

AI 定价模式转变：为什么 SaaS 模式必须再次转型

通过智能化定价与打包策略，助您最大程度提升 Agentic AI 解决方案的成功率。本实践指南深入探讨了变现机制与定价透明度如何影响客户积极性、信任度、产品采用率以及客户终身价值。此外，本指南还介绍了**COMPASS** 框架。这款实用工具旨在根据您当前所处阶段确定合适的定价模式。

亚马逊云科技

 **ZUORA**

**SIMON &
KUCHER**

公平合理的定价 带来长远回报

在 AI 商业化竞争中，智能工具的定价方式与构建方式同样重要。对于提供 AI Agent 解决方案的软件公司而言，成功并不仅仅取决于技术。AI 产品的打包和定价也是决定业务成败的关键。

什么是 Agentic AI?

Agentic AI 是生成式 AI 演进的下一阶段。

- **生成式 AI**：创造新内容（如文本、代码、图像或摘要）。
- **Agentic AI**：代表用户采取行动，包括自主执行多步骤流程、制定决策、交付结果等。

生成式 AI 赋能人类；Agentic AI 在此基础上更进一步，从辅助者转变为行为代理者。



变现机制与定价透明度能够推动客户积极性、信任度和产品采用率，并最终实现客户终身价值。SaaS 定价模式必须进行重塑。当下，各类能力快速演进、多步骤任务自动化、自主 Agent 的实现，传统的“按席位计费”模式已无法准确反映 AI 所创造的价值或产生的成本。定价或打包上的失误可能会降低产品采用率和潜在营销收入。

本指南将介绍如何通过战略性定价与打包策略，充分释放 AI Agent 的全部潜力。本指南基于 Zuora、Simon-Kucher 以及亚马逊云科技的专业洞见，提供一套阶段性定价模式框架，助力企业在快速适应变化的同时，最大程度提高产品采用率、营销收入并维系长期客户关系。

充分把握 Agentic AI 带来的机遇

Agentic AI 正迅速从概念走向商业落地。对于软件公司而言，这既是一轮新的技术创新浪潮，也是一项意义深远的商业机遇。

根据 Forrester 的研究，提高生成式 AI 采用率的主要因素包括：¹



¹Forrester, 《Agentic 时代驱动企业价值的路线图》，2025。

但是，只有少数软件公司部署了整套 Agentic AI 解决方案，利用 AI Agent 来自主执行任务，取得预期成果。因此，这是一个全新的前沿变现领域。

将 Agentic AI 推向市场的阻力通常并非技术原因。正如亚马逊云科技高级解决方案架构师兼 SaaS 顾问 Kilian Ruess 所说：“技术本身很少会成为障碍。对于软件公司而言，真正的挑战往往不是 AI Agent 的开发，而是如何将它们推向市场，实现商业价值。”

传统的 SaaS 增长模式依赖于根据可预测的收益和极低的边际成本制定的分级套餐、按席位定价或功能组合定价。

Agentic AI 正在颠覆这一基础

费用计算方式转向按使用量计费，根据不同的使用模式、模型推理及持续训练进行计费。相较于传统的 SaaS 模式，费用通常更高且更难以预测。

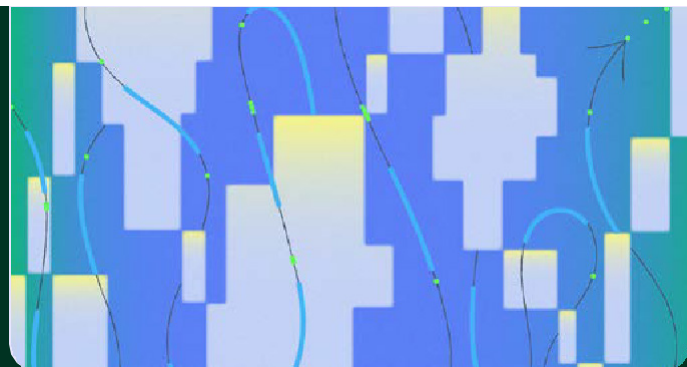
并且，价值创造方式也随之发生了变化。AI Agent 能够独立于人类用户，自主交付结果。“按席位”这一指标无法准确反映 Agent 的价值、智能水平或工作范围。

