



Principal Partner

SAMSUNG



悉尼歌剧院携手 Adobe 开启数字化转型

——前所未有的合作集结创意领军企业联合实施“十年焕新”——
——数字化转型的核心技术将提升悉尼歌剧院的体验——

中国，北京——2016年3月1日，星期二——悉尼歌剧院与创意及营销解决方案领导者 Adobe 今日宣布，建立为期两年的重要合作伙伴关系，此举将促进悉尼歌剧院的数字化转型。

作为最全面的数字营销解决方案套件，[Adobe Marketing Cloud](#) 将让悉尼歌剧院能够与观众和游客通过网站、邮件、移动应用以及社交渠道更灵活，更有效地进行互动。引入新的解决方案，进一步完善了歌剧院部署的 Adobe 套件。歌剧院将继续在一系列设计主导的项目中，采用 Adobe 的 Creative Cloud。

悉尼歌剧院是澳大利亚首屈一指的旅游胜地和全球最繁忙的演艺中心之一，每年接待超过 820 万访客。于许多人而言，他们对悉尼歌剧院体验始于屏幕。有些人只是虚拟游览，而有些人则计划实地游览、观演，或者在此享受一次无语伦比用餐体验。但无论是哪种情况，悉尼歌剧院和 Adobe 双方建立的合作伙伴关系都将借助 Adobe Marketing Cloud 的强大功能，提供更加及时、无缝和令人振奋的体验。

悉尼歌剧院首席执行官（Sydney Opera House CEO）Louise Herron AM 表示：“创新是悉尼歌剧院的 DNA。这一合作伙伴关系远不只是采用一套新的工具；它反映了一种真正的协作，在悉尼歌剧院内实现 Adobe 技术以及数字化游览体验的全部潜力。”



悉尼歌剧院首席执行官 Louise（左）和 Adobe 亚太区总裁 Paul Robson（右）



Principal Partner

SAMSUNG



“创新是悉尼歌剧院与生俱来的。在 1973 年，歌剧院建成开业之时，其在各种意义上都是里程碑式的突破。如今的改造则是要通过同样的方式，为未来世代让这一世界遗产与时俱进——从其建筑、表演艺术，到我们的运营、文化和游览体验。”

“有幸欢迎 Adobe 加入我们的技术合作伙伴大家庭，成为焕新歌剧院的一份子。”

于 Adobe 而言，与悉尼歌剧院的合作意义重大。悉尼歌剧院除采用 Adobe 的 Marketing Cloud 和 Creative Cloud 外，还将成为 Adobe 举办顶尖创意活动之地。Adobe 将在这举世闻名的船帆下，展示创意、技术和表演技术在数字时代如何达到新高度。

Adobe 亚太总裁 Paul Robson 表示：“悉尼歌剧院是创意象征，而 Adobe 是一家创意企业，所以两个品牌之间的强强联合将会是独一无二。Adobe 很高兴能够携手悉尼歌剧院踏上其焕新之旅。”

“我们生活在一个既可以进行实体品牌交互，又可以进行数字品牌交互的时代。在所有接触点上创造与众不同的客户体验即是一切，Adobe 平台将帮助悉尼歌剧院在一种前所未有的层面上与观众及游客开展互动。我期待看到数字化创新和新创意未来如何为澳大利亚及全球观众和游客提供令人惊叹的体验。”

悉尼歌剧院

悉尼歌剧院是属于全体澳大利亚人的建筑杰作，是澳大利亚首屈一指旅游胜地和全球最繁忙的演艺中心之一，每年接待超过 820 万访客，并举办 1,900 场演出，出席观众多达 145 万人。德勤（Deloitte）曾预计，悉尼歌剧院对于澳大利亚的总社会价值高达 46 亿澳元。在 2013 年开业 40 周年之际，歌剧院启动了“十年唤醒”工程，为迎接未来世代的艺术家、观众和游客做充足准备。

关于 Adobe 系统公司

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 以及 Adobe 人人网首页 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。

###