

## 行業概覽

除非另有所指外，本節載有若干來自各種政府官方或公開信息來源及我們委託弗若斯特沙利文編製的行業研究報告的資料。我們相信該等信息來源為該等資料的適當來源，並在選取及轉載該等資料時已審慎行事。我們並無理由認為該等資料在任何重大方面失實或存在誤導成份，或當中遺漏任何事實致使其在任何重大方面失實或存在誤導成份。儘管我們在編製及轉載來自官方政府刊物的該等資料時已採取合理審慎的態度，我們、獨家保薦人、[編纂]或任何涉及上市之其他人士或彼等各自之董事、高級職員、僱員、顧問或代理並無對該等資料進行獨立核實，亦不對其準確性或完整性發表任何聲明。因此，不應過分依賴該等資料。

摘錄自弗若斯特沙利文的行業研究報告的資料反映了根據抽樣估計的市場狀況，並主要作為市場調查工具而編製。儘管獨家保薦人及我們的董事在轉載本文件所披露的市場數據時已採取合理審慎的態度，且並無理由認為及不認為本文件所載任何該等資料失實，我們的董事、獨家保薦人、[編纂]或任何涉及上市之其他人士或彼等各自之董事、高級職員、僱員、顧問或代理並無對該等資料進行獨立核實，亦不對其準確性或完整性發表任何聲明。因此，不應過分依賴該等資料。

### 資料來源

我們委託了獨立第三方弗若斯特沙利文就馬來西亞外包及呼出和派遣客戶聯絡服務行業編製行業研究報告，總費用為550,000港元。弗若斯特沙利文編製的報告不受我們的影響。不論能否成功上市或行業研究報告的結果如何，均須支付該款項。

弗若斯特沙利文是一間於1961年創立的獨立全球顧問公司，總部位於美國。其服務包括行業研究及市場策略，並提供發展顧問及企業培訓。弗若斯特沙利文的研究以一手及二手研究方式進行。一手研究涉及與行業領導者及行業專家討論行業地位。二手研究涉及查閱弗若斯特沙利文內部研究資料庫中的公司報告、獨立研究報告及數據。預測數據乃來自對歷史資料進行分析，參考宏觀經濟數據以及特定相關行業驅動因素。

弗若斯特沙利文認為資料來源可靠，原因為(i)採納馬來西亞多個部門的官方數據及公佈乃一般市場慣例；及(ii)訪談所得資料僅供參考，而行業研究報告的結果並非以該等訪談結果為依歸。弗若斯特沙利文在向行業研究報告所涵蓋區域的政府部門及機構以及私人客戶提供市場研究方面具備豐富往績記錄。

## 行業概覽

行業研究報告的分析基於以下假設，其中包括：(i)馬來西亞經濟於未來十年很可能維持穩步增長；(ii)馬來西亞的社會、經濟及政治環境於預測期內很可能維持穩定；及(iii)主要行業驅動因素於預測期內很可能推動市場。

摘錄自行業研究報告的部分資料亦在本文件「概要」、「風險因素」、「業務」及「財務資料」等節中提述。經採取合理審慎的態度後，我們的董事確認，自行業研究報告日期起，市場資料並無出現可能會限定、否定本節所載資料或對其造成影響的任何不利變動。

### 馬來西亞的宏觀經濟環境

#### 馬來西亞經濟

馬來西亞經濟自2010年以來不斷受惠於全球經濟逐步復甦。經濟結構重組及金融界進行改革亦使馬來西亞處於有利位置以改善其宏觀經濟基礎。私營部門主導的國內需求增長近年來仍是主要增長驅動因素。馬來西亞由2010年至2015年的實際國內生產總值維持穩定增長率介乎4.7%至6.0%。

隨著馬來西亞經濟高度開放及與國際金融體系整合的程度增加，馬來西亞經濟預計將穩健增長。馬來西亞亦採取措施以刺激國內消費，例如減低僱員公積金比例及低收入社群的個人所得稅。隨著經濟改革持續實施，預計馬來西亞由2015年至2020年的實際國內生產總值將按介乎4.4%至5.0%的增長率穩步增長。

