

新快观察



客服成“拦路虎” 转人工越来越难

AI客服正成为不少消费者维权路上的“拦路虎”。近年来，AI客服已成为网购、快递、社交平台等行业的标配。然而，不少消费者发现，这些智能客服常常无法准确理解需求，用机械式回复敷衍了事。而当消费者试图转接人工客服时，又需经历重重障碍。AI客服的初衷是提升效率，但如今正让用户体验大打折扣。对此，专家指出，AI客服未来需要更注重人性化设计，以满足用户复杂需求。



■采写:新快报记者 梁贤安
陈慕媛
■图片:腾讯元宝AI生成



市民吐槽 折腾大半天，问题依然解决不了

近日，市民杨先生在某电商平台买了一些进口猫粮，收到货后发现部分猫粮已经变质。他第一时间联系了客服，却发现不管他向对方发过去什么内容，AI客服总是自动回复“请简单描述您的问题”“我将尽最大努力帮您解决”，没有任何进一步的解决方案。杨先生只好多次尝试输入“人工客服”或者“转人工”。但AI客服仍然回复“为了节约您的时间，还请再简单描述问题……”这让他苦不堪言。最后，杨先生被迫放弃，改用其他方式维权，折腾多日才解决了问题。

同样，市民李女士因为快递运输出

现问题，需要找客服咨询，“与我对接的始终是AI客服。”李女士说。因为AI客服未能解决问题，她不断要求转接人工服务。“按操作转接后，我依旧是和机器人对话，人工客服完全联系不上。”AI会把所有的情况列出来，却没法真正解决实际问题。

近年来，从网购平台到快递公司，从银行金融到航空旅游，各行各业的客服岗位似乎都已被AI“占领”。然而，不少消费者向记者反映，一些AI客服常常“已读乱回”，“事事有回应，件件没着落”。“折腾大半天，问题依然解决不了”更是成为不少消费者苦恼的“新常态”。

记者观察 转人工需先经历AI客服“层层关卡”

根据新快报记者观察，消费者对AI客服的不满主要集中在两个方面。一是AI客服无法准确理解用户需求，常常列出一连串用处不大的回答，属于低效沟通，问题得不到解决。二是转人工客服的流程繁琐，人工客服难以接通。无论热线电话还是线上平台，消费者转人工都需先经历AI客服的“层层关卡”。

在电话沟通过程中，AI客服的慢速语音播报让人倍感煎熬，更令人难受的是，一旦按错选项，就不得不返回上级菜单，重新听一遍冗长的语音指引。有的商家更是将人工客服的入口隐藏在二级或三级菜单中，让问题解决难上加难。即使好不容易成功转接人工客

服，消费者还会被告知要排队等待。而在线上平台，与人工客服的沟通也问题频出。用户成功转接人工客服后，往往需要重新描述问题。如果未及时收到回复，几分钟后，系统就会自动提示：如果没有进一步互动，人工服务将在60秒内结束。这种交流时限的设计也让消费者倍感无奈。

艾媒咨询2023年发布的《中国智能客服市场发展状况与消费行为调查数据》显示，在2022年中国用户认为智能客服现存缺点中：51.4%消费者表示除固定话术外，不能解决个性化问题；47.9%的消费者表示不能准确理解提问的问题，答非所问；43%的消费者表示回答生硬机械，交流缺乏情感。

记者体验 转人工藏深层菜单，AI客服难答个性化问题

近日，新快报记者尝试拨打电商平台、快递公司和社交平台服务商等10余家企业客服电话，结果发现所有电话接通后无一例外都是智能语音播报，人工客服均被隐藏在二级甚至三级菜单中。从拨通电话到成功转接人工客服，平均耗时约一分半钟。

此外，记者随机挑选了15家电商平台的品牌旗舰店，就产品问题向客服进行咨询。结果显示，其中12家店铺完全由AI客服提供回复，仅有3家店铺由人工客服解答。如果就一些常规问题进行询问，如发货时间、价格优惠、商品库存

等，AI客服大多可以立即作出准确的回答；但如果询问一些较为个性化的问题，如“这款型号与其他型号的具体区别”“材料属于哪类国家标准”，AI客服往往答非所问，此时只有个别店铺会自动转为人工服务。

