

# 我国体育彩票发展现状及对策

曾雯彬<sup>1</sup>, 孙 杨<sup>2</sup>, 孙东辉<sup>3</sup>

**摘要:** 主要采用文献资料法、逻辑分析法、专家访谈法, 从管理体制、玩法现状、销售渠道等方面阐述了我国体育彩票发展的现状, 分析当前存在的主要问题, 提出我国体育彩票的发展对策, 并对未来的发展趋势进行展望。

**关键词:** 体育彩票; 产品; 销售渠道; 现状; 发展趋势

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2012)03-0014-04

Status Quo of the Sports Lottery in China

ZENG Wen-bin<sup>1</sup>, SUN Yang<sup>2</sup>, SUN Dong-hui<sup>3</sup>

(Shanghai City Sports Lottery Management Center, Shanghai 200040, China)

**Abstract:** By the ways of literature study, logic analysis and expert interview, the paper discusses the status quo of the sports development in China from the aspects of management system, play status and sales channel. It analyzes the major existing problems, suggests the ways for the development of the sports lottery in China and predicts the future development trend.

**Key words:** sports lottery; product; sales channel; status; development trend

自 1994 年 3 月 11 日, 国务院批准原国家体委在全国范围内发行体育彩票至今, 体育彩票事业经过 18 年的风雨历程。伴随着《彩票管理条例》及《彩票管理条例实施细则》的颁布实施, 我国体育彩票事业已经进入了法制化、规范化发展的新时期。

但随着我国经济社会的发展, 养老、医疗、社会救济等国家公益事业和体育事业对资金的需求量越来越大, 体育彩票筹集公益金规模相对不足。同时, 体育彩票事业发展还面临产品结构不合理, 游戏竞争力尚待增强, 销售渠道结构单一, 网点质量参差不齐, 地区之间、城乡之间发展尚不平衡, 承担社会责任能力不强等问题。认真研究和解决这些问题, 是保证彩票业健康发展的关键。

## 1 研究方法

### 1.1 文献资料法

阅读大量关于体育彩票的国内外文献资料、著作、期刊, 仔细分析了包括世界彩票组织网站、中国体彩网、各省(区、市)体彩官方网站、《中国体彩》杂志在内的多家权威媒体的史实报道十余篇, 并对体育彩票的相关研究成果和调研报告进行综合分析。

### 1.2 逻辑分析法

通过相关资料与文献, 有序整理出体育彩票在我国的发展概况及其发展历史, 找出目前制约体育彩票事业进一步发展的症结所在。在我国体育彩票目前发展的大环境下, 概括、总结和归纳出未来我国体育彩票的发展趋势。

### 1.3 专家访谈法

通过对体育彩票销售机构工作人员、长期从事体育彩票

研究的专家学者进行针对性访谈, 了解他们对当前体育彩票市场发展现状及未来发展趋势的分析。

## 2 我国体育彩票发展现状

### 2.1 我国体育彩票的管理体制

#### 2.1.1 体育彩票的管理机构与职责

由国务院批准, 并于 2009 年 7 月 1 日起施行的《彩票管理条例》明文规定: 国务院特许发行体育彩票。未经国务院特许, 禁止发行其他彩票。禁止在中华人民共和国境内发行、销售境外彩票。国务院财政部门负责全国的彩票监督管理工作。国务院体育行政部门负责全国的体育彩票管理工作。省、自治区、直辖市人民政府财政部门负责本行政区域的彩票监督管理工作。省、自治区、直辖市人民政府体育行政部门负责本行政区域的体育彩票管理工作。县级以上各级人民政府公安机关和县级以上工商行政管理机关, 在各自的职责范围内, 依法查处非法彩票, 维护彩票市场秩序。

#### 2.1.2 公益金管理与使用

彩票的资金由 3 个部分组成——返奖奖金、公益金和发行费。不同国家和地区发行的彩票, 且不同彩票品种间, 3 个部分资金的组成情况并不相同。

根据法律法规规定, 彩票公益金只能用于体育、福利、教育和社会保障等经国务院批准的非社会营利性社会公益事业。法律同时规定, 财政部和地方各级财政部门是公益金管理的行政职能部门, 负责对全国公益金的管理和监督检查。国家体育总局是体育彩票公益金的行政职能部门, 会同财政部门负责安排体育彩票公益金的管理、分配、使用和监督检查。

