

<<彩票营销学>>

图书基本信息

书名：<<彩票营销学>>

13位ISBN编号：9787501788507

10位ISBN编号：7501788502

出版时间：2009-1

出版时间：中国经济出版社

作者：胡穗华 等编著

页数：283

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;彩票营销学&gt;&gt;

## 前言

我国先后于1987年和1994年开始发行福利彩票和体育彩票，从1987年到2007年，全国共计发行彩票4600多亿元，募集彩票公益金1500多亿元，彩票也逐渐成长为一个新兴的朝阳产业——彩票业。

彩票业发展所产生的资助公益事业、刺激消费、促进税收增长、扩大就业机会、促进其他行业发展、打击私彩等作用引起了人们的高度关注，彩票业发展中出现的彩票立法问题、私彩问题、彩票的社会责任问题、适度竞争问题、彩票玩法和技术水平问题和彩票从业人员素质问题等也引起了人们的热烈讨论，吸引了众人的眼球，令人深信彩票业将大有作为。

广东商学院彩票研究中心正是在这样的背景下成立的。

作为广东省第一家彩票研究机构，广东商学院彩票研究中心依托广东商学院在管理、法学、经济学、金融等领域的优势，不断提高我国彩票管理的理论研究和实际应用水平，同时，通过专业培训和学历教育培养彩票从业人员，并为国内外彩票管理的学术交流和各种类型的合作提供了平台。

围绕这一宗旨，广东商学院彩票研究中心的研究人员认真研究彩票业的发展动态，积极参与彩票市场运作，有效培养彩票从业人员，在成立不到1年的时间里，完成了体育彩票营销策划和彩票专管员咨询等课题，并逐步积累了丰富的第一手资料，一批研究成果即将陆续发表，《彩票从业人员系列丛书》（以下简称丛书）即为其中之一。

众所周知，随着我国彩票业的飞速发展，对彩票从业人员的要求日益提高。

但是我国彩票从业人员整体素质不高，到目前为止，我国还没有建立一个与彩票业相关的专业人才培养体系和适应我国彩票从业人员培养需要的教材体系，严重制约了彩票业的发展。

有鉴于此，开发一套适应我国彩票业发展和我国彩票从业人员需要的丛书就显得非常有必要了。

## <<彩票营销学>>

### 内容概要

本书作为我国第一本公开出版的彩票营销业务入门教材，强调营销理论与彩票业务的结合，着重实用性。

作者为读者提供了较完整的学习工具：穿插于每章的大量个案帮助读者加深对相关问题的理解；每章后配备的“本章小结”“关键概念”“练习与思考”和“案例分析”等，有助于读者把握各章的知识点，并提高读者解决实际问题的能力。

本书可作为管理类或非管理类专业学生的选修课教材，也可作为彩票行业从业人员的培训教材或参考书。

## &lt;&lt;彩票营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 彩票概述 第一节 彩票的含义和特点 第二节 彩票的作用和种类 第三节 彩票产生的原因和发展历程 第四节 彩票管理概述 第五节 彩票业的发展趋势 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第二章 彩票营销基础知识 第一节 彩票营销概述 第二节 彩票营销环境 第三节 彩票营销的SWOT分析 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第三章 彩票营销STP战略 第一节 彩票营销的市场细分 第二节 彩票营销的目标市场选择 第三节 彩票营销的市场定位 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第四章 彩票市场调查 第一节 彩票市场调查概述 第二节 彩票市场调查方法与形式 第三节 彩票市场调查资料的整理与分析 第四节 彩票市场调查报告的撰写 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第五章 彩票营销组合策略 第一节 彩票营销组合概述 第二节 彩票产品策略 第三节 彩票价格策略 第四节 彩票促销策略 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第六章 彩票分销渠道管理 第一节 彩票分销渠道概述 第二节 彩票分销渠道管理 第三节 彩票分销渠道管理方案的撰写 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第七章 彩票客户管理 第一节 彩票客户与彩票客户关系 第二节 彩票客户关系管理 第三节 彩民流失管理 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第八章 彩票销售技巧 第一节 彩票销售与彩票销售员 第二节 彩票现场销售技巧 第三节 彩票推销技巧 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第九章 彩票人员、有形展示和过程策略 第一节 彩票人员策略 第二节 彩票有形展示策略 第三节 彩票过程策略与服务质量管理 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析  
第十章 彩票营销策划 第一节 彩票营销策划概述 第二节 彩票营销策划步骤 第三节 彩票营销策划案 第四节 彩票营销策划的评估 本章小结 关键概念 练习与思考 案例分析 参考文献 后记

## &lt;&lt;彩票营销学&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 彩票概述 第一节 彩票的含义和特点 一、彩票的含义 彩票在当今社会的知名度极高，人们赋予它的含义众说纷纭。

