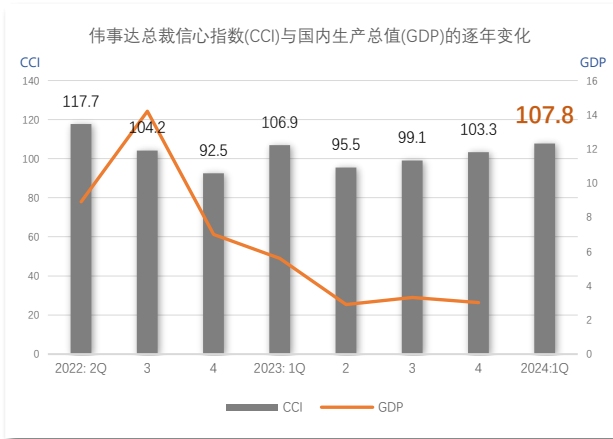


乐观态度驾驭商业发展

总裁在评估公司潜力时保持谨慎乐观。这种前景反映在最近的 VISTAGE-MIER 总裁信心指数 (CCI) 中，该指数从 2023 年第二季度开始回升，到 2024 年第一季度达到 107.8。2023 年第四季度 GDP 稳定增长 3.0%，表明经济健康，为未来繁荣奠定了基础，这一积极趋势得到了有力支持。



	2Q 2022	3Q 2022	4Q 2022	1Q 2023	2Q 2023	3Q 2023	4Q 2023	1Q 2024
伟事达-大马经济研究院总裁信心指数	117.7	104.2	92.5	106.9	95.5	99.1	103.3	107.8
当前经济状况指数	143	123	97	117	90	87	89	104
预期经济状况指数	137	104	77	125	102	114	117	124
预期雇佣变化指数	159	150	142	148	139	142	145	146
规划固定投资指数	148	137	124	137	128	131	135	143
预期营收增长指数	165	146	138	151	141	144	154	158
预期利润增长指数	138	128	121	130	122	131	141	140

注释：所有组成问题的分数均按“赞成回答百分比减去反对回答百分比加 100 计算。VISTAGE-MIER 总裁信心指数是各组成部分得分之和，再将其表示为 2003 年第二季度调查水平的百分比。

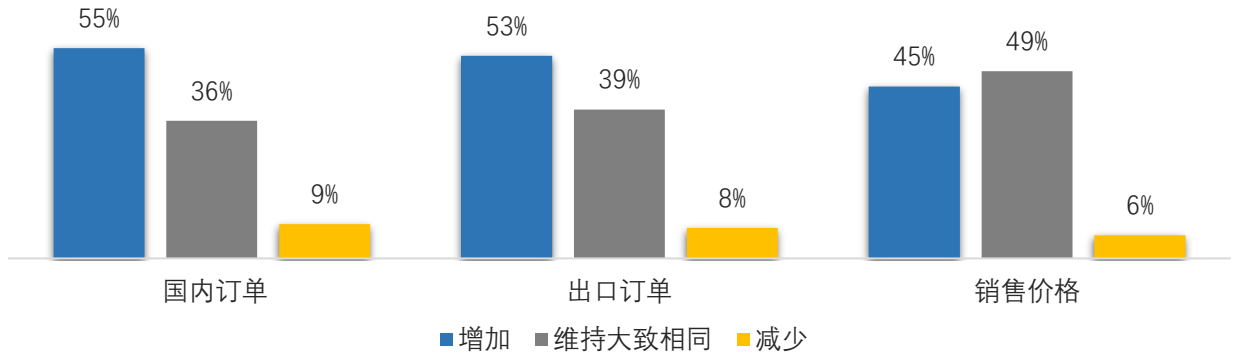
2024 年第一季度伟事达总裁信心指数要点

尽管经历了一些波动，但总体指标表明经济具有韧性，并受到部分消费者支出和投资活动的支撑。2024 年第一季度经济继续稳步运行，但受全球市场动态影响略有调整，得分为 104。此外，总裁对马来西亚当前的商业前景持乐观态度，与上一季度的 23% 和 43% 相比，分别有 29% 的回应者表示情况有所改善，46% 表示没有变化。

