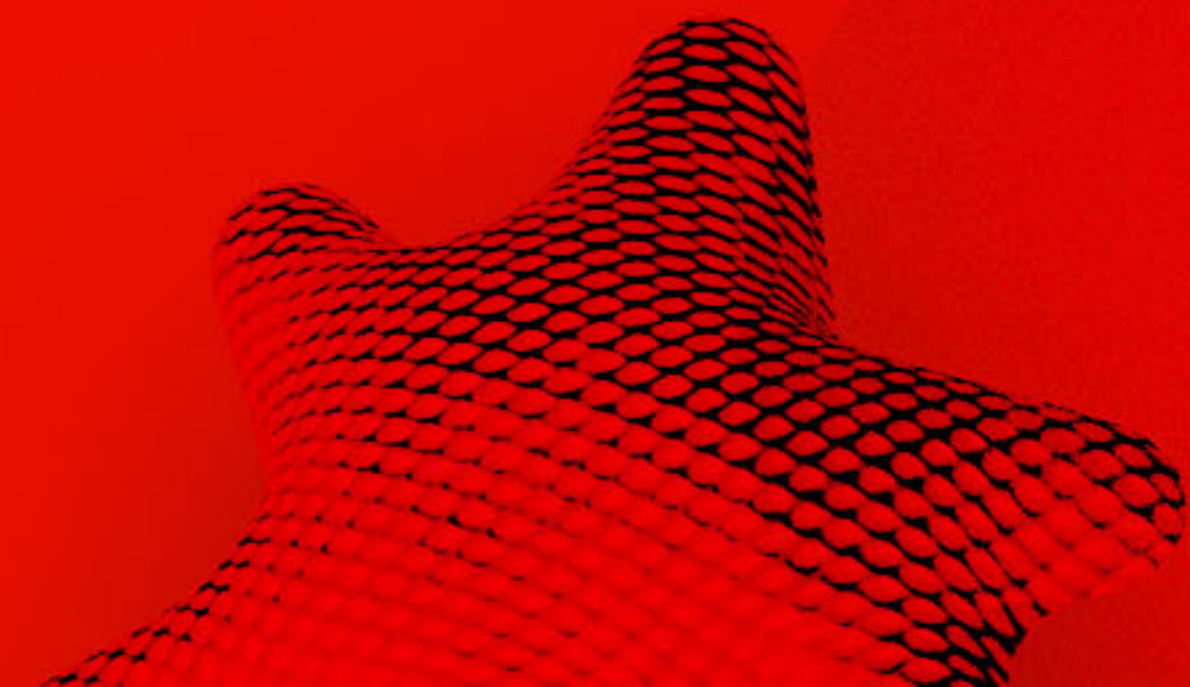


Adobe



2024 年创意 状态报告

Adobe 与 Edelman Data &
Intelligence 和 Havas Play 合作



前言

人们不得不承认，职场看起来已经与几年前大不相同。尽管创意产业中满是伟大的梦想家和世界领先的趋势预测者，但我认为没人能预见到如今职场的模样，更不用说还有全球疫情留下的影响。再加上快速的技术进步和生成式 AI 的出现，情况似乎还会发生更大的变化。

但变化也可能是好事。它带来了机遇（我相信还有很多经验教训），也带来了成长以及反思工作方式的机会。

生成式 AI 将扮演什么角色？我们如何利用它将团队成员从繁琐的工作中解脱出来？我们怎样才能让团队摆脱单调的任务，消除不一致，并让他们展现出最出色、最优秀的一面呢？

这些都是我一直在问自己的问题，想必您也有同样的疑问。我们委托撰写这份《创意状态报告》就是为了揭示答案，我迫不及待地想与您分享。

我们与研究和行业专家 Edelman 和 Havas Play 合作，采访了从零售、制造到媒体、金融等各个行业的决策者、创意人员和非创意人员。我们采访了不同年代、地区、工作岗位和工作级别的受访者——因为创造力并非某个人与生俱来的。而且我们谁都无法免受创意生产力重大变化的影响。

不出所料，**83%** 的决策者指出过去 12 个月员工工作量发生了变化，有趣的是，**四分之三** 的人确定他们会投资于工具和软件，以应对不断增加的工作量并提高生产力。

本报告旨在揭示当今创意生产力的状况，包括推动它的主体（和因素）、与工作方式相关的痛点，以及生成式 AI 如何缓解或加剧这些痛点。

希望它能帮您解答一些疑问（甚至可能引发更多思考）。

有一点是肯定的——那些抗拒变化的人注定会被变化所左右。拥抱变化，您或许就能对未来的发展有一定的话语权。不管怎样，祝您阅读愉快；希望您能从这份报告中有所收获。

Claire Darley,
销售高级副总裁，
Adobe



职场节奏在加快,这已不是什么秘密,创意领域也不例外。随着社交媒体和流媒体平台消费的激增,我们的世界变得越来越视觉化,随之而来的是对优秀设计和内容的需求。

如果您正在阅读这份报告,很可能您也感受到了压力。严峻的经济形势给员工带来压力,要求他们在支持减少的情况下完成更多工作,企业各个级别的团队成员都能体会到这种压力。

好消息是,技术能提供帮助。生成式 AI 的出现预示着一个新的创意领域,尽管 **78%** 的受访员工认为工作效率有所提高,但整个行业对生成式 AI 的采用仍然持谨慎态度。

Havas UK 运营总监 Tash Thomas 将其称为“**前所未有的技术扩散**”和“**行业的重大转折点**”。她认为,生成式 AI 加速了创意与技术的融合,领导者们正在接受这一趋势,以提高生产力和盈利能力。

什么是生成式 AI?

