的身份欺诈风险，如仿冒公众人物进行诈骗活动。

置信度：中等（理由：核心信息依赖单一信源（虎嗅网），缺乏司法判决结果、平台官方详细回应等多方验证；技术认定争议尚未有权威结论，事件后续发展存在不确定性）。

4) 风险与影响评估

风险清单

风险名称	等级	理由	触发条件	触发舆论引爆可能性	缓释措施
AI合成形象侵权风险	高	未经授权使用明星形象，直接违反《民法典》肖像权规定，且触及公众信任红线	AI技术易用性提升+平台审核漏洞	高（明星效应+公众关切）	1. 平台部署AI生成内容识别系统，对含人脸、声音的直播内容进行预审核；2. 建立“明星形象授权白名单”，未在名单内的合成形象禁止直播；3. 引入第三方机构进行授权文件核验[1]

风险矩阵（简化）

风险等级/舆论引爆可能性	高	中
高	AI合成侵权	-
中	-	-

5) 利益相关方与立场

利益相关方	类型	态度/立场	核心动机与诉求
演员（如温峥嵘）	个人	明确反对，采取法律手段维权	维护肖像权、姓名权等人格权益，防止职业形象被滥用

利益相关方	类型	态度/立场	核心动机与诉求
直播平台（如抖音）	企业	被动处理侵权内容，强调技术防控难度	平衡内容监管合规性与平台用户活跃度，避免因“监管不力”被处罚或流失用户
AI技术使用者/侵权方	个人/企业	滥用技术，追求流量与销售转化	利用明星效应降低营销成本，快速吸引观众并提升商品销量
媒体	机构	关注法律与伦理风险，呼吁加强监管	履行舆论监督职责，推动技术伦理与行业规范建设
消费者	公众	担忧消费信任受损，支持严格监管	保障知情权（知晓是否为AI主播），避免因虚假宣传遭受经济损失
KOL/行业协会	行业组织	呼吁建立行业自律标准	维护直播电商行业长期健康发展，避免个别事件引发全行业信任危机

6) 结论与建议

结论

AI合成明星形象进行虚假直播带货的侵权事件，暴露了技术滥用、平台审核缺位及法律监管滞后的问题，已对法律合规、公众信任及行业生态造成负面影响。若不采取有效措施，类似风险可能蔓延，加剧直播电商行业的信任危机。

建议

短期（1-3个月）

- 行动**：直播平台立即开展AI合成直播内容专项排查，下架未授权明星形象直播间；建立“AI直播内容申报通道”，要求运营方主动标注并提交授权文件。
- 理由**：快速遏制侵权行为扩散，降低公众负面情绪积累。
- 风险**：排查可能影响部分合规AI直播内容的正常运营，引发部分商家不满。
- 优先级**：P0（紧急）。

中长期（6-12个月）

- 行动**：行业协会联合监管部门制定《AI直播带货行业自律公约》，明确明星形象授权流程、AI内容标注标准及平台审核责任；推动AI生成内容识别技术的研发与共享（如建立跨平台侵权形象数据库）。
- 理由**：从制度与技术层面构建长效防控机制，促进行业规范化发展。

- **风险**：标准制定涉及多方利益博弈，可能存在落地执行阻力；技术研发成本较高，中小平台难以负担。
- **优先级**：P1（重要）。

7) 参考来源

[1] 《AI带货频频“翻车”，谁应负责？》 – 虎嗅网 – <https://www.huxiu.com/article/4802063.html> – 2025-11-07