展望 2024 年第一季度，在创新举措和有利监管环境的推动下，预期依然乐观，预示着持续扩张，得分为 124 分。对 2023 年第四季度预期经济状况的预测显示出谨慎的乐观情绪，预计在强有力的财政政策和技术进步的支持下，将保持持续增长，得分为 117 分。此外，与 2023 年第四季度的 38% 相比，2024 年第一季度总裁的回应更为积极，42% 表示情况有所改善。表示情况下降的回应者比例也从 2023 年第四季度的 21% 下降到 2024 年第一季度的 18%。

2024 年第一季度，预期就业变化指数为 146 分，较 2023 年第四季度的 145 分小幅上升。这表明就业市场正在进行持续的重大调整，延续了上一季度的趋势。2024 年第一季度的计划固定投资指数创下 143 分的历史新高，表明企业正做出战略性财务承诺以实现增长和稳定。这与 2023 年第四季度的积极投资计划相吻合，当时 53% 的总裁计划增加支出，37% 保持不变，10% 预计减少支出。预期收入指数也环比增长 4 点至 158 点，表明到 2024 年年中，收入增长势头可能会增强。然而，2024 年第一季度的预期利润增长可能会下降。

国内订单、出口订单和销售价格

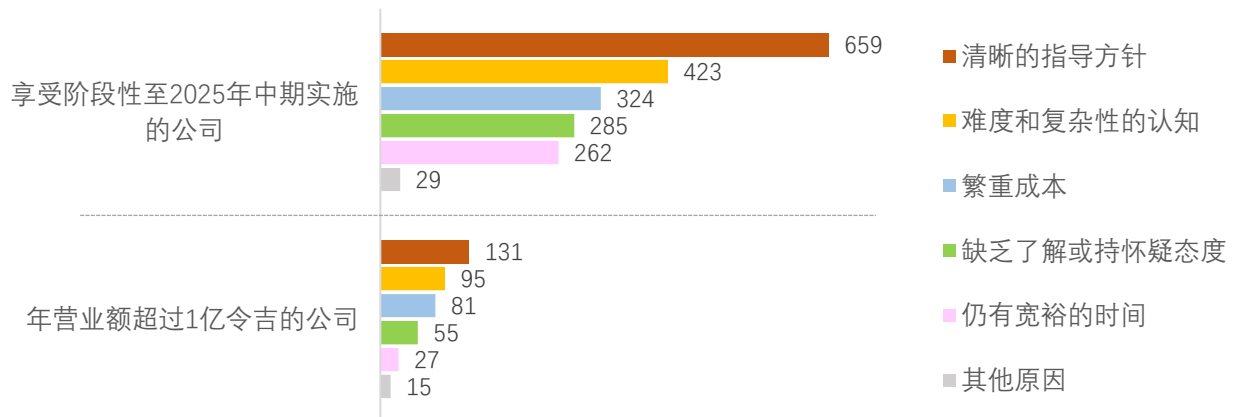


随着经济持续改善，预计2024年第一季度本地新订单将激增（55%）。同时，53%的总裁热衷表示出口订单会增加。除此之外，有9%和8%会减少回应者预计订单会减少。45%的回应者表示，预计售价会上涨。然而，49%的人对目前的价格感到满意，只有6%的人计划在接下来的几个季度降价。

企业电子发票强制执行的应对策略

2024年8月1日起，年营业额超过1亿令吉的公司必须使用电子发票，所有企业必须在2025年7月1日前全面遵守。然而，调查数据表明，大多数公司尚未为按时合规做好充分准备。18%的受访企业属于年营业额超过1亿令吉的类别，而82%则有享受分阶段实施的宽限期，直至2025年年中。

