



数据快照

消费者渠道偏好与优先级，2025

全球研究报告

塔利亚·夸德拉斯
研究项目经理

詹姆斯·斯卡特，XM
P
主要 XM 催化剂

二〇二五年二月

本报告的主要发现

作为我们最近进行的全球消费者研究的一部分，我们询问了来自23个国家的近24,000名消费者哪六个渠道（与自动化系统进行对话，移动端自助服务，电脑端自助服务，在电脑上与人员进行对话，在电话中与人交谈。或者与某人面对面会议）他们更倾向于使用这些来完成九种常见交互。我们还询问了他们在每个使用这些渠道时，哪些体验元素他们认为最重要。从他们的回答中，我们发现：



消费者偏好人工渠道。 在所有国家和活动中，平均有61%的消费者更喜欢使用三种由人介导的渠道之一（与电脑上的人聊天，与某人通过电脑交谈 thephone, 或者亲自与某人会面。这个偏好在55岁以上的老年消费者和西班牙消费者中最强烈。

数字渠道在亚洲消费者中最为流行。 在所有活动中，数字渠道（自助服务 并且 与自动化系统进行聊天 在中国（62%）、韩国（57%）、印度（48%）和香港（47%）消费者中最受欢迎。



聊天机器人是最不受欢迎的。 消费者最不可能偏好使用 与自动化系统进行聊天 平均只有8%的人更愿意使用此渠道来完成九种常见的互动。此渠道对于寻求以下方面的消费者来说最受欢迎：获取订单状态（12%）和预订航空公司机票（10%）。

消费者在他们的互动渠道中优先考虑信任。 消费者在以下情况下没有发生显著偏离：优先考虑渠道体验的前两个要素：我信任提供的信息。所有渠道中最重要的是优先级，其次是速度：我迅速完成互动。



同理心在人际渠道中是首要任务。 在与公司通过电话或面对面交流时，我以同理心对待。成为消费者排名第2的优先事项，高于速度和便利性。与数字互动中的第4优先级相比（自助服务、聊天。

研究报告关键事实

- 全球消费者研究
- 在线调查小组研究
- 于2024年第三季度进行
- 23,730名消费者
- 23个国家/地区

频道偏好与优先级，2025年

研究概述

本报告数据来源于Qualtrics XM研究院在2024年第三季度进行的全球消费者研究。通过在线调查，XM研究院收集了来自23个国家/地区的23,730位消费者的数据：澳大利亚、巴西、加拿大、中国、丹麦、法国、德国、中国香港、印度、爱尔兰、意大利、日本、墨西哥、荷兰、新西兰、菲律宾、新加坡、韩国、西班牙、瑞典、阿拉伯联合酋长国、英国和美国。

XM研究院对除以下国家外的每个国家的大约1,200名消费者进行了调查。为了确保数据反映了这些国家内的人口结构，我们设定了相应的配额以匹配每个国家的样本。国家性别、年龄和收入人口统计

以下国家的样本量大约为
跟随：

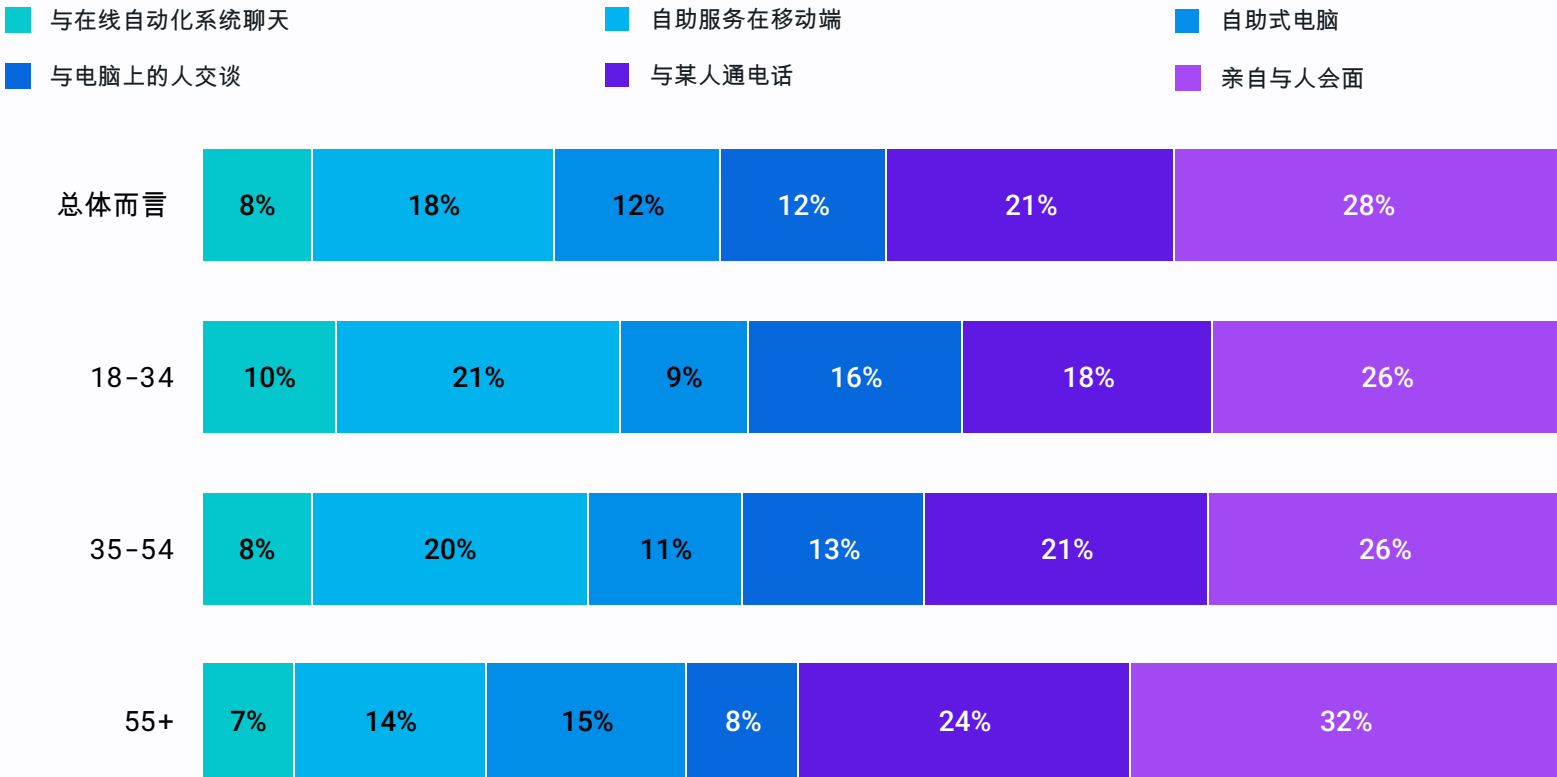
香港（中国）：400。新西兰：600。菲律宾：660。爱尔兰：700。丹麦、新加坡和阿联酋：800。

报告中的数据

1. 按年龄划分的渠道偏好
 2. 2025年渠道偏好变化
 3. 按国家划分的渠道偏好（第一部分）
 4. 按国家划分的渠道偏好（第二部分）
 5. 互动中的消费者优先事项（第一部分）
 6. 互动中的消费者优先事项（第二部分）
 7. 互动中的消费者优先事项（第三部分）
 8. 获取技术支持（第一部分）
 9. 获取技术支持（第二部分）
 10. 解决账单问题（第一部分）
 11. 解决账单问题（第二部分）
 12. 预订机票（第一部分）
 13. 预订机票（第二部分）
 14. 购买电视（第一部分）
 15. 购买电视（第二部分）
 16. 获取订单状态（第一部分）
 17. 获取订单状态（第二部分）
 18. 选择手机套餐（第一部分）
 19. 选择电话套餐（第二部分）
 20. 申请银行账户（第一部分）
 21. 申请银行账户（第二部分）
 22. 安排医疗预约（第一部分）
 23. 安排医疗预约（第二部分）
 24. 接收医疗建议（第一部分）
 25. 接收医疗建议（第二部分）
- 方法论

