

教育部體育署

出國報告（出國類別：考察）

運動彩券發行單位及投注標的賽事參訪

服務機關：教育部體育署

姓名職稱：賴亦晨 科員

林雅惠 助理研究員

派赴國家：大陸(上海及浙江)

出國期間：104年5月23日至5月28日

報告日期：104年8月12日

摘要

運動彩券自民國 97 年發行以來，第一屆發行期間為民國 97 年 5 月 2 日起至民國 102 年 12 月 31 日止，由台北富邦商業銀行取得發行權，發行法源為公益彩券發行條例，獎金支出率、管銷費用比例分別為 75% 及 15%，在其過度樂觀預估運動彩券銷售金額情況下，致與主管機關間生行政爭訟；第二屆發行期間為民國 103 年 1 月 1 日起至民國 112 年 12 月 31 日止，則由威剛科技股份有限公司取得發行權，有別於第一屆發行架構，運動彩券業務係委託台灣運動彩券股份有限公司辦理，金流業務則委由中國信託商業銀行辦理，發行法源為運動彩券發行條例，獎金支出率、管銷費用比例分別為 78% 及 12%。在主管機關之監督管理下，第二屆運動彩券目前銷售狀況良好，初步預估運動彩券銷售金額將逐年穩健成長。

又運動彩券之發行除發行架構外，影響總體運動彩券業務及銷售等亦包含獎金支出率、管銷費用及提撥政府體育支出預算比例之訂定，涉及層面含括產品設計及風險管控、內部制度控制、銷售人員訓練、銷售秩序維護、品牌形象建立、行銷策略及經銷商管理等，爰為持續增加運動彩券銷售盈餘，擴大我國運動發展基金基石，以達發行運動彩券照顧體育人才之宗旨，爰規劃本次參訪行程，藉由參訪上海市及浙江省體育彩票管理中心，了解大陸地區近幾年體育彩票銷售金額不斷突破歷年最佳銷售金額之成長動能，作為我國發行運動彩券之借鏡。

關鍵字：運動彩券

目次

壹、目的.....	4
貳、過程.....	5
參、心得與建議.....	11
肆、附錄.....	13

壹、目的

我國運動彩券自民國 97 年 5 月 2 日發行以來，迄今歷經兩屆發行機構，第 1 屆發行機構為台北富邦商業銀行(以下簡稱北富銀)，發行期間為 97 年 5 月 2 日起至 102 年 12 月 31 日止，平均銷售金額約為新台幣 143 億元；第 2 屆發行機構為威剛科技股份有限公司，有別於第 1 屆發行型態，威剛科技股份有限公司(以下簡稱威剛公司)取得第 2 屆運動彩券發行權，運動彩券業務委託臺灣運動彩券股份有限公司(以下簡稱臺灣運彩)辦理，金流業務則委託中國信託商業銀行(以下簡稱中信銀)辦理，在運動彩券銷售狀況部分，103 年運動彩券銷售金額約為新台幣 240 億元，104 年至 6 月 30 日止，銷售金額約為新台幣 147 億元，與 103 年同期銷售金額相較，成長約為 47%，今年銷售金額更有望突破新台幣 250 億元，創下我國運動彩券發行以來之最佳銷售金額。主管機關亦預期在第二屆運動彩券發行期間，運動彩券銷售金額將逐年穩健成長，並充實運動彩券發行盈餘挹注之運動發展基金，達成運動彩券發行照顧體育運動人才之宗旨。

另第 1 屆運動彩券發行法源為公益彩券發行條例，依規定獎金支出率佔運動彩券銷售金額不得超過 75%，管銷費用不得超過 15%。又北富銀過度樂觀預期我國運動彩券銷售市場，高估運動彩券銷售金額，致其發行期間年度銷售金額之發行盈餘，均未能達成其所提財務規劃發行盈餘 80%之保證盈餘。在第 1 屆運動彩券發行期間，發行盈餘與保證盈餘金額缺口約為新台幣 95 億元，在我國財政日漸拮据的情況下，為不短少國庫之收入，主管機關遂命其繳交保證盈餘，北富銀於各年度保證盈餘數額核定後 3 個月內繳交，並提起行政救濟，前揭保證盈餘行政訴訟案，除 99 年確定判決由主管機關勝訴外，其餘訴訟案件仍於法院審理中。

