

大型体育活动事务委员会

加强宣传「M」品牌和「M」品牌活动的拟议措施

目的

本文件载述有关建议进一步提升「M」品牌和「M」品牌活动形象的措施，并请成员就有关措施提供意见。

背景

2. 设立「M」品牌制度的目的，主要是提升香港作为亚洲体育盛事之都的形象，并透过私人机构和广大市民积极参与和支持，协助本港各体育总会推展可持续举办的大型体育活动。在二零一六年六月十三日第三十次大型体育活动事务委员会(事务委员会)会议上，成员建议除了推行现有的措施外，还应研究可如何进一步推广「M」品牌形象，藉此宣传「M」品牌活动。

建议

3. 我们一直推行以下措施，向市民宣传「M」品牌和「M」品牌活动：
- (a) 在小学、大专院校和举办「M」品牌活动的比赛场地举行「M」品牌巡回展览；
 - (b) 制作二零一七年「M」品牌赛程海报，并派发给核心赞助小组的成员，包括公司、学校、体育总会、康乐及文化事务署(康文署)场地、民政事务处和香港体育学院；
 - (c) 在「M」品牌活动举行前，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；
 - (d) 更新个别「M」品牌活动的数据，并上载至「M」品牌的网站和流动应用程序；以及

(e) 在「M」品牌活动举行前后，于无线电视翡翠台的《体育世界》和香港电台的电台节目内报道有关活动。

4. 除了上文第三段刊载持续推行的措施外，我们亦建议在二零一七年落实以下的新措施：

(a) 体育资料锦囊

制作体育资料锦囊的目的，是提高观众(尤其是从非政府机构获得免费门票的观众)对个别「M」品牌活动和相关体育项目的认识与兴趣。锦囊的内容涵盖赛事规则、有关个别体育项目的有趣知识和练习要诀、将参与或已经参与「M」品牌活动的个别本地运动员简介等。这些数据将以生动易读的形式推出，以增加观众对锦囊的兴趣。我们建议委聘一名本地的艺术家负责设计相关的数据，以便派发给观众，并因应情况把数据上载到我们的网站和流动应用程序；

(b) 在巴士车身张贴广告

我们提议在巴士上张贴广告，以增加「M」品牌活动在香港各处的曝光率。为增加广告的吸引力，分开不同阶段推出相关广告会更理想。我们会于每个阶段宣传约三至四个「M」品牌活动，而每个阶段为时一至两个月；

(c) 与多媒体合作

我们曾制作电视节目和政府宣传短片 / 声带，以支持香港运动员参与二零一六年里约热内卢奥林匹克运动会和残疾人奥林匹克运动会。市民对有关节目和短片 / 声带反应良好。为延续这个势头，我们会继续透过其他多媒体途径(例如网上体育媒体「体路」或「路讯通」)，为将参与「M」品牌活动的本地运动员进行宣传；

(d) 巨型挂墙横额

在康文署辖下 18 区的康乐场地展示「M」品牌宣传横额，并在康文署康乐与文化场地的外墙悬挂巨型横额；以及

(e) 政府宣传短片 / 声带

现时所用的政府宣传短片 / 声带属二零一五年版本,内容已尽可能包括大多数可持续举办的「M」品牌活动。然而,在制作过程中,有些活动包括浪琴表香港马术大师赛(马术赛事)和建行(亚洲)香港国际龙舟邀请赛尚未确定是否申请「M」品牌认可,因此这两项活动均未包括在内,而国际单车联盟世界杯场地单车赛则是二零一六年新加的「M」品牌活动。为此,政府宣传短片 / 声带宜更新内容,以涵盖现时「M」品牌活动名单上的体育项目。

5. 请成员考虑上文第四段建议的措施。我们亦建议,为取得理想的效果,事务委员会辖下的咨询委员会宜负责规划和监督有关措施的推行工作,以便进一步提升「M」品牌的形象。

征询意见

6. 请成员考虑上述建议的措施,并给予原则上支持以便进一步提升「M」品牌和「M」品牌活动的形象,并准许咨询委员会负责规划和监督有关推行拟议措施的工作。

大型体育活动事务委员会秘书处
二零一六年十一月