

残奥金牌泳手 叶品秀代言兰蔻

宋慧纯报道

hcsong@sph.com.sg

身为残奥金牌泳手的官委议员叶品秀，成为首位拍摄法国知名彩妆与保养品牌兰蔻本地宣传广告的残疾人士。

兰蔻（Lancome）新加坡上个月17日在YouTube上载了叶品秀（26岁）为兰蔻Advanced Génifique保养品拍摄的一则广告，至今已吸引超过17万次点阅率。

过去在残奥中三度夺金的叶品秀患有肌肉萎缩症。她今早接受《联合晚报》访问时透露，兰蔻是在几个月前找上她。因为广告传达的信念刚好与她的想法相符，所以她决定接下广告。

除了展现叶品秀在泳池内的英姿，叶品秀也在广告中分享如何透过游泳找到生命中的那道“光”。

叶品秀说：“很多残疾者都没有出现在媒体平台上。我觉得只要大家对这个群体的认识越来

越深，大家的态度和想法就会越来越开明。”

她也认为，很多人认为美丽关乎外表，其实重要的是美丽的内在。她觉得，兰蔻向大众传递了重要信息，也就是应该去认识一个人真实的样子。

兰蔻发言人告诉《海峡时报》，会选中叶品秀是因为她为很多人带来启发。

发言人说，叶品秀拥有非凡的经历，而且她虽已取得成功，但依然谦虚善良，以正面态度面对所做的一切。

国大副教授：

**叶品秀定具备
让消费者购买产品魅力**

前官委委员兼律师谢邕邕希望商家不要只是将兰蔻找叶品秀拍广告当成是兰蔻的善意或包容之举。

也是肌肉萎缩症患者的



我国残奥泳手叶品秀最近为兰蔻产品拍摄广告。该广告在YouTube上的点阅率已超越17万次。（兰蔻提供）

谢邕邕说：“这是一门生意，消费者族群也包括有不同需要的群体和他们的亲友。因此这不仅仅应该被视为是正面的社会企业责任。商家必须明白，从经济角度来看，这是合理的决定。”

新加坡国立大学商学院行销系副教授洪瑞云则说，兰蔻产品的价格不低，叶品秀一定具备了让

消费者购买产品的魅力。

“兰蔻想透过叶品秀传达的信息是，美是超越外表的。叶品秀是一名冠军……而且她有邻家女孩的形象，公众能够产生共鸣。”

整体而言，她认为兰蔻除了照顾到商业考量，也展现了该品牌的包容形象，是双赢局面。