



# 2024 年創意狀況 報告

Adobe 與 Edelman Data & Intelligence  
和 Havas Play 合作撰寫

# 前言

當今的工作世界與幾年前相比已經發生了翻天覆地的變化 — 這是無法迴避的事實。儘管在創意產業裡有許多夢想家和世界頂尖的趨勢預測家，但我想沒有人能預料到今天的工作形態，尤其是全球疫情所留下的深遠影響。再加上技術的快速進步和生成式 AI 的興起，未來的工作環境注定會發生進一步的變化。

但是，變化可能是好事。它帶來了機會（我確信也帶來了很多學習內容），同時讓我們有機會成長並重新審視我們的工作方式。

生成式 AI 將扮演什麼角色？我們如何利用它的力量來解放團隊成員？我們如何讓團隊擺脫單調的任務、消除不一致，並為他們賦能，讓他們展現最閃亮、最出色的自己？

這些都是我一直在問自己的問題，毫無疑問，您也問過自己。我們委託撰寫這份《創意狀況報告》來揭開答案，我已經迫不及待地想要與您分享了。

我們與研究機構和行業專家 Edelman 及 Havas Play 合作，並與從零售到製造、媒體和金融等各行各業的決策者、創意人員和非創意人員進行了對話。我們採訪了不同世代、地區、職位和職級的受訪者 — 因為創意並非任何人與生俱來的特質。而且，我們所有人都無法避免創意生產力的重大變化。

不出所料，**83%** 的決策者指出，過去 12 個月內員工的工作量發生了變化。有趣的是，**四分之三**的受訪者確信他們將投資於工具和軟體，以協助應對不斷攀升的工作量並提高生產力。

這份報告旨在揭示當今創意生產力的現狀，包括推動它的人員（及因素）、與工作方式相關的痛點，以及生成式 AI 如何幫助或阻礙這些痛點。

希望它能幫助回答您自己的一些問題（也許還會引發更多問題）。

有一點是肯定的 — 那些抗拒改變的人，注定會被改變支配。接納改變，您也許會對接下來發生的事情有發言權。無論如何，祝您閱讀愉快；希望這份報告對您有所幫助。

**Claire Darley,**  
銷售資深副總裁，  
Adobe





工作的世界正在加速，這已不是秘密，而創意世界也不例外。隨著社交媒體和串流平台的使用量激增，我們的世界正變得越來越視覺化，而對優質設計和內容的需求也不斷增長。

如果您正在閱讀這份報告，很可能您已經感受到了壓力。嚴峻的經濟環境需要員工在更少的支援下完成更多的工作，而企業中各個層級的團隊成員都感受到了這種壓力。

好消息是，科技可以幫助我們解決這些問題。生成式 AI 的出現預示著一個全新的創意格局，但整個行業對生成式 AI 的採用仍持謹慎態度，儘管 **78%** 的受訪員工表示體驗到工作效率的提升。

Havas UK 的營運總監 Tash Thomas 將這一現象稱為「前所未有的技術擴張」和「行業的戲劇性轉折點」。她認為，生成式 AI 正在加速創意與技術的融合，而領導者們應積極接納以提高生產力和盈利能力。

### 什麼是生成式 AI？

生成式 AI 是人工智慧 (AI) 的一個子集，專注於創作或生成新內容，例如文字、影像甚至音樂。它使用機器學習技術生成與其訓練的現有數據相似的數據。它與傳統 AI 的不同之處在於，傳統 AI 著重於模式識別，而生成式 AI 則著重於模式建立。

這份報告探討了從零售到媒體、金融和製造等各個行業的創意生產力現狀。我們將揭示創意與非創意職位目前所面臨的工作量增加、工作交付加快的壓力，以及這對決策者造成的負擔。

我們將探討早期採用者為應對工作強度增加所採取的一些措施、其他人所面臨的障礙，以及這個自動化新時代在速度與效率以及創新設計方面所帶來的一些令人振奮的前景。

我們採訪了 450 名創意和非創意人員，以及 200 名 C 級管理層決策者，他們來自各行各業，對 AI 的採用程度也不盡相同。藉此採訪瞭解他們的痛點、愉悅體驗和新興機會。

所有三個研究群體都對生成式 AI 在創意專案中的應用持樂觀態度，許多人指出，AI 已經在幫助

他們更有效率地完成工作。這意味著他們有更多時間專注於策略性和高層級的任務，超過 **70%** 的受訪者認為生成式 AI 可能會為創意帶來新的機遇。

Adobe 產品行銷資深主管 Meredith Cooper 認為，在如此多的變化中，最令人振奮的前景就是創意新時代的可能性：「**生成式 AI 的出現真正打開了無限創意的大門。構思即時產生。創意人員可以構思一個想法，並立即將其實現，進行分享、反覆改進和協作。將耗時的初步構思、返工和『如果這樣會怎樣』的討論留給創意廢紙堆。**」

