

教育部體育署
出國報告（出國類別：考察）

考察「運動彩券發行單位」報告

服務機關：教育部體育署

姓名職稱：林助理研究員雅惠

派赴國家：大陸北京市及天津市

出國期間：105.11.14~20

報告日期：105.12.29

摘要

我國運動彩券發行於 97 年 5 月 2 日起，由台北富邦商業銀行股份有限公司擔任第 1 屆發行機構，歷時 5 年 8 個月，為運動發展基金挹注新臺幣 154.75 億元，奠定我國體育運動人才及運動產業相關事業基礎。第 2 屆運動彩券自 103 年起發行，由威剛科技股份有限公司接續經營運動彩券事業，本屆發行期間為期 10 年，即將邁入第 4 個年頭，已挹注體育經費達新臺幣 53 億元，仰賴發行團隊之穩定經營、積極創新研發運動彩券商品，體育賽事種類達 10 項，亦配合多樣性玩法組合，透過各種行銷及促銷活動宣傳，銷售額屢創佳績，本(105)年度預計目標突破 300 億元。

為使我國運動彩券銷售額能穩健持續成長，以籌措體育運動發展經費，提升我國體育運動實力，爰本次參訪國家體育總局體育彩票管理中心、相關營運機構、北京市體育彩票管理中心和天津市體育彩票管理中心及其銷售網點，且適逢大陸體育彩票發展「十三五」規劃推行，取得大陸地區下一個五年體育彩票整體推動方向(2016-2020 年)以為借鏡，供國內運動彩券發行之參考。本次報告就大陸地區體育彩票發行架構(以國家體育總局彩票管理中心為核心，與中體彩彩票運營管理有限公司、中體彩科技發展有限公司、中體駿彩信息技術有限公司、中體彩印務技術有限公司及各省級體育彩票中心間營運大陸體育彩票及執行分工情形)、現況(種類、獎金結構、歷年發行情形)及競猜型體育彩票未來發展(客戶、產品、渠道、品牌及營銷方面規劃)為本報告探討重點。

關鍵字：運動彩券

壹、 目的.....	3
貳、 過程.....	3
參、 心得與建議.....	12
肆、 附錄.....	13
伍、 參訪照片.....	14

壹、目的：

我國運動彩券發行於 97 年 5 月 2 日起，由台北富邦商業銀行股份有限公司擔任第 1 屆發行機構，歷時 5 年 8 個月，為運動發展基金挹注新臺幣 154.75 億元，奠定我國體育運動人才及運動產業相關事業基礎。第 2 屆運動彩券自 103 年起發行，由威剛科技股份有限公司接續經營運動彩券事業，本屆發行期間為期 10 年，即將邁入第 4 個年頭，前 2 年(103 年至 104 年度)銷售額為 240 億及 282 億元，挹注體育經費達新臺幣 53 億元，仰賴發行團隊之穩定經營、積極創新研發運動彩券商品，以棒球、籃球、足球為基本項目，並增列網球、冰球、美式足球、高爾夫球、F1 賽車、撞球及拳擊等，多達 10 種項目賽事種類，亦配合多樣性玩法組合，透過各種行銷及促銷活動宣傳，銷售額屢創佳績，本(105)年度預計目標突破 300 億元。

為使我國運動彩券銷售額能穩健持續成長，以籌措體育運動發展經費，提升我國體育運動實力，爰本次參訪國家體育總局體育彩票管理中心、相關營運機構、北京市體育彩票管理中心和天津市體育彩票管理中心及其銷售網點，且適逢大陸地區體育彩票發展「十三五」規劃推行，取得大陸地區下一個五年體育彩票整體推動方向(2016-2020 年)以為借鏡，供國內運動彩券發行之參考。本次報告就大陸地區體育彩票發行架構、現況及競猜型體育彩票相關發展為報告重點。

