

森巴名模 天橋行出富貴大道

巴西是拉丁美洲最大國家，人口數目排名世界第五。這個發展中國家除了「生產」足球球員外，最強產業是種植咖啡、鐵礦開採加工。能成功佔着森巴首富位置的，並非球王或甚麼咖啡大亨，而是一個森巴超級模特兒吉賽兒邦臣。《福布斯》(Forbes)雜誌調查指，她將是全世界首位身家高達10億美元的名模。她憑藉的先天資本，就是一副上天恩賜的魔鬼身材。

文：呂璋宗 圖：資料圖片

《福布斯》雜誌最近調查指出，森巴超級模特兒吉賽兒邦臣(Gisele Bündchen)將可能是歷史上，全球首名財富家產高達10億美元(即約78億港元)的名模，亦即是說她是巴西近2億總人口當中的首富。

獲上天祝福的身段

有關調查震驚南美世界。很多人以為，巴西首富一定是咖啡大王，又或是廣告收入天文數字的名星足球員。大家卻意想不到，竟是現年30歲，在巴西南部小鎮出生的美女吉賽兒。吉賽兒有美麗的臉蛋，而且她的父母是巴西和德國混血兒，所以她既有南美人的大眼睛，又有歐洲人的高鼻子。吉賽兒雖然三圍數字不算突出，數字分別是35、23和35.5，可是身高有1.8米，並擁有修長的美腿，天生便是一塊成為模特兒的好材料。

吉賽兒在14歲離開生活的小鎮，跟隨老師往巴西藝術文娛中心聖保羅市旅行。期間，便被星探發現邀請她入行。在一次簡單面試當中，她身穿單薄短睡衣走上時裝台，引來房間中所有目光注視。自此，便改變了她的一生命運。1996年，她更踏上人生和事業的大跳板，獲得機會往美國發展。離開巴西後，她面對來自世界各地，無數身材接近完美的歐美和亞洲模特兒。面對強勁對手，天生的森巴野性感，讓她成功突圍而出，在天橋上和模特兒比賽中闖出名堂，發展暢通無阻。

20歲時，她已被傳媒評為擁有最完美胸部的模特兒。自此，她成為內衣展示會的常客。無論是內衣、比基尼泳裝，又或是低腰長褲，她也穿得好看，把設計師的意念表現得淋漓盡致。她先後贏得VH1和Vogue的年度模特大獎，人氣和收入都不斷上升。在年近30大關之際，美國電視娛樂頻道「E!」更公布，地球上「最性感名人身體部位選舉」中，吉賽兒獲「美腿皇后」大獎。評審團表示，吉賽兒的雙腿平均修長，是女裝鞋廣告夢寐以求的腿子。有關選舉說明了巴西人的腿除強而有力，能在足球場上展露矯健技術，在天橋上亦能展現嬌美。看來，她的身材和吸引力並沒隨着年齡增長而衰退，反而「女人味」不斷提升，吸引力不斷增加。



天橋竟然成富貴路。



吉賽兒的長腿極具吸引力。

後天不斷努力

一般人看，吉賽兒受盡上天祝福，一生事業順利。其實，她從來沒有因此而驕傲。期間，她不斷磨練模特兒技巧，透過不斷觀察學習，令其「貓步」技巧至臻完美。模特兒行家表示，吉賽兒為人十分謙虛友善，並沒有擺大架子。有模特兒更表示，相信吉賽兒是業界中最快樂的一個。她最快樂，並非是因為她最富有、事業路途最順利，而是她永遠能在繁重的工作中，保持一副開心喜樂的樣子。相由心生，有喜樂的心境，她便有着喜樂、討人喜悅的臉子，人緣便自然好。

吉賽兒是多個歐洲著名品牌指定模特兒，曾多次獲選成為代言人。別人的欣賞，並非單單是她的身材討人喜悅，而是她個人有討人喜悅的感覺，對各品牌的產品推廣宣傳有利。在名人界，吉賽兒亦不乏绯闻。她曾被傳與荷里活男星里安納度狄卡比奧有一段戀情，成為報章雜誌娛樂名人版常客。近年，她和當地美式足球名將湯姆布萊迪(Tom Brady)走在一起，更育有一子。

