

# 2024年中国智能客服市场 研究报告

第一新声研究院 | 市场研究报告

THE · FIRST · NEW · VOICE

# 「水木人工智能学堂」

水木AI知识荟 & 交流社群 📣

📖 每日分享行业报告、行业资讯等！

🔗 链接海量AI行业精英！

🎉 不定时进行名校名企行活动！

🚀 足不出户，尽在水木AI知识荟！

🔥 扫码添加小编微信，免费进水木AI交流群

交流社群



去噪星球



去噪星球 每日仅需0.5元

公众号：水木人工智能学堂



2022年11月30日，OpenAI 发布 **ChatGPT**，引发了全球性大模型开发热潮。大模型作为人工智能技术驱动的自然语言处理工具，拥有语言理解和文本生成能力，可以通过连接大量的语料库来训练，实现与人类的聊天交流。大模型具有强大的**自然语言处理能力**、**学习和适应新场景**的能力，**天然适合客服场景**，可以大幅提升**智能客服的体验和效率**，将推动智能客服产业发生深刻变革。

智能客服产品的迭代先后经历了以关键词匹配、多媒体交互、AI技术融合及大模型等技术驱动，底层技术日益完善，产品形态已经发展成熟。当前，智能客服是基于AI及大数据技术，通过大规模处理语音、文本、图像等单一模态或多模态信息与知识，形成的一种面向企业客户服务场景的行业应用，主要产品包括**智能在线客服**、**智能语音客服**、**辅助机器人**、**智能质检**、**数字人**等。

经过近几年的迅速发展，智能客服产品的智能化程度已获得长足进步，行业应用已从呼叫中心、互联网电商等渗透到金融、电信、零售、医疗、教育等众多垂直领域的服务场景。当前，大模型的发展为智能客服市场发展注入新的活力，智能客服市场进一步打开，前景广阔。本报告聚焦智能客服市场，综合分析产业的**发展历程**、**产业生态**、**市场空间**、**竞争格局**、**发展趋势**等，并对**典型服务商**、**典型场景应用**等进行剖析，以期达到以下目的：

- 通过研究中国智能客服产业发展历程、AI+技术融合、产业生态、产品形态和应用场景等，帮助用户了解智能客服产业发展脉络和发展方向；
- 重点分析智能客服产业市场空间、竞争格局、发展趋势，帮助服务商把握市场动向和掌握发展趋势；
- 深入调研智能客服典型应用，挖掘出行业里产品成熟、口碑良好、具有特色的优秀服务商与实践案例，为客户产品选择提供参考。

## 01 中国智能客服市场发展现状

1. 智能客服按功能可以分为：在线客服、语音客服、辅助机器人、智能质检及数字人
2. 2023年起，中国智能客服产业在大模型技术的驱动下将发生深度变革
3. 产业链上游MaaS服务商的出现为智能客服产品进化提供强大驱动力
4. 主流智能客服产品已经被广泛接受，数字人等新产品形态加速行业渗透
5. 基于大模型的智能客服，产品能力得到提升，搭建和运维成本大幅下降
6. 生成式AI等多技术融合为智能客服带来更高准确率和效率，并具备多模态交互能力
7. 智能客服已经广泛应用于电商、零售、金融、交通、物流、其他生活服务等行业

## 02 中国智能客服市场规模及竞争格局分析

1. 2023年智能客服市场规模达39.4亿元，2022-2027年复合增长率达22.6%
2. 智能客服软件市场集中度较高，TOP5厂商市场份额占比近53.8%
3. 按照智能客服业务在企业内部的定位，智能客服厂商可以分为专业化服务商、大模型类服务商和综合性服务商

