

忠阳车评

双管齐下为新能源汽车减重

近日,工信部公布第407批《道路机动车辆生产企业及产品公告》,某品牌首款MPV车型完成申报,总质量高达3.8吨,超过部分轻型货车。公告一出,新能源汽车“体重暴涨”话题引发热议。

事实上,市场上还有不少在售大型SUV和MPV“超重”。根据机动车上险数据统计,今年前4个月,我国新能源乘用车平均整备质量达1939.3公斤,较2020年增长27.5%,行业“肥胖”化趋势明显。

新能源汽车集体“超重”并非偶然,背后是市场需求、技术发展等多因素叠加的结果。首先冲击的是续航焦虑催生的“堆电池”逻辑。电池包成为整车最大的重量来源。全固态电池技术尚未获得有效突破之前,若要实现700公里至1000公里续航,电池容量需达100千瓦时至150千瓦时,重量高达600公斤至800公斤。更糟糕的是,这种“水多加面、面多加水”的恶性循环正在形成——电池越重,能耗越高,为维持续航又需更大电池。在充换电设施越来越普及的当下,如此“继续论证”备受争议。

与此同时,随着智能化变革加速推进,智能辅助驾驶系统、智能座舱、多传感器融合等配置功能不断叠加,车辆在感知、计算

和通信等方面能力持续提升,又带来约50公斤的新增重量。而为了满足更高等级碰撞安全、防护性能和用户舒适性需求,部分车型在车身结构、隔音材料和底盘系统等方面进行强化,重量亦随之增加。此外,“冰箱、彩电、大沙发”等舒适配置的堆砌,加上“以大为美”的消费心理推波助澜,让这场“增重竞赛”愈演愈烈。

客观来看,当前车辆大型化和配置高端化,符合消费升级趋势,不仅能更好地满足中高端消费需求,也能提升车企产品竞争力和附加值。但整车重量持续增加,也会带来新的问题。一方面,车身重量越大,行驶时惯性越强,会影响车辆在突发状况下的避险能力,增加行车安全隐患;另一方面,增加的重量需更多能量来驱动,过度增重有悖节能减排、绿色低碳的产业发展初衷。

“有一种痛苦叫邻居买大车”登上社交媒体热搜榜,从另一个侧面凸显了车辆尺寸增加带来的停车难题。同时,过重的车辆也会增加对道路、桥梁等的损耗,推高基建养护成本。有业内人士测算,车重每增加20%,对路面的破坏将提升2.07倍,值得警惕。

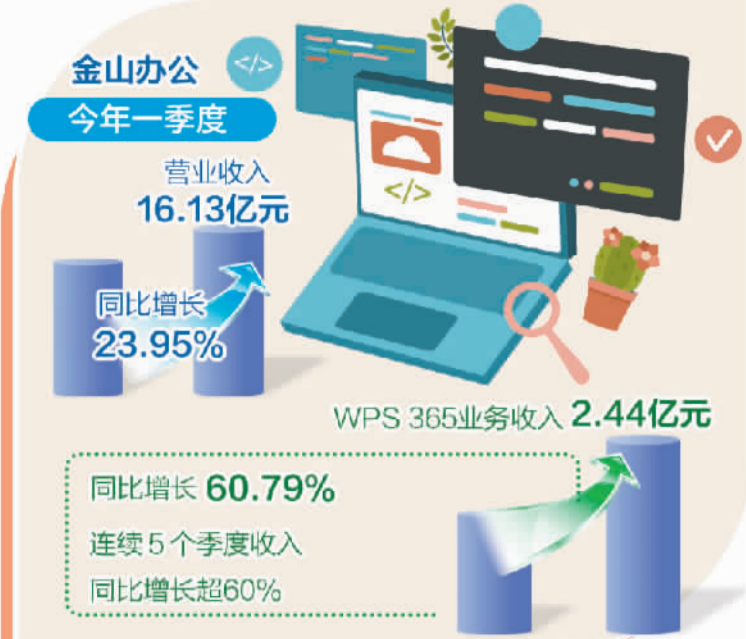
当前,我国新能源汽车产业正处于规模扩张转向提质增效关键阶段。如何把握市场需求和技术变革带来的新变化,同时规避盲目“堆电池、堆配置、做大增重”的产品不良倾向,成为行业亟待破解的难题。

