

最新爱国演讲稿主持词 爱国演讲比赛主持词(汇总5篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇一

“后来我选择了沉默 但是我不想后退 。” “只有频率相同的人 才能看到彼此内心深处不为人知的温柔。” “希望你快乐 少遇麻烦事 越来越好。” “社会最不缺的是代替者 你不优秀遇见谁也没用” 可能要对不起后面的人了 但我没有办法 有些东西真的给不了后面的人 。“信任一旦崩塌就真的覆水难收 。”

“销声匿迹是所有告别里最勇敢的 。”

“知道自己不被坚定选择那就趁早拜拜 。”

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇二

张良(?-前186年)，是西汉高祖刘邦的军师，他的祖先是韩国人。在秦灭韩后，张良立志为韩国报仇。有一次，因刺杀秦始皇未遂，受到追捕而避居到下邳。

张良在下邳闲暇无事。有一天他到下邳桥上散步，碰到一个老人，穿着粗布短衣，走到张良旁边，故意把他的鞋子掉到桥下。然后回过头来冲着张良说：“孩子!下桥去给我把鞋子拾上来!”张良听了一愣，很想打他一下，但一看他是个老人，就强忍着怒气，到桥下把鞋拾了上来。那老人竟又命令

说：“把鞋子给我穿上！”张良一想，既然已经给他拾来了鞋子，不如就给他穿上吧，于是就跪在地上给他穿鞋。那老人把脚伸着，让张良给他穿好后，就笑嘻嘻地走了。张良一直用惊奇的目光注视着他的去向。那老人走了里把路，又折回身来，对张良说：“你这个孩子是能培养成才的。5天以后的早上，天一亮，就到这里来同我会面！”张良跪下来说：“是。”第五天天刚亮，张良到了下邳桥上。不料那老人已经等在那里了，见了张良就生气地说：“和老人约会，怎么迟到了？以后的第五天早上再来相会！”说完就离去了。到第五天早上，鸡一叫，张良就赶去，可是那老人又等在那里了，见了张良又生气地说：“怎么又掉在我后面了？过了五天再早点来！”说完又走了。到第五天，张良没到半夜就赶到桥上，等了好久，那老人也来了，他高兴地说：“这样才好。”然后他拿出一本书来，指着说道：“认真研读这本书，就能做帝王的老师了！过十年，天下形势有变，你就会发迹了。以后13年，你就会在济北郡谷城山下看到我——那儿有块黄石就是我了。”老人说完就走了。

早上天亮时，张良拿出那本书来一看，原来是《太公兵法》（辅佐周武王伐纣的姜太公的兵书）！张良十分珍爱它，经常熟读，反复地学习、研究。

10年过去了，陈胜等人起兵反秦，张良也聚集了100多人响应。沛公刘邦率领了几千人马，在下邳的西面攻占了一些地方，张良就归附于他，成为他的部属。从此张良根据《太公兵法》经常向沛公献计献策，沛公认为很好，常常采用他的计谋，后来成了刘邦运筹帷幄，决胜千里的军师。刘邦称帝后，封他为留侯。

张良始终不忘那个给他《太公兵法》的老人。13年后，他随刘邦经过济北时，果然在谷城山下看见有块黄石，并把它取回，称之为“黄石公”，作为珍宝供奉起来，按时祭祀。张良死后，家属把这块黄石和他葬在一起。

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇三

红色与白色相映成趣的是圣诞老人，他是圣诞节活动中最受欢迎的人物。西方儿童在圣诞夜临睡之前，要在壁炉前或枕头旁放上一只袜子，等候圣诞老人在他们入睡后把礼物放在袜子内。在西方，扮演圣诞老人也是一种习俗。

在12月24日平安夜,问你周围24个不同姓氏的人每人要一角钱,用这2块4买一个又大又红的,漂亮的苹果在5分钟内吃掉,在下一年会有好运哦! 圣诞, 英文是christmas[]美国韦氏辞典,认为这个字是由christ+mass合成的,其意义是“基督祭典”,而英国牛津辞典亦做相同解释。央格鲁撒克逊语“圣诞”一句,也一样是基督祭典之意。

其它非英语系统国家,如法国、西班牙、意大利等,“圣诞”则有“生日”的意思。至于德国人,称圣诞节为“圣诞季”,但其原文则含有“圣夜”之意。圣诞节是一个普天同庆,人人皆欢乐的日子。世界上每一个国家或民族因为传统习惯的不同,其圣诞节习俗也各有差异。

英国:他们认为圣诞节必须吃得痛快。所以圣诞大餐极为丰富,包括猪肉、烤火鸡、圣诞布丁、圣诞碎肉饼.....等等。家里每一个人都有一份礼物,连仆人也有,礼物都在圣诞节的早晨分赠。有时逢唱诗班逐门逐户唱圣诞歌时,他们也会被主人请进屋里,招待茶点或赠予小礼物。

