



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe  
(86) 10 58657703  
[sshi@adobe.com](mailto:sshi@adobe.com)

Ann Wai  
Newell Public Relations  
(852) 2117 5017  
[annw@newell.com](mailto:annw@newell.com)

即時發布

## Adobe 《創意未來：全球表情符號趨勢報告》：使用表情符號者更快樂



- 儘管已有眾多選擇，用戶仍希望看到更多樣化及具包容性的表情符號
- 近三分之二 (64%) 的全球用戶使用表情符號提升對話趣味，並作為強大的傳達情感的工具
- 愛 (73%) 和幸福 (71%) 被全球用戶選為最重要的情感表達符號
- 大多數用戶對表情符號的全新使用方式保持開放態度，例如確認出席活動 (66%)、發送或接收款項 (41%) 以及與醫生交流 (39%)

## Adobe《創意未來：全球表情符號趨勢報告》：使用表情符號者更快樂

香港 — 2022 年 9 月 14 日 — Adobe (Nasdaq:ADBE) 今日發布《創意未來：2022 年全球表情符號趨勢報告》(Future of Creativity: 2022 Global Emoji Trend Report) 的最新數據，揭示表情符號 (Emoji) 在數碼通訊中的重要性與影響力，並正如何改變世界各地用戶表達自我的方式。

全球逾半用戶在過去 12 個月越加積極地使用表情符號，大部分用戶 (75%) 每天在訊息或網絡通訊中傳送多達 50 個表情符號。調查結果亦突顯了 9 月內即將發布、關注包容性的「Unicode 15.0 表情符號」的重要性。

Adobe 運算科學家暨 Unicode 表情符號委員會 (Unicode Emoji Subcommittee) Adobe 代表 Kamile Demir 表示：「表情符號已成為世界各地用戶最受歡迎且創意地表達自我的形式。身為創意產業的領導者與 Unicode 聯盟的一員，我們理解表情符號在促進包容、文化對話，甚至對心理健康產生正面影響的潛力。」

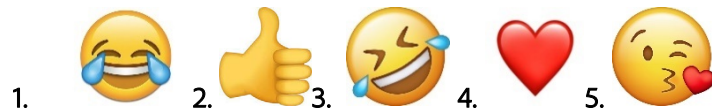
研究調查亦發現，表情符號在日常生活中扮演重要的角色。從促進心理健康以至提升工作效率，用戶均可於數碼通訊使用表情符號中獲益。這種有趣、迅速且友善的溝通模式已改變了全球用戶的表達方式，並持續打破年齡、種族、文化等各種藩籬，以便更順暢地交流對話。

Adobe 字體設計師暨字型開發人員 Paul D. Hunt 表示：「這項研究突顯了表情符號在各種數碼對話中的重要性。它作為一種視覺溝通形式，有助補足我們在網絡通訊時的情感缺口，傳達文字無法傳遞的個人身份認同、想法與感受。」

### 五大常用表情符號

全球各地最常用的五大表情符號類近。不論性別，全球用戶最愛用的符號是「笑到喊」，男性用戶其次是讚，女性其次則為「笑到碌地」。

今年的五大常用表情符號，較去年更為開心：



以下為去年五大常用表情符號：



## Adobe《創意未來：全球表情符號趨勢報告》：使用表情符號者更快樂

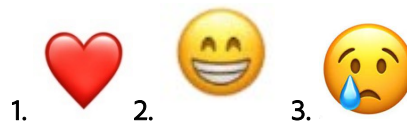
全球用戶經常使用表情符號來跨越交流時的語言障礙 (92%)、表達自我 (91%) 和作為傳達想法的簡單工具 (89%)。此外，訊息中若包含表情符號，男性用戶 (54%) 比女性 (47%) 更有可能回覆訊息，而手機訊息 (56%) 則是使用表情符號的首要渠道。

全球用戶最常與朋友 (80%)、伴侶 (51%) 和兄弟姊妹 (41%) 聯繫時使用表情符號。

### 情感傳達與表情符號

幾乎所有全球用戶 (92%) 都使用表情符號來進行跨語言交流，不僅如此，表情符號也被視為情感表達的強大工具。研究發現，全球用戶 (91%) 均使用表情符號來緩和情感，或對交談對象表達支持。三分之二 (67%) 的全球用戶在難以用文字傳達個人情感時會仰賴表情符號。愛 (73%) 和幸福 (71%) 是全球用戶最常用的情感表情符號。整體而言，全球女性用戶較男性用戶更可能使用表情符號來傳達特定的情感。