目前，管理层所面临的关键压力点在于，如何设计定价与打包策略，才能推动采用率、确保费用可预测性，从而有效实现业务价值。

正如 Ruess 所补充：“人们往往最先想到的就是定价指标，因为它的变化最为直观。但是，它只是良好定价策略中的一环。”

“SaaS 模式并没有失效，但通过 AI 创造价值的方式已发生天翻地覆的改变。”

Kilian Ruess, 亚马逊云科技高级解决方案架构师兼 SaaS 顾问





亚马逊云科技如何加速 Agentic AI 的采用

亚马逊云科技为软件公司提供从概念走向商业化所需的工具，帮助其实现技术的市场落地。Amazon Bedrock AgentCore、Amazon Bedrock Guardrails 以及 Amazon Nova 基础模型等创新产品为开发者构建和部署 AI Agent 提供了安全、可扩展的基础。

借助亚马逊云科技提供的技术便利，软件公司得以逃脱基础设施难题的束缚，专注于设计 AI Agent 的定价与打包策略。

借助这些工具，开发团队能够：

- **部署**自主执行多步骤 workflows 任务的 AI Agent。
- 在不影响性能或安全的前提下，**试验**不同的资源使用模式、计量指标和定价模式。
- 在提升 AI Agent 智能水平与自主性的同时，**保持可信度和治理水平**。

简而言之，亚马逊云科技能够为成功的 Agentic AI 定价与打包策略奠定坚实的基础，助力软件公司加速实现 Agentic AI 的采用、变现及价值交付。

定价与打包的新范式

数十年来，SaaS 模式的增长一直遵循着一套既定范式：将产品划分为不同层级，逐级增加功能，并依据用户数量或企业规模进行定价。

这套范式之所以行之有效，是因为当时的成本不仅可以预测且非常低，同时价值与席位数或基础使用量直接挂钩。

Agentic AI 的出现打破了这一范式

如今，成本结构不仅可变，而且以使用量为计费依据：模型推理、数据获取和训练的成本都取决于 AI Agent 的实际使用量。与此同时，AI Agent 能自主实现价值——AI Agent 可以在没有人类用户参与的情况下直接产生成果。这导致按席位计费的指标与实际的商业影响之间出现了脱节。Zuora 订阅策略首席总监 Michael Mansard 指出：“78% 的企业在定价时已不再局限于用户数量，而是开始倾向于基于使用量和价值的指标。”

分级套餐或功能门槛这类传统的 SaaS 打包方式已无法适应 AI Agent 的复杂性。

现代定价模式必须考虑以下因素：

- **基于使用量的指标**——根据 workflow、任务或 Agent 步骤定价。
- **结果对齐**——将定价指标与实际交付价值挂钩，但并不完全基于最终结果进行定价（该模式在实践中较为少见）。
- **缓解风险**——通过基于历史数据的定价或公平使用策略，在采用率和可预测性之间取得平衡。

正如 Simon-Kucher 合伙人 Alix Nepveux 所强调：“在 AI Agent 场景下，必须先确定定价指标，然后在此基础上设计相应的打包策略。如果二者不匹配，则会降低采用率或潜在收入。”

在新的范式下，打包不再只是区分功能的手段。它必须能够反映 Agent 的智能水平、自主性和可信度。设计得当将有助于加速采用和变现，反之则会带来摩擦或反面效果。

“

78% 的企业在定价时已不再局限于用户数量，而是开始倾向于基于使用量和价值的指标。”

Michael Mansard,
Zuora 订阅策略首席总监

“

在 AI Agent 场景下，必须先确定定价指标，然后在此基础上设计相应的打包策略。如果二者不匹配，则会降低采用率或潜在收入。”

Alix Nepveux,
Simon-Kucher 合伙人

“

定价不仅关乎变现...它是一种相互依存的三角关系。你必须在成本加成、价值创造和产品采用率之间取得平衡，缺失对任何一环的考量，整个策略都将以失败告终。”

Michael Mansard,
Zuora 订阅策略首席
总监

确定指标：COMPASS 介绍

对于任何提供 AI Agent 的软件公司而言，最困难的问题不在于收多少钱，而在于按什么收费。

选择合适的定价指标不仅关乎变现本身，还会深刻影响产品路线图、营销话术、薪酬模式以及收入确认方式。选择正确，整个组织便会共同创造价值并获取价值；而一旦选择错误，产品的采用率和变现能力就会受到严重影响。

