



# 第六届中国国际进口博览会

探馆医疗器械及医药保健展区——

## 展现创新趋势 拥抱健康未来

本报记者 吴佳佳 孙昌岳

在众多展区中，医疗器械及医药保健展区一直备受瞩目。今年，全球十大医疗器械企业、10家世界500强制药企业携手亮相，集中展示前沿技术与健康好物，为中国和世界人民健康带来福音。

在这里，你能看到世界上最轻便的无线双探头超声、能“预测”佩戴者视觉行为的镜片、全球首个获批的生物可降解肩关节球囊、全球首款双腔植入式无导线心脏起搏器系统……进博会的新老朋友诚意满满，一大批全球首发、亚洲首秀、中国首展产品齐聚，印证着中国经济的蓬勃发展和医疗健康水平的不断提升。

坚定不移推进高水平开放，让中国成为各大跨国医疗企业不可忽视的重要市场。数据显示，2022年，中国医疗器械市场规模达9582亿元，近7年复合增速约17.5%，已成为全球第二大医疗器械市场。今天，全世界医疗领域最前沿的科技成果几乎能够同步直达中国。作为历届进博会“网红展品”，复星医药带来的“达芬奇手术机器人”，已经在中国累计服务逾42万名患者。

进博会的6年，是中国医药行业发生深度变革的6年。乘着中国医疗健康事业高质量发展的东风，跨国医疗企业加速推进创新发展，积极构建本土产业链和生态圈。现场不少外企展商表示，进博会这一重要平台见证了医疗领域多年来开放式创新成果的持续落地，也坚定了医疗企业融入中国高质量发展新格局的决心。

得益于进博会强大的“溢出效应”，众多跨国医疗企业不仅实现了“展品变商品，展商变投资商”，更在这一国际平台上完成了“生产商变生态建设者”的转型。一位全球知名医疗企业高管坦言，“以进博会为窗口，我们看到中国市场热度依旧，营商环境不断优化”。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全球合作，让更多科技成果惠及中国和世界人民。

汇天下之物产，促商贸之流通，创科技之新潮。以中国新发展为世界创造新机遇的进博会，正串起双向奔赴的发展合力、奏响合作共赢的华彩乐章。不少正在参展的全球医药巨头已经提前签约第七届进博会，用实际行动向中国市场投出坚定信心票。

孙昌岳

作为进博会企业展的六大展区之一，医疗器械及医药保健展区汇集了全球10大医疗器械企业、10家世界500强制药企业，展示了众多全球首发、亚洲首秀、中国首展产品，不仅描绘出未来医疗的美好图景，也彰显出跨国企业扎根中国市场、惠及中国患者的决心和信心。

### 顶尖产品集中展示

在科技含量高、上新速度快的医疗器械及医药保健展区，知名跨国医药企业带来了各自的顶尖“黑科技”产品，为人们带来了洞见未来、拥抱健康的机会。

在GE医疗的展台前，无线双面探头口袋超声Vscan Air吸引了不少参观者。这款可以装进口袋的超声是世界上最轻便的无线双探头超声，可以拓展到更多临床场景，让医生随时随地对患者进行全身扫描。据介绍，今年进博会，GE医疗带来近30款融合全球资源和中国智慧的创新产品，其中10款为中国首发首展。

爱尔康展台前活动密集，多款全球创新成果集中发布。其中，搭载全球首台可采集患者全眼光学数据的设备InnovEyes Sightmap眼科综合测量仪、可生成3D虚拟全眼模型的Wavelight Plus全光塑技术是全球首发；LuxOR Revalia眼科显微镜是爱尔康在中国推出的首款眼科显微镜……

“中国是爱尔康重要的增长市场。自1995年进入中国市场以来，我们一直稳步增加投资。在进博会这一重量级、开放性平台参展，对于创新产品落地起到了重要的推动作用。”爱尔康中国区总裁柯瑞德说。

### 创新药械加快落地

参展商们习惯把通过进博会推动加速审批、实现“展品变商品”的创新药物称为“进博宝宝”。近年来，每届进博会都有不少“进博宝宝”诞生，进博会已经成为推进创新药械落地的“加速器”和“孵化器”。

连续6年参展的赛诺菲已有多项产品从展品变商品，其中一款“明星产品”达必妥是进博会“溢出效应”的见证者，从获批、上市到医保落地的每一步都体现了“中国速度”。自2018年第一届进博会上“首秀”