貳、過程：

一、行程表

日期	地點	考察內容
11/14(一)	台北→北京	去程
11/15(二)	北京	參訪中體彩彩票運營管理有限公司、國家體育總局體育彩票管理中心及業務交流座談會
11/16(三)	北京	參訪北京市體育彩票管理中心之銷售網點、鳥巢及水立方
11/17(四)	北京→天津	參訪天津市體育彩票管理中心及業務交流座談會
11/18(五)	天津	參訪天津市體育博物館、天津市體育園區及薩馬蘭奇紀念館
11/19(六)	天津	參訪天津市體育彩票管理中心之銷售網點
11/20(日)	天津→台北	回程

二、考察情形：

(一) 大陸體育彩票發行架構一

1. 大陸運動彩券現行由國家體育總局轄下之國家體育總局體育彩票管理中心發行，監督單位為財政部。
2. 國家體育總局體育彩票管理中心主要任務為：
 - (1) 制定全國體育彩票發行銷售的發展規劃、管理制度、工作規範和技術標準等。
 - (2) 建立全國體育彩票的發行銷售系統、市場調控機制、激勵約束機制和監督管理機制。
 - (3) 新產品研發，申請開設、停止彩票品種或者申請變更彩票品種審批事項，經批准後實施。
 - (4) 負責組織管理全國體育彩票的銷售系統資料、彩票資金歸集結算、彩票設備和技術服務、彩票銷售管道和場所規劃、彩票印製和物流、彩票開獎兌獎、彩票銷毀。
 - (5) 負責組織管理全國體育彩票的形象建設、彩票代銷、行銷宣傳、業務培訓、人才隊伍建設等工作。
3. 國家體育總局體育彩票管理中心(以下簡稱國家體彩中心)及相關事業單位一
 - (1) 國家體育總局體彩中心分為綜合處、概率處、競猜處、即開處、電子處、公關處、技術處、數據處、開獎處、市場處、戰略處、人力處、財務處及黨辦等 14 個部門。
 - (2) 中體彩彩票運營管理有限公司(以下簡稱中體彩運營公司)
 - A. 2009 年成立，是國家體彩中心獨資公司，其主要業務為競猜行體育彩票及傳統足彩之投注運營、風險控制、執行監督、競彩網之維護、營銷宣傳、現金投注渠道管理及客戶服務中心之運作。
 - B. 中體彩運營公司設有 9 個部門，分別為投注運營部、風險控制部、執行監督部、宣傳營銷部、市場運營中心、非現金渠道管理部、辦公室、財務部、後勤部。
 - C. 中體彩運營公司為國家培養長期人才發展，以「知識化」、「年輕化」、「專業化」、「國際化」為核心理念經營。
 - D. 中體彩運營公司於預防管理、連續性管理及業務方面上，已獲得多項 ISO 之國際認證。
 - E. 賽事管理系統與香港馬會合作建置，以『三權分立』方式進行，一人開立賽事，另一人覆核，第三人檢查，現有交易員約 50 人左右，以 3 班制輪休。運動賽事每年開立約 2 萬場，目前僅有足球與籃球項目，其銷售佔比約為 9：1。交易室設有 24 小時監控，每位交易員電腦配置 5 臺螢幕，

中間螢幕看實況轉播，時時關注賽事監控系統，追蹤每場賽事之進度，進行賽事生命週期管理。亦與香港馬會培訓專業交易員，2016年培訓出第六梯及第七梯人員共43人，來進行賽事監控及操盤。

F. 官方網站為「競彩網」，為商業用途網站，網址：<http://www.sporttery.cn/>，主要為賽事資訊、賽事推廣與參考賠率為主，因現行法規限制而尚未開放線上投注及賽馬功能。

(3) 中體彩科技發展有限公司(以下簡稱中體彩科技公司)及中體駿彩信息技術有限公司(以下簡稱中駿彩公司)

