



# 彩纷呈

# 第五届 中国国际进口博览会



与进博共成长·创新驱动

## 创新潮涌，找到打开中国市场的钥匙

西门子医疗携全球领先技术五度赴约

### 最「硬核」产品「零时差」落地中国

■本报记者 唐玮婕

说起进博会，西门子医疗市场经理王澍最喜欢说的故事就是光子计数CT NAEOTOM Alpha。在第四届进博会上，其核心原材料碲化镉“初露锋芒”后，这一全球最尖端设备只用了不到4个月时间，就获准进入国家药监局创新医疗器械特别审查程序，成为迄今首个进入创新医疗器械“绿色通道”的全身光子计数CT产品。

今年西门子医疗第五度赴约进博会，NAEOTOM Alpha实体机首次在中国亮相。“产品市场化加快后，全球最尖端设备在国内落地应用就能实现‘无缝链接’”，在王澍看来，进博会展品变商品的超高速度，让创新成果第一时间可以惠及更多患者。

那么，NAEOTOM Alpha究竟有多大本事？据王澍介绍，“探测器相当于CT的眼睛，其材质闪烁晶体从1995年以后就一直被沿用。为了突破这一瓶颈，西门子在光子计数探测器中使用了创新性半导体材料——碲化镉晶体，可以让X射线光子直接转换为电流，生成医疗图像。”

自然界中，碲化镉需要300万年才能生成，而在西门子医疗的探测器实验室中，只需要3个月就可以生长出纯净的晶体。经历15年研发，光子计数CT终于从实验室走向市场，X光的转化效率由以前的60%到70%，提升到现在的超90%，还能消除探测器和图像链中的电子噪音，使辐射剂量减少高达50%，实现“从看不見到看得见”“从看不清到看得准”“从定性难到精准定量帮助良恶性评估”的转变。

让王澍倍感兴奋的是，在进博会平台的助力下，NAEOTOM Alpha已获准进入国家药监局创新医疗器械特别审查程序，“未来在中国市场落地应用的将是最新版本产品，与全球真正‘零时差’无缝连接。对于如此前沿的医疗器械来说，这是相当不容易做到的”。

同样受益于进博会速度的，还有超高场强7T磁共振MAGNETOM Terra。借助持续放大的进博会溢出效应，今年6月，这一全球领先的设备也已获得国家药监局准入，成为中国首台可用于临床诊断的超高场磁共振。在前期科研中，该设备在神经退行性疾病、脑小血管病、癫痫、肿瘤等众多领域展示出巨大的临床潜力。

西门子医疗大中华区副总裁王弢告诉记者，连续5届参展进博会足以凸显公司对于中国市场的重视程度。从展品到商品、从规模到生态，西门子医疗不断承接进博会溢出效应，加速产品上市步伐。

除了加速全球领先技术落地中国之外，西门子医疗还在不断发力数字化解决方案创新，推进构筑5G数字生态圈。第五届进博会前夕，西门子医疗数字指挥中心在上海揭牌并投入使用。该中心以西门子医疗5G和元宇宙沉浸式教研平台为依托，集结100多位应用培训专家，连接众多顶尖三甲医院的临床专家，实时响应客户在设备培训、临床应用、疾病诊疗等方面的诉求，提供更及时、更便捷的服务。

