

## 1 自动回复答非所问 智能客服不够智能

今年“双11”期间,广东市民赵爽在某电商平台购买了一件大衣,收货后发现不合心意,想退货,于是找到店铺客服求助。

没想到,店铺AI客服的回复完全是答非所问:“亲,明白您急切的心情,还请您消消气,耐心等待一下吧。”“我们都是会尽自己所能为亲们解决问题的呢。”“您是我们的优质客户,我们肯定会维护您的权益的。”

“我只是想问一下退货包运费服务在哪里,怎么找不到了?”赵爽说,AI客服的回复逻辑混乱,一句有用的都没有,又找不到人工客服,“真的要被他们气死。”

据了解,AI客服以各类人工智能技术为基础,通过AI进行服务,服务渠道多元化且可以实现各渠道的数据互通,24小时全天候响应。

现在,很多企业为节约成本、提升效率开始采用机器人来代替人工客服,AI客服应运而生。有统计显示,2022年中国智能客服市场规模已达66.8亿元,预计到2027年,市场规模有望增长至181.3亿元。

实践中,有些AI客服能够快速准确地回答消费者的提问,提供便捷有效的解决方案。但有些AI客服却显得过于机械,很多回答“牛头不对马嘴”,让消费者感到不满和无奈。

记者进入多个电商平台的15家品牌旗舰店,就产品问题咨询客服时发现,有13家店铺都是直接由AI客服进行答复。如果就一些常规问题进行询问,如产品质量、发货时间、商品库存等,AI客服大多可以立即作出准确的答复;但如果询问一些较为个性化的问题,AI客服往往答非所问,而此时只有个别店铺会自动转为人工服务。

比如,在记者与某羽绒服品牌旗舰店沟通时,AI客服对“尺码”“发货时间”“充绒量”等一些特定关键词作出了准确回答,但当记者询问“充绒量和含绒量的区别”等细节问题时,AI客服的回答文不对题。

此外,不少AI客服的“主动出击”也让人不堪其扰。电话响了,陌生号码,北京市民孙女士连忙接通,对面传来抑扬顿挫的声音:“您好,这里是××旗舰店,这次来电呢是想告诉您……”孙女士气愤地挂断电话:“AI客服的骚扰电话又来了!”

“AI骚扰电话比骚扰短信烦多了,短信可以视而不见,电话总得接起来听。”“有时正在忙,突然来个电话,接起来发现是个AI。”“听着像真人的声音,但电话里完全无法正常交流,就是骚扰电话。”社交平台上,网友们纷纷“控诉”。

## 2 人工客服大量缺失 增加用户沟通成本

各行各业使用AI客服背后,是人工客服的大量缺失:用户遇到问题,想主动寻求客服帮助,无论通过在线平台还是打电话,AI客服“挡”在前面。在沟通过程中,AI客服要么列出一连串无用的回答,要么慢条斯理开启语音播报,犹如“鸡同鸭讲”。

北京市民刘帅说,他在某社交平台有问题想咨询客服,先是对话在线客服,发送问

答非所问、“鸡同鸭讲”……

# AI客服把人逼疯

“我想在朋友生日当天再送货,可以帮忙联系快递员吗?”

“不好意思,不确定您要表达的意思。”

“可以帮我备注‘两天后再配送’吗?”

“亲,这个问题难倒我了。”

“我需要人工客服。”

“人工客服忙,智能客服为您服务,请问有什么可以帮您?”

……

这番对话发生在北京市民邹女士和电商平台某店铺AI客服之间。“AI客服快把人逼疯了,没法沟通,怎么都说不明白。”邹女士很是无奈。

越来越多的商家开始采用AI客服,在一定程度上实现了服务的标准、便捷,节约了人力成本。但一些智能客服不智能,识别不了问题尤其是个性化问题,AI客服反而成了解决问题的“拦路虎”。此外,AI客服骚扰等问题也让消费者苦不堪言。



某商家智能客服与顾客聊天记录 “青春深圳”微信公众号

### 声音

## AI客服莫成“拦路虎”

当下,越来越多商家开始采用AI客服,利用智能语音等技术服务用户,节约人力成本。与此同时,不少用户发现,一些智能客服并不智能,识别不了问题尤其是个性化问题。有的商家用上AI客服就没了人工客服,在某电商的投诉平台上,不少网友投诉称,无论是输入人工客服、人工服务还是转人工,永远只有一句话,“亲,请详细描述您的问题。”AI客服反而成了解决问题的“拦路虎”。

