

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 創意視覺報告：迷幻、真實、復古和動物風 將在 2023 年引領市場趨勢



- Adobe 報告預測 2023 年將主導市場需求且蔚為風潮的全球創意視覺趨勢和主題——心靈浪潮（Psychic Waves）、真實即根本（Real is Radical）、復古運動（Retro Active）、動物和網紅（Animals and Influencers）。
- 據報告顯示，在過去幾年的艱辛之後，消費者正在透過大自然、熟悉的風格、娛樂以及可激發新思維的意象，來尋找靈感和慰藉。

台灣 - 2022 年 12 月 8 日 — Adobe (Nasdaq:ADBE) 今日發布了 [Adobe Stock 2023 年度創意趨勢預測](#)，指出了可望於 2023 年引發熱烈需求並廣受歡迎的視覺風格和主題。Adobe 分析了眾多行業的新興視覺文化主題和主要品牌活動，從著名時裝設計師的作品到日常用戶的創作，並收集產業數據，試圖從中找出將主導數位空間的設計趨勢美學。這也是 Adobe 連續第六年發布此預測。

Adobe 一直是創意領域的先鋒。今年 Adobe 成立 40 週年之際，再次審視了那些塑造行業的視覺趨勢。Adobe 的報告預測了橫跨視覺、設計和動態領域的四大創意趨勢：「心靈浪潮」(Psychic Waves)、「真實即根本」(Real is Radical)、「復古運動」(Retro Active) 和「動物和網紅」(Animals and Influencers)，預計這些趨勢將大幅影響攝影、攝像、創意寫作和社群媒體平台及部落格等內容。這些新興的設計主題，可望指引現今已發展至 3.03 億位創作者的全球 [創作者經濟](#) (Creator Economy)，讓創作者利用本身的創造力、才能和熱誠，來打造與觀眾產生共鳴的數位內容。

Adobe 消費者洞見和創意趨勢總監 Brenda Milis 表示：「全球疫情帶來諸多不確定性，隨著我們逐漸走出疫情籠罩的時刻，人們渴望既熟悉又新鮮的內容，同時也希望能透過真實、包容且不加掩飾的體驗喚醒內心感受。這些趨勢顯示出創作者如何設想並形塑我們的世界，他們借助本身的平台分享內容，透過他們獨特的風格為世界各地的人帶來歡樂和幸福。」

下列為 Adobe Stock 2023 年四大關鍵創意趨勢介紹：

心靈浪潮

在後疫情時代，人們對心理健康的重視正在推動探索靈性、自然和健康的新方法。在 46% 的 Z 世代表示他們感到焦慮和壓力的情況下，人們需要心靈浪潮的視覺效果，包含了沉著、空靈且色彩繽紛的漸層。

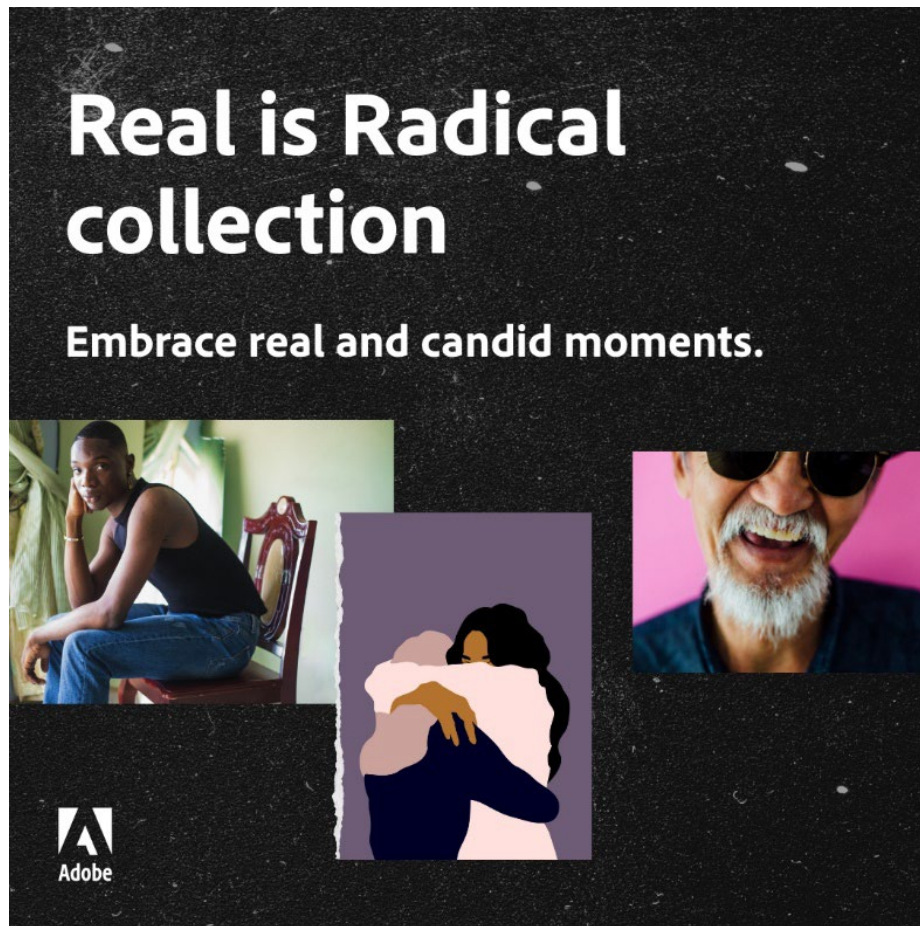
這種新趨勢聚焦於創作的真實性，透過變化萬千的漸層、鮮豔色彩和模糊視覺的美學作為表達抒發的管道來逃避現實。



