

体彩“征功夫”



邀你献“锦囊”



编者按

中国体育彩票发行28年以来,十分注重体彩品牌建设和体彩文化发展,期间诞生了诸多的文化创意。从体彩吉祥物征集到体彩顶呱刮票面创意征集,从“公益体彩 乐善人生”到“乐透不止 畅活有你”等体彩口号征集……体育彩票通过全面社会征集,不断打造更年轻、更生动的形象,与年轻群体建立更多联系。

从“公益体彩 乐善人生”口号到吉祥物乐小星

体彩创意背后的那些事

“公益体彩 乐善人生”是体育彩票的口号,乐小星是体育彩票的官方吉祥物,“来之于民用之于民”是体育彩票的发行宗旨……体彩口号和吉祥物是如何征集而来,创意背后有何故事?

“公益体彩 乐善人生”

诞生时间:2009年9月16日

“公益体彩 乐善人生”是体育彩票的口号,诞生于2009年,通过向社会公开征集而来,历时近两个月。

2009年9月16日,“中国体育彩票主题口号征集活动”总决赛落幕。作品“公益体彩,乐善人生”以12.02的最终得分获得本次活动的一等奖第1名,“聚点滴之爱,添生活之彩”和“公益体彩,共赢未来”两条作品分别获得一等奖第2名和第3名。

活动总决赛分为两部分,专家打分部分和网友打分部分,两者各占50%权重,最终名次由总分和决定。专家打分在9月15日进行,来自国家体育总局宣传司、新华社体育部、CCTV5、新浪网和中国体育报的领导组成了专家组,作品“公益体彩,乐善人生”在专家打分部分获得了8.23的加权分,名列专家打分榜首。网友打分部分在新浪网通过网友投票形式进行,整个投票与9月16日0点截止,作品“公益体彩,乐

善人生”获得了2738票,加权分15.81,排名网友打分榜首。

体彩口号征集活动于北京时间2009年7月27日正式启动,于8月27日零时停止接受应征作品,期间共收到口号约5万条。初审评审会由10个专业彩票媒体的专家组成,经过多轮评审,8月31日优秀奖候选出炉进入第二阶段。

9月1日至3日,体彩口号进入第二轮评审,来自新华社、人民日报、中国体育报的领导、资深记者和彩票学术机构的相关人士作为评委参加了本次评审工作。共有90个作品从百余条入围作品中脱颖而出,当天评选出优秀奖50个、三等奖30个、二等奖及以上10个。

9月4日,体彩口号总决赛开始,第二轮晋级的10条二等奖以上作品及定向征集的5条作品一起进入总决赛。9月15日专家评审结束,9月16日0时网友打分截止,经过公证人员的公正,最终成绩出炉。



“公益体彩 乐善人生”的口号深入人心

●链接

一等奖得主谭惜——

“参赛只是试试看,没想到能得奖”

“当时提交参赛作品只是试试看,真的没想到能得奖,直到他们(国家体彩中心)给我打电话。”2009年10月24日,在中国体育彩票开奖现场,来自广东深圳的谭惜女士接受媒体采访时说道。

谭惜提交的“公益体彩乐善人生”,获得了中国体育彩票主题口号征集活动的一等奖。当晚,谭惜还亲手启动了超级大乐透玩法的摇奖机,她希望能给全国彩民带来一份幸运。与谭惜一起到中国体育彩票开奖现场领奖的还有来自广西财经学院的黄青里,她提交的作品“体育强国体彩圆梦”,也获得了这次主题口号征集活动的二等奖。

“我是通过报纸知道这次主题口号征集活动的,当时参加也就是试试看,我想获奖的人一定已经被内定了”,但是结果表明这次评选完全是公开、公平、公正的。”谭惜表示,她是深圳市清华苑建筑设计RWA研究所的一名普通文员,也有着两年多的彩龄,虽然对获奖没抱希望,出于对体育彩票的热爱,她还是提交了自己的参赛作品。

在日常生活中,谭惜会经常购买超级大乐透、顶呱刮等体彩玩法,也会中些小奖,但是还没有中过大奖。不过,这次主题口号征集活动,她却获得了实实在在的体育彩票“大奖”。

乐小星

诞生时间:2020年10月18日

乐小星是体彩官方吉祥物,诞生于2020年,通过向社会大众征集而来,历时约半年之久。

2020年10月18日,中国体育彩票在北京举行了以“见证公益的力量”为主题的发布会。在这次发布会上,体彩吉祥物“乐小星”首次正式亮相。

“乐小星”的初次亮相得到了冬奥冠军武大靖的助阵。在发布会现场,武大靖也称赞“乐小星”：“很有体彩特点,是个可爱的娃!”听到帅气的奥运冠军对自己的夸赞,“乐小星”变得害羞和紧张起来,连连做出爱心发射的手势作为回应。随后,“乐小星”和武大靖邀请观众参与全新改版的体彩7星彩游戏。

