

当SaaS邂逅智能体：预算体系、客户体验与劳动力生态的深度变革

随着智能体（AI agent）在软件即服务（SaaS）市场中的普及，企业使用和利用软件的方式可能会发生变化，从而改变商业模式、能力和用户期望。

随着代理式AI（Agentic AI）能力的不断成熟，以及企业级SaaS供应商持续扩展其平台以创建、集成和编排智能体，企业采购和使用软件的方式可能发生根本性转变。到2026年，SaaS应用有望变得更加智能、个性化、自适应且具备自主性，逐步演变为能够从自身经验中学习的实时工作流服务联盟。这一演变将可能颠覆传统的定价模式，基于订阅和按席位授权的模式或将被融合了按使用量和按成果计费的混合模式所取代。这些进步将很可能在软件实施和商业化方面引入新的复杂性，甚至可能重新定义整个SaaS商业模式。

什么是智能体？

在AI领域，智能体是一种能够感知其环境、自主采取行动以实现目标，并可能通过机器学习或获取知识来提升自身性能的实体。¹

智能体可能会从2026年开始逐步推动SaaS市场的变革

为了更全面地理解现状，让我们先审视一下AI在市场中的整体应用趋势。德勤《2025年技术价值》调查显示，57%的受访者将年度数字化转型预算的21%至50%投入AI自动化，20%的受访者投入比例达到50%或更高（对于年收入130亿美元的公司而言，平均投入约为6亿美元）。² 近四分之三的受访领导者表示，其组织在过去十二个月中为AI和生成式AI（Generative AI）技术提供了资金支持（位居首位），另有39%的组织为代理式AI提供了资金支持。

基于此，德勤预测，到2026年，近半数的企业将把其数字化转型预算的50%以上投入AI自动化领域，而代理式AI将吸引更高比例的企业投资，可能达到75%。尽管《技术价值》调查仅聚焦于美国受访者，但我们认为全球企业将遵循类似的发展路径，可能仅延迟一到两年。SaaS通常是数字化转型工作的基础，若将这些更广泛的支出变化视为参考指标，我们预计在未来一年内，作为SaaS组成部分的自主智能体相关支出也将相应增加。

这些投资和技术进步最终会走向何方？目前，一些关于未来的乐观愿景正受到关注。有人指出，部分甚至整个企业级应用最终都可能被智能体所取代。³德勤预测，就部分企业应用而言，这一未来图景或许终将实现，但不会在2026年到来。即便在智能体人工智能技术快速发展和投资的推动下，这一愿景至少也需要五年或更长时间才能成为现实。该愿景仍面临诸多挑战，因为传统SaaS提供商在复杂工作流程中占据着庞大份额，这些份额可能难以被取代。⁴

到2026年，我们可能会看到大量实验性尝试，整体能力得到提升，同时SaaS市场将缓慢重构，届时以人工智能为核心的公司将展开竞争。这种相对温和的进展速度，可能是因为SaaS的“智能代理化（agentification）”不仅涉及技术变革，还牵涉到供应商和用户双方的商业模式与运营模式的转变。

随着代理式AI的发展，SaaS将变得更加复杂

许多首席信息官（CIO）和首席技术官（CTO）仍面临降低成本并精简所使用供应商数量的压力。⁵在代理式AI时代，人们常常会问，组织应何时以及如何开始将投资转向采用智能体的解决方案，以实现更高的效率？

一部分大型SaaS提供商在向客户提供这些功能时采取了不同的路径。许多公司正在将智能体添加到现有产品中，并推出全新的智能体驱动的产品（近期的示例包括Salesforce Agentforce、SAP Joule Agents、ServiceNow Now Assist 智能体以及Workday Illuminate Agents）。⁶许多企业还在现有服务基础上构建代理开发框架，并引入新的数据管理和编排功能，以简化智能体的创建与管理（近期的示例包括Google Cloud Agent Development Kit、Oracle AI Agent Studio、SAP Business AI、Workday Build以及Adobe Experience Platform Agent Orchestrator）。⁷

