

Innovative Research on the
Social Responsibility of Lottery



彩票社会责任 创新研究

胡穗华 陈又星 李柏勋 主编



Innovative Research on the
Social Responsibility of Lottery



彩票社会责任 创新研究

胡穗华 陈又星 李柏勋 主编



图书在版编目(CIP)数据

彩票社会责任创新研究 / 胡穗华, 陈又星, 李柏勋主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2016.12

ISBN 978-7-5654-2630-8

I. 彩… II. ①胡… ②陈… ③李… III. 彩票-社会责任-研究-中国 IV. F832.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第003675号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街217号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连图腾彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 234千字 印张: 12 插页: 1

2016年12月第1版

2016年12月第1次印刷

责任编辑: 孙晓梅

责任校对: 何 荔

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 36.00元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

序 言

随着中国彩票销量和筹集的公益金日益增加，彩票的社会影响越来越大，公众对彩票行业的期望也越来越高，人们希望彩票行业在社会责任方面能发挥越来越大的作用。

为分享和交流在彩票社会责任领域的研究和实践成果，促进产学研紧密合作，积极构建以安全责任为基础、以公益责任为核心、以预防非理性购彩为重要内容的彩票社会责任体系，共同推动中国彩票事业持续健康发展，经广东省人民政府批准，广东财经大学和广东省福利彩票发行中心于2016年9月8日至9日在广州市广东大厦联合举办了主题为“责任彩票 福彩同行”的“2016彩票社会责任国际论坛”。

本次论坛得到了主管部门、港澳台和海外专家学者、彩票机构、行业资深人士、彩票服务商等的大力支持，专家学者围绕“责任彩票 福彩同行”的主题进行思想碰撞，从购彩者行为分析、彩票社会责任体系、彩票机构社会责任研究和彩票绿色生产与销售等角度进行了深入探讨，收到了研究和实践成果共20篇论文。

论文的作者分别来自广东财经大学、阳江市体育彩票中心、广东省福利彩票发行中心、广州市福利彩票发行中心、台湾科技大学、广东省社会工作教育与实务协会、广州市星空社会工作发展中心、广东工业大学、澳门科技大学、华南师范大学、澳门理工学院、河南财经政法大学、北京社会管理职业学院、中山大学、上海体育学院、广东省体育彩票管理中心、鸿博股份有限公司、华南理工大学、广东福利彩票社会责任研究与实践基地。他们具有丰富的彩票社会责任研究和实践经验，其成果不仅丰富了彩票社会责任理论的内容，而且促进了彩票社会责任的实践，具有很大的理论研究和实践指导意义。

本论文集的出版得到了广东省福利彩票发行中心和广东财经大学的鼎力支持和指导，得到了东北财经大学出版社的全力协助，在此，我们表示衷心的感谢。

编 者

2016年12月于广州

目 录

第一部分 购彩者行为分析

- 福利彩票购彩者社会贡献感知的差异研究 刘 楼 (3)
- 阳江市购彩者购彩心理研究 胡穗华 黄瑞权 (11)
- 福利彩票网络购彩者购彩行为分析及对策 陈又星 (19)
- 广东省珠三角地区与非珠三角地区购彩者行为的
比较研究 黄严冰 (36)
- 广州市福利彩票购彩者网络购彩行为研究
..... 邓世献 王红艺 熊国卫 (45)
- 台湾民众责任博彩认知之研究 刘代洋 (56)
- 过度购买彩票导致生活困难的购彩者案例分析报告
..... 何 维 陈皖滔 林 佳 黄天松 (73)
- 阳江市购彩者购彩行为特征研究 黄瑞权 (78)

第二部分 彩票社会责任体系

- 结合我国彩票发展现状对彩票社会责任的思考
..... 张俊龙 罗 昱 (93)
- 负责任彩票与我国互联网彩票发展策略探讨 纪春礼 (100)
- 彩票伦理学的问题域 冯百鸣 (109)
- 中国彩票社会责任体系的构建 苏国京 (116)
- 基于金字塔模型的彩票社会责任研究 何 云 (120)
- 中国福彩社会责任履行和提升途径的探究
..... 王静一 徐 芳 蔡丽婷 (127)

第三部分 彩票机构社会责任研究

- 体育彩票机构的销售网点社会责任研究 马 辉 (135)
- 从“巨奖诅咒”看彩票机构社会责任 张增帆 (143)
- 体育彩票资金使用绩效评价体系及实证研究
..... 陈又星 胡穗华 钟树生 梁文华 (150)