A. 中體彩科技公司於2002年成立，主要職掌為體育彩票相關系統的開發與維護運營，彩券系統機房監控管理。

B. 中體駿彩公司於2009年成立，為中體彩科技公司與香港馬會合資投資公司，主要協助中體彩科技公司系統開發與運動彩券顧問服務相關事宜。

(4) 中體彩印務技術有限公司

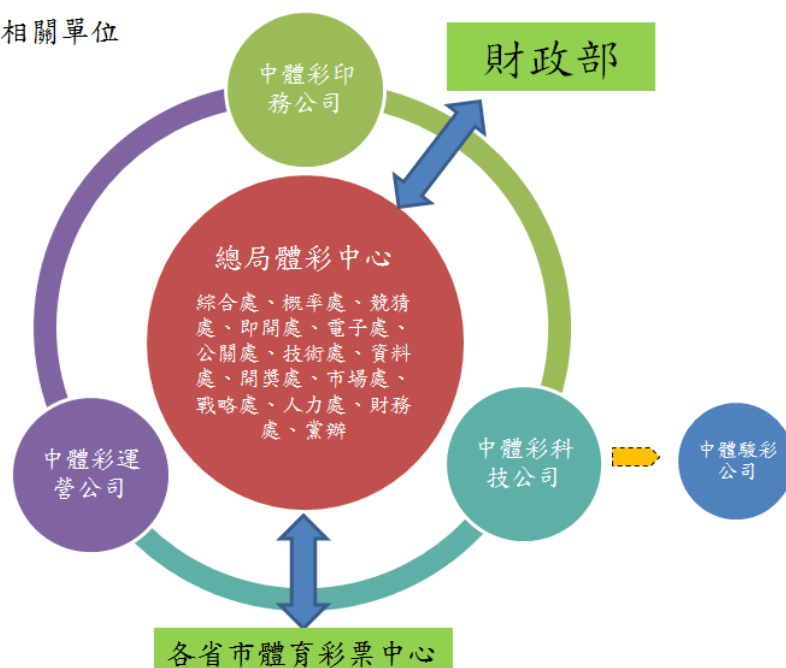
2003年成立，主要職掌為體育彩票即開型與耗材相關印製與管理。

(5) 各省級體育彩票中心

主要負責彩票銷售與經銷商相關管理：業主申請、審核、設立、教育訓練、投注站設備維修及日常管理…等。

圖一：國家體彩中心及相關事業單位示意圖

總局體彩中心與相關單位



(二) 大陸體育彩票相關法規

1. 彩票管理條例
2. 彩票管理條例實施細則
3. 彩票發行銷售管理辦法
4. 電話銷售彩票管理暫行辦法
5. 互聯網銷售彩票管理暫行辦法
6. 彩票機構財務管理辦法
7. 彩票公益金管理辦法

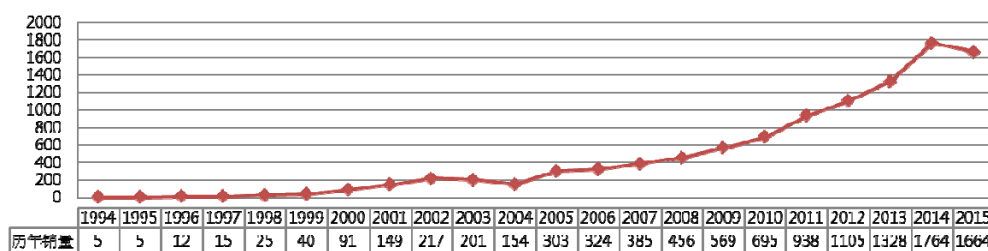
(三) 大陸體育彩票整體銷售情形及種類

1. 大陸體育彩票 1994 年開始發行，從單一的即開型彩票，逐漸開發樂透型、競猜型、即開型及視頻型四大類彩票品種(如圖二)，整體保持增長態勢，累計銷售 1 萬 445 億元人民幣(以下同)，累計籌集公益金 2,894 億元(如圖三)。其中競猜型彩票反獎率為 65%(傳統足彩)或 73%(北京單場、競彩遊戲)(如圖四)。
2. 2005 年全國統一彩池，在 2008 年改為線上(Online)系統，2012 年業績突破 1,000 億元，於 2014 年達到最高峰 1,764 億元，2015 年則稍退至 1,664 億元。