無論您是希望提高生產力、減輕員工的負擔，還是讓您的創意更上一層樓，接下來的幾頁內容都充滿了現實世界的真知灼見，無論您處於創造之旅的哪個階段，都能從中獲得幫助。

# 生成式 AI 與 創意生產力

- 01 // 勇闖新世界
- 02 // 有困難,找 AI
- 03 // 塑造工作的未來

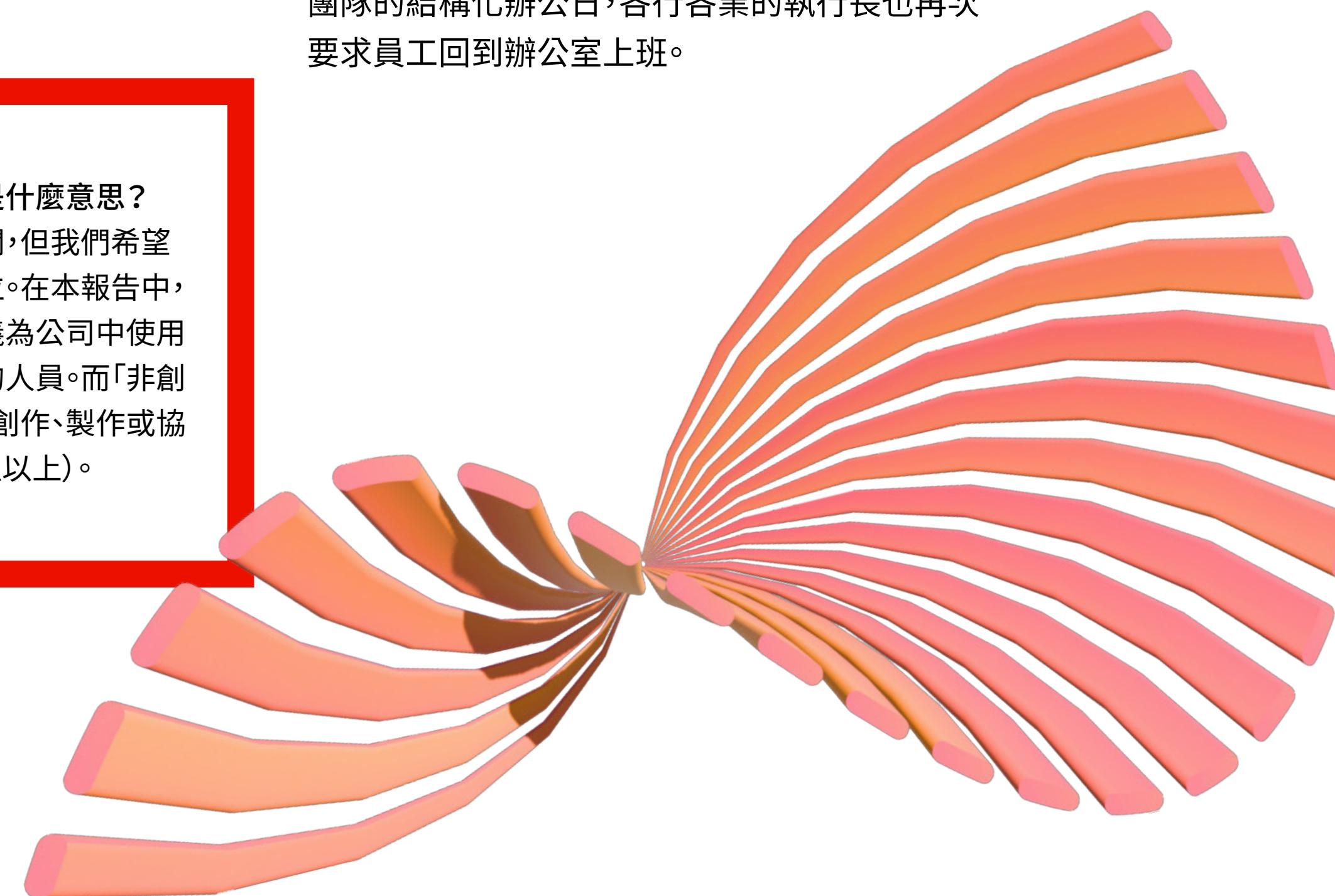
# 勇闖新世界

當我們在工作中談到「創意」時，腦海中會浮現出令人印象深刻的藝術作品：複雜的 3D 渲染、精美的修圖照片，或是令人印象深刻的文案。但實際上，這些最終成果只是創意過程的一部分。現代職場中日益加快的工作節奏要求員工身兼多職。這正是我們看到生成式 AI 最令人興奮的新興趨勢；創意人員用它來加速重複性、人工密集的工作，而非創意人員則用它來提升技能。

我們採訪了多名 C 級管理層，討論了其員工創意生產力的現狀，其中高達 **83%** 的高管注意到員工的工作量在過去 12 個月內發生了變化，同時有 **40%** 的高管認為其行業受到當前經濟環境的負面影響。

這並不令人意外。在遠端工作與工作場所數位化日益增加的時代，企業仍在努力理解其「新常態」。激進的彈性工作方案被摒棄，轉而採用基於小型團隊的結構化辦公日，各行各業的執行長也再次要求員工回到辦公室上班。

「創意人員」和「非創意人員」是什麼意思？雖然創造力與職位和職務無關，但我們希望區分傳統的創意與非創意職位。在本報告中，我們的研究將「創意人員」定義為公司中使用設計軟體的創意或設計職位的人員。而「非創意人員」則指特定職位中負責創作、製作或協作創意內容的員工（主管/經理以上）。



