

2023年人工智能发展现状： 生成式AI的突破之年

如今，生成式AI工具遍地开花，各组织均在快速部署；麦肯锡调查的受访者们预计，该技术将对自己所在行业及就业产生重大影响。

Michael Chui, Eric Hazan, Lareina Yee, Bryce Hall, Alex Singla
和Alexander Sukharevsky

麦肯锡针对人工智能发展现状的最新年度全球调研结果证实，生成式人工智能（简称GenAI）工具已出现爆炸式增长。许多此类工具至今推出尚不满一年，但已有1/3的受访者表示，其所在组织会在至少一项业务职能中经常使用GenAI。随着这些最新进展，人工智能已经从一个技术话题上升为企业领导的关注焦点：近1/4受访高管表示，他们会在工作中使用GenAI工具；而在已应用人工智能的企业中，有超过1/4的受访者表示GenAI已被列入董事会议程。此外，40%的受访者表示，其所在组织将会因GenAI的最新进展而增加对人工智能的整体投入。调查结果表明，GenAI相关风险管理仍处于早期阶段：即便是针对受访者眼中最常见的不准确问题，也只有不到一半受访者表示，所在企业正在采取措施降低风险。

原本已在自身系统内嵌入人工智能能力的组织，也在积极探索GenAI的潜力；而那些最看好传统AI价值潜力的组织（我们称之为人工智能高绩效组织）在GenAI工具应用上同样当仁不让，走在了其他企业前面¹。

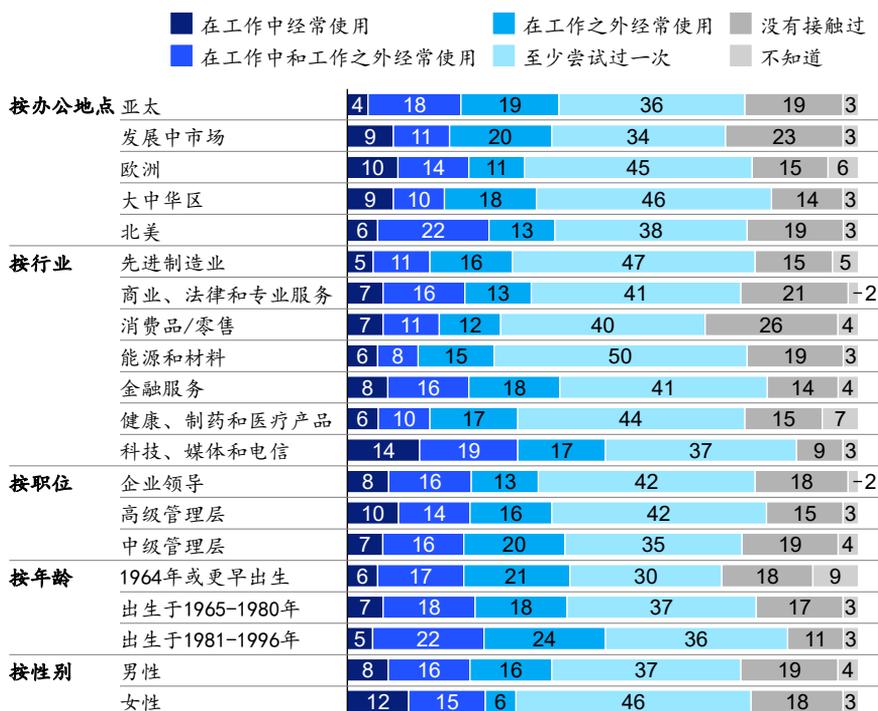
受访者们预测，GenAI将对业务产生巨大影响，组织的员工状况也将发生较大改变。他们预计某些领域会减员，而且为应对人才需求变化，企业需要开展大规模技能再培训。不过，虽然GenAI应用有可能促使企业增加对其他人工智能工具的采用，但我们发现，组织对其他技术工具的采用几乎并无实质性增加。2022年以来，采用人工智能工具的组织占比一直保持稳定，而且人工智能应用也仅集中在少数几项业务职能上。

尽管仍在早期阶段，但GenAI的应用已相当普遍

这项调查于2023年4月中旬进行，调查结果表明，尽管GenAI进入公众视野并不久，但对这些工具的尝试性应用已经相当普遍，受访者

们预计这些新能力将改变其所在行业（见图1）。GenAI已引起商界人士的兴趣：受访者不分地区、行业和资历等级，人人都在工作中和工作之外尝试使用GenAI。79%的受访者表示，他们至少在工作中或工作之外接触过GenAI。22%的受访者表示，他们会在工作中经常使用GenAI。不同资历受访者的GenAI使用率非常相似，而从行业和地区来看，技术行业和北美地区受访者的GenAI使用率最高。

