



媒体联系人

Summer Shi
史园
Adobe
(86) 10 5865 7703
sshi@adobe.com

Kelly Li
李思静
MSL
(86) 10 8573 0514
Kellysj.Li@msslgroup.com

新闻稿

《Adobe 2022 年数字趋势报告》 数字消费者激增，促使亚太区企业在客户体验上的投资领先世界

中国，北京 — 2022 年 2 月 17 日 — 为了应对疫情引发的新兴数字消费者和线上互动行为的激增，亚太区企业预计于 2022 年超越全球其他地区，领先投资于客户体验。然而，亚太区企业也意识到关键技能与能力的落差可能成为其最大的阻碍，影响他们为数字优先的消费者提供一流的服务和体验。

Adobe 亚太区暨日本数字体验营销副总裁 Duncan Egan 表示：“数字化重塑了亚太地区消费者的思维方式，而那些采用了敏捷数字思维、推动有明确目的的协作，并加快价值实现速度的企业已经从中获益。克服组织和技术孤岛，以及促进跨部门协作的企业能够推动更具意义的客户体验，而这些体验是个性化、实时且相关的，并能够跨所有渠道连接。”

更加了解数字及移动优先的新兴消费者

根据 Adobe 最新发布的《2022 年数字趋势：聚焦亚太地区》报告显示，过去十八个月，77% 的亚太区企业通过数字渠道获得新客户的比率大幅增加，77% 的企业观察到全新的客户旅程，但仅有 25% 的企业认为他们对于这些新的数字优先客户有着深刻的洞察与见解。

全新线上互动行为的出现主要源于 2021 年首次成为互联网用户的 1.3 亿名亚太区新移动用户¹。新兴亚太区经济体中新增的移动优先用户正在超越成熟数字市场中的消费者，迅速采用移动支付等先进的数字行为。

为了满足新的客户期望，大多数亚太区企业开始加大对客户体验管理的投资（59%），领先于北美（57%）与欧洲（53%）同行。此外，大多数的亚太企业也希望加快对客户数据技术的投资（60%）。

Adobe 亚太区暨日本首席技术顾问 Scott Rigby 表示：“大多数新一代网络消费者都偏好使用移动应用，了解并为他们提供服务已成为亚太区企业竞争的新商业环境。尽管许多组织快速做决策，通过加速投资改善数字体验，但仅靠投资仍很难脱颖而出，成为领导者。”

克服旧限制来建构新能力

亚太区企业希望在数字客户体验方面引领全球，并确保其高额的投资能够有所报酬，这一切都取决于交付的技能和敏捷度。根据 Adobe 的报告显示，亚太区企业在这些关键运营能力上的平均表现落后于全球同行。

报告显示，83% 的亚太区企业领导者担忧其所在的企业不具备所需的必要技能，而这一点在欧洲（79%）和北美（73%）同样如此。此外，数字技能短缺和技术系统整合不良被列为提供数字体验最大的共同障碍。

¹全球移动通讯系统协会（GSMA）：《亚太地区的数字社会：通过协作加速流程》，2021

Adobe 2022 年数字趋势报告：数字消费者激增，促使亚太地区企业在客户体验上的投资领先世界

亚太地区企业也会考虑可行的人才吸引与保留的机会。如今，远程办公和弹性办公成为常态，调研机构 Forrester 指出，与全球 70% 的企业计划永久化远程办公模式相比，亚太区仅有 40% 的企业领导者有此打算²。Adobe 报告还显示，大多数（55%）的亚太地区领导人预计混合工作模式将恢复或低于疫情前的水平，只有 36% 的企业领导者计划比疫情前雇佣更多的远程工作员工。然而，由于数字人才的可用性在全球受到限制，不采用远程工作也将进一步限制并推迟企业数字化转型的目标。

92% 的亚太区企业领导者“赞同”将敏捷度视为营销组织取得成功的关键，但即便如此，仅有 25% 的从业人员认为其所在的企业在应对机会和挑战时的敏捷度是高的。

Rigby 表示：“84% 的亚太区企业认为技术和社会变革的步伐将维持不变或者加速，因此发展能与与时俱进的技能、敏捷度和创新技术应仍是企业战略的重点。”

数字成熟度的优缺点

针对亚洲企业的数字数据，Adobe 提出独特的机会和挑战。

亚洲企业将缺乏数字技能视为最大障碍，并将其列为发展的优先事项。相较于其他地区的专业从业人员，有更多的亚洲受访者认为其在创新能力和获取客户洞察方面仍有提升空间。

亚洲地区的重要数据

1. 45% 的亚洲受访者表示他们的数字体验未达到客户期望（45% 表示正好达到期望）。
2. 51% 的亚洲企业指出，其表现与所属行业并驾齐驱，或略微/大幅落后。
3. 50% 的品牌认为他们面临的阻碍是数字技能和能力的短缺。
4. 55% 的受访者认为工作及项目管理方面的投资将是提高生产力的关键。
5. 亚洲企业在获得客户洞察的能力上远远落后于其他地区，平均仅有 18% 的受访企业认为掌握了全新的客户旅程、摩擦点、忠诚度和购买的驱动因素等方面的客户洞察。

点击[此处](#)，下载《2022 年数字趋势：聚焦亚太地区》完整报告。

关于报告

《2022 年数字趋势：聚焦亚太地区》报告源于自 Adobe 全球数字趋势年度报告，其中重点介绍了塑造数字环境的重要趋势以及营销组织不可忽视的重要策略。本报告调研了超过 943 名高管、IT 专业人士和营销从业人员，调查时间为 2021 年 11 月至 2022 年 1 月。

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，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。

© 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.

² Forrester: 《2022 年亚太区市场趋势预测》，2021