



# 社会责任视域下体育彩票业利益相关者分析

李海

**摘要:** 体育彩票机构是当前我国体育彩票业履行社会责任的承担主体,包括彩民、政府机构、体育彩票销售人员、社区、彩票学术研究机构、彩票供应商、媒体等在内的体育彩票业利益相关者为承担客体。体育彩票机构对彩民的社会责任主要包括产品、宣传、服务、监管和救助责任;对政府机构的责任主要体现在获取公益金和税收收入,同时增加社会就业岗位上;保证体育彩票销售人员合理的收入、各类培训的参与机会、销售网点及时的信息公布、科学合理的网点布局和稳定的销售系统等,是对销售人员应履行的社会责任;对社区的责任主要是筹集体育彩票公益金为社区做各类公益、慈善活动,在社区进行彩票的公益性宣传,普及彩票的知识,使社区居民树立起正确、健康的彩票观念。

**关键词:** 体育彩票业, 社会责任, 利益相关者

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2015)01-0012-08

## Analysis of the Stakeholders of the Sports Lottery Industry from the Perspective of Social Responsibility

LI Hai

(School of Economic and Management, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China)

**Abstract:** Sports lottery Agency is the main body shouldering social responsibility in current China's sports lottery industry, including the stakeholders of lottery buyers, government agencies, sports lottery sellers, community, academic lottery research institutes, lottery suppliers, media, etc. The social responsibility of the sports lottery agency to the lottery buyers mainly includes product, promotion, service, supervision and rescue. Its responsibility toward the government includes obtaining welfare chest and revenues and helps increase employment. Guaranteeing the reasonable income of the lottery sellers, organizing different kinds of training, timely information distribution of the sales outlets, scientific and appropriate outlet locations and the stable sales system is its social responsibility toward the lottery sellers. Its responsibility to the communities can be reflected in collecting sports welfare chest for the different welfare and charity events, staging lottery welfare promotion in the communities, popularizing the knowledge of lottery and helping community residents form a correct and healthy concept of lottery.

**Key Words:** sports lottery industry; social responsibility; stakeholder

## 1 相关概念界定

体育彩票社会责任的承担主体是体育彩票机构。这里体育彩票机构包含两部分内容,一是指在中国境内、国务院体育行政部门依法设立的体育彩票发行机构,即国家体育彩票管理中心;另一个是指省、自治区、直辖市人民政府体育行政部门依法设立的体育彩票销售机构,即各地市体育彩票管理中心,它们共同构成了我国体育彩票机构。

由于体育彩票机构是当前我国体育彩票业履行社会责任的承担主体,故本文中体育彩票业社会责任即为体育彩票机构的社会责任,是指我国体育彩票机构对包括彩民在内的利益相关者的综合性责任,这种综合性责任包括慈善责任、伦理责任、法律责任和经济责任。

## 2 博彩业利益相关者分析

2010年9月14至17日在奥地利维也纳由欧洲博彩研究协会举办的第八届欧洲博彩研究和政策问题国际会议上,英国克兰菲尔德大学企业社会责任研究专家 David Grayson 教授对责任博彩商务进行了如下界定:“创建和维持一个长久发展的博彩市场不仅仅是博彩公司的事情,博彩广告机构、政府、彩民、管理研究人员、教育者和临床医生等这些利益相关者在其中同样扮演着重要的角色。<sup>[1]</sup>”利益相关者在博彩业发展中的作用可见一斑。

Blaszczynski 等(2004)认为博彩行业的主要利益相关者应该是消费者、博彩产业运营商、公共卫生服务机构和其他社会福利机构、相关社区团体(包括赞成和反对合法博彩的团体)、政府机构和与他们有关的代理机构<sup>[2]</sup>。英国

收稿日期: 2014-12-15

基金项目: 国家体育总局体育哲学社会科学项目(1840SS13001);上海市浦江人才计划项目(13PJJC092);上海市教委创新(文科重点)(14ZS134)。

作者简介: 李海,教授,博士生导师。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: 上海体育学院 经济管理学院,上海 200438



国家彩票运营商 Camelot 公司在他们的年度报告中将博彩业利益相关者分为:博彩者、公众利益集团、政府机构、雇员、地方社区、网点销售人员、供应商和股东<sup>[13]</sup>。芬兰国家彩票运营商 Veikkaus 将他们的利益相关群体划分为博彩者、公司员工、网点销售人员和游戏销售商、媒体、政策制定机构、彩票发行的受益者、政府机构和其他合作者<sup>[14]</sup>。

曾忠禄(2008)将澳门博彩业的利益相关者分为投资者、设备供货商、竞争对手、咨询公司、博彩中介等;其中,最重要的利益相关者有 4 个,即博彩投资者、博彩消费者、澳门社区和客源地政府<sup>[15]</sup>。

通过上述分析可以看出,目前各国博彩业利益相关群体基本上都包括博彩者、政府机构、销售人员、社区、公司雇员、博彩中介机构(如广告机构、设备供货商等)等,只是各国国情不同,也使得各国博彩业在运行中其利益相关者也略有不同。

本文结合我国体育彩票业的实际情况认为,当前我国体育彩票业的利益相关者应包括彩民、政府机构、体育彩票销售人员、社区、彩票学术研究机构、彩票供应商、媒体等(见图 1)。根据目前我国体育彩票业的实际运行机制及研究需要,下面只对彩民、政府机构、社区、体育彩票销售人员等 4 类利益相关者分别进行阐述。

