



媒体联系人

彭凤仪

Adobe公司大中华区公关经理

+886 937 212 280

fpeng@adobe.com

龚雪晴

明思力公关公司

(010)8573 0605

crystal.gong@mslgroup.com

Adobe 和 comScore 合力提升数字电视和广告评估

此新的全球合作伙伴关系将助力内容所有者和广告主更好地评估消费者行为

中国，北京——2016年3月24日——在 Adobe 峰会上，Adobe（纳斯达克：ADBE）和 comScore（纳斯达克：SCOR）联合宣布达成战略合作伙伴关系，为数字受众的媒体消费行为提供新洞察。此次合作将对视频和广告内容实现一致且跨设备的受众评估，深入洞察消费者观看行为，改善媒体规划和购买。通过此次合作，comScore 会将 Adobe Certified Metrics 整合入其 [Cross Media](#)、[Audience](#) 和 [Advertising](#) 产品套件中。基于 Adobe 云平台的全新 Adobe Certified Metrics 在 Adobe Analytics 的支持下，可提供标准化数字统计数据。此外，Adobe 还将为 [Adobe Marketing Cloud](#) 的客户整合 comScore 的受众数据，如人口特征。

内容观看设备的多样化与日俱增。根据 Adobe Digital Index，付费数字内容服务蓬勃发展，连续两年来，认证数字电视观看的总量每年翻番。跨平台衡量标准的可比性是电视在数字转型中最大的摩擦点之一。媒体公司、出版商、多频道视频节目分发方（multi-channel video programming distributor, MVPD）和广告主都在寻找在所有平台上对受众、内容和广告参与进行可靠评估的方式。comScore 和 Adobe 将协力提供无缝、基于数字统计的方式，对电视、视频点播、智能手机、平板电脑、游戏机和 OTT 联网设备等大多数主流平台上的数字视频内容进行评估。

Adobe 负责 Adobe Primetime 的副总裁（vice president, Adobe Primetime）Jeremy Helfand 表示：“全包括全球十大媒体公司在内的各大品牌，均采用了 Adobe Marketing Cloud，这表明 Adobe 处于受众评估领域的核心并拥有独特的优势，能够帮助解决业界最大的摩擦点之一。此次合作将助力广告的智能购买与售卖，并建立有线和数字体验融合所需的信任和可靠性。”

Adobe 和 comScore 的合作将为全球市场营销人员提供值得信赖的洞察，包括视频播放次数、观看时间和广告点击率等主要指标，从而实现广告活动优化，更高效地在电视和数字媒体上找到正确受众。媒体公司可以通过这些更完善的洞察，更好地预测内容在各个平台及特定受众群体中的传播效果。此外，代理商还能充分利用现代媒体世界中的海量数据的全部潜力。

comScore 首席执行官（CEO at comScore）Serge Matta 表示：“comScore 正在重新定义跨平台评估，旨在为内容所有者和广告主交付其长久以来想要的独立且可信任的衡量标准。大量的、统计级别的数据对于提供在各个平台上可执行且精细的评估至关重要。此次与 Adobe 的合作，将帮助我们为客户交付更精准洞察，包括消费者是如何、在什么时候、在什么地方与内容和广告进行交互。这将让我们客户不仅仅只依赖于用户年龄和性别，而是基于更深入的人口特征，做出更高明的购买决策。”

将 comScore 的受众信息与 Adobe Marketing Cloud 整合，可为各种具有针对性的市场营销活动进一步优化受众群体，包括电子邮件、图片、展示广告和搜索广告。Adobe 客户还将能够预测市场营销内容在特定受众群体中的效果。

敬请登录 [Adobe](#) 和 [comScore](#) 的博客了解此次合作详情。

客户引言

维亚康姆传媒网络执行副总裁兼首席研究员（executive vice president, chief research officer, Viacom Media Networks）Colleen Fahey Rush表示：“我们知道消费者会在不同屏幕和平台上观看电视，评估消费者在各平台行为的方法正在迎头赶上，但评估方法依旧很复杂。在维亚康姆和comScore建立合作关系后，紧接着comScore也和Adobe建立了合作。这一合作打开并推进了高级评估方式的运用，这对整个业界而言都是一个振奋人心的成果。”