生成式 AI 是人工智能 (AI) 的一个子集,专注于创建或生成新内容,如文本、图像甚至音乐。它利用机器学习技术生成与训练所用的既有数据相似的数据。它与传统 AI 的不同之处是传统 AI 专注于模式识别,而生成式 AI 专注于模式创建。

本报告探讨了从零售、媒体、金融到制造等不同行业的创意生产力状况。我们将揭示创意人员和非创意人员目前面临的工作量增加的情况,以及更快交付工作的压力,还有这给决策者带来的负担。

我们将探讨早期采用者为应对工作强度增加所采取的一些措施、其他人面临的障碍,以及这个自动化新时代在速度、效率和创新设计方面带来的一些令人振奋的前景。

我们与来自不同行业、AI 应用水平各不相同的 450 名创意人员和非创意人员,以及 200 名最高管理层决策者进行了交流,以了解他们的痛点、满意之处以及新出现的机会。

所有三个研究小组对在创意项目中使用生成式 AI 都持乐观态度,许多人指出它已经在帮助他们更高效地完成工作。这意味着他们有更多时间专注于战略性的高层级任务,超过 **70%** 的受访者认为生成式 AI 可以带来新的创意机会。

Adobe 产品营销高级总监 Meredith Cooper 认为,在如此多的变化中,最令人兴奋的前景是开启创意新时代的可能性:**“生成式 AI 的出现真正为无限的创意打开了大门。创意构思瞬间可得。创意人员可以构思一个想法,并立即将其实现,以便分享、迭代和协作。将耗时的草图绘制、返工以及‘如果……会怎样’的设想环节统统扔进创意废品堆。”**

无论您是希望提高生产力、减轻员工压力,还是将创造力提升到新的水平,接下来的内容都充满了真实世界的实用洞察,无论您处于创意历程的哪个阶段,都能从中获得帮助。

生成式 AI 与 创意生产力

01 // 勇敢新世界

02 // 形势严峻时, 求助 AI

03 // 塑造未来工作模式

勇敢新世界

当我们想到职场中的“创意”时，脑海中往往会浮现出令人印象深刻的作品：复杂精美的 3D 渲染图、修饰完美的照片，或是极具冲击力的文案。但现实是，最终的作品只是创意过程的一部分。现代职场中不断加快的的工作节奏要求员工身兼数职。而这正是我们在生成式 AI 领域看到的最令人兴奋的新兴趋势；创意人员用它来加快重复、人工密集型工作的速度，而非创意人员则利用它来提升技能。

我们所说的“创意人员”和“非创意人员”是什么意思呢？

虽然创造力超越了角色和职位头衔，但我们还是想区分传统的创意和非创意工作角色。就本报告而言，我们的研究将创意人员定义为在公司中担任创意或设计岗位、使用设计软件的人。而“非创意人员”指的是担任特定职位（总监/经理及以上级别），参与创意内容的创作、制作或协作的员工。

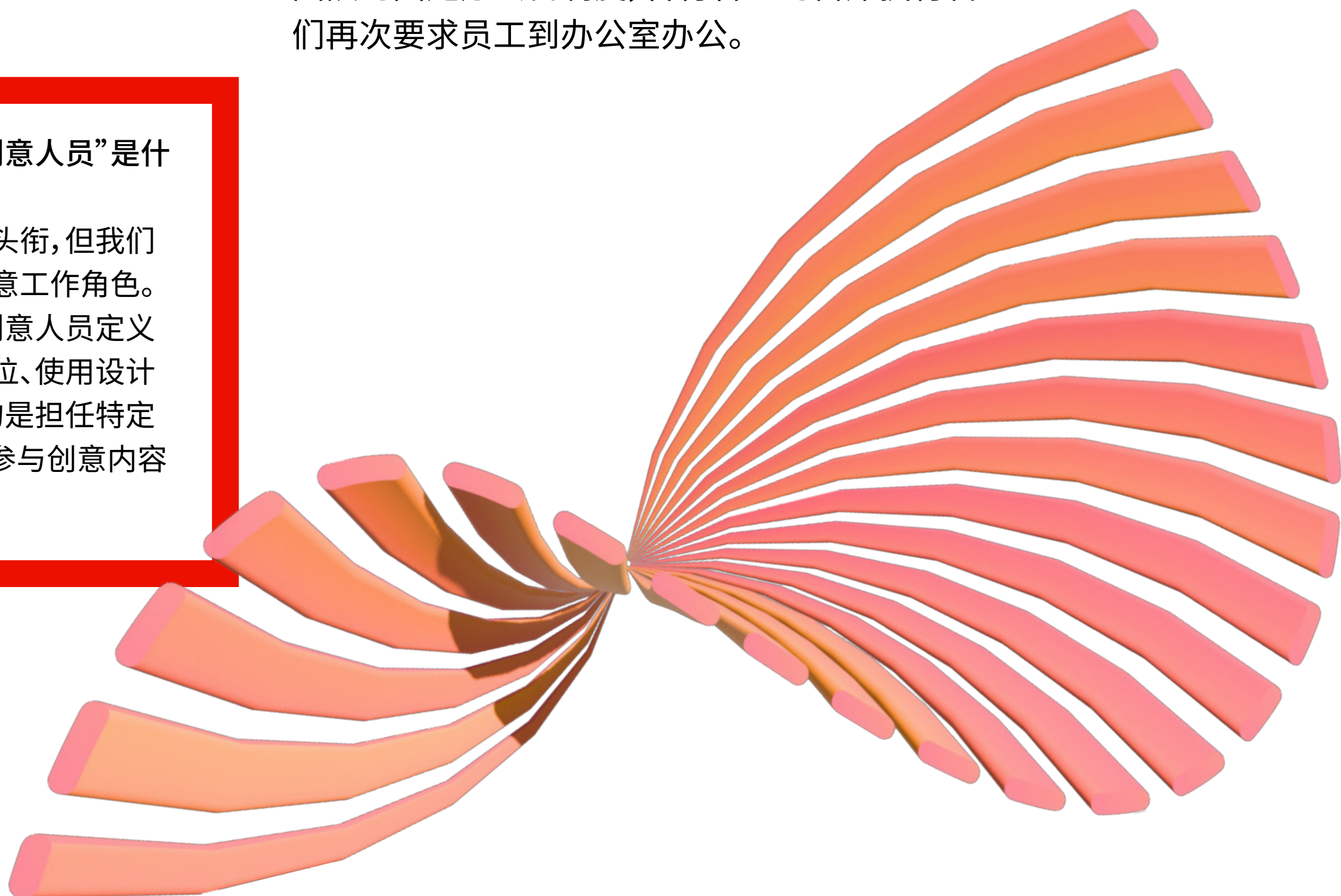
我们与多位最高管理层领导就其员工的创意生产力状况进行了交流，其中高达 **83%** 的人指出，在过去 12 个月里员工的工作量发生了变化，**40%** 的人认为当前的经济环境对他们所在的行业产生了负面影响。

