



## 彩票科普需要“时时讲”



■戴新

这几天，一则关于一部体彩视频作品上榜全国优秀体育科普作品名单的新闻，在彩票业内正成为众多人士的热门谈资。

在国家体育总局公布的首批全国优秀体育科普作品名单中，由国家体育总局彩票管理中心报送的彩票公益科普类视频《买彩票的钱去哪了》榜上有名，入围“体育科普音视频”类优秀作品。

全国体育科普作品征集大赛活动由国家体育总局科教司、群体司和青少年司组织开展，经过一年的展播和评议，最终评选出38部优秀作品。在这个光荣榜上，《买彩票的钱去哪了》有幸作为三十八分之一，呈现了这样一番景象——一只可爱的甲虫化身讲解员，为人们一一讲解彩票发展历史、彩票公益属性、彩票资金构成以及彩票公益金分配使用等相关问题。这些问题，恰恰是公众长期以来普遍关注的彩票焦点问题。对于这些问题的介绍、解答和释疑，极大地驱散了徘徊在人们心头的彩票困惑，完成了一次生动的彩票科普。

近年来，随着人们对于彩票关注度的提升以及对彩票公益公信属性和功能的期待，彩票科普现象时有出现。比如，2017年11月27日，北京电视台《法治进行时》栏目曾播出专题片《探秘体彩开奖“大脑”》，走进国家体彩中心数据管理处和开奖现场，将体彩开奖真相呈现于镜头下，为公众了解阳光开奖进行了一次详尽的科普。这样的科普，对于公众了解彩票、彩票贴近公众都非常有益。

值得一提的是，2018年至2021

年，中国体育彩票连续四年对外发布“体彩社会责任报告”，各地体彩机构也接续发布本地区“体彩社会责任报告”，展示各级体彩机构履行社会责任情况并为公众答疑解惑。有评论称，“体彩社会责任报告”正在成为不断拉近公众与体彩之间距离、被人民喜爱、为人民服务的有温度有力量、现象级“彩票科普读物”。

彩票科普对于社会公众来说是个非常重要的事情。它不但对于彩票内人士是一个关键命题，对于“彩票圈外”的各界人群更是一个需要“时时讲”的敏感而充满挑战的概念。

彩票科普需要“时时讲”，紧跟社会发展形势以及人民日益增长的美好生活需要的“步点”。这是因为，作为国家公益事业的重要力量，彩票事业与群众的日常生活密不可分。以体育彩票为例，截至今年5月22日，中国体育彩票自1994年全国统一发行28余年来已累计筹集公益金超过6440亿元。这些源源不断、生生不息的体彩公益金被广泛用于支持全民健身计划和奥运争光计划以及补充社保基金、教育助学、法律援助、城乡医疗救助、扶贫、赈灾救灾等多项社会公益事业。可以说，在体育公益事业以及社会生活的各个领域和角落，公益体彩的身影无所不在、无所不能。

彩票科普需要抓住“灵魂”，紧扣社会的彩票关注“核心点”。什么是“灵魂”？在彩票领域，有一个被广泛认同的“灵魂两问”说法——社会对于“大奖到底是不是真的”以及“购彩者的钱都花到哪去了”的提问，是我国彩票业面临的“灵魂两问”。之所以说这两问

触及“灵魂”，是因为它们关乎我国彩票的核心属性即公信力和公益性。为大众普及与“灵魂两问”相关的各种彩票疑惑，是彩票机构及从业者始终都需直面的重大课题。

彩票科普应当回应社会重大关切，寻找与群众利益息息相关的“契合点”。眼下，我国面临的重中之重的大事是什么？当然是疫情防控！有媒体报道称，我国核酸检测能力已达到每天近5700万管，正在大城市建立步行15分钟核酸采样圈。在疫情防控这个当前压倒一切的社会重大关切面前，彩票科普其实也是可以展现体彩人的抗疫风采和战疫形象拉近与公众的距离，让公益大爱理念更加植入人心。体彩为抗击疫情都做了哪些事？体彩从业者是如何不畏艰险、奋力投入抗疫一线的？在核酸检测现场，以体彩公益金为重要组成部分的中央彩票公益金又是如何为检测人员撑起一顶顶“战疫帐篷”的？这些问题、这些事情，都是很好的彩票公益科普题材，值得发掘。