法国:在圣诞节前夕都要到教堂参加午夜弥撒。弥撒后家人同往年长兄姐家中团聚共享圣诞餐,并分享一年来家中要事。偶有家人不和之事,亦常因圣诞欢聚而尽释前嫌,言归于好。故圣诞节在法国人眼中,视为仁慈和睦的日子。

意大利:在意大利,每逢圣诞节,大家都喜欢在家中安置一些关于耶稣诞生故事的模型。圣诞的前夕,家人团聚吃大餐,到午夜参加圣诞弥撒,然后大家去访问亲戚朋友,但只有小

孩和老人得到礼物。在圣诞节意大利有一种好风俗，孩儿为感谢父母一年来的教养，会在未吃圣诞大餐前将他们的作文或诗歌，暗藏在餐巾、桌布或碟子里。吃完大餐后便将它取出朗读。

西班牙：该国的孩童常将鞋子放在窗口或门外，以接受圣诞礼物。在许多城市中，男孩子也常备有许多高级礼物，要送给美丽女子。“牛”在圣诞节也受到最好的待遇。因当地有一传说：“耶稣降生时，曾有一只牛向他吐气，使他得到温暖”。

瑞典：在圣诞佳期中，瑞典人非常好客，每一个家庭不论贫富都欢迎朋友来访，甚至连陌生人都可以进来吃东西。他们将各样的食品都摆在桌上，任人自由选择。

瑞士：该国的圣诞老人穿白色长袍，戴假面具。它们往往由贫苦人装扮，成群结队向富人讨取食物和礼物，散队时才平分所得物。

丹麦：最先出版圣诞邮票的国家。这种圣诞邮票的发行是为筹措防痨经费。丹麦人寄圣诞贺卡、邮件，都喜欢贴这种邮票。

智利：该国在庆祝圣诞节时，必备一种“猴子尾巴”的冷饮。这种饮料是用咖啡、牛奶、鸡蛋、酒及已经发酵的葡萄制成。此饮品为何叫“猴子尾巴”已无人知晓。

挪威：在圣诞节前夕，家中每一份子就寝前需将鞋子由大到小排成一列。挪威人认为家人如此做可以在未来的一年里得到和睦与安宁。次日早晨，家人见面就互唱最喜爱的圣诞歌曲。

爱尔兰：该国的家庭在圣诞前夕，会将一支蜡烛或灯放在窗门架上，表示欢迎圣婴降生。

苏格兰：圣诞节前需将家中借来的物品一一归还原主。礼物是在新年的头一星期赠给小孩及仆人。

荷兰：该国人赠送圣诞礼物往往出人意外，礼物甚至会藏在布丁、羊肠里呢！

德国：圣诞树的发源国。基督徒的家里定会放置一颗美丽的圣诞树，圣诞饼亦多款且讲究。

美国：一个自由且多彩的国家，圣诞节是他们快乐狂欢的日子。美国的民族复杂，所以其庆祝方式常因移民的不同而有所差异。大部分室内都有别致的布置，门外悬挂着美艳的花环及绮丽的饰物。

梵蒂冈：如果你想在世界最大的圣彼得教堂参加由教皇亲自主持的圣诞弥撒，虽然那里可容纳三万五千人但仍需预先定位。其圣诞弥撒大多在十二月二十五日零时举行，教皇坐在八个侍从抬着的轿子上穿过群众，一边向信徒们祝福一边走上祭坛。教皇着白袍外罩金黄色祭服，登上圣彼得大教堂的祭坛，以拉丁语念出祷告词。零时整，号角手吹响的喇叭，安放于大祭坛上的摇篮本被覆盖着。这时，圣婴耶稣身上的白布被徐徐除下了。教堂内的各国信徒眼眶里含着热泪，以各自的语言唱出悠扬的“平安夜”。世界各地的天主教徒均视前往圣彼得大教堂，亲谒教皇，受其祝福，为一生中最大的荣幸。

日本：虽然日本非基督教国家，但战后日本过圣诞节的风气十分风靡。原因之一与各大商家的促销有关。有的百货公司以圣诞树作装潢，在店内布置雪景，增加银色圣诞的气氛。各色茶店、夜总会、酒吧也都安置一株圣诞树以应景。十二月中旬各商店人山人海，大家为准备圣诞礼物赠送亲友而忙碌。善心人士亦趁机致赠礼品予东京室内五十二所肢体及心智障碍的儿童。

纽西兰：该国圣诞节有二周的假期。圣诞节前夕，家人朋友共聚一堂开“派对”庆祝。纽西兰的法律明文规定，庆祝圣诞需在家中举行，故酒楼、茶馆在下午六时一律打烊。普通商店营业时间最迟也只能到晚上九时为止。街上可见到穿着苏格兰短裙的乐队巡回演奏。