这并不奇怪。在远程办公和职场数字化程度不断提高的时代，公司仍在努力适应“新常态”。先进的弹性工作模式正被摒弃，取而代之的是基于小团队的固定办公日制度，各行各业的首席执行官们再次要求员工到办公室办公。

最重要的是，Adobe 产品营销总监 Jonathan Tse 表示，世界正变得越来越数字化和互联化，这“增加了新的复杂维度”。

“如今，快速创作内容已不再仅仅取决于拥有最好的创意工具。相反，关键在于如何将最优秀的人才无缝地聚集在一起，创造出独特、有差异化的想法，使组织能够在当今竞争激烈的环境中脱颖而出。”

Jonathan Tse,
Adobe 产品营
销总监



“重返工作岗位”正在如火如荼地进行,随之而来的是对生产力的极大追求。

Havas Play 的高级设计师 Lewis Oliver 揭示了这种生产力提升对现实世界的影响。

“一切都是为了更快。过去,大多数工作围绕印刷日程安排推进,周转速度要慢得多。现在,我们可以在同一天创建并上传内容,保存文件 10 分钟后就能上线发布。这开启了一个几乎无缝衔接的创作和发布工作循环。我们的客户希望能够快速做出反应。现在,我们会接到一些任务,要求对公众关注的事件或流行文化中的热点做出回应,所以对快速反应和高度敏捷的需求是很自然的。”

生产力对企业有好处,但可能会对质量造成不利影响。在我们采访的决策者中,有 **42%** 的人担心可交付成果的质量会下降,**75%** 的人希望对工具和软件进行投资,以提高生产力并维持标准。

生成式 AI 就是这样一种工具,Adobe Firefly 在创意人员中已经大受欢迎。

“**生成式 AI 并不新鲜。它不太可能取代人类,但很可能会成为我们未来生活和工作中不可或缺的一部分。至关重要的是,我们要利用这项技术,不仅改变商业模式,还得革新生活方式。**

”



形势严峻时,求助 AI

近一半 (**44%**) 的受访创意人员每周有一半的工作时间花在重复性设计任务上, **50%** 的人提到劳动密集型任务带来的挑战, **71%** 的人在项目管理方面遇到困难。

不堪重负是一个反复出现的问题。疫情之后,所有行业都在以新的速度运转,仍沿用旧有工作方式的公司和个人,正艰难地追赶着时代步伐。对于在员工超过 500 人的大型企业工作的创意人员来说,这种情况尤为明显。而在中小企业工作的创意人员则更有可能在项目管理和日常创意任务上遇到困难。

有趣的是,我们发现,尽管创意人员处理的资产种类繁多,但对所有这些资产的需求都在增加,所以任何解决方案都需要有助于减少在重复任务上花费的时间,并找到更简便的方法来大规模创建内容。

那么,创意人员会怎么做呢?发挥创意。

82% 的创意人员目前正在使用并计划继续使用生成式 AI, **74%** 的创意人员认为它有助于提高工作效率。对频繁且耗时的工作流程进行自动化处理,不仅让创意人员有更多时间专注于更具战略性的高层级任务,还有助于保持品牌一致性,并减少对返工的担忧。

Adobe Firefly 等生成式 AI 软件也加快了试错速度,使创意人员能够更快地浏览不同的创意元素和处理方式。

Adobe 产品营销高级总监 Meredith Cooper 认为,像 Firefly 这样的软件可能会为创意人员带来变革。它能够将生成式 AI 的变革力量与世界一流的创意应用程序相结合,不仅可以提高效率,还带来了更广阔的创意空间。“**有了生成式 AI,大胆思考的障碍不复存在——唯一的限制就是您自己的创造力。**”创意人员无需再为实现方式而烦恼,而是可以花更多时间专注于创作内容本身:使用简单的文本提示,快速轻松地替换图

像、更改背景、调整颜色,以及添加或删除元素。这类工具通常也会在不同产品间进行整合。得益于 Adobe 的互联平台,您可以在一个应用程序中打开项目,使用生成式 AI 添加或删除对象,或者转换文本,然后在另一个产品中打开该文件继续进行处理。

一旦团队掌握了生成式 AI 的创意潜力,他们就会将注意力转向其项目管理能力。与任何新技术一样,人们对未知的恐惧是广泛采用的最大阻碍。大多数人天生对变化持谨慎态度,更不用说追逐每一项创新可能会浪费的时间了。然而,在生成式 AI 的应用过程中我们发现,率先采用这一技术不仅能促进各工作流程与部门间的横向整合,还能实现各级汇报体系的纵向融合。

对于有创意思维的人来说,使用生成式 AI 的经验会让他们对使用这项技术可能存在的缺点不再那么恐惧。但对于非创意人员来说,情况并非如此。

塑造未来工作模式

与创意人员相比,非创意人员由于缺乏公司培训或支持,在采用生成式 AI 方面较为滞后。因此,尽管 **83%** 的现有用户认为它有助于提高工作效率,但他们仍然更担心使用生成式 AI 可能带来的风险。

Tash 敦促公司接受这项技术及其带来的变革,以保持竞争力。这需要付出努力。团队需要“审视他们的工作流程,明确在哪些流程中可以确定 AI 的应用场景。不仅仅是为了获得创意输出,更重要的是要思考它如何解决工作过程中的特定痛点。为此,您需要实时审查自己的工作流程,明确生成式 AI 在哪些方面能让您受益。”

但是团队成员怎么想呢?随着越来越多的创意工作转移到公司内部,内容创建的需求落在了非创意人员身上,他们不仅面临时间和资源的限制

(**79%**),还承受着提升设计技能和提高工作效率的压力。**79%** 的非创意人员表示,他们团队中的成员创意技能水平参差不齐,尽管超过三分之二的人认识到利用图像、动态图形或视频进行视觉叙事正成为他们工作中不可或缺的一部分。

非创意人员越来越发现自己需要管理内容创建并提升设计技能。与创意人员不同,创意人员创建的所有资产需求都在增加,而非创意人员看到的需求增长主要集中在通常由创意团队负责的资产上。

