

欧洲杯已经落幕 但这些话题远未终结

■记者戴新评述

北京时间7月12日凌晨,意大利队在冠亚军决赛中通过互射点球击败英格兰,捧起德劳内杯。历时一个月的欧洲杯足球赛在英国伦敦落下帷幕。

在这一个月里,欧洲杯既是足球话题,也不全是。

“你买了没”“你中了没”“冷门你猜到了吗”“你回血了吗”……在全国各地的体彩实体店,无数个关于竞猜欧洲杯的火爆话题,在这个月的每一天都热得发烫。是的,欧洲杯,还是一个极具热度的彩票竞猜话题。

欧洲杯落幕了,但关于欧洲杯以及每逢世界大赛期间的赛事竞猜话题并不会烟消云散。关于欧洲杯竞猜,关于赛事投注,人们应当了解和掌握的知识、常识以及需要拥有的见识、共识,还有很多很多。

1

本届欧洲杯期间,体育彩票竞彩足球游戏开售了全部51场比赛,半全场、总进球和比分还开售了单关玩法,从淘汰赛开始,很多对阵场次也开售了胜平负或让球胜平负的玩法。

欧洲杯搭台,竞猜型彩票游戏给力。在刚刚过去的这将近一个月时间里,很多人都成为了“看球者”和“猜球者”的合体。不论是久经战阵的“老购彩者”,还是在本届欧洲杯期间才加入投注队伍的“购彩新人”,人们对于“猜欧洲杯”这件事都充满热情,乐在其中。

如果你问这些人一个问题:本届欧洲杯冠军是谁,四强球队都有哪些?对此,很多人的反应恐怕有两种——一种是翻白眼,不屑回答;另一种是脱口而出:“这还用问嘛,地球人都知道啊!”

2

彩票是概率游戏,中奖是偶然事件。对此,人们有所认知。与此同时,一些人还认为,与猜数字、猜号码的乐透型游戏相比,投注竞猜型游戏的中奖偶然性会小一些,中奖的机会更大一些,因而在购彩投入方面也不妨胆子更大一些,支出更多一些。

事实上,这种认识也是有偏差的。竞猜型游戏,同样属于概率游戏的一种,中奖,特别是中大奖依然属于小概率事件。购彩者在投注实践中,必须保持理性、健康的心态,否则,非常容易导致非理

那好,如果再问一个问题呢:本届欧洲杯期间,体育彩票竞猜型游戏表现如何,销量多少,一共为国家贡献了多少公益金?

我猜,面对此问的“猜球者”们,多半会有点犯懵,这……然后,他们说说不定还会在想,体彩竞猜型游戏卖了多少以及筹集了多少公益金,这事儿和我有关系吗?

答案是:有,当然有,必须有!

在体育彩票竞猜型游戏(或许不止是竞猜型游戏)中,存在一个现象。每遇大赛,都有越来越多的人被卷入“猜球浪潮”之中,但是大多数人在“猜球”的时候,想的最多的是“我该怎么猜”“能不能中奖”“能不能中大奖”之类的问题,对于自己的购彩投注行为会对别人、对社会、对公益能够产生什么样的影响,很少有人“过脑

子”,认真思考者更是寥寥。

在此,我们有必要先“普个法”。

根据我国彩票相关规定,不同彩票游戏的公益金、奖金、发行费的提取比例不尽相同。以体育彩票为例,不同游戏的公益金分别按以下标准计提:大乐透是36%,7星彩是37%,排列3是34%,排列5是37%,竞彩是21%,足彩是22%,即开票是20%;相应的,上述体彩游戏的奖金和发行费计提比例也会有所差别。

照这个算法,在欧洲杯期间,购彩者每花两元购买一注竞彩,就会贡献21%也就是0.42元的彩票公益金。

体彩公益与每一个购彩者之间,不但有关系,而且都有“很大关系”。

性的大额投入,对个人和社会都造成消极的影响。

本届欧洲杯期间,在某彩票店内,有一位购彩者“牛总”,一度非常活跃,出手阔绰,动辄“怒砸20万”“怒砸30万”去投注强弱对阵的串关玩法,前前后后“砸”了没有200万元也差不多。这位“牛总”的大手笔,直看得店内其他购彩者心惊肉跳。那么,“怒砸”的结果如何呢?

大家都知道,本届欧洲杯冷门没少出现,强队在面对弱队时也是屡屡失手。反正欧洲杯这一

个月下来,这位“牛总”的“怒砸”得不偿失,“赔”得很惨。这不禁令人扼腕叹息——不知道他“怒”了没有,反正是“砸”了。

其实,在很多旁观者看来,像“牛总”这样买彩票,迟早是会出问题的,这是明摆着的事,但是正所谓“当局者迷”,个别不理性投注者由于无法摆脱对于购彩及中奖的认知偏差,往往深陷其中,欲罢不能,最终让自己濒临窘境甚至险境。

由于认知偏差而导致的畸形投注心理,非常值得警惕!

3

那么,什么是购彩行为中的认知偏差呢?

