

廣告口號易記夠入屋 配合主題曲先聲奪人

樓盤邀名人代言 重本宣傳有助銷情?



▲黎明當年在嘉湖山莊實境拍攝廣告，讓觀眾一睹屋苑的規模。

嘉湖山莊：黎明
位置偏遠 靠人氣偶像助陣

膾炙人口 四大天王之一的黎明，於上世紀90年代為天水圍嘉湖山莊作代言人，擔任電視廣告主角兼大唱主題曲，不少觀眾至今記憶猶新。

天水圍是90年代初開發的新市鎮，嘉湖山莊當年是該區唯一私樓，開發初期未有港鐵，對外只能依靠巴士，甚為不便。交通是大眾對天水圍抗拒的主因，發展商看準要害出擊，誠邀黎天王拍攝宣傳廣告片。

嘉湖山莊短片一開始就以「每個人都需要個安樂窩」帶出主題，再接一句「對外網絡已接通」、「從來沒這麼開放」、「呢到嘅生活真係意想不到」（畫面此時影着跑了一段路的黎明，將約好準時到達的女友擁抱入懷，是想表達住在偏遠的天水圍也追到女朋友），最後旁白再加一句「嘉

湖山莊，可能係你理想嘅豪宅」，幾句口號一擊即中，成功吸引買家，嘉湖山莊熱賣。

發展商當時為推廣嘉湖山莊，不時會組織傳媒視察團，其中一次亦安排黎明同場出席。消息靈通的歌迷聞風而至，當中不乏媽媽級輩分，共有約數十人，她們攜着自家製愛心湯水，千里迢迢到天水圍為一賭偶像風采。記者直擊這震撼一幕，歌迷遠遠看見黎明座駕已瘋狂尖叫，黎明下車後更不得了，失控想跨過圍欄爬入屋苑嘶力竭大叫：「Leon，我煲了湯給你呀，很有益的，你一定要飲啊！」其間更多次高呼請求保安放她們進入。若非親眼目睹，完全無法想像媽媽級粉絲追星比少女更瘋狂，亦代表黎明當年紅透半邊天，四大天王絕非浪得虛名。

趣味樓市

明星做樓盤代言人，早於上世紀60、70年代已有，但拍攝風格過於千篇一律，通常以肥皂劇或一人獨腳戲，在單位內以數白橢圓形式歌頌樓盤優勢，由於太過「廣告」，漸漸不受觀眾受落。

隨着時代改變，發展商亦打破傳統，起用當時得令的天王巨星或名人為樓盤代言造勢，並以劇情片形式軟銷，結果大獲好評。要數最強代言人，不少得影帝級國際巨星周潤發（何文田傲玟）、四大天王黎明（天水圍嘉湖山莊），以及9個風水師大堆頭製作（大埔比華利山別墅）。名人代言固然有助宣樓，但銷情還要看樓盤質素及市況。

大公報記者 梁穎賢



▲周潤發曾為樓盤出任廣告代言人，引起市場熱話。



▲周潤發在傲玟廣告短片中，出動珍藏的古董相機以加強寫實感。

傲玟：周潤發
廣告華麗 卻不敵財困被接管

始料不及 高銀金融前主席潘蘇通旗下首個在香港發展的豪宅何文田傲玟，於2019年10月開賣時，邀得國際巨星、人稱「發哥」的周潤發為樓盤出任廣告代言人，為項目拍攝平面、戶外及電視廣告等，印象中發哥是第一次為樓盤拍廣告。據聞該條僅長1分鐘的廣告片，單是片酬已過千萬元，成為市場一時佳話。

傲玟曾經發布兩條廣告短片，其中一條由發哥擔綱演出。高銀特地邀請與發哥合作無間的「鐵三角」組合，包括導演潘耀明、監製黃斌和美術指導文念中聯手合作，並以「修養是一生的追求」為主題，透過與駿馬相處之道帶出對內在修煉的不斷追求，發哥一身馬術服飾造型非常醒目，拍出極具電影感的廣告製作。即

使只是廣告商演，向來要求高的發哥絕不馬虎，出動私人珍藏加強寫實感，片中出現的古董相機正是其多年收藏品。而片中最後一個鏡頭，更是發哥親自拍攝的作品，為廣告炮製驚喜彩蛋！

儘管出動到發哥助陣，惟明星效應似乎不符預期，無助改寫樓盤滯銷事實。其間更多次盛傳潘蘇通因投資過度而陷入財困，持續變賣資產還債，樓盤發售更一波三折，項目落成日期一拖再拖致四度押後交樓，高銀最終未能向特區政府提交應付超支證明，在2021年8月遭地政總署撤銷樓紙，連賣樓套現的生路也遭封殺。有指當時潘蘇通已無財力承擔後期的建築開支，其在港首個孕育的「親生仔」最終難產收場，由接管人接收，早前已重新展開銷售。

比華利山別墅：風水師
明星為鄰 但蝕讓比例驚人

陣容鼎盛 古時一句通俗戲言：「風水佬呢你十年八年……」意思是風水師並不可信，但若然一次過集合9個風水命理師，又會否加大風水陣念力及說服力？恒基地產（00012）旗下大埔比華利山別墅，當年開賣找來9個知名堪輿學家為樓盤拍攝廣告及鋪天蓋地宣傳，引起市場熱話。

比華利山別墅前身為稱為「朗園」的別墅，屬培僑中學的校舍，恒地經過多年併購附近地皮建成。整個項目分6期，共535座洋房，屬區內最大規模發展，恒地對樓盤銷情亦高度重视。

