

31家持牌消金客服大测试

全面数字化浪潮下,客服成为金融机构AI应用的重点场景。而被视为消保“第一道屏障”的客服,也在智能化的过程中成为用户联系平台的“第一道关卡”。近日,有用户向北京商报记者表示,自己在小象优品平台申请贷款后无法顺利还款,在与资方长银消费金融联系过程中,出现人工客服难接通、取得联系后无法解决问题的情况。最终在其正常还款的情况下,个人征信不止一次出现逾期记录。而这类由于无法与消费金融公司取得联系而引发的投诉并非孤例。

结合这一情况,北京商报记者对全国31家消费金融公司客服应答流程进行了实测,其中,仅有3家机构由人工客服直接接通,其余机构均为智能客服导入。在成功转接人工客服的机构中,从拨号到人工客服接通,平均时长超2分钟;还有部分机构的智能客服始终在固定话术下来来回兜圈。消费金融机构降本增效的考量之下,更重要的核心原则是把选择权交还消费者,避免用户陷入“机械循环”。

困境 | 催收的AI与解决不了问题的人工

频繁催收、讲不通道理的AI电话,难联系、提供不了解决方案的人工客服,用户刘誉(化名)就这样被困在了一笔网贷中。“2025年10月,我在小象优品上申请了一笔1.5万元的贷款,分12期还款,单月还款1418.32元。实际资金方为长银消费金融,叠加额外支付的担保费、会员费,贷款利率远超原本约定的24%。”刘誉说道。

而除了高额的息费,更让刘誉无法接受的问题发生在还款环节。在贷款申请后的次月,刘誉便注意到,在指定的还款日期里,小象优品平台无法正常从绑定的银行卡中主动扣款。经与小象优品平台客服联系,对方向刘誉提供了一个还款账号,由刘誉每个月主动转账还款。

“2025年11月首次还款,紧接着12月我就查到征信逾期,页面显示11月未还款。”刘誉说道。随后,刘誉向长银消费金融进行了反馈,后者向其提供了还款相关的佐证材料。彼时,人民银行推出的一次性信用修复政策尚在施行,刘誉的征信记录得以恢复。

此后的几个月,为了确保顺利还款,刘誉在每一次转账后都会向小象优品客服进行确认。时至2026年5月,由于还款后未能联系上小象优品客服,刘誉与长银消费金融客服取得联系,并发送了转款凭证,以表明自己并未违约。对方则表示“需等待小象优品方面完成数据同步”。次月,刘誉再次发现其个人征信出现逾期记录。

“在发现问题后,我基本每周都会主动给长银消费金融客服打电话,要求对方提供对公还款账号,一次性偿还剩余欠款,并消除逾期征信记录,但始终未能得到有效解决。”无奈的刘誉只能选择继续向小象优品提供的账户进行还款,临近7月还款日时,刘誉再次联系长银消费金融要求提前还款,但对方客服仍表示,需在 small 优品同步数据确认已偿还6月欠款后,

实测 | 仅3家机构能直接接入人工服务

事实上,资金方想要联系用户进行营销、催收等活动极为容易,相比之下用户与平台的主动沟通渠道大多仅有客服。北京商报记者在长银消费金融App尝试联系在线客服,输入“转人工”后,系统提示称“请详细描述您的问题,智能客服为您解答”。多次输入“逾期”等词语,智能客服又称“请致电我司客服”。当北京商报记者输入“催收”,得到了“正在为您转人工处理”的答复,然而在“排队”等待超10分钟后,最终系统提示“当前所有话务员正忙,请稍后重试”。

随后,北京商报记者拨打了长银消费金融官方客服电话,语音助手先提示用户需输入身份证号以核实身份,在通过按键选择进入人工服务后,语音持续提示“服务人员正忙”“排队人数较多”,等待2分钟后才成功接通。

包括长银消费金融在内,北京商报记者在工作时间内,对全国31家持牌消费金融公司客服应答流程进行了进一步实测。

对于刘誉这类消费者而言,希望通过人工客服解决的,都是较为复杂、非常规的问题。“有些话只能和真人才能说清楚”成为用户的一致考量。从测评结果来看,31家公司中,仅有兴业消费金融、中原消费金融、幸福消费金融3家是人工客服直接接起,其余均为智能语音客服导入。剩余机构中,共计22家消费金融公司完成了人工客服的接通。

整体来看,一旦成功触发转接,人工服务的接通效率普遍较高,平均在15秒左右,也有少数机构出现“坐席繁忙”的情况。

真正的麻烦在于如何顺利找到“转人工”的入口。多数消费金融公司采取按键选择的设计,即通过语音提示引导用户根据自身需求在拨号键盘上输入数字。“人工服务”通常对应数字0。但也有公司并未安排这一选项,北京商报记者尝试选择“投诉与建议”,才被安排接入人工。