过去,传统的工作日可能包括内部展示、销售演示、培训和内部流程,如今非创意人员接到的任务种类不断增加,从社交媒体资产(增长 **66%**)到网络内容(增长 **58%**)、CRM(增长 **56%**)和付费媒体(增长 **49%**)。





能力差距巨大,而且常常令人感到压抑。劳动力数字化持续推动着工作角色和职责的演变,这种能力差异会带来诸多挑战。

员工需要直观的用户友好型解决方案,以适应不同的经验水平和信心程度;这些解决方案还需要具备协作功能,以便多个利益相关者能够共同参与项目,帮助缓解资源压力并提高效率。此外,模板可以帮助解决资产制作过程中的另一个挑战——保持品牌一致性。

“很多讨论都集中在 Firefly 如何改善创意人员的工作流程上,但我们也看到它对非创意岗位人员产生了巨大影响,”Meredith 说,“正如我们在这份报告中看到的,非创意人员的工作量不断增加,涵盖了大量创意任务。不仅包括创意构思和创作,还涉及创意过程的管理,比如整合反馈、项目管理和文件共享。Firefly 旨在助力创意过程的每一个关键环节,能够将创意产能提高 2 到 8 倍。”

正如我们在创意人员身上看到的那样,在企业级公司工作的人更有可能面临工作量压力,而且令人惊讶的是,他们也会遇到支持和协作方面的挑战。正是由于这些挑战,决策者们开始寄希望于生成式 AI。更聪明地工作,而非更辛苦地工作,这是一个由来已久的话题:如何用最少的资源获得最大的产出。在对效率永无止境的追求中,

这个问题摆在了企业领导者面前:“公司正在四处寻找降低运营成本和提高生产力的方法,以充分利用他们今天所拥有的资源,”Jonathan Tse 说。由于不愿为重复性任务或对企业利润无贡献的任务增加人手,决策者们认为生成式 AI 将在他们的组织中发挥重要作用。

生成式 AI 不再是遥远的科幻幻想,而是切实可行的现实;它可以加快简单创意任务的创建速度,实现重复性手动工作的自动化,并辅助项目管理。

Tash 说,改变总是会让人感到不适。“人非圣贤,我们经常会抗拒改变。生成式 AI 将带来重大变革,这是一种未知的改变。我们不知道最终结果会是怎样,所以自然会感到紧张。”

但改变不一定意味着艰难。鉴于生成式 AI 在速度、生产力和任务管理方面带来的优势,或许改变看起来也没那么可怕了。

速度与效率

01 // 事半功倍

02 // 让技术分担压力

03 // Adobe Stock 和 Frame.io 简介

20

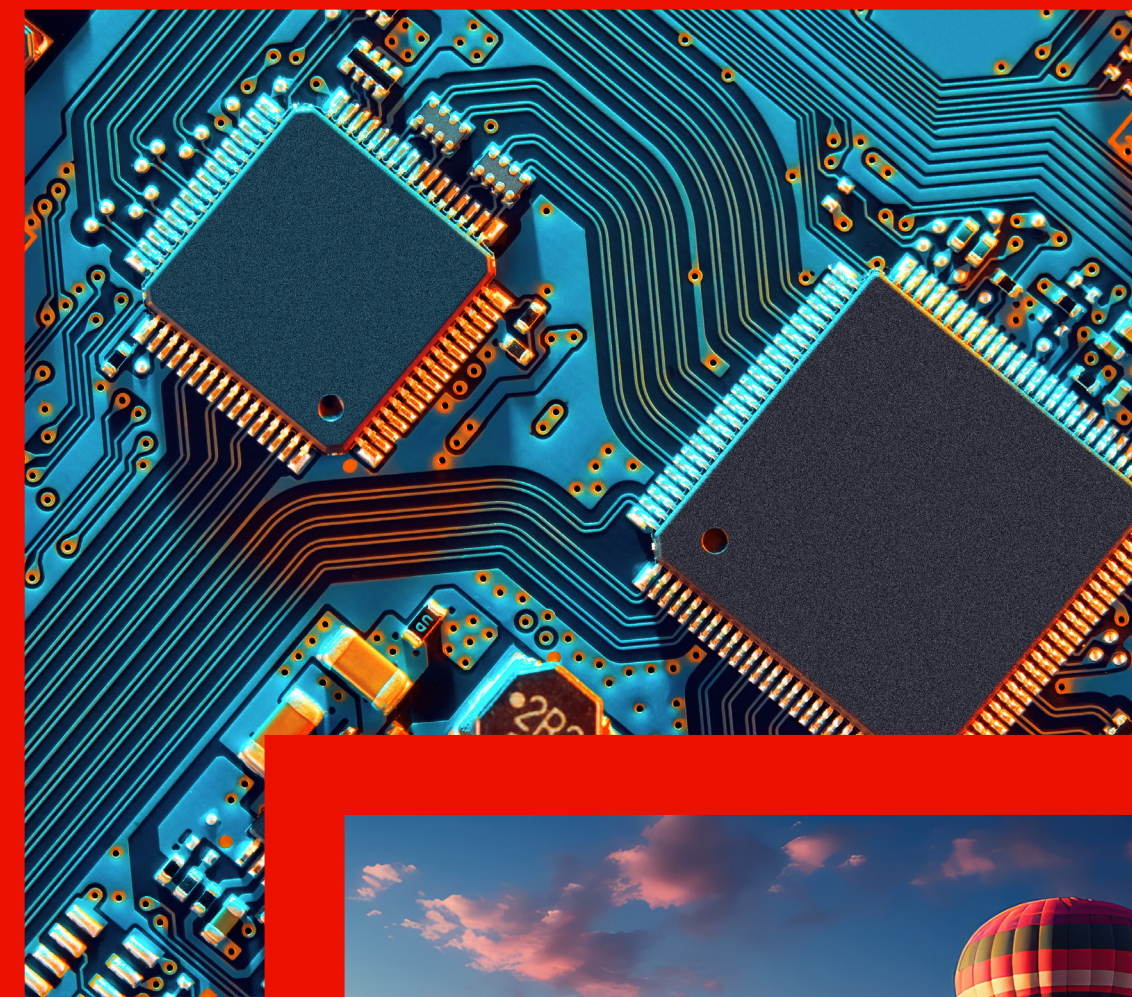
事半功倍

1965 年, Gordon E. Moore (硅谷科技先驱, 英特尔联合创始人) 观察到, 计算机芯片的性能每两年就会提升一倍, 而计算机的成本却减半。如今, 尽管人们对他这句著名论断的正确性提出了质疑, 但在职场中, 这一现象似乎再贴切不过了。

如果用两个词来概括当今生产力的状况, 那就是“速度”和“效率”。我们如何才能事半功倍呢?

