



福山区残联着力推进就业扶持、康复服务及无障碍环境建设工作

温情守护 赋能成长

近日，福山区特殊教育学校校园里暖意融融，一场充满温情的爱心捐赠活动在此举行。童语书店负责人孙晓晨为孩子们带来了一批崭新的绘本和文具，让孩子们在关爱中感受到温暖。

“特教老师和孩子们都在默默努力，我们只是尽一点微薄之力，能为他们做点事，我觉得非常有意义。”孙晓晨说，希望能有更多人加入这场爱心接力，共同守护孩子们的成长。

自2024年秋季启用以来，福山区特殊教育学校已招收20名学生。学校相关负责人介绍，学校现设一至九年级，每班3至6人。未来，学校计划扩展至中职阶段，为更多残疾儿童提供持续的教育支持。

除了教育保障的持续完善，福山区在残疾儿童康复领域积极探索技术赋能的新路径，不断提升服务质量与专业水平。弘慈医院儿童康复中心聚焦儿童孤独症谱系障碍、智力发育迟缓等核心问题，通过与中国科学院团队合作落地精准菌群移植技术，借助智能系统实现肠道菌群精准干预；引入AI面部表情扫描检测系统，联合心理专家制定个性化康

复方案；创新中医针灸理念，以头针疗法改善儿童核心症状；联动鲁东大学构建“医康教”融合模式，推动科研成果转化，成立烟台市首家儿童多学科精准康复治疗科室。

这些新技术的落地应用，显著改善了孤独症、发育迟缓等儿童的饮食、精神状态及语言社交能力，有效提升了康复的针对性与有效性，为辖区特殊儿童家庭提供了更专业、更坚实的康复保障。

在清洋街道启航如康家园里，19岁的俊熙（化名）正专注地包装发卡。他小心翼翼地将一枚精致的小发卡别在纸卡上，再把它认真装入透明袋子，整个过程神情专注、动作熟练。

“孩子两岁多被诊断为孤独症，今年9月来到这里，主要做手工活。”俊熙的妈妈张女士说，自从孩子来到这儿，每天有固定的事情做，最大的变化是情绪明显缓解。“现在，他每天早上来的时候都特别开心，晚上回家时还会跟我说‘妈妈，明天还要来’。”

张女士坦言，此前她也曾尝试带孩子做些事情，但效果并不理想。“还是如康家园的环境更适合孩子，他在这里待

得很舒服。老师们都很专业，对孩子的引导也很到位。”

启航如康家园负责人巴丽娜介绍，家园为残疾青少年提供了多种岗位，涵盖果茶制作、手工制作、产品售卖等。另外，还会承接折纸盒、穿绳、为服装厂贴标签等手工订单。目前，孩子们的月薪达到了600元。

对于家园的服务，家长们普遍认可。他们最大的心愿是孩子长大后能有更适合的去处，也希望家园能多提供一些技能培训，让孩子们将来能用学到的技能自立生活。

“十四五”期间，福山区残联聚焦主体责任，扎实推进各项工作落地见效，残疾人的获得感、幸福感、安全感持续增强。

福山区残联副理事长王晓燕介绍，为助力残疾人实现就业增收，福山区以“如康家园”为核心平台构建了“辅助性就业+按比例就业+社区微业”多元就业支撑体系，持续拓展残疾人稳定的增收渠道。目前，如康家园已实现镇街全覆盖，2处新机构正在加快建设中，其中，东北桥村点位新增就业30余人。

残疾人通过参与储物篮编织、宠物食

品加工等项目，实现按月领取工资的稳定就业。同时，残联常态化开展彩绘、钩花、皮具制作、储物篮编织、宠物食品加工等文创培训，培育“社区微业”新业态，帮助有文化特长的残疾人实现由“爱好”向“创收”的转变，推动辅助性就业向多元、可持续方向发展。

精神文化生活方面，坚持以文化赋能、体育融合为路径，着力丰富残疾人的精神文化生活。围绕春节、重阳、全民阅读日等重要节点，累计开展文化活动200余场，打造“春日游园会”“非遗彩绘”“书香中国”等11个文化服务品牌；连续举办4届残疾人艺术作品展，每年展出书画、掐丝珐琅等工艺作品100余件；常态化开展“爱相伴·一起骑”骑行赛、花样运动会、健身趣味活动，开设乒乓球公益训练营，累计服务孤独症儿童和残疾青少年370余人次，推动“残健共融”理念深入人心。