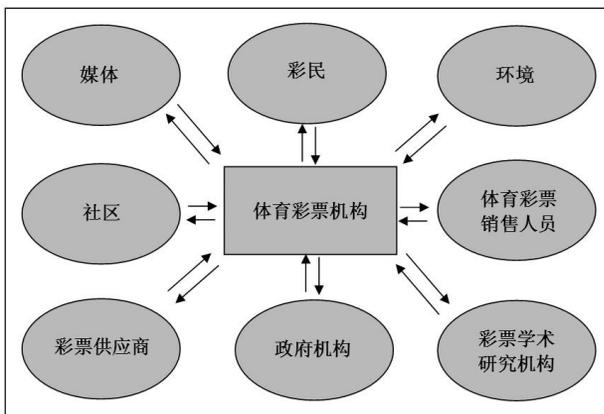


图 1 我国体育彩票机构的利益相关者示意图

Figure 1 Stakeholders of the Sports Lottery Agency in China

### 3 体育彩票机构履行利益相关者社会责任分析

#### 3.1 对彩民的责任

在西方博彩发达国家,责任博彩战略的主要实施对象就是彩民,他们一方面通过不断提供丰富的游戏产品种类来取悦彩民,另一方面通过实施一些责任博彩措施来保护彩民,从而降低博彩对社会、家庭和博彩者本人带来的负面影响。本文从产品、宣传、服务、监督和救助 5 个方面来论述体育彩票机构对彩民应履行的社会责任<sup>[6]</sup>。

##### 3.1.1 产品责任

###### 3.1.1.1 游戏产品的种类的责任

不断丰富彩票品种,提高彩民购彩兴趣,是国际上所有博彩发行部门所共同实施的一项彩民责任策略。博彩公司往往都有自己的产品开发部门,并且会定期推出新的游戏品种,满足彩民多元化的购彩需求。在美国密歇根州,即

开型彩票是该州销量增长速度最快的一类彩票,州彩票发行公司为了不断迎合彩民的需求,2010 年几乎每周都要推出一款新的即开型彩票<sup>[7]</sup>。美国加利福尼亚州从 1985 年 10 月开始发行彩票,从发行之初的只有一种即开型玩法——“California Jackpot”,到如今已涵盖所有彩票类型;抽奖型的游戏也从最初的只有“49 选 6”1 种类型发展到如今的 7 个品种,彩民的购彩需求不断得到满足<sup>[8]</sup>。

我国体育彩票从发行之初的只有即开型和传统型两种,到如今几乎涵盖包括竞猜型、即开型和数字型等在内的所有彩票类型,这也是不断满足我国体育彩票彩民竞猜需求的过程。例如,在我国竞猜型彩票发展的 10 年中,游戏玩法从单一的足球“13 场胜负彩”发展到 5 种传统游戏玩法和“竞猜”游戏玩法;竞猜对象从单一走向了多元,从最初的“意甲”和“英超”逐步扩大到欧洲五大联赛、日本联赛和 NBA 等诸多竞技水平和知名度较高的世界级赛事。产品供给的多元化是体育彩票发行管理部门对彩民履行社会责任的具体体现。

###### 3.1.1.2 游戏产品的规则的责任

根据上一章节分析可以知道,游戏规则对彩民的消费行为有着巨大的影响。这里的游戏规则主要包括游戏本身的结构性特征和返奖率等,由于返奖率在一定时期一般是固定的,故在此将分析重点放在游戏的结构性特征对彩民消费的影响上。

游戏的结构性特征,尤其是在维持博彩行为中似乎成了一种日渐重要的因素(Griffiths & Wood, 2001)<sup>[9]</sup>。Griffiths(1999)认为,游戏结构特征方法的重要性是它能够更准确地找出影响消费者博彩行为的心理特征,还可以用于对博彩行为具体的心理解释。通过识别和了解游戏的结构(即游戏的设计和相關功能),我们可以确定是哪些因素使游戏对彩民(尤其是弱势群体)带来了负面影响,又是哪些因素使游戏具有很强的娱乐功能而不产生负面问题<sup>[10]</sup>。

目前各国彩票机构都在致力于研究设计游戏产品的评估工具,以达到保护彩民的目的。英国 Camelot 公司目前使用两种工具来评估彩票可能对彩民造成的风险,一种工具是 GAM-GaRD,另一种是 Game Design Protocol (GDP),它们都是由 Camelot 联合诺丁汉特伦特大学和索尔福特大学设计而成。GAM-GaRD 是一种可以分析出游戏各种特征的游戏设计工具,可以判断出该游戏对于处在过度博彩风险中的博彩者的上瘾程度,例如花费时间、游戏的容易程度和游戏的频率等。GAM-GaRD 可用于识别显示出会出现过度博彩的最大风险的游戏结构和情境特征。它为每项游戏提供测试,最后给出一个红黄绿灯等级的总成绩(即绿色代表对于易受伤害群体的购彩者是低风险;黄色是中度风险;红色代表高风险)。GAM-GaRD 可以标示出游戏的每一个元素,假如有问题就会被调整,以确保游戏更安全,或同其他社会责任的外部衡量措施结合起来,共同用于降低整体危害。GAM-GaRD 的设计,使其可由任何一个具有基本游戏知识的人来评估任何一种游戏品种<sup>[11]</sup>。博彩公司可以在推出游戏前通过测试来删除游戏中的最大风险特性因素以保护彩民安全,意大利 Lottomatica 彩票公司也采用该工具进行风险评估。GDP 是另一个



游戏产品风险识别工具,用来识别游戏对易受伤害群体可能造成的伤害。如果 GDP 显示该游戏对于一些易受伤害群体具有高风险性,那么对游戏进行修改,围绕该游戏进行的市场营销活动要重新考虑,如果风险不可能减少的话,就干脆取消该游戏。

此外,芬兰 Veikkaus 公司设计的游戏道德评估方法也是极具特色和成效的彩民保护工具。该方法可以对各类游戏品种进行道德评估,以此来减少由于博彩产品设计中出现的缺陷问题而对彩民造成的危害。在道德评估方法指引下,游戏产品或产品的构思在以下 8 个纬度中进行评估:①基本的产品要素;②财务损失的风险;③奖金和资金分配结构;④技能、机会和规则的角色;⑤产品和环境的吸引力;⑥游戏额外具有吸引力的方面;⑦社会方面;⑧渠道和可接近性。每个纬度都有几个子类别的问题,并非详细地解释了每个问题具体的含义。在各纬度中分数越高,说明该产品的潜在危害性就越大。每个纬度中的高分会被特别地关注。评估模型的实施可以区分出早期和现存游戏品种设计过程中的潜在危害因素,通过它可以从游戏设计这个早期环节就开始实施危害最小化和彩民保护战略。