频道偏好按年龄分类

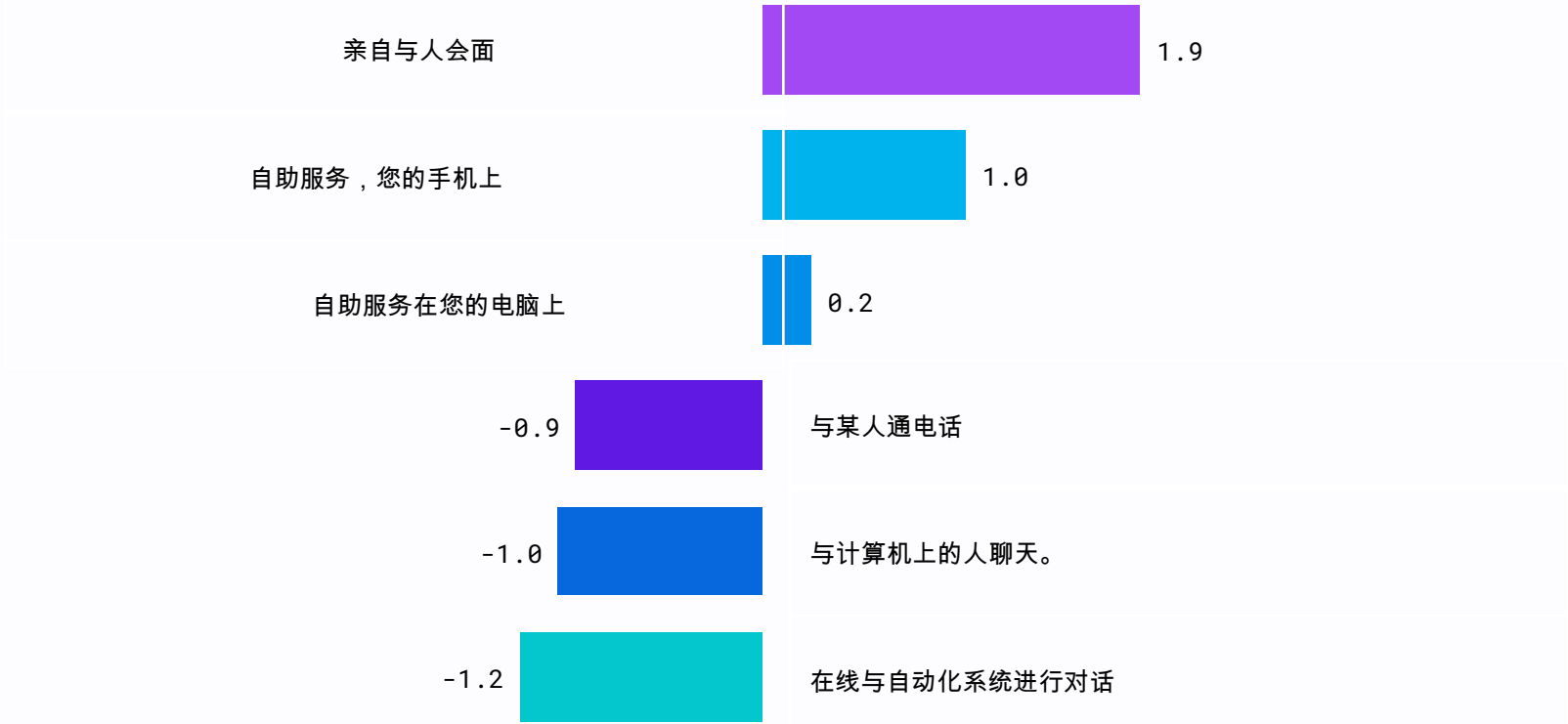
九种常见互动中的频道偏好按年龄划分



渠道偏好从2024年的变化

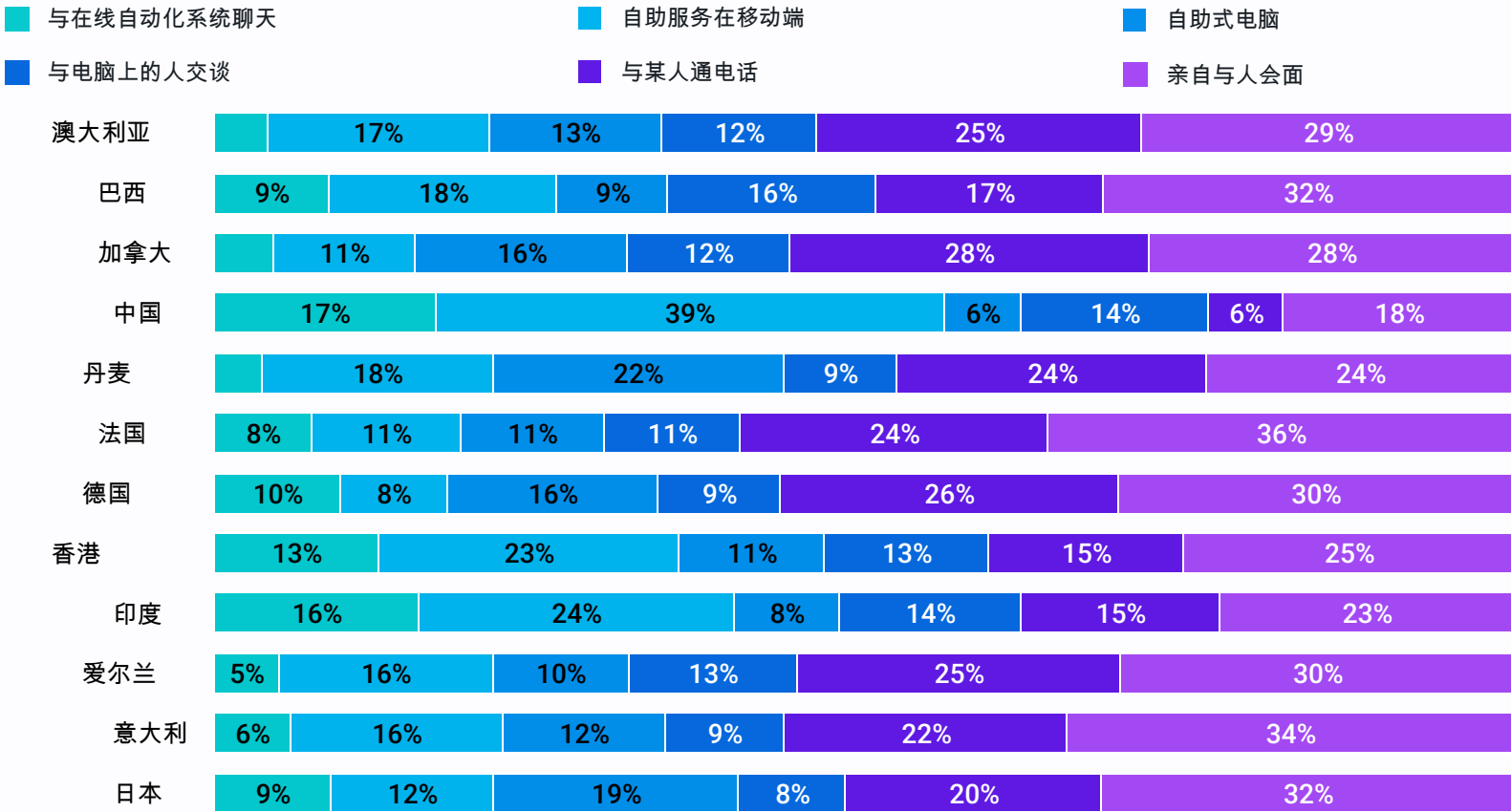
渠道偏好从2024年的变化

(百分比点)



国家渠道偏好 (第一部分)

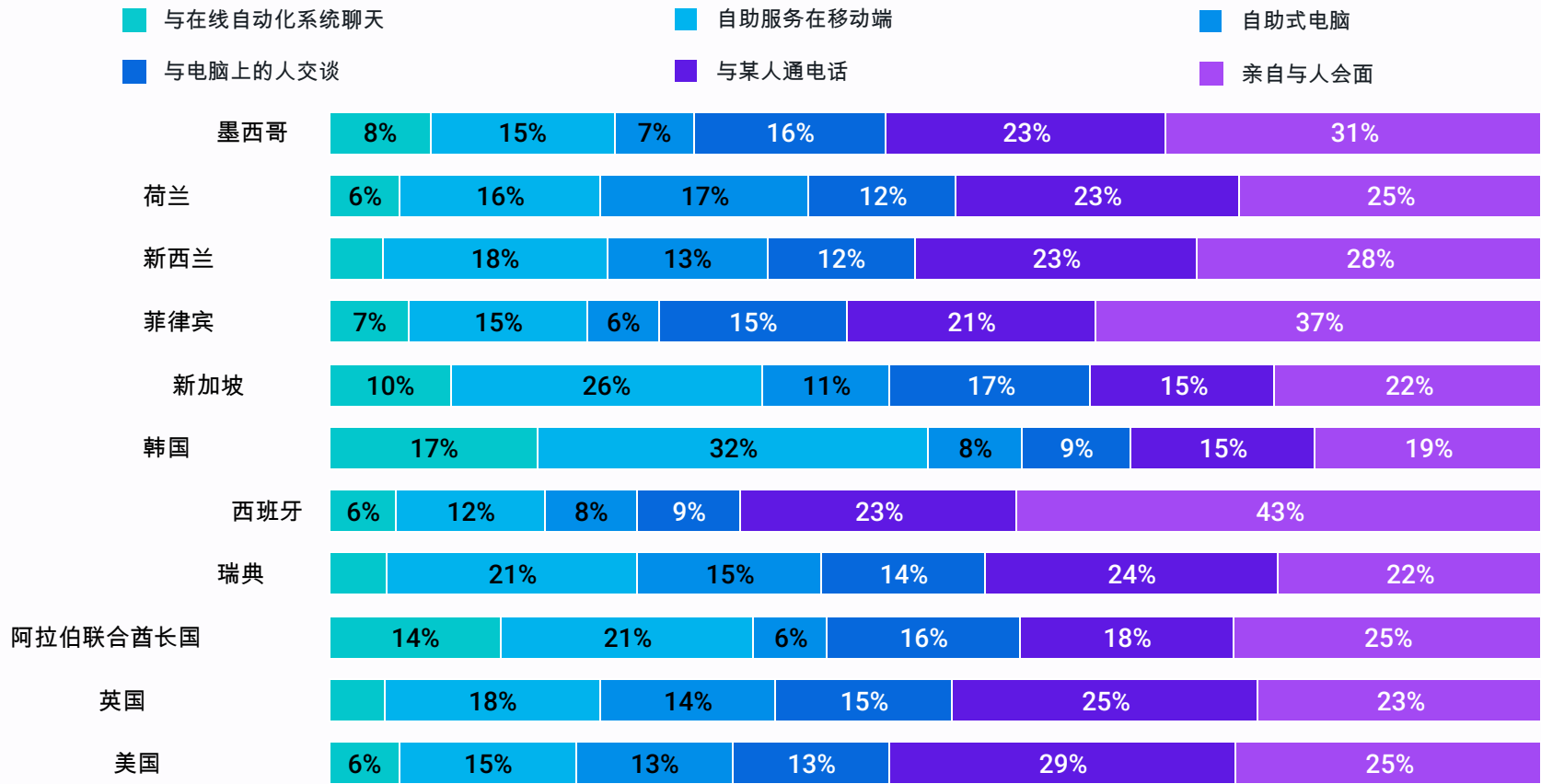
国家间九种常见互动中的渠道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

国家渠道偏好 (第二部分)

国家间九种常见互动中的渠道偏好



基准： 23,730名消费者遍布23个国家
来源： Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

消费者互动中的优先事项（第一部分）

当我通过[x]与公司互动时，对我来说最重要的是.....

(选择两项优先事项)

自助式移动服务

我相信：
提供的信息



我完成了一
交互迅速



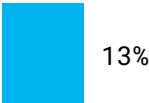
它方便于



我：接受治疗
同理心



我喜欢：
经验



自助服务在您的电脑上

我相信：
提供了60%的信息。



62%

它方便于



51%

我完成了一
交互迅速



50%

我：接受治疗
同理心



24%

我喜欢：
经验

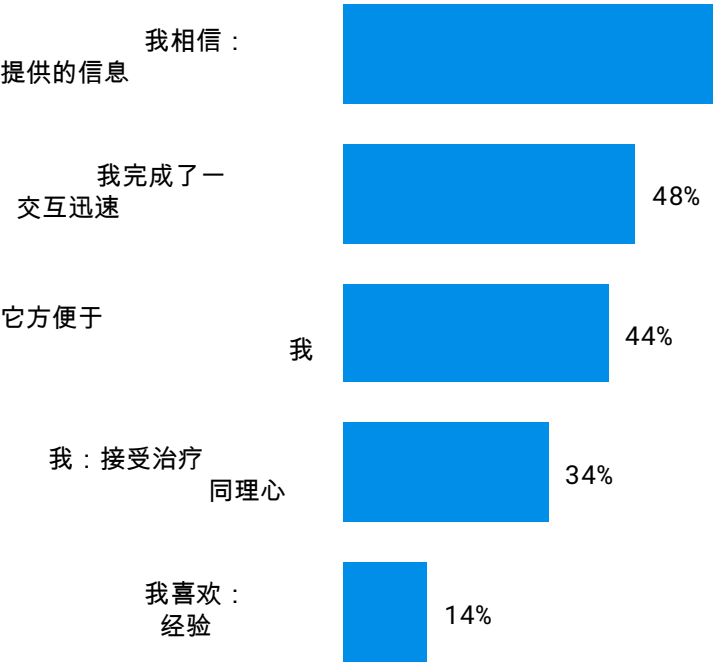


14%

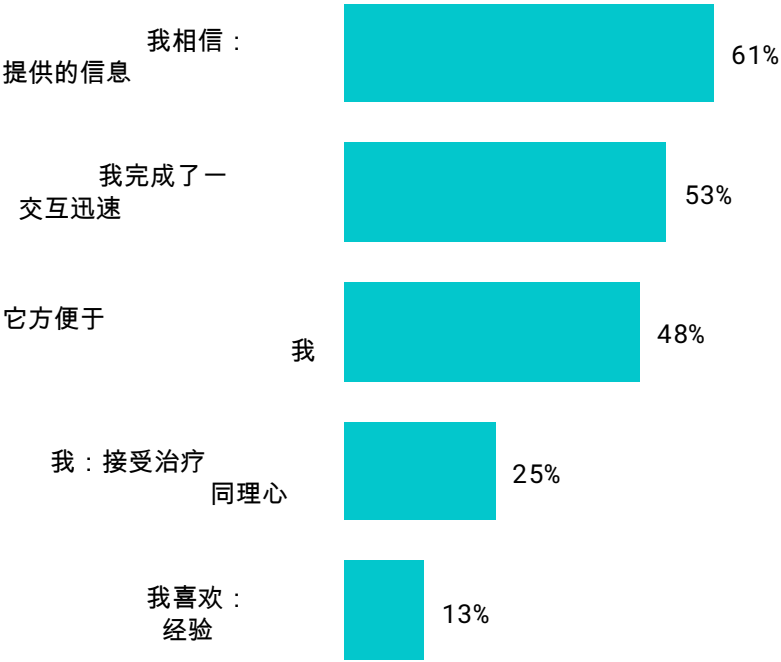
消费者互动中的优先事项（第二部分）

当我通过[x]与公司互动时，对我来说最重要的是.....
(选择两项优先事项)

与电脑上的人进行聊天



在线与自动化系统进行聊天



消费者互动中的优先事项（第三部分）

当我通过[x]与公司互动时，对我来说最重要的是.....

