

## 大型体育活动事务委员会

### 二零一四至一五年度 为非政府机构提供「M」品牌活动门票

#### 目的

本文件旨在汇报为非政府机构提供「M」品牌活动门票的相关事宜，以供成员参考。

#### 背景

2. 「M」品牌制度的目的之一，是注入可持续发展的体育文化、培养市民的自豪感和促进社会凝聚力。由二零零九年起，我们为提升市民的参与程度，并为市民带来社会效益，一直鼓励商界和「M」品牌活动主办机构向弱势社羣人士赞助免费门票，以便他们可观赏大型体育活动。

#### 派发门票

3. 现时，「M」品牌活动所有主办机构均预留部分门票，免费派发予弱势社羣人士以供观赏活动。这些门票或由赞助商支付，或以赠券形式发出。如主办机构提出要求，秘书处会征询社会福利署(社署)的意见，协助主办机构派发有关门票。我们亦会向社署查询可供派发门票的目标社羣，以便主办机构安排派发门票。「M」品牌制度并无规定要派发的门票数目(下限或上限)。

4. 赞助商和活动主办机构一向鼎力支持这项措施。这项措施自二零零九年推出以来，透过不同渠道已派发给参加者对象的「M」品牌活动门票约有 35 400 张。这个数字并不包括主办机构及 / 或其赞助商可能派发的任何其他免费门票。

5. 在二零一四至一五年度举办的 13 个「M」品牌活动中，部分活动可于室外地方或路旁免费观赏(即香港国际龙舟邀请赛、维港泳和香港马拉松)；部分活动的初赛则是免费入场(例如香港公开羽毛球锦标赛、世界壁球资深精英锦标赛 – 香港、香港网球公开赛、青少年保龄球锦标赛和香港壁球公开赛)。七个活动共派发超过 5 000 张门票(平均每个活动派发逾 740 张门票)予 88 间非政府机构，门票面额总值 593,520 元。

6. 秘书处会收集受惠机构的意见，以衡量措施的成效。获民政事务局派发免费门票的非政府机构须于观赏「M」品牌活动后，填写活动后评估表格，所得意见会转交主办机构参考。

7. 大致来说，上述措施甚受非政府机构和参加者欢迎。大多数参加者均认为活动非常精彩和吸引。我们至今收到的意见 / 建议包括：

- (a) 提早向非政府机构派发门票；
- (b) 为参加者安排交通服务；
- (c) 向非政府机构派发有关活动的海报，以供内部宣传之用；
- (d) 向参加者提供有关体育项目的规则等数据，以助他们观赏赛事；
- (e) 安排较接近比赛区的座位；以及
- (f) 倘有关活动横跨用膳时段，向参加者提供茶点。

8. 上述部分意见（如安排交通和提供茶点）会增加活动的所需人手和财政资源，我们认为不应就此为主办机构及其赞助商带来不必要的负担。由于每个活动的性质和形式不尽相同，我们认为宜交由个别主办机构自行为这羣观众安排，作为他们鼓励小区参与活动的工作之一。

## 未来路向

9. 由于越来越多主办机构及其赞助商均自行采取类似的做法，我们会开始透过主办机构同时向透过他们获赠门票的非政府机构收集意见。我们亦会检讨「M」品牌网站的内容，以便设置专页以推广这项措施，并让非政府机构可联络我们从而获得观赏「M」品牌活动的机会。此外，我们现正考虑在网站内加入有关「M」品牌体育项目的基本数据和有趣知识。我们相信，这些措施会有助进一步推广「M」品牌的形象和「M」品牌的活动，并在小区层面推广有关的体育项目。

10. 秘书处会继续与「M」品牌活动的主办机构及商界(尤其是核心赞助小组内的商业公司)合作，并鼓励这些机构赞助更多免费门票，

让弱势社羣人士能观赏大型体育活动，以便为「M」品牌活动争取更多市民支持。此外，我们亦正考虑让非政府机构透过「M」品牌活动在小区推广体育运动，例如为参加者对象安排介绍体育运动的活劢。

## 征询意见

11. 请委员备悉上述的进度报告。

大型体育活动事务委员会秘书处  
二零一五年十二月