传统的按席位定价方式已无法准确反应 AI Agent 所创造的自主价值。COMPASS 框架为应对这些复杂选择提供了一种结构化方法。

通过将定价模式映射到合适的维度，企业在选择指标时便可同时兼顾采用率、价值和可持续性，而无需受限于过时的定价公式。正如 Michael Mansard 所说：“定价不仅关乎变现...它是一种相互依存的三角关系。你必须在成本加成、价值创造和产品采用率之间取得平衡，缺失对任何一环的考量，整个策略都将以失败告终。”

COMPASS 框架可同时为软件公司提供“指南针”和“地图”：既能根据当前的成熟度阶段选择合适的定价指标，也能随产品采用率、使用情况和价值创造的变化及时提供合适的调节工具。

什么是 COMPASS?

COMPASS 是 Choice of Optimal Metrics for Pricing Agentic Systems and Solutions（即为 Agentic 系统和解决方案定价选择最佳指标）的缩写。这款框架由 Zuora 订阅策略首席总监 Michael Mansard 推出，旨在使 AI Agent 变现策略能顺利落地且可重复。

COMPASS 能够帮助企业：

- **确定**最能够体现价值创造的指标。
- **平衡**成本加成、价值创造和产品采用率。
- 随着 AI 解决方案的演进**调整**定价模式。

这既是一种框架，也是一套工具集，能够帮助企业领导者应对 AI 时代最为复杂的一项战略难题。

深入了解 COMPASS

COMPASS 从两个核心维度进行评估，以确定合适的指标：



工作范围

AI Agent 能够自主完成的内容：任务、工作流或决策。将工作范围与定价挂钩，有助于确保最终费用与实际交付工作量保持一致。



可归因性

AI 所创造的价值能够在多大程度上得到清晰的衡量和归属。定价指标必须能够可靠反映这一影响。

如需进一步了解 COMPASS 方法论，请参阅 Michael Mansard 在 LinkedIn 上发布的原创文章：

[Agentic AI Monetization || COMPASS Part 1](#)和
[Agentic AI Monetization || COMPASS Part 2](#)

这些文章阐述了该框架背后完整的研究依据，以及软件公司可采用的有效制定 AI Agent 定价和打包策略的实用工具。

为了引导企业作出选择，COMPASS 提供了三项实用工具：



价值光谱

将 AI Agent 的价值创造从简单的自动化任务映射到制定多步骤战略决策上，并突出客户最容易感知的价值区间。



3x3 矩阵

对工作范围和可归因性进行交叉分析，帮助团队确定基于任务、工作流、步骤还是结果对 Agent 进行定价。



定价因素检查清单

在最终确定定价模式前，通过 14 个关键问题审查 AI 产品采用率、变现能力及运营限制，以确保该模式能够可靠反映这些因素的影响。

大多数企业会意识到自己所使用的模式正处于基于用户数量与完全基于结果之间的某个位置，而这就是 COMPASS 存在的意义。

“

完全基于结果的指标也很少见，在我们所研究的生成式 AI 和 AI Agent 产品中其占比不到 10%。”

Michael Mansard,
Zuora 订阅策略首席总监



唯一不变的是变化：持续迭代 Agentic AI 的定价方式

对于提供 Agentic AI 的软件公司而言，定价不可以一成不变。

与 SaaS 模式不同，Agentic AI 的使用是动态、不断演进且不可预测的。最终成功与否取决于企业能否根据实际情况持续监控、评估并调整定价模式。

正如 Michael Mansard 所说：“基于结果的定价并非终极答案。你必须理解整个图谱，善用工具，并根据您的客户情况持续进行迭代。定价方式永远不可能一成不变。”



数据和对话是定价方式迭代不可或缺的依据：

- **关键遥测数据**——跟踪客户如何使用 AI 解决方案。
- **主动预警**——及时发现达到阈值和模式发生变化的情况。
- **客户协作**——围绕价值与使用方式保持开放沟通。
- **快速学习环路**——将定价视作正在进行的实验。