下一步，福山区将持续深化社会保障与关爱服务体系改革，聚焦就业扶持、康复服务、无障碍环境建设等重点领域持续发力，切实提升残疾人生活发展质量。

YMG全媒体记者 宋晓娜

干干净净迎冬天

芝罘区开展入冬前环境卫生大扫除专项行动

本报讯(YMG全媒体记者 杨春娜 通讯员 马晓凤 摄影报道)天气渐冷，芝罘区综合行政执法局环卫中心全面开展入冬前环境卫生大扫除专项行动，聚焦主次干道深度清洗与公共产权垃圾箱全面清刷两大重点，给市民营造干净、整洁、安全的出行与生活环境。

11月6日上午10时许，多辆高压清洗车已集结在大海阳路上，准备开展清洁作业。中环洁建投机械化班长刘健告诉记者：“我们实行‘人工+机械’配合模式，人工负责精细化清洗，尤其是人行道板、路沿石底部等机械无法触及的区域。机械化依靠车辆组合循环作业，增加洗扫频次和力度，确保路面无浮尘。”

与此同时，公共垃圾箱清刷现场也一片忙碌。在二马路垃圾收集点，保洁员丁强将小型清刷车停下后，拿起水枪对箱体外侧、内侧及箱盖连接处进行反复冲洗。冲洗干净后，他又拿起抹布仔仔细擦拭箱体表面，从拉手到投放口，每个细节都不放过。

芝罘区环卫中心副主任陈永泉介绍，结合往年经验，从11月1日开始，他们利用两个周的时间对辖区内道路进行全面大扫除，以道路清刷还路面洁净本色，用垃圾箱清刷恢复箱体整洁，从环境基础上筑牢冬季卫生防线。环卫部门同步落实公厕冬季防冻排查，重点检查水管、水龙头等供水设施，做好保温措施；完成垃圾清运车辆全面检修。



环卫工人冲刷垃圾桶。

从《双珠联璧闯上海》看民族品牌如何驰骋世界舞台

编者按

历史，何以实现其最生动的延续？非止于旧物之保存，更在于能让往昔的智慧，在当代重新焕发生命力。

20世纪初，被誉为“东方巴黎”的上海，是中外品牌的竞技场。其时葡萄酒市场，尤为波尔多与勃艮第之天下；啤酒市场则由英商友牌啤酒和怡和啤酒等品牌把持。

当“实业救国”的呼声与国货运动的浪潮席卷申城，总部设于烟台的张裕葡萄酒、烟台啤酒两家企业携手“闯”入这片洋货林立的角力场，成就了一段段波澜壮阔的商战传奇。

时至今日，张裕葡萄酒、烟台啤酒已成为百年民族品牌。当“133年的传奇——中国葡萄酒百年艺术展”以及《双珠联璧闯上海》新书发布会在沪举行，这段国货崛起的传奇故事再次成为焦点。

以书为舟，溯回百年“闯上海滩”现场

《双珠联璧闯上海》一书的作者张幸福先生，曾任烟台市副市长，山东航空集团公司党委书记、山东航空股份有限公司董事长。他以笔墨为器，打捞起一段段沉浮于历史长河中的商海往事，聚焦于“张裕葡萄酒”与“烟台啤酒”两大民族品牌在20世纪初共闯上海滩的佳话。

张幸福以近乎考据的严谨态度，挖掘出大量尘封档案，生动再现了那段筚路蓝缕的岁月。面对洋商伺机而伺，两家企业深植家国情怀，巧用营销智慧，在上海这个国际化大都市的竞技场上，为中国品牌书写了浓墨重彩的一笔。

这不仅是市场意义上的成功破局，更是一次中国现代营销的思想启蒙。这些植根于本土、勇于创新的基因，至今读来犹觉深具启示。

智慧交锋，共话“敢闯”精神的当代回响

作为“133年的传奇——中国葡萄酒百年艺术展”的重要组成部分，在《双珠联璧闯上海》新书发布会现场，张幸福分享了《双珠联璧闯上海》的创作历程。他提到，该书创作灵感源于2018年，当时他接触到张裕与烟台啤酒的大量史料，深入研究后被深深触动，决心“为中国的民族工业做点什么”，最终完成了这部凝聚集体智慧的著作。



作者张幸福签名赠书

人物——朱梅与徐望之。

朱梅是中国著名的葡萄酒专家，曾历任烟台啤酒厂厂务主任、烟台啤酒厂技师兼厂长，并同时兼任烟台张裕公司副经理。他以扎实的专业学识，为两个公司奠定了坚实的技术与理论基础；徐望之则曾在兼管张裕与醴泉啤酒（烟台啤酒的前身）期间，对两家公司进行了一系列开创性工作，为日后发展夯实了基础。

