

把习近平总书记的殷殷嘱托 全面落实在重庆大地上

推动中国及重庆汽车产业在全球勇立潮头 ——专家为汽车新质生产力发展建言献策

■新重庆-重庆日报记者 白麟

7月31日,以“发展新质生产力·引领汽车新未来”为主题的2025汽车新质生产力发展主论坛在渝举行。本次论坛由新华社、中国检验认证集团等单位联合举办,汇聚了国家部委相关人士、行业顶尖专家学者以及国内主流车企掌门人。与会嘉宾围绕如何以科技创新为引擎,加快培育和发展新质生产力,推动中国及重庆汽车产业迈向全球价值链中高端,展开了深入的交流与思想碰撞。

集中力量突破技术难题 抢占全球创新制高点

第十三届全国政协经济委员会副主任、工业和信息化部原副部长苏波指出,我国新能源汽车产业已形成技术先进、产业链完整的强大生态,其本质就是新质生产力,但领先优势并非高枕无忧。他认为,未来必须要集中力量突破车规级芯片、高安全固态电池、车用操作系统等“卡脖子”技术,同时要前瞻布局车路云一体化协同、人工智能大模型在汽车上的应用等前沿领域,牢牢把握技术迭代的主动权。

对于技术创新的重要性,企业界的代表感同身受。广汽集团执委会委员吴坚详细分享了广汽的实践经验。他表示,广汽构建了从0到1的技术创新,从1到10的平台化延展以及最终技术上车的大“V”字”研发体系。他强调硬件预埋对于软件定义汽车的重要性,“要是没有硬件的预

埋,所有的软件定义汽车都是空话。”

赛力斯集团创始人、董事长张兴海则从用户体验和安全的角度阐述了技术创新的价值。他坚信“安全是最大的豪华”,并介绍了赛力斯首创的“场景定义安全”的智能安全技术体系,目前该体系已覆盖用户用车全流程的190项安全场景需求。

江汽集团控股公司董事长项兴初也认为,汽车行业正处于多技术创新变革与多产业创新阶段,颠覆性创新仍在演进。他强调,企业要坚持“有所为,有所不为”的战略选择,聚焦核心专长。

构建现代化产业生态 推动全链条协同跃迁

发展新质生产力,离不开现代化产业体系支撑。与会嘉宾指出,单打独斗的时代已经过去,构建一个安全、坚韧、高效、融通产业生态,是推动汽车产业转型升级的坚实根基。

对此,苏波认为,要以要素重构推动产业生态跃迁,打造安全韧性的新型供应链体系,重点强化芯片、基础软件等薄弱环节。同时,要深化智能制造与绿色低碳融合,构建覆盖研发、制造、回收利用的全链条绿色体系。“要发挥长安、赛力斯等龙头企业作用,形成大中小企业共生共融的产业生态。”

中国企业改革与发展研究会会长彭华岗从ESG(环境、社会和公司治理)的角度,为产业生态的可持续发展提供了新思路。他指出,随着欧盟电池法案等国际规

则的实施,ESG已从“道德倡导”变为“生存必修课”。然而,当前汽车产业ESG发展面临“碳迷雾笼罩价值链”“风险传导引发系统性脆弱”以及“碎片化管理推高执行成本”等结构性矛盾。

为破解这些难题,彭华岗推荐了由110多家链主企业共同发起的“中国供应商ESG评级平台”。该平台依托统一的《供应商ESG评价指南》标准,实现“一次填报、一次评估、结果共享、多方认可”,旨在穿透供应链风险“黑箱”,赋能中小微企业参与,显著降低全产业链的合规成本。

在企业层面,协同共生的理念已经深入人心。张兴海分享了赛力斯的“产业集成化、集聚化”创新。该公司通过与华为的深度跨界融合,开创了汽车与ICT(信息与通信技术)产业融合的先河。同时,赛力斯还联手宁德时代等世界级供应商,将一级供应商从300家精简到100家。赛力斯超级工厂创新的“厂中厂”模式,使供应链响应时间缩短至20分钟以内。

长安汽车副总裁邓承浩则从品牌协同的角度,阐述了中国长安汽车集团内部的生态逻辑。他表示,中国长安汽车集团旗下的阿维塔、深蓝、长安启源等品牌,相互间的差异化与协同才是最优解。深蓝汽车将定位为“科技运动潮牌”,承担起新央企的销量担当和技术平台担当的责任。