正如 Mansard 所补充：

“使用模式和产生的结果都在不断演进，因此仅仅设定一次定价是远远不够的。你必须持续进行迭代，其中迭代速度尤为关键。”

Alix Nepveux 也强调了这一点：“Agentic AI 的定价并不是静态的，它是一场与客户持续进行的对话。”

“

基于结果的定价并非终极答案。你必须理解整个图谱，善用工具，并根据您的客户情况持续进行迭代。定价方式永远不可能一成不变。”

Michael Mansard,
Zuora 订阅策略首席总监

“

Agentic AI 的定价并不是静态的，它是一场与客户持续进行的对话。”

Alix Nepveux,
Simon-Kucher 合伙人

打包方式更新

如果定价定义了价值如何被衡量和变现，那么打包就决定了这些价值如何被交付和感知。在 SaaS 模式中，打包往往意味着通过功能门槛、席位分级和使用上限搭建推销路径。但在 Agentic AI 场景下，这套逻辑不再适用。

正如 Simon-Kucher 的合伙人 Alix Nepveux 所说，当前，打包方式必须进行调整，以反映系统的交互能力（自主化程度）、智能水平（性能、领域专业知识、创造力），以及可信度和治理水平（安全、保障、透明度）。这些维度有助于客户清楚了解 AI Agent 能做什么、不能做什么，以及不同套餐之间为什么存在价格差异。

“

不能让客户产生付了两次 AI 使用费用的感觉：既要付费订阅，又要为他们“并不理解”的附件再次买单。打包必须直观、透明，并体现价值实现。”

Alix Nepveux,
Simon-Kucher 合伙人

此目的并非摒弃打包的基本原则，而是避免这些原则阻碍变现。例如，在基于结果的模式下，限制功能会降低 Agent 的效率，可能会给客户带来困扰，并使 AI 采用率停滞不前。

相反，打包应能助力客户探索更高水平的自主性，尝试更高级的能力，并有信心扩大使用规模。

设计得当，打包将成为增长引擎；反之，则会带来摩擦、不信任，并使采用率停滞得不到增长。

究竟为谁而打包？

“

打包的首要设计原则必须让客户获得清晰感知。如果客户无法清楚感知价值，那么无论定价模式多么巧妙，他们都不会买单。”

Alix Nepveux,
Simon-Kucher 合伙人

企业很容易将打包作为推销或进行客户分层的内部手段。但是对于 Agentic AI 产品，打包必须从客户的角度出发。

清晰、直观的打包有助于减少摩擦、建立客户信任，并提高产品采用率。只有客户明确了解内含选项、额外选项及其重要性，才有可能尝试使用产品并扩大使用规模。

先确定定价和打包策略，再谈 GTM

在 SaaS 模式中，必须先考虑市场进入策略，再考虑定价和打包策略。但对于 Agentic AI 产品，顺序恰好相反。

正如 Michael Mansard 所指出：

“定价和打包不仅是商业决策，它们还决定了销售团队的工作节奏和企业的营销手段，甚至会直接影响合作伙伴的激励机制。”

通过预先设定清晰的指标、公平的模式和以客户为中心的打包策略，软件公司可以帮助销售团队有效表达价值主张、打造结果导向的推广活动，并促使合作伙伴遵循激励机制。

无法预测以及与实际交付价值脱节的定价模式将降低客户对产品的采用率和客户信任度；反之，思虑周全的模式则有助于增强公平性并巩固与客户的关系。

最终结论非常明确：对于 Agentic AI 产品，定价和打包策略不必遵循 GTM 策略。

因为，它们本身就是 GTM 策略。

抓住 Agentic AI 带来的机遇

Agentic AI 是 SaaS 模式推出以来最重大的变革之一。对于软件公司而言，这一机遇潜力巨大，但所伴随的风险也不可忽视。

正如 Michael Mansard 所说：

“定价和打包不仅是商业手段，它们还决定了 Agentic AI 产品的未来——是规模化扩展，还是停滞不前。”

