

A woman in a red dress stands in the center, holding a glowing star-shaped object. She is surrounded by concentric circles of light that create a tunnel effect. A large, thick circular frame surrounds her, and the background is a dark, textured field of grass or reeds. The overall color palette is dominated by reds and purples.

創意協作的未來



The Drum.



Adobe

內容

簡介	01
研究方法	03
主要發現	04
為什麼創意協作是未來趨勢	06
呈現成果	08
事半功倍	10
為什麼部分營銷人員對協作工具猶豫不決	12
擺脫擔憂，展望未來	14
結論	16

簡介

創意協作 — 世界新秩序

在新的世界秩序中，創造力和創新不再被辦公室的疆界所束縛，而是成為日常生活的一部分。無論您在哪裡，無論您想何時工作，亦無論您想與誰人合作，創造力和創新都應該隨時出現。透過這種創意協作推動大多數創意人員的日常工作，您會認為科技將有辦法提供實現這項目標的通用平台。儘管科技絕對有潛力做到這一點，但有證據顯示這些科技仍未獲得足夠廣泛的採用。創意產業中僅 36% 的人士在業務中使用創意協作工具和技術，而 23% 的人認為他們沒有足夠的資訊，以決定哪些工具最適合他們。這表示這方面還有很多工作要做，以確保營銷人員能夠找到空間、工具和文化，以在工作場所建立真正的協作技術環境。

這項與 The Drum 合作進行的研究為實現此一目標邁出了一大步。這份研究可協助我們深入了解現今廣泛採用的創造性協作工具，並讓我們了解其實施中所出現的困難，以及我們如何確保更有效地使用它們。

在 **Adobe**，由於以下因素，我們認為現在是探索創意協作的挑戰和機遇的最佳時機：

- 1 科技的加速推動了更多的連結。隨著用戶能夠在比以往更多種的裝置上接受他們喜愛的東西，這反過來又促進了內容的消費。
- 2 在大多數的工作場所中，隨著不同部門之間發生更多的交互影響，協作的重要性亦正不斷提升。這意味著營銷人員必須稍稍放下獨善其身的想法，以成為更好的團隊合作者。
- 3 企業需要產出比以往更多的內容，並且必須找到一種方法來讓供應的內容保持一致。這就表示，要跟上變化的步伐，核心的創造力是最基本的。



研究方法

Adobe 與 The Drum 攜手合作，深入研究創意協作的未來發展，並研究用於輔助創意過程的工具和技術。

這份報告調查了超過 166 位資深創作者。在接下來的篇幅中，我們會討論到這些創意協作工具的重要性、使用時的心態，以及 AI 會在創意旅程中帶來什麼影響。

主要發現：

雖然大多數受訪的創意人員都認為創意協作工具和新技術可以改善其內容，但只有

36%

的人表示他們目前有在其業務中積極地使用這些工具和技術。

比較令人擔憂的是，高達

52%

的受訪者承認他們不使用任何這些工具。

儘管大多數受訪的創意人員都清晰地認為創意協作工具有可能改善他們的創意內容，但還是有其他人表示他們正在使用免費或贊助的軟件。

16%

的受訪者認為提升效率和生產力是使用創意協作工具的最大優勢。

我們的研究顯示，有在業務中運用創意協作工具的創意人員獲得了各種正面的成果。

34% 的受訪者表示，使用創意協作工具讓其未來的設計師，有更多時間專注於製作更好的內容，

31% 的人表示，它提升了整體生產力，

29% 的人表示，它在簡化工作流程的同時，亦能讓工作場所資料更有意義，

27% 的人表示，它在設計上賦予他們更大的視野，

25% 的人表示，創意協作工具為他們提供更深入的見解，為作出更好的決策提供了依據。

少部分的受訪者承認他們還在猶豫是否要使用創意協作工具。

14%

的人表示這會使設計缺乏情感，而

8%

的人擔心它會取代創意性的工作職務，並讓創意人員失去工作。

為什麼創意 協作是未來 趨勢

也許曾經有個時代，營銷更多是圍繞在個人卓越的表現上，而非著重於團隊的努力，但隨著科技加速發展，如今工作場所中的協作卻比以往都更為重要。我們的調查顯示，42% 的營銷人員認為，在未來五年內，創意內容對產業將變得更為重要；一份有效力的統計顯示，創造力將成為組織中幾乎是每個人都需具備的關鍵技能。

