



国内统一连续出版物号  
CN 32-0104  
邮发代号  
27-67  
主办  
江苏凤凰出版传媒集团  
出版  
江苏现代快报传媒有限公司

地址  
南京市洪武北路55号置地广场  
邮编  
210005  
网址  
现代快报网 www.xdkb.net  
传真  
025-84783504  
24小时新闻热线  
025-96060  
本报员工道德监督电话  
025-84783501

今日值班  
张名青  
头版责编  
王娟  
版式总监  
沈明

零售价每份1.5元

# 以防疫为由不让农民下地,折射懒政思维

据6月1日农业农村部网站消息,农业农村部、国家发展改革委、财政部、自然资源部等11部门制定并印发了《统筹新冠肺炎疫情防控和“菜篮子”产品保供稳价工作指南》,这一“工作指南”规定,严禁以防疫为由,擅自设卡拦截、随意断路封村,不让农民下地种地、限制农机通行作业。提出这一要求,很有必要性、迫切性。

农民按照农时下地种地收获庄稼,是天经地义的行为和权利。但在一些地方,农民不能下地种地,反倒成了一个难题。

一些地方要求农民唯有办理了“春耕证”之后才能下地耕作,似乎地里的庄稼、天时地利都得听证件的,还可以让农民排排队、不疾不徐地完成一个个田间项目。一些地方干脆设卡拦截,不让农民下地。

上个月,有网民在人民网向某

基层当就疫情程度不同而分门别类、因地制宜地采取各种灵活举措,帮助农民赶农时、抢天时,而不是任意束缚农民手脚,给农业生产制造障碍

县委书记留言:我承包着一百多亩地,现正值小麦灌浆的管理期,也是春玉米的播种期,我想问一下咱县是否可以给办理通行证。该县县委办公室社情民意办的回复是:您反映的问题我们感同身受,但是目前我县正处在疫情防控的关键时刻,按照疫情防控要求,全县全域必须保持静默状态,民众必须做到足不出户。也就是说,直接把这个沉浸在焦虑情绪中的人提出的合理要求给拒绝了——看上去更为“合理”的要求。

但凡有过种地经验的人都知道,若是收割时赶上风雨欲来,那是会把人逼得“飞”起来的。农时不等人,在很多重要环节,哪怕有一点点疏忽和拖延,就会极大影响作物生长,令收

成打折。灌浆是什么概念?那可是小麦的一生中最关键的阶段之一,容不得任何延宕。就因为要全县保持静默,就让饥渴的小麦保持“辟谷”之势?这不是开国际玩笑吗?

早在4月21日,农业农村部、国家卫生健康委便下发《统筹新冠肺炎疫情防控和春季农业生产工作导则》,强调严禁以防疫为由不让农民下地。个别地方无动于衷、我行我素的任性哪来的?

下地种地,绝非“我让你下地你才能下地”般的机械、僵硬、教条,而是有条不紊、当快则快的“便宜行事”。这是对农业生产规律和专业技术的尊重。

防疫确实不可放松,但防疫不

可一刀切。基层当就疫情程度不同而分门别类、因地制宜地采取各种灵活举措,帮助农民赶农时、抢天时,而不是任意束缚农民手脚、给农业生产制造障碍。一些地方明明是低风险地区,却也要“办证下地”,本身就透着滑稽、藏着危机。大国粮仓重于泰山,疫情背景下,呵护粮食安全更显重大意义。以防疫为理由、借口,限制和阻止农民下地干活,扰乱农业生产秩序,就没想过后果?

说到底,这么干,还是受懒政思维主导,在社会治理问题上不动脑筋、不善变通甚至不愿多作为。表面上看,个别地方在某些事务的管理上忙得不可开交,但实质是让行政效能低效、“静默”化呈现。

国家有关部门三令五申,能不能让个别地方的管理者醒悟过来,做出反思和改变,我们拭目以待。

现代快报评论员 戴之深

## 我说

## 不是写儿歌不赚钱,而是市场尚未成熟

昨天是六一儿童节。尴尬的是,如今传唱的儿歌,要么是像《让我们荡起双桨》《小燕子》等曾经的经典,要么是偏成人化、网络化的歌曲。好儿歌究竟去哪儿了?(6月1日红星新闻)

类似的疑惑和追问,往往指向同一个方向——儿歌创作不赚钱。然而,真相或许是,不是写儿歌不赚钱,而是市场尚未成熟。

说“写儿歌不赚钱”,第一层意

思恐怕是:儿歌是专门写给儿童的,传播面相对较窄,因而创作收益往往不如成人歌曲。但事实上,优秀的儿歌,完全拥有“破圈”的能力。

2019年美国职棒大联盟总冠军赛现场,观众高声齐唱了一首歌——《Baby Shark》(鲨鱼宝宝)。要知道,这是一首由韩国碰碰狐公司录制的儿歌。光是凭借流量分成,公司就大赚了一笔。

国内也有类似的例子。比如,

《你笑起来真好看》《听我说谢谢你》,虽是写给儿童的歌曲,但也被大人所广泛知晓。优秀的儿歌作品,其歌词旋律、纯真趣味,往往让成年人也无法拒绝。

认为“写儿歌不赚钱”,第二层意思或许是:儿歌市场只是儿童消费领域的一个小分支,“水降船矮”,不容易赚到钱。但其实,这样的判断也未必准确。首先,儿歌市场虽小,但需求极为稳固;其次,儿歌市场一

