

# 破译“三重密码” 拓开出海中小企业客服智能化之路

● 张乐弛



视觉中国图片

董事会的质询如同定期响起的警铃：“你是否已经部署AI客服？”

这个问题让张明（化名）眉头紧锁。作为一家出海金融科技公司的CEO，他深知这个问题迟早会被摆上桌面。在AI浪潮深入产业应用的时代，客服系统是最早一批被颠覆的业务板块。而多语言、跨时区、多法律管辖区合规等因素，更让张明所在公司的人工客服超负荷工作。通过智能化、数字化改造客服系统提升效率势在必行。

他的公司虽然不算大，但凭借多年细致入微的电话热线答疑，已在巨头夹缝中赢得口碑，拥有了坚固的护城河。当客户致电时，接听电话的是公司的人工顾问。他们不仅熟知业务条款、能处理复杂案例，更懂得合规分寸，还能在专业之外，提供满满的情绪价值。同时，对于金融业务，一次错误绝非简单的失误。一个由AI“幻觉”生成的错误利率解释，或是一次不合规的承诺，都可能引发连锁反应，从客户投诉升级为监管审查乃至法律纠纷。

其实，这是众多出海中小企业在AI转型十字路口的一个缩影。效率与客户体验，在他们尝试客服智能化转型的实践中激烈交锋。这场转型的核心矛盾，不是要不要使用人工智能，而是如何科学地去理解和评估智能技术对企业的影响，在计算收入提升、成本缩减的同时，也不可忽视AI对客户信任和品牌价值的影响。

## 市场本质、科技赋能与政策环境

许多市场困局的根源在于“信息不对称”。对于出海的中小企业而言，这种不对称被距离与法规放大：企业管理层对自身服务的专业细节与合规架构了然于胸，但跨越地理、法律与文化产生的隔阂，对品牌的陌生，使海外客户在认知上如同“盲人摸象”。这种深层的认知壁垒，不仅让信任难以萌芽，更令企业产品和服务的真实价值被系统性低估。企业客服的价值取向，正在于打破这一壁垒。

在传统人工客服中，为填补上述信息鸿沟所付出的代价异常高昂：繁琐的跨部门交接、依赖大量人工的流程衔接、不断更新的复杂操作手册，都构成了显著的内部“摩擦”。这些障碍使每次建立信任的尝试都成本不菲，甚至让服务本身在微观核算上失去经济性。而智能化的推进，恰为企业客服的转型带来新的契机。

因此，引入AI智能体来改造客服系统，其意义远不止于一场从人工到数字的形式转换，它必须能够实质性地打破认知壁垒、降低信任建立成本，从而将客服环节从一个被动的成本中心，转化为主动的价值创造与信任锻造中心。这就要求企业家从三个维度审视技术变革：

第一，锚定市场本质。客服需求之所以产生，大都源于客户在享受服务的流程中遇到卡顿和问题，中止了既定的流程，等待解决。也就是说，无论是否应用AI技术，客服的核心目标不是更快地完成对话，而是解决问题，以此构建信任，增加品牌忠诚度，防止客户流失，更可以协助未来进行交叉销售。客服并非只是“成本中心”，更可以成为“利润中心”。特别是金融服务，本质就是信任的交换，每一次成功的客服互动，都是为品牌和产品进行“微观增信”。

第二，增进科技效能。在大语言模型智能体出现之前，IVR系统和机器学习等工具已大规模应用到金融行业的客服系统中。但这些智能体应用往往局限于某一个流程，趋于被动回复，大部分基于规则引擎处理问题。未来，AI客服可全链路部署，搭建跨部门的知识库，调动多智能体协同工作。一个客户的问题，可跨部门同时解决，避免层层报批和交接带来的延迟与摩擦。特别是在跨境出海领域，大语言模型较前几代人工智能工具，更能适应模糊的自然语言指令，符合多语言的客服环境。检索增强工具更可以帮助我们构建跨界的“专家大脑”，搜集全球各地的数据沉淀，更准确、更有据可循地服务企业。