#### 馬來西亞的全年家庭收入

隨著馬來西亞經濟日益發展及馬來西亞的人均年收入持續增長，全年家庭收入由2010年的51,922令吉增至約78,967令吉，複合年增長率約為8.7%。受就業持續增長、政府針對提高居民收入採取的措施支持所帶動，估計全年家庭收入於2020年前將達致約112,582令吉，由2015年至2020年的複合年增長率約為7.4%。

#### 馬來西亞的全年家庭開支

於2015年，馬來西亞的全年家庭開支已由2010年的28,991令吉增至約46,631令吉，複合年增長率約為10.0%。全年家庭開支於未來五年預計將繼續受工資增長及穩定就業狀況所支持。馬來西亞的人均年收入增長對馬來西亞人的購買力展現出正面影響。根據行業研究報告，預計馬來西亞的全年家庭開支將增加至2020年約67,224令吉，由2015年至2020年的複合年增長率約為7.6%。

## 行業概覽

### 馬來西亞金融與保險服務行業的市場規模

根據行業研究報告，作為東盟的主要金融中心，馬來西亞展現出強勁的財務及業務實力。就實際國內生產總值而言，馬來西亞金融與保險服務的市場規模已由2010年約615億令吉增至2015年約749億令吉，複合年增長率約為4.0%。市場規模增加主要是由於監管體系發展成熟及銀行體系資本雄厚。此外，由於投資氣氛轉好及壽險迅速擴展，預計馬來西亞金融與保險服務行業將由2015年約749億令吉維持增長至2020年約867億令吉，複合年增長率約為3.0%。另外，實施東盟經濟共同體及馬來西亞的國家消費者政策預計將進一步加強金融相關服務業務，包括馬來西亞的外包客戶聯絡服務行業。

### 馬來西亞的外包客戶聯絡服務行業

馬來西亞有兩種外包客戶聯絡中心，即(i)外包呼出客戶聯絡中心；及(ii)外包派遣客戶聯絡中心。外包客戶聯絡服務行業一般指將一間公司的客戶聯絡中心運作外判予第三方客戶聯絡服務供應商。

根據行業研究報告，馬來西亞外包客戶聯絡服務行業的總收入由2010年約1,154.0百萬令吉增至2015年約2,160.6百萬令吉，複合年增長率約為13.4%，主要受消費者的購買力並對優質客戶服務的需求增加而導致對外包客戶聯絡服務的需求增加所帶動。

亞太區外包客戶聯絡服務行業的主要市場包括印度、菲律賓、日本、中國、澳洲、韓國及馬來西亞。根據行業研究報告，於2015年就收入而言，馬來西亞在亞太區排名第七位。

### 馬來西亞外包客戶聯絡服務行業的勞工成本價格走勢

馬來西亞外包客戶聯絡服務行業的主要經營成本為電話營銷銷售代表的勞工成本。隨著人均收入日益增加及馬來西亞經濟迅速發展，馬來西亞的勞工每月平均工資已由2010年約1,816令吉增加至2015年約2,312令吉。

## 行業概覽

### 馬來西亞的外包呼出客戶聯絡服務行業

#### 概覽

外包呼出客戶聯絡服務指外判予第三方客戶聯絡服務供應商的電話營銷或市場研究活動。客戶聯絡服務供應商負責電話營銷或收集客戶資料，包括產品及業務推廣、服務廣告、產品銷售、資訊／數據收集、電話調查等。

根據外包呼出客戶聯絡服務模式，上游實體為因本身人力資源的限制或缺乏建立內部客戶聯絡中心的預算而尋求營銷解決方案的產品或服務供應商(如金融界的銀行及保險公司)，以直接聯絡潛在消費者並進行電話營銷推廣。外包呼出客戶聯絡服務供應商擔任中游替代電話營銷服務供應商，透過充當上游產品或服務供應商與下游潛在終端用戶之間的橋樑，使該等上游產品或服務供應商可外判其電話營銷業務。近年來，為了盡量減低經營成本及優化人力資源管理，馬來西亞有越來越多產品或服務供應商(包括金融機構及電信服務供應商)已將直銷外判予獨立客戶聯絡服務供應商。

