



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)  
Adobe  
(86) 10 5865 7703  
[sshi@adobe.com](mailto:sshi@adobe.com)

方蕙珊 (Sana Fong)  
Newell Public Relations  
(852) 2117 5018  
[sanaf@newell.com](mailto:sanaf@newell.com)

即時發布

## Adobe 調查報告：亞太區的營銷人員欲借助生成式 AI 滿足持續增加的消費者期望

- Adobe 亞太區消費者研究顯示：61%的受訪者表示經濟情況惡化時，他們的客戶期望會隨之上升。
- 品牌面臨對增強數碼體驗的高需求：82%的亞太區消費者希望透過虛擬方式檢視產品，74%的消費者希望擁有沉浸式或虛擬互動體驗。
- 隨著需求增長，亞太區營銷專業人士希望透過生成式 AI 減少工作量，提升創意和擴大客戶觸及範圍。

香港 — 2023 年 6 月 21 日 — Adobe 最新的研究顯示，隨著消費者越來越重視新科技，且更深入探索虛擬和沉浸式環境，亞太地區（APAC）品牌可望引領下一波全球創新客戶體驗的浪潮。為幫助推動客戶體驗的轉變，營銷人員和消費者都想擁抱人工智能技術（AI），尤其是生成式 AI。

此項全球調查訪問了 13,000 名消費者和 4,250 位營銷和客戶體驗專業人士，概述了革命性技術對消費者和企業的廣泛影響，同時指出了網上生活、工作和消費的新領域。

根據 Adobe《數碼體驗未來趨勢報告》（Future of Digital Experiences Report），58%亞太地區受訪者在未來兩年內以網購作為他們的首選方式，比例遠超美國、歐洲、中東和非洲，消費者亦期望品牌擴展出新形式的數碼體

驗。五分之四（82%）的亞太地區消費者希望透過虛擬或擴增實境（AR）來檢視產品，而近四分之三（74%）的人希望品牌提供參與沉浸式與虛擬世界的全新互動方式。

如今，亞太區品牌正計劃以新穎的數碼體驗回應消費者的需求，其中包括：

- 打造虛擬產品並將其轉化為實品的能力（77%）
- 提供數碼代幣進行虛擬和實體產品交易（76%）
- 籌劃虛擬/沉浸式體驗活動（75%）
- 與虛擬網紅和名人互動的 VIP 權限（75%）

### 當前環境下顧客期望增加

儘管未來發展令人期待，但當前的經濟環境也迫使品牌必須進一步提升客戶體驗：有五分之三(61%) 的亞太地區消費者表示他們的期望值會因經濟環境惡化而提高，這點在年輕消費者中特別明顯。相較於全球 Z 世代群體（65%），有 70% 的亞太地區 Z 世代表示他們在經濟低迷時期望更高。此外，亞太區消費者在嚴峻的經濟環境下也份外看重對品牌的信任感，甚至將其看得比價格和產品還重要，此表現同樣於年輕消費族群中更顯著。

Adobe 亞太區暨日本數碼體驗營銷副總裁 Duncan Egan 表示：「亞太區消費者對品牌抱有極高期望，而且隨著經濟形勢的挑戰日益增加，此種期望只會繼續增加。亞太區營銷人員察覺此點後，開始投資新興技術，以引領數碼趨勢。此舉也有助他們實現生成式 AI 的潛力，打造出更具相關性、個人化與創意的體驗，從而推高了交付的效率和速度。」

### 品牌和消費者看見生成式 AI 的巨大潛力

隨著消費者期望不斷提升，亞太區的營銷和客戶體驗專業人士已開始借助人工智能技術：60% 的人於受訪中表示 AI 有助於他們的工作，其中有 16% 的人以「奇蹟」形容 AI。在新興的生成式 AI 技術方面，營銷和客戶體驗專業人士更樂觀以對——有九成的受訪者預期生成式 AI 將有助於提高工作的品質和數量（93%），增強創造力（91%），並協助觸及更多合適的客戶（91%）。絕大多數人認為，生成式 AI 將有助於加強個人化客戶體驗（89%），以及辨識新的受眾和客戶旅程（90%）。

亞太區消費者也意識到生成式 AI 改變品牌互動方式的潛力。有 85% 的受訪者表示生成式 AI 將提升客戶體驗；87% 的人相信生成式 AI 有助於提高產品品質；也有消費者期待品牌利用生成式 AI 幫他們在網絡上搜尋商品（34%），提供更相關且有益的消費體驗（31%），並提高互動內容的創意（27%）。

## 印度、東南亞消費者在全新數碼體驗需求最前端

該研究也顯示出亞太區各國多樣的觀點。相較澳洲、新西蘭和日本的保守態度，印度及東南亞地區（馬來西亞、新加坡和泰國）的消費者和營銷人員通常更積極地接觸新的數碼體驗形式、環境和工具。

考慮到現今品牌可運用更多的數據和技術達成客戶期望，有 81% 的印度消費者希望能獲得更加個人化且具關聯性的數碼體驗。這些數據也明顯與新西蘭及澳洲（32%）和日本（13%）的消費者形成對比。

這些數據也與各國消費者對品牌提供全新創新體驗的期待一致。例如，印度（91%）及東南亞地區（86%）的消費者希望品牌提供新的虛擬或沉浸式體驗方式；60% 澳洲及新西蘭的消費者抱有相同期望，然日本則僅有 48% 的消費者認同。

對於生成式 AI 強化客戶體驗或產品質量方面，消費者看法存在著類似差異。在印度（93%）及東南亞地區（89%），約九成的消費者認為生成式 AI 有助於改善客戶體驗和產品品質；然而在澳洲和新西蘭，認同此說法的消費者比例為六成（63%）。

完整的 Adobe 《2023 年數碼體驗未來趨勢報告》，請點擊[此處](#)下載。

## 關於 Adobe 《數碼體驗未來趨勢報告》

Adobe 《數碼體驗未來趨勢報告》是 Adobe 與 Advanis 合作進行的全球調查，主要關注多面向檢視數碼體驗，包括數碼經濟、體驗領域（渠道和內容）和生成式 AI 等。

## 研究方法

此份報告源於 Advanis 在 2023 年 2 月進行的網絡調查，主要針對全球 13,000 多名消費者和 4,250 名營銷和客戶體驗專業人士。亞太區的分析資料以 5,027 名受訪的消費者和 1,474 名營銷和客戶體驗專業人士為樣本，範圍包括澳洲（529/183）、印度（2008/496）、日本（1009/498）、馬來西亞（286/51）、新西蘭（481/108）、新加坡（291/70）和泰國（423/68）等地。

## 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/](http://www.adobe.com/hk_zh/)。

###

© 2023 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.