圖二：大陸體育彩票類型



圖三：1994 年-2015 年體育彩票歷年銷售量



圖四：大陸體育彩票主要遊戲玩法及資金構成比例表

大陸體育彩票主要遊戲玩法及資金構成比例表

類型	彩票遊戲		發行區域	獎金	公益金	發行費	發行費分配比例	
							發行機構業務費	銷售機構業務費
樂透數字型	中國體育彩票超級大樂透		全 國	51%	35%	14%	1.50%	12.50%
	中國體育彩票排列3		全 國	53%	34%	13%	2.00%	13.00%
	中國體育彩票排列5		全 國	50%	35%	15%	2%	13%
	中國體育彩票7星彩		除江蘇、浙江	50%	35%	15%	2%	13%
	中國體育彩票11選5(59%)		除河南、湖南、海南	59%	28%	13%	2%	11%
競猜型	傳統足彩	中國足球彩票場勝負遊戲、任選9場遊戲、4場進球遊戲、6場半全場遊戲	全 國	65%	22%	13%	2%	11%
	老單場競猜遊戲(北京單場)	中國足球彩票競猜勝平負遊戲上下盤及單雙遊戲、總進球數遊戲、半全場勝平負遊戲、比分遊戲、下半場比分遊戲、勝負過關遊戲。	北京、天津、廣東	65%	22%	13%	2%	11%
	競彩遊戲	中國足球彩票單場競猜勝平負遊戲、總進球數遊戲、半全場勝平負遊戲、比分遊戲、讓球勝平負遊戲。	全 國	73%	18%	9%	0.5%	8.5%
		中國籃球彩票單場競猜勝負遊戲、讓分勝負遊戲、勝分差遊戲、大小分遊戲。						
中國體育彩票冠軍競猜遊戲、冠亞軍競猜遊戲								
即開型	“頂呱呱”遊戲		全 國	65%	20%	15%	1.50%	13.50%

(四) 大陸體育彩票(競猜型)發展現況

1. 銷售量：由2010年的148億元，於2015年成長至566億元，年成率高達27%。累計銷售規模達2,005億元，累計籌集公益金超過350億元。
2. 產品：2010年起擴大了足球和籃球的競猜賽事範圍，並研擬開發網球及其他體育項目賽事。
3. 玩法：除了足球、籃球單場固定獎投注、混合過關投注、足球勝平負遊戲拆分、試辦虛擬足球遊戲，並於大賽期間推出冠軍、冠亞軍遊戲。
4. 賽事：足球項目包含歐洲五大聯賽、其他國家和地區的聯賽、奧運會、世界盃、歐洲盃、其他洲際比賽、歐冠、亞冠等；籃球部分為世界盃、世錦賽、美國職籃及歐洲籃球聯賽。
5. 銷售網點：競猜型彩票銷售店鋪已達5萬家，基本覆蓋全國縣級以上行政區域，其中包含標準店1萬868家，升級店4萬726家；建立完善網點銷售及評級標準，並對行業合作渠道、線上銷售渠道等新形式進行開發，帶動了重大賽事期間整體銷量水平的大幅提升。管理渠道之專管員隊伍日漸成熟，各省份均有專人負責競猜型彩票工作及設立競猜部門，使得管理水平不斷提升。

(五) 大陸體育彩票(競猜型)現行困境

1. 產品問題：

- (1) 歐洲、日本、東南亞等彩票發行較發達之國家和地區，產品總類平均有 30 種以上項目，惟現行大陸僅有足球及籃球項目，尚不能滿足各類客戶對體育賽事的偏好。
- (2) 與競猜型彩票銷售發達之國家及地區相比，僅開受足球及籃球項目仍屬偏少，目前尚未發行本地賽事的項目，對於熱衷此類型體育賽事之客戶吸引力不足。
- (3) 現行玩法受到政策、返獎率、風險控制因能力和資源配置等因素限制，在多樣性和趣味性仍有待改善。