若干該等上游產品或服務供應商自第三一擁有人挑選及購入合適潛在客戶名單及聯絡資料，以擴闊其客戶群及擴大其產品或服務的接觸面。該等第三方數據庫擁有人包括擁有大量客戶資料的銀行、信用卡公司及電信公司，彼等透過出售其大量客戶資料予該等上游產品或服務供應商以變現其價值。外包呼出聯絡服務供應商於提供其服務時就客戶(即上游產品或服務供應商)擁有或該等上游產品或服務供應商自第三方擁有人購入的數據庫依賴客戶。因此，該等第三方數據庫擁有人擔任上游產品或服務供應商的潛在客戶數據庫供應商，而該等第三方數據庫擁有人就使用數據庫向該等上游產品或服務供應商付款。

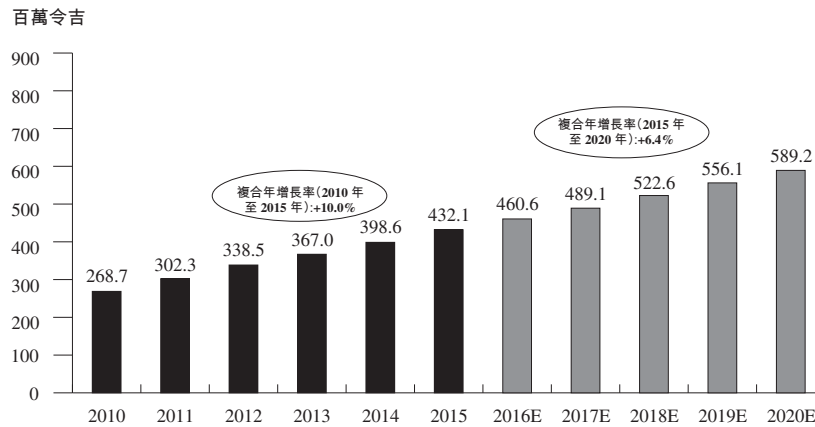
#### 馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業的市場規模

根據行業研究報告，馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業的總收入由2010年約268.7百萬令吉增至2015年約432.1百萬令吉，複合年增長率為10.0%。這受到金融與保險行業對電話營銷服務的需求蓬勃及個人收入和家庭購買力日益增加所帶動。市場規模預計按複合年增長率約6.4%增長，並增加至2020年約589.2百萬令吉，主要原因是馬

## 行業概覽

來西亞經濟穩步增長，帶動了上游行業的發展及增加對電話營銷服務的需求。下表載列馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業分別由2010年至2020年的總收入：

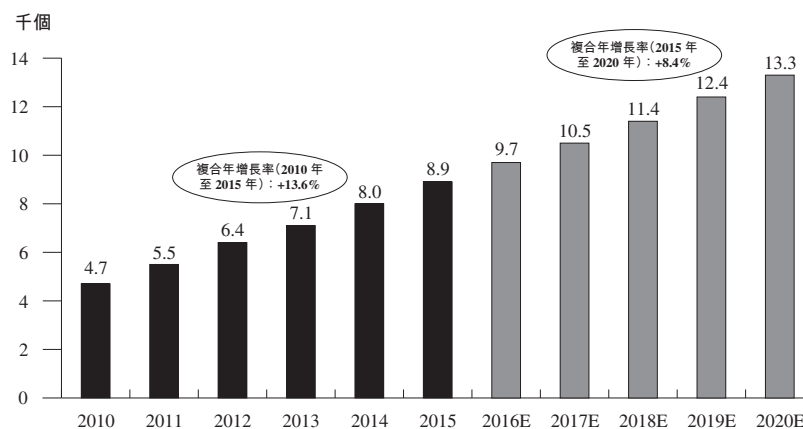
馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業的收入



資料來源：弗若斯特沙利文

馬來西亞外包呼出客戶聯絡中心服務行業的座席數量由2010年約4,700個座席按複合年增長計約13.6%增加至2015年約8,900個座席。有關增加與同期總收入增加相應。座席數量預計將於2020年增至約13,300個座席，由2015年至2020年的複合年增長率約為8.4%，乃由於就其產品銷售尋求外來支援的金融與保險行業迅速發展。下表載列馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業分別由2010年至2020年的座席數量：

馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業的座席數量



資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 競爭格局及入行門檻

於2015年，馬來西亞約有200間服務供應商提供外包呼出客戶聯絡服務。外包呼出客戶聯絡服務市場相對集中，於2015年就收入而言，五大外包呼出客戶聯絡服務供應商佔市場份額約70.4%。於2015年就收入而言，我們是第三大服務供應商，佔市場份額約16.0%。

