



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

sshi@adobe.com

Ann Wai / Rosa Yip

Newell Public Relations

(852) 9837 0476 / 2117 5011

annw@newell.com / rosay@newell.com

即時發布

Adobe：由新冠肺炎引發的五個值得關注的影片內容趨勢

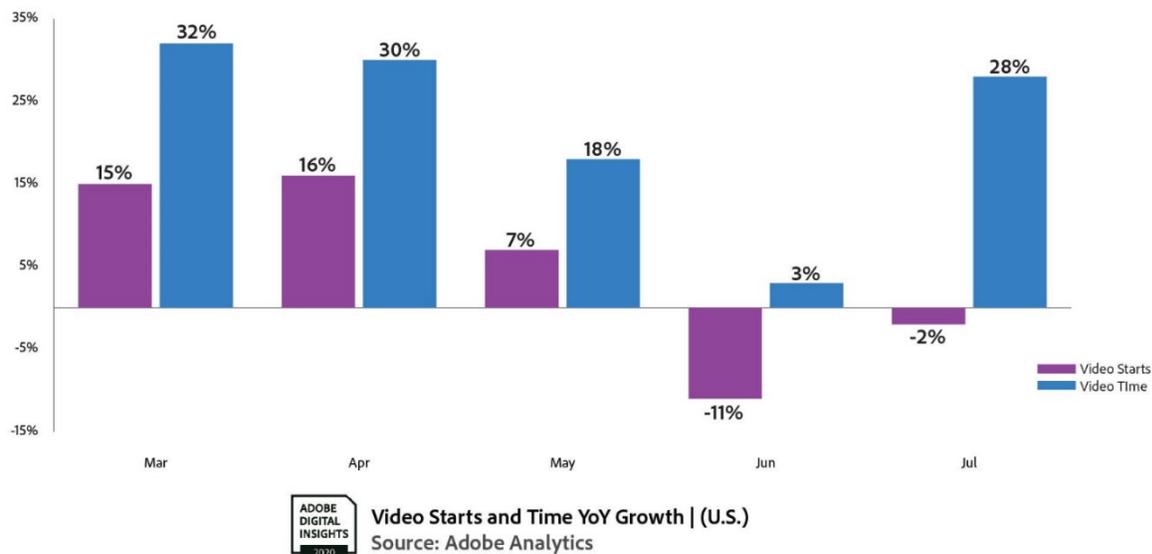
香港 — 2020 年 8 月 20 日 — Adobe (NASDAQ: ADBE) 近日發布 Adobe Digital Insights 的研究結果，該研究通過 [Adobe Analytics](#) 分析包括 OTT 服務、桌面電腦和手機平台在線觀看的超過 240 億次影片播放及超過 66 億小時的影片內容，發現美國在新冠肺炎疫情大流行後期影片觀看的一些有趣的行為模式。該分析結合另一項在七月份對 1,043 名美國成年人進行的調查，總結出五個值得營銷人員注意的最新影片內容觀看趨勢。

1. 影片內容觀看與居家令同步

經過數月瘋狂觀看影片內容後，消費者在七月開始減少觀看。

Adobe：由新冠肺炎引發的五個值得關注的影片內容趨勢

內容發佈者可觀察到居家令所帶來的影響，從三月開始，影片播放和觀看的时间激增。到六月，隨著美國各州開始重新開放以及新冠肺炎疫情發展漸趨平穩，消費者開始減少觀看影片。至七月，觀看影片的时间持續減少，說明瀏覽內容與新觀眾的減少，觀看影片的时间又重回三月份的水平。

