

傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

sshi@adobe.com

Ann Wai / Rosa Yip

Newell Public Relations

(852) 2117 5017 / 2117 5011

annw@newell.com / rosay@newell.com

即時發布

Adobe 公布首個數碼經濟指數

新指數實時分析美國數碼經濟情況；新冠肺炎令電子商務、網上落單門市取貨交易激增

香港 — 2020 年 4 月 1 日 — Adobe (Nasdaq: ADBE) 發布首個數碼經濟的實時指標：《Adobe 數碼經濟指數》(Adobe Digital Economy Index)。該項指數分析了美國十八類產品一億個 SKU (Stock Keeping Unit) 的數萬億宗網上交易，發現新冠肺炎大流行期間，美國數碼經濟比整體經濟增長得更快，並變得前所未有地舉足輕重，因為全球消費者及企業都用數碼手段應對當前的挑戰。更廣泛地看，隨著數碼經濟不斷演化，市場對準確追蹤網上價格和實際支出，以便充份掌握趨勢並預測行業和國家之間變化的需求更殷切、更關鍵。

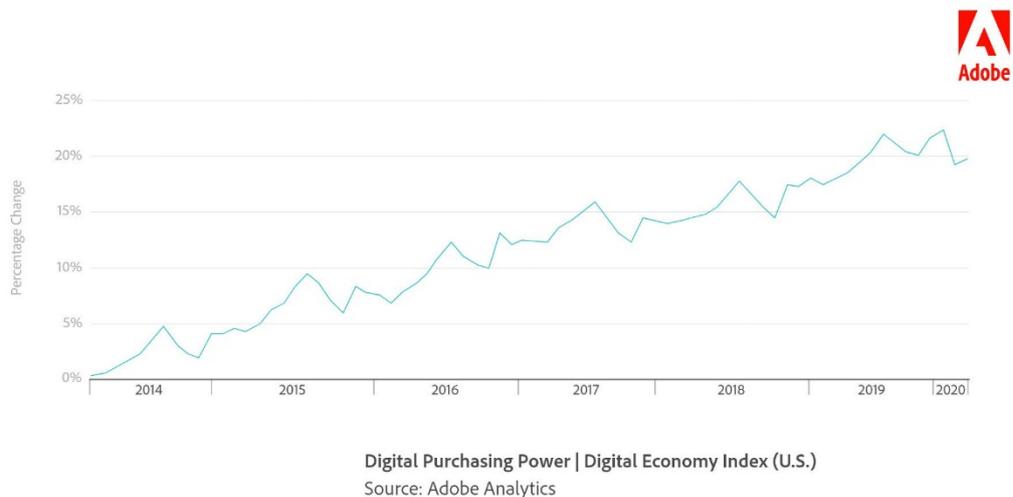
《Adobe 數碼經濟指數》藉著 Adobe Analytics 以全新的「數碼消費者購物籃」(Digital Consumer Shopping Basket) 來分析，並衡量網上商品和服務的銷售情況，結果顯示數碼購買力較以往上升了 20%，意味著消費者自 2014 年以來以同一筆金額可以在網上買到更多的商品。在新冠肺炎疫情影響下，某些商品如食品、雜貨、感冒藥和健身器材的銷量激增。與此同時，網上落單門市取貨 (Buy Online, Pickup In-Store, BOPIS) 的交易亦增加了 62%。

其他調查結果還發現：

- **數碼化帶來新的消費習慣：**某些商品類別在數碼消費者購物籃所佔比例增多，其他商品則呈現下降趨勢。例如雜貨類在三年內所佔比例從原來的 6% 增加至 8%；服裝零售商由於

早年已開展數碼化業務，該類別過去五年在網上交易總額所佔比例從 21% 增加至 23%。相反，隨著流動裝置的普及，電腦所佔比例從 21% 下降至 8%。

- **數碼購買力持續上升：**消費者將繼續得益於網上購物。消費者的數碼購買力按年增長 3%，自 2014 年以來更增長了 20%。今天只需 1 美元就能在網上買到 2014 年價值 1.2 美元的商品。與此同時，門市的商品價值卻下降了，2020 年以 1 美元購買的商品在 2014 年的價格僅為 0.88 美元。但是，隨著愈來愈多人在網上購物，線上與線下經濟將繼續融合，兩者之間的價格差異將繼續收窄。