第 2 屆運動彩券發行法源係依運動彩券發行條例辦理，依規定運動彩券獎金支出率佔運動彩券銷售金額不得超過 78%，管銷費用不得超過 12%，餘 10%則做為公益彩券盈餘及主管機關發展體育之用。在管銷費用部分，發行機構之佣金、經銷商銷售佣金、運動彩券發行損失及賠償責任準備，第 2 屆發行機構則依第 2 屆運動彩券經銷商遴選公告，在經銷商銷售佣金不得低於 6%之情況下，將管銷費用依序訂為 5.25%、6.25%及 0.5%。

在第 2 屆銷售期間初始，部分經銷商不斷反應 6.25%銷售佣金不足以支應其經營所投入之成本，希望提升，又站在消費者立場及發行機構立場，獎金支出率由 75%提升至 78%，有助於運動彩券之銷售，並增加消費者投注意願；總體上來說，鑒於第 2 屆運動彩券銷售狀況良好，經銷商平均銷售額及所獲得之銷售佣金，皆較第 1 屆發行期間高，爰獎金支出率、發行機構銷售佣金、經銷商銷售佣金等管銷費用各比率之訂定，亦屬一門值得研究之課題。

大陸發行體育彩票迄今逾 20 年，銷售金額高達人民幣 7,000 億元，為其公益金籌集超過人民幣 2,100 億元，近幾年體育彩票銷售金額更有逐年上升之跡象，爰在運動彩券發行部分，希望藉由本次之參訪，深入了解大陸之體育彩票發行架構，透過其組織結構了解發行機構與銷售機構之運作及權責劃分，及發行機構或政府機關對銷售機構之監督管理機制，並了解體育彩票產品獎金支出率訂定及風險之控管，銷售通路及行銷策略之規劃，與經銷商管理等相關議題，以作為我國運動彩券發行之借鏡。

貳、過程

一、行程表

日期	地點	考察內容
5/23	台北→上海	去程
5/24、5/25	上海	1.投注賽事標的觀摩(中超賽事) 2.上海市體育彩票中心參訪
5/26、5/27	浙江省	浙江省體育彩票管理中心參訪
5/28	上海→台北	回程

二、考察情形

(一)體育彩票發行組織架構與權責劃分

大陸之彩票發行包含體育彩票及福利彩票，彩票統一由大陸財政部門監督管理，體育彩票、福利彩票則分由體育行政部門及民政部門管理。體育彩票並非全指我國發行之運動彩券類型(大陸稱競猜型彩票)，尚包含樂透型、概率型、數字型及揭開型等，除競猜型體育彩票外，部分體育彩票產品類似於我國公益彩券。

體育彩票發行機構為國家體育總局體育彩票管理中心，各省區市體育彩票管理中心則為銷售機構。體育彩票中心隸屬於國家體育總局，國家體育總局轄下含各體育行政部門，以本次參訪之上海市體育彩票管理中心(以下簡稱上海體彩中心)及浙江省體育彩票管理中心(以下簡稱浙江體彩中心)為例，其分屬上海市體育局及浙江省體育局之事業機構，專責各該行政區域之體育彩票銷售，辦理體育彩票所需經費，統籌由財政部門發給，銷售體育彩票之金額，亦統一繳交與財務部門，無涉公益金(即我國所指運動彩券發行盈餘 10%撥入政府部門金額)之保管運用規劃或分配等(各單位組織架構圖如圖 1)。

體育彩票發行機構主要職責包含制定大陸體育彩票發行銷售之發展規劃、管理制度、工作規範及技術標準，並建立發行銷售系統、市場調節機制、激勵約束機制及監督管理機制，研發彩票新產品或停止銷售及核准銷售機構自行開發之產品，統計全國體育彩票銷售數據、資金歸集結算、統一採購設備及服務等。

銷售機構則負責該行政區域之體育彩票銷售管理，如制定管理辦法、工作規範及行銷策略，向發行機構提出產品變更或停止銷售之建議，管理體育彩票代銷者(即我國之運動彩券經銷商)，彩票銷售系統營運及維護等。

