

决策到交易“关键一跃” AI付掀起新一轮卡位战

中经记者 李晖 许璐 北京报道

“千问，帮我点杯奶茶。”

刚刚过去的春节假期，类似指令在千问App内被超亿次高频发起，AI帮助人类完成了从商品发现、下单到结算的完整闭环。在这一交易链条中，推动AI智能体(AI Agent)从“智能决策”到“商业交易”的关键一步，正是智能时代的新一代基础设施——AI付。

2月23日，蚂蚁集团公布支付宝“AI付”用户数已突破1亿，此前的2月12日，该产品的支付笔数已突破1.2亿笔。在业内看来，市场出现首个支付笔数与用户数双双破亿的AI原生支付产品，标志着

AI付迭代了什么？

从使用场景看，AI付目前更多集中在线上场景，扫码依赖静态码和本地验证。

在传统扫码支付中，用户先产生消费决策，再打开App完成支付操作，而在AI付场景下，支付开始嵌入服务流程之中。表面上看，AI付只是换一种支付方式，但其真正变化并不在支付本身，而在交易触发方式。

例如，在千问App中，用户只需说“帮我点杯奶茶”，智能体即可完成商品发现、下单与支付；在瑞幸咖啡AI点单助手中，用户可通过语音完成下单并付款；在智能眼镜等终端中，用户在双手被占用的情况下也能直接完成交易。

支付宝AI付相关负责人赵伊秋向记者表示，AI用于问答的时候，省略了事先需要在不同网页寻找的过程。伴随着交互方式的改变，从原本的输入文字、点击操作，进一步升级为口头交流、拍照交流，这意味着AI场景下的支付也需要进一步升级。“以支付宝为例，AI付将支付直接嵌入AI对话框，用户在与AI聊天过程中即可完成下单与付款确认，无需跳出对话框。”赵伊秋说。

如果从支付体系迭代趋势观察，这种变化不仅是交互方式的改变，更意味着交易方式发生调整。

快思慢想研究院院长、特邀评论员田丰向记者表示，AI付最核心的变化在于支付链路从传统的“五元链”升级为“六元链”。传统支付链路为“用户—商户—支付机构—清算机构—银行”，而AI付则在用户与商户之间新增“AI代理”节点，

AI付产品已快速完成一次大规模商用验证。

几乎在同期，京东科技宣布其“京东AI付”在JoyAI App与智能眼镜场景中应用，实现京东在“AI+场景化零售”重构交易模式的消费闭环。全球市场上，谷歌也正在推出相关服务实现用户在Gemini内直接下单。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，AI付正在为Agent的大规模商业化做好基建准备。巨头卡位本质上是一场围绕“AI时代新入口”的竞争。谁掌握AI时代的支付接入能力，谁就拥有把AI流量转化为商业交易的闭环能力，创造巨大商业新空间。

由用户授权AI发出支付指令，再由支付机构全程处理支付指令、风控及资金划转，网联仍负责跨行清算。

他进一步预测，5—8年后，AI发出的支付指令数量很可能反超人类手动发出的支付指令，但交易主体责任不迁移。

扫码支付出现以来，移动支付的主流方式被锁定已有近十年。AI支付相比扫码支付究竟迭代了什么？其是否将成为未来主流的支付方式？

博通咨询首席金融分析师王蓬博认为，从使用场景看，AI付目前更多集中在线上场景，扫码依赖静态码和本地验证。技术上，AI付以大模型意图识别、多模态交互、实时风控、跨端协同为核心，支持语音、视觉、对话式触发。决策链路上，扫码是用户全链路决策，AI付是AI辅助和代理决策和用户最终授权。但从定位与渗透规模看，AI付与移动支付目前还存在距离，前者目前还属于体验层优化，后者已经是基础设施级别的变革。

“AI付作为AI新入口的支付新形态，核心在于用户交互方式的革命性创新。”京东科技方向向记者表示，但AI付不会取代扫码付等现有场景下的支付方式，而是服务于目前创新出来的AI交互场景下的AI助手、智能眼镜、车载系统等新终端下的支付能力；属于互补共存，协同进化的关系。

