



## 进

特刊

第七届进博会



峰面语



## 从“到中国展”到“为中国造”

潘高峰

“他在画什么？”“好像是一艘帆船……”  
第七届进博会开幕首日，食品及农产品展区的一处葡萄酒展台前，一位外国展商现场作画引来众人围观和讨论。随着画布上的轮廓逐渐清晰，大家终于恍然大悟：“原来是一条中国龙，背景是一座宝塔。”

画画的是法国高卢城堡酒庄的庄主皮埃尔。在他看来，龙和宝塔都是中国文化中具有象征意义的事物，这幅画是他对中国采购商表达感谢的礼物。

这边画龙，那边包饺子。昨天，在进博会挪威国家馆开展仪式上，挪威渔业和海洋政策部长玛丽安与中国美食博主一起，用挪威的三文鱼、青花鱼和北极甜虾包起了海鲜饺子。她表示，用挪威海产品制作

中国饺子，是希望更多了解中国的美食和传统文化，也希望挪威海产品销售未来在中国市场持续增长。

今年的进博会上，这样让人会心一笑的画面有不少。看似只是花絮，背后其实是越来越多的展商重视中国市场、推行本土战略的缩影。

比如，去年宜家在进博会期间推出的“只此青绿”系列宋瓷，在中国春节期间成为爆款。今年，宜家又以《桃花源记》为灵感，在进博会现场打造了一个360平方米家居空间，融合中式内涵和北欧风格的“桃花源”，与参观者一起畅想未来家居生活多样性。

雅培今年带来的“生物可穿戴传感技术——瞬感葡萄糖监测系统”，也是针对中

国糖尿病患者多、医院常态化监测管理需求大的特点，专为中国用户打造，能将患者每日的血糖数据通过网络实时传递给医生和亲友，实现智能化血糖管理。

蔡司是高端镜片领域享誉全球的跨国公司，但很多人不知道的是，它竟然在布局汽车市场，客户是宁德时代、比亚迪等中国企业。对此，企业负责人现场解惑：中国市场偏爱电动汽车，但消费者又对电池安全有所顾虑，而电池生产企业也有“一块电池生产出来后如何判断它是否安全”的痛点；检测电池是一项技术活，每一块电池都需要“拍X光片”，蔡司为此专门在华调研了数十家头部电池企业，推出了专门为中国市场定制的《新能源汽车电池质量保证白

皮书》，助力推动电池产品安全。

一个个生动的故事，代表着一次次坚定的选择——中国始终是世界发展的重要机遇。以进博会为窗口，将行业洞察与消费趋势相结合，把握中国消费者的“脉搏”，再以多样化产品创新满足消费者多元需求，激发中国市场的消费活力……可以说，从“到中国展”到“为中国造”，已经成为众多参展商的共识。

“下一个‘中国’，还是中国”，中国经济韧性强、潜力足、回旋余地广，长期向好的基本面没有变也不会变。随着中国经济的不断发展和壮大，中国必将继续成为全球投资热土，也必然为世界经济注入更多新活力和新动能。

## “展品变商品”跑出加速度拓宽“朋友圈”

医疗器械及医药保健展区企业不断加大投资力度加快本土化进程

## “明星展品”变成“明星商品”

达必妥，是进博会的“老朋友”，年年参展、届届上新。进博会也见证了达必妥在中国从获批、上市、进入医保到扩大适应证的成长历程。

自2018年首届参展以来，达必妥“马力全开”——在进博会舞台首展首秀后，先后获批特应性皮炎、结节性痒疹、哮喘等七大适应证。两个月前，达必妥又获批成为首个且唯一的慢阻肺靶向治疗药物。此次获批先于美国FDA批准，且相较欧盟和美国，中国审批用时最短，又一次刷新了创新药惠及中国患者的纪录。

同样感慨“展品变商品”这一快速转变的，还有六赴进博会的波士顿科学。在进博会加速效应的推动下，波士顿科学的创新产品引进与落地也提速扩面，共有21项创新成果实现了“展品到商品”的转变。仅上一届进博会至今，波士顿科学就有9款曾经参展的创新产品在中国获批。

“展品变商品”的速度越来越快，得益于日益优化的营商环境。展品在进博会“首发首秀”后声名鹊起，创新审评审批、加速准入等政策支持及时跟上，似乎已成为一种顺理成章的“习惯”。

“美敦力已有近20款‘明星展品’变成了‘明星商品’，更好地满足本土多元化、高质量的医疗服务需求。”美敦力董事长兼首席执行官杰夫·马萨兴奋地透露，多款在去

“我们每年来到进博会，每次都有新体验、新收获。进博会平台强大的溢出效应，让我们的创新医疗科技从展台走向临床、走近患者。”这是进博会“全勤生”美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇韶的感慨，也是今年进博会医疗器械及医药保健展区的展商共同的心声。