(选择两项优先事项)

正在与某人通话

我相信：
提供的信息



62%我相信：
提供的信息

我：接受治疗
同理心



46%

我完成了一
交互迅速



42%

它方便于



36%

我喜欢：
经验



14%

与某人在现场会面

我相信：
提供的信息



62%

我：接受治疗
同理心



47%

它方便于



36%

我完成了一
交互迅速



35%

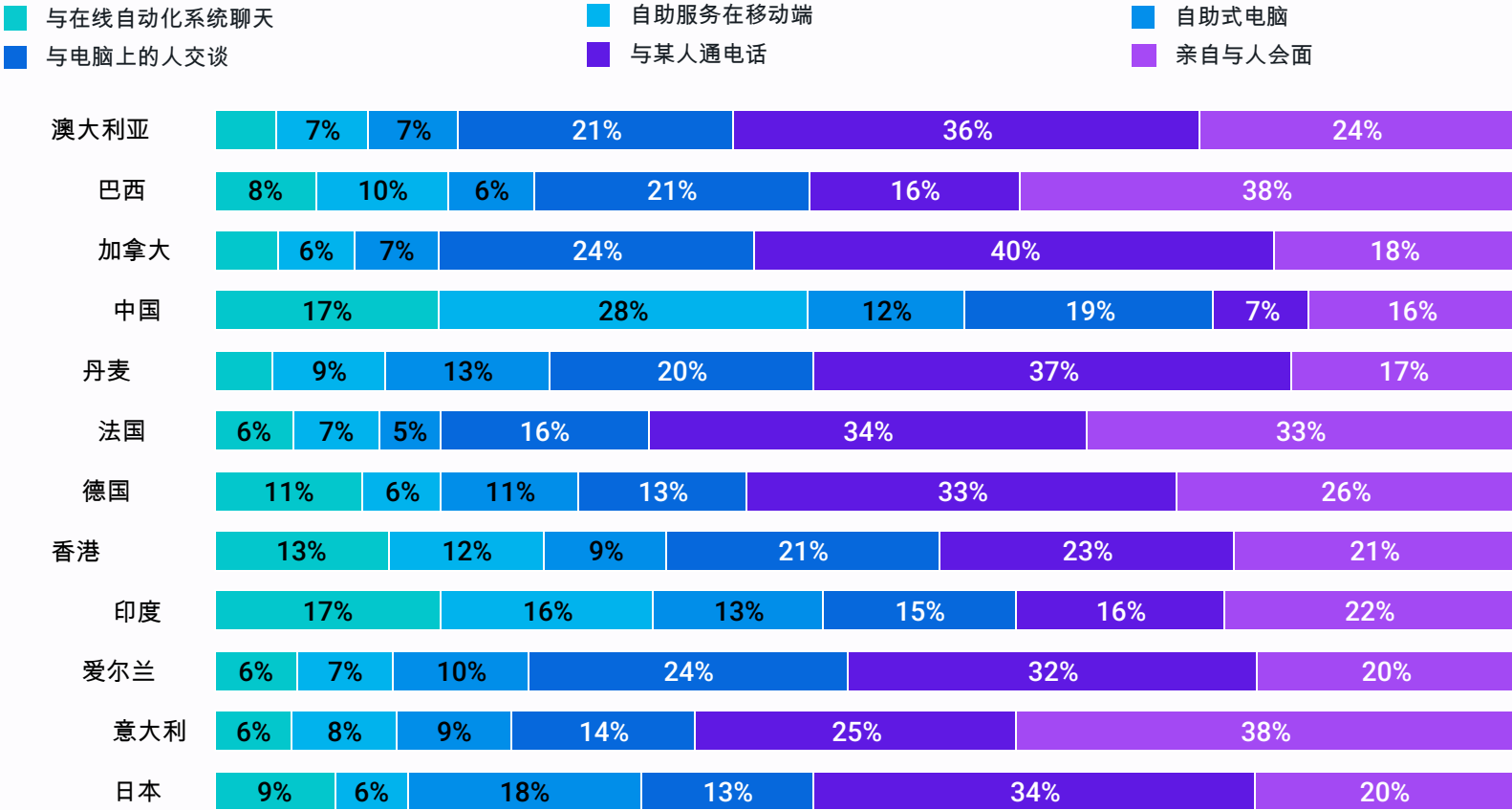
我喜欢：
经验



21%

获取技术支持（第一部分）

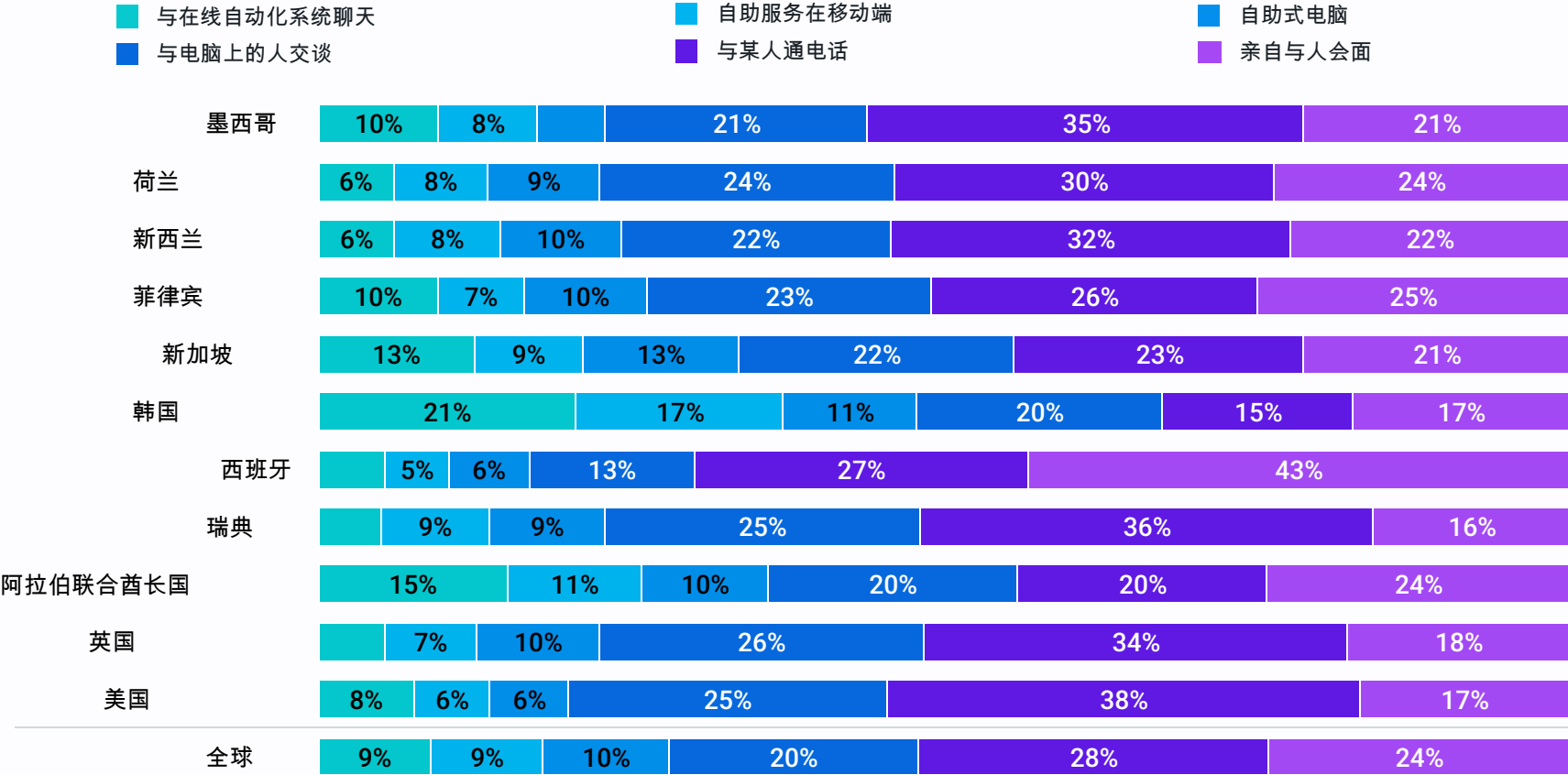
获取计算机技术支持时的渠道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

获取技术支持（第二部分）

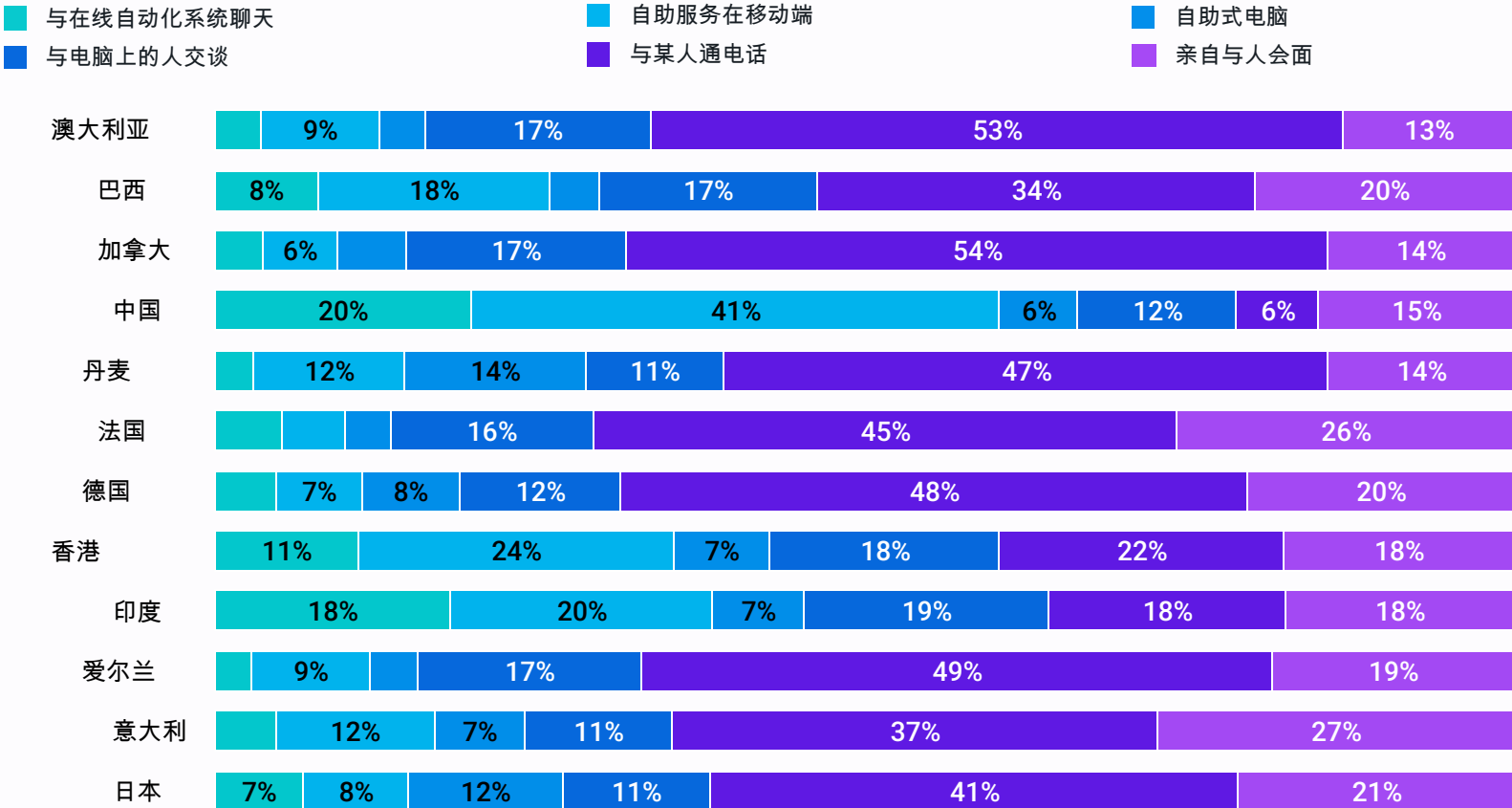
获取计算机技术支持时的渠道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

