

开馆记



医疗器械及医药保健展区

达芬奇机器人、“磁波刀”、无线双探头口袋超声……
医疗器械“黑科技”加速落地

这是一个科技含量极高的展区，五届进博会以来，诞生了无数“首发”“首秀”“首展”和“黑科技”。这也是一个承载重要使命的展区，年年加速创新，只为惠及更多中国医患，守护千家万户的健康。作为企业展的六大展区之一，医疗器械及医药保健展区今年继续吸睛。

今天上午，记者看到了世界上最轻便的无线双探头超声、能“预测”配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……进博会的老朋友诚意满满，一大批“首发”“首展”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。

● **达芬奇机器人** “这不是老朋友达芬奇机器人吗？它今年又来了？”在复星医药展台，“达芬奇”又出现了！不同于往年，达芬奇手术机器人不久前实现了国产化，标志着可及性得到极大提升，将惠及更多中国医疗机构和患者。

2017年，复星医药引进了全球领先的达芬奇手术机器人，并在首届进博会参展，从此达芬奇手术机器人成为历届进博会“网红展品”。截至2023年三季度末，达芬奇手术系统在中国装机量超过360台，成为顶级医院的必备医疗器械，累计逾42万名



展商带来神经系统疾病治疗领域的前沿创新产品——“磁波刀”

本报记者 陈梦泽 摄

患者受益于达芬奇机器人手术的精准治疗，回归正常工作和生活。在服务中国患者多年之后，2023年6月，国产达芬奇Xi手术系统成功通过国家药监局批准；8月，直观复星获得国产手术机器人医疗器械生产许可证，应用于泌尿、妇科、普外、胸外及小儿外科。在本届进博会上亮相的，正是国产达芬奇Xi手术系统。

● **“磁波刀”** 复星医药还携手 Insightec 带来一款神经系统疾病治疗领域的前沿创新产品——“磁波刀”。该治疗系

统将聚焦超声和磁共振成像(MRI)相融合，通过MRI精准定位治疗靶点，使用高强度聚焦超声消融病灶达到治疗目的。目前，“磁波刀”已在全球成功治疗超过10000例特发性震颤及帕金森病患者。相较于目前常见的药物治疗、开颅或者微创手术治疗，“磁波刀”为患者提供了一个无创、精准、安全的临床方案。

● **美敦力脉冲场消融系统** 美敦力 PulseSelect 脉冲场消融系统是全球首展，该产品是首个进入国家药品监督管理局绿色

审批通道的心脏脉冲场消融产品，通过双极双相的高压电脉冲作用于异位心肌细胞使其凋亡，同时避免对周围组织造成不必要的损伤，被认为是心脏电生理领域前沿消融技术。

● **GE医疗无线双探头口袋超声** 仅重205克，可以装进口袋的双面探头掌上无线超声 Vscan Air，也吸引人们驻足。这也是世界上最轻便的无线双探头口袋超声，来自GE医疗。基于解剖结构和流体的超声成像和诊断，可以让医生随时随地对患者进行全身扫描。小巧而专业的超声系统，可以拓展到更多临床场景，比如急救车、急诊等，更可助力在地震等灾害发生时的紧急医疗救治场景。通过移动端App连接，这款设备还可以在基层、养老院为老年人做检查，成为家庭医生的“掌上利器”。

进博这6年，正是中国医疗医药行业发生深度变革的6年。进博会这一平台，见证了本土医药企业多年来开放式创新成果的持续落地，也坚定了跨国医药企业融入中国高质量发展新格局的决心。穿梭在医疗展区，记者时而偶遇“高大上”，时而邂逅“小而美”，企业展年年玩出新花样，不时有创新产品吸引眼球。

