

大型体育活动事务委员会

二零一六奥林匹克运动会（奥运会）和残疾人奥运会的宣传工作 以及为「M」品牌活动建立形象

目的

本文件旨在检讨有关为「M」品牌活动建立形象至今所推行的措施，并建议更多可供考虑和在二零一六年推行的方案。

背景

2. 「M」品牌制度于二零零四年十一月设立，目的是提升香港作为亚洲体育盛事之都的形象、注入可持续发展的体育文化、增进市民的自豪感、促进社会凝聚力，以及为香港带来实质的经济效益。

3. 自「M」品牌制度设立以来，截至二零一五年为止，共有 103 项活动获颁授「M」品牌认可，当中 46 项活动更获得拨款资助。为推广「M」品牌活动，大型体育活动事务委员会（委员会）已同意并采取以下措施以提升「M」品牌的形象（见 MSEC 第 2/2013 号文件）：

- (a) 在二零一五年举行颁奖典礼，以表扬体育总会及其赞助伙伴在主办「M」品牌活动方面的贡献；
- (b) 委托香港电台制作以体育为题的电视特辑，向社会大众推广体育和介绍「M」品牌活动；
- (c) 透过「M」品牌活动的专属网站（www.mevents.org.hk）宣传有关活动。该网站最初于二零零九年推出，其后于二零一六年更新。该网站载有现届「M」品牌活动的最新信息、相片和年度活动日程，平均每月点击率约为 25 000 次。该活动网站设有超链接接达香港旅游发展局和「M」品牌活动主办机构的网

站，以吸引更多观众；

- (d) 由二零零九年起，轮流在康乐及文化事务署（康文署）场地、商场、学校、大专院校和举办「M」品牌活动场地举行巡回展览。在二零一五年，共安排 57 场巡回展览在中学和五个「M」品牌活动场地举行。这些展览有助向市民推广和传递「M」品牌活动的信息；
- (e) 在康文署小区康乐体育活动小册子的中间内页为个别「M」品牌活动刊登广告，该小册子平均每月的取阅份数超过 30 000 份；
- (f) 在民政事务局和康文署的网站内开设「M」品牌活动网页；
- (g) 制作宣传物品，包括「M」品牌日程海报和宣传单张，并透过核心赞助小组内的公司、学校、体育总会、康文署场地、民政事务处和香港体育学院分发至市民。每年在「M」品牌活动派发的宣传单张约有 16 000 份；
- (h) 要求「M」品牌活动主办机构在活动场地的当眼处以 A 字型广告板、横额、布景板和纪念场刊等形式，展示「M」品牌活动的标志，藉此为委员会宣传并对委员会给予的支持作出适当鸣谢；
- (i) 由二零一一年起，在「M」品牌活动举行前，会于本地电视台和电台播映 / 播放有关「M」品牌的政府宣传短片 / 声带，此举有助争取 / 引起市民关注即将举行的大型体育活动。在二零一五年已制作一辑新的政府宣传短片 / 声带，以便宣传新的「M」品牌活动；
- (j) 在个别「M」品牌活动举行前后，在无线电视的体育节目《体育世界》和香港电台的一个节目内报道有关活动；以及

(k) 于二零一三年推出流动应用程序，以推广和更新有关「M」品牌活动的信息，至今录得约有 1 100 人次下载使用。该流动应用程序现正进行更新以吸引更多人下载使用。

4. 除了上述的宣传措施外，委员会为延续宣传攻势，曾于第二十九次委员会会议上建议考虑制作与奥运会有关的电视节目，藉此向社会大众推广体育文化。

建议和未来路向

5. 适值奥林匹克运动会（奥运会）即将举行，我们已委托获得二零一六年里约热内卢奥运会电视播映权的电视广播有限公司，制作一系列专题节目，以提高香港市民对参与体育运动的兴趣，并让他们对香港运动员取得的成绩引以自豪。有关详情如下：

- (a) 制作和播映五集各为时 30 分钟的电视特辑（*香港英雄*）；
- (b) 制作和播映 28 集各为时一分钟的短片（*迈向里约 香港加油*）；
以及
- (c) 制作一段政府宣传短片以推广香港运动员。

由二零一六年六月六日起，该为时一分钟的短片会一连四星期，每逢星期一至五播映；而为时 30 分钟的电视特辑和政府宣传短片则会在七月开始播映。

6. 除了上文第 5 段所载的电视宣传工作，以及第 3 段所述用作宣传「M」品牌和「M」品牌活动的现行措施外，我们还建议研究可否透过以下方法，在二零一六年进一步推广「M」品牌形象：

- (a) 制作有关「M」品牌体育项目的「体育数据锦囊」推广数据，并派发予获得「M」品牌活动免费门票的市民。按照现行做法，「M」品牌活动的主办机构会预留一定数量的门票派发予非政府机构，以供市民免费观赏活动。收集受惠机构的意见

后，建议制作有关「M」品牌体育项目的「运动锦囊」，并派发予获得门票的市民，以便提高观众对个别「M」品牌活动和相关体育项目的认识与兴趣。此外，我们亦会视乎情况，把相关的推广数据上载到我们指定的网站和流动应用程序；

(b) 在巴士车身张贴广告，以增加「M」品牌活动在香港各处的曝光率；以及

(c) 在康文署辖下的康乐场地展示「M」品牌横额。

征询意见

7. 请成员备悉至今所采取的行动，并就进一步为「M」品牌建立形象的拟议措施发表意见。

大型体育活动事务委员会秘书处

二零一六年六月