## 03 行业痛点及解决方案

1. 消费零售行业痛点及解决方案
2. 物流行业痛点及解决方案
3. 医疗行业痛点及解决方案

## 04 中国智能客服市场未来发展趋势

1. 原生大模型智能客服厂商涌现
2. AI Agent的应用使智能客服产品的成本更低，效率更高
3. 顺势出海成为智能客服市场发展的下一波浪潮

# PART ONE

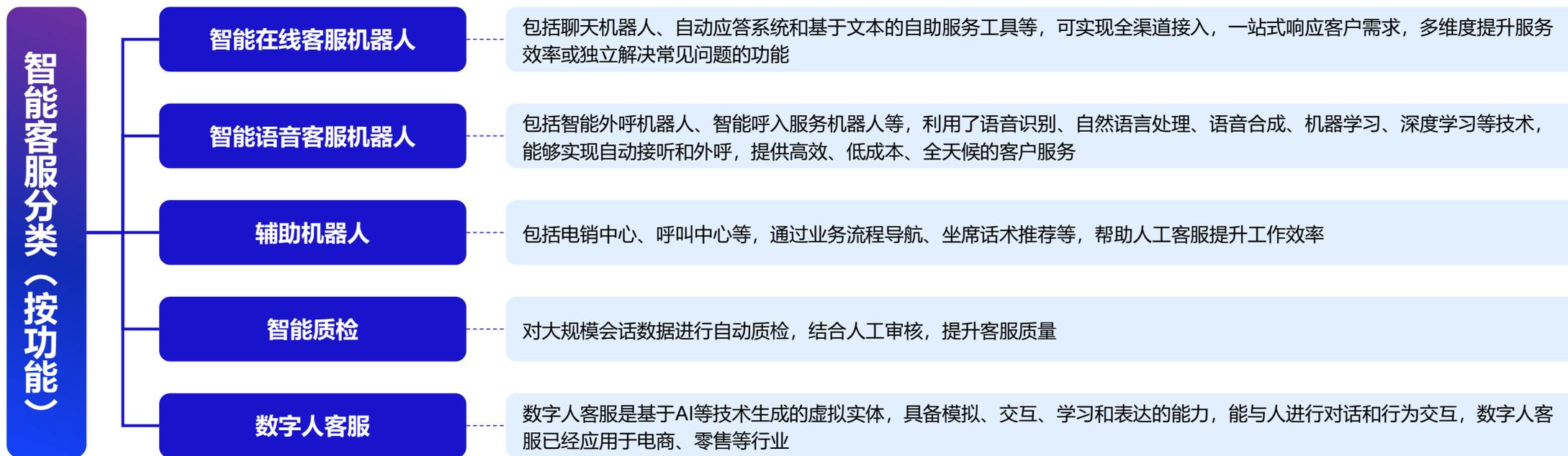


## 中国智能客服市场发展现状



## 智能客服按功能可以分为：在线客服、语音客服、辅助机器人、智能质检及数字人

智能客服是一种基于AI技术的客服解决方案，利用自然语言处理(NLP)、机器学习等AI技术，通过文本、语音、视频等形式直接或辅助人工与企业的客户进行互动，作用于企业客户服务的前、中、后三个环节，并为企业提供精细运营所需的信息与数据，现已广泛应用于电商、零售、金融、交通、物流、生活服务等众多应用场景。智能客服可以分为智能在线客服机器人、智能语音客服机器人、辅助机器人、智能质检、数字人等。广义的智能客服市场包括含通信服务、云服务、智能客服软件、交付服务在内的全部产品及服务，狭义的智能客服市场仅包含智能客服软件本地化部署交付及基于智能客服软件的SaaS服务，不包含通信、IaaS层及PaaS层云服务、硬件等非核心内容。





## 2023年起，中国智能客服产业在大模型技术的驱动下将发生深度变革

2000年，我国呼叫中心产业快速兴起，关键词应答系统的商用产生了**智能客服产业的萌芽**；2011年起，移动互联网、云计算、大数据等技术的发展推动**多渠道交互型客服产品迅速商用**；2015年以后，基于自然语言处理（NLP）、机器学习（ML）、深度学习（DL）等多种人工智能技术融合的智能客服服务商快速成长，并获得**资本市场的追捧**，推动了中国智能客服产业的**快速发展**。2022年末ChatGPT的横空出世后，大语言模型（LLM）涌现和商业化，大幅提升了智能客服的理解能力、情绪识别能力和内容生成能力，智能客服产业进入**深度变革期**。



**大模型应用将加速智能客服产业变革**

2022年末自ChatGPT问世以来，AI大模型快速应用于智能客服领域，MaaS厂商、大模型智能客服厂商涌现，基于大模型及自然语言交互的智能体，有望改变人机交互方式，加速重构智能客服的技术生态和产品能力；

基于大模型的智能客服，实现了知识库构建及运维的智能化，提升了产品开发效率，降低了人力投入，未来将加速智能客服产业的变革。

**降本增效提升客户满意度是智能客服市场制胜关键**

智能客服市场竞争的焦点从产品能力指标转向产品投入产出指标，用户选择产品时重点考察和对比在实际应用场景中产品带来的成本降低、效率提升、线索转化增收与智能客服产品投入等详细指标，智能客服市场竞争将更趋激烈，基于大模型的智能客服产品，在数字人、智能体等领域迅速落地，可以大幅提升用户体验。



## 产业链上游MaaS服务商的出现为智能客服产品进化提供强大驱动力

纵观智能客服产业链，产业上游最新出现的MaaS服务商，利用**大模型产品**和能力帮助智能客服厂商推动产品进化，当前智能客服“**大模型+智能客服小模型**”的优势结合，解决大模型回复宽泛和专业性差的不足，提升了智能客服理解用户问题的准确性，进化出**图片理解能力**和**图片回复能力**，未来，智能客服产业链上下游企业相互作用，将推动智能客服产品加速迭代。





## 主流智能客服产品已经被广泛接受，数字人等新产品形态加速行业渗透

智能客服主流产品分为智能在线客服机器人、智能语音客服机器人、辅助机器人、智能质检、数字人等，其中前4种已经普遍应用于电商零售、金融等行业，数字人是当前发展最为迅速的智能客服产品，尤其是在多模态大模型技术的支持下，已经加速渗透到虚拟主播、虚拟员工、虚拟陪练等场景。智能客服的个性化迅速加强，帮助行业客户降低人力成本，提升服务效率，改善服务质量，增强客户满意。

	适用场景		产品功能			用户收益	
智能在线客服机器人	全渠道一键接入	智能机器人问答	多轮对话	多机器人协同	语义理解	人力成本降低 80%+	服务效率提升90%+
	人机协作服务	跨系统数据交互	上下文理解	知识库自更新	自动化流程处理	意图识别准确率90%+	业务合规率100%
智能语音客服机器人	智能外呼催收	智能接待	多轮对话	自定义编排	智能打断	意图识别准确率90%+	单AI机器人日均外呼量 1000+
	智能电销	智能反欺诈预警	人机协同	关键信息提取	自主学习	负面情绪识别准确率90%+	支持日呼叫次数千万+
辅助机器人	呼叫中心	线上业务引导办理	会话应答匹配推荐	SOP流程匹配推荐	知识库自主查询	降低培训成本	提升客服效率
	电销中心	服务指引	客服专有知识库	工单一键生成	智能话术润色	减少人力投入	提升人工客服工作体验
智能质检	客服质检	催收质检	SOP质检	话术质检	合规质检	多维度数据对比提升客服质量	自动化全量质检提升质检效率
	回访质检	营销质检	情绪识别	质检规则可定制	自动质检	低应用门槛	可维护性高
数字人	虚拟主播	虚拟员工	3D视频一键生成	3D拟人角色库	实时语音	低成本	超现实
	虚拟陪练	短视频制作	复刻“金牌”员工能力	多轮对话	自主学习	高频互动	高颜值