本節除簡略介紹大陸體育彩票發行架構及權責劃分外，將於以下段落介紹體育彩票相關法規及本次參訪單位上海體彩中心、浙江體彩中心。

(二)相關法規：彩票管理條例、彩票管理條例實施細則、彩票發行銷售管理辦法及彩票財務管理辦法。

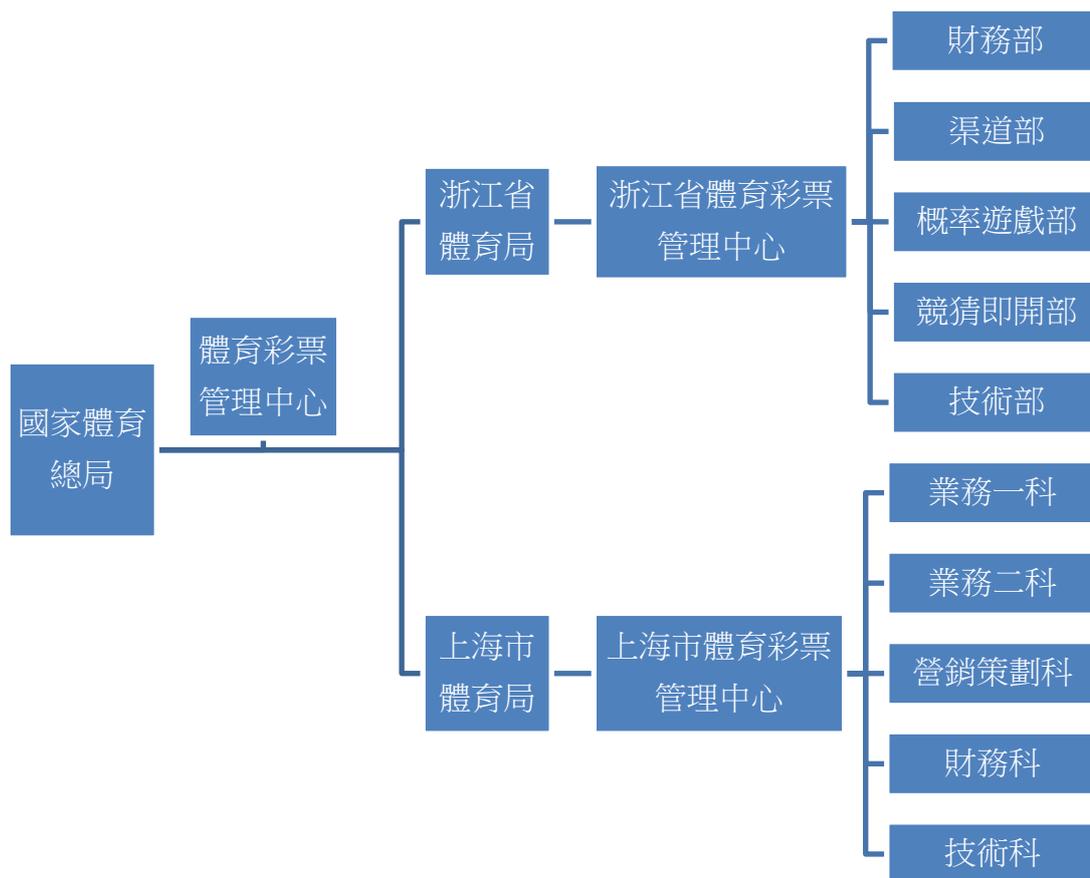


圖 1：上海市及浙江省體彩中心組織架構圖

(三)省(市)體育行政部門及財政部門

體育彩票業務由省(市)體育局轄下設專門機構辦理，省(市)體育局主要職責在於監督管理體育彩票管理中心(以下簡稱體彩中心)；至於制定該行政區域之彩票監督管理具體實施辦法，彩票公益金管理辦法，審核彩票銷售實施方案，監督管理彩票資金的繳交與使用，審定彩票管理中心之財務收支計畫等，則由省(市)財政部門辦理。

(四)上海市及浙江省體彩中心

1.上海市體育彩票銷售狀況及管理中心簡介

上海市體育彩票中心設立於西元 1995 年 4 月 28 日，屬上海市體育局轄下之事業單位，分業務一科、業務二科、營銷策劃科、財務科及技術科 5 科，人員編制 29 人。因上海市屬大陸行政區域劃分所訂之直轄市，該行政區域內除以區劃分外，並無「市」行政區域之劃分，爰上海體彩中心轄下僅分為「區」彩票管理中心，體育彩票代銷業者、彩迷(即我國所稱之運動彩券消費者)之第一線客服案件由區管理中心人員處理，並由上海體彩中心直接管理彩票代銷者，包含其營業許可之核發、雙方契約之簽訂，違反規定時之處置等。

