



# 第五届中国国际进口博览会



探馆医疗器械及医药保健展区——

## 首秀云集展示未来医疗

本报记者 吴佳佳 孙昌岳

党的二十大强调，中国坚持对外开放的基本国策，推进高水平对外开放。作为党的二十大胜利闭幕后我国举办的首场重大国际展会，如约而至的进博会，越来越大的中国市场，成为外界观察中国在新征程上高水平对外开放决心的重要窗口。

从进博会看

今年的医疗器械及医药保健展区凭借史上最强大阵容“出圈”。从第一届的1个馆扩展至今年的3个馆，医疗器械及医药保健展区吸引了超过33个国家和地区的350多家企业，其中有70多家属于世界500强企业及行业龙头，被称为是五届进博会医药领域“行业集聚度最高、企业代表性最强”的一次展示。众多参展商聚焦国家大健康领域重点产业规划和日益多元的市场需求，展示国际前沿技术、先进理念，期待借力进博会“加速度”推动医药创新，驱动企业高质量发展。

松治疗单抗药物、为儿童罕见癫痫综合征患者带来新希望的芬氟拉明口服溶液等。受新冠肺炎疫情影响，抗新冠创新产品成为参展商重点推介的内容之一。在阿斯利康公司的展位，可以用于新冠病毒暴露前预防的中和抗体药物Evusheld首次亮相。在赛默飞公司展位，一台“戴帽子”的采样器向观众展示检测空气中新冠病毒、甲型流感病毒、乙型流感病毒等的工作过程。使用该采样器30分钟就能得到结果，而传统实验室通常需要至少4个小时。

者。”拜耳集团处方药事业部全球执行副总裁兼中国区总裁周晓兰说。

不仅是展品变商品，进博会的溢出效应还让展商变投资商，深耕中国大市场。美敦力公司在本届进博会上展出了过去4年的9项成果。“参加进博会的5年，也是美敦力在中国高速发展的5年，这坚定了我们对中国市场的信心和从展商转变为投资者的决心。”美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇韶介绍。与进博会携手同行5年，诺和诺德也频频在华进行大手笔投资，2019年至2021年，对天津工厂投资超过5亿元，今年又投资5亿元在天津工厂建设新的高架立体仓库。

新产品，开展创新合作’的道路上更进一步。”叶天成说。

像爱德华生命科学一样通过进博会做大“朋友圈”共享发展机遇的跨国企业还有不少。本届进博会期间，默克公司与北京市医保局举行了“默克在京进口业务战略合作备忘录”签约仪式。“中国是默克重要的战略市场，在本届进博会上，默克将与各方达成多项合作共识，加速推动创新、助力共建生态圈。”默克中国医药健康董事总经理张巍表示。全球最大的仿制药企业之一梯瓦制药今年首次亮相进博会，进行了多款明星产品的首发和首展。“进博会是一个促进国际采购、人文交流、开放合作的平台，希望借助进博会首发首展的优势，加速引进优质药品，满足更多中国患者的临床需求。”梯瓦公司大中华区总经理黄迪仁说。

如何看待中国市场？带着这个问题，经济日报记者在进博会上采访了多位外资企业负责人。从大家的同题共答中，我们可以感受到更强的信心，感受到“中国市场、世界机遇、共享未来”的前景，感受到中国着力培育和壮大新动能、以自身发展为世界创造更多机遇的不懈努力。

空客中国CEO、空客全球执行副总裁徐岗表示，中国是航空产业尤其是民机产业的全球最大市场，在全球单一别国市场中，中国目前也是空客的最大市场。“我们在中国市场上的民用客机已超2000架，占我们全球产能的20%。未来20年，我们相信中国将依然是全球最重要的商用飞机大市场。”

“我们发现了很多新机遇，例如在碳达峰碳中和目标的指引下，中国的大中小企业积极探索绿色转型，我们研究并把握这一趋势，在进博会开展首日就与中石化集团签署了合作谅解备忘录。”蒂森克虏伯中国技术研发及可持续发展负责人田昊说，蒂森克虏伯今年首次以集团形式，携6大业务板块参加进博会，希望能够全面展示其在风电、绿氢、钢铁、化工、水泥、交通等碳中和价值链中的创新技术与应用，与中国市场开展深入交流。

“在面临新冠肺炎疫情挑战形势下，中国政府仍然能给我们企业提供相对稳定的供应链，并保障了供应链安全，大家意识到，只有合作才是保持经济稳定增长的有效途径。”欧亚资源集团中国区总裁王蕴说。

近年来，尽管受疫情影响，中国扩大开放的步伐仍在加快，市场前景不可限量。中国经济韧性强、潜力足、回旋余地广，长期向好的基本面不会改变。

“越是了解中国市场，越是把我们的经营活动与中国经济发展深度融合，就越会对中国长期的经济发展前景充满信心。”渣打银行（中国）副行长洪军说，中国市场足够大，机遇足够多、韧性也足够强。今年渣打银行带来了升级版的“跨境赋能计划”，希望能够为进出口领域的中小企业降低成本、提高效率、管理汇率风险。