抢位商业新空间

巨头布局AI付的底层逻辑，是在AI时代对支付入口与交易链路的提前卡位。

从国内外机构的投入力度看，其正在把AI付作为下一代“支付新基建”来布局。

移动支付网主编慕楚告诉记者，移动支付的3个评价维度中，中国在“支付费率”“覆盖率”这两个维度已处于全球领先地位，而“便利性”方面还有较大提升空间。在这方面，AI支付大有可为。在他看来，作为百业之基，支付创新最大的意义并不在于支付本身，而是对产业革新的促进。

“巨头布局AI付的底层逻辑，是在AI时代对支付入口与交易链路的提前卡位。支付作为交易闭环的最后一环，决定了AI服务从信息推荐到实际履约的完整商业化能力。”王蓬博表示。

在移动互联网的断代史中，“快捷支付”的出现是一个分水岭。它通过极力压缩交易摩擦，将复杂的支付环节简化，不仅改变了人们的支付习惯，更重塑了商业形态。

“2010年快捷支付出现的背景在于当时传统网银支付方式难以适应国内电商业务的蓬勃发展，快捷支付无需开通网银即可

新商业规则与新风控挑战

保证每一笔AI执行的交易都能回溯，是直面AI时代风控挑战的必然之举。

值得注意的是，AI Agent之所以能够以标准化方式实现多任务、多App间协作，智能体支付协议作为AI世界商业系统的新规则，在其中扮演的角色不容小觑。

以千问App点奶茶为例，智能体分别调动了支付宝和淘宝闪购两个App，这就需要形成一个跨三家App的多方协议。

全球范围内，2026年年初，谷歌发布了面向AI购物全流程的通用商务协议(Universal Commerce Protocol, UCP)，该标准专为基于人工智能智能体(AI Agent)的购物场景设计。此前，OpenAI也发布了AI智能体电商协议(Agentic Commerce Protocol, ACP)。

记者注意到，在AI付产品推出的同时，支付宝也联合多家机构共同发布了国内首个智能体

绑定银行卡完成交易，大大提升了支付效率。彼时，正值移动网络从3G跨越到4G，条码技术被用于支付后，我国移动支付迎来爆发，更催生电商产业走向繁荣。”慕楚认为，从这一逻辑看，AI付也有可能复制快捷支付带来的商业繁荣。

赵伊秋向记者表示，AI付快速完成大规模商用验证，标志着它在底层打通了支付与服务的履约链路，就像铺设Agent通往现实世界的铁轨，正推动AI时代新的商业交易体系形成。接下来，支付宝将持续进行AI付产品升级，也为后续更多应用与场景接入留下空间。

京东科技方面透露，京东AI付基于自研的JoyAI大模型，核心是深度与场景融合，实现京东在“AI+场景化零售”重构交易模式的消费闭环，这让用户能够在终端上进行丝滑、安全的支付，为AI商业生态抢占身位。

在田丰看来，AI付的价值来自场景分成与精准营销。“AI推荐支付”可提升复购率并优化优惠策略，相关场景分成比例可能达到交易额的5%—8%，2倍于数

商业信任协议ACT，该协议目标是为Agent的商业化需求提供一套开放技术协议框架支撑，为AI应用打通商业场景提供一套通用的语言，让多终端、跨平台和跨系统下的AI服务更加高效地协同工作。

“ACT协议的本质是一套开放技术协议框架和技术标准，相比于传统的API交互，多终端、跨平台和跨系统下的AI服务角色之间可以通过一套通用语言，更加高效地协同工作。关键在于解决了两个核心问题——引入委托授权机制规范AI执行用户意愿；技术层让每一笔由AI执行的交易都能回溯。”在赵伊秋看来，这可以给智能体商业中的参与方服务升级提供参考依据。