第四部分 彩票绿色生产与销售

- 彩票服务商的社会责任探索——鸿博股份与残疾人
事业 尤友岳 (169)
- 即开型彩票配送策略研究 温宗良 林 洁 (176)
- 互联网+背景下彩票营销渠道管理策略研究
..... 谢洁燕 李柏勋 (182)

Contents

1 Behavior Analysis for Lottery Players

- Research on the Differences about Social Contribution
Perception of Welfare Lottery's Buyers Liu Lou (3)
- Study on Lottery Buyers' Psychology of Yangjiang City
..... Hu Suihua Huang Ruiquan (11)
- Analysis and Suggestions of Buying Characteristics of Internet
Welfare Lottery Chen Youxing (19)
- A Comparative Study on the Purchasing Behavior of
Lottery Players between Pearl River Delta Region and Non-
Pearl River Delta Region of Guangdong Province
..... Huang Yanbing (36)
- Survey on Network Purchase Behavior about Welfare
Lottery in Guangzhou
..... Deng Shixian Wang Hongyi Xiong Guowei (45)
- Study on Taiwan Public Cognitive of Responsible
Gambling Liu Daiyang (56)
- Analysis Report on Life-Difficulty Buyers Caused by
Excessive Purchasing Lottery
..... He Wei Chen Wantao Lin Jia Huang Tiansong (73)
- Study on Lottery Consumers' Behavior of Yangjiang
City Huang Ruiquan (78)

2 Social Responsibility System of Lottery

- Study of Lottery's Social Responsibility—Combining the
Development of Lottery in China
..... Zhang Junlong Luo Yu (93)
- The Research on the Development Strategy of
Responsible Lottery and Online Lottery in China
..... Ji Chunli (100)

- Ethics of Lottery: Research Subjects and Domains
..... Feng Baiming (109)
- Building Social Responsibility System for Lottery Industry
..... Su Guojing (116)
- A Research on Lottery Social Responsibility Based on
Pyramid Model He Yun (120)
- Research on China's Welfare Lottery Inquiry into Social
Responsibility and Ways to Improve
..... Wang Jingyi Xu Fang Cai Liting (127)

3 Study on Social Responsibility of Lottery Organizations

- Study on Sports Lottery Agency's Social Responsibility
for Sales Outlets Ma Hui (135)
- Look Social Responsibility from the "Curse of
Big Lottery Prize" Zhang Zengfan (143)
- An Empirical Research on Performance Evaluation System
of Using of Sports Lottery Fund
... Chen Youxing Hu Suihua Zhong Shusheng Liang Wenhua (150)

4 Green Production and Sales for Lottery

- Explore Social Responsibility of Lottery Service
Providers—Hongbo and the Disabled Cause ... You Youyue (169)
- Research on Instant Lottery Distribution Strategy
..... Wen Zongliang Lin Jie (176)
- Lottery Marketing Channel Management Strategy under
the Background of Internet + Xie Jieyan Li Baixun (182)

第一部分

购彩者行为分析

1 Behavior Analysis for Lottery Players

福利彩票购彩者社会贡献感知的差异研究^①

刘 楼

(广东财经大学彩票研究中心, 广州, 510320)

摘 要: 福利彩票的社会责任越来越受到重视, 我国福利彩票管理机构因此建立了相应的指标评价体系, 各省市也在陆续出台年度社会责任报告。公众对社会责任的感知如何? 对社会责任里最重要的公益金使用和社会公益的感知是否有差异? 本研究通过调查回答了这一问题, 其结论是不同学历层次、不同年龄层次、不同性别、不同购彩频次的购彩者对公益金使用和社会公益的感知是存在差别的。我们在进行公益宣传的时候, 要注意针对性, 因为公众, 特别是购彩者对社会责任的感知会深远地影响其购彩行为。

关键词: 公益金使用感知 社会公益感知 方差分析

1 问题的提出

福利彩票的社会责任越来越受到关注, 而社会责任的核心就是福利彩票的社会贡献。在中国福利彩票发行管理中心以及各省福彩中心社会责任指标体系中, 社会贡献分为公益金使用、就业促进和社会公益3个方面, 包括公益金筹集使用、带动就业和社会公益3个主题, 总共38个指标。其中, 公益金筹集使用包括12个指标, 带动就业包括13个指标, 社会公益包括13个指标。社会贡献在整个社会责任指标体系中占有非常大的权重。实际上, 作为我国福利彩票所宣导的使命和责任, 以及社会民众或购彩者所能感知的福彩社会责任, 也主要体现在这3个方面。这是我们作为社会主义国家让彩票得以存在的重要基础, 也成为福利彩票工作的重要指针, 还是检验与考核各省福彩中心工作的标准。从各省福彩中心2015—2016年期间出版的社会责任报告来看, 所有报告对社会贡献部分的指标都会严求算实、完整表述, 甚至会加大篇幅、浓墨重彩, 可见, 社会贡献指标体系在福彩社会责任中占有重要地位。

