

## 媒体联系人

彭凤仪

Adobe公司大中华区公关经理

+886 937 212 280

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

王敏

明思力公关公司

(010)8573 0589

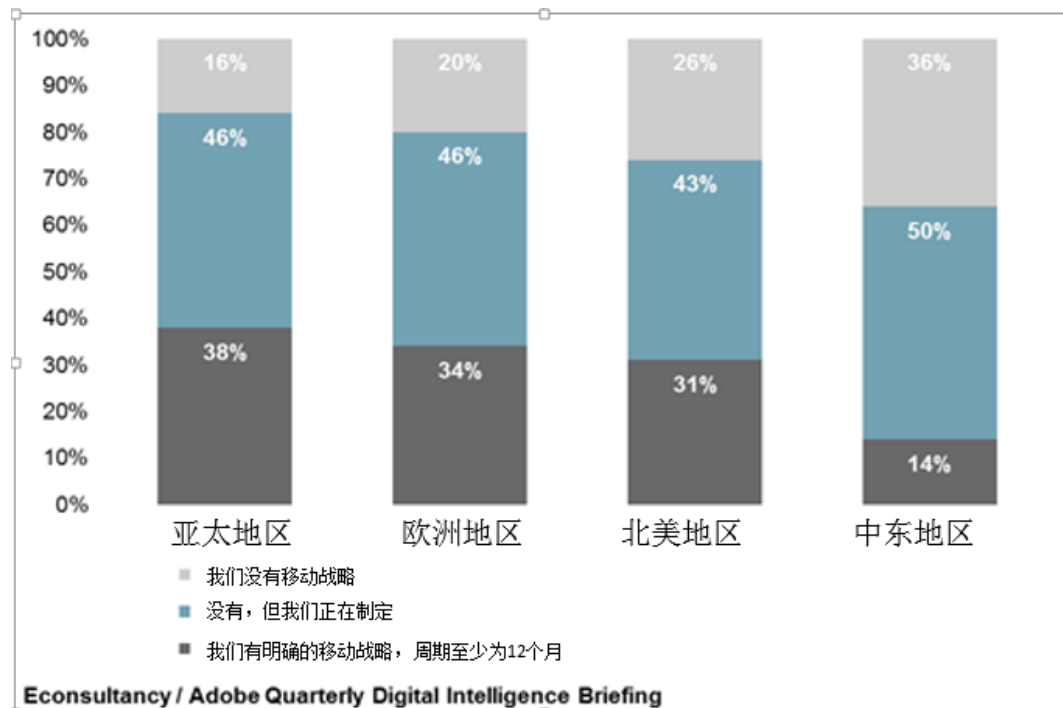
[miyam.wang@mslgroup.com](mailto:miyam.wang@mslgroup.com)

## Econsultancy 与 Adobe 最新研究表明亚太地区主导移动优先业务转型

2015年6月4日-北京-在本次 Econsultancy 与 Adobe 的调研中，亚太地区 38%的受访者表示有明确的移动战略，战略周期至少为 12 个月，这一比例高于欧洲地区（34%）和北美地区（31%）。此外，亚太地区 33%的受访者认为，移动业务是其整体业务的核心并在决定与客户互动方式方面有着至关重要的作用。相比之下，北美地区和欧洲地区分别只有 32%和 26%的受访者认同此观点。这表明，亚太地区正在主导移动优先的业务转型。

Econsultancy 与 Adobe 联合发布的最新研究报告结果进一步表明亚太地区是全球移动发展态势最好的地区，市场营销人员和商业领导者致力于充分运用移动战略。[《数字智能季度简报：追求移动卓越》](#)中介绍了这份研究的结论。研究从 2015 年 2 月到 3 月，访问人数近 3000，其中 28%来自亚太地区，21%来自北美地区，51%来自欧洲地区。

