



创刊第九年 聚焦责任彩票 服务购彩者

勿忘责任！2018 我们关注什么

■专题报道 顾寒枫

2018年,改革开放40周年。沐浴在改革开放的春风里,中国体育彩票身在其中24年,《中国体彩报》身在其中9年。

这40年,这24年,这9年,紧密地交织在一起。感谢时代,让我们生逢改革开放,让我们遇见体彩,让我们成为我们。

2018年,作为我国唯一的全国性体育彩票专业媒体,作为中国体育彩票开奖信息发布指定媒体,《中国体彩报》始终聚焦责任彩票建设,关注服务购彩者,致力于构建“负责任”的彩票媒体。

这一年,我们关注了什么,我们发出了哪些声音?



关注“体彩责任”

2018年,建设负责任、可信赖、持续健康发展的国家公益彩票,是全国体彩系统的共识,是体彩工作的一条主线。关注“体彩责任”,也自然成为《中国体彩报》在宣传报道中的重中之重。

当年6月,包括本报在内的多家媒体发布了“国家体彩中心发布《中国体育彩票2017社会责任报告》”的新闻。6月6日,本报刊发评论《适时而至的“体彩社会责任报告”》,对“责任彩票”建设在体育彩票领域的呈现进行分析,指出——

《报告》的发布,通过全面梳理体育彩票社会责任管理和实践现状、开展国内外行业研究对标,发现短板和不足,加强和改进日常管理,将为体育彩票社会责任建设提升奠定更加坚实的基础。

关注“体彩创新”

创新是引领发展的第一动力。习近平总书记指出,创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力,也是中华民族最深沉的民族禀赋。2018年,《中国体彩报》关注“体彩创新”,关注体彩发展的不竭动力。

2月5日,《中国体彩报》在头版刊发“明白晒公益,爱心看得见,体彩票面将显示公益金数额”,报道了体育彩票票面升级过程中的一个创新举措——从当年2月2日起,购彩者购买每一张体育彩票,系统都会根据投注金额自动计算出该张彩票有多少钱用于支持公益事业。5日,本报发表评论《让购彩者明明白白消费》——

一直以来,“彩票公益就在身边”是彩票宣传中屡见不鲜的一种辞令,但对于老百姓来说,身边的彩票公益到底在哪里,很多人是感觉不到、看不清的,不少人的心态可能是这样的:都说买彩票是作公益,但是我购彩多年到底为公益贡献了多少,我真的不知道啊!

《报告》的发布,体现了对社会公众知情权的尊重。

本报对体彩“责任报告”进行关注,可谓有始有终。当年12月12日,本报以天津市体彩中心发布《2017年度天津市体育彩票社会责任报告》为由头,再次聚焦“体彩责任报告”,并刊发评论《体彩“责任报告”是怎么回事》——

发布“责任报告”,已经成为近年来我国体育彩票领域的重量级“现象级事件”。发布体育彩票社会责任报告,是体彩机构践行责任彩票建设的重要举措,符合社会公众对于体育彩票的普遍期待,是体育彩票主动、自觉接受社会监督的重要体现。

关注彩票政策,关注政策对彩票参与者的影响,是《中国体彩报》构建“责任媒体”的一个视

角。2018年9月3日,财政部、民政部、国家体育总局联合发布关于修改《彩票管理条例实施细则》的决定,其中,对于非法彩票有了更明确的认定。这个官方发布,对于购彩者意味着什么?9月7日,《中国体彩报》刊发《彩票售买者需认清“非法彩票”和《“细则”修改,对彩民意味着什么》》等文章,对“决定”进行解读——

《彩票管理条例实施细则》的修改,将进一步推进我国现行彩票销售制度的规范性,切实维护彩民的合法权益。它也向购彩者提出了一个要求——在参与彩票活动、特别是购买彩票时,一定要“守法”“守则”,一定要去合法的正规渠道购买国家发行的福利彩票和体育彩票,以切实保障自身利益不受损害。

升级后的体育彩票票面,让这种模糊变得清晰,让购彩者更加“明明白白消费”。

对于这一新鲜事,本报给予持续关注。2月7日,本报发文《公益金提示数字背后的隐形数字》为题,深挖体育彩票票面升级创新背后蕴含的深层意义——

一些购彩者产生了“新疑问”:为什么有时候花同样多的钱购买不同游戏的彩票,票面上显示的公益金数额却不一样多?这是因为,根据我国彩票相关规定,不同彩票游戏的公益金、奖金、发行费的提取比例不尽相同。以体育彩票为例,不同游戏的公益金分别按以下标准计提:大乐透是36%,7星彩是37%,排列3是34%,排列5是37%,竞彩是18%,足彩是22%,顶呱刮是20%;相应的,上述体彩游戏的奖金和发行费计提比例也会有所差别。

