

以影像为先的电商拍档

Straub Collaborative制作专业影像呈现品牌精粹，为零售商和网上顾客筑起桥梁。

“香港亦提供多元化的模式、优质的人才和简易的业务营运，是一个紧凑及多元化的城市。香港不仅是平衡工作和生活的优质城市，更是建立人脉的绝佳地点，也是向大湾区和东南亚扩张的重要基地。”

Straub Collaborative
亚太区董事总经理
袁柔雅

在这个资讯无穷无尽的时代，一幅强而有力的图像胜过千言万语。随著商业活动转移至网上，能吸引顾客互动的影像对品牌越来越重要。Straub Collaborative深明视觉效果的重要性，其摄影师、造型师和项目经理组成的团队每季合作制作超过10万张影像及图片。

让产品以更快的速度进入香港市场

由于许多服装和鞋履客户的样品都是在这个地区生产，Straub Collaborative在香港开设办事处是理所当然的。Straub Collaborative亚太区董事总经理袁柔雅解释说：“由于我们邻近制造工场，因此可以更快地获取样本图像。另一方面，我们亦可以加快产品推出市场的速度，在线上销售大热的商品可以大大影响整体的收益。在疫情期间，我们在美国和香港工作室合作处理项目，以满足客户的制作需求。随著工作室受到封城影响，波士顿的工作室会将项目交托给香港团队。这成为我们拥有跨国团队的优势：当香港的办公时间结束，美国团队就可以承接我们的工作进行后期制作。”

袁柔雅认为电商的致胜关键是在于能够

建立一个鲜明形象，把品牌和客户连系起来。她解释道：“实体店依靠销售员与客户进行互相沟通，而电商则需要以影像激发有意义的行动—无论是引导客户点击购买、或在社交媒体上加深对品牌的了解，甚至是与朋友分享。影像需要叙述品牌的故事，让产品更令人信服，而摄影艺术能发挥这种功能。我认为电商在零售业的发展中将继续发挥著巨大的作用。未来的零售业将会以全渠道为主，而线上、线下和社群销售的界限将变得更加模糊。”

在疫情中抓紧机会

袁柔雅认为，美国客户和亚洲客户之间的一个主要区别是亚太区的电商对影像的需求是较即兴及掌握现有时机，而价格亦较具竞争力。另外，部分的国际品牌会倾向把影片用于较高级产品，而在亚洲市场，尤其是中国内地，客户则希望每项产品都会有一条独立的介绍短片，以及要求有更多的相关影像资产去呈现每项产品。她指出：“2020年给了我们建立密切的合作机会，以解决疫情下的挑战和把握增长机会。我们将业务扩展到纽约市，展望未来，我们正在与本地合作伙伴一起制定计划，进军中国内地和东南亚市场。”

袁柔雅分享道，虽然公司一开始时较难

找到高水平及经验丰富的造型师，但电商的兴起带来了更具素质的人才。她说：“在入职和培训方面，我们的员工拥有完善的技能及曾到美国接受培训，这点都能吸引人才。香港亦提供多元化的模式、优质的人才和简易的业务营运，是一个紧凑及多元化的城市。香港不仅是平衡工作和生活的优质城市，更是建立人脉的绝佳地点，也是向大湾区和东南亚扩张的重要基地。”

Straub Collaborative

- Straub Collaborative于1990年由摄影师 David Straub 在俄勒冈州波特兰创立，专注于电子商务、产品和生活摄影和影片
- 香港是该公司在美国以外唯一的办事处，成立于2015年，提供商品管理、电子商务内容制作、后期制作以及创意资产管理服务

🌐 straubcollaborative.com

观看影片：

