

互联网彩票悄然进入“移动时代”

彩通咨询日前推出的《移动互联网彩票市场分析报告(2014)》显示,我国移动互联网彩票爆发性增长,其年销量已达89亿元,占互联网彩票市场份额20%以上。

移动端售彩增速快

报告数据显示,2013年互联网彩票420亿销量中,来自移动端的销量达89亿元。进入2014年第一季度,移动互联网彩票占互联网彩票市场份额已接近30%。

互联网彩票在近年来发展迅猛,每年增速在50%以上,而移动互

联网彩票增速更快,最近三年每年增幅都超过200%。彩通咨询预测,今后两年移动互联网彩票仍将以较快速度增长,预计2014年移动互联网彩票将有超过100%的增幅,预计2015年移动互联网增长速度可能趋缓,增幅低于100%。

综合类网站份额大

统计数据显示,以淘宝彩票为代表的综合类网站彩票频道的移动端市场份额较大,占据46.4%的市场份额。而以彩票365为代表的专业移动互联网彩票平台近两年

异军突起,发展迅速,占移动互联网彩票30.34%的市场份额;以500彩票为代表的垂直类彩票网站移动端占移动互联网彩票23.26%的市场份额。

有关人士分析称,综合类网站具有用户数量较多、支付手段方便等优势,因此其移动端彩票销量较高,占据较大的市场份额。而专业垂直类彩票网站主要以竞猜型彩票销售为主,而移动端用户的竞猜型彩票购买量相对较小。在移动互联网彩票市场中,普通用户较多,专业购彩用户较少。

乐透型彩种占大头

在移动互联网彩票中,以双色球和超级大乐透为主的传统乐透型彩票销售最多,占40%份额;高频快开类彩票占34%份额;以竞彩为主的竞猜型彩票在移动互联网中销售份额并不高,占26%份额。

彩通咨询分析认为,在移动端,高频快开类彩票和传统乐透彩票销量较高,竞猜型彩票销量相对较少,这与用户构成有关。移动互联网彩票用户以购买传统乐透类和高频快开类彩票为主,竞猜类彩票购买量

较少。彩通咨询发布的《2013年互联网彩票市场分析报告》显示,互联网彩票中竞猜型彩票销量最高,约占42.86%。比较移动端和个人电脑端彩票销售情况可看出,竞猜型彩票更适合互联网销售,而移动端更适合销售高频快开和乐透型彩票。

据彩通咨询监测统计,目前移动互联网彩票销售前5名的平台,占移动互联网总销量的62.92%。随着各网站加大移动端投入,移动互联网彩票市场将加剧,市场格局可能出现较大变化,远未到定型之时。

本报记者 刘珍华

城 选号参考 双色球投注强力荐号

本文分析数据选自双色球14001期至14055期,共55期。

蓝色球属性分析

大小比为34:21,单双比为21:34,大号 and 双号显热。14开出最多,有7期;开出最少的是03、05和11,各1期。55期奖号中,理论上每个号码应出3.4期。混合属性中,小双开出22期,大单开出14期,并已有8期未出,大双开出12期,小单开出7期。理论上各混合属性出号数为大单和小单各13.8期、小双17.2期、大双10.2期。小单明显偏少,已有8期未出的大单也值得留意,选05、07和11。

红色球属性分析

号码和值、号码落差和单双比和值最高是148,产生在14005期;最低是48,诞生在14026期。号码落差最大值是32,开出在14032期;最小是12,开出在14040期。落差值21至31之间,开出最多的是29,有6期;开出最少的是30,仅1期。单双比为178:152,单双比为6:0的开出1期,5:1的开出4期,0:6的开出1期,1:5的开出2期。

连号和同尾号 连号有16期未出。3连号开出6期,2+2连号开出11期,2+3连号开出1期。同尾号有10期未出,开出最多的同尾号是尾号为1和3的号码,各8期。开出最少的同尾号是8,仅1期。

红色球选号建议

一号位 大小比为21:34,单双比为25:30。小双开出19期,小单开出15期,大双开出11期,大单开出10期。小号显热,双号稍显热。近10期大小比为4:6,单双比为3:7。其中小双开出4期,大双开出3期,小单开出2期,大单开出1期。关注大单,选02、05和09。

二号位 大小比为27:28,单双比为28:27。大单和小双各开出19期,小单开出9期,大双开出8期。大小号和单双号已持平。近10期大小比为6:4,单双比为6:4,其中大单开出5期,小双开出3期,小单和大双各开出1期。关注大双和小单,选08、11和13。

三号位 大小比为32:23,单双比为35:20。大单开出22期,小单开出13期,小双和大双各开出10期。大号显热,单号较热。近10期大小比为

6:4,单双比为7:3。大单开出4期,小单开出3期,大双开出2期,小双开出1期。关注双号12、14和18。

四号位 大小比为27:28,单双比为30:25。大单开出19期,小双开出17期,小单开出11期,大双开出8期。大小号已持平,单号稍显热。近10期大小比为6:4,单双比为7:3,其中大单开出5期,小单和小双各开出2期,大双开出1期。关注双号20、24和26。

五号位 大小比为19:36,单双比为28:27。小双开出20期,小单开出16期,大单开出12期,大双只开出7期。小号大热,单双号已持平。近10期大小比为5:5,单双比为5:5。其中小单和大双各开出3期,小双和大单各开出2期。关注大号25、27和28。