上海市體育彩票自西元 1992 年至西元 2014 年底，銷售金額約為人民幣 282 億元，募集之公益金約為人民幣 72.3 億元。發行機構國家體育彩票管理中心每年皆會訂定各行政區之體育彩票銷售目標，上海體彩中心即為此目標之執行者，研擬

行銷策略，安排體育彩票代銷業者接受教育訓練，發放銷售指導手冊，並加強與彩迷之互動以提升投注意願等，以充盈公益金。

在廣告宣傳部分，行走於上海街頭時，皆可看到大型廣告刊版，宣導體育彩票係「取之於民，用之於民」概念等相關標語，張貼新產品海報等，尤其是大型體育場館四周，更充斥體育彩票相關宣傳、跑馬燈廣告等。

又上海市近幾年體育彩票銷售狀況以 2014 年為例，銷售金額首次突破人民幣 80 億元，其中競猜型彩票，約佔總銷售金額之 70%。銷售管道分成實體通路及非實體通路，實體店家約 300 多家，區分為銷售亭、與其他店家(超市、福利彩票代銷業者等)合併經營之櫃台、專營店，非實體通路則為網際網路投注，目前暫無設置電話投注。

另在體育彩票代銷業者部分，體育彩票銷售係屬自由進出產業，在 5 年內無刑事處罰紀錄與不良商業信用紀錄，不論是年滿 18 歲且具有完全民事行為能力之自然人或法人，符合上海體彩中心所設之條件基本如資本額、店面大小、店面位置等，皆可申請成為體育彩票代銷業者，並與該管理中心簽訂契約，契約期間為 1 年。又上海市近幾年房價高漲，店面租金過高，據了解申請擔任彩票代銷業者逐漸減少，且部分亦因經營不易退出市場。

2. 浙江省體育彩票銷售狀況及管理中心簡介

浙江體彩中心設立於 1992 年 11 月，屬浙江省體育局轄下之事業單位，分為財務部、渠道部、概率遊戲部、競猜即開部及技術部 5 部門，人員編制為 27 人。浙江省屬省級單位，依其行政區域劃分，浙江省下尚包含各市級單位，愛浙江省體育彩票管理中心下有各「市」體育彩票管理中心，與上海市之不同在於，浙江省為達成國家體育彩票管理中心制定之年度銷售計畫，除依國家體育彩票管理中心發行之產品銷售外，經報經中央主管機關同意後，可發行浙江省特有之體育彩票。在體育彩票代銷業者部份，則授權由市體育彩票管理中心管理，對代銷業者之管理屬政策性規劃，並不直接管理。

浙江省體育彩票銷售金額以 2014 年為例，約為人民幣 100 億元，有別於上海市，競猜型彩票銷售金額僅佔 30%，在銷售通路部分，目前尚無建置虛擬通路如電話投注或網際網路投注等，皆為實體店面。至 2015 年 4 月底，彩票代銷者家數約為 7,500 家，無不良犯罪紀錄者，在符合申請設立彩票代銷業之情況下，與浙江省彩票管理中心簽訂契約，契約期間為 2 年。若體育彩票代銷業者經浙江體彩中心評估其銷售金額不符體彩中心投入之設備成本情況下，浙江體彩中心將輔導其退出市場。依據該中心之統計資料，每年約有 300 至 400 家數不等之體育彩票代銷業者退出市場，退出市場者約佔總家數之 5%。

浙江體彩中心行銷策略大致上與上海市相同，研擬行銷策略，安排代銷業者接受教育訓練，發放銷售指導手冊，加強與彩迷之互動以提升投注意願等，強化體育彩票「買體彩、做公益」之公益形象，與大眾媒體建立良好的合作關係，宣傳管道除電視、廣播及報紙外，並拓展至社群網站如微博、為信等，且於街道上張貼海報、置放大型廣到看版、宣傳中獎訊息等。

(五)中國足球協會超級聯賽賽事觀摩：中國足球協會超級聯賽賽事(以下簡稱中超賽事)係納為我國運動彩券之投注標的賽事，本次藉由參訪上海及浙江体彩中心之機會，併同觀摩中超賽事，感受足球場上之熱血及大陸近幾年全力扶植足球之發展現況。以下分就中超聯賽及本次賽事隊伍上海申鑫及天津泰達權健隊簡介。