非洲摩洛哥：在摩洛哥，平时不与平民见面的王族，在圣诞节当天，公主会在数千儿童的同乐大会上给贫苦儿童发礼物。

波兰：波兰人分为两派。在圣诞前夕，一派吃圣诞大餐；另一派整日斋戒虔诚祈祷。

菲律宾：该国过圣诞节从十二月十六日就开始。做九天的祈求，虔诚的教徒每天早晨四时就起床祈祷。他们相信如此可得圣婴耶稣及圣母马利亚的特别恩泽，直到二十二日为止，在三天来朝日才结束圣诞庆典。

哥伦比亚：他们以化装舞会来庆祝圣诞。各人戴着假面具尽量不被人认出，凡能认出最多的人就可得到奖品。

澳大利亚：适婚年龄的女子，在圣诞节时将溶锡倾入冷水中，看它的形状，来预测未来夫婿的外貌，高矮胖瘦。

捷克：圣诞节未婚的捷克少女，把削好的苹果皮，抛在背后。她们以为这样做可以看出未来夫婿的姓氏之第一个字母。

苏联：圣诞前夕，家人围绕着象征“新岁的树”，给孩子讲述荒诞的老祖父拓荒故事。在圣诞节当天，中产阶级以下的人，争往大商店抢购礼物互赠亲友。

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇四

编辑导读：一个初级运营和一个高级运营的区别到底在哪里

呢？有人可能觉得在经验和职位高低。但是，对于电商运营来说，区别不仅在此。本文作者对此发表了自己的看法，与你分享。

我认为是“no” 无论什么运营，包括电商运营，在工作能力上初级运营和高级运营都有显著的不同。

在公司做管理的时候，接触到的电商运营好像都是一个模板出来的， 电商运营= “刷单”， 推广= “广告”， 活动= “降价”。即使是在那些所谓的大公司做了很多年，拿着上万的薪水，每天也不停重复着这样的运营手法。

一个初级运营和一个高级运营的区别到底在哪里呢？

一个电商运营的日常工作无非就是围绕着平台的 “流量”， “产品转化率”， “产品客单价” 等几个最重要的指标。

流量=人， 产品=货， 平台=场， 客单价=钱

电商的本质就是处理 “人”， “货”， “场”， “钱” 之间的关系。

在我看来对于一个电商运营，能否深刻理解电商交易的底层逻辑，对 “人” “货” “场” “钱” 动态的变化环境做出针对性的调整和应对就是一名初级运营和高级运营最大的差别。

一、人：理解不同的流量

电商运营要弄清楚自己的用户画像， 并按照用户消费行为对用户分类， 从而针对性精细化运营。

电商的流量不像线下商超实体店可以面对面与消费者接触沟

通，运营们每天面对的流量都是后台显示冷冰冰的数据。其实电商也就是把线下的交易搬到线上了而已。我们作为流量本身也都有过这样经历，去商场购物的时候，有的时候去之前就已经具有清晰的购物计划，有的时候我们就是随便逛逛，没什么购物的想法。

这就是商场的运营在针对不同的人群做不同的运营方法：对于有很强购买意向的消费者，当他们走进一家店铺，看重的是对于品牌的信任度，以及产品是否符合自己的心意，代表着该品牌最新潮流设计和创新的新品是最能打动这些消费者的，如果在这些新品上打折，就损失了本该赚取的利润。而对于随意逛逛购买意愿不强的消费者，在挑选商品时，会更加随意，看到实惠有折扣的商品才会被吸引购买。所以挑选一部分商品打折更能让这部分人群转化。

大部分运营希望所有来到店铺的流量全部转化，因此不停的通过通过促销折扣来提高转化率，而不知道降价促销只适合于用来吸引那些购买意愿不强的访客。

不理解对不同的流量提供不同的运营方式就证明你还只是初级运营阶段。

1) 找到高购买意向用户

运营需要非常清楚从哪些渠道来的流量才是真正具有购买意向的用户。研究平台的流量入口，分析从浏览到购买的转化率，判断流量是否具有高购买意向。如果转化率很低（在产品价格，评价等影响转化率的因素都还ok的情况下），这时候就要去看看广告推广的关键词中是否含有太多购买意向不强的关键词从而优化掉。虽然在电商平台上搜索的用户都具有很强的购买意向，但是这时候要衡量自己的店铺在竞争中的地位。比如当用户输入蓝牙耳机这个词，如果你的排名不够靠前，转化也不会高，所以这时候要先从专注长尾词开始。关注长尾关键词的转化率，好的运营一定要清楚行业平均转

化率，和竞争对手转化率，让自己的店铺产品在长尾关键词的转化率保持在平均水平以上，然后才能用长尾流量带来平台分流，带动短尾流量，最后突破重围。（参考：好的自建独立站电商平均转化率约3%，电商平台电商转化率能做到15%）。

