



#### 傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

[sshi@adobe.com](mailto:sshi@adobe.com)

Ann Wai

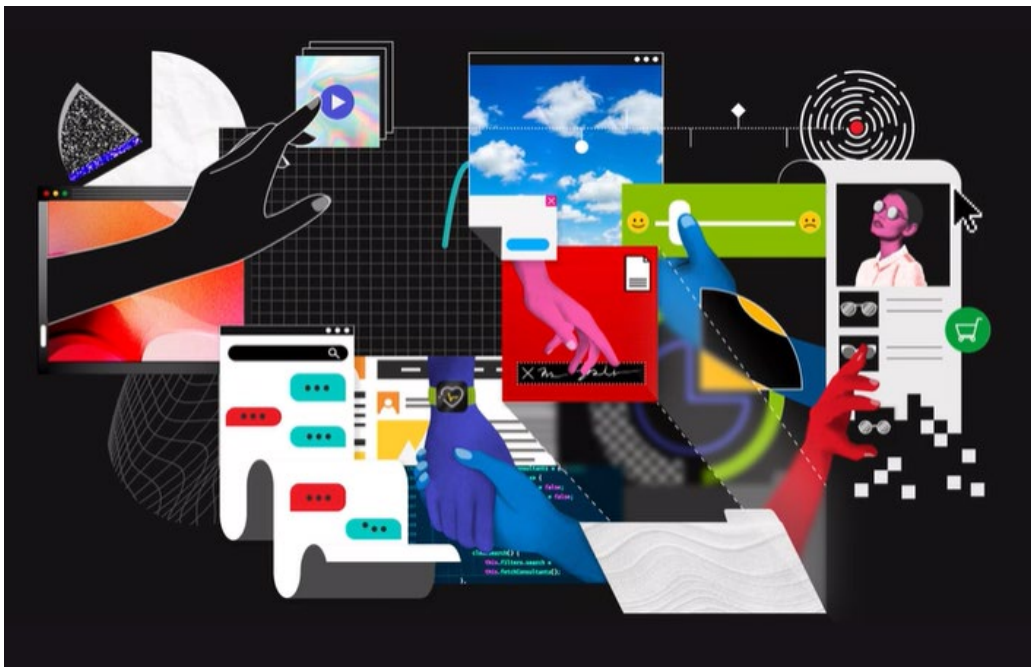
Newell Public Relations

(852) 2117 5017

[annw@newell.com](mailto:annw@newell.com)

#### 即時發布

## Adobe 2022 數碼趨勢報告：數碼消費者激增，促使亞太區企業在客戶體驗投資領先世界



香港 — 2022 年 2 月 22 日 — 基於新冠疫情所導致新興數碼消費者及網絡行為的激增，亞太區企業預計將於 2022 年超越全球其他地區，領先客戶體驗投資。然而，亞太區企業也意識到關鍵技能與能力的落差可能成為其最大的阻礙，影響其為數碼優先的消費者提供一流服務。

Adobe 亞太區暨日本數碼體驗營銷副總裁 Duncan Egan 表示：「數碼化重塑了亞太區消費者的思維方式，而那些採用了靈活數碼思維、推動目的鮮明的協作並加快價值實現速度的企業已經從中大大獲益。克服組織和資訊孤島以進行跨部門工作的企業能夠推動更富意義的客戶體驗，而此類體驗是個人化的、即時的、相關的並能夠串連所有渠道。」

### 更加了解數碼及流動優先的新興消費者

據 Adobe 最新發布的《2022 年數碼趨勢：聚焦亞太區》報告指出，過去十八個月，有 77% 的亞太區企業通過數碼渠道獲取大量新客戶，並有 77% 的企業觀察到嶄新的客戶旅程，但僅有 25% 的企業認為對於這些數碼優先的客戶有深刻的洞察與見解。

此類新興網絡行為的出現主要源於 2021 年首度接觸互聯網的 1.3 億名亞太區手機用戶<sup>1</sup>。新興亞太區經濟體新增的手機優先用戶逐漸超越成熟數碼市場中的消費者，迅速採用流動支付等先進的數碼行為。

