

## 香港理工大學就大型體育活動經濟效益研究提出的建議摘要

“M” 品牌 活動 項目	二零零六年國泰航空／瑞士信貸 香港國際七人欖球賽 (31/3/06 – 2/4/06)	二零零五瑞銀香港高爾夫球公開賽 (1/12/05 – 4/12/05)	二〇〇五國泰航空瑞士信貸尊貴 理財世界壁球錦標賽 (27/11/05 – 4/12/05)
海外市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 約三分之一的參與者來自海外</li> <li>➢ 海外市場尚算強大</li> <li>➢ 約一半的海外參與者表示訪港的主要原因是參與是項活動</li> <li>➢ 最少一半的參與者觀看了三天的所有賽事</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 非常值得在海外宣傳方面多花金錢(和功夫)</li> <li>2. 應按照策略制訂贊助商與本地受益機構之間的合作推廣計劃</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 稍為少於四分之一的參與者來自海外</li> <li>➢ 未能吸引強大的海外市場</li> <li>➢ 稍為少於四分之一的參與者表示訪港的主要原因是參與是項活動</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 值得在海外宣傳方面多花金錢(和功夫)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 海外居民的參與比率最低(約16%)</li> <li>➢ 海外市場疲弱</li> <li>➢ 約一半的海外參與者表示訪港的主要原因是參與是項活動</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 值得在海外宣傳方面多花金錢(和功夫)</li> </ol>

<p>“M” 品牌 活動 項目</p>	<p>二零零六年國泰航空／瑞士信貸 香港國際七人欖球賽 (31/3/06 – 2/4/06)</p>	<p>二零零五瑞銀香港高爾夫球公開賽 (1/12/05 – 4/12/05)</p>	<p>二〇〇五國泰航空瑞士信貸尊貴 理財世界壁球錦標賽 (27/11/05 – 4/12/05)</p>
<p>旅程特徵</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 每名參與者平均有 10 名其他人士陪同來港</li> <li>➢ 留港時間：7.5 天</li> <li>➢ 大部分參與者自行購買了門票，顯示他們對賽事甚感興趣</li> <li>➢ 對乘坐國泰和港龍航機的意欲不大</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 參與者在賽事完結後以遊客身分，花費較多金錢在酒店住宿、膳食、娛樂、交通和購物等方面</li> <li>2. 需要策劃賽後活動，例如賽後的本地旅遊團、體育活動、觀光及/或郊遊活動、遠足、購物等</li> <li>3. 可安排更多具吸引力的旅遊套餐(包括賽事門票加機票及酒店住宿)，以推廣可供選擇的亞洲航空公司</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 每名參與者平均有 3 名其他人士陪同來港</li> <li>➢ 留港時間：10 天</li> <li>➢ 大部分參與者自行購買了門票，顯示他們對賽事甚感興趣</li> <li>➢ 對乘坐國泰和港龍航機的意欲不大</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <p>與有關香港國際七人欖球賽的建議相同</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 每名參與者平均有 3 名其他人士陪同來港</li> <li>➢ 留港時間：7.4 天</li> <li>➢ 大部分參與者自行購買了門票，顯示他們對賽事甚感興趣</li> <li>➢ 對乘坐國泰和港龍航機的意欲不大</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <p>與有關香港國際七人欖球賽的建議相同</p>

