Instinct、Muse 这类个人 AI 智能体已经承诺，帮人们省去抢热门餐厅座位、百老汇演出票以及体育赛事门票的麻烦。如今，一家初创公司结束隐身运营模式，面向企业端娱乐场景提供同类服务：企业活动、团体聚餐、餐饮外包、体育赛事票务等等。

Ande 成立近三年。公司首席执行官洛希特·萨尔马介绍，其 AI 智能体可以帮企业为员工或客户安排各类活动，从场地预订到费用报销全流程处理。客户包括 Cloudflare、Salesforce 以及麦格劳希尔（McGraw Hill）。

萨尔马独家向 The Information 透露，这家总部位于纽约的初创公司，在种子轮与 A 轮累计融资超 5200 万美元，投资方包括光速创投（Lightspeed Venture Partners）、红点创投（Redpoint Ventures）、Duration Ventures、Sierra Ventures 和贝恩资本风投（Bain Capital Ventures）。他拒绝披露投后估值。

萨尔马表示，现在企业要组织团体聚餐或体育观赛，还在用老办法挨个联系场馆询价、确认档期，整个过程繁琐耗力。

Ande 搭建了面向企业客户的线上交易市场，对接 Saison、Tao Group Hospitality 等知名餐厅、夜店品牌。商户可借助 Ande 的 AI 智能体，和企业客户侧的 AI 智能体完成业务对接、商务谈判。

萨尔马称，Ande 的 AI 智能体底层调用 OpenAI 与 Anthropic 的模型；系统会根据任务复杂度，自动把任务路由到成本更低的模型。

企业客户与场馆商户都需要支付年费，才能接入这个交易市场以及 Ande 的智能体产品，但萨尔马没有公布年费标准。一旦活动预订成交，双方还需要额外支付一笔服务费，金额按活动总花费的一定比例抽取。

萨尔马坦言这套定价模式比较复杂，但相比聘请外部活动代理商，或是安排员工手动预订，整体成本依然低很多。

理论上企业也可以用 Muse、Instinct 或是 SpaceX 的 Grok Bot 去调研场地、比价、确认档期，通过邮件对接供应商、协调日程，经人工确认后完成预订。（OpenAI 也在开发同类功能。）

但萨尔马认为，企业娱乐场景的复杂程度，是当下这类面向个人的 AI 智能体无法承载的。很多关键信息，比如定价、场地空余时段并不公开在网上，需要和场馆工作人员大量沟通协调。