“他们是两家企业早期发展中共同的经营者、管理者和骨干核心人物。”正是这些共同的核心人物，使两家企业的联系超越了一般商业伙伴，成为真正意义上的命运共同体。杨平最后表示，新书为百年企业的传承提供了“新的答案”，并期待与张裕在上海“再次携手，再续商业传奇”。

张裕股份公司总经理孙健在发布会上回顾了两家企业的深厚渊源：1936年，在中国银行接管下，张裕与烟台啤酒联手在上海静安寺路20号（原址在今天的南京西路新世界城西端）设立了“驻沪联合发行所”。

彼时，上海《申报》《新闻报》等报纸刊登了两家公司驻沪联合发行所的开幕宣言：“烟台啤酒为唯一国产佳酿，亦即市国民货年之唯一大贡献。张裕陈年白兰地及红白葡萄酒誉满远东，尤为人所爱护。”

孙健表示，《双珠联璧闯上海》新书发布有着深刻的意义——在行业面临深度结构性变革的当下，从历史中汲取当年“闯上海”的智慧，将为

中国葡萄酒市场破局提供至关重要的精神传承与策略启示。

民族品牌走向世界的历史启示

在接受媒体采访时，张幸福认为，作为百年国货代表，张裕带来的重要启示是——“生产者和消费者的情感共鸣”。他提出，市场营销的核心是心与心的沟通，从识心开始，到人心，再到共心。

识心是相互了解，人心是相互欣赏，共心是相互提高，共同进步。作为行业领军企业，不仅要顺应市场需求，而且要引导消费，推动消费升级。

张裕何以能在上海这个国际化竞争异常激烈的市场上立足？张幸福认为，最根本的是对品质的极致追求。

1915年，张裕在巴拿马世博会上一举拿下四枚大金奖。创始人张弼士在庆功会上激动地说：“唐人是了不起的！只要发愤图强，后来居上，祖家的产品都能成为世界名牌。”

百年传承，品质如一。如今，张裕不仅在全球布局13座酒庄、拥有25万亩葡萄基地，旗下产品销往全球80多个国家，还连续在2023年、2024年，两次登上全球权威品牌价值评估机构Brand Finance发布的“全球最强葡萄酒&香槟酒品牌”(World's strongest Wine & Champagne brands)榜单第一位。张裕葡萄酒板块的高端战略品牌——龙谕，在今年3月举办的12国酒王盲品赛中，荣膺“全球酒王之王”。

张幸福将张裕的成功总结为三大核心文化基因：“开放文化”“领先文化”“匠心文化”。

他以张裕白兰地地块的高端战略品牌——可雅举例，可雅不仅以“全球XO盲品冠军”实现产品质量领先，更领衔制定白兰地新国标，以“不加糖”“不加橡木提取液”引领全球白兰地的最高标准，实现“标准领先”，从追随者成长为领跑者。

新书发布会现场，嘉宾们还共同参加了“133年的传奇——中国葡萄酒百年艺术巡回展”启动仪式。

孙健指出，当前，中国葡萄酒行业正面临“普及程度太低”的市场困境中。为此，张裕正积极行动，以“133年的传奇——中国葡萄酒百年艺术巡回展”为契机，推出更能满足中国消费者需求的产品，推动中国葡萄酒文化的普及，让更多的消费者感受到中国葡萄酒的魅力，让中国葡萄酒流行起来。

双城交响：百年“敢闯”精神的时代新章

张裕百年“敢闯”的精神，不仅书写于历史，更践行于当下。10月30日，以“厚道儒商 向新而行”为主题的第四届儒商大会在山东济南举行。

我市启动中心城区老城区和老街区历史资源线索征集

寻找集体记忆

本报讯(YMG全媒体记者 杨健)近日，烟台市住房和城乡建设局发布公告，面向市辖区广大群众征集烟台中心城区老城区老校园、老厂区、老公园、老码头、老租界、重大历史事件发生地等历史风貌集中或凝聚社会公众集体记忆的片区。

记者了解到，线索征集范围包括芝罘区、福山区、莱山区、牟平区、蓬莱区、黄渤海新区、高新区、昆嵛山自然保护区及长岛海洋生态文明综合试验区。要求以历史上的都城、府城、州城、县城所在老城区、老镇区为重点关注范围，以其他具有保护价值的卫所、驿城、寨堡、租界、工矿等区域为补充。