為滿足新客戶之期望，大部分亞太區企業開始加速擴大投資客戶體驗管理 (59%)，領先北美 (57%) 與歐洲 (53%) 同業。亞太區企業多半也希望能加快投資客戶數據技術 (60%)。

Adobe 亞太區暨日本首席技術顧問 Scott Rigby 表示：「新一代網絡消費者多半偏好使用流動裝置，因此了解及服務此類網上客戶已成為亞太區企業競爭的新商業戰場。儘管許多機構反應迅速，能透過快速投資改善數碼體驗，但光靠投資仍難以突圍而出。」

### 克服固有限制來建構新能力

亞太區企業希望在數碼客戶體驗方面引領全球，並確保其高額投資有所回報，一切有賴於技能和靈活度。然而據報告顯示，亞太區企業在此類關鍵的營運能力上，平均表現落後全球同業。

---

<sup>1</sup> 全球流動通訊系統協會 (GSMA)，《亞太區的數碼社群：通過協作加速進步》，2021

報告指出，有 83% 的亞太區企業領袖為其公司未具備所需的必要技能而苦惱，而歐洲和北美則分別有 79% 和 73% 的業界領袖同樣為此感到擔憂。此外，數碼技能短缺及科技系統整合不佳同被評為提供數碼體驗最大的障礙。

亞太區企業也可能遇到優秀人才吸引與挽留的問題。近日遙距及彈性工作逐漸成為常態，調查機構 Forrester 指出，相較於全球 70% 的企業計劃推動遙距工作，使之成為永久常態，亞太區則僅有 40% 的企業領袖有此打算<sup>2</sup>。Adobe 報告又顯示，逾半 (55%) 亞太區企業領袖預計混合工作模式將回復甚至低於疫情前的水平，亦只有 36% 的受訪者計劃聘用較疫情前更多的遙距員工。然而，由於全球數碼人才短缺，未能採取遙距工作也將進一步限制且延遲企業數碼轉型目標。

有 92% 的亞太區企業領袖「贊同」靈活度將是營銷機構成功與否的決勝關鍵。儘管如此，在評比應對機會或變革的靈活度時，僅有 25% 的從業人員給予其公司八分以上的評價 (滿分為十分)。

Scott Rigby 表示：「有 83% 的亞太區企業預期技術和社會變遷的步調將維持不變甚或加速，因此發展與時俱進的技能、靈活度和創新技術應仍是企業的首要策略性重點。」

### 數碼成熟度的優缺點

仔細檢視了亞洲企業的數據後，Adobe 發現許多獨特的機會和挑戰。

亞洲企業將技能短缺評為最大障礙，因此技能發展也被列為優先要務。相較於其他地區的業界專業人士，有更多的亞洲受訪者認為自身在創新能力和獲取客戶洞察方面仍有進步空間。

### 亞洲區的重要數據

1. 有 45% 的亞洲受訪者表示他們的數碼體驗未達到客戶期望 (45% 表示追上期望的步伐)。
2. 有 51% 的亞洲企業指出，其表現與所屬產業並駕齊驅，或略為/大幅落後。
3. 有 50% 的品牌認為他們面臨的最大阻礙是數碼技能和能力的短缺。

---

<sup>2</sup> Forrester, 《2022 年亞太區市場趨勢預測》，2021 年。

Adobe 2022 數碼趨勢報告：數碼消費者激增，促使亞太區企業在客戶體驗投資領先世界

4. 有 55% 的受訪者認為工作及專案管理方面的投資將是提升生產力的關鍵。
5. 亞洲企業在獲得客戶洞察的能力上遠遠落後其他地區，平均僅有 18% 的企業認為掌握了新客戶旅程、摩擦點、忠誠度和購買驅動因素等相關客戶洞見。

如欲下載《2022 年數碼趨勢：聚焦亞太區》的完整報告，請瀏覽[此處](#)。

## 關於本研究

《2022 年數碼趨勢：聚焦亞太區》報告源於 Adobe 全球數碼趨勢年度報告，其中重點介紹數碼環境的大趨勢以及營銷機構不可忽略的重要策略。本研究自 2021 年 11 月至 2022 年 1 月訪問了超過 943 名高級管理人員、IT 人員和營銷專業人士。

## 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/](http://www.adobe.com/hk_zh/)。

###