2) 清晰的用户画像和对用户分类

知道这些有多重要？举个例子：

比如对于电商平台来讲，产品留评非常重要。运营人员的一个常规工作就是索评。

大多数的运营索评是面向所有购买过得用户，一封群发邮件，标准模板，并@所有人。

殊不知这样很容易就引来对产品和服务不认可，满意度不高的用户的差评。

不懂得这些的运营很容易就会给自己埋坑。

运营在索评之前要清楚哪些用户是自己的忠实用户，满意度高，愿意分享好评。

所以好的运营要学会对自己的用户进行群组划分，并针对性的对用户进行群组运营。这样才能进阶为一名高级运营。

二、货：找对卖点 低单价产品卖认知价值，高单价产品卖故事

世界上没有完全相同的两个树叶，却有大量同质化的产品。

电商运营不同于其他运营，运营的是具体的产品。卖产品，就要为产品找到卖点。

通常运营会遇到两种情况， 1. 自己卖的产品同质化， 找不到差异化的卖点； 2. 有自己明显的独特卖点。

第二种情况我们不说， 对于产品同质化， 找不到差异化的产品如何找卖点？ 这些产品没有什么创新， 却挤在一起要固执的抢夺市场。 怎么办？ 比如在某个电商平台上搜索tws 真无线耳机， 出现几百个产品， 他们都大同小异。 都是蓝牙5.0 ， 带充电仓， 5级生活化防水， 带mic□这几百个产品如何才能找到自己的卖点， 脱颖而出？ 是强行的去找卖点？ 还是不断降低价格， 通过恶性价格竞争吸引消费者购买？ 解决这个问题之前， 我们需要先理解那些暗藏的影响消费者购买决策的因素。

认知价值 vs实际价值：

斯坦福商学院多年前做过这样一个测试。

拿两瓶酒让同一个人品尝。 告诉他， 一瓶酒是5美元， 另外一瓶酒是45美元， 实际上， 其实这两瓶酒都是一种酒， 价格没有区别。 然后发生了什么？ 在品尝后， 这个人说45美元的酒更加好喝。

为什么同样的酒会让这个人有不同的品尝感受呢？ 原因就是告知他价格后， 他就形成了价格认知， 认为45美元的酒是更好的酒。 也就是我们常说的心理作用。 也是哲学上常说的“世界上没有真相， 只有认知”。

认知价值通俗的讲就是消费者根据他们对产品的认识， 感受和综合购物体验， 而对价格作出评判。 当商品实际价格与消费者的认知价值大体一致时， 消费者就会接受这种价格， 反之， 消费者就不会接受， 产品也就卖不出去。

高单价产品由于高溢价和高品牌价值， 认知价值不是非常适用。 对于低单价商品， 认知价值就非常重要。

购买低单价产品的人群具有什么特点？ - 就是对价格非常敏感。

这些人普遍具有一个心理：占便宜的心理。

我在南亚呆过很多年，南亚国家比较贫穷。对于那里的人来说典型的一个性格特点就是占便宜。买东西的时候只看便宜的，还想额外占点便宜。此外，在接触的时候我们还要以礼相待。穷人最缺的是什么？是“自尊”。

我想世界各地的穷人都有这样的共性。无论南亚还是欧美还是其他地方。

所以针对低单价同质化商品，运营找卖点的方式应该是提高认知价值，让用户觉得物超所值，超出用户的本来期待，甚至带来惊喜。

那我们如何提高消费者认知价值呢？

回到文章的开头，对于同质化的蓝牙耳机，找各自卖点，按照我们的方法，运营要高度重视图片的使用，通过图片提高产品的认知价值，比如图片上显示漂亮的包装，品牌获得过的奖项标志等等。终极目标就是通过文案和图片提高消费者的认知价值。还有很多方法，运营可以自己脑补多尝试。

对于高单价商品，是另外一种思维。改卖产品为卖附加值，讲故事让消费者觉得花钱是在投资。

当人们带便宜的手表时，只是为了看个时间，但是如果是带omega这样的品牌表，那就是身份的象征了。

同样的道理适用其他高单价商品。让消费者了解和对品牌内涵形成认知不是一件容易的事情。

这就是品牌部门的工作了。要会讲故事。比如你的产品使用的是一种不会褪色的奢华面料，如果直接告诉消费者，我的面料是不褪色的，很奢华，是没用太大用的。你得通过故事展现场景：场景中，有一个消费者在自己的家里，她家客厅朝南，有落地窗，家具被太阳晒得厉害，但是使用了你产品面料，还是依然鲜艳如初，让自己的客户对使用产品的体验娓娓道来，侧面体现产品的附加值才更能触动目标消费者。

作者：讲品牌的猴神大叔，微信公众号：讲品牌的猴神大叔

本文由@讲品牌的猴神大叔 原创发布于人人都是产品经理，未经许可，禁止转载。

题图来自unsplash[]基于cc0协议

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇五

芬芳岁月，花儿赶趟似的竞相开放。一团团，一簇簇，一朵朵，争奇斗艳，充满了溶溶、软软的气息。也许，花儿是随着春风慢慢走来的，开在田野，就有了春的美丽；开在希望的路口，就有了生机勃勃；开在梦的门楣，就有了绚丽多彩；开在苏醒的心头，就有了万紫千红。