解决账单问题（第一部分）

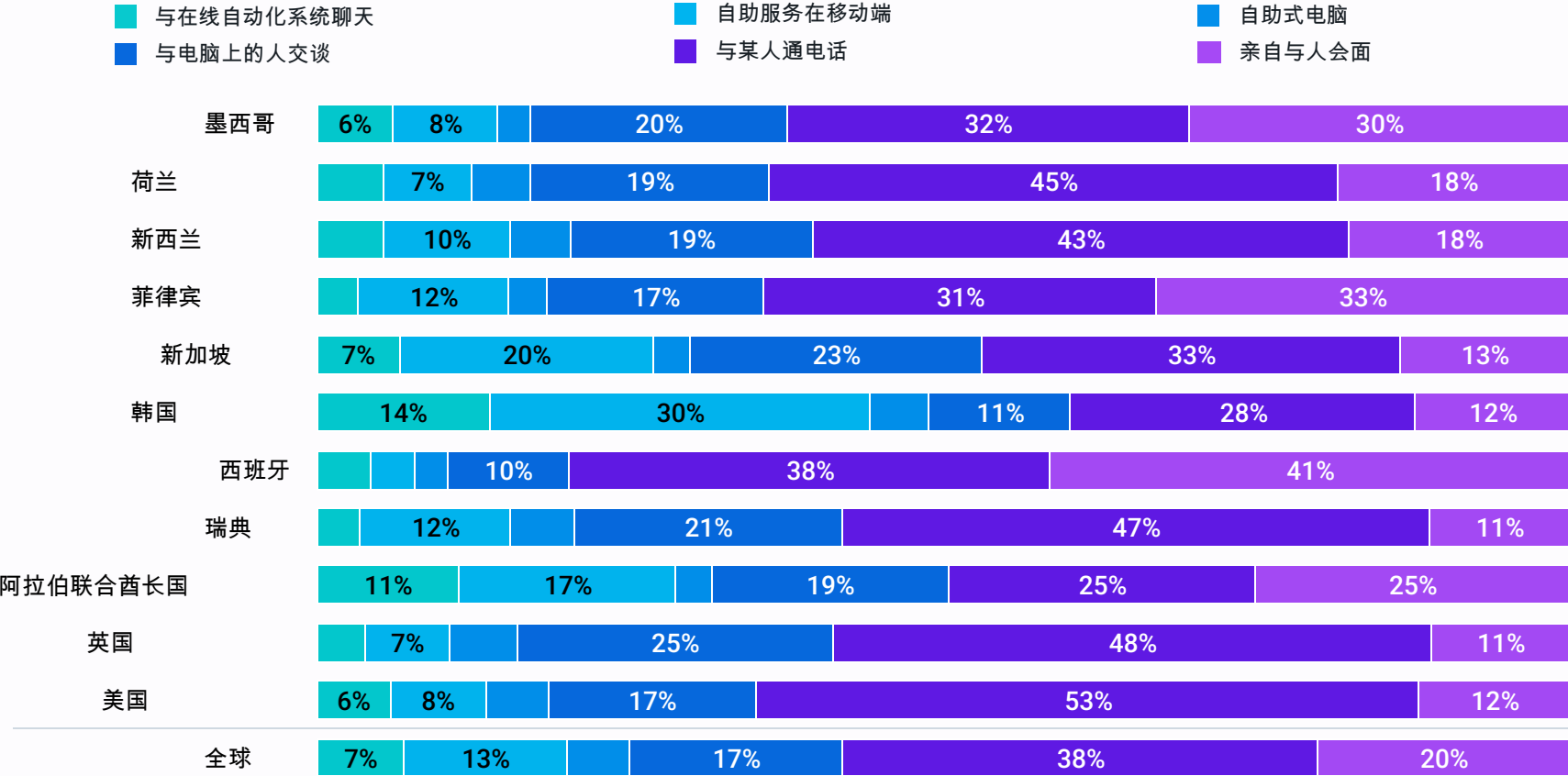
在解决账单问题时的渠道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

解决账单问题 (第二部分)

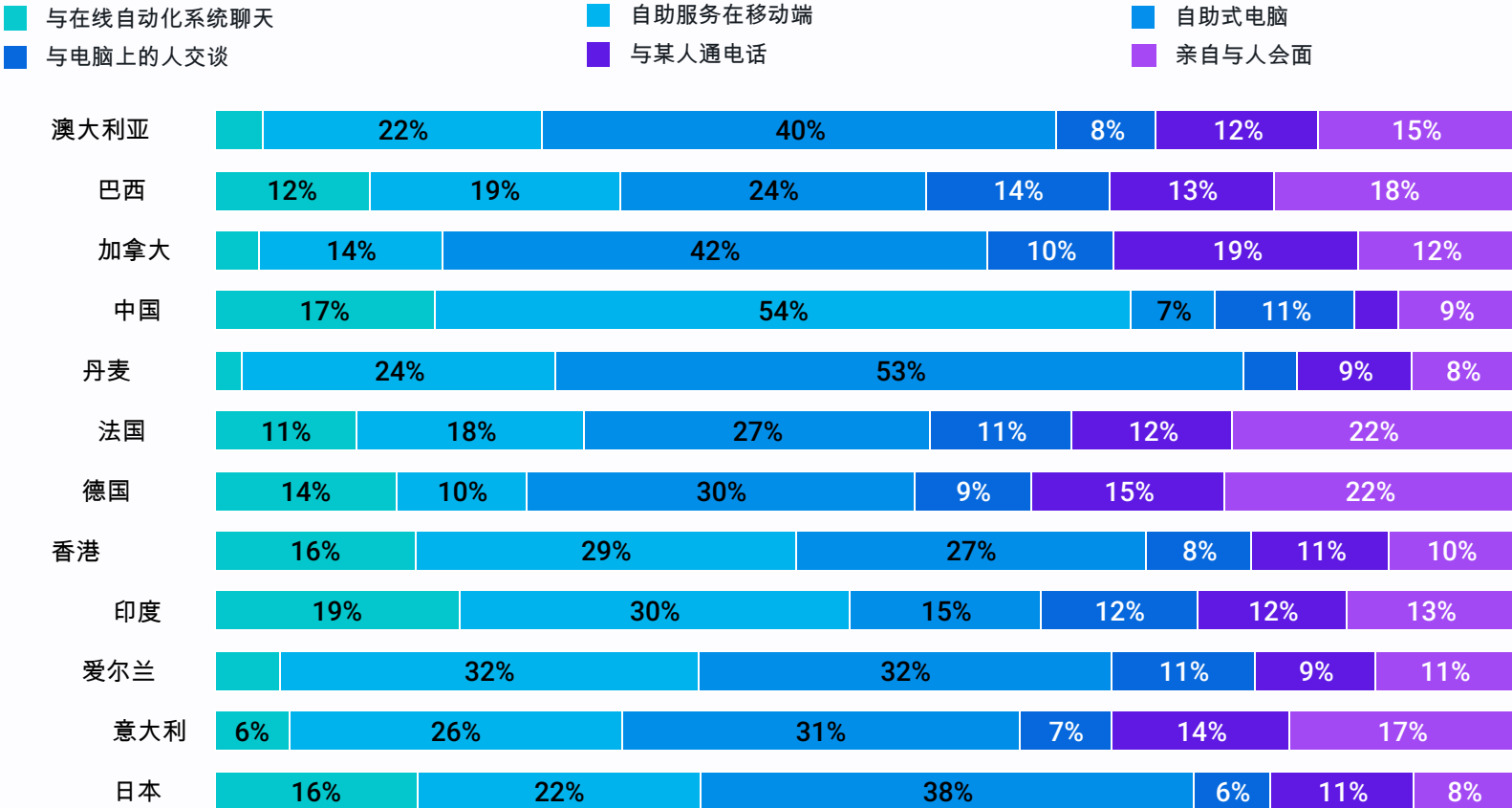
在解决账单问题时的渠道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