理財專家分析指，一般來說，模特兒這個行業難以致富。主要原因，行內是花花世界。雖然，名模的收入十分可觀，可是大部分都寄情消費，把賺回來的金錢通通洗光。故此，吉賽兒的身家不斷上升，是有着很優秀的理財投資技巧及心法。有分析指，吉賽兒除了擁有天賦的身材，上天亦賜予她轉數極高的商業理財頭腦。在她成名理就之際，已清楚意識到自己年屆30。所謂「長江後浪推前浪」，到60歲也不能再在天橋上跑來跑去。故此，她便積極準備投入商界發展。她利用巴西的文化風情，推出Ipanema拖鞋。當然，她自己當上廣告的模特兒和代言人，深受女性歡迎，又推出護膚產品，繼續攻打女性市場。她表示，每日最基本的護膚方法，就是使用最上乘的爽膚水潔面。當感覺皮膚乾燥，亦可抹上潤膚霜。她便把個人的生活心得，「有機」地和她的產品結合。吉賽兒是天橋上的天之驕子，當然亦會進軍服裝市場，她便以個人名稱，推出一系列內衣品牌。

有小孩子的新生活及生意業務開始穩定，她也計劃復出。消息指，所走的路線將會由以往年輕野性，轉向風韻成熟。他最近為Colcci所拍攝的春夏廣告，形象已出現轉變。她的「新裝」，有別於《Vogue》雜誌中的招牌性感樣子，她以碎花洋裝、牛仔褲、襯衫等休閒配搭大方展現成熟嫵媚的女人味。而最近為大利品牌Calzedonia所拍攝的泳裝時尚照，身材依舊火辣，說明生產小孩子後依然有本錢作多方向發展。

成功心法 個性先決

吉賽兒可謂「有樣有身材」。除了深受行內人士尊重、客戶的欣賞，也受到很多時裝設計師和創作總監的青睐。《Vogue》總編輯安娜·溫圖爾(Anna Wintour)表示，吉賽兒的成功是內外兼備。導致她成功的主因，並不是外表，而是一個突出的個性。她形容，吉賽兒成長文化背景特別，視野跨越歐亞。在她成長當中，培養出堅強、善良和樂觀的性情。這些品性，很多模特兒都會忽略。在這個只看外表的行業，很多人以為只是把自己的身材保持得好，眼神和貓步技巧高超，就能獲得成功。可是，很多人偏偏做盡上述工作，也未能獲得成功。其實，就是忽略了建立自我的個性。

她指出，模特兒界競爭激烈，不是所有人都能成功爭取工作機會。縱然，有些人天生身材惹火，但觀眾和品牌老闆的眼睛，卻是貪新鮮，很快便會看厭。看厭後，自然又會尋其他新面孔。要讓完美的軀殼歷久常新，不斷注入生命力，要訣就是建立特別個性，讓人知道她是有肉有血的模特兒。吉賽兒的見報率很高，但卻不局限於娛樂版面，性質也並非一味是和名人富商有關。吉賽兒一直熱心公益，擔任很多義務工作，出席很多公益慈善活動。此外，她亦熱心社會活動，對環境事業有承擔，熱心參與保育自然生態活動。此外，她亦很關注兒童權益，又對第三世界的扶貧活動十分支持，防禦傳染病亦十分熱心。最近全球多處發生的地震和海嘯天災，她也熱心支持，更透過名下的公司進行大額捐款。因此，便成功在公眾和媒體中建立良好的形象。除了成年人世界外，她又進入小朋友圈子。最近，她又和巴菲特等名人化身動畫主角，拍攝每集約長3至5分鐘的動畫，身體力行教導美國小孩子經濟知識。