<p>“M” 品牌 活動 項目</p>	<p>二零零六年國泰航空／瑞士信貸 香港國際七人欖球賽 (31/3/06 – 2/4/06)</p>	<p>二零零五瑞銀香港高爾夫球公開賽 (1/12/05 – 4/12/05)</p>	<p>二〇〇五國泰航空瑞士信貸尊貴 理財世界壁球錦標賽 (27/11/05 – 4/12/05)</p>
<p>直接開支 (例如飲食、賽事 節目、商品、紀 念品等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 約九成參與者在飲食方面平均花費 653 元</li> <li>➢ 男性參與者的消費額較女性參與者的消費額為高(例如啤酒和快餐等)</li> <li>➢ 至於其他直接開支，外國旅客的消費額較本地居民的消費額為高，而非亞裔外國人的消費額較亞裔外國人的消費額為高</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 應更注重飲食服務，以盡量增加收入</li> <li>2. 應出售更多元化的食品/飲料及更具吸引力的紀念藏品</li> <li>3. 須對旅客的喜好進行更詳細的研究</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 在飲食方面平均只花費 154 元</li> <li>➢ 至於其他直接開支，外國旅客的消費額較本地居民的消費額為高</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 須提高參與者的飲食意欲</li> <li>2. 應出售更多元化的食品/飲料及更具吸引力的紀念藏品</li> <li>3. 須對旅客的喜好進行更詳細的研究</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 飲食方面沒有帶來任何收入</li> <li>➢ 至於其他直接開支，本地參與者的消費與海外參與者的消費相差不大</li> <li>➢ 在購買紀念品和其他商品方面平均花費約 160 元</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 須在本地和海外進行推廣和產品開發工作</li> <li>2. 須提高參與者購買紀念品和其他商品的意欲</li> </ol>

<p>“M” 品牌 活動 項目</p>	<p>二零零六年國泰航空／瑞士信貸 香港國際七人欖球賽 (31/3/06 – 2/4/06)</p>	<p>二零零五瑞銀香港高爾夫球公開賽 (1/12/05 – 4/12/05)</p>	<p>二〇〇五國泰航空瑞士信貸尊貴 理財世界壁球錦標賽 (27/11/05 – 4/12/05)</p>
<p>非直接開支 (所有與旅遊有 關的開支，例如 旅遊套餐、酒店 住宿、購物和娛 樂的開支)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 男性和女性的消費額大致相同</li> <li>➢ 年輕組別(24-29 歲)屬高消費組別</li> <li>➢ 最多花費在“娛樂”方面</li> </ul> <p>建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 應致力提供更多元化的“娛樂”</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 女性消費遠高於男性</li> <li>➢ 最多花費在“購物”方面</li> </ul> <p>建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 很值得策劃賽事後的購物活動</li> <li>2. 贊助商應與合適的機構和旅遊當局緊密合作，務求發揮最大效益</li> </ol>	<p>與香港高爾夫球公開賽的情況相同</p>
<p>觀眾主要來源</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 英國及新西蘭</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 美國及加拿大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 澳洲及英國</li> <li>➢ 其次是馬來西亞及日本</li> </ul>

<p>“M” 品牌 活動 項目</p>	<p>二零零六年國泰航空／瑞士信貸 香港國際七人欖球賽 (31/3/06 – 2/4/06)</p>	<p>二零零五瑞銀香港高爾夫球公開賽 (1/12/05 – 4/12/05)</p>	<p>二〇〇五國泰航空瑞士信貸尊貴 理財世界壁球錦標賽 (27/11/05 – 4/12/05)</p>
<p>高消費組別</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 沒有子女的已婚人士</li> <li>➢ 中年人士(戰後生育高峰期初出生的人)</li> <li>➢ 持大學學位者</li> <li>➢ 專業人士或高級管理人員</li> <li>➢ 高收入組別人士</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 更集中以上述類別人士為推廣對象</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 沒有子女的已婚人士</li> <li>➢ 戰後生育高峰期出生的人(就年齡而言)</li> <li>➢ 自僱人士</li> <li>➢ 整體上，退休人士和家庭主婦的消費最多</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 更集中以上述類別人士為推廣對象</li> <li>2. 值得花更多金錢和功夫進行推廣及策劃，務求設計和提供適合上述對象的高檔市場接待產品及服務</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 沒有子女的已婚人士</li> <li>➢ 中年人士(42-47 歲)</li> <li>➢ 個人每月收入超過 70,000 元的高收入人士</li> </ul> <p><u>建議：</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 更集中以上述類別人士為推廣對象</li> </ol>