



## 媒体联系人

史园  
Adobe 公司大中华区公关经理  
+86 10 58657703  
[sshi@adobe.com](mailto:sshi@adobe.com)

龚雪晴  
明思力公关公司  
(010)8573 0605  
[crystal.gong@msslgroup.com](mailto:crystal.gong@msslgroup.com)

## 谁能抓住 VR/AR 这个“小精灵”？

一款名叫 **Pokemon Go** 的现实增强宠物养成对战类 **RPG** 手游，不出意外地让全世界上瘾了。抓“小精灵”，成为比平板支撑更要来势汹汹的集体“运动”项目，所到之处，众生倾倒；千百万宅男亦因此走出家门，克服了社交恐惧症。

虽然 **Pokemon Go** 还未在中国内地上市，但这并不妨碍我们认识到，**VR**（虚拟现实技术）和 **AR**（增强现实技术）正离人们的生活越来越近，甚而触手可及。敏锐的企业家们也早已意识到，如果现在还不开始着眼思考 **VR/AR** 时代的营销与业务模式，企业被时代抛弃被消费者厌弃的时间已为时不远矣。

### **VR/AR：旧时王谢燕 飞入百姓家**

据 **Diffusion Group** 的报告显示，**AR/VR** 的用户将在 9 年之后的 2025 年达到 2.75 亿之多。**Adobe** 大中华高级董事总经理黄耀辉表示，这个数据表示，**AR/VR** 将很快就能“飞入寻常百姓家”。

在黄耀辉眼中这场即将到来的消费者体验大革命中，商机无处不在。当然，这些商机属于 **AR/VR** 设备制造商们，属于 **AR/VR** 内容制造者们，属于那些身处各行各业并意欲在 **AR/VR** 潮流之下革新营销和服务模式的创新者们。

**Adobe Primetime** 则早已为 **AR/VR** 的内容制造者以及传统企业准备好了一个可从 **AR/VR** 视频中切实捕捉到商机的现实通道。一种名叫 **Virtual Cinema** (虚拟影院) 的功能，不仅能帮助 **Primetime** 的客户为观众提供跨屏幕的虚拟环境体验体验，更重要的是，还能让企业从中获利。

### **抓住 VR/AR 这个“小精灵”**

如何获利？**Adobe** 的 **Primetime** 为客户提供了通过广告植入而实现的变现选择。

其中之一即是通过 **Sponsored Playback** (重播赞助) 模式实现。当企业组织或者赞助直播活动时，观众不仅能随时随地透过 **Primetime** 跨屏幕播放平台获得身临其境的视觉和感官体验，赞助商的标识或者其他口号、形象都会显示在观看直播的观众面前。此外，**Adobe** 支持制作沉浸式 **360°** 或者 **180°** 视频，这意味着观众在回播时还可以从其他角度观看内容——当然，广告也是内容之一。

而相对于传统的电视或视频广告投入方式，**Primetime** 不仅能帮助品牌方根据用户行为特点精准投放 VR 广告，也能帮助发行方更好地提供让人引人入胜的 VR 内容，同时根据观众对 VR 广告的参与度而收取费用。

比如，当一位用户正在搜索汽车信息时，**Primetime** 会向用户展示一款符合用户搜索标准的汽车品牌的 VR 广告，用户甚至可以进一步获得虚拟驾车体验。而车企则根据观众参与广告的程度向发行方付费，比如仅仅观看了视频广告，还是进行了虚拟驾车体验，企业需要支付给发行方的费用是不同的。

**Adobe Primetime** 还在继续探索 VR/AR 视频更多的“变现”模式，并且已经开始在自己的消费者活动上进行具有先锋性质的大胆实践。VR/AR 的前景与发展空间不可限量，就如同 **Pokemon Go** 这款游戏一样，哪里都有可能藏着“小精灵”，就看玩家们能否先人一步抓到而已了。

### 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](http://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。

###