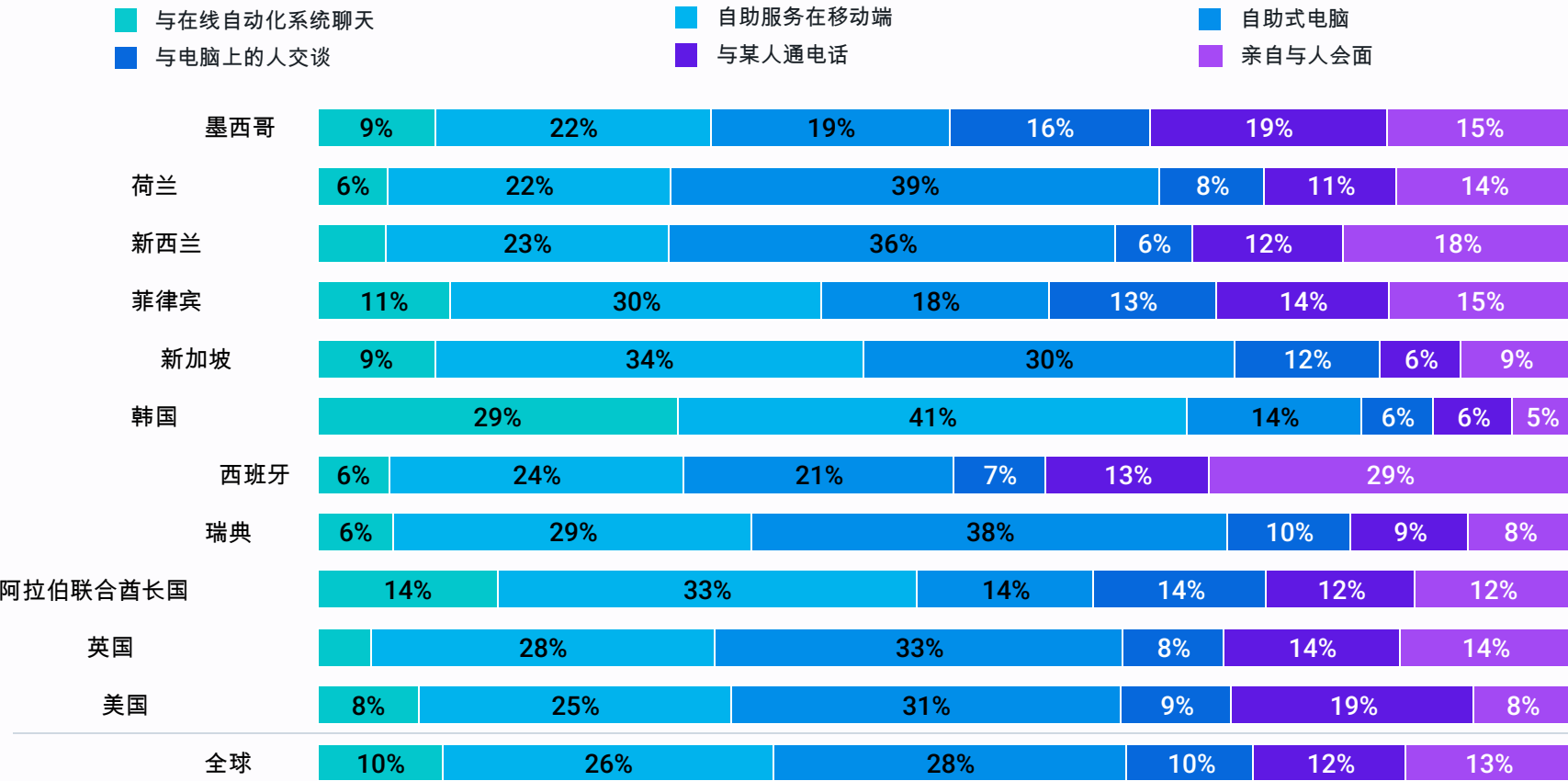
预订机票（第1部分）

当预订机票时的频道偏好



预订机票（第二部分）

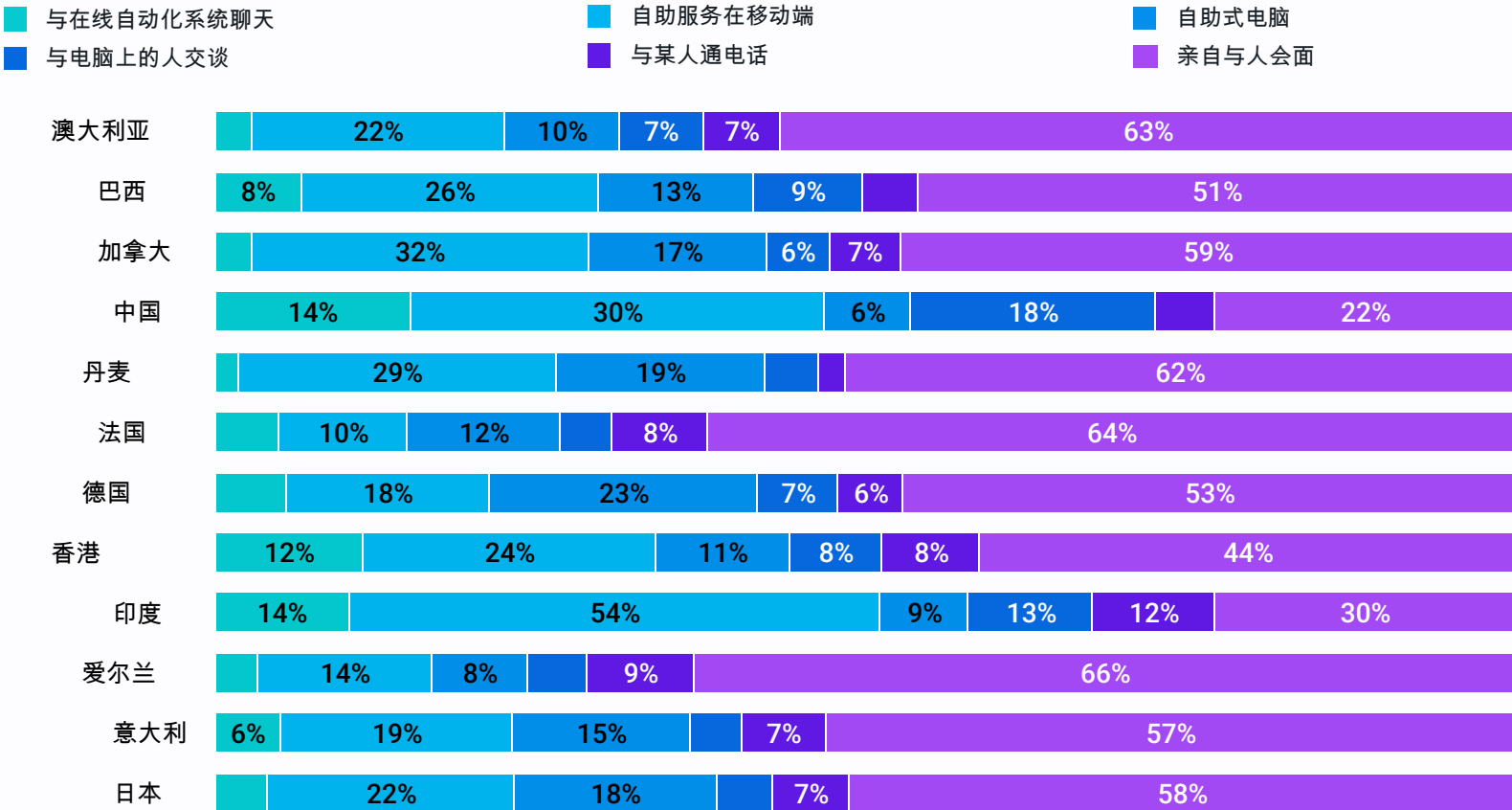
当预订机票时的频道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

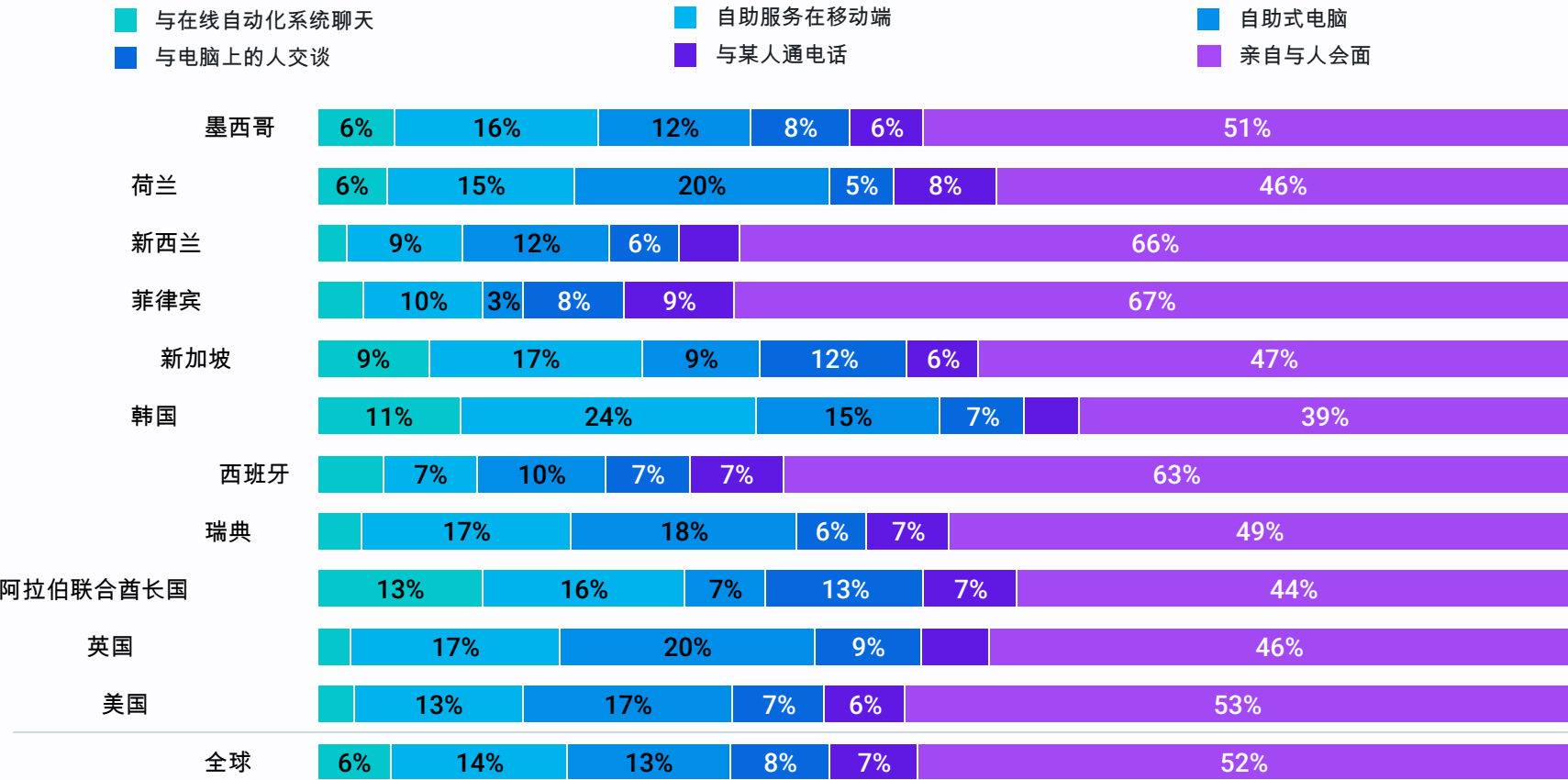
购买电视（第一部分）

当购买新电视时的频道偏好



购买电视（第二部分）

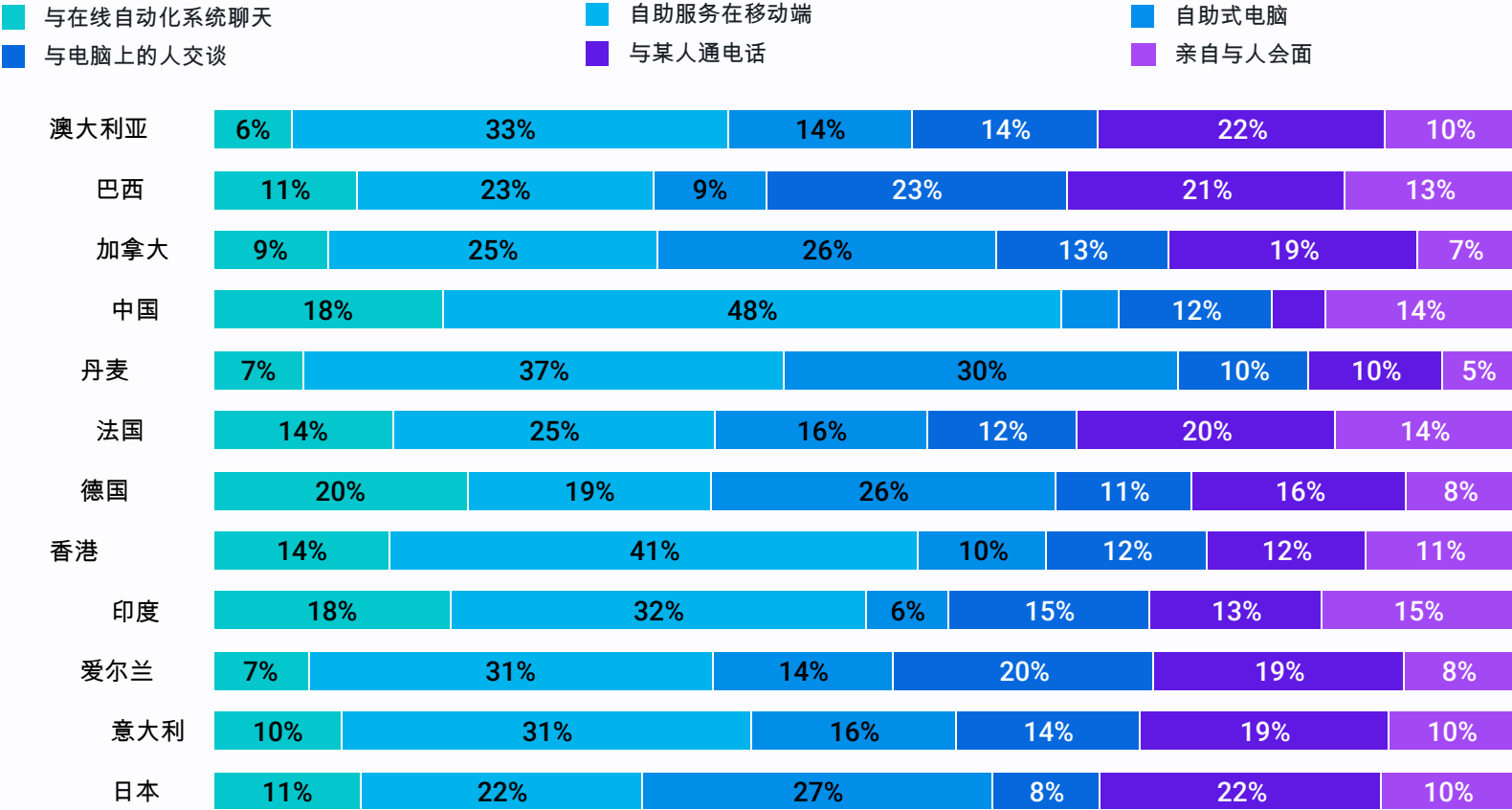
当购买新电视时的频道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