福彩的社会贡献实际上有两个来源, 最重要的当然是福彩工作者的辛勤努力, 设计了各种各样的彩种, 加强运营管理, 从上到下兢兢业业, 执行各类政策一丝不苟; 此外就是购彩者, 所有购彩者都在做“社会贡献”, 他们购买彩票的

^① 广东省哲学社会科学“十二五”规划学科共建项目, 项目号GD11XGL17。

动机是中奖,但实际上是为民政事业贡献了一份力量。从这个意义上说,福彩指标体系中的社会贡献是福彩工作者和购彩者共同实现的。然而购彩者是这样认为的吗?他们有这种感知吗?不同购彩者之间的这种感知是否存在差异?对这些问题进行研究的意义在于两个方面:第一,购彩者社会贡献感知是影响购彩行为的,会导致购彩者变“利益引诱”为“责任牵引”,从而由“被动购彩”变为“主动购彩”,主动将福彩社会责任的实现落实到购彩者个人上来分担,有利于强化购彩者的责任意识;第二,弄清楚不同购彩者的社会贡献感知差异,有利于彩票工作者加强运营管理,增加宣传的针对性和有效性。对投注站来说,对社会贡献感知程度高的人群就要加强对责任意识的宣传,而不是进行“中奖”概率的宣传。

基于以上考量,本文的基本观点就是:不同的购彩者对购买福利彩票的社会贡献感知是有差异的。

2 研究方法

由于条件的限制,本研究的对象仅限广州市的购彩者。对受访者采用问卷调查的方式,抽样分两步:第一步,在广州市中心区(白云区、越秀区、荔湾区、海珠区和天河区)各选不同地点的投注站,每个区选5家,共20家。第二步,在投注站门口随机访问购彩者,每个投注站随机访问15名,额满为止。由于是在购彩者购彩行为发生后面对面填写的问卷,从结果来看,所有问卷都是有效的。因此,本研究样本为300名购彩者,见表1。

表1

受访者结构特征

单位:人

性别		学历			购彩者年龄				月购彩次数		
男	女	高中及以下	大专	本科及以上	20岁以下	20~30岁	30~45岁	45岁以上	5次以下	5~10次	10次以上
180	120	130	120	50	120	80	60	40	80	100	120

问卷中的问题是研究者自己设计的,共有两个:问题一是“你是否了解福利彩票的公益金使用情况”;问题二是“你是否了解福利彩票除公益金之外的其他社会公益情况”。问题一指的就是省福利彩票中心指标体系中的“公益金使用”指标,问题二指的就是“社会公益”指标。问卷采用李克特五分量表:“完全不了解”记为1分,“不太了解”记为2分,“了解”记为3分,“比较了解”记为4分,“完全了解”记为5分。

3. 研究结果

本研究利用 SPSS 12.0 进行方差分析和均数显著性检验，比较不同学历层次、不同购彩年龄、不同月购彩次数的购彩者对自己的购彩行为的社会贡献感知差异情况。

3.1 不同性别的购彩者在购彩社会贡献感知上的差异

表 2 是对性别在公益金使用感知和社会公益感知两个维度上进行的独立样本检验。方差齐性检验的显著性概率大于 0.05，也就是说，性别在公益金使用感知和社会公益感知两个维度上分别具有方差齐性，接下来我们看相应的 T 检验。

表 2 性别的独立样本检验

	方差齐性检验			T 值	自由度	显著性 (双尾)	均差
		F 值	显著性				
公益金使用感知	方差齐性	0.016	0.795	-2.967	298	0.004	-0.769
社会公益感知	方差齐性	0.059	0.624	-2.657	298	0.006	0.668

