

Shin Min Daily, pg 9
27 July 2009

去年闹得沸沸扬扬 电梯闹鬼短片 勇夺广告大奖

方秀娟

pungsk@sph.com.sg



去年在网上广为流传的“莱佛士坊办公大楼电梯闹鬼”短片，在最近勇夺两个广告大奖。

这个效果逼真的短片，在去年4月底，开始通过电邮等方式传开来，后来甚至登上youtube及STOMP等网站，引起网友的热烈讨论。

录像片长两分钟，画面显示闭路电视拍到一个老妇的鬼魂与两名上班族打扮的男子，共乘莱佛士坊办公大楼的电梯，后来，鬼魂还跟着他们走出电梯。

很多网民看了这段录像，都信以为真，连美国的有线电视新闻台和霍士电视台，也在电视上转播这段录像。

一直到去年5月1日，职业介绍所“GMP Group”把鬼影录像衔接到它的网站，大家才恍然大悟，原来短片是该公司的宣传广告。

为GMP Group制作这个宣传广告的广告公司，就是“McCann Erickson Singapore”。

McCann Erickson

日前也凭这个广告，夺得了本地的两个广告大奖——今年度的“Effie”大奖及第一届的“Grand Prix”大奖。

鬼片9万人观赏

GMP当初制作个短片时，是希望向上班族宣传，如果能找到适合的工作，就不用加班到三更半夜，以致在回家时遇鬼了。

广告公当初在构思短片时，就捉着新加坡人喜欢讲鬼故事这个点，因此投其所好，以鬼故事来带出这个信息，不料却获得热烈的反应。



据了解，GMP原本希望能吸引1万2000人浏览公司的网站，不料鬼影录象却GMP吸引了多达9万人次的浏览率。