电商从业者林先生向记者透露，如今电商平台对商家设有严格的考核机制，若未能在规定时间内回复顾客，商家将面临扣分处罚。因此，许多店铺选择优先通过AI客服回复用户，而人工客服则仅作为AI客服无法解决问题时的备用选项。

事事有回应，大多没着落，已读乱回的AI客服让消费者很苦恼



■网上截图

【新快支招】

如何成功转人工客服？ 看看消费者的花式攻略

当下，“找人工客服难”已成为众多消费者的一大困扰。记者发现，在社交媒体上，如何成功找到人工客服成了不少消费者的一项必备“技能”，围绕“转人工客服”的讨论已经衍生出了不少攻略。

有用户建议“重复发送‘人工客服’五次以上”“给客服发店内最贵的产品链接”触发人工接待，也有用户直接输入关键词如“投诉客服”“12315”来绕开AI系统的预设规则。一些攻略甚至细致到电话转接操作，例如拨打特定号码后直接说“我要投诉”，以便快速进入人工客服环节。

部分用户通过引入如“被人辱骂”等表达情绪化问题的内容，成功引发客服系统的重视，快速转接人工支持。这种方法也反映了用户在与AI客服“交锋”时的无奈。

还有不少网友进而自嘲式地分享“与AI客服斗智斗勇”的经历，甚至“研发”出更具娱乐性的“怎么投诉AI客服”“教你五步把AI客服逼疯”等“以牙还牙”的攻略。例如“用反复提问逼疯AI客服”或“通过无关问题绕晕系统”，这些方式也在网络上被广泛传播，并引发热议。

【行业人士看AI客服】

AI外呼系统适用于群呼，一天可打2万个电话

《2024年中国智能客服市场研究报告》数据显示，2023年中国整体市场规模为39.4亿元，预计2022年至2027年复合增长率达到22.6%。

记者在电商平台以“AI外呼系统”“AI外呼机器人”为关键词进行搜索，平台上显示，有上千个商品在售。一名AI外呼系统店铺的工作人员介绍道，外呼系统有好几种套餐，他们会根据客户需求推荐。AI外呼系统适用于群呼，这种群呼一天可以打2万个电话。

这名工作人员调侃道，“群呼适用于金融、保险、贷款等行业，他们的客资大多是花钱买来的，36万余条客资要花6000块，这些客资几天内就要被打完。没有办法（拨完这么多电话）才会选择群呼，不过，这些行业利润高，他们不怕花钱。”他说，AI效率高、成本也很高，对此，他建议，数量较少、真实、具体、需要做回访的客户，不需要用AI，用普通的外呼系统即可。

AI客服不应成为企业敷衍消费者咨询的借口

“如今，越来越多企业选择使用AI客服，这既是为了控制人力成本，也是出于对用户全天候咨询需求的考虑。但是，AI客服不应成为企业敷衍消费者咨询或回避售后问题的借口。”广州市政协委员、广州市科协委员徐强说。

徐强指出，AI客服既有优势也有劣势。其优势在于24小时不间断服务、服务效率高、降低企业运营成本。劣势主要体现在对复杂问题的理解和处理能力不足，尤其是涉及人类复杂情感、模糊表述等问题时，可能出现答非所问的情况。再者，训练数据若不够丰富准确，会影响回答的准确性，且缺乏像人类一样的思考和判断能力，无法灵活处理各种突发或特殊情况。另外，对于一些不熟悉智能设备操作的老年人、残疾人等特殊群体不够友好，可能导致他们无法顺利获得服务。

AI客服将是主流，但对问题理解能力待提高

广东人工智能与先进计算研究院于2023年5月发布广州首个大模型“归心太白”，具备文本、图像等多模态数据分析能力。该院大模型研发中心技术总监孙亚强说，“AI客服将会是未来客服的主流，将承担绝大多数客户任务。AI客服

需要提升对用户问题的理解能力，同时也需要提升可控性，避免AI客服过度回答。AI客服还需要能够识别用户语气和情绪，能够达到‘安抚用户情绪、解决用户问题’的目的。”

他谈到未来AI客服的趋势。未来的AI客服将会以功能更丰富、理解力更强的多模态大模型作为“大脑”，能够对客户发送的图片理解、能够依据客户的语气分析到用户的情绪，同时也需要丰富的“领域数据”支撑，让大模型能够懂用户也懂产品，从而能够更好为客户解决产品中遇到的问题。