收稿日期: 2012-04-20

第一作者简介: 曾雯彬, 女, 硕士研究生, 主要研究方向: 体育产业经营与管理、体育博彩研究。

作者单位: 1. 上海市体育彩票管理中心, 上海 200040; 2. 中央财经大学体育经济与管理学院, 北京 102206; 3. 吉林大学体育学院, 吉林 130000



“十一五”期间(2006-2010年), 体育彩票共发行销售2 412亿元, 占1994-2010年发行销售总量的66%, 销售规模从2006年的323亿元增加至2010年的680亿元, 年平均增长率达27%, 累计筹集公益金720亿元, 占1994-2010年筹集公益金总量的64%, 广泛用于补充社会保障基金、青少年学生校外活动场所、红十字会人道主义救助事业等, 积极配合全民健身运动的开展, 全力资助北京奥运会、广州亚运会等大型国际体育赛事的举办, 为国家公益事业和体育事业的发展发挥了积极作用。

### 2.2 我国体育彩票的玩法现状

按照彩票游戏机理和特征划分的彩票游戏类型, 包括乐透型、数字型、竞猜型、传统型、即开型、视频型、基诺型、混合型等。但从我国体育彩票发行及销售机构一般销量统计或日常引用中看, 我国更倾向于将体育彩票种类分成三大块, 即竞猜型、乐透型、即开型, 这3种玩法并称为体彩玩法的“三驾马车”(见图1)。

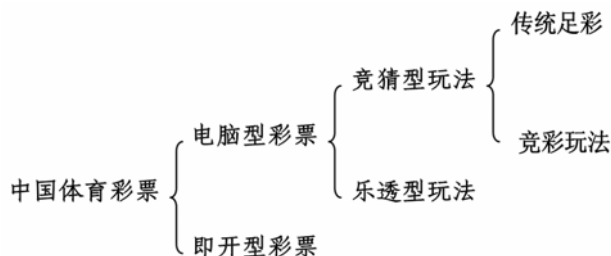


图1 我国体育彩票种类

Figure 1 Categories of the Sports Lottery in China

#### 2.2.1 竞猜型

竞猜型彩票是以体育运动竞赛的结果为竞猜对象的一种彩票, 最普遍的是足球彩票。

##### 2.2.1.1 竞猜型体育彩票现有玩法

我国于2001年10月22日正式推出了全国统一奖池的足球彩票。2009年5月1日推出了以单场比赛为竞猜对象的“竞彩”, 竞猜对象为足球和篮球(见图2)。

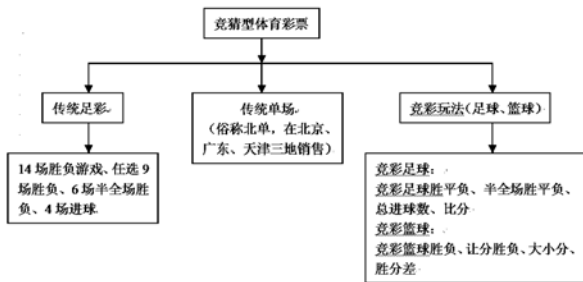


图2 我国竞猜型体育彩票种类

Figure 2 Categories of the Guess Games of the Sports Lottery in China

##### 2.2.1.2 竞猜型体育彩票销量现状

2011年, 全国共销售竞猜型彩票218.05亿元, 占总量的23.2%。其中, 竞彩销售123.96亿元; 传统足彩销售65.49亿元; 传统单场销售28.60亿元。

自竞彩上市后, 竞猜型彩票的总量在不断扩大, 同时

也面临着游戏的结构性调整。从整体销售趋势看, 竞彩已于2011年首次成为竞猜型彩票年度销量最高的产品, 而且销量几乎达到传统足彩的2倍, 成为竞猜型彩票的支柱产品。但由于传统足彩中14场胜负游戏在规则和奖金设置与竞彩返奖游戏存在一定的差异, 因此, 该玩法仍然有着较为稳定的彩民群体。