最重要的是，世界正變得越來越數位化和互聯，這增加了「複雜性的新維度。」Adobe 產品行銷總監 Jonathan Tse 表示。

「

**這不再僅僅是擁有最好的創意工具來快速創作內容，而是無縫地將最優秀的人才聚集在一起，創造出獨一無二、與眾不同的想法，使組織在當今競爭激烈的環境中脫穎而出。**

」

Jonathan Tse，  
Adobe 產品行銷總監

「重返辦公室」正如火如荼地進行著，隨之而來的是對生產力的極度渴望。

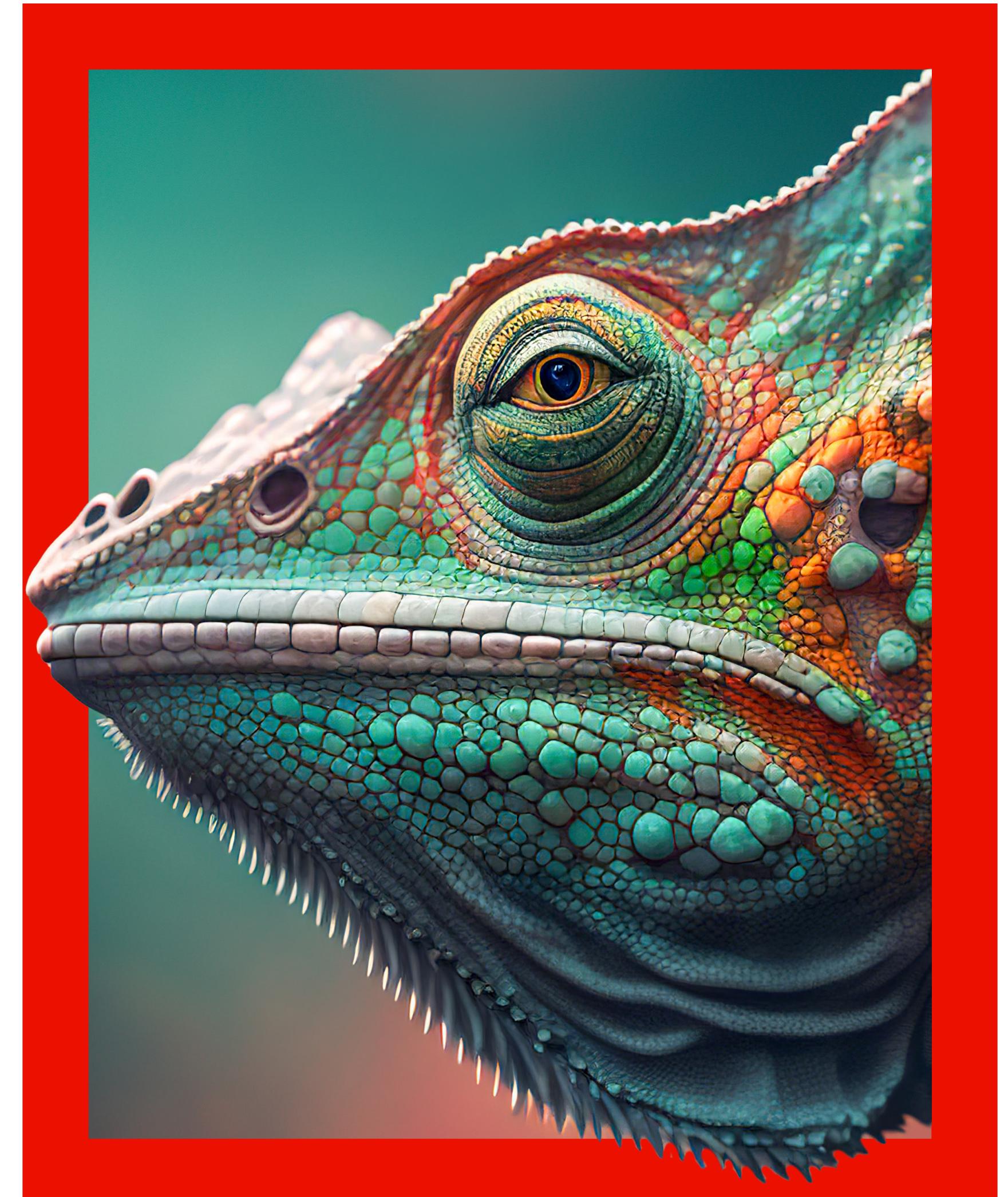
Havas Play 的資深設計師 Lewis Oliver 揭示了這種生產力提升對現實世界的影響。

「一切都是為了更快。當大部分的工作都是由列印計劃驅動時，週轉速度要慢得多。現在，您可以在同一天製作並上傳內容，並在儲存檔案 10 分鐘後上線。創作和發佈工作幾乎可以無縫循環。我們的客戶希望能夠反應迅速。我們現在收到的簡報要求對公眾視線、流行文化中正在發生的事件做出回應，因此自然需要快速超敏感的反應。」

生產力對企業而言是好事，但對品質而言卻可能是災難。在我們採訪的決策者中，有 **42%** 的人擔心交付成果的品質會下降，有 **75%** 的人希望投資工具和軟體，以提高生產力並維持標準。

生成式 AI 就是這樣的一種工具，Adobe Firefly 已經在創意行業中蓬勃發展。

「**生成式 AI 並不是新事物，它不太可能取代人類，但很可能會成為我們未來生活和工作方式中不可或缺的一部分。我們必須善用這項技術，不僅要改變我們的工作方式，也要改變我們的生活方式。**」



# 有困難，找 AI



幾乎近半數的受訪創意人員 (**44%**) 每週有一半的工作時間花在重複性的設計工作上, **50%** 的人注意到勞動密集型工作所帶來的挑戰,而 **71%** 的人面臨專案管理相關的困難。

應接不暇是一個反覆出現的問題。疫情後所有行業都在以新速度運作, 使用舊有工作方式的公司和個人正在努力跟上。對於在擁有超過 500 名員工的大型企業公司工作的創意人員而言, 情況尤其如此。而那些在中小型企業工作的創意人員則更容易面臨專案管理和日常創意工作的難題。

有趣的是, 我們發現, 儘管創意人員處理的素材種類繁多, 但對所有素材的需求都在增加, 因此任何解決方案都需要幫助減少重複性工作所花的時間, 並尋找更簡單的方式來大規模創作內容。

那麼, 創意人員該怎麼做? 發揮創意。

**82%** 的創意人員目前正在使用並計劃繼續使用生成式 AI, 其中 **74%** 的人認為這有助於他們提高工作效率。自動化頻繁且耗時的工作流程不僅讓創意人員能夠專注於更具策略性和高層級的工作, 還有助於維持品牌一致性並減少對工作重做的恐懼。

此外, Adobe Firefly 等生成式 AI 軟體也能加快試錯的速度, 讓創意人員能更快速地循環使用不同的創意元素和處理方式。

Adobe 產品行銷資深主管 Meredith Cooper 認為, 像 Firefly 這樣的軟體可能會顛覆創意人員的工作方式。它能將生成式 AI 的顛覆性力量與世界級的創意應用程式結合, 不僅提高了效率, 還能讓創意過程更加廣泛。「有了生成式 AI, 大膽思考的障礙消失了 — 唯一的限制是您自己的創造力。」創意人員不受「怎麼做」的束縛, 反

而可以花更多時間專注於「做什麼」: 只需簡單的文字提示, 即可快速輕鬆地更換影像、更改背景、改變顏色, 以及新增或移除元素。此類工具通常也會跨產品整合。多虧了 Adobe 的互聯平台, 您可以在一個應用程式中開啟專案, 使用生成式 AI 來新增或移除物件, 或轉換文本, 然後在另一個產品中開啟該檔案繼續工作。