“大”不等于“好”,“重”不意味着“优”。虽然车辆大型化趋势有着市场偏好与产业支撑逻辑,但新能源汽车发展不能偏离绿色、安全理念。出行需求日趋多元,各地路况与用车场景千差万别,这决定了汽车产业发展并非只有“做大增重”一条路。车企应根据市场多元化需求,在安全、续航、舒适和资源承载力之间寻找不同产品最优解,让各类车型各展所长、各美其美。

技术创新是推动新能源汽车产业高质量发展的根本,也是实现产品减重的关键。行业企业要围绕整车轻量化、电驱系统效率、高能量密度电池及热管理技术等方向,结合材料科学、制造工艺和结构设计等领域,寻求创新突破,实现能效水平跃升。同时,通过系统集成优化,减少不必要的冗余配置等。真正的高端产品,从来不是电池和物料简单堆叠,而是更优质的使用和服务体验——谁每千瓦时电能跑得更

远,谁的材料配比更优,谁的系统集成更巧,才能构筑真正的“护城河”。

新能源汽车减重,也离不开完善的政策与标准体系保驾护航。今年年初,《电动汽车能量消耗限值第1部分:乘用车》国家标准实施,这是全球首个针对电动汽车电耗限值强制性标准。该标准通过更严格且系统的指标设计,迫使车企加快产品技术升级、限制能耗水平。更具可行性的路径是,采用“车重与能效双挂钩”的阶梯式考核机制。通过经济杠杆绑定轻量化技术,倒逼行业跳出“堆料”思维,摆脱“增重”泥潭,推动大车“轻装上路”,为消费者带来更经济、更可靠的绿色出行体验。



广东省中山市一间基层办公室里,人工智能正在改变传统办公的运行逻辑。“以前写一份政策类公文,往往要翻找大量文件、比格式、反复校核。现在输入需求后,系统会自动匹配政策依据、生成初稿并完成排版校对,半小时左右就能形成一篇比较成熟的文稿。”中山市东区街道公共服务办公室刘艳婷说。

这一变化源于北京金山办公软件股份有限公司推出的WPS 365。如今,中山市有3.4万名公务人员配置该系统,依托60万份政策文件构建起智能知识库。人工智能不再只是简单的“聊天工具”,而是成为能理解场景、参与流程、协同工作的“数字同事”。

近年来,伴随大模型技术快速演进,AI产业竞争从“谁更会回答问题”转向“谁更能解决实际问题”。在这一轮产业变革中,金山办公将“AI、协作、国际化”确立为核心战略,推动办公软件从传统工具向智能协同平台升级。

长期以来,企业大量核心知识散落在文档、会议纪要、邮件、表格等非结构化数据中,难以调用。围绕这一痛点,金山办公将文档、协作与AI三大能力打通,通过WPS 365将本地文档一键切换为在线协作文档,协作完成后恢复为本地文档,并可以边写文档边沟通、开会,在各类工具中直接调用内置的AI能力,一个界面内即可完成所有工作流。此外,WPS 365采用知识增强生成(KAG)构建企业智能知识库,让AI能够基于真实业务知识开展推理与执行。

“企业真正需要的,不只是会聊天的大模型应用,而是能够进入业务流程、理解组织知识、遵守权限体系的智能体。”金山办公副总裁王冬说。

目前,金山办公AI协同办公产品已在多个行业加速落地。在制造业,一些企业通过WPS 365激活全域制造数据,将海量文档转化为可复用知识资产,推动AI从内容生成工具升级为“懂组织、懂业务”的智能伙伴;金融行业同样成为AI协同办公的重要应用场景,借助智能知识门户,信息获取方式正从“人找数据”转向“数据找人”。