重点征集1911年以前建成的，由老城墙、护城河等围合的城区、卫所、驿城、寨堡以及历史上无城墙但建设集中的商埠、码头等区域。重点调查在城镇形成和发展过程中起到重要作用、历史遗存丰富、历史风貌集中的片区。另外，也包括老城的城池轮廓、历史轴线、街巷肌理，重要空间节点，古树、古桥、古井等历史环境要素。

对于1911年至1949年建成的、体现近代烟台发展历程的区域，重点调查老街巷、老广场、老校园、老厂区、老公园、老码头、老租界、重大历史事件发生地等历史风貌集中或凝聚社会公众集体记忆的片区。

对于1949年至1978年建成的、体现新中国建设成就的区域，重点调查老工业区、老居住区、老港区或凝聚社会公众情感记忆的片区。其他具有特殊政治意义、历史意义、充分体现了烟台当代重要建设成就、反映多元文化融合发展且形成广泛社会共识的区域，也纳入征集范围。

对于1978年以来，体现改革开放和社会主义现代化建设成就的区域，重点调查老商贸区、老厂区、老校区、老港区或凝聚社会公众情感记忆的片区。其他具有特殊政治意义、历史意义、充分体现了烟台当代重要建设成就、反映多元文化融合发展且形成广泛社会共识的区域，也纳入征集范围。

我市第一届教育考试考务规范培训暨技能大比武活动举行

提升教育考试管理水平

本报讯(YMG全媒体记者 庞磊 通讯员 刘颖)为全面提升教育考试管理水平，切实增强组考队伍的专业能力，11月4日—6日，烟台市教育招生考试院组织开展了全市第一届考务规范培训暨技能大比武活动。省教育招生考试院党委委员、副院长张明坤同志出席，各区市教育招生考试机构主任、副主任、考务工作人员，参赛考点学校分管校长、考务负责人，市招考院有关人员等共计百余人参加。

此次大比武活动采取“课件展示+流程模拟+现场提问”的综合评价模式，既全面考查基础业务功底，又有效检验应急处置能力。来自全市14个考点的19

个考点学校代表逐一登台竞技，营造出“以赛促训、以学促干”的浓厚氛围。

活动还安排专家讲座、视频课程等环节，以多样形式和丰富内容引导大家持续精进业务能力、提升综合素质。同时，活动搭建起常态化交流研讨平台，鼓励各考区积极分享心得体会、相互借鉴先进做法，促进组考工作经验互通、成果共享。

下一步，烟台市教育招生考试院将把活动成效转化为提升考务管理精细化水平的实际能力，持续做好组考队伍建设和服务保障工作，为维护教育考试公平公正、推动全市教育高质量发展贡献力量。

大会期间，以“醇香烟台·微醺世界”为主题的烟台市葡萄酒产业推介活动也同步举办。海内外企业家、学者与商界精英齐聚一堂，恰与上海的新书发布会遥相呼应，共同见证张裕的品牌精神跨越时空、历久弥新。

在推介会上，张裕公司董事长周洪江以“踏踏实实做事，功到自然成”这一深入张裕人血脉的价值观为引，从“传承、创新、愿景”三个维度，向与会嘉宾分享了张裕133年的发展历程与未来奋斗目标。

一是传承。自张弼士先生在烟台创办张裕以来，企业始终坚守烟台风土与百年匠心。从1892年开启中国葡萄酒产业化先河，到1899年酿出中国第一瓶葡萄酒，1914年推出中国第一瓶白兰地，张裕的发展始终与烟台的城市发展同频共振。

二是创新。面对新时代的消费变化，张裕以数字化引领企业转型升级，目前已经构建了480万会员用户的精准服务体系。

同时，张裕不断强化产品矩阵与消费场景的创新，不仅形成了“丁洛特”“龙谕”“可雅”等高端产品线，还有年轻化潮饮“长尾猫”“小萄”的完整矩阵，以满足多元消费需求。还通过张裕酒文化博物馆等文旅融合，达成文化价值传承与商业效益增长的双向赋能。

三是愿景。133年来，张裕始终扎根烟台、走向世界。目前，中国人均葡萄酒消费很低，行业有巨大的市场潜力，张裕将坚持“葡萄酒与白兰地双轮驱动”战略，不断擦亮百年金字招牌，携手行业做大做强。

从黄海之滨到泉城济南，从上海滩的商战传奇到全球80多个国家的开拓进取，张裕一杯一杯佳酿，沉淀的是百年匠心，激荡的是敢为人先、不断进取的先锋精神。

文/琦



1936年，张裕酿酒公司与烟台啤酒公司设立驻沪联合发行所(简称“沪联所”)，地址在上海静安寺路20号“新世界”游艺场西首。