企业电子发票强制执行



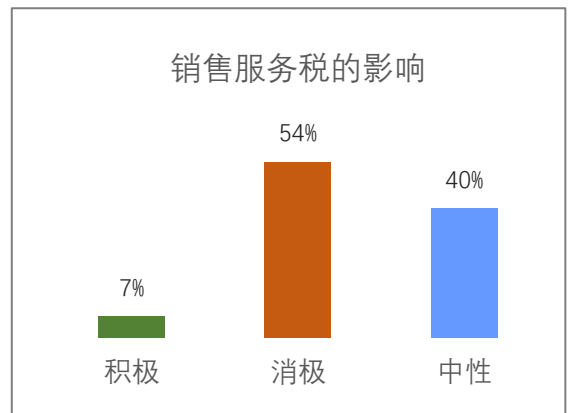
对于年营业额超过1亿令吉的公司，131名回应者表示，遵守电子发票要求的挑战主要源于：指引不明确、缺乏指导以及相关知识普及不足。将电子发票集成到现有系统是一个复杂的过程，且时间紧迫，令情况更加复杂。尽管如此，一些企业表示，在截止日期前有充足的时间，因此他们对此持乐观态度，并强调了有效规划和积极主动应对的必要性。而普遍面临的挑战包括：复杂性、成本、缺乏认识或对新系统的怀疑，这些因素都可能导致合规的延误。

另一方面，对于享受分阶段实施政策、可延至2025年年中才需遵守的企业来说，实现及时合规的主要障碍来自于对更清晰指引、更全面指导和更长系统集成时间的需求（659个回应）。423名回应者认为，改用电子发票具有挑战性和复杂性，这一问题位列各问题中的第二位。262名回应者则表示，由于在强制截止日期前有充足的时间，因此他们有信心能顺利过渡。此外，324份回应反映出企业预期会产生一定成本；285份回应表明，企业对实施新系统缺乏了解或持怀疑态度。

值得注意的是，一些年营业额超过1亿令吉的公司表示，他们已经拥有企业资源规划(ERP)系统。因此，他们预计能够更顺利地实现合规。我们从已经实施电子发票的企业和正在实施的企业那里获得了类似的见解。有效应对这些挑战，需要在技术上进行战略投资、开展有力的培训计划，并在整个商业生态系统中促进合作伙伴关系，以高效落实电子发票的应用。

应对2024年3月起销售与服务税增至8%对企业的影响

回应者中仅有7%预计此次税率调整会产生积极影响，主要基于消费者可能会改变消费方式或政府支出可能增加的判断。然而，大多数人(54%)对其负面影响表示担忧。他们主要担心消费者可支配收入的减少、企业运营成本的增加，以及经济增长可能放缓等问题。值得注意的是，40%的回应者表示不确定，原因可能是他们不确定影响程度，或还在观望后续情况。在应对这些财政政策变化的过程中，企业需提前规划、降低风险，并善于发掘新机会，这将至关重要。



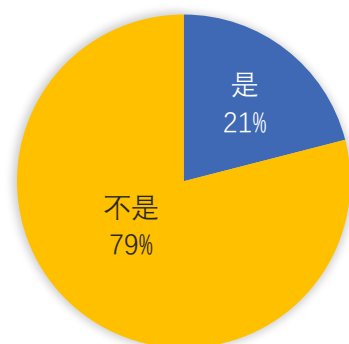
探索2024年的挑战

调查显示，407名回应者对未来持积极态度，显示出面对潜在障碍时的高度乐观情绪。这种积极心态暗示了企业运营的韧性，表明他们做好了迎接挑战，进行调整和创新的准备。反之，有347名回应者表达了消极情绪，并强调了不容忽视的担忧领域。这些声音凸显了主动风险管理和战略规划在减轻潜在不利影响方面的重要性。此外，397份中性回应表明，对潜在影响存在一定程度的不确定性和模糊性。因此，更深入地理解这些不确定因素并采取灵活的方式来有效应对不断变化的环境至关重要。