## 基于大模型的智能客服，产品能力得到提升，搭建和运维成本大幅下降

2016年，AlphaGo(“阿尔法狗”)击败韩国围棋高手李世石引发的人工智能开发热潮，传统智能客服产业进入快速发展阶段，在NLP、ML、知识图谱、自动语音识别、文字转语音等技术的赋能下，智能客服产品在语义识别准确率、多轮对话能力、自学习能力得到提升，但基于非生成式AI技术的传统智能客服产品还存在知识库运维成本高、缺乏情绪识别能力、推理能力不足等问题。

### 传统智能客服

### 大模型智能客服



#### 产品搭建

- 前期知识整理、后期知识运维投入高
- 回答模式僵化、缺乏推理能力
- 语义理解能力受限于详细问题维护情况
- 情感交互能力缺失，缺乏亲和力

- 搭建成本、运维成本降低能达到80%
- 可进行复杂推理
- 具备情绪识别和意图理解能力
- 拟人化，更具亲和力



#### 文本场景

- 通过参数查询数据，不具备图像展示和分析能力
- 通过配置大量相似提问提高问题匹配度
- 预设多轮对话，回复死板
- 转人工后，智能客服机器人无法直接介入会话

- 具备多系统接口对接能力
- 无需配置相似问题，实现一问多答，低训练成本
- 多轮对话能力强，上下文灵活应对，高度拟人化回复
- 转人工后，人工可再次将会话托管至机器人



#### 语音场景

- 需对流程、话术、知识点、意图、标签等进行配置，投入大量人力进行优化训练
- 话术固定，用户体验较差
- 标签准确率不高，关键词提取困难，不能自动小结

- 从业务目的出发，流程配置高度简化，只提供业务关键信息点，就可以发挥大模型能力，实现业务目的
- 话术灵活，灵活应对各种用户问题，真实感明显提升，提供优质的用户体验



## 生成式AI等多技术融合为智能客服带来更高准确率和效率，并具备多模态交互能力

2022年末，ChatGPT横空出世，引发全球大模型开发热潮，2023年以来，国内大语言模型、文生图及文生视频大模型迅速丰富，推理能力和准确性大幅提升，且大模型百万token调用成本下降至以分为计量单位，推动了基于大模型的智能客服产品迅速推向市场。大模型和智能客服产品的融合，大幅提升了传统智能客服产品的效率和能力，主要体现在：（1）提升智能客服知识库构建和运维效率；（2）减少智能客服产品人工投入；（3）提升了智能客服推荐和回答准确率，并使智能客服产品开始具备情绪识别和回答拟人化能力；（4）多模态交互智能客服和数字人形态智能客服大规模商用成为可能。

### 基于大模型的智能客服产品架构



### 大模型应用融入智能客服产品后，效率和能力大幅提升：

- **提升智能客服知识库构建和运维效率：**大模型与智能客服产品的融合，利用大模型自动抽取知识文档，自主生成知识增强和挖掘FAQ，将知识库配置和维护工时投入减少了80%以上；
- **减少智能客服产品人工投入：**智能客服产品的多轮对话配置环节工时投入高，引入大模型后，通过大模型自动生成意图例句和实体同义词等，将原来的40人天以上的工时投入缩短至10天以内；
- **提升了智能客服推荐和回答准确率，并使智能客服产品开始具备情绪识别和回答拟人化能力：**基于大模型的智能客服产品，可将推荐和回答准确率从80%+提升至90%+，并通过情绪识别和拟人化回答优化客服话术，提升了坐席的效率和智能客服产品使用满意度；
- **多模态交互智能客服和数字人形态智能客服大规模商用成为可能：**基于语言大模型、视觉大模型和多模态大模型的深度融合，智能客服产品在多模态交互和数字人形象更为成熟，将改变智能客服终端用户的体验，未来大规模商用成为可能。



## 智能客服已经广泛应用于电商、零售、金融、交通、物流、其他生活服务等行业

智能客服通过在电商零售等行业的全渠道营销服务、辅助运营决策、提升客服质量等场景的应用，可以有效改善客服人员工作体验和工作效率，降低企业运营成本，提升客户服务体验等，从而解决企业海量客户接待不及时、存量客户复购率低、用户体验不佳等痛点，从而帮助企业降本增效，提升客户品牌认可度和客户满意度。

	应用场景	用户痛点	解决方案
电商及零售	营销服务、辅助营销决策、运营提升	<ul style="list-style-type: none"> <li>多渠道海量咨询业务接待处理不及时，易引起客户流失和投诉</li> <li>市场竞争激烈，获客成本高，存量客户复购率低</li> <li>服务质量难监控，手动质检和抽样质检无法全面评估客服质量，缺乏客户体验提升所需真实数据</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多渠道接入客服系统</li> <li>售前推荐、客户物流查询、签收提醒等重复性问题机器人智能解答</li> <li>记录顾客轨迹等信息形成客户画像</li> <li>顾客智能标签，精细化运营，提升复购率</li> </ul>
金融	银行：业务提醒、信息触达、信贷催收、首贷营销、续贷营销； 保险：电销运营、全渠道营销服务、业务员赋能、私域运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>流量见底，新用户增长慢</li> <li>业务复杂多变，人工客服上手困难</li> <li>线上线下渠道割裂，用户体验不佳</li> <li>客户理赔等流程复杂繁琐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多渠道自助服务</li> <li>人工服务人员培训、赋能</li> <li>智能保险、理财顾问、智能质检</li> </ul>
交通&物流	交通：精准化旅客服务 物流：全渠道智能服务	<ul style="list-style-type: none"> <li>咨询入口分散、难以快速响应客户，信息难整合</li> <li>涉及客户隐私信息，避免泄密</li> <li>业务规模大，高峰期人员不足，服务标准不统一，客户服务体验不佳</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客服渠道统一整合管理</li> <li>设置信息权限，提供多类数据存储方案，保障数据安全</li> <li>智能应对大量用户自主查询，多渠道7*24小时在线服务</li> <li>知识共享，交通信息共享，协助客服人员高效服务</li> </ul>
其他生活服务	客户服务延伸APP、线上线下客服场景整合、客户信息分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品应用和微信等客户常用APP不互通</li> <li>产品逻辑复杂涉及部门多，用户问题复杂程度高</li> <li>收集用户反馈信息渠道效率低</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户服务平台延伸至多个新兴社交平台，保证用户及时方便获得反馈</li> <li>支持客服智能定义问题，并自动流转至指定部门</li> <li>智能客服判断用户情感值，分析客户满意度</li> </ul>