更重要的是，在进博会的溢出效应下，这些医疗器械和药品加速落地，帮助人们建立一条跨越国界的生命守护线，助力实现“健康中国2030”的愿景。

本报记者 左妍 郅阳

服务贸易展区

看不见的服务、高大上的主题、小而美的呈现
让“无形”的服务贸易更有感

“百年老店”宝刀未老，锐意引领行业变革，搭建中外互联互通之桥。“耗能大户”为节能减排用尽心思，追求可持续展之路。服务贸易展区的展商们都是讲故事高手，把看不见的服务、高大上的主题，用小而美的方式呈现在眼前。记者上午进馆，在服务贸易展区仔细逛，长知识。

进博“全勤生”收获多

8.2馆服务贸易展区，连续六年参展的进博“全勤生”扎堆，“百年老店”真不少。参展商们说，进博会越办越好，自己切身感受到由更高水平开放、更多层次合作带来的红利，中国与世界经济双向赋能。

作为连续第六次参与进博会的参展商，渣打银行全面展示跨境金融、绿色金融和普惠金融领域的最新方案，让“无形”的服务贸易更“有感”，展现助力金融互联互通、连接中国与全球市场的相关举措。渣打亮出以往巨大收获：在进博会签署超过20个战略合作协议，通过合作实现了广泛且务实的成果；累计接触了近5000家中小企业，并成功对接了其中一部分客户的跨境金融需求。

同为“全勤生”，汇丰今年的展台面积比去年扩容超过20%，参展规模创下历届之最。除了旗下的银行、保险、证券和金融科技机构之外，汇丰保险经纪也首次参与本届进博会。

服务贸易展区的进博“老朋友”多得数不过



服务贸易展区
本报记者 周馨 摄

来，集齐全球著名的会计师事务所。路过慕尼黑展览集团的展台，跟工作人员打招呼，他们说：“我们年年来。”

中国风混搭世界感

世界感，中国风，在服务贸易和谐融通。梵高名作《向日葵》被日本的财险公司用天价买下，原作图片和复制品成为展商亮点。年年翻新花样的FedEx展台，架起两面中国大鼓，红红火火，热热闹闹，来一场传统喜庆的开门表演。主打明黄色的安永

展台，“安永在‘进博’很想你”——一块网红风格的路牌，出现在EY进博站。

玩混搭，还要看中国香港参展商。香港旅游发展局今年又带来值得驻足欣赏的推介片，探索一个保存传统文化又拥抱世界精彩的香港，璀璨夜景、球赛美食、戏院沙滩、天后古庙……

“百年老店”冯氏集团，旗下的玩具反斗城品牌与著名波普艺术家Craig&Karl合作，让老品牌焕然一新，不仅给孩子提供奇妙体验，也让童心未泯的成年人释放内心

的童真。有望成为服贸馆明星打卡点的，是冯氏集团展台近一人高的“小巴兔”，新锐艺术家用法国小帆船童装的二手衣打造出毛发蓬松、憨态可掬的童趣玩偶。

“可持续发展”成共识

“可持续发展”，这个服贸馆展商们偏爱的主题，落在从展出内容到展台设计的多个细节中。

国际头部物流企业德迅集团六赴进博，以“数字化”为全球供应链做加法，以“低碳绿色”为国际贸易运输做减法，展现“百年老店”引领行业变革的创新实力。中国传统园林造景艺术融入展台设计，环保理念贯穿设计环节，模块化铝框架系统墙体100%可拆卸回收利用，活苔藓和经过干化护色处理的竹子能吸附气味的颗粒，超过80%的展台物料可重新循环使用。

退役飞机及制服再制的纪念品，相当抢手！今年首次来进博的国泰航空，用退役飞机蒙皮制成飞机行李牌，数百件机组人员制服缝制成靠垫、拎包和小熊玩偶等，件件惊艳。国泰航空的现场视频介绍说，去年已成功在航班中减少50%一次性塑料制品使用。

应对气候变化，离不开中外紧密合作。淡水河谷展示了范例：巴西塞拉多骄阳太阳能项目，装机容量相当于80万居民城市一年的电力消耗，使用了中国企业提供的光伏组件和备件。

本报记者 谈瑾