我国体育彩票业在发展中也曾因为一些游戏结构性特征,出现问题而付出了沉痛的代价。2004 年体育彩票推出一款中奖率较高的小盘玩法——排列 3,其头等奖 1 000 元的固定奖金对彩民购彩的吸引力彰显无遗。由于其规则上存在漏洞,许多彩民采取了“翻倍追号”的策略,在这种背景下,国家体育彩票管理中心推出了“限号”措施,规避了由于游戏规则的漏洞而对彩民进一步造成的伤害。

### 3.1.2 宣传责任

宣传责任是指在进行彩票宣传时,要确保彩民准确理解彩票的基本属性、游戏的结构性特征、中奖概率、返奖率等信息,使彩民在正确的信息、理念和态度的帮助下做出恰当的选择,提高他们理性购彩的能力。这与彩民知情选择涵义相同,只是两种不同的提法而已,在此两者可互换使用。知情选择就是指彩民在没有外界压力、影响和引诱的背景下,在充分理解一些必要信息的基础上做出的理性选择。

博彩发达国家保护彩民的一项重要承诺就是要传递给彩民准确信息。这一方面指要通过适当渠道使彩民清楚地了解彩票的本质属性、中奖率、返奖率等信息;另一方面在进行彩票营销宣传时不能以“赢取奖金”或“改变生活”等为主题。2009 年意大利 Lottomatica 公司开展了一项以彩票营销广告为主题的宣传活动,该活动倡导彩票营销机构在进行交流、促销和销售时,为了不误导彩民,应该时刻遵从国家的广告法规,不做任何虚假、夸张的宣传<sup>[1]</sup>。

要保证知情选择,最重要的就是要提供给彩民充分、准确的信息,也就是说,体育彩票机构必须及时提供关于彩票所有相关的、有针对性的信息,然后由彩民通过甄别、处理和利用这些信息来做出最终的消费决策。在实施知情选择时有两个基本要求:个人能力和信息披露。首先,彩民必须有能力根据提供的信息做出合理的决定;其次,彩民必须充分认识到游戏品种的结构性特征、操作和性质,包括消费该游戏品种时可能出现的任何潜在性危害、影响或

者后果。此外,做出知情选择的基础信息应该包括:①与游戏品种有关;②内容准确;③没有任何形式误导或欺骗;④任何潜在参与者都可以得到;⑤以可以理解的方式提供;⑥全面,没有遗漏任何必要信息;⑦及时提供。这些信息应达到以下功能:提高与购彩相关的风险意识,提高对彩票玩法和中奖概率的认识,鼓励责任博彩的实践活动,帮助识别问题博彩行为,告知和教育人们正在经历问题购彩的彩民可以得到援助,进一步宣传负责任购彩行为等。对于这些可以采取多种形式和渠道传输到彩民那里。从上述分析可以看出,在博彩发达国家和地区知情选择是彩民保护的核心环节。

目前我国体育彩票机构在宣传方面做得比较好,更多的是以公益为主题的宣传活动。然而也不能忽视一些地方在宣传上过多强调彩票的中奖特征和购彩中的“选号技巧”,对中奖彩民及网点的过分渲染,从而误导彩民的购彩行为,比如“体育彩票,是您快速成为百万富翁的捷径”、“大奖从天降、看君想不想”、“拼搏这一回”、“一刮改变人生”、“夫妻俩相互切磋选号轻松斩获 500 万元大奖”等这些口号及宣传标题往往容易使彩民陷入“一夜暴富”的误区。有学者甚至提出安阳彩民 3.6 亿的出现衍生出了“一批”问题彩民<sup>[12]</sup>。

### 3.1.3 服务责任

对彩民的服务责任,主要包括为彩民购彩提供指导、使彩民购彩方便、快捷,及为中奖彩民提供各项保护措施等。

为彩民购彩提供指导是各国实施责任博彩的一项重要内容,它一方面指协助彩民填写彩票或者提供一些投注技巧;另一方面从保护彩民角度出发,指在彩民购彩过程中做到时刻提醒和警示,预防购彩问题的出现。对彩民的购彩指导可以通过将游戏规则及相关信息印制在彩票票面上来引导彩民购彩,这也是各国的一种通用做法,也可以通过对销售人员的培训来指引彩民购彩,并在指导过程中起到宣传、监督并保护彩民的作用。合理的彩票网点布局及良好的购彩环境可以使彩民购彩更方便、快捷,为了方便彩民购彩,博彩发达国家往往会定期对本国彩票网点进行审核以做到最优化网点布局,最大程度地方便彩民购彩,如英国 Camelot 公司从 1994 年开始就采取“地理信息系统(GIS)”的方法定期对彩票零售网点进行规划与布局。

对中奖者特别是中大奖获得者的保护也是一项不能忽视的彩民服务责任。对彩民来说中大奖可能是一种改变生活的经历,中大奖后的狂喜与兴奋,以及中奖后生活环境的改变可能会对彩民的心理及行为产生重大的影响,在这种情况下对中奖者提供帮助是非常必要的。据美国国家经济研究局的一项调查显示,近 20 年来,欧美的大多数头奖得主在中奖后不到 5 年内,都因挥霍无度等原因变得穷困潦倒。该项调查同时显示,美国彩票中奖者的破产率每年高达 75%,每年 12 名中奖者当中就有 9 名破产<sup>[13]</sup>。英国 Camelot 公司为中奖彩民提供了两项特殊服务:一是任何中奖超过 50 000 英镑奖金的彩民会自动收到一个包括法律和实践行为建议的信息包;二是中奖超过 350 000 英镑的彩民会收到额外的帮助。这种帮助来自于一些专家对于中奖者奖金使用和法律方面的建议,也可能是关于中奖后