# PART TWO



## 市场规模及竞争格局分析



## 2023年智能客服市场规模达39.4亿元，2022-2027年复合增长率达22.6%



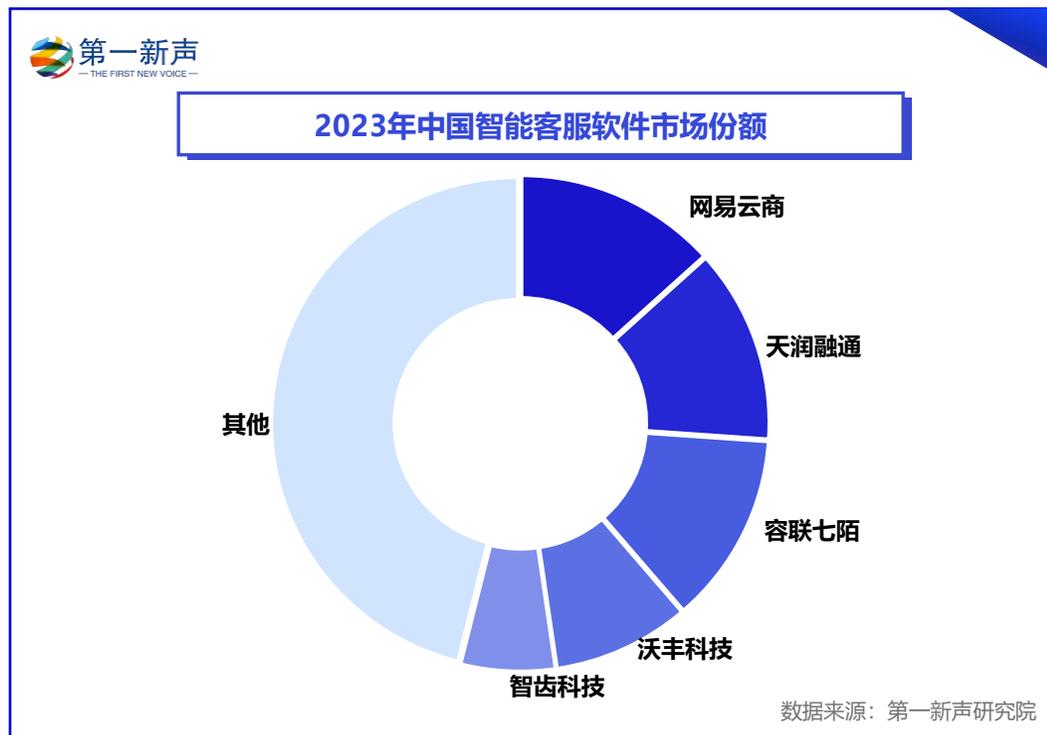
根据第一新声研究，2022-2027年中国智能客服市场将维持增长态势，2023年整体市场规模为39.4亿，预计到2027年将达到90.7亿，2022-2027年复合增长率达到22.6%。

- **洞察一：在电商、消费零售、金融等ToC行业市场空间较大**  
电商、消费零售、金融、生活服务是智能客服应用规模最大的四个行业，2023年市场应用规模占比超过整体市场70%以上。
- **洞察二：专业化智能客服厂商是推动产业规模增长的主要力量**  
专业化智能客服厂商凭借对垂直行业用户客服场景的深刻理解，具备技术和产品优势，是推动智能客服市场规模增长的主要力量，2023年，专业化智能客服市场规模占整体智能客服市场规模的50%以上。
- **洞察三：大模型发展重塑智能客服市场前景**  
基于大模型产品的智能客服产品，在客户意图识别、情绪识别等方面实现了突破，并将智能客服文本和语音为主的交互方式，拓展到了视频，未来VR和MR交互也成为可能，大模型的发展将对智能客服的产品能力和应用场景起到较强重塑作用。



## 智能客服软件市场集中度较高，TOP5厂商市场份额占比近53.8%

根据第一新声调研，2023年中国智能客服市场头部聚集效益明显提升，网易云商（旗下七鱼智能客服）、天润融通、容联七陌、沃丰科技、智齿科技是TOP5专业化智能客服厂商，共计占专业化智能客服市场份额近53.8%。



➤ **洞察一：智能客服IT软件产品能力是市场竞争的核心，TOP5服务商占智能客服IT软件市场53.8%的份额**

智能客服软件市场仅包含智能客服软件本地化部署交付及基于智能客服软件的SaaS服务，IT软件是核心，不包含通信、IaaS层及PaaS层云服务、硬件等非核心内容。专业化智能客服厂商聚焦狭义智能客服赛道，形成专业化的产品及解决方案，2023年，TOP5服务商分别为：网易云商、天润融通、容联七陌、沃丰科技、智齿科技。

➤ **洞察二：广义的智能客服市场中，云厂商主要服务自有电商等平台用户，占了较大的市场份额**

阿里云、京东云、腾讯云等云服务厂商的智能客服产品，融合了智能客服软件、通信服务、云服务等，服务于自有平台用户，其中阿里云服务客户数量超过百万家，京东云服务客户数量超过30万家，在广义智能客服产品收入较高。

