



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 創意未來》調研報告：自 2020 年以來，超過 1.65 億創作者加入創作者經濟

- 過去兩年，逾 1.65 億創作者加入全球創作者經濟
- 四分之一的創作者正在網上渠道創造價值，重塑未來工作、社交活動和心理健康的模式。
- 17% 的創作者是企業家，而 39% 的人渴望有一天能夠成為企業家

香港 — 2022 年 8 月 26 日 — Adobe (NASDAQ: ADBE) 今日發布《Adobe 創意未來》研究報告，分享對創作者經濟的最新數據洞察與見解。創作者經濟是指通過利用創造力、才能和創作激情讓自己的內容、商品和服務在網絡上實現盈利的經濟模式。研究發現，過去兩年間，超過 1.65 億的創作者加入了創作者經濟，目前全球創作者人數更多達 3.03 億。此外，研究亦發現，創作者經濟正在重塑文化和社會的各方面，包括未來的工作模式、社交活動和人們的心理健康。

Adobe 大中華區董事總經理吳振章表示：「創作者經濟近年來在全球蓬勃發展，歸因於發達的社交媒體、日漸普及的創意工具、人們表達自我的渴望等因素的作用。無論是個人、獨立創業者、小規模的企業家或者內容創作者，都能以嶄新的方式表達自我、探索創意和實現藝術追求，甚至從中營利並實現職業發展。Adobe 也在通過創意工具支援著各行各業的創作者們。」

《Adobe 創意未來》報告以全球創作者經濟的視角，研究在美國、英國、西班牙、法國、德國、澳洲、日本、韓國和巴西這些主要市場中創造力所帶來的改變。該研究將創作者定義為願意為其工作或滿足創作激情而創作原創

《Adobe 創意未來》調研報告：自 2020 年以來，超過 1.65 億創作者加入創作者經濟

內容的專業人士和非專業人士，包括設計師、攝影師、電影製片、插畫師、業餘愛好者等。網紅 (Influencer) 是創作者的一部分，一般指擁有五千名或更多追蹤者並利用社交媒體來影響其受眾的人。

多元化且蓬勃發展的創作者經濟

自 2020 年以來，創作者經濟呈現幾何級增長。

- 自 2020 年以來，超過 1.65 億創意人士加入了創作者經濟，在所有調研的市場均呈現顯著增長。
- 僅在美國，創作者經濟就增加了 3,400 萬創作者 (40%)。巴西 (新增 7,300 萬)、韓國 (新增 1,100 萬) 和西班牙 (新增 1,000 萬) 的創意經濟也呈現快速增長。
- 四分之一的創作者 (23%) 在網上包括社交平台及網誌展示其攝影、錄像、創意寫作等創作。
- 千禧一代佔創造者經濟的 42%；Z 世代¹則佔 14%。
- 48% 的創作者的共同目標是能夠自由地表達；不到三分之一 (26%) 的創作者是以營收為目的。
- 網紅 (Influencer) 僅佔全球創作者經濟的 14%。

重塑未來的工作模式

創作者經濟開啟了全新全職與兼職的職業道路，特別是對於那些被非傳統職業所吸引的 Z 世代和千禧一代。研究發現，內容創作可以營利，但想要成功需花上時間及堅持不懈的決心。雖然創作對大多數人來說仍是副業，但許多創作者渴望能更有作為。

- 五分之二的網紅之所以開始創作是有打算將其變成職業。
- 17% 的創作者是企業家，而 39% 的人渴望有一天能夠成為企業家。
- 對於大多數創作者來說，創作是一種業餘愛好；每 10 位創作者中就有 6 位擁有全職工作。

創作者是推動網上社交活動的關鍵

對於創作者來說，積極參與網上社交活動的話題，採取行動並予以支持十分重要。

- 幾乎所有的創作者 (95%) 都採取行動參與或支持對他們很重要的社交話題。
- 食品與房屋安全 (62%)、社會公義 (59%) 和氣候變化 (58%) 在全球創作者的重視程度中名列前茅。
- 創作者認為通過利用他們的創造力和影響力來推動社交話題的討論，可以提高知名度 (51%) 和給發聲機會有限的人表達的機會 (49%)。

創作者與心理健康

研究發現，創作者花在創作和分享內容上的時間越多越能感到快樂，這與社交媒體的消費者正好相反。有研究發現，使用社交媒體會給消費者帶來負面影響。

- 每天都會花時間創作和每週花 10 個小時以上創作的創作者總體來說是最快樂的。

¹ Z 世代通常是指 1995 年至 2009 年出生的一代人。

《Adobe 創意未來》調研報告：自 2020 年以來，超過 1.65 億創作者加入創作者經濟

- 大多數創作者 (69%) 和網紅 (84%) 表示，在網上創作和共享內容的原因是他們找不到的其他表達創意的渠道。
- 一半網紅表示，相比做運動 (30%)、聽音樂 (31%) 和戶外活動 (27%)，使用社交媒體或創作社交媒體內容對他們的心理健康更重要。

「創作者經濟不僅為創作者帶來了更多機遇，也為人們的生活增添了更多色彩。Adobe Creative Cloud 在各個領域提供了最全面的創意工具和服務，支援全球數百萬創作者在不同的創意領域協同創作，講述自己的故事。」吳振章補充道。

請點擊[此處](#)下載完整的《Adobe 創意未來》研究報告，了解更多創作者經濟中的洞察。

關於《創意未來》研究報告

Adobe 的研究旨在直接與那些身處於創意最前沿的創作者對話，了解世界各地的創意變化的過程。研究從多個角度審視創意的未來。

研究方法

《創意未來》研究於 2022 年 5 月在全球九個市場 (美國、英國、西班牙、法國、德國、澳洲、日本、韓國和巴西) 訪問了約 9,000 名網上創作者。Adobe 與 Edelman Data & Intelligence 合作開展研究並分析數據，以確立圍繞創作者經濟的關鍵趨勢。被定義「創作者」的受訪者至少每月參與創意活動 (如攝影、創意寫作、NFT 創作、原創社交媒體內容等)，並通過這些活動在網上發布、分享或推廣他們的作品，以提高社會影響力。收集的數據來自 4,535 名流行音樂創作者 (18 歲以上，每個市場約 500 人) 和 5,111 名 Z 世代創作者 (16 - 24 歲，每個市場約 500 人)，上下誤差幅度約為 1.4%，置信水平為 95%。

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/。

###