模特兒趨專業化

模特兒其實是由英語「Model」一字音譯成為中文。模特兒的「天職」是人體展示工具，擔任潮流產品、衣飾的工作者。最初，模特兒的工作很廣泛，但隨着成衣發展一日千里，投身模特兒的人數不斷增加，便逐漸走向專業化，橫分為不同的類型。換言之，模特兒也走向專業化道路。

平常，大家最容易接觸的便是近年常見的宣傳活動模特兒，近年更成為模特兒界入行的第一步。這些模特兒負責在展場中長時間走來走去，讓觀眾從不同角度欣賞及理解其手上或身上的商品。但這些模特兒很多都是業餘性質，與專業的道路相距甚遠。而平面設計中的模特兒，也是較傳統和常見。他們其實是擔任廣告中的「大配角」。這些模特兒，以硬照方式在海報、報章雜誌、宣傳刊物中出現。人氣最盛的，便會獲邀擔任雜誌封面女郎或男郎。擔任頭版或封面的次數愈多，便代表極受歡迎程度愈高。由於是拍攝硬照，一般業界對這些模特兒要求不太高，只是軀體合適，配合廣告主題便可。很多這類的模特兒，未必受過步行或談吐訓練。若要拍攝電子媒體廣告的模特兒，便要受過一定訓練。

骨感之美 無數毒害

90年代，模特兒界出現一個古怪現象，就是要求模特兒骨瘦如柴。瘦，竟被推舉成美的標準。在此壓力之下，世界各地無數模特兒受害。在此品牌商和市民推崇的審美觀，模特兒唯有不斷做運動和節食，以保障自己的工作機會。故此，這個時代的模特兒瘦如竹竿，有些甚至因厭食症而死亡。

有調查指，有模特兒為保持骨感，數個月內只吃蔬菜，最後因營養失調及心臟病而死。有些更出現腎功有問題，20多歲便離世。06年代，西班牙馬德里時裝界有見及此，便進行一個保護模特兒生命安全的變革運動。設計師和營養師及醫生合作，要求當時所有時裝展的主辦單位，要求BMI值低於18.5的模特兒不能步上天橋。這引來全球時裝模特兒界的啟示，開始關注模特兒的權益，意大利政府甚至提供模特兒登場必須附上「健康證明」，證明她們未曾受到任何「迫害」。有關運動，南美和歐洲各國也開始響應。

模特兒工業不斷發展，水準不斷提高。當業界人士人數愈來愈多，便有人想多方法建立一個科層階級的階級制。便有人創立超級名模(Supermodel)概念。超級名模即在時尚界享有最高知名度，最受設計師及品牌歡迎的時裝模特兒。她們的高薪，多數是業界之冠。此外，另外一個指標就是她的知名度。有些設計組織計算她們被具國際級數的時裝雜誌的見報率，以及在具國際級數的時裝秀出場次數。而業界亦把全職或兼職模特兒，劃分為專業模特兒(Professional Models)及業餘模特兒(Amateur Models)。專業模特兒的定義，就是曾接受過相關訓練、簽約模特兒經理人公司。近年亞洲地區興起的嘍模，被落入業餘模特兒的定義，只屬玩票性質。可是，近年卻有娛樂公司大搞噱頭宣傳，為各人提供晉身專業模特兒或娛樂圈階梯，但卻受到專業模特兒和設計師白眼。

吉賽兒14歲時入行，當初也算是一個嘍模。按調查顯示，她2009年至2010年的總收入，高達2,500萬美元(即約1.95億港元)。她當初入行，也是靠着一些很普通的模特兒大賽，就和今天香港被專業團體厭棄的模特兒大賽相若。當初，吉賽兒只是沒有接受任何訓練，穿着單薄短睡衣便走上時裝台。故此，大家也不妨給多些機會年輕的模特兒。因為，只要透過不斷努力，建立個人個性、磨練社交和人際技巧，終有機會成為第二個吉賽兒。



吉賽兒推出自己的服飾品牌。



吉賽兒常被刊登為封面人物。