但竞猜型玩法销量受赛事的制约较大, 一旦主流赛事进入休歇期和NBA进入赛事较少的季后赛阶段, 竞猜型销量将会出现明显下降。因此, 进一步挖掘赛事资源、提高返奖、引入固定频率等手段将有利于竞猜型玩法的长远发展。

#### 2.2.2 乐透型

乐透型彩票是彩民自行选号, 通常在—组数域(25个至100个号码)中, 选出若干个号码, 奖金依所选号码中的多少分成奖级。乐透型彩票各奖级的奖金分配通常按事先设定的百分比进行, 但低奖级的奖金通常是固定的数额。

而这里所提到乐透型彩票, 是体彩机构在一般销量统计或日常引用中特指的广义的乐透型彩票, 即涵盖传统意义上的乐透型、数字型及混合型彩票。

##### 2.2.2.1 乐透型体育彩票现有玩法

我国于2007年5月28日正式推出了体育彩票大盘乐透玩法——“超级大乐透”。2009年山东推出混合型高频玩法——“十一运夺金”, 极具市场竞争力, 并于日后推广至全国(见图3)。

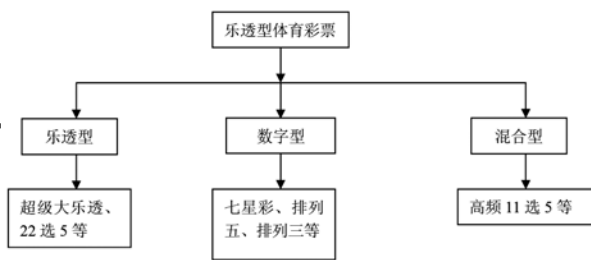


图3 我国乐透型体育彩票种类

Figure 3 Categories of the Lotto Games of the Sports Lottery in China

##### 2.2.2.2 乐透型体育彩票销量现状

从2011年全国体彩销售情况看, 乐透型体育彩票共计销售520.18亿元, 占总量的55.5%。这其中增长速度最快的玩法为超级大乐透及高频游戏。

高频玩法2011年共计销售197.22亿元, 是体育彩票中销量第一的游戏产品。超级大乐透销量为140.56亿元, 为销量第二的单一游戏。除此之外, 其他乐透型玩法销量或增长乏力, 或出现不同程度下滑。

因此, 乐透型彩票的未来发展仍然要做好重点玩法的营销推广工作, 并不断地推陈出新, 提升体彩高频游戏的市场竞争力, 例如提高返奖率、挖掘品牌内涵等。

#### 2.2.3 即开型

即开型彩票亦称“即开即兑型彩票”, 即购彩者在一个销售点上一次完成购票和兑奖全过程的一种彩票。即开型彩票上一般印有固定的号码或图案, 当刮开或撕开后才能知晓彩票的号码或图案。随着即开型彩票玩法的不断更新, 即开型彩票形成了现行的揭开式、撕开式和刮开式。

## 2.2.3.1 即开型体育彩票现有玩法(见图4)



图4 我国即开型体育彩票种类

Figure 4 Categories of the Instant Ticket Games of the Sports Lottery in China

## 2.2.3.2 即开型体育彩票销量现状

从2011年全国体彩销售情况看,即开型体育彩票共计销售199.62亿元,占总量的21.3%。自2008年,“顶呱刮”即开型体育彩票上市至今,销量逐年递增,但不可忽视的是即开型体育彩票面临着越来越激烈的市场竞争。因此,在推出新票、拓展渠道、完善主题、细分市场、提升内涵等方面要确保措施得力、效果到位。

## 2.3 我国体育彩票的渠道建设

“十一五”期间,中国体育彩票在线电脑终端机数量从2006年的6.5万台增加至2010年的11.5万台,各类即开票销售网点数量达到11.8万个,“竞彩”店1.1万家。但网点质量仍然参差不齐,并存在着专业化、标准化水平不高的现状。