下表載列馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業於2015年的五大服務供應商：

| 排名        | 公司 <sup>(附註)</sup> | 市場份額<br>(%)  |
|-----------|--------------------|--------------|
| 1         | 公司A                | 22.4         |
| 2         | 公司B                | 17.0         |
| 3         | 本集團                | 16.0         |
| 4         | 公司C                | 10.9         |
| 5         | 公司D                | 4.1          |
| 其他        |                    | 29.6         |
| <b>總計</b> |                    | <b>100.0</b> |

附註：

- (1) 公司A、公司B、公司C及公司D亦各自於馬來西亞提供派遣客戶聯絡服務。就2015年收入而言，公司A、公司B、公司C及公司D分別於馬來西亞派遣客戶聯絡服務行業排行第一、第二、第三及第五。
- (2) 所有五大服務供應商就其營運所用數據庫依賴其客戶，有關數據庫由該等客戶擁有或自第三方取得。

資料來源：弗若斯特沙利文

馬來西亞外包呼出服務行業的主要入行門檻包括(i)在上游客戶及下游消費者喜好方面的行業經驗不足；(ii)缺乏與資深服務供應商競爭的投資實力；及(iii)新入行者難以建立其行業聲譽，從而獲得客戶的業務。

### 本集團的競爭優勢

積極聯絡數據庫擁有人及潛在客戶。有意外包其電話營銷職能的金融產品擁有人或保險公司習慣上於覓得合適外包呼出聯絡服務供應商執行其電話營銷項目前從相關數據庫擁有人購入數據庫。根據該常規方法，呼出聯絡服務供應商通常被動等待及投標潛在客戶提供的項目，且對產品及項目管理規格的投入少或無。馬來西亞大部份呼出聯絡服務供應商採納該常規業務模式。本集團的主要競爭優勢及創新來自我們的

## 行業概覽

三邊業務策略，而非僅與身為產品擁有人的客戶工作，本集團專注於與數據庫擁有人工作，以協助彼等識別及聯絡潛在產品擁有人，從而創造商機使本集團擔任該等潛在產品擁有人的外包聯絡服務供應商。

**專於保險、銀行及金融界。**本集團為客戶提供廣泛服務的實力雄厚。特別是，本集團在保險、銀行及金融界累積了豐富的電話營銷和市場推廣經驗。大部分收入來自保險界以及銀行及金融界的客戶。

**經驗豐富及專業的管理團隊。**本集團在馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業累積了約九年經驗。我們的大部分高級管理團隊成員在保險公司擁有豐富經驗。我們的部分董事在電話營銷及／或保險公司擁有逾15年經驗，這使本集團日後能夠維持在良性發展軌道。

### 馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業的未來機遇

**數據分析支持。**在營銷決策中使用數據分析及用戶分析的意識越來越強。下游消費者的數據分析可改善電話營銷的成功率，因此，數據收集及分析的應用預計將是外包呼出客戶聯絡服務供應商的一個新興機遇。

**生活水平提升。**由於經濟迅速發展，馬來西亞消費者對優質產品或服務的需求預計將有所增加。這將為外包呼出客戶聯絡服務行業帶來更多機遇，原因是更多高端產品及服務可能就銷售及推廣尋求有效的營銷渠道。

### 馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業的增長驅動因素

**家庭開支日益增加。**馬來西亞政府已設定目標於2020年之前成為高收入國家。政府的努力不懈推動全年家庭開支由2010年約28,991令吉增長至2015年約46,631令吉，複合年增長率約為10.0%。受惠於家庭開支日益增加，上游產品及服務供應商對消費者相關營銷服務的需求顯著增加，如呼出客戶聯絡服務。家庭開支的上升趨勢估計將持續推動消費市場，繼而推動外包呼出客戶聯絡服務行業的持續增長。

**家庭收入增長。**馬來西亞的家庭收入於過去幾年亦強勁增長。馬來西亞的家庭收入由2010年約51,922令吉增加至2015年約78,967令吉，複合年增長率約為8.7%。家庭收入增長造成家庭開支近年來迅速增加。

## 行業概覽

**金融界的市場表現。**來自馬來西亞金融、保險及其他企業行業的大多數客戶依賴外包呼出客戶聯絡服務進行營銷推廣。金融及其他企業服務的市場表現近年來亦穩步發展。金融與保險服務行業的市場規模由2010年約615億令吉增加至2015年約749億令吉，並預期將於未來幾年維持穩定增長率。因此，預計外包呼出客戶聯絡服務行業將進一步發展及增長。