深化高水平开放合作 谋求品牌全球化发展

新质生产力天然具有全球化的内在要

求。中国汽车要从“大”到“强”,必须在全球市场中经风雨、见世面,在开放合作中提升国际竞争力。

中国国际经济交流中心原总经济师陈文玲分析,中国拥有举国体制优势、完整的工业体系、宏大的人力资本、领先的数字化基础设施以及超大规模的内需市场,这些都是参与全球竞争的底气。她还指出,我国制造业的优势产能,如新能源汽车,如果放在全球碳达峰、碳中和的绿色发展大背景下,还远远不能满足需求。“关键是我们如何提高质量,如何成为打不败的汽车产业,而不是在低水平的价格战中内卷。”

企业代表们也纷纷表达了对全球化发展的雄心。邓承浩表示,深蓝汽车作为中国长安“海纳百川”全球化战略的“尖刀兵”,目前已进入全球66个国家和地区,并力争在今年四季度实现海外月销近万台,把“重庆产”的智能电动汽车带到全世界。

项兴初则呼吁政府相关部门牵头制定中国汽车产业的总体出海战略,鼓励和加强出海企业“抱团取暖”。

中国汽车工程研究院股份有限公司总经理刘安民在论坛上发布了《中国汽车产业竞争力评价研究(2025)》报告,报告显示,中国汽车产业在发展环境维度排名全球第一,但在科技创新、产业体系、汽车社会等方面仍有差距。而在智能网联新能源汽车这一细分赛道,中国已处于全球前列,尤其在动力电池和氢燃料电池领域位居第一。这组数据清晰地揭示了国内产业的优势与短板,也印证了发展新质生产力、走高质量发展之路的紧迫性和正确性。

川渝新时代文明实践

改革创新 协同联动 惠民有感 川渝携手打造新时代 文明实践“朋友圈”

■新重庆-重庆日报记者 卞立成 程正龙

“协商共治显团结,川渝毗邻世友好;共制条约齐遵守,文明村风共打造……”万州区余家镇的硝水村文明实践联合服务站里,一座“川渝乡约”纪念奖杯格外亮眼。奖杯的另一边,是该村村民与四川达州市开江县长岭镇山溪口村、达州市开江县广福镇兰草沟村村民们共同制定的联合《村规民约》。

一年多来,三村按《村规民约》调解跨区域问题14个。这是协同打造川渝新时代文明实践“一廊四带”的一个缩影。

资源共享 汇聚协同合力

打破壁垒、各展所长、优势互补,汇聚新时代文明实践跨区域协同的强大力量。

聚焦红色文化资源保护利用,川东北渝东北新时代文明实践带整合活用两地红色资源,联合开发红色旅游、研学精品线路,万州区、开州区、梁平区、城口县与四川省达州市联合开展“百课齐讲、千屏共亮、万人同唱”爱国行系列活动,持续激发广大党员干部群众爱党爱国爱社会主义热情。

川东北渝北新时代文明实践带联合推出红岩文化感悟之旅、寻踪之旅、探寻之旅3条精品研学线路,定期联合开展思政教师培训,举办思政公开课大赛,共建思政教育基地。

川中渝西新时代文明实践带联合策划“走进巴蜀文明”研学路线、非遗传承体验等活动,建立遂潼红色景区联盟,联合高校、企业开发“红色溯源”系列文创。川渝还协同开展石窟文化遗产保护活动,共同守护石刻艺术。

川南渝西新时代文明实践带精心策划《奋进力量——江津人的家国情怀》专题展览,先后编排《赤水河上的密电码》等剧目200余个,展演1100余场次,覆盖师生100万余人次。精选10个示范案例,在川渝未成年人民思想道德建设跨区域合作活动中巡演展演,让川渝毗邻地区青少年赓续红色血脉、坚定价值追求。

阵地共建 相向融合发展

近年来,一体共建的川渝文明实践阵地串点成线、连线成面,在川渝毗邻地区遍地开花。

打通线下阵地。川渝聚焦毗邻地区共建一批文明实践广场、新风礼堂、主题公园等具备综合功能的文明实践阵地100余个,共建文明实践综合体34个,推行川渝阅读“一卡通”,实现两地129家公共图书馆馆借通还,助推文明实践阵地建设融合发展。

联通网上平台。川渝立足现有数字化应用平台,打通数据壁垒,实施群众“点单”、中心“派单”、志愿队伍“接单”、群众“评单”的“四单”运行机制,跨区域开展文明实践志愿服务,精准服务群众点单需求。志愿服务时长跨区域互认,实现活动发布、供需对接、成果展示、经验交流线上互通,构建文明实践跨区域融合新场景。