也许，花儿是为了诗词画意而来的，田野山坡，五颜六色的渲染，姿态各异的开放，转眼之间，就构成了一幅幅绽放的图画，一章章微笑的华美诗篇。写意、工笔，花儿的集合，花儿的聚会，让我们感觉花儿好美，让我们感觉春天好美，也让我们感觉春天的芬芳来的是如此的迅猛。

这热烈的冲击，好悬让我眼神迷醉，脚步踉跄。春天的花姿是各异的，春天的花儿是美丽的，赏花是不需要太深刻的，

不需琢磨，只要是美丽，都可以尽收眼底，只要是花儿都有她的魅力。我们不需要去问为什么，因为每朵花都能给我们希望，都代表着一个积极向上的生命，给予欣赏的眼光足矣。

与花语，语的是对生命的赞美，赏花，品的是生命的味道。而对于生命美丽的品味，自然万物都是一样的，不语，也是对美丽的欣赏。万物都懂欣赏，人们忙着赏花，风儿更是调皮，刚接近一朵花叶，又折身去眷顾另一片芬芳，惹的蝴蝶翩翩、蜜蜂也跟风似的转，采集美丽，美的不肯歇息；忙于传播，忙的不亦乐乎。

对于花儿的美丽，我们不会去问询她是否有高贵的出身，她的是否有丰硕的收获，是否值得我们去欣赏，我们只欣赏那份生命的希望，生命的活力和力量就足够，我们懂得，风儿、蝴蝶、蜜蜂也都懂得。人生之中，每个人都有不同，但是，每个人也都有自己的春天，都有在春天开放的机会，生命万相，大致相同。

春天的花儿会开，生命里希望的的花朵也会开，无论你在哪里，无论你经受了什么样的苦难，不管你离春天是远还是近，请不要放弃，谁的生命都会有春天，都有开放的机会。春天不会让人沉睡，花开即使默默，也是美丽，每一朵花，就是一个生命，虽然，比不上大树那么繁茂，虽然，比不上小草那么坚韧，但是，花儿也有自己的精神，一心一意的绽放就好。

每个人都要给自己一个花开的希望，向往花开就有希望，渴望花开就是力量。生命的希望就是春天的花朵，无论我们开在何处，无论我们开的是否华美，但是，在欣赏者眼里，都是一种生命的美丽。不要悲哀自己的命运，给自己一个希望，把握好春天的机会，无关艳俗，让生命的美丽自由绽放，你会得到世界的欣赏。

在这个花开的世界里，春天属于我们，春天属于生命，春天

属于大自然的每一粒种子，每一个开花的期望，都是值得我们欣赏的。徜徉春光、春色，我希望我就是一朵春天的花儿，莞尔一笑，给生命一个希望，映红赏花人的脸庞。生命不易，花开不易，给生命一个希望，而倍加珍惜花开的机遇。

感谢关注，感恩有你！本篇图文部分内容源于网络，在此表示诚挚的感谢，如有侵权请联系作者删除。

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇六

不知不觉夏天的脚步以渐渐逼近，夏天那股独特的气息骄阳似火般烘烤着大地那一抹阳光的香气早已弥漫我的口鼻。

炽热的骄阳鞭笞着大地，仲夏的暖风肆意的蔓延，这样一个娴静的午后，我躲在房间里，捧着温热的茶杯，小惬意的遨游于文字的海洋，独享这份专属于我的夏天的味道。

有人说夏天是酸的：因为夏天是个毕业离别的季节，到处都充斥着难舍难分的心酸。曾经的我们为了共同的理想一起奋斗过，拼搏过，成功过，失败过，也都笑过，哭过，只是如今却万般无奈的感伤着：这个夏天，我们不得不为了彼此遥想的以后而挥手告别，轻声地告慰：人生路上，且行且珍惜。

有人说夏天是辣的：火一般的季节，热辣辣的空气，躁动的城市激情四溢。是时候拉上一群莫逆之交，共同挥霍我们终将逝去的那些青春年华，携手编织这专属于这个炎夏的青春纪念册。放眼望去：球场上，我们大汗淋漓的尽情奔跑；ktv里，我们如痴如醉的放声高歌；大街小巷，我们游刃有余的穿梭游历。在这个火辣辣的夏天，肆无忌惮的对着天空呐喊：去tmd以后。

有人说夏天是苦的：“东飞伯劳西飞燕，黄姑织女时相见。”看，谁在人生的十字路口怅然若失，又是谁沉溺在过

去的悲伤记忆里徘徊不前。难眠的夏夜里，暗藏着多少苦涩的心声；燥热的城市中，掩盖了多少苦痛的回忆。逐梦的路上曾经携手并进轰轰烈烈，如今只身一人徒然悲伤，叹，谁会陪谁走一辈子，谁又会等谁一生一世，而这或许就是成长的代价吧。

