

人民大会堂的两会记忆

■ 本报记者 张茹

3月3日,北京天安门广场,2000多名全国人民代表和政协委员由人民大会堂东门走进会场。他们来自全国各地,服装各异、配饰不同,每年一次的大会正式拉开序幕。

1959年10月,在中华人民共和国国庆十周年之际,人民大会堂建成并交付使用。50多年来,它巍然屹立在首都核心地带,它是中国内政外交的重要舞台,它是重大社会活动最为隆重的场所。半个世纪以来,这座雄伟殿堂始终受到万众瞩目。作为新中国最重要的建筑,人民大会堂像一个特殊的旁观者,见证了峥嵘岁月、风雨历程和辉煌成就。它的每一个台阶和廊柱都寄托着太多人的情感,它的每一个厅堂和桌椅都见证了太多传奇。

金色大厅：大会堂第一厅

位于人民大会堂三楼的“金色大厅”,层高14.5米,共分两层,总面积有3300余平方米,周围分布着河南厅、重庆厅、澳门厅、万人大会堂、小礼堂等。

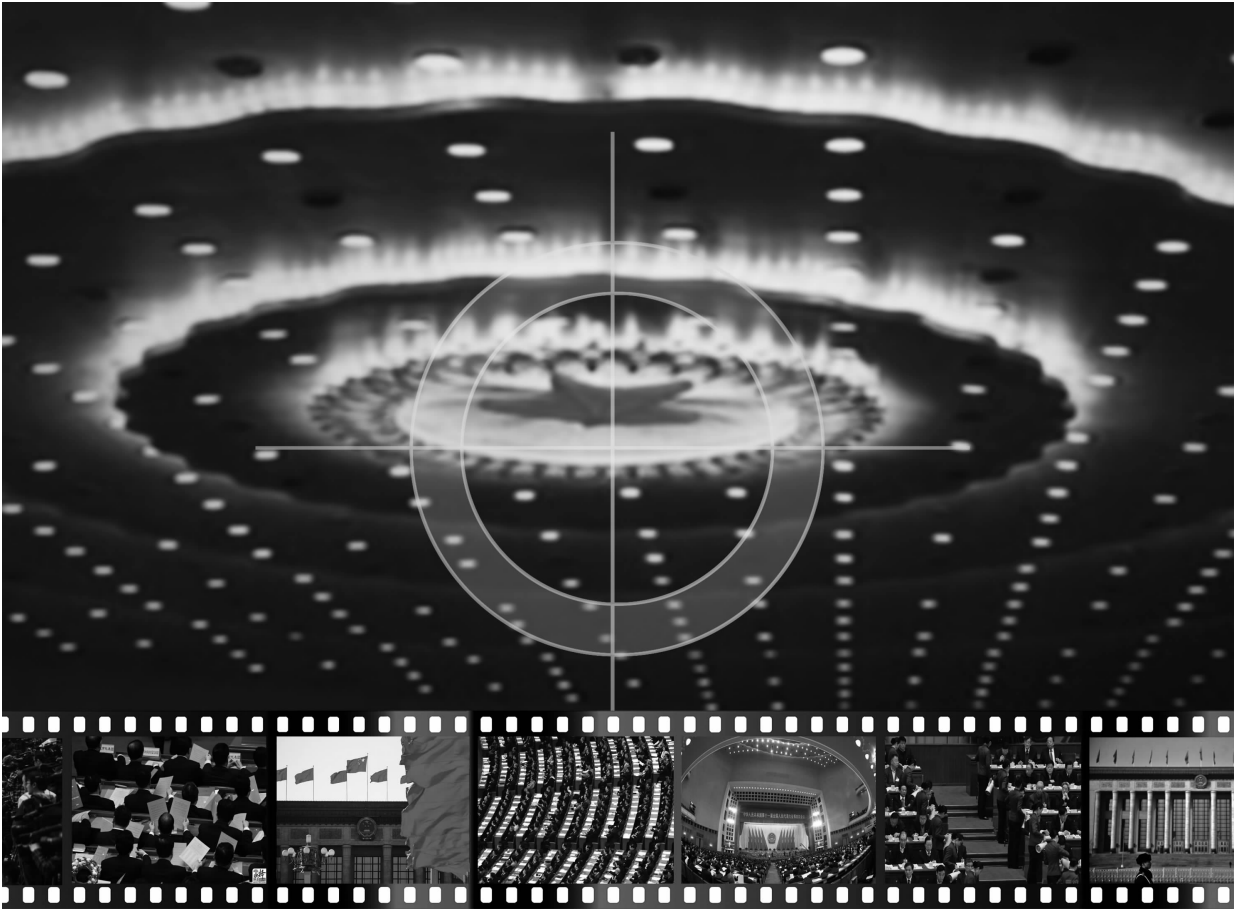
人们对“金色大厅”最深刻的记忆,在于这里是领导人举行中国最高规格新闻发布会的场地,是中国重大政经政策动向的“窗口”。从1993年起,全国两会期间总理记者招待会常态化、制度化,通常安排在金色大厅举行——2010年中国两会期间,由于报名参访的记者人数众多,中国政协新闻发布会也首次移师至此。