第三，恪守政策，加强合规。代码可以修补，但信任一旦破裂便难以重建。在出海的道路上，若未配备可靠的“刹车系统”，企业不应贸然启程。数据隐私法、消费者保护条例与行业准入政策等构成了一张复杂且动态的合规网络。张明的担忧实则反映了当前跨境AI业务面临的普遍挑战。

从另一个视角看，主动构建并持续维护一套AI治理架构，恰恰可转化为建立信任的重要支点。例如，在出海企业的智能体设计尤其是基于检索增强生成的训练过程中，应系统性地保留并强化服务中不可或缺的人文温度，同时通过数据清洗与模型调控，有效隔离和剔除人类不当行为（如攻击性语言、负面情绪与禁忌用语）对智能体的潜在污染。主动适应并融入各地监管框架，实质上是向用户与合作伙伴传递一个清晰信号：这家企业不仅尊重市场与规则，更具备长期主义的责任意识与可信赖的品牌基因。AI治理由此不再只是合规成本，而成为差异化竞争的关键支柱。

## 量化指标评测AI客服系统

在出海实践中，需要进一步细化、量化上面的“三重密码”，指导智能客服的搭建和日常维护。

### “市场价值”是北极星

在数字化转型过程中，一切技术应用的最终目标始终是高效、准确地解决客户问题，并持续满足其需求。衡量这一目标的关键量化指标是“一次性解决率”（FCR），即客户首次联系即获解决的比率。FCR直接体现了AI系统在理解用户意图、精准调用知识方面的成熟度。它不仅间接反映客户满意度，更深层地揭示了智能体能否真正实现端到端的自主闭环处理能力。

另一个重要指标是“客服转接/交接次数”，它记录了解决单个客户问题所需经过的不同坐席或部门数量，进而反映AI系统是否真正打通了内部及跨区域的数据与流程壁垒。“反复询问”与“无效转交”不仅损害客户体验，也容易导致信息丢失和服务断层。

当然，在追求高FCR与低转接率时，也需保持警惕。有时，AI为达成“一次性解决”，可能陷入冗长的多轮对话，要求客户执行复杂操作，甚至不当触及敏感问题，引发客户反感。一次及时而高效的人工转接，往往胜过数轮低效的机器对话。因此，真正的智能服务，应是在人机协同中寻找体验与效率的最优平衡。与此同时，传统客服评价体系中的分流率、平均处理时长、通话后处理时间等指标均具备特定意义与价值。然而，在智能化服务转型视角下，这些以效率和速度为重心的度量维度，应置于系统性、体验性与可信性指标之后进行考量。

AI底层技术能力是支撑

针对上述前端指标，其底层技术支撑需通过以下三大核心维度进行系统性评估。

第一，性能效率维度。例如，从请求发起至完整token生成结束的端到端响应时间，直接反映模型推理速度、系统架构优化水平及网络延迟控制能力。同时，单节点可承载的并发对话数上限，亦是衡量系统并行处理与资源调度能力的关键指标。第二，准确性及可靠性维度。包括多轮对话中上下文丢失比例、请求失败率

与返回错误率，以及从故障发生到服务完全恢复的平均时长等。这些指标不仅用于评估系统的预警机制与故障自愈能力，也是出海企业在选择智能体技术时的重要决策依据。通过压力测试可系统验证上述技术指标的稳健性。第三，资源与成本维度。需全面测算智能客服系统对计算资源（如CPU/GPU利用率、云服务订阅成本）的占用情况、单次请求的token消耗量，以及月度或季度的运维支出。最终应结合业务价值，综合评估技术方案单位经济效益与长期可持续性。

