

体彩25年，让这些“问号”
变成了“惊叹号”

25年 25问

3

“责任体彩”
说的是啥？

为责任彩票建设打call 推进彩票生态文明建设

弘扬主旋律 “责任体彩”备忘录

■记者戴新报道

“不管是工作中，还是平时聊天，‘责任彩票’这几个字，我们经常提及。毫不夸张地说，说这四个字的频率，比有些彩票的开奖频率还要频繁！”不久前，国家体彩中心一位人士这样说道。

责任彩票建设正在成为体育彩票工作中的主旋律，这是不争之实。而在体育彩票系统内，人们更愿意把责任彩票与体育彩票的关系习惯性地称为“责任体彩”。自从2017年以来，无论在官方还是私下，“责任体彩”都是被探讨最多的话题。

发布责任报告——满足公众彩票知情权

关于责任彩票，关于责任体彩，人们应该知道的事情有很多。

让我们从今年3月发生的一件事说起。

2019年3月，国家体彩中心发布《中国体育彩票2018社会责任报告》。这并不是中国体育彩票面向公众第一次发布“责任报告”。很多人注意到，面向社会发布“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”。

那么问题来了——体彩“责任报告”的发布，对于老百姓来说，有哪些意义？

一般而言，通过体育彩票社会责任报告，社会公众可以更加全面、系统地了解与报告发布机构相关的几方面情况：一是体彩机构内

部构建，二是体彩销量数据、公益金筹集使用以及体彩公益活动开展情况，三是体彩渠道建设情况，四是体彩返奖情况。可以说，发布社会责任报告，是各级体育彩票机构不断致力于向社会敞开大门，满足公众知情权的重要体现。

有业内人士注意到这样一个背景——今年3月《中国体育彩票2018社会责任报告》发布前不久，我国彩票事业发展刚刚迎来一个引人关注的“变革期”。

2019年春节前后，我国彩票监管机构和发行机构密集出台并实施一系列彩票新政策、新规范，其中，财政部、民政部、国家体育总局联合发布的针对高频快开游戏和竞猜游戏的制度规范以及强化彩票销售终端管理的监管要求，犹

如一石激起千层浪，在彩票市场乃至社会引起强烈反响，其幅射面和影响力至今仍在持续发酵中。

三部委联合发布的新规，核心内容包括：对高频快开游戏作出拉长每期销售时间、下调投注倍数范围、叫停派奖和促销活动等规定，对单场竞猜游戏作出下调返奖比例、严控开售比赛数量等规定，此外，还要求对上述两类游戏加强销售终端管理。

必须承认，这些新政新规的出台和实施，为关注我国彩票事业发展的人士带来了多元化思考。那么，对于正在加快推进责任彩票建设的体育彩票行业来说，这些新政新规的来临又意味着什么？围绕责任彩票建设，体育彩票近年来又做了哪些事情？

收获责任成果——体育彩票展示社会担当

在全国彩票系统全力推进责任彩票建设的大背景下，“责任体彩”取得了令人瞩目的进展，收获了显著的成果。

2018年3月，国家体彩中心发布了《中国体育彩票2017社会责任报告》。这份体彩史上首个社会责任报告，以图文并茂的方式介绍了体育彩票发行销售、游戏设计、渠道建设、开奖兑奖、公益贡献等重要社会责任议题的管理和实践情况。至2018年底，全国31个省（区、市）体育彩票销售机构全部发布了本区域的社会责任报告，向社会宣示体育彩票的社会担当。

2018年12月，中国体育彩

票通过世界彩票协会责任彩票三级认证。这在中国彩票行业尚属首次，也标志着体育彩票的责任彩票建设踏上了新的征程。

2019年3月，国家体彩中心对外发布《中国体育彩票2018社会责任报告》。这份报告深度介绍了体育彩票在履行公益责任、依法合规运营、公开透明开奖、优化购彩服务等方面的行动实践，再一次向社会宣示体育彩票的社会责任。

可以说，上述一系列成果的展现，表明体育彩票在责任彩票建设中的方向是对的，行动是稳的，反响是好的，是值得信赖的。

注重顶层设计——“三年实施纲要”出台

应该说，2019年初发布的一系列彩票新政新规，都是从制度的高度、责任的角度对彩票发展提出了要求，是“高屋建瓴”，是“顶层设计”。

对于体育彩票来说，其责任建设发展目标的提出要追溯到2017年。

2017年体育彩票半年工作会议上，全国体彩系统首次明确了“建设负责任、可信赖、健康持续发展的公益彩票”的发展目标。2018年，国家体彩中心将责任彩票建设列为重点工作，结合国家体育总局发布的《体育彩票发展“十三五”规划》，科学制定并全面

实施责任彩票规划并指导各省（区、市）体彩中心开展责任彩票工作。到2019年，中国体育彩票全国发行迎来第25周年，而“责任体彩”建设也进入第三个年头。

在《中国体育彩票责任彩票建设三年实施纲要（2018-2020）》中，“负责任、可信赖、健康持续发展的国家公益彩票”的发展目标，被定义为具有“促进行业生态净化，推动体育彩票事业安全、健康、可持续发展”的重要意义。为落实责任彩票建设工作，国家体彩中心还成立了责任彩票建设领导小组，在领导小组带领下，各级体彩机构上下联动，形成合力。