促進這種工作場所創造力的核心是由協作技術興起所激發的效應。特別是 Adobe Creative Cloud、Slack 和 Figma 等程式，讓團隊無論身在何處，都可以無縫流暢地工作。即是說，在必要時他們可以同步處理專案和活動。由於可以在同一個平台上同時工作，創意人員可以即時評論和作業，進而讓專案能快速地回應與修改。這些工具還能將所有內容和通訊紀錄儲存在一個地方，以方便參考過往對話和共享報告及意見。最大的優勢是這些工具是在後台工作，允許團隊透過改進溝通流程來持續開發創意。

該報告調查了 166 名資深創作者，以了解他們如何受益於創意協作工具，以及為什麼部分企業沒有在其工作場所採用這些新技術。他們亦被要求去思考創意協作和創意過程在未來的樣貌。在我們調

查的高層主管之中，十分之六表示他們知道這些工具可以讓團隊更有效地工作。顯而易見，透過這種開放的溝通途徑，創意人員可以更快地完成工作，因為他們不太需要去思考要如何交付專案，從而可以更專注在開發專案上。

創意人員有認知到使用創意協作工具所帶來的成果，11.7% 的人認為協作工具的使用有助企業製作出更好的內容。而相對比例略低，有 9.2% 的人認為協作工具加強了團隊之間的溝通。其他人亦意識到這些工具可以提供更適合協作的方法。約 8.6% 的受訪者認為使用協作工具使他們的工作更有創意，7.4% 的創意人員甚至將使用這些工具的感覺比作「如同家人一樣」；這要歸功於允許團隊成員自由交談的功能之上。

呈現成果

舉例來說，VCCP 使用的一些最熱門的工具，包括 Photoshop、After Effects 和 Illustrator 上的共享資料庫。VCCP 的設計總監 Mike Shaw 說：「這些工具能讓我們在全球不同的工作室中分享我們的核心元素，[並協助我們] 保持品牌辨識的一致性，這可以有效地消除我們對於所有設計師是否使用正確的標誌 / 字體 / 調色板的疑問。有一個關鍵的優勢是，如果標誌一經修改，我們只需更改資料庫中的資產，就可以在每個工作站上立即更新它。」

但顯然地，撇開文化不談，受訪者亦意識到這些創意協作工具的銷售潛力：12.9% 的受訪者表示，他們認為使用這些工具將有助於他們的業務成長；4.3% 的受訪者認為在使用這些工具後，客戶更為滿意；另有 4.3% 的受訪者認為產出作品的整體一致性表現得更好。

許多程式不僅允許辦公室進行國際連接，以便可以無縫分享想法和資產，並且透過將所有工具集中在一處，由於流程更加精簡的緣故，有助於更好地組織專案。Unit9 的藝術總監 Karol Goreczny 表示：「創意協作工具縮短了人與人之間的距離，因為它們完全消除了隔閡。這就像是即使所有團隊成員們彼此相距很遠，但也如同聚集在同一個房間裡一樣。創意協作工具將您自行創作的速度與協同工作的優勢互相結合。」

VCCP 創意副總監 Jon Bancroft 補充：「創意協作將我們凝聚在一起。它是創意工作的基本要素，它將腦中的想法從意念轉化為實際可行的東西。沒有協作的話，我們便無法像一間公司一樣運作，關於創造力和生產力的集體思維過程，則有助我們以最高標準來執行工作，因為系統中的每個齒輪都明白可以對同儕抱持甚麼期望，同時可以專注於自己的工作過程，並協助激發其他人的想法。這讓我們可以更靈活地工作。」