1.中國足球協會超級聯賽介紹

中國足球協會超級聯賽(Chinese Football Association Super League, CSL, 簡稱中超聯賽)，自西元 2004 年起由中國足球協會舉辦大陸地區之足球職業聯賽，賽制主要以英國足球超級聯賽之賽制運作。第 1 年即有 12 支球隊參加，至目前現有 16 支球隊。

於西元 2009 年起，因大陸中超各隊長期成績不佳及各級聯賽均存在管理漏洞，形成賭球問題，大陸官方開始就此問題進行會議研商，擬訂相關措施。西元 2009 年至西元 2012 年間，更是展開大陸足壇反賭風暴行動，打擊抑制足球發展的賭博行為。

西元 2014 年中超各俱樂部的總收入突破人民幣 20 億元，創下歷史新高。但賽季結束時，各俱樂部總體仍處於虧損狀態，只有 5 家俱樂部實現盈利，分別是廣州恆大、貴州人和、上海上港、上海申鑫以及廣州富力。

2.上海申鑫及天津泰達權健隊

(1)上海申鑫隊：為上海申鑫足球俱樂部所屬球隊，主場設於浦東源深體育中心體育場。西元 2003 年成立於上海市閘北區，球會曾使用名稱上海金貿、上海衡源、南昌八一衡源、南昌衡源。曾暫時將主場設在南昌八一體育場，並於西元 2009 年升入中國足球超級聯賽。西元 2012 年回遷上海，並更名為上海申鑫。同年 11 月，球會註冊地正式變更回上海。

(2)天津泰達權健隊：為天津泰達足球俱樂部所屬球隊，主場為天津奧林匹克中心體育場，是目前為止唯一一家代表天津參賽中超聯賽的足球俱樂部。天津泰達足球俱樂部成立於西元 1998 年 2 月 16 日，是中國足球超級聯賽的創始會員。

3.源深體育場(上海申鑫隊主場)

源深體育中心(位於上海浦東新區陸家嘴金融貿易區張楊路源深路 655 號，近世紀大道、地鐵源深體育中心站。)：體育場最主要用於足球比賽，體育場內設觀眾席位 1.6 萬個。曾是上海浦東聯洋 8848、上海九城、上海浦東中邦、上海中邦、上海聯城中邦、上海申花聯盛以及上海申鑫等參加全國足球聯賽的主場，現為上海申鑫隊之主場。體育中心設有游泳館、室內體育館、室外籃球場等設備，並有體育彩票之投注站。

三、參訪照片



圖 2：參訪上海體彩中心



圖 3：體育彩票宣傳廣告燈箱



圖 4：上海市體育彩票銷售亭



圖 5：上海市源深體育場館內銷售據點

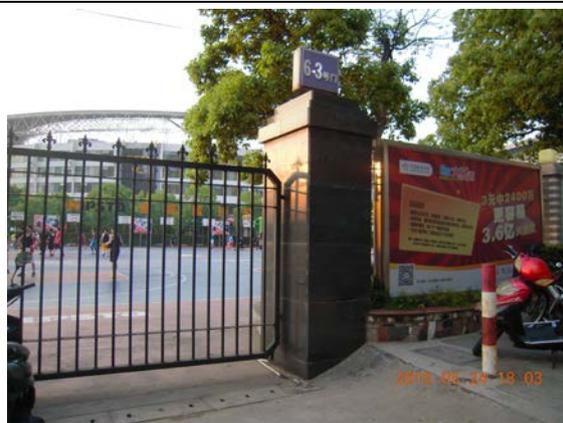


圖 6：中超賽事舉辦場館及周圍廣告燈箱



圖 7：中超賽事觀摩



圖 8：參訪浙江體彩中心



圖 9：體彩中心銷售宗旨



圖 10：體育彩票公益金運用宣傳



圖 11：浙江體彩中心銷售規劃進度



圖 12：浙江體彩中心產品宣傳海報



圖 13：浙江體彩中心開獎處參訪

參、心得與建議

一、大陸體育彩票發行 20 餘年，銷售金額高達人民幣 7,000 億元，帶來人民幣 2,100 億元公益金，主要用於大型賽事及全民健身計畫等，專攻於體育支出。體育彩票銷售金額的提升，除透過不斷開發新產品及市場調查分析外，更有賴於品牌形象之建立，在體育彩票行銷策略方面，銷售機構不斷強化購買體育彩票與公益之連結，宣傳公益金使用帶來之成果與效益，並與大眾媒體保持良好之公共關係，除報紙、網路及廣播外，亦隨著新媒體的出現，開闢社群網站等通路，提升彩票之社會關注程度，加強與消費者之互動等。

