



全球企業高管眼中的進博會

365天都能感受到進博會帶來的新機遇

高管寄語進博會

去年的進博會對我來說是一次印象極為深刻的經歷，我們計劃再次通過進博會這一平台，就前沿科學和突破創新展開更多交流與溝通，向參觀者展示科技與研發平台及創新成果。

——百時美施貴寶全球執行副總裁兼首席商業官 克萊斯·博納

■本報記者 徐晶卉

800平方米的超大展台上，能看到沉浸式互動體驗、全息投影……但這不是某個科技企業的展台，而是亮相第三屆進博會的生物醫葯葯業企業百時美施貴寶(BMS)的展台，生物醫葯與高科技從來緊密關聯，百時美施貴寶希望借此向參觀者展示其科技與研發平台及創新成果。

這是百時美施貴寶連續第二年參展進博會，在百時美施貴寶全球執行副總裁兼首席商業官克萊斯·博納看來，2020年是充滿挑戰的一年，對於百

百時美施貴寶全球執行副總裁： 用高科技手段展現企業“創新之冠”

時美施貴寶而言也是重要的一年，“我們與新葯公司整合後，發布了全新的企業品牌和企业愿景，進博會是我們展現企業新形象的最好平台。”

用突破性創新產品 助力“健康中國”

參展第三屆進博會，百時美施貴寶早就定下了主題——運用高科技手段展現“創新之冠”。“冠軍”之意，是指百時美施貴寶的兩款免疫腫瘤葯物：全球首個PD-1抑制劑納武利尤单抗(歐狄沃)，以及全球首個和唯一一

批的、由諾貝爾獎得主直接參與開發的雙免疫療法歐狄沃聯合伊匹木单抗(即“免疫雙子星”)。

百時美施貴寶相關負責人介紹，歐狄沃是全球首個證實能夠為晚期非小細胞肺癌患者帶來生存获益且顯著提升5年生存率的PD-1抑制劑，可將患者5年生存率提升5倍，它也是首個在中國獲批的免疫腫瘤葯物。此外，“免疫雙子星”歐狄沃聯合伊匹木单抗帶來的生存获益也打破了惡性胸膜間皮瘤15年無新葯的僵局。

在第三屆進博會的展台上，百時美施貴寶布置了三個機械臂，通過三塊機械臂驅動的屏幕及其放映的內容

來展示企業創新理念，一旁的“創新之翼”互動裝置區可讓參觀者通過沉浸式體驗，了解企業今後五年內計劃引入中國的一系列創新產品。據悉，百時美施貴寶進入中國38年來，共計上市近40個處方葯和非處方葯，當前還有超過30個免疫腫瘤領域的臨床試驗正在中國進行，涵蓋多個高發癌種。未來五年內，該公司計劃引入近30個創新產品/適應症，其中多數有潛力成為相關領域的首個產品。

除此之外，百時美施貴寶還首次展示血液學和免疫學領域的在研產品，其中包括兩款在美國已獲批的突破性創新葯物，一款是近年來首

次在低危骨髓增生異常綜合症(MDS)領域獲批的葯物，另一款則是用於多發性硬化治療的最新口服葯。克萊斯·博納表示，企業正加速將這些突破性創新產品引入中國，助力實現“健康中國2030”。

用模式創新提高患者 用葯可及性

除了“從0到1”的創新葯物之外，通過模式創新提高患者用葯的可及性，完成“從1到100”的覆蓋，也是企業期望在進博會現場展示的成果。

與自貿港接軌，今年6月9日，百時美施貴寶的“免疫雙子星”歐狄沃聯合伊匹木单抗列入海南自貿港博鰲樂城國際醫葯先行區的51種腫瘤葯名錄，患者可以到樂城申請使用這些葯物在海外獲批的適應症。與商業健康保險項目接軌，支付模式的創新也是企業的一大努力方向，上述負責人透露，珠海已出台附加補充醫療保險項目，極大提高了癌症患者對於創新葯物的可及性，使當地癌症患者使用創新的免疫腫瘤葯物的比例比周邊其它城市高出5—6倍。同時，企業已與京東、阿里等電商渠道開展商業合作，進一步提高患者的用葯可及性。

