

代理型人工智能：IT领导者必须采取的关键步骤，以利用这一关键时刻

掌握人工智能的竞赛正在加速，但是很清楚，那些建立强大数据基础的人正在获得最大的回报。



人工智能驱动的数字创新承诺彻底重新构想许多全球企业在成长和多元化过程中所依赖的复杂业务运营。

人类将与这些智能体协同工作，打造更具创新性的劳动力。成功嵌入这些技术的公司将远远甩开竞争对手。

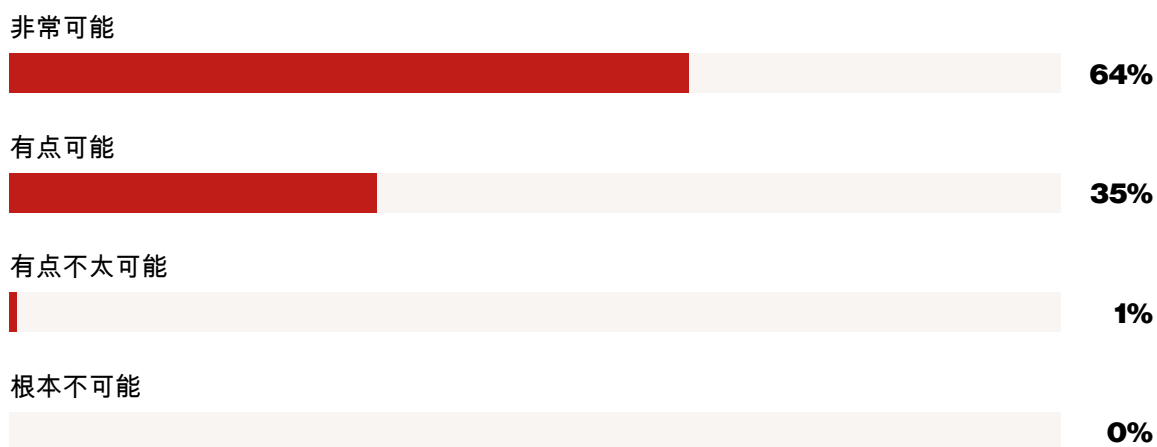
智能体AI是采购和供应链运营的一个潜在的划时代时刻，随着强大的数据能力驱动的新见解的出现，前所未有的自动化可能性也随之产生。

新研究来自Foundry（参见“关于研究”框）显示，IT领导者们表示赞同，有65%的人报告说，人工智能将在六个月内集成到供应链和/或采购运营中。

代理机构——通常协同工作——可以主动且自主地做出决策、实时分析数据，并提供战略见解。

许多人都准备好推进他们的数字创新计划，64%的组织非常有可能投资于主动型人工智能，只有一小部分人有效地忽视了它。

图1 | 投资于代理式AI的可能性



源码：铸造厂

“每个人都很清楚AI是真实的，AI是他们需要加入的东西，”GEP咨询副总裁阿什温·库马尔表示。“我们不再看到关于‘可能性的艺术’的问题。客户要求我们展示可以扩展的实际用例。”

有两个主要挑战阻碍了真正获得人工智能的益处：缺乏内部专业知识，以及缺乏一个统一的平台来充分利用该技术。本文探讨了这些挑战以及组织可以采取什么措施来克服它们。

挑战 #1：缺乏内部人工智能专业知识

尽管组织渴望部署人工智能，但只有6%的机构打算独立进行部署（尽管同一群体同意“跟不上”很困难）。

在很大程度上，这是因为组织缺乏确保成功的人工智能推广所需的内部专业知识。

人工智能的成功从一开始就要求信息技术、采购和供应链领导者之间进行深度合作。为了更好地支持这一点，65%的组织正在积极寻求第三方专家和专业供应商的指导，而26%的计划使用内部团队和外部专家。

“组织经历了数字化转型疲劳，”库马尔解释道。“在过去十年中，它们启动了许多计划；人工智能部署为互操作性提出了一个具体的挑战需要解决，而互操作性在最佳技术堆栈方法中始终被赋予较低的优先级。”

我们已经不再看到关于“可能的艺术”的问题了。客户要求我们展示可以扩展的实际用例。”



理解人工智能成功对组织健康的重要性——并知道代理型人工智能尚处于起步阶段且将快速发展——企业正越来越多地转向可信赖的采购软件供应商以避免代价高昂的错误。

超过一半（54%）的组织倾向于选择拥有经过验证的人工智能能力的软件供应商。

此外，65%的组织认为采购供应商的创新速度与其人工智能之旅“非常吻合”。对于那些采购数据在一个系统中统一的受访者而言，这一比例增加到83%。

与其一头扎进深水区，组织开始采取“珍珠链战略”来发展人工智能，一次构建一个用例，库马尔表示。“他们不希望在一个特定领域过度投资，因为技术正在兴起，你永远不知道它可能会如何改变。”

挑战 #2：缺乏统一数据

尽管几乎每个组织都希望在今后的将来投资于自主型人工智能，但59%的组织并不认为他们的系统已准备好完全支持该技术。

其原因可能是遗留IT系统。超过一半的组织（53%）没有将其关键采购数据整合到一个系统或架构中。

当企业理顺其数据时，回报是明确的：它们基本上是“创新就绪”的。报告称拥有统一数据系统的近四分之三（72%）的组织表示他们已完全准备好使用代理式人工智能（agentic AI）。

那么，IT领导者可以采取哪些步骤呢？虽然组织可能倾向于首先清理所有数据来应对数据质量问题，库马尔建议采取更系统的方法，从公司希望通过人工智能实现的目标开始，然后倒推。

“在你批量清理数据之前，你需要先明确你想要的结果，”库马尔解释道。“清晰界定人工智能问题将定义你想要清理的数据。”

选择合适的合作伙伴：agent AI 成功的关键

为了释放该技术的全部威力，组织需要与具备人工智能专业知识、深刻理解其解决问题、并能帮助它们为特定用例和顺畅流程准备数据的供应商合作。

他们不应该低估需要完成的数据提升量——无论是丰富化还是互联互通，库马尔总结道。

只有当组织解决了他们的数据挑战时，他们才能充满信心地展望超越概念验证，并利用变革性的智能体AI的力量。

[点击这里](#) 为了发现全球企业选择与GEP合作，为其AI驱动的采购和供应链转型计划工作，原因是什么。

最近，Foundry代表GEP对美国100名高级IT决策者进行了调查。这项研究探讨了采购数据环境的状态、组织支持AI和代理AI系统的准备情况，以及AI部署的首选策略。该调查于2025年4月进行。