彩票科普需要适时借助民生热点，寻找能够引发更多人关注的新闻“切入点”。彩票的事涉及社会上的很多事，社会上的很多事就是彩票的事。在很多社会新闻热点的背后，人们都可以找到彩票科普的抓手。以今年5月以来的三则新闻为例——

新闻一，5月5日，国务院办公厅印发《关于进一步做好高校毕业生等青年就业创业工作的通知》。透过这一新闻，我们可以提问：在支持青年就业创业方面，体育彩票做了哪些实事？对此，人们不妨自行百度，看看在这方面

到底有多少内容值得科普。

新闻二，民政部、中国残联联合印发通知，决定自5月15日起，在全国范围内实行困难残疾人生活补贴和重度残疾人护理补贴申请“全程网办”服务。在这一新闻的背后，有这样的事实：多年来，中国体育彩票坚持以人民为中心的发展思想，以实际行动帮助残疾人实现人生梦想，不断满足广大残疾人对美好生活的向往。2007年至2020年，以体彩公益金为重要组成部分的中央专项彩票公益金为残疾人事业投入189亿余元，惠及更多残疾人。此外，遍布全国各地的近20万家体彩实体店为社会提供了数十万个就业岗位，从业者中就包括很多身患残疾的代销者和销售员。不难想见，彩票机构如能以相关新闻为契机，适时进行“彩票公益+残疾人事业”的科普，既能让残疾人群体感到心暖，还能令更广泛的其他人士感到心安，同生幸福感，何乐而不为？

新闻三：据官方消息称，2021年以来，国家移民管理局共侦破偷渡出境参赌涉诈案件1.1万起。看到这一新闻，很多体彩人理应产生“条件反射”：在打击境外赌球、非法彩票等方面，体育彩票一直以来也是采取零容忍态度的啊……那么，倘若以侦破偷渡出境参赌涉诈案件的新闻为由头，来一次公益体彩与赌球、私彩作斗争、进而为购彩者筑牢安全屏障的彩票科普，相信也会产生良好的效果。

彩票科普，离人们并不远。彩票科普，真的需要“时时讲”。

## 提升购彩者体验 即开票动作频频



■金海燕

5月中旬，体彩顶呱刮即开票推出两款“新票”——5元面值、10元面值的“宝石之王”。加上上市已久的30元面值经典票种，“宝石之王”从此有了自己的家族系列票。可以说，今年以来，为提升购彩者体验，体彩顶呱刮可谓动作频频、创新不断。

在不少购彩者的印象中，“宝石之王”有着特殊的地位，比如首款面值30元的票种、顶呱刮唯一头奖150万元的票种等。此次新推出的5元面值“宝石之王”头奖为50万元，10元面值的“宝石之王”头奖为100万元，“待遇”远高于常规5元面值票种和10元

面值的票种。一般来说，体彩顶呱刮5元面值票种头奖多为10万元，10元面值票种头奖多为25万元。此外，5元面值、10元面值的“宝石之王”，其票面设计、游戏玩法和奖级特色则均延续30元面值经典票。

还记得今年3月初，顶呱刮新票“超级加倍”火爆彩市的场景吗？这款彩票并非顶呱刮的全新票种，而是在去年上市销售票种“翻倍赢家”的基础上，经过改良重新上市销售的。全新的票面给了购彩者耳目一新的感受，合理的奖级设置提供给购彩者更多中奖乐趣，推出不久后便受到购彩者追捧。

