



媒体联系人  
Summer Shi  
史园  
Adobe  
(86) 10 58657703  
[sshi@adobe.com](mailto:sshi@adobe.com)

Kelly Li  
李思静  
MSL  
(86) 10 85730514  
[Kellysj.Li@msslgroup.com](mailto:Kellysj.Li@msslgroup.com)

新闻稿

## Adobe 数字趋势报告：洞察和分析能力是企业在 2021 年关注的重点

中国，北京 — 2021 年 3 月 3 日 — Adobe(Nasdaq: ADBE)于近日发布《[2021 年数字趋势报告](#)》(2021 Digital Trends Report)。报告显示，快速获取洞察并采取行动是亚洲企业<sup>1</sup> 2021 年关注的焦点及重点投资领域。

Adobe 与 Econsultancy 联合发布的《2021 年数字趋势报告》调研了全球超过 13,000 名为品牌和代理机构服务的专业人士，涵盖营销、广告、电子商务、创意和科技在内的多个行业。与过去十年略有不同的是，最新发布的第十一份数字报告深入探讨了由新冠肺炎疫情衍生的全新领域，包括分散办公的影响、客户体验中同理心的驱动作用，以及品牌共鸣的重要性等。

2020 年的数字化挑战让企业意识到他们需要更快地获取和分析数据并及时采取行动。只有 7 至 12% 的亚洲受访企业认为他们在获取洞察的准确性、执行力、速度与分析方面具有突出的表现。然而，也有 49% 的企业表示正计划在 2021 年投入更多资源来提升洞察力和分析能力，从而实现其首要的营销目标，包括改善营销技术的基础架构（36%）和提高客户旅程的协调能力（35%）。

整体而言，能够及时获取洞察的企业更倾向于认为他们的客户对其所提供的数字体验感到满意。随着企业在 2021 年寻求更快速、高效的数字化转型进程，他们需要认真思考为客户提供数字化体验的方法，因为 48% 的亚洲企业认为他们为客户提供的数字化体验平平，可能会令客户感到失望。

---

<sup>1</sup> 亚洲包括大中华区、韩国、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南和日本。

## Adobe 数字趋势报告：洞察和分析能力是企业 在 2021 年关注的重点

Adobe 亚太区首席技术顾问及高级产品经理 Scott Rigby 表示：“2020 年，企业和消费者经历了前所未有的改变。《2021 年数字趋势报告》中指出，49% 的亚洲企业高管发现他们的潜在客户和新客户群均出现了异于寻常的增长，更有 58% 的受访者注意到客户旅程也发生了不同以往的变化。客户行为的改变，让企业意识到需要提升其洞察力与执行能力来满足客户日新月异的需求。相比较同行业竞争者，为客户提供出色客户体验的企业更能适应不断变化的客户行为与市场环境，并实现长期的业务增长。”

另外一个有趣的发现是，那些对所属企业的客户体验充满信心的受访者，对于企业战略 (56%) 和自身职业发展前景 (57%) 也更容易充满信心。

### 缔造出色数字体验的障碍

在瞬息万变的商业环境中，获取洞察和执行的速度十分重要，这也是提高客户体验和实现业务增长的核心动力。在本次调研中，受访的企业指出了当下所面临的三大影响营销与客户体验的障碍，分别为工作流程问题 (48%)、陈旧的技术与系统 (37%) 和缺乏数字化技能与能力 (43%)。

调研还发现，只有少部分的亚洲企业使用基于云的营销数据平台，仍有为数不少的亚洲企业还在采用多种技术平台或多个供货商来分析营销数据，而非借助统一的平台。从另一角度来说，相对于主流企业 (11%)，客户体验领先的企业更愿意采用统一的、基于云的营销技术解决方案 (28%)。

### 尊重及保护用户隐私是客户体验的基础

随着数字客户的激增，尊重及保护数据隐私成为了很多企业的优先事项。41% 的亚洲企业表示，保护客户数据隐私，以及在遵循他们意向的前提下收集数据是企业制定营销规划的关键。但是，不少企业在这方面仍然欠缺透明度，只有 12% 的亚洲企业表示他们有效地与客户沟通了收集和使用数据的方式；仅有 13% 的受访企业在客户与品牌初次接触时，就高效沟通了数据能够赋予他们的价值，从而获得了客户对数据收集的许可。

### 同理心塑造未来的客户体验

随着数字化的便利性所带来的商业价值越来越大，品牌的同理心将成为打造客户体验的一项关键差异化因素。分析和遵循客户的情感旅程调整营销策略将是体验管理的下一个发展阶段。

但是，企业展现同理心的发展路程还很漫长。只有 19% 的亚洲企业认为他们十分了解客户的想法，在购买因素、客户顾虑、营销活动与客户行为关系的归因方面的表现仅仅略微好一些。

## Adobe 数字趋势报告：洞察和分析能力是企业 在 2021 年关注的重点

Rigby 表示：“洞察和分析能力将会成为亚洲企业在 2021 年关注的重点。除此之外，他们还会意识到客户隐私和在遵循客户意愿的前提下收集数据，以及通过同理心提高整体客户体验的重要性。在实施数字化转型的过程中，企业应根据自身所面临的挑战，找到合适的切入点，为未来发展奠定坚实的数字基础。”

点击[此处](#)下载《[2021 年数字趋势报告](#)》，了解更多信息。

### 研究方法

《2021 年数字趋势报告》以线上调研的形式，于 2020 年 10 月 15 日至 2020 年 12 月 11 日期间进行，共收集及分析了 13,277 份问卷。亚洲受访国家及地区包括大中华区、韩国、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南和日本。

### 关于 Adobe 和 Econsultancy 联合发布的《数字趋势报告》

这是 Adobe 和 Econsultancy 第十一次联合发布年度数字趋势报告，该报告针对全球 13,000 多名来自营销、广告、电子商务、创意和科技行业的专业人士进行了调研。

### 关于 Adobe Experience Cloud

Adobe 正在通过 Adobe Experience Cloud 重新构建客户体验管理，为业界提供内容、营销、广告、分析和商业的端到端解决方案。Adobe Experience Cloud 跨客户触点与渠道，为企业提供一致、连续且引人注目的 B2C、B2B 和 B2E 体验，同时加速其业务增长。分析报告统计显示，Adobe 在超过 20 份有关数字体验的研究报告中评为领导者，领先于业内其他科技企业。

### 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](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。