有的路径则更为复杂。以南银法巴消费金融为例,用户选择“投诉与建议”后,语音助手要求先描述自身遇到的问题。北京商报记者口述“转人工”,随后需输入身份证号,再进入人工客服转接。

拨打另一家消费金融公司官方客服电话,语音助手先提示称“当前来电手机未注册账户,重听按1,继续服务按2”,随即智能客服跳出,询问“遇到了什么问题”;当北京商报记者说

才能启动后续提前还款流程并配合消除征信逾期记录。

在刘誉看来,其与长银消费金融的沟通并不顺畅。刘誉指出,其在5月还款后,便已经主动联系长银消费金融,表明愿意在数据更新后的第一时间主动还款,但未能获得有效解答,个人征信也出现逾期。而为了等待双方数据同步,7月刘誉未偿还借款,且由于担心长银消费金融无法与其联系,刘誉解除了对陌生来电的限制,很快便接到了频繁的催收电话。

“催收电话是AI发出的,根本没办法跟它讲道理。人工客服要么联系不上,其间有段时间,长银消费金融人工客服电话根本无法接通;要么永远是一套说辞,‘帮您反馈问题’,解决不了实际的问题。这也意味着,即便我有充足的还款意愿,但问题仍然没有办法得到解决。”刘誉说道。

北京商报记者进一步调查发现,不仅仅是刘誉,在助贷领域,由于资金方与资产方不同而引发的用户投诉不在少数,由于涉及到个人征信,用户往往只能向资金方寻求解决办法。另有一名用户同样指出,其通过导流渠道爱奇艺在长银消费金融办理的贷款已通过对公账户一次性全额结清,但平台仍然显示“待还款”,自己多次拨打长银消金官方客服电话了解情况,均未能接通。

在博通咨询首席分析师王蓬博看来,对于广泛涉及C端用户的贷款平台而言,人工客服是“最后一道防线”,也是提高企业口碑的重要保证。如果无法畅通这一渠道,平台无法迅速、有效接收到用户反馈的信息,极易引发客诉,也可能无法充分保障用户权益。平台人工客服应该充分了解公司业务,对于用户提出的问题及时记录、反馈、解决,绝对不能“交给AI了之”。

对于出现前述问题的原因、双方如何解决数据对接问题等,北京商报记者多次拨打小象优品客服电话了解情况但均未能接通,长银消费金融同样未进行回复。

“转人工”,智能客服又称“当前人工忙,为您转按键服务”;选择“人工服务”对应的数字0后,人工客服最终才被正式接通。

两家消费金融机构在北京商报记者实测过程中始终未能成功转接人工服务,出现了智能客服“死磕到底”的情况。当记者向海尔消费金融智能客服说出“我要协商逾期还款”等语句时,对方识别关键词并以固定话术回复,如“很抱歉您需要按时还款”。而多次向智能客服表达“转人工”后,得到的均是“您有什么问题需要人工客服帮忙解决?”

还有一家消费金融公司智能客服也在“兜圈子”。该公司智能客服先是表示,“为更好解决问题,建议使用在线咨询服务。若仍需要语音服务,请选择要咨询的问题”。无论在电话里说“逾期”“人工”等任意关键词,智能客服永远重复上述话术。

口述问题智能客服听不懂、按键与语音来回跳跃……每一家消费金融公司客服应答流程各不相同,消费者可能遇到的问题也千奇百怪。据北京商报记者初步统计,从拨号到人工客服接通(如成功),平均时长超2分钟。而由于记者实测具有更强的“目的性”,即无论智能客服如何反应都坚持“转人工”,现实中消费者会在想要咨询问题的选择与描述中徘徊、卡顿,最终找到人工服务耗时或更久。

“转人工难本质是成本与效率考量的结果。”天府立言金融研究院院长曾刚如是说道。消费金融公司客户体量大,咨询重复率高(据行业测算,简单咨询占比可达七成以上),人工客服人力成本高、培训周期长,而AI客服可实现7×24小时响应、边际成本几乎为零,因此机构更倾向于把AI设为“第一道关卡”,甚至主动收窄人工入口以控制成本。同时,部分机构也确实希望借AI语义分析、通话录音识别等手段甄别代理维权话术,防止黑产利用人工客服漏洞牟利,这是行业普遍存在的现实考量。

对于上述情况,中邮消费金融回应称,经核查,因测试时使用的手机号与注册时的手机号不一致,导致无法成功接收验证码,进而影响进入人工服务。该设计是为保障客户信息安全,也符合行业惯例。对于新客户,则无需输入身份信息。公司在积极拥抱人工智能的同时,一直非常审慎地对待人工智能应用可能带来的客户体验问题,当前在已应用的场景上,人工智能的智能识别准确率一直保持在行业较好的水平。