一旦團隊掌握了生成式 AI 的創意潛力, 他們就會將注意力轉向其專案管理功能。與任何新技術一樣, 採用的最大障礙就是恐懼。大多數人天生就對改變持謹慎態度, 更不用說追逐每項創新可能浪費的時間。但對於生成式 AI 來說, 我們發現及早採用既能帶來跨工作流程和部門的橫向整合, 也能帶來上下報告線的縱向整合。

對於具有創意思維的人員來說, 使用生成式 AI 的經驗使他們不再害怕使用這項技術的潛在缺點。但對於非創意人員的情況則不同。

# 塑造工作的未來

與其創意人員同行相比，非創意人員由於缺乏企業培訓或支援，在生成式 AI 採用方面較為落後。因此，他們對生成式 AI 使用的潛在風險更加擔憂，儘管 **83%** 的當前使用者都認為這有助於他們更高效地完成工作。

Tash 敦促公司接納這項技術及其帶來的變革，以保持相關性。這需要努力。團隊需要「檢視他們的流程，並瞭解在這些流程中哪裡可以找到 AI 的使用案例。不僅僅是任何創意輸出，而是其如何解決您歷程中的特定痛點。要做到這一點，您需要對流程進行即時審查，並確定生成式 AI 可以在哪些環節為您帶來好處。」

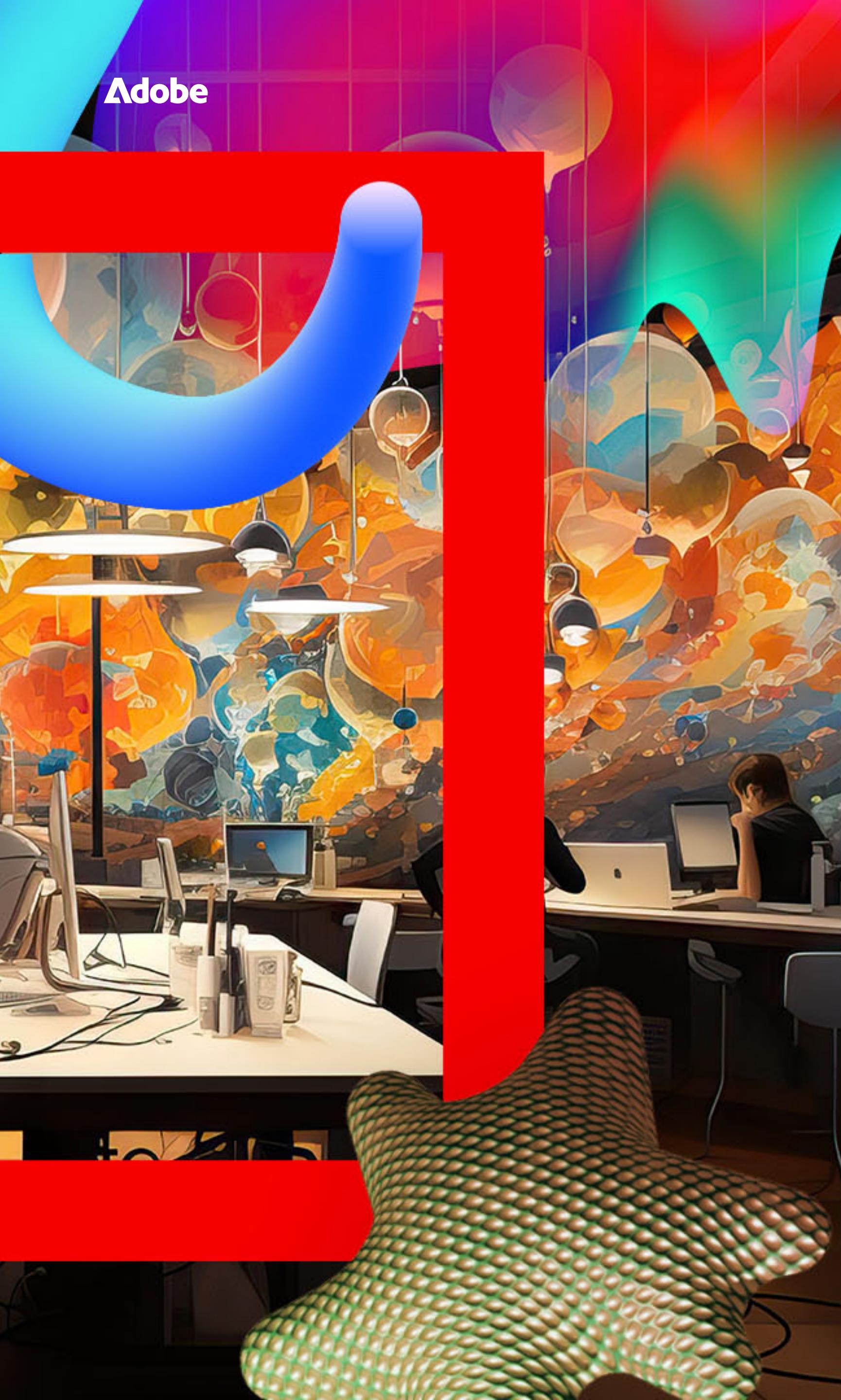
但是團隊是怎麼想的呢？隨著越來越多的創意工作轉向內部，內容創作的需求也落在非創意人員身上，他們不僅要面對時間與資源的限制 (**79%**)，還要承受提升設計技能與尋找更高效工作方式的壓力。**79%** 的非創意人員表示，儘管超

過三分之二的人意識到，利用影像、動態圖形或視訊的視覺敘事已逐漸成為他們工作中不可或缺的一部分，但並非團隊中的所有人都具備相同的創意技能水準。

越來越多的非創意人員發現，他們需要管理內容創作並提升設計技能。與創意人員見到其創作的所有素材需求增加的情況不同，非創意人員目睹了對通常由創意團隊處理的素材需求的最大增長。