哥伦比亚广播集团CBS数字媒体执行副总裁兼总经理（executive vice president and general manager, CBS Digital Media, CBS Interactive）Marc DeBevoise：“未来十年内，数字平台是我们的重要增长机遇，并已经为包括CBS All Access和CBSN在内的我们的所有服务，带来了更多有意义的收视人群。comScore和Adobe的合作让业界进一步靠近统一的跨平台评估，将进一步证实我们各个屏幕前观众的价值，并让我们的广告主能够在各个设备上交付数据增强型活动。”

星传媒体受众和评估解决方案全球总监兼执行副总裁（executive vice president, global director, Audience and Measurement Solutions, Starcom MediaVest Group）Kate Sirkin表示：“像这样的合作能够进一步提升我们的能力，让我们更好地利用数据和技术的力量，通过重构媒体模型，直接拉动业务增长。特别是整个生态系统内标签能力的增强，将保证我们能获得所有沟通渠道和数据整合的价值。comScore和Adobe的合作关系将让我们能够根据人们的媒体和电商行为等属性，评估新的受众群体。”

罗杰斯通信公司数字洞察和跨平台评估总监（director, Digital Insights Insights and Cross-Platform Measurement, Rogers Communications）Greg Dinsmore表示：“我们需要能够向广告主展示与我们互动的多屏幕受众是在哪个平台上消费了内容，从而高效地在各个平台上变现我们的优质内容。Adobe和comScore在全球范围达成了重要合作，我们期待能够和它们一起努力，更好地评估并变现我们所有屏幕前的观众。”

关于 Adobe Analytics、Adobe Primetime 和 Adobe Audience Manager

作为Adobe Marketing Cloud中屡获殊荣的核心解决方案，[Adobe Analytics](#)每年处理近8万亿次服务器调用，是业内最畅销、最领先的企业级分析解决方案，长期帮助超过14万市场营销人员和数据分析师更深入地了解其业务。包括全球十大媒体公司在内的各大品牌目前均在使用 Adobe Analytics。Adobe Primetime 是业界领先的多屏幕电视平台，集成视频发布、货币化和内容保护功能，其用户包括 NBC Sports、Comcast、Turner Broadcasting、Time Warner Cable 以及全球众多其它机构。Adobe Audience Manager 是业界领先的数据管理平台，可帮助客户整合全异的数据源并建立创建特定的受众群，从而深入分析客户旅程，并个性化各渠道的用户体验。

Adobe Marketing Cloud整合八大解决方案，每年处理交易量超过41万亿次，被2/3的财富50强公司采用。Adobe Analytics、Adobe Primetime 和 Adobe Audience Manager 是其中三大解决方案。

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。

关于 comScore

comScore 公司（纳斯达克：SCOR）是领先的跨平台评估企业，可在任何平台上评估受众、品牌和消费者行为。2016年1月，comScore完成与 Rentrak 公司的合并，旨在为当下的动态、跨平台世界打造全新的受众评估模式。依托于精准和创新，comScore无比出色的数据足迹将其专有的数字、电视和电影智能与庞大的人口特征相结合，大规模量化消费者的多屏行为。这一方法有助于媒体公司充分货币化其全部受众群体，让市场营销人员能够更加有效地触及这些受众。comScore 拥有超过3,200 客户，并在全球 75 个国家开展运营，致力于打造受众评估的未来。欲进一步了解 comScore，请访问 comscore.com。

关于前瞻性陈述的警戒性声明

本新闻稿中包含《1933年证券法》第27A节和《1934年证券交易法》第21E节所指的前瞻性陈述，包括但

不限于，关于对comScore和Adobe的战略合作伙伴关系带来的相关影响的期待，及财务和其它问题。这些陈述涉及风险和不确定性，可能导致与实际结果的重大差异，包括但不限于：产品的特点和特性、数字营销职能的发展速率、互联网广告和电商市场、互联网作为贸易、内容、广告和沟通媒介的增长程度、以及业界对新产品和方法论的接受度，包括现有客户和预期客户。

对于这个问题和其他风险因素的详细讨论，请参见comScore季度报表中的《表10-Q》、comScore年度报告中的《表 10-K》，以及不断提交给美国证券交易委员会（SEC）的其它报告，这些文件可在美国证券交易委员会的网站（<http://www.sec.gov>）查阅。

在此警示comScore公司股东，不要过分依赖我们的前瞻性陈述，这些陈述内容仅限于声明发布之日。comScore公司没有义务对任何前瞻性陈述进行公开更新，以反映此新闻稿发布之日后发生的事件、情况或新信息，或反映预料之外事件的发生。

###