運動彩券之發行亦替我國政府帶來了體育資金的挹注，自民國 97 年 5 月 2 日發行運動彩券以來至 104 年 6 月 30 日止，約替政府挹注約為新台幣 207 億元，迄今已邁入第二屆，在主管機關之輔導及監督下，現行運動彩券銷售金額正逐步穩健成長中。又競猜型體育彩票銷售金額於全大陸地區銷售金額仍屬小眾市場，運動彩券與公益彩券不同，帶給國人的形象為合法之博弈，因此如何更加強化運動彩券與體育或公益之連結，建立運動彩券發行係為照護體育運動人才之形象，仍有賴於品牌形象之強化。

二、經參訪體育彩票中心後，發現不論是上海市或浙江省，近幾年的體育彩票銷售金額都有逐年上升之趨勢，惟據該中心相關人員表示，大陸地區地下賭博現象仍然猖獗，體育彩票銷售金額占地下賭博金額微乎其微。在我國亦有相同之現象，警調人員破獲地下賭博或非法博奕網站新聞時有耳聞，故如何把投注非法賭博的大量資金，吸引至合法運動彩券之購買，並加強非法博奕打擊，仍是一門值得研究的課題。

三、在經銷商管理方面，由大陸體育彩票代銷業者申請資格觀之，即可發現大陸體育彩票代銷業屬自由競爭市場，且無銷售家數之限制，依其彩票管理條例實施細則規定，年滿 18 歲且具有完全民事行為能力或者具有獨立法人資格者，有與從事彩票代銷業相對應的資金，在所提銷售據點滿足彩票管理中心之需求，5 年內並無刑事處罰紀錄及不良商業信用紀錄，即可申請成為彩票代銷者。

以上海市為例，目前承租房屋租金過高，現行實體銷售據點約僅 300 多家，多數從事體育彩票代銷業者，均對於彩票銷售有極大的熱忱，並對經營銷售或與彩迷之互動，皆獨具風格，若其經營不善無法負擔一併成本者，即選擇退出市場，又依浙江省之統計數據，每年約有 5% 之店家退出市場。另體育彩票代銷業者係屬體育彩票銷售之第一線人員，長期與彩迷接觸，為提升體育彩票之銷售金額，體育彩票管理中心每年安排人員接受教育訓練課程，且透過大型活動之辦理，加強管理中心、代銷者與彩迷三者之間之互動。

我國目前之經銷商家數有總數之限制，且須符合運動彩券發行條例、運動彩券管理辦法及運動彩券經銷商專業知識認定標準所定資格者，方得申請參與經銷商遴選，以成為經銷商，故以經濟學論之，運動彩券銷售市場目前仍非屬一開放之市場。以主管機關目前每年安排之經銷商訪視計畫，及運動彩券發行機構提報之營業報告，可得仍有部分經銷商運動彩券銷售金額遠低於市場平均值，且是否

足以支應其成本尚存疑問。在經銷商訪視過程中，常有部分經銷商反應運動彩券經營之不易，銷售運動彩券之佣金無法支應相關開銷，工作時間過長等，考量運動彩券之銷售涉及之體育運動知識包含多種運動，如籃球、足球、棒球、美式足球及冰球等，須有一定專業體育知識方能增加與消費者之互動，以現行經銷商身份類別統計數據，具備專業體育運動知識者約佔 30%，爰應再強化經銷商之專業訓練，或可考慮加強經銷商之經營管理，至於未來運動彩券銷售市場應朝向何種方向，亦屬一門值得研究之課題。

- 四、又彩券銷售金額之結構，由獎金支出、管銷費用及公益金三者構成，獎金之支出率訂定亦涉及產品風險之控管，本次參訪原欲了解大陸體育彩票之獎金支出率之訂定及風險控管等相關課題，大陸相關產品之推出或獎金支出率之訂定，統一由國家體育總局或相關財政部門訂定，爾後期能參訪國家體育總局或其相關財政部門，借鏡成功之經驗以精進我國運動彩券之發行。

肆、附錄

精”彩” 20 年(1995-2015)，上海市體育彩票管理中心成立 20 周年紀念