布局 | 智能客服是补充而非替代

在消费金融公司业务布局中,客服承担着咨询解答、投诉处置、协商纾困、数据反哺的重要职能。在金融行业全面推进数字化的当下,AI客服(智能客服)已经成为消费金融公司的标准配置。

通过各公司披露的数据不难发现,在提升效率、减少客诉方面,AI客服有着重要作用。例如,马上消费智能客服年度累计交互量超7.7亿次,客户满意度保持在97%以上;招联消费金融消保智能体可实时洞察超60种场景,问题一次性解决率达90%,客户投诉48小时首联率为98.92%,5个工作日办结率为99.02%。

但对不少用户而言,智能客服的应用为沟通带来了阻碍,“联系不上人工客服”成为交流的第一道关卡。当前,消费金融行业智能客服的应用主要集中在哪些方面,为何难以接入人工客服?

对此,消费金融行业资深从业人员周祺(化名)告诉北京商报记者,一家智能客服的服务水平和质量,不能用单一的是否可顺利“转接人工”这一个标准来衡量;任何一家金融机构的智能客服服务策略,都与自身规模、人工客服坐席资源等因素密切相关。

周祺还提到,个别用户未能唤起“转人工”的功能,主要与各家平台的人工客服坐席压力、智能客服对用户意图判断不明确和转人工必要性不高等因素有关。相比之下,银行业对智能客服的应用整体更偏保守和审慎,更多依赖人工坐席去缓解客服压力,而并未更多应用智能客服。

周祺进一步解释道,目前消费金融行业对智能客服的技术应用主要集中在App智能交

互、用户进电咨询和智能外呼三个环节。消费金融金融行业因为受限于自身业务规模庞大、人工坐席资源紧俏的集约型发展路径,始终坚持智能客服是人工坐席的补充和重要助手,而非替代关系。

“在应用策略上,消费金融机构更愿意在App线上交互环节解决用户的问题,降低用户‘转人工’的工作压力;或者通过智能客服在前端更明确、更精准地捕捉到用户意图和诉求,以便人工坐席更高效、更便捷地完成用户答疑。在App交互体验端,消费金融行业智能客服占比接近80%;而在用户进电咨询环节,‘转人工’比例从之前的80%降到50%以下。”周祺说道。

让刘誉不堪其扰的催收电话,同样来自于智能客服,背后也藏着消费金融公司的布局。周祺表示,智能客服可逐步由低参与度向高参与度进化迭代,而人工坐席则更多聚焦于高效、精准的客户服务工作上。在营销端,面对可能性较低的用户,智能客服投入接近80%,反之则是人工坐席参与度更高。面对短期的用户逾期和还款提醒,智能客服参与度接近50%,而面对中长期的债务违约,则更多依赖人工坐席的参与。

一边是智能客服的响应效率,一边是人工客服的高灵活度,消费金融公司对AI应用的取舍出现分化。其背后透露出的信息,是消费金融机构所秉持的“人机协同”理念:智能客服主要承接高频、标准化的客户咨询,并为客户提供相应的业务办理指引;对于较为复杂或无法准确处理的问题,则及时转由人工客服跟进。

“AI的价值在于提升标准化服务的响应效率和可及性,人工的价值在于保障复杂诉求的处理质量和沟通温度。”马上消费如是谈道。

核心 | 把选择权交还消费者

激化消费者不满。

因此,所谓“人机协同”也有理想模式——分类分级。曾刚指出,常规性、标准化咨询(余额查询、还款日期、产品说明等)由AI承接,效率优先;而涉及投诉、逾期协商、纠纷争议、金额较大或情绪激烈的诉求,应设置“一键转人工”或诉求关键词自动识别机制,直接跳过AI环节。核心原则是把选择权交还消费者:用户主动提出转人工时应予以保障,而非以“系统繁忙”“排队”变相拒绝,这是维护金融消费者合法权益的底线。

王蓬博同样认为,智能客服、人工坐席无法互相替代,但需要划定清晰边界,尤其是复杂纠纷类诉求应直接开放一键转接人工通道,不用增设多层前置交互步骤。

此外,针对语音识别,AI也有提升空间。在曾刚看来,目前多数智能客服停留在关键词匹配和固定话术层面,缺乏真正的情境理解与灰色地带判断力,导致用户陷入“机械循环”。未来应引入更强的大模型语义引擎,提升方言识别、语音转写准确率,并建立情绪识别机制,一旦检测到用户情绪激烈、多次重复诉求或使用投诉类关键词,系统应自动升级、强制转接人工。

马上消费分享其经验称,公司建立了实时与离线相结合的质检机制。日常服务中,由适配实时场景的模型进行在线监测,快速识别服务偏差;同时通过大模型对全量对话进行离线复盘,从用户视角评估服务效果。相关结果经人工校验后,再用于调优模型能力和更新知识库,整体保障用户体验和AI处理的准确性。

北京商报记者 廖蒙 董喆萱