生活方式改变的一些行为建议。如果中奖彩民希望把中奖信息及身份公开,公司会免费提供媒体和公共关系服务。彩民会从公司媒体办公室那里获得各种帮助,媒体办公室会代理彩民来处理所有与媒体的联系,同时也会安排这些大奖获得者与同他们有相似经历的中奖彩民进行接触与交流,以获得关于获奖后的一些建议<sup>[3]</sup>。其他一些博彩发达国家及地区如美国的一些州、意大利、挪威等博彩发行机构也为中奖彩民提供类似的服务。

我国当前体育彩票机构在对彩民购彩指导方面还不够,而这也恰恰是容易导致问题博彩行为出现的一个关键因素;此外,对中奖彩民的保护也是一项重要的彩民社会责任,然而目前在该领域体育彩票机构的职能缺位,损害了这部分彩民的利益,这需要引起相关部门的高度重视。

### 3.1.4 监管责任

对彩民的监管责任不仅包括对未成年人购彩、过分购彩的监管,还包括彩票开奖、兑奖过程的透明和兑奖的公平与公正。

监管责任对于保护彩民,特别是易受伤害群体来说至关重要,通过监管可以预防危害的发生,并对已出现的危害进行有效控制。在这方面,大多数国家的博彩法律中都有规定,即彩票运营商有阻止未到博彩年龄人群参加博彩和防止人们过分投入的社会责任。一般情况下,每个国家对未成年人购彩都会有所限制,只是限制的年龄略有不同而已,如美国绝大多数州限制购彩年龄为 18 岁以下、加拿大为 19 岁、英国为 16 岁、澳大利亚为 18 岁、中国香港地区为 18 岁,我国《彩票管理条例》中规定的合法购彩年龄为 18 岁以上。每年美国新泽西州都要举行为期 5 天的“‘没有到 18 岁?就不要参与购彩’意识运动”,该运动是州彩票协会与州强制博彩委员会为配合美国博彩产业协会每年的“责任博彩教育周”而举行的。在英国, Camelot 公司为了有效实施对未成年人购彩的监管,推出了“儿童操作(Operation Child)”计划,该计划是一种特殊的为预防未成年人购彩而采取的测试购买方案,它是针对彩票零售商对身份不明购买者购彩的一种测试活动,它每年要测试超过 9 000 个零售商。该计划的口号为“三次检查,你出局!”如果 3 次测试都不合格就取消彩票销售商的销售资格。

对彩民购彩额度的限制也是监管责任的重要方面。国际著名博彩公司 Scientific Games(SG)为了防止彩民过分消费,采取彩民消费卡的形式,有了彩民消费卡,彩民可以从事在线游戏、核查奖金、存钱到在线的账户里、储存喜欢的游戏号码和查看购彩历史等。为了获取彩民消费卡,彩民必须进行注册,写出他们详细的联系方式和银行帐号等,同时也必须声明他们符合法定博彩年龄,并允许彩票机构采取适当措施以核实信息的真实性。通过彩民消费卡,彩民可以使用个人账户在互联网、手机或者传统彩票销售网点上进行所有的游戏。在自己的账户里,彩民可以记录自己花费在游戏上的时间和金钱。在彩票系统中,可以进行一般性的限制设置,即可以对彩民在每一种游戏时间和花费方面进行最大化设置。感觉处在消费风险地带的彩民可以要求彩票系统对于他们的投注数额进行更低的设置<sup>[4]</sup>。2009 年 2 月, Norsk Tipping 成为世界上第一家对

所有游戏种类都要实施强制性注册的公司,彩民在游戏时必须使用彩民消费卡,该卡可以对彩民进行安全识别、审核游戏的安全性、年龄核查、资金的安全周转和个人游戏时间、花费的储存等<sup>[5]</sup>。Camelot 公司在互动渠道方面建立起了较为完备的年龄核查和预防过度购彩的预防机制。自我控制购彩限额(时间和费用)和年龄审查措施的实施,使该公司成为在英国第一家被 GamCare 授予责任合格证书的博彩公司。2006 年 5 月,该公司对购买即开型彩票进行了限额,规定每人每天最多只能购买 350 英镑,作为一种附加措施来保护彩民,防止他们出现过度购彩行为<sup>[3]</sup>。

此外,博彩公司要想建立起良好的声誉,在彩票的发行管理环节要做到透明度高,并能全方位地接受社会监督。例如在开奖环节,博彩公司为了保证开奖的公正与透明,往往会邀请相关的技术代表、国家公证人员和彩民代表等现场监督开奖。加拿大乐透型彩票开奖由省际彩票公司(Intervincial Lottery Corporation,简称 ILC)来执行,在开奖过程中,由 ILC 的监管员、Computershare 信托公司的代表和一名国家审计员共 3 位代表必须全程参与整个开奖过程以保证开奖的公正性。英国国家彩票每次开奖 BBC 都会现场直播,一个国际知名广播电视台转播开奖现场增加了国家彩票的可信度和公信力。彩票发行的公信力是彩票得以生存的基础和保证,是彩民购彩的信心“源泉”,同时也是各国博彩公司执行社会责任的关键环节。

彩民的购买数量在一定程度上也能反映彩民购彩存在的问题,当前我国体育彩票机构对于彩民购买额度监管较少,在监管未成年人购彩环节上的缺位,这两者都是未来我国体育彩票市场健康发展的隐患。

由于我国彩票市场起步较晚,市场发育还不完善,这也导致在彩票的监管环节上常出现问题,特别是 21 世纪初的“西安宝马案”和“双色球开奖案”<sup>[6]</sup>两个恶性案件在我国彩民心理上造成了阴影。在体育彩票销售网点的访谈中发现有这样一部分彩民,他们长期坚持购买彩票但始终没有中过大奖,由于存在认知偏差,他们往往将未中奖的原因归咎于政府,认为政府机构在彩票开奖、兑奖过程中存有舞弊行为,始终质疑政府发行彩票的公信力。这也是当前我国彩票市场的一种特有现象。只有建立在公信力之上的彩票业才有生命力,才能真正做到“取之于民,用之于民”。

