

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。

“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、情感沟通及涉及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》记者 / 霍曼含）

数字赋能实体 创新驱动发展 ——山东立星网络科技有限公司助力企业拥抱数字化时代

立足鲁西南菏泽单县，扎根齐鲁大地数字浪潮，山东立星网络科技有限公司自 2018 年成立以来，深耕网络技术研发、数字营销、系统集成与电商服务领域，以技术为根基，以服务为纽带，为政企客户提供一体化数字化解决方案，助力本土企业转型升级，在数字经济赛道上稳步前行。

随着数字化进程加速，不少传统企业面临线上渠道薄弱、营销模式老旧、信息化建设不足等现实难题。山东立星网络

科技聚焦市场真实需求，业务覆盖计算机网络技术开发、系统集成、广告设计制作、市场营销策划、动漫创意制作、电商运营等多个板块，打通技术开发、品牌包装、线上推广、电商落地全链条，为不同规模客户定制适配方案，拒绝模板化服务。

技术是企业发展的核心底气。公司组建了一支兼具技术研发与市场实操经验的专业团队，深耕软件技术、网络通信、互联网信息服务等领域，依托成熟的

技术储备，可为客户完成平台搭建、系统部署、功能迭代优化，兼顾系统稳定性、安全性与实用性。无论是中小企业线上平台搭建，还是品牌全案营销策划、创意视觉设计，抑或是电商渠道布局，均可一站式落地，省去多方对接的烦琐，切实降低企业数字化转型成本。

在品牌营销服务层面，立星网络深度洞察本土市场特点，结合行业属性，输出广告创意、品牌策划、新媒体运营等综合服务。从品牌定位梳理，到宣传

物料创作、线上流量运营，帮助传统企业打破地域局限，拓宽市场边界，让优质的地方产品与服务借助互联网触达更广阔的消费群体。同时依托增值电信业务相关资质，严守行业规范，保障项目合规推进，用专业赢得客户信赖。

诚信立业，实干致远。多年来，公司坚持客户导向，前期实地沟通调研，中期跟进项目落地，后期做好运维与售后，形成完整服务闭环。立足菏泽，辐射山东，积极赋能本地中小

微企业成长，助力实体经济与数字经济深度融合。在发展自身业务的同时，公司主动拥抱行业变化，持续学习迭代技术能力，打磨服务体系。

风起数字时代，实干方能致远。面向未来，山东立星网络科技有限公司将继续坚守创新初心，持续打磨技术实力，优化综合服务能力，以专业、高效、务实的姿态，为更多政企客户提供可靠的数字化支撑，助力齐鲁大地万千企业乘数字之风，实现高质量发展。