**改良系統技術。**電腦科學及互聯網的發展已向市場引入先進技術，如雲端客戶聯絡中心系統及多媒體客戶聯絡中心系統。此外，下游消費者的大數據分析可應用於掌握消費者的行為及習慣，從而採取更有效的電話營銷計劃。該等系統及技術的新發展通過更加用戶友好的界面及先進的呼叫功能，可改善電話營銷銷售代表提供呼出客戶聯絡服務的用戶體驗，從而提高了彼等效率及服務質量。連同該等新系統及技術的經營成本下降，提供外包呼出客戶聯絡服務預計未來將維持增長勢頭。

### 馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業面臨的威脅

**人力資源成本上升。**外包呼出客戶聯絡服務行業是一個勞動密集型的行業，需要大量人力資本。馬來西亞的勞工每月平均工資已由2010年約1,816令吉增加至2015年約2,312令吉。馬來西亞的勞工成本日益增加將降低服務供應商的利潤率。

**市場競爭激烈。**對外包呼出客戶聯絡服務的需求與日俱增增加市場上服務供應商的數量，加劇了市場競爭。這可能會導致利潤率下降及服務供應商可能透過建立夥伴關係與上游客戶合作。

### 馬來西亞外包呼出客戶聯絡服務行業的市場趨勢

**市場整合。**隨著對外包呼出客戶聯絡服務的需求與日俱增及電話營銷作為一種營銷工具日益普及，呼出客戶聯絡服務供應商已進行如兼併及收購等活動連同聘用更多員工和主動招攬更多潛在上游客戶，藉此擴大其服務能力。預計呼出客戶聯絡服務供應商亦將多元化發展其服務範圍，以包括提供市場調查服務、數據及資料收集等。因此，規模擴充及市場整合於不久將來可能成為市場趨勢。

**行業分部多元化。**外包呼出客戶聯絡服務供應商日後可能設立多個行業分部，如金融行業部及保險行業部，為不同上游客戶提供更多專門服務。每個行業分部將委派具相關行業知識的人士負責，藉著發揮彼等的專業知識，使服務供應商能夠為下游消費者提供更精確及技術性信息，繼而為上游客戶提供更有效的服務。



## 行業概覽

專業化服務不斷增加。外包呼出客戶聯絡服務供應商充當上游客戶與下游消費者之間的通信途徑，因此提供呼出客戶聯絡服務因技術創新及消費者行為轉變而需要專業化服務。根據行業研究報告，呼出客戶聯絡服務供應商有可能招聘更多能操多種語言或具豐富營銷經驗的優秀代理以及定期舉辦員工培訓等，務求提高市場競爭力。

### 馬來西亞的外包派遣客戶聯絡服務行業

#### 概覽

外包派遣客戶聯絡服務指外判予第三方客戶聯絡服務供應商的電話客戶服務，如客戶查詢、售後服務電話、產品及服務查詢。客戶聯絡服務供應商負責回應客戶查詢及關係維護。

根據外包派遣客戶聯絡服務模式，潛在或現有客戶不再就售後服務或資料查詢直接聯絡產品或服務供應商。外包派遣客戶聯絡服務供應商充當中介角色，代表產品或服務供應商按聽消費者的查詢電話以提供關係維護服務，例如提供解決方案或接獲消費者有關產品或服務的意見與投訴。因此，為了向現有及潛在客戶提供資料和協助，該等派遣客戶聯絡服務對產品及服務供應商維持客戶關係和提供售後服務為不可或缺。