2. 渠道問題：

- (1) 渠道分布不均、部分區域覆蓋不足、單店覆蓋人群過多、客戶購彩便利性不夠。實體渠道分布不均，在很大程度上限制了部分地區發展，甚至包括一些大中型城市的競猜型彩票業務。
- (2) 競彩標準店和升級店功能定位不明確。目前標準店的品牌宣傳功能不足，且前期投入成本過高，導致後期經營壓力較大，間接影響業主(即為經銷商)之發動力。
- (3) 對競彩業主和銷售人員的培訓覆蓋率、頻率和針對性顯然不足。

3. 品牌問題：

- (1) 競猜型彩票整體品牌知名度明顯低於其他商品。目前的競猜遊戲品牌包括競彩遊戲、北京單場、傳統足球、虛擬足球等眾多品牌，競猜型產品品牌分散，相較體彩的其他業務品牌卻乏有效的品牌區隔。
- (2) 現行品牌傳播主要通過建店、產品賽事推廣及宣傳，但型式和內容仍為單一。惟強調力度不足，導致客戶對於整體品牌認知度仍為缺乏。

4. 營銷問題：

- (1) 目前營銷推廣仍集中於既有客戶，行銷方式過度關注於成熟彩民的激勵，開發普通大眾和開發潛在客戶仍顯不足。
- (2) 針對潛在客戶和普通大眾宣傳活動渠道數量偏少，局限於電視或平面媒體，如能嘗試建立新興渠道可有較大提升空間。

(六) 大陸體育彩票(競猜型)未來發展目標(2016-2020)

競猜型彩票以「不斷增強對體育彩票的支柱作用」為願景，以「豐富智慧娛樂生活，推進體彩健康發展」為使命，確立了「有守有為、質量齊升」的總體發展，體育彩票目標五年內理計銷售超過 4,000 億元，第五年銷量達到 1,000 億元。以下列 5 點為主要任務：

1. 客戶方面：透過產品、渠道、品牌及營銷等手段，擴大體育迷型和消遣型客戶群體，先穩定彩票分析型和傳統足彩型之客戶，另著

手重點為管理問題彩民和投資專家型客戶，積極將部分私彩客戶轉化為公彩客戶。以彩票的社會責任為底線，建立積極正面的社會認知；拓展競猜產品的多樣性和趣味性；提供更多樣化的資訊傳播和銷售渠道；建立市場分析和客戶分析的長效機制，包括人才隊伍、管理體系，運用大數據分析技術和各種相關資源，提高對市場的掌控度及追蹤力度。

2. 產品方面：

- (1)調整現有產品結構，分析各類特色商品及潛力—投入更多營銷宣傳，積極拓展彩民市場，增強競猜型彩票之主要地位，適時引入傳統單場遊戲的資源整合，開發虛擬競猜遊戲的潛在市場。
- (2)開拓創新競彩產品，吸引目標客戶—增加競彩產品，新增黃金時段之體育賽事，利用黃金消費時間增強與客戶互動，使客戶在適合的消費時間購買彩票，亦滿足客戶的個性和需求；研究網球、賽馬等競猜項目，增加新的產品研發，並適時推出相關產品；豐富遊戲種類，借助國內外重大體育賽事，適時推動創新產品；落實國家發展足球體育政策，發展大陸足球聯賽競猜型彩票，增加競彩足球大小球玩法，競彩足球入球隊數；競猜籃球勝負單關，上半場勝平負等遊戲。

