



新聞聯絡人

史園 Summer

Adobe 大中華區公關經理

+86 13810050591

sshi@adobe.com

林元甲 Stanley / 巫宗城 Leo

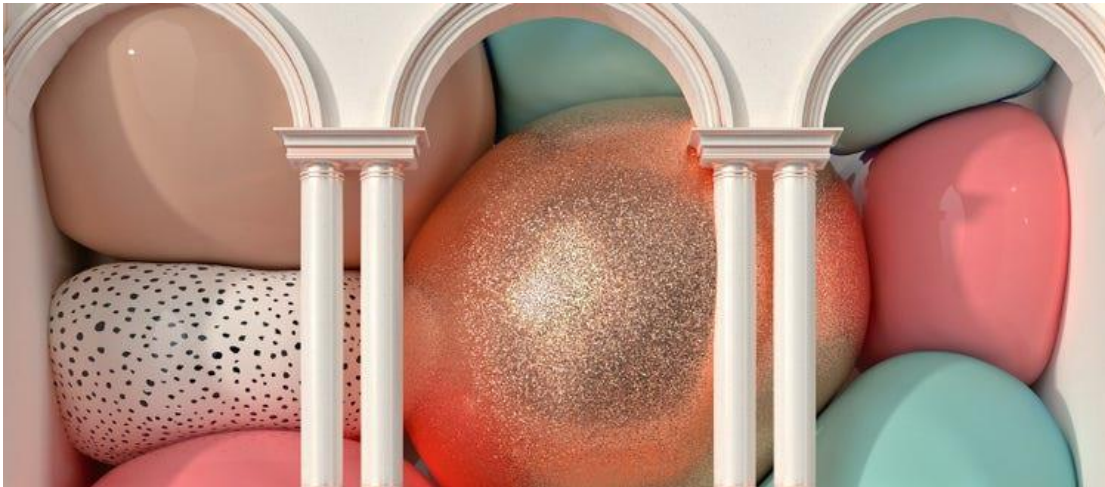
天擎公關

(02) 2775-2840 Ext: 362 / 359

adobe@grandpr.com.tw

即時發布

Adobe Stock 2022 年創意趨勢預測：樂觀與挑戰



台灣 — 2022 年 1 月 27 日 — 全球疫情影響下，人們在生活中的許多方面都發生了莫大的變化，即便步入了新的一年，周遭環境仍充滿著不確定性。面對持續的全球性挑戰，舒適、人與人之間的連接及自我保護成為了生活中的關鍵字，大眾也逐漸適應了這種變化並積極擁抱新的生活方式。越來越多的企業鼓勵遠端辦公或混合辦公，未來，數位化轉型也將隨著時間的推移而加速。

隨著視訊會議、遠端線上辦公、社交媒體、線上遊戲社群和元宇宙的持續湧現，全新的兩大設計趨勢也隨之顯現：首先，人們渴望看到樂觀積極的精神，希望在不同年齡、行業和品牌類別中感受到樂趣、新奇與趣味性。其次，人們更加渴望感受到真實、有意義的交流和溝通，希望能為自己和身邊的人創造更多幸福。

這兩個核心驅動因素都展現出強烈的情感和人性，也激發了更多創意的靈感和視覺效果上的展現。Adobe 根據調查、客戶資料和眾多的商業活動，總結出了 2022 年的創意趨勢預測，包括攝影、插畫、向量圖形、設計範本、動態圖形、3D 和沉浸式體驗等方面的前瞻趨勢，希望能給您帶來更多靈感和啟發。

視覺趨勢

1. 保持愉悅與興趣



圖片來源：左：Adobe Stock / [MiriamDraws](#), 右：Adobe Stock / [Gerardo](#)

許多品牌和商業活動都在傳遞樂觀和娛樂的主題。透過明亮、大膽的色彩、遊戲和舞蹈、動畫和懷舊元素讓人沉醉其中。對於時尚和美容、食品和飲料等主要消費領域的消費者來說，這一趨勢的重點是笑容、熱情和希望。這些創意的核心是笑著面對生活的勇氣：無論遇到的挑戰有多麼嚴峻，都需要微笑面對，勇敢前行。

2. 關注自我



圖片來源：Adobe Stock / [Hayden Williams/Stocksy](#)

新冠疫情對世界的影響仍在持續，人們在公共空間裡的生活和社交不斷受到限制，這種壓力在某種程度上容易讓人感到疲憊和自我懷疑。在充滿不確定性和挑戰的時期，人們認識到心理健康的價值，每個人都有權利為健康和生命安全做出努力。