进博会医疗器械及医药保健展区可谓“最卷”的展区。记者在这届进博会上看到，来自放疗、基因检测、体外诊断、生物医药技术等细分领域的全球头部企业保持着“年年上新”的传统，带来首发“顶流”，更有一些明星展品“返场”。

更重要的是，你能感受到“展品变商品”的“加速度”，企业坚定了向纵深拓展本土“朋友圈”的决心，“展商变投资商”的故事越来越多。

年进博会上首次亮相的展品书写下令人激动的“进博故事”：用于预防心脏性猝死的EV-ICD血管外植入式心律转复除颤器，已于今年5月通过海南博鳌先行区开展首例手术。“进博会除了助力展品加速进入中国市场之外，前沿的创新疗法也通过这一平台获得了广泛的普及。”杰夫·马萨补充道。

## 持续投资不断促进创新

越来越多、越来越快的“展品变商品”，激励着企业“投桃报李”，不断加大在中国的投资力度，加快在中国的本土化进程。

上个月，波士顿科学中国区首个生产制造基地在上海临港建成开业。“临港工厂将聚焦医疗耗材及设备的生产，率先带来心血管领域血管内超声系统的耗材，助力波士顿科学在华实现‘自主生产’。”波士顿科学大中华区总裁张珺表示，“通过夯实产

业价值链上游的能力建设，以更贴合中国市场需求的本土供应，更及时、快速、稳定地响应本土医患需求。”

去年开始，GE医疗在中国市场频频“出手”：去年末，与国药合资的第二家工厂在深圳完成奠基，很快将有产品上市；今年5月，在上海基地增投3.8亿元，用于产线扩产、绿色升级和数字化转型等项目。本届进博会开始前，GE医疗又传出继续深耕中国的消息——其超大大中华区总部暨高端医疗器械生态圈项目落地无锡，将打造成为聚焦超声的高端医疗器械生态圈、创新中心、服务中心和客户体验中心。

本届进博会上，拜耳延续“双展齐发”，在总面积创历史新高的800平方米展台上，展示引领行业的前沿产品与技术。“进入中国市场以来，拜耳持续投资，不断促进创新。”拜耳集团管理委员会主席比尔·安德

森告诉记者，在健康消费品领域，拜耳于10月在上海设立了中国创新中心，投资2000万欧元，促进以科学为基础、以消费者为中心的创新合作，帮助企业探索更多适合中国消费者的自我保健方案；也是在上个月，拜耳健康消费品启东供应中心新厂奠基，一期投资额达6亿元人民币，预计将于2028年实现投产。

过去几年，GSK依托中国研发中心和运营中心加速新药审批，提升进口效能，获得了上海市“跨国公司地区总部”认定。今年，结合临港新片区独特的区位及政策优势，GSK设立了上海葛兰素史克药业有限公司，持续深化在华发展布局。目前，GSK中国已加入全球同步研发行列，未来五年预计有20多项新产品或新适应证在中国获批上市，搭载进博“快车”，这些创新产品有望加速落地中国。

“作为进博会的‘常驻客’和‘受益者’，每次参展，我们都深切感受到中国市场对前沿医疗创新的热情和渴盼。这些未被满足的医患需求，也坚定着我们‘为生命创新’的初心和加码投资的信念。”张珺感慨万千，“面向未来，波士顿科学还将以创新技术释放本土新质生产力，以合作共赢赋能全产业链生态协同，从‘一展汇世界’，加速全球前沿技术在中国的普及可得，到‘一展惠全球’，助推中国医疗创新融入全球生态。”

本报记者 郜阳 左妍

直播预告



## 体验汽车创新应用 模拟“打飞的”上下班

本报讯（记者 叶薇）首度与中国公众见面的量产保时捷911 Turbo (930)经典车、美式全尺寸SUV、自动驾驶出租车概念车，还有能呈现立体感影院视觉效果的副驾驶观影区、在车机上生成旅行日记的创新应用……明天13时30分，让我们打卡汽车展区，欣赏国际知名整车品牌带来的汽车科技盛宴。

通用汽车、宝马、福特、本田技研、捷豹路

虎、梅赛德斯-奔驰、日产、丰田、大众汽车集团、沃尔沃汽车等众多国际知名品牌齐聚一堂，亮出看家本领，尤其是在智能网联技术上，跨国车企不甘落后，一些创新应用纷纷“上车”。

在汽车展区的“未来出行”板块，观众可进入“航站楼”，在手机上“预约登机”，从闸机刷“二维码”进入停机坪，并坐上选定的座位，模拟体验未来“打飞的”上下班的场景。

新民客户端  
上海时刻  
视频号