➤ **洞察三：产品能力是专业化智能客服厂商市场竞争的关键**

自主研发和算法优化能力、对不同行业场景的理解和经验沉淀、以及对新技术的探索和持续创新等能力是专业化智能客服厂商获得市场竞争优势的关键。

注：智能客服软件市场即狭义智能客服市场，份额统计口径仅包含智能客服软件提供SaaS服务及本地化部署产生的收入部分，不含短信、线路等收入，也不包含云厂商服务于自有平台用户的收入部分。



## 按照智能客服业务在企业内部的定位，智能客服厂商可以分为专业化服务商、大模型类服务商和综合性服务商

专业化服务商		<p>2016年发布网易七鱼智能客服，已累计为百丽、卡西欧、理想汽车、沃尔玛、喜茶、37手游、中国建科等40万家企业提供产品及服务，助力客服团队降本增效，提升服务体验。其中：在线客服累计处理会话量103亿；机器人累计咨询接待量54.3亿；机器人平均问题解决率90%。2023年，发布商和大模型，将AIGC能力融入客户服务、客户洞察、知识库构建等场景中，重新构建服务飞轮。</p>
		<p>成立于2006年，2022年在香港联交所主板上市，成为中国客户联络SaaS第一股。天润融通面向企业“营销、销售、服务、IT Service”等核心业务场景打造的全周期客户联络云平台，已累计为十余个行业的头部企业客户如浦发银行、上海银行、宝马、广汽、西门子、阿特拉斯·科普柯、物美、全家、好丽友、欧派、索菲亚、小红书、饿了么、金山云、广联达、诺和诺德等提供服务。</p>
		<p>容联七陌，全球化智能客服解决方案提供商，一直致力于通过人工智能、大数据和云计算技术，在人工智能领域拥有深厚的技术积累，特别是在自然语言处理（NLP）、语音识别（ASR）、语音合成（TTS）等，为企业客户提供全面、高效、智能化的多场景多链路智能服务解决方案，具备多语言处理能力，实现一个坐席服务全球，帮助企业跨越语言障碍，服务全球客户。</p>
大模型类服务商		<p>成立于2014年，聚焦AI软件研发，2023年推出“商汤日日新SenseNova”大模型，对外提供大模型服务，其中包括商量SenseChat（自然语言处理）、拟人Character（角色定制与对话）、Vimi（可控人物视频生成）、如影SenseAvatar（数字人生成）等赋能智能客服的底层大模型。</p>
		<p>1999年成立；2010年发布智能语音和人机交互人工智能开放平台——讯飞开放平台；2015年起，将业务延伸至智能客服赛道；2018年推出新一代智能客服产品——讯飞言知系统；2023年推出讯飞星火大模型，重塑智能客服产品；科大讯飞基于讯飞开放平台及讯飞星火大模型为智能客服服务商提供底层技术及能力，同时为行业用户提供智能客服产品和解决方案。</p>
综合性服务商		<p>创立于2009年，聚焦公有云及人工智能研发与服务，2017年推出智能客服机器人“云小蜜”，为阿里巴巴、天猫、淘宝等电商平台商家，以及垂直行业用户提供服务，2023年推出通义大模型，并通过阿里云为超过20万家企业提供服务，其中包括部分专业化智能客服服务商。</p>
		<p>2016年开始对外提供公有云服务，2021年推出智能客服产品“京小智”，应用于京东电商平台商家的客服、营销、智能分析决策等场景，帮助商家提升运营效率，实现智慧增收。</p>

# PART THREE

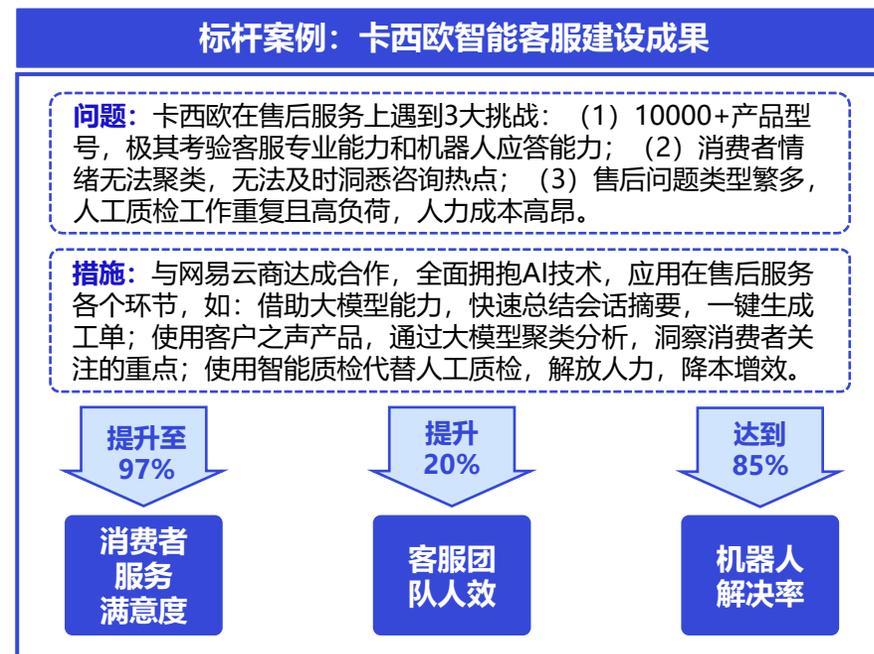


## 行业痛点及解决方案



## 消费零售行业痛点及解决方案

消费零售行业当前面临主要问题包括：（1）线上线下一体化的消费趋势下，如何统一多渠道咨询入口；（2）如何进一步提升内部协作效率，智能化、高效解决客户咨询；（3）如何将客服部门的指标与公司战略指标对齐，创造更多业务价值；（4）存量竞争时代，如何通过客服数据倾听客户真实声音，从被动服务走向主动服务、服务营销一体化；（5）如何拥抱AIGC技术，突破职业瓶颈，实现个人成长。