“在這次進博會上，百時美施貴寶將宣布與本土合作夥伴的一系列創新合作，旨在惠及更多中國患者對於創新葯物的可及性。”克萊斯·博納透露。

“中國是百時美施貴寶重要的戰略市場，進博會提供了一個獨特的機會，使我們可以分享創新產品線和准入模式，並展示與本土合作夥伴開展的一系列深入合作。”百時美施貴寶中國及亞洲區域市場負責人杰西·埃斯比洛表示。

力世紀集團主席：期待進博會後與更多內地車廠合作

高管寄語進博會

這屆進博會是力世紀集團完成對日本、美國、歐洲等汽車科技企業投資收購後的首次公開亮相，我們希望借此機會，在中國內地提高知名度，擴展客戶，幫助更多內地汽車企業完成前期研發并提供智慧解決方案。

——力世紀集團主席 何敬丰

■本報記者 祝 越

新葯汽車，已被很多消費者列入“購車清單”。今年首次參加進博會的香港力世紀集團正在同步籌備第四屆進博會的參展事宜。力世紀集團主席何敬丰在展區親自督戰，展示全碳纖維超級跑車等新品的酷潮展台，由他親自設計。他還保證：“我會一天不落地駐守在進博會展台。”

“籌備了很久，我們終於來進博會了。”何敬丰對本屆進博會充滿期待，他們目前已經整合了全球汽車生產所需的技术，旗下附屬公司包括歐洲頂尖超級跑車開發商阿波羅汽車、有着“日本特種車”之稱的電動汽車開發商GLM，以及提供全方位出行解決方案的歐洲技術平台和中國內地技術平台。“從超跑到新能，從3D打印零件到新材料懸架，我們都可以為內地整車廠服務”。

香港力世紀集團，是一家領先的综合汽車出行技術解決方案供應商，致力於通過整合海內外先進汽車科技，為未來出行打造全球領先的一站式服務平台。

本次展會上他們帶來了一輛幻彩色的全球首款全碳纖維超級跑車Apollo IE，這輛跑車售價300萬美元，在全球只有10輛，該車型將出現在電影《速度与激情9》中。為了此次參展，公司動了很多腦筋，“這款最具有代表性的Apollo跑車，限量生產10台，都已經賣完了，但交付的還不到5台，公司一個個聯繫買家，最終從馬來西亞一位買家手上借來參展。”何敬丰透露，內地消費者對這台車非常感興趣，已經有一位消費者通過其他買家轉手買到一台。公司下一代的超跑限量100台，將瞄准內地市場，進博會就是一個非常好的首秀場。

力世紀還帶來了最新研發的新一代800V碳化硅(SiC)雙變器，其三合一整裝系統配備固態電池和電池管理系統，結合兩個變壓器和一個電源分配單元，能有效減低變壓器的熱輸出、重量和尺寸，以及所需的充電時間。“根據相關研究數據，我們能够在12分鐘內充電至80%，與市場上40分鐘的常規快充相比，可使充電時間大幅減70%。”何敬丰介紹，利用雙變器技術可為每個輪胎提供獨立能量輸出，從而透過更強的抓地力使車輛操控性能大幅提高。

力世紀所在團隊已經為奧迪等品牌服務15年，進博會後，他們也期待能够與內地整車廠有更多合作，包括構思、設計、建模、工程、模擬直至原型車製造的全方位移動出行解決方案。目前，他們已經與江蘇吉麥新能車業有限公司簽署战略合作框架協議，計劃開展深入合作，並將成立全新合資品牌，強力布局新能汽車市場。

目前，公司计划在內地布局研發基地和全球總部，“未來，全球的汽车人才都能在这里交流碰撞，擦出新的火花。”何敬丰同样希望能够将海外的汽车文化引入内地，“希望汽车品牌未来能成为一个旅游文化增长点”。



左圖：中國香港力世紀集團帶來了全球首款全碳纖維超級跑車Apollo IE。這輛跑車售價300萬美元，在全球只有10輛，該車型將出現在電影《速度与激情9》中。
本報記者 陳龍攝

都樂亞洲生鮮總裁： 繼續深耕中國市場加大投資力度

高管寄語進博會

連續三年登上進博會大舞台，我們深刻地感受到進博會為企業所創造的前所未有的機遇。在中國市場潛力、擴大開放政策以及營商環境魅力的多重吸引下，對都樂而言，不僅是展會的6天，365天的每一天都能真切感受到進博會帶來的新機遇。