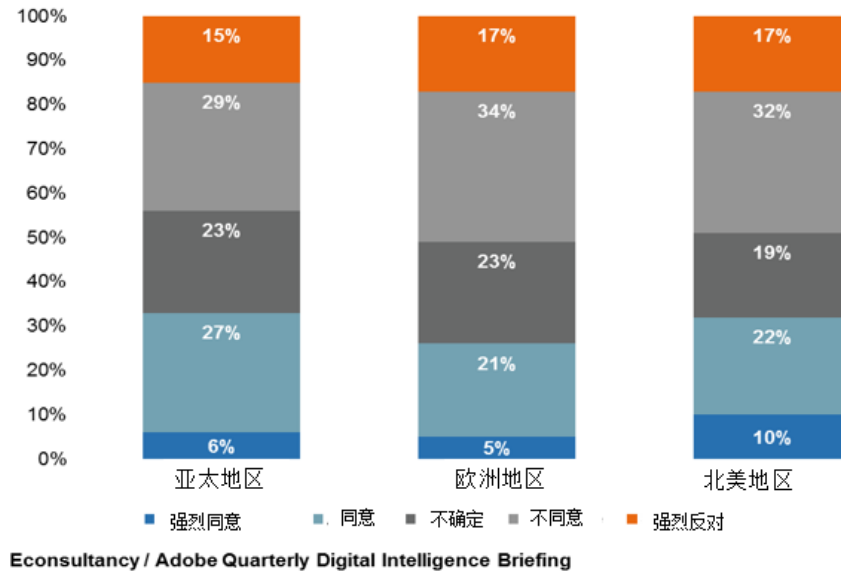
图 1：你所在的企业是否有移动战略？



受访者: 亚太地区: 311 欧洲地区: 701

北美地区: 281 | 中东地区: 42

图 2: 我们的移动业务对整体业务至关重要, 决定我们如何建立客户关系



受访者: 亚太地区: 109

欧洲地区: 262 | 北美地区: 104

研究发现, 亚太地区 70% 的移动流量来自于智能手机, 北美地区为 61%, 欧洲地区为 60%, 进一步表明亚太地区移动业务的特殊性, 这里有全球最多的消费者在使用智能手机设备。

在被问及移动应用的用途时, 亚太地区的受访者通常使用移动应用进行内容分享 (81%) 或与客户互动 (67%)。在与客户互动方面, 亚太地区在全球领先, 欧洲地区营销人员使用移动应用与客户进行互动的比例为 59%, 而北美地区为 58%。北美地区市场营销人员使用移动应用进行内容共享的比例最高 (85%), 欧洲地区营销人员更多地使用移动应用进行娱乐游戏 (比例为 15%, 北美地区为 12%, 亚太地区仅为 9%)。

“移动优先目前已登录亚太地区”, Adobe 亚太区总裁 Paul Robson 表示, “移动可以改变一切——包括如何与客户、供应商、供货商、合作伙伴和自己的员工进行交流。这份研究结果表明, 亚太地区已经出现了将移动作为核心业务战略的企业, 而欧洲和北美地区仍停留在重新设计传统的业务模式和工作流的桎梏之中”。

亚太地区的研究结果也反映出关于移动应用商业价值的新情况。亚太地区的受访者更热衷于转化率，认为移动应用的转化率高于移动网络——48%的受访者多这一观点表示强烈赞成或赞成，而欧洲地区仅为 26%，北美地区为 27%。

在被问及企业移动战略的核心及整体性质时，亚太地区的受访者表示，有信心去衡量移动应用的成功及 ROI，也有信心去衡量网站的运营情况。47%的亚太地区受访者对此表示强烈赞成或赞成，而欧洲地区只有 35%、北美地区只有 30% 认为如此。

“亚太地区是全球移动态势发展最好的地区，这份研究表明，企业目前对于移动战略及其执行有较高的自信度和整合意愿，超过了欧洲和北美地区”，Robson 表示，“有关数据表明了三个地区的不同特点，它们都面临着颠覆性和令人兴奋的移动主导的转型，都在经历着不同的进化阶段”。

## 关于 Adobe 公司

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>。

了解更多信息，请关注 Adobe 中国官方微博 [weibo.com/adobechina](http://weibo.com/adobechina) 以及 Adobe 人人网首页 [page.renren.com/adobechina](http://page.renren.com/adobechina)，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。

###

© 2015 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe, the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.