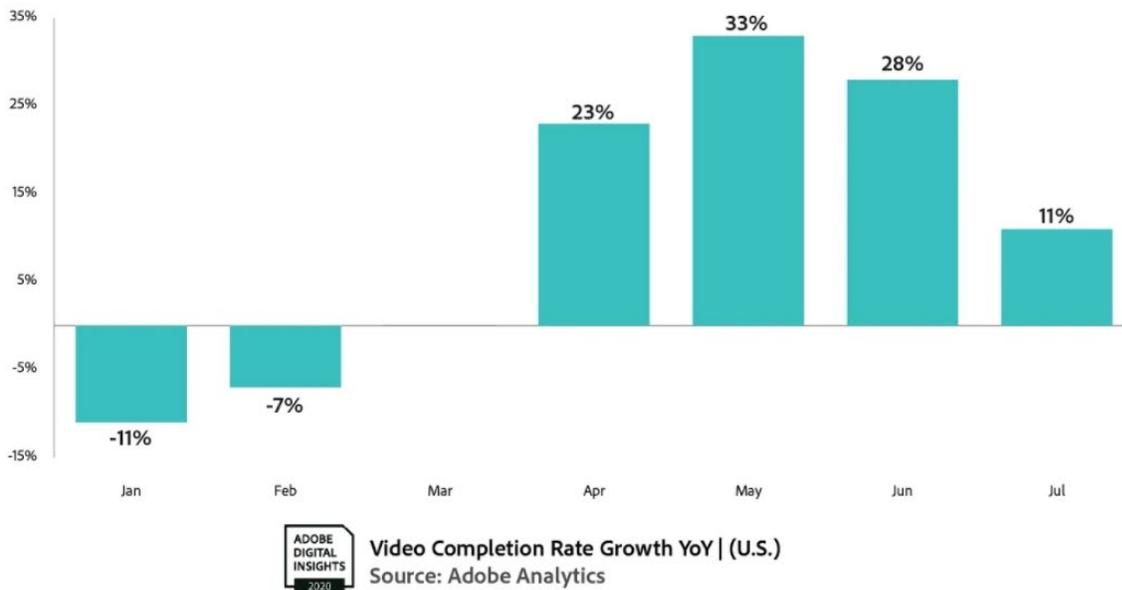


圖表 1：2020 年 3 月至 7 月，消費者影片播放和觀看的时间產生變化、較去年同期增長。

2. 影片觀看完成率增加

隨著服務和原創內容的增加，消費者的影片觀看完成率在 2019 年初開始穩步下降。至 2020 年初，完成率仍持續下降。但從四月開始的影片完成率錄得增長，並一直維持到七月，較同期增長 11%。

Adobe：由新冠肺炎引發的五個值得關注的影片內容趨勢



圖表 2：從 4 月開始的影片完成率錄得增長，並一直維持到 7 月。

消費者調查數據進一步確定這項發現，有 63% 的消費者表示，他們總是/經常一次就能完成一段影片內容。

Adobe 高級數碼分析師 Vivek Pandya 認為：「完成率是評估廣告和內容開發策略真正有力的指標，它們對附加在影片內容上的廣告效果產生重大影響，並能展示影片對觀眾的吸引力。隨著我們踏入 2020 年最後一個季度，更多正常的觀看傾向回歸，不妨關注一下這些數據會否維持，以及往後的廣告策略將如何改變。」