“作为一个布局全球的矿产资源型企业，我们把中国视为最重要的市场，因为这里有新的市场机遇，我们对于未来发展持乐观态度。”王蕴说，该企业主营金属主要有两类，一类是用于传统工业发展的铁矿石等，这在中国具有扎实市场；另一类是新一代金属资源，例如目前在能源转型、动力电池等领域发挥重要作用的钴，在中国持续推动绿色发展的背景下，具有长远市场前景。“希望接下来能够与中国市场进行更广泛、更深入的合作。”

更加开放的市场让世界分享更多中国经济增长红利，进博会正是“开放合作、互利共赢”的窗口与支点。

美而浦中国运营中心总经理晋俊明表示，该公司2018年正式进入中国，2019年就报名参加了第二届进博会，目前已连续参加四届。“现在公司每年的市场增速都非常快，2021年增速逾200%。”

徐岗表示，通过进博会，空客可以与合作伙伴坐下来碰撞思想、相互学习，这有助于公司更好地抓住中国市场需求及合作机遇。“今年我们将与合作伙伴一起，在可持续发展、绿色发展、提高机队运行效率、备件支持等方面开展一系列的签约活动，期待能够进一步深化彼此间的合作关系。”

启航新征程，中国将推动各国各方共享中国市场机遇，共享制度型开放机遇，共享深化国际合作机遇。路就在脚下，光明就在前方。中国有最值得期许的未来，欢迎大家都来看看。

本报记者

高水平对外

郭子源

### 前沿成果集中展示

在科技含量高的医疗器械及医药保健展区，创新成果的展示一直是最重要的内容之一，今年医药新产品、医疗新技术的发布展示数量及质量再创新高，令人目不暇接的“黑科技”让参观者仿佛看到了未来医疗的精彩呈现。

作为展示自身实力的重要方式，“首发首展”已经成为医药企业参展的“标配”。连续五届参展进博会的强生公司今年携近200款创新产品亮相，其中近40款产品为“全球首秀”或“中国首秀”。首次亮相进博会的爱尔康公司展出了尖端眼科手术产品、设备与耗材、数字化体验平台等38项创新成果，其中还包括“中国首秀”的14款产品。优时比公司也展示了多款在研的里程碑式药物，包括全球唯一双重机制骨质疏松

### 展品“解锁”成商品

进博会是加速创新成果引入和落地的“驱动器”和“孵化器”，在参展的跨国药企看来，利用进博会这一平台展示自身实力，不仅可以为企业带来知名度和好口碑，还能为企业打开市场。

在进博效应的助力下，不少企业的展品被“解锁”变为商品。本届进博会上，辉瑞展示了近20款创新产品和医疗解决方案。“近3年来，辉瑞有7款‘中国首秀’的创新产品走下展台成为商品，其中的2款创新产品先后被纳入国家医保目录，我们已经切身感受到了进博会的溢出效应。”辉瑞全球生物制药商业集团中国区总裁彭振科说。第5次参展的拜耳展台面积增加了50%，是第一届进博会的3倍。“我们在这里展示更多健康好物，也期待这些展品借助进博速度尽快变成商品，惠及更多患

### 拓展“朋友圈”促创新

医药医疗领域是全球化程度非常高的行业，利用进博会这一全球贸易开放与流通的桥梁，医药企业纷纷拓展“朋友圈”，结交更多合作伙伴，通过抱团创新来扩大市场。

在爱德华生命科学的展台上，蜂巢状的金属丝包裹着一片浅黄色的薄片，在灯光的照射下闪着鲜亮的色泽——这是中国首个且目前唯一获批上市的球囊扩张式经导管主动脉瓣膜系统。爱德华生命科学大中华区总经理叶天成介绍，2年前，该瓣膜刚刚进入中国市场，得益于进博会强大的溢出效应，它快速被市场所认知，截至目前已成功落地23个省份的70多家机构。“未来，我们将加速在华投资，在实现‘引进创

## 共享健康产业发展机遇

孙昌岳

### 进博会观察

科技含量高、上新速度快，是每年进博会医疗器械及医药保健展区的一大看点。在这里，众多“全球首发”“中国首展”令人目不暇接，跨国企业争相亮出看家本领，为中国和世界人民健康带来福音。

在新冠肺炎疫情的影响下，全球大健康理念进一步增强。党的二十大报告提出，推进健康中国建设，把保障人民健康放在优先发展的战略位置。身处医疗器械及医药保健展区可以看到，无论是手术机器人、核磁共振设备等“大块头”，还是心脏起搏器、射频穿刺导线等“小物件”，都在诠释生命健康的重要意义。从医科达“全球首发”新一代智能全流程自适应放疗平台