### 3.1.5 救助责任

对问题彩民实施救助是各国彩票发行管理部门的普遍做法,同时也是他们实施责任博彩的重要内容。对有问题的彩民实施救助,即采取一系列心理、生理、社会和临床等手段使彩民恢复正常购彩状态。

由于问题博彩现象的发生机理在国际上尚有争议,目前主要有医学模型(Blume, 1987)<sup>[6]</sup>、认知行为模型(Sharpe & Tarrier, 1993)<sup>[17]</sup>、心理模型(Jacobs, 1986)<sup>[18]</sup>、社会学模型(Ocean & Smith, 1993)<sup>[19]</sup>和生物、生理模型(Blanco et al., 2000; Roy et al., 1988)<sup>[20,21]</sup>等不同理论学说,所以各国在彩民救助手段上也是各有不同。虽然各国没有统一的治疗方法,但是概括起来主要包括认知、行为、认知行为、心理动力、多元模型和药物治疗等手段。最常用而且最重要的一种方法是电话热线咨询法,这也是各国普



遍采纳的一种方法。电话咨询往往包括一个综合性的方法,如认知行为法、激励采访法、以彩民为中心的咨询、叙事疗法和文化背景疗法等。除此以外,面对面咨询法也是常用的一种救助手段,面对面咨询通常是一种简短的咨询,每周或每两周进行1到6次,平均每次1h左右。在简短的咨询后,医生对问题彩民可以进行跟踪随访。药物治疗主要是以医学模型作为问题博彩发生的病理基础而采取的一种疗法。自助干预也是一些博彩发达国家常用的一种救助问题彩民的方法,即设计出问题博彩的自助工作手册,该手册主要包括自我监督的训练、博彩行为的功能分析、目标/限制设置、长远利益的自我强化和维持等,这种方法对一部分问题彩民具有较好的治疗效果。上述这些救助手段是各国博彩发行管理机构实施责任博彩的重要内容,也是对彩民履行社会责任的重要体现。

目前在我国还没有针对问题彩民进行救助的机构,只有北京大学中国公益彩票事业研究所设立了一个问题博彩的热线电话,但并没有实质性的运行机制。这可能和当前我国彩票市场的飞速发展有关。各地普遍重视彩票销量,而忽视了彩票带来的一些负面影响,问题彩民就是其衍生出的一个“负产品”。随着我国彩票市场的进一步发展,此类问题可能会更加“凸现”出来。作为国内第一家体育彩票研究机构,上海体育彩票研究中心意识到并已开始对问题彩民进行研究,目前已出一批研究成果,填补了我国在该领域的研究不足。所以对问题彩民救助机制的构建也是未来我国体育彩票能否健康持续发展的关键。

### 3.2 对政府机构的责任

彩票自诞生之日起就离不开政府。从最早有记录的中国古代汉朝为修建长城发行彩票到古罗马帝国为重建罗马城,再到如今各国政府为弥补财政上的不足发行彩票,可以看到彩票的发行无不带有政府的痕迹。通过发行彩票,政府机构可以获得公益金和税收收入,同时也可以增加社会就业岗位。

从公益金的提取比例来看,不同的国家和地区,甚至在同一国家的不同地区彩票公益金的提取比例都会有所不同。世界绝大部分国家的彩票公益金的发行比例都集中在27%~44.2%之间。在公益金的使用上,目前国际上有3种形式:一是直接作为政府税收的补充形式。二是某一种彩票的公益金定向用于某一种公益事业,尽管彩票收益没有和政府的财政税收直接挂钩,但它减轻了政府对公益项目的拨款和负担。三是把彩票公益金纳入政府财政预算,使用时主要用于社会公益事业。此外,彩票公益金的筹集效率在很大程度上与彩票的发行成本相关,目前世界绝大部分国家和地区彩票发行费用比例集中在9%~15%之间<sup>[21]</sup>。

目前我国彩票资金的返奖比例不得低于50%,公益金比例不得低于35%,发行费用比例不得高于15%。截至2012年底,我国彩票发行26年来,已累计销售超过13572亿元,共筹集公益金超过4211亿元,其中体育彩票累计销售达5700亿元左右,筹集公益金为1681亿元,为国家的社会福利事业和体育事业的发展做出了卓越的贡献。我国彩票资金的构成从2001年之前的公益金比例占30%、

发行费用比例占20%,到2001年后彩票公益金比例不低于35%,发行费用比例不高于15%,彩票公益金的筹集效率在逐步提高。然而纵观世界彩票发达国家可以看出,当前我国彩票发行成本还是偏高,在一定程度上影响了公益金的筹集效率。

各国政府可以通过发行彩票增加税收和就业岗位,以此来促进该国或地区的经济发展,这也是各国发行彩票的动因之一。2009/2010年度,英国体育博彩部门就有58418个就业岗位(Gambling Commission, 2010)<sup>[23]</sup>。体育竞猜为美国内华达州每年带来3000万的游客,同时也为该地区提供了上千个就业岗位。拉斯维加斯会议和游客权威机构推测,仅仅2007年美国职业橄榄球“超级碗”决赛周末就给该地区带来了1.095亿美元的非博彩经济收益,并吸引了287000人次的游客(American Gaming Association, 2009)<sup>[24]</sup>。在我国香港地区,香港赛马会作为全港赛马体育彩票的发行机构,在过去的10年里,各项捐款合计已超过100亿港元,是继政府之后,香港最大的慈善公益资助机构。它也是香港十大雇主之一,2010/2011年度,聘用的全职或兼职雇员人数达到26813人;另外,它还是香港单一纳税最多的机构,2010/2011年度,赛马会给政府提供了153.4亿港币的税收收入,几乎占到全香港地区所有税收收入的10%左右,是维持香港低税率政策的核心力量<sup>[25]</sup>。

