



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

sshi@adobe.com

Catherine Tsang

Newell Public Relations

(852) 2117 5018

catherinet@newell.com

即時發布

Adobe 數碼趨勢報告：領先品牌正在通過投資內容創作和優化工作流程致勝

- 大多數 (全球: 89% ; 亞太區: 79%) 高級管理層表示客戶對內容的需求大幅增加。
- 41% 的高級管理層認為內容工作流程管理已成為 2023 年的首要任務。
- 近四分之三 (亞太區: 65%) 高級管理層專注於眼下的需求和挑戰，包括在近期優化流程和增強技術。

香港 - 2023 年 2 月 23 日 - Adobe (Nasdaq:ADBE) 發佈《2023 年數碼趨勢》報告，這是其連續 13 年對未來一年品牌營銷和 IT 優先事項開展深度調查。這份報告訪問了全球 9,000 多名高級管理層、營銷人員和代理商員工，探討讓行業領先者在競爭中脫穎而出的技術投資與策略。

今年的數碼趨勢報告顯示，領先品牌已優先投資於有關內容創作能力和工作流程，包括提升內容創作速度、規模和效率，以建立更穩固的客戶關係，在 2023 年取得成果。同時，領先品牌正在加強現有的營銷流程和技術，將投資效果最大化，確保把握住每個機會。

Adobe 香港及台灣地區總監陳育明表示：「多樣化的內容是企業為每位消費者提供個人化體驗的重要基礎。今年的《數碼趨勢》報告明確顯示出企業在內容創建能力和工作流程規模化方面作出投資的意願。Adobe 倡導企業投

資於內容供應鏈，把人員、工具、工作流程連結以便更有效地籌劃、創作、管理及交付內容，滿足日益提升的客戶體驗期望。透過擁抱內容工作流程技術，企業可為員工留出更多時間在客戶體驗方面創新，應對大規模締造個人化內容的挑戰。」

大規模內容創作

此調研顯示，大部份 (全球: 89% ; 亞太區: 79%) 的高級管理層表示對內容的需求顯著增加。儘管客戶對內容的需求似乎永不滿足 — 他們希望在越來越多的渠道中獲得動態的數碼體驗，但只有少數全球 (亞太區: 25%) 品牌認為自己「擅長」創建和締造數碼內容。

行業領先者正在重新思考並簡化他們的內容供應鏈，包括內容活動策劃、創作、交付和數據分析。其中，效率和降低成本是重點：62% 的全球高級管理層 (亞太區: 43%) 認為他們已經提高了內容流程的效率。

優化工作流程成為重中之重

在過去，加速內容創作通常要以犧牲員工的時間和自由為代價。近乎一半 (全球: 44% ; 亞太區: 41%) 的營銷人員表示缺乏時間來創作是提供卓越客戶體驗的障礙。此外：

- 只有三分之一 (33%) 從業者 (亞太區: 25%) 認為其所在組織在規劃、界定範圍、確定優先順序和分配內容以量化結果方面表現「好」或「非常好」。
- 關鍵是，約四成從業者 (全球: 43% ; 亞太區: 41%) 將工作流程問題視為阻礙其營銷組織發展的重要因素。

為了解決這個問題並在 2023 年優化內容創作的流程，領先品牌已將工作流程管理和數碼協作作為內容團隊的優先事項。

- 五分之二 (41%) 的高級管理層已將優化工作效率和工作管理視為 2023 年的首要技術任務。
- 近四成 (全球: 39% ; 亞太區: 37%) 高級管理層已優先考慮簡化協作流程或者將協作流程自動化，協助團隊更高效、高質地完成工作。
- 約四成 (全球: 38% ; 亞太區: 43%) 高級管理層優先考慮借助自動化工作流程來提高營銷和交付客戶體驗流程的效率。

強化當前的技術

對內容和創意工作流程的投入反映了領先者優先考慮改進流程和技術，從而在當前的經濟環境下取得成功。此外，領先企業十分關注他們現有的技術。約一半 (48%) 的全球領先者計劃在今年充份挖掘現有的營銷和數據技術的

價值。約一半（45%）的亞太區領先者則計劃在 2023 年投資新的營銷及數據技術，約三成（33%）表示會充份挖掘現有技術的價值。

出於對經濟方面的擔憂，一些品牌的未來規劃可能受到影響。76% 的代理商高級管理層表示他們的客戶專注於短期指標和收入目標。73%（亞太區：65%）的品牌高級管理層強調只關注眼下的需求將會犧牲制定長期規劃和策略的最佳時機。令人鼓舞的是，這種只關注當下需求的企業並不普遍。此外，還有一些受訪者表示，他們正在展望新的數碼平台和互動形式，22% 的受訪者（亞太區：41%）表示他們所在的組織正在學習利用元宇宙開拓全新的營銷模式。

請點擊[這裡](#)下載 Adobe 2023 年數碼趨勢報告。

關於 Adobe 數碼趨勢報告

Adobe 數碼趨勢報告是 Adobe 與 Econsultancy 合作開展的全球調查，旨在探討領先組織如何使用尖端技術來增強個人能力、業務轉型以及與優化與客戶的聯繫。今年是雙方連續 13 年開展此次調研，報告通過比較和分析行業領先者和落後者的表現，協助品牌發掘必須注意的策略、技術和問題，務求取得成功並脫穎而出。

研究方法

2023 年數碼趨勢報告是基於 2022 年 9 月至 11 月的網上調研，受訪者來自 Econsultancy 和 Adobe 的名單，共約 9,247 人，包括 793 亞太區受訪者。對行業「領先者」和「落後者」的定義基於該品牌對調查問題的回答，問題涉及其所在企業在 2022 年相對於行業競爭對手的表現。這種對領先者和落後者的關注，能夠使 Adobe 和 Econsultancy 了解那些在商業上取得成功的組織與其競爭對手的區別。

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/。

###