



时评

积蓄彩票话语权 建设新媒体社会责任

彩票公众号“劳神”为哪般？

■戴新

疫情尚未结束，但彩市正在回暖。在我国彩票市场恢复正常秩序的同时，一个独特的媒体阵营——彩票新媒体，也正在释放勃勃生机，为社会经济发展和彩票市场复苏呈现丰富的信息，献出虔诚的祈祷，送上真挚的祝福。

神操作！4月13日，财政部主管《国家彩票》杂志旗下的“国彩推送”微信公众号推文，细数彩票领域“神操作”。文章认为，各地彩票机构为加速推进彩市复苏纷纷做出一些“神操作”。当然，这个“神”的背后，是一些努力的人以及努力的群体。

事实上，随着新冠肺炎疫情的持续以及全国彩票市场重回“赛道”，近年来一直表现活跃的彩票类公众号也在“劳心”“劳力”“劳神”。仅最近一个时期以来，彩票公众号中的“劳神之作”就不断被推送而出。这种现象，一定也是彩票从业者和参与者所喜闻乐见的。

“各地机构加速彩市复苏的神操作”，这就是“国彩推送”4月13日一篇推文的标题。文章说的是，为加快助推彩票市场复苏，把因疫情影响被抑制的消费释放出

来，引导鼓励购彩者到店消费、实惠消费，各地彩票机构推出了一系列措施。这些措施中，消费券刺激市场（广西体彩投放近70万元体育彩票消费券并联合全区200多家零售连锁便利店跨界刺激市场）、视频带货卖彩票（天津体彩一代销者在抖音平台上宣传自家实体店）、提供送货上门服务（青海体彩一代销者发动销售员为符合低门槛条件的购彩者提供每天一次的送票上门服务）、借助本土未来举办运动会之东风宣传即开票（比如四川体彩的“大运彩票”系列推广活动）等“十八般武器”，都被派上了用场。

近年来，媒体在报道和评论一些彩票政策类措施出台时，经常用“组合拳”这样的词语来形容其力度之大。不难发现，在“国彩推送”的“神操作”报道中，全国各地彩票机构和从业者也是打出了一套八仙过海、各显神通的“组合拳”。这些“组合拳”看上去招法各异，花样不同，但目标只有一个，就是要在击退疫情、KO病毒的同时，维护代售者和购彩者的合法权益，为他们创造更加有利的市场环境 and 售彩条件——这套“组合拳”，可以说是攻守兼备，在确

保安全第一的前提下，也满怀进取心。

在彩票公众号中，有人为彩市复苏牵挂，也有人彩票大奖劳神。3月27日，新华社“新华论彩”公众号推送署名“拾壹”的原创文章《恢复销售半个多月，你买彩票了吗？中奖了吗？》。在标题中连用两个问号，这种急切，看来是真心为购彩者操心啊！

文章梳理并分析了自3月11日彩市重启半个多月以来到3月27日期间，以福彩双色球和体彩大乐透两大游戏一等奖中出情况为主要话题的彩票发行销售数据。此间，双色球销售7期，总共开出35注一等奖，较复市之前同周期的108注（应为122注——编者注，原文或是计算笔误）减少87注，降幅80%；7期平均发行量2.2亿元，较复市之前同期的3.8亿元大约下降43%。大乐透恢复销售后销售6期，累计中出一等奖28注，与复市前同期34注相比仅减少6注，降幅约17.6%；6期平均发行量1.9亿元，与复市前同期2.9亿元相比降幅约为33%。该文通过对比分析表示，在一等奖中出注数降幅和发行量降幅两个方面，大乐透的表现都要

比双色球更为“乐观”。

显而易见，在上述数据与分析的背后，蕴含着新媒体人对我国彩票事业合力向上、聚力前行的深刻期待。但人们还应看到，疫情复杂发展态势下的中国彩票，无论是体彩还是福彩，说乐观恐怕都为时尚早。相比于以往任何时候，体彩与福彩都更应理解并笃信“命运共同体”理念的现实意义。彩票市场冲破阴霾，既不需要“乐”，也不需要“观”，而是需要行动，需要“实”，需要“干”。

当前，我国彩票新媒体大军、特别是彩票公众号阵营羽翼渐丰，且有新鲜血液不断补充。值得关注的是，时下的彩票公众号，除来自媒体矩阵的“传媒专业化力量”之外，还有一些是依托于彩票机构的“彩票专业化力量”。两股力量，你中有我，我中有你，形成互补，共同促进。这其中，彩票机构公众号在近一时期的表现也是能量满满，可圈可点。

4月13日，“浙江体彩”公众号推送《浙江无新增确诊病例，无新增无症状感染者》一文，发布来自浙江省卫健委的权威信息，为浙江体彩人通报疫情动态。事实上，这样的“报信儿”，浙江体彩每

天都在做——报动态，报平安，也报出了对体彩人的惦念与牵挂。

4月12日，“江西体彩”公众号推送《江西体彩又双叒叕给门店涨补贴啦》一文，为代售者抛“橄榄枝”，送“定心丸”。文章指出，江西省体彩中心复市后已连续发放新春慰问补贴、门店防疫补贴、星级门店补贴等多项补贴，资金总投放418万余元。可以说，这样的补贴举措，这样的帮扶力度，全部精准聚焦困境中的体彩实体店，体现了体彩机构对代售者负责任的态度。

