

9问9答——对话江苏省体彩中心相关负责人

揭秘江苏体彩即开工作背后的点滴

■记者戴新报道

(上接第8版)2022年3月,体彩即开票顶呱刮迎来上市十四周年。《中国体彩报》对话江苏省体彩中心相关负责人,以“9问9答”方式揭秘江苏体彩开展即开工作背后的点滴。

提问6

多年以来,江苏体彩一直非常重视宣传工作并推动了体彩公益、公信、品牌、渠道等多维度工作的全面开展。在即开型游戏的宣传工作方面,江苏体彩做了哪些工作?

江苏省体彩中心相关负责人:关于即开票的宣传工作,江苏体彩也一直在尝试创新。除了日常的新票上市及营销活动的宣传外,还重点做了以下三方面的工作。

一是体验式宣传。江苏体彩在官微上开设了“新票试刮”专区,购彩者可以进入根据自己的喜好在线体验自己喜欢的即开票。此外,江苏体彩还会在官微策划季度互动活动,并在活动中融入当期最新上市的即开票,通过

场景和试刮让微信粉丝体验即开票刮奖的全过程。比如3月23日-25日开展的江苏体彩第一季度微信活动,就将“红包来了”作为活动的主元素,凡是刮完“红包来了”的用户即可参与在线抽奖。

二是活动式宣传。“6·16江苏彩民节”是江苏体彩长期打造的一个品牌活动,2020年的彩民节第一次在宣传推广上引入了短视频。这一季的视频拍摄融入了当时的热销票锦鲤,该视频一经发布,引发了全国即开行业的关

注,总局中心及部分省市中心还直接将视频剪辑后用于锦鲤票的朋友圈宣传。2021年的“6·16江苏彩民节”,还在策划中奖即交互游戏设计成为活动的预热环节,在三天的预热期中活动总浏览量达到98501人次。

三是借势宣传。2021年,江苏体彩还利用玄武湖樱花节的契机,在现场设置了两个摊位,向市民推广宣传即开票,让即开票走出体彩店,走进市民群众,现场吸引了众多年轻人前来刮票参与体验。

提问7

与彩票其它游戏品种相比,即开票在实体店的展示工作显得尤为重要。它关乎即开票在网点的形象和顾客认知度及美誉度。在推进实体店即开票展示工作方面,江苏体彩是如何做的?

江苏省体彩中心相关负责人:即开票展示是即开票销售的重要基础工作。江苏体彩保持优势,与时俱进,不断夯实即开票展示基础。

一是将即开票展示方法纳入全省形象包装手册。此举在网点建设之初,即帮助网点示范即开票展示方法,将“一摆二挂三票箱”即开票展示好方法入脑入心。

二是积极为全省网点提供票箱保障。仅2020年以来,为全省网点配发即开票箱超2万套,充分满足网点日常即开票展示需求。

三是持续开展网点即开票陈列展示提升工作。自2020年起,江苏体彩贯彻落实总局中心提升即开票展示的工作精神,制定差异化的陈列展示标准,开展网点即开票陈列展示帮扶,对即开票库

存和展示均达到一定要求的网点,不论销量高低,均发放一定补贴。其中2020年和2021年共计发放网点达标补贴1460万元。2022年上半年,江苏体彩继续开展帮扶指导,每两个月按400元、200元的标准分类对库存和展示均合格的网点发放帮扶补贴,扶持网点进一步打开即开销售局面,预计全年投入经费约1000万元。

提问8

相比于电脑型彩票,配送是即开型游戏独有的工作流程,也是即开票销售工作中必不可少的一环,配送工作的好坏关系着实体店和购彩者的切身利益。在即开票配送方面,江苏体彩开展了哪些工作?

江苏省体彩中心相关负责人:江苏体彩较早就推进即开票高效物流,努力提升即开票供应链效率。江苏体彩结合本省实际,形成了以高效物流配送为主、专管员配送为补充的即开票配送模式,不断优化即开票产品配送效率,降低对代销者的资金占用和时间成本,提升代销者经营体验。

在实际工作中,网点可通过热线电话、网站、官方微信

及手机APP、体彩终端机等多种途径申请即开票,高效物流中心提供快捷的直投配送服务。如遇到网点临时缺票的情况,网点还可请彩票中心专管员送票上门或直接到仓库领取。江苏体彩的即开仓库已覆盖到各个县区。当然,目前选择高效物流的还是占绝大多数,2019年以来高效物流配送的即开票占全省销量90%以上。

提问9

从2018年到2021年,江苏省即开型体育彩票游戏年度销量分别为8亿元、10.07亿元、12.08亿元、21.30亿元,连续三年实现增长。近年来,即开型游戏在江苏省的中奖表现如何?

