

关于即开票创新 有这么一种声音——

即开创新 也可“一蹴而就”

体彩顶呱刮新票“一蹴而就”，让我感慨良多。

一蹴而就 四个体会

总习惯了说“慢慢来，凡事不能一蹴而就”，现在才明白：感觉对了，立刻去做才是正确的态度！原来，“一蹴而就”的含义是“事情轻而易举，一下子就能成功”；“一蹴而就”本身是个带有积极力量的正义词！

光说无用。本人到楼下彩票店体验了一包“一蹴而就”，给大家反馈一下个人体会——

◆不易漏奖，降低代销者兑奖工作量

是否中奖，中了多少，一目了然。彩民不会看得眼睛疼，代销者不会兑奖兑到头晕。不漏奖，相当于提高了2%的返奖率。

◆刮一包如一张，适合整包销售

刮一包“一蹴而就”的时间，跟刮一张“点石成金”的时间相近。“点石成金”也算是经典票，但兑奖相对就比较复杂一些。“一蹴而就”非常适合整包销售，即便购彩者要一张，请代销者大方地给他一本，手一滑就滑到了下一张。销量都是这么来的。

◆创新售卖场景，推进“购彩便利”

我们的彩票市场越来越“购彩便利”，无处不在的彩票销售点是彩票市场发展的必经阶段。加油站、便利店、地摊上，匆匆而过的购彩者1分钟体验一次购彩，是很好的扩大购彩群体的方式。“一蹴而就”能做到这一点。

◆彩票怀旧版，重回小时候的购彩时光

2块钱一张，撕开见分晓的“彩票”，是20多年前的回忆

了。没有多少娱乐的时代，每次的大集市彩票销售，都是凑在一起看热闹的娱乐时光。或多或少，总能买上几块钱的，抱回去几块肥皂一般就不会挨老婆骂。如今，只有一次“刮开机会”的“一蹴而就”，有那么一点“小时候的味道”。

一蹴而就 一股新风

体验结束，说说个人见解：产品创新很难。创新的结果，不一定是好的、正确的，如果事先知道创新之后必是好处，就不会有那么多在“创新”门槛前停滞不前。我觉得，“一蹴而就”算得上是即开票发展史上的成功创新，跟得上时代，查缺补漏，迎合新群体，带来更多便利。

一蹴而就，让我感受到了一股清新的空气。对“一蹴而就”这款票，给代销者提供几种销售场景。

一是5元票，适合联合开展活动，做赠票拉新。尤其是商超店、便利连锁等，周末及节假日联合商场开展满赠活动，符合要求者前往店内领取。扫码赠票，一刮就知道结果，对从未买过彩票的人很友好。中了，加微信发奖金，没中，加微信抽红包。

二是随机三包搭配成为礼包，附赠球星卡或其他小礼品。由购彩者自行合股冲击百万大奖。换种形式加上新票官方活动，总比按部就班的卖要好的多。

三是适合自行发展销售渠道。地摊销售，自不必说，销售拉新两不误，却是这个夏天不能不做的事情。周边小卖部，也是可以谈一谈，毕竟以前都是害怕兑奖兑不清楚才不合作的，现在好了，清明得很。



面值5元“一蹴而就”票样



面值20元“一蹴而就”票样



“一蹴而就”上市后，不少省份在全国范围“双重好礼”活动的基础上，为购彩者送上更多惊喜

不怕争议 弄懂就好

新生事物总会引起不同看法。这很正常。总结起来，“一蹴而就”的争议点主要有以下三个。

争议一：20块钱，刮一下，坑人啊！

反驳：中奖率、返奖率跟其它即开票都相近，不存在坑。90后、00后强购买力的购彩者，更喜欢这样的快节奏。把产品卖给正确的人，精准营销就是这个理儿。

争议二：赤裸裸的，没有娱乐性！

反驳：极简风，可以给全国不同省市更多发挥的空间，给代销者自主营销更多可能。想要开展自主活动的，结合刮开区域变着花样来，想要增加娱乐性的，可以整箱进货开展闯关销售模式，哗啦啦的一群多热闹。

