



2016 年 Adobe 峰会：你们是体验企业吗？

企业描绘愿景，扩展平台，以应对下一波重要的企业软件浪潮，

中国，北京—2016年3月22日——Adobe（纳斯达克：ADBE）2015年度峰会于今日拉开帷幕，这场在美国举行的Adobe年度数字营销大会将展示Adobe Marketing Cloud的各项创新成果。作为行业领先盛会，Adobe将聚焦市场营销的未来和企业的转型，并创纪录地吸引了10,000名与会者。大会亮点涵盖Adobe在市场营销领域取得的最具突破性的技术成就，此外峰会还盛情邀请了奥斯卡获奖演员兼导演乔治·克鲁尼（George Clooney）、《硅谷》主演托马斯·米德蒂奇（Thomas Middledich）、演员兼歌手唐尼·奥斯蒙德（Donny Osmond）以及世界冠军足球运动员艾比·瓦姆巴克（Abby Wambach），他（她）们将分别致辞，讲述其如何在目前的数字化世界发展自己的个人品牌。太阳马戏团（Cirque de Soleil）、喜剧中心频道（Comedy Central）、美泰公司（Mattel）、麦当劳、苏格兰皇家银行（Royal Bank of Scotland）等成千上百家品牌的高管也将发表演讲，分享其品牌如何在下一波“体验企业”（Experience Business）产业浪潮中跻身前列。

体验企业

企业软件的第三波浪潮扑面而来，它正在改变产品和服务的创建、交付及营销方式。第一波浪潮为“后端办公”（“back-office”），即将软件解决方案用于各种内部流程，如库存控制、工资支付和会计。第二波浪潮为“前端办公”（“front-office”），主要是帮助企业简化其数据，以便更好地与客户展开互动。在这两波浪潮中，企业软件的早期采用者获得了显著竞争优势。如今，我们发现自己正处于第三波浪潮的早期阶段。

数字革命催生的海量信息和机会将客户预期提升至不可预期的水平。要想在这种全新的环境中繁荣发展，各品牌只有一条路可以选择：成为体验企业。企业必须从网站和移动应用到零售环境每一个环节中都打造出个性化的、有吸引力的客户体验。

在峰会上，Adobe展示了可驱动体验企业发展的下一代Adobe Marketing Cloud，并展示了Adobe云平台的增强功能，包括合作伙伴与开发商计划的进展情况。新一代Adobe Marketing Cloud Device Co-op有望最多可连接12亿台设备。而新的OTT（Over-the-Top）产品让电视网络和付费电视（pay-TV）提供商能够通过Apple TV、Microsoft Xbox、Roku以及其它联网设备，轻松地让消费者直接提供更具个性化的电视和广告体验。此外，Adobe还推出了新的数据科学（data science）功能，助力各品牌在网页、移动应用和销售网点，通过任意设备在适当的时间预测并交付适当的体验。

Adobe数字市场营销业务执行副总裁兼总经理（executive vice president and general manager, Digital Marketing Business at Adobe）Brad Rencher表示：“每个企业都应致力于客户体验的质量。Adobe将竭尽全力帮助客户为其品牌的客户打造出一致且个性化的卓越体验。”

Adobe 云平台

Adobe云平台（Adobe Cloud Platform）的提升包括Adobe Exchange的[更新](#)，更新后其能容纳有成百上千的移动应用和整合项目，如Microsoft Dynamics CRM、DemandBase、Acxiom和BrightEdge。Adobe云平台的提升还将助力合作伙伴进一步扩展Adobe Marketing Cloud的功能。Adobe还推出了新的Adobe开发者入口——[Adobe.io](#)，开发者可以通过它下载Adobe Marketing Cloud软件开发工具包（SDK），并轻松访问应用程序接口（API）路径和协议（链接）。

基于Adobe云平台的新Adobe Certified Metrics在Adobe Analytics的支持下，可以提供标准化的数字统计数据，以实现更为准确的数字受众评估。Adobe今日宣布[comScore](#)成为其评估合作伙伴。comScore和Nielsen等Adobe流量评估合作伙伴将通过Adobe Certified Metrics，和全面掌握电视及数字媒体的总体收视率，从而增加广告创收的机会。借助Adobe数据，有线网络及付费电视服务提供商和数字出版商就能够准确评估受众，并充分变现所有屏幕上的内容，包括有线电视、DVR、视频点播、台式电脑、智能手机、

平板电脑、游戏机和 OTT 联网设备。

跨设备的 Co-op 和 Mobile

- Adobe 宣布推出 [Adobe Marketing Cloud Device Co-op](#)，该网络能让全球各大品牌携手合作，当消费者从一台数字设备转移至另外一台数字设备时，可更好地识别他们，同时遵守最高的隐私和透明标准。Co-op 将助力参与品牌通过各种各样的设备和应用上大规模提供更具个性化的体验。
- Adobe 还[展示](#)了一系列 Mobile Marketing 上的创新。**Adobe Experience Manager Mobile** 与 Apache Cordova 的深度整合有助于客户扩展移动应用，创建更加丰富的移动应用体验。Adobe Experience Manager Mobile 能够以更为简便的流程创建并管理极具视觉吸引力且和消费应用一样易于使用的企业应用。Adobe 的多个技术合作伙伴也在 Adobe 峰会上宣布了其将进一步支持 AEM Mobile 扩展功能。
- **Mobile Core Services** 现可提供各种工具，助力各品牌优化其与用户互动的方式。Adobe 通过 Adobe Marketing Cloud 提供了[全新](#)的深度链接功能，各品牌能够通过这些功能发送促销优惠信息，引领客户直接进入移动应用（如果用户已经安装）本身的产品页面，从而减少了操作步骤并提升了消费体验。

新的 OTT 产品

- Adobe 还展示了 [Adobe Primetime](#) 的新功能。新功能可以将该解决方案扩展至各种 OTT 平台，让电视网络和付费电视提供商能够轻松地通过各种 Apple TV、Microsoft Xbox、Roku 和其它联网设备直接向消费者提供更加个性化的电视和广告体验。通过整合 Adobe Marketing Cloud 内的解决方案，内容提供商可以获得更多受众、并与之互动，从而实现创收。

数据科学 & 概念技术

- Adobe 还宣布推出了一系列新的[数据科学功能](#)，包括 Smart Tags、TV Recommendation Engine、Automated Insight for Advertising 和通过 Predictive Subject Lines 进行邮件营销优化。这些功能可进一步促进算法的运用。新的算法能够通过更加简便的流程，提取数以十亿计数据点的分析数据，从而帮助营销者做出更好的业务决策，并受益于他们甚至毫无概念的建议和预测。
- 在峰会上，Adobe 还将展示多项内部“**概念技术**”，预演 Adobe 实验室内产生的各种突破性想法和技术，如将 Adobe Experience Design CC 与 Adobe Experience Manager Mobile 相结合，让设计人员能够将移动应用的用户体验设计直接投入制作。

欲了解更多新产品发布和关于 Adobe Summit 的新闻，请访问 [Adobe Conversations blog](#)。

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，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。