



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@msslgroup.com

Adobe在2015年Adobe数字营销峰会上展示革新之旅

2015年7月30日，北京-2015年Adobe数字营销峰会（2015 Adobe Digital Symposium）于今日在新加坡召开，与会者包括致力于通过革新之旅实现业务转型的1000余位营销人员、媒体、广告代理商及数字营销技术人员。在此之前，Adobe已经在悉尼成功举办了第一场Adobe数字营销峰会，此次峰会凸显了数字营销对于革新的巨大需求，并展示了亚太地区的品牌通过使用Adobe Marketing Cloud所取得的最新创新成果。

Adobe 首席执行官Shantanu Narayen及Adobe数字营销业务部高级副总裁Brad Rencher，将与Adobe客户和合作伙伴以及营销行业意见领袖共同参加此次盛会。星展银行、马来西亚航空公司、StarHub、马来西亚雀巢、喜达屋和乐天等品牌分享了关于革新之旅的相关内容。

Adobe亚太区总裁Paul Robson表示：“我们发现营销在商业战略中扮演的角色正在发生根本性转变，因为现在的营销人员对于营销的基本概念进行了重新定义。亚太地区的品牌是全球范围内进行数字转型的创新实践者，我们非常荣幸能够在此展示他们的成功经验。作为南半球最大的数字营销会议，我们旨在将Adobe数字营销峰会打造为营销专家和数字领袖进行互动、获得洞察以及了解彼此数字营销创新的顶尖行业盛会。”

在峰会上，Adobe展示了其最新研发的购物视频编辑工具和播放器，彰显了Adobe为拉近业务与内容消费的距离所做出的不懈努力。该购物视频编辑工具包括AEM资产管理（AEM Assets）和动态媒体，可以在各种设备屏幕上进行工作并配合优化用户界面，对购物视频体验进行编辑，让用户在观看视频内容的同时可以即时点击并购买热门商品。

此外，德勤合伙人Jonathan Rees、Adobe国防及国家安全项目部副总裁（Adobe VP of Defense and National Security Programs）Craig Bowman和负责政府开源技术的Adobe技术合伙人兼企业技术副总裁（Adobe Fellow and VP of Enterprise Technology）David Neuscheler等与会者在峰会的数字政府环节的演讲发言，也成为了本次大会的另一大亮点。

关于 Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud 可以使企业利用大数据制作跨设备与数字接触点的高度个性化的营销内容，向现有及潜在客户高效传播并吸引他们参与。它包含八大高度集成的解决方案，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。利用 Adobe Creative Cloud，客户可以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强公司在内的全球数千品牌企业均选择了 Adobe Marketing Cloud，每年处理交易量超过30.4万亿。

关于 Adobe 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 人人网首页 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。

###

© 2015 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe, the Adobe logo, Creative Cloud and Adobe Marketing Cloud are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.