图1:各地区、行业和资历级别的受访者表示，他们已经在使用生成式人工智能工具。



备注：由于四舍五入，各项数据加总后不一定等于100%。亚太地区受访人数 = 164；欧洲 = 515；北美 = 392；大中华区（包括香港和台湾）= 337；发展中国市场（包括印度、拉丁美洲、中东和北非）= 276。先进制造业（包括汽车和装配、航空航天和国防、先进电子和半导体）受访人数 = 96；商业、法律和专业服务 = 215；消费品和零售业 = 128；能源和材料 = 96；金融服务 = 248；健康、制药和医疗产品 = 130；科技、媒体和电信 = 244。企业领导受访人数 = 541；高级管理层 = 437；中层管理层 = 339。1964年或更早出生的受访者人数 = 143；1965年-1980年出生的受访者 = 268；1981年-1996年出生的受访者 = 80。不是所有受访者都提供了年龄信息。男性受访者人数 = 1025；女性受访者人数 = 156。调查样本还包括选择“非二元性别”或“其他”的受访者，但数量不多，不具有统计意义。

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查，1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行

组织层面上，GenAI的应用现在也十分普及。1/3的受访者表示，他们所在的组织至少在一个职能中经常使用GenAI，在已经应用AI的组织中，有60%都在使用GenAI。更重要的是，在已采用人工智能的组织中，有40%都表示由于GenAI的巨大潜力，他们的公司预期将增大对人工智能的投入，28%的企业表示GenAI的应用已被列入董事会议程。从应用AI技术的业务职能来看，新工具与人工智能的整体应用状况相同，应用最多的职能部门都是营销和销售、产品服务开发以及客户服务和后台支持等服务运营部门（见图2）。这表明企业正将这些新工具部署到价值潜力最大的地方。在我们之前的研究中，上述3个职能领域，再加上软件工程，可实现GenAI用例全年总价值的75%左右。

图2：生成式AI工具最常见的用途是营销和销售、产品服务开发以及服务运营。

表示其组织在相应职能中经常使用GenAI的受访者占比（%）¹



各职能的GenAI常见用例，受访者占比%

营销和销售	产品和/或服务开发	服务运营
起草文本初稿	识别客户需求趋势	采用聊天机器人（如用于客户服务）
9	7	6
个性化营销	起草技术文件	预测服务趋势或异常情况
8	5	5
总结文本文档	设计新产品	起草文件初稿
8	4	5

1. 问题仅针对表示其企业已至少在一个职能中采纳人工智能技术的受访者。显示数据已经过调整，以代表所有受访者。

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查，1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行

麦肯锡评论



Alex Singla

全球资深董事合伙人, QuantumBlack, AI by McKinsey
全球负责人

有关GenAI讨论愈发成就在几个月前, 高管之间的对话还相当初级, 主要是理解它是什么, 看看哪些是炒作, 哪些是现实。现在, 短短6个月过后, 商界领袖们已经在讨论更加复杂的问题了。从调查结果中我们看到, 有近1/3的公司在至少一个业务职能中使用GenAI。这凸显出企业对“GenAI在商界可行”这一看法的理解和接受程度。

接下来问题将是, 企业该如何采取下一步行动, 以及GenAI的发展轨迹是否会与我们在更广泛的人工智能领域观察到的模式相同, 即采用率稳定在50%左右。我们从数据中看到, 在GenAI发展潜力的鼓舞下, 已经使用人工智能的企业中有近一半企业计划增加对人工智能的投入, 部分原因是他们认识到, 企业需要具备更广泛的能力才能充分利用GenAI。

若要迈出下一步, 将GenAI从实验性工具转变为商业引擎, 运用它为企业实现丰厚的投资回报, 则要先解决一大批问题。这些问题包括: 确定GenAI在组织中有哪些具体机会、治理和运营模式应该是什么、如何最好地管理第三方(例如云和大语言模型提供商)、需要具备哪些条件才能有效管理各种风险, 并理解该技术对人员和技术栈的影响, 清楚如何在实现短期收益与奠定大规模应用所需的长期基础之间找到平衡。这些问题都很复杂, 但它们是释放真正重要价值的关键。

在当前这一早期阶段，人们对GenAI未来影响的预期很高：3/4的受访者预计GenAI将在未来3年内对其所在行业的竞争性质产生重大或颠覆性影响。技术和金融服务行业的受访者预期GenAI将产生颠覆性影响的比例最高。我们之前的研究表明，虽然所有行业都会受到一定程度的冲击，但受影响程度会有所不同²。最依赖知识工作的行业可能会受到较大影响，也因此有望收获较多价值。我们的估算显示，毫无意外，科技公司受到GenAI的影响最大——价值潜力相当于行业全球收入的9%；但除此之外，银行业（价值潜力可达5%）、制药和医疗产品（增值同样可达5%）和教育（可达4%）等基于知识的行业，也会受到重大影响。相比之下，航空航天、汽车和先进电子等制造业受到的颠覆性影响可能较小。这与之前对制造业影响最大的技术浪潮形成鲜明对比，出现这一局面是因为，GenAI的优势在于基于语言的活动，而非那些需要体力劳动的活动。