是实现快速采用还是陷入试点停滞，是释放客户终身价值还是面临客户流失，一切都取决于解决方案的定价、打包及呈现方式。

基于 Simon-Kucher 与 Zuora 的专业洞见，并秉承着亚马逊云科技的客户优先原则，本白皮书为您总结出了一条切实可行的实用路径：

- 将透明、公平的定价作为 **战略基础**。
- 根据 **COMPASS 框架**，在合适的阶段**选择合适的指标**。
- 依据数据和客户情况**持续进行迭代**。
- **将定价和打包视作** GTM 策略的**基石**。

公平且具备战略意义的定价和打包策略并不仅仅是一种商业手段。在 Agentic AI 时代，“不出意外”不仅是客户承诺，更是建立客户信任、提高产品采用率并促进业务增长的战略。

更多内容，请访问 zuora.com/resources，或阅读我们发布的关于 AI 变现的最新洞见文章。

总结：关键点

Agentic AI 正在重新定义软件行业的商业模式。公平、灵活的定价模式是建立客户信任和创造长期价值的关键。未来，只有技术能力与商业方式保持一致高度的企业才能取得最终胜利。

1. 公平定价有益于建立客户信任并提高产品采用率

透明且以客户为中心的定价模式不仅关乎商业伦理，更是一项增长战略。能规避意外的企业往往能够建立更加稳固、长久的客户关系。

2. 定价指标选择前所未有的重要

合适的定价指标能够决定客户感知价值的方式以及价值衡量和获取方式。企业可以利用 COMPASS 等框架，根据企业成熟度的变化不断调整定价指标，并同时兼顾采用率、变现能力和可预测性。

3. 持续迭代

Agentic AI 定价不可能保持不变。根据实时遥测数据、客户情况和定期价格审查结果进行定价调整，有助于提高企业的竞争优势。

4. 打包是让客户理解产品价值的直接体现

清晰的打包能够增强客户信心并促进产品采用。客户有权时刻了解他们究竟在为什么付费，以及这些东西为何重要。

5. 合作伙伴关系助力释放规模化潜能

亚马逊云科技的基础设施按使用量计费、Zuora 的动态计费能力以及 Simon-Kucher 的定价专业知识，共同构成了在 Agentic AI 时代您的业务可持续发展的基石。

关于 Zuora

Zuora 是一家领先的产品变现平台，致力于帮助企业设计并规模化订阅管理及制定按使用量计费的定价模式。

通过 Zuora 管理从计费到合规的完整收入生命周期，软件公司能够在保持财务运营平稳运转的同时，快速调整定价模式。

关于 Simon-Kucher

Simon-Kucher 是一家全球领先的咨询公司，专注于制定业务增长、定价及市场进入策略。

凭借数十年为 SaaS 和科技公司提供咨询的经验，其对 AI 变现的洞察融合了全市场调研与一手客户体验信息。

该公司致力于协助软件公司完成从 SaaS 定价方式向 Agentic AI 定价方式的转型，并提供一系列框架与案例，确保定价策略与实际交付价值、使用模式以及风险缓冲机制有效可行。

关于亚马逊云科技

亚马逊云科技是功能完善、覆盖广泛的云服务平台，专注于赋能客户将所想转化为现实。

依托分布广泛的全球基础设施，以及行业领先的安全性、可靠性和性能，亚马逊云科技提供丰富的创新型云功能和专业洞见。

合作的力量：亚马逊云科技、Zuora 与 Simon-Kucher

将 Agentic AI 推向市场，需要切实有效的基础设施管理、变现机制和定价策略。亚马逊云科技、Zuora 与 Simon-Kucher 的结合恰好可以提供这一整套基础能力。

亚马逊云科技 负责提供可扩展、按使用量计费的基础设施，助力企业构建、部署并高效运行 AI Agent。

Zuora 负责提供灵活的按使用量计费和订阅管理，帮助企业将复杂的 AI 使用模式转化为可预测的收入来源。

Simon-Kucher 负责提供丰富的定价策略相关专业知识，协助软件公司定义能够真实反映 Agentic AI 价值的指标、打包策略和市场定位。

通过结合以上优势，软件公司能够以充足的信心应对从技术落地到取得市场成功整个过程，从而实现 Agentic AI 商业化。在亚马逊云科技、Zuora 与 Simon-Kucher 有机结合所构成的生态体系中，公平定价、运营敏捷性与客户信任彼此共存并相互促进。