Elekta Harmony Pro，到西门子医疗在中国首展“Cios Spin呼吸介入解决方案”，展馆里的一批批健康好物，不仅展现了经济和健康之间的良好互动，也彰显出中国大健康产业蓬勃发展的趋势。

坚定不移地推动高水平开放，让中国成为跨国企业不可忽视的重要市场。数据显示，目前中国医疗器械的市场规模已超过8000亿元；医药市场需求强劲，规模不断扩大，2021年全国7大类医药商品销售总额达26064亿元，稳居全球第二大医药市场。通过进博会，跨国企业能够加速创新成果落地，与中国市场同频共振。一位全球知名医疗企业高管坦言，医疗科技的未来在中国，我们希望成为中国发展的见证者、参与者、贡献者和受益者。

进博会是全球商品和服务交易的重要

平台，更是世界观察中国经济的重要窗口。得益于“内外兼修”的良好营商环境，越来越多参展商成为投资商。可以预见，更加开放包容的中国市场，将进一步推动医疗领域的全球合作，让更多科技成果惠及中国和世界人民。

从首届进博会的试水观望，到连续5年满载而归，实实在在的获得让跨国企业成为进博会的“铁粉”。随着“健康中国”战略深入推进，中国医疗市场潜力将进一步释放。不少正在参展的全球医疗巨头，已经提前签约第六届进博会，用实际行动向中国大市场投出坚定信心票。

施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正：

## 进博会彰显强大平台效应

本报记者 袁勇

今年是施耐德电气连续第5年参展进博会。施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正在接受经济日报采访时表示，进博会的强大平台效应是施耐德电气年年参展的重要原因。

“首先，我们可以高效、直观地在进博会展示创新产品、服务和应用，让更多人了解施耐德电气。其次，进博会是一个优质的交流平台。最后，进博会是一个优质的学习平台。我每年都花时间去看看同行以及其他行业企业的展出，从中学到不少东西。”尹正说。

在进博会，施耐德电气围绕“创新”与“生态”两大主题，以“零碳城市”为概念，展示了众多全球领先的数字化技术、绿色生态及减碳成果，包括端到端绿色供应链建设举措、无锡“灯塔工厂”，以及“未来工厂”等数字化实践。

近年来，施耐德电气深度参与中国市场的数字化转型和低碳发展进程，为众多客户提供了解决方案。尹正认为，数字化转型和低碳发展不是简单地使用软件和硬件，企业要成功转型，需要步步为营，包括理念先行、融入主业、借力技术、伙伴协同。

尹正说：“理念先行，就是企业要站在相应的战略高度，建立相应的文化，从管理层到一

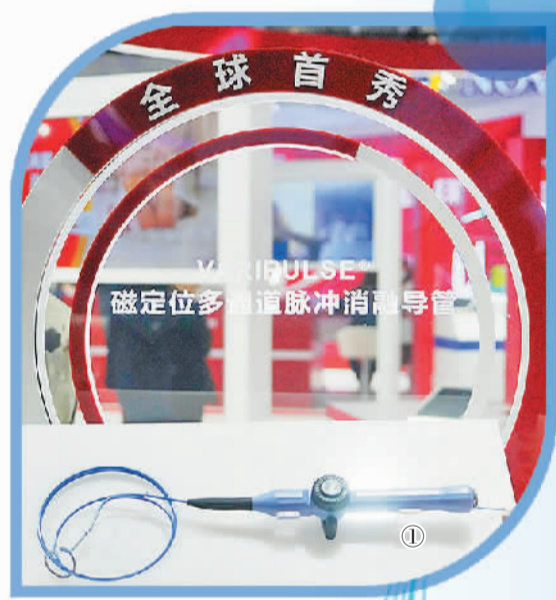
线工人都能参与其中。融入主业，即数字化和低碳转型服务于主业，不能为了转型而转型。借力技术，就是要将已有的技术用好，并不断引入领先的数字化技术，赋能于人，更好地激发员工的积极性和创造力。伙伴协同，即构建生态圈。一家企业的需求很广泛，一个供应商不可能完全解决所有问题，大家应共同打造解决方案。”

多年来，施耐德电气秉持“多中心”战略，不断强化“中国中心”建设，在各大业务板块建立涵盖研发、供应链、合作伙伴等在内的研产销一体化机制，更加贴近中国市场。例如，施耐德电气中国区供应链本土采购率已达到90%以上。同时，“中国中心”充分借助中国的创新和发展，惠及全球。

“中国市场体量庞大，每个地区、每个行业的客户需求差别很大。我们只有建立足够强的本地化能力，才能更好地服务当地客户。”尹正说，“多中心战略也可以帮助施耐德电气更好地聚集人才、使用人才，提升施耐德电气的产品能力。”

相约世界500强

本版编辑 周明阳 仇莉娜 美编 高妍



图① 强生展出“全球首秀”产品。

图② 参观者在观看西门子子公司移动式C臂CT。

图③ 瓦里安展示全球首发“一心多靶”肿瘤放射治疗“超弧刀”。

本报记者 翟天雪摄