## 2.3.1 实体渠道质量参差不齐

目前,实体销售渠道仍是体育彩票发行销售的主要渠道,并逐步形成市、县、乡、村全面覆盖的实体销售网络。从上海体彩网点实际情况看,新增竞彩标准店与20世纪90年代末开设的传统网点间,在软硬件设施方面存在着极大差别。从2011年底上海市部分区县上报的销售点星级管理情况看,传统销售大区浦东新区共计拥有四星级网点21家、三星级网点42家、二星级网点232家、一星级网点33家;闵行区共计拥有五星级网点10家、四星级网点13家、三星级网点39家、二星级网点116家、一星级网点3家。从这一数字可以说明,体育彩票实体渠道质量差别较大。

## 2.3.2 非实体渠道开发仍空白

由国务院批准,并于2012年3月1日正式实施的《彩票管理条例实施细则》明文规定:“未经彩票发行机构、彩票销售机构委托,擅自销售的福利彩票、体育彩票为非法彩票的一种。”

又由于国家体育总局体育彩票管理中心从未委托任何机构利用互联网、手机等渠道销售体育彩票,因此,我国体育彩票的非实体销售渠道仍然为空白。但随着通信技术、资金保障平台的日益成熟,体育彩票非实体渠道必将会应运而生。

## 3 当前体育彩票工作中的主要问题

## 3.1 地方管理体制、运行机制和市场的矛盾还有待进一步化解

地方管理体制、运行机制与市场之间的矛盾在局部地区

已经开始阻碍体育彩票事业的发展。在国家主导建设公共服务型政府的大背景下,体育彩票机构工作执行过程中表现出的事业单位机关化倾向已在很多程度上制约体彩事业的发展,其中内部机构设置、人才引进、激励机制、考核评价、发行费分配等都尚不能体现市场化特征,针对体育彩票各种玩法的组织机构及岗位职责还有待细化。

## 3.2 体育彩票发展区域不均衡,市场基础仍然薄弱

2011年,全国体育彩票销量达到937.85亿元,创历年新高。比上年同期的694.46亿元增加243.39亿元,增长35%,全年市场份额为42.3%。

但从各省(区、市)销量情况看,传统销售大省江苏、山东、广东与内陆欠发达地区的彩票销量差距越来越大。排除体彩新鲜力量——竞彩玩法、高频玩法,体彩其他传统玩法的销量增幅并不明显,这也暴露出了体育彩票市场的基础还相当薄弱。因此,体彩机构要在集中精力做好竞彩、高频玩法培育的同时,高度警惕和关注传统玩法,适时做好这类玩法的渠道建设及营销推广。

## 3.3 渠道结构性升级步伐较慢,渠道管理存在诸多漏洞

一些省级体彩机构的电脑型体育彩票实体渠道拓展工作仍然没有实质性突破,县域、乡村体彩市场尚未完全建立。另一方面,开辟行业网点的工作虽取得了一定的成效,但在管理中还存在很多新问题。

同时,手机、电话、数字电视、互联网等新型非实体渠道的拓展,还需要做大量的基础性工作。以低端彩民为主的购买结构还没有明显改变,市场不稳定因素仍然存在。

## 3.4 体育彩票的软实力建设依然薄弱

从体育彩票机构履行社会责任角度看,体育彩票业不仅应该创造利润,对体育行业的创收负责,还要承担对彩民、管理者、销售员、网点责任人、彩民家庭等利益主体的社会责任,包括销售安全、公益金监管、保护彩民的合法权益、提供优质的产品和服务、遵守行业道德等。体育彩票发行机构目前已认识到履行社会责任的重要意义,相关制度和机构亟待建成。

从体彩品牌文化建设看,近年来,体育彩票秉持“公开、公平、公正”和“取之于民、用之于民”的原则,各级体彩机构开展了一系列品牌推广活动和公益宣传活动,强调“公益、健康、快乐”的主题,公益品牌形象得到一定程度提升,但从一些科研机构的调查结果来看,群众对体彩的认知度和美誉度仍然偏低,体彩的软实力仍待加强。

## 4 促进我国体育彩票事业发展的对策

## 4.1 严格实施体育彩票法律制度,创新市场手段

2009年《彩票管理条例》及2012年《彩票管理条例实施细则》的颁布实施,进一步规范了各级财政部门、体育行政部门、体彩机构的工作。与此同时,各级体育彩票发行、监管及销售机构要切实履行法律法规,提高对体育彩票公益性的认识,增强抵制私彩的自觉性,为体育彩票市场的稳定和发展营造环境。