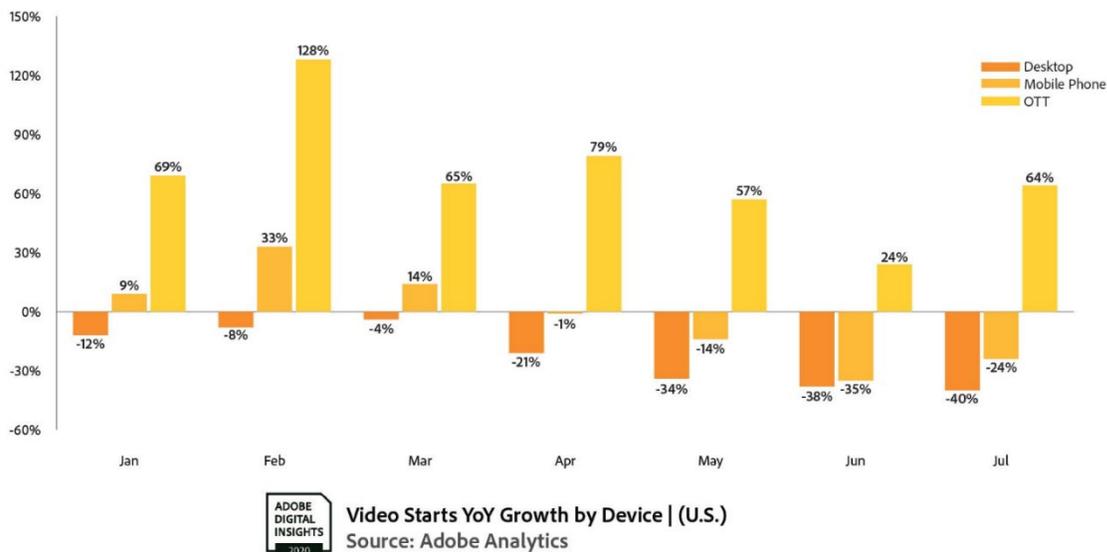
3. OTT 服務不斷增長，但流動裝置觀影受到影響

在新冠肺炎疫情之前，隨著流動裝置的進步和影片內容的日益豐富，流動影片的觀看正在穩步增長。Pandya 解釋說：「在 2020 年初，流動影片為內容供應商帶來發展良機，而居家令則顯著改變了這個趨勢。」

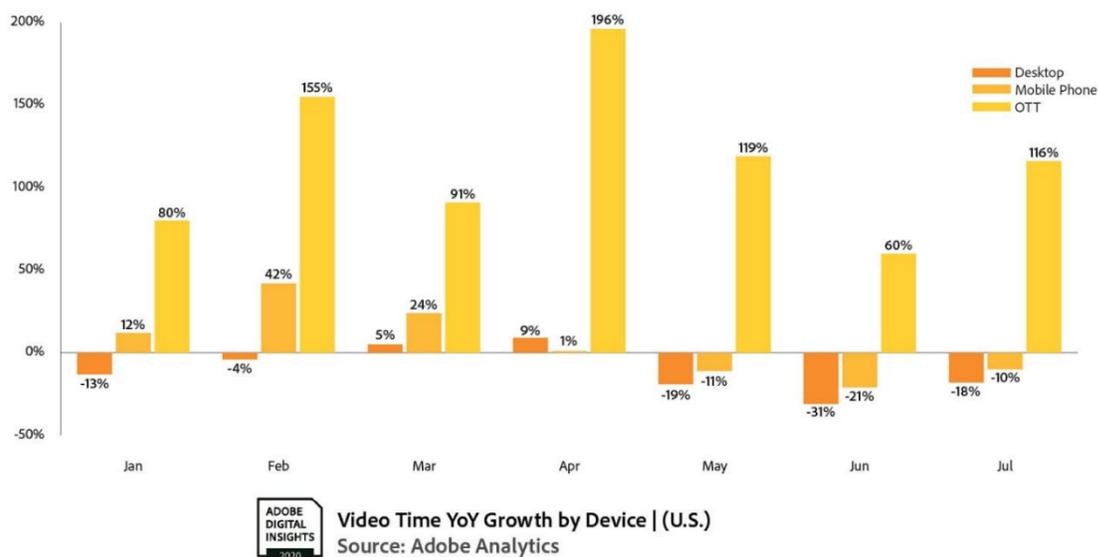
儘管 [Adobe 數碼經濟指數](#) 的數據顯示流動購物等領域正在增長，然而消費者並沒有常常使用其流動裝置觀看影片。實際上，近幾個月 Hulu、Netflix 和 Disney 等熱門 OTT 影片平台已成為影片觀看增長的主要動力。

消費者觀看影片時間的數據分析描繪出相若的畫面：OTT 服務是主要的增長動力，並在四月出現明顯的高峰。而在過去三個月（五月至七月），消費者在流動裝置上花費的時間則一直在減少。