把握跨境电子商务机遇

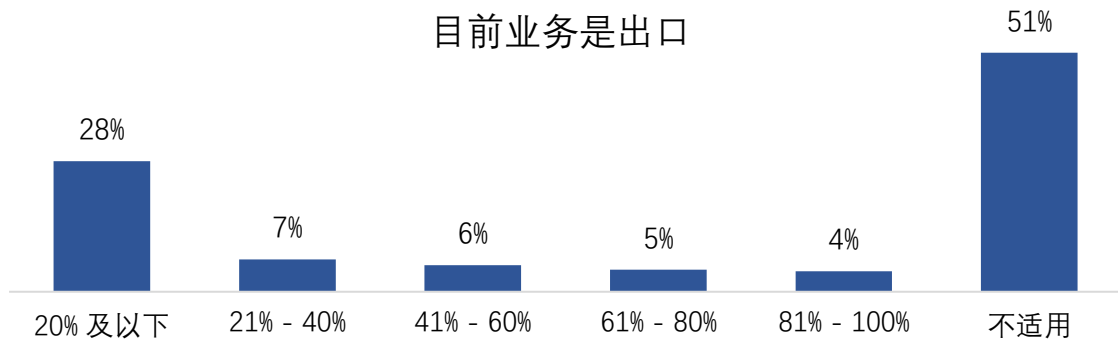
目前，已有122名回应者表示开始使用电子商务平台进行出口。相反，451名回应者承认尚未涉足这一领域，并给出了各种理由。其中，46%的回应者表示缺乏如何有效利用此类平台的知识，40%认为电子商务平台对其出口需求作用不大。此外，14%的回应者认为电子商务平台对他们的出口业务来说过于繁琐。值得关注的是，50%的回应者认为这个问题与他们目前的业务活动无关，这表明在出口行业对于电子商务机会的理解或利用方面可能存在差距，或表明他们的业务主要集中在国内市场。

使用电子商务平台



助力Vistage会员拓展区域和全球出口市场

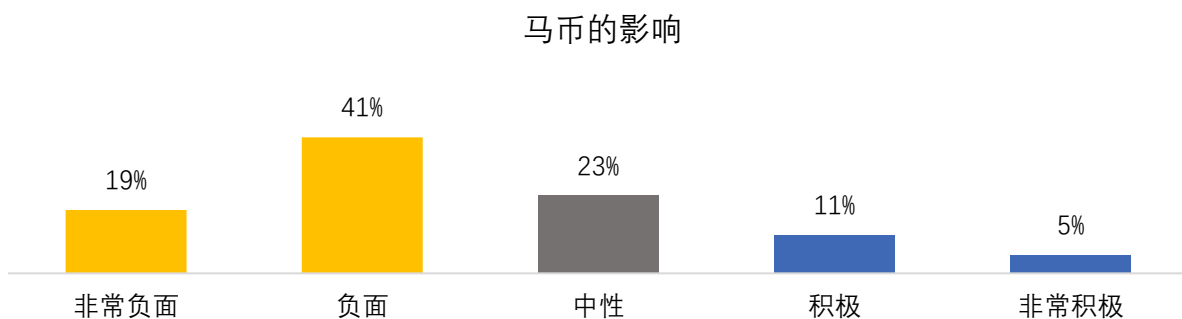
要了解一家企业的全球影响力，考察其出口活动至关重要。近期数据显示，受访企业在出口参与程度上展现出较大差异。28%的回应者仅有20%或以下的业务来自出口，反映出有限的国际市场接触。7%的回应者有21%到40%的业务来自出口，6%的回应者有41%到60%的比例，这体现出适度的国际化程度。仅有5%的回应者高度依赖全球市场，他们的出口业务占61%至80%，另有4%的回应者高达81%至100%。此外，51%的回应者表示有关出口比例的问题不适用于他们的业务。这些发现凸显了企业需要量身定制的战略来有效地驾驭全球市场。



众多 Vistage 会员积极参与区域出口活动，其中尤为关注东盟地区，该地区涵盖马来西亚、新加坡、印度尼西亚、泰国等国家。东盟市场对受访企业极具吸引力，相关出口业务占总调查回复的 82%。调查显示，23% 的回应者出口到中国，4% 的回应者出口到欧洲，22% 的回应者出口到澳大利亚和新西兰，表明这些市场对 Vistage 会员的重要性。此外，日本也是一个不容忽视的市场，14% 的回应者出口到日本。北美市场（包括美国和加拿大）同样重要，17% 的回应者出口到该地区。南美洲虽非主要出口地，但仍具有一定重要性，10% 的回应者出口到南美洲。