从独立样本检验的结果来看，性别差异造成的对社会贡献影响感知差异是显著的，概率值都小于 0.05。从均差来看，女性购彩者比男性购彩者在社会公益感知上要好，男性购彩者比女性购彩者在公益金使用感知上要好。这可以得到解释，社会公益经常由一系列活动构成，更具有宣传性、参与性和体验性，相对比较表面；而公益金使用具有行政性、任务性和非体验性，相对比较深层次。女性购彩者容易了解到表面的东西而对深层次的东西可能没有更多的意愿和精力去了解，而男性对深层次的东西更喜欢了解。

3.2 不同年龄购彩者在公益金使用感知和社会公益感知上的差异比较

表 3 是不同年龄购彩者对公益金使用感知和社会公益感知的方差分析，公益金使用感知组间均方为 47.863，组内均方为 1.197，检验结果显著；社会公益感知的组间均方为 38.104，组内均方为 0.792，检验结果显著。由此可知，公益金使用感知和社会公益感知总体变异是由组间差异造成的，即不同的年龄段引起了这种差异。

表 4 是用 LSD 法对不同年龄段购彩者公益金使用感知和社会公益感知均值进行的两两比较，其中 1 代表 20 岁以下，2 代表 20~30 岁，3 代表 31~45 岁，4 代表 45 岁以上。不管是公益金使用感知还是社会公益感知，都以 31 岁为界限，即 31 岁以上各组 and 31 岁以下各组在公益金使用感知和社会公益感知上有显著差异。从

表 3 不同年龄购彩者的方差分析表

		总离偏方差	自由度	均方	F 值	显著性
公益金使用感知	组间	143.590	3	47.863	39.989	0.000
	组内	354.371	296	1.197		
	总体	497.961	299			
社会公益感知	组间	114.314	3	38.104	48.111	0.000
	组内	234.501	296	0.792		
	总体	348.815	299			

差异性来看，基本上是年龄越大，感知越显著；年龄越小，感知越不显著。这说明 31 岁以下购彩者的购彩行为是因为福利彩票公益性而产生的概率相对较低，而 31 岁以上购彩者的购彩行为更看重其公益性，他们是了解福利彩票的社会贡献的。

表 4 四个年龄段购彩者的两两比较结果（LSD 法）

	(I) 组别	(J) 组别	均差 (I-J)	显著性
公益金使用感知	1	2	-1.03 [*]	0.000
		3	-1.53 [*]	0.000
		4	-1.35 [*]	0.000
	2	3	-2.14 [*]	0.024
		4	-1.038 [*]	0.017
	3	4	0.191	0.762
社会公益感知	1	2	-0.184 [*]	0.004
		3	-0.91 [*]	0.000
		4	-1.53 [*]	0.000
	2	3	-0.07 [*]	0.001
		4	-0.64 [*]	0.008
	3	4	0.335	0.413

^{*} 在 P 值 0.05 水平显著。

3.3 不同学历人员在公益金使用感知和社会公益感知上的差异比较

表 5 是不同学历人员在公益金使用感知和社会公益感知上的方差比较。对于

公益金使用感知，组间均方为 27.361，组内均方为 1.200，检验结果显著；对于社会公益感知，组间均方为 25.794，组内均方为 1.144，检验结果显著。由此可知，公益金使用感知和社会公益感知的总体变异在这里主要是由组间差异造成的，即不同的学历层次造成了这种差异。

表 5 不同学历购彩者的方差分析表

		总方差	自由度	均方	F 值	显著性
公益金使用感知	组间	54.721	2	27.361	22.800	0.000
	组内	356.532	297	1.200		
	总体	411.252	299			
社会公益感知	组间	51.558	2	25.794	22.547	0.008
	组内	342.219	299	1.144		
	总体	393.807	299			

表 6 是不同学历购彩者公益金使用感知和社会公益感知的两两比较，其中 1 代表高中及以下学历，2 代表大专及同层次学历，3 代表本科及以上学历层次。对于公益金使用感知，均差比较大，学历越高，公益金使用感知均差越大。可能的解释是公益金使用项目一般具有计划性、行政性和官方性，高学历的人有机会、有动机去了解；而低学历的人可能少有机会去了解，也可能没有动机去了解。但是不同学历购彩者的社会公益感知的配对差异显著性就不那么明显，这与福利彩票的社会公益活动或项目的性质有关，因为社会公益活动或项目可能更深入基层、更接近社会底层群体，所以容易被感知。

表 6 不同学历购彩者的两两比较结果（LSD 法）

	(I) 组别	(J) 组别	均差 (I-J)	显著性
公益金使用感知	1	2	-2.620*	0.000
		3	-1.310*	0.000
	2	3	1.180*	0.000
社会公益感知	1	2	-0.750	0.322
		3	-0.234	0.129
	2	3	-0.367	0.207

