

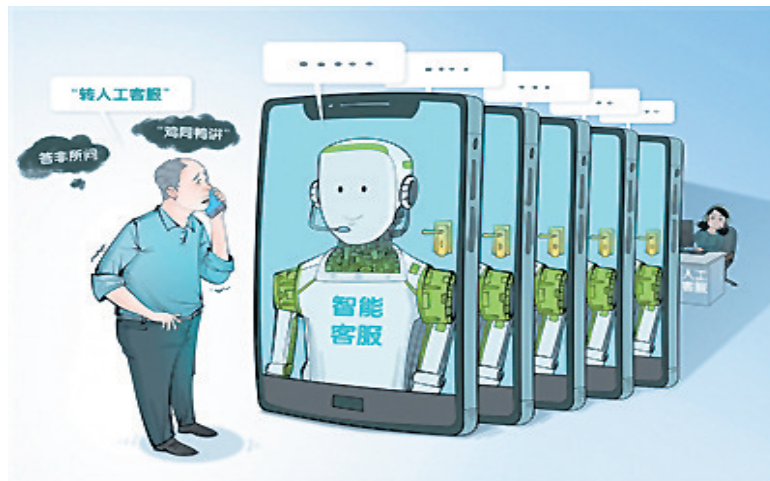
AI客服“转人工”难?“新国标”来了

你是否遇到过这种情况?

在网络平台遇到问题,翻遍APP找不到人工客服入口,对话的始终是AI客服。在对话框里连发十几遍“转人工”,AI客服却只循环“我理解您的心情”;好不容易和AI客服商量出解决方案,去找人工兑现却发现两边“对不上账”,闹了半天AI开了张“空头支票”。

2026年上半年,中国消费者协会发布的全国消协组织受理投诉情况分析显示,消费者投诉的售后服务问题中,AI客服应用场景扩大,主要涉及“虚假承诺”和“人工接入困难”等问题。

9月1日起,中国首个聚焦人工客服与智能客服协同机制的国家标准《顾客联络服务 人工与智能客户服务协同要求》将正式实施。记者采访学界业界专家,探讨这项“新国标”带来的改变。



曹一作 (新华社发)

“转人工”,关卡重重

江苏徐州的吴女士最近遇到一件糟心事:在某电商平台退货,平台AI客服始终听不懂她的诉求,好不容易找到一个颜色极浅的“转人工”按钮,接通后对面仍然“人机味”十足,车轱辘话来回说。

“感觉像一拳打在棉花上。”吴女士说,“折腾了一个多小时才接到人工客服来电,三两句就把问题说清了。”

在消费者服务平台黑猫投诉上检索“AI客服”,搜索结果超过4700条,其中不少消费者有相似的经历。

网购退货、外卖改地址、停共享单

车……有时明明问题不复杂,AI客服就是解决不明白。想转人工又阻碍重重,要么入口按钮极其隐蔽,要么就是层层嵌套,翻来覆去同一套话术。不少消费者表示,感受到“敷衍”“兜圈子”“浪费时间”。

不仅“转人工”难,有时AI客服还跟人工“对不上账”。有消费者投诉:在某电商平台咨询售后,AI客服明确承诺补偿优惠券、24小时内到账,到期却并未发放;咨询平台人工客服,答曰“AI客服回复不作数”,否认补偿方案,拒绝兑现承诺。

如果“AI客服回复不作数”,引入AI客服岂不自相矛盾?

泰和泰律师事务所高级合伙人廖怀学律师对记者表示:“如果企业将AI置于官方客服入口,向AI开放了查询信息、创建工单、确认订单等功能所需的权限边界,且未作明确风险提示,用户便可能产生合理信赖,认为在与公司进行业务沟通。”

明明消费者对AI客服的效果不够满意,为何仍有越来越多商家接入智能客服?“转人工”为啥这么难?

成本是关键原因。业内人士披露,

当前市面上AI客服系统年费仅需几万元,就能顶几十个真人客服的接待量;单个真人客服月薪动辄5000元以上,还不算社保、工位、培训等综合成本。

还有学者分析,部分企业有意抬高“转人工”门槛,就是为消耗用户的精力和耐心,变相让用户撤诉。

“这是一种错误的降本增效。”清华大学经济管理学院教授李宁指出,“表面上客服成本低了,人工服务量降了,但问题并没有解决,只是被推迟,或转化为重复咨询、投诉,甚至退货和品牌信任损失。”

“新国标”,重定标尺

为解决AI客服的种种“痛点”,9月1日起,我国首个聚焦人工客服与智能客服协同机制的国家标准《顾客联络服务 人工与智能客户服务协同要求》将正式实施。

该标准提出,应科学、合理分配智能客服和人工客服的服务范围,“智能客服优先处理标准化问题,人工客服优先处理复杂、涉安全等问题”。

针对“转人工”入口层层隐藏、体验不佳等情况,标准提出,智能客服与人工客服切换“需提供便捷入口并保障衔接顺畅”,切换后要“同步客户信

息且不重复询问”;

针对AI客服的“虚假承诺”,标准明确,普通问答和产品介绍可由AI自动回复,但应保留显著AI生成标识和风险提示,一旦涉及价格、折扣、退款、赔偿、合同变更等事项,AI可以解释规则、收集材料、生成工单,最终确认应当由人工客服或规范化流程完成。

“新国标”将发挥怎样的效力?