需要指出的是，实现客服智能化绝非简单部署一个智能体应用即可。上述指标的系统性提升，依赖更深层的技术演进，包括坚实的数据

层支撑与高效的大模型调用能力。

### 量化AI合规：从治理挑战到可执行指标

在AI客服领域，对合规性的评价较为模糊。传统监管往往聚焦在定性问题上：大模型的“幻觉”何时构成误导？算法决策在多元客户群体中是否隐藏着不易察觉的偏见？这些关乎公平与普惠的核心伦理问题，高度依赖具体业务场景的上下文，使建立一套普适的量化标准异常困难。然而，随着监管框架日益清晰，企业风险意识愈发提升，一套融合了流程指标的量化框架正逐渐成形，为这个维度的AI能力评测描绘出越来越清晰的坐标。

#### 1. 会话安全与实时风险干预

量化的核心在于确保AI与客户的交互处于安全可控的边界之内。美国专家提出了一个关键概念：高风险会话人工介入响应时间。这要求企业不仅要在技术层面定义何种情绪信号、关键词组合或逻辑矛盾会触发“高风险”标签，更要量化从系统预警到人工坐席成功介入并接管会话的时间上限（例如，必须在30秒内）。这一指标将安全从定性判断转化为对运营响应能力的硬性考核。

为精准定义“高风险”，企业可引入更细致的量化分析。例如，通过情感分析模型对客服通话进行实时评分，将客户情绪数值化，并设定明确的阈值区间；或像美国某AI公司所实践的那样，采用统计学显著性检验，定期抽样分析不同地域、年龄、性别的客户群在“会话被强制终止”“投诉升级”等关键指标上是否存在超出阈值的差异性，从而客观识别潜在的公平性风险。

#### 2. 治理结构与流程指标

在组织治理层面，量化意味着对管理职责与流程节点进行穿透式监测。这绝非简单的制度存续检查，而是可量化的效能评估。企业CEO与治理委员会需要关注的指标包括：

流程覆盖率：从数据采集、模型训练、测试验证到上线部署的全生命周期中，有多少比例的核心节点已嵌入合规评审流程？这一比例应追求100%。

专家责任密度：在算法评审委员会、数据伦理小组等关键治理机构中，来自合规、法律、风险管理等领域的专业背景人员占比是多少？

#### 3. 算法公平性与性能的持续提升

借助专业化工具，企业无需从零构建指标体系，而应善用行业开源工具与平台，实现标准化评估。

## 打造彼此协作、动态增强的战略飞轮

求解“张明们”的难题的破局之路，在于对“市场价值、科技赋能、政策合规”这“三重密码”的破译与系统集成。这并非三条平行的赛道，而是一个彼此协作、动态增强的战略飞轮：

市场中的商业价值和品牌信任是飞轮的终极指向与价值验证端，它定义了所有技术投入与合规努力的意义——赢得用户与市场的长期选择。

科技是飞轮的核心驱动与效率引擎，它通过将服务流程数据化、智能化，把合规要求内嵌于系统，从而以可度量、可扩展的方式支撑信任的建立。

政策合规是飞轮的稳定基座与风险控制器，它确保了企业在全局复杂棋盘上行动的合法性，将外部约束转化为内在的信任凭证。

当企业能娴熟运作这一飞轮设计它们的AI客服系统时，其出海便从被动的“市场适应”升维为主动的“规则塑造”。它们将不再仅仅满足于遵循当地标准，而是可以通过展示最佳的、量化的负责任AI实践与卓越的客户体验，参与建设甚至主动定义细分领域的新标准。（作者系世界银行集团前顾问）

# 超九成保险资管产品实现正收益 科创赛道成布局核心方向

● 本报记者 石诗语

Wind数据显示，截至2月24日，今年以来已披露最新净值的保险资管产品共有1602只，其中今年以来实现区间正收益的产品占比高达93.2%。从产品类型看，权益类保险资管产品收益表现亮眼，有近20只产品今年以来区间收益率超10%。展望后市，业内人士表示，保险资管机构将继续加强对科技创新、新质生产力等重点领域优质上市公司的跟踪和挖掘。

