



媒體聯絡人

彭鳳儀(Frances)
Adobe大中華區公關經理
Tel: 0937-212-280
fpeng@adobe.com

陳忻婕(Cynthia) / 何軒廷(Estelle)
天擎公關
Tel: (02) 2775-2840 Ext: 324 / 345
adobe@grandpr.com.tw

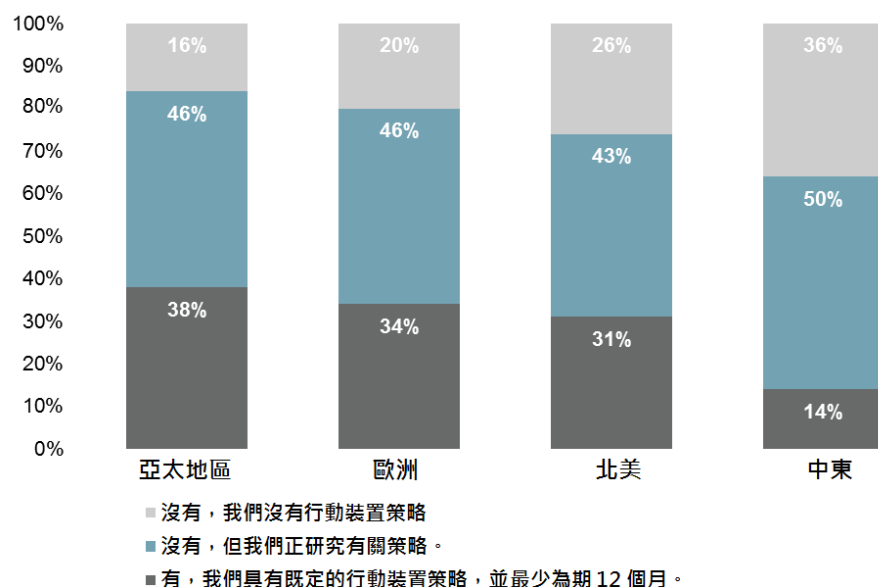
即時發布

全新的 Econsultancy 及 Adobe 研究報告揭示亞太地區以行動裝置 為優先的業務轉型之程度

台灣 — 2015 年 6 月 15 日 — 在亞太地區的 38% 受訪者表示他們已有最少為期 12 個月既定的行動裝置策略，而此百分比高於歐洲（34%）或北美（31%）。此外，33% 的亞太地區受訪者認為行動裝置活動對他們整體業務以及如何與客戶互動極為重要。相較之下，32% 的北美及 26% 的歐洲受訪者持相同意見，這反映亞太地區在行動裝置為優先的業務轉型方面領先歐洲及北美地區。

Econsultancy 與 Adobe 共同發布的一項最新研究報告中，重申亞太地區因行銷人員及事業領導者著眼於善用行動裝置策略，故亞太地區為全球行動裝置最為完善的地區。《[The Quarterly Digital Intelligence Briefing: The Quest for Mobile Excellence](#)》報告中，在 2015 年的 2 月至 3 月針對對近 3,000 名受訪者進行調查訪問，其中 28% 受訪者來自亞太地區，而 21% 及 51% 的受訪者分別來自北美及歐洲。