后，2019年达必妥就被纳入第二批临床急需境外新药名单；2020年7月，其获批成人中重度特应性皮炎适应症，比计划提前了2年；获批后到供药仅用25天，产品上市5个月后即被纳入国家医保目录。今年进博会前夕，达必妥再次获批新适应症。

诺华展台前的英克司兰钠注射液也是进博会“溢出效应”的典型代表。这款全球首创超长效降血脂针于2021年11月在海外获批后首次亮相进博会，随后，通过“先试先行”等创新举措，相继落地海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区以及粤港澳大湾区，今年8月份在国内正式获批，目前已经在我国多地医院开出处方。

“进博会为推进创新药物上市的整体进程提供了重要助力，已经成为全球头部医药企业链接中国市场的重要渠道。”吉利德科学全球副总裁兼中国区总经理金方介绍，今年是吉利德科学公司第二次参加进博会，公司去年在进博会重点展示的两款创新药物今年成功在国内获批上市，这让吉利德更加坚定了扎根中国市场的想

法。“今年，当吉利德中国提出参加第六届进博会并大幅扩大展合面积的申请时，很快获得了总部的批准，这表明总部对于我们在中国的长期发展充满信心。”

### 本土化布局加速推进

近年来，“本土化”是各大跨国医药企业在华发展的一大关键词。在进博会上可以看到，和以往的投资建厂、本地生产等相比，当下跨国药企加速本土化布局已经深入到创新研发、生产流通等各个方面。

“这是拜耳健康消费品本土化研发创新的重要成果。”11月6日，拜耳健康消费品专门针对中国本土患者推出的达喜复方消化酶胶囊(II)在进博会完成了首秀。拜耳健康消费品首席科学官、全球研发负责人戴维·埃文登·查利斯(David Evendon-Challis)介绍，近年来，公司与本土伙伴不断深化合作，探索更多适合中国消费者的保健解决方案。“中国不仅是我们必须赢得的关键市场，也将成为全球其他市场增长

的催化剂。”查利斯说。

达芬奇手术机器人的六年进博之旅，是外资企业与中国本土医药研发力量融合发展的见证。首届进博会上，复星携达芬奇手术机器人初次亮相。次年，Ion机械臂辅助的导航支气管镜系统入列。2020年单臂手术平台达芬奇SP手术系统亮相。今年，直观复星国产达芬奇Xi系统在进博会期间宣布正式上市，将惠及更多中国医疗机构和患者。

在流通环节上，跨国企业与国内医药商业流通企业合作，共同丰富医疗机构应对疾病的手段，增加患者对创新产品的可及性。阿斯利康、欧加隆、赫力昂、晖致等7家企业在进博会期间与高济健康签订合作协议，共同从药房服务能力建设、供应链数字化升级、安全用药等更多层面探索新型慢病患者管理模式。艾尔建美学旗下科技护肤品牌丝缇珂与国药集团医疗管理有限公司和悠可集团签署战略合作协议，围绕供应链、线上线下渠道扩展等开展合作，加速产品进入消费端。



11月7日，第六届进博会医疗器械及医药保健展区，观众在阿斯利康展台了解该企业研发的一批新药。本报记者 赵晶摄

### 跨国企业说

□ 本报记者 李治国

## 携手各方共促发展

——访住水科技集团大中华区首席执行官陶江

“今年，住水携手旗下四大品牌以‘全·住’以赴，共绘永续新蓝图”为主题参展进博会，进一步深化“可持续发展”理念。”住水科技集团大中华区首席执行官兼住水集团全球高级副总裁陶江在接受记者采访时表示。

陶江表示，进博会作为开放共赢平台，拥有强大的带动效应，通过进博会营造沉浸式的体验氛围，带来的科技新品可以更好地与受众“零距离”接触，加速获得众多粉丝，大大缩短从新品切换到量产产品的周期。

“作为企业，需要及时洞察消费者的喜好，不断提升展品的‘外在美’和‘内在美’。”她表示，进博会的最大特点是“综合展专业办”，参展商、采购商和专业观众来自各行各业，这为住水创造了深入洞察消费者的绝佳机会，能够更好地把握消费者的“脉搏”，打造出受中国消费者喜爱的商品。此外，进博会不仅是高科技、创新产品等的集中“秀场”，还是各方携手合作共促发展的大舞台。今年住水也将积极参加各类政府级企业恳谈会和贸易合作推介会，希望能