我们已经了解了新兴的生成式 AI 在创意领域的成果, 以及它在提升非创意人员技能方面的作用, 但这两个群体是如何应对庞大的工作量的呢?**71%** 的创意人员表示, 工作量增加带来的最大挑战之一在于项目管理方面, 比如跟踪反馈和共享文件。而 **79%** 的非创意人员面临着时间限制和资源挑战, 此外也有 **53%** 的人面临着协作难题。

决策者开始求助于技术。在我们采访的人中, 有**四分之三**确定会投资于工具或软件来提高生产力。Adobe 产品营销高级总监 Meredith Cooper 表示, 他们已经在 Adobe 的 B2B 客户中看到这一趋势。“**各行各业不同岗位的人都越来越倾向于使用 AI 功能来帮助其管理工作量。Adobe 的产品将协作、生产力、文件共享和反馈跟踪等功能整合到同一生态系统中, 使得项目和工作量管理变得更加容易。**”



协作和审查

创意人员和非创意人员都发现, 尽管工作的性质 (及其难度) 没有改变, 但他们被要求更快地完成更多工作。**72%** 的非创意人员和 **63%** 的创意人员认为公司要求他们承担更多项目, 而且双方 (**60%**) 都一致表示公司要求他们更快地完成这些项目。

除了庞大的工作量之外, 我们还发现协作和项目管理是长期影响速度和效率的障碍。

七成 的创意人员提到了项目管理方面的挑战, **27%** 的人表示项目要求不断变化, 缺乏明确性, **26%** 的人承认他们在管理审核流程时遇到困难。

生成式 AI 可能是一种解决方案。Havas Play 的高级设计师 Lewis Oliver 已经亲身体验到技术对流程的助力, 他说: “**Creative Cloud** 让每个人都能更轻松有效地共享文件。不仅可以共享文件, 还可以访问同一个文件并进行协作。”

正是这些技术发展减轻了整理反馈或共享活动文档等耗时任务带来的负担。它还有助于确保一致性, 让多个团队成员能够同时处理同一文档。

六成 的创意人员表示, 与项目管理相关的功能会帮助他们提高项目效率, **26%** 的人明确表示希望能够自动化并跟踪创意审核, **14%** 的人希望减少审核工作所用的时间。

对于非创意人员来说, 问题在于协作, 有 **五成** 的人在这方面疲于应对。**30%** 的受访者表示审核工作等待时间过长, **22%** 的人在审核阶段的版本控制管理方面遇到困难, **19%** 的人在共享文件以供审核方面遇到困难。

让技术分担压力



我们发现中小型企业 (SMB) 和大型企业 (ENT) 之间存在一些差异,但总体看法是一致的:以更快的速度完成更多工作。由于当前的经济环境,大型企业的创意人员更有可能感受到工作压力,而中小企业的创意人员则更多地项目管理 (**76%**) 和日常视觉创意任务方面遇到困难。

提醒:大型企业是指员工人数超过 500 人的企业,而中小企业的人数少于 500 人。

大型企业的非创意人员比中小企业的同行更有可能面临工作量压力,以及支持和协作方面的挑战——**37%** 的人认为自己缺乏内部创意团队的支持,还有 **34%** 的人在审核工作或批准时等待时间过长。

似乎公司规模越大,创意人员和非创意人员的工作量压力就越大。不出所料,工作量更大的大型企业在协作方面遇到困难。然而,他们拥有更多资源,因此在技术方面往往更有能力应对这些挑战。另一方面,中小企业则受困于项目管理和审核流程。

实际解决方案

技术似乎让我们陷入了困境,不过技术也能帮助我们走出困境。**57%** 的决策者认为生成式 AI 将在其组织中发挥重要作用,解决内容创作者面临的一些重大挑战。**60%** 的受访者特别希望更快速地将内容推向市场方面得到帮助。Adobe 产品营销总监 Jonathan Tse 表示,生成式 AI 正在帮助解决事半功倍这一永恒的课题;“企业领导者已经看到,采用精准的生成式 AI 解决方案确实能够显著提升创意生产力。”

当我们与一线内容创作者交流时,他们提出了非常具体的要求:

- **79%** 的受访者希望相机能将拍摄素材直接上传到云端,以便即时编辑和审核。
- **76%** 的人希望能更便捷地访问库存素材,以便在没有时间或资金进行实地拍摄时作为权宜之计。
- **74%** 的人出于同样的原因,希望能更便捷地访问库存图像。
- **76%** 的人希望协作人员能直接在视频帧上绘制,以便更清晰地表达反馈意见。
- **71%** 的人希望在其编辑工具中能够直接填写评论和反馈。

在最后四项中,中小企业创意人员支持的比例比大型企业创意人员高出 **10-15%**。

Adobe Stock 和 Frame.io 简介

Adobe Stock

您可能已经对 Adobe Stock 有所了解。利用 Adobe 精心挑选的免版税素材库, 创意人员和非创意人员可以印刷和设计项目、社交媒体营销活动、影片及视频。它与 Creative Cloud 应用程序的集成有助于节省时间和简化工作流程, 这正是创意人员和非创意人员都面临的两大关键挑战。

用户可以搜索并获取数百万个世界级资产的使用许可, 包括图形、视频、音乐曲目、模板、3D 内容以及 Adobe 的 Premium 和 Editorial 素材, 从而帮助用户发现适合不同受众的多样化真实内容。

如今, 利用由 Adobe Sensei 提供支持的视觉搜索, 用户可以将图像拖放到搜索栏中来查找互补和替代图像, 而美学过滤器使用户能够根据留白空间、帧率和时长或者景深来微调搜索。

