



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)
Adobe
(86) 10 58657703
sshi@adobe.com

Ann Wai
Newell Public Relations
(852) 2117 5017
annw@newell.com

即時發布

Adobe 協助品牌在元宇宙獲取成功

香港 — 2022 年 3 月 22 日 — Adobe (Nasdaq:ADBE) 在 [數碼體驗峰會 Adobe Summit 2022](#) 上發布了一系列創新、整合功能及投資計劃，協助品牌在元宇宙中獲取成功。

在 Adobe 現有用於創建沉浸式 3D 體驗、電子商務平台及數碼體驗的功能的基礎上，Adobe 向數百萬用戶發布了用於設計、創作和傳遞互動、逼真虛擬體驗的創新功能。Adobe Creative Cloud 與 Adobe Experience Cloud 的全新整合功能將為各行各業提供 Adobe 3D 內容創建及個人化的解決方案。

Adobe 還為品牌發布了《元宇宙行動指南》，並在 Summit 期間預先展示即將推出的 Substance 3D Modeler 和擴增實境 (AR) 購物工具。此外，Adobe 還公布與可口可樂公司、Epic Games、NASCAR 和 NVIDIA 等領先品牌一系列的技术創新與客戶體驗合作，其中包括迎接元宇宙所需具備的關鍵要素：

- **3D 及其他沉浸式內容創作：**當今的沉浸式體驗，包括遊戲、互動式商務和教育體驗，主要都是由 Adobe 領先業界的 3D 和沉浸式內容創作工具 Substance 3D 和 Aero 創建而成的。很多具有前瞻意識的品牌正在通過 3D 設計工作流程，例如藉助 Substance Stager 等工具進行虛擬攝影來改善產品設計，讓營銷內容製作更優質、更快及更有效率。

- **虛擬購物體驗：**如今，Adobe 正攜手數千家企業改善網上商店及其他電子商務相關的數碼體驗，其專業能力和跨雲端平台的整合功能，可以協助企業為那些想要在虛擬世界中購買虛擬和實體產品的使用者提供沉浸式體驗。
- **虛擬身份和資產的便攜性：**Adobe 支援品牌隨時隨地、在所有銷售渠道為客戶提供統一、個人化的數碼互動體驗，並正在利用其專業技術，支援那些正在享受元宇宙和其他沉浸式體驗的用戶自主設計專屬的虛擬角色和資產，並在虛擬世界中使用這些訂製資產。

Adobe Creative Cloud 產品總監兼執行副總裁 Scott Belsky 表示：「只有具備功能豐富、個人化、引人入勝且具互動性的內容，元宇宙和其他沉浸式體驗才能成功。為了在元宇宙中佔領先機，品牌需要從現在開始創建 3D 和沉浸式內容，為迎接虛擬世界的到來做好準備，讓產品設計、營銷和電子商務資產的創建過程事半功倍。」

元宇宙的核心是身臨其境的體驗，讓用戶在虛擬的世界中自由互動，這也將推動新一代工作、遊戲、電子商務、機械人技術、自動駕駛汽車培訓和氣候變化研究等共用體驗的創新發展。

Adobe 計劃將其 3D 和沉浸式工具與 Adobe Experience Cloud 整合，首批涉及的產品包括 Adobe Commerce、Adobe Experience Manager、Adobe Analytics 和 Adobe Target。此前，Adobe 已經宣布在其 Creative Cloud 應用程式中緊密地整合 3D 內容創建、效果和功能。

Adobe 數碼體驗業務總裁 Anil Chakravarthy 表示：「隨著網絡的發展，以數據驅動的沉浸式體驗需求將前所未有的激增。這些需求包括電子商務、多用戶模式以及在虛擬世界中獲取和匯出個人化、訂製化的客戶身份和資產的能力。因此，Adobe Experience Cloud 將成為品牌塑造個人化、沉浸式體驗不可或缺的重要組成部分。」

蓬勃發展的客戶群

可口可樂公司全球設計副總裁 Rapha Abreu 表示：「可口可樂致力在現實世界和數碼世界保持創意和設計工藝。Adobe 為我們的實體產品帶來更多數碼創新，我們期待著與 Adobe 合作，通過塑造沉浸式設計體驗，將可口可樂的領先優勢延續至虛擬世界。」

Epic Games 虛幻引擎生態系統副總裁 Marc Petit 表示：「無論是遊戲開發者、建築師還是汽車設計師，當今消費者期待的是真正的沉浸式互動體驗。在 Adobe 的支援下，我們正在開發新的工具，協助創作者構建即時的 3D 體驗，實現近乎現實的沉浸式體驗。」

NASCAR 數碼媒體董事總經理 Wyatt Hicks 說：「無論車迷身處賽場、在家觀看比賽還是在虛擬世界中與我們互動，NASCAR 都致力於為他們提供極致的體驗。我們熱切期待與 Adobe 的合作，在所有平台繼續為車迷塑造沉浸式體驗。」

NVIDIA Omniverse 開發平台副總裁 Richard Kerris 表示：「NVIDIA 致力於塑造基礎技術，讓企業、開發人員和藝術家能夠在虛擬世界創作與互動。與 Adobe 合作建立開放、通用的 3D 標準將有助於我們的設計和工程團隊將 3D 資產帶入虛擬世界。」

元宇宙行動指南

Adobe 在 Summit 上發布了《元宇宙行動指南》(請在[此處](#)下載白皮書)，協助代理機構和品牌適應 3D 設計和沉浸式環境下的新需求，簡化營銷內容製作和產品設計流程等。該行動指南中還包含了對合作夥伴核心生態系統的最新見解，協助品牌加速邁向元宇宙。

Adobe 沉浸式創新功能預覽

今年稍後時間，Adobe 將繼續擴展 Substance 3D Collection (包括 Substance 3D Stager、Substance 3D Painter、Substance 3D Sampler、Substance 3D Designer 和 3D 素材庫，以及全新的 Substance 3D Modeler 應用程式) 的創新功能，讓該產品系列成為唯一的端到端 3D 視覺和體驗解決方案。Adobe 的 3D 工具目前已被廣泛應用於各個頂尖的沉浸式遊戲，如 Fortnite、Roblox、Halo 和 Flight Simulator 等。此外，《沙丘》、《曼達洛人》和《銀翼殺手 2049》等影片也運用 Adobe 的 3D 工具創造非凡的娛樂體驗。

Adobe 還以近期 Illustrator 與 After Effects 的整合為基礎，繼續整合 Creative Cloud 應用程式中的 3D 內容創作、效果和功能。此外，Adobe 還提供行業領先的擴增實境創作體驗工具 Adobe Aero。

在今年的黑科技環節中，Adobe 預先展示了來自 Adobe 實驗室的前沿沉浸式創作工具，包括能夠讓企業將電子商務體驗引入虛擬世界及其他虛擬數碼體驗的工具。例如，Adobe 預覽的 AR 購物功能，讓營銷人員將 AR 標記嵌入到網站的數碼圖像中。客戶可在網上拍攝產品，將可自動查看產品在其家中的正確尺寸與貼合度，成功地將虛擬世界和現實世界連接在一起。

請瀏覽[此處](#)及[影片](#)了解更多 Adobe 與元宇宙相關的資訊。

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_zh/。

###