借由进博会平台与政府牵手，共谋发展，打造行业新生态。

伴随着进博会的“溢出效应”，住水布局中国市场的步伐也在加快。陶江表示，随着中国市场规模不断扩大和营商环境日益优化，住水见证了“中国家居消费市场”有“其屋”到“优其屋”的转变。同时，住水不断加大对华部署与投资，包括在上海落地并扩大亚太研发中心、设立融合旗下四大品牌的住水体验中心、正式启动运营苏州建材工厂，并将持续助力中国区域升级，为医院、学校等公共区域提供

卫生、健康、可持续的解决方案。

陶江表示，在战略上，住水将继续以消费者的切需求为出发点，从商业模式、创新、数字化三个方向持续发力集团数字化转型项目，将数字化作为企业战略转型的核心驱动力，真正转向以消费者为中心的“全生命周期家装管理”，借由数字化创新进入新的增长跑道。在数字化转型的同时，住水也将继续采取行业生态协同战略，依托多品牌与多品类的综合布局，积极携手酒店、住宅等行业上下游企业，一同绘制可持续发展的新蓝图。



11月7日，GE医疗展台工作人员正在介绍最新一代复合手术室机器人系统。本报记者 赵晶摄

## 进博会热度超预期

本报记者 杨然

第六届进博会展期过半，参展商已收获满满。在11月7日召开的第六届进博会展中新闻通气会上，中国国际进口博览局副局长刘福学介绍，截至目前，进博会已举办60场分专区板块的行业专场对接会，226家参展商、345家采购商参与对接，达成合作意向137项；中央企业交易团、卫生健康委交易团、相关地方交易团共举办85场集中签约活动，达成合作意向近600项。

众多全球首发、亚洲首秀、中国首展的新产品新技术新服务成为本届进博会的焦点。截至目前，新品发布专区内已开展49场发布活动，首发首秀扎堆亮相，新

品发布更加密集。创新孵化专区开启“最具市场潜力奖”评选活动，更加凸显对小微企业的吸引力。

企业展人气十足，六大展区人头攒动，现场洽谈、交流气氛热烈。在首次举办的“跨国企业家巡礼”活动上，来自18个国家近100家跨国企业的160多位高管感受中国大市场的活力与机遇。60多家企业及机构在参展商联盟大会现场签约，提前锁定第七届进博会展位，签约面积超4万平方米。

国家展美美与共，72个参展方精彩纷呈，展台设计各具特点，融合传统文化、民族风情与现代科技，生动展示各国优势产

业和投资环境。中国馆精彩纷呈，既可邂逅上海自贸试验区落实首批对标措施的再制造发动机，也能观赏国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”……

在配套活动方面，截至目前，已举办政策解读、对接签约、投资促进等7大类95场配套活动。联合国工发组织、国际贸易中心等国际组织举办多场国际论坛；科技部、工业和信息化部、商务部、海关总署、市场监管总局等举办政策解读和研究发布类配套活动；北京、上海、辽宁、新疆等近20个省区市举办经贸交流、营商环境推介、产业投资对接等多类型会议活动，

充分发挥促进展会成交、双向投资、产业合作的积极作用。

丰富多彩、各具特色的人文交流活动，为展会现场增加了一抹亮色。本届进博会的人文展示代表性更强，西班牙、马来西亚、韩国、新西兰、斐济等国家以及国内省市区和港澳地区等积极参与；参展单位738家，展示面积3万平方米，参与国别、省市区及展合数量均创新高。截至目前，已举办83场人文交流展示活动，中外演出团体汇聚“四叶草”中心广场，已精心呈现48场文化公益演出节目，助力经贸人文融合发展。

展会现场服务设施更加齐全，数字导览服务全面升级，增设新颖有趣的机器人导览服务，数字机器人“进宝”根据观众提问，生成个性化观展建议，为观众带来线上向线下导览相融合的观展体验。刘福学表示，接下来，将继续做好展会运营服务工作，全力打造高标准、高质量、高水平的全球经贸盛会。



11月7日，诺华展台工作人员利用VR向观众介绍创新药在人体中的作用机制。本报记者 赵晶摄