获取订单状态（第一部分）

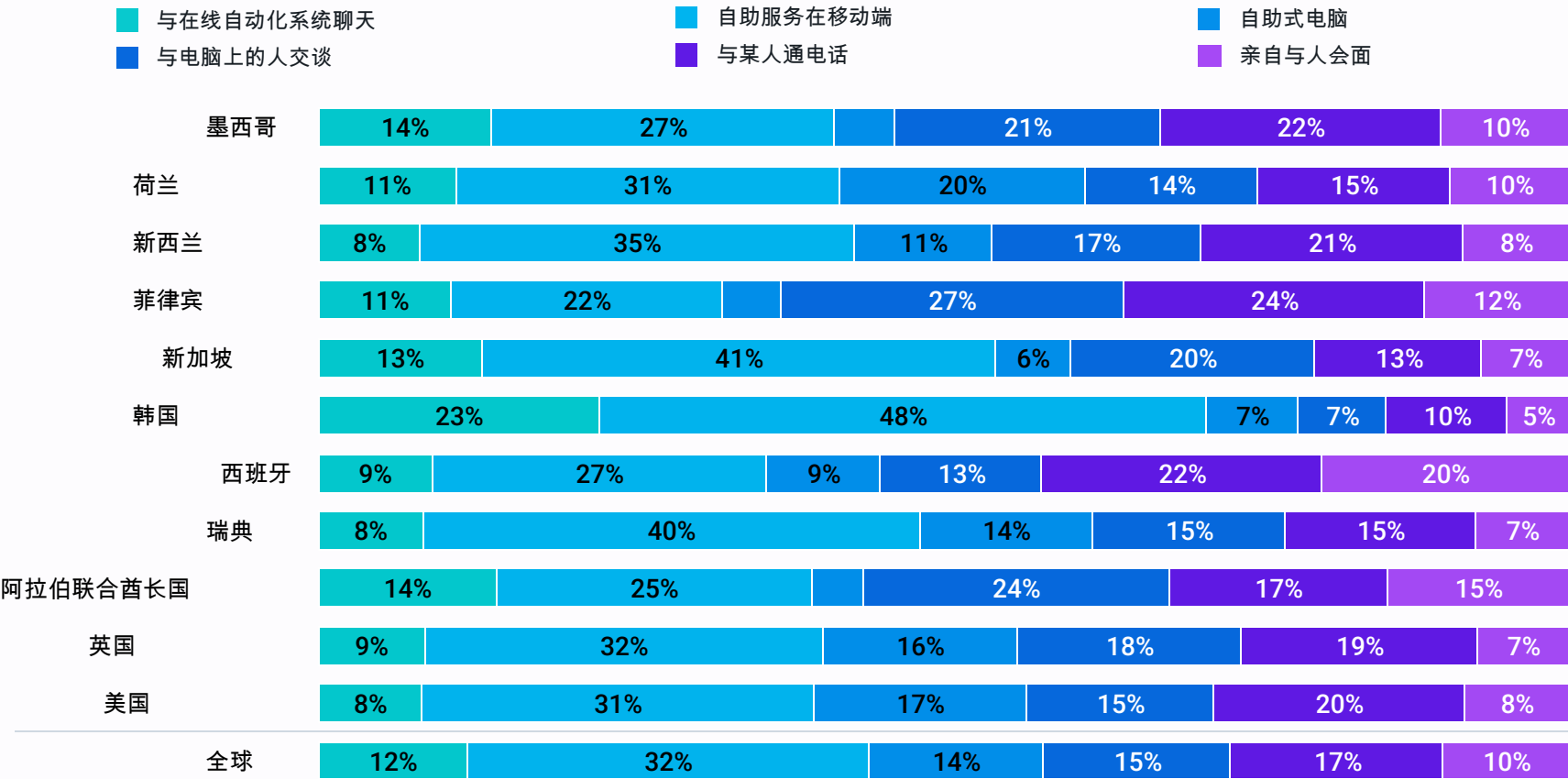
当查询您所下订单的状态时，渠道偏好。



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

获取订单状态（第二部分）

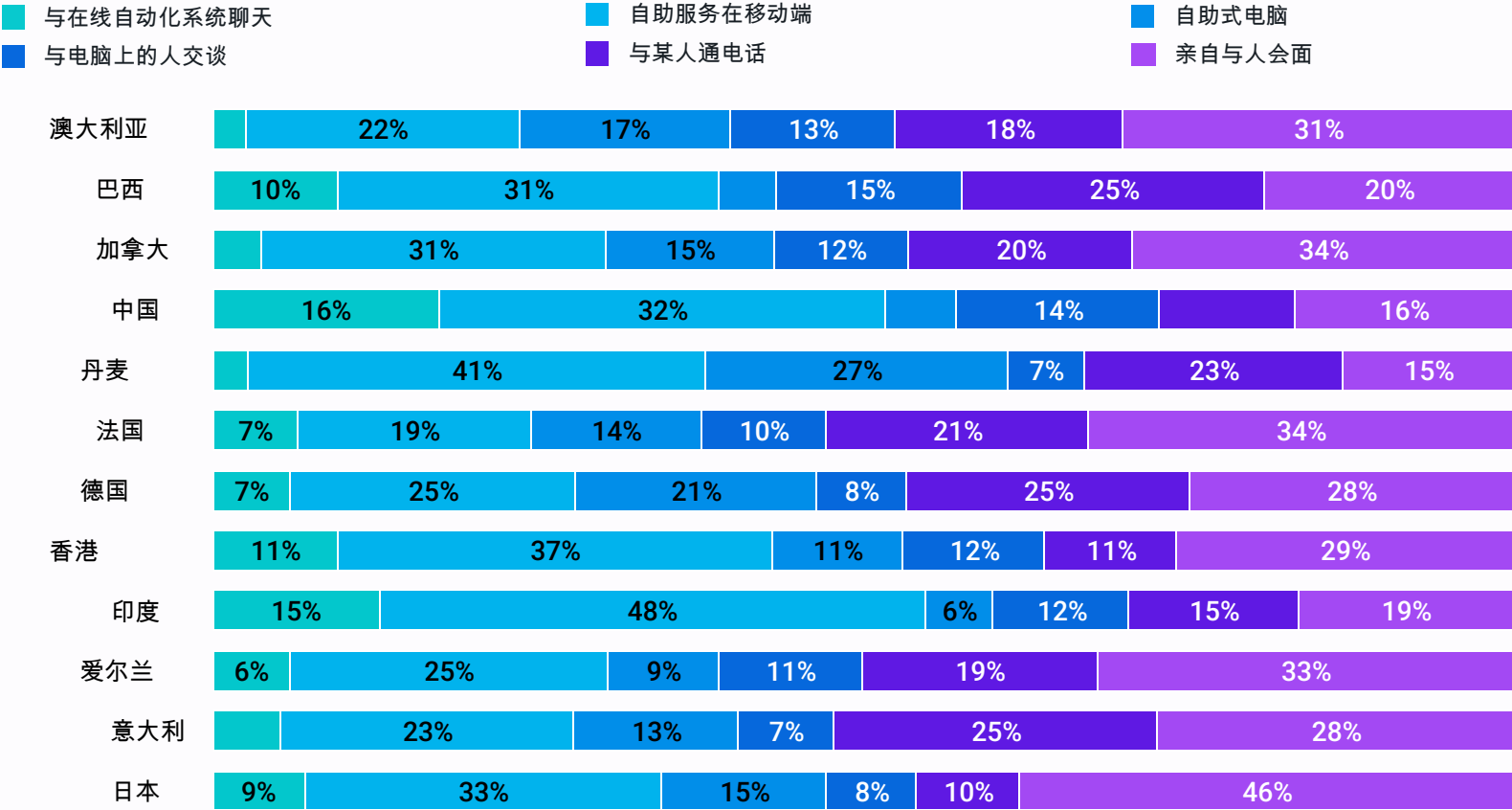
当查询您所下订单的状态时，渠道偏好。



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

选择手机套餐 (第1部分)

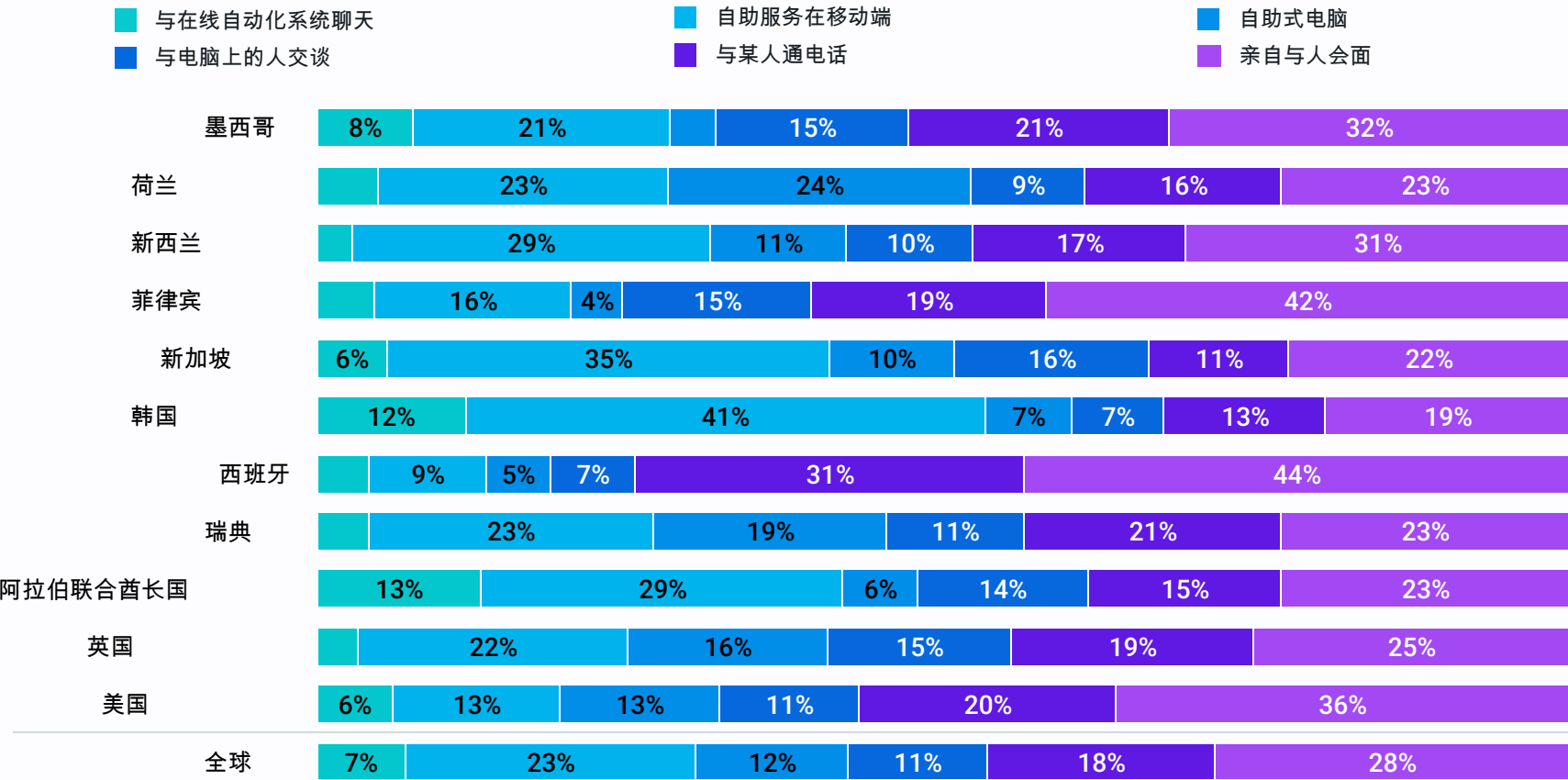
选择新手机套餐时的渠道偏好



基准： 23,730名消费者遍布23个国家
来源： Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

选择手机套餐 (第二部分)