英国《不列颠全书》认为它是“通过抽签抽彩，凭机会在一定范围的人群分配奖品或奖金”；泰国国家彩票局则解释为“为国家的发展筹集资金，是授权于政府，没有任何欺骗民众的行为，为民众提供一种博运道的消遣机会”。

周军宇的彩票定义为以下四个方面的含义：第一，彩票就是机会。作为一种简单的数字游戏，我们只需花上两元钱就可买个希望，彩票为人们提供致富、娱乐、显示自我的机会。

第二，彩票就是希望。渴望过上好日子是广大彩民的共同愿望，致富是大众的梦想。每个人在财神面前机会均等，都可能有一夜致富的幸运。人们不仅可凭借体力去创造财富，还可通过投资彩票，用智慧和运气去创造财富。

第三，彩票就是风险。彩票能给人带来钱财，但它同时充满风险。世上没有免费的午餐，买彩票其实是以确定的小额损失，换取一种可能性很小但数额巨大的回报。投资者在这里扮演了一个风险喜好者的角色。与此相对的保险购买者是风险厌恶型的，因为它是以确定的小额损失来回避可能性很小但数额巨大的损失。

第四，彩票就是公益。彩票是由国家组织的为社会公益事业集资的行业。彩票的发行是一项拉动消费、造福社会的有益工程。

我国财政部在《彩票发行与销售管理暂行规定》中认为，“彩票是国家为支持社会公益事业而特许专门机构垄断发行、供人们自愿选择和购买、并按照事前公布的规则取得中奖权利的有价凭证”。本书将以此作为彩票的定义。

从我国财政部的彩票定义可看出，作为一种特殊的金融工具，彩票具有以下四个方面的含义：  
1.政策性 彩票发行的主体是国家（政府），它是一种政府行为，且在政府的监督管理下垄断发行与运作。

我国由财政部代表国家执行彩票的监督管理职能。  
2.社会公益性 彩票发行的目的是支持社会公益事业，彩票之所以被人们普遍认可的重要条件就是其公益性。

事实上，早在2006年年底，我国仅体育彩票公益金在社会保障基金中的比例已经达到8.8%。

所以，不管人们对彩票的含义如何解释和理解，有一点是共同的，那就是：彩票必须由国家发行，筹集的资金必须用于社会公益事业。

3.自愿性 彩票发行的客体是彩民，彩民按照事前公布的规则取得中奖权利，且遵循自愿选择和购买彩票原则。

自由参与原则是彩票事业能够顺利发展的保障，在彩票面前，作为与不作为都是人的基本权利。

4.有价证券 我国财政部的彩票定义明确了彩票是有价证券，从而结束了多年来人们就彩票是否属于有价证券展开的争论。

一方面，彩票是一种特殊的金融工具。同股票、债券、基金一样，发行彩票可以持续、反复地筹措社会闲散资金。但与股票、债券、基金不同的是，彩票不能交易或随时赎回；彩票不反映股权关系、债权关系或委托投资关系，只反映彩民和彩票发行人之间潜在的可能的奖金分配关系；彩票对彩民的回报是建立在概率基础上的，而不是建立在经济效益上，购买彩票可能一无所获，也可能得到几倍、几十倍、几百倍甚至几千倍的回报，从这个意义上说，彩票是一种“或然价证券”。

另一方面，正是这样的特殊性，彩票也被看做是一种特殊的商品。

## &lt;&lt;彩票营销学&gt;&gt;

彩票的本质是机会，彩民购买彩票不是建立在彩票本身的使用价值上，而是建立在偶然得到财富的“机会”上。

换言之，也可以认为彩票的使用价值就是偶然得到财富的“机会”。

二、彩票的特点 新建青少年宫项目，投入资金1.8亿元；又投入800多万元公益金，建设82个国家青少年体育俱乐部。

此外，继支持北京奥运会后，省体育资金今后将继续支持备战广州亚运会、深圳世界大学生运动会等国内外重大比赛。

2.刺激消费 彩票的返奖金额使中奖彩民具备相应的购买能力。

据中国福利彩票发行管理中心调查，在中了大奖以后，有72.3%的人将奖金直接投入消费。

如按照我国彩票销售额中不少于50%的返奖率计算，2007年我国彩票销售额为1017亿元，返奖额不少于508.5亿元，据粗算相当于增加了367.65亿元的购买力，大大刺激了消费。

3.促进税收增长 彩票业对国家税收的促进作用主要体现在两方面：（1）个人所得税。

按照国家有关规定，彩民一次性中奖金额单注1万元或以上的，要按中奖额的20%缴纳个人所得税。

如2005年，我国彩票机构代扣代缴中奖奖金个人所得税为17.618亿元，从而对我国税收作出了较大的贡献。

（2）增值税。

以2007年为例，如前所述，增加的367.65亿元的购买力就意味着为企业提供了367.65亿元的商品销售额，按17%的增值税率计算，仅此一项，国家就有可能得到62.5亿元的税金。

