

以影像為先的電商拍檔

Straub Collaborative 製作專業影像呈現品牌精粹，為零售商和網上顧客築起橋樑。

“香港亦提供多元化的模式、優質的人才和簡易的業務營運，是一個緊湊及多元化的城市。香港不僅是平衡工作和生活的優質城市，更是建立人脈的絕佳地點，也是向大灣區和東南亞擴張的重要基地。”

Straub Collaborative
亞太區董事總經理
袁柔雅



在這個資訊無窮無盡的時代，一幅強而有力的圖像勝過千言萬語。隨著商業活動轉移至網上，能吸引顧客互動的影像對品牌越來越重要。Straub Collaborative 深明視覺效果的重要性，其攝影師、造型師和項目經理組成的團隊每季合作製作超過10萬張影像及圖片。

讓產品以更快的速度進入香港市場

由於許多服裝和鞋履客戶的樣品都是在这个地區生產，Straub Collaborative 在香港開設辦事處是理所當然的。Straub Collaborative 亞太區董事總經理袁柔雅解釋說：「由於我們鄰近製造工場，因此可以更快地獲取樣本圖像。另一方面，我們亦可以加快產品推出市場的速度，在線上銷售大熱的商品可以大大影響整體的收益。在疫情期間，我們在美國和香港工作室合作處理項目，以滿足客戶的製作需求。隨著工作室受到封城影響，波士頓的工作室會將項目交託給香港團隊。這成為我們擁有誇國團隊的優勢：當香港的辦公時間結束，美國團隊就可以承接我們的工作進行後期製作。」

袁柔雅認為電商的致勝關鍵是在於能夠

建立一個鮮明形象，把品牌和客戶連繫起來。她解釋道：「實體店依靠銷售員與客戶進行互相溝通，而電商則需要以影像激發有意義的行動——無論是引導客戶點擊購買、或在社交媒體上加深對品牌的了解，甚至是與朋友分享。影像需要敘述品牌的故事，讓產品更令人信服，而攝影藝術能發揮這種功能。我認為電商在零售業的發展中將繼續發揮著巨大的作用。未來的零售業將會以全渠道為主，而線上、線下和社群銷售的界限將變得更加模糊。」

在疫情中抓緊機會

袁柔雅認為，美國客戶和亞洲客戶之間的一個主要區別是亞太區的電商對影像的需求是較即興及掌握現有時機，而價格亦較具競爭力。另外，部分的國際品牌會傾向把影片用於較高級產品，而在亞洲市場，尤其是中國內地，客戶則希望每項產品都會有一條獨立的介紹短片，以及要求有更多的相關影像資產去呈現每項產品。她指出：「2020年給了我們建立密切的合作機會，以解決疫情下的挑戰和把握增長機會。我們將業務擴展到紐約市，展望未來，我們正在與本地合作夥伴一起制定計劃，進軍中國內地和東南亞市場。」

袁柔雅分享道，雖然公司一開始時較難

找到高水平及經驗豐富的造型師，但電商的興起帶來了更具素質的人才。她說：「在入職和培訓方面，我們的員工擁有完善的技能及曾到美國接受培訓，這點都能吸引人才。香港亦提供多元化的模式、優質的人才和簡易的業務營運，是一個緊湊及多元化的城市。香港不僅是平衡工作和生活的優質城市，更是建立人脈的絕佳地點，也是向大灣區和東南亞擴張的重要基地。」

Straub Collaborative

- Straub Collaborative 於1990年由攝影師 David Straub 在俄勒岡州波特蘭創立，專注於電子商務、產品和生活攝影和影片
- 香港是該公司在美國以外唯一的辦事處，成立於2015年，提供商品管理、電子商務內容製作、後期製作以及創意資產管理服務

straubcollaborative.com

觀看影片：