融通社会力量。川渝聚焦重点领域,协调多个部门,在阵地建设、项目打造、活动开展、资金扶持等方面给予政策支持,持续扩大川渝文明实践共建“朋友圈”。

队伍共育 夯实人才基础

推进川渝新时代文明实践带动高质量发展,加强队伍建设是重要抓手。

功以才成,业由才广。川渝统筹党政宣讲团、高校、智库等专业宣讲力量,以及百姓名嘴、乡贤名人、“川渝好人”等民间宣讲力量,跨区域组建“川渝共上一堂党课”“行走川渝的思政课”名师工作室等基层宣讲队伍,引导毗邻区县5万多名党员干部和群众志愿者踊跃参与。依托毗邻地区文明实践阵地,川渝积极开展“川渝干部政德研学”“党的声音进万家”等宣讲活动2万余场次,用“大白话”向群众宣讲党的创新理论和方针政策,“理响巴蜀”“理响重庆”等宣讲品牌“声”入人心。

聚焦理论宣讲、服务经济发展、生态环境保护、文化旅游等重点领域,川渝联合组建“共护一江水”“河小青”等志愿服务队伍2000余支,参与志愿服务人数达50余万人,开展文明实践志愿服务活动达10万余场次。

此外,川渝还联合组建移风易俗劝导队,开展跨区域“无事酒”联合整治。如川中渝西新时代文明实践带联合组建移风易俗劝导队12支,成功劝导大操大办等陋习行为130余件。

活动共办 让品牌亮起来

群众在哪里,文明实践就延伸到哪里。围绕群众急难愁盼,一批因地制宜、富有特色的共建品牌正在川渝生根发芽。

聚焦服务基层社会治理,两地推进自治、法治、德治相结合,共同调解跨区域民间矛盾,联动解决社会问题,堵塞毗邻地区社会治理的漏洞和盲区。川渝高竹新区建立社会治理共管机制,成立跨省域人民调解委员会,化解劳资纠纷400余次,调解成功率100%,实现零上访。

在各方的共同努力下,川渝实现“飞地”互助。如合川区与四川省广安市武胜县部分接壤乡镇存在多个“飞地村(组)”,推动实现基础设施共建共享、产业发展协同推进,边界纠纷共同协商,让居民享受到便捷的交通、完善的基础设施和丰富的文化生活。

此外,川渝还经常跨区域开展群众性文化活动,联合打造“成渝地·巴蜀情”群众文化品牌,常态化开展“我们的节日”“村BA”“川渝村晚”等群众性文化活动,推出微短剧、情景剧、微电影等数百个特色文化节目。

目前,川渝已先后发布文明实践共建特色品牌12个,未来还将聚焦改革创新、协同联动、惠民有感,推出更多具有川渝辨识度、全国影响力的文明实践共建案例,为推动成渝地区双城经济圈建设高质量发展提供强大精神力量。



蹲点点位:巫山县三溪乡汇集电站
蹲点记者:唐琴

7月24日早晨8点左右,太阳光斜斜地照进巫山县三溪汇集电站,阵阵山风拂面而来,检修员廖富鹏和搭档穿好蓝色工装,戴好安全帽,准备开启每月一次的塔线例行巡检。

距离电站大约7公里、海拔1700米的山脊上,三峡能源重庆巫山大风口60兆瓦风电项目已在5月投运,8台6.25兆瓦和2台5兆瓦风电机组叶片正日夜不停地转动。不过,想要把这源源不断的清洁电力送进千家万户,首先得把风电机组发出的电输送到电站进行升压。由此,项目组沿着海拔落差约500米的山坡修建了68基铁塔,串联起2条共16公里的集电线路,将电流汇集到220kV升压站,然后并入巫山主电网。

当天,廖富鹏和搭档就要对其中一条约7公里、含31基铁塔的线路进行巡检。廖富鹏和搭档戴上望远镜和红外线成像仪,背着背包出了门。背包里装了些饼干、面包、矿泉水等食品,以及防蛇喷雾等野外常备用具。“巡检7公里路线需要一整天,中途无法回到电站吃饭,只能在野外就地解决。”廖富鹏笑着解释。