廖怀学介绍,这一标准属于推荐性国家标准,不直接具备法律强制执行效力,但不意味着对企业没有约束力,它的主要影响在于为行业服务质量提

供新“标尺”。

标准明确规定了人机协同的流程,如必须设置清晰醒目的人工入口。一旦发生服务纠纷,它很可能成为监管部门或法庭的参考依据。在行政检查、服务质量评估中,监管部门也会参照“新国标”进行引导。不符合标准的企业可能会被要求整改。

事实上,企业刻意设置“转人工”障碍,在现行法律法规下本就可能触发侵权风险。

《电子商务法》第五十九条、《消费者权益保护法实施条例》第四十四条

等法律规定均要求经营者建立便捷、有效的投诉处理机制。如果企业通过复杂菜单、反复循环、故意延迟等方式,实质性阻碍消费者获得人工服务,可能违反相应法定义务。如果用户协议等文件写明提供人工客服并约定响应时间,还可能构成合同义务未履行,消费者可主张违约责任。

“可以保存录屏、聊天记录、转人工失败记录等证据,向企业或12315等渠道投诉;如果造成实际损失,可根据具体情况通过调解、仲裁或者诉讼等方式维权。”廖怀学说。

治乱象,也指方向

李宁指出,AI客服“转人工”难等乱象,还暴露出部分企业人机协作能力不足。

过去人工客服入职后不会直接上岗,需接受业务培训,了解产品、流程、权限边界,企业也会建立质检、考核、风险控制等机制。但现在一些企业看到大模型能自由“对话”,以为写段提示词、接入企业资料就能让AI独立面对客户。实际上是没有认清本质。AI客服并非“聊天窗口”,背后需要一整套工程化的智能系统。

在李宁看来,“新国标”实施最重要的意义,在于把过去模糊的“人机协作”变成了一套可检查和改进的具体流程。什么任务可以交给AI?什么任务优先人工处理?涉及人身和财产

安全等高风险场景时,系统应怎样处理和切换?在AI日益加速融入千行百业的当下,“新国标”从客服场景起手,实质上是推动企业设计更精细的“人机协作”机制。

近年来,伴随大模型能力提升,AI客服已在理解上下文、多轮对话、准确识别情感、支持多语言提问等方面实现了能力飞跃。这也是各行业领域广泛接入智能客服的原因之一。

在社交平台上检索“AI客服”,能看到不少服务提供者的广告,其中“响应速度快”“全天在线”“拟人对话”等是常见“卖点”。

随着应用普及,人们的期待也随之提升:不再局限于基础问答,而是期待AI客服高效完成订单查询、发起退

款、预约服务等业务操作。

当下AI客服遭诟病的种种问题,本质上是这些能力不过关。正如一位消费者吐槽:“AI客服不是说不好话,是干不好事!”

“新国标”实施后,企业应当如何调整升级AI客服?

李宁表示,“新国标”不是划定了一条“这边归人、那边归AI”的静态界线,而是提出一套动态的“人机协作”逻辑,企业首先要按任务而非岗位重新设计流程。人工与AI客服的分工,不只看问题难易程度,更要看AI出错后是否可逆、损失多大。

为此,企业应基于自身业务知识、技能与规则,明确AI能访问哪些数据、调用哪些工具、做出哪些承诺,完善风

险防控等机制。不能简单把AI当成“不会累的员工”,应该视之为需要被约束、验证和持续治理的新型行动者。

企业还应调整考核指标,不只关注人工拦截率、平均处理时长等指标,而把问题是否解决、错误承诺和风险事件有多少、客服信息是否推动产品和流程改进等纳入考量。

李宁认为,一线客服人员的角色也会发生变化。“未来AI会承担大量高频、标准化、规则明确的咨询,一线客服则负责复杂纠纷、例外情形、情感沟通及涉安全和重大利益的判断。人工客服会逐渐从‘执行服务’转向‘设计系统’,与企业技术、产品、运营、法务、数据安全等部门一起,参与规则制定和风险治理。”(据《人民日报海外版》)