樓盤第1期於2007年開賣，宣傳攻勢浪浪接浪，除重金禮聘環球小姐為樓盤拍攝宣傳特輯外，還邀請9名堪輿學家如李丞責及麥玲玲等唱好樓盤的風水優勢，麥玲玲當年稱住戶「必定愈住愈旺、發富發貴」；李丞責則指樓盤格局屬三水交匯，「可謂財源滾滾」。其後廣管局接獲多宗投訴，指責樓廣告導人迷信。不過風水之說，信則有，不信則無。

然而，這個風水豪宅，甚少聽聞業主賣樓有錢賺，入伙以來的二手成交蝕多過賺。據土地註冊處顯示，該屋苑由2008年至今共17年，錄得278宗二手成交，交投不算活躍，

但其中169宗見血，蝕錢比例高達六成，個別虧損幅度超過千萬元，一度被戲稱蝕讓之城、蟹貨豪宅。

話雖如此，由於項目位於大埔三門仔，私隱度高又有海景，吸引不少藝人入住，故有「明星屋苑」之稱，而且入住的藝人不少皆住到丁財兩旺，曾經入住或仍居於此的藝人包括張繼聰謝安琪夫婦、陳豪陳茵媺夫婦、鄧麗欣、江美儀、黃浩徐菁遙（徐淑敏）夫婦，以及羅子溢楊堯堯夫婦等。相關藝人目前在娛樂圈甚吃得開，又或兒女成群，算是應驗了麥玲玲當年稱住戶「必定愈住愈旺、發富發貴」的批言。



▲比華利山別墅邀請多名堪輿學家拍廣告，包括麥玲玲（上）和李丞責（下）。

天瀧：美女助陣
方媛拍短片 李施嬅彈琴

吸引眼球 由恒基地產（00012）發展的新盤，向來愛找明星代言，其中啟德臨海地標項目之一的天瀧，分別邀得人稱「天王嫂」的郭富城妻子方媛，以及李施嬅為樓盤加持。

方媛出席記招前，已獲發展商安排於會所拍攝參觀及介紹短片，有指方媛將相關短片上載於其個人社交平台，點擊

率不錯，發揮到「天王嫂」的流量密碼。

多才多藝的港姐李施嬅，除了演技爐火純青外，還彈得一手好琴。方媛參觀會所前，發展商早於2023年4月邀得李施嬅，為樓盤住客會所中設有三角鋼琴的前廳「天籟廳」，即席演奏一曲。原來演得彈得的李施嬅，投資也有一手，她坦言十多年前已涉足地產市場，



▲郭富城妻子方媛在天瀧會所拍攝參觀及介紹短片，盡顯豪宅氣派。



▲李施嬅（中）多才多藝，獲發展商邀請在天瀧住客會所即席鋼琴演奏。



▲天瀧為啟德臨海地標項目之一。

投資範圍不局限於本港，還涉獵美國及新加坡等地，投資組合十分國際化。更笑言自己過往投資物業從來「無失手」，天瀧以她作宣傳不無原因。

Elize PARK：方皓玟
唱作主題曲兼買一伙收租

入市支持 2005年進軍地產投資的周佩賢，從事舊樓粉飾到工廈改裝再變賣，於2012年創立樂風集團。公司首個住宅旺角Elize PARK於2023年登場時，周佩賢特別邀請人氣唱作歌手方皓玟及馮允謙，為樓盤拍攝微電影及宣傳曲《I Do》，務求一炮而紅。

Elize PARK第一次記招，發展商神秘地安排方皓玟及馮允謙驚喜現身，兩人以歌劇式大Show歌喉及演技。方皓文親身操刀的主題曲《I Do》，原本為粉絲創作，發展商聽後有感歌曲與項目概念配合，故採用該歌為宣傳曲。

方皓玟接受訪問時表示，項目位置及交通方便，應該是創作的理想地，此話似乎隱隱透出對樓盤有點心動。正所謂心動不如行動，方皓玟原來一直喜愛花墟附近的地段，且看好該區發展前景，於是以身份躡身支持，真金白銀動用560萬元購入一個中層單位作收租之用。

方皓玟之後再度合作，為樂風旗下另一個旺角盤UPPER PRINCE任代言人，與金馬影帝謝君豪為項目拍攝宣傳片。她形容UPPER PRINCE為「潛力股」，不排除再購入收租。然而，該盤去年底首度宣傳，今年9月剛上載樓書。



▲Elize PARK為單幢式住宅，由樂風集團發展。



▲Elize PARK首次記招時，方皓玟（右）及馮允謙驚喜現身。

泓景臺：容祖兒
一首《我的驕傲》街知巷聞

深入民心 一個樓盤暢銷與否，需要天時、地利及人和。除了樓盤本身具備先天性優勢外，位置、質素、價錢等客觀因素十分重要，至於發展商能否捕捉當時潮流趨勢亦不可忽視。廣告歌正是其中一個重要因素，如果夠洗腦，會令人留下深刻印象。

不少樓盤起用當時得令的歌手為樓盤獻唱，事實上，歷年最「洗腦」的樓盤廣告歌，

除了黎明為天水圍嘉湖山莊以外，要追溯至2002年的長沙灣泓景臺。當時起用陳光榮作曲、馮曦好主唱的《Proud Of You》，後來演變成容祖兒主唱的《我的驕傲》，這首廣告歌第一個版本原是英文版，自廣告出街後，坊間有疑問歌從何來。廣告商及發展商有見及此，連隨找來歌手容



▲容祖兒為泓景臺廣告主唱的《我的驕傲》，當年甚受歡迎。

祖兒以廣東話及普通話演繹，她當年已經嶄露頭角，結果一句「See me fly, I'm proud to fly up high」，唱得街知巷聞，這首歌亦將容祖兒的演藝事業及樓盤的經濟效益推上一層樓。