与 Adobe 的许多产品一样, 其直观的特性有助于普及创意生产力, 缓解非创意人员因越来越多的工作要求而面临的诸多挑战。

Frame.io

依靠 Frame.io 来统一创意协作。

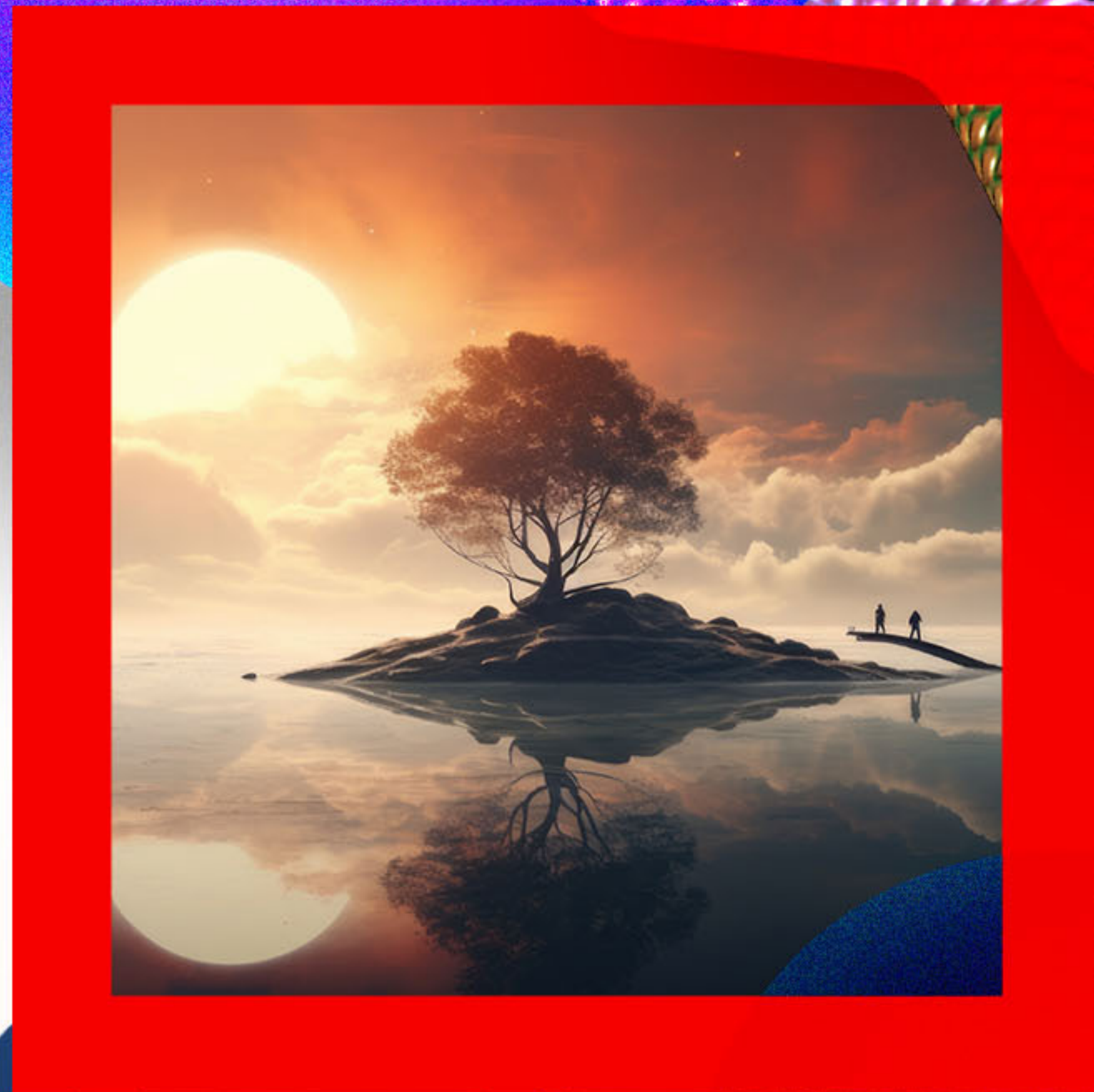
多年以来, 创意团队一直使用拼凑式的工具进行协作、未完成资产的审核、文件传输以及审批。前文中的研究已经表明, 这些彼此脱节的流程会阻碍生产力并抑制创造力。Frame.io 让所有内容和所有人聚集在一起。

利用 Frame.io 可以将强大且基于云的审阅和协作工具与 Adobe 工具集成。现在, 借助单一平台来存储、共享、交流、审查和批准所有创意项目, 使得简化视频、照片、设计等领域的工作流程变得前所未有的容易。

“Frame.io 提供了一个中央平台, 将创意团队、资产和对话集中在一起, 以简化协作、减少返工并加快将新想法推向市场的速度。”

Adobe 产品营销总监 Jonathan Tse。

它作为一个中央枢纽, 可用于共享媒体资源、跟踪反馈并简化工作流程, 使得无论团队成员身在何处, 都能紧密地合作。世界各地的用户已经报告称周转时间提高了 **31%**, 审核轮次减少了 **27%**, 所需的修改次数也减少了 **25%**。在一个追求速度和效率的时代, 它正迅速成为后期制作和发布内容的最快途径, 这意味着更少的揣摩猜测, 更多的交付成果。



—— 路在何方？

- 01 // 人人都是艺术家
- 02 // 蓬勃发展的视觉产业
- 03 // 创意无限

人人都是 艺术家



还记得当时的热潮吗?在 Instagram 上,每个人都使用基于 AI 的应用程序瞬间变身艺术家。早在 2022 年,该应用中大量出现置身于空灵风景中的人物自拍照,这些 AI 生成的自拍照预示着 AI 的大规模应用。

一夜之间,似乎所有人都在使用生成式 AI 进行创作。从本质上讲,这展现了基于 AI 的艺术之美;它以一种前所未有的方式赋予每一个人创造力。

可以理解,有些人对此持谨慎态度,但 AI 驱动的创新力的未来并不像我们想象的那么悲观。因为生成式 AI 仍然需要输入,仍然需要文本才能生成图像和视频,并且仍然需要创意。而创意一直是创新力的核心。创作者仍需要考虑形式和构图、光线、色彩以及视角。只不过,现在他们的创意相对而言不受自身技术的限制。Havas UK 的运营总监 Tash Thomas 喜欢将生成式 AI 理解成一台“想象力打印机”。“想到创意的创意人员通常必须手绘草图,或将创意写成脚本。现在,您只需在任何类型的图像引擎中输入提示词,它就会为您生成内容,可能完全出乎您的意料。

这无疑是一种有趣的循环创意和迭代概念的方式。它让创意人员获得自由,凭借天马行空的想象力赢得奖项和吸引注意力。

那么,在这种无拘无束的自由之下,设计将走向何方?