3. 重視地球環境保護



圖片來源：左：Adobe Stock / [IKON Images](#), 右：Adobe Stock / [Jen Grantham Photography/Stocksy](#)

2021年，社會大眾對環境和氣候變化的擔憂達到了前所未有的程度，洪水、火災等接連不斷的自然災害，使氣候變化的殘酷現實成為了關注焦點。也因此，重視地球環境保護的視覺趨勢不僅只是朝著可持續性發展的方向延續，更像是捕捉到人們對加速再生和可循環過程的渴望。隨著消費者對環境問題的認知和理解程度越來越高，各大品牌也繼續強調他們與這些價值觀的一致性。

4. 保持最佳狀態



圖片來源（順時針）：Adobe Stock / [Rennie Solis](#), Adobe Stock / [master1305](#), Adobe Stock / [Sergey Filimonov/Stocksy](#)

多采多姿的動態形象現已成為主流。即便是靜止的廣告，描繪衣服和頭髮旋轉的視覺效果，或身體在運動舞蹈時的優美線條，這些手法都是十分具吸引力的。動態效果作為品牌活動的核心，不僅帶來美麗與視覺上的啟發，更是無需接觸就能體驗身體的一種方式。即便是獨自一人、遠端辦公或保持社交距離時，這種視覺效果也能讓我們在精神層面保持感官上的交流。

設計趨勢

1. 軟普普藝術 (Soft Pop Art)



圖片來源：左：Adobe Stock / [3DJustincase](#), 右：Adobe Stock / [Aleksey](#)

軟普普藝術（Soft Pop Art）的特點是富趣味性且柔韌的風格，主要運用於 3D 動畫、角色描述和柔軟的外觀。作為一種愉快且充滿樂趣的視覺趨勢，軟普普藝術透露著令人心情愉悅的樂觀主義和甜美的色彩。這一趨勢中經常出現的元素包括表情、卡通圖案和充滿個性的符號，整體呈現出柔軟、圓潤、彎曲或誇張的形狀。

此外，字體是這一趨勢中極其重要的組成部分之一，在廣告、字母、身份和字元設計中，大多充滿著這種立體、富氣泡感或其他帶有感性要素的字體。

2. 新自然主義



圖片來源：Adobe Stock / [rawpixel](#)

新自然主義美學的定義是極簡的現代主義和對有機的嚴格追求。這些視覺效果的靈感來自過程藝術、後極簡主義和嚴謹生活。

新自然主義主要出現於強調構成元素的鮮明現代設計中，尤其是時尚、美容和室內設計。黑色、白色和陶土色搭配苔蘚色、深綠色等大地色調，將這一趨勢與原生態聯繫在一起。

3. 傳統工藝

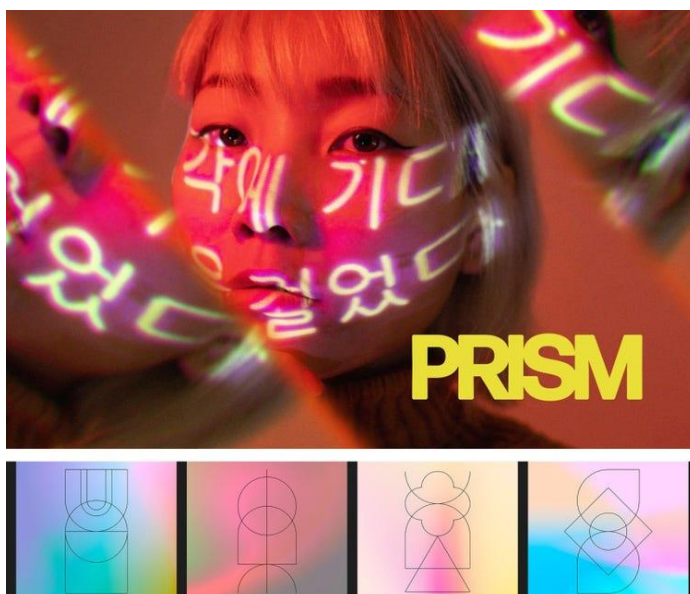


圖片來源：左：Adobe Stock / [Happy Dragon](#), 右：Adobe Stock / [Wiji Lacsamana](#)

傳統工藝風格採用民間藝術、圖案、插圖和設計來最大化地展現世界的多樣性，向創意手作品和傳統工藝致敬。這種趨勢不受限於地域限制，呈現出多種超越當地文化和區域性的藝術和設計項目，將色彩、手繪、繁雜感與幾何圖形有機地結合在一起。