有人说夏天是甜的：夏花漫天飞，夏雨倾情落。印象里，每到夏季，满大街小巷都会洋溢着奶油棒冰那甜蜜蜜的味道。曾几何时，恋上了街角的那家甜品店，每个夏日的黄昏，总喜欢坐在角落里边吃边看过往的行人，静静的感受着夏天那甜蜜的气息。那个时候总会觉得全世界最幸福的事就是能够在这样恬静的午后，享受这份属于自己的简单而甜蜜的小幸福了。

有人说夏天是咸的：每到此时，总期许着一个人到海边的小镇住上些日子，感受下被这样咸咸的海风吹过的夏天，畅想着站在长堤上张开双臂，当风起的时候，闭上双眼体会飞鸟翱翔长空的那种自由自在。而海风拂过，却也会不由自主的黯然神伤，固执的仰头看天，让那咸咸的泪水流回心里。自由，那如梦如幻的自由，我要怎样的努力才能够追随你的脚步悠然而去呢。

空荡荡的房间，响起一段熟悉的旋律，那些忧伤的音符撩人心弦。染指流年，回想那五味俱全的夏天却早已是曾经，只是偶尔走过某个熟悉的街角，依然还是会回想起曾经那些快乐亦或悲伤的日子。如今的我，只想这样安静的坐着，在这样一个个夏日的午后，捧着茶杯，读着别人的故事，流着自己的眼泪，偶尔停下来，一个人回想，也自我安慰着：让曾经的那些人，那些事，就此随时间远去吧，通通都遗忘在那年的夏天吧。

窗棂上那串淡蓝色的风铃在阳光曝晒下随风摇曳着，阵阵清脆的旋律无意的将我从一段铭心刻骨的故事情节里拽了出来。我寻声望去，诧异的发现，原来那晶莹而深邃的蓝也可以变

得如此暖人心弦，在阳光的洗礼下，竟失去了它固有的忧郁色调。那么人又何尝不是如此呢：和阳光的人在一起，内心就不会晦暗吧。而这场人生的旅程，我甘愿做一颗黯夜的星星，即使没有阳光般的温暖耀眼，但又有谁能够否定夜空中的它那微弱的光芒呢。

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇七

中华民族自古以来都是一个讲究品德教育、个人修养的民族，一种执着的追求，一次慰藉人心的宽容微笑都能融汇成美德赞颂曲上，一个个动人心弦的音符。

千百年来的文明礼仪之风传承至今，因此我国向来就有“文明古国”之称。一个素质高、有教养的现代文明人，必须有良好的礼仪文明。文明礼仪处处可见，这些利益就常常发生在我们身边的小事中，但往往被我们所忽略。

什么是礼仪呢？简单地说，礼仪就是律己、敬人的一种行为规范，是表现对他人尊重和理解的过程和手段。文明礼仪，不仅是个人素质、教养的体现，也是个人道德和社会公德的体现。更是城市的脸面，更是国家的脸面。所以我们作为具有5000年文明史的“礼仪之邦”，讲文明、用礼仪，也是弘扬民族文化、展示民族精神的重要途径。

同学间礼仪：同学之间的深厚友谊是生活中的一种团结友爱的力量。注意同学之间的礼仪礼貌，是你获得良好同学关系的基本要求。同学间可彼此直呼其名，但不能用“喂”、“哎”等不礼貌用语称呼同学。会使用文明语言(××同学，请帮帮忙)，会问候(××同学好，××同学早)，会招手，会微笑，会鼓掌，会道歉(对不起，请原谅)，会右行礼让，互相帮助，不说脏话，不打架，不取给同学起外号。在有求于同学时，须用“请”、“谢谢”、“麻烦你”等礼貌用语。借用学习和生活用品时，应先征得同意后再拿，用后应及时归还，并要致谢。不小心碰到别人后，要

及时主动承认错误，说话语气要友好；对同学的相貌、体态、衣着不能评头论足，也不能给同学起带侮辱性的绰号，绝对不能嘲笑同学的生理缺陷。

其实，有很多人都能够做到文明，比如：做公共车的时候看见有老弱病残孕让座，上车的时候主动购票；有些年轻人把吃的瓜子皮放在一个小方便袋里，吃完的时候把它扔进垃圾箱；有许多司机师傅不闯红灯，不超速，不酒后驾车……其实，文明就在我们身边。

有极少数的人不能够遵守文明，比如：在公共场所说脏话，打架；随意扔垃圾，吐痰，吐痰是特别严重的，一方面污染环境，一方面痰里含有某些病原体，是传播疾病的罪魁祸首。任意闯红灯，这样是很危险的，超速是众多的人因车祸而死亡，与其这样，不如好好的遵守交通规则。

文明就是这样，“爱人者，人恒爱之；敬人者，人恒敬之。”“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”。