# 行业痛点及解决方案



## 物流行业痛点及解决方案

物流行业有着频次高、用户规模群体大、驿站/网点多等情况，存在的问题包括：（1）快递状态通知机制差：快递到达状态、异常状态、自提状态通知不及时，缺少服务机制，导致服务自查系统承载高，满意度差；（2）客户个人信息加密：在与客户的联络过程中，客户的个人手机号，需要得到安全加密，避免客户个人信息泄露；（3）客户咨询渠道分散：客户查单、寄送、使用咨询等接入渠道包含APP、小程序、网站、电话等，多渠道用户信息割裂，流程割裂；（4）门店、驿站服务排查：全国门店驿站的电话核查，每个驿站电话是否真实存在和畅通，确保可以提供有效的客户服务。

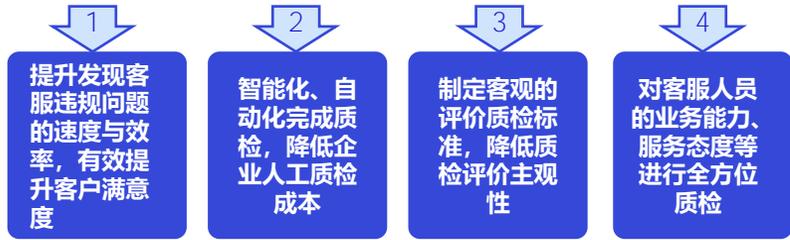
### 典型方案：天润融通ToC客户服务场景解决方案



### 标杆案例：德邦快递智能客服建设成果

**问题：**随着快递网点基础设施布局日益完善、快递服务车辆和全货机运用水平不断提升，以及先进技术装备的迅速普及，快递业发展的重点聚焦到服务质量的升级上，业内企业纷纷加强大数据、云计算、物联网和人工智能等先进科技在业务中的广泛应用，以促进快递服务在受理、揽收、投递、售后和信息服务等各环节服务水平的全方位提升。

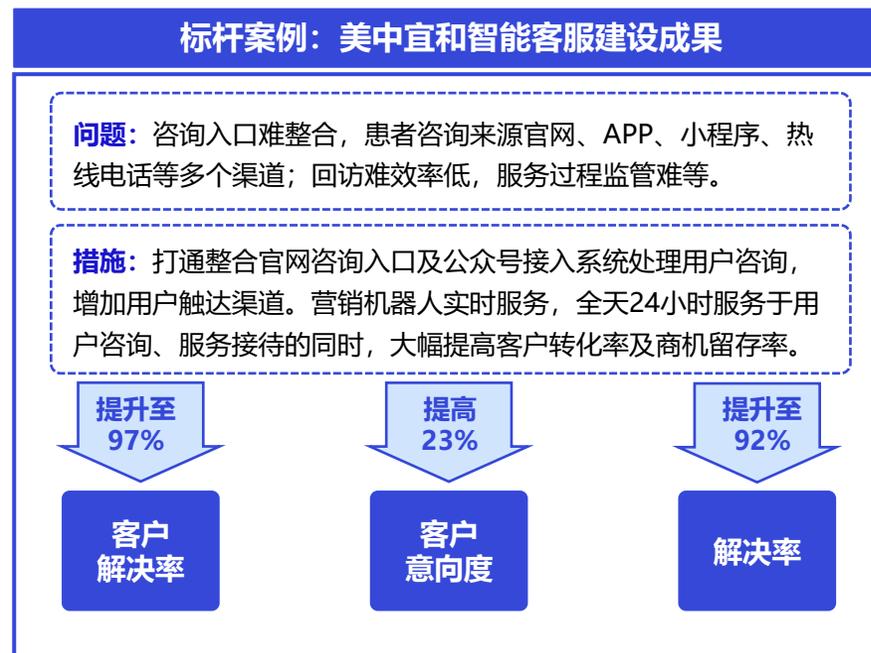
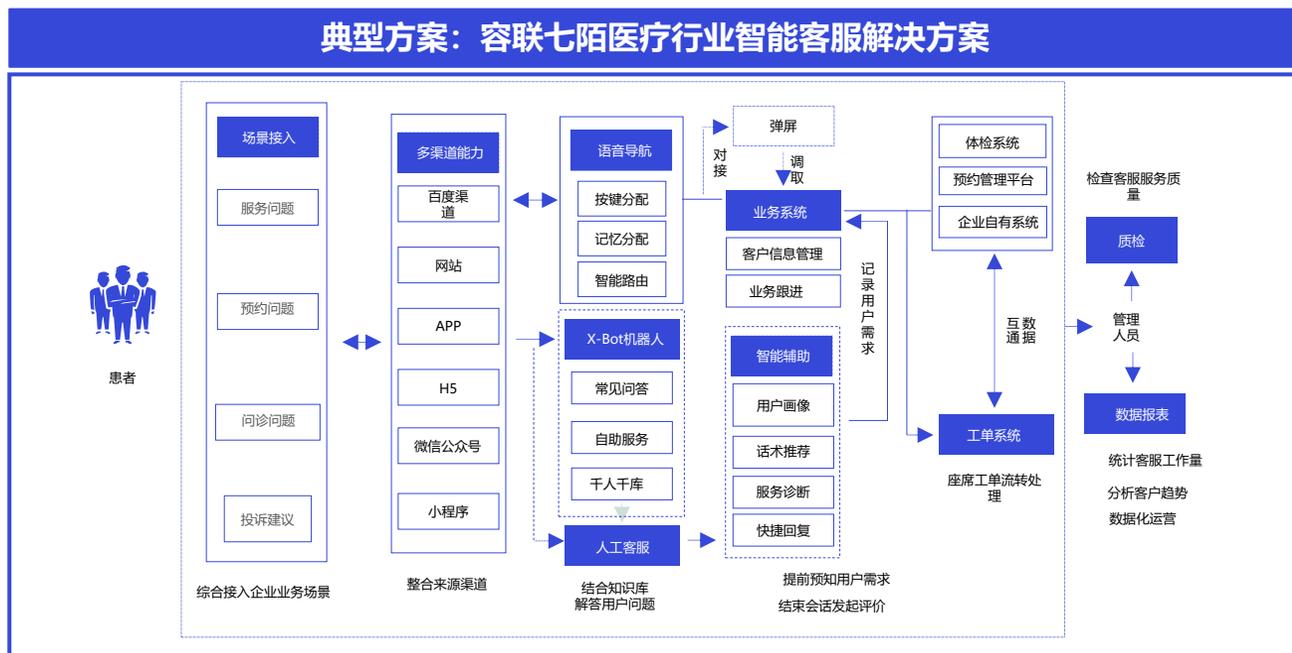
**措施：**与天润融通合作，通过智能化产品应用，德邦快递对客服沟通数据进行全量质检，实现自动化、数字化管理；深挖数据价值，进行多维度可视化数据分析，充分把控服务质量与经营风险；对客服人员的服务情况进行评分，辅助考核，以优化绩效管理，满足企业提升服务品质与企业管理效率的需求，全方位提升客户、员工的满意度。