蓬勃发展的视觉行业



随着视频和视觉产业持续爆发式增长,创意人员对掌握不同视频技术和摄影技术的热情空前高涨。

我们发现当前创作者最感兴趣的热门内容领域有一个明显的趋势:实景摄像、定格动画和 360 度/虚拟现实视频。

对于 Adobe 产品营销高级总监 Meredith Cooper 而言,这是她密切关注的一个趋势。“我乐于看到创意人员利用技术进步推动新的趋势。在 Adobe,我们密切关注这些动态。我们希望确保无论创意人员选择如何表达自己的作品,无论品牌希望如何触及他们的受众,Adobe 都能提供帮助。一切都是为了让创造力占据舞台中央。我们怎样才能更好地做到这一点?我们如何支持和赋能背后的人员?”

视频和视觉产业的繁荣鼓励创作者寻找新的增长领域。在我们采访的创意人员中,**60%**的人已经在进行大量的照片编辑工作,**51%**的人从事视觉特效,**49%**的人从事 2D 图像设计。高达**72%**的受访者表示,视频是提供个性化体验的重要手段,近**3/4**的人认为 8K 视频在其组织中的受重视程度越来越高。随着技术的快速发展、画面的提升以及制作速度和易用性的不断提高,曾经只有少数专家才能掌握的视觉元素也变得越来越容易获取。在我们采访的创意人员中,超过一半的人希望创作更多 360 度/虚拟现实视频,**53%**的人希望更多地从事定格动画,**61%**的人对实景摄像感兴趣。

有什么障碍呢?尽管可访问性有所提高,但培训和教育等障碍仍然阻碍着人们学习新的技能。

59%的受访者表示缺乏经验使他们无法创作自己感兴趣的视觉内容。**56%**的人表示他们缺乏足够的培训,**52%**的人表示没有足够的时间,**50%**的人无法在工作场所获得合适的工具。正如我们所见,重复的手动创意任务会严重消耗创意工作者的精力。将素材上传到云端、寻找库存素材来填补空缺、澄清、理解和执行反馈,以及从存储卡和硬盘传输媒体文件,这些都很关键,但也是任何创意工作者工作量中耗时的部分。**58%**的创意人员表示,等待文件上传、下载或传输是他们工作流程中重要的低效环节。**54%**的人表示,他们的工作每周都会因他人索要内容、媒体或资产而被打断不止一次。

创意无限

在视觉内容项目方面,大多数创意人员都认为自己在手动任务上浪费了时间,希望能有更好的解决方案。

Lewis Oliver 举出的一个例子是直接选择工具。以前,“根据复杂程度不同,抠图工作可能需要几个小时。如今,使用生成式填充功能,您只需按一下按钮。在时间紧迫的时候,我会用它来抠图或制作情绪板。”

这正体现了生成式 AI 的强大之处,不仅有助于艺术作品的创作,还能节省现代职场中最宝贵的资源——时间。这不仅仅是为了效率,更是为了释放空间以用于更高维度的思考以及引领行业的创造力。

近 **3/4** 的创意人员和 **83%** 的非创意人员认为,在创意项目中使用生成式 AI 有助于他们更高效地完成工作。超过 **70%** 的决策者、非创意人员和创意人员 (**75%**) 认为,生成式 AI 可以带来新的创意机会,因为它能让人们腾出时间,专注于更具战略性的高层级任务,比如 3D 设计。创意

人员 (**84%**) 对使用 3D 内容非常感兴趣,因为它既可以带来直接的视觉冲击力(创造沉浸式体验或 3D 设计),也有助于提升工作效率。尽管有这样的兴趣,但预算 (**35%**)、合适的工具 (**32%**) 以及培训 (**32%**) 仍被认为是阻碍采用的障碍。

决策者、创意人员和非创意人员几乎一致认可生成式 AI,但是意愿与行动之间仍然存在距离。不幸的是,这种差距源于高层。**85%** 的决策者对公司的近期前景充满信心,**83%** 的人指出过去 12 个月员工的工作量发生了变化,而 **3/4** 的人确定将通过投资于工具和软件来提高生产力,但这种决心与解放创意人员的实际行动之间似乎存在滞后。