保证每一笔AI执行的交易都能回溯，也是直面AI时代风



AI付，推动AI智能体(AI Agent)从“智能决策”到“商业交易”的关键一步。视觉中国/图

据营销收入，而基于支付行为的数据营销还能带动商户销售额提升12%以上。

值得注意的是，在这场新一轮卡位战中，直到目前，微信支付尚未入场。在王蓬博看来，微信用户基数大、风险容忍度低，需要更成熟的技术方案与监管框架才能大规模落地。同时，微信自身AI生态的节奏安排与对现有基本盘的维护，也使其选择观察与后发跟进，以降低试错成本。

控挑战的必然之举。针对用户普遍担心AI可能的“越权支付”问题，赵伊秋透露，AI付仅承担下单执行角色，付款环节始终由用户授权确认，需通过面容、指纹或密码验证，并由多维风控系统实时拦截风险，并承诺“你敢付我敢赔”。

京东科技方面也表示，京东AI付保障由用户完成授权，用户必须在各场景进行主动授权签约，通过用户本人支付密码、生物验证等鉴权认定本人操作。

在田丰看来，AI代理本质是增强型中介，并非新的交易主体，其角色更接近“智能导购与自动填单员”，不持有资金、不参与清算，也不与银行直连。目前AI支付尚未实现完全自主下单，用户仍需进行二次确认，因此交易责任划分框架并未改变。如

记者注意到，全球范围内的支付市场参与者也正在AI付业务上加快脚步。2025年5月，中国银联基于MCP(Model Context Protocol, 模型上下文协议)上线了智能支付服务。此外，Visa和万事达卡(Mastercard)自2025年以来也先后推出了相关的AI交易服务。

麦肯锡预测，到2030年，AI代理在全球的市场潜力可能达到5万亿美元。

出现误购或差错，责任仍在用户、支付机构、商户与AI开发者之间分担。

王蓬博亦认为，AI支付在分级授权、多因素身份验证和基于交易全链路风控模型下，整体安全水平不高于传统扫码与刷脸支付，通过AI技术在风险识别与实时拦截上形成了额外能力。

需要注意的是，下一步AI付真正大规模铺开仍面临多重挑战。“一是场景覆盖深度不足，大量商户与服务尚未完成AI化改造；二是行业标准不统一，不同平台在协议、接口与验证流程上存在差异；三是安全与隐私信任尚未完全建立，用户对赔付与数据滥用的担忧仍存在；四是监管与合规框架尚未完全明确，算法责任、数据边界与追责机制仍在完善中。”王蓬博表示。

大额存单发行升温 一年期占比最高

中经记者 郭建杭 北京报道

2026年农历新春假期刚刚过去，河北市民王女士在回到工作岗位的第一天就收到一条银行信息：“20万元起存大额存单

调利率 控期限

中国货币网公布的大额存单待发行信息显示，截至2026年2月24日，2026年已有近400份大额存单发行公告，农商行是其中的绝对发行主力，发行数量及发行规模占比超九成。

“严控产品期限”以及“阶段性上调利率”成为2026年大额存单发行的关键词。在利率下行周期，银行更倾向于压缩长期负债、拉长资产久期以锁定收益，这也推动了2026年大额存单1年期产品“井喷”的局面。银行负债端调整也在重塑人们的资产配置逻辑，2026年春节期间的新增居民存款1年期以内的存款配置比例将有显著提升。

根据已发行公告可知，1年期大额存单发行数量为173份；2年期为28份；3年期为108份；2025年同期仅有62份1年期，28份2年期以及55份3年期大额存单成功发行。