3. 渠道方面：

- (1) 拓展渠道規模，構建職能明晰之實體渠道構架
 - A. 推廣品牌以吸引客戶—建立品牌旗艦店，引導既有高銷量之競彩標準店作為形象提升示範店，從政策優惠和提高實體店價值著手，發展與競彩有緊密關係的個性化特色經營店鋪為主。
 - B. 落實培訓效果，幫助普通競彩店提升專業水平，提高銷售量。
 - C. 提升客戶購買便捷性。
- (2) 積極穩妥推進競猜型彩票的互聯網渠道銷售—推進合法合規的銷售網站，開展互聯網彩票銷售，預計 2020 年競猜型彩票線上銷售佔比達 40%-50%。
- (3) 加強渠道分類管理工作—明確各類渠道定義和劃分標準，制定不同類型渠道發展，訂定考核辦法及營銷、培訓等渠道支持資源的配置原則和具體計畫。
- (4) 完善培訓機制，優化渠道支持服務體系—透過面對面培訓方式或多媒體及線上教學，加強業主和銷售員的營銷促技巧，培養專業的師資隊伍。

4. 品牌方面：

- (1) 明確競猜型彩票的品牌架構，突出統一主品牌—打造「競彩」為主要品牌成為體彩代表性品牌之一，突顯體育運動相關的趣味競技、健康運動和社會公益等核心屬性。
- (2) 豐富推廣方式和內容，提升品牌認知度—加強對社會責任、推廣公益事業樹立正面品牌形象，借助新媒體宣傳，增加與客戶互動，提升客戶對於品牌的認同。
- (3) 大力倡導責任彩票，正確引導輿論和內部認知—推進「責任彩票」的觀念融入體彩文化，加強「責任彩票」、「防沉迷」等社會責任宣傳。
- (4) 完善和優化輿情管理機制，加強品牌維護工作—完善現有監測系統，逐步建立新興媒體之輿情監測系統，擴大監測報告的使用範圍，使省(區、市)體彩中心能即時互通信息及經驗共享。

5. 營銷方面：

- (1) 提升營銷方面精準性和營銷資源投放效率。
- (2) 構建多元化、立體化的營銷傳播渠道。
- (3) 加強營銷連動機制，最大化營銷輻射效應。

(七) 北京市體育彩票管理中心及彩票銷售網點

北京市體育彩票管理中心成立於 1995 年，負責北京地區體育彩票的銷售管理工作。2000 年 5 月電腦體育彩票銷售系統正式開通，目前全市共 2,000 餘個銷售網站，銷售各類樂透型、競猜型和即開型體育彩票，從 1995 年至 2014 年底，北京市體育彩票管理中心共銷售各類體育彩票 337 億餘元，籌集公益金近 91 億元，自 1998 年起北京體彩中心連續被大陸體育總局體育彩票管理中心評為特別貢獻獎等光榮頭銜。各地方之銷售網點，形象力求統一，樂透型、即開型彩票之渠道仍以傳統網點為主，也是各網點所經營項目最多的種類，本次參訪北京市之銷售網點為體彩標準店，各類網點類型分述如下：

1. 體彩旗艦店：面積較大，專業化，除傳統樂透型、即開型彩票，競猜店、中福在線。
2. 體彩標準店：面積中等，標準化服務，以銷售傳統遊戲為主；優化後的傳統店。
3. 體彩便民店：以體彩銷售為主，兼營其他生活產品服務；傳統店賣冷飲。
4. 體彩店中店：借客源，其銷售的遊戲和服務貼近標準店；購物廣場內獨立店。
5. 體彩兼營店：以經營其他產品為主，兼售彩券，所銷售的遊戲和服務相對較少。
6. 體彩貨架店：與其他產品並列銷售，多數只提供購買服務；電腦彩票植入收銀機。

(八) 天津市體育彩票管理中心及彩票銷售網點

天津市體育彩票的發展進程比北京早，其管理中心成立於 1994 年，於 1999 年 12 月 2 日天津電腦型體育彩票成功上市，全市 350 家加盟店，透過電腦終端銷售彩票，成為北方第一個發行電腦型體育彩票的省市。2006 年至 2013 年間，天津市體彩中心為國家體育彩票數據中心，曾擔任北方十個省市的數據存儲重鎮。

