



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)
Adobe
(86) 10 58657703
sshi@adobe.com

Ann Wai / Rosa Yip
Newell Public Relations
(852) 2117 5017 / 2117 5011
annw@newell.com / rosay@newell.com

即時發布

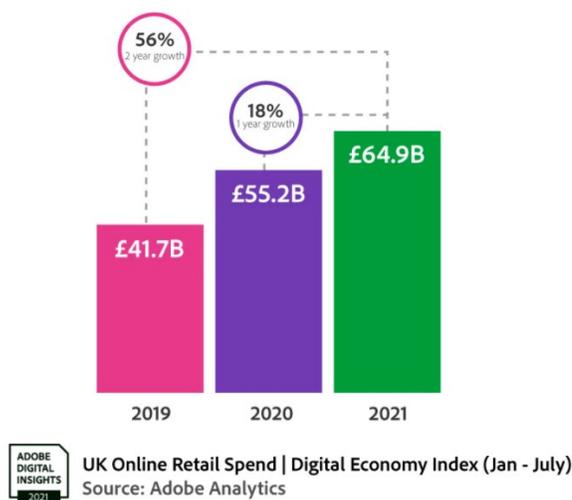
Adobe 數碼經濟指數：英國防疫限制放寬，網上消費卻創當季高峰



香港 — 2021 年 9 月 9 日 — 英國在 7 月放寬防疫限制，逐漸步入後疫情時代。根據 [Adobe 數碼經濟指數](#) 顯示，其網上零售消費仍維持上升的趨勢。

Adobe 數碼經濟指數的最新數據分析了 5 月至 7 月期間英國零售商數十億宗的網上交易，發現網上消費持續增長，單在 7 月就已達到 100 億英鎊 (約 1,068 億港元) 的夏季高峰。英國年初至今的網上消費總額累計已達到 649 億英鎊 (約 6,931 億港元)，較去年同期增長 18%，較 2019 年同期增長 56%。

指數分析來自英國零售商匿名及匯總的交易數據，為同類當中最全面的報告，顯示疫情為電子商務帶來的轉變仍然不變。

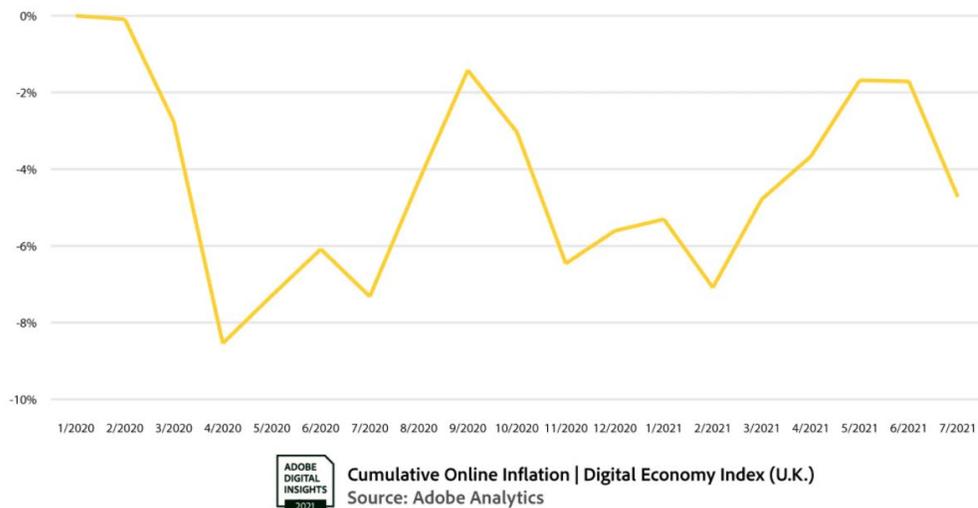


圖一：英國的網上零售消費持續增長。

Adobe 國際業務總裁 Paul Robson 說：「疫情進一步加速數碼化。消費者已習慣於網上訂購日常用品，許多人已不會再像往日般前往門市購物。數碼經濟擴張的規模是前所未有的，並從根本上重塑消費者對與之互動的品牌的期望。」

網上價格持續上漲

分析還追蹤了網上商品的價格波動，並發現為了滿足消費者持續增長的需求，供應鏈持續受壓，導致 7 月份的網上通脹較 2020 年 7 月同期增長 2.8%。英國 6 月份網上通脹亦較 2020 年 6 月上升了 4.8%，高於英國消費者物價指數 (CPI) [較去年同期增長 2.5%](#) 的零售門市通脹指標。儘管自 2016 年以來英國零售門市的通脹持續上升，但自疫情開始，網上價格才開始上揚。



圖二：英國 6 月份的網上通脹較 2020 年 6 月同期增長 4.8%。

企業經歷復工帶來的生意增長

雖然 7 月 19 日前後數星期防疫措施의放寬為許多實體店帶來生意增長，但 Adobe 訪問的 1,000 位英國消費者當中，許多人仍然認同網上購物相對安全。

在解除防疫措施後，仍有 40% 的消費者計劃盡量避免在店內購物，而 56% 的消費者計劃完全避開商店街這些繁華地區。當談到在店內戴口罩時，雖然政府不再強制要求，但 68% 的受訪者表示他們仍會繼續戴口罩。

7 月份的網上數據亦反映了在家工作限制的放寬及逐步返回工作場所的情況，51% 的消費者表示他們的工作場所現已重新開放，39% 的消費者自去年 3 月以來首次全日返回辦公室工作。

三分之一的英國消費者表示他們重返辦公室工作後購買了新衣服，數碼經濟指數的數據顯示，7 月底前的六個星期，較封城前的六個星期 (2020 年 1 月和 2 月) 相比，上班服的銷售額增長了兩倍。

重返辦公室亦對辦公室相關的經濟活動產生正面影響，受訪者每周平均在早餐、午餐及辦公室附近的便利店、乾洗店等商店花費 62 英鎊 (約 662 港元)。

請在[此處](#)瀏覽完整的 Adobe 數碼經濟指數報告。

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/。

###

© 2021 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.