以市场为导向,在机构设置、人才引进、激励机制、考核评价、发行费分配上大胆革新,兼顾安全发展的大前



提, 创新工作手段和方法。

#### 4.2 完善和开发一批体育彩票种类

优化游戏产品结构, 形成以竞猜型为主体, 乐透型和即开型为支撑, 全国性、区域性和地方性游戏互为补充的产品体系。

发展竞猜型产品, 打造体育彩票品种的核心优势, 突出“竞彩”大品牌的主体地位, 丰富游戏规则, 逐步将竞猜对象由足球、篮球拓展至其他重大体育赛事; 优化乐透型产品结构, 打造大乐透、高频开奖游戏两个明星产品品牌, 并开发具有竞争力的中盘乐透型玩法; 保持即开型产品的领先地位, 确保市场竞争优势, 实施差异化市场投放策略, 拓展行业渠道, 创新营销宣传方式。

#### 4.3 继续加强实体销售渠道建设

形成市、县、乡、村全面覆盖的实体销售网络, 竞猜型产品销售网点、乐透型产品销售网点、即开型产品销售网点的数量和质量要满足体彩事业不断发展的需求, 并加强销售网点的标准化经营和专业化服务。探索发展销售大厅、自助终端等新型实体销售渠道, 开拓实体销售渠道的市场领域。

#### 4.4 推进电话、互联网等非实体销售方式

在确保投注账户、资金账户、交易数据、对外合作、技术系统等安全可靠、职责明确的前提下, 实现电话、互联网非实体销售, 探索互动电话等销售方式。在不同的非实体

销售渠道下, 稳步推出新游戏, 拓广在线游戏市场空间, 满足中高收入人群购买体育彩票的需求。发挥非实体销售渠道成本低、覆盖面广的宣传优势, 通过提供高效、便捷、专业的服务, 扩大体育彩票的品牌影响力, 增加非实体销售渠道对体育彩票的市场贡献。

#### 4.5 不断夯实体育彩票市场发展软实力

加强体彩文化建设, 提升体彩软实力。开展问题彩民救助、公益形象宣传, 弘扬体彩精神, 拓展文化传播渠道, 开展丰富多彩的文化活动、公益活动。

利用重大体育赛事资源, 结合体育彩票公益金在社会保障基金、残疾人事业等方面的突出贡献, 强化国家彩票的公益属性。完善彩民服务热线、问题彩民救助机制等, 培育理性的购彩文化, 更多地、主动地承担社会责任, 不断提升体育彩票的公信力。

#### 参考文献:

- [1] 李海. 体育博彩概论[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004.
- [2] 刘文董, 许玲. 我国体育博彩发展状况研究[J]. 体育科研, 2010, (2)
- [3] 我国体育彩票事业“十二五”发展规划.
- [4] 2009年中国彩票年鉴[M]

(责任编辑: 陈建萍)

(上接第13页)

- [28] Hing, N. (2000). Changing fortunes: Past, present and future perspectives on the management of problem gambling by New South Wales Registered Clubs [D]. Unpublished Ph.D. thesis, University of Western Sydney-Macarthur, Sydney.
- [29] Hing, N. (2003). Principles, processes and practices in responsible provision of gambling: A conceptual discussion [J]. *UNLV Gaming Research and Review Journal*, 7, (1): 33-47.
- [30] Doherty, K. (1999). Gambling industry codes of practice: A critical review. In J. McMillen & L. Laker (Eds.). *Developing strategic alliances: Proceedings of the 9th National Association for Gambling Studies Conference*. Australia: National Association for Gambling Studies, 505-523.
- [31] Hing, N. (2000). Changing fortunes: Past, present and future perspectives on the management of problem gambling by New South Wales Registered Clubs [D]. Unpublished Ph.D. thesis, University of Western Sydney-Macarthur, Sydney.
- [32] Hing, N. (2003). Principles, processes and practices in responsible provision of gambling: A conceptual discussion [J]. *UNLV Gaming Research and Review Journal*, 7, (1): 33-47.

(责任编辑: 陈建萍)