



媒体联系人
Summer Shi
史园
Adobe
(86) 10 58657703
sshi@adobe.com

Kelly Li
李思静
MSL
(86) 10 85730514
Kellysj.li@msslgroup.com

实时发布

《Adobe 创意未来》调研报告：自 2020 年以来，超过 1.65 亿创作者加入创作者经济

- 过去两年，超 1.65 亿创作者加入全球创作者经济。
- 四分之一的创作者正在线上渠道创造价值，重塑未来工作、社交活动和心理健康的模式
- 17%的创作者是企业主，而 39%的人渴望有一天能够成为企业主

中国，北京—2022 年 8 月 26 日—Adobe (NASDAQ: ADBE) 于今日发布《Adobe 创意未来》研究报告，分享了对创作者经济的最新数据洞察与见解。创作者经济是指通过利用创造力、才能和创作激情让自己的内容、商品和服务在网络上实现盈利的经济模式。研究发现，过去两年间，超过 1.65 亿创作者加入了创作者经济，目前全球的创作者数量达到 3.03 亿。此外，研究表明，创作者经济的持续增长正在重塑文化和社会的方方面面，包括未来的工作模式、社交活动和人们的心理健康。

Adobe 大中华区董事总经理吴振章表示：“创作者经济近些年来在全球范围内的蓬勃发展，得益于发达的社交媒体、日渐普及的创意工具和人们表达自我的渴望等因素的作用。无论是个人、独立创业者、小规模的企业或者内容创作者，都能以新的方式表达自我、探索创意和实现艺术追求，甚至从中营利并实现职业发展。Adobe 也在通过创意工具支持着各行各业的创作者们。”

创意未来研究报告以全球创作者经济的视角，研究了创造力所带来的改变。调研市场包括美国、英国、西班牙、法国、德国、澳大利亚、日本、韩国和巴西。该研究将创作者定义为愿意为其工作或满足创作激情而创作原创内容的专业人士和非专业人士，包括设计师、摄影师、电影制片、插画师、业余爱好者等。影响力人物是创作者的一部分，通常被认定为拥有五千名或更多关注者的人，他们利用社交媒体来影响其受众。

多元化且蓬勃发展的创作者经济

自 2020 年以来，创作者经济呈指数级增长

- 自 2020 年以来，超过 1.65 亿创意人士加入了创作者经济，所有调研的市场均呈现显著增长。
- 仅在美国，创作者经济就增加了 3,400 万创作者（40%）。巴西（新增 7,300 万）、韩国（新增 1,100 万）和西班牙（新增 1,000 万）的创意经济也呈现快速增长。
- 四分之一的创作者（23%）正在通过线上渠道（包括社交平台和网站）展示其摄影、视频、创意写作等作品。
- 千禧一代占创作者经济的 42%；相比之下，Z 世代¹占 14%。
- 48% 的创作者的共同目标是能够自由地表达；不到三分之一（26%）的创作者是以营收为目的。
- 影响力人物（Influencer）仅占全球创作者经济的 14%。

重新定义未来的工作模式

创作者经济开启了全新的全职和兼职职业道路，特别是对于那些被非传统职业所吸引的 Z 世代和千禧一代。研究发现，内容创作可以营利，但想要成功需要花费时间和坚持不懈的决心。虽然这对大多数人来说仍是副业，但许多创作者渴望能有更多作为。

- 五分之二的影响力人物之所以开始创作是有打算将其变成职业。
- 17%的创作者是企业主，而 39%的人渴望有一天能够成为企业主。
- 对于大多数创作者来说，创作是一种业余爱好；每 10 个创作者中就有 6 个拥有全职工作。

创作者是推动线上社交活动的关键

对于创作者来说，积极参与线上社交活动的话题，并采取行动予以支持十分重要。

- 几乎所有的创作者（95%）都采取行动参与或支持对他们来说很重要的社交话题。
- 食品和住房安全（62 %）、社会正义（59 %）和气候变化（58 %）在全球创作者的重视程度中名列前茅。
- 通过利用创造力和影响力来推动社交话题的讨论，创作者们认为可以提高知名度（51%）和给发声机会有限的人表达的机会（49%）。

创作者与心理健康

研究表明，创作者花在创作和分享内容上的时间越多越能感到快乐，这与社交媒体的消费者正好相反。有研究表明，社交媒体的使用会给消费者带来负面影响。

- 每天都会花时间创作和每周花费 10 个小时以上创作的创作者总体来说是最快乐的。

¹ Z 世代通常是指 1995 年至 2009 年出生的一代人。

《Adobe 创意未来》调研报告：自 2020 年以来，超过 1.65 亿创作者加入创作者经济

- 大多数创作者（69%）和影响力人物（84%）表示，在线上创作和共享内容的原因是他们找不到的其他表达创意的渠道。
- 二分之一的影响力人物表示，相比较听音乐（31%）、锻炼（30%）和户外活动（27%），使用社交媒体或创作社交内容对他们的心理健康更重要。

“创作者经济不仅为创作者带来了更多机遇，也为人们的生活增添了更多色彩。Adobe Creative Cloud 提供了非常全面的创意工具和服务，支持全球数百万创作者在不同的创意领域协同创作，讲述自己的故事。” Adobe 大中华区董事总经理吴振章补充到。

关于《创意的未来》研究报告

Adobe 的研究旨在了解世界各地的创意变化过程，直接与那些身处于创意最前沿的创作者对话，了解其洞察。这项研究将从多个角度审视创意的未来。

方法论

2022 年 5 月，《创意未来》研究面向全球 9 个市场（美国、英国、西班牙、法国、德国、澳大利亚、日本、韩国和巴西）调查了约 9,000 名线上创作者。而后，Adobe 与 Edelman Data & Intelligence 合作开展研究并分析数据，以确定围绕创作者经济的关键趋势。“创作者”被定义为至少每月参与创意活动（如摄影、创意写作、NFT 创作、原创社交媒体内容等），并通过这些活动在线上发布、分享或推广他们的作品，以提高社会影响力。数据收集来自 4,535 名流行音乐创作者（18 岁以上，每个市场约 500 人），5,111 名 Z 世代创作者（16-24 岁，每个市场约 500 人），上下误差幅度约为 1.4%，置信度为 95%。

关于 Adobe

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>。关注 Adobe 官方微信号“AdobeChina”，以及中国官方微博 http://www.weibo.com/adobechina?is_all=1，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。

###