



香港童軍115周年

總會首度亮相維多利亞公園年宵市場，於2月11至17日成功舉辦了「童運亨通」丙午馬年年宵。

文 青年事務諮議會主席 潘韋翰、
青年事務諮議會委員 趙朗謙



「童運亨通」丙午年年宵

年宵理念

年宵攤位取名「童運亨通」，四個字結合了「童軍」與中國人的新春祝願，寓意童軍運動在新一年繼續蓬勃發展，並祝願社會大眾納福迎祥、萬事順遂。適逢今年正是香港童軍115周年的重要里程碑，年宵攤位便巧妙地將周年慶典、社區參與及節慶文化緊密地連結起來。是次活動由青年事務諮議會策劃及統籌，核心理念是不再停留於以往的單向宣傳方式，而是致力提升童軍的社會知名度、增加大眾認識童軍運動、建立積極的品牌形象，並銷售富童軍特色的產品與紀念品。透過這種可參與、可接觸、可分享的節慶體驗，讓市民能在輕鬆歡樂的情境中，深刻地體會童軍的教育理念與社會角色。

展示童軍嶄新形象

是次年宵的一大特色，在於全方位展示了總會嶄新而富時代感的形象。過往不少市民對童軍的認識，多局限於制服、步操、露營及紀律訓練等傳統印象。然而透過這次活動，童軍以美輪美奐的攤位佈置、春節主題產品、社交媒體互動及生活化的表達方式，呈現出年輕、活力、潮流且有創意的一面。

新形象以符合當代社會環境的方式，將童軍精神重新包裝，向現今世代各年齡層的人士傳遞童軍的核心價值。是次活動強調青少年發展、社區參與及多元活動，讓市民明白童軍運動不單是課外活動或制服團隊，而是一個重視全人發展、責任感、團隊合作、領導才能與服務精神的優質教育平台。

一連六日的年宵現場

「童運亨通」丙午馬年年宵於2月11日在維園正式開鑼，活動初期已吸引了大批童軍成員、家長及普羅大眾到攤位「打卡」和購買紀念品，現場非常熱鬧。隨後數天，攤位人流持續旺盛，攤位前面常常擁擠得水泄不通。不少人留意到社交媒體的宣傳，專程前來選購限量產品，顯出活動的吸引力。

到了年宵市集的最後一天，攤位更配合維園年宵大除夕通宵營業的習慣，通宵開放，讓市民在吃過團年飯後，一邊逛年宵市集，一邊迎春接福。在濃厚的節慶氣氛下，童軍攤位成為一個完美結合新春祝福、特色商品與青年發展理念的耀眼據點。



產品設計與節慶特色

是次年宵推出的產品種類多元化，整體設計富濃厚的賀年色彩，並結合了童軍符號與香港文化元素。精美且獨特的賀年紀念品包括：意頭十足的「馬年公仔」、盡顯現代感的「馬年透明御守」、滿載祝福的「福字布章揮春」以及極具紀念價值的「年宵紀念套摺」；童軍特色潮流產品包括：實用與時尚兼備的「菲林相機」、蘊含童軍經典元素的「森林故事掛飾首盒」、活潑吸睛的「小狼帽」和充滿集體回憶的「小巴牌鑰匙扣」。



展板與理念介紹

是次年宵透過展板向公眾傳達童軍的核心焦點：童軍不僅向本港市民提供優質的戶外活動，更重視品格建立、紀律培養、群體生活、領導能力和服務社會的精神，以及面對挑戰時的應變力與迎難而上的毅力。攤位透過精心設計的展板介紹童軍運動、青少年發展及多元活動，向公眾介紹童軍的理念與實踐內容。

展板更進一步說明了各支部的訓練特色，讓公眾理解童軍在培育青少年方面的系統性及持續性，從而提升他們的認同與興趣。呼應產品設計理念，展板也特別介紹了「森林故事」，將童軍重視戶外學習、觀察自然、培養同理心與團隊合作的精神，以生動活潑、極具親和力的方式呈現給公眾。



從做中學 — 實踐青年領導

是次年宵活動的統籌團隊全部由26歲以下的青年成員組成，由前期策劃、產品設計以至日常營運，都由他們一手包辦。團隊中除了來自青年事務諮議會的成員外，亦透過社交媒體進行公開招募，吸引了30多位青少年成員加入團隊。在面對年宵市場的大量人流和緊湊節奏時，這群青少年展現「準備」的童軍精神的同時，獲得管理和策劃大型活動的寶貴經驗，並在成年成員的引導下體現青少年參與決策的理念。

在此特別感謝香港總監黎偉生、副香港總監（活動與訓練）陳勇、青年事務諮議會督導總監黃煒堂、青少年活動總監陳狄安、青少年活動委員會主席方奕展，以及一眾鼎力支持的總監及專業領袖，有他們的信任及支援，是次年宵活動才能順利舉行及圓滿完成。



社交媒體互動與宣傳

除了年宵現場的熱鬧氣氛外，社交媒體亦是「童運亨通」宣傳策略中不可或缺的重要環節。籌備前期已開始發布活動資訊、主題海報及宣傳短片進行推廣；年宵期間，除了即時更新限時動態，每天分享精華短片外，更積極鼓勵現場參觀人士發布帖文及限時動態並標註總會專頁，最後在踏入大年初一的一刻向全港童軍送上祝福。

攤位特別設有拍照打卡區，並配合專屬的「IG Story Filter」及「Add Yours」互動功能，吸引大量參觀人士拍照分享並標註「@hkscouting」。此外，在活動中亦向公眾宣傳總會的社交媒體，成功將線下的人流轉化為線上的持續關注者，擴展了本活動宣傳童軍運動的長遠效益。



總結

「童運亨通」丙午馬年年宵攤位活動的創意、節慶氣氛與宣傳效果兼備，期望透過是次精心設計的展板、特色產品、熱門的「打卡」互動和線上線下的宣傳，藉着維園年宵市集的曝光率，能夠生動地介紹童軍運動的理念、支部的訓練及多元活動，並向公眾呈現嶄新的童軍形象。