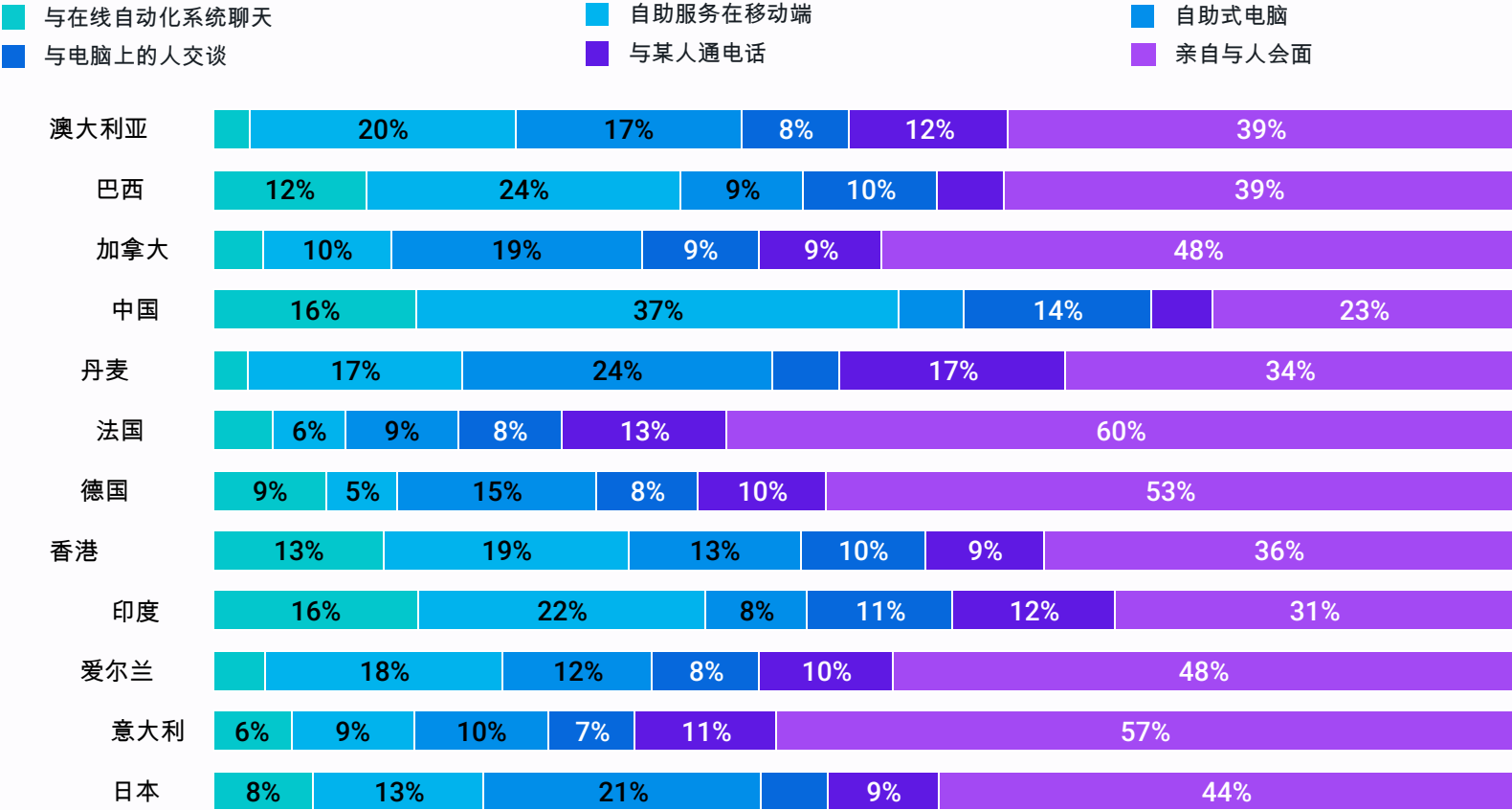
选择新手机套餐时的渠道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