1998年3月,朱镕基曾在这里说:“不管前面是地雷阵,还是万丈深渊,我都要赴汤蹈火,一往无前,鞠躬尽瘁,死而后已。”2012年温家宝亦在此引用林则徐的名言,“苟利国家生死以,岂因祸福避趋之”。

如是诸多亮点,让人大会议闭幕后的总理记者会,成为中外媒体“两会新闻大战”的最高潮,也顺着使得金色大厅成为中外记者关注的焦点,得享人民大会堂“第一厅”之称。

人民大会堂北大厅：新闻战场

当全国人大年度例会的全体会议举行时,列席的部长们按照惯例从人民大会堂北门进入会场。从北门进入会场,要穿过北大厅,北大厅里有一条铺着红地毯的部长通道,通道边设有采访区。每年,部长们都从这里进出会场,数百名记者也在这里拦截



王利博制图

50多年来,人民大会堂巍然屹立在首都核心地带,它是中国内政外交的重要舞台,它是重大社会活动最为隆重的场所。半个世纪以来,这座雄伟殿堂始终受到万众瞩目。它的每一个台阶和廊柱都寄托着太多人的情感,它的每一个厅堂和桌椅都见证了太多传奇。

部长进行采访,这成为每年两会时的一道独特风景。记者们往往会提前两个小时就到北门的部长通道“各就各位”,期待能有向部长提问的机会。

在北大厅采访的记者们一般会 在会议开始前的一个小时架起“长枪短炮”,形成采访阵势,不少记者早早来到这儿“蹲点”,敬业的记者们偶尔会因为摆放设备而出现小小的摩擦——他们都希望自己的采访设备

能够被放在一个更好的位置,以便于更好地录音和拍摄。

常委会会议厅：屡迁搬家

人民大会堂的初始设计中,南端主体部分设计为全国人大机关的办公楼,但是由于地方狭小,办公楼里主要是领导办公室,供其日常使用。而机关办公人员则不得不在西交民巷23号、大会堂宾馆、西黄城根北街等四五处分散办公。

这在很多人想来是不可思议的事情,却持续了几十年——人民大会堂南门外,“中华人民共和国全国人民代表大会常务委员会”这块醒目的牌子,直到第七届人大委员长万里提出全国人大制度化建设,才实现了挂牌。

而全国人大常委会会议厅,也是人民大会堂里“搬家”次数最多的一个。

最早的常委会会议厅,现已改建为香港厅。当时因为厅内空间不够,只能从会议室里拉出一根线到旁边的塑料厅(现化学厅),做简报的工作人员和记者们在这里通过扩音器听“现场直播”。即便如此,随着委员人数增加、立法程序规范等发展变化,会议室还是显得越来越小了。之后,常委会会议厅一度搬到稍大的山西厅。

据在全国人大系统工作的人士介绍,也有时出于保密目的,“会议不通知地点,临开会前才通知”。或许是开会条件不佳,让人大常委会的日常工作也受到了影响。前人大常委会委员长李鹏在日记里写道:“前几届人大常委会议程是分4个小组进行的,而且每组人员不固定……审议时不能紧扣议程,常常跑题,审议质量不高。参加会议的委员时多时少,缺席者大有人在。”

而山西厅也渐渐不能满足常委会的需求,于是,常委会议厅又搬到了江西厅的过厅。

由于原是过厅,与其他厅室大多方方正正的造型相比,新常委会会议厅显得瘦长,南北长、东西短的布局独具特色。经过精心设计,各个功能区的划分较前更为合理,电子表决器、同步视频等先进设备也一应俱全……

2010年11月,全国人大新机关办公楼建成,全国人大机关各个委、局的上千名工作人员“喜迁新居”。紧接着2012年5月,总面积约两万平方米的全国人大常委会新会议厅,在人民大会堂南楼建设完毕。人大常委开会终于不用四处“搬”了。