在代理式AI时代，人们经常会提出这样一个问题：组织何时以及如何开始将投资转向配备智能体的解决方案，以提高效率？

此外，一些新兴的原生AI公司似乎正在开发具有潜在颠覆性的智能体解决方案，可能对现有企业造成冲击。短期内，客户服务等“较简单”的业务流程更有可能被颠覆，但这种颠覆未来可能蔓延至ERP（企业资源规划）和CRM（客户关系管理）等更为复杂的市场。大量投资正推动着这些初创企业的发展。⁸随着现有企业寻求扩展其代理产品组合并实现差异化，未来几年，许多这些新兴公司可能会被收购。事实上，Gartner®指出：“到2030年，35%的独立SaaS工具将被智能体取代，或被整合进主要SaaS供应商的大型代理生态系统中。”⁹

如今，企业可通过现有的软件即服务供应商获取人工智能智能体，借助其内置功能更便捷地测试并学习如何构建智能体解决方案。尽管企业初期可能采取这种“默认启用智能体”的策略，但随着经验积累，它们很可能会转向更为审慎的路径。德勤预测，企业将以自身数据为核心，从庞大复杂的智能体生态系统中筛选所需能力，开发自有智能体，并将所有组件整合为一个集成化、自主化的多智能体系统。

向代理式AI的过渡

为了更顺利地实现这一未来，需要解决若干挑战：

定价变得更加复杂

一个可能对SaaS用户和供应商都产生重大影响的领域，是智能体的定价与付费方式。在软件主要为本地部署的时代，通常采用永久性软件许可，并为升级和维护另行付费。由云计算推动的SaaS革命，使商业模式转向了订阅制。如今，SaaS的定价方式主要有几种常见模式。通常情况下，企业根据其拥有的用户数或席位数量来计费。这些席位可能包含分级定价选项，不同级别根据用户类型提供不同的功能组合。此类定价模式相对简单且可预测。而基于使用量或消耗量的定价模式也正变得越来越普遍，但其费用则较难预测。这种模式通常依据所使用的API调用次数或令牌数（AI模型处理的文本或数据单位）来计费。

随着智能体的广泛应用，这些传统的定价模式将不足以反映供应商与消费者之间真实的价值交换。¹⁰理论上，可使单个用户具备多个用户的能力，并减少企业所需席位数量，从而影响SaaS供应商的收入。此外，智能体能够自主运行，其行为未必可预测——在完成任务时，它们可能会采取新颖或低效的路径。

向这些新模式转型很可能需要投入大量精力，我们预计在2026年及以后，定价方式将呈现多样化并经历诸多实践探索。即便最终会形成标准做法，也可能需要数年时间。其中，基于使用量和基于成果或价值的定价模式预计将越来越受欢迎。Gartner表示：“到2030年，至少40%的企业SaaS支出将转向基于使用量、代理或成果的定价模式。”¹¹

基于使用量定价

在基于使用量的定价模式中，每当智能体执行操作或完成任务时，客户都可能被收取费用。定价也可以基于计算时间、API调用次数、生成任务所使用的令牌数量，或智能体处于活动状态的时长（或以上因素的组合）。此外，也可以按固定周期收取单一智能体使用的固定费用，类似于为数字员工支付薪水。Maxio在最近对SaaS公司的一项调查中发现，目前83%的原生AI SaaS公司提供基于使用量的定价模式。¹²基于使用量的定价通常具有吸引力，因为它是可量化的，因此也是可审计的。

基于结果或价值定价

定价模式的变更将影响企业内的多个职能，并可能改变SaaS供应商的运营方式。

基于结果或价值的定价模式依赖于智能体驱动SaaS应用所产生的实际业务成果——而这一点往往更难衡量。这可能简单到客户支持工单的解决数量，或由于HR代理而最终聘用的员工人数，也可能复杂到智能体所贡献的整体收入增长。尽管目前已有部分企业正在探索这一模式，但在该模式得到广泛应用之前，可能仍有很长的路要走。¹³代理系统仍需证明其能够产生持续且可靠的价值。

这些定价模式的变更将影响企业内的多个职能，并可能改变SaaS供应商的运营方式。首先，各方需就“代理”、“任务”、“流程”、“交互”和“结果”等基本定义达成一致。应明确定义“价值”的含义及其归属方式，并在合同中予以清晰沟通和约定。这可能需要工程师、销售人员、法务团队及其他相关人员投入大量努力并进行充分协调。证明某个智能体创造了价值或实现了业务成果可能具有挑战性，尤其是在使用由不同供应商提供的多个代理组成的多代理系统时。供应商的收入和客户的成本可能变得难以预测且波动较大。系统监控与计量功能可能需要更加先进，数据可观测性、计费以及财务合规性也可能需要实现实时化和自主化。