Adobe：由新冠肺炎引發的五個值得關注的影片內容趨勢



圖表 3：近幾個月 OTT 影片平台已成為影片觀看增長的主要動力

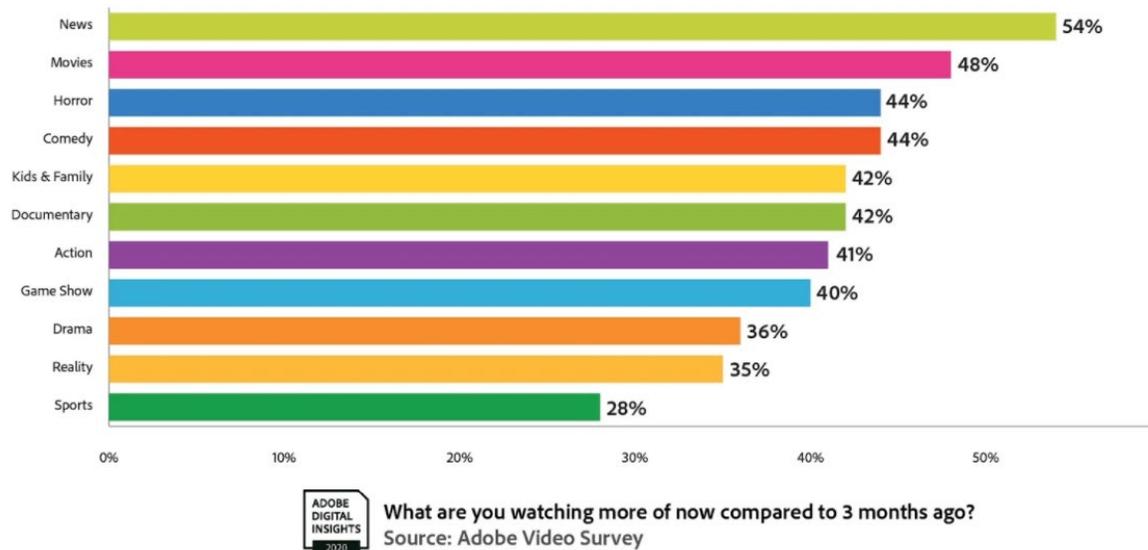


圖表 4：消費者觀看影片時間的數據分析描繪出相若的畫面：OTT 服務是主要的增長動力，並在 4 月出現明顯的高峰。

Adobe：由新冠肺炎引發的五個值得關注的影片內容趨勢

4. 新聞內容佔主導地位，其次是電影

在這項研究的消費者中，超過一半（54%）的受訪者表示他們現在較三個月前觀看更多的新聞，其次是電影、恐怖片、喜劇和為兒童/家庭而設的影片。



圖表 5：超過一半（54%）的受訪者表示他們現在較三個月前觀看更多的新聞，其次是電影、恐怖片、喜劇和為兒童/家庭而設的影片。

此外，有 59% 的受訪者表示他們喜歡按需觀看與戲院同步上映的最新電影。

5. 過多的內容

儘管消費者在隔離期間花了很多時間觀看影片，但仍有 40% 的消費者就節目選擇感到不知所措。研究發現，40% 的受訪者認為串流影片的應用程式和服務太多，並且難以管理（29% 受訪者不同意；31% 受訪者表示中立）。

Pandya 說，這可能只是因為他們訂閱了許多不同的服務：60% 的受訪者表示訂閱一至三項服務，35% 訂閱四到七項服務，更約有 6% 的消費者訂閱超過八項服務。

Pandya 表示：「新冠肺炎疫情讓我們知道數碼影片在當今消費者的日常生活中正扮演著比以往更加長遠的角色，而這種情況將不會改變，甚至在疫情後也不會。但這並不意味著所有營銷人員都需要現在就開始製作一大堆影片內容。相反，我們鼓勵企業聚焦於影片內容的質素而非數量，了解消費者所想、所需以及所喜歡的東西。」

Adobe：由新冠肺炎引發的五個值得關注的影片內容趨勢

關於 Adobe Experience Cloud

Adobe 憑藉業內領先的端對端體驗創作、市場營銷、廣告、分析及商貿解決方案 Adobe Experience Cloud 重新定義客戶體驗管理 (Customer Experience Management)。不同於企業現存的靜止、分散的客戶檔案，Adobe Experience Cloud 協助客戶跨越各接觸點和渠道，傳遞一致、連續及引人入勝的體驗，協助推動業務增長。行業分析專家在超過 20 份有關客戶體驗的重要報告中將 Adobe 評為領導者，領先其他科技企業。

關於 Adobe

Adobe 致力通過數碼體驗改變世界。查詢詳情，請瀏覽公司網站：http://www.adobe.com/hk_zh/。

###