每年召开的两会,都让人们的目光聚焦于人民大会堂。作为党、国家和各人民团体举行政治活动的重要场所,人民大会堂的各个厅室,在历史上留下了许多值得铭记的故事。

80后艺人经纪孟飞 跨界微商的转型之路

从娱乐圈的知名艺人经纪到微商大潮中的“新锐”,不到半年时间的转型,80后艺人经纪孟飞实现了近1000万的月销量。“孟飞”这个名字,仿佛一夜间传遍微商圈,他用看似不搭界的跨度,印证了“生活,一切皆有可能”。

孟飞,江苏人(微信交流号 mengfeijir),出生于1986年,现居广州市。据了解,孟飞21岁时,孑身一人出来创业,几年摸爬滚打后成立了广州欣宇明星经纪公司(现名:广州鑫飞广告策划有限公司),专门提供明星代言、明星演出、模仿秀、商业模特演出等经纪服务。聊起公司,孟飞颇为满意:“目前发展状态良好,公司团队非常完善,公司还与很多知名明星合作,如:柳岩、黄圣依、华少、潘晓婷、费玉清等。”

这样的艺人经纪也“跨界”玩起了微商?你信么?还真别不信,他不仅做了,而且还做得有声有色。2014年下半年,孟飞开始做起了薇缇薇品牌面膜的代理,凭借之前的明星经纪人身份以及手里积攒的明星艺人资源,孟飞团队首月的销售额达到50万元,几个月后销售额达到了几百万元。

一分耕耘一分收获,业绩几何倍增的背后是辛勤的汗水和执着的拼劲。在采访孟飞的过程中,他反复强调一句话:“做微商不能三天打鱼两天晒网,坚持两字很重要。”在孟飞看来,做微商必须要有个好团队,然后找一个品牌,还要有一个好的商业模式,这样一步一步踏踏实实做一定会成功。

聊起经营微商的心得,孟飞认为做微商就是微信营销,归结到底是人的营销,首先要在广大微信受众面前把自己推销出去,让大家对你有好印象,这样时间一长微友们自然而然会关注或购买你的产品。“所以大家在选择好产品之后,就要围绕如何在微信朋友圈树立品牌形象,并和微友建立良好关系上下功夫,这样后期的产品销售就水到渠成”。

半年伊始,孟飞给自己和团队定下了一亿元的销售目标,且充满斗志。“我觉得可以完成,只要用心的话就可以”。最后,孟飞欢迎广大网友、微商同仁加微信号(mengfeijir)共同探讨。

简讯



“天门纺机杯” 2014 中国十大纺织科学新闻揭晓

中国纺织出版社、中国纺织科学研究院日前在北京发布了“天门纺机杯”2014中国十大纺织科学新闻。这十大新闻涵盖了2014年度纺织行业在科技创新实践中取得的突出成绩,彰显了创新技术对纺织行业转型升级所产生的重大影响。

据悉,这是上述两家单位第二次发布以“科学改变产业命运”为主题的纺织行业年度科技新闻,旨在突出科学研究和技术进步对于改造、提升传统纺织产业的重要作用,提升科学技术对产业的贡献率。

中华“春节符号”全球发布盛典

2月11日,由中国对外文化交流协会、中华炎黄文化研究会、中国广播电影电视报刊协会和东方华夏遗产保护中心联合主办的“民族梦·中国梦——中华‘春节符号’全球发布盛典”在人民大会堂举行。盛典现场发布了中华“春节符号”的最终征集结果,并对获奖作品进行了表彰。

据悉,征集活动自启动以来,组委会共收到来自海内外各界人士的投稿作品17356幅。最终评选出97幅荣誉鼓励作品,39幅入围作品,10幅优秀作品,1幅最终入选作品。

民国廿四年赖嘉荣老酒拍出 1070 万元

2011年9月4日在贵州白酒专场拍卖会上,民国廿四年的赖嘉荣绝版茅酒拍卖出了单瓶1070万元的天价!赖茅为何有如此高的拍卖价值和收藏价值呢?最近笔者专访了茅台镇的老专家及老一批酿酒师终于明白其中缘由。

1826年,赖嘉荣的先祖在贵州茅台镇创办“茅台烧春”酒坊,赖嘉荣继承祖业后,于1902年独创“回沙”工艺,赖氏茅酒由此名扬天下!1915年赖嘉荣茅酒荣获巴拿马太平洋世界博览会大奖,而赖嘉荣创建的恒兴酒厂在新中国成立后被收为国有。