在近两年来不断壮大的彩票新媒体大军中，公众号是一支重要的力量。它们一方面在发挥媒体功能、传达彩票资讯、丰富传媒业态等方面使出浑身解数，开疆拓壤，不断刷新存在感，另一方面也在积蓄彩票话语权、努力建设彩票新媒体社会责任等方面逐渐显露锋芒。这一现象，无论是对于彩票事业发展，还是对于彩票媒体业态发展，都会令人眼前一亮。

在彩票新媒体舞台上，公众号轮番亮相，纷纷奉上心系彩市的“劳神之作”。此情此景，对于彩票人来说，那自然是“极好的”。

●态度

紧扣彩市脉搏 聚焦代销群体

推啥送啥？“中国体彩报”这么做

■记者戴新报道

体彩复工开市，到今已一月有余。

自3月11日起，中国体育彩票在全国各地区有序、分阶段恢复发行销售。不得不承认，由于受到新冠肺炎疫情影响，今年春节期间的彩票休市期长达49天，经历了“史上最长假期”。按下“重启键”之后，全国各地实体店和代售者不约而同地面临难题和挑战。代售者如何克服困难齐聚力、重整旗鼓再出发，是当务之急。

在这样的背景下，最近一个月内，“中国体彩报”微信公众号紧扣彩市脉搏，持续聚焦彩票代售者的当前利益与长远前景，推出了一系列以代售者为报道主角的作品产品。

如何渡过低迷难关？
传递信息 激发斗志

3月26日，“中国体彩报”推送《体彩代售者如何渡过难关》一文，披露财政部下达关于2020年彩票市场调控资金预算的通知的消息，并介绍，从本次下发资金分配情况来看，西藏、海南、宁夏排在前三位，分别为1019万元、985万元、970万元，此外，湖北为628万元，这些资金将对全国的体彩实体店和福彩实体店进行补贴，在一定程度上减轻

代售者的负担。

该文还介绍了各地体彩机构和代售者在回答如何渡过难关这一问题时所做的努力。其中，多地体彩机构在疫情期间还出台了向体彩实体店发放防疫补贴、上调代销佣金比例等举措，在开市前期为实体店复工做好准备。复工开市之后，各地体彩实体店主动作为，有的调整店面布局，有的重新进行装修，有的还针对疫情形势专门配备了“客户引导员”。这些信息的传递，对于进一步激发全国彩票代售者的斗志、树立信心，发挥了积极的作用。

在当前形势下，全国彩票代售者最需要的是什么？是信心！激发这些一线彩票从业者的信心，让他们看到希望，燃烧心中的热血，这，也需要包括公众号在内的彩票新媒体集思广益，出一份力。

如何兑现政策利好？
提出观点 “钥匙与锁”

3月31日，“中国体彩报”推送《当让利政策遭遇低迷市场，代售者如何是好》一文，再次对代售者面临现状进行分析和解读。文章提出，在体育彩票机构大幅降低发行费比例、大幅让利于代售者的利好政策下，“理想很丰满，但现实也有骨感的一面。”提出了对于代售者来说非常接地气的两

【聚焦】体彩代售者如何渡过难关？
【贵州】“竞猜型彩票卖不了，我就卖即开票”
恢复销售半个多月，你买彩票了吗？
江西体彩又双叒叕给门店涨补贴啦！
截至2020年04月10日
中国体育彩票累计筹集公益金5209.55亿元
本年度已筹集公益金63.13亿元

个问题：一是，对于一些受困较严重、以及平时经营状况和水平就不太好的实体店来说，政策挺好，销量不好，该怎么办？二是，对于大多数“正常的”实体店来说，又该如何让好的政策落地，最终兑现到代售者的钱袋中？

值得关注的是，这篇文章还抛出了一个观点，指出，“政策是一把钥匙，要让这把钥匙真正发挥作用，还需要找到合适它的那把锁。”可以说，通过对政策的解读、对现状的剖析、对问题的阐明，“中国体彩报”推送的这篇文章也是为代售者操碎了心。

目前，国家有关部门和各地体彩机构的彩票政策红利依然在持续释放。如何处理“钥匙与

锁”的关系，也是全国各地代售者亟待思考的一个课题。

如何直面困境？
推送案例 推广“战术”

4月8日，武汉开始恢复体育彩票发行销售，但全国体彩实体店整体销售困境依然未减。代售者到底应该怎么办？这个问题成了越来越多体彩店“当家人”的心头大事。4月10日，“中国体彩报”推送《“竞猜型彩票卖不了，我就卖即开票”》一文，“推广”了天津体彩代售者陈亮在逆境中求变的售彩“新战术”。

平时，陈亮的实体店以竞猜型彩票最为热门，但疫情影响下的全球赛事“休眠”，没有比赛可猜。这位开店两年的代售者说，“竞猜型

彩票不能卖了，那我就卖即开票。”但是，售卖即开票并不是陈亮的强项，怎么办？他的招儿是，花时间学呗！陈亮为自己制定了一个自学计划，每天抽出一两个小时学习即开票彩票等知识，并向彩票专业人士进行咨询和学习。通过宣传这样的案例，“中国体彩报”也在向代售者们传递这样一个态度——在困难面前，光等是不是行的，还要主动出击，要有所作为，才能为自己开辟一片天。

“推送”是微信公众号的“常规武器”，也体现着其品牌形成过程中的久久之功。推什么，送什么？对此，最近一个时期的“中国体彩报”公众号交出了一份答卷。对这份答卷，您满意吗？

「中国体彩报」与其它公众号的截图