2018年体育彩票半年工作会议上，全国体彩系统根据内外部环境的变化，又提出了“防风险、转方式、增后劲，促发展”的工作思路。在这一制度性思路中，“防风险”被提到了重要的地位。

2019年初，三部委联合出台一系列彩票监管新规，我国彩票事业发展进入政策变革期。这些彩票宏观政策中体现的重要变化，也印证了一件事，那就是体育彩票机构对彩票市场趋势的判断是正确的，体育彩票提出建设责任彩票、倡导多人少买、深入打造品牌等思路，与当前的市场环境 and 政策环境是相吻合的。

打造“绿色彩票”——体育彩票进入质量时代

2019年4月，国家体彩中心相关负责人接受《中国体育彩票》采访，在谈到责任彩票相关政策出台背景时指出，中国体育彩票作为国家发行管理的公益彩票，多年来秉承“来之于民、用之于民”的发行宗旨，坚持以人民为中心，牢牢把握公益彩票的发展方向，筹集公益金推动了体育事业和社会公益事业的发展。

在体育彩票发行销售过程中，以人民为中心的一个重要表现，就是对购彩者负责，这也是责任体彩建设赋予的使命。近年来，中国体育彩票始终倡导健康理性购彩，保护购彩者合法权益，加强彩票公益性的宣传力度，让更多购彩者理解购买彩票是为体育事业和公益事业作贡献，同时不断强化体育彩票代销者依法依规销售彩票的法律意识。

“体育彩票的销售方式不能让购彩者因彩致贫、因彩破产、因彩破家。”今年3月，国家体彩中心一位负责人在一次内部会议上发出了振聋发聩的声音。他指出，这也是责任体彩建设的一个出发点。这位负责人表示，对购彩者和彩票销售网点负责，也是责任彩票建设的内容，其中，“对网点负责，最重要的是要为他们培养强大的自身造血机能。”

2018年，一本《责任彩票公众手册（理性购彩篇）》出现在全国各地的体彩网点。该手册

通过提问或警示等方式，向购彩者传递快乐购彩、理性购彩的体彩态度。在体彩销售网点，也越来越多地出现了销售员奉劝购彩者“少买一点”的现象——这一方面让人惊讶，另一方面令人真切地感受到售彩者对购彩者“很负责任”。

平心而论，对于包括购彩者在内的老百姓而言，“责任彩票”这个概念听上去似乎有点“官方”，不是那么容易弄懂。对此，前面提出培养网点自身造血功能观点的那位负责人形象地解释称，“责任彩票是什么，大家可能听不懂，但如果我们换个词，称之为‘绿色彩票’，大家可能就懂了。”

绿色，其实就是健康，就是公益。自1994年全国统一发行，体育彩票25年来已累计筹集公益金超过4700亿元。这些巨额公益金被广泛应用于与民生紧密相关的方方面面，成为“公益事业助推器”和“体育事业生命线”。

2019年，中国体育彩票迎来全国统一发行25周年，正在经历从简单地追求销量和速度向追求质量和社会综合效益转变的转型期。伴随着我国社会经济的发展，中国彩票行业的生态文明建设正在不断向前推进。在责任彩票建设的引领下，体育彩票事业进入了引人瞩目的“质量时代”。

强化责任驱动——体育彩票发生新的变化

在责任的驱动下，体育彩票领域近年来发生了一些明显的变化。

“从2017年开始，国家体彩中心一直在转型，提出了建设负责任、可信赖、健康持续发展的国家公益彩票的目标，提出要‘塑造以公益、公信、责任为核心的体育彩票品牌形象’。”国家体彩中心相关部门一位负责人表示。

这位人士介绍，从2018年到现在，中心领导在听取工作汇报时，“只字没提销量，几乎所有的话题都是围绕着公益与责任。”这位人士说，“这在以前是不可想象的。”

2019年年初，全国体彩品牌营销与渠道工作培训会议在昆明

举行。会议上，国家体彩中心明确提出了适应当前变化、克服思维惯性、转变思维方式、转变工作重心的要求，提出要辩证地看待销量与规律的关系，指出，要把握好彩票的本质和对事物的判断，“我们习惯性地将对销量影响当作判断标准，要逐步习惯于把这是否符合彩票基本规律当作标准。”会议还指出，要把握好短期与长期的关系，“短期困难会迎来长期的更大发展。”

体育彩票发生的变化也体现在媒体层面。一位彩票媒体人对《中国体彩报》表示，以前在与媒体沟通时，一些省份的体彩机构是希望对彩票销量进行报道宣传，“而现在，风向变了。”他说，淡

化销量，强化责任与公益，是近年来各级体育彩票机构对媒体以及公众态度上的一个突出特点，也是体彩宣传中吹来的一阵“新风”。

这位人士透露，据他了解，不久前，很多与彩票宣传报道相关的媒体都在近期的沟通和工作收到了来自国家体彩中心的“打招呼”，被“请求”在报道中弱化销量、淡化甚至杜绝绝对大额投注购彩现象的宣传，强化体彩的公益性，强化体彩的社会责任。他介绍，国家体彩中心相关部门负责人在“招呼”中说得最多的一句话是，“体育彩票发行销售不能只为了销量，要替购彩者负责。”

销售额越大，公德心越大，责任感越大。这真不是一句空话。