当AI接管“8小时外生活圈” 外滩大会看见AI新经济正在发生

工作日一早，还没来得及踏进办公室，AI助手就帮你点好了一杯冰咖啡；傍晚下班，再对着手机说一句“帮我叫个车”，车就能等在楼下；出门想吃个饭，只要戴上智能眼镜，随口说一句“帮我查下附近餐厅有哪些优惠”，一张张折扣券便能推送到眼前……这些原本要在手机上挨个点开、反复确认的操作，正在被压缩成一句话的事。

9月9日至12日，2026 Inclusion·外滩大会将在上海黄浦世博园区举行。当大家的注意力还停留在AI如何帮你写PPT、写代码等“8小时内”的工作场景时，你可以在外滩大会的现场展区和前沿探讨中发现，AI已经走进了“8小时外”的生活圈，吃饭、出行、休闲、家庭、宠物、健康……层出不穷的智能体已经跨越办公桌的边界，开始替人们张罗那些琐碎而真实的日子。



由繁至简，一句话能点咖啡也能打无人车

除了8小时工作，人的一天是由海量碎片化的需求构成的。今年外滩大会的展区，就呈现了一种全新的人机交互方式。在这里，AI版支付宝“阿宝”成为了连接各类智能服务的枢纽。

在星巴克展台，观众可以体验一个叫咖啡闹钟的小功能，只要对阿宝说一句 “每天早上8点帮我买星巴克冰美式”，它就会每天准时执行到最后一步，然后等你确认付款。

从“一句话办事”到“一句话交代任务”，AI服务开始从即时响应走向持续代劳。这看上去是生活里一个不起眼的细节，却正是AI长进日常的一个切片，它记住的不是一次性的指令，而是一个人的生活习惯。

类似的体验，散落在展区各个角落。比如打车这件事，今年外滩大会首次搬来一辆无人驾驶出租车，观众可以在测试手机上对阿宝说“我要打robotaxi”或者“我要打无人车”，阿宝便会一路引导观众到服务页面体验完成下单、调度、乘行，直到支付，跑通一个完整闭环。这也是支付宝自动驾驶业务与Robotaxi出行服务的首次线下展会公开亮相。

跨端互联展区里，手机、整车、大模型应用同台。戴上千问AI眼镜说一句“帮我查一下附近的神券”，优惠餐饮兑换券就被推到眼前，语音即可完成支付；坐进理想汽车，对车载助手说“帮我缴停车费”“帮我买张电影票”“我要去加油”等诸如此类的指令，道闸抬杆、电影选座、油站导航，都能在车里一键办结。

从口袋里的手机，到鼻梁上的眼镜、车厢里的屏幕，AI的服务能力第一次被搬到了这么多不同的终端上，以往这些服务散落在各自独立的App里，如今它们第一次被一条“意图”串了起来。

这些场景有个共同点，就是人们不再需要去学一个个App的操作，而是用最自然的语言把需求说出来，剩下的就交给AI去理解、去调用、去办成。大家习以为常的“8小时外生活圈”，正在经历一场由繁至简的重塑。

“一句话办事”背后，是打破孤岛的跨界握手

“一句话办事”听起来轻巧，背后却是一次产业层面的打通。要让AI买杯咖啡，它得先听懂需求，找到合适的服务，再完成预约、下单、支付，中间可能跨越多家厂商、多个设备、多个服务主体，如果各家厂商和各个App依然各自为战，形成数据孤岛，那么AI的价值将大打折扣。

为此，支付宝发布了国内首个AHA（Agent Hub Access）多智能体跨端互联协议体系，它包含智能交互、智能体互联、设备感知与执行三层标准，核心目的就是解决跨行业、跨厂商服务适配难、协同不安全的问题，让不同厂商的智能体能够高效握手。

打个比方，当你对着OPPO手机呼唤“小布”买机票时，小布可以通过协议安全地调用“阿宝”在支付宝里完成支付和履约，整个过程通过分域授权和数据隔离机制，既打破了硬件壁垒，又守住了隐私安全的底线。

正是基于这样开放、互联的技术愿景，一个庞大的AI朋友圈正在集结。作为超级入口的“阿宝”，迄今已经完成了万余项服务的AI化适配，覆盖出行打车、餐饮点餐、文旅景区、政务民生等八大场景，肯德基、麦当劳、蜜雪冰城、瑞幸、高德打车、滴滴等品牌已陆续接入。

在跨端方面，“阿宝” 在手机端与5家主流手机厂商打通跨端协同办事能力，合作厂商市场份额超70%，为智能体手机的办事能力提供了行业参考路径。数据显示，今年7月，OPPO与支付宝实现互联后，“小布” 一次性接入了近200项服务，不仅极大丰富了手机端的用户体验，也直接带动支付宝在OPPO手机上的活跃度新增了200多万，实现了真正的产业共赢。

车端服务则覆盖了16家主流车企品牌，并与60余家车企达成定点合作；智能眼镜、手表等新兴终端也同步落地。

对此，蚂蚁集团首席执行官韩歆毅给出了这样一个判断：智能体商业将在未来6到12个月内迎来爆发。在他看来，过去二十年，是人学着用机器的语言表达需求；未来二十年，将是机器学着用人的语言理解需求。



从“被看见”到“被理解” 在碎片需求里长出新生意

流量时代，商家竞争的是“被看见”，平台像只漏斗，曝光、点击、转化层层损耗，越往下越窄；而在智能体时代，商家竞争的则是“被理解”，AI突破时空限制去唤醒需求，让需求被满足、被延续，甚至被放大。搜索、比较、信任的交易成本出现明显下降，那些过去不值得被满足的碎片化需求，开始被激活。

为了帮助商家抓住这一红利，解决从数字化向智能化的转型，支付宝还发布了国内首个全栈智能体商业产品底座，针对缺乏AI开发能力的中小商家，平台提供一站式智能托管，低门槛将原有的服务转化为可被AI调用的技能；对于有更高阶需求的商家，则提供超200项高频专业技能包，支持多智能体协同服务。数据显示，自该平台上线以来，商家接入需求极其踊跃，部分开发排期甚至已经排到了明年。

正如韩歆毅所言，智能体新商业带来的不是存量的重新切分，而是新供给、新需求与新分工共同创造出来的新增量。“当智能体成为人与商家之间的新载体，就需要有人去铺设信任的路基、连接的轨道、开放的规则。这正是支付宝打算扮演的角色：搭建信任设施、AI支付、隐私计算等基础设施，并向全行业开放。”

每一次重大的技术革命，都伴随着旧模式的破局与新生态的诞生，如今，AI正在打破传统的App孤岛，打破“8小时内外”的场景割裂，甚至在打破人类与工具之间的单向使用关系。在本届外滩大会上，观众还能看到首次设立的“AI艺术节”，通过音乐会、概念艺术展等形式，向公众展示AI不只有工具属性而已。

早上帮你买咖啡，下班替你叫个车，不知不觉间，AI已经不是那个只会一问一答的工具人了，它沾上一层烟火气，正慢慢变成一个能替普通人张罗日子的大管家。

晨报记者 姜欣愉