许多供应商的销售模式可能需要改变。销售人员必须向客户讲解这些新模式，并说服他们相信智能体能够创造价值，且这种转变不会比基于订阅的服务花费更多。销售人员的考核和薪酬方式也可能需要做出相应调整，并且可能需要与客户建立更深入的关系。

客户体验和用户界面可能会成为更重要的差异化因素

智能体本质上是自主的，那么它们为何还需要用户界面？与API类似，代理是“无头的”，即它们不直接连接用户界面。然而，仍需要有某种方式实现交互和可视化。那么，这种交互方式会是什么样？会存在一个主要的智能体界面，还是多个界面？是由SaaS供应商还是第三方来“控制”通往代理的网关？

未来几年，德勤预测SaaS智能体的用户体验和界面将变得更加：

- 个性化且主动：界面将根据个人用户自适应地提供基于特定职责和先前操作所需的工具和任务。它将提供量身定制的洞察，并建议用户采取具体行动。
- 对话式交互：人机交互将从菜单选择和点击操作转向自然语言和语音指令。智能体将把自然语言转化为一系列结构化的API调用，从而无需依赖预定义的工作流程。未来的交互将不再局限于告诉软件如何操作，而是更侧重于要求软件达成某一特定结果。
- 诊断：由于智能体具有自主性，一旦发生错误或意外情况，用户必须能够还原代理的决策过程，并理解其发生原因。透明性、可解释性、可逆性和可审计性对于建立信任至关重要。

另一个尚未明确的问题是交互层将位于何处。德勤预测，许多交互将在独立的SaaS应用程序中完成。许多SaaS供应商希望尽可能让用户停留在其应用程序内，以维持工作效率并增强用户对其产品的使用黏性。他们将越来越多地不仅提供自身系列的代理，还会接入其他供应商的代理。交互也可能通过一个独立的管理平台进行，该平台可由SaaS供应商提供，或来自第三方公司（类似于当前的SaaS管理平台）。这些“控制中心”能够整合来自多个供应商以及企业内部开发的代理，实现对使用情况、支出、访问权限、性能、状态、安全性和合规性的统一管理。¹⁴未来还可能出现代理市场，内部和外部的代理将在其中发布，企业可以动态地发现并集成新的功能。¹⁵这一交互或注意力层具有提供重要价值的潜力，因此在其周围可能会产生激烈的竞争。

小结

到2026年，通过SaaS应用使用智能体的规模将迅速增长，许多主要的SaaS供应商正致力于与客户合作，部署更强大的代理式AI解决方案。我们预计，所有由AI驱动的自动化领域投资都将增加，并延伸至SaaS应用中。企业将寻求提升流程效率、节约成本、增强灵活性以及为员工提供个性化功能。届时将出现大量实验性尝试和多样化的定价模式。总体而言，德勤预测，未来将逐步迈向由集成化、自主式多代理系统驱动的新阶段。

SaaS 客户需考虑的准备工作的：

- 投资数据管理：对于智能体而言，数据的访问、集成、可观测性以及数据治理可能变得更加重要。数据不一定需要集中存储在一个单一的存储库中，但应在整个组织内保持一致且易于访问。
- 拥抱日益增长的复杂性：未来将出现更多模型、智能体和供应商、新的生态系统及数据关系。企业将不得不让来自不同供应商的智能体协同工作，这可能导致定价和运营上的复杂性。
- 预计将出现多元化的定价模式：随着包含多种许可、基于使用量的定价以及基于价值或成果的定价等混合模式成为标准，智能体的定价模式可能带来不确定性。企业应加强其实时财务能力以应对这一趋势。
- 帮助员工成为AI协调者：可以投入更多时间像管理同事一样管理智能体——设定目标、监督工作，并验证和纠正其行为。在重构工作流程时，应明确界定人类负责的任务、代理负责的任务以及双方协作完成的任务。这是一场文化变革，而不仅仅是一次软件升级。