争议三：800一包，太贵了！

反驳：拆开卖，还是20一张。回看现有的即开产品：600一包是常规，200一包、500一包、1000一包算补充。对于代销者来说，多说一句营销术语，就能在一分钟

内多销售200块。对真正想玩的购彩者，800元和600元的区别不大。

反驳上述“争议”，并非对着干，而是我们都要维护行业的发展，遇到问题首先要做的就是给出解决办法。练就了这样的思维方式，哪有不好的市场、不好的产品？

最后，祝您——事事“一蹴而就”，时时“一蹴而就”！

（本文来自“王小暖的暖小王”公众号，有删编。文中观点为个人观点，不代表本报立场。）

时评

即开票，有点追求不好吗

戴新

最近，新上市的即开型体育彩票两大游戏产品热度不减。“锦鲤”和“一蹴而就”，成了我国彩票市场的现象级游戏产品。

积累了人气，助推了销量，赢得了市场，为公益事业筹集了更多的公益金。虽然现在说成功还为时尚早，但是“锦鲤”和“一蹴而就”的上市，对于在此前很长时间里相对低调和沉寂的我国即开型彩票市场来说，确实吹来了一阵令人耳目一新的清风，引发了很多值得思考的话题。

这两款顶呱刮新产品的出现，为人们展现了即开票吸引粉丝、站稳市场、赢得信任的“三步法”。这“三步法”，紧紧围绕的是“追

求”这两个字。

第一步，追求创新

创新，是彩票市场永远不变的发展要求。相对于电脑型彩票，即开票既要求稳，又要求新，至少在稳与新这两个维度上面临的市場要求和挑战要比非即开票更为迫切，这其中，求新更是当务之急。“锦鲤”和“一蹴而就”两款新票的出现，犹如“早莺争暖树”，更像“新燕啄春泥”。

在种种创新中，没有什么比发行新游戏来得更直接了。“锦鲤”和“一蹴而就”的面世，本身就是创新的结果。此外，在新游戏的票面设计和刮奖方式方面，这两款游戏产品也各具新意——“锦

鲤”的票面充满动感和时尚感，更易于被购彩者、特别是年轻群体接受；而“一蹴而就”则在刮奖方式上采用了“直刮”方式，不用核对号码、图案、符号等，也不用区分奖金到底是一倍、两倍还是三倍，刮出多少钱就是多少钱。这种刮奖方式上的极简风，又带有那么一点“暴力美学”，相比以往绝大多数即开票增添了新意，更符合时代潮流。

必须承认，“锦鲤”和“一蹴而就”营造了既新鲜又持久的彩票话题，为全面推进复工复产的彩票市场注入了活力，为彩票实体店代销者带来了提振信心的新抓手，为购彩者带来了几乎全新的即开票购票体验。

第二步，追求务实

并非贬低以往的即开票，但一个现实是，在相当长的一段时间内，人们常见的即开票销售场景是这样的——一张张彩票躺在彩票店的玻璃柜台里，别人不问，销售员鲜有主动推荐，与购彩者在即开票方面的互动就更少。现在不一样了，体彩店代销者中等客询问、坐而论道的少了，主动吆喝、热情推荐的多了。与与市场、鱼购彩者、与粉丝互动居少。做买卖不要怕吆喝，只要吆喝得实在，吆喝得贴近人心，同样会换来人气。

同样，体彩机构在“求实”方面也非常给力，针对“锦鲤”和“一蹴而就”，都是几乎在新票上市的同时就推出了购彩遇锦鲤好运又有礼和“双重好礼一蹴而就”奖上奖活动，为购彩者送

上实实在在的益处，非常务实，毫不吝嗇。

第三步，追求美誉

“锦鲤”和“一蹴而就”上市以来，来自市场的好评确实一阵没断过，而这种美誉度的赢得也并非信手拈来。在体彩实体店，在购彩者嘴边，在代销者的微信朋友圈中，在报纸网络上，在彩票系统从业者的日常谈资中，对这两款体彩即开票的好评随处可见，时常得闻。在越来越多人的心目中，体彩即开票的形象更上层楼。

人要脸，树要皮，能赢得赞美说明你的口碑好，值得信任。只要问心无愧，即开票“求赞”也可以大大方方、痛痛快快的。

即开型彩票的发展之路，要想走得更远，飞得更高，就应该多一点“追求”。