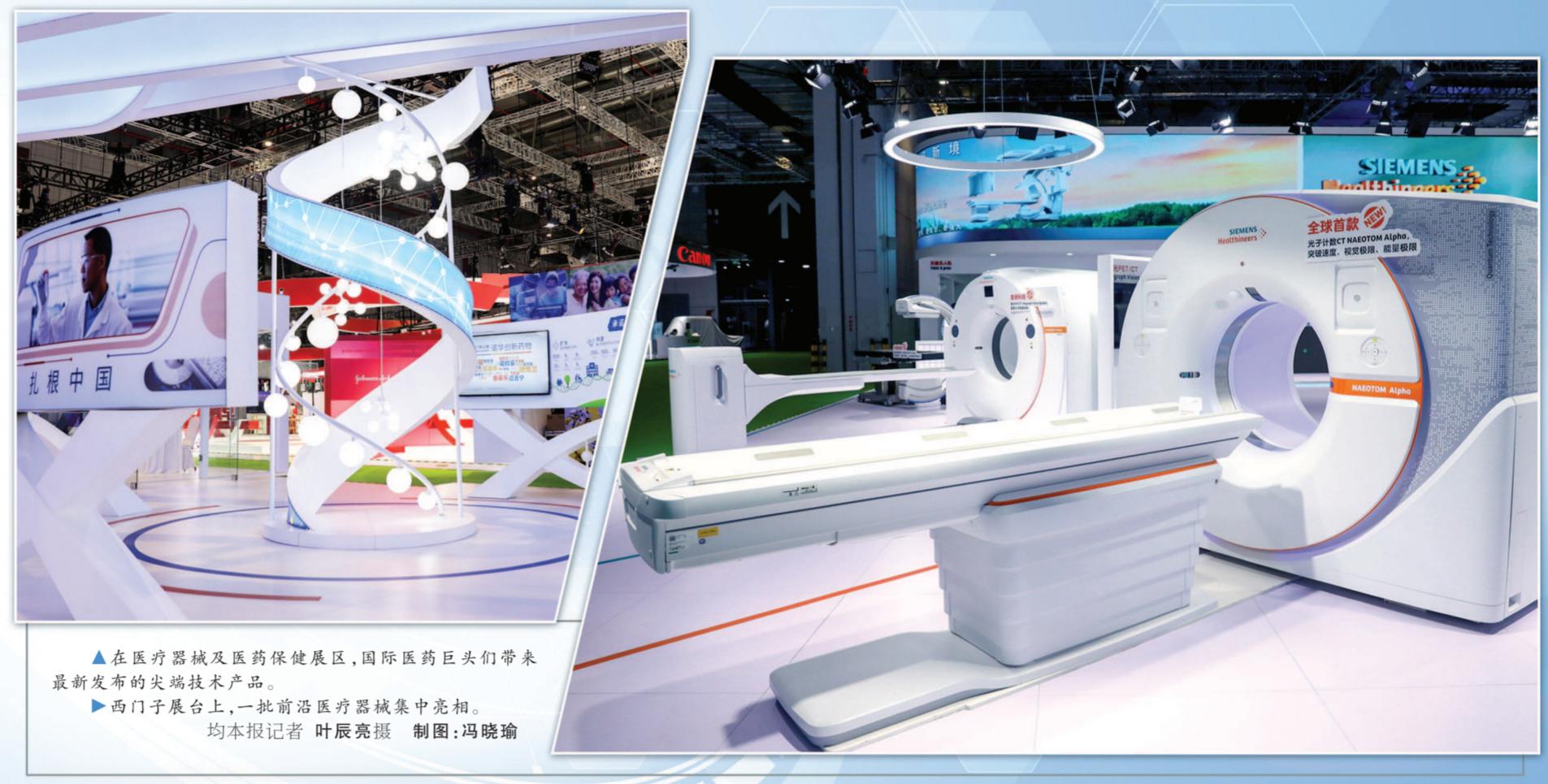
从第二届进博会上亮相的5G远程超声，到第三届进博会的5G方舱车载CT，再到第四届进博会上展示的5G技术在大型影像设备和介入手术领域的全线应用，西门子医疗远程诊疗生态圈不断拓展，包括远程扫描、远程诊断、远程治疗、远程教学。截至目前，西门子医疗的5G虚拟座舱覆盖全国260多家医院、逾300位远端专家，连接超过430台设备。

王弢表示，伴随着中国经济高质量发展和医疗行业转型升级，西门子医疗看到在政策引导下中国市场不断创新，既推动全球领先创新落地中国，也激发来自本土的创新突破。“今年是西门子医疗在中国开启本土研发生产30周年。我们正加速在中国市场完成本土化研发、生产、供应、人才、生态合作的新布局，持续带来真正适合中国市场需求的产品与服务。”