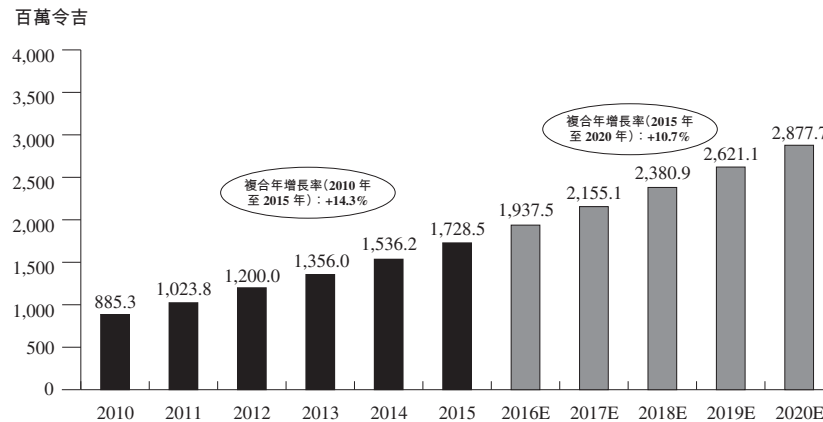
### 馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的市場規模

根據行業研究報告，馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的總收入由2010年約885.3百萬令吉增至2015年約1,728.5百萬令吉，複合年增長率為14.3%。這受到下游行業(如銀行、保險)及消費品行業的蓬勃發展所帶動。市場規模預計按複合年增長率約10.7%

## 行業概覽

增長，並增加至2020年約2,877.7百萬令吉，主要原因是馬來西亞經濟及家庭收入穩健增長，且生活水平提升帶來了更多客戶服務機遇。下表載列馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業分別由2010年至2020年的總收入：

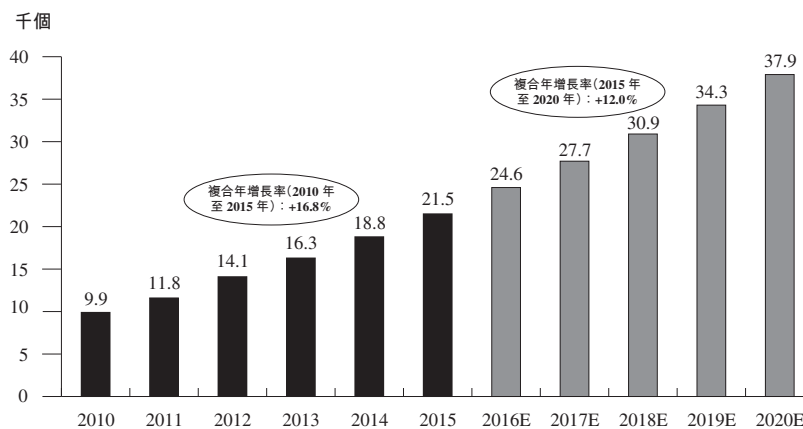
馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的收入



資料來源：弗若斯特沙利文

根據行業研究報告，馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的座席數量由2010年約9,900個座席按複合年增長率約16.8%增加至2015年約21,500個座席，從而滿足對外包派遣客戶聯絡服務與日俱增的需求。座席數量預計將於2020年增至約37,900個座席，由2015年至2020年的複合年增長率約為12.0%，乃由於馬來西亞的勞工成本相對較低致使馬來西亞相對更吸引尋求外判其派遣客戶聯絡中心的跨國公司。下表載列馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業分別由2010年至2020年的座席數量：

馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的座席數量



資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 競爭格局及入行門檻

於2015年，馬來西亞約有200間服務供應商提供外包派遣客戶聯絡服務。外包派遣客戶聯絡服務市場相對集中，於2015年就收入而言，五大外包派遣客戶聯絡服務供應商佔市場份額約43.8%。

下表載列馬來西亞外包派遣聯絡服務行業於2015年的五大服務供應商：

| 排名 | 公司 <sup>(附註)</sup> | 市場份額<br>(%)         |
|----|--------------------|---------------------|
| 1  | 公司A                | 16.8                |
| 2  | 公司B                | 12.7                |
| 3  | 公司C                | 8.2                 |
| 4  | 公司E                | 3.1                 |
| 5  | 公司D                | 3.0                 |
| 其他 |                    | <u>56.2</u>         |
| 總計 |                    | <u><u>100.0</u></u> |

附註：就2015年收入而言，公司A、公司B、公司C及公司D各自分別於馬來西亞呼出客戶聯絡服務行業排行第一、第二、第四及第五。

資料來源：弗若斯特沙利文

馬來西亞外包派遣服務行業的主要入行門檻包括(i)缺乏訓練有素及穩定的勞動力；(ii)缺乏與現有服務供應商競爭的投資實力；及(iii)由於現有服務供應商與客戶之間存在長期合作關係，新入行者難以建立客戶群。

