
民主化還是稀釋化？人工智慧與藝術創意的未來

余創豪 chonghoyu@gmail.com



人工智慧正持續顛覆許多傳統企業的商业模式，那些曾以穩定流程與忠誠客戶生態系建立起優勢的公司，現在面臨着前所未有的挑戰。以創意編輯軟體為例，Adobe Photoshop 長期以來幾乎無人能敵，是影像編修領域的霸主。2024年，奧多比（Adobe）的市場佔有率高達70%。相較之下，PaintShop Pro 與 PhotoImpact 等競爭對手的普及度遠遠不及 Photoshop。這樣的優勢地位似乎堅不可摧，然而，生成式人工智能的崛起卻開始撼動整個市場。

近來，Adobe的處境變得明顯艱難，2025年3月，其股價下跌4%，10月底又下挫6.1%，主因在於市場質疑它是否仍能抵禦新一代生成式人工智能的競爭。Canva、Figma 以及 Runway ML 等深度整合人工智能的工具正滲入原本由

Adobe主導的工作流程。更雪上加霜的是，Google 與 OpenAI 等科技巨頭推出的生成式人工智慧模型，正大幅降低高品質影像編修的門檻。以 Google 的 Nano Banana（正式名稱為「Gemini 2.5 Flash Image」）為例，許多人稱之為「Photoshop 殺手」，因為它能以自然語言指令生成或編修影像、在多次編輯中維持主體的一致性、並可融合多張影像。Nano Banana 的強大功能包括：上傳單張或多張照片並融合成新場景（例如讓你與寵物一起出現在籃球場上）、在保留原本人物樣貌的前提下更換服裝或背景、進行風格轉換（將一個物件的質地套用到另一個物件上），而整體逼真度遠勝以往，這些能力直接打擊 Photoshop 的核心領域。

面對這些挑戰，Adobe 嘗試透過自主研發的人工智能來捍衛地盤，不過，Adobe 有自知之明，它知道自家模型 Firefly 鬥不過人家，於是乎選擇合作機制，Nano Banana、Topaz

Gigapixel、Flux 等工具已經被納入了新版的 Photoshop。這種多模型策略顯示出創意軟體世界已不再是單一供應商的壟斷：使用者追求的是選擇權與多樣性。

我在親身體驗這些新功能時，一開始感到非常興奮。我嘗試了 Photoshop 最新加入的 Nano Banana、Topaz Gigapixel、Flux 等功能，起初確實令人驚艷，但沒多久我就碰上限制，使用每個功能一兩次後，Photoshop 便跳出訊息表示「信用點數已用完」，若要繼續使用，必須升級付費。此時我不禁思考：既然如此，為什麼不直接使用原始公司的產品？這樣的使用體驗與收費模式反而破壞了 Photoshop 原本流暢的創作流程。

在工具層面之外，更大的生態系也正在變化。在「素材照片與影片」領域，Adobe 的 Adobe Stock 業務正面臨生成式人工智慧的衝擊：截至2025年4月，約有48%的 Adobe Stock 影像庫為人工智能生成內容。這無疑是打爛了傳統攝影師與插畫家的飯碗，這更引起了內容獨特性、著作版權、品質保證的疑慮。如果我自己只花幾秒鐘便可以用人工智能製造出逼真的相片和具專業水準的插圖，我為什麼還要花錢去買呢？

這一切正反映出一個更宏觀的趨勢：生成式人工智能正大幅降低創作工作的門檻，讓影像的創作與編輯從專業人士擴散至大眾。打個比方，傳統新聞業需要大量投資與專業訓練，而社群媒體的興起打破了這道門檻，任何人都能開設 YouTube 頻道發表評論，結果是高品質內容、低水準內容與錯誤資訊混雜一體。同樣地，我們如今也看到人工智能圖像創作的「民主化」：許多 YouTube 影片或社群貼文中，充斥著人物臉部扭曲、身體比例錯亂、「文字」毫無意思的人工智能生成圖像。

然而，也有不少人認為這種民主化是好事：它降低了創作門檻，讓人們從繁瑣的手工任務（如摺圖、分層、修飾）中解放出來，得以專注於概念、敘事與創意構思。我認為這兩種結果都會同時發生：有人會濫用工具、快速生產粗糙的「山寨藝術品」；也有人會善用人工智能的力量，激發更高層次的創意與生產力。最終，我們可能會看到一個兩極化的生態：大量「朱義盛內容」與少數高水準創作並存。

最後，我仍然希望如 Photoshop 般的傳統編輯工具能繼續茁壯，而不是被生成式人工智能藝術工具徹底取代，就像我不希望社群媒體凌駕於傳統新聞媒體一樣。專業技藝、編輯



判斷、職業倫理與創意流程仍有其不可取代的價值。為了維持這些價值，像Adobe這樣的廠商必須持續演進：建立可持續的人工智能營收模式，在整合傳統與人工智能工具的同時，不會削弱專業的標準和真正的創意。

2025年11月2日

原載於夏威夷版《號角》

[更多資訊](#)