



媒体联系人

Summer Shi
史园
Adobe
(86) 10 5865 7703
sshi@adobe.com

Kelly Li
李思静
MSL
(86) 10 8573 0514
Kellysj.Li@mslgroup.com

实时发布

Adobe 研究显示消费者拒绝被品牌标签化定义，希望被个性化对待

- 大多数亚太地区消费者 (86%) 期望被品牌视为具有独特兴趣和偏好的个体对待
- 57% 的亚太地区消费者不希望品牌仅基于对他们泛泛了解而进行互动，例如以年龄为标签将他们划分为千禧一代¹和 Z 世代²等
- 品牌可凭借个性化体验赢得客户喜爱，超过三分之二 (69%) 的消费者希望品牌提供一致的个性化体验

中国，北京 — 2022 年 11 月 8 日 — Adobe 近日发布了一项调研报告，研究表明品牌在个人层面更深入地了解客户并实时与他们进行独一无二的互动日益重要。消费者不希望品牌基于诸如年龄等因素的刻板印象定义他们的消费习惯，大多数亚太地区消费者 (86%) 期望被视作具有独特兴趣和偏好的个体对待，半数消费者 (57%) 不喜欢品牌仅基于对他们的泛泛了解和简单的标签便决定了与他们互动的方式，例如以年龄为基础将他们划分为千禧一代和 Z 世代，并据此采取不同的互动方式。

Adobe 研究发现，市场中越来越多的消费者不希望被年龄定义，拒绝被赋予刻板印象，并期望被视为拥有独特偏好的独立个体。品牌若要满足消费者的新期望，需配备最新[客户数据平台的技术](#)，为每位客户创建完整的单一视图，从而实时提供个性化体验。

¹ 千禧一代通常指 1981 年至 2000 年出生的一代人

² Z 世代通常是指 1995 年至 2009 年出生的一代人

Adobe 大中华区董事总经理吴振章表示：“随着消费者对品牌的期望越来越高，品牌需要借助数据充分了解客户的独特偏好，并在适当的时间向客户提供有意义的信息。那个以年龄判定消费者拥有相似的背景与兴趣的时代即将结束，新一代的技术将会让我们实时并更准确地把握消费者需求，与那些追求个性化体验的新一代互动。”

个性化正当时

该调查访问了包括澳洲、印度及新加坡等在内的 5,000 名亚太地区消费者。相较于地理位置相近 (19%)，亚太地区消费者更乐意与志趣相投的人 (62%) 相处。绝大多数 (86%) 消费者期望被视为具有独特兴趣和偏好的个体。

变化即是永恒

Adobe 发现消费者的偏好和品味正在不断变化，品牌应摆脱以年龄或其他固定人口因素划分分组的简单方式。消费者近年来的经历更是加速了这种变化。大多数亚太地区消费者对自己和同龄人的看法与疫情前有所不同，79% 的消费者在过去三个月改变了偏好和品味。普通人每年可以发掘六次新的兴趣爱好，25 岁以下的人每年更是多达 10 次。

希望品牌与时俱进也是亚太地区消费者的一个重要期望。54% 的消费者会随着品味和财务状况的变化而更换喜爱的品牌。对消费者同步的了解并提供符合新兴偏好的体验对于维持客户忠诚度极为重要。

个性是关键

如今的消费者对所接触的品牌抱有很高的期望。他们期望品牌将他们视为独特的个体，跟上他们不断变化的习惯和兴趣，并尊重他们的隐私偏好。约三分之二的亚太地区消费者 (65%) 现在希望企业能够清楚地了解他们作为个体的身份，并且只在恰当的时间与他们联系并提供与自己感兴趣的内容。超过三分之二的消费者 (67%) 对使用广泛假设和刻板印象来与他们互动的品牌持负面态度。

四分之三亚太地区消费者 (75%) 期望从与其共享数据的品牌获得个性化体验，超过三分之二 (67%) 的消费者期望实时获得与他们相关的优惠。然而，仍有五分之一 (20%) 的亚太地区受访者认为品牌在这方面表现不佳，或者没有尽力跟上他们的个人喜好。期望收到频繁、考虑周全的推广 (62%) 的消费者人数，比想要大型、一次性优惠 (21%) 的消费者多出三倍。因此，定期与消费者互动并针对他们当前感兴趣的范畴量身订造优惠活动是最重要的。

遇见新一代消费者

[Adobe 实时 CDP](#) 能助力品牌持续接触和贴合新一代消费者。客户数据平台让企业能查看和管理客户画像，实时更新，并通过 [Adobe Experience Cloud 应用程序](#) 激活整个客户旅程中的客户洞察，满足品牌与消费者频繁互动并提供与之相关及个性化体验的需要。

关于 Adobe

Adobe 正通过数字体验改变世界。了解更多信息，请访问 <http://www.adobe.com/cn>。关注 Adobe 官方微信号“AdobeChina”，以及中国官方微博 http://www.weibo.com/adobechina?is_all=1，获取更多新闻、更新、促销等信息，并与 Adobe 中国本地团队进行互动。

© 2022 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.