针对企业客服AI化现象,有关部门应通过制定相关管理规范标准,加强对AI客服的监管,避免企业利用AI客服逃避责任和义务。企业也不能只考虑成本和效率,而应认识到,只有提高消费体验,才能留住消费者。

据观海新闻、经济日报等

题后AI客服回复了14条内容,“但没一条能解决我的问题,而人工客服却完全联系不上。”

天津市民李女士因为快递停在外地一周没有派送,便咨询该快递服务热线电话,全程均是AI客服对接。她说明来意,AI客服让她输快递单号,然后称“快递正在派送中”,反复几次都是如此。“AI客服根本解决不了我的问题,但官方热线没有人工服务的选项,我只能不断重复强调我要接人工服务,重复了几十遍才转到人工服务。”

类似的经历,天津市民张先生也遇到过。前不久,他因银行业务找客服,不满意AI客服的答复,他提出转人工服务,结果得到的答复是:“当前客服繁忙,已进入咨询队列,当前排在第70位……”

“只是想要找人工服务解决一下问题,怎么就这么难?! ”张先生感叹道。

在某电商的投诉平台上,关于“找不到人工客服”的问题投诉有将近2万条。不少网友投诉称,无论是输入人工客服、人工服务还是转人工,永远只有一句话:“亲,请详细描述您的问题。”还有网友称,自己拨打了市面上45家包括通信服务商、电商平台、物流公司等客服电话,统计的用时显示:转接到人工客服平均需要94秒,最漫长的一次等待长达380秒。

近日,记者拨打了市面上21家包括电商平台、通信服务商、物流公司的客服电话,有8家无法转接人工客服,其余转接到人工客服平均需要69秒,最长的一次等待时间长达316秒。

中国法学会消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江认为,企业不能只考虑自己的成本和效率,而不顾消费者的时间。消费者找客服的时候,一般都是遇到了问题。但有的企业根本没有设置人工客服,用智能客服当“挡箭牌”,完全形同虚设,起不到解决问题的作用,“增加了消费者的沟通成本。”

## 3 规范标准强化监管 防止企业逃避责任

江苏省消保委发布的《数字化背景下客户服务便利度消费调查报告》显示,71.2%的消费者表示,智能机器人“答非所问”“回答问题不智能”;23.6%的消费者表示,无法找到人工客服,或人工客服存在“踢皮球”等现象。

2022年,在一项针对智能客服现存缺点的调查中,51.4%消费者表示“除固定话术外,不能解决个性化问题”,47.9%消费者表示“答非所问”,34.2%消费者表示“解决效率低”。

当谈及如此大规模使用AI客服的原因时,不少电商都表示,他们也是形势所迫。在某电商平台经营一家日用品店的王平告诉记者,使用AI客服的初衷“单纯为了节省人力成本”,“但随着订单量大大幅增长,很多电商都不得不大规模使用AI客服。”

一位业内人士透露:“大家其实都知道AI服务不太好用,但电商平台有3分钟回复率的要求,而且会列入考核标准中。无奈之下电商大量使用AI客服,同时人工客服进行协作。当AI客服回答得不正确的时候,人工客服会介入,撤回该回复。但有些公司设置了‘质检组’,如果撤回次数较多的话可能会误判为客服存在不当言论。”

企业出于人工成本的考量引入AI客服无可厚非,但大量使用AI客服导致人工客服难寻,是否侵犯了消费者的合法权益?

上海海法(杭州)律师事务所律师何子安说,AI客服的大量使用确实可能阻碍消费者直接联系上人工客服,但这本身并不直接构成对消费者权益的侵犯。若AI客服无法有效解决问题,导致消费者权益受损,如不能及时处理退货、退款等问题,则可能涉嫌侵犯消费者权益。在这种情形下,消费者可以向消费者协会投诉,或根据具体情况向有关监管机构举报。

“商家以AI客服致电消费者宣传商品促销等信息,涉嫌侵害公民个人信息。若接收到的电话包含个人敏感信息或其来电途径未经用户明确同意,则可能违反了数据保护和隐私权保护的相关法律。”何子安说。

有业内人士认为,有关部门应针对企业客服AI化现象,通过制定相关管理规范标准,加强对AI客服的监管,防止企业利用AI客服逃避责任和义务。