#### 亮点展品

##### 全球首款光子计数CT

西门子医疗今年主展台的展示面积足足增加了近50%，达历年之最。其中最受人关注的展品当属全球首款光子计数CT——NAEOTOM Alpha，这也是它的亚洲首展。相比传统CT探测到的是X射线能量积分信号，光子计数CT通过每一个射入X射线光子的直接读数而生成读数影像，不再有电子噪声、能量混杂，真实还原物质本来的信息。由于图像分辨率较以往提高1到2个数量级，达到110微米，可以对微小肺癌在萌发初期的临床变化作出鉴别，实践了影像诊断“抓早、抓小、抓准、抓好”的理念，更好为病患服务。



▲在医疗器械及医药保健展区，国际医药巨头们带来最新发布的尖端技术产品。  
▶西门子展台上，一批前沿医疗器械集中亮相。  
均本报记者 叶辰亮摄 制图：冯晓瑜

创新药加速进入中国市场，GSK见证进博会溢出效应

## “首展”到“首处”，新药“身份升级”只花几个月

■本报记者 唐玮婕

“我们是进博会的‘老朋友’，但今年这个平台显得格外有意义。”葛兰素史克（GSK）副总裁、中国总经理齐欣把参展第五届进博会视作是新GSK的“中国首秀”。今年7月刚刚完成对消费健康业务的拆分后，专注于创新药品和疫苗的新GSK要在进博会舞台上展示新身份、新使命。

过去5年，GSK见证并直接受益于进博会源源不断溢出效应，多款参展的创新领先产品在中国加速获批上市，从展品变成商品。“每当有药品或是疫苗借助进博会平台首秀后实现上市，我们就会把它叫做‘进博会宝宝’。”齐欣向记者举了好几个案例：GSK在2019年把创新产品“全再乐”带到进博会首展，它是全球首个一天一次用于稳定期慢阻肺治疗的三联吸入制剂，首展期间在中国获批，而第三届进博会会结束一个月后，还被纳入国家医保目录；重组带状疱疹疫苗——欣安立适也是“进博会宝宝”，2019年刚在中国获批就作为重磅展品之一在进博会上“中国首秀”，半年多后完成上市。

#### 亮点展品

##### 贝利尤单抗“中国身份”年年刷新

今年是葛兰素史克（GSK）连续第五届参加进博会，也是完成分拆后首次以全新生物医药公司的身份亮相。在展台上，一批重磅产品携新适应症集体亮相，包括新获批狼疮肾炎适应症的创新生物制剂倍力腾、国内首个获批9岁至14岁女孩两剂次接种程序的进口HPV疫苗希瑞适，以及一款“中国首展”创新疗法——用于已达到病毒学抑制的成人HIV-1感染者的创新长效治疗方案（卡替拉韦注射液+利匹韦林注射液）等。

说起“进博会速度”，最让齐欣津津乐道的还是美泊利珠单抗——新可来，这款生物制剂在去年进博会首秀后两周，就在中国获批第一个适应症，用于治疗成人嗜酸性肉芽肿性多血管炎。尽管产品获批后还必须经历一系列流程，包括生产、包装、进口，加上生物制

其中，倍力腾，也就是贝利尤单抗今年以全球及中国唯一覆盖系统性红斑狼疮和成人狼疮肾炎适应症的生物制剂“全新身份”登场。2019年7月，倍力腾在中国获批，并以全球及中国首个获批用于治疗成人系统性红斑狼疮的生物制剂第一次亮相进博会。随后，受益于进博会的溢出效应，贝利尤单抗的“中国身份”年年刷新，其在中国获批的适应症先后于2020年及2021年进博会后分别拓展至儿童系统性红斑狼疮以及成人狼疮肾炎。

剂的质量审核、复核等，但今年6月，新可来就在中国上市，7月开出了第一张处方，意味着这个创新产品实际上只用不到一年时间就实现了从进博会“首展”，到达“首张处方”的转变，“身份升级”只隔了一届进博会。

在齐欣看来，美泊利珠单抗——新可来从

“首展”到“首处”的故事，足以证明通过持续优化创新药品审评审批制度，加快创新药可及性的一系列举措，创新药进入中国市场的速度已大大提升。她同时坦言：“我们现在如果去看GSK中国在过去三年的业务成长，最重要的动力就来源于这些创新产品，全再乐、倍力腾和欣安立适等，这也证明了进博会的溢出效应对于企业在中国发展业务有很大帮助。”