让我们从日常的小事做起，从自我做起，从身边的每一个动作做起。

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇八

下联：堂开蓬莱景

上联：人醉武陵春

下联：同饮幸福酒

上联：齐绘四化图

下联：喜望红梅放

上联：乐迎新人来

下联：香车迎淑女

上联：美酒贺新郎

下联：祥云绕屋宇

上联：喜气盈门庭

下联：旭日芝兰香

上联：春风琴瑟和

下联：杨柳含春意

上联：天涯有知音

下联：云恋妆台晓

上联：花迎宝扇开

下联：芝兰茂千载

上联：琴瑟乐百年

下联：才高鹦鹉赋

上联：室有山林乐

下联：人同天地春

上联：太平居有后

下联：安乐福无涯

上联：庭辉承月彩

下联：檐影接霞光

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇九

1963年3月5日毛主席发出“向雷锋同志学习”的伟大号召。45年来，雷锋“助人为乐”、“全心全意为人民服务”的精神一直影响着我国人民的思想行为。下面是小编整理的关于雷锋的相关内容，希望你喜欢。

雷锋，生前留下了数百张面带微笑的照片，在雷锋生活的那个年代，对于一个普通人来说，这是十分少见的。

在这些照片中，有的是雷锋自己在照相馆照的，有的是他和亲友合影留念的，但大部分是报社记者和部队为搞宣传报道而跟踪拍摄的。

雷锋于1960年1月8日参军，于1962年8月15日因公牺牲，其军旅生涯共951天。

这期间，我先后9次为他拍照，前后与其相处在一起的时间有76天，共拍摄下他生前各种活动的黑白照片119张，彩色照片24张(其中好多画面和内容都是重复拍摄的)。

40多年来，我又先后搜集和收藏了雷锋的其他照片125张。

这些照片中有57张是在照相馆照的，其中在他家乡湖南省望城县拍摄的13张(单人5张，合影8张);在赴鞍钢途中于武汉长江大桥和北京天安门广场拍摄的3张;在鞍钢拍摄的10张(单人6张，合影4张);参军后拍摄的31张(单人17张，合影14张)。

另有68张是由其他人拍摄的。

据雷锋的同乡张建文和战友季道逵回忆：雷锋到鞍钢前曾专程到毛泽东故居韶山照过相；与季道逵去舟桥81团做忆苦报告回来途经长春，在红军烈士纪念塔前合过影。

但这两张照片都没有寄给雷锋。

作为雷锋的战友和其照片的拍摄者之一，40多年来，我一直没有间断查询当年为雷锋拍照的其他一些人。

目前已找到为雷锋拍过照片的其他人共有9位：分别是戴杰(原湖南省望城县铜官镇丽杰照相馆摄影师)、董哲(原军区政治部摄影组组长)、吴加昌(原解放军画报社摄影记者)、周军(原军区政治部《民兵之友》杂志记者)、张哲西(原64军政治部宣传助理员)、陈文辉(原旅顺口海军基地宣传助理员)、赵志华(原军区工程兵舟桥81团宣传助理员)、季增(原军区工程兵工兵10团俱乐部放映员)、金昌杰(原抚顺市朝鲜族中学校长)。

雷锋生前留下的300多张照片，除了他自己到照相馆拍摄的外，大部分是现场抓拍的，还有少部分是事后补拍和摆拍的。

雷锋牺牲后的40多年来，全国先后掀起过1963年、1977年、1983年、1989年、1993年、1994年、1998年和2003年共7次学习雷锋热潮。

那么，这些照片究竟是怎么拍出来的呢？作为雷锋照片的拍照者之一，我觉得有必要就我所经历和了解的一些情况，向读者做个解答。

记得大张旗鼓地宣传雷锋的模范事迹，开始于1960年11月26日军区《前进报》发表长篇通讯《毛主席的好战士》之后。

当时军区工程兵党委决定由政治部和工兵十团共同筹办《雷锋同志模范事迹展览》，后于1962年2月初抽调有关人员组成

展览筹办班子，由我和季增同志负责展版照片的编选和补拍，季道逵和杨宝威两位同志负责绘制幻灯片，赵志华同志负责展览的文字说明，宣传处副处长黄汉同志任展览筹备组组长。

对补拍雷锋照片的工作，军区工程兵党委当时做出3条指示：一是必须是雷锋实实在在做过的好事；二是必须是能够补拍的事迹(无法补拍的可绘制幻灯片)；三是不准夸大事实，制造假新闻。

根据政治部领导的指定，草拟了一份补拍雷锋照片的具体内容和画面设计提纲，总共需要补拍照片20多张。

当时执行补拍任务的是工兵十团的俱乐部放映员季增，他只用了半个月的时间就补拍完了。

3、给战友王延堂送饭盒(根据雷锋1960年10月21日的日记：“今天吃过早饭，连首长给了我们一个任务，上山砍草拉回来盖菜窖。

到了12点吃午饭时，我发现王延堂现场坐在一旁看着大家吃午饭。

我走到他跟前，问他为啥不吃饭，他回答说：我今天早上吃了两盒饭，没有带饭来。

于是我拿出了自己带的一盒饭给他吃，我虽然饿一点，让他吃得饱饱的，这是我最大的快乐。

我要牢牢记住这段名言：‘对待同志要象春天般温暖……’”(补拍)；

4、到抚顺市西部医院给伤病员送月饼(根据长篇通讯《毛主席的好战士》中，“今年中秋节雷锋一领到连里分给的月饼，泪水就往心里哗哗地淌啊。

从8月15日他想起了7月15日妈妈的死，他想：‘如果没有全国人民的革命斗争，不要说吃月饼，我早就跟在妈妈身后，被阶级敌人压迫死了。

5、到储蓄所取钱(根据雷锋《解放后我有了家，我的母亲就是党》报告中第七节，“两个月前的一个星期天，我上街去理发，看到成千上万的人正在热烈庆祝望花区和平人民公社的成立。