圖表一：您的企業是否有一個行動裝置策略？

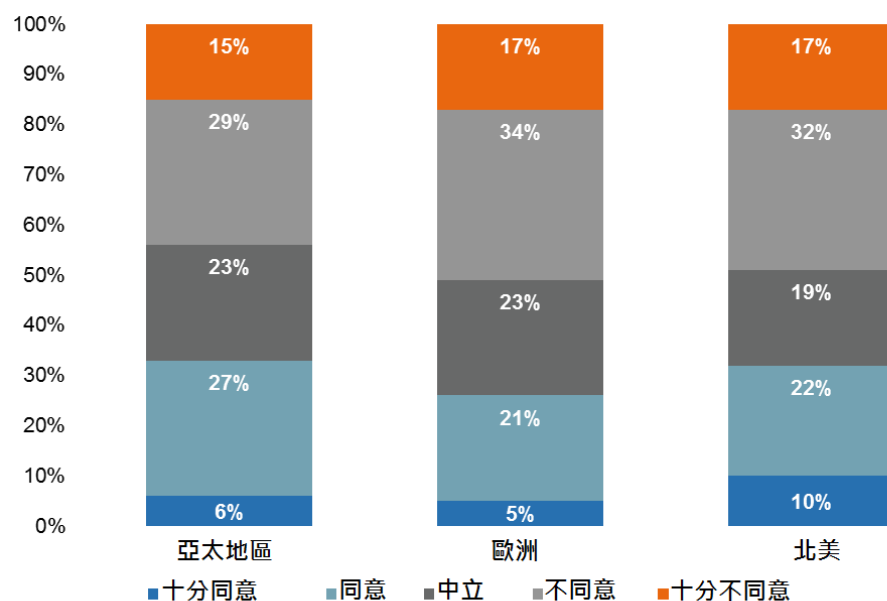


Econsultancy / Adobe 數位智慧季報

受訪者: 亞太地區: 311 | 歐洲: 701

北美: 281 | 中東: 42

圖表二：「我們的行動裝置活動對我們整體業務以及如何與客戶互動極為重要。」



Econsultancy / Adobe 數位智慧季報

受訪者: 亞太地區: 109

歐洲: 262 | 北美: 104

研究發現，亞太地區 70% 的行動裝置流量來自於智慧型手機，相較於北美地區的 61% 及歐洲地區的 60%，再次強調了亞太地區為擁有全球最多智慧型手機消費者的地區，在行動裝置使用的本質上與其他地區的不同。

當被問及什麼行動裝置應用程式最有可能被使用，亞太地區的受訪者指出最有可能使用的應用程式為內容共享（81%）或與客戶進行互動（67%）。在最新使用案例中，亞太地區領先世界各地，歐洲市場行銷人員使用行動裝置應用程式作互動的只有 59%，而北美亦只有 58%。報告中北美市場行銷人員最傾向使用行動裝置應用程式作為共享內容（85%）用途，而歐洲市場行銷人員最傾向使用行動裝置應用程式作遊戲用途（15%，而北美及亞太地區的相關方面百分比分別為 12% 及 9%）。

Adobe 亞太區總裁 Paul Robson 表示：「亞太地區目前已經是『行動裝置為優先』。行動裝置改變了一切，包括你如何與客戶、廠商、供應商、合作夥伴和自己員工的溝通方式。這項研究的結果顯示，亞洲已有很確實的「以行動裝置為主」的商業策略，而歐洲和北美仍汲汲營營於重新設計其較傳統的業務模式和流程。」

從亞太地區的回應亦可得知有關行動裝置應用程式商業價值的有趣現象。亞太地區的受訪者明顯地對轉換率抱有更多的熱情，當中有 48% 十分同意或同意其偏好行動裝置應用程式多於行動網路，而歐洲和北美分別只有 26% 和 27% 持相同看法。

這也許反映了他們業務中行動裝置策略的核心和綜合特質，亞太地區受訪者對於評估行動裝置應用程式的成功程度和投資回報率與網站相比較有信心，47% 的亞太區受訪者對此十分同意或同意，而歐洲和北美分別只有 35% 和 30% 的受訪者有同感。

Robson 表示：「亞太地區是世界上行動裝置最為完善的地區，這項研究顯示這裡的企業對其行動裝置策略及執行能力有更高度的整合及信心，這比歐洲或北美更勝一籌。數據揭示了三個地區都面臨著顛覆性和令人興奮的行動裝置為主導的轉型，並均正在經歷改革的不同階段。」

關於 Adobe

Adobe 致力通過數位體驗改變世界。查詢更多詳情，請瀏覽公司網站：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。

###

© 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.