

年轻彩民,不求暴富求开心

“

66顺88发、中国龙、好运十倍……曾经,这些听起来略显“土气”的“刮刮乐”名称,如今成为某些年轻人“一周一会”的消费新宠。

街头巷尾越来越多的福利彩票、体育彩票门面,地铁、商场中随处可见的彩票自动贩售机,似乎也在证实着这一新变化:彩票正在破除中老年人专属的刻板印象,走进年轻客群。



网络图

『不中要晒,中了更要晒』

整体来看,在全国彩票销售热潮中,体育彩票的影响力逐渐扩大。今年1月~9月,全国共销售彩票4258.35亿元,同比增加1472.94亿元,增长52.4%,其中体育彩票机构销售增长68.8%。Mob研究院的《2023年彩民洞察报告》数据显示,18~34岁的年轻人成为购彩主力军,其中25岁~34岁占比最多,企业白领在彩民中占比遥遥领先,达58.9%。

这一现象从彩票销售渠道“量质齐飞”也可见一斑。曾经那些隐匿于街头巷尾,门脸窄小、灯光昏暗的彩票店,如今正越来越多地出现在商业综合体、地铁站等年轻人聚集的地方,并以“年轻化、潮流化”的新面貌吸引新客群。

“一杯奶茶一份快乐,加张彩票双倍快乐”,在广东肇庆,奶茶店开始与彩票店“强强联合”。在杭州,“美式复古”风的汉堡店也和彩票联名,吸引了一波不小的流量。今年以来,各地夜市人流火爆。在天津民园广场附近,比起小吃摊位,销量更为火爆的是“刮刮乐”,长长的桌面上,铺满了被刮开的“散票”。今年7月,一位“刮刮乐”摊主告诉半月谈记者,她的摆摊时间一延再延,“原本计划晚上十一点收摊,结果每天都要卖到凌晨一点”。

年轻人乐于在社交平台上分享生活日常的习惯,也成为彩票销售切换客群的重要动因。“不中要晒,中了更要晒”,彩票正通过裂变传播影响更多人。10月,中国福利彩票在抖音上发布了“快乐8抖音挑战赛”,活动开始仅3天,总播放量已经达到33.5亿次。

『逆天改命』还是『图个乐呵』

在今年上半年热播剧《漫长的季节》中,主角之一龚彪每周购买彩票的情节令许多人印象深刻。这位将购彩中奖作为人生信条的中年男人,在“喜提大奖”后身亡的命运也引得一片唏嘘。

而年轻人手中的彩票,似乎并没有承担这种“生命之重”。关于“年轻人爱上彩票”这一现象,不少人已经给出了自己的解答,职场挫败、人生焦虑……似乎小小的“彩票”成了负面情绪的“解压阀”。但对于年轻人来说,他们买彩票的心态和方式早与老彩民们天差地别。

在社交平台上,能够轻易瞥见年轻人彩票消费心态的一隅。国家发行的正规彩票,中奖率和资金分配使用都很透明。以“刮刮乐”为例,一个地区如果一款产品近期开出过大奖,彩民基本再无“一夜暴富”可能。

但这并不能打消年轻人的购彩热情。在一些“刮刮乐”博主的评论区,常有年轻彩民分享所在地大奖信息。但从评论区来看,大家对此并不以为意,许多相同定位的网友一致认为,“能中20块也很开心”。

也正是由于社交媒体上的购彩“热潮”,彩票也在今年成了“社交硬通货”——送礼就送“刮刮乐”的风潮已经在互联网上显现。把彩票做成花束送给闺蜜,把整本的“刮刮乐”作为礼物包装——生日、纪念日、情人节,“礼物多值钱全靠你自己”,也成为年轻人打理“人情关系”中,增添趣味性的一环。

当前正值经济下行周期,“逛街走不出B1层”和早被印证过的“口红效应”,成为年轻人放弃“野性消费”,重归看重性价比的标志。一张售价仅为10元、20元的彩票,却能为大家带来“开盲盒”般的刺激体验,没人能说自己在刮开彩票覆膜前,没有“一夜暴富”的念头,但即使颗粒无收,为“福利和体育事业做贡献”的价值感,也不会让人过于失落。

理性找回对生活的掌控感

不可忽略的是,今年以来在年轻人中出现的彩票热潮,也是社会心理变化的投射方式之一。工作和生活压力走高、由年龄和环境带来的焦虑感,让一些年轻人开始向“玄学”求未来。

中央财经大学社会与心理学系副教授窦东辉认为,年轻人开始爱上买彩票,是供需双方共同助推的结果。一方面,彩票店大量出现在年轻人聚集的场所,吸引年轻人;另一方面,年轻人希望通过刮彩票获得一定的掌控感,给自己一份额外的希望。

多数受访年轻人认为,可以把彩票当作爱好,甚至一周辛苦工作后的“仪式感”,但更重要的还是过好当下的现实生活。毕竟“一夜暴富”绝大多数情况下只是幻想,努力工作、生活带来的收获却是真实长久的。

近期,话题#28岁女子沉迷刮刮乐3个月欠下25万#登上社交平台热搜。在该女子的自述中,贪心和不甘心成了她举债购彩的重要原因。在她看来,彩票只是概率问题,只要刮得足够多,就一定能够中大奖。而现实是,她最多的一次,单张也只中过1000元钱。

这也引发了舆论对于彩票热潮的警惕。可以确定的是,“理性购彩”应当成为这一消费现象的主流心态。如果执着于盈利甚至以“一夜暴富”为目的,滋生出赌徒心态,很可能会直接影响购彩者的真实人生,得不偿失。

买彩票想中大奖当然无可厚非,但只有绷紧不影响心态和现实生活这一底线,才能让彩票在造福公益事业的同时,也让“快乐加倍”的情绪价值最大化。

(据《半月谈内部版》)