



Adobe 荣膺 2016 年 Gartner 数字营销中心魔力象限领导者

Adobe 在企业愿景完整性领导象限评分，连续第二年一马当先

2016 年 1 月 12 日，北京——Adobe (Nasdaq: ADBE) 今日宣布，获评《[2016 年 Gartner 数字营销中心魔力象限](#)》(Magic Quadrant for Digital Marketing Hubs) 研究报告领导者。Adobe 连续第二年在企业愿景完整性的评分一马当先。企业愿景完整性评估标准包括市场洞察、市场战略、产品战略、业务模式、垂直/产业策略、创新及地理战略。

[Adobe Marketing Cloud](#) 助力企业利用大数据，通过各种设备和数字接触点，让高度个性化营销内容有效触及客户，并与客户进行互动。[Adobe Marketing Cloud](#) 高度集成 8 款解决方案，为营销人员提供了一整套营销技术，包括分析、网络与应用体验管理、测试与目标定位、广告、受众管理、视频、社交互动，以及活动策划。

借助与 [Adobe Creative Cloud](#) 联合，其还可助力客户更轻而易举得快速激发其投放在所有营销渠道的创意资产。包括三分之二的《财富》前 50 强公司，以及前 10 大媒体、金融服务、汽车、财富管理和电信企业在内的全球数千品牌企业，均采用了 Adobe 的数字市场营销解决方案。[Adobe Digital Marketing Cloud](#) 每年处理 41 万亿交易量，4.1 万亿富媒体请求，以及超过 600 亿封邮件。

Adobe 数字市场营销战略副总裁 (Vice president of strategy, Digital Marketing at Adobe) Suresh Vittal 表示：“Adobe 能在这一重要领域被研究报告评为领导者，我们十分高兴。将 Creative Cloud 和 Marketing Cloud 进行整合，是 Adobe 的独家解决方案，能够让企业将艺术和科学进行联合，帮助品牌利用数据激活任意客户接触点的创意内容。我们相信，我们的领先地位不仅仅是分析师们评选出来的，更是我们的客户通过其采购决策评选出来的。”

根据 Gartner 调查报告，“尽管领导者让然主要通过收购与合作进行解决方案套件整合，但其已经全面支持市场营销技术、广告技术和分析技术的整合，并部署了大量大规模中心解决方案。虽然该领域的迅猛发展更有利于先发业务模式的加速，但我们预计未来将出现更多拥有竞争力的系统的解决方案。领导者需要专注于创新和整合，以保持竞争优势。在领导者将不断完善其解决方案同时，我们预计其将逐渐放弃完全开放合作伙伴网络，转而推动客户部署单一厂商的解决方案。”

¹资料来源：Gartner 公司《数字营销中心魔力象限》由 Andrew Frank、Jake Sorofman、Martin Kihn 和 Christi Eubanks 于 2016 年 1 月 5 日共同撰写完成。

免责声明

Gartner 对其研究报告中的任何供应商、产品或服务均不做背书，亦不建议技术用户仅选择拥有最高评分或其他指定的供应商。Gartner 研究报告包含 Gartner 研究机构的意见且不应被理解为事实陈述。Gartner 就本研究报告不做任何明示或暗示性质的担保，例如任何形式的销量担保或者满足某种目的的担保。

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
主页 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。

###