随着AI融入企业业务流程,各类组织对安全与私有化部署的需求也快速增长。今年4月,金山办公发布协同办公行业首个私有化AI办公解决方案——WPS 365轻舟AI。与传统私有化AI方案依赖大量GPU和复杂部署不同,轻舟AI通过架构优化,将原本需要一间机房运行的AI能力压缩至一台普通CPU服务器。

与此同时,金山办公也在尝试构建未来办公生态,将WPS 365升级为全球一站式AI协同办公平台,并提出“数字员工”理念。“未来的协同办公软件是数字员工的载体。”金山办公CEO章庆元说,员工在工作中创造知识,WPS 365基于这些知识构建数字员工,数字员工再参与企业业务流程,进一步反哺员工与组织,形成持续进化的人机协同循环。

从单一文档工具到协同办公平台,再到AI驱动的组织操作系统,办公软件正在从“提升个人效率”转向“重塑组织运行方式”。“谁能率先完成‘AI+组织协同’的闭环,谁就更有可能在下一代办公生态竞争中占据主动。”章庆元说。

本版编辑 刘佳美 编夏祎

新疆果业集团深耕全产业链——

锚定主业促进林果增值

本报记者 乔文汇

提到新疆,人们总会想到葡萄、红枣、核桃、苹果、香梨等特色林果。当地发挥“瓜果之乡”优势,将林果业打造成全区覆盖最广、惠及人口最多的特色优势产业。在这一过程中,新疆果业集团有限公司持续深耕农产品全产业链,累计购销农产品超千万吨,带动逾百万人增收。

面对林果产业从产量为王到品质为王、从深耕国内到走向国际、从鲜果独大到全果利用等变化,新疆果业集团主动转型,致力于做新疆林果价值“放大器”。最近两年,我们压减管理层级,通过聚焦主业、擦亮品牌、科技兴果等,培育新利润增长点,促进林果增值。“新疆果业集团有限公司党委书记、董事长朱士强说。

培育优势品牌

秉持“让新疆特产走得远、口碑好、价值高”的理念,新疆果业集团发挥从原料收购、精深加工到市场销售的全产业链优势,以“培育龙头、打造品牌、发挥优势、带动发展”为战略导向,推动品牌建设接连迈上新台阶。

“好产品需要好品牌,好品牌能撑起好收益。”朱士强说,品牌口碑的树立、市场形象的塑造,从来不是靠多元扩张盲目造势,唯有锚定主责主业,把新疆特色林果资源开发好,持续沉淀品牌底蕴,方能筑牢品牌优势,让品牌成色越擦越亮。

培育优质品牌,产品质量是核心。记者在新疆果业集团旗下新疆阿克苏果业有限公司看到,红枣至少经过6遍水洗,再经烘烤、散热、烘干等工序后,才能进入包装环节。“我们从源头把控质量,将严格的质量管控体系贯穿生产、加工、销售全过程,尽量保持原汁原味。”新疆阿克苏果业有限公司党支部书记、执行董事陈兴说,公司发挥集收购、销售、加工、仓储冷链于一体的优势,对红枣、核桃和苹果等优势农产品就地处理和加工,原料质量可控,加工过程可控,产品品质可控,让果品质量从林间延伸到车间和市场终端。

数据显示,新疆果业集团旗下“西域果园”“雪莲山”品牌价值2025年分别达到10.45亿元、5.36亿元,品牌影响力持续扩大。在优质品牌拉动下,集团巩固国内市场的同时,出口业务也实现跨越式增长,销售额从2024年的928万元增至2025年的1.7亿元。

为持续讲好品牌故事,新疆果业集团今年计划打造新疆特色农产品文化馆,进一步细化中高端市场品牌渗透度,打造2个至3个具备市场辨识度的中高端单品品牌;发布新疆果业全新视觉系统,加大品牌推广宣传力度。