創意協作工具同時亦加速了審核流程。這意味著創意人員可以與客戶共享各種功能，例如透過 Adobe XD 進行電郵設計，就像 VCCP 案例一樣，並等待客戶的意見或核准，然後再將意見發送給海外的開發團隊，讓他們能藉以做為製作的參考點或範本。這些工具提供了更好的同步性，並讓團隊可以在不遭遇挫折的情況下繼續發展專案。

“ 創意協作將我們凝聚在一起 ”

事半功倍

隨著創造力和協作變得越加普遍，對內容的需求亦隨之上升。許多營銷團隊將面臨提高生產力和工作效率的壓力，但大多數團隊的預算和時程表卻跟以前沒有什麼不一樣。本質上來說，他們不得不以更少或一樣的資源去做更多的事情。這促使了合作者和利益相關者勢必要更緊密地合作；如果您希望您的生產力得以提升，那麼就無可避免地要運用科技來協助度過這個過程。我們的資料清楚反映了實施這種心態的必要性。

三分之一的受訪者認為這些協作工具將提高創意團隊的生產力，而 28% 的受訪者認為這些工具可以簡化工作流程。此外，29% 的創意人士認為，工具的變革將提升資料的使用性，促使創意人員更有意義地使用資料。同時，四分之一的人認為創意人員將能夠透過這些工具獲得更深入的見解，並能夠找出什麼是有效的方法；同樣重要的是，分析出什麼是無效的方法。

關於創意協作的未來、它可能是什麼樣子，以及它如何幫助緩解創意人員需要製作越來越多作品的壓力，目前已有相當多的討論。事實上，目前還沒有人完全知道答案。老實說，人們對充分利用人工

“ 三分之一的受訪者認為這些 協作工具將提高創意團隊的 生產力

智能和有助於創意工作的工具，仍存在一些恐懼和敵意。因此，要讓這些技術完全被產業接受和採用，很明顯還有很長的一段路要走。然而，即使創意人員承認採用技術確實有帶來影響，但與要求他們實際去使用之間還仍存在著一道阻礙。

為什麼部分營銷人員對協作工具猶豫不決

這點是參與本報告的創意人員所強調的一點。高達 52% 的受訪者承認他們目前沒有在業務中使用創意協作工具和技術，儘管其中許多人清楚地認知到使用工具的潛在好處。那麼，為什麼他們不願意投資呢？目前有很多創意協作工具可用，例如來自 Adobe Creative Cloud 和 Microsoft Teams、Slack、Figma、inVision、Google Drive、Spark AR Studio 等工具，可以理解的是，企業和創意人員很難知道他們適合使用哪些工具。

當被問及市面上是否有太多工具時，16% 的受訪者回答「是」。而另外 23% 的受訪者表示，他們認為他們無法根據現有資料，決定哪些技術或工具最適合自己。大約 7% 的創意人員實際上持相反意見，他們表示他們在工作場所中太常獲得新的工具，從而導致相同的結果；這讓創意人員們無法決定要為他們的業務使用哪種工具。或許最令人擔憂的是，20% 的人仍然認為協作工具太難用，這證明了倡導協作工具優勢的教育仍需改進。

然而，我們採訪過的營銷人員亦同意，隨著採用率的自然上升，對人工智能等科技的認知將會在未來幾年提高。Unit9 的 Goreczny 補充說：「由於新科技和新產品可以協助我們更快、更高效地運行專案，這讓我們的協作方式正在變化。未來某些流程將透過人工智能實現自動化，為我們的專案本身提供更多的時間和空間。」

Goreczny 保證，科技和創意之間的關係正在進化，這不是壞事。他更進一步解釋：「虛擬實境和擴增實境將在創意協作過程中發揮重要作用。這些是很好的技術，可以將人們聚集在一個虛擬的房間中，以便對內容進行審核、提供意見，並針對實際專案進行迭代。」

而 Bancroft 同意說：「人工智能有助簡化流程並撫平任何不協調的地方。過程將變得更好、更精簡、更值得信賴，並成為一種自然的合作方式。」他續解釋：「科技有助建立團隊和學科之間的關係，為我們提供更好的選擇和機會來將一個點子發揮到淋漓盡致。我們可以想像，最終您將可以把協作工具、人工智能和衍生式設計原則，以及壓力測試意念進一步結合在一起，並更快地採取行動。然後反過來，讓它們變得更好。」