当年4月8日,在超30万网友的共同参与和见证下,由中国体育彩票和站酷网合作举办的“益起来 绘精彩”体彩吉祥物征集活动在线上启动,征



2020年10月18日,体彩吉祥物乐小星(右)正式亮相

集活动将持续至2020年5月28日。这也是体彩首次以线上发布的方式举办品牌活动。中国体彩网、中国网、央广网、新浪体育频道、PP体育对本次启动会进行了全程转播。

体彩吉祥物征集启动线上发布会邀请了北京2022年冬奥会吉祥物“冰墩墩”的总设计师曹雪,以及小么鸡、“苏大强”卡通形

象的作者马里奥小黄在线分享对体彩吉祥物设计的理解。启动会进行中,观众通过发送弹幕、点赞等方式参与实时互动,并且有惊喜红包随时降临,大家对设计界大咖的助阵以及丰富的互动环节感到惊喜。广大网友在上线一起发送能量弹幕,凝聚力量为活动能量条蓄能,正式开启了体彩吉祥物的征集活动。

“来之于民用之于民”

诞生时间:1994年

“来之于民用之于民”是中国体育彩票的发行宗旨。那么这个“来之于民、用之于民”,是如何实现的呢?

“来之于民”——

《彩票公益金管理办法》规定,彩票公益金是按照比例从彩票发行销售收入中提取的,专项用于社会福利、体育等社会公益事业的资金,逾期未兑奖的奖金纳入彩票公益金。

具体来说,大乐透的公益金比例是36%,购彩者每购买一张2元的大乐透,贡献0.72元公益金。7星彩和排列5的公益金比例是37%,传统足彩的公益金比例是22%,全国联网单场竞猜游戏和即开票的公益金比例均是

20%。购彩者每购买一张体育彩票,都有相应的一部分进入公益金,彩票公益金中的每一分钱都是购彩者通过购买一注又一注彩票而累积起来的。

“用之于民”——

根据彩票公益金分配的相关规定,彩票公益金在地方与中央之间按50%比50%的比例分配。中央集中的彩票公益金,在社会保障基金、专项公益金、民政部和体育总局之间,按60%、30%、5%、5%的比例分配。国家体育总局公布的本级彩票公益金使用情况,是上述比例中的5%;各地体育部门公布的体彩公益金使用情况,是地方留用的50%。

每年6月底前,国家体育总局和各地体育部门都会公布上一年本级彩票公益金使用情况。其中,用于群众体育的占大头。每年8月底前,财政部也会发布上一年彩票公益金筹集分配情况和中央集中彩票公益金安排使用情况。其中,中央专项彩票公益金在精准扶贫、教育助学、医疗救助、养老服务等领域发挥着越来越重要的作用。

截至目前,中国体育彩票全国统一发行28年以来,筹集的公益金已超过6365亿元。这些钱来自于购彩者的点滴贡献,又用在了包括购彩者在内的人民群众身上,完成了来之于民到用之于民的过程。

体彩即开票票面创意征集

诞生时间:2021年11月

体彩即开票票面征集活动是体彩即开票自2008年上市以来,首次发起大型征集活动。

2021年5月31日开始,国家体彩中心面向社会开展即开票型体育彩票票面创意征集活动,邀请广大关心体育事业与公益事业的社会大众参与投稿,为汇聚与传递公益正能量贡献智慧和力量。

此次即开票型体育彩票票面创意征集活动的主题是“刮开幸运,创意由我!”征集活动至10月20日结束。

活动期间,参与者可通过中国体彩网、“中国体育彩票”APP或微信小程序、“体彩顶呱刮”微信服务号等平台的即开票票面创意征集入口了解活动详情,上传“产品主题”“作品名

称”“创意描述”等3项内容即可参与征集活动,同时可自选参与“平面设计”的投稿。

此次征集活动面向社会开展,旨在汇聚社会各界人士的创意,并将“想法”变为“现实”,让每个人都有机会成为即开票的“设计师”。

(本版文字/陈敏整理)