

开馆记



医疗器械及医药保健展区

位于7.1、7.2及8.1号馆,展览面积7万平方米,设置医疗器械、药品、健康营养三大板块及健康养老专区。展区以“健康中国,美好生活”为主题,吸引世界各地260余家企业参展,汇聚全球十大医疗器械企业、十一家世界500强制药企业,着力展示创新药械研发、生物医药技术、跨界数字化诊治等医疗领域新质生产力。

从世界之最到国货之光,从全球首创到中国首发,从“大块头”仪器到需要放大镜才能看清的精密设备……第七届进博会医疗器械及医药保健展区展出诸多国际领先的尖端技术和创新成果,通过进博会的平台,持续释放溢出效应,在医疗创新科技成果与医患之间架起了一座坚实的健康之桥。

尖端产品亮相

连续七年参展的GE医疗携7款全球首秀和10款中国首展的尖端产品参展,其中就有首款AI和深度学习技术赋能全影像链的数字PET/CT Max Apollo。以此

精准诊疗阿尔茨海默病、创新药物治疗糖尿病…… 医疗高科技实力守护健康



GE 医疗 Max Apollo 设备

本报记者 刘歆 摄

为核心设备,结合新药领域的合作,GE医疗全新阿尔茨海默病精准诊疗一体化生态解决方案也迎来了全球首秀,可提前10—15年发现阿尔茨海默病病变可能。GE医疗还展出全球首款大语言模型“技易答”,在遇到设备使用问题时,用户可通过语音、文字、图像等多种方式向该模型提问,它能快速给出解答,帮助临床快速上手。

同为“全勤生”的诺和诺德带来15款创新药品及5款注射装置,其中胰岛素周制剂诺和期(依柯胰岛素注射液)为中国首展。

此外,备受关注的糖尿病领域全球首个口服胰高糖素样肽-1受体激动剂(GLP-1RA)——诺和忻(司美格鲁肽片)也将亮相展台,该药物用于成人2型糖尿病治疗,于今年1月在中国获批,标志着此类药物进入口服时代。

“健康+科技”

连续六年参加进博会的波士顿科学今年带来80多款培育和发展新质生产力的成果,包括Apollo ESG内镜下袖状胃成形术系统。这是全球首个且目前唯一

获得美国FDA批准的内镜下袖状胃成形术系统,能帮助体重指数在30至50,且无法采用更保守的措施减重或维持体重减轻状态的肥胖症成年患者。

直观医疗的达芬奇手术机器人是往届进博会的网红明星产品。而直观复星的另一个“网红”支气管镜机器人Ion也完成了由“展品”到“商品”的转变,它的超纤细导管直径仅为3.5毫米,且可180°全向弯曲,这一突破性设计使得导管能够轻松穿越复杂的外周支气管网络,直达传统技术难

以触及的肺部深处,为临床诊疗提供了全新的便利度与精准度。

加速惠及患者

众多大型跨国药企和医疗器械企业为何选择进博会作为其“首发”“首展”的舞台?答案是进博会强大的“溢出效应”。自参加首届进博会以来,诺华已有多款创新药及适应证在国内获批,全球首创小干扰RNA降胆固醇药物乐可为(英克司兰钠注射液)也是进博会“溢出效应”的获益者,已成功从“首秀展品”走向临床应用。

法国企业赛诺非免疫预防领域创新手段乐唯初(尼塞韦单抗注射液)作为全球首个且目前唯一针对所有婴儿呼吸道合胞病毒(RSV)的预防手段,以“进博宝宝”新身份亮相医疗器械及医药保健展区和国家展法国国家馆“双展台”。乐唯初已成功从展台到市场,从展品变“商品”,守护中国宝宝的呼吸健康。

赛诺菲的免疫炎症领域明星产品——达必妥作为进博会的“老朋友”今年继续参展,且带来了刚刚获批的慢阻肺病新适应症。

本报记者 左妍 邵阳

服务贸易展区

位于8.2馆,设有金融服务、咨询服务、商贸物流、文化旅游、综合服务五大板块,有超300家企业参展,其中世界500强及行业龙头企业近50家,细分领域隐形冠军持续参展。太古集团、吉尼斯纪录、蒙古国家矿业协会等企业首次亮相。