调查结果显示，许多组织尚未着手解决来自GenAI的潜在风险

根据调查，几乎没有企业已为GenAI的广泛使用做好了充分准备——或者说，企业并没有准备好应对这些工具可能带来的商业风险（见图3）。在已采用人工智能的企业受访者中，只有21%的人表示，企业已制定相关政策，规范员工工作中的GenAI技术使用行为。在被问及GenAI的具体应用风险问题时，针对最常被提及的GenAI的风险（即不准确问题），很少有受访者表示他们的公司已有风险防范措施到位。受访者提及不准确问题的频率高于网络安全和监管合规，后两项是之前调查显示的整体人工智能技术最常见风险。只有32%的受访者表示正在着手应对不准确问题，这一比例低于网络安全风险的应对比例（38%）。有趣的是，网络安全的应对比例明显低于去年调查中的相关数字，去年提及正采取措施应对人工智能相关网络安全风险的受访者比例为51%。总体而言，正如我们前几年所看到的那样，大多数受访者表示他们的组织并未着手解决人工智能相关风险。

麦肯锡评论



Alexander Sukharevsky

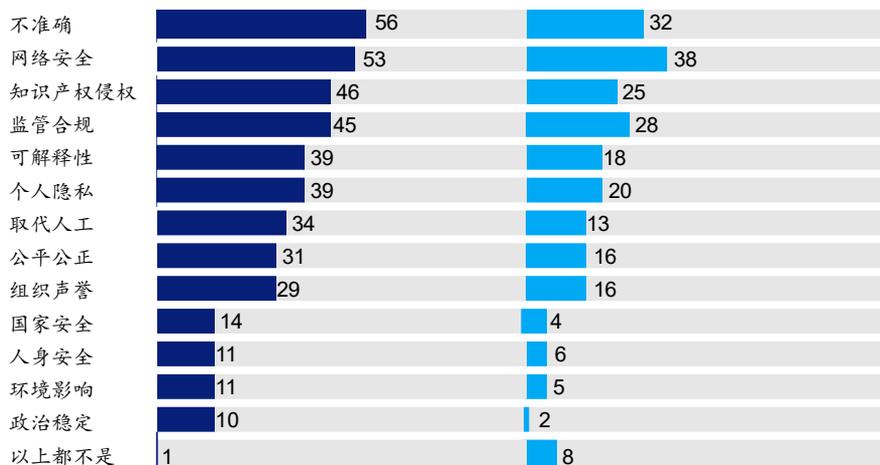
全球资深董事合伙人, QuantumBlack, AI by McKinsey
全球负责人

大家都知道GenAI有风险。但同时,普遍存在的焦虑和害怕使企业领导难以有效应对这些风险。我们最新的调查结果显示,只有略多于20%的公司制定了生成式AI相关风险防范政策。这些政策往往侧重于保护公司的数据、知识和其他知识产权等专有信息。这些当然很重要,但我们发现,许多风险可以通过改变反映既定政策的业务技术架构来解决。

然而,真正的问题在于企业对风险的看法过于狭隘。企业还需要关注一系列重大风险,包括社会风险、人道主义风险、可持续性风险。事实上,与一些人想象的世界末日场景相比,GenAI那些意想不到的后果更有可能给世界带来问题和麻烦。以最具建设性的方式接触GenAI的企业正在尝试应用这项技术,同时制定结构化流程来识别和解决更广泛的风险。这些企业会部署测试版用户,并设置专门团队,预判GenAI应用可能的脱轨之处,从而更好地预测某些不良后果。这些企业还与业内最优秀、最具创造力的人才合作,确定什么是对组织和整个社会而言都最有益的结果。对于可能出现的新风险以及新机遇进行全盘、结构化的深入思考,理解其本质,这对于促成GenAI以负责任的方式实现增长、有效提升生产效率至关重要。

图3：不准确、网络安全和知识产权侵权是生成式AI应用中最常被提及的风险。

企业认为重要且正在着手解决的生成式AI相关风险，受访者占比（%）¹



1. 仅对表示其所在企业已在至少一个职能采纳AI技术的受访者提问。上述两组受访者人数均为913。

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查，1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行

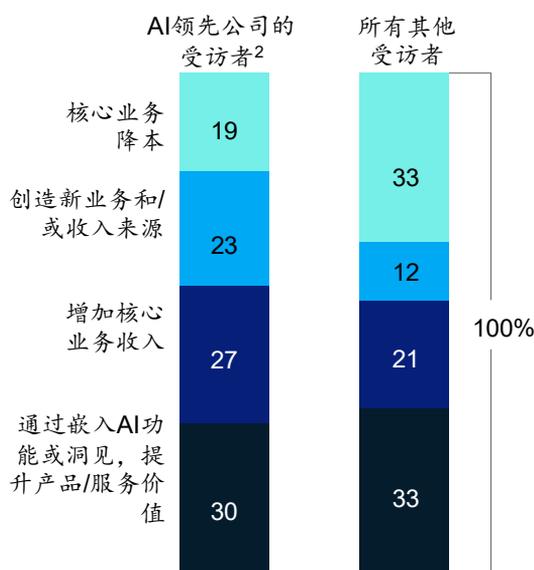
AI领域的领先企业已在GenAI应用上抢先一步

调查结果显示，人工智能高绩效企业（即据受访者披露，2022年至少20%的息税前利润源自人工智能应用的组织）正全力投入包括GenAI和较传统人工智能在内的所有人工智能能力。这些早先就已从人工智能中获得巨大价值的组织，在GenAI应用方面也已经比其他组织领先一步，这些企业会在更多职能领域应用GenAI，特别是在产品和服务开发、及风险和供应链管理方面。放眼所有人工智能能力（包括较传统的机器学习、机器人流程自动化和聊天机器人），人工智能高绩效企业比其他企业在产品和服务开发上都有较多应用；这些企业利用人工智能来优化产品开发周期，为现有产品添加新功能，以及创建新的基于人工智能的产品等。此外，这些企业在风险模拟和人力资源领域（例如绩效管理、组织设计和劳动力部署优化）也会更多使用人工智能。