掌阅请汪涵代言累计用户已达 4.8 亿

默默在手机阅读领域耕耘了六年的掌阅,年前豪砸一亿进行推广,并邀请汪涵作为其品牌代言人。据掌阅科技总裁张凌云透露,到2014年底,掌阅累计用户已达4.8亿,拥有优质图书数字版权35万册,每天都有1500万用户打开掌阅来阅读书籍。

最近,掌阅整理了《2014年掌阅国人阅读习惯报告》,其中有几个环节让掌阅科技总裁张凌云十分欣喜:90后正在重新燃起对阅读的兴趣;很多人经由手机又重新爱上杂志;电子书也卖的极好;影视剧同名书籍销售火爆。

紫丝带援助中风家庭 专业康复护理送上门

脑卒中已经成为威胁北京市居民健康的重要杀手,占全市居民死因疾病的21.5%。紫丝带系列项目启动以来,通过专业康复护理走出“一人中风,全家瘫痪”阴影的人越来越多。2015年3月1日,青松紫丝带项目组启动“紫丝带援助中风家庭”活动,为北京中风患者和家庭送上最直接的援助,内容包括:

- 免费上门健康状况评估和专业康复护理示范
- 免费针对中风患者照护者的日常康复护理知识培训
- 免费中风专业康复护理咨询热线:4006-800-111

编读往来



开辟宣传交流平台 助力地方企联工作

地方企联作为当地雇主组织代表及参与“三方机制”建设的重要组成部分,其在推进企业改革和发展,提高企业经营管理水平和核心竞争力,提高经营者和职工队伍素质,维护企业和企业家合法权益方面,发挥着越来越重要的作用。

为了总结和推广各地方企联的工作经验,进一步加强对地方企联工作的宣传服务,自2014年5月起,《中国企业报》辟出“地方企联展示”专版,连续展示各地方企联的适时工作状态,最新发展成就,并为当地企业和企业家提供了交流的平台。

“地方企联展示”专版开设后,先后得到海南、广东、湖北、深圳、贵州、吉林等多家地方企联的响应。根据自身需要,各地方企联积极与《中国企业报》专线联系,反复进行详细、深入的沟通,有的专门咨询相关问题,有的专人负责沟通落实,各地方企联将自己工作取得的成绩、总结形成的经验、日常遇到的问题及期待解决的困惑在此开诚布公。

从目前反馈的信息看,各地方企联关注的工作热点主要集中在企业社会责任、中小微企

业融资、企业权益维护、企业家成长及环境、企联自身改革发展等方面。围绕以上这些问题,各地方企联负责的同志与《中国企业报》负责通联工作的同志沟通达成共识、形成话题,随后撰写出了一批有现实价值、有鲜活素材、有深度分析的报道,并以图文并茂的形式呈现在版面上,既对各地方企联工作进行了概括总结,又为同行提供了思路借鉴。

在全面深化改革、全面依法治国的“新常态”之下,“地方企联展示”专版成为了《中国企业报》适应情况变化、为区域经济发展动力的一个新服务平台。这项工作起步时间不长,但相关工作推进扎实,到2014年12月底,先后有宁夏企联、吉林企联、贵州企联、辽宁企联、深圳企联、四川企联、湖北企联、海南企联、广东企联、河北企协等10家省、市企联,在《中国企业报》上分享了自己的新形象和新经验。对《中国企业报》开辟的这一展示“窗口”,参与工作的各地方企联深表欢迎。2015年,《中国企业报》将加大工作力度,更好、更细致地为地方企联做好服务。

(林瑞泉)

《中国企业报》2014 年地方企联报道优秀奖：

- 宁夏企联 《企业社会责任评价拟由政府买单》(马炎撰稿)
- 吉林企联 《让自己沉下去将企业推上来》(庞博撰稿)
- 贵州企联 《贵州企联启用“专家团”助企业创新》
- 辽宁企联 《建设现代班组有模有样有比照》
- 深圳企联 《深圳市企联率先承接部分政府职能》(陈应学撰稿)
- 四川企联 《“三方四家”共建和谐劳动关系》(胡雪峰撰稿)
- 湖北企联 《省委书记即席诠释“企业家老大”》(宋克杰撰稿)
- 海南企联 《海南企联为企业维权打破门户之见》
- 广东企联 《1500 余家粤企参与寻找“百姓好雇主”》
- 河北企联 《京津冀企业协同发展河北为企业家立“精神坐标”》

《中国企业报》2014 年地方企联报道版面优秀组织奖

- 宁夏企联 (组稿刘晓东)

《中国企业报》2014 年地方企联报道优秀图片奖

- 深圳企联《“时代商家大讲堂”提供高端智力服务》的配图