小而精致却包罗众多行业,美好的远方近在眼前,服贸顶尖企业扎堆,参观者甚至能模拟掌舵巨轮……第七届进博会8.2馆的服务贸易展区就是这么和谐地混搭着。记者抢先探馆,一睹服贸展区的精彩。

航运、物流、供应链,是服务贸易的主要内容之一。展台匠心设计,令人惊喜连连。

地球另一边的一座山——巴西著名景点面包山被“搬进”了服务贸易展区。山不在高,形神兼备,用鲜活的苔藓和凤梨模拟热带雨林等植被,连山顶缆车也被复制过来。原来,这家展台是多个来自巴西港口航运企业的集合体。

想体验一把驾驶巨轮航行于蔚蓝大海的感觉?来8.2馆就对了。站在轮船操作台前,操纵舵柄把方向,把控推进器劈波斩浪前行,前方三个显示屏,一个管船

近看面包山,模拟驾巨轮,了解“联动世界之桥”…… 把美好的远方带到了眼前

巴西著名的景点面包山被“搬进”了服务贸易展区
本报记者 张龙 摄

头,一个管船尾,中间看海面。航海模拟体验很可能成为馆内排队最长的地方之一。

冯氏集团是国际著名的供应链企业,也是进博会的老朋友。这家展台讲述了为供应链行业提供技术解决方案,用来“讲故事”的产品是诸多卡通角色、薯片、NBA篮球及妈妈们较熟悉的小帆船童装等。

从事金融、会计咨询、旅游等服务贸易的参展企业,既是竞争对手又是老伙伴,进博会是它们展示形象、发布信息、寻觅合作伙

伴的好机会。德勤、安永、普华永道、毕马威、邓白氏等携手而来,洲际酒店集团和万豪国际集团是参展“邻居”,慕尼黑博览集团、法国智奥会展集团、英富曼会展集团也来进博会找商机。

渣打银行和汇丰银行都是进博会的“全勤生”,展台也毗邻。今年,汇丰展台续写“联动世界汇见未来”主题,通过“联动世界之桥”艺术装置,在服贸馆构建出流动的开放式展台空间,全面展示跨境金融如何服务全球企业参与中国经济的高质量发展。

渣打银行今年将围绕“连接无止境,扬帆启新程”的主题,带来一系列连接全球市场的创新方案,包括面向东盟、中东、非洲等不同贸易走廊的定制化服务案例,覆盖全球34个市场的跨境人民币解决方案,绿色和可持续金融“工具箱”等。渣打银行(中国)行长、总裁兼副董事长鲁静表示:“连续参展七年来,我们看到进博会在推动高水平开放、促进多边合作方面发挥着越来越大的作用。渣打非常期待发挥独特的网络优势,以上海为前沿阵地,借助

进博会的窗口和带动效应,深度连接全球机遇。”

新理念和创意纷纷亮相服贸展馆。

国泰航空在本届进博会上把最新的特选经济舱和尔雅公务舱搬到了展台。特选经济舱空间大、座椅及头枕美观舒适。每天,这里会展示机上的各类餐食,让参展宾客沉浸式体验国泰航空打造的跃升飞行服务体验。国泰航空通过可持续航空燃油,可重复使用餐具、含回收材料的托盘等展品,介绍在2025年前,将乘客使用的一次性塑料制品由2019年平均每位乘客7.7件减至1.5件,同时减少客舱废弃物。

“下一站,香港。”香港旅发局展台每年少不了吸引观众的绝活。搭建展台的司马亚洲有限公司介绍说,今年的主题展现香港作为盛事之都,蕴含的中西合璧多元魅力,吸引更多中外游客来香港旅游。环形LED屏上变幻着香港的街景、美食。抬头看,一架架特制的吊扇上,全息投影出龙舟、舞狮、中秋月饼、海豚、粽子、兔子灯等一年四季不同盛事的象征,新鲜感十足。展台还串联起粤港澳大湾区文化旅游的多个景点,让你一次看个够。

本报记者 谈璿