把握商机，应对令吉汇率波动

马来西亚令吉 (RM) 的急剧贬值正给当前的商业环境带来动荡。这一趋势对各行各业产生了广泛影响，其中41%的受访企业表达了负面情绪，主要涉及到预算编制困难、债务增加和竞争力下降等方面。在这些不同的观点中，有23%的回应者保持中立态度，可能是出于对动荡经济环境的谨慎考虑。紧随其后的是19%的回应者，他们报告称受到了显著的不利影响，正在努力应对进口成本上升和购买力下降的问题。相反，有11%的回应者强调了积极影响，包括出口导向型行业的利润率有所提高。此外，还有5%的回应者提到了有利因素，例如出口竞争力的增强。



人工智能战略：目标、影响评估、伦理管理、质量保证和创新文化

2023年第三季度调查显示，人工智能在Vistage会员中的应用尚未普及，只有33%的回应者在其业务中采用人工智能。已经采用人工智能的回应者中，41%的回应者表示他们致力于利用人工智能使重复性任务自动化并降低成本（基础级水平：18%）。20%侧重于提升客户体验和满意度（探索级水平：18%）。14%寻求利用人工智能开拓新产品和服务，获取竞争优势（进取级水平：19%）。25%旨在通过人工智能行动提高员工的工作效率和满意度（成熟级水平：45%）。

58%的回应者表示没有设定任何正式的人工智能指标或KPI（基础级水平：35%）。24%表示使用基本度量指标，例如准确性、速度和成本节约（探索级水平：28%）。10%报告使用高级度量指标，如投资回报率、客户保留率和收入增长（进取级水平：18%）。8%使用平衡计分卡方法，涵盖财务、客户、内部运营和学习等维度（成熟级水平：20%）。

调查显示，回应者采用各种方法来确保其AI解决方案的质量和可靠性。39%的回应者依赖于供应商或开发人员来对人工智能解决方案进行测试和验证（基础级水平：19%）。35%表示他们对部分数据样本或应用场景进行基本测试和验证（探索级水平：34%）。

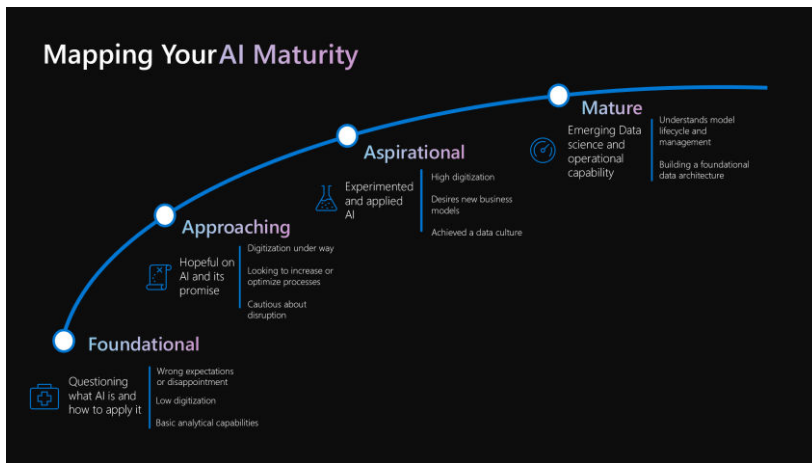
12%对各种数据样本和场景进行全面测试和验证（进取级水平：18%）。14%通过使用反馈回路和监测工具进行持续测试和验证（成熟级水平：28%）。

