

融
观
中
国

AI 客服“转人工”难？ “新国标”来了

本报记者 霍旻含

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。



扫码看“融观中国”主页

“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。

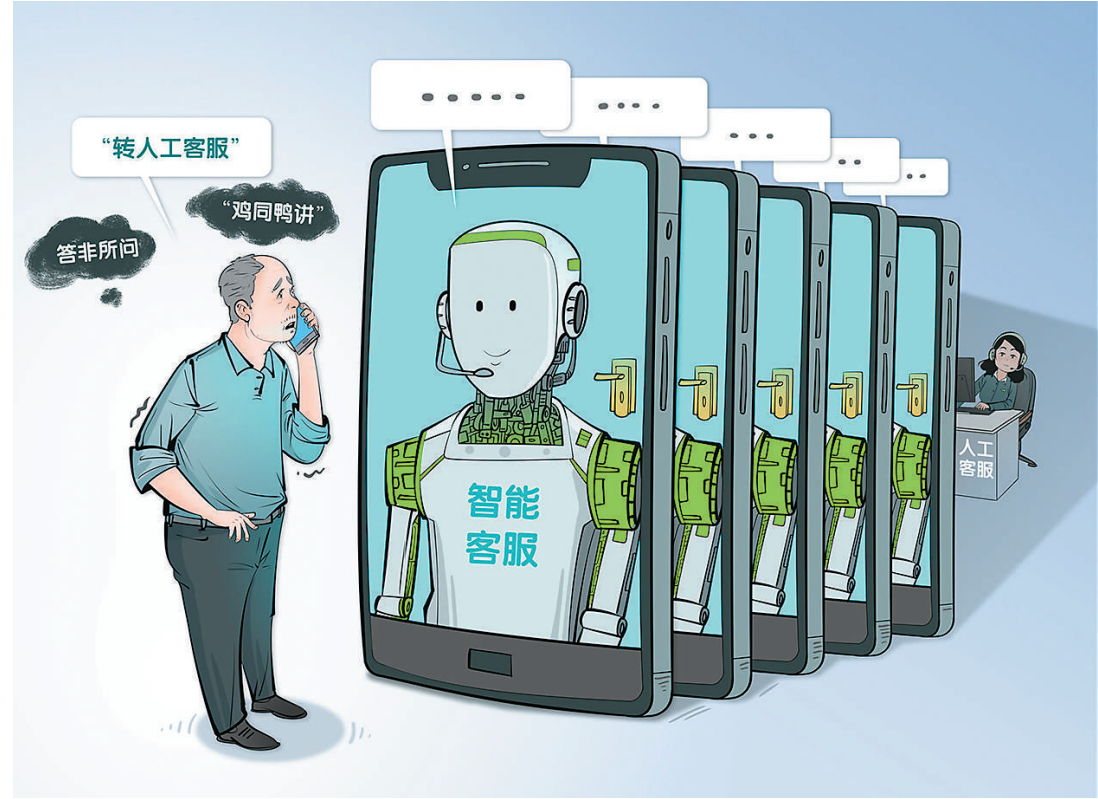
还有学者分析，部分企业有意抬高“转人工”门槛，就是为消耗用户的精力和耐心，变相让用户撤诉。

“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



曹 一作（新华社发）

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，并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。这也是各行业内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商的广告，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。”

新媒视点

近段时间，两则与AI有关的新闻引人关注。

一是在安徽滁州，67岁的农户吴大爷向AI请教芝麻田除草方法，AI很快给出包含药名、剂量、喷洒方法的全套方案。吴大爷按方案全田喷洒，谁知配方里含有严禁用于芝麻田的大豆专用除草剂，导致150亩芝麻和杂草一齐枯死，十几万元投入打了水漂；

二是在浙江杭州，一男子跟老婆吵架后想出门散心，一时没有目标，便请AI推荐。AI详细询问他的性格、身高和体能后推荐了一条户外线路，男子深信不疑直接出发，结果进入海拔1300多米的无人开发区，山高林密，夜间极易迷路或失温。男子不慎摔倒后被困，经过四五个小时救援才脱险。

两则新闻，当事人年龄不同，遇到的问题不同，相同点是AI提供错误信息导致现实损失。

据了解，吴大爷种了一辈子地，农业经验丰富，已使用AI一年多，之所以轻信AI，是因为AI给出的答案通篇术语，语气笃定自信。但当吴大爷事后再次质问，AI“秒跪”，立马承认自己推荐的除草剂正是害死芝麻的元凶。