## 医疗行业痛点及解决方案

医疗行业面临的普遍痛点问题包括：（1）咨询入口难整合：患者咨询来源官网、APP、小程序、热线电话等多个渠道，客服人员无法统一接待；（2）服务接待效率难提高：医疗相关咨询科目众多，正式问诊流程之前无法精准分流导诊，服务效率低下，容易造成患者无法快速分配到相关专业的医生；（3）回访难效率低：医疗回访逐一联系患者成本高，触达覆盖度有限，服务效率低下；（4）科室流转不畅服务数据繁杂：医务系统多，科室间信息流通慢，数据孤岛严重，数据统计困难；（5）服务过程监管难：管理客户服务过程中，无法在大量联络数据中快速分析出客户关注问题，服务人员SOP执行情况。



# PART FOUR

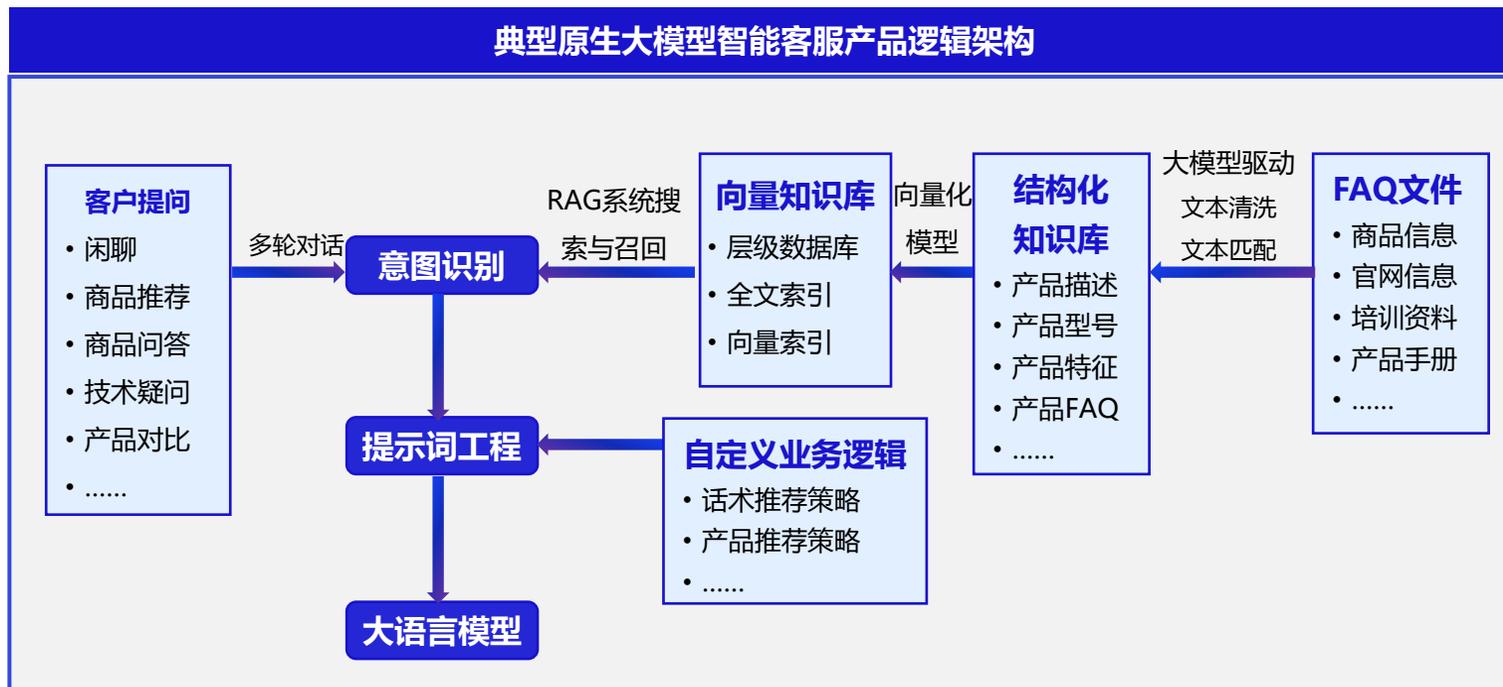


## 未来发展趋势



## 原生大模型智能客服厂商涌现

大模型技术和产品正加速向垂直行业渗透，为智能客服产业带来新的发展机遇，大模型的性能提升和使用成本下降，推动大模型与传统智能客服产品融合并加速商用，原生大模型智能客服涌现。



