

Givenchy全球首個Pop Up期間限定店 ——「#This is Not What You Think」於香港最繁鬧的銅鑼灣中心熱點Fashion Walk 矚目登場，佔地兩層的期間限定店挑戰一切先入為主的觀念，展現出Givenchy的無數驚喜，為你帶來前所未見的美妝體驗。今天，為隆重其事，品牌特意邀請到早前為品牌拍攝了宣傳短片及硬照的天后級巨星Sammi鄭秀文、男神周柏豪及時尚甜美千金何超蓮到場進行揭幕儀式，一同體驗這個將會是年度全城熱話的Pop Up Store！

活動開始時先由Givenchy大中華區高級市場總監Ms. Sheen Zhang向大家分享是次Pop Up Store的理念。隨後，廣告的主角鄭秀文、周柏豪及何超蓮現身分享拍攝時的趣事。一向貴為百變天后的Sammi原來是個不折不扣的唇膏控，對全新華麗魅彩絲絨唇釉更是愛不釋手，她笑言：「除了睡覺外，基本上任何時候都會搽唇膏，就算平日不化妝，只要塗上鮮紅色唇膏，都會立即精神百倍。我亦喜歡嘗試新色調或新配方的唇膏，所以當我初嘗全新唇釉時，令我十分驚喜，一打開蓋就發現它跟一般唇膏完全不同，絲絨質地輕盈易推，色澤持久，同時又能夠滋潤雙唇，是我近期的最愛！」

首次參與女士化妝品廣告拍攝的周柏豪，被問到是次拍攝的感受時，他大讚整個製作團隊的創意及專業精神：「自己第一次拍攝女士化妝品，十分榮幸。初次見到這支唇膏，但又說它其實不是唇膏，已經感到非常好奇。由籌備概念到當天拍攝，甚至後期製作都加入了大量”This is not what you think”的元素，徹底地顛覆了大眾對唇膏的印象，概念非常大膽創新，自己亦很滿意宣傳片的效果，十分感謝Givenchy的邀請。」柏豪更表示自己甚少研究唇膏，但對華麗魅彩絲絨唇釉一見難忘，必定會送給太太試用。而平日大多以淡妝或素顏示人的何超蓮指是次拍攝，無論服裝、妝容及髮型都是一個新嘗試，自己十分喜歡，日後會多考慮塗上鮮色唇膏，能夠讓自己瞬即精神起來。她亦大讚華麗魅彩絲絨唇釉持久度高，在拍攝期間不吃零食都能夠保持唇色及滋潤度，必定會推介

Photo and information form