2008 年下半年全熱線的全面實現，完成天津體彩及銷售網點基礎進入改造的重要一環，推動天津電腦型之體彩銷售登上了嶄新的平台。天津體彩始終佔據著京津的主導地位，並以體育彩票為核心，開發且帶動相關的彩票產業發展，天津體彩未來將以企業化運營方式以順應市場發展。

天津體彩中心為 1 座 8 層樓天津體彩大廈，綜合體育彩票的銷售及兌獎服務，設有員工中心、網點培訓室、機器機房及演播大廳等設備，並以體育彩票科技系統技術為核心，培育體育彩票專管員，其管理部分有提成機制、公務車 GPS 定位、開發專管員 APP、彩票機設備維修、體彩文宣品配送及業主教育訓練等，以協助天津體彩各銷售網點業主順利銷售。

參、心得及建議

- 一、經由本次參訪國家體彩中心，大陸體育彩票發行架構為公辦公營，與本國公辦民營結構有所不同，法規訂定之競猜型遊戲反獎率(即獎金支出率)由原 69%提升到 73%，較我國現行 78%獎金支出率較低，相對如要開售場中投注或調整賠率仍有不足，進而抑制銷售額成長。國內獎金支出率雖較大陸體育彩票高 5%，惟因開單場賽事之支出率是以 87.5%的理論值來進行開盤，故單場賽事及場中投注開售數量有一定之限制，因應辦法為每年開立一定的賽事比例，依實際之獎金支出率來調節單場賽事及場中投注之賽事數量，使發行機構符合法定之獎金支出率。
- 二、為提升整體銷售量，籌集更多社會公益資金，促進社會公益事業發展，就大陸體育彩票發行賽事種類目前僅有足球及籃球項目，相較本國項目多達 10 項賽事種類，其產品面現階段主要是以自然成長增加業績難以有所突破，部分產品已經步入衰退期，應如何突破現況為首要事項。以開拓創新競彩產品，吸引目標客戶；研究網球、賽馬等競猜項目；落實國家發展足球體育政策，發展大陸足球聯賽競猜型彩票，增加競彩足球大小球玩法，競彩足球入球隊數等事項為因應措施。國內運動彩券發行機構亦積極開發新的賽事標的及玩法，以提升整體銷售量。
- 三、參訪北京市體育彩票管理中心及天津市體育彩票管理中心，目前渠道分布不均數量偏低，型態單一，實體通路成本增加(如：租金、裝潢、水電及人力等)，新興通路(網際網路、電話)的衝擊。天津體彩中心將多年的管理經驗進行標準化與系統化管理，各單位部門權責分工，其中專管員管理業主部分，專管員之公務車含 GPS 定位系統、專管員 APP 管理程式(結合二維條碼使用)、培養投注機之設備基本維修能力、體育彩票之文宣品配送及業主教育訓練規劃等，皆值得國內發行機構參照學習，輔導及管理 1,500 家經銷商，提升整體運動彩券銷售品質。
- 四、目前全世界經營運動彩券之趨勢，皆大力推行責任博彩之概念，所謂「負責任博彩」是指在一個適度監管的环境下，博彩者在參與博彩時，不會對於周遭人員造成威脅，或使該地區帶來負面的影響，以降低可能造成的傷害。在追求提升銷售額的同時，健康的投注環境及行為，才是業績穩定成長的重要因素。
大陸體育彩票亦將「責任博彩」列為下一個 5 年(2016-2020 年)推動重點之一，分五大面向進行—1.發行責任：以「來之於民，用之於民」理念，開展體育彩票責任研究，嚴格遊戲研發報批及陽光開獎；2.宣導責任：以「公益體彩樂善人生」、「理性購彩」為警示標識，保護中獎者個人隱私；3.銷售責任：禁止信用卡、賒銷行為，限制單張彩票金額及倍數，並禁止向 18 歲以下人員銷售；4.社會責任：致力於體育