傳統的日常工作可能包括內部簡報、銷售簡報、培訓和內部流程，而非創意人員則看到製作從社交媒體（增加 **66%**）到網頁內容（**58%**）、CRM（**56%**）和付費媒體（**49%**）等一系列素材的需求增加。





能力差距是巨大的，而且往往令人窒息。工作團隊的數位化使職位與工作描述持續演進，這種能力上的差距可能帶來多重挑戰。

員工需要直覺化、使用者友好型設計的解決方案，以滿足不同經驗與信心水準的需求；這些解決方案需要具備協作性，讓多個利害關係人能夠跨專案運作，並幫助緩解資源挑戰和提高效率。範本可以幫助解決製作素材時的另一個挑戰 — 保持品牌一致性。

「很多討論都集中在 Firefly 如何改善創意人員的工作流程，但我們也看到了它對非創意職位人員的巨大影響。」Meredith 說。「正如我們在這份報告中看到的，非創意人員的工作量不斷擴展，涵蓋了大量的創意任務。不僅是構思和創作，還包括創意流程的管理 — 例如整合意見回饋、專案管理和檔案分享。Firefly 旨在為每個創意里程碑提供幫助，使創察能力提升 2 到 8 倍。」

正如我們在創意人員身上所看到的，在企業級公司工作的人員更有可能面臨工作量壓力，但令人驚訝的是，他們還注意到支援與協作方面的挑戰。正是因為這些挑戰，決策者才把目光投向了生成式 AI。更聰明地工作，而不是更努力地工作。老調重彈：如何用最少的資源獲得最大的產量。在永無止境的效率追求中，這個問題落在企業領導者身上：「各家公司都在四處尋找降低營運成

本和提高生產力的方法，以從現有的資源中榨取更多價值。」Jonathan Tse 說道。決策者不願意為重複性工作或對企業盈利底線沒有貢獻的工作增加人力，他們認為生成式 AI 將在其組織中發揮重要作用。

生成式 AI 不再是遙不可及的科幻幻想，而是一個可行的現實；它可以加速簡單創意工作的創作、自動化重複的手動工作，以及協助專案管理。

Tash 表示，改變總是令人感到不安。「身為人類，我們中的許多人抗拒改變。而生成式 AI 代表著一個巨大的改變，一個未知的改變。我們不知道最終的狀態是什麼樣，自然會感到緊張。」

但改變不一定很難。憑藉生成式 AI 在速度、生產力和工作管理方面所提供的優勢，也許改變看起來並不是那麼可怕。

# 速度與效率

- 01 // 事半功倍
- 02 // 讓科技來承擔壓力
- 03 // 介紹 Adobe Stock 和 Frame.io

# 事半功倍

1965 年, Gordon E. Moore (矽谷科技先驅, 英特爾聯合創始人) 注意到, 電腦晶片的效能每兩年就會翻一番, 而這些電腦的成本卻降低了一半。雖然今天人們對他這句著名格言的有效性提出質疑, 但這似乎對勞動力來說同樣適用。

如果要用兩個詞來總結生產力的現狀, 那就是「速度」和「效率」。我們如何才能事半功倍?

我們已經探討過新興的生成式 AI 在創意人員世界中取得的勝利, 以及其在提升非創意人員技能方面的作用, 但這兩個群體如何應對龐大的工作量? **71%** 的創意人員表示, 工作量增加帶來的最大挑戰之一是與專案管理相關的問題, 例如追蹤意見回饋和分享檔案。而 **79%** 的非創意人員則面臨時間限制和資源調配的挑戰, 其中 **53%** 的人員還面臨協作困難。

決策者正在轉向技術。在我們採訪的決策者中, 有**四分之三**的人確定他們將投資工具或軟體以提高生產力。Adobe 產品行銷資深主管 Meredith Cooper 表示, 他們已經在 Adobe 的 B2B 客戶中看到這個趨勢。「各行各業、不同職位的人們越來越多地轉向使用 AI 功能來幫助管理他們的工作量。透過 Adobe 的產品, 協作、生產力、檔案分享和意見回饋追蹤都集中在同一個生態系統中, 使專案和工作量管理變得更輕鬆」



## 協作與審核

創意人員和非創意人員都發現，儘管工作的性質（及其難度）保持不變，但他們被要求更快地完成更多工作。**72%** 的非創意人員和 **63%** 的創意人員認為，其公司要求他們接手更多專案，而兩者（**60%**）都一致認為公司要求他們更快地完成這些專案。

除了龐大的工作量外，我們還發現在速度和效率方面存在著持續的障礙：協作和專案管理。

**70%** 的創意人員注意到與專案管理相關的挑戰，其中 **27%** 表示不清楚變更的專案需求，**26%** 承認他們在管理審核流程方面遇到困難。

生成式 AI 可能是一個解決方案。Havas Play 的資深設計師 Lewis Oliver 已經親眼目睹了科技如何協助流程，「**Creative Cloud** 讓每個人都能更輕鬆有效地分享檔案。不僅僅是分享檔案，還能夠存取相同的檔案並協同工作。」

正是這些發展減輕了整理意見回饋或分享活動文件等耗時工作的負擔。它還有助於確保一致性，並允許多名團隊成員同時處理同一份文件。

**60%** 的創意人員表示，與專案管理相關功能將使他們的專案更有效率，其中 **26%** 特別要求能夠自動化和追蹤創意審核，**14%** 則希望減少審核工作的時間。

對於非創意人員而言，則是協作問題，**50%** 的非創意人員都在苦苦掙紮。**30%** 的人員提到審核工作的等待時間過長，**22%** 的人在審核階段面臨管理版本控制的困難，**19%** 的人面臨分享檔案進行審核的問題。

# 讓科技來承擔壓力



我們發現中小型企業 (SMB) 與大型企業 (ENT) 之間存在一些差異，但整體情緒仍然相同：更多工作，更快完成。大型企業的創意人員更容易感受到因當前經濟環境帶來的工作壓力，而中小型企業的創意人員則更容易面臨專案管理 (**76%**) 和日常視覺創意工作的困難。