SaaS 供应商需考虑的准备工作的：

- 为更激烈的竞争做好准备：随着生成式AI工具让任何人都能越来越容易地编写代码，编写代码的成本趋近于零。这将导致与原生AI公司甚至客户自身之间的竞争加剧，因此需要更强的产品差异化能力。
- 关注互操作性：代理将需要在多个系统之间运行，协调任务，并共享数据和目标，同时保持安全性和合规性。企业应为更加开放和互操作的环境做好准备，以便在无法满足客户期望时，客户能够轻松更换服务提供商。
- 转变销售模式：由于定价模式多样化，收入预测等事项变得更加复杂，因此对销售团队的考核与激励方式也必须随之调整。应帮助客户预测成本，并提供简单灵活的混合定价模式。通过围绕定价模式的沟通，发现客户尚未满足的需求，进一步深化客户关系。

中国SaaS行业发展前瞻

随AI应用的不断深入，当前中国正处在SAAS行业的价值修正期，SaaS行业正面临变革的拐点AI（特别是AI Agent）不再仅仅是SaaS产品的亮点功能，而正在重塑SaaS行业的商业模式和竞争格局。

AI不断重塑生产力，提升效率

当下，中国的AI行业发展迅速，AI与SaaS的融合正不断打造SaaS发展的“黄金十年”。以Deepseek、通义千问为代表的国产大模型，可以有效将SaaS工具从"流程自动化"推向"决策智能化"，使用大模型等AI软件，最高可降低推理成本95%，有效提升工作效率。企业正利用开放式的AI生态，构建可复用的技术底座、高效的数据流转机制、跨部门的协作文化，推动AI在SaaS领域的规模化部署。

AI加速SaaS国产替代，向按成果付费模式的转变

AI技术的不断深度渗透与国产大模型替代的加速推进，形成中国SaaS行业发展新机遇，推动中国SaaS由早前的单一浅层功能向业务流重构一体化功能的迈进。同时中国的SaaS行业也将不断从早期的功能型收费的单一收费模式转向按成果付费模式。实现技术服务与客户业务成效的更深层次绑定。

AI赋能国产SaaS平台的出海，提升国际化竞争力

AI可以通过多模态交互，提升用户体验，大规模代替人力，国产大模型带来的低成本趋势，有效减轻SaaS企业出海成本压力。AI可以更好适应不同海外地区的本地化需求，包括界面语言的转换，产品逻辑、交互方式乃至运营策略与当地文化的深度融合，推动国产SaaS平台的出海，中国SaaS平台的国际化竞争力不断提升。未来，日本、东南亚、中东等地区将是中国SaaS出海的重要海外市场，中国SaaS企业要不断提升在全球网络、合规支持与技术工具方面的核心能力。

David Jarvis
United States

Gopal Srinivasan
United States

Gillian Crossan
Global

Sayantani Mazumder
India

China Widener
United States

Roger Chung
China

Girija Krishnamurthy
United States

ENDNOTES

1. Stuart Russell and Peter Norvig, *Artificial Intelligence: A Modern Approach*, 4th ed. (New York, NY: Pearson, 2021).
2. Tim Smith et al., [“AI is capturing the digital dollar. What’s left for the rest of the tech estate?”](#) Deloitte, October 16, 2025; AI automation includes basic automation, process automation with agents, process reimagination, and organizational reimagination.
3. Eric Newmark, [“The agentic evolution of enterprise applications,”](#) IDC, April 4, 2025.
4. Dan Gallagher, [“Software’s death by AI has been greatly exaggerated,”](#) Wall Street Journal, August 27, 2025.
5. Zylo, [“111 unmissable SaaS statistics for 2025,”](#) accessed October 2025; Matt Ashare, [“AI drives up compute costs as cloud inflation slows,”](#) CIO Dive, February 18, 2025.
6. Salesforce, [“Agentforce,”](#) accessed October 2025; SAP, [“Joule Agents,”](#) accessed October 2025; ServiceNow, [“AI Agents,”](#) accessed October 2025; Workday, [“Workday unveils next generation of Illuminate Agents to transform HR and finance operations,”](#) press release, May 19, 2025.
7. Oracle, [“Oracle introduces AI Agent Studio,”](#) press release, March 20, 2025; SAP, [“Business AI,”](#) accessed October 2025; Adobe, [“Adobe launches Adobe Experience Platform Agent Orchestrator for businesses to activate AI agents in customer experiences and marketing workflows,”](#) news release, March 18, 2025; Workday, [“Workday unveils Workday Build, giving developers the tools to build the future of work,”](#) press release, September 16, 2025; Erwin Huizenga and Bo Yang, [“Agent Development Kit: Making it easy to build multi-agent applications,”](#) Google for Developers, April 9, 2025.
8. Joanna Glasner, [“AI autonomous agents are top 2025 trend for seed investment,”](#) Crunchbase News, June 17, 2025; Jacob Robbins and Kia Kokalitcheva, [“Y Combinator is going all-in on AI agents, making up nearly 50% of latest batch,”](#) PitchBook, June 11, 2025.
9. Gartner, *AI agents are disrupting SaaS pricing: What must CIOs do?*, July 16, 2025 (ID G00834627). GARTNER is a registered trademark and service mark of Gartner, Inc. and/or its affiliates in the U.S. and internationally and is used herein with permission. All rights reserved.
10. Adrian Radu, [“Billing infrastructure in the age of co-pilots and AI agents,”](#) Lightspeed, March 6, 2025.
11. Gartner, *AI agents are disrupting SaaS pricing: What must CIOs do?*, July 16, 2025 (ID G00834627). GARTNER is a registered trademark and service mark of Gartner, Inc. and/or its affiliates in the U.S. and internationally and is used herein with permission. All rights reserved.
12. Maxio, [2025 pricing trends: Usage-based models and the path to SaaS growth](#), 2025.
13. Zendesk, [“Zendesk first in CX industry to offer outcome-based pricing for AI agents,”](#) August 28, 2024.
14. Salesforce, [“Agentforce Observability,”](#) accessed October 2025; Google Cloud, [Gemini Enterprise](#), accessed October 2025.
15. Bojan Ciric and Prakul Sharma, [“Scaling AI agents may be risky without an enterprise marketplace,”](#) Deloitte Insights, September 15, 2025.