在我国内地,财政从彩票业可获得的收入有两种。一是个人偶然所得税。凡一次中奖收入不超过1万元的,免征收个人所得税;超过1万元的,征收20%的个人所得税。2002至2008年全国彩票机构代扣代缴中奖奖金个人所得税总量为162亿人民币。二是营业税。根据国家税务总局、财政部的有关规定,对彩票发行和销售机构免征营业税,对彩票营业网点的代销彩票收入的税收政策各地的政策尚不明确,大部分地方没有征收。除此之外,彩票业为我国也提供了大量的就业岗位。截至2009年底,我国体育彩票在线销售终端为111317台,以1台平均2个销售员计算,加上销售即开型体育彩票的销售员和3383名专管员,仅体育彩票就可以为国家解决30万左右的就业岗位<sup>[26]</sup>。

### 3.3 对销售人员的责任

彩票零售店是当前各国销售彩票的主要渠道,他们是彩票市场的“对外窗口”,直接面对彩民,是各国彩票行业中一类重要的利益相关群体。保证合理的收入、组织各类培训、销售网点及时的信息公布、网点的科学合理布局,保证稳定的销售系统等,均是对彩票销售人员应履行的社会责任。

在博彩发达国家,博彩发行管理部门往往非常重视彩票零售商这类利益群体,会定期对销售人员进行满意度调查,了解他们的动态,以利于进一步改进对销售人员的各类服务。比如瑞典国家彩票发行公司Svenska Spri会定期举行彩票销售人员论坛、开网络会议,地区销售代表会走访销售网点,随时了解销售人员在销售中遇到的各类问题及对销售的一些建设性建议,每年还会组织销售人员进行包括责任博彩项目在内的各类培训,以提高销售人员的业务素质和责任博彩意识<sup>[27]</sup>。芬兰Veikkaus公司每年都要进行彩票零售店的满意度调查,并且每个销售人员都会接受



各类业务培训,2009年该公司为了强化销售员培训还新建了互联网培训通道<sup>[28]</sup>。2009年,英国国家彩票销量有超过88%是通过零售网点销售的,足以看到零售网点的重要性。此外, Camelot公司还为彩票销售人员提供安全有保障的彩票佣金,公司从2009年第三个运营牌照开始起就提高了销售网点对即开型彩票销量的佣金提成比例,从5%上升到了6%,传统抽奖型彩票仍维持在5%。为了保证偏远、贫穷地区彩票销售人员的利益,公司专门成立了“社区经营店”。因为考虑到一些零售店以经营彩票为主业,为了保证零售店的稳定收益,公司赋予“社区经营店”一些特权:即经营店周边的2英里内不允许有其他的彩票销售网点。同时,公司也会根据销售网点周边的交通状况和居民年龄分布情况来决定这些网点的年销售目标<sup>[31]</sup>。Camelot公司这些针对销售网点的举措是对彩票销售人员履行的一种社会责任。在美国各州,彩票销售人员除了获取销量的5.5%左右为固定佣金外,一般还会设置1%的彩民在该网点赢得奖金的提成,以此来激励销售人员。

在我国,《彩票管理条例》的颁布实施有效地保护了彩票销售人员的利益。《条例》中规定:彩票发行机构、彩票销售机构应当与接受委托的彩票代销者签订彩票代销合同。合同的签署保证了销售人员的利益。为了保障销售人员有稳定的收入,各地彩票管理部门对每种游戏品种都有规定的佣金提成比例,基本都在销量的7%左右,此外对开出500万大奖的销售网点有额外的激励措施。对销售人员的另一项重要责任措施便是加强培训,提高他们的业务能力和责任意识。我国各地区的体育彩票管理部门都能定期对销售人员进行各类培训,以领会相关法令法规的精神,掌握新的游戏品种的操作及技巧和市场营销知识等,当前各类培训以业务为主,涉及责任博彩方面(如对易受伤害群体及问题彩民的识别与救助等)的内容较少,这也是当前我国体育彩票培训存在的一个主要问题,应引起各地体育彩票管理部门的充分重视。

对彩票销售网点进行合理布局与规划,保证网点稳定的收益,是彩票管理机构对销售人员履行的一项重要社会责任。在我国,各地市体育彩票管理部门为了避免恶性竞争、保证销售网点的稳定收益,一般都规定彩票销售网点周边一定区域内不允许有其他体育彩票网点。然而现实中存在的主要问题是彩票网点间距离过近或过远,而且在网点数量方面没有进行科学的预测与规划<sup>[29]</sup>。国家体彩中心市场监察处孟祥瑞处长在接受访谈时认为,当前我国对彩票销售网点还没有进行过科学规划与布局,更多是依靠主观判断进行网点设置。博彩发达国家往往会定期对本国彩票网点进行审核以做到最优化的网点布局,这样既保证了销售网点稳定的收益,也最大程度地方便了彩民购彩。如美国、意大利和英国等国的一些博彩公司会定期对本国本地区彩票零售网点进行规划与布局。科学合理地布局与规划也是我国体育彩票机构履行对销售人员社会责任的一项重要举措,同时也能挖掘我国体育彩票市场潜力,保证彩票市场的稳定和可持续发展。

### 3.4 对社区的责任

对社区的责任主要是筹集体育彩票公益金为社区做各类公益、慈善活动,在社区进行彩票的公益性宣传,普及彩票的知识,使社区居民树立起正确、健康的彩票观念。

各国发行彩票的公益金一般都会资助该国的公益慈善事业,以弥补政府在公益慈善事业方面资金投入的不足。在英国,国家彩票公益金由14个国家彩票分配机构组织分配,分别流向艺术、遗产、体育、社区和志愿者群体、卫生、教育和环境等7个领域。在社区方面,国家彩票公益金资助“改善孩子未来”项目,为的是给有困难家庭背景(贫穷、失业、不良身体状况等)下成长的孩子一个发展的机会。国家彩票公益金还资助在北爱尔兰实施的一项旨在降低社区居民由于饮酒而引发的危害社会的项目。此外,为了降低彩票对社会、家庭和彩民本人带来的负面影响, Camelot公司还定期组织人员到社区进行宣传,与社区居民进行交流,一方面宣传了国家彩票,另一方面也加强了社区居民的彩票公益意识。同时,公司还鼓励员工每月在法定工作时间内来社区进行4h的社区自愿服务。