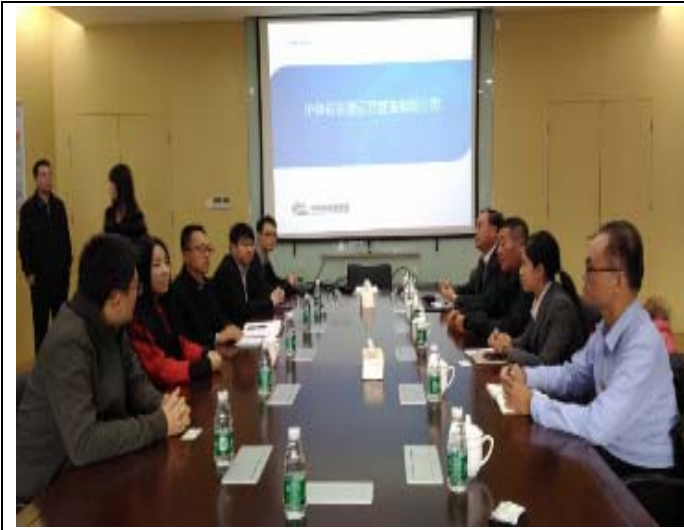
事業、社會公益事業，資助開展全民健身活動、新長城助學及快樂超場公益活動；5. 業主責任：簽訂彩票代銷合同、網點運維支持及業主關愛行動。

查國內運動彩券發行自 97 年起迄今發行已近 9 年，運動彩券市場逐漸成熟，為使我國運動彩券相關制度更加完善，並防範運動彩券可能衍生之社會問題，將此議題納入考量並責成發行機構研擬相關推動機制及規範，共同提升國內運動彩券整體素質及持續穩定發展。

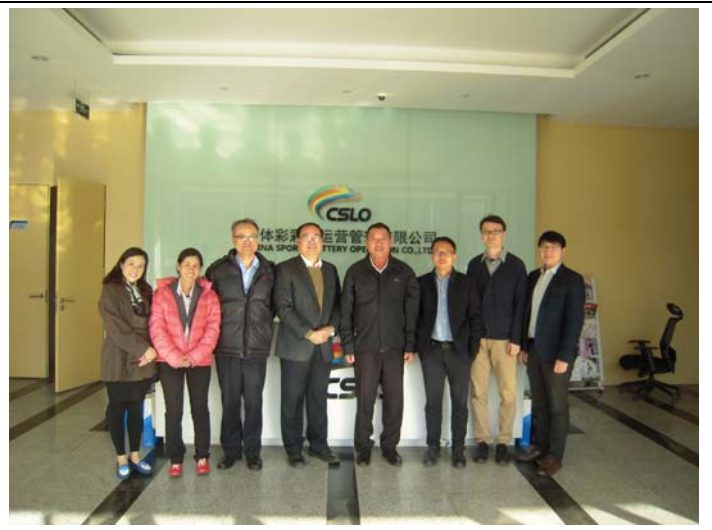
肆、附錄

體育彩票發展「十三五」規劃—國家體育總局體育彩票管理中心 2016 年 7 月

伍、參訪照片



與中體彩運營公司信息景瑜總監交流座談



座談後於中體彩運營公司合影



參觀中體彩運營公司操盤室



操盤室現場銀幕賽事轉播



與中體彩管理中心劉岳冶處長交流座談



座談會後於中體彩管理中心合影



天津市體育彩票管理中心大樓



彩票中心專屬業務車



與天津體彩中心牛書記及陳曦主任座談



與天津市體彩中心牛履和書記合影



體彩中心大廳設有下列注區及兌獎區



設在體彩中心樂透開獎攝影棚



參訪北京市體彩投注站 1



參訪北京市體彩投注站 2



參訪天津市彩票投注站 1(文宣品)



參訪天津市彩票投注站 2(設有運動酒吧)



投注機台



代銷証樣式