江苏省体彩中心相关负责人:即开票简单有趣,提供“即时娱乐体验”,易被公众接受,满足人们的娱乐需求,是拓宽购彩人群的“拉新名片”。通过体验中奖,购彩者对即开票的认识更加清晰,使得一些经典即开票产品深入人心。据统计,2019年至2021年,江苏体彩中

出即开票100万元及以上大奖18个;而在江苏省中出即开票10万元及以上大奖自然更多,主要游戏产品分布如下:“十倍幸运”中出32个,“麻辣6”中出23个,“甜蜜蜜”中出20个,“中国红”中出29个,“绿翡翠9”中出11个,“通吃”中出10个,“锦鲤”中出7个。

代 销 者 说

专访江苏张家港体彩代销者王晓玲

“一楼刮彩,二楼表白,浪漫不?”

■记者戴新报道

在江苏省苏州张家港市,第55776体彩实体店被当地体彩中心的很多人形容为当地的“最美体彩店”。之所以被称为“最美”,一是因为这家店在店面形象上显得年轻时尚,干净整洁,二是因为代销者王晓玲女士人美、心灵、手巧,把店面布置得精致、雅气。记者今年2月曾对该店及王晓玲进行采访,当时就有一种“这家店与很多店大不相同”的感慨。

“大不相同”的表现,首先是店内的体彩顶呱刮LOGO海报就贴在销售柜台的外侧,十分“抢眼”;其次,该店的顶呱刮即开票展示风格也令人眼前一亮。在店内,记者发现即开票展示与很多其它彩票店不太一样——并没有采用在很多店常见的在玻璃柜台中大量摆放即开票或在店内用一面“瀑布墙”来展示即开票的方式,而是在“中奖墙”上只张贴了七八张中奖票,不但不以数量取胜,反而有刻意“留白”的独具匠心。记者发现,这样来展示即开票效果很不错,因为少而精,反而显得简约明朗,票面更加突出,更抓人眼球。

打破传统,拥抱时尚,是王晓玲深植于心的体彩经营理念。“加上之前的另外一家店,这是我们经营的第二家体彩店了。”她介绍,第55776实体店是从2021年9月开始装修的,“当时我们专门请了设计师并明确提出要求,不希望把彩站设计成传统模式的体彩店。”

最终,这家店被隔成上下两层,空间显得更大,利用率也更高。“目前二楼尚未对顾客开放,仍有待进一步美化、布置。”王晓玲表示,与一楼相比,她希望二楼能够赋予购彩者更多的附加功能,“比如,我想把它打造成情侣‘求婚打卡圣地’;在一楼买几张顶呱刮即开票,然后到二楼来表白甚至求婚,是不是很浪漫?”

体彩店经营也需要因地制宜、精准施策。王晓玲向《中国体彩报》介绍,第55776体彩店周边几乎都是新建小区,其中包括中高档社区,入住居民以年轻人和中高收入群体居多,这让她对于体彩销售的主要目标客户群体有着非常清晰的定位。

“我们的第一家店,顾客以中老年人居多。第二家店主要是年轻

人来玩。”王晓玲表示,第55776实体店主要辐射周边三个商品房小区,购彩者的人员素质、购买能力都比较高,属于“有实力的新新群体”,“开业以来,这家店经营收入确实比第一家店要好一些。”

王晓玲介绍,第55776实体店的中奖票展示以即开票为主,“在即开票销售工作方面,体彩中心不断向我们强调,一要重视库存,二要重视展示,这两个方面都直接关系到购彩者的实际需求。”

“既然我们的年轻人客户居多,那么在即开票展示方面也要考虑到如何满足年轻购彩者的需求。像那种扔得满地都是废票的场合,年轻人是不会去的,因此我们在即开票销售、打理和展示等方面,就是要突出一个要素——干净整洁。”她说,“事实上,在即开票展示突出年轻化、时尚化元素的考量方面,我们从最初请设计师装修店面时就已经通盘考虑进去了。”

王晓玲向《中国体彩报》表示,她在最近一两年强烈感觉到体彩即开票顶呱刮正在走“上坡路”。“我们店把主要目标群体定位在年轻人以及具有一定经济



柜台元素中,顶呱刮标志十分突出



中奖墙上的即开票展示简约明朗



王晓玲与老公合影

水平的中高收入消费群体,是有一定考量的。年轻人善于接受新鲜事物,有可能成为即开新票的推广主力军,而中高收入群体经济基础稳固,购彩投入在自身消费占比中更少,往往更加理性,也更加容易接受劝导。”她说。

王晓玲是个80后。从2017年结缘体彩时的彩票“小白”,到现在很多同行眼中的“职业彩票人”,历经五年磨砺的她自称已经把体彩“从工作变成了事业”“从喜欢变成了热爱”。

王晓玲介绍,她的老公从事外贸行业工作,空闲时经常帮助打理彩站。五年来,夫妻二人用心经营,收获很大,“我们店主营竞彩,即开

票也有固定而稳定的购彩群体,销售收入足够支撑运营成本和人员支出。现在,这家店的店面已经被我们买下来了,把体彩当作事业来做的底气更足了。”

这位80后代销者表示,2022年彩票销售中的疫情影响因素还会存在且具有不确定性,“即开型彩票销售与疫情形势还是息息相关。我们会在做好疫情防控的前提下,坚持以购彩者为中心的发展理念,努力提高经营水平、销售水平,目标很简单——一年更比一年好!” (摄影/戴新)