完善冷链物流

可靠可控的冷链物流,能够有效保证农林产品新鲜度、冷冻产品质量,减少运输损失,这对农产品加工企业十分重要。然而,冷链物流“断链”情况时有发生。“针对这一问题,我们积极推进智慧化冷链物流



新疆果业集团
累计购销农产品
超千万吨
带动逾百万人
增收

新疆果业集团所属企业收购核桃现场。王咏梅摄(中经视觉)

体系建设。”新疆果业集团副总经理孔治国告诉记者,集团引入数智化管理系统,搭建冷链物流综合供应链服务平台,库存周转率、温湿度波动、设备运行状态等实时可视,一目了然。

随着新疆果业集团在阿克苏、吐鲁番、和田、喀什等地布局收购、生产、加工基地,并不断拓宽社区超市、乡镇门店、社区连锁、电子商务等销售渠道,对冷链物流的需求越来越高。与此同时,集团冷链车队在专业调度、车队管理成本管控等方面的能力短板日益凸显,难以有效匹配业务承载需求。

“集团正在遴选具备专业能力、成熟经验及规范管理体系的冷链物流运营企业,合作承担冷链物流车队全流程运营管理工作。”孔治国说,集团努力构建高效、稳定、安全的冷链物流服务体系,让特色果蔬产品新鲜、安全、顺利出疆,提升市场价值。

着眼于解决从田间地头到储藏冷库之间的冷链运输短板,新疆果业集团联合多家企业完成重载无人机低空冷链运输飞行测试。新疆吐鲁番果业有限公司总经理张世雄介绍,无人机运输可将传统汽车所需的40分钟运输时间缩短为5分钟左右,最大程度保持果品新鲜。

立足冷链物流不断完善,新疆果业集团成立了电商公司,运营“新疆果业甄选商城”,汇聚770余款产品。集团还牵头成立新疆直播电商协会,携手各成员单位,共同创新发展模式。

“新疆直播电商协会聚焦本土主播培育、产业基地打造、品牌推广、跨境拓展等核心领域,助力新疆特色农产品、文旅资源通过直播电商走向全国、走向世界,让直播电商真正成为新疆乡村振兴、产业升级、对外开放的数字新引擎。”新疆果业集团党委副书记、总经理,新疆直播电商协会会长梁超说。

拓展国际市场

2025年,新疆果业集团部分产品开辟了新加坡、马来西亚、越南鲜果出口渠道;“天山号”乌鲁木齐—迪拜果蔬航线开通;和田地区的核桃“乘坐”专列经阿拉山口出境,运抵哈萨克斯坦……新疆果业集团积极拓展国际贸易业务,国际市场布局更加多元,对外贸易销售额大幅增长,“出海”步伐不断加快。

瞄准国际市场,新疆果业集团频频亮相各类展会,提升知名度。在广州举办的第五届中国新疆特色林果产品博览会上,新疆果业集团积极开展品牌和产品推介,并与南光物流有限公司签署农产品贸易合作意向书。双方发挥各自优势,推动新疆林果产品进入粤港澳大湾区、共建大宗农产品进出口通道。“南光物流与新疆果业携手可谓优势互补,可提供涵盖跨境运输、报关、仓储、配送、保险等一站式物流供应链服务。”南光物流有限公司董事长张清说。

