

Client: Sun Hung Kai Property
Product: The Arch
Media: Advertorial Story – Revision
Date: 6/1/2005

Where is he?

我要找的他，在何方？

在宴會廳的水晶燈下，
他留下的領呔捲伏在地上。
姿態那麼慵懶，
是懷念在巴黎的香榭麗舍大道上，
我和他相擁時留下的口紅嗎？

站在高空俯瞰整個城市，
晚色悄悄送來他的袖口鈕釦。
在芬蘭北部小鎮利維的聖湖上，
這雙鈕釦曾緊扣著一個承諾
在他身上。

和星星坐在雲端對飲之際，
他的墨水筆突然出現在酒杯旁。
在巴塞隆拿蘭布拉大道的咖啡館裡，
含蓄的筆跡，
曾在咖啡煙霧背後優雅地問：
"wanna go to spa with me?"

收集他的提示，
完成一幅拼圖，
尋寶遊戲到了終點。
我的影子，他的影子，
在晚霞映照下，互相重疊纏繞。
就在這裡，我要找的他，帶著我在雲中，
洗去一身沙塵，墮入只有我倆的世界中。

是荷里活浪漫愛情鉅獻嗎？

有經典的愛情浪漫，配合歐洲華麗優雅的背景，誤以為是齣荷里活賣座的鉅片也不足為奇。可是，它卻偏偏叫人捉錯用神。

其實，這是凱旋門的宣傳片，一個有關女主角 **Sandra** 尋找命中注定那個他的故事。她走遍不同的陸地，只為尋找命中那位如鑽石一樣尊貴獨特的他；看遍全世界，發現一直找尋的他，原來早已在凱旋門迎接她。

負責是次宣傳計劃的陳曾黃朱梅廣告行行政創作總監 **Paul Chan** 形容，這是一次破格的樓盤宣傳：「賣樓盤用一個尋覓的故事，看似很離題，其實又相當適合。」他又補充：「配合凱旋門的設計，我們選擇歐洲一些世界級的場所進行拍攝，感覺當然很華麗。」到底女主角尋找的主角是誰？**Paul** 說，留待觀眾親自揭曉。

其實，一個樓盤的宣傳何以如此集中在其會所之上？這個私人會所又有何特別之處？新鴻基地產發展有限公司副總經理 **Anita** 講述專為 **skyclub** 設計宣傳策略的原因：「**skyclub** 位於凱旋門 59 至 61 樓，為全港最高的私人會所，其裝潢參考當今歐洲最豪華的設計，選用頂級材料，當然需要與別不同的宣傳突顯它的高尚氣派。」

在 60 樓的摩天會所

乘上穿梭升降機，緩緩向半空出發，逐漸擺脫地面的俗世，到全港最高的摩天會所，俯瞰人間。

會所優雅華麗，處於凱旋門的 59 至 61 樓，把維港兩岸以至四周之外的景色，一一盡覽，感覺比美在芝加哥 **Sears Tower**。

在天池暢泳，彷如在維港上飛翔。踏出泳池，即可俯望維港，享有至高無上的感覺。從今，必須騰出一片天空來游泳，才配合尊貴非凡的身份。

身處高雅的霄雲吧，別誤以為自己在紐約的 **Mandarin Oriental** 中，萬千美酒和星光等你品嚐，到底是紫紅色的星星令人陶醉，還是那 1994 年的紅酒？相信也無從知曉了。

進入尊貴的星夢宴會廳，一室皇族氣派都擁著來沾上你身，連貴族也要羨慕，杜拜的頂級酒店 **Burj Al Arab** 也未必有這種氣派。

厭倦了室內的衣香繚影嗎？往雲中花園移步，眼前立即一片翠綠，倫敦的 **30 St Mary Axe** 或許也沒有這種自由感覺。置身於懸浮半空的一個秘密花園，你可以從容伸出手去，採一顆星星來。

忙了一天，帶著筋疲力竭的身體進行鏡花水療，水中不再感到身體的重量，靈魂在玫瑰香氛中沐浴，每吋肌膚也有得到溫柔的按摩。躺在雲中，能不舒服？

你，只熟悉香醇的古巴雪茄，只鑒賞珍罕的經典紅酒，只選擇百年也不會誤差一秒的手錶，一對充滿要求的銳利眼睛，只會往高處看，豈會把平凡人間放在眼內？

唯有在 60 樓的摩天會所，可為你提供比鑽石還閃耀的星光，比雲更高的地位，和你的身份配合。

唯有你，才知道甚麼是高。