

## 傳媒查詢

彭鳳儀 (Frances)

Adobe 大中華區公關經理

(886) 937 212 280

[fpeng@adobe.com](mailto:fpeng@adobe.com)

Tiffany Tsang / Cindy Lam

Newell Public Relations

(852) 2117 5026 / 2117 5017

[tiffanyt@newell.com](mailto:tiffanyt@newell.com) / [sindyl@newell.com](mailto:sindyl@newell.com)

即時發布

# Adobe Marketing Cloud 重新定義電視體驗

## Adobe Primetime 全新功能協助電視網絡和收費電視供應商吸納觀眾及創造個人化電視體驗

香港 — 2016 年 3 月 24 日 — 多螢幕和自選收看的方式已經徹底改變了電視行業。今天，消費者對以不同方法觀看傳統電視的渴求正為電視網絡和收費電視供應商帶來挑戰。愈來愈多觀眾透過不同種類的互聯網裝置和平台收看電影、電視節目、體育節目直播以及其他內容。觀眾正尋找能取代有線、衛星和流動裝載收費電視組合的替代品，並且逐漸採納經互聯網 (OTT) 傳遞到任何螢幕的電視和電影。

在今天的 Adobe 高峰會上，Adobe 宣布以 Adobe Primetime 推出一項連接終端至終端的產品的解決方案，協助於不同螢幕裝置和平台上吸納觀眾、增加觀眾參與度以及賺取利潤。新產品透過手機、手提電腦和連接裝置如 Apple TV、Sony PlayStation、Roku 和微軟 Xbox，傳遞更個人化的電視節目和廣告。透過與 Adobe 數碼市場營銷工具的整合，電視網絡和收費電視供應商能更有效包裝及推銷節目訂購和以廣告主導的互聯網服務，提供高參與度的體驗，並利用更具個人化的內容及廣告以吸納觀眾。

Adobe Primetime 的副總裁 (vice president, Adobe Primetime) Jeremy Helfand 表示：「電視網絡和收費電視供應商渴望投資在互聯網 (OTT) 服務上，但他們需要的是一個全面的平台以有效地吸納觀眾、使觀眾參與以及從他們身上獲利。透過 Adobe 的廣告、分析和數據管理、廣告活動和配備影片重播功能的個人化引擎以及 Adobe Primetime 加插廣告和 DRM 的功能的整合，媒體公司正跨螢幕利用更個人化和提高參與度的收看體驗來為業務轉型。」

透過應付行業面臨重大的挑戰，全新的 Adobe Marketing Cloud 和 Adobe Primetime 正協助媒體公司推出直達消費者的服務，包括：

- **吸納觀眾**：Adobe 的數碼市場營銷工具將觀眾轉化為付費的訂戶。Adobe Analytics 和 Adobe Audience Manager 協助客戶根據現有的內容接受模式去分辨特定觀眾群組，再把類似的觀眾納入同一個群組。Adobe Media Optimizer 和 Adobe Target 透過在搜尋、展示及社交渠道的自動化廣告活動購買，增加由試用轉為付費訂購的觀眾數量。為建立持久有效的市場營銷訊息，Adobe Target 同時亦提供 A/B 和多因素測試以及應用程式內和實地體驗的內容優化，將大幅吸納觀眾。
- **增加觀眾的參與度**：Adobe 全新的影片個人化引擎 [Adobe Primetime Recommendations](#) 利用大數據以增加觀眾的參與度和收看時間。Primetime Recommendations 從串流電視和電影內容的大部分美國家庭的超過 2000 億個網上影片收看點收集數據。一些深層環境因素見解，例如某觀眾收看節目的時間和種類都能衍生出引人入勝的個人化電視節目推介。為了能夠在影片應用程式以外向觀眾推介電視節目，Adobe Campaign 能根據已知的消費者喜好，悉心安排電郵推廣和提示。透過 Adobe Primetime 即時傳遞內容和插入動態廣告的支援，為觀眾提供更個人化的電視和廣告體驗。

- **賺取利潤：**Adobe Marketing Cloud 的獲利功能讓電視網絡和收費電視供應商能在不同的潛在收入串流中找出合適的平衡，包括月費訂購用戶、租賃、電子銷售以及廣告營銷。配合 Adobe Primetime，Adobe Audience Manager 及 Adobe Target 能向觀眾傳遞更相關的廣告；執行及量度跨越不同螢幕和平台的動態廣告，以及根據特定觀眾劃分的特徵以創造針對性的廣告。
- **量度觀眾的影響力：**Adobe Analytics 使我們輕易了解觀眾怎樣收看電視－觀眾的身份、觀看的内容、時間、地點和模式，更重要是觀眾選擇不同螢幕裝置收看節目的原因。這些累積下來匿名的數據有如一個巨大寶藏，配合 Adobe Marketing Cloud 的其他功能，大大改善吸納觀眾、增加觀眾參與度的方式以及賺取利潤。

### 關於 Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud 使企業於使用大數據時能更有效地接觸及吸引顧客及潛在客戶，能跨設備及於不同數碼接觸點使用高度個人化的市場推廣內容。八個緊密連繫的配套方案聚焦於數據分析、網頁及應用程式管理、測試及目標定位、廣告策劃、視頻、受眾管理、社交媒體及活動推廣，為市場行銷人員提供一套更完善的市場推廣科技。它與 Adobe Creative Cloud 的連接使用家能更容易快速地橫跨所有的市場渠道並立即啟動創意資產。全球數千個品牌，其中包括了三分之二的財富 50 強企業，均選擇 Adobe Marketing Cloud。

### 實用連結

- [Adobe Primetime 網誌](#)
- [Adobe Primetime 主頁](#)
- [訂閱 Adobe Primetime Twitter](#)

### 關於 Adobe Hong Kong Facebook

請加入 Adobe Hong Kong Facebook <https://www.facebook.com/adobehongkong> 與 Adobe 團隊和粉絲交流意見，並獲得最新的 Adobe 消息。

### 關於 Adobe

Adobe 致力通過數碼體驗改變世界。查詢詳情，請瀏覽公司網站：<http://www.adobe.com/hk>

###