申请银行账户（第一部分）

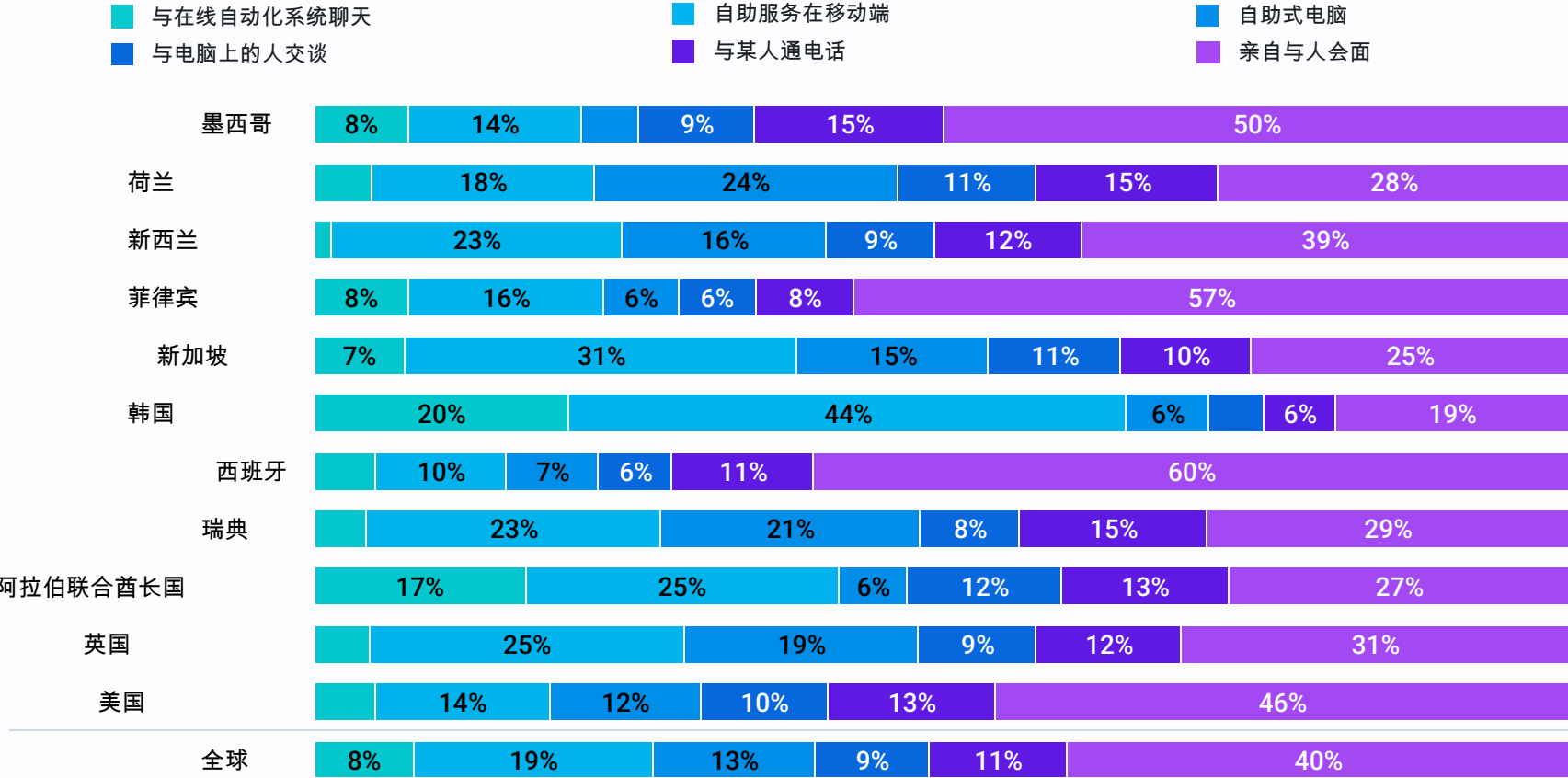
在申请新银行账户时选择渠道偏好。



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

申请银行账户（第二部分）

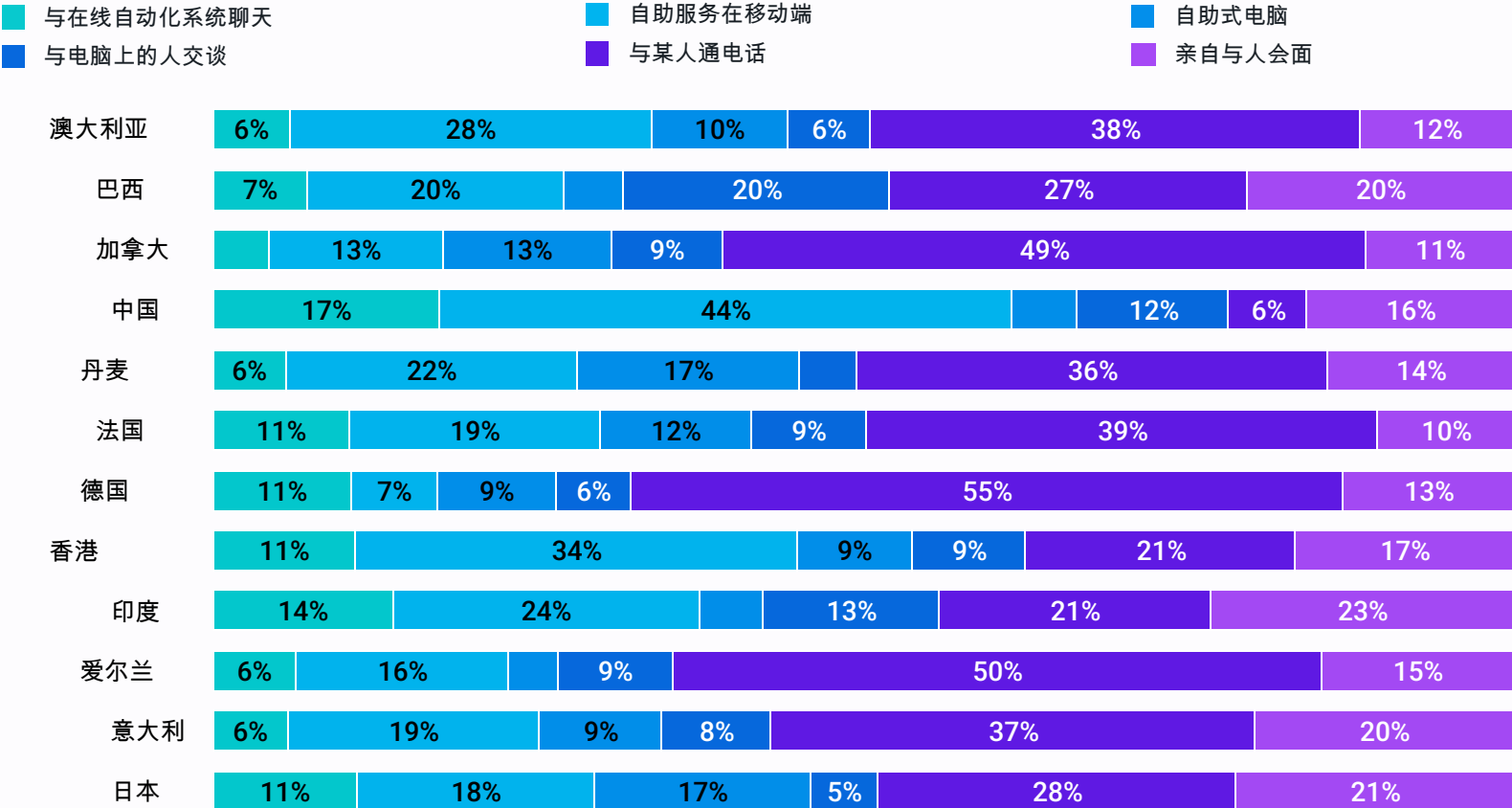
在申请新银行账户时选择渠道偏好。



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

安排医疗预约（第一部分）

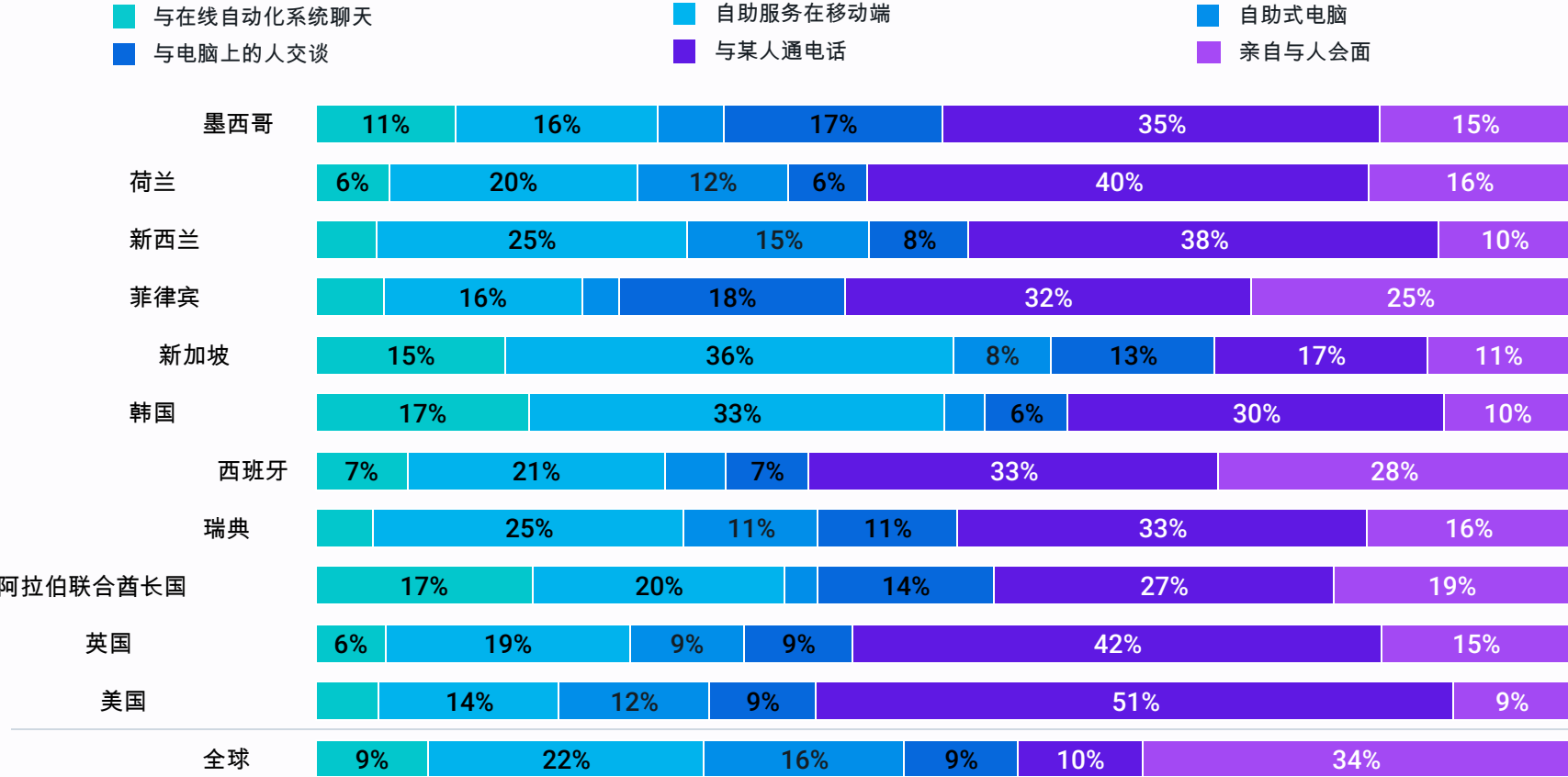
在安排医疗预约时的频道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

安排医疗预约（第二部分）

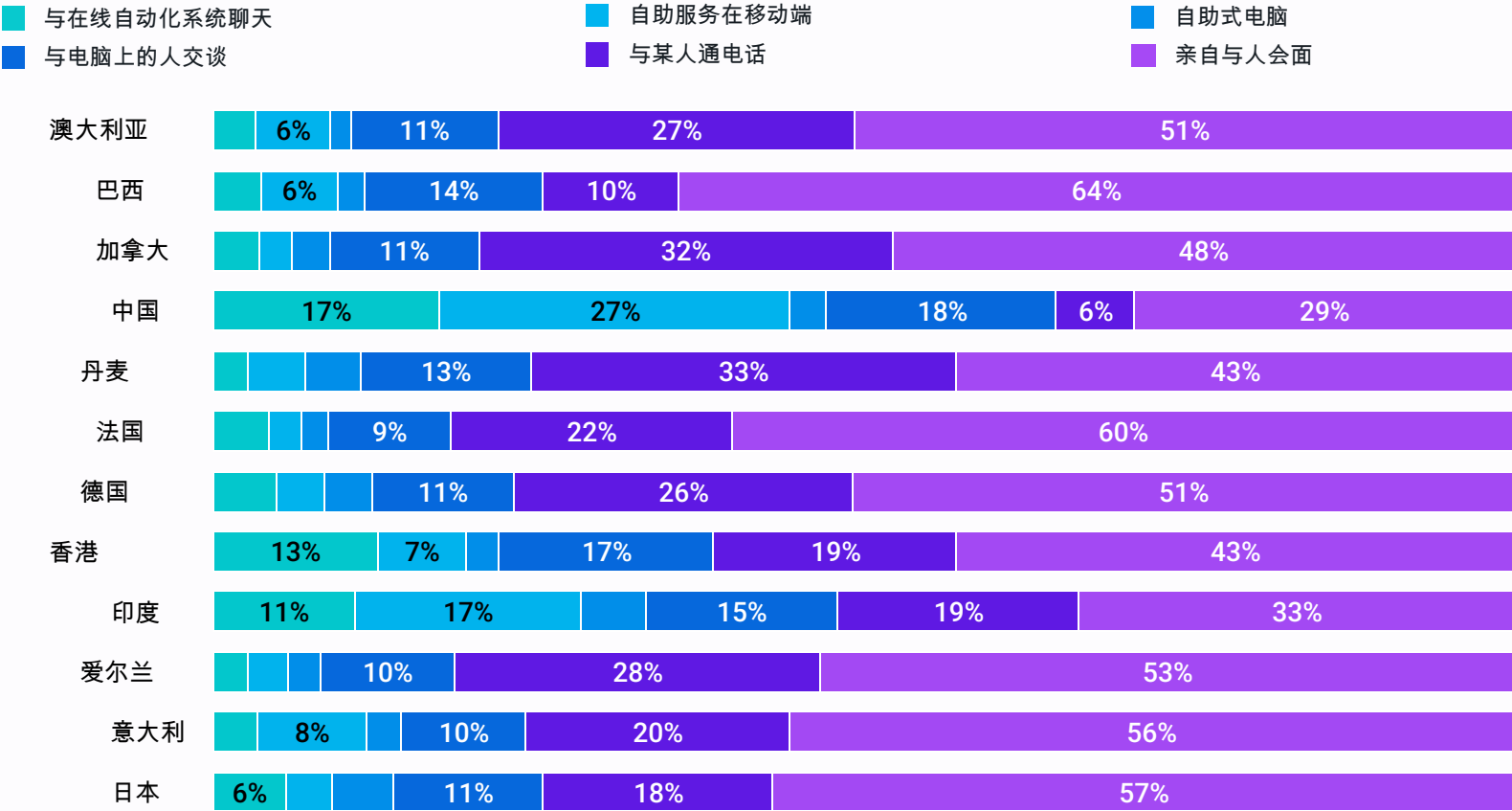
在安排医疗预约时的频道偏好



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

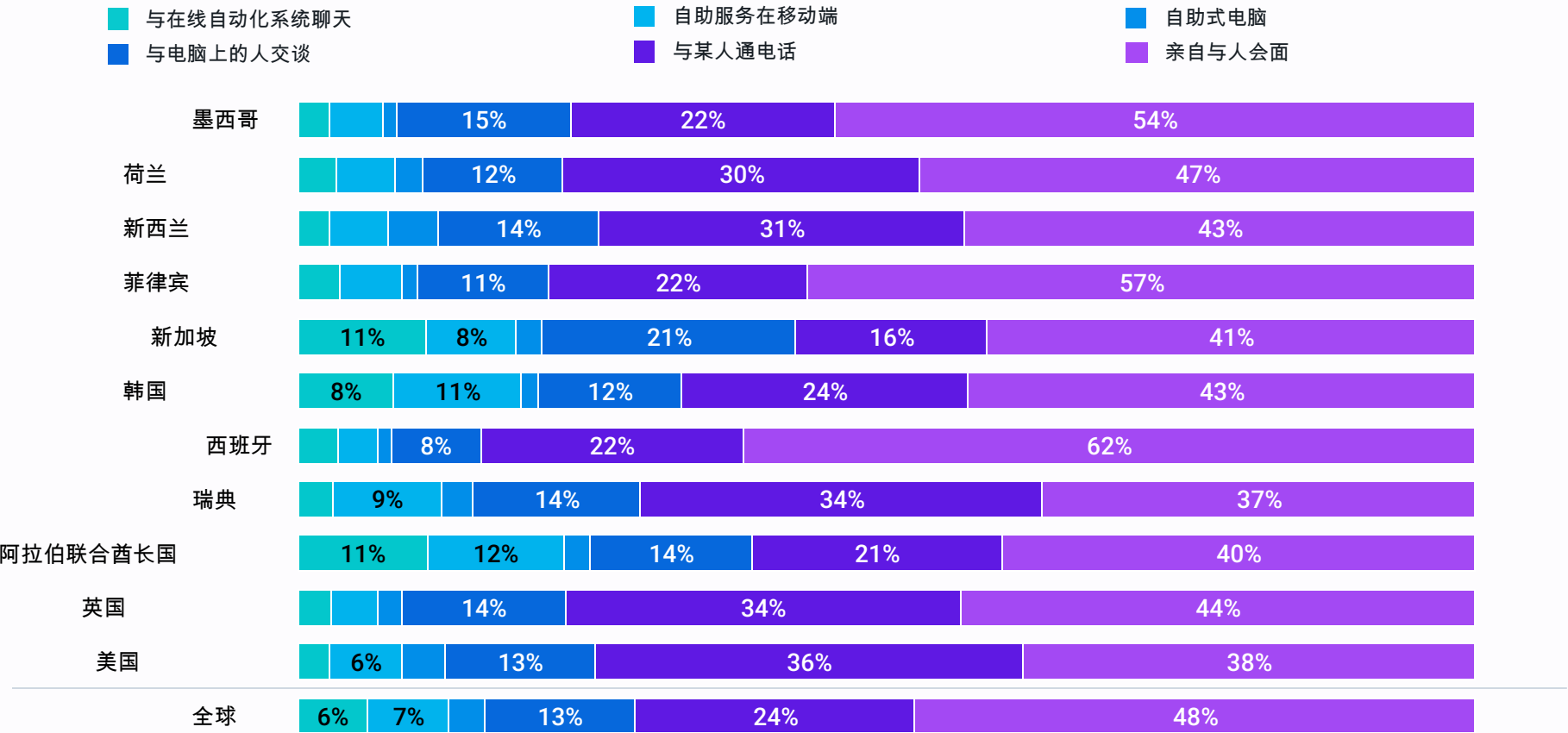
接收医疗建议（第一部分）

在选择当护士或医生关于一个较小问题提出建议时所偏好的渠道。



接收医学建议（第二部分）

在选择当护士或医生关于一个较小问题提出建议时所偏好的渠道。



基准：23,730名消费者遍布23个国家
来源：Qualtrics XM Institute 2024年第三季度全球消费者研究

数据计算

数据仅报告并分析来自每个国家/地区的100+个回复的细分市场（例如，国家、年龄）。香港没有足够的数据。
年龄段。新西兰没有足够的数据来报告55岁以下的群体。菲律宾和阿联酋没有足够的数据来报告55岁以上的群体。

年度分析仅包括2023年和2024年收集数据的20个国家，不包括丹麦、爱尔兰和瑞典。

全球数据（**图表 1-7**）是所有包括国家的一个平均值。

数据标签未用于<5%的指标，以保持清晰度。

作者
詹姆斯·斯卡特，XMP – XM催化剂主管 蒂亚·
夸德拉斯 – 研究项目经理

出版日期
二〇二五年二月