我想：一个新成立的人民公社，一定会有很多困难，我是一个人民解放军战士，一定要以实际行动去支援。

就到储蓄所取了二百元钱”补拍)；

6、雷锋将从储蓄所取回的200元钱，亲自送到抚顺市望花区人民公社(根据雷锋《解放后我有了家，我的母亲就是党》报告中，“到储蓄所取了二百元钱，我到了望花区一个公社说明了来意，公社干部只说收下我的心意，但是不收钱。

说了半天，公社只收下一百元。

不久，报纸上有消息说，辽阳地区遭受了百年不遇的特大洪水灾害。

7、帮助乔安山学文化(根据雷锋《解放后我有了家，我的母亲就是党》报告中，“我们班乔安山同志，文化程度比别人低，学习信心不足，一学数学就头痛，上课不带笔记本，有时还缺课。

有一天，我让他做作业，他说钢笔丢了，我把自己的一支笔送给了他，还给他钉了一个作业本。

他很受感动，学习热情渐渐高起来，考试成绩也不错。

我按期完成了教学任务……”补拍)；

9、行军途中休息时给大家读报纸(根据雷锋《解放后我有了家，我的母亲就是党》报告中，“……我自告奋勇要当一名兼职小教员。

13、雷锋练双杠(根据雷锋《忆苦思甜》报告补拍)；

14、雷锋趁午休时间独自在操场上苦练投手榴弹要领和技术；

15、和抚顺市建设街小学生合影(根据雷锋在担任校外辅导员时，经常利用休息时间到这个班参加孩子们的课外活动补拍。)

16、雷锋给战友乔安山家里寄去10元钱(根据雷锋事迹补拍)；

17、雷锋给辽阳市委写信，慰问遭受洪水灾害的灾民；

18、雷锋到抚顺市西部职工医院慰问伤病员；

21、雷锋在拉练途中不顾疲劳，走在队伍前面做宣传鼓动工作；

22、雷锋将取出的200元钱，亲自送到抚顺市望花区和平人民公社；

24、在冬季拉练途中，雷锋抓紧休息间隙，给战友读《毛选》。

这些补拍的照片，实质上是雷锋生前做好事的真实写照。

当然所补拍的照片有摆布的痕迹，所以给人以假的感觉，如打手电筒学“毛选”等。

而最主要的漏洞是，不管是夏天去储蓄所取钱还是仲秋节给

伤病员送月饼以及军事训练等，照片上的雷锋统统是着棉衣的（这些照片都是在春节后拍摄的），让人一看就知道是补拍的。

应该承认，在当时的条件下，照相器材比较落后，摄影技术也不到位，再加上时间紧，任务重等客观因素的影响，现在看来，这些漏洞是情有可原的。

能拍出那么多照片是相当不容易的，也是非常珍贵的。

雷锋语录中英版ppt课件

雷锋精神在当代的意义

学雷锋精神的倡议书

弘扬学雷锋精神征文

学雷锋日入党思想汇报

中学生学雷锋的倡议书

雷锋的生命名言

雷锋生命名言

制作工作计划常见的图 文案图片背景图片篇十

靠自己，才能无惧艰难，靠他人，永远害怕风霜，别怪困难时没人扶你，别怪危险时没人替挡，你若强大，困难就是小事，你若勇敢，危险也能无视。早安！

永远都不为自己选择的道路而后悔，人生如同坐火车，风景再美也会后退，流逝的时间和邂逅的人终会渐行渐远，前行

的始终是自己。早安！

没有不治之症，没有不可逆的沉沦，失去的一切都会以另一种方式回归。早安！

人最大的对手，往往不是别人，而是自己的懒惰。别指望撞大运，运气不可能永远在你身上，任何时候都要靠本事吃饭。你必须拼尽全力，才有资格说自己的运气不好。早安！

生活是一个无形的存钱罐。我相信你付出的每一份努力都不会白费。早安！

我们珍惜一个人，一定是感动过；我们放弃一个人，一定是失望过。人在落魄时才能看清，谁泼的是盆盆冷水，谁捧的是颗颗担心。早安！

这个世界没有绝对的公平，也没有绝对的对与错，很多事情不能仔细推敲，因为你会发现世界并没有那么美好，总有阳光照不到的地方。早安！