一些购彩者产生了“新疑问”:为什么有时候花同样多的钱购买不同游戏的彩票,票面上显示的公益金数额却不一样多?这是因为,根据我国彩票相关规定,不同彩票游戏的公益金、奖金、发行费的提取比例不尽相同。以体育彩票为例,不同游戏的公益金分别按以下标准计提:大乐透是36%,7星彩是37%,排列3是34%,排列5是37%,竞彩是18%,足彩是22%,顶呱刮是20%;相应的,上述体彩游戏的奖金和发行费计提比例也会有所差别。

这组“隐形的数字”,是印在体育彩票上的公益贡献值提示文字和数字的强力支撑,也是我国体育彩票公益金宣传中不应被忽略的重要组成部分,也应被公众

知晓。

2018年的体彩创新,还体现在体育彩票广泛支持全民健身事业方面。当年8月8日全国第十个全民健身日期间,中国体育彩票联手抖音等平台发起“寻找最美健身达人”活动。8月6日,本报刊发评论《体彩,你也玩抖音?》——

体育彩票也在玩抖音。这,不算个新鲜事?

在年轻人都爱玩的抖音平台上,中国体育彩票的官方抖音号“乐动体彩”赫然在列。8月4日至12日,在抖音上,“乐动体彩”将发起“那些年,你跳过的广播操”挑战。

体育彩票也玩抖音,并把全民健身公益活动做到了这个当下最热门的APP平台上。这不由得让人们产生很多联想。短短两个月之内,体育彩票在公益传播中至少“拥抱”了传统电视台、在线视频媒体平台、短视频APP平台等三种媒体业态。这样的拥抱表达了体育彩票创新、开放、时尚的姿态。

关注“体彩成果”

对于中国体育彩票而言,无论是公信力打造、公益事业发展,还是渠道建设的推进,最终都需要转化为成果,为社会所用,为公众服务。2018年,在关注“体彩成果”方面,本报做了以下一些努力。

6月14日,俄罗斯世界杯开幕。这个举世瞩目的赛事与体育彩票有什么关系?赛前,本报6月4日刊发评论《体彩公益成果走向世界》,提出——

在世界杯比赛入场仪式中的球童中,将会出现一些中国少年的身影。这些孩童在世界赛场上的亮相,将在一定程度上代表着体育彩票公益事业发展所取得的成果。

不久前,体育彩票联合央视共同发起的“谁是球王”全国青少年校园足球大赛全国总决赛落幕,而入国本次比赛最佳阵容的小学组选手将作为入场仪式的球童在俄罗斯世界杯上亮相,入选最佳阵容的初中组选手将赴英超曼城俱乐部进行短期培训。

无疑,这是体彩公信成果和公益成果走向世界的又一体现。

公益,是体育彩票最受社会关注的成果。2018年8月22日,本报发表评论《公益体彩多战线服务国家战略》,对于体育彩票在支持公益事业和体育事业方面实施的宏观方案进行解读,指出,在以下几个重要领域,体育彩票树立了良好的公益口碑——

一是体彩服务于全民健身战略。二是体彩服务于国家扶贫战略。三是体彩服务于国家教育战略。四是体彩服务于足球发展战略。

公益体彩全力服务于国家战略,绘制了一道道阳光美景,一直在路上。

在对众多体彩公益成果的关注中,《中国体彩报》2018年重点独家报道了由体彩公益金作为重要组成部分的中央专项彩票公益金支持的中国造血干细胞捐献者资料库(中华骨髓库)的重建和

发展,并对多名造血干细胞捐献者进行了系列实地走访。

当年9月15日,第四个世界造血干细胞捐献者日。14日,本报启动《捐献造血干细胞是公益,买彩票也是公益——走访造血干细胞捐献者》系列专访。当天,本报在《以彩票之名,致敬造血干细胞捐献者》的评论中指出——

自2003年起,中华骨髓库每年都得到中央专项彩票公益金的投入,截至今年8月31日,直接用于中华骨髓库建设的彩票公益金累计达到13.6亿元。这其中,相当一部分资金来源于体彩公益金。

2017年,购彩者每花100元买彩票,就有两分钱直接用于了中华骨髓库建设。中国全体购彩者积少成多,聚沙成塔,通过中华骨髓库,通过造血干细胞捐献者,为那些重症血液病患者撑起了一片生命的蓝天。

在“体彩成果”中,体育彩票网点形象是一个不能回避的话题。近年来,体育彩票不断推进渠道建设,其中,网点形象升级是一直处于“正在进行时”的系统工程。2018年10月12日,本报推出专题报道《网点变脸,体彩店形象再上档次》指出——

前两天,记者的一位朋友突然通过微信发来两张体彩网点的照片,说她偶尔买彩票,发现体彩店的形象焕然一新,不再是以前“小黑屋”的感觉了。近年来,各地体彩陆续对体彩网点进行升级改造,店面宽敞了,门头醒目了,环境舒适了。

这种成果的显现,与国家体彩中心发布《中国体育彩票实体店形象基础要素设计与使用手册》(2018版)有关。在“手册”的基础上,各地体彩机构制定网点建设标准并进行相关升级改造,让体彩网点有了“连锁标准”。如今,不管你去哪里的体彩投注站购彩,都有走进连锁店的感觉,店里的区域划分和硬件设施都很规范。