## 权益类产品业绩表现亮眼

在今年以来已披露最新净值的1602只保险资管产品中，实现正收益的产品超九成。

分类型来看，固收类保险资管产品仍占据较多席位，业绩表现整体较为稳健，在1098只固收类产品中，有1038只产品今年以来实现正收益；权益类保险资管产品有269只，今年以来有245只产品实现正收益；混合类保险资管产品有220只，今年以来有195只产品实现正收益。

“今年年初，科技成长、先进制造等板块轮番发力，形成结构性行情，这些板块与险资布局方向重合度较高，为权益类保险资管产品提供了良好的市场土壤。”

截至2月24日，今年以来，区间收益率排名前10位的产品中有6只产品属于权益类，其余属于混合类。含权益类保险资管产品近期的高收益率主要得益于年初的市场回暖，具有一定的阶

段性特征。其收益波动受权益市场影响较大，2月以来随着部分板块的阶段性回调，含权益类保险资管产品收益率也随之下行。

“今年年初，科技成长、先进制造等板块轮番发力，形成结构性行情，这些板块与险资布局方向重合度较高，为权益类保险资管产品提供了良好的市场土壤。但我们也应看到，保险资管机构的核心竞争力从来不是短期博弈，而在于依托其长期资金属性、践行价值投资理念所形成的可持续投资能力。”某资管机构多资产配置部相关负责人向记者表示。

## 对科创类企业加大关注

今年以来，保险资管公司调研上市公司的力度持续增强，尤其加大了对科创类企业的关注。

Wind数据显示，截至2月24日，今年以来，有33家保险资管公司参与上市公司调研合计超670次，其中泰康资产调研次数最多，达86次，华泰资产、新华资产、人保资产、国寿资产调研次数均超50次。

从行业来看，区域性银行、电子元件、工业机械、电子设备和仪器、集成电路、应用软件等是险资关注的重点。

一直以来银行股是险资进行高股息配置的核心标的，近日上海银行、沪农商行、齐鲁银行等区域性银行迎来多家保险资管机构调研。调研中，险资对银行业后续息差变化情况、2026年分红计划、开门红信贷投放情况、不良资产集中领域等方面重点关注。

在电子设备和仪器领域，海康威视、精智达等公司获较多保险资管公司调研。险资对公司的差异化竞争优势、未来发展计划等较为关注。在工业机械领域，科达制造、耐普矿机等公司迎来险资机构多次调研，这些公司在各自领域的最新技术成果、研发重点、海外业务布局等受到特别关注。

“目前不少保险资管机构探索哑铃型配置策略：一端聚焦低估值、高分红的蓝筹股，例如银行股等；另一端布局科创、AI算力、先进制造等成长领域，捕捉新质生产力发展带来的长期投资机会，平衡风险与收益。”上述资管机构多资产配置部相关负责人表示。

## 培育新质生产力

展望后市，华泰证券在研报中预计，2026年险资仍将积极入市，二级权益类仓位将继续上升，但上升幅度将较2025年有所收敛，二级权益和债券的配置将较2025年更为均衡。

不少保险资管人士向记者表示，下一步将密切关注科技产业动向和基本面变化，加强对相关领域优质上市公司的跟踪和挖掘，切实提升对科创企业的估值判断与定价能力。

新华资产相关负责人表示：“新兴产业是未来世界科技发展的方向，在这些行业中领先就相当于占据了全球科技发展的制高点。我们将加强对新兴产业的关注和研究。中长期资金是服务实体经济的主力军，作为长期资本、耐心资本、战略资本，保险资金能够更好对接国家战略，为科技创新、新质生产力等重点领域提供长期、稳定的资金支持。”

业内人士认为，随着险资入市进程的不断推进，其投研能力与风控水平面临更高要求，如何平衡长期收益与短期波动，仍是保险资管行业需要持续探索解决的问题。