**提醒：**大型企業是指員工人數超過 500 人的企業公司，而中小型企業的員工人數少於 500 人。

大型企業的非創意人員比中小型企業的同仁更有可能面臨工作量壓力，並注意到支援與協作方面的挑戰 — **37%** 的人感到缺乏內部創意團隊的支援，另有 **34%** 的人面臨審核工作或核准的冗長等待時間。

似乎公司規模越大，創意人員和非創意人員的工作量壓力就越大。工作量更大且規模較大的公司在協同運作方面難免會遇到困難，但由於他們擁有更多的資源，因此通常使他們在技術上更有能力應對這些挑戰。另一方面，其中小型企業的同行則因為專案管理與審核流程的緣故而裹足不前。

## 現實世界的解決方案

技術似乎讓我們陷入了這種困境，但它也能幫助我們擺脫困境。**57%** 的決策者認為，生成式 AI 將在他們的組織中發揮重要作用，解決一些內容創作者最大的挑戰。有 **60%** 的人特別希望獲得幫助，以加快內容上線的速度。Adobe 產品行銷主管 Jonathan Tse 表示，生成式 AI 正在幫助解決如何事半功倍這個老生常談的問題：「企業領導者已經從採用精準的生成式 AI 解決方案中看到了巨大的創意生產力提升。」

當我們採訪那些在第一線創作內容的人員時，他們提出了非常具體的需求：

- **79%** 的人希望攝影機能夠直接將片段上傳到雲端，以便即時編輯與審核。
- **76%** 的人希望更好地存取庫存片段，以在沒有時間或資金進行現場拍攝時填補空白。
- 及 **74%** 的人出於同樣原因希望能更好地存取庫存影像。
- **76%** 的人希望協作者能夠直接在視訊影格上繪製以闡明其回饋意見。
- 以及 **71%** 的人希望能夠直接在其編輯工具中留下評論和意見回饋。

在最後四項需求中，中小型企業創意人員投贊成票的比例比大型企業高出 **10-15%**。

# 介紹 Adobe Stock 和 Frame.io

## Adobe Stock

您可能已經熟悉 Adobe Stock。Adobe 精心挑選的免版稅庫存集合讓創意人員和非創意人員都能夠列印和設計專案、社交媒體行銷活動、影片和視訊。它與 Creative Cloud 應用程式的整合有助於節省時間並簡化工作流程 — 這是創意人員和非創意人員面臨的兩大挑戰。

使用者可以搜尋和授權數百萬個世界級的素材，包括圖形、視訊、音樂曲目、範本、3D 內容以及 Adobe 的 Premium 和 Editorial 集合，幫助使用者針對不同的客群發掘多元化的真實內容。

由 Adobe Sensei 驅動的視覺搜尋功能，現在可讓使用者將影像拖放到搜尋列，以尋找補充和替代的影像，而美學過濾器可讓使用者根據複製空間、影格和持續率或景深來微調搜尋。

與許多 Adobe 產品一樣，其直覺性有助於普及創意生產力，減輕非創意人員因工作需求擴展而面臨的許多挑戰。

## Frame.io

透過 Frame.io 統一創意協作。

多年來，創意團隊一直使用東拼西湊的工具進行協作、工作進度審核、檔案傳輸與核准。我們上述的研究顯示了這些分散的流程如何阻礙生產力並扼殺創造力。Frame.io 將所有內容（以及所有人）都集中在一個地方。

透過 Frame.io，將強大的雲端審核與協作工具與 Adobe 工具整合在一起。由於透過單一平台來存儲、分享、溝通、審核與核准所有創意專案，現在簡化視訊、照片、設計等工作流程比以往任何時候都更容易。

「Frame.io 提供了一個中央平台，可將創意團隊、素材和對話匯集於一處，以簡化協作、減少返工，並加速將新想法上線。」

Adobe 產品行銷主管 Jonathan Tse

它作為一個中央樞紐，用於分享媒體、追蹤意見回饋和簡化工作流程，使團隊可以在世界上任何地方緊密合作。世界各地的使用者已經報告稱，他們的周轉時間加快了 **31%**，審核環節減少了 **27%**，所需的修改也減少了 **25%**。在這個追求速度與效率的時代，它正迅速成為後期製作與發佈內容的最快途徑，這意味著更少的猜測和更多的交付。



# 創意創新 —— 下一步該何去何從？

- 01 // 人人都是藝術家
- 02 // 蓬勃發展的視覺行業
- 03 // 無限創意



# 人人都是藝術家



還記得那個所有人都在 Instagram 上使用 AI 應用程式變身為即時藝術家的潮流嗎？早在 2022 年，AI 生成的虛幻風景中的人物自畫像已在該應用程式中大量出現，標誌著 AI 的大規模普及。

一夜之間，似乎所有人都在使用生成式 AI 進行創作。而這正是 AI 驅動藝術創作的魅力所在；它以一種前所未見的方式，將創作大眾化。

我們當中有些人的謹慎是可以理解的，但 AI 驅動創造力的未來並不像我們想像的那麼悲觀。因為生成式 AI 仍然需要輸入，仍然需要文字來生成影像和視訊，並且仍然需要想法。而想法一直都是創意的價值所在。創作者仍然需要考慮形式與構圖、光線、顏色和透視。只是現在他們的想法不再受限於技術手段。Havas UK 的營運總監 Tash Thomas 喜歡將生成式 AI 當作一台「想像力印表機」。「創意人員腦海裡有一個想法時，通常必須手繪或寫成腳本。現在，你可以將提示輸入到任何一種影像引擎中，它就會為你生成一些你以前可能從未預料到的內容。」