下列為最常透過表情符號傳達的三種情感：



逾半數 (58%) 的全球用戶認為在數碼通訊中使用表情符號，有助於提升其整體情緒和心理健康，且超過半數於數碼通訊中使用表情符號的男性 (59%) 和女性用戶 (56%) 表示其心理健康獲得改善。

### 用戶希望有更多具包容性和代表性的表情符號

儘管現今已有眾多選擇，許多消費者仍強烈希望能有更多元、具包容性的表情符號。大部分全球用戶贊同應持續開發更具包容性及代表性的符號 (83%)，僅半數的全球用戶 (57%) 認為目前的表情符號選項已充分反映其身份。

逾半數 (60%) 全球用戶可能會自訂表情符號，使其更符合個人形象，62% 的用戶期望能有更多自訂的表情符號選項以更充分反映自我。當被問及期望看到哪些改變時，髮型或髮色 (48%)、眼睛顏色 (38%)、配件和身形 (38%) 被用戶選為最期待的自訂選項。

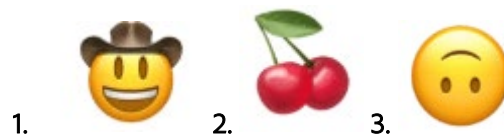
儘管全球用戶認為表情符號的包容性有所改善，但用戶最希望能在年齡 (38%)、文化 (35%) 和種族/族裔 (35%) 方面看到更多包容性。下列為全球用戶感到最雀躍的三個更具包容性的全新表情符號：

## Adobe《創意未來：全球表情符號趨勢報告》：使用表情符號者更快樂

**表情符號語言分析**

逾半 (78%) 全球用戶確信自己了解最新的表情符號意義並在正確地使用它們，其中 80% 的用戶同意唯有在完全了解表情符號的含義後才應使用這些符號。

下列為全球最易被誤解的三個表情符號：

**表情符號有助製造浪漫**

表情符號有助留下長久的浪漫印象。使用表情符號不僅被視為建立成功關係的指標，對未來第二或第三次約會也深具影響。面對有好感的對象，71% 的用戶認為在對話中必須使用表情符號。逾半 (58%) 用戶會在與感興趣的對象交談時使用更多表情符號，其中 58% 的用戶表示透過表情符號向感興趣的對象表達情感比較自然。

讓全球約會軟件用戶在約會時更討人喜歡的表情符號是：



逾半 (62%) 全球用戶表示，若他們與交往對象交談時使用較多表情符號，即說明雙方關係進展順利；49% 的用戶表示跟交談時使用表情符號的對象較有可能進行第二或第三次約會。

**表情符號的未來發展**

從購買產品和付款，到建立獨特的網絡用戶名稱和網站，表情符號已經以全新、具創意的方式朝未來發展。全球過半數 (55%) 用戶更願意使用表情符號購買產品。全球大多數用戶對於表情符號全新的使用方式持開放態度，例如用於確認出席活動 (66%)、發送及接受款項 (41%) 和與醫生溝通 (39%) 等。

## Adobe《創意未來：全球表情符號趨勢報告》：使用表情符號者更快樂

下列為全球最可能用於購買產品的表情符號：



為了配合用戶每天盡情表達自我，Creative Cloud 亦提供最全面的產品組合與服務，涵蓋影像、攝影、設計、影片和 3D 及沉浸式等各種創意類別，協助全球數百萬創作者釋放創意。Adobe 近期亦擴展旗下產品，推出 Adobe Express 網頁版和流動版應用程式，方便用戶利用數以千計引人入勝的範本輕鬆迅速地創作出色的內容。

### 關於《未來創意：2022 年全球表情符號趨勢報告》

Adobe《創意未來：2022 年全球表情符號趨勢報告》通過檢視表情符號於各領域的重要性，如自我表達和身份認同、多元化、平等和包容性、約會與戀愛關係、職場溝通等，探討表情符號在數碼通訊中的作用與影響。Adobe 未來創意研究系列致力探索創意改變世界的方式，此報告亦為該系列之一。

### 研究方法

Adobe《創意未來：2022 年全球表情符號趨勢報告》於 2022 年 3 月至 4 月期間訪問了來自美國、英國、德國、法國、日本、澳洲和南韓等全球七個市場一萬名經常使用表情符號的人士。

### 關於 Adobe

Adobe 致力通過數碼體驗改變世界。查詢詳情，請瀏覽公司網站：[http://www.adobe.com/hk\\_zh/](http://www.adobe.com/hk_zh/)。

###