

# 赌场搞促销打广告须获批准 不能鼓励顾客延长赌博时间

黄俊贤 报道  
njunxian@sph.com.sg

“玩得越久，奖励越多”“超级容易赢”“别错过！”等促销用语，在广告中随处可见，但若广告涉及赌场，这类措辞便可能触及监管红线。

赌场管制（修正）法令的第二组修订条文已在9月21日生效，其中一项修正明确区分“赌场博彩”与“推广游戏”（promotional games），对把推广游戏作为赌场广告和宣传的方式予以监管。

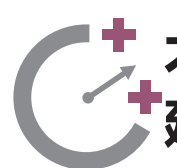
赌博管制局发言人答复《联合早报》询问时说，赌场经营者在发布或分发广告与促销活动之前，都必须事先获得批准。其内容不得过度诱导赌博，或让公众对赢钱抱有不切实际的期待。

发言人说，赌场不能通过宣传鼓励顾客延长赌博时间，“玩得越久，奖励越多”的用语便是一例。“我们不批准这样的用语，因为它可能鼓励过度赌博。”

## 严禁把赌博与财富挂钩

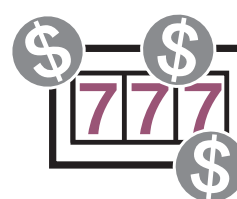
宣传内容也严禁把赌博与财富或经济挂钩，例如“迈向财富”等会让人产生赌博能带来经济收益的字眼，就不符合监管原则。

### 赌场广告和宣传用语“红线”



不能鼓励顾客  
延长赌博时间

- × 玩得越久，奖励越多  
Play longer,  
enjoy more reward
- × 迈向财富  
Dive into riches



不能暗示  
容易赢

- × 人人都是赢家！  
Everyone  
is a winner!
- × 每场游戏包赢  
Every game is a  
guaranteed win!
- × 你会是下一位赢家！  
You will be  
the next winner!



不能营造  
紧张感

- × 时间不够了！  
Time is  
running out!
- × 只剩几份奖品了！  
Only a few  
prizes left!
- × 不要错过！  
Don't miss out!

资料来源 / 赌博管制局提供

图表 / 李利群

让顾客误以为赢钱容易，甚至是必然的，这类宣传用语同样被禁，包括“超级容易赢！”（Super easy to win!）和“人人都是赢家！”等。

赌场也禁用“最后机会”等字眼制造紧迫感，对顾客施加不必要的参与压力。

发言人强调，审核赌场广告并非只看单一句子，而是综合考虑促销机制、整体呈现方式、宣传信息、目标受众，以及活动可能对赌博行为造成的影响。

赌场宣传也不能把赌博描绘成一种主要靠技巧取胜的活动，或让人以为能够通过个人行动控

制游戏结果。“赌场也不能提供某些类型的奖品，例如超市或零售礼券，因为这会把赌博与日常消费和活动联系起来，使赌博行为变得更‘正常化’。”

赌管局发言人说，截至目前，两家赌场经营者都没有因违反上述规定而受到纪律处分。

尽管如此，发言人说，赌场促销游戏虽然不涉及赌注或下注，但由于活动在赌场进行，它仍可能影响赌博行为，因此会继续受到监管。这类赌场促销游戏包括以促销筹码参加的百家乐或扑克比赛、宾果形式游戏，以及配合营销活动举行的幸运抽奖。