這無疑是使用各種想法並快速反覆改進概念的一種有趣方式。這種方式讓創意人員能夠自由地進行開放式思考，從而贏得獎項並吸引關注。

那麼，有了這種無拘無束的自由，設計將走向何方？

# 蓬勃發展的視覺行業



隨著視訊和視覺行業的爆炸式增長，創意人員比以往任何時候都更有興趣掌握不同的視訊和攝影技術。

我們看到目前創作者最感興趣的頂尖內容領域有明顯的趨勢：實景拍攝、定格動作和 360 度/虛擬實境視訊。

對 Adobe 產品行銷資深主管 Meredith Cooper 來說，這是她密切關注的趨勢。「我喜歡看到創意人員利用科技進步來推動新趨勢。我們在 Adobe 密切關注這些趨勢。我們希望確保，無論創意人員選擇如何表達他們的作品，無論品牌希望如何接觸他們的客群，Adobe 都能在這裡提供幫助。這一切都是為了讓創造力成為舞臺的中心。我們如何才能做到最好？我們該如何支援並為創作幕後人員賦能？」

視訊與視覺行業的蓬勃發展，正鼓勵創作者尋求新的增長領域。在我們採訪的創意人員中，有 **60%** 的人已經在進行大量的照片編輯工作，**51%** 的人從事視覺特效工作，**49%** 的人從事 2D 影像設計工作。有 **72%** 的人表示，視訊是提供個人化體驗的一大賭注，將近**四分之三**的人認為 8K 視訊在他們的組織中變成優先級更高的專案。隨著技術的快速發展和畫質的提升，以及製作速度和便利性的不斷提升，曾經僅限於小眾專家的視覺元素正變得越來越容易獲得。在我們採訪的創意人員中，超過半數的人希望創作更多 360 度/虛擬實境視訊，**53%** 的人希望更多地使用定格動作，**61%** 則對實景拍攝感興趣。

障礙是什麼？儘管接觸的機會增加了，但培訓和教育等障礙仍然阻礙了人們掌握新技能。

**59%** 的人表示，缺乏經驗阻礙了他們創作自己感興趣的視覺內容類型。**56%** 的人表示自己缺乏足夠的培訓，**52%** 的人表示沒有足夠的時間，**50%** 的人表示工作場所缺乏合適的工具。正如我們所見，重複手動的創意工作是創意工作者的一大負擔。將片段上傳到雲端、尋找庫存片段以填補空白、釐清、理解並實施意見回饋，以及從記憶卡和硬碟中傳輸媒體，這些都是重要工作，但也是任何創意人員工作量中耗時的部分。**58%** 的創意人員表示，等待檔案上傳、下載或傳輸是他們工作流程中效率極低的一部分。**54%** 的人表示，他們每週都會因為有人要求存取內容、媒體或素材而被多次打斷工作。

# 無限創意

當談到視覺內容專案時，大多數創意人員都覺得他們在手動工作上浪費時間，希望有更好的解決方案。

Lewis Oliver 所舉的一個例子就是直接選擇工具。過去，「剪輯影像可能要花上幾個小時，這取決於影像的複雜程度。現在有了生成式填色功能，只要按一下按鈕就可以了。當時間緊迫或需要製作情緒板時，我會用它來剪輯。」

這正是生成式 AI 的真正強大之處，不僅創作藝術作品，還能節省現代職場最寶貴的商品 — 時間。這不僅是為了提高效率，更是為了騰出所需的空間，讓人們能進行更大膽的思考並推動行業領先的創造力。

將近**四分之三**的創意人員和 **83%** 的非創意人員認為，在創意專案中使用生成式 AI 有助於他們更高效地完成工作。而超過 **70%** 的決策者、非創意人員和 (**75%** 的) 創意人員認為，生成式 AI 可以為創造力帶來新的機遇，因為它可以騰出時間讓人們專注於更具策略性的高層級工作，例

如 3D 設計。創意人員 (**84%**) 對於使用 3D 內容非常感興趣，一方面是為了即時的視覺效果 (創造沉浸式體驗或 3D 設計)，另一方面也是為了提高工作效率。儘管如此，預算 (**35%**)、合適的工具 (**32%**) 和培訓 (**32%**) 再次被列為阻礙採用的障礙。

儘管決策者、創意人員與非創意人員幾乎一致認可生成式 AI，但需求與行動之間仍然存在差距。遺憾的是，這種差距來自高層。**85%** 的決策者對其公司的近期前景充滿信心，**83%** 的人注意到過去 12 個月員工工作量的變化，**四分之三**的人肯定他們會投資工具和軟體以提高生產力，然而在這種信念與實際行動之間似乎存在著滯後，讓創意人員無法解放出來。