还有一个不同于其他企业的方面是：高绩效企业的人工智能活动更少以降本为目标，而其他组织会将降本视为首要任务（见图4）。就来自人工智能高绩效企业的受访者而言，他们表示GenAI的首要目标是创造全新业务或收入来源的可能性是其他人的两倍，而且他们最有可能提到基于人工智能的新功能提高了现有产品的价值。

图4：来自人工智能高绩效企业的受访者将降本视为生成式AI首要目标的比例较低。

组织GenAI活动的首要目标，
受访者占比（%）¹



备注：由于四舍五入，各项数据加总后不一定等于100%。

1. 仅对表示其所在企业已至少在一个职能采纳AI技术的受访者提问。

2. 表示其组织2022年至少有20%的息税前利润源自AI应用的受访者。人工智能高绩效企业受访者人数 = 45；所有其他受访者人数 = 712。

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查，1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行

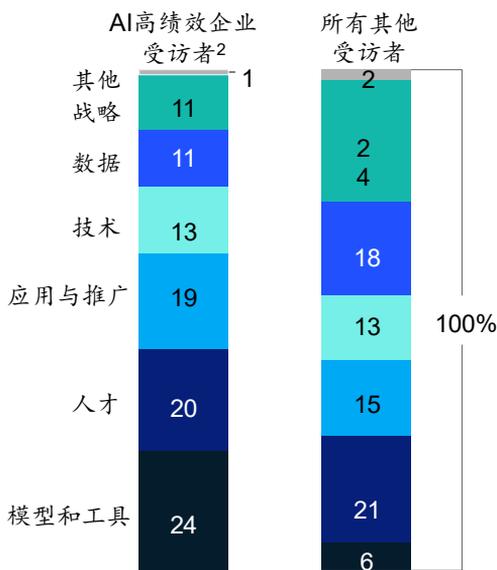
正如我们前几年所见，这些高绩效组织在人工智能方面的投资远多于其他组织：来自人工智能高绩效组织的受访者更有可能（可能性是其他受访者的五倍以上）表示，他们将超过20%的数字预算用于人工智能。这些组织内部也更广泛地使用人工智能能力。来自高绩效企业的受访者比其他人更有可能表示，他们的组织已在4个或

更多业务职能中采用了人工智能，并且他们在工作流程中嵌入的人工智能能力数也较多。例如，来自高绩效企业的受访者更常表示，除了GenAI和相关的自然语言能力之外，他们还将知识图谱嵌入到至少一种产品或业务职能流程中。

虽然人工智能高绩效企业也面临获取人工智能价值方面的挑战，但调查结果表明，他们所面临的困难反映出其在人工智能应用方面相对成熟，而其他企业面对的则是人工智能采用方面更基础的战略性问题（见图5）。人工智能高绩效企业的受访者最常提到的最大挑战在于模型和工具（如在生产中监控模型性能、以及需要随着时间推移重新训练模型）。相比之下，其他受访者提到的则是战略问题，例如设定明确的人工智能愿景并与业务价值挂钩，或寻求足够的资源支持。

图5:模型和工具是领先企业面临的最大AI挑战，其他企业则更多被战略难题所困。

实现人工智能潜力价值的最大挑战，
在受访者中占比（%）¹



注：由于四舍五入，各项数据加总后不一定等于100%。

1. 该问题仅针对表明自己所在组织某一职能领域已采用人工智能技术的受访者。

2. 表示其组织2022年至少有20%的息税前利润源自AI应用的受访者。AI高绩效企业受访者人数 = 49；其他受访者人数 = 792。

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查的1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行



麦肯锡评论

Bryce Hall

全球副董事合伙人

过去6年，我们每年开展一次全球人工智能研究，每次都能得出一个相同的结论——领先企业通常会从更广阔的视角出发，权衡考量成功必备的要素。领先企业格外善于聚焦价值，并有针对性地调整组织架构，成功捕捉价值。观察领先企业运用GenAI技术的方式，可以清晰地看到上述规律。

例如，就战略而言，我们分析中的领先企业会梳理各个业务领域，寻找人工智能创造高价值的机会。值得注意的是，他们不仅仅是在应用GenAI时这么做。虽然炙手可热的GenAI新技术让人心动，但其实AI应用中有远超过半数的潜在价值来自非GenAI技术。领先企业往往会秉持审慎态度，根据潜在价值全面评估人工智能领域的机会。

这样的方法适用于所有能力相关领域。以技术和数据为例，领先企业会精准识别捕捉目标价值所需的能力，包括运用公司和行业数据训练大型语言模型的能力。目前存在两条路线，一是直接采用现有的人工智能服务（即所谓的“接受者”方式），二是通过诸如调整并训练模型、使其能够运用内部自有数据的方式，培养自身能力，打造竞争优势（即所谓的“创造者”方式）。领先企业会对这两者的效果和效率进行评估和测试。