“无论是跨国医药企业，还是中国本土医药企业，都必须重视中国市场，因为市场就在这里。”谈及未来GSK在中国市场的发展前景，齐欣表示，“大家都看到，中国已成为全球第二大医疗健康市场。我们相信在可预见的未来，这个市场应该会成为全球最大医疗健康市场。因此，对于任何企业来说，中国都是必须要深深扎根的一个战略市场。”

在新产品和新适应症方面，GSK每年在中国都有新的布局，后续的研发管线也在紧锣密鼓地拓展中。目前已在浦东设立研发中心，预计到2025年将有大约15个新药适应症会递交，现在管线里同时有20多项临床研究在开展中，这也充分体现了其后续的研发能力和实力。

德国卡赫带来强大“首发阵容”，展台面积接近首届参展时5倍

## 加码中国市场，“本土研发”加速“全球首发”

■本报记者 徐晶卉

如果观察进博会的“老朋友”德国卡赫，品牌每年掏出的“首发阵容”都十分强大：第四届进博会上，卡赫一口气带来了8款首发新品；今年，又悉心准备了8款新品，其中7款是“全球首发”。

选择将诸多的“全球首发”押宝进博会，“中国的市场机遇”被卡赫高管认为是最直接的原因。去年，卡赫在进博会上全球首发了第三代AI智能清洁机器人，卡赫中国副总经理、首席财务官柯瑞霖日前兴奋地告诉记者，不仅收获了大量关注，而且这款展品在春节期间就走进虹桥高铁站“上岗”了。雪花般飞来的订单，带动公司业绩蹭蹭蹭往上窜。

数据显示，去年卡赫整体销售规模突破40亿元，较上年逆势增长35%，柯瑞霖说这是“进博会的功劳”。

“中国的市场机遇”带来丰厚的回报，前提是与中国消费市场的判断与洞察。在柯瑞霖看来，在全球疫情仍未消退的大背

#### 亮点展品

##### 全能型清洁机器人 KIRA B10

明天，卡赫将全球首发一款全能型清洁机器人KIRA B10。它是卡赫根据中国市场需求，通过深度研发和创新打造的又一款全能清洁科技产品，集扫地、洗地、吸尘和拖地功能于一体，一机即可解决楼宇的全场景地面清洁需求。

“借助搭载的3D ToF相机、单目相机和雷达传感器，这一新品可以将多重感知与AI算法相融合，不仅大幅提升建图速度，还能适应各种不同的应用环境，做

到更智能、更高效、更安全，实现从功能机到智能机的跨越。”卡赫大中华区总裁唐晓东介绍。

卡赫的所有商业智能清洁机器人都以“KIRA”命名，而进博会一直是KIRA亮相的首选地。去年，卡赫就在进博会上进行了第三代AI智能清洁机器人KIRA B 50的全球首发，这也是全球第一台采用“视觉导航”技术的清洁机器人。进博会后，这台清洁机器人“巡视”世界，成了“香饽饽”。

放在进博会的原因。

每年诸多的“全球首发”又是如何迅速成长的？柯瑞霖揭秘，这背后的关键因素莫过“研发在中国”。事实上，在参加完首届进博会后，卡赫就在长三角地区投资3.8亿元，成立卡赫中国总部；去年又增资1亿元，加

大在中国的本地化投入；今年6月，卡赫再度投资1亿元，在苏州建立全球研发中心，占地1.3万平方米，打造更加本土化的团队，这里还将成为卡赫与中国企业、高校、科研院所、创新平台进行资源对接和深度合作的桥梁。

“去年进博会上，卡赫全球首发的第三代AI智能清洁机器人，就是与来自中国的视觉导航系统团队共同研发生产的。”卡赫大中华区总裁唐晓东介绍，持续的投资不仅显示出企业对于中国市场的十足信心，也让“中国研发”加速“全球首发”成为可能。

这位“五年级生”在进博会上展位面积的变化印证了其成长。首届进博会，企业的展位面积不到200平方米，到第四届进博会，总面积扩大至801平方米，今年更是拥有了超950平方米的双展台，接近于首届的5倍。企业将在今年进博会首次设立的“展商变投资商”主题区打造150平方米展位，呈现参展进博会5年来取得的成果。

# 新时代 共享未来