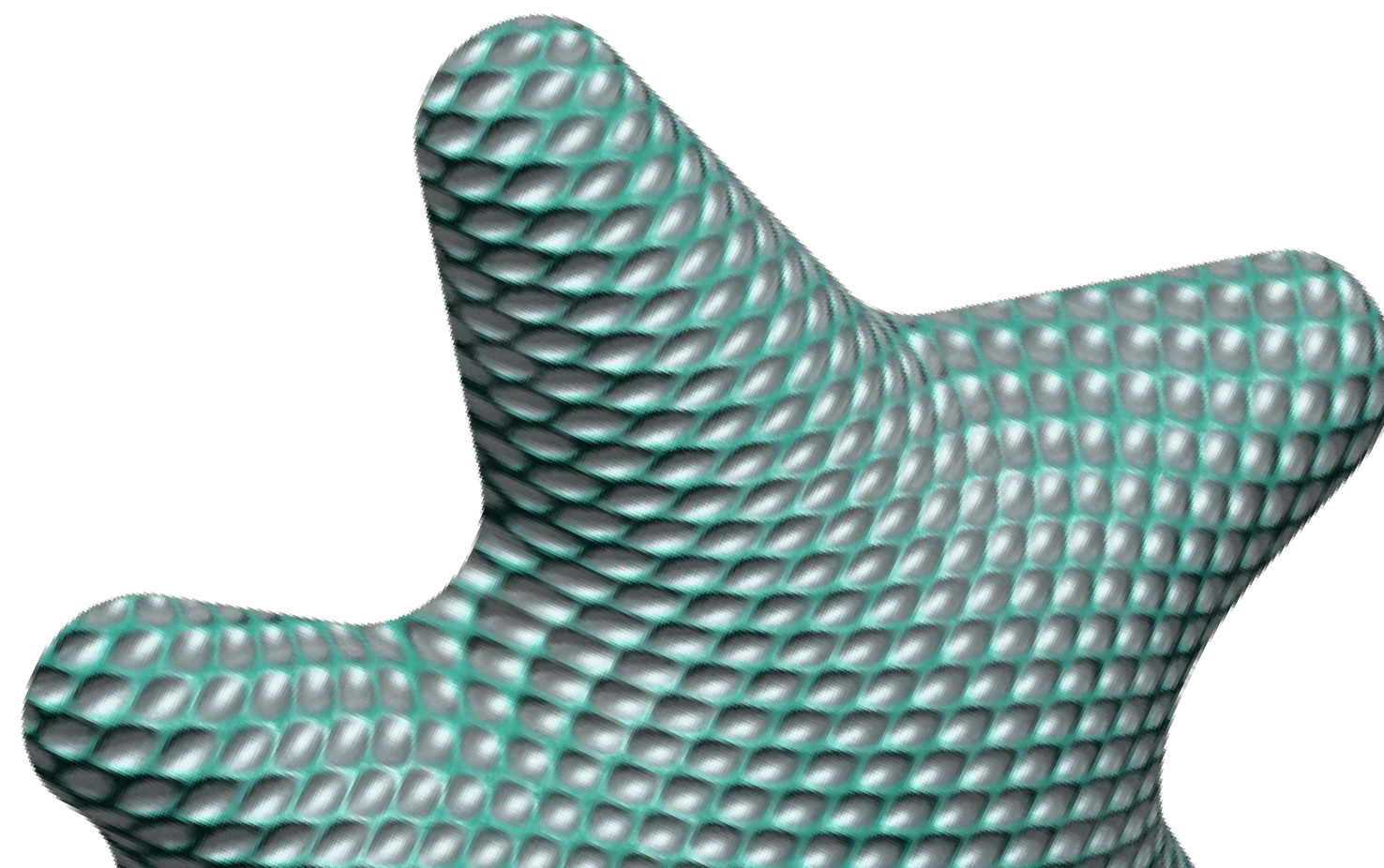
让您的时间产生回报。

上传素材、传输文件和整理反馈都属于创意人员的工作,当然也包含在计费工时中。但对于创意公司和客户而言,真正的价值在于艺术作品本身。

创意人员不想把精力主要用在重复性的手动任务上,而是希望用于 3D 模型创建 (**47%**)、3D 可视化设计 (**45%**)、虚拟摄影创作 (**30%**) 以及 AR/VR 沉浸式体验构建 (**28%**)。为此,他们需要创造更具吸引力的客户体验,提高内容创建能力,并加快设计流程。

提升员工技能并让他们有时间去实现这些,这不仅有利于提振员工士气、吸引优秀人才和赢得奖项,还有助于拓展为客户提供的服务、加深客户忠诚度并增加新的收入来源。

这些也不是遥不可及的理想;它们正在我们眼前发生。如果家里的二大爷都能把自己渲染成 20 世纪的太空摇滚之神,想象一下您能做什么。



结论

2024 年,工作正朝着一个方向发展

“
在日益数字化的环境中,由于
需要吸引客户的注意力,对于
更快地创建更多内容的需求
已达到前所未有的程度。

Jonathan Tse,
Adobe 产品营
销总监

”

那么,2024 年的职场会怎样呢?虽然没人能准确
预知未来,但工作似乎正朝着一个方向发展……
向上。工作量和生产力似乎都将继续保持上升的
势头,这对那些能够跟上的人而言是件好事。

不难预见,压力自上而下层层传递,决策者和员
工都会感受到压力。好消息是,导致工作强度增
加的技术进步同样也可以帮助缓解这种压力。

生成式 AI 已经成为大多数工作流程中不可或缺
的一部分,但仍有一些人不愿意使用或者瞻前顾
后。虽然这种犹豫完全在意料之中,但其实大可
不必这样。Adobe Express、Frame.io 和 Adobe

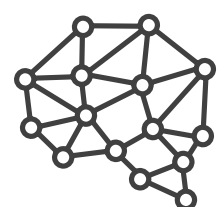
Stock 等直观易用的工具将生成式 AI 无缝
嵌入其界面中,这有助于消除创意人员和非
创意人员面临的障碍。

对于前者,它能减少花在人工密集型但重复性
(或价值较低)的任务上的时间。对于后者,意义
则在于项目管理,而双方都希望实现更高效的协
作,以及更无缝的反馈集成和资产共享。

理所当然,那些拥抱变化的人将获得其他人难
以企及的优势。Adobe 的 Creativity Platform
拥有您、您的团队和您的企业取得成功所需的一
切。**我们已经准备就绪。您呢?**

借助由 Adobe Firefly 生成式 AI 提供支持的 Adobe Creative Cloud 商业版,让您的创意服务具备未来竞争力。

Creative Cloud 商业版结合 Firefly 和 Frame.io,通过在一个集成平台上汇聚一流的创意解决方案来处理所有创意工作,满足您的内容制作需求。



释放创意。借助创意应用程序内强大的生成式 AI 工具加速创意构思和创作。使用自定义模型扩展和 API 扩大品牌影响力。



扩大产能。利用超过 3.5 亿原生集成的高质量照片、视频、音乐曲目等,提升故事讲述能力。



统一协作。在一个平台上集成创意协作功能,可在整个创意生命周期中集中提供极速且安全的审核和版本控制,以及集中式的存储和共享。

新:生成式 AI
创意应用程序内由 Firefly 提供支持的功能和知识产权赔偿。*

行业领先的应用程序
20 多款创意应用程序,包括 Photoshop、Premiere Pro 和 Adobe Express



集中式创意审核
依靠 Frame.io 为创意存储、协作和审查提供一站式解决方案。

创意资产
在创意应用程序内无限制地访问 Adobe Stock 素材。

*在 Adobe 的某些优惠下,对于由 Firefly 驱动的特定工作流程生成的内容,有机会从 Adobe 获得知识产权赔偿。适用条款将另行规定。

Adobe

谢谢

欲了解更多信息

联系我们