调研结果进一步验证了我们的结论：在诸如机器学习运维（MLOps）法等人工智能技术的应用方面，即使是人工智能高绩效企业也尚未达到最佳实践水平，不过它们更有潜力做到这一点。例如，来自人工智能高绩效企业的受访者中，仅35%表示其所在组织会尽量选择整合现有模块，而非重新创造；不过，这已远高于19%这一其他企业受访者回复的比例。

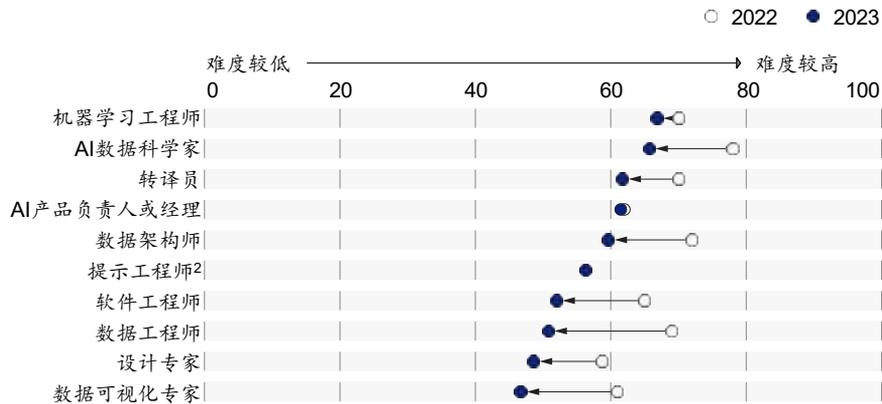
目前，为落地一些更具转型意义的AI用例，并尽可能保证过程中的安全，亟需大量的专业MLOps技术和实践经验。其中包括实时模型运行，即通过检测系统和即时预警，快速解决问题，保证GenAI系统始终处于管控之下。虽然领先企业在这一方面表现突出，但仍有进步空间：来自AI高绩效企业的受访者中，有1/4表示所在企业会全面监控所有系统，并已配备即时预警机制，而其他企业中，仅12%能够做到这一点。

人工智能相关人才需求已发生变化，人工智能技术或将给劳动力带来巨大影响

我们的最新调研结果表明，企业为支持人工智能目标而需要的人才岗位已发生变化（见图6）。过去一年，应用人工智能技术的企业招募最多的岗位是数据工程师、机器学习工程师和AI数据科学家，这些都是上一次调研中受访者普遍提及的岗位。不过，招募AI相关软件工程师（去年最热门的招聘岗位）的受访企业占比大大缩小，比例由上一次调研的39%降至28%。随着GenAI技术的应用，对相关技能的需求也在增加，提示工程等新兴领域的岗位悄然兴起，采用人工智能技术的企业中，7%的受访者表示在过去一年里招募了提示工程领域的人才。

图6:人工智能相关岗位招聘仍然很难, 不过受访者反映许多岗位的招聘难度在2022年后有所下降。

表示其所在组织面临人工智能相关岗位招聘难题的受访者占比 (%) ¹



1. 该问题仅针对表明自己所在组织某一职能领域已采用人工智能技术、且过去12个月招聘相关岗位的受访者。未展示回复“简单”、“不简单也不难”或“不知道”的受访者。

2. 2022年末询问受访者。

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查的1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行

研究结果还显示，招募人工智能相关人才依然很难，不过，过去一年的情况多少有所好转，这与2022年底到2023年上半年科技公司的裁员潮可能有关。同时，反映很难招到AI数据科学家、数据工程师和数据可视化专家的受访企业较上一次调查有所减少，而机器学习工程师和AI产品负责人的招募工作难度仍然较大，与去年基本一致。

受访者预测，未来3年，人工智能技术将重塑许多工作岗位（见图7）。整体而言，受访者预计会有更多员工转换技能，而非离职。已应用AI企业的近4成受访者预计，企业将有超过20%的成员经历技能重塑，而8%的受访者认为组织规模将缩减20%以上。

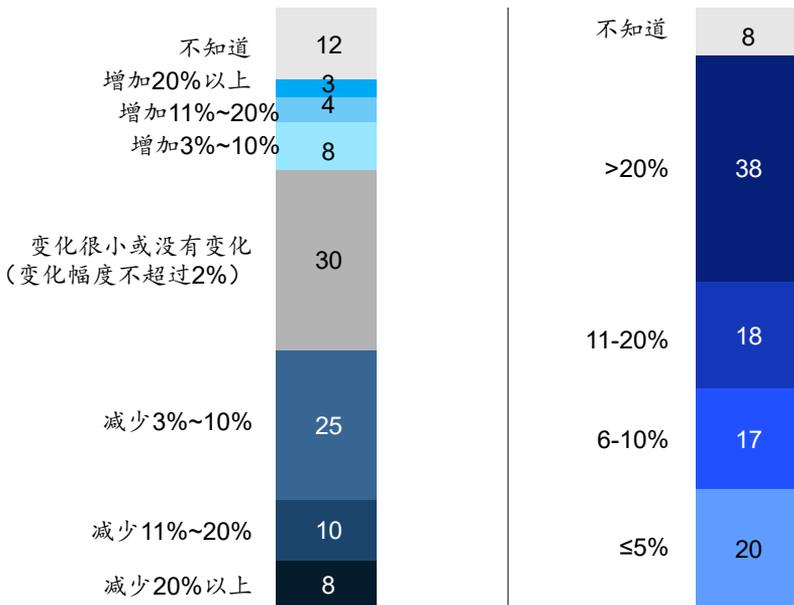
具体到各职能部门可能受到的GenAI冲击，服务运营是唯一一个大多数受访者均认为员工数会减少的职能部门（见图8）。这与我们近期的研究成果基本一致，即虽然GenAI技术会进一步提高我们所估算的可自动化工作内容的占比（由50%升至60%~70%），但这并不代表相关岗位的全部工作可以完全实现自动化。