平台回应称，AI没有独立知识库，生成的内容系整合网络公开信息生成。吴大爷回看时才发现，对话框底部有一行不起眼的小字：“AI生成可能有误，注意核实。”

不少人可能有类似经历：不论多复杂的问题、多生僻的领域，AI回答起来语气总是毫不含糊、胸有成竹，有时还附上参考来源，看上去颇专业。若对相关领域缺乏相应知识储备和判断能力，确实很容易被唬住，不会第一时间起疑。往往得用户察觉到AI回答有误、再去质问AI，才发现它的自信只是一种姿态，一被“抓包”，态度立马180度大转弯。

但正是这种“自信”“专业”的姿态，给AI生成的回答营造出一种权威感，让用户（尤其缺乏相应专业知识的人群）产生依赖，甚至因虚假和错误信息蒙受现实损失。

AI的“自信”从哪来？

现有的不少AI大模型，本质上是语言概率预测和生成模型，本就擅长模仿语言风格，但缺乏事实核查能力。加之用于训练AI模型的网络信息语料鱼龙混杂，AI学多了，自然可能输出不实信息和偏向性观点。

有研究显示，模型训练环节，人类标注员会下意识给语气更不犹豫的回答打高分，AI捕捉到这一偏好，就在后续优化中将自信的陈述语气编码成更高概率的输出路径，减少“大概”“也许”“感觉”“我不确定”等词汇出现。

如今，伴随AI大模型不断进化，应用领域已从聊天问答拓展至医疗问诊、农技指导、政务服务等真实场景，覆盖海量人群。这意味着AI“自信却易产生幻觉”的特质，可能催生代价更为沉重、后果更难以预判的风险，值得高度警惕。

尤其在涉及人身安全、健康或重大利益的高风险领域，当前AI风险提示做得并不到位。

吴大爷的例子，AI给出能毁掉一季收成的农药配方时，提示只有界面角落一句浅灰色的“注意核实”；浙江杭州徒步被困男子的事例中，AI推荐高难度徒步线路，却未提醒需准备任何专业装备。为获取用户，部分平台在宣传推广时过度渲染AI“无所不能”，出事后又强调AI信息整合的属性，试图把责任一推了之。

对此，用户应清晰认识AI的局限性，与之对话时紧绷警惕弦，尤其涉及健康、安全、投资、法律等专业决策时，绝不能单纯依赖AI，更不能被AI的“自信”唬住。提供这些AI服务的平台也应压实责任，建立更完善的分级风险提示机制，明确清晰告知AI的能力边界和已知缺陷，一旦造成损失，决不能拿“仅供参考”“注意核实”的标注当挡箭牌，必须承担相应法律责任和义务。

全球首个世界级人形机器人运动会全量数据集发布

据新华社北京电（记者阳娜）在第二届世界人形机器人运动会闭幕式上，全球首个世界级人形机器人运动会全量数据集发布。这套数据集汇聚了多家机构在训练备战与正式比赛期间采集的海量真实场景操作数据，总时长超过2500小时，能直接服务于具身智能模型的训练和研究，为更多研究机构、高校提供高质量数据支撑。

数据集不仅包含多视角视频影像、关节运动信息、本体状态反馈等多模态时序数据，还系统

采集了失败案例与边界工况、精细化意图与动作语义标签、多视角目标识别与检测标注以及完整任务记录，形成了从原始传感层、语义标注层到任务轨迹层的多层次数据体系。

据悉，第二届世界人形机器人运动会由北京市人民政府、中央广播电视总台、世界机器人合作组织、亚太机器人世界杯国际理事会联合主办，来自16个国家的666支参赛队伍、2056合人形机器人运动员共进行1301场精彩对决。

科隆国际游戏展中国元素受关注

据新华社德国科隆电（记者单玮怡、车云龙）日前，2026年科隆国际游戏展在德国科隆开幕，来自世界各地的游戏厂商、专业人士和游戏爱好者汇集于此，展示和体验最新游戏产品及创新技术。

据记者了解，本届展会共有60家中国企业参展，创历届中国

参展商数量最高纪录。多款中国游戏作品首次在海外开放线下试玩，相关中国元素和前沿技术受到行业和游戏爱好者广泛关注。

本届展会吸引来自67个国家和地区的1600余家参展商，其中海外展商占比超过70%，总展览面积达23.3万平方米，首次实现所有展馆展位全部售罄。



▲ 2025年4月11日，江苏省无锡市数据局举行一场数字人主持的“优化营商环境，创新数字政务”发布会。
朱吉鹏摄（人民视觉）