在我国香港地区,过去10年里赛马会各项捐款合计已超过100亿港元,是政府之后香港最大的慈善公益资助机构,仅2010/2011年度,赛马会就捐款16.22亿港元。香港赛马会一直致力于香港各社区的发展。2009年,为了应对香港老龄化的发展趋势,赛马会慈善信托基金捐助成立香港康复护理中心,还推出了“流金颂:赛马会长者计划新里程”计划,这些活动丰富了香港老年人的业余文化生活,提高了他们晚年的生活质量。赛马会还推出了“爱+人:赛马会和谐社会计划”,通过该计划推广家庭和谐信息,其中还包括5个与非政府机构和卫生署合作的家庭支持项目,探讨不同改善家庭和亲子关系的方法。此外,赛马会还先后为我国汶川、青海地震灾区捐款3900万和1830亿港元,为灾区重建做出了自己的贡献。赛马会还资助了香港社区体育和教育的各类项目及活动,进一步提高了社区居民的生活质量,有力地促进了香港社区的发展<sup>[30]</sup>。

我国彩票发行20余年来,已筹集公益金超过4200亿元,为我国社区的发展做出了卓越的贡献。在教育方面,体育彩票公益金援建“体彩希望小学”,国家体育彩票管理中心还于2005年同中国扶贫基金会合作设立了“中国体育彩票·新长城助学基金”,用于每年捐助100名全国各地推荐的优秀特困大学生的生活费用,使这些家境贫寒、在和生活学习上经费非常缺乏的大学生得到中国体育彩票的关爱,为他们顺利完成学业提供保障。在国家面临严重自然灾害的时候,彩票公益金可对社区的灾后重建发挥出非常重要的作用。2008年,中国发生汶川大地震,国家体育彩票发行中心从2008年7月1日起到2010年12月31日的即开型体育彩票“顶呱刮”公益金全部用于汶川地震灾后恢复重建,并在“顶呱刮”中推出“大爱无疆”公益主题套票<sup>[31]</sup>。彩票公益金对灾后重建起到了重要作用。

此外,体育彩票公益金中的一部分还用于建造健身路径。近年来,在街头巷口、公园、社区、校园等活动场所,多



种多样、五彩缤纷的健身路径陆续呈现在了群众的身边。健身路径的出现,构建了面向大众的体育健身服务体系,缓解了广大人民群众日益高涨的健身需求与场地设施严重不足的矛盾。例如在上海,2009年公益金收入16 770.38万元,支出13 179.34万元。其中全民健身计划开支8965.99万元,主要落实市政府实事工程,新建社区公共运动场41处,累计达261处,新建农村运动场202处,累计达1 033处,共新增体育设施面积14.8万m<sup>2</sup> [32]。

然而在体育彩票公益金为社区发展做出巨大贡献的同时,我们也应该看到,当前我国体育彩票尚未真正走进社区、走入居民生活中去,还没有通过社区这个载体有效宣传体育彩票的公益性、普及彩票知识、与彩民沟通交流等,而这些都是体育彩票机构应该履行社区责任的重要体现,也是逐步树立起社区居民正确、理性彩票观念的有效途径,只有这样才可避免由于对彩票的认知偏差而给社区居民生活带来不必要的困扰与影响。

#### 4 结论与建议

**4.1** 在履行彩民产品责任方面,体育彩票机构要不断推出新的游戏品种,满足彩民多元化的购彩需求,同时要完善各类游戏规则,避免对彩民造成伤害;在宣传责任方面,体育彩票机构要做到使彩民知情选择,引导彩民在正确信息、理念和态度的帮助下做出恰当的选择,提高彩民理性购彩的能力;在彩民服务责任方面,为彩民购彩提供指导,使彩民购彩方便、快捷,为中奖彩民提供各项保护措施,确保彩民利益得到有效保护;在彩民监管责任方面,加强对未成年人购彩、过分购彩,及彩票开奖、兑奖过程的监管,提高彩票发行的政府公信力;尽早构建我国问题彩民救助体系,对有购彩问题的彩民实施救助,是体育彩票机构履行的重要彩民责任。

**4.2** 积极推动我国体育彩票事业的发展,降低彩票发行费用,提高公益金筹集效率,进一步履行体育彩票机构的政府责任。

**4.3** 在加强我国体育彩票销售人员业务培训的同时,要重视以“责任博彩”为主题的各类培训,提高销售人员的责任意识,确保体育彩票市场的健康发展;科学规划体育彩票销售网点的布局,保证销售人员稳定的收入,进一步挖掘我国体育彩票市场潜力。

**4.4** 体育彩票机构要通过社区这个载体有效宣传体育彩票的公益性,普及彩票知识,加强与彩民的沟通交流等,逐步树立起社区居民正确、理性的彩票观念,避免由于对彩票的认知偏差而给社区居民生活带来负面影响。

#### 注释:

【注1】“双色球”是中国销量最好的一种彩票玩法。2004年2月5日,在双色球开奖的电视画面中,开奖的电视特写画面与全景画面不同步,引起彩民广泛关注。由于当时彩票开奖缺乏现场监督,致使大家怀疑彩票发行管理机构在双色球开奖过程中存在舞弊行为。