图7:受访者预计人工智能将对企业的员工队伍有重大影响

对未来3年应用人工智能技术对企业员工队伍所产生影响的预期，受访者占比 (%) ¹

员工数量变化

将重塑技能的员工占比



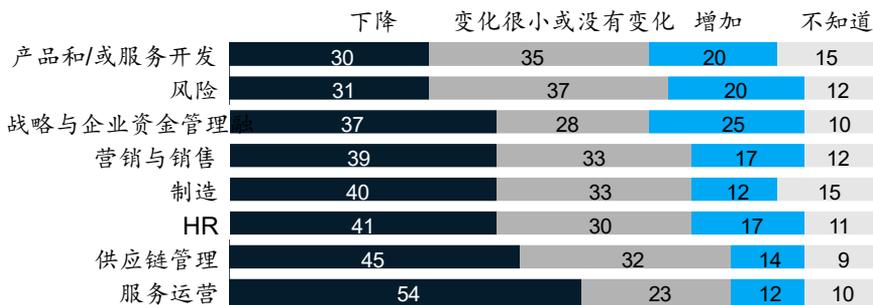
注：由于四舍五入，各项数据加总后不一定等于100%

1. 仅对表示其所在企业已至少在一个职能采纳AI技术的受访者提问，受访者人数 = 913

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查的1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行

图8:服务运营是唯一一个大多数受访者都认为会因生成式AI而缩减规模的职能部门。

未来3年生成式AI对员工数量的影响，按业务职能划分，受访者占比 (%) ¹



注：由于四舍五入，各项数据加总后不一定等于100%

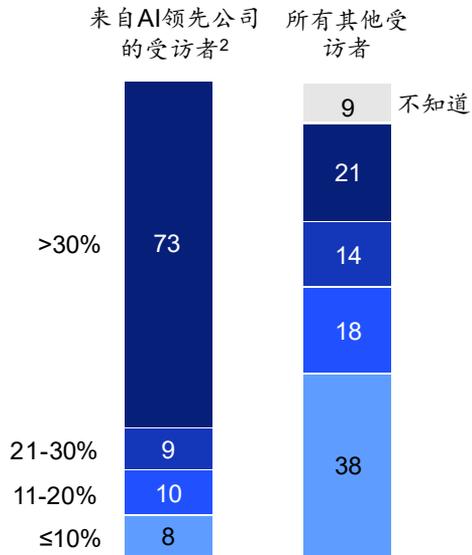
1. 该问题仅针对表明自己所在组织某一职能领域已采用人工智能技术的受访者

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查的1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行

AI领先公司重塑员工技能的力度预计将超过其他企业（见图9）。在表示所在企业未来3年会重塑30%以上员工技能的受访者中，来自AI领先公司的受访者人数是其他企业的3倍。

图9:来自AI领先公司的受访者所预计的企业重塑员工技能的力度大于其他公司。

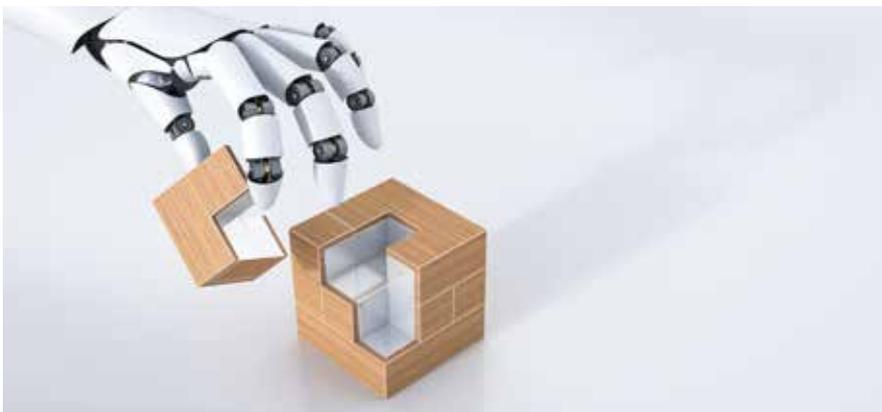
预计应用人工智能后公司未来3年需要重塑技能的员工比例，受访者占比（%）¹



1. 该问题仅针对表明自己所在组织某一职能领域已采用人工智能技术的受访者

2. 表示其组织2022年至少有20%的息税前利润源自AI应用的受访者。来自AI领先企业的受访者人数 = 50；所有其他受访者人数 = 863

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查的1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行