圖一：新趨勢「心靈浪潮」聚焦於創作的真實性，透過變化萬千的漸層、鮮豔色彩和模糊視覺的美學作為表達抒發的管道來逃避現實。

真實即根本

「真實即根本」(Real is Radical) 有別於力求完美的內容，此新興趨勢強調的是坦率、樸實無華的時刻、體驗和現實。根據最近 Pinterest 所發表的身體中立報告，有 36% 的人在程式中搜尋「愛自己」，32% 的人搜尋「如何讓自己變得更自信」。此趨勢也在各社群品牌活動和熱門社群媒體應用程式中佔有重要的地位。從叛逆、積極、挑釁到極度脆弱，「真實即根本」以多種視覺形式呈現，將人與人緊密的連結起來，並跨媒體和平台激發了社群意識。



圖二：「真實即根本」有別於力求完美的內容，此新興趨勢強調的是坦率、樸實無華的時刻、體驗和現實。

復古運動

受到 Z 世代創作者不斷發展和試驗其出生前流行的美學的影響，千禧世代和 X 世代創作者也正嘗試探索此種復興風潮。復古運動 (Retro Active) 趨勢也因此誕生，它專注於探索復古風格，使其更摩登且現代化。創作者們試圖從 90 年代和 Y2K 的創意風格中尋找舒適感和熟悉感，如復古滑板場景、糖果色時尚、手提音響和經典電玩遙控器等。Z 世代創作者雖深深影響著這些趨勢的發展，但千禧世代在創作者經濟中的比重仍佔多數。事實上，[千禧世代](#)在創作者經濟中的佔比高達百分之四十二 (42%)，也因此進一步推動了這些趨勢的發展。



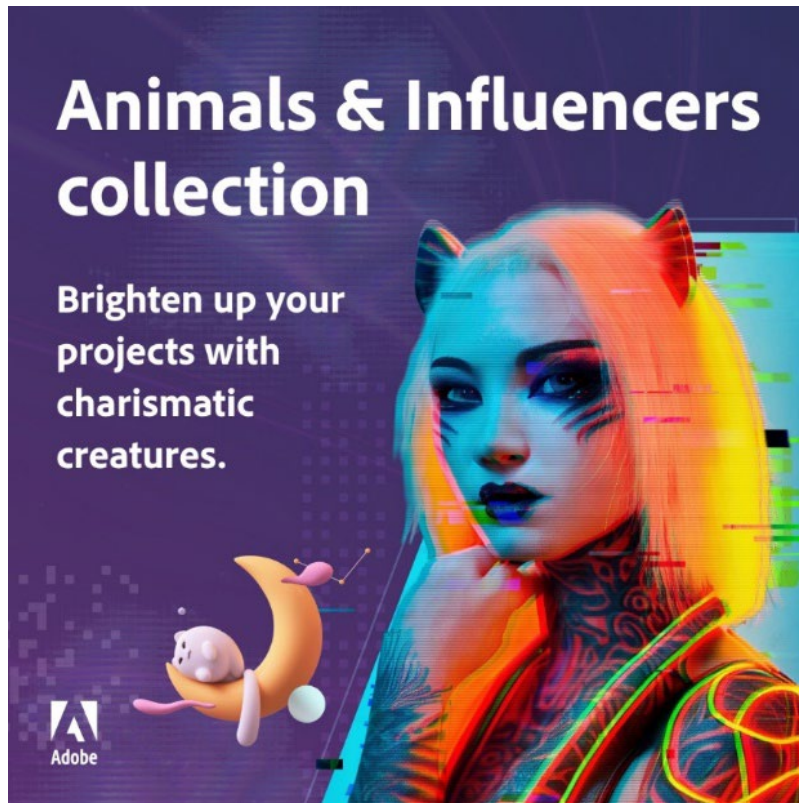
圖三：「復古運動」趨勢專注於探索復古風格，使其更摩登且現代化。

動物和網紅

此異想天開的主題強調消費者對迷人可愛的生物與人物的喜愛。無論是現實生活中毛茸茸的生物還是迷人的動漫化身，富有魅力的生物都已證明自己是吸引並保持消費者興趣和參與度的強大工具。「動物和網紅」已成為品牌訊息中的重要存在，並正透過動漫、插圖、攝影和 3D 渲染的形式在各個領域中增加。

這種趨勢喚起的感受與消費者和創作者的共同渴望有關，那就是感受快樂和積極向上的心態。

Adobe 發現，在過去兩年間，全球消費者對動漫的需求成長了 118%，且由於虛擬網紅引發的參與度是人類的 3 倍（許多人發現他們更值得信賴也更有關聯性），品牌也在越來越多的廣告中使用它們。



圖四：「動物和網紅」趨勢喚起的感受與消費者和創作者的共同渴望有關，那就是感受快樂和積極向上的心態。

Adobe Stock 2023 年度創意趨勢預測報告完整內容，請點選[此處](#)。

研究方法

為找出商業相關性和客戶互動的成長趨勢，Adobe 的洞見小組針對受到越來越多關注的視覺風格和主題，研究了所有媒體類型和平台涵蓋的商業、消費和市場數據。Adobe 也彙整了內部數據，如客戶搜尋要求和過往搜尋記錄，並定期針對各產業進行訪問與調查，以了解各產業和品牌特定的視覺需求。

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/>。

###