此外，2026年仅有三家农商行发布5年期大额存单待发行公告，利率分别为1.62%、1.85%以及2%，规模分别为0.1亿元、0.1亿元

限时发售，3个月利率1.35%，1年期1.6%。”相比往年，银行开始重点推荐短期存款。

降息通道下大额存单一直是银行揽储利器，2026年春节期间银行大额存单发行数量明显

增加，以农商行为主的中小银行密集发行大额存单并上调产品利率以抢占存款市场份额。

中国货币网大额存单发行公告显示，截至2026年2月24日，2026年共有386份大额存单

3年期产品的平均利率则更具竞争力，多数3年期产品利率超过1.77%，显著高于国有大型银行同类产品的利率。例如，苏农银行发行的“苏农银行2026年第018期个人3年期大额存单”，利率为1.8%；甘孜农商行发行的“3年期个人大额存单0203”，利率则达到1.9%。

整体来看，春节期间中小银行大额存单利率相对较有吸引力，也从侧面反映出中小银行在揽储方面通过差异化策略进行负债管理的现象。

在银行业净息差持续收窄的背景下，叠加迫切的揽储需求与激烈的区域竞争，中小农商行一方面通过阶段性提高大额存单之类产品的利率来争夺存款市场份额，另一方面也面临严控负债成本的压力。

中小银行如何通过结构化调整大额存单的发行数量、期限、利率等来调整负债结构，做好成本管控？对此，李柯莹认为，第一，在发行数量上，中小银行开始为高成本负债明确划定

发行公告上新，2025年同期仅有214份大额存单发行公告，对比往年的大额存单发行情况也可看出明显变化，如中小行发行数量占绝对比例，一年期存单占比最高。

优惠期限与发行额度，不再盲目追求存款规模扩张。具体操作上，普遍采取“限量发行、售完即止”的营销模式。第二，在产品期限上，发行结构向短期化倾斜。这种调整有助于银行在利率下行周期中保持负债端的定价灵活性。第三，在产品利率上，设置分层定价策略，控制成本。如设计门槛、地区利率分层，并根据市场利率波动灵活调整各期限利率。

天津金智农信管理咨询有限公司方面指出，中小农商行为优化存款结构严控高成本存款，应逐步压降长期限、高利率定期存款规模，重点推广1年期以内短期定期存款、智能存款等产品，降低存款成本；严格控制大额存单、结构性存款等高成本产品的发行规模，根据市场利率走势和自身成本情况，动态调整发行价格和规模；加强存量高息存款管理，通过客户分层服务、产品置换等方式，引导存量高息定期存款客户转为低成本存款产品，逐步释放存量成本压力。

是居民存款结构的重新调整，大额存单短期化将成为主要趋势。目前国有大行多停发5年期产品，未来中小银行或同步跟进，1年期以内产品数量增加，业内预测这一趋势将贯穿2026年全年。

2026年二三季度银行大额存单发行预计会呈现出哪些特征？李柯莹指出，二三季度大额存单发行将延续“短期化、低利率、差异化”的核心特征。利率方面，短期产品利率可能进一步下行，期限结构上，1年期以下产品占比将持续提升，3年期及以上产品继续退出市场。银行策略上，中小银行会继续通过“分层定价+场景营销”吸引客户，大型银行则更侧重成本控制和息差管理。

1年期大额存单或将补位2026年即将到期的中长期存款产品。多家券商研报测算2026年预计有大规模银行存款到期。

华泰证券研究所所长张继强团队在研报中指出：“2026年1年期以上定期存款到期规模约50万亿元，较2025年增长10万亿元。从期限结构看，2年期、3年期存款到期量预计均在20万亿元以上，这部分存款利率下行幅度最大，对应‘搬家’效应最强。”

天风证券固收团队测算居民定期存款到期规模为73万亿元至77万亿元。天风证券研报显示，截至2025年年末全国180万亿元定期存款中，2026年到期规模约在107万亿元至114万亿元。其中，住户定期存款到期规模为73万亿元至77万亿元。

李柯莹表示，春节前后居民资金回流，部分中小银行仍面临揽储压力。国有大行凭借品牌公信力、全渠道覆盖及综合金融服务能力，如财富管理，在核心存款市场占据主导地位。而部分中小银行受限于区域展业半径、零售转型滞后、数字化能力短板，需通过价格工具争夺有限资金。银行负债端期限调整的背后也