

1注1800万+4注1000万

体彩大乐透中出5注千万大奖

本报讯 记者于彤报道 7月27日,体彩大乐透第20068期开奖,前区开出号码15、20、23、26、33,后区开出号码02、08。本期通过2.75亿元的销量,为社会筹集彩票公益金9925万元。本期全国共中出5注一等奖,其中4注为基本投注,单注奖金1000万元,分落浙江(2注)、河北、江苏;1注为追加投注,单注奖金1800万元,花落浙江。本期开奖后,奖池滚存9.63亿元。

一等奖:1注1800万+4注1000万

数据显示,浙江中出的1800万元追加投注一等奖出自温州,中奖彩票是一张3注9元的单式追加票。

浙江中出的2注1000万元基本投注一等奖出自杭州,中奖彩票是一张2倍投的11+3复式票,单票擒奖2073万元。

河北中出的1000万元基本投注一等奖出自唐山,中奖彩票

是一张11+2复式票,单票奖金1012万元。

江苏中出的1000万元基本投注一等奖出自南京,中奖彩票是一张8+3复式票,单票奖金1028万元。

据统计,进入7月以来,大乐透共开出44注一等奖,其中包括42注1000万元及以上大奖,千万元大奖占比超过95%。其中,自第20059期以来,开出的37注一等奖全部是1000万元或1800万

元大奖,包括11注1800万元和26注1000万元。

二等奖:单注追加奖金19万

二等奖开出110注,每注奖金11.08万元;其中27注采用追加投注,每注多得奖金8.86万元。追加后,二等奖单注总奖金19.94万元。

三等奖开出198注,单注奖金1万元。四等奖开出996注,单注奖金3000元。五等奖开出

16996注,单注奖金300元。六等奖开出26833注,单注奖金200元。七等奖开出38163注,单注奖金100元。八等奖开出755098注,单注奖金15元。九等奖开出7647522注,单注奖金5元。

下期:奖池滚存9.63亿

奖池方面,本期开奖结束后,9.63亿元滚存至7月29日(周三)开奖的第20069期,较上期略有下降。

●2020年第30周彩市回顾(7月20日至26日)

体育彩票单周筹集公益金7.93亿

■记者于彤报道

7月20日至26日,体彩全国联销游戏(大乐透、7星彩、排列3、排列5、传统足彩、全国联网单场竞猜游戏)通过30.65亿元的销量,筹集了7.93亿元公益金。当周销量比去年同期增加4.32亿元,同比增长16.42%。当周共开出8注500万元及以上大奖,其中大乐透7注,7星彩1注。

大乐透开出7注千万元头奖

当周,大乐透通过8.49亿元的销量,筹集了3.05亿元公益金。当周销量比去年同期增加2750万元,同比增长3.34%。

当周大乐透共开出7注一等奖,全部是1000万元及以上大奖,其中包括2注1800万元封顶大奖。江苏、广东购彩者各中得1

注1800万元;天津购彩者收获2注1000万元,江苏、广东、福建购彩者分别中得1注1000万元。

自第20059期以来,大乐透已经连续9期开出32注1000万元及以上大奖,其中包括10注1800万元。

第20067期开奖后,大乐透

奖池滚存9.69亿元,比上周增加1.23亿元。

截至第20067期开奖结束,大乐透在2020年已开出434注一等奖,全部为500万元以上大奖,其中包括210注1000万元及以上大奖,千万元大奖占头奖比例为48%。

传统足彩开出13注百万级大奖

当周竞猜型游戏通过19.38亿元的销量,筹集了3.89亿元公益金。当周销量比去年同期增加3.58亿元,同比增长22.67%。

当周全国联网单场竞猜游戏销售18.53亿元,筹集公益金3.70亿元,其中竞彩足球销售18.50亿元,竞彩篮球销售311万元。当周销量比去年同期增加3.79亿元,同比增长25.72%。竞彩足球开奖场次为150场,包括英超、意甲、瑞超、韩职、日职、墨超等联赛以及法国杯赛等;竞彩篮球共有3场开奖,全部来自美职女篮。近期全国联网单场竞猜游戏销量比去年同期有较大幅度的增长,这是因为今年受新冠肺炎疫情影响,英超等联赛推迟进行,而去年此时很多联赛已处于休赛

期。竞猜资源丰富,这是近期全国联网单场竞猜游戏销量同比增幅较多的原因之一。

当周传统足彩14场胜负、任选9场、4场进球、6场半全场各开奖2期,与上周持平,通过8515万元的销量,筹集了1873万元公益金。当周销量比去年同期(14场胜负、任选9场各开奖3期,4场进球、6场半全场各开奖4期)减少2099万元,同比降低19.77%。

当周14场胜负共有2期开奖,开出13注一等奖,全部为100万元以上大奖。7月20日开奖的第20015期开出10注110万元一等奖,竞猜场次为2场英超、1场英足总杯、6场意甲、5场西甲,意甲和西甲的两场平局猜对比例不足20%,其中维罗纳VS

亚特兰大的猜对比例为11.14%,莱加内VS皇马的猜对比例为17.24%。7月23日开奖的第20016期仅开出3注一等奖,单注奖金346万元,竞猜场次为5场J1联赛、3场英超、6场意甲,英超曼联主场战平西汉姆的猜对比例最低,为6.37%,另外,意甲帕尔马主场击败那不勒斯、国米主场战平佛罗伦萨的猜对比例均不足20%。