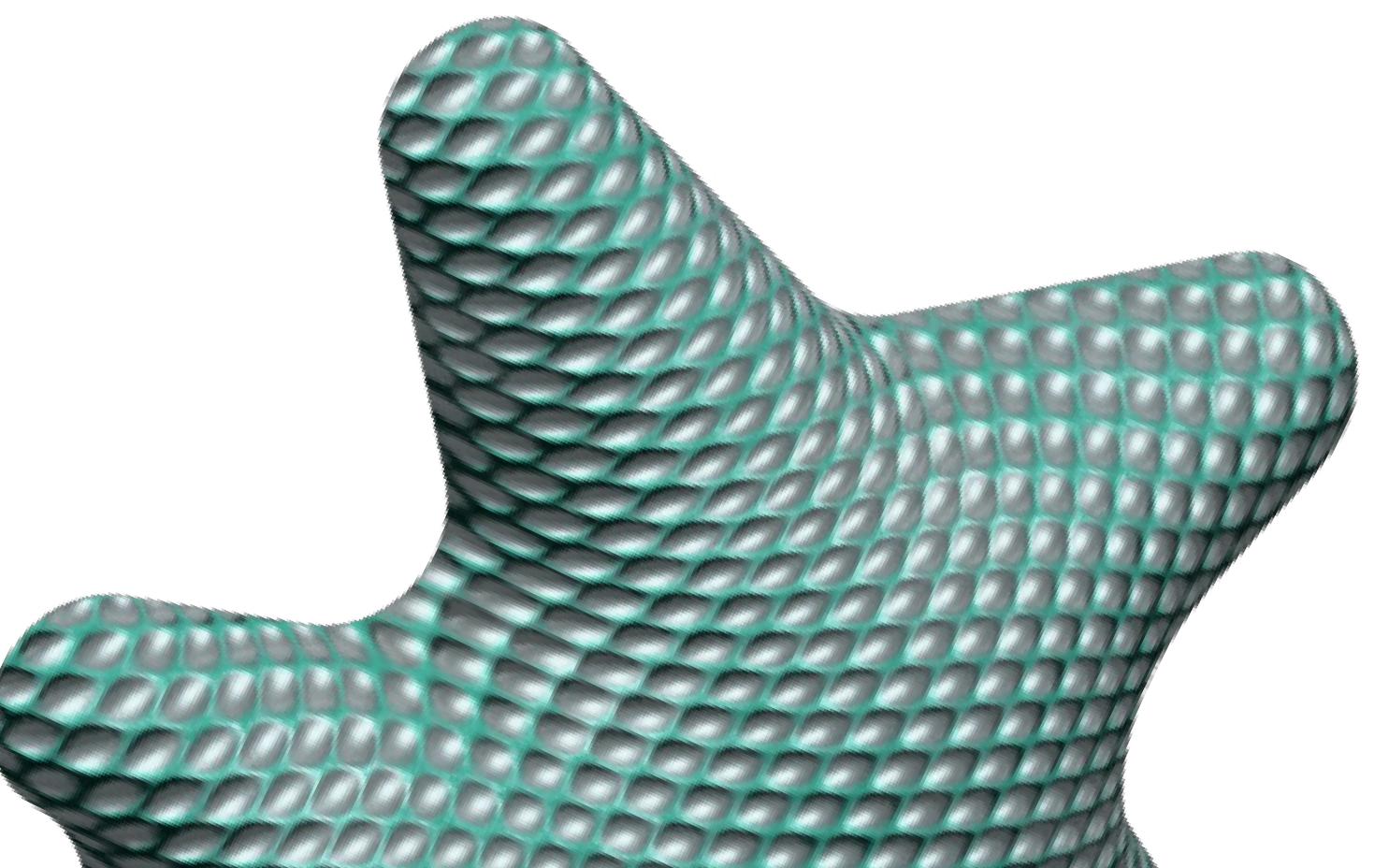
## 以時間換取報酬

上傳片段、傳輸檔案和整理回饋意見都是創意人員工作的一部分，當然也是可計費的工時。但對於創意公司和客戶來說，真正的價值在於藝術作品本身。

創意人員更希望專注於建立 3D 模型 (**47%**)、將設計視覺化為 3D (**45%**)、創作虛擬攝影 (**30%**) 以及構建 AR/VR 沉浸式體驗 (**28%**)，而不是進行手動、重複的工作。為此，他們需要創造更具吸引力的客戶體驗、提高內容創作能力，以及加速設計流程。

提升工作團隊的技能並讓他們能夠自由發揮，不僅有利於提高員工士氣、吸引頂尖人才和贏得獎項，還能為客戶提供更多的設計服務、加強客戶擁躉，並增加新的收入來源。

這些並非遙不可及的理想；它們就在我們眼前發生。如果你的叔叔 Steve 能把自己打造成 20 年代的太空搖滾之神，想像一下你能做什麼。



# 結論

2024 年，工作正朝著一個方向發展

「  
在數位化日益滲透的環境中，  
要吸引客戶的注意力，就必須  
更快地創造更多內容，這一需  
求從未如此殷切。」

Jonathan Tse，  
Adobe 產品行銷總監

那麼，2024 年為工作世界帶來了什麼？雖然沒有人能完全預測未來，但工作似乎正朝著一個方向發展：上升。工作量和生產力看來都會持續強勁增長，這對於那些能夠跟上步伐的人來說是好事。

如同往常一樣，壓力會不斷向下傳遞，決策者和員工都會感受到這種壓力。好消息是，推動這一工作強度增長的技術也在進步，也能幫助減輕壓力。

生成式 AI 已經成為大多數工作流程中不可或缺的一部分，但仍有一些人不願意或謹慎地使用它。雖然這種猶豫完全在意料之中，但也大可不必。Adobe Express、Frame.io 和 Adobe Stock 等直覺化工具已將生成式 AI 無縫地融

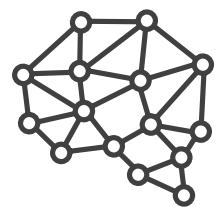
入其介面中，幫助消除創意人員和非創意人員所面臨的障礙。

對前者來說，這減少了花在人工密集但重複的工作（或價值較低的工作）上的時間。對後者來說，這是專案管理相關的問題，而兩者都希望能有更多的協作，以及更無縫的意見回饋與素材分享整合。

就像以往的變革一樣，誰能接納變革，誰就能獲得其他人可能難以趕上的優勢。Adobe 的創意平台擁有您、您的團隊和您的企業取得成功所需的一切。**我們已準備好了。您準備好了嗎？**

# 透過由 Adobe Firefly 生成式 AI 提供支援的 Adobe Creative Cloud 企業版，讓您的創意產品面向未來。

企業版 Creative Cloud 與 Firefly 和 Frame.io 攜手，透過將一流的創意解決方案匯集到適合所有創意工作的整合平台，解決您的內容製作需求。



釋放創意。利用創意應用中強大的生成式 AI 工具加速構思與創作。使用自訂模型擴展和 API 擴大品牌影響力。



提高生產力。使用原生整合的 3.5 億多個高品質照片、視訊、音樂曲目等，增強故事講述能力。



統一協作。在一個平台上整合創意協作，在整個創意生命週期中集中進行快速、安全的審核與版本設定，並集中儲存和分享。

## 新功能：生成式 AI

由 Firefly 提供支援的功能內嵌於創意應用程式中，並提供 IP 賠償保障。\*



## 集中創意審核

透過 Frame.io 進行創意儲存、協作與審核的單一解決方案。

## 創意資產

在創意應用程式內無限制存取 Adobe Stock。

\*對於根據某些 Adobe 優惠由 Firefly 提供支援的特定工作流程生成的內容，有機會獲得來自 Adobe 的 IP 賠償保障。條款適用。

# 謝謝

如需瞭解更多資訊

聯絡我們