4.扩大就业机会 彩票业的发展扩大了就业机会，且主要体现在以下两个方面：（1）直接就业机会。

在不到6000万人的法国，仅彩票销售站点就有5万多个，从事彩票销售的人员就有10万人。

在我国，以福利彩票为例，到2007年12月为止，全国各省、自治区、直辖市及深圳市共设发行机构32个，地级销售机构320个，县级销售机构2123个，电脑福利彩票投注站超过10万个，全系统从业人员超过30万人。

同时，中国体育彩票电脑投注站超过7万个，全系统从业人员超过15万人。

可见，中国整个彩票系统直接就业机会超过45万个。

（2）间接就业机会。

以2006年为例，一方面，我国2006年第二产业增加值为102004亿元，第二产业从业人数为1.925亿，则2006年第二产业劳动生产率（一第二产业增加值÷第二产业从业人员平均人数）约为5.3万元/人；另一方面，我国2006年彩票销售额为813亿元（约占当年GDP总量的0.39%），其中用于直接消费的奖金额约为294亿元。

将这两方面进行综合分析，意味着2006年彩票业间接创造了55.5万个就业机会（ $2940000 \div 5.3$ ）。

5.促进其他行业的发展 彩票对其他行业的促进作用主要体现在以下几个方面：一是彩票及其宣传品、书籍等的大量发行，促进了文化出版业和印刷业的发展；二是为彩票中奖者提供的支票、中奖者等成为银行业间竞争的对象，促进了银行业的发展；三是彩票公益金大多用在公共基建投资，从而促进了建筑业的发展；四是彩票的促销活动和彩票信息的报道促进了广告业和媒体（如电视、报纸、广播等）的发展；五是促进大量彩票网站的建立和发展；六是促进了彩票相关软硬件的生产和销售。

6.彩票的收藏作用 由于彩票所体现的文化价值，使得彩票成为人们的收藏对象，不少人将其与邮票相媲美。

如，福利彩票中的“古代女性系列”包括古代美人、中华佳丽、古代女英雄，体育彩票“顶呱刮”包括了“好运中国”“加油!中国队”“激情梦想”“奥运金牌”“勇争第一”和“奥运之城”、“奥运场馆”七种，凭借着以奥运为主题这一特点，极具收藏价值。

事实上，彩票的收藏价值主要体现在彩票是由国家统一发行的，具有严格的审批程序、规范发行计划、印制编号、专业图案设计、应用防伪技术、有面值等特点，与邮票一样具有权威性。

而且不会重版或再版发行，保证了彩票的良好信誉。

7.打击私彩 私彩是指除了国家批准的合法彩票之外的一切个人或机构发行的进行抽奖形式的

## <<彩票营销学>>

彩票。

私彩的存在由来已久，给社会风气和社会的稳定都带来了极坏的影响。

如果国家发行彩票，并在彩票玩法上增加趣味性和吸引力，那么不仅仅可以起到上述的6个作用，而且还可以吸引彩民购买合法的彩票，再加上政府的法律手段，双奖号的全过程。

### (2) 摸奖彩票。

摸奖彩票是指彩民付款后从装有彩票的箱子里摸出彩票，通过现场揭开或刮开，以得知自己是否中奖的行为，一般为即开即兑。

这种彩票在彩票发行的早期曾盛行一时，现在多用于商界的有奖销售。

### (3) 竞猜彩票。

竞猜彩票是指彩民通过事先分析和预测来选择彩号，一旦与开奖结果相同，即为中奖。

竞猜的主要魅力在于需要彩民收集信息，然后进行整理和分析，以帮助自己确定竞猜对象的可能结果。

如：“足彩”需要彩民分析参赛球队的信息；“赛事天天彩”需要彩民对2008年奥运会每天的项目和比赛者的情况有所了解并进行分析；“奖牌连连猜”则将摇奖和竞猜结合起来，提高了彩民参与的趣味性、竞争性、知识性和赢利性。

### (4) 投注彩票。

投注彩票是指彩民通过调查研究，下注买下某个运动员或球队的彩票。

如1992年深圳、广州和北京的有奖赛马，就首次采取了这种彩票投注的方式。

## <<彩票营销学>>

### 编辑推荐

《彩票营销学》为我国第一本公开出版的彩票营销业务入门教材。

《彩票营销学》强调营销理论与彩票业务的结合，着重实用性。

《彩票营销学》为读者提供了较完整的学习工具。

彩民最喜欢什么样的投注站？

用什么方式能吸引更多的彩民来买彩票？

<<彩票营销学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>