

● 画中有话

体彩兄弟的经营之道

■ 王青文/图

有这样一对兄弟，哥俩都卖体育彩票，哥哥的501248体彩实体店开在北京朝阳区弘善家园304号107室；弟弟的35107实体店开在华城西里38号楼底商，两店一街之隔。哥哥经营体彩已经十几年，弟弟虽然起步较晚，但也干了五年。

说起哥哥的体彩实体店，弟弟阮先生有点惭愧：“我哥的店比我这里火多了，他的店里中出过大乐透一等奖，是家旺店。”阮先生介绍，他店里的购彩者主要以上班族和退休人员为主，销量一直不温不火，也许因为购彩者还没有形成规律性投注，尤其受新冠肺炎疫情影响导致的休市，店里的销量遭遇新低。

经营上遇到困难，阮先生会主动向哥哥“取经”，而兄长的话也会让他脑洞大开：“你要想办法把客人吸引过来才行。”哥哥一边经营超市一边卖彩票，可谓双赢。此后，阮先生立即行动，把自己的店铺分割出几平方米租给隔壁超市，这样每月可收取租金1万多元，然后建

立微信群，欢迎购彩者扫码入群。

微信群建好后，阮先生开始推出系列营销计划。他首先在群里推荐竞彩，因为该彩种具有返奖率高、玩法简单、娱乐性强等特点，加之体彩机构为助力竞彩品牌建设，推出多种自主营销举措，为竞彩发展提供了良好的环境。

阮先生的竞彩微信群刚建立时只有20多人，他率先投注，不断研究，并把自己的中奖信息发到群里，从十元到几十元钱的奖金，发展到成百上千元，他也从不懂竞彩的“小白”成长为竞彩“玩家”，甚至最高的奖金达到1万多元。随着阮先生不断进步，微信群的人数也在悄无声息地发展壮大。群里的购彩者看到阮先生的一连串战绩，早已摩拳擦掌、跃跃欲试。阮先生把自己的竞彩推介发到群里，供大家参考，现在竞彩微信群已发展到160多人，形成了固定的购买群体。也许是因为竞彩带来了人气，前不久，店里有人中出大乐透25万元奖金。

阮先生自信地表示：“经营体彩实体店，必须了解潜在客户，有

多少新人、多少老客户。”他还准备了礼品，如雨伞、购物车等发给中奖者或当作新人见面礼。据阮先生介绍，一般新人在两周左右同大家熟悉，进而成为朋友。看到老客户在微信群里聊球玩彩，不亦乐乎，这些新人也紧随其后，很快就成了忠实客户。

阮先生虽然积累了一定经营经验，但比起哥哥的业绩，他觉得还是相距甚远。走出阮先生的体彩实体店，转一条街就是他哥哥的501248实体店。

501248实体店地处繁华地段，客流量大，而且超市与体彩携手经营，购彩者多为周边居民、白领，以及南来北往的过路人。该店已经经营十几年，销售人员具有丰富的体彩经验，虽没有建立体彩微信群，但庞大的购彩群体包含了各行各业人士。

去年，501248实体店曾中出体彩大乐透1000多万元奖金，中奖者就是附近的居民，30多岁，常年坚持守号，以一张单投中得一等奖。当得知中得大奖后，对方第一时间来店里报喜：“阮大哥，



我中体彩大奖了！”这个特大喜讯轰动了整个实体店，阮大哥自告奋勇为中奖者当“保镖”，护送他去领大奖。后来，这件事在购彩者中被传为佳话。

阮大哥说：“附近没有超市，一般超市又不卖彩票，我们这是‘超彩’结合。”所以店里一直人气很旺，大奖小奖接二连三。阮大哥的另一经营策略是：提高超市水准，做到商品齐全，果蔬新鲜，物美价廉，这样可以吸引更多人来购物，进而扩大体彩实体店潜在的购彩群体，二者相互促进，共同发展。

据阮大哥介绍，现在购彩人群趋于年轻化，很多上班族常在他店

里购彩，从大乐透到竞彩；从顶呱刮到排列游戏，销量都很好。因为体彩的外在环境良好，人们对体彩游戏和公益属性都很了解，下班到超市购物，临走时买几张彩票是很自然的事，就连外地来京办事的人也在他的店里购彩，临走来店里卖水果，顺便告别。

兄弟俩干同样的事业，这在体彩从业者中并不多见。哥哥经营有道，业绩斐然；弟弟也有自己的营销策略，奋起直追。在公益体彩的大路上，这对兄弟彼此扶持，相互鼓励。弟弟有榜样一样的兄长，哥哥有默默跟随的手足，相信在未来的路上，无论遇到多大困难，这对“体彩兄弟”都会勇往直前走下去。

● 时评

除了边界感，还要有责任感

■ 戴新

“摆开八仙桌，招待十六方。来的都是客，全凭嘴一张。相逢开口笑，过后不思量……”这是京剧《沙家浜》中的唱段。它具有特殊背景与含义，但也道出了当年买卖人的现实心境。而今，做买卖、招待客户已成学问，门道很多，不琢磨、不研究恐怕很难长久维持生计。

销售体彩事关社会公益，对销售人员来说，这既是买卖，也是营生。在经营体彩的过程中，固然需要“打开售票机，招待十六方”，但是不是一定“相逢开口笑，过后不思量”，这恐怕要因人而异，具体问题具体分析。