旦发展成,盈利空间也可以非常广阔。儿歌的收益,不止来源于版权或者流量。在成熟的商业运作下,儿歌还拥有多元化的变现通道。

中国人口基数大,儿童基数也大,儿歌市场其实潜力巨大。走出“写儿歌不赚钱”的认知误区,推动儿歌市场的发展与成熟,这份潜力才能显现出来。到那时,“好儿歌去哪儿了”之问,也才有望逐渐随之终结。  
湖南 张瑜

# 徐州彩民意外喜提双色球684万多元

5月24日晚,中国福利彩票双色球游戏进行第2022058期开奖。当期双色球红球号码为06、13、14、23、31、33,蓝球号码为01。当期双色球头奖开出10注,单注奖金为684万多元。这10注一等奖花落8地:北京1注,河北1注,内蒙古1注,江苏2注,浙江1注,福建1注,四川2注,陕西1注。二等奖开出126注,单注金额18万多元。当期末等奖开出937万多注。  
该期江苏喜中2注一等奖,分别中出于徐州市和淮安市。来自徐州的中奖彩民则是花费10元购得一张机选5注的双色球彩票,幸运站点是徐州市铜山区吴桥供销社,编号32030852福彩投注站,出票时间为5月23日18时21分32秒。其票面上的第1注号码与当期开奖号码完全一致,中得一等奖1注,收获奖金684万多元。

## 大奖得主现身领奖

就在双色球第2022058期开奖结束后仅隔一天的时间,这位来自徐州的大奖得主老许就来到省福彩中心领走了属于他的大奖奖金。也许是人生中的第一次购彩就摘得头奖,在办理兑奖手续的老许略显激动。老许说:“说不激动太不真实,激动之余还略感幸福,总之此刻的心情十分美妙”。

不得不说,现实中有些人的运气的确是好,老许就属于这样的人。据了解,这是老许人生中的第

一次购彩,从来没有购彩经历的他,结果就直接中了一等奖,这样的好运气真是令人佩服都不行。

## 中得大奖纯属意外

现实购彩中,人生的经历实在太戏剧性。有的人买了几十年的彩票,研究了几十年的走势图也未见中大奖,有的人却一击即中。

据老许介绍,自己之前对福彩不太关注,也从来没买过任何一张奖票。“那天自己原本是去超市买点生活用品,排队结账的时候瞧见收银台边上有福彩销售点,有两三

个人正在买着,我也想去凑个热闹,于是花了10块钱随机出了一张彩票。当时我也没想过会中奖,结果就是这一时心血来潮,居然让我中了六百多万的奖金!”

## 奖金要用在刀刃上

老许表示,近来家中长辈的健康状况令人堪忧,打算用这笔意外的奖金先看病,其他什么都无所谓,只有身体健康才是最重要的。关于会不会继续购彩,初尝甜头的老许表示:“随缘吧,说不定哪天又一时兴起呢!” 徐彩



中奖票样

## 彩市万花筒

## 常州市民刮中40万元头奖 喜提品牌电动车1辆

近日,常州福彩刮刮乐为彩市再添大奖。一位幸运市民在刮刮乐“好运十倍”中刮出头奖,赢得奖金40万元,并喜提品牌电动车1辆。

据了解,该中奖市民徐先生是福彩刮刮乐的忠实粉丝。近日,他照常购买刮刮乐彩票休闲,在一张“好运十倍”中刮出其中一个“我的号码08”恰与“中奖号码08”相同,根据游戏规则,中得“我的号码08”所在行对应的奖金40万元。

由于正值常州福彩开展“好运十倍”奖上奖回馈活动,除了40万元奖金以外,该市民还额外获得了市福彩中心提供的品牌电动车1辆。

目前,常州福彩“好运十倍”回馈活动正在火热进行中。活动期间,购彩者在常州市区即开票销售网点(不含武进、金坛、溧阳)购买“好运十倍”和“888”两款彩票,单张彩票中得1000元及以上,即可获赠品牌电动车1辆。截至目前,该活动已送出电动车16辆。

此外,全省“好运十倍”派奖



中奖票样

活动也在持续开展中。活动期间,对全省各福彩代销点销售的“好运十倍”即开票,单张兑取40元彩票中奖者,派送20元固定奖金;单张兑取30元彩票中奖者,派送15元固定奖金。

刮“好运十倍”,给好运加倍,惊喜多多,等你来赢! 曹天宇

## 彩市公告牌

## 淮安幸运彩民刮中“好运连连”1万元

5月23日下午,淮安市福彩中心兑奖室来了两位兑奖的小姑娘,经了解才知道她们是大学刚毕业,外出逛街时想着毕业了买个彩票碰碰运气,没想到首次购买福彩刮刮乐竟然中得了一等奖1万元。

中奖者小刘带着自己的闺蜜一

同到市中心兑奖,她说这份好运是和闺蜜一起获得的,必须让闺蜜见证她兑奖的高光时刻,俩人正在找工作,这次福彩的大奖也是一个好的开始,希望自己和闺蜜在找工作中也能接好运。

淮彩



现代快报旗下媒体原创内容著作权,均属江苏现代快报传媒有限公司所有。为维护自身版权利益,制止非法转载行为,声明如下:

1 任何单位或个人,在任何公开传播平台上使用著作权归属于现代快报原创内容的,必须事先取得书面授权; 2 本报欢迎合作,但对侵犯本报著作权的违法行为,将采取一切合法措施,追究行为人的侵权责任; 3 欢迎读者提供侵权线索:法律顾问曹骏律师(025-84728578);版权合作:快报总编办(025-84783580)。