事实上，上市销售14年以来，为了提升购彩者体验，体彩顶呱刮一直在不断努力尝试。这其中，也包括一些看起来不太成功的案例。

比如，2011年，“十倍幸运”推出了新版票面，新票面以蓝色和粉色为底色，增添了蝴蝶、彩虹等元素，不过其反响并不是很热烈。令“十倍幸运”成为经典票种的票面，依然是首次上市的绿色四叶草版本。

还比如，2013年，“甜蜜蜜”推出了10元面值、20元面值的彩票，头奖分别为25万元、100万元，成立了家族系列票。不过，直至今日，最受购彩

者喜欢的、令其成为经典票种的票面，仍然是原先的5元面值票。

近年来，体彩顶呱刮几乎每年都要推陈出新，淘汰那些不合时宜的票种，推出符合时下购彩者口味的新票，完善一些在售票种……这一切，都是为了提升购彩者的体验。

不仅如此，体彩顶呱刮还通过开通自助售货机、增加便利店销售等渠道，丰富购彩者体验，吸引更多人加入购彩行列。这两年，“一家幸运好玩的店”在全国各地的商业综合体纷纷开业，其中，体彩顶呱刮就成为吸引年轻购彩者进店的一大招牌。

## 当“国粹”遇上体彩



■于彤

中国象棋大约有2000年的历史，在我国有着广泛的群众基础，各个年龄段的爱好者众多，是一项益智、对抗类游戏。日前，“好运‘奕’棋来”——2022年中国体育彩票全国象棋民间棋王争霸赛已全面启动，体彩再次为象棋爱好者搭建起切磋交流的平台。

因为接地气，所以受欢迎。与往届一样，今年的海选赛场仍然设在体彩实体店，参赛方式灵活方便，可以两三好友相约而战，也可以现场扫码随机寻找对手。去年赛事举办期间，有女大学生组团来战的，有往届店级、县级、市级冠军再战的，也有平日的棋友相约而战的……

小区凉亭、街心花园、绿荫树下，都

是象棋爱好者的“阵地”，一副棋盘、两个马扎就能拉开“战场”。象棋是一项接地气的运动，遍布街头巷尾的体彩店也是这样接地气的场所，有的人在店门口支个小桌便开战了。体彩把该项赛事选在体彩店进行，就是因为它接地气。

机会很难得，过程很重要。两年多来，新冠肺炎疫情在我国多地时有发生，很多国际体育赛事、群众体育赛事都延期或取消了，体育爱好者十分渴望参与比赛。中国体育彩票全国象棋民间棋王争霸赛在疫情期间为广大象棋爱好者搭建起比赛的平台，让他们有了用武之地，有了展示的机会。

作为承办海选赛的体彩实体店销

售人员，严格执行防疫规定，扫码、测温一个都不能少。有的把棋盘支在空气流通的店外，更是保障了参赛者的安全。该项赛事举办以来，体彩店还因此发生过聚集性疫情，切实起到了丰富大众文体生活的作用。对于参赛者来说，比赛结果固然重要，但大家更看重比赛的过程，即使没有拿到名次也会有很多收获。这，正是中国体育彩票举办象棋民间棋王争霸赛的初衷。

不仅不麻烦，反而拉人气。在店内举行象棋比赛，会不会影响销售工作呢？答案是：不仅不会，反而能促进销售。去年曾承办过该项赛事、今年再次承办赛事的安徽省太和省18202体彩

店代销者小高说，“去年我店承办了海选赛，每日象棋比赛便成了店内的一道风景线，吸引了大量人群在此围观，休憩之余他们还会打上几注彩票，实实在在地提升了营业额。”来体彩店下棋，让许多人第一次接触到体育彩票，了解到它的公益属性后，很多人愿意尝试一下，不仅提升了人气，还带动了销量。

象棋、京剧、书法等都是我国的国粹，需要普及、传承。仅象棋这一项活动，就得到了中国体育彩票长期的助力支持。连续举办多年的全国象棋民间棋王争霸赛已经成为象棋爱好者不可或缺的比赛、交流平台。当“国粹”遇上体彩，将有更多美好发生。