六号位 大小比为14:41,单双比为32:23。小单开出21期,小双开出20期,大单开出11期,并已有7期未出,大双只开出3期,未出期数达33期。小号 and 单号显热,大双不易开出。近10期大小比为2:8,单双比为4:6。小双开出6期,小单和大单各开出2期,大双未出。关注双号,选29、30和32。

罗伯阳

“看不见的彩票”能买吗

近年来,国内彩票销售市场异常火爆,互联网彩票凭借其便利性和全新的购彩体验,吸引了越来越多的彩民进行网上投注。

但根据民政部、财政部、国家体育总局的彩票相关规定,目前互联网购彩均需取得相应的牌照才能进行;但到目前为止,三部委尚未发布过一张互联网售彩牌照;而目前市场上大小小存在不少于三百家互联网售彩公司正在进行网络售彩。这无疑让许多人担忧“看不见的彩票”究竟能不能买。

据一项统计显示,大概有四成的彩民担心网上购彩会不出票,超过四成的彩民担心中奖后无法兑现奖金,仅有三成左右的彩民毫无顾虑地在网上购买彩票。去年1月,财政部官方网站发布了最新修订的《彩票发行销售管理办法》,除实体店和电话销售彩票外,互联网和自助终端销售模式获得认可,成为合法的销售模式。

其实,目前一些互联网购买彩票,实际上还是通过网络平台在实体彩票店建议联系,或者通过电话购彩的模式进行。从有关媒体的报

道中,我们可以了解到像淘宝就曾对外表示,自己不销售彩票,也不允许个人商家销售彩票,淘宝彩票频道的销售主体机构是正规的省级体彩中心,淘宝是和彩票中心合作的推广平台。而例如网易等门户更多的是采用了代买,在网络上接收订单以后,在后台再以电话投注的形式再来投注出去,只是代买并不是销售。

另一个值得注意的问题是,根据《电话销售彩票管理暂行办法》,近年来财政部先后批准上海等地的福利彩票销售机构开展电话销售彩票试点工作。而在今年4月最新出台的《电话销售彩票管理暂行办法》中,将电话销售彩票的范围扩大到了移动电话客户端。移动端和PC端分属两种销售模式,到底该如何界限相关政策也是一个问题。

从现阶段来看,“看不见的彩票”中的一些如果是通过合规的渠道购买的,应该是没有问题,而且会为你的投注带来很大的便利,但如果是一些没有经过认证的渠道,则会带来不小的风险,对于彩民来说还是应该谨慎选择。 斐翔



一万八千公里,这是中国上海距巴西里约热内卢的直线距离;20小时,这是两地的飞行时间。对于一个旅游者而言,距离和时间不在话下;对一个球迷来说,即使不在乎这点时间,但是以被一张球赛门票拒之门外。去巴西看2014世界杯,简直是一种奢望。

据央视网报道,中国球迷购买世界杯门票只有两种渠道,一种是到国际足联的官网上抽取,这种票价格比较低,最低的只有几十美元。但是由于中国队没有出线,所以分配给中国的

巴西,不再遥远 世界杯,让你“信手拈来” ——《新民晚报》联合太平洋保险全情推出在线世界杯营销活动

球票非常少,大约只有700张左右,买票就跟中彩票一样,绝大多数人买不着。绝大多数球迷想买票还可以通过另外一种途径,就是到国际足联正式授权的代理商处去购买,这种门票比前面那种门票贵不少,但是对世界各国都敞开销售,中国球迷可以随意购买。这种门票的最低售价约合4000多人民币,但我们看到市场上销售的最低的2万多元,高的达到三四十万元。一张门票,再加上旅行的费用,让球迷们望而却步。

现在,太平洋保险可以为球迷们实现奢望!《新民晚报》联合太平洋保险在线公司推出“空前绝后,世界杯决赛等着你!”,邀你现场直击世界杯。你不但有机会游历巴西各赛点城市,更有机会赢得巴西世界杯的决赛门票。除了门票之外,太平洋保险还为你双手奉送来回机票及酒店住宿套餐大礼包。

在4月21日-5月30日活动期间,私家车主只要动手指,关注“太平洋保险e服务”官方微信,进行信息确认,就有机会获得《新民晚报》带给你的爽到极致的“世界杯决赛门票+往返机票+住宿+签证”双人套餐;如

在此期间拨打太平洋电话车险10108888或直接上网登录“太平洋保险在线商城”(http://www.eepic.com.cn/),投保私家车商业险,并关注“太平洋保险e服务”官方微信,中奖机会更可提升500%!带上你的爱人或者好朋友一起到现场一睹大牌球星风采,零距离心目中的偶像加油!这样难得的机会,你怎能错过?!当然,

机会有限,如果还有热情的球迷或者向往巴西美景的游客,还可以有限量200张“世界杯门票+住宿+签证+保险”套票优惠券等你来拿,记得,是《新民晚报》记者带你去巴西现场体验哦,如此诱人的劲爆折扣,快来指尖一点成就你的“世界杯”梦!

中奖名单将在活动结束后(6月6日前)第一时间公布在“太平洋保险e服务”官方微信和太平洋保险在线商城上。同时,“太平洋保险在线商城”、“太平洋直销车险”的官方微博和微信也将在活动期间发布世界杯相关的资讯和互动活动,为你打造一个热力四射的巴西世界杯。各位球迷可密切关注以上互动平台,随时随地留意活动进程和抽奖结果,也许一不小心抽到的那个人就是你。

张筱琳