本报上期副刊版“画中有话”专栏刊发的《豪爽的女购彩者》，讲述了在北京501248体彩实体店发生的让销售员林女士印象很深的一件事。这件事说大不大，说小不小，其中就涉及彩票销售人员边界感和责任感的问题。

透过文章的描述，我们不难发现，林女士对工作中的边界感十分清楚——“不能多问他人隐私，做好服务，在顾客需要时给予帮助即可”。这种边界感，颇有“相逢开口笑，过后不思量”的境界，乍一看似乎无可厚非——您买彩票我卖彩票，您出多少钱我打多少票，我没强迫您多买，也没干涉您什么，这没毛病吧？

没错。林女士这么做，心里想的是不干涉他人隐私，别人确实挑不出啥。但换个角度想，作为体彩销售者，除掌握边界感外，还要担负一定责任。如果边界感和责任感两手抓、两手都硬，就完美了。

什么是彩票销售者的责任感？

众所周知，中国体育彩票是国家公益彩票，筹集体公益金被广泛用于社会公益事业和体育事业。此外，彩票业在我国也是高敏感度行业，人们对彩票的议论甚至质疑时有出现，在购彩者中也存在着少数非理性投注者。从这个意义上说，彩票销售就不是简单地卖彩票，也是在传递公益理念，在购彩者中进行理性购彩引导同样是从业者义的责任。对于彩票销售人员来说，他们必须肩负起应有的社会责任；特别是面对购彩者表现出非理性购彩苗头和现象时，有责任对当事人进行必要的了解、劝解、引导。

《豪爽的女购彩者》中提及的林女士眼那位女购彩者每次买彩票都斥资近千元甚至数千元，与其猜测她“是想孤注一掷中大奖，还是乐善好施作公益”，不如主动出击，解开谜团，适时出面对其给予必要的关心。

如果那位女购彩者只是一个白领，如此大手笔购彩必然有一定风险。在这种情况下，同她善意交流，给予必要的购彩资金投入方面的疏导，相信会得到购彩者的理解，而且有可能掐断非理性购彩的火苗。

近年来，随着体彩大力倡导责任彩票建设，在很多体彩实体店中，劝阻非理性大额购彩者“少买一些”的一幕不断发生。它的背后体现的就是体彩销售人员以购彩者为中心、对购彩者负责的社会责任感。

“摆开售票桌，招待十六方。来的都是客，全为公益忙。相逢开口笑，遇事细思量……”面对形形色色的购彩者，售彩者既要守住边界感，也应肩负责任感。



她 让彩票销售充满文艺范儿

郑红梅

■ 王红亮

帮忙手绘肖像 赢得客户忠诚

借由画画这个技能，郑红梅赢得不少忠诚客户。

有一次，郑红梅在店内正撤一张活动已结束的促销海报时，恰好被一位进店的购彩者看到。这位购彩者提出把这张海报留给自己收藏。郑红梅非常感动，说：“这也没有多大收藏价值，干脆我为你画一幅肖像吧。”之后精心为购彩者画了一幅肖像。拿到画，购彩者喜欢得爱不释手，特意请人装裱了挂在了家里。从此，这位购彩者每天到店购买彩票，风雨无阻。即便后来搬了家，照样天天大老远赶到郑红梅的店购买彩票。

还有一位购彩者，有天拿了一张老旧发黄又残缺不全的照片，难过地告诉郑红梅，那是他故去多年的老母亲的照片，是母

亲留下的唯一一张照片。因保存不当，已经残缺，之前让照像馆重新扫描放了一张，但很不清楚，因此想请郑红梅帮他画一张。郑红梅应承下来，花费将近一个月的时间，用心为他画了一张他母亲的肖像。购彩者看到，连连惊叹“太像啦”，一定要酬谢郑红梅。郑红梅坚决谢绝，说：“您以后买彩票来我店里就可以。”自此，这位购彩者也成了郑红梅店里最忠实的客户。

充分发挥特长 展示行业文化

为了画好手绘，郑红梅翻阅了很多资料，对彩票的公益属性越了解越热爱。“尤其今年，看到抗洪一线、抗疫阵营都有我们体彩志愿者迎难而上、冲锋在前，我很感动。这是一个有责任、有担当、积极向善、心怀暖阳的队伍，我会跟着队伍一直走下去！”

她说，如今这个多元并蓄、线上线下多点开花的时代，以往灌输式宣传、单向性信息传递的传统方式已经无法达到有效的宣传效果了，她会努力学习创新，寻找更生动新颖、更有情趣的表达方式为体彩宣传，把自己的特长发挥到极致，为体彩事业出力。

她还要把她的小店打造成一个行业文化展示窗口。开店之初，一位购彩者对她说，以前进这个店，随地吐痰扔垃圾，随便抽烟说粗话，现在看到店内干净整洁，代销者弹琴画画，自己都不自觉文明了起来。“人们这种潜移默化的变化，需要我们引领。我要把购彩场所打造成一个轻松愉悦不失文化气息的休闲场所，让人们在紧张忙碌的工作生活之余，在这里喝茶聊天研究数字游戏，雅俗共赏玩琴棋书画，让枯燥的生活开出一朵花。”（下）