除了幾何圖形，此風格也運用了大量的人物和自然主題，以及裝飾性的襯線和手繪字體。此趨勢在紡織品和圖案設計、包裝和標誌設計、插畫、文具和版面設計方面的應用尤為廣泛。

4. 超凡脫俗的視覺展現



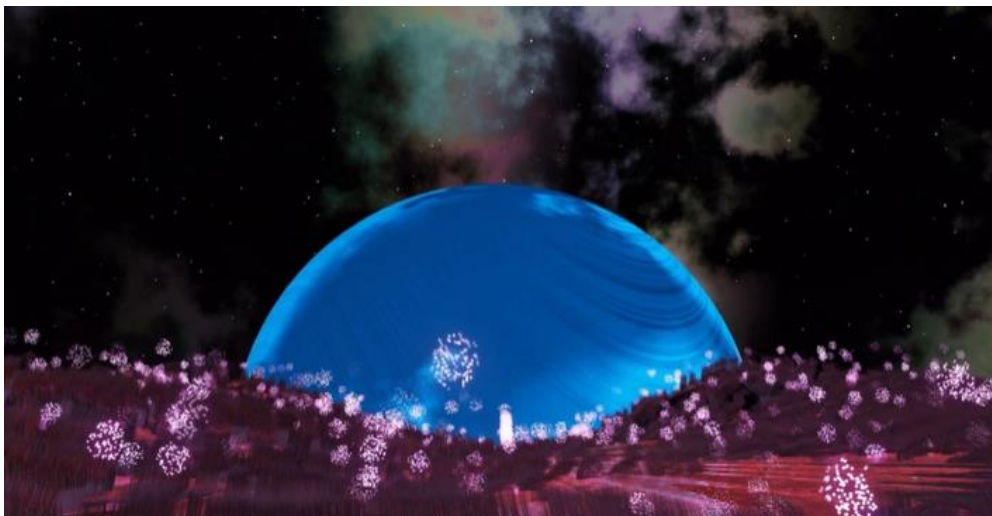
圖片來源（從上往下）：Adobe Stock / [Pixelbuddha](#), Adobe Stock / [orangeberry](#)

「超凡脫俗的視覺展現」來自於一個輕微憤世嫉俗但充滿想像力和進步思想的另類現實世界。該風格融合了非洲未來主義、太陽能龐克風（Solarpunk）和蒸汽波（Vaporwave）美學的影響和元素，這些設計可以包括柔和的色彩漸層、空靈的插圖、視覺錯覺和探索夢幻對比的狂野設計組合。

這類的設計趨勢高度複雜卻又充滿內涵，繼承了賽博龐克（Cyberpunk）和科幻美學中的高科技元素，並將它們帶到了一個全新的高度，即擁有華麗、超現實的漸層、3D 表面和紋理效果，以及螢幕內外的時尚和佈景設計。

動態趨勢

1. 元宇宙



圖片來源：Adobe Stock / [Iryna](#)

何謂元宇宙？言簡意賅的解釋就是一個虛擬空間世界，用戶可以於此空間內線上互動、聯繫和探索。現在已有許多品牌參與其中，將其活動與內容從網路滲透到現實世界之中，並透過將大量的視覺效果與數位效果、網格和圖形相互結合以增強行銷活動效果。

隨著元宇宙逐漸成為主流社會的概念和目標，它的基本美學也正在演變，於虛擬和現實世界間架起一座溝通的橋樑。

2. 動起來

此風格在動態趨勢與視覺趨勢中皆被視為主流，展現了運動、舞蹈、和節奏在每個主流領域中的流行性。

3. 空間的愉悅



圖片來源：Adobe Stock / [RocknRoller Studios](#)

若欲實現超現實主義與甜蜜感異想天開的碰撞，那便需要借助尖端的技術來實現超現實的樂趣。這種趨勢在網路廣告中隨處可見，特別是在戶外廣告中，透過使用規模比例、視錯覺和卡通效果來表達深度感。

隨著支援視覺效果和動畫的軟體變得越來越普遍，藝術家們也正在創造新的動畫風格，創作者可以在背景、3D 渲染和動態圖形範本中看到這些要點。

文字和標題

2022 年，文字元素是一個必要的社交內容。由於絕大多數社交短片都是靜音狀態下播放的，添加文案已經成為 Instagram、TikTok 和 Facebook 等各大影音管道成功進行宣傳的重要部分。

此外，隨著品牌和消費者對如何創造包容性內容的理解越來越成熟，無障礙閱讀也成為主流趨勢中優先考慮的方式之一。這些樸實直接的文字標題並不一定需要設計感和藝術感，最重要的是需要保證它們能清晰並快速地表達和溝通資訊。

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/>。

###