



新聞聯絡人

史園 Summer

Adobe 大中華區公關經理

+86 13810050591

sshi@adobe.com

謝承穎 Vivi / 梁亦昀 Amanda

天擎公關

(02) 2775-2840 Ext: 333 / 375

adobe@grandpr.com.tw

即時發布

## 《 Adobe 創意未來》調查報告：2020 年後超過 1.65 億創作者加入創作者經濟



- 過去兩年，超過 1.65 億創作者加入全球創作者經濟
- 四分之一的創作者正透過線上空間創造價值，重塑未來工作、社交活動和心理健康的模式
- 17% 的創作者是企業主，而 39% 的創作者則希望有朝一日也能成為企業主

台灣—2022年8月26日—Adobe (NASDAQ: ADBE) 於今日發布《Adobe 創意未來》研究報告，分享了創作者經濟的最新資料與洞察見解。創作者經濟是指透過利用創造力、才能和創作熱情讓自己的內容、商品和服務在網路上實現盈利的經濟模式。研究發現，過去兩年間，有超過 1.65 億的創作者加入了創作者經濟，且目前全球創作者的數量達到 3.03 億。此外，研究指出，創造者經濟正在重塑文化和社會的各個面向，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：「近年來，創作者經濟在全球蓬勃發展，為所有人提供了一個平台。在這裡，個人、獨立創業者、小規模的企業或者內容創作者能夠以新的方式表達自我、探索創意和用藝術實現自我，甚至從中營利並實現職涯發展。Adobe 也透過創意工具，支持著各行各業的創作者們。」

創意未來研究報告以全球創作者經濟的視角，研究了創造力所帶來的改變。調查的市場包括美國、英國、西班牙、法國、德國、澳洲、日本、韓國和巴西。該研究將創作者定義為願意為工作或滿足自身創作熱情而創作原創內容的專業人士和非專業人士，包括設計師、攝影師、電影製片人、插畫師和業餘愛好者等。而具影響力的人物 (Influencer) 是創作者的一部分，通常被定義為擁有五千名或更多追蹤者的人，他們利用社群媒體來影響其受眾。

### 多元化且蓬勃發展的創作者經濟

#### 自 2020 年以來，創作者經濟呈指數增長

自 2020 年以來，超過 1.65 億創意人士加入創作者經濟，在所有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成長。
- 其中，四分之一的創作者 (23%) 正在透過線上平台包含，社群平台和部落格來創造影像、影片和寫作作品。
- 千禧世代的創作者占創作者經濟的 42%；相比之下，Z 世代<sup>1</sup>占 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。
- 具影響力的人物 (Influencer) 僅占全球創作者經濟的 14%。

### 重新定義未來的工作模式

創作者經濟開啟了全新正職與兼職的職涯，特別是對於那些被非傳統職業所吸引的 Z 世代和千禧世代。研究發現，內容創作可以成為收入的來源之一，但想要成功需要花費時間和堅持不懈的決心。雖然這對大多數人來說仍是副業，但許多創作者渴望能有更多作為。

---

<sup>1</sup>Z 世代指 1995 年至 2009 年出生的一代人。

- 五分之二具影響力 (Influencer) 的人物之所以開始創作，是有打算將其變成職業。
- 17% 的創作者是企業主，而 39% 的創作者則希望有朝一日也能成為企業主
- 對於大多數創作者來說，創作是一種業餘愛好；每 10 個創作者中就有 6 個擁有全職工作。

### 創作者是推動線上社交活動的關鍵

對於創作者來說，積極參與線上社交活動的話題並採取行動予以支持十分重要。

- 幾乎所有的創作者(95%)都採取行動參與或支持對他們來說很重要的社交話題。
- 食品和住家安全 (62 %)、社會正義 (59 %) 和氣候變化 (58 %) 在全球創作者的重視程度中名列前茅。
- 創作者認為透過利用創造力和影響力來推動社群話題的討論，可以提高知名度 (51%) 和給想發聲的人表達機會 (49%) 。

### 創作者與心理健康

研究表示，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。有研究表明，社交媒體的使用會給消費者帶來負面影響。

- 每天都會花時間創作，和每週花費 10 個小時以上創作的創作者，總體來說是最快樂的。
- 大多數創作者 (69%) 和具影響力人物 (84%) 表示，創作並分享線上內容的原因，是他們找不到其他表達創意的管道。
- 二分之一的影響力人物表示，相比鍛煉 (30%)、聽音樂 (31%) 和戶外活動 (27%)，使用社交媒體或創作社交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 提供了全方位的創意工具和服務，支援全球數百萬創作者在不同的創意領域共同創作，講述自己的故事。」 Adobe 大中華區董事總經理吳振章補充到。

Adobe 創造力的未來研究報告：點擊[此處](#)瞭解更多創作者經濟中的創作者洞察。

### 關於《創意的未來》研究報告

Adobe 的研究旨在瞭解世界各地的創意變化過程，直接與那些身處於創意最前線的創作者對話並瞭解其洞見。這項研究從多個角度審視創意的未來。

### 方法論

2022 年 5 月，《創意未來》研究於全球 9 個市場（美國、英國、西班牙、法國、德國、澳洲、日本、韓國和巴西）調查了約 9,000 名線上創作者。而後，Adobe 與 Edelman Data & Intelligence 合作開展研究並分析資料，以確定圍繞創作者經濟的關鍵趨勢。「創作者」被定義為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），並透過這些活動線上發布、分享或推廣他們的作品，以提高社會影響力。資料收集來自 4,535 名流行音樂創作者（18 歲以上，每個市場約 500 人），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%，可信度為 95%。

## 關於 Adobe

Adobe 經由數位體驗改變世界。如需更多資訊，請造訪 <https://www.adobe.com/tw/>。

© 2021 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.

###