### 馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的未來機遇

**具成本效益的服務解決方案。**與建立內部客戶聯絡中心相比，外包派遣客戶聯絡中心對產品及服務供應商而言更具成本效益和易於管理。因此，預期未來將有越來越多產品及服務供應商外判派遣客戶聯絡中心，以管理客戶關係及售後服務。

**定制服務範圍。**馬來西亞有越來越多產品及服務供應商日後可能尋求定制派遣客戶聯絡服務，並將提供予特定終端用戶群。這可能為擁有多國語言服務能力及專業代理團隊的外包派遣客戶聯絡服務供應商帶來更多商機。

## 行業概覽

### 馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的增長驅動因素

居民的消費力日益增加。馬來西亞的家庭開支及收入由2010年至2015年分別按複合年增長率約10.0%及8.7%增長。消費力日益增加刺激國內消費，亦衍生對更佳售後服務和針對若干產品及服務的其他信息查詢服務的需求，這與外包派遣客戶聯絡中心的服務範圍息息相關。擁有較高消費力的人士能夠於應付基本開支後作出自由消費及購買，從而增加在保險範圍及相關查詢以及客戶服務方面的支出。因此，馬來西亞居民的消費力日益增加預期將促進馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的發展。

生活水平提升。人均收入增加提高了馬來西亞的生活水平、消費者對獲得更優質產品和服務的需求及期望。產品及服務供應商必須追貼消費潮流以維持其客戶群。因此，外包派遣客戶聯絡服務供應商充當消費者與產品及服務供應者之間的通信途徑。這繼而增加對外包派遣客戶聯絡服務的需求。

馬來西亞的語言種類繁多。馬來西亞是一個獨特的多種族國家，廣泛使用馬來語、英語、華語及印度語。語言種類繁多是一個重要驅動因素，促使越來越多跨國產品及服務供應商外判其派遣客戶聯絡中心予馬來西亞的客戶聯絡服務供應商。

改良系統技術。外包派遣客戶聯絡服務行業是一個勞動密集型的行業，旨在提供優質服務。先進的客戶聯絡中心系統亦有助外包派遣客戶聯絡服務行業的發展，乃由於系統的新發展增強了終端用戶及彼等呼叫應答者之間的互動和溝通。例如，呼叫轉駁系統是一種電話轉接系統，可自動將呼叫轉駁至另一有效呼叫應答者，以縮短呼叫等候時長。新系統(包括電話轉駁系統、自動應答系統、電話輪候系統)解決了地域限制、改善營運效率並改善派遣客戶聯絡服務來電者的用戶體驗。運用該等經加強的系統技術將使外包派遣客戶聯絡服務供應商能夠以更高效率及相對較低成本提供派遣客戶聯絡服務，從而吸引潛在客戶外包其派遣客戶聯絡服務。

### 馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業面臨的威脅

員工流動性高。派遣客戶聯絡服務行業需要代理恒常而不間斷的服務運作，這通常為僱員帶來沉重的工作壓力和緊張，導致員工流動性高。員工流動性高及僱員的壓力管理對於主要依賴其僱員提供服務的派遣客戶聯絡中心仍然是一大挑戰。

競爭。馬來西亞有幾百間缺乏經驗豐富的營運團隊的小型服務供應商，因此提供劣質服務。有關競爭可能對行業聲譽造成不利影響，亦對派遣客戶聯絡服務行業的其他服務供應商構成威脅。

## 行業概覽

### 馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務行業的市場趨勢

**國際業務拓展。**語言種類繁多在提供外包派遣客戶聯絡服務方面給予馬來西亞一種無法比擬的優勢。因此，馬來西亞的派遣客戶聯絡中心不僅獲當地企業外判，亦獲國際實體外判的現象日益普及。有關國際業務拓展預期將成為馬來西亞外包派遣客戶聯絡服務供應商的潛在發展。

**技術創新。**實施創新電信技術(如代理與實際環境之間智能路由、與客戶進行自動化互動)連同其他技術創新逐漸被廣泛使用在客戶聯絡服務行業，容許與消費者有效互動。該等措施有效改善用戶體驗，並優化派遣客戶聯絡中心的營運管理。因此，技術升級日後很可能成為重要趨勢。