当周任选9场开奖2期,7月20日开奖的第20015期开出1801注6318元一等奖,7月23日开奖的第20016期开出826注13294元一等奖。

截至第20016期开奖结束,传统足彩在2020年已开出23注100万元以上头奖,其中包括2注500万元。

7星彩开出1注500万头奖

当周7星彩通过3446万元的销量,筹集了1275万元公益金。当周销量比去年同期减少462万元,同比降低11.83%。当周开出1注500万元一等奖,花落四川。截至第20068期开奖结束,7星彩在2020年已开出48注一等奖,其中包括33注500万元大奖。

当周排列3通过1.60亿元的销量,筹集了5467万元公益金。当周销量比去年同期增加4396万元,同比增长37.62%。当周仅有1期的返奖率超过52%,出自7月20日开奖的第20152期,返奖率为63%。

当周排列5通过8203万元的销量,筹集了3035万元公益金。当周销量比去年同期增加727万元,同比增长9.73%。当周

开出289注10万元大奖。截至第20158期开奖结束,排列5在2020年已开出8052注10万元大奖。

附:2020年第30周体彩销量及公益金数据表

游戏	销量	公益金	同比增长	同比增幅
大乐透	8.49亿	3.05亿	2750万	3.34%
7星彩	3446万	1275万	-462万	-11.83%
排列3	1.60亿	5467万	4396万	37.62%
排列5	8203万	3035万	727万	9.73%
传统足彩	8515万	1873万	-2099万	-19.77%
全国联网单场竞猜游戏	18.53亿	3.70亿	3.79亿	25.72%
合计	30.65亿	7.93亿	4.32亿	16.42%

指尖足球 畅快淋漓

“一蹴而就”肩负特殊任务

中超联赛在球迷的千呼万唤中重启。主题定义为“点燃亿心”的中超联赛在绿茵场外的意义已经远超其竞技意义。亿万球迷通过别样的方式“相聚”中超赛场,每一个人彼此心心相连,冲破因疫情带来的阻隔。对广大球迷来说,即使不能在现场为钟爱的球队呐喊,只要能在电视机前同频便已畅快淋漓。近日上市的一款足球主题即开票“一蹴而就”为球迷提供了更多选择。相比足球比赛的曲折多变、惊心动魄,“一蹴而就”给人带来临门一脚的快感。

“一蹴而就”为球迷而来

近年来,体彩即开票的主题越来越丰富多彩,风土人情、人文景观、名胜古迹、名山大川……很多时候即开票已经可以担当城市旅游明信片。虽然“兼职”的路越走越广,但是作为中国体育彩票的游戏品种,每年体彩即开票都会推出几款体育主题票来回馈广大体育爱好者,例如“全民健身”系列主题票,已成为科学健身普及卡。如果说“全民健身”系列主题票带着普及全民健身,推进健康中国行动的任务面向老中青全年龄层的购彩者,那么“一蹴而就”主题票拓新的目标客户群则更明确——它就是为球迷来的。

不能到现场看球,那便在指尖感受“一球制胜”的刺激。“一蹴而就”以受众面广泛的“足球”为产品主题,既体现了足球进球时刻精彩燃爆的状态,又寓意这款产品“一刮即开”简单的玩法特色。这款产品既能满足热衷即开票的购彩者,也能激发一部分竞猜目标受众群体的购买热情。

规则简单利于拓新

除了主题及票面设计吸引球迷,“一蹴而就”也因简单的游戏规则实现了拓展年轻客户群体的目标。最显著的表现即是这款票上市之后在商业综合体渠道的表现超过预期。在杭州商业综合体体彩形象店,在没有张贴宣传物料的情况下,“一蹴而就”很受来往顾客喜欢。“形象店展示销售的即开票约30款,‘一

蹴而就’这个表现很不错。”据该形象店负责人赵梓皓介绍,20元面值的“一蹴而就”上市以来,其日销量便占全部20元面值即开票日总销量的30%至35%。

分析“一蹴而就”走俏的原因,首先自然与同步开展的双重好礼活动有一定关系。活动的开展给了销售员更多介绍推荐新票的机会,而这款票的票面设计比较有冲击力,且在众多票面中,这款是唯一的足球主题票,所以被选中的几率较高。”赵梓皓如是说。

“一蹴而就”能够帮助体彩拓展新客户的第二个原因是游戏规则简单。为了提升购彩体验,近年来体彩即开票在游戏设计上多了很多心思,闯关中奖、同号中奖等设计的出现适当延长了单票的刮奖时间,但“一蹴而就”的产品设计称得上“返璞归真”,刮开中奖区立即知道中没中奖,中了多少。“规则简单这一点很对现在年轻人的口味。”赵梓皓表示,在购买“一蹴而就”的消费者中,年轻人占比非常高,而且这些购彩者有很大一部分是第一次购买彩票。

丰富即开票产品布局

值得一提的是,“一蹴而就”足球主题票的上市,进一步丰富了体彩形象店的体育元素。以往体彩店多从公益金使用的角度来增加店内的体育元素,而“一蹴而就”这类体育主题的票面更加简单直接地点题。

从完善产品布局,拓展新客户群体的角度看,“一蹴而就”的面世有其重要的价值。实现“建设负责任、可信赖、健康持续发展的国家公益彩票”的发展目标,就要求体彩不断拓展新的客户群体,实现多人少买。从“一蹴而就”的市场表现来看,在拓新引流方面已经实现其价值。

很多新的购彩者在选择票种时,常常会问销售员:“有没有规则简单一点的彩票?”“一蹴而就”因为其简单玩法成为体彩即开票的入门级票种。从某种程度上讲,化繁为简的“一蹴而就”进一步完善了体彩即开票产品布局,补齐了一块被疏忽的短板。(丰佳佳)