认知偏差概念属于行为金融学的核心范畴,起源于认知心理学。它是指,由于个体(行为者)的信息加工能力具有局限性,个体决策过程中,认知偏差在节省思维成本的同时确实对个体的决策效率和心理健康造成一定影响,个体的判断和决策会产生偏差。认知偏差在彩票领域的典型表现为:认为彩票中奖号码(赛事投注结果)有规律可循、可以分析。

据一位彩票业内人士介绍,认知偏差对于购彩行为的影响在国内外学术界已有较充分论述:购彩者在游戏过程中持有一系列的错误信念,使他们即使经历连续失败和巨额损失也坚持继续参

与,认知偏差水平较高的购彩者更容易出现不良购彩行为。

这样的不良购彩行为,在欧洲杯期间类似“牛总”这样的非理性大额投注者身上得到了体现。而一掷千金的“牛总”只是一个缩影,成规模的、不理性的购彩现象,才是更加值得警觉的。

人们注意到,自2017年中国体育彩票提出“建设负责任、可信赖、高质量发展的国家公益彩票”的发展方向以来,体育彩票近年来在各项工作中都把“责任”二字放在重中之重、引领地位,在本届欧洲杯期间也不例外。

据国家体彩中心竞猜处相关人士透露,今年有欧洲杯、奥运会等大赛,体育彩票竞猜型游戏致力于向社会公众传递三方面的正

向价值理念:一是“娱乐竞猜”,二是“理性竞猜”,三是“健康竞猜”;其中,娱乐竞猜包括体验赛事激情、乐享惬意生活,理性竞猜包括远离非法博彩、倡导理性购彩,健康竞猜包括传播体育价值、引导健康生活。

这位人士表示,借助欧洲杯制造的赛事热度和竞猜热度,体育彩票竞猜型游戏在向社会传递正向价值的过程中,积极倡导理性购彩,坚决抵制非法彩票,希望公众对竞猜型游戏的公益属性及公信力建设积累更加丰富的信息能量。

眼下,2021年刚刚过半。从目前的效果来看,体育彩票竞猜型游戏的“欧洲杯之战”,已经交出了一份比较出色的答卷。



欧洲杯期间,在杭州的一家体彩店,众多购彩者和球迷一起观赛事、品美食、玩竞彩

4

习近平总书记强调,体育是提高人民健康水平的重要途径,是满足人民群众对美好生活向往、促进人的全面发展的重要手段。国家体彩中心竞猜处相关人士表示,随着小康社会、民族复兴伟大目标的逐步实现,随着体育强国、健康中国等国家战略的提出,中国体育彩票、特别是竞猜型游戏的发展空间与发展机会不断凸显。在体育彩票系统大力推进责任彩票建设、强调责任为先、为人民负责的彩票理念的背景下,竞猜型彩票发展中应当彰显的国家意义和社会意义十分值得关注。

“聚焦服务球迷、体育迷群体,促进体育娱乐环境净化与健康发展,是竞猜型体育彩票致力于向公众传达的正向价值。”国家体彩中心竞猜处相关人士表示,竞猜型体育彩票的正向价

值,在至少三个层面可以发挥构建社会影响力、履行社会责任的重要作用——

一是合理疏导体育竞猜市场需求。竞猜投注是人类本性与天然需求,肩负公益使命的中国体育彩票通过提供合法的竞猜产品,可以有效满足球迷、体育迷群体的体育竞猜需求。

二是协助抑制赌博和私彩。合法的竞猜游戏,将有效分流地下私彩的份额,为保障国家利益、人民利益、购彩者利益作出贡献。

三是促进净化体育娱乐环境。体育彩票竞猜型游戏通过向体育人口提供多元的、合法合规的彩票游戏产品,促进体育娱乐环境不断净化。

“体育彩票竞猜型游戏一定会向着这个方向持续发力的。”这位人士说。

5

最后,我们来回答本文开篇提出的那个关于公益金的问题——本届欧洲杯期间,体育彩票竞猜型游戏的销售额一共是多少,为国家贡献了多少公益金?

据国家体彩中心提供的数据:本届欧洲杯开赛首周(6月11日至6月17日),竞彩游戏销售37.1亿元,筹集公益金7.8亿元,较欧洲杯前一周(销量19.6亿元,公益金4.1亿元)增幅达89.6%。而截至半决赛开始前,竞彩游戏在欧洲杯期间(6月11日至7月3日)的累计销量达146.7亿元,筹集公益金30.8亿元。

不可否认,每逢大赛,体育彩票竞猜型游戏、特别是竞彩游戏的销量都会借势上扬、水涨船高,从而在广大购彩者的支持下为国家筹集越来越多的公益金,为社会公益事业和体育事业注入源源不断的活力和动能。

据统计,自2012年开始,在历次国际重大足球比赛(2012年欧洲杯、2014年世界杯、2016年欧洲杯、2018年世界杯)期

间,竞彩游戏共计销售694.9亿元,筹集公益金125.1亿元。如果再加上本届欧洲杯迄今为止的数据,竞彩游戏自2102年以来在历次世界杯和欧洲杯的大赛期间累计销售超过840亿元,累计筹集公益金超过155亿元。

截至2020年年底,自2009年5月竞彩游戏全国发行上市以来,体育彩票竞猜型游戏(包括竞彩、传统足彩、北京单场、虚拟竞猜等)累计销量超过7537亿元,为国家筹集公益金超过1427亿元。

这1427亿元是从哪里来的?是从每一个购彩者的购彩投入中积少成多、聚沙成塔堆积而成的。这些浩瀚如汪洋般的巨大公益贡献,是全国各地每一位默默无闻的购彩者以点滴的爱汇聚而成的。不论是欧洲杯、世界杯,还是日常的赛事竞猜,购彩者在参与投注的同时,不光事关“中奖”,而且事关“公益”。

所以说,体彩公益与每一位购彩者,不但有关系,而且“密不可分”。