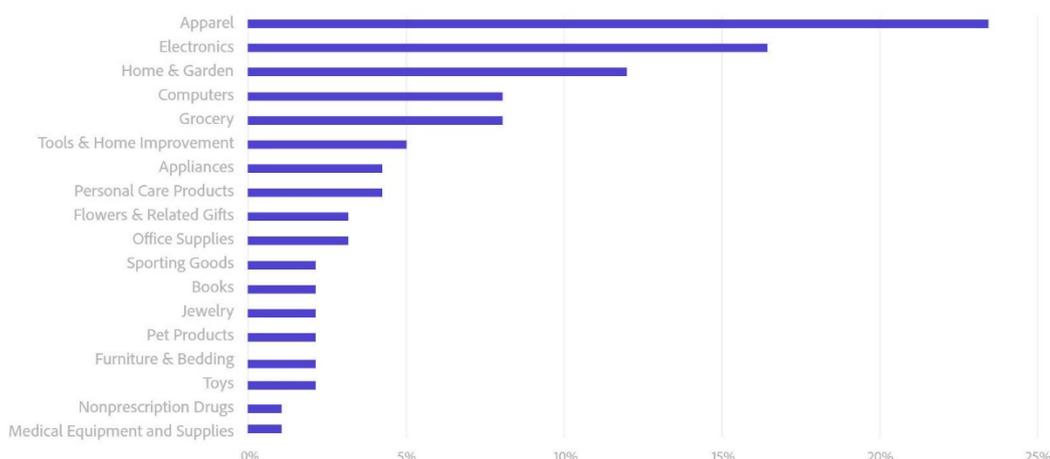
- **新冠肺炎令電子商務銷量激增：**在 2020 年 1 月 1 日至 3 月 11 日期間，部份商品銷量顯著上升：洗手液、手套、口罩和抗菌噴霧銷量增幅高達 807%；非處方藥物如感冒、流感和止痛藥的增幅為 217%；衛生紙為 231%；罐頭食品和耐儲存商品為 87%。此外，從 3 月開始許多美國消費者只能留在家中，健身設備（如壺鈴、啞鈴、室內健身單車及跑步機）及電腦設備（如桌上電腦及筆記型電腦）的網上銷量亦分別增長了 55% 和 40%。在 3 月 13 日至 3 月 15 日期間，整體雜貨類別的每日網上銷量增長 100%，而在 2 月 24 日至 3 月 21 日期間「網上落單門市取貨」（BOPIS）的交易亦按年增長 62%。



- **創新產品的網上價格下降：**最近一年發布最多新產品的電子產品、電腦、電視類別，其網上價格呈下降趨勢，這意味著消費者的數碼購買力正在上升，促使美國的整體通貨膨脹速度下降。例如，電子產品的網上價格在五年內下降超過 40%。從 2014 年 1 月至 2017 年 7 月，網上通縮使數碼購買力每年平均增長 3.9%，但是隨著消費者開始購買更多雜貨、傢俬等創新程度較低的商品和服務，網上通縮和數碼購買力放緩至按年增長 2%。由於網上購物開始涵蓋所有商品，而不僅僅是最創新的商品，網上購物的價格優勢將逐漸消失。

有關全新的數碼消費者購物籃

美國網上購物的商品類別包括：服裝 (23%)、電子產品 (16%)、家居和花園 (12%)、電腦 (8%)、雜貨 (8%)、家居維修工具 (5%)、家用電器 (4%)、個人護理產品 (4%)、鮮花和相關禮品 (3%)、辦公室用品 (3%)、體育用品 (2%)、書籍 (2%)、珠寶 (2%)、傢俱和床上用品 (2%)、寵物相關產品 (2%)，以及玩具和遊戲 (2%)，非處方藥物、醫療設備及用品類別則各佔 1%。



Online Contribution to Digital Basket (U.S., Jan 2020)

Source: Adobe Analytics

研究方法

《Adobe 數碼經濟指數》根據超過一萬億次的網站瀏覽和一億個 SKU 數據作出分析，相對同類指數提出最全面的見解。Adobe Analytics 分析美國排名前 100 名網上零售商其中 80 家的交易量，多於其他任何一家科技公司。Adobe 獨家獲取實時的消費者交易數據，包括美國勞工統計局、聯儲局和美國普查局在內的幾個政府機構和行業貿易組織皆同意與 Adobe 合作，以獲取有關數碼經濟的即時數據，因此其深度和準確度亦較其他以調查為基礎的分析優勝。

更多資訊：

- 請瀏覽《Adobe 數碼經濟指數》的[網誌](#)。
- 按[此](#)獲得《Adobe 數碼經濟指數》更新的報告。

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/。

###