#### 参考文献:

- [1] <http://www.easg.org/website/index.cfm?id=69>[EB/OL].2010-11-07.
- [2] Blaszczyński, A., Ladouceur, R. and Shaffer, H. J.(2004). A science-based framework for responsible gambling: The Reno model[J].*Journal of Gambling Studies*,20:301-317.
- [3] Camelot Stakeholder Report 2008/09[EB/OL].[http://www.camelot-group.co.uk/stakeholderreport2008/09\\_Homepage.html](http://www.camelot-group.co.uk/stakeholderreport2008/09_Homepage.html)2010-04-23.
- [4] 2009 Veikkaus' Year CSR Report Annual Report[EB/OL].[https://www.veikkaus.fi/idc/groups/corporate/documents/document/vuosiraportti\\_e\\_09.pdf](https://www.veikkaus.fi/idc/groups/corporate/documents/document/vuosiraportti_e_09.pdf).2010-04-25.
- [5] 曾忠禄.澳门博彩业的利益相关者:分析与建议[J].*亚太经济*,2008(6):114-117.
- [6] 吴殿,李海.我国体育彩票社会责任评价指标体系的构建[J].*上海体育学院学报*,2012,36(1):19-22.
- [7] <http://michigan.gov/lottery/0,1607,7-110-46442-3401--,00.html>[EB/OL].2011-03-10
- [8] <http://www.calottery.com/Games/>[EB/OL].2011-03-14.
- [9] Griffiths, M.D. Wood, R. T. A..The psychology of lottery gambling[J].*International Gambling Studies*,2001(1): 27-44.
- [10] Griffiths, M.D..Gambling technologies: prospects for problem gambling [J].*Journal of Gambling Studies*, 1999(15):265-283.
- [11] Lottomatica Group 2009 Social Report[EB/OL].[http://www.lottomaticagroup.com/eng/social/sr\\_02bilancio.html](http://www.lottomaticagroup.com/eng/social/sr_02bilancio.html)2010-09-13.
- [12] <http://news.cctv.com/society/20091104/101365.shtml>[EB/OL].2009-11-04.
- [13] <http://sports.sina.com.cn/1/2011-06-06/10085608471.shtml>[EB/OL].2011-06-06.
- [14] <http://www.scigames.com/sections/corporate-governance>[EB/OL].2011-03-20.
- [15] 2009 Annual and social report [EB/OL].[https://www.norsk-tipping.no/selskapet/english/annual\\_reports](https://www.norsk-tipping.no/selskapet/english/annual_reports). 2010-11-23.
- [16] Blume, S. B.. Compulsive gambling and the medical model [J].*Journal of Gambling Behavior*,1987(3):237-249.
- [17] Sharpe, L. and Tarrier, N.. Towards a cognitive-behavioural theory of problem gambling [J].*British Journal of Psychiatry*, 1993,162:407-412.
- [18] Jacobs, D.F.. A general theory of addictions: a new theoretical model [J].*Journal of Gambling Behavior*,1986,2(1):15-31.
- [19] Ocean, G. and Smith, G. J..Social Reward, conflict, and commitment: a theoretical model of gambling behavior [J].*Journal of Gambling Studies*,1993,9(4): 321-339.
- [20] Blanco, C., Ibanez, A., Saiz Ruiz, J., Blanco-Jerez, C., Nunes, E. V..Epidemiology, pathophysiology and treatment of pathological gambling [J].*CNS Drugs*,2000,13(6):397-407.
- [21] Roy, A., Adinoff, B., Roehrich, L., Lamparski, D., Custer, R., Lorenz, V., Barbaccia, M., Guidotti, A., Costa, E., and Linnola, M.. Pathological gambling: a psychobiological study [J].*Archives of General Psychiatry*,1988,45:369-373.
- [22] 李海.体育彩票概论[M].上海:复旦大学出版社,2004:60-64.
- [23] Gambling Commission. Annual report and accounts 2009/10 [EB/OL].<http://www.gamblingcommission.gov.uk/pdf/Gambling>



- % 20Industry% 20Statistics% 202009% 202010% 20WEB% 20-%  
20January% 202011 .pdf.2011-03-10.
- [24] American Gaming Association. Gaming revenue: Current-year data[EB/OL].<http://www.americangaming.org/Industry/factsheets/statistics>.2011-03-20.
- [25] 香港赛马会.2010 年年度报告[EB/OL].<http://www.hkjc.com/home/english/index.asp>,2011-03-23.
- [26] 数据来源:国家体育总局管理中心市场处
- [27] Svenska Sprl Annual Report 2009[EB/OL].<http://svenskaspel.se/img/omsvs/2009/english/csrreport/responsibilityandsu/responsibility-and-.html>.2010-12-23.
- [28] Veikkaus'Year CSR Report/Annual Report [EB/OL].[https://www.veikkaus.fi/idc/groups/corporate/documents/document/vuosiraportti\\_e\\_09.pdf](https://www.veikkaus.fi/idc/groups/corporate/documents/document/vuosiraportti_e_09.pdf).2011-01-20.
- [29] 李海,吴殷,马辉.上海市体育彩票销售网络最优规划研究[J].体育科学,2008,28(11):47-53.
- [30] 香港赛马会.2010 年年度报告[EB/OL].<http://www.hkjc.com/home/english/index.asp>.2011-03-23.
- [31] <http://www.lottery.gov.cn/events/2010/Default.aspx> [EB/OL].2011-02-04
- [32] [http://www.shlottery.gov.cn/website/tc/list.jsp?sj\\_dir=lottery\\_gyj](http://www.shlottery.gov.cn/website/tc/list.jsp?sj_dir=lottery_gyj) [EB/OL].2010-05-19.

(责任编辑:杨圣韬)

(上接第 10 页)

- [24] Zhang SN, Bates BT, Dufek JS. (2000). Contributions of lower extremity joints to energy dissipation during landings. *Med Sci Sports Exerc.* 32:812-819.
- [25] Riemann BL, Schmitz RJ, Gale M, McCaw ST. (2002). Effect of ankle taping and bracing on vertical ground reaction forces during drop landings before and after treadmill jogging. *J Orthop Sports Phys Ther.* 32:628-635.
- [26] Zhang S, Derrick TR, Evans W, Yu YJ. (2008). Shock and impact reduction in moderate and strenuous landing activities. *Sports biomechanics / International Society of Biomechanics in Sports.* 7:296-309.
- [27] Ricard MD, Schulties SS, Saret JJ. (2000). Effects of High-Top and Low-Top Shoes on Ankle Inversion. *J Athl Train.* 35:38-43.
- [28] Podzielnny S, Hennig EM. (1997). Restriction of foot supination by ankle braces in sudden fall situations. *Clin Biomech.* 12:253-258.
- [29] Wright IC, Neptune RR, van den Bogert AJ, Nigg BM. (2000). The influence of foot positioning on ankle sprains. *J Biomech.* 33:513-519.

(责任编辑:何聪)