调查还探讨了回应者如何应对其AI解决方案的道德和社会影响。35%的回应者表示不考虑人工智能应用带来的伦理和社会影响（基础级水平：18%）。

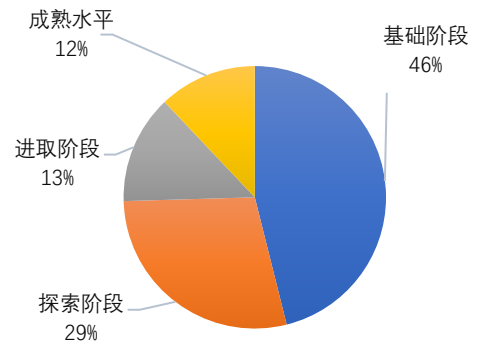
46%遵循一般性伦理指导原则（探索级水平：47%）。10%针对伦理和负责任的人工智能实施特定的政策和实践（进取级水平：15%）。9%积极与不同利益相关者和专家合作，以改进伦理和负责任的人工智能实践（成熟级水平：19%）。

值得注意的是，58%的回应者表示他们没有针对提升人工智能创新和学习的特定计划或项目（基础级水平：34%）。18%为员工提供人工智能基本培训和知识普及（探索级水平：21%）。

21%鼓励和支持员工通过人工智能项目和案例实验和学习（进取级水平：37%）。4%在其组织内围绕人工智能创建和培育实践社区与卓越中心（成熟级水平：8%）。这突显出了各组织为促进人工智能创新和学习的多样化方法，展示了对推进人工智能驱动型创新所持有的不同程度的承诺和参与度。



评估 Vistage 会员企业的人工智能成熟度



以马来西亚微软提供的“绘制您的人工智能成熟度”模型作为衡量 Vistage 会员企业人工智能成熟度水平的基础，调查数据显示，Vistage 会员企业在人工智能采用方面呈现出多样化的局面。调查显示，46% 的 Vistage 会员企业仍处于人工智能成熟度的基础阶段。少数 (12%) 的企业已经在人工智能能力方面达到了成熟水平。此外，13% 的企业处于进取阶段，显示出提升其人工智能能力的意愿，而 29% 的企业则处于探索阶段，正在将人工智能融入其业务运营中。

发挥 Vistage 的作用，助力企业人工智能转型

在企业踏上人工智能转型之旅的过程中，寻求 Vistage 的支持可以帮助他们驾驭复杂环境，将人工智能有效地整合到运营中。当 Vistage 询问企业希望得到怎样的支持时，受访企业表达了对以下几个关键领域的兴趣 59% 的回应者希望通过参与生成式人工智能网络研讨会来了解相关优势、应用案例和使用场景，深化对人工智能的理解。

621 名回应者表示他们希望获得实际操作体验，Vistage 可通过由讲师带队的工作坊提供量身定制的解决方案，这与 56% 的反馈意见相符。50% 的回应者渴望听到成功运用生成式人工智能的高层领导者的经验分享。

Vistage 可以邀请行业领袖分享他们的经历和见解，为企业成功实施人工智能提供实用的建议。26% 的回应者希望与技术提供商建立直接联系。通过将企业与值得信赖的技术合作伙伴联系起来，我们能够帮助他们构建契合自身组织特定需求的定制化人工智能解决方案。

关于《大马伟事达》和《大马经济研究院》

《大马伟事达》是《美国伟事达国际》的全资子公司，《伟事达国际》是全球中小企业总裁、企业主和关键管理人员最值得信赖的资源，帮助他们成为更好的领导者、做出更好的决策并取得更好的成果，同时提供无与伦比的机会以通过每月的同侪咨询小组会议、一对一的业务辅导、专家讲座以及遍布 35 个国家/地区、全球超过 45,000 名会员的广泛在线连接解决问题并提高绩效。

《大马伟事达》拥有超过 1,350 名会员，年营收合计达 90 亿令吉，并雇用超过 130,000 名员工。《伟事达》会员公司的平均增长速度是加入《伟事达》之前的 2.2 倍。2005 年第 4 季度，《大马伟事达》与《大马经济研究院》(MIER) 结成战略联盟，联合推出“总裁信心指数”。MIER 是一个独立、私营、非营利组织，致力于经济、金融和商业研究，并充当政府和私营部门的智库，通过对国家、地区以至全球经济问题深具重要性的课题提供客观和公正的见解。