中國消費者對於果蔬產品品質要求的提升與都樂的戰略不謀而合，我們將深耕中國市場，繼續加大在華投資力度，深入華南、西南市場，加碼建設加工配送中心，布局整個供應鏈。

——都樂亞洲生鮮總裁兼都樂亞洲執行副總裁 克萊斯·維格爾

■本報記者 周 淵

創立於1851年的全球知名水果生產經銷商都樂，作為進博會“三朝元老”之一，此次在食品及農產品展區搭建了一個五顏六色的“陽光果園”。

“2018年，都樂帶著12個國家27個品項的新鮮果蔬參加首屆進博

會，收獲了100多家潛在客戶；第二屆進博會上，與盒馬鮮生、家樂福等合作夥伴現場簽約達成合作。”都樂亞洲生鮮總裁兼都樂亞洲執行副總裁克萊斯·維格爾對其“進博成績”如數家珍，受益於中國擴大開放的政策紅利，此次以全新品牌形象亮相的都樂帶來了產地覆蓋13個國家、高達52個品項的果蔬產品，其中既有菲律賓超甜蕉、都樂金波羅等王牌產品，也有巴西甜瓜、都樂菲律賓牛油果等8個進博會首發新品。

記者在都樂展台留意到，最“吸睛”的展品當屬都樂與迪士尼度假區聯合推出的米奇米妮定制款藍莓禮盒。迪士尼IP的加入，使得這款水果禮盒“顏值”大漲，其“內涵”也值得關注：精選來自秘魯產區的藍莓，產季每年僅有5個月，當地的沙漠氣候有利於糖份聚集，農場還運用了種植追澆、自動滴灌技術栽培等現代化手段。為減少對嬌弱水果的損害，每顆藍莓均由人工採摘後強制預冷，為保障新鮮，裝箱後的藍莓立即被放入低溫冷藏室儲存，確保果心溫度降到1℃左右。“嚴格的全程質控造就了都樂藍莓顆顆飽滿和甜脆多汁

的口感。”都樂中國品牌總監王娜透露，進博會首發後，該產品將同步在全國盒馬開售。

與迪士尼的緣分也得益於進博會的溢出效應。據介紹，今年6月，都樂與上海迪士尼度假區達成战略合作，2個月後便推出兩款聯名禮盒，“奇奇蒂蒂都樂金波羅鮮橙特飲杯”、“金波羅海鮮炒飯”等小食也在迪士尼“上新”，雙方早早就定將在本屆進博會上再度聯合開發新款水果禮盒。

此次都樂首發新品的“C位”當屬巴西甜瓜：甘露甜瓜、“恐龍蛋”、加利亞甜瓜、美式甜瓜、羅馬甜瓜5個品項占據足足兩大區域。王娜告訴記者，這些甜瓜於10月26日在當地新鮮採摘，首次以空運方式直達上海，經海關清關、檢驗檢疫後妥善存儲，在“四葉草”以最佳狀態呈現在海內外賓客面前。

值得一提的是，這些小小甜瓜也見證著中國開放的大門越開越大和不斷釋放的政策紅利。今年1月，海關

總署發布巴西輸華鮮食甜瓜准進企業名單公告，給都樂帶來新的商機。王娜表示，進博會首發的這批甜瓜來自巴西當地種植經驗豐富的AGRICOLA FAMOSA公司，雙方精挑細選出最符合中國消費者習慣的5個品種。和國產甜瓜相比，巴西甜瓜果香味濃，酸度較低，每年8月到次年2月的產季正好與國產甜瓜形成互補。

受益於前兩屆進博會積累的展會變商品的經驗值，都樂已提前採購大批甜瓜，預計11月底，中國消費者就能在city'super等合作夥伴中買到“進博會同款”。

推動更多“展會變商品”，在進博會現場，都樂與菲律賓駐上海商務領事簽署2021年合作備忘錄，未來將加大對菲律賓香蕉、菠蘿、木瓜和牛油果等優質水果的推廣。都樂還將“跨界”與葯葯集團簽署大額採購合作訂單。“相信隨著進博會溢出效應不斷擴大，我們將與更多合作夥伴一起，共同為雙循環集聚能量。”克萊斯·維格爾說。

新時代 共享未來