ACKNOWLEDGMENTS

The authors would like to thank **Diana Kearns-Manolatos, Faruk Muratovic, Rohan Gupta, Khusro Khalid, Laura Shact, Girish Srinivasan, Pavan Srivastava, and Prakul Sharma** for their contributions to this article.

Cover image by: **Jaime Austin**; Adobe Stock

关于德勤

德勤中国是一家立足本土、连接全球的综合专业性服务机构，由德勤中国的合伙人共同拥有，始终服务于中国改革开放和经济建设的前沿。我们的办公室遍布中国31个城市，现有超过2万名专业人才，向客户提供审计、税务、咨询等全球领先的一站式专业服务。

我们诚信为本，坚守质量，勇于创新，以卓越的专业能力、丰富的行业洞察和智慧的技术解决方案，助力各行各业的客户与合作伙伴把握机遇，应对挑战，实现世界一流的高质量发展目标。

德勤品牌始于1845年，其中文名称“德勤”于1978年启用，寓意“敬德修业，业精于勤”。德勤全球专业网络的成员机构遍布150多个国家或地区，以“因我不同，成就不凡”为宗旨，为资本市场增强公众信任，为客户转型升级赋能，为人才激活迎接未来的能力，为更繁荣的经济、更公平的社会和可持续的世界开拓前行。

Deloitte（“德勤”）泛指一家或多家德勤有限公司，以及其全球成员所网络和它们的关联机构（统称为“德勤组织”）。德勤有限公司（又称“德勤全球”）及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体，相互之间不因第三方而承担任何责任或约束对方。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构仅对自身行为承担责任，而对相互的行为不承担任何法律责任。德勤有限公司并不向客户提供服务。请参阅www.deloitte.com/cn/about了解更多信息。

德勤亚太有限公司（一家担保责任有限公司，是境外设立有限责任公司的其中一种形式，成员以其所担保的金额为限对公司承担责任）是德勤有限公司的成员所。德勤亚太有限公司的每一家成员及其关联机构均为具有独立法律地位的法律实体，在亚太地区超过100个城市提供专业服务，包括奥克兰、曼谷、北京、班加罗尔、河内、香港、雅加达、吉隆坡、马尼拉、墨尔本、孟买、新德里、大阪、首尔、上海、新加坡、悉尼、台北和东京。

本通讯中所含内容乃一般性信息，任何德勤有限公司、其全球成员所网络或它们的关联机构并不因此构成提供任何专业建议或服务。在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前，您应咨询合格的专业顾问。

我们并未对本通讯所含信息的准确性或完整性作出任何（明示或暗示）陈述、保证或承诺。任何德勤有限公司、其成员所、关联机构、员工或代理方均不对任何方因使用本通讯而直接或间接导致的任何损失或损害承担责任。

© 2025。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

CQ-017-CN-25



这是环保纸印刷品