从电站出来,走过大约几百米的山路,第一座铁塔就近在眼前。廖富鹏一个大跨步,从山间小路穿进树木丛生的山林,径直来到铁塔下方,拿出望远镜仔细“侦查”。

“我们要看铁塔上方是否有鸟窝等,鸟窝会招引蛇来觅食,而蛇也是导体,可能会导致线路跳闸,影响风电机组运行。”廖富鹏告诉记者,此外,他们还要观察导线是否

■新重庆-重庆日报记者 栗园园

7月31日早上10时许,石柱县桥头镇田畈村1700亩梨园里,一场1个月前约定好的直播带货正在进行中。

“我这次不收任何费用,只是被曾支书感动了,希望能帮村民把梨子卖出去。”“这里海拔900多米,好山好水,种出来的梨子脆甜多汁,希望大家多多支持!”……

镜头前,江津“乡土网红”周鸿一身白衣,胸前戴着党员徽章,不断地“吆喝”。1个多小时的直播,周鸿卖出100件、近1000斤田畈翠冠梨。

一位江津的“主播”怎么来到石柱田畈村直播带货?事情要从本报的一篇报道说起。

6月25日,本报“党报记者一线蹲点”采访小组在田畈村采访时了解到,该村翠

“风”起巫山 守护万家灯火的“两抹蓝”



七月二十四日,巫山县三溪乡六号风机电塔筒,工作人员在进行巡检。

存在松股、散股的情况,避免电线短路。

廖富鹏的搭档,此时正拿着红外成像仪检查铁塔导线接头的温度是否正常,同时观察铁塔螺栓是否松动、金具是否损坏等。

“一切正常!”大约15分钟后,廖富鹏在笔记本上做好记录,朝着第二座铁塔行进。

这时候,地表温度已超过40℃,廖富鹏和搭档衣服的后背已经湿透,额头上豆大的汗珠也顺着脸颊往下滴。廖富鹏从背包里摸出毛巾,擦了一把脸,“林子里密不透风,走到小路上擦个汗,山风一吹,就凉快了。”

稍作休息后,两人又继续前进。这段

7公里的巡检之路,有30%的路程几乎是原始山林,“在林子里行走,最要小心的是那些不起眼但带刺、带毒的藤蔓,还有脚下的蛇虫。”廖富鹏说。

上午11点左右,在结束第四个铁塔的巡检后,廖富鹏拒绝了记者继续同行的要求——前面有一段路程需要攀爬山岩陡坡,非专业人士风险太大。

挥手道别之后,这“两抹蓝色”在山间小路上越走越远,不一会儿就钻进树林消失不见了。

据介绍,巫山县三溪山山脊之上,风能

石柱田畈村上百万斤梨子滞销,本报报道引关注——

江津网红免费直播卖出近千斤脆梨

冠梨今年产量预计将达到150万斤,约在7月20日上市,但有上百万斤梨子还没有找到销路。村支书曾瑞华急得寝食难安,在接受采访时还掉下了眼泪。随后,本报于6月27日刊发了报道《翠冠梨丰产,上百万斤果子找销路》,并很快在网上引发关注,周鸿就是其中之一。

周鸿是农产品电商销售达人,6月28日,她带着江津多位“乡土网红”,在自己的抖音账号“鸿姐土货”上发布视频,向曾瑞华喊话:“曾支书,你不要着急,等你的翠冠梨上市的时候,我们石柱相聚!”

7月30日,田畈村的梨子已经成熟,

当天晚上,周鸿如约来到田畈村。

7月31日一早,周鸿就赶到了田畈村的果园。经过曾瑞华的介绍,周鸿对田畈梨的情况有了基本了解:原生态、无污染、品质好。临近10点钟,直播正式开始。1个多小时里,周鸿向网友讲述了曾瑞华带领村民发展梨子产业的艰辛,随后她进入果园全方位展示田畈梨的优良品质,并在镜头前试吃。

“今天我们把梨子卖到了山东、江苏、天津、广州等地区。”周鸿说,但她也发现了问题:“这里电商才开始起步,备货、发货都跟不上,如果我的‘乡土网红’朋友

都来了,订单一下子多起来,发货根本来不及。我准备先看看消费者的反馈,再根据情况将田畈梨销售链接挂在我的直播间。”

周鸿还准备在桥头镇开一堂分享会,让村干部掌握电商带货的基本技巧。“其实这7个村都有自己的特色资源,如果能够培养一批人来‘带货’,就能解决一部分农产品销售问题。”周鸿说。

周鸿表示,接下来她的“乡土网红”朋友也会来到田畈村,除了直播带货外,她们还计划拍几条短视频,给田畈梨做宣传。