



監製親解
《宮心計》四大疑團



金鈴失足小產
設計嫵媚寶賢

宮心計
DOUBLE
加碼版
足本劇情

TVB 周刊

WEEKLY

09/11/2009 今期一書兩冊
逢星期一出版 \$12

646

《萬千星輝頒獎典禮2009》
投票表格



獨家附送

《最強人氣品牌大獎2009》

廣告天 陳豪 蔡卓妍
皇天后

42



4 893426 000015



《富貴門》

一元印度被綁 返港大失常性

TVB周刊 最強人氣品牌大獎 2009

廣告人氣 天皇天后誕生

服裝、化妝品、護膚品、子宮頸癌防護疫苗這些以女性為主導的品牌，統統找阿Sa蔡卓妍成為代言人，青春活力兼入屋的形象同樣為阿Sa帶來汽水、即食食品的廣告，衣食必需品同樣由阿Sa一手包辦。出道至今，不論是與阿Gill鍾欣桐組成Twins，還是單拖發展，阿Sa同樣吸引廣告商注意。

繼一句走音版的「法官大人！」，Moses今年在廣告中的一句：「我可唔可以請你飲杯Cappuccino？」，繼續帶起城中熱話，發揮廣告金句本色。咖啡代言人形象深入人心，成熟穩重的形象亦成功吸引銀行和護髮廣告商的支持。

電視機上可以見到祥仔黎耀祥當上《巾幗梟雄》的柴九或《畢打自己人》的余家昇，行到街上、乘坐交通工具，或是打開每本雜誌報紙，同樣看到祥仔蹤影，看到他所代言的廣告，無處不在，與祥仔這位人氣王極為相襯。

三人今年所拍的廣告之多，迴響之大，成功令他們在「《TVB周刊》最強人氣品牌大獎2009頒獎典禮」得到獎項，蔡卓妍連續兩年成為「2009最強人氣廣告天后」，陳豪得「2009最強人氣廣告天皇」，黎耀祥得「2009最強人氣急升廣告王」。

今日你睇咗佢哋啲廣告未？恭喜三位成為「2009最強人氣廣告天皇天后」大贏家。

黎耀祥



蔡卓妍



陳豪



《TVB周刊》
「2009最強人氣
廣告天后」

蔡卓妍

稱莊天后

《萬千星輝頒獎典禮》或年底舉辦的樂壇頒獎禮中，一獎難求，要廣受廣告商歡迎，成為我們的「最強人氣品牌大獎頒獎典禮」的贏家同樣非易事，要持續得到廣告商支持，稱莊成為廣告天皇天后更是難上加難。偏偏，今年就有得獎者完成這項不可能任務，這位得獎者就是連續兩年成為「2009最強人氣廣告天后」的得主阿Sa蔡卓妍。

「好開心可以連續兩年得到這個獎，上年搵我拍廣告的客戶很支持我，今年仍然搵我做代言人。除了舊有合作的客戶，今年與很多新客戶有合作機會，像Maybelline、Neutrogena這些化妝護膚廣告，很高興自己能接拍的品牌漸趨成熟，希望將來可以拍到更多不同類型的廣告，所以未搵我拍廣告，記住搵我，因為我是一個好好的代言人，哈！哈！」

樣樣皆能

人氣鼎盛的阿Sa在廣告界吃得開外，音樂界跟電影界同樣忙個不停，辦辦掂的阿Sa最近連拍兩套戲，分身不瑕，可會想到跟好姐妹阿Gill鍾欣桐組合，發揮Twins雙妹威力？

「其實有些內地首飾、便服品牌都有搵我同阿Gill拍廣告，至於其他工作都是睇公司安排。最近我接了兩套電影《槍王之王》及《美麗密令》，一口氣拍兩套幾辛苦，幸好《槍王之王》正式煞科，《美麗密令》只剩幾組戲，完成後可以喇一喇，然後準備我與光良十二月在澳門舉行的演唱會。」

自拍夢想廣告：

「我最想拍旅遊廣告，因為旅遊廣告半年就轉新地方，每年拍兩個廣告，如果這樣計，我儲埋儲埋就可以去到好多國家，因利成便可以去埋旅行。」

2009年拍攝廣告：

子宮頸癌防護疫苗、adidas、Maybelline、bossini、合味道意粉



可口可樂



Neutrogena



EPS

《TVB周刊》
「2009最強人氣
廣告天皇」

陳豪

咖啡情緣

做一個成功代言人莫過於令觀眾見到這藝人即聯想他代言的產品，Moses陳豪絕對做到這個要求。成功將自己形象與咖啡劃上等號的他吸引兩大咖啡品牌McCafe及捷榮咖啡注意，成為咖啡代言人，繼續與咖啡息息相關。廣告金句成為今年熱話，更引來王祖藍翻拍一個山寨版廣告，Moses這位最佳代言人理所當然成為「2009最強人氣廣告天皇」。