麦肯锡评论

Lareina Yee

麦肯锡全球资深董事合伙人；麦肯锡技术委员会主席

GenAI技术初试锋芒，企业就已经在预见该技术将对人才队伍产生的巨大影响，包括开放新的工作机会，改变工作方式，乃至引入提示工程等全新的岗位类型。GenAI技术可用于辅助几乎所有工作岗位，这既是它的优势，也是它最大的挑战。

传统AI技术虽然重要，但影响到的员工范围较小，仅针对在机器学习、数据科学或机器人领域拥有深厚技能积累的人才，这一点与GenAI技术存在显著差异。传统AI技术人才的专业化程度较高，因此在市场中总是一才难求。我们的调研结果也凸显出相关岗位的招聘难度。而反观GenAI技术，虽然开发大型语言模型、训练生成式模型等工作，对从业者技能的要求依然很高，但几乎人人都可以使用这一技术，用户不需要任何数据科学专业背景或机器学习专业知识，就能有效地利用GenAI技术完成工作。这有些像是从主机电脑到个人电脑的发展，前者只有技术专家才能操作，而个人电脑人人皆可掌握。这是一次颠覆性转变，技术成了人人可用的强大工具。

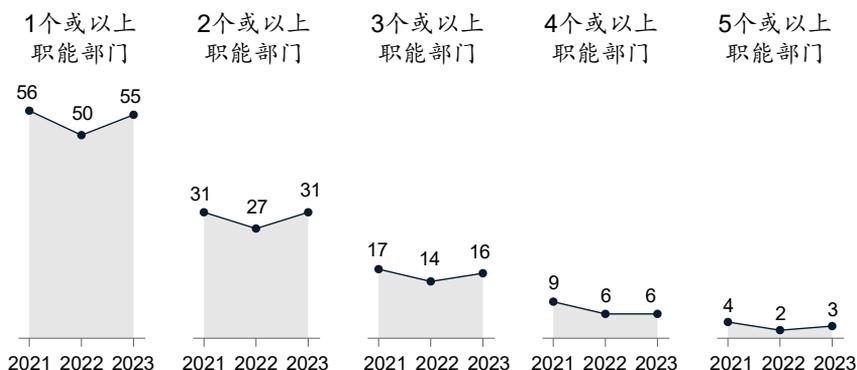
以GenAI为工具的观点在我们的调查中也有所体现。大多数情况下，企业都将GenAI技术看作是强化人工工作的工具，而非人工的替代品。目前，我们看到很多公司都在不断探索GenAI技术，重点关注最有可能有效提升营收或生产效率的实用领域，如利用GenAI工具更新遗留代码，或缩短科学研究和探索的周期。上述列举的种种只是GenAI技术的冰山一角，预计未来相关应用的落地速度会显著提升。

虽然GenAI技术备受瞩目，但普及率和影响范围依然有限

虽然GenAI工具的应用正在快速普及，但调研数据表明，企业整体的AI技术普及率并未因为这些新工具而显著提升（见图10）。采用人工智能技术的公司比例依然止步不前，目前为止，55%的受访企业表示已采用相关技术。表示所在企业已在1个以上职能部门采用人工智能技术的受访者比例不足1/3，这表明AI应用范围依然较为有限。根据受访者的回答，应用人工智能技术最多的职能部门是产品和服务开发及服务运营，这与此前4次调研的结果一致。仅23%的受访者称，去年息税前利润中有至少5%来自人工智能技术的应用，比例与上一次调查基本相同，表明价值挖掘潜力依然较大。

图10:不足1/3的受访者表示，所在企业已经1个以上职能部门采用人工智能技术——该数字在2021年后几乎没有变化。

受访者所在组织应用人工智能技术的业务部门数，受访者占比 (%)¹



1. In 2021, n = 1843; in 2022, n = 1492; in 2023, n = 1684

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查的1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行



麦肯锡评论

Michael Chui

麦肯锡全球研究院董事合伙人

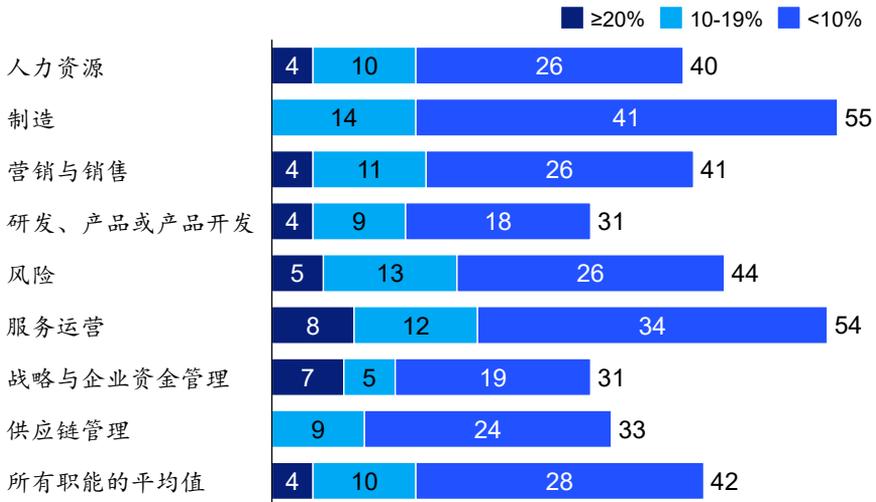
我们总在强调GenAI技术的重要性——当然，有鉴于该技术的革命性潜力，如此强调并不过分——但这次调研结果提醒我们，在更广阔的人工智能领域，还有更多价值等待挖掘。事实上，部分研究成果表明，非生成式AI的潜在价值有可能甚至比GenAI更大。在提升预测准确率、优化物流网络、生成下一次购物推荐等领域应用更广泛的AI技术，有望为企业创造更多价值。