*在 0.05 水平显著。

3.4 不同购彩频率购彩者在公益金使用感知和社会公益感知上的差异比较

表 7 是不同购彩频率购彩者在公益金使用感知和社会公益感知变量上的方差

分析。对于公益金使用感知，组间均方为 31.805，组内均方为 1.117，检验结果为显著；对于社会公益感知，组间均方为 28.154，组内均方为 0.833，检验结果为显著。由此可知，两变量分别在不同购彩者频次表现的组别差异是显著的。

表 7 不同购彩频率购彩者的方差分析表

		总方差	自由度	均方	F 值	显著性
公益金使用感知	组间	63.611	2	31.805	28.473	0.000
	组内	331.706	297	1.117		
	总体	395.317	299			
社会公益感知	组间	56.308	2	28.154	33.798	0.005
	组内	247.509	297	0.833		
	总体	303.807	299			

表 8 是不同购彩频次购彩者的两两比较结果，其中 1 代表月购彩次数在 5 次以下的；2 代表月购彩次数在 5~10 次的；3 代表月购彩次数在 10 次以上的。对于公益金使用感知和社会公益感知，各组之间都存在显著的均差，购彩次数多的小于购彩次数少的。这说明购彩频次低的购彩者对公益金使用感知和社会公益感知更深入、更了解，这些人的购彩体现了理性特色和公益风范。月购彩频次高的购彩者对公益金使用感知和社会公益感知反而比较少，说明这些购彩者可能是习惯性购彩。二者的动机恐怕有所不同。

表 8 不同购彩频次购彩者的两两比较结果（LSD 法）

	(I) 组别	(J) 组别	均差 (I-J)	显著性
公益金使用感知	1	2	1.08 [*]	0.000
		3	-1.17 [*]	0.000
	2	3	-1.68 [*]	0.006
社会公益感知	1	2	1.03 [*]	0.000
		3	0.88 [*]	0.000
	2	3	-1.14 [*]	0.011

^{*}在 0.05 水平显著。

4 结论与启示

通过上述研究可以断定本文的假设：不同购彩者对购彩的社会贡献的感知是有差异的。相对而言，对于公益金使用感知，从性别来说，男性更优；从年龄层

次来说, 年龄越大越优; 从学历层次来说, 学历层次越高越优; 从购彩频次来说, 月购彩次数越少的越优。对于社会公益感知, 从性别来说, 女性更优; 从年龄层次来说, 年龄越大越优; 从学历层次来说, 没有显著差异; 从月购彩频次来说, 月购彩次数越少的越优。这一结论对我们的启示是: 对于福彩的社会贡献或福彩的公益性要大力宣传, 公益金使用方面的宣传对女性购彩者、低龄购彩者、低学历购彩者和购彩频率较高的购彩者尤其要加强, 而社会公益方面的宣传则对男性购彩者、低龄购彩者、不同学历购彩者以及购彩频率高的购彩者尤其要加强。

参考文献

- [1] 史文文, 王斌, 马红宇, 等. 问题彩民的购彩心理与行为研究 [J]. 心理科学进展, 2012 (4): 30-36.
- [2] 肖镇, 杜秀秀, 王修欣. 彩民购彩行为与其风险态度和购彩认知偏差的关系 [J]. 中国心理卫生杂志, 2015 (7): 60-68.
- [3] 张洪利. 企业社会责任对消费者行为意向的影响研究 [D]. 长春: 吉林大学商学院, 2010.
- [4] 刘楼. 组织内社会网络、中心性与工作绩效 [M]. 广州: 中山大学出版社, 2008.
- [5] 胡穗华, 吴贞选. 体育彩票品牌个性感知对购买体育彩票意愿的影响研究——以广东省为例 [J]. 体育科学, 2012, 32 (6): 25-32.

Research on the Differences about Social Contribution Perception of Welfare Lottery's Buyers

Liu Lou

(Lottery Research Center of Guangdong University of Finance and Economics,
Guangzhou, 510320, China)

Abstract: With more attention paid to the social responsibility, China's welfare lottery management institutions have established corresponding index evaluation system. Various provinces and cities also developed the annual social responsibility report. However, the public perception of social responsibility is unknown, especially for the use of public welfare fund. This paper will answer the problem through the investigation and study. We can draw the conclusion that different education levels, different ages, different gender, different purchase