「多謝公司畀一個機會我拍《品味咖啡》，節目反映好好，令我成為當中受惠者，拍攝不少有關咖啡的廣告。我好鍾意咖啡，視咖啡為夢想，所以我同咖啡是不謀而合，在這個兩個原因驅使下，使我在咖啡界得到很多機會，自己有開心有慶幸，更希望可以延續這個咖啡夢。我有睇祖藍扮我請人飲咖啡的廣告，哈哈！扮得幾似！我也驚訝點解咁多人講我的廣告，不過令大家可以有個話題，我也有所謂。」

接受挑戰

热播中的《宮心計》，Moses增磅配合唐宣宗形象，現正拍攝中的新劇《天與地》，他則極速減肥練大隻去演戲中型格奸仔，愛新嘗試的Moses將百變形象延續到廣告上，今年廣告天皇又豈止得一個咖啡王子形象咁簡單？

「自己鍾意拍廣告，只要客戶覺得我幫到他們，廣告又OK便可以合作。況且我好鍾意試不同形象，廣告完全滿足我需要。像大眾銀行比較正經，讓我可穿自己鍾意的西裝。得果定喉片中扮律師，走音講：『法官大人！』很多fans都會學我講呢句話。史雲遜護髮中心的廣告重點講頭髮護理，證明頭髮健康的重要性。」

自拍夢想廣告：

「我成日停留在武俠世界當中，幻想拍一個古裝廣告，最好取景在中國古舊建築中，有成萬人一齊拍，做到萬人空巷的感覺，好有氣勢。」

2009年拍攝廣告：

得果定喉片、史雲遜



McCafe



大眾銀行



捷榮咖啡





《TVB周刊》
「2009最強人氣
急升廣告王」

黎耀祥

無處不在

一套《巾幗梟雄》為祥仔黎耀祥帶來一連串利好的「柴九效應」，角色大受觀眾歡迎，令祥仔成為本年度《萬千星輝頒獎典禮》視帝的大熱之一，他更受廣告商招手。正如柴九金句所講：「人生有幾多個十年來！」人氣與演技兼備的祥仔把握機會，今年一口氣拍攝七個廣告，人氣王配上「2009最強人氣急升廣告王」獎項確是當之無愧。

「這個獎很有意思，因為這個獎代表受廣告客戶這個層面的支持，無論所做角色幾受觀眾支持都好，亦需要市場去支持。今年是大豐收的一年，感謝TVB、添哥、編劇、編審及一班廣告客戶，尤其是廣告商宣傳做得好大，地鐵見到我對腳買Milky Foot廣告，巴士看到我買止痛膏、海底隧道口又見到我買大閘蟹，去到那裏都睇到自己買的廣告，感覺好奇妙。」

家人出動

銀幕上祥仔將每個角色演得活靈活現，台下祥仔住家好男人同樣夠入屋，因此今年有廣告商邀請祥仔及祥仔太太，以家庭樂的形象齊齊拍廣告。

「我本身不是抗拒屋企人曝光，要面對現實，演員就是演員，屋企人就是演員屋企人，所以不會特別迴避。當然，拍攝不是他們的專業，亦不是他們做開的工作，所以拍攝前我會徵詢他們的意見，如果他們不介意，當是留一個回憶，我也不介意全家人一齊拍廣告。」

自拍夢想廣告：

「我最鍾意係車，有機會拍廣告當然要拍汽車廣告，還要出動各款名車，在機場跑道上風馳電掣，至於廣告男主角當然由我擔任，由我親自試車！」

2009年拍攝廣告：

永安旅遊、嶺南藥廠萬應止痛膏、CIF潔而亮、Mence Beauty



東海海都大閘蟹



3D KNIGHT



Milky Foot

FASHION

熱搶 JIMMY CHOO
for H&M

LIVING

去工廠搵食

TVBaby

保護氣管防哮喘

GoGoGo

向高山出發

42

萬星輝
頒獎典禮
2009



投票



表格