

中国体彩报



2022年4月5日 星期二 ■主管：国家体育总局 ■主办：中国体育报业总社
壬寅年三月初五 □总第1789期 □刊号：CN11-0097

截至2022年4月2日，中国体育彩票累计筹集公益金6367.76亿元
本年度已筹集公益金128.81亿元

策划
专题

无限创意来之于民 “体彩征集”见真章

体彩“征功夫” 邀你献“锦囊”

日前，中国体育彩票推出超级大乐透品牌口号及 Logo 有奖征集活动。公开进行品牌口号、公益口号等征集活动，体彩始终真诚面对社会，不断磨练“征功夫”。 ▶04-07版

乐透不止 创意由我

04月04日12时来自江苏省的186****2551提交品牌口号投稿作品 04月04日

参加品牌口号征集 参加品牌LOGO征集

乐透不止 创意由我

4月2日至5月6日，“乐透不止，创意由我”体彩超级大乐透品牌口号及品牌 LOGO 创意征集活动火热开启。活动网址链接：<https://www.lottery.gov.cn/tcnet/dlt/khzi/ldy.html>

彩市新语

体彩“征功夫”汇聚民间智慧与力量

■戴新

4月2日，中国体育彩票启动超级大乐透品牌口号及品牌 LOGO 有奖征集活动。这不是大乐透首次征集口号（国家体彩中心曾于2007年大乐透上市前公开有奖征集该游戏名称和宣传语），也不是体育彩票第一次面向公开征集“回音”，却会勾起业内人士对于彩票“征功夫”的话题联想。

全国统一发行近28年来，中国体育彩票不忘“来之于民，用之于民”发行宗旨，在事业发展过程中充分尊重民意，吸取和发挥民间智慧与力量，为体彩公益事业赋能。其中，面向社会公众进行品牌口号、公益口号以

及其它形式活动和作品等征集活动，是体育彩票近年来为真诚面对社会、不断贴近大众而精心磨练的一个“征功夫”。

2009年，国家体彩中心举办中国体育彩票主题口号征集活动。当年10月，深圳市民谭惜女士通过网络提交的“公益体彩，乐善人生”在全国5万余件参赛作品中脱颖而出，荣膺一等奖，这句口号也被一直使用至今，成为体彩从业者和参与者耳熟能详的彩票公益格言。

近年来，通过公开征集方式闪亮面世的体育彩票口号、办法、作品等，不断吸人眼球。作为当今最活跃的体彩公益形象，体彩史上首个全取吉

祥物乐小星也是通过公开征集而诞生的——从2020年4月8日开始征集到10月18日揭晓，乐小星的出现历经183天海选以及从民间到专家学者的层层筛选与把关，真正体现了“来之于民，用之于民”。

在国家体育总局本级彩票公益金使用情况公告中，与“征集”相关的内容也屡屡出现。2020年度，用于资助或组织开展全民健身活动的本级公益金共计5805万元，其中相当一部分活动是通过民间征集方式开展的。2019年度，涉及专项用于体育志愿服务的本级公益金达到1.71亿元，其中就包括开展“全民健身志愿服务品牌活

动暨最美全民健身志愿者征集活动，共征集到197个全民健身志愿服务品牌活动和206个全民健身志愿者事迹”。

不难发现，通过面向社会公开征集口号、办法、作品等，体彩公益事业、体彩文化发展随时代变迁而与时俱进，发展之路越走越宽，获得了更多社会关注度，拉近体彩与百姓之间的距离，吸引更多群众参与公益、享受公益、热爱公益，助力体彩成为人们的身边事、心中事、期待事。

重视民意，敬畏民意，发扬民意。体彩“征功夫”，汇聚民间智慧与力量，为“来之于民，用之于民”挖掘更多深度，传递更多温度。

导读

9省份销量 同比增长

今年1月至2月，全国共销售彩票533.02亿元，其中体育彩票销售299.40亿元。 ▶03版

3个月 13注头奖

理性投注幸运连连，苏州购彩者运气爆棚——3个月13注头奖。他们是怎么做到的？ ▶08版

体彩人演绎 “人世间”

有这样一群人，他们与体彩同呼吸共命运，不离不弃携手向前，演绎“人世间”。 ▶10版

大奖得主 中奖感言

六位大乐透大奖幸运儿，“购彩日常”各不相同，中奖感言也是各有心声。 ▶11版

体彩即开票 大奖不停

“点石成金”1000万、“十倍幸运”25万、“绿翡翠”25万……体彩即开票频送大奖。 ▶12版

中国体彩报
官方微信
(Zgtcb_News)



发行投诉电话：010-87194398
虚假新闻、有偿新闻举报电话 zgtcb@sina.com
责任编辑：戴新 / 美术编辑：张长征