尽管受访者反馈的整体人工智能普及率稳定维持在55%左右，但有超过2/3的受访者表示自己所在公司已计划加大对人工智能领域的投资力度。我们不断看到AI领域的佼佼者着手构建基础、培养能力、为价值创造铺路。这件事可以这样理解，在挖掘人工智能价值潜力方面，“富者愈富”此言不虚。企业对GenAI技术的浓厚兴趣能否成为推动人工智能广泛普及的契机，让我们拭目以待吧。

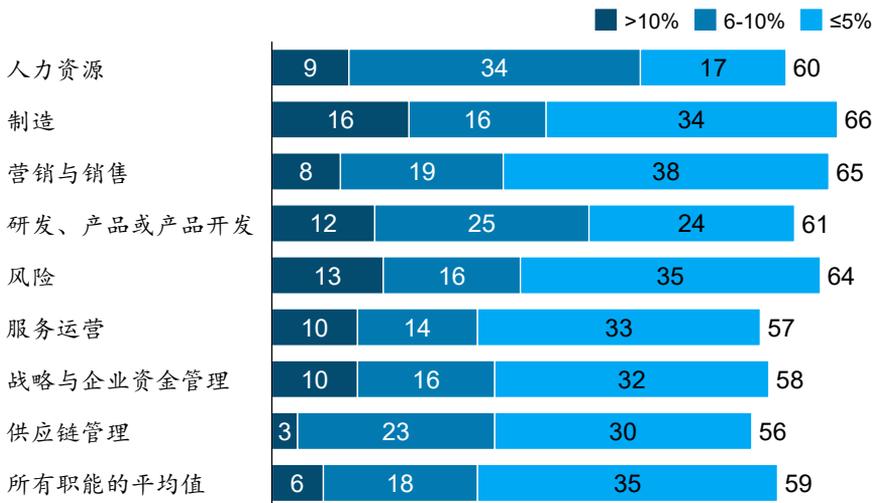
**超过2/3的受访者预测
未来3年所在组织将加大对
人工智能领域的投资力度。**

图11:企业继续在采用人工智能技术的职能部门看到长期效益。

2022年AI技术应用的降本成效，受访者占比 (%) ¹



2022年AI用例落地后营收增加，受访者占比 (%) ²



1. 该问题仅针对表明自己所在组织某一职能领域已采用人工智能技术的受访者。不展示回答“成本上涨”、“无变化”、“不适用”或“不知道”的受访者。

2. 该问题仅针对表明自己所在组织某一职能领域已采用人工智能技术的受访者。不展示回答“营收下降”、“无变化”、“不适用”或“不知道”的受访者。

资料来源：麦肯锡全球人工智能调查，1684名受访者涵盖组织各个层级，2023年4月11日至21日进行

企业继续在采用人工智能技术的业务领域中看到长期效益，并计划在未来加大相关领域的投资力度（见图11）。多数受访者表示，人工智能技术在相关业务部门的应用带来了营收增长。超过2/3的受访者预测，未来3年，所在企业将增加在人工智能领域的投入。

本次研究相关信息

本次调研于2023年4月11日至21日在线上开展，共收到1684份问卷回复，全面覆盖各地区、行业、公司规模、专业职能和工作年限。其中，913名受访者表示所在公司至少已在1个职能部门采用AI技术，并被问及有关其组织中人工智能应用的问题。为针对回复率差异做出调整，我们根据受访者国家对全球GDP的贡献值对数据进行了加权处理。

¹ 我们将人工智能高绩效企业定义为，至少20%的息税前利润源自人工智能应用的企业（根据受访者提供数据）。

² 《The economic potential of generative AI: The next productivity frontier》，麦肯锡，2023年6月14日。

Michael Chui是麦肯锡全球研究院董事合伙人，常驻湾区分公司；

Lareina Yee是麦肯锡全球资深董事合伙人，常驻湾区分公司；

Bryce Hall是麦肯锡全球资深董事合伙人、QuantumBlack全球负责人，常驻芝加哥分公司；

Alexander Sukharevsky是麦肯锡全球资深董事合伙人、QuantumBlack全球负责人，常驻伦敦分公司。

鸣谢Shivani Gupta、Abhisek Jena、Begum Ortaoglu、Barr Seitz和张力对本次调研工作的贡献。

麦肯锡公司2023年版权所有。