



新聞聯絡人

史園 (Summer)

Adobe大中華區公關經理

Tel: +86 13810050591

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

陳忻婕 (Cynthia)/ 張芷涵 (Hana)

天擎公關

Tel: (02) 2775-2840 Ext: 324/365

[adobe@grandpr.com.tw](mailto:adobe@grandpr.com.tw)

新聞稿

# Adobe 2017 創意脈動調查指出：設計與創意鞏固體驗型業務

「客戶體驗」已成為台灣企業首要投資重點

台灣，台北 — 2017 年 8 月 16 日 — 在現今體驗型業務的時代，設計和創意為企業與競爭對手拉大競爭優勢並為消費者提供最佳體驗的主要元素。在 Adobe 最新的研究調查中也強調了設計思維和創意為企業轉型的重要角色。

Adobe 2017 年創意脈動調查 (Adobe Creative Pulse 2017) 共訪問亞太區超過 5,000 名創意與行銷產業相關工作者，並調查了設計和創意在亞太地區的企業轉型中的重要性。受訪的國家包括台灣、印度、紐澳、韓國、東南亞、香港和中國大陸，其中包含來自台灣超過 1,000 份的有效問卷。

調查指出，台灣有超過 57%受訪者認為「客戶體驗」為公司及服務客戶最重要的策略投資重點。同時 44%受訪者表示客戶體驗已經成為公司策略的核心，並有 45%受訪者也認為客戶體驗在公司策略中將佔據越來越高的比重。此外，整合線上與線下的體驗於台灣地區被最多數受訪者認為是過去一年中推動台灣地區創意產業變革的驅動因素。

儘管客戶體驗受到高度重視，僅有 34%的台灣受訪者表示過去一年中曾參與過客戶體驗相關的設計；另外 36%台灣受訪者即將規劃開發，與整體亞太地區的結果相近。

Adobe 香港及台灣區數位媒體事業總經理陳育明表示：「此次的調查顯示出設計與創意對於提供卓越客戶體驗的重要性。體驗型業務將客戶體驗作為其企業戰略核心，良好的設計和創造力可以提升公司在體驗業務中的優勢。然而，創意從業人員在體驗相關計畫中實際參與程度的落差，也間接的提供更多發展機會。」

由人工智慧所支援的新科技例如 AR/VR 正在驅動整合線上與線下的體驗。Adobe 2017 年創意脈動調查發現，亞太地區超過 50%受訪者並不擔心人工智慧與機器學習將會對工作、企業及產業帶來影響，而台灣地區更有將近六成 (59%) 的受訪者對此抱持樂觀態度。

陳育明表示：「人工智慧與機器學習能讓創意專業人士有更多時間專注於創意思維。這些新技術並不會取代創意，而是能夠協助他們專注的把時間放在創作和構築想法上。」

隨著社群媒體影響力的快速增長，內容的重要性也不斷提高。內容在亞太地區被視為企業第三大「策略投資重點」，在台灣則排第四。然而預算為亞太地區與台灣的受訪者認為內容產出速度上面臨的最大挑戰，其次是設計、與公司業務的視角差異以及外部審核流程。鑑於內容速度對客戶體驗極具影響力，如何提供更好的內容以及提升內容速度是創意人員需要克服的。

對於創意產業接下來的發展趨勢，台灣的受訪者將「社群媒體對創意行業的改變」（57%）視為最主要的顛覆性因素，其次為「數據資料分析」（55%）以及「新技術對創意工作實踐的大幅改變（53%）」。

2016年（Adobe Creative Pulse 2016）的調查顯示，有74%的受訪者認為大數據和分析能夠提供工作上更多的助力，同時21%認為需更進一步了解大數據與分析如何協助改善工作；而今年的調查中，九成（92%）的台灣受訪者認為大數據分析平台對他們的工作和決策有所助益，包括提供更深入的受眾洞察（37%）、協助創意者做出更好的產品決策（26%）以及改善了企業的風險管理與策略（17%）。

Adobe 香港及台灣區數位媒體事業總經理陳育明表示：「將現有的一般體驗轉至數位平台上並不代表就能成為體驗型業務。了解設計和創意重要性的企業需提供卓越、不同凡響的客戶體驗，才能從眾多競爭對手中脫穎而出。」

## 關於 Adobe Systems Incorporated

Adobe 致力通過數位體驗改變世界。欲查詢更多詳情，請瀏覽本公司網站：[www.adobe.com/tw](http://www.adobe.com/tw)

### Adobe台灣臉書粉絲專頁

請加入[Adobe Taiwan Facebook](#)與Adobe團隊與粉絲互動, 並獲得更多最新消息。

###