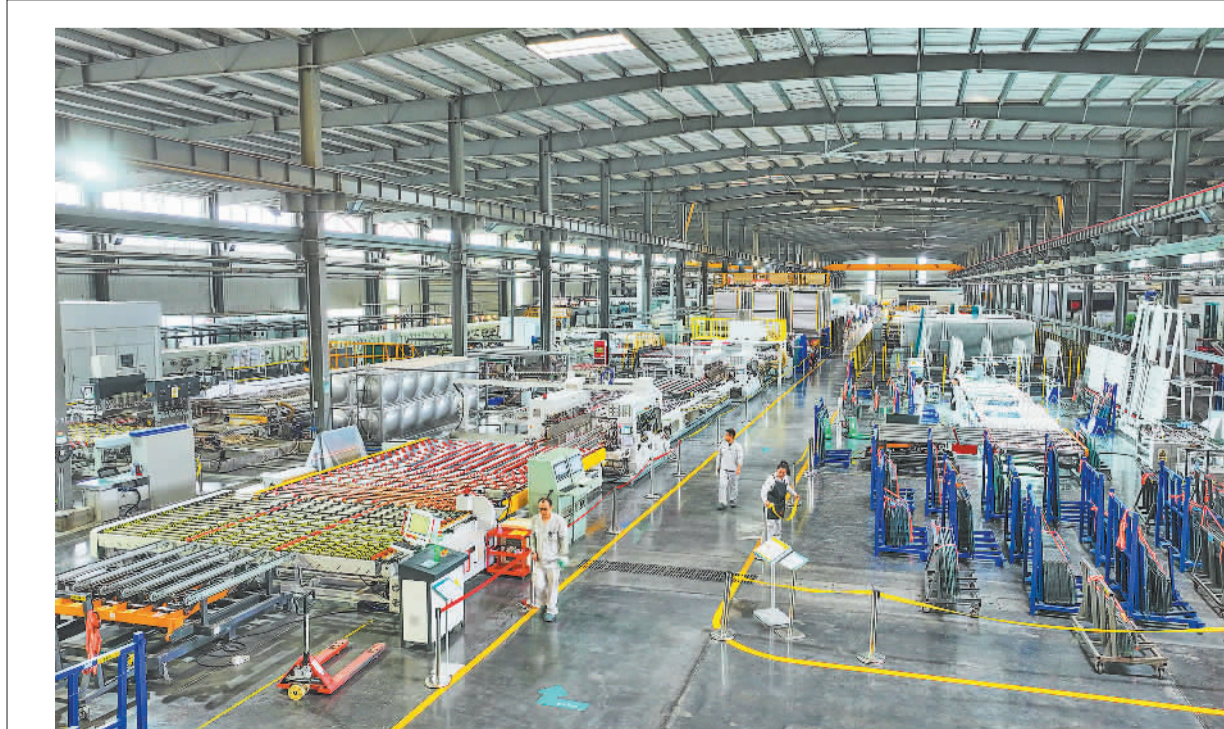
同时,新疆果业集团积极开通果蔬航线、铁路专列,构建通江达海的出口网络。2025年8月,随着一架满载新疆特色农产品的“天山号”国际货运航班从乌鲁木齐腾空而起,直飞阿联酋迪拜,新疆果业集团首条至中东的果蔬航空货运专线正式开通,中阿农业合作迎来“空中丝绸之路”新通道。

“依托高效航空物流,新疆果蔬可快速直达中东市场,实现‘新疆采摘,迪拜上架’,让中东消费者第一时间品尝到‘新疆味道’。”朱士强告诉记者,新疆果业集团构建起一条从源头到终端的可控、高效、保鲜的供应链条,将不断深化与中亚、中东国家企业的物流协作,推动疆果“出海”。

此外,新疆果业集团加大与疆外企业合作力度,合力开拓当地市场,并以合

作企业所在省份为支点,拓展外销渠道。2025年11月,“新疆果业云南运营中心”在大理揭牌,以此为契机,新疆果业集团推动新疆、云南两地果蔬资源互通,实现新疆优质果品直供云南,并以大理为战略支点,构建辐射南亚、东南亚的新通道。

今年,新疆果业集团借助链主资源优势,加快完善疆外销售网络体系建设,稳定线上线下零售和大宗农产品贸易基本盘;立足核心产品,深耕中亚、西亚、东南亚、中东、欧洲等重点市场,拓展进出口品类,力争外贸进出口额同比增加30%。



洛阳兰迪钛金属真空玻璃有限公司智慧工厂内,一块块真空玻璃有序下线。近年来,公司持续深耕真空玻璃技术研发与智能生产领域,构建起标准化、智能化、绿色化的全流程生产体系。倪睿摄(中经视觉)

办公

本报记者

喻剑

数字