Antoni 創意總監 Damon Ava 補充：「軟件可能被完全低估，但它正正是將我們的想法變成了現實 畢竟，沒有筆的藝術家算什麼？」

擺脫擔憂， 展望未來

或許可以理解的是，人們對這些科技在創作過程中所扮演的角色有所擔憂。約 14% 的受訪者認為設計可能會受到影響；如果這些設計是由機器創造出來的，這些作品可能會缺乏同理心和情感。同時，8% 的人擔心這些工具可能會導致科技接管大多數創造性的工作職責。Goreczny 說：「我對 AI 產出的整個藝術理念持懷疑態度，我認為讓藝術與眾不同的是只有我們人類才有的感覺，而且沒有辦法繞過它，也許在未來，AI 將能夠像人類一樣做出決定（有覺知的），但這將改變整個世界，並且可能會讓一切失去控制。」

Bancroft 說「創意有多種形式，例如解決設計問題或創意設計，但這都是基於已經發生的、預定義的、基於經驗的計劃或想法。你可以要求人工智能獨立製作出一個標語或藍兔威士忌來慶祝生活中的體驗嗎？我不確定它是否真能如此的自由思考，如果成真的話，我將為我們人類感到擔憂。我看過《魔鬼終結者》...」

“ 創意有多種形式，例如解決設計問題或創意設計，但這都是基於已經發生的、預定義的、基於經驗的計劃或想法

結論

科技可能正在改變過往創意人員做事的方式，但這不一定是一件壞事。事實上，只有 3.1% 的受訪者無法想出在工作場所中使用創意協作工具有什麼好處。其餘的受訪者列舉了將這些資產用於創作過程的各種原因；分別為提高生產力 (16%)、業務成長 (12.9%)、更好的成果 (11.7%)、更好的溝通方式 (9.2%)、更多的想法 (8.6%)、幸福感 (7.4%)、一致性 (4.3%)、客戶滿意度 (4.3%) 和多元化 (3.7%)。

關於創意協作工具如何協助企業這個問題，目前仍缺乏明確的答案，不過，這些擔憂正日益被創意商店供應商透過教育和提高能力的方式解決。由於眾多創作者擺脫了技術對其創意力構成威脅此一根深蒂固的擔憂，認為科技不太可能發展出足夠的能力來模仿人類的想像力，因此這些顧慮不應被優先考慮。

撇開恐懼不談，那些準備好嘗試和使用新工具的人，似乎只會從中獲益。對於創意設計在未來幾年變得重要，仍存在一些模稜兩可的看法，42% 的受訪者認為企業採用這些工具將變得更加重要，而 43% 的受訪者預測在採用這些工具方面不太可能發生太大變化。

“ 工具是將想法付諸實現，並透過執行全新的可能性來豐富我們的視野

看看科技和機器學習的發展速度，並考慮到有多少其他企業和產業開始對其產生依賴，若不去思考這些工具可能有辦法在不干擾創意的情况下對簡化流程和滿足需求的層面帶來影響，這樣似乎過於天真。雖然大家毋須完全捨棄傳統做法，但創意團隊和企業應準備好適應和隨著不斷變化的潮流發展，而 The Drum 和 Adobe 致力於提高人們對技術和協作工具崛起的認知，讓營銷人員可以做到更好。

Antoni 的 Ava 總結說：「工具可以將想法付諸實現，並透過執行全新的可能性來豐富我們的視野。這才是未來，我們必須擁抱它。」

適用於團隊的 **Creative Cloud**

20 多個應用程式適合各級技術水平的人士使用。設計、網頁、攝影和影片的業界標準，還有可以協助大家輕鬆協作的服務。

所有的創意應用程式皆已內置共同作業工具，您隨時隨地都可以輕鬆、安全地儲存、共用和同步各項資產，並製作出色的作品。

如要進一步了解，請瀏覽：

adobe.com/hk_zh/ccreativecloud/business/teams



CREATIVE CLOUD FOR TEAMS