- 原生大模型智能客服，已经在售前营销、售后服务、企业内部服务等多种场景得到了成功实践，虽然过程充满挑战，但潜在的业务价值和提升空间令人充满期待。
- 原生大模型智能客服能够处理越来越长的上下文，能够更好地理解和回应用户，并且随着模型的不断优化，理解自然语言和生成准确回复等能力不断增强，同时成本的降低使得大规模商业化应用加速到来。
- 大模型浪潮下，众多大模型企业涌入智能客服赛道，截止2023年底，中国大模型企业近300家，大模型天然适合客服场景，众多大模型服务商纷纷涌入智能客服赛道。



## AI Agent的应用使智能客服产品的成本更低，效率更高

AI Agent，即智能体，是一种能够执行自动化任务、做出决策、甚至与人类进行自然语言交流的程序，结合智能体开发框架及检索增强生成技术（RAG），AI Agent使智能客服使用和维护成本更低、意图理解更精准、应对用户问题的策略更灵活，已经在电商、银行等智能客服场景落地，为智能客服发展进一步打开想象空间。

### 基于大模型的Agent智能客服应用逻辑



### Agent为智能客服带来的能力提升

- 7\*24h服务** 能够提供全天候不间断的服务，无需休息，确保客户随时都能得到响应
- 快速响应** AI Agent能够即时响应客户咨询，大幅缩短客户等待时间，提升服务效率
- 多语言支持** 支持多种语言，跨越语言障碍，为全球客户提供服务
- 情绪识别** 能够识别客户的情绪，并根据情绪变化调整回复策略，提供更加人性化的服务
- 自动解决问题** AI Agent能够根据预设的解决方案库自动解答常见问题，减少对人工客服的依赖
- 智能路由** 客服系统能够根据客户的问题类型和紧急程度，智能地将客户引导至最合适的服务渠道或人工客服
- 持续学习优化** 能够通过机器学习不断优化问题解答和客户服务流程，提高服务的准确性和效率
- 数据分析洞察** 能够收集和分析客户互动数据，为企业提供更宝贵的客户洞察



## 乘势出海成为智能客服市场发展的下一波浪潮

服务出海的中国企业和服务海外的外国企业是当前智能客服厂商出海的两大场景，智能客服服务商依托国内优秀的AI等数字技术及先进的智能客服产品，利用大模型技术快速破除企业出海面临的语言、文化、宗教、消费习惯等障碍，实现海外市场的快速突破。

### 智能客服厂商出海场景

#### 服务出海的中国企业

- 智能客服服务商在服务中国企业出海时，智能客服产品需要链接海外社媒渠道，将客户服务延伸到Facebook、Twitter、WhatsApp等平台，让出海企业与客户之间的沟通更加便捷、帮助出海企业提升客户满意度和忠诚度；
- 海外智能客服产品支持多语种，包含主流语种和小语种，帮助出海企业在与海外客户沟通过程中精准的理解客户的问题，破除语言问题导致的沟通障碍，降低出海阻力。

#### 服务海外的外国企业

- 互联网浪潮下，海外电商、零售产业发展迅速，中国智能客服厂商凭借服务国内众多电商、零售客户的优势综合解决方案能力，向海外电商、零售等行业的企业用户提供智能客服产品，帮助海外客户提升客服效率和客户满意度；
- 东南亚、中东、北非、南非、南美等地区是智能客服企业出海的热门区域，出海服务商通过集成国内人工智能、大数据分析等先进技术，为海外企业提供成熟的智能客服产品，帮助海外企业更好地管理客户资源、提升客户满意度和忠诚度、增强竞争力。

#### 国内智能客服厂商出海还需突破海外市场通信、语言、文化等多方面问题

- 智能客服产品具有全渠道接入的功能，出海时会面临到通信问题，智能客服厂商需要与本地化的通信厂商去打交道，将面临行业生态重新搭建的挑战；
- 智能客服出海，语音类智能客服产品还要克服语言、文化、宗教、政治等各方面差异带来的挑战，智能客服产品的语音识别能力、语料库和知识库需规避与当地文化、宗教等的冲突，智能客服厂商将面临产品研发投入、潜在运营风险等挑战；
- 大模型技术的应用，将极大降低智能客服厂商出海面临的阻力和障碍，通过大模型自主学习，在处理语言、文化、宗教等各种海外地域性问题时，更加高效，大模型技术的应用将极大促进智能客服产业出海进程。



## 研究团队

### 总策划



姚毅  
第一新声  
创始人兼CEO

姚毅，第一新声创始人兼CEO，毕业于中国人民大学。

第一新声研究院《2024年中国信创产业研究报告》、《2024年中国数据库市场研究报告》、《2024年中国交通运输行业数字孪生市场研究报告》、《2024年度中国CIO数字化产品选型白皮书》、《2023年中国快消企业数字化产品应用与实践报告》、《2023年中国信创产业研究报告》、《2023年中国服装供应链数字化应用与实践报告》等报告总顾问。

### 研究团队

- **报告执笔：**第一新声高级分析师 金磊、东君
- **报告审核：**第一新声创始人 姚毅
- **报告校对：**第一新声 小新、小严
- **合作咨询：**请联系第一新声BD Sherry（微信号 Sherry\_199909）
- **参编单位：**网易云商、容联七陌、天润融通



关注第一新声公众号



合作联系人