

今年进博会辉瑞展台上的明星——全球首个新冠治疗药物奈玛特韦片 / 利托那韦片组合包装 (即 PAXLOVID™)，是最具新闻性的产品。

月纳入中国国家医保目录。此后两届进博会上，辉瑞又陆续带来了肿瘤创新药物博瑞纳、特应性皮炎突破性产品希必可等创新产品，其中多款都在不到一年时间里获批上市，为中国患者提供了更好、更多治疗选择。

坚定辉瑞继续在中国市场上大踏步前进的信心，是彭振科在上一届进博会上得到的最重要的收获之一。也正是在上一届进博会后，彭振科带领辉瑞进行了更多的自我革新和市场拓展。在疫情背景和特殊的国际环境下，进博会让像辉瑞这样的大企业更好地理解中国市场，给跨国企业更乐观的市场预期。

第五届进博会主题是“开放创新，共赢进博”。2022年5月18日，第五届进博会展盟主席和专委会会长交流大会在云端举行，众多参展企业代表围绕“更好发挥行业引领作用，推动进博会越办越好”展开了热烈讨论。

作为公共卫生防疫专委会的会长单位，辉瑞全球生物制药商业集团中国区总裁彭振科在线发表致辞，表达了他对进博会这一国际化平台的高度认可。

彭振科表示，“面对全球变化，中国扩大开放的步伐没有停歇，进博会一年年稳步推进，为跨国企业提供了行业交流的机会，为跨国企业积极融入中国经济发展注入信心。

用中国心服务中国患者

2021年，是辉瑞的转型元年，有着超过170年历史的辉瑞，成功转型为一家以科学为基础、创新的、以患者为先的生物制药公司。对于辉瑞中国而言，转型和创新，必须更懂中国。

经过一年，辉瑞新总裁在“懂中国”这一点上，得到了公司内部和社会各界的高度认可。

2022年春节，彭振科的新春拜年视频发布在辉瑞公司的微信公众号上。他身着对襟唐装，背景音乐是传统丝竹小调，相

当“中国风”。拜年视频只是一种形式，彭振科对中国的了解却远不止于形式。

一年前履新时彭振科就对媒体解释了他与中国的缘分。上世纪80年代，彭振科的父亲曾远赴中国武汉工作，他第一次随父亲来到遥远的东方国度，“短短几天内便深深爱上这片凝聚着浓厚的历史积淀、又展现出蓬勃发展活力的热土”。

担任辉瑞中国总裁后，彭振科非常喜欢与人分享他对中国的特殊感情。“我常常和同事们说，我虽然是法国人，但是我有一颗中国心。”

彭振科对中国文化和中国市场的理解，超过了业界此前的预期。转型后辉瑞中国进行了组织框架的调整，辉瑞中国人力资源负责人张燕燕讲到一个小例子：“在选拔人才的时候，JC会细心地考虑到，一位北方人到南方是不是能适应当地的行事风格。外国人能这么深入地了解 and 热爱中国，我还是挺意外的。”一年中，彭振科引入了很多优秀人才，给公司注入了新的动力。

张燕燕介绍说，彭振科非常乐于寻找机会与各